

*Telefónica*

---



Informe de  
**Sostenibilidad Corporativa**  
2014 Telefónica México

# Contenido

## 03 Mensaje de los Presidentes

- 04 Mensaje del Presidente Ejecutivo de Telefónica S.A.
- 06 Mensaje del Presidente de Telefónica México

## 09 Telefónica es...

- 10 Perfil de la Compañía
- 11 *Cash flow* social Telefónica S.A.
- 12 Telefónica en el mundo

## 15 Acerca de este informe

- 16 Principios para la elaboración del informe
- 18 Materialidad

## 25 Modelo de Sostenibilidad en Telefónica

- 26 Visión y estrategia de Sostenibilidad
- 27 Estructura de la Sostenibilidad
- 28 Telefónica, motor de progreso
- 30 La interacción con los grupos de interés

## 37 Gestión responsable

- 38 Gobierno corporativo
- 41 Ética y cumplimiento
- 45 Derechos humanos

## 47 Gestión de la cadena de suministro

- 50 Programa Aliados
- 53 Trabajo infantil
- 53 Minerales en conflicto

## 55 Talento

- 57 Plantilla
- 59 Seguridad y salud
- 61 Formación y retención de talento
- 63 Igualdad de oportunidades y diversidad
- 64 Clima laboral

## 69 Clientes

- 70 Relaciones con nuestros clientes
- 79 Confianza digital
- 82 Innovación sostenible

## 87 Valor social

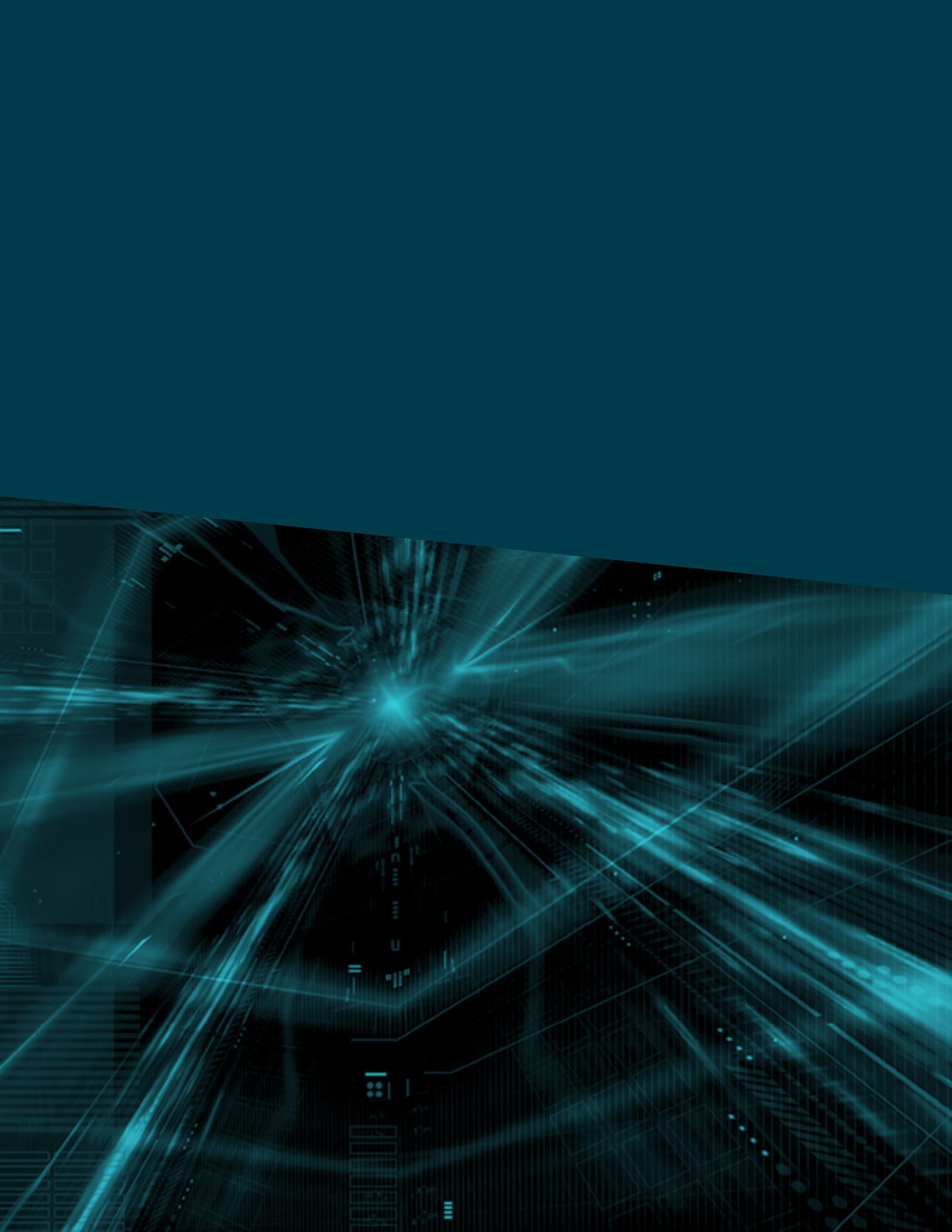
- 91 Inclusión digital
- 95 Voluntariado

## 97 Planeta

- 99 Gestión ambiental
- 102 Energía y cambio climático
- 104 Campos electromagnéticos
- 105 Respuesta a situaciones de emergencia
- 105 Productos y servicios Green

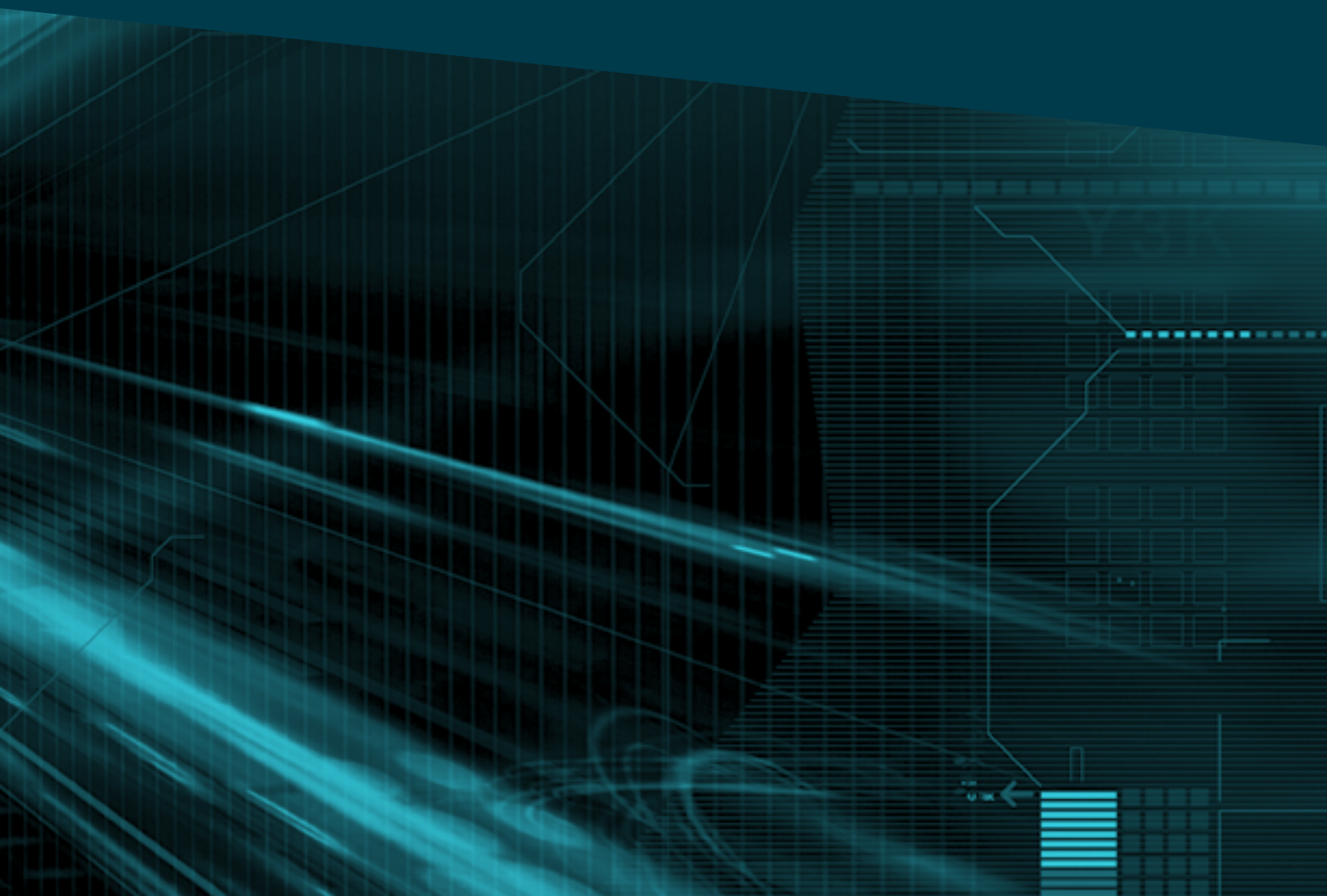
## 107 Anexos

- 108 Tabla de indicadores
- 110 Índice de contenidos GRI G4
- 117 Cumplimiento al Pacto Mundial
- 118 Informe de revisión independiente





# Mensaje de los Presidentes



# Mensaje

## del Presidente Ejecutivo de Telefónica S.A.

G4-1, G4-2, G4-3



### Estimados amigos,

Es para mí un placer dirigirme a ustedes para presentarles un año más el Informe Anual de Sostenibilidad de Telefónica. Este Informe, que publicamos desde hace más de diez años, responde a nuestro compromiso de información y transparencia con los distintos grupos de interés con los que la empresa se relaciona.

Con la publicación de este documento, Telefónica anticipa el cumplimiento además con la Directiva 2014/95 de la Unión Europea en lo que respecta a la “divulgación de información no financiera e información sobre diversidad por parte de determinadas grandes empresas y determinados grupos” y que deberá ser implementada por los Estados miembros próximamente.

La estrategia de sostenibilidad que seguimos en Telefónica nos permite aprovechar las oportunidades que las nuevas tecnologías nos ofrecen para reducir las brechas digitales y realizar una gestión eficaz del impacto inherente al desarrollo económico, medioambiental y social de nuestra Compañía.

“

*La estrategia de Sostenibilidad que seguimos en Telefónica nos permite aprovechar las oportunidades que las nuevas tecnologías nos ofrecen para reducir las brechas digitales*

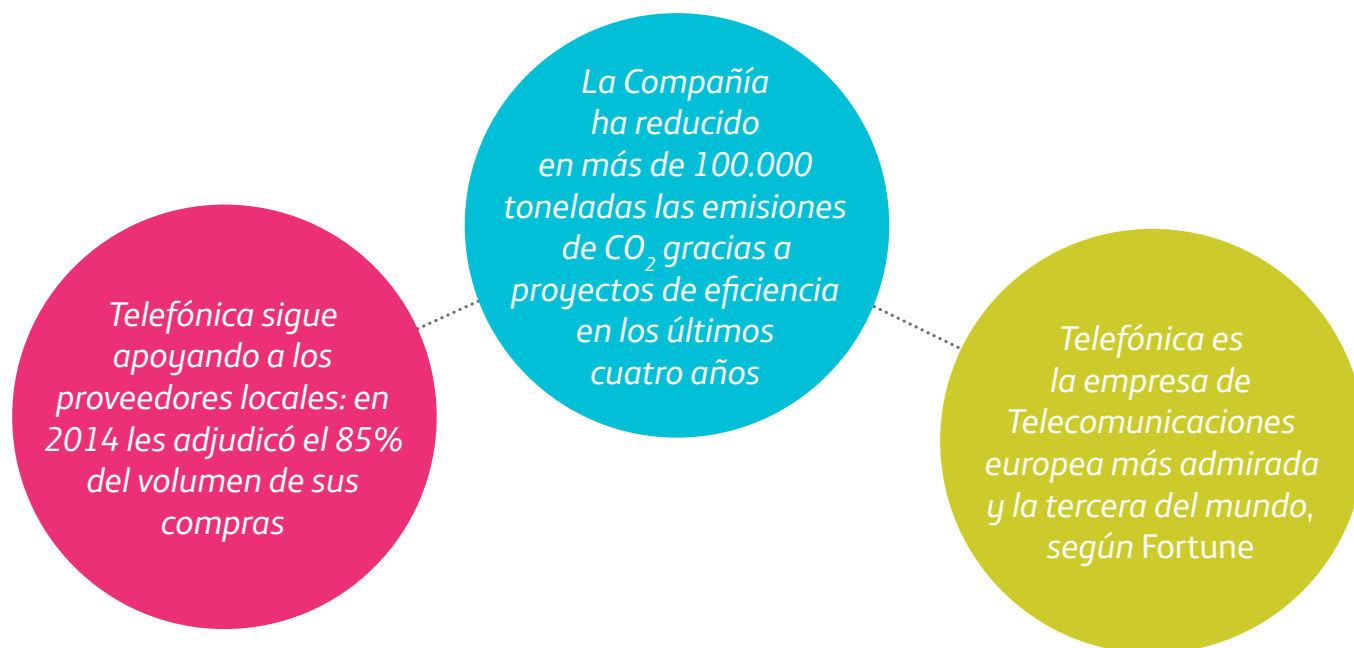
”

En Telefónica estamos convencidos de que la tecnología debería estar al alcance de todas las personas para que puedan SER MÁS. Por eso, queremos contribuir a que nuestra innovación tecnológica impacte en el desarrollo de la sociedad, la accesibilidad y la protección del medioambiente y, al mismo tiempo, generar productos y servicios más sostenibles para nuestros clientes.

En este Informe se abordan los avances y retos que Telefónica tiene en las tres dimensiones básicas de la sostenibilidad: económica, social y ambiental.

Por el lado del impacto económico, quiero destacar la innovación tecnológica de nuestros productos y servicios sostenibles, que van desde los productos Green hasta las Ciudades Inteligentes. En relación con nuestra cadena de suministro, desde Telefónica seguimos apoyando a los proveedores locales, a los que en 2014 adjudicamos el 85% del volumen de nuestras compras.

Telefónica, desde su Política de Privacidad aprobada por el Consejo de Administración, establece las bases de actuación que deben seguir las empresas del Grupo en la protección de la privacidad de todas aquellas personas que nos confían su información.



En el impacto social, destaca nuestro compromiso con la seguridad y salud laboral de nuestros empleados, donde un gran número de empresas españolas del Grupo Telefónica han obtenido la certificación de seguridad y salud según el estándar OHSAS 18001. Asimismo, déjeme que destaque nuestra firme apuesta por la educación digital, una palanca clave para el desarrollo de las personas y de las sociedades en su conjunto. Además, tenemos en marcha diferentes iniciativas como Talentum, Telefónica Futuro Abierto... que impulsan el empleo juvenil y han facilitado la incorporación de 9.047 jóvenes menores de 30 años a nuestra Compañía.

En relación con el buen uso de Internet, lanzamos en Movistar el portal interactivo Familia Digital, que recoge buenas prácticas y permite intercambiar experiencias a los padres y profesores. En paralelo hemos puesto en marcha proyectos de innovación sostenible como el Reto Ability, desarrollado por Telefónica Futuro Abierto, para promover la innovación en accesibilidad.

Por último, en referencia al medio ambiente, Telefónica viene trabajando desde hace años en reducir el impacto de nuestra actividad y a la vez trabajar en la búsqueda de soluciones a los retos ambientales desde la tecnología digital. Así, gracias a nuestros objetivos de energía y emisiones hemos reducido más de 100.000 toneladas de emisiones de CO<sub>2</sub> en base a proyectos de eficiencia en los últimos cuatro años. Los servicios M2M y Ciudades Inteligentes, en los que hemos crecido un 40% en el último año, están ofreciendo ya resultados tangibles de mejora ambiental a otros sectores.

Desde Telefónica consideramos muy importante ofrecer a los grupos de interés que se relacionan con nuestra Compañía una información exhaustiva de la evolución de los temas más relevantes a través de nuestras políticas de sostenibilidad bajo los criterios de publicación estándares, como son GRI y el Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Todo ello ha permitido que, en 2014, nuestra Compañía sea la empresa de Telecomunicaciones europea más admirada y la tercera en el mundo, según la revista *Fortune*; se sitúe entre las cinco empresas de telecomunicaciones líderes en el *Carbon Disclosure Project* y continúe siendo una de las compañías mejor valoradas por los analistas especializados, formando parte del *Dow Jones Sustainability Index Europe*, FTSE4Good, *Sustainalytics* y MSCI, entre otros.

Déjeme recordarles que Telefónica es actualmente un actor fundamental dentro del ecosistema digital y reafirma su sólido compromiso con la sostenibilidad como parte fundamental del negocio. Quisiera concluir agradeciendo el apoyo, la colaboración y el diálogo permanente con nuestros grupos de interés, que con sus opiniones y sugerencias nos han ayudado a conformar, año tras año, una empresa más sostenible.

Muchas gracias,

**César Alierta**  
Presidente Ejecutivo

# Mensaje

## del Presidente de Telefonía México

G4-1, G4-2, G4-3, G4-15



Presento a ustedes con gran orgullo nuestro Informe de Sostenibilidad Corporativa 2014, el cual contiene los resultados más importantes de la empresa en materia económica, social y ambiental.

Por décimo año, publicamos nuestro reporte como muestra de nuestro firme compromiso de transparencia con todos nuestros grupos de interés, así como de la gestión sostenible de Telefonía, reafirmando nuestro compromiso global con el desarrollo sostenible de todos los lugares en donde tenemos presencia y con los Diez Principios del Pacto Mundial de la Naciones Unidas. Asimismo, el presente informe se encuentra basado en los estándares de la Guía G4 para Informes de Sostenibilidad del *Global Reporting Initiative* y el estándar AA1000-AS, y cuenta con una verificación externa.

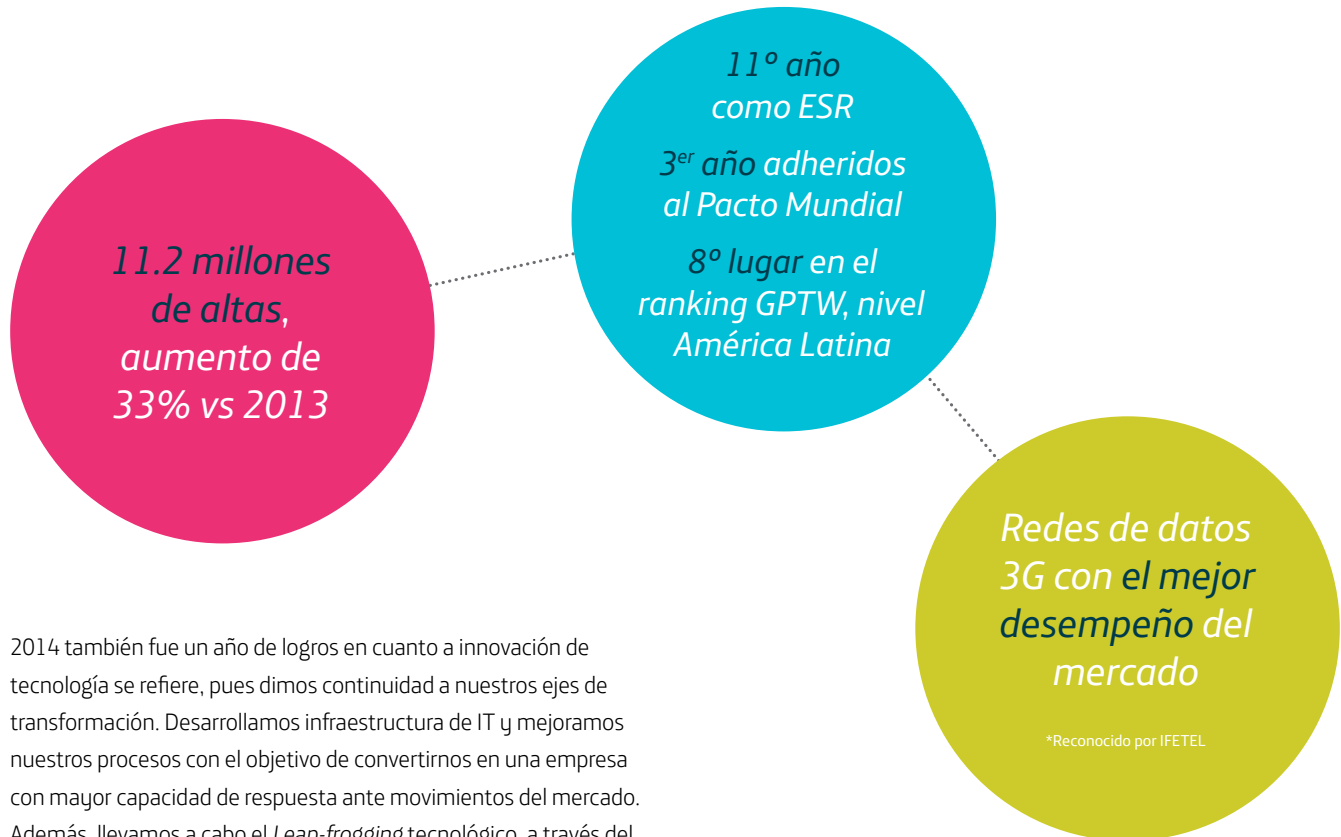
Con nuestra entrada al mercado mexicano hemos generado mayor competencia y beneficios económicos para el país. Esto se traduce en disminución de precios, mejores servicios y calidad y aumento de la inversión; así como en la creación de empleos directos e indirectos, inversión extranjera y de recaudación fiscal.

Durante 2014 el mercado de telecomunicaciones sufrió importantes modificaciones, las más importantes de ellas fueron la promulgación de las Leyes Secundarias en materia de telecomunicaciones y la entrada de un nuevo operador al mercado mexicano con la compra de dos competidores. Asimismo, los perfiles de consumo cambiaron, lo cual generará presión en las líneas tradicionales de ingresos de los operadores y propondrá el reto en la capacidad de red para atender la demanda de datos.

En Telefonía –siempre a la vanguardia– fuimos el primer operador en introducir ofertas ilimitadas de Voz y SMS a cualquier red, promoviendo la competencia basada en volumen de datos para los usuarios y aprovechando tarifas asimétricas de interconexión. Adicionalmente, desplegamos redes de datos 3G reconocidas como las de mejor desempeño y escalamos el despliegue de LTE a 23 mercados.

Con más de 23 millones de clientes, contamos con la red de mejor calidad y más rápida a nivel nacional. Tuvimos un nivel histórico de actividad comercial, con 11.08 millones de altas –un aumento del 20% contra 2013–. Logramos un incremento del 2.4% en nuestros ingresos, y el OIBDA creció de un 1.4% en 2013 a 2.2% en 2014. De esta manera, demostramos la respuesta positiva de nuestros clientes hacia nuestra estrategia de ofrecer el mejor servicio.





2014 también fue un año de logros en cuanto a innovación de tecnología se refiere, pues dimos continuidad a nuestros ejes de transformación. Desarrollamos infraestructura de IT y mejoramos nuestros procesos con el objetivo de convertirnos en una empresa con mayor capacidad de respuesta ante movimientos del mercado. Además, llevamos a cabo el *Leap-frogging* tecnológico, a través del cual aceleramos el despliegue de LTE y del programa de migración de usuarios a dicha red para optimizar nuestro Capex y utilización de recursos espectrales de la operación. Por último, comenzamos la compartición y apertura de redes, con el lanzamiento de operadores virtuales que utilizan nuestra red.

Estamos convencidos que para brindar el mejor servicio a nuestros clientes debemos crear valor en las comunidades en la que tenemos presencia. Por ello, operamos con un modelo de gestión sostenible y llevamos a cabo diversos programas sociales que impactan de manera positiva y permanente a la sociedad. Muestra de este compromiso es la obtención por onceavo año consecutivo del Distintivo de Empresa Socialmente Responsable, así como nuestra adhesión desde 2011 al Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

Reafirmando nuestra labor de años pasados, realizamos iniciativas de Sostenibilidad para apoyar a emprendedores a superarse. Algunas de ellas fueron la celebración del *Movistar Campus Party*, cuya finalidad es apoyar a emprendedores a desarrollar sus proyectos a través de maratones de negocios, conferencias, talleres y actividades. Este programa logró gran éxito, reuniendo a más de 10,000 participantes. Además, el acelerador de *startups* de Telefónica México –Wayra– continuó ayudando a los mejores emprendedores mexicanos a perfeccionar sus ideas para generar empresas exitosas, impulsando el desarrollo tecnológico.

Voluntarios Telefónica mantuvo su labor de crear valor humano en la comunidad y participar en actividades para el desarrollo de la población en general. Con este fin, se llevó a cabo una asociación con alumnos de la universidad TEC de Monterrey, y en conjunto se desarrolló una aplicación móvil –Mati-tec– con el objetivo de mejorar la educación básica de alumnos de escasos recursos.

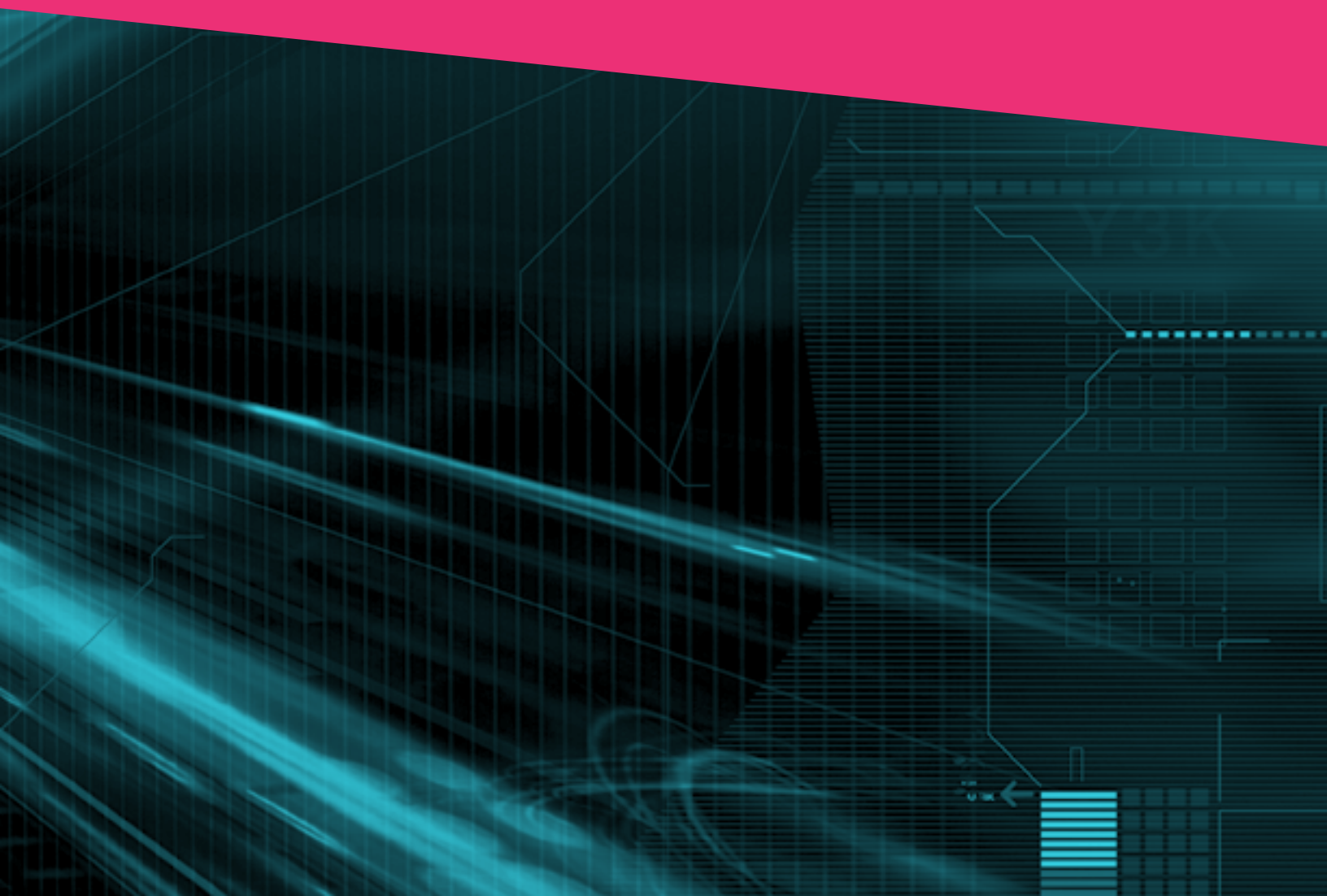
Ofrecemos cada vez más y mejores productos y servicios en telecomunicaciones para nuestros clientes, y a través de Fundación Telefónica, creamos valor social, económico y humano al mayor número de personas posible.

Quiero agradecer profundamente a nuestros casi 3,000 colaboradores y 600 proveedores, cuyo compromiso con Telefónica nos ha permitido obtener resultados sobresalientes durante 2014. Estoy seguro que a través de nuestro modelo de negocio sostenible y el apoyo incondicional de colaboradores, clientes y accionistas, triunfaremos en todos los proyectos que emprendamos.

**Francisco Gil Díaz**  
 Presidente de Telefónica México



Telefónica es...



# Perfil de la Compañía

G4-DMA DESEMPEÑO ECONÓMICO, COMUNIDADES LOCALES  
G4-4, G4-6, G4-EC1



Telefónica es una de las compañías de telecomunicaciones más grandes del mundo en términos de capitalización bursátil y número de clientes. La Compañía se está transformando en una Telco Digital, pues cuenta con las mejores redes fijas, móviles y de banda ancha, así como una oferta innovadora de servicios digitales. Esto le confiere una posición favorable para satisfacer las necesidades de sus clientes y capturar el crecimiento en nuevos ingresos.

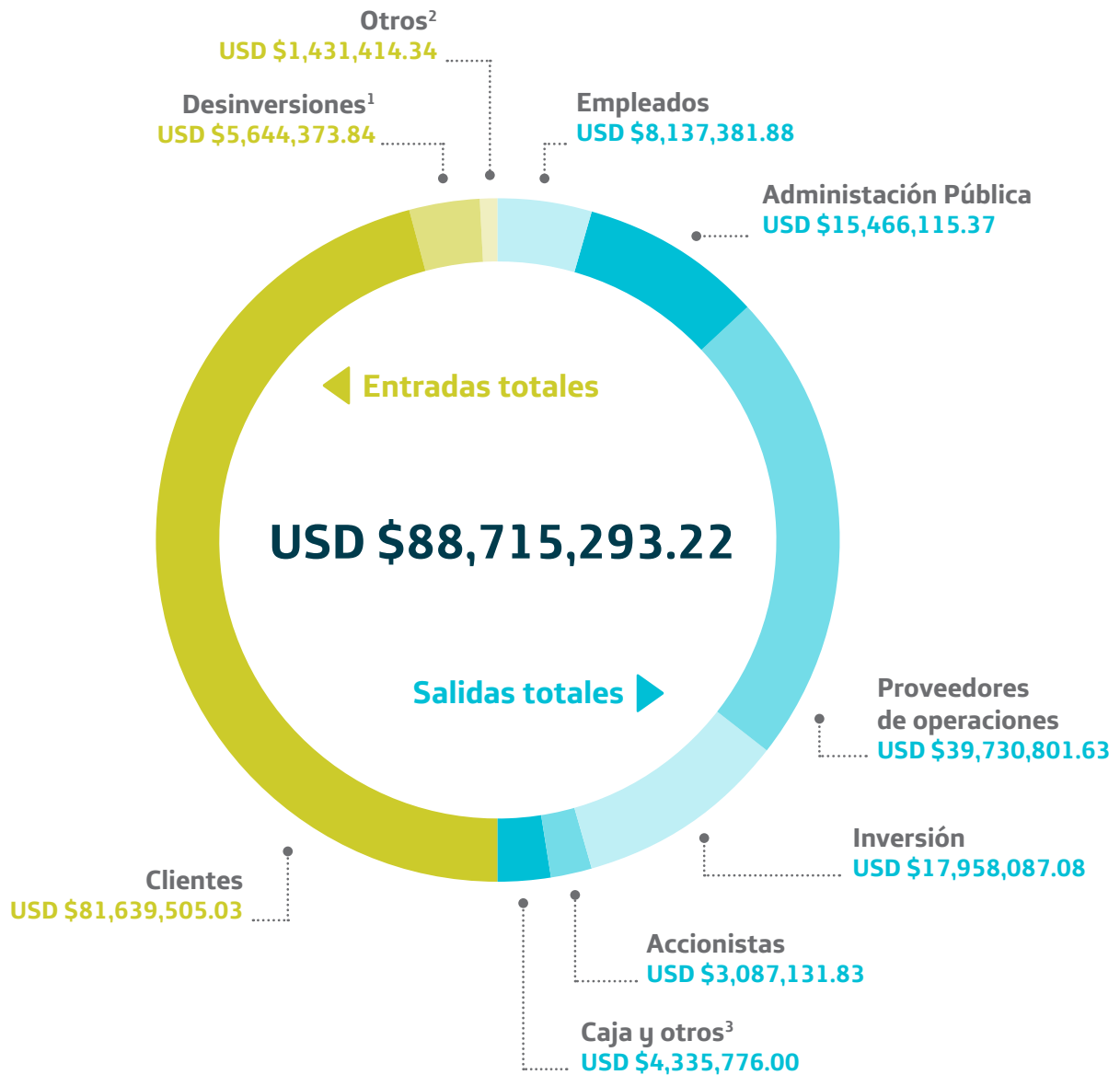
Al encontrarse en 17 países y al contar con una base de clientes de más de 340 millones de accesos, Telefónica tiene una fuerte presencia en Europa y Latinoamérica, donde concentra la mayor parte de su estrategia de crecimiento. Es una Compañía capaz de generar más de €50 mil millones en ingresos e invertir más de €9 mil millones en todos los países donde se ubica, por lo que se ha convertido en la segunda operadora a nivel mundial en inversión en Investigación y Desarrollo (I+D).

Sus marcas principales son: Movistar para España y Latinoamérica, a excepción de Brasil, Vivo en Brasil y O2 en Reino Unido y Alemania.

A través de la innovación tecnológica inherente a su modelo de negocio, Telefónica contribuye de manera significativa al desarrollo económico y social de las comunidades en las que opera. El Grupo ha logrado tener un buen desempeño sobreponiéndose a las dificultades del entorno, por lo que en 2014 el conjunto de ingresos de la Compañía ascendió a más de €65,000 millones –no solo por sus ingresos, sino también por sus desinversiones o las captaciones por ampliaciones de capital–. Tales ingresos han permitido realizar pagos a sus distintos *stakeholders* –locales y globales, públicos y privados, internos y externos a la Compañía– por un valor mayor al 0.5% del conjunto del PIB de los países en los que Telefónica trabaja.

# Cash flow social Telefónica S.A.

G4-7, G4-EC1



(1) Incluye cobros por desinversiones financieras permanentes.

(2) Incluye captaciones por ampliación de capital, operaciones de caja y cobros por dividendos a otras participadas.

(3) Incluye los flujos netos por operaciones de financiación y otras operaciones de caja.



# Telefónica en el mundo

G4-6, G4-8, G4-9, G4-EC1

## Contribución al progreso local

■ Ingresos ■ Aprovechados ■ Salarios ■ Aportaciones fiscales ■ Inversión

Todos los datos económicos en millones de euros

	Impacto económico	Ingresos / PIB (%)	Magnitudes	
España 2014				
Ingresos	<div><div></div></div> 12,209	1.2%	Empleados	35,006
Pagos	<div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> 2,936.9 2,646.4 3,074.0 1,732.0		Proveedores locales	1,706
			% compras locales	91.5%
			Accesos (miles)	41,202.7
Alemania 2014				
Ingresos	<div><div></div></div> 5,904	0.2%	Empleados	11,015
Pagos	<div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> 2,128.6 841.8 677.6 849.0		Proveedores locales	492
			% compras locales	60.97%
			Accesos (miles)	47,661.5
Reino Unido 2014				
Ingresos	<div><div></div></div> 7,021	0.4%	Empleados	7,904
Pagos	<div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> 3,466.9 592.2 507.9 755.0		Proveedores locales	350
			% compras locales	67.9%
			Accesos (miles)	24,726.4
Argentina 2014				
Ingresos	<div><div></div></div> 3,219	0.9%	Empleados	17,238
Pagos	<div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> 748.6 668.5 977.2 676.0		Proveedores locales	1,057
			% compras locales	86.8%
			Accesos (miles)	26,637.6
Brasil 2014				
Ingresos	<div><div></div></div> 11,373	0.7%	Empleados	20,567
Pagos	<div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> 2,648.0 1,108.9 5,009.6 2,933.0		Proveedores locales	2,030
			% compras locales	99.8%
			Accesos (miles)	95,554.5
Chile 2014				
Ingresos	<div><div></div></div> 2,087	1.0%	Empleados	4,686
Pagos	<div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> 651.8 217.9 220.2 429.0		Proveedores locales	660
			% compras locales	74.5%
			Accesos (miles)	13,893.8
Colombia 2014				
Ingresos	<div><div></div></div> 1,689	0.6%	Empleados	3,812
Pagos	<div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> 444.0 131.0 346.6 496.0		Proveedores locales	502
			% compras locales	74.9%
			Accesos (miles)	15,691.6

**Contribución al progreso local**

■ Ingresos ■ Aprovechados ■ Salarios ■ Aportaciones fiscales ■ Inversión

Todos los datos económicos, en millones de dólares

	Impacto económico	Ingresos / PIB (%)	Magnitudes
<b>Ecuador 2014</b>			
Ingresos	493	0.7%	Empleados 1,385
Pagos	121.5 53.8 81.3 102.0		Proveedores locales 294
			% compras locales 70.4%
			Accesos (miles) 5,055.6
<b>México 2014</b>			
Ingresos	1,652	0.2%	Empleados 2,967
Pagos	644.5 156.6 129.4 252.0		Proveedores locales 538
			% compras locales 89.2%
			Accesos (miles) 23,224.7
<b>Perú 2014</b>			
Ingresos	2,539	1.6%	Empleados 9,520
Pagos	663.3 368.4 587.7 421.0		Proveedores locales 1,051
			% compras locales 73.9%
			Accesos (miles) 21,976.8
<b>Uruguay 2014</b>			
Ingresos	236	0.6%	Empleados 601
Pagos	67.5 20.0 39.8 31.0		Proveedores locales 279
			% compras locales 33.0%
			Accesos (miles) 1,883.8
<b>Venezuela+Centroamérica 2014</b>			
Ingresos	1,421	0.3%	Empleados 7,437
Pagos	383.5 136.8 307.8 435.0		Proveedores locales 1,239
			% compras locales 90.2%
			Accesos (miles) 23,239.2



**50.377 M€**  
de ingresos conjuntos



**123.700 empleados**  
95% de contratos indefinidos



**2ª operadora europea**  
de ingresos conjuntos



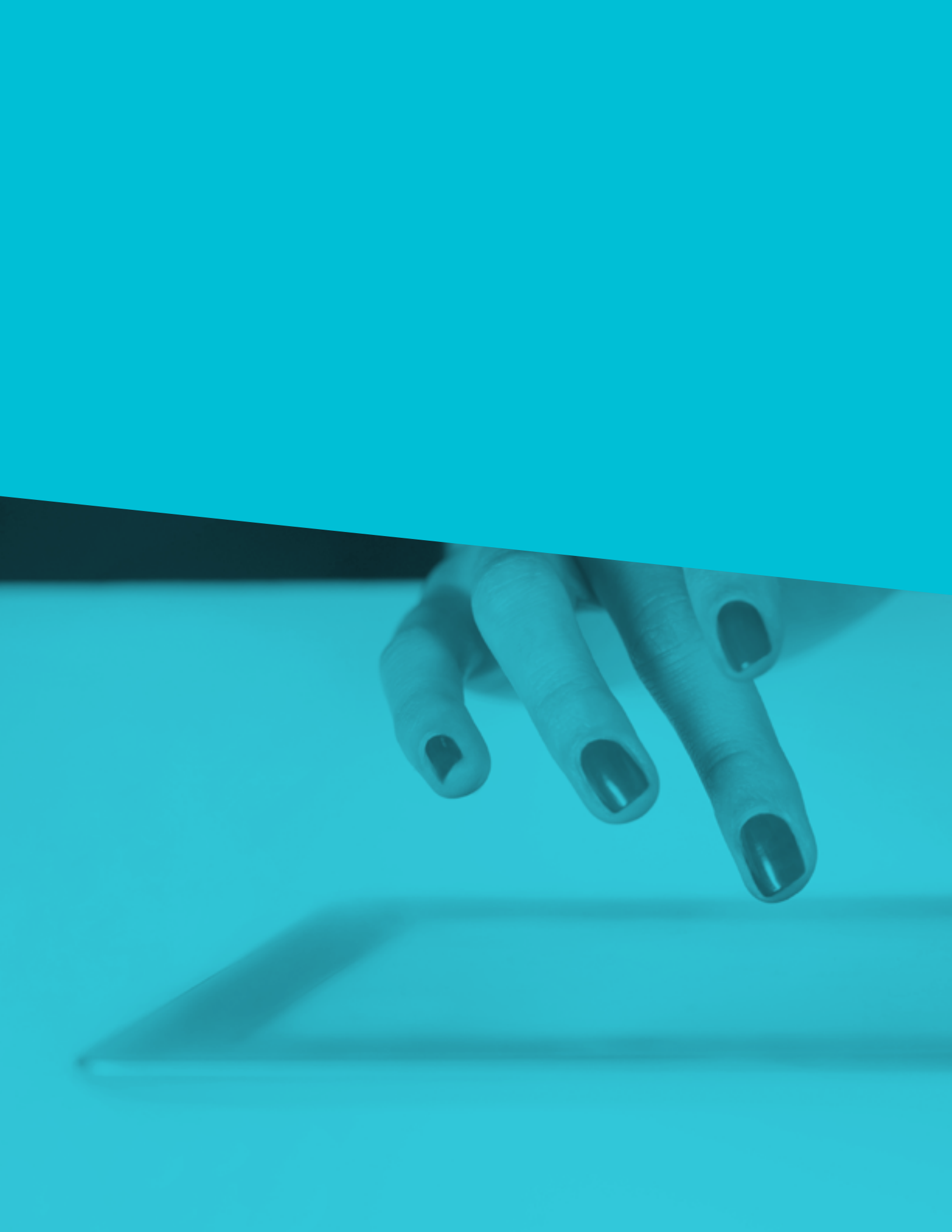
**9.448 M€**  
de inversión total



**341 millones**  
de accesos



**3ª operadora mundial**  
por inversión en I+D



# Acerca de este informe



# Principios

## para la elaboración del informe

G4-17, G4-18, G4-28, G4-30, G4-32, G4-33



El Informe de Sostenibilidad Corporativa en su novena edición –que incluye datos de enero a diciembre de 2014– fue elaborado con base en los lineamientos de la Guía G4 para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad del *Global Reporting Initiative* (GRI) y reporta lo ocurrido en Telefónica México durante el año en materia económica, social y ambiental, a menos que se indique lo contrario. Para este informe, se ha elegido la opción <de conformidad> Esencial, dando respuesta a indicadores de los aspectos materiales. Asimismo, como muestra de nuestro compromiso con la transparencia, el contenido del documento ha sido revisado externamente por EY.

Para clarificar el alcance de la información aquí reportada, distinguimos las siguientes términos: Compañía, Grupo y Corporativo hacen referencia al alcance mundial de la empresa, mientras que Telefónica o empresa describen las acciones de la filial en México, y Movistar corresponde a la marca comercial con la que opera sus servicios.

En cuanto a la información de Talento se refiere, los datos incluyen las acciones de Telefónica en México. Al referirse a Telefónica México se incluye a: Telefonía Móvil - Grupo T. Móviles México-, Media Networks México, T. Ing. Seguridad México, Peyade México, Grupo Terra México Hold, Fisatel México, Telefónica On The Spot soluciones digitales y TGT México. En aquellos casos en los que el indicador reportado no incluye a todas estas compañías se especifica.



Los indicadores reportados incluyen también mediciones de la propia Compañía, las cuales concuerdan con los focos de gestión de la empresa, lo que permite que a través de este documento se pueda conocer tanto la gestión del Grupo como de la empresa en México, incluyendo los principales logros de Fundación Telefónica y de Wayra en el país. La información mostrada a lo largo de este documento ha sido determinada con base en los Principios de elaboración de memorias de la Guía utilizada. Éstos se aplicaron de la siguiente manera:

## Principios para determinar el contenido

**Participación de los grupos de interés.** Mantenemos una constante comunicación con nuestros grupos de interés, con lo cual somos capaces de dar respuesta a sus expectativas. Nuestro informe está dirigido a nuestros *stakeholders*, mostrando los temas más relevantes para ellos.

**Contexto de Sostenibilidad.** Nos esforzamos por tener un desempeño sostenible más allá de nuestras operaciones. Buscamos el desarrollo y progreso de las comunidades en las que tenemos presencia y generamos valor económico, social y ambiental a lo largo de nuestra cadena de valor.

**Materialidad.** Llevamos a cabo un exhaustivo estudio de materialidad para identificar los temas significativos que influyen en nuestros grupos de interés y los aspectos materiales para Telefónica México.

**Exhaustividad.** Reportamos nuestros aspectos materiales y su cobertura de manera integral para reflejar sus efectos significativos y que nuestros grupos de interés logren evaluar el desempeño económico, social y ambiental de Telefónica México de forma satisfactoria.

## Principios para determinar la calidad

**Equilibrio.** Reportamos de igual manera nuestros resultados positivos como los negativos, logrando una visión equitativa del desempeño de la Compañía.

**Comparabilidad.** Todos los datos reportados son consistentes para facilitar su análisis y evolución por parte de los grupos de interés.

**Precisión.** Presentamos información cualitativa y cuantitativa de forma detallada para que nuestro desempeño sea completamente entendible. Indicamos a lo largo del informe los distintos métodos de medición de datos, así como cualquier indicación específica para la obtención de los mismos.

**Puntualidad.** Publicamos nuestro informe anual en el primer semestre del año siguiente con el objeto de que nuestros grupos de interés puedan tomar decisiones informadas respecto a Telefónica México.

**Claridad.** La información brindada se expone de forma clara y accesible. Ésta es entendible y de fácil acceso para los grupos de interés.

**Fiabilidad.** Se presenta la metodología y resultados del estudio de materialidad para comprobar la validez de la información presentada. Además, la firma EY ha revisado el contenido para garantizar su veracidad.

A lo largo de este informe se incluyen enlaces a distintos contenidos que proporcionan mayor desglose sobre determinados asuntos aquí tratados. No obstante, la información en estos links no forma parte integral del presente documento.





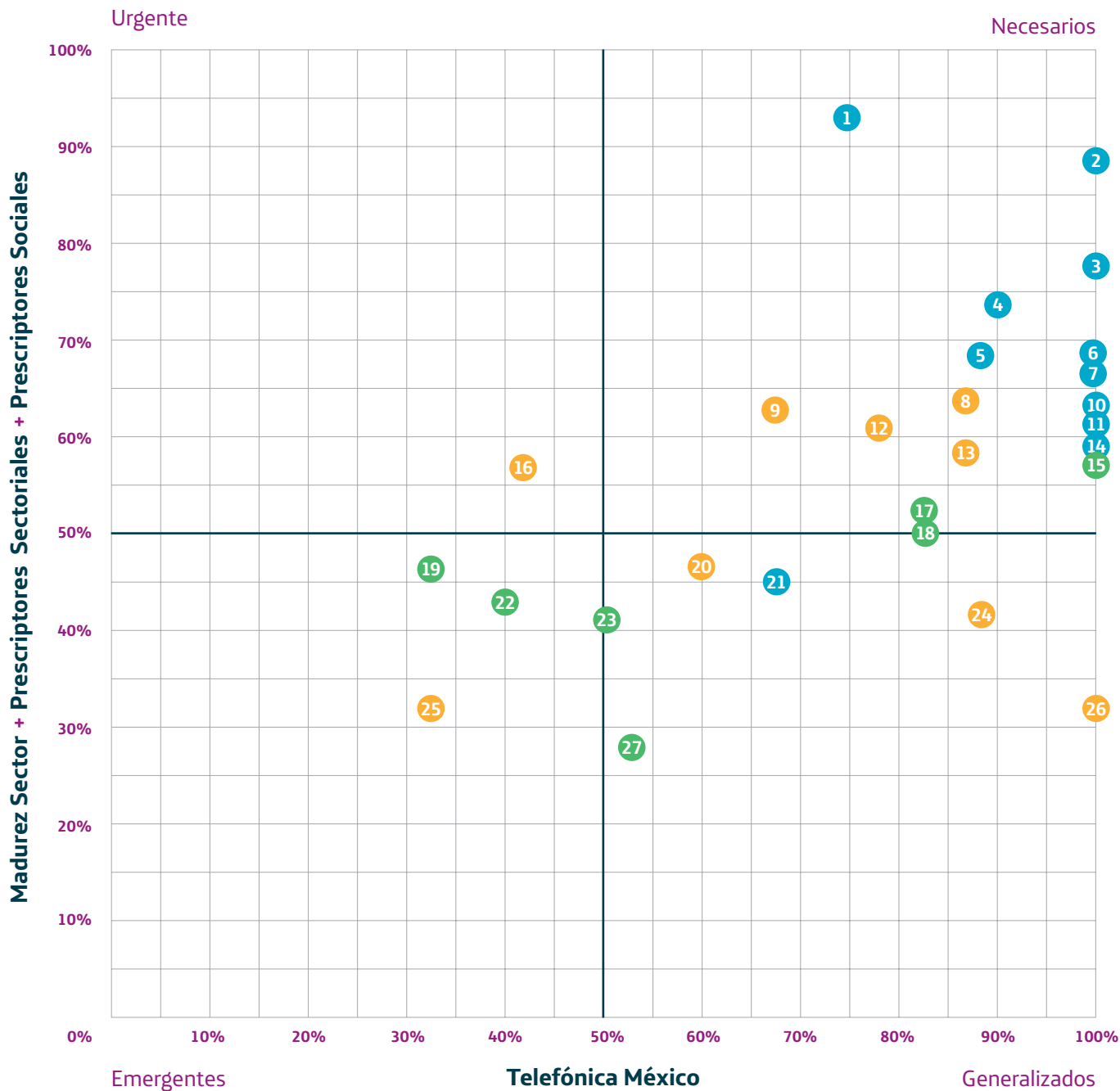
# Materialidad

G4-18, G4-19

En seguimiento a nuestro firme compromiso con la transparencia, la mejora continua y el fortalecimiento de los lazos con nuestros grupos de interés, durante 2014 llevamos a cabo una exhaustiva revisión de nuestro estudio de materialidad, a fin de complementarlo con la consultoría especializada en responsabilidad social milenio3genera, para validar los aspectos materiales que son de suma relevancia en cuestiones de impacto, tanto dentro como fuera de Telefónica México, mismos que son reportados en nuestro Informe de Sostenibilidad Corporativa 2014.

La metodología consistió en el análisis de los riesgos sectorial y social en la industria de las Telecomunicaciones, tomando como referencia la madurez del sector y los requerimientos de prescriptores sectoriales y sociales, en materias ética, social, económica y ambiental. Posteriormente, determinamos el status de reporte en el que se encuentra nuestra Compañía, con respecto al sector y a los requerimientos de los prescriptores, teniendo como alcance nuestras operaciones en México.

De esta manera, establecimos los temas relevantes para la empresa, mismos que fueron revisados y traducidos a aspectos materiales establecidos por la Guía G4 del GRI.



- 1 Privacidad

2 Operaciones

3 Gestión de clientes

4 Desarrollo de productos

5 Gestión RSC

6 Ética

7 Gestión de marca

8 Atracción de talento

9 Comunidades
- 10 Corrupción

11 Gestión de riesgos

12 Relación GIS

13 Desarrollo capital humano

14 Temas financieros

15 Políticas ambientales

16 Prácticas laborales

17 Ecoeficiencia energética

18 Gestión de residuos
- 19 Biodiversidad

20 Derechos humanos

21 Gobierno corporativo

22 Gestión de recursos hídricos

23 Materiales

24 Proveedores

25 Seguridad y salud

26 Satisfacción empleados

27 Cambio climático




Aspectos Materiales según sector	Aspectos Materiales G4 GRI
Privacidad	Privacidad de los clientes
	Cumplimiento regulatorio
Operaciones	Perfil de la organización
	Empleo
Gestión de relaciones con clientes	Salud y seguridad de los clientes
	Etiquetado de los productos y servicios
	Participación de los grupos de interés
Desarrollo de productos y servicios / responsabilidad sobre productos	Salud y seguridad de los clientes
	Etiquetado de los productos y servicios
	Comunicaciones de mercadotecnia
	Privacidad de los clientes
	Cumplimiento regulatorio
Ética e integridad	Perfil de la organización
	Ética e integridad
	Participación en iniciativas externas
Gestión de la RSC	Gobierno
Gestión de la marca	Perfil de la organización
Atracción de talento	Perfil de la organización
	Desempeño económico
	Empleo
	Capacitación y educación
Impactos sociales en comunidades	Comunidades locales
	Desempeño económico
	Consecuencias económicas indirectas
Corrupción / Soborno / Transparencia	Ética e integridad
	Desempeño económico
	Lucha contra la corrupción
	Política pública
	Prácticas de competencia desleal
	Mecanismos de reclamación por impacto social
	Mecanismos de reclamación ambiental
	Mecanismos de reclamación sobre prácticas laborales
	Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos







Aspectos Materiales según sector	Aspectos Materiales G4 GRI
Políticas ambientales / sistema de gestión medioambiental	Productos y servicios
	Cumplimiento regulatorio
	General
	Evaluación ambiental de los proveedores
Gestión de riesgos	Estrategia y análisis
	Participación en iniciativas externas
	Gobierno
	Desempeño económico
Relacionamiento con grupos de interés	Participación de los grupos de interés
	Gobierno
Temas financieros	Perfil de la organización
	Desempeño económico
Desarrollo de Capital Humano	Capacitación y educación
	Inversión
Prácticas laborales	Perfil de la organización
	Gobierno
	No discriminación
	Libertad de asociación y negociación colectiva
	Trabajo infantil
	Trabajo forzoso
	Derechos de la población indígena
	Relaciones entre los trabajadores y la dirección
	Diversidad e igualdad de oportunidades
	Igualdad de retribución entre mujeres y hombres
	Mecanismos de reclamación sobre prácticas laborales
Ecoeficiencia energética	Energía
Gestión de residuos	Efluentes y residuos



G4-20, G4-21

Todos los aspectos anteriores son materiales para todas las operaciones de Telefónica México, y se encuentran identificados en color rosa a lo largo de este documento. Los límites para cada uno se encuentran establecidos en la siguiente tabla.

-  Material dentro y fuera de Telefónica México
-  Material dentro de Telefónica México
-  Material fuera de Telefónica México

Aspectos Materiales G4 GRI		Límite
Desempeño económico		Colaboradores, clientes, aliados, organizaciones sectoriales, academia
Consecuencias económicas indirectas		Clientes, aliados, organizaciones no gubernamentales, academia
Energía		Colaboradores, aliados, clientes, organizaciones no gubernamentales, organismos gubernamentales
Efluentes y residuos		Colaboradores, aliados, clientes, organizaciones no gubernamentales, organismos gubernamentales
Productos y servicios		Colaboradores, aliados, clientes, organizaciones no gubernamentales, organismos gubernamentales, academia
Cumplimiento regulatorio (ambiental)		Colaboradores, aliados, organizaciones no gubernamentales, organismos gubernamentales, academia
General		Organizaciones no gubernamentales, organismos gubernamentales, academia
Evaluación ambiental de los proveedores		Aliados, organizaciones no gubernamentales, organismos gubernamentales
Mecanismos de reclamación ambiental		Clientes, organizaciones no gubernamentales, organismos gubernamentales, aliados
Empleo		Colaboradores
Relaciones entre los trabajadores y la dirección		Colaboradores
Capacitación y educación		Colaboradores
Diversidad e igualdad de oportunidades		Colaboradores, aliados
Igualdad de retribución entre mujeres y hombres		Colaboradores, aliados, organizaciones no gubernamentales, organismos gubernamentales
Mecanismos de reclamación sobre prácticas laborales		Colaboradores, clientes, aliados, organismos gubernamentales

Aspectos Materiales G4 GRI	Límite
Inversión	● Colaboradores, aliados, organizaciones no gubernamentales
No discriminación	● Colaboradores, clientes, aliados, organismos gubernamentales, organizaciones no gubernamentales, academia
Libertad de asociación y negociación colectiva	● Colaboradores, aliados, organismos gubernamentales
Trabajo infantil	● Colaboradores, aliados, clientes, organismos gubernamentales, organizaciones no gubernamentales
Trabajo forzoso	● Colaboradores, aliados, clientes, organismos gubernamentales, organizaciones no gubernamentales
Derechos de la población indígena	● Colaboradores, aliados, clientes, organismos gubernamentales, organizaciones no gubernamentales
Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos	● Colaboradores, aliados, clientes, organismos gubernamentales, organizaciones no gubernamentales
Comunidades locales	● Academia, organismos gubernamentales, organizaciones no gubernamentales,
Lucha contra la corrupción	● Colaboradores, aliados, clientes, organizaciones no gubernamentales, organismos gubernamentales, academia, organizaciones sectoriales
Política pública	● Academia, organizaciones sectoriales, organismos gubernamentales, clientes
Prácticas de competencia desleal	● Academia, organizaciones sectoriales, organismos gubernamentales, aliados, clientes
Mecanismos de reclamación por impacto social	● Colaboradores, clientes, aliados, organismos gubernamentales, organizaciones sectoriales, organizaciones no gubernamentales
Salud y seguridad de los clientes	● Colaboradores, clientes, organismos gubernamentales, organizaciones sectoriales
Etiquetado de los productos y servicios	● Clientes, organismos gubernamentales, academia
Comunicaciones de mercadotecnia	● Academia, clientes, organizaciones sectoriales, organismos gubernamentales
Privacidad de los clientes	● Colaboradores, clientes, aliados, organismos gubernamentales
Cumplimiento regulatorio	● Academia, organismos gubernamentales, colaboradores, clientes, aliados, organizaciones sectoriales



# Modelo de Sostenibilidad en Telefónica



# Visión

## y estrategia de Sostenibilidad



**Visión**  
*Tecnología al  
alcance de todos,  
para hacer más,  
vivir mejor  
y ser más*

Con el fin de hacer realidad esta visión, atendemos los requerimientos de todos nuestros grupos de interés. Para ello, nuestro reto es transformarnos en una Telco Digital que lidere este nuevo escenario donde todas las personas puedan aprovechar tecnología de vanguardia para mejorar su calidad de vida. Para lograrlo, nuestros objetivos de Sostenibilidad deben alinearse completamente a los procesos y metas del negocio.

Nuestro modelo de actuación se basa en tres niveles de compromiso que cubren la totalidad de la cadena de valor de la Compañía:

**Cumplimiento y gestión de riesgos:** garantizamos el cumplimiento de nuestro marco regulatorio internacional, nacional y local, coordinándolo a nivel corporativo y llevando una adecuada gestión de riesgos.

**Productividad responsable:** trabajamos para mejorar nuestra productividad incorporando criterios de sostenibilidad de forma transversal a todos nuestros procesos en la empresa.

**Sostenibilidad como recurso de crecimiento:** contribuimos a que el entorno digital sea cada vez más abierto y seguro; nos esforzamos en lograr que la tecnología se encuentre al alcance de todos, promoviendo su accesibilidad geográfica, social y personal.



## Estructura de la Sostenibilidad

G4-48

A nivel global, el máximo responsable de la Sostenibilidad en la Compañía es el Consejo de Administración, a través de su Comisión de Asuntos Institucionales, cuya misión es aprobar y hacer el seguimiento del Plan Corporativo de Sostenibilidad. A nivel ejecutivo, la Dirección Global de Ética Corporativa y Sostenibilidad es responsable de proponer y coordinar la estrategia en materia de sostenibilidad. Ésta reporta directamente a la Dirección Global de Asuntos Públicos y Regulación. Esta última recibe los reportes de todos los responsables de Sostenibilidad en los países donde Telefónica tiene operaciones.

En México, la Gerencia de Responsabilidad Corporativa y Medio Ambiente reporta directamente a la Vicepresidencia de Regulación y Relaciones Institucionales y, periódicamente, muestra sus avances más relevantes a la Presidencia. Es esta Vicepresidencia quien plantea los asuntos más significativos al Comité de Dirección.



# Telefónica, motor de progreso

G4-4, G4-8



Telefónica arribó a México en 2001. Desde entonces, hemos participado y competido en el mercado nacional de telecomunicaciones con una oferta de productos y servicios innovadores de la más alta calidad, destacando por la cercanía con nuestros clientes. Contamos con más de 23.2 millones de clientes.

Con el reciente lanzamiento de la nueva red 4GLTE (*Long Term Evolution*). Actualmente, ofrecemos servicios de telecomunicaciones para particulares, negocios y empresas; contamos con 226 Centros de Atención a Clientes (CAC) y 12 nuevas *Smart Store* a nivel nacional, así como con tres Centros de Experiencia Movistar, ubicados en Puebla, Guadalajara y Ciudad de México.

## Telefónica está presente en México a través de:

- **Movistar:** marca comercial que ofrece los servicios de comunicación de telefonía móvil, fija e Internet.
- **Terra:** marca comercial que proporciona la oferta de servicios interactivos y contenidos en Internet.
- **TIS (Telefónica Ingeniería de Seguridad):** filial que ofrece servicios de seguridad de la información y protección contra incendios.

G4-17

- **Fundación Telefónica:** articula la acción social de la Compañía y desarrolla sus actividades en tres líneas de actuación –Acceso a la Educación, Calidad Educativa y Acceso al Conocimiento, además de la gestión de los Voluntarios Telefónica–. Fundación Telefónica opera como ejecutora de sus propios proyectos. Recibe recursos directamente desde la matriz corporativa de Fundación Telefónica España, cuyos estados financieros no tienen relación con los de Telefónica en México.
- **Wayra:** su objetivo es fomentar la cultura emprendedora y digital; es parte de Telefónica *Open Future* (Grupo Telefónica).

G4-DMA DESEMPEÑO ECONÓMICO

En México, Telefónica asume su responsabilidad con la distribución de su riqueza, evidenciando el compromiso con sus diferentes grupos de interés de conformidad con la gestión de sus activos.



\*Cifras en millones de dólares

# La interacción con los grupos de interés

G4-24, G4-25, G4-26, G4-27



La creación de valor para todos aquellos implicados en el funcionamiento de Telefónica es fundamental para establecer objetivos comunes y afrontar los complejos problemas que afectan a nuestra empresa y al entorno en el que nos desarrollamos, de manera directa o indirecta. Para ello, el diálogo con los diferentes grupos de interés es fundamental, a fin de conocer sus expectativas, necesidades y prioridades.

Como parte de nuestro compromiso con el país, la juventud y el emprendimiento social, los canales corporativos en Telefónica generan comunicación con el objetivo de posicionar a nuestra empresa en Internet y redes sociales como modelo de una Telco Digital, innovación y responsabilidad social. Las redes sociales soportan el contenido audiovisual para nuestros grupos de interés.

Contamos con un sitio web corporativo –[www.telefonica.com.mx](http://www.telefonica.com.mx)– en el cual informamos a nuestros grupos de interés acerca de nuestros resultados financieros, lanzamientos de nuevos productos y/o servicios comerciales, acuerdos corporativos, entre otros temas de interés. A través de ésta damos respuesta a las inquietudes en temas corporativos, mientras que direccionamos las cuestiones comerciales a los canales correspondientes.

**25,000 visitas mensuales**  
en promedio a nuestro website

## Campañas 2014 difundidas por redes sociales

**MOVILFORUM 2014.** "Empresas digitales, ciudadanos conectados". En este foro promovimos la colaboración de Telefónica con la comunidad empresarial y la administración pública para el desarrollo de soluciones digitales en toda América Latina. 5'700,000 impresiones en Twitter.

**LANG LANG.** A través de esta iniciativa, tres jóvenes artistas mexicanos compartieron el escenario con el reconocido pianista chino Lang Lang, en Bellas Artes. 18'900,000 impresiones en Twitter.

@TelefonicaMX – **Twitter**  
(36,000 followers),  
**Facebook** (7,862 likes)  
y **Youtube**



G4-24

## Clientes

Con el objetivo de conocer la experiencia de nuestros clientes con respecto a nuestros servicios y atención, contamos con diversos canales de diálogo en el momento de la venta y a través de los servicios de atención al cliente, del seguimiento de la satisfacción, estudios de mercado, foros de debate, áreas de encuentro y redes sociales.

## Colaboradores

Para mantener involucrados, informados y motivados a nuestros colaboradores, en Telefónica nos esforzamos por crear un vínculo cercano con ellos, a través de diferentes iniciativas.



## Paraguas de comunicación



El programa corporativo *Be More\_* establece los lineamientos para la correcta comunicación. Se enfoca en transmitir la visión, idea de marca, valores y estrategia de Telefónica, elementos que contribuyen a motivar y fortalecer el compromiso de nuestros colaboradores para alcanzar los objetivos del negocio.

Anualmente, los colaboradores evalúan nuestros medios de comunicación. Los datos obtenidos nos permiten identificar las áreas de oportunidad y medir el nivel de satisfacción en el servicio que brinda Comunicación Interna a las diferentes áreas de la empresa a nivel nacional, para así lograr una comunicación efectiva.

Los medios de comunicación que utilizamos para transmitir la cultura organizacional y compartir mensajes clave son: comunicados internos, compendios semanales en boletín electrónico, pantallas de plasma en los pasillos y elevadores de las oficinas corporativas, las revistas internas Somos México –revista digital que incluye hitos de Telefónica México; en 2014 incluimos entrevistas a colaboradores acerca de temas relevantes– y Somos Telefónica –revista interna global editada desde España que contiene lo más relevante de Telefónica Hispanoamérica–, Intranet, El Diario Telefónica, Yammer –nuestra red social corporativa–, campañas internas y el boletín Aliados –distribuido bimestralmente a nuestros proveedores aliados–.



## ***Campañas internas principales de 2014:***

Be More\_, Principios de Actuación,  
Pórtate bien, Feel good, Smart D, Yo  
voy ¿tú vas? y Campus Party



## Círculos de Expresión

Espacios diseñados para que los colaboradores se expresen y lleguen a acuerdos para mejorar el clima laboral y temas específicos para optimizar la productividad y comunicación.

Los temas más relevantes que se difundieron a colaboradores durante 2014 fueron relativos al negocio –resultados, alianzas–, beneficios –descuentos, vacunas y salud–, capital humano –cumplimiento, pago de bono, aguinaldo, cambios en estructura–, estrategia –dirección de Telefónica– y seguridad de la información y en oficinas.

A través de diversos medios como encuentros presenciales o encuestas periódicas a todos nuestros colaboradores, en los que figuran preguntas específicas sobre materias de Sostenibilidad, escuchamos las inquietudes, necesidades y satisfacciones de nuestros colaboradores. Estos canales se describen detalladamente en el capítulo de Talento.

## Proveedores

Interactuamos con los proveedores por medio de las evaluaciones incluidas dentro de nuestros sistemas de calidad, el teléfono de contacto y el Portal del proveedor.

Informamos de manera trimestral a los proveedores aliados por medio de un boletín, el cual nos permite mantener una comunicación cercana con ellos y sus colaboradores. Este documento está constituido por cuatro secciones:

- Mejores prácticas; cualquier proveedor tiene la oportunidad de compartir prácticas responsables
- Oferta Comercial vigente de Movistar
- Información de Gestión de Terceros; damos a conocer información importante para nuestra cadena de suministro
- Información general y de interés público

## Organizaciones sectoriales

### G4-DMA POLÍTICA PÚBLICA (GENERAL Y ESPECÍFICO)

Este año elaboramos el [Manifiesto Digital](#) con el objetivo de impulsar un diálogo entre la industria, los reguladores, el gobierno y los ciudadanos para lograr un uso más abierto y confiable de Internet para todos los usuarios. Este Manifiesto estableció un Decálogo de Recomendaciones para mejorar la experiencia de los clientes en Internet y permitir mayores inversiones en infraestructuras digitales.

.....

*En 2014 presentamos el **Manifiesto Digital** frente a autoridades, líderes digitales, academia y medios de comunicación*

.....

### G4-16

Con el objetivo de impulsar las mejores propuestas para el progreso del sector e inversiones, pertenecemos a diversas Cámaras y Asociaciones.

### Asociación Nacional de Telecomunicaciones (ANATEL).

Representa un foro de discusión que reúne a operadores, fabricantes y empresas del sector de Telecomunicaciones; sirve como intermediario con actores políticos, organismos e instituciones públicas.

### Cámara Nacional de la Industria Electrónica, Telecomunicaciones y de las Tecnologías de la Información (CANIETI).

Junta a empresas que buscan y trabajan por el crecimiento y consolidación del sector en México, así como el fomento en el desarrollo económico del mismo.

### XXXV Convención Nacional Anual CANIETI.

Participamos en esta convención celebrada el 19 de junio en la Ciudad de México, que se denominó "Innovación y Tecnologías Disruptivas para transformar nuestra Industria de Península a Península".

### Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI).

Constituye una de las asociaciones de referencia en lo que a Internet y Tecnologías de la Información en el país se refiere.

**Día de Internet 2014.** El 16 de mayo, la AMIPCI y el gobierno mexicano celebraron el Día Mundial de Internet, con la presencia de conferencistas internacionales. El tema del evento fue “Un México Digital para el Desarrollo Sostenible”.

**World Information Technology and Services Alliance (WITSA).** Esta asociación celebró el *World Congress on Information Technology* en Guadalajara, Jalisco, del 29 de septiembre al 1º de octubre. Con la participación de delegados de 73 países, se trataron temas relacionados con el impacto de las Tecnologías de la Información y Comunicación, buscando la colaboración global para aprovechar las oportunidades que brinda la Revolución Digital.

## Organismos gubernamentales

Para el sector de Telecomunicaciones, establecer un diálogo con los diferentes órganos e instancias gubernamentales es importante buscar el mejor impacto de las tecnologías en la población y en el desarrollo del país.

**Foro Internacional de la Reforma en Telecomunicaciones.** El 4 de septiembre participamos en este foro donde se dieron a conocer los cambios estructurales que se establecieron en la Reforma de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. Algunos de ellos fueron las mejoras en las condiciones para la inversión extranjera directa, la ampliación de los derechos fundamentales de los ciudadanos y el nuevo diseño institucional con la creación del Instituto Federal de Telecomunicaciones como órgano constitucional autónomo.

## Organizaciones no gubernamentales

Hemos colaborado en el fomento de la responsabilidad corporativa mediante el Pacto Mundial Red México, iniciativa de la Organización de las Naciones Unidas mediante el cual las empresas voluntariamente se comprometen a cumplir diez principios universalmente aceptados y divididos en cuatro áreas temáticas: derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción.

Somos parte activa de la red mexicana del Pacto Mundial desde 2011 y de su Comité Ejecutivo desde 2012.

Estamos involucrados en el desarrollo del entorno social a través de la colaboración con el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi). Por ello, desde 2012 formamos parte de su Comité Asesor de RSE.

Además, en la actividad diaria, establecemos sinergias con diferentes organizaciones, tales como el Consejo Nacional de Alianzas Educativas, Diseña el Cambio, Aledusad, Inoma, Ririki, *Save the Children* México y Fundación Dibujar un Mañana.

## Academia

Nos relacionamos de forma continua con el sector Academia para mantenernos a la vanguardia, innovando de manera constante y fortaleciendo el vínculo con los estudiantes más talentosos del país. Así, establecemos una estrecha relación con universidades, a fin de ofrecer a los jóvenes una oportunidad de desarrollo y garantizar contar con el mejor talento.

### ETECOM 2014, Estímulo Telefónica a la Comunicación.

Concurso que reconoce la excelencia de los mejores trabajos que presentan los estudiantes de comunicación y periodismo. Con él, buscamos estimular la competitividad en los futuros profesionales en sus actividades. Las categorías de la edición 2014 fueron Prensa digital, Radio, Prensa escrita, Audiovisual y Fotografía. Se registraron 119 alumnos, 92 trabajos y 17 universidades; y se tuvo un impacto estimado de 2'500,000 impresiones en Twitter.

## Público especializado

En materia de Responsabilidad Corporativa, contamos con las ediciones anuales de los Informes de Sostenibilidad, el Blog de RC y Sostenibilidad, un correo electrónico de contacto e información diversa en los perfiles institucionales de Facebook y Twitter. Los temas que compartimos se centran en aspectos donde las TIC, los derechos humanos, la sostenibilidad ambiental, los niños y el uso de las nuevas tecnologías, la innovación social y tecnológica, y la acción social juegan un papel importante.

La participación en foros con profesionales nos permite intercambiar puntos de vista e identificar áreas y tendencias del sector.



*76% en el Índice de la Eficacia de la Comunicación, 6% mayor que en 2013, siendo los atributos principales Competitividad Global y Calidad de productos y servicios*

## Medios de comunicación

Nuestra área de Comunicación Corporativa difunde los temas de interés para Telefónica por medio de los principales noticieros de radio a nivel nacional, sobre todo los financieros. Además, enviamos boletines de prensa a periódicos y revistas especializadas locales y nacionales, dependiendo de la relevancia geográfica de la información a comunicar.

**134 boletines de prensa**  
relativos a las actividades de  
Movistar, Telefónica México  
y Fundación Telefónica

A través de estos medios también difundimos acciones y campañas, como fueron en 2014 la invitación al concierto de Lang Lang, la convocatoria a expertos en periodismo para conformar el jurado de ETECOM 2014 y entradas para partidos de fútbol, conciertos y eventos especiales patrocinados por Movistar.

Durante 2014 trabajamos para mejorar la velocidad de respuesta a solicitudes de información por parte de los medios de comunicación. Nuestra meta fue responder a ellas en un máximo de 24 horas y gracias a nuestro constante trabajo y equipo altamente calificado, logramos el 100% de cumplimiento.

**96.14%** de notas positivas  
publicadas en medios electrónicos,  
impresos y digitales, más del 10%  
de aumento vs 2013



# Gestión responsable







# Gobierno corporativo

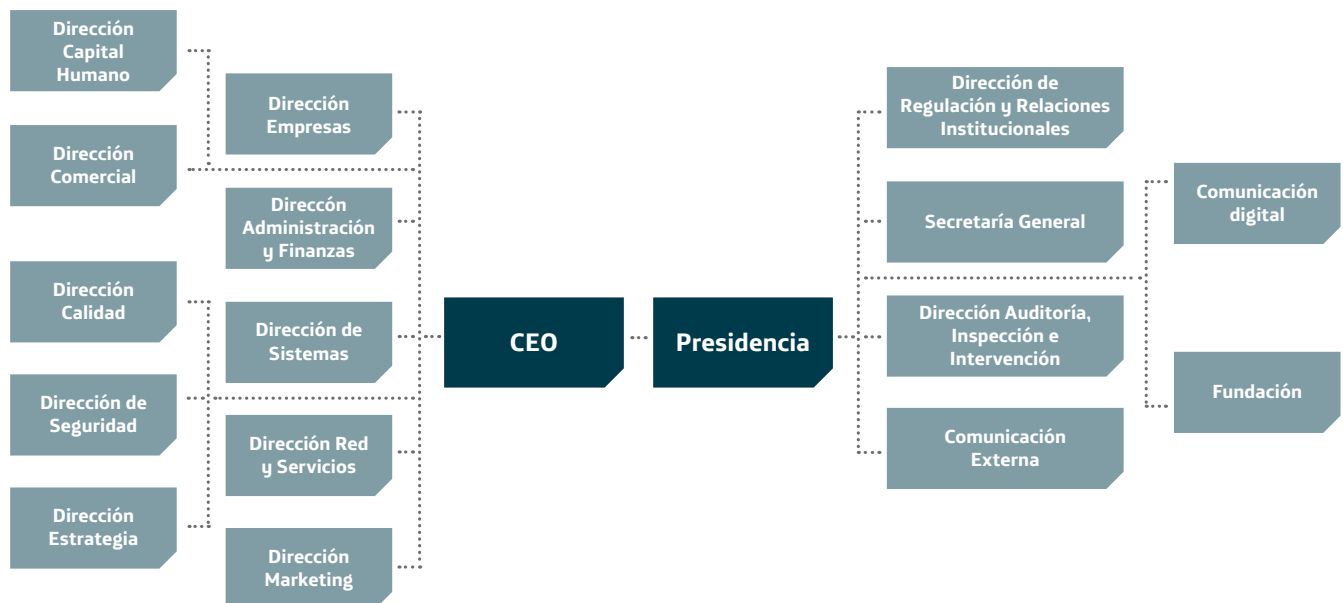
G4-5

La organización y el funcionamiento de nuestro Consejo de Administración están regulados en los estatutos sociales de la empresa, los cuales son públicos al encontrarse inscritos en el Registro Público de Comercio. En los puntos no considerados

por estos estatutos, aplica lo señalado en la Ley General de Sociedades Mercantiles ("LGSM"). Adicionalmente, en Telefónica México seguimos las recomendaciones y normativa de nuestra sociedad matriz, ubicada en España.

G4-34, G4-36

## Estructura organizacional





## Asamblea de Accionistas

Es el Órgano de Gobierno Supremo y de conformidad con las directrices mencionadas, tiene la obligación de reunirse, por lo menos una vez al año, con la finalidad de adoptar resoluciones sobre el desempeño económico de nuestra Compañía durante el periodo inmediato anterior, considerando la información y documentación presentada por el Consejo de Administración y el Comisario de la Compañía para establecer las medidas que juzguen pertinentes y necesarias.

Los accionistas que representen una acción o el 33% del capital social, según sea el caso, podrán solicitar por escrito la convocatoria de una Asamblea General de Accionistas al Consejo de Administración o a los Comisarios, con la finalidad de abordar los asuntos indicados en su petición.

G4-35, G4-44, G4-46, G4-47, G4-51, G4-52

Como máximo órgano de gobierno, evalúa y aprueba de manera anual, entre otros asuntos, el desempeño general del Consejo de Administración, a través de la revisión de la situación financiera de la Compañía por parte de auditores externos, independientes y certificados. Además, es el órgano encargado de determinar la retribución otorgada a los miembros del Consejo, la cual es establecida por la Compañía.

G4-42

Además, tiene la facultad de aprobar cualquier cuestión relacionada con nuestros Principios de Actuación, así como determinar nuestra estrategia de Responsabilidad Corporativa.

## Consejo de Administración

G4-35, G4-38, G4-39

Se encuentra constituido por 11 miembros, ocho de los cuales son independientes y uno de ellos ocupa el cargo de Presidente, quien no cuenta con facultades para actuar de manera individual. Es el órgano encargado de reportar anualmente a la Asamblea de Accionistas de la Compañía los resultados de índole económica y financiera.

En su actuar es apoyado por 10 Comités que abordan diversos temas para lograr la mejora continua en el desempeño de nuestra empresa.

G4-45, G4-47

Nuestro Consejo de Administración sesiona al menos cuatro veces al año para abordar los asuntos más relevantes, incluyendo aspectos financieros, presupuestales, de negocio, entre otros; y así, dar seguimiento al buen funcionamiento de Telefónica México para, en su caso, adoptar las medidas necesarias y convenientes para ello. Asimismo, de forma anual presenta a la Asamblea de Accionistas un informe sobre el desempeño de la empresa, las políticas adoptadas por los administradores, los proyectos primordiales existentes, entre otros asuntos.

G4-40, G4-43

El procedimiento de capacitación y experiencia elegible de los miembros del Consejo de Administración es ejecutado por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, misma que depende directamente de nuestra Compañía que considera los méritos personales de cada candidato, tales como solvencia, competencia, experiencia y capacidad de dedicación en tiempo y esfuerzo al ejercicio de las funciones de consejero. Con respecto a su sensibilización y compromiso en temas de Responsabilidad Corporativa, trabajamos de acuerdo a lo establecido por el Comité de Nombramientos del Grupo.

G4-45

.....

**En conjunto, la Asamblea de Accionistas y el Consejo de Administración** tienen la obligación de adoptar aquellas resoluciones que sean necesarias para la identificación y gestión de impactos, riesgos y oportunidades en materia social, económica y ambiental, con el fin de dar cumplimiento a la normatividad aplicable

.....

G4-35

Asimismo, contamos con mecanismos para lograr el equilibrio del nivel de autoridad, responsabilidad y capacidad de aquéllos con poder de decisión en representación de nuestra Compañía, determinados en la circular denominada "Marco de los Apoderamientos de Directivos de Empresas del Grupo Telefónica", misma que cumple con la normatividad vigente y aplicable en México.

## Integridad y conflictos de interés

G4-41

De conformidad con nuestros Principios de Actuación, contamos con mecanismos para evitar los conflictos de interés. Tal es el caso del cumplimiento de la LGSM, la cual establece que todo consejero que tenga interés particular en cualquier operación y que sea opuesto al de nuestra empresa, deberá manifestarlo al resto de los consejeros y abstenerse de toda deliberación y resolución al respecto. El consejero que incumpla esta disposición, será responsable de los daños y perjuicios que sean causados a la empresa.

Asimismo, al contar con un número impar en la cantidad de integrantes de nuestro Consejo de Administración, evitamos que existan paridades en la toma de decisiones, facilitando la adopción de resoluciones por mayoría.

G4-DMA GENERAL Y ESPECÍFICO LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN  
G4-S04

En Telefónica nos regimos por el compromiso de “tolerancia cero” con la corrupción y el fraude. Con base en ello, desarrollamos nuestro marco de actuación. Nuestro principio de integridad establece directrices en materia de conflictos de interés, regalos e invitaciones, neutralidad política y la prohibición de realizar donaciones a partidos políticos y demás organizaciones cuya actividad esté claramente vinculada con la actividad política.

Además, contamos con una serie de comisiones y unidades específicas que ayudan a garantizar el nivel adecuado de control y transparencia: Comité de Auditoría y Control, y Comité de Regulación. Además, se cuenta con una unidad específica de Inspección especializada en trabajos de prevención de fraude e investigación de denuncias.

G4-DMA PRÁCTICAS DE COMPETENCIA DESLEAL  
G4-S07

En Telefónica consideramos que la transparencia y el libre desarrollo de competencia son la base para el crecimiento equilibrado y sostenible del sector, logrando un fortalecimiento de la inversión. En 2014 fue aprobada la legislación secundaria de la Reforma Constitucional en Telecomunicaciones, la cual constituye un cambio fundamental en el entorno regulatorio. Uno de los puntos principales que aborda es el mejoramiento de las condiciones de competencia en el mercado. Todas las operaciones de Telefónica cumplen con esta regulación, pues acatamos toda ley de defensa de la competencia para corregir cualquier práctica anticompetitiva o de falta de transparencia.





# Ética y cumplimiento

G4-56

El compromiso de Telefónica México con la ética y la integridad es fundamental en nuestro proceso de transformación hacia una Telco Digital. Nuestros Principios de Actuación (PdA), rigen nuestro comportamiento ético en todas nuestras operaciones, tanto al interior de la empresa, como en las interacciones diarias con nuestros grupos de interés, y esperamos que sean los ejes conductores para nuestros empleados, proveedores y socios en el actuar cotidiano.

.....

*En 2014, fuimos galardonados por CEMEFI, AliaRSE y Fórum Empresa con el **"Reconocimiento a la Mejor Práctica en RSE"**, en la categoría Ética Empresarial por nuestra "Oficina de Principios de Actuación"*

.....

G4-57, G4-58

La Oficina de Principios de Actuación es la responsable de vigilar el cumplimiento de estos lineamientos y sus principales funciones son: comunicar y capacitar en temas relativos a los PdA; revisar y proponer controles que aseguren su cumplimiento, atender y resolver las preguntas, dudas, quejas y denuncias que realicen los colaboradores, socios y proveedores.

En México, la Oficina de PdA sesiona de manera periódica presencial y electrónica, reportando al Comité de Dirección y a la Oficina Corporativa de PdA. Está conformada por los máximos representantes de las Direcciones de Auditoría, Inspección e Intervención, Secretaría General, Capital Humano, y Regulación y Relaciones Institucionales.

Para asegurar que todos nuestros colaboradores conozcan los PdA, y para prevenir fraudes, en 2014 continuamos impartiendo pláticas a los colaboradores de nuevo ingreso, con el objetivo de difundir conceptos, identificarlos, el canal para denunciarlos, políticas asociadas y el área responsable.


Todos nuestros colaboradores tienen acceso a la web de Principios de Actuación, a través de la Intranet, donde pueden encontrar información relativa a ellos. En 2014 llevamos a cabo una campaña de comunicación con el objetivo de aumentar el conocimiento sobre los PdA, misma que concluirá en 2015 y subsecuentemente realizaremos una medición de resultados. Es importante mencionar que nuestras actividades de comunicación y formación incluyen a todos nuestros empleados y las áreas de seguridad.

Transmitimos los PdA a nuestros proveedores Aliados, a través del curso de inducción que reciben cuando inician su colaboración con nosotros y por medio del Boletín Aliados –revista electrónica trimestral con una sección fija sobre estos preceptos–. Posteriormente, verificamos a través de auditorías que los PdA son conocidos y cumplidos por los colaboradores de nuestros aliados.

Asimismo –de forma anónima o personal–, todos nuestros grupos de interés pueden realizar preguntas, buscar consejo y plantear cuestiones relacionadas con el cumplimiento de los PdA y políticas asociadas. La totalidad de las comunicaciones recibidas son atendidas bajo los principios de respeto, confidencialidad, exhaustividad y fundamento.

G4-LA16, G4-HR3, G4-S05

En 2014 se registraron 72 comunicaciones a través de este canal a nivel Corporativo; 55 de ellas cuentan con investigación cerrada y 20 resultaron ser procedentes. Ninguna de ellas fue por motivos de corrupción o discriminación. Entre las medidas adoptadas, a raíz de las denuncias manifestadas a través de esta vía de comunicación, se generaron cuatro despidos disciplinarios y una amonestación.



*A través de  
nuestra plataforma  
online de formación A+,  
a diciembre de 2014, **más  
de 1,990 colaboradores**  
habían superado  
satisfactoriamente el  
curso global de PdA*





G4-57, G4-58

## Principios Generales

**Honestidad y confianza:** hace referencia a cumplir los compromisos, proteger la confidencialidad, facilitar la información y asegurar los datos personales.

**Integridad:** habla sobre evitar conflictos de interés, comportarse con rectitud y actuar con neutralidad política.

**Derechos Humanos:** se refiere a respetar los principios de la Declaración Universal de los Derechos Humanos e impulsar la igualdad de oportunidades.

**Respeto por la Ley:** se resume en cumplir la legislación y normativas, proporcionar información veraz y competir de forma íntegra.

## Detección

Por medio del canal de denuncias corporativo:  
[oficinadeprincipiosdeactuacion@telefonica.com](mailto:oficinadeprincipiosdeactuacion@telefonica.com),  
 cuyo objetivo es recabar las denuncias de  
 mal comportamiento o violación a nuestros  
 Principios de Actuación

## G4-DMA POLÍTICA PÚBLICA / ESPECÍFICO LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN G4-SO3, G4-SO6

Asimismo, estamos desarrollando el "Protocolo de Supervisión de Controles sobre las Salidas de Fondos". Éste tiene el objetivo de prestar atención especial y reforzar los controles de verificación en los pagos que sean susceptibles de conllevar mayores riesgos, ya sea por estar expresamente prohibidos por el Grupo Telefónica, o bien, por implicar el incumplimiento de regulaciones nacionales o internacionales. Entre las actividades que buscamos regular a través de esta herramienta se encuentran los pagos a partidos políticos; organizaciones sindicales; proveedores en países considerados como "paraíso fiscal", de alto riesgo o aquéllos en los que el Grupo no tiene operaciones directas o a través de terceros; y los pagos que impliquen el incumplimiento de la *Foreign Corrupt Practices Act* (FCPA).

Adicionalmente, contamos con objetivos específicos para los procedimientos de Auditoría, Intervención y Gestión de riesgos, cuya finalidad es garantizar el correcto cumplimiento de leyes y regulaciones (SOA). Éstos consisten en la revisión de diferentes procesos de negocio; la identificación de riesgos y su control –para medir impactos negativos y prevenirlos–; y el fortalecimiento de controles de validación, autorización y monitoreo para garantizar la existencia y cumplimiento razonable de Estructuras de Control Interno en nuestras operaciones.

## G4-DMA GENERAL Y ESPECÍFICO MECANISMOS DE RECLAMACIÓN AMBIENTAL, MECANISMOS DE RECLAMACIÓN SOBRE LAS PRÁCTICAS LABORALES, MECANISMOS DE RECLAMACIÓN EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS, MECANISMOS DE RECLAMACIÓN POR IMPACTO SOCIAL

A través de los canales descritos, nuestros grupos de interés tienen la posibilidad de comunicarnos sus inquietudes y reclamaciones en diversos temas, como son medio ambiente, prácticas laborales, Derechos Humanos e impactos en comunidades.

## Auditoría

Llevamos a cabo revisiones en diversos temas, tales como cumplimiento, finanzas, operación, seguridad, tecnologías de información e integrales, a través de las cuales detectamos áreas de oportunidad y de conformidad con los marcos metodológicos, políticas, procedimientos y estándares del Grupo Telefónica realizamos las recomendaciones pertinentes. Aunado a ello, establecemos un plan de acción para la remediación de la incidencia o riesgo identificado, para brindar seguimiento a las recomendaciones establecidas y verificar que el plan de acción es implementado de manera correcta y satisfactoria.

Para la elaboración del Plan Anual de Auditoría Interna consideramos diversos factores, como son el mapa de riesgos de nuestra empresa, auditorías solicitadas por la Presidencia Ejecutiva, CEO y los Directivos Estratégicos y Operativos, requerimientos de la Comisión de Auditoría y Control de Telefónica S.A., entre otros criterios. Una vez definido este plan, se envía al Corporativo para que sea ejecutado.

De igual forma, al finalizar toda auditoría, llevamos a cabo una serie de reuniones con el fin de comunicar los hallazgos generales del trabajo. Por otra parte, presentamos los resultados ante el Comité de Dirección.

En 2014, las áreas de oportunidad y riesgos identificados por medio de estas revisiones generaron 266 recomendaciones y la implantación de 214 planes de remediación.

.....

*En 2014, recibimos la **Certificación del Instituto de Auditores Internos**, con vigencia a 2018*

.....

## Intervención

Realizamos la redefinición de procesos propios de la actuación interventora, enfatizando la actividad de control y alcance en puntos fundamentales dentro de los objetivos a cubrir por la función, así como la identificación de áreas de oportunidad en el proceso de negocio a través del monitoreo de eventos. Lo llevamos a cabo por medio de la provisión de alternativas de mejora a las áreas gestoras, y el monitoreo de la implementación de acciones de seguimiento y control eficaces que permitan a nuestro negocio mejorar su efectividad de controles.

## Gestión de riesgos

G4-14

Se trata de un proceso de gran trascendencia en Telefónica y lo llevamos a cabo a través del Área de Auditoría, de conformidad con la Metodología Corporativa de Gestión de Riesgos, la cual establece el proceso para la identificación, evaluación y respuesta a los mismos.

Efectuamos este procedimiento por medio de reuniones de trabajo semestrales con los responsables de las áreas involucradas y su reporte, tanto al Comité de Dirección Local como a nivel Corporativo. La importancia de este intercambio de perspectivas radica en la certeza para el establecimiento de los mapas de riesgos –basado en el Nivel de Riesgo Reportable establecido por el Corporativo– y los planes de acción específicos y encargados para reducirlos, transferirlos o mitigarlos. Asimismo, permite la interacción de nuestras áreas para que conozcan –de manera transversal–, los riesgos que impactan a nuestra empresa.

G4-45

Aunado a este procedimiento, nuestro máximo órgano de gobierno analiza la eficacia de los planes de gestión de riesgo establecidos en atención a temas económicos, sociales y ambientales, a través de la celebración de una Asamblea de Accionistas o una sesión del Consejo de Administración.

G4-DMA ESPECÍFICO EVALUACIÓN AMBIENTAL DE LOS PROVEEDORES / ESPECÍFICO EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES DE LOS PROVEEDORES / GENERAL Y ESPECÍFICO INVERSIÓN  
G4-HR1, G4-HR4

Trabajamos con nuestros proveedores en la prevención y reducción de los posibles impactos negativos derivados de su actividad. En 2014 continuamos –a nivel corporativo– con la implementación de los métodos de control y seguimiento de la actividad de nuestros proveedores de riesgo –ya sea por sus operaciones y/o por volumen de adjudicación–. Por ello, desde el Corporativo hemos evaluado a 120 proveedores críticos –normalmente globales–, a través de la entidad de evaluación externa e independiente EcoVadis, con base en 21 criterios de Sostenibilidad.

Realizamos una gestión de riesgos local a través del Programa Aliados, por medio de 14 auditorías a proveedores, centradas en cuatro pilares: recursos humanos, seguridad y salud, medio ambiente y Principios de Actuación.



# Derechos humanos



G4-DMA TRABAJO INFANTIL / TRABAJO FORZOSO  
G4-15

Como muestra de nuestro firme compromiso con el Pacto Mundial –al cual pertenecemos desde el año 2011 en la Red México– y con nuestros Principios de Actuación, velamos por la correcta gestión de los Derechos Humanos, tanto dentro como fuera de nuestra Compañía.

Por ello, continuamos trabajando de manera proactiva a través de líneas estratégicas y programas que coadyuvan a su protección y atención en congruencia con los aspectos identificados por el Corporativo en los procedimientos existentes.

## Difusión para la erradicación del trabajo infantil

En el ámbito de intervención directa y en alianza con las organizaciones de la sociedad civil *Save the Children*, *Ririki* Intervención Social y *Dibujando un mañana*, con el objetivo de contribuir a la erradicación del trabajo infantil, durante 2014 atendimos a un total de 26,395 niños y niñas de entre 7 y 14 años de edad, quienes se encontraban en situación de trabajo infantil en el comercio –principalmente ambulante–, en tareas de cosecha y plantación, así como en los oficios que realizan sus padres en ladrilleras o basurales.

Realizamos actividades en el ámbito de educación y aprendizaje, talleres recreativos y ferias culturales. Con ellas impactamos en los estados de Hidalgo, Nayarit, Oaxaca, Guerrero, Puebla, Chiapas, Sinaloa, Estado de México y el Distrito Federal.

Asimismo, a través de Fundación Telefónica nos sumamos a la iniciativa del Gobierno Federal y la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) para realizar la campaña “México sin trabajo infantil”, cuya finalidad es concientizar y movilizar a la ciudadanía contra esta problemática.

Como parte de la visión estratégica de la Fundación, la intervención se caracterizó por cambiar su orientación hacia la disminución de manera paulatina el modelo de intervención directa en temas de trabajo infantil y el fortalecimiento del modelo de competencias del siglo XXI.

Gracias a esta importante labor, Fundación Telefónica es reconocida como la única organización empresarial vinculada al tema de erradicación del trabajo infantil.



# Gestión de la cadena de suministro



En Telefónica asumimos nuestra responsabilidad con la cadena de suministro, por lo que nos comprometemos formalmente con la Sostenibilidad en toda interacción con nuestros proveedores, lo cual conlleva la identificación y gestión de los riesgos asociados con la misma. Nuestros esfuerzos se centran en:

### Producción eficiente

Llevamos a cabo la mejora continua de nuestros procesos de compras, a través de la implementación de herramientas electrónicas que nos ayudan a ser más eficientes, ágiles y transparentes.

Contamos con catálogos electrónicos, los cuales nos permiten que la gestión de adquisición de bienes y servicios sea más transparente y eficiente, tanto para las áreas de Compras como para los usuarios.



## Cultura de Sostenibilidad

Trabajamos alineados a nuestro modelo de negocio sostenible a través de:

G4-12, G4-EC9

- a) La consolidación de nuestro deber con el desarrollo del país por medio de la adjudicación del 93% de nuestro volumen de compra a proveedores locales.
- b) Encuesta a nuestros principales proveedores con el fin de conocer su nivel de satisfacción e identificar nuestras fortalezas, así como las oportunidades de mejora.

Dentro de los aspectos valorados positivamente por nuestros proveedores se encuentran los principios del modelo de compras de Telefónica; la política de responsabilidad en la cadena de suministro; la actuación honesta y transparente de los compradores; la formalización electrónica de compromisos y factura electrónica; y el soporte a usuarios de las herramientas de comercio electrónico. Por otro lado, las áreas de mejora identificadas son la necesidad de canales únicos de comunicación para solución de dudas y mayor coordinación entre las áreas técnicas y de compras.

Así también monitoreamos la reputación de la Compañía en este grupo de interés. En 2014, el Grupo obtuvo una calificación en el indicador *Pulse* de 77.4 puntos –de acuerdo con el modelo desarrollado por el *Reputation Institute*–, mientras que Telefónica México obtuvo una puntuación de 83.

Entre los resultados obtenidos cabe destacar el conocimiento de nuestra política de responsabilidad en la cadena de suministro por parte de los proveedores, lo que representa un aspecto clave para el aumento en la reputación de nuestra Compañía.

- c) El fomento de la adopción de nuestros PdA por parte de los proveedores para la promoción de la Cultura de Sostenibilidad dentro de nuestra cadena de valor. Por ello, requerimos que todos nuestros proveedores desarrollen su actividad cumpliendo la ley y apliquen estándares éticos similares a los establecidos en nuestros principios, garantizando el cumplimiento de los derechos humanos y laborales fundamentales, así como el respeto por el medio ambiente.

De esta forma, para ser proveedor de Grupo Telefónica, éste debe declarar y garantizar que en sus operaciones no existen trabajo infantil, situaciones de trabajo forzado, condiciones laborales de riesgos para la vida de sus trabajadores y que cumple la legislación ambiental aplicable..

### G4-DMA ESPECÍFICO EMPLEO

Además, todos nuestros proveedores deben registrarse en el [Portal de Proveedores](#) de Grupo Telefónica y cumplir con las cláusulas establecidas en los contratos. Asimismo, en estos documentos y en las condiciones básicas de compra incluimos un enlace al mismo sitio que les permite consultar la versión más reciente de cada una de nuestras políticas. De esta forma, a través de la [Política de Responsabilidad en la Cadena de Suministro](#) establecemos la actitud y estándares que requerimos de los proveedores en el ámbito de la Sostenibilidad.

## Engagement. Comunicación continua

Nos esforzamos por mantener una relación cercana con nuestros proveedores, por lo que promovemos una comunicación continua con ellos. Así, elaboramos materiales como el Boletín Aliados, plataformas *online* como el Portal del Proveedor y encuestas de satisfacción.



# Programa Aliados

G4-DMA PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN (GENERAL Y ESPECÍFICO) / EVALUACIÓN AMBIENTAL DE LOS PROVEEDORES / EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES DE LOS PROVEEDORES / EVALUACIÓN DE LOS PROVEEDORES EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS

Con el objetivo de transmitir nuestra cultura ética hacia nuestra cadena de suministro, reducir posibles riesgos, convertirlos en aliados estratégicos y gestionar de manera integral la relación con terceros, contamos con el Programa Aliados, modelo global inserto en la gestión de capital humano.

*La importancia de este proyecto radica en el **acercamiento a nuestros aliados**, el cual trae beneficios para ambas empresas*

Para gestionar este programa, contamos con el Comité de Aliados, órgano responsable de su implantación y desarrollo. Está conformado por las áreas de Compras – encargados de los criterios de sostenibilidad en los procesos de adquisiciones–, Secretaría General y áreas gestoras –a cargo de la identificación de proveedores clave y asesoría legal–; Sostenibilidad –cuya función es vigilar su desempeño en este ámbito–; y Capital Humano –área líder del proyecto y responsable de los aspectos laborales y de seguridad y salud–.

En 2014 llevamos a cabo una mejora en la herramienta específica que nos permitirá tener un mejor control del personal tercero en Telefónica y administrar diversas acciones estratégicas, como auditorías en sitio y administrativas; curso de inducción de Telefónica a proveedores y a colaboradores terceros; inducción a iCampus y a Gaceta; además de demandas y citatorios.

*En mayo de 2014, publicamos **la Política de Gestión de Terceros**, la cual regula la relación con nuestros Aliados y personal tercero*

*A finales de 2014, expusimos nuestra práctica de “Gestión de Terceros” en el evento **“Derechos de los niños y principios empresariales”**, en el contexto de una nueva iniciativa realizada por la UNICEF en conjunto con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas en México y Save The Children*

Para nosotros, difundir estos temas al interior de nuestra compañía es fundamental, por lo que desarrollamos un taller denominado “Gestión de Terceros, 2ª fase”, dirigido a los colaboradores que interactúan directa o indirectamente con colaboradores externos o aliados. El objetivo de este curso es dar a conocer la Política de Gestión de Terceros y fomentar la correcta aplicación de la Política Corporativa de Responsabilidad en la Cadena de Suministro.

*Durante 2014, impartimos **20 cursos** y **capacitamos a 306 asistentes**; cantidad **19% mayor** con respecto al año anterior*





**89%** de  
colaboradores  
terceros gozan  
de cercanía con  
el cliente

**G4-DMA ESPECÍFICO EVALUACIÓN AMBIENTAL DE LOS PROVEEDORES / EMPLEO  
/ EVALUACIÓN DE LAS PRÁCTICAS LABORALES DE LOS PROVEEDORES**

Para verificar que las empresas colaboradoras y aliadas cumplen con nuestra Política de Responsabilidad en la Cadena de Suministro hemos llevado a cabo auditorías para revisar diversos temas y verificar que cumplen con las normas de seguridad, de protección y prevención de riesgos, medioambientales, de emergencia y evacuación. Cuando estos ejercicios finalizan, mostramos los resultados a los ejecutivos, con la finalidad de llegar a un acuerdo y establecer una fecha compromiso –no mayor a seis meses– para abordar las áreas de oportunidad detectadas y generamos planes de acción para garantizar su cumplimiento.

G4-EN32

*En 2014 realizamos*  
**14 auditorías a proveedores**

G4-EN32, G4-LA14, G4-HR10

*Con esta iniciativa alcanzamos*  
**6,482 colaboradores terceros;**  
*que equivale al 76% (sin contar distribuidores)*

**G4-DMA ESPECÍFICO EVALUACIÓN AMBIENTAL DE LOS PROVEEDORES  
G4-EN33, G4-LA15, G4-HR11**

Como resultado de las auditorías realizadas, detectamos 76 no conformidades. Cinco relativas a PdA, 48 relativas a Recursos Humanos, 23 relativas a Seguridad y Salud y ninguna en medio ambiente. Adicionalmente, nuestros procesos de compras contienen un anexo con requerimientos medioambientales, como son el uso de materiales amigables. Si existe algún proveedor que no atienda las recomendaciones resultantes de nuestras evaluaciones en un plazo de seis meses, la relación contractual finaliza. Al cierre de 2014, 62.5% de los proveedores con no conformidades contaban con la implementación de los planes de acción que establecimos y ninguno de ellos ha sido excluido por incumplir los objetivos de los planes de mejora.

En cuestiones de capacitación, impartimos diversos cursos y talleres a nuestros proveedores y aliados, con el fin de proporcionarles mayores herramientas para la consecución de sus operaciones. Entre los cursos que impartimos se encuentran:

- Inducción a los ejecutivos de cuenta de nuestros nuevos proveedores y aliados. Invitamos a los proveedores a cumplir nuestros PdA y Política de Responsabilidad en la Cadena de Suministro, así como replicarlo hacia su propia cadena de valor.

## 14 cursos de inducción a **nuevos proveedores** y aliados en 2014

- ➔ *Be More...*. Su objetivo es transmitir nuestra cultura, basada en los ejes *Discover, Disrupt, Delivery*, como filosofía de trabajo.
- ➔ Técnicas de venta. Dirigido a los ejecutivos de los Centros de Atención de Clientes y con la finalidad de dotarlos de un proceso comercial sólido que les permita mejorar y fortalecer sus habilidades de venta.
- ➔ Habilidades de negociación. Taller de técnicas y procesos de alto rendimiento que permite a ejecutivos de atención a mayoristas y de servicio a PyMES, incrementar sus habilidades de negociación y ventas.

Otros temas importantes que hemos abordado en cursos especiales son el uso de químicos, primeros auxilios, uso de extintores, metodología MAYA, cultura de servicio y medidas en casos de sismo.

En 2014,  
impartimos un  
total de **438 cursos**  
a **proveedores**, con  
**3,990\*** participantes

\* Cantidad estimada

Dentro de las iniciativas desarrolladas destaca el Proyecto de Perfilamiento, cuyo objetivo es desarrollar e implementar una guía de gestión o manual de recursos humanos para el canal especialista –distribuidores– que permita estandarizar los procesos de reclutamiento, selección, capacitación y fidelización de los ejecutivos de venta. En 2014 implementamos la primera fase, que consiste en un *benchmark* de prácticas de recursos humanos con otras empresas comerciales similares para contar con una referencia en el mercado. Adicionalmente, los apoyamos a establecer convenios y beneficios con distintos proveedores como valor agregado a su plantilla.

### Objetivos 2015:

- ➔ Auditar en materia de seguridad social al 100% de los proveedores dados de alta en la herramienta de gestión de terceros
- ➔ Realizar seis auditorías en temas de responsabilidad corporativa
- ➔ Llegar al 100% de colaboradores internos a través del curso “Gestión de Terceros, 3ª. fase”
- ➔ Impartir el curso de inducción al 100% de empresas externas y aliadas
- ➔ Monitorear mensualmente la actualización para las empresas que tengan ejecutivos nuevos e impartir los cursos que sean necesarios
- ➔ Explotar el *iCampus* a través de la implementación de un nuevo proyecto y aprovechar las actualizaciones que brindará la plataforma, como Aulas Virtuales





## Trabajo infantil

### G4-DMA TRABAJO INFANTIL

La Convención sobre los Derechos del Niño garantiza a todos los niños y adolescentes el derecho a estar protegidos frente a la explotación laboral. A pesar de ello, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) declara la existencia de 168 millones de menores de edad trabajando en el mundo. Por esta razón, en Telefónica trabajamos desde hace años para contribuir a la erradicación de esta situación.

Lo realizamos a través de las acciones en conjunto con nuestros proveedores, la labor de Fundación Telefónica y la promoción de herramientas como “Aquí estoy y actúo”. Esta iniciativa ayuda a las empresas a erradicar el trabajo infantil en su cadena de suministro. Al cierre de 2014, más de 105 empresas de 11 países de Latinoamérica –entre ellos México–, la utilizaban.

## Minerales en conflicto

En Grupo Telefónica, a pesar de no contar con relaciones comerciales directas con fundidores o refinadores trabajamos activamente para incluir criterios de sostenibilidad en este ámbito en toda nuestra cadena de valor.

En este sentido, la OCDE establece la “Guía de diligencia debida para cadenas de suministro responsables de minerales procedentes de áreas afectadas por conflictos y de alto riesgo”. Grupo Telefónica se alinea a estas directrices a través del establecimiento de sistemas sólidos de gestión en la Compañía; la identificación y valoración de riesgos en la cadena de suministro; el diseño y establecimiento de una estrategia para responder a los riesgos identificados; y auditorías externas independientes en los puntos identificados y comunicados en la cadena de suministro, conforme a la debida diligencia.

Motivamos a nuestros proveedores a que lleven a cabo procesos efectivos de debida diligencia para garantizar, siempre que sea necesario y posible, la trazabilidad de los minerales 3TG –minerales procedentes de zonas en conflicto–, así como la mitigación de los riesgos asociados, como es la violación de los Derechos Humanos.

Por otro lado, a través de la plataforma EcoVadis, evaluamos externamente a nuestros proveedores sobre la gestión de riesgo de su propia cadena de suministro, lo que nos permite analizar el cumplimiento de la gran mayoría de ellos, siendo las terminales una de las líneas de producto más relevantes por su volumen de adjudicación y por su alto riesgo ante los elevados niveles de uso de este tipo de minerales en la fabricación de sus componentes.

Desde 2011, Telefónica, S.A. forma parte de la iniciativa público-privada “Comercio Responsable de Minerales (APP)”, promovida por la Subsecretaría de Estado para la Democracia y Asuntos Globales de Estados Unidos. Promueve y desarrolla actividades que responden a los diferentes desafíos a los que se enfrentan las cadenas de suministro que pueden integrar minerales procedentes de regiones en conflicto.

Además, Grupo Telefónica fundó en 2001 la iniciativa GeSI, la cual tiene entre sus grupos de trabajo el “Extractives Working Group”, que ha desarrollado programas para garantizar la trazabilidad de los minerales utilizados, desde el momento de la extracción hasta el producto final.





# Talento



**G4-DMA EMPLEO**

Nuestros colaboradores son un elemento fundamental para el éxito y crecimiento de nuestro negocio, por lo cual nos enfocamos en la generación de empleo y la retención de talento. Nos comprometemos con todos ellos con el objetivo de mejorar su calidad de vida personal y profesional.

Nuestras áreas de Relaciones Laborales y Beneficios se encargan de la gestión del empleo, así como de la asesoría para todos los colaboradores en temas laborales como son prestaciones, descuentos, horarios, liquidaciones, entre otros. Con base en políticas, procesos y lineamientos –procesos de bajas, Manual de trabajo, Lineamientos para liquidaciones, Guía de beneficios y Lineamientos Corporativos– desarrollamos estrategias para incrementar el índice de permanencia y mejorar el clima laboral.

**G4-13**

Debido a la Reforma Laboral, en 2014 nos enfrentamos al reto de adecuar nuestras estrategias laborales. Así, realizamos Círculos de Expresión, donde los colaboradores debajo de mandos medios pueden expresar sus opiniones respecto a sus condiciones y clima. Asimismo, nuestras *Business Partners* constantemente buscan la solución a problemas para que la relación laboral fluya de manera satisfactoria, implementando estrategias de mejora.

**G4-DMA GENERAL Y ESPECÍFICO LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y NEGOCIACIÓN COLECTIVA****G4-HR4**

En Telefónica, como se declara en nuestros PdA y alineados al compromiso con *Union Network International* (UNI) –renovado en 2014–, respetamos la libertad de asociación y el derecho a la negociación colectiva. Así contamos con un sindicato regulado por la legislación aplicable y que lleva a cabo una revisión de salarios y de condiciones laborales, anual y bianual, respectivamente. La negociación satisfactoria que llevamos a cabo en 2014 para todas las partes constituye uno de nuestros mayores logros.

**G4-11**

El **18.1%** del total de colaboradores cuentan con un convenio negociado

**Filosofía de Telefónica Be More\_**

Desde 2013 transformamos la imagen de Telefónica hacia una Telco Digital con el programa global *Be More\_*, a través del cual consolidamos nuestra nueva visión, misión e idea de marca.

El programa establece nuestras metas, objetivos y estrategia para los próximos cuatro años. Con el fin de comunicar a todos los colaboradores esta evolución en nuestra cultura llevamos a cabo diversas acciones como: Maratón digital Smart D, Foro de líderes *Be More\_*, Programa de habilidades gerenciales *Be More\_* Líder, talleres, entre otras.

A través de todas estas acciones estratégicas mejoramos su calidad de vida. Muestra de ello, son los resultados obtenidos en la encuesta de clima laboral, los cuales presentan una mejora continua año con año; así como el índice de satisfacción de empleados dentro de Telefónica.

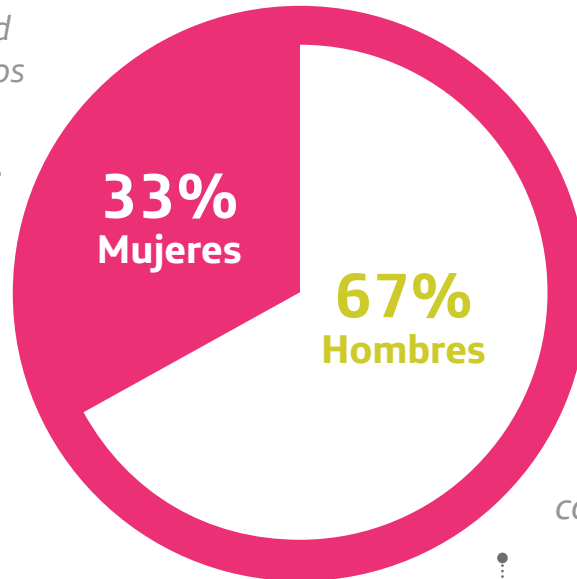


# Plantilla

Contamos con  
**el mejor talento**  
para brindar siempre  
la más alta calidad  
en nuestros servicios

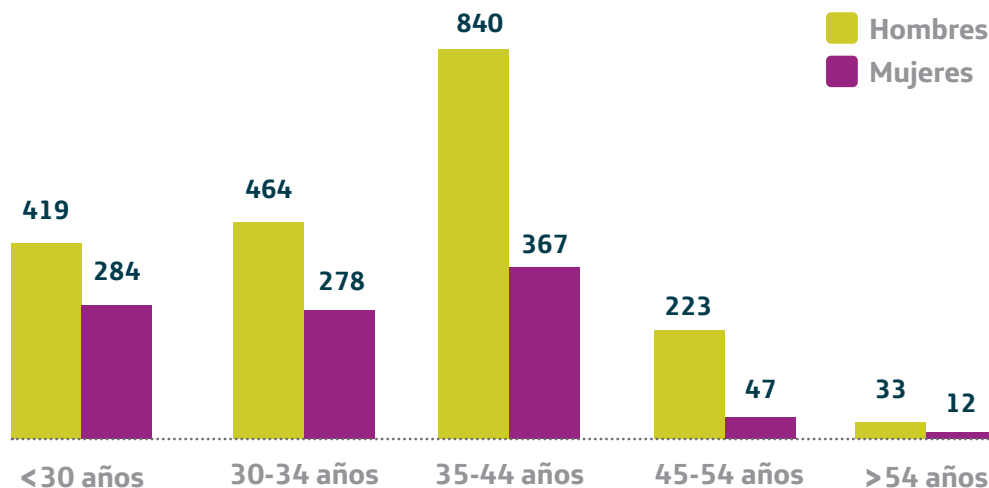
G4-10, G4-LA12  
**Plantilla 2014**

G4-9  
**2,967**  
colaboradores



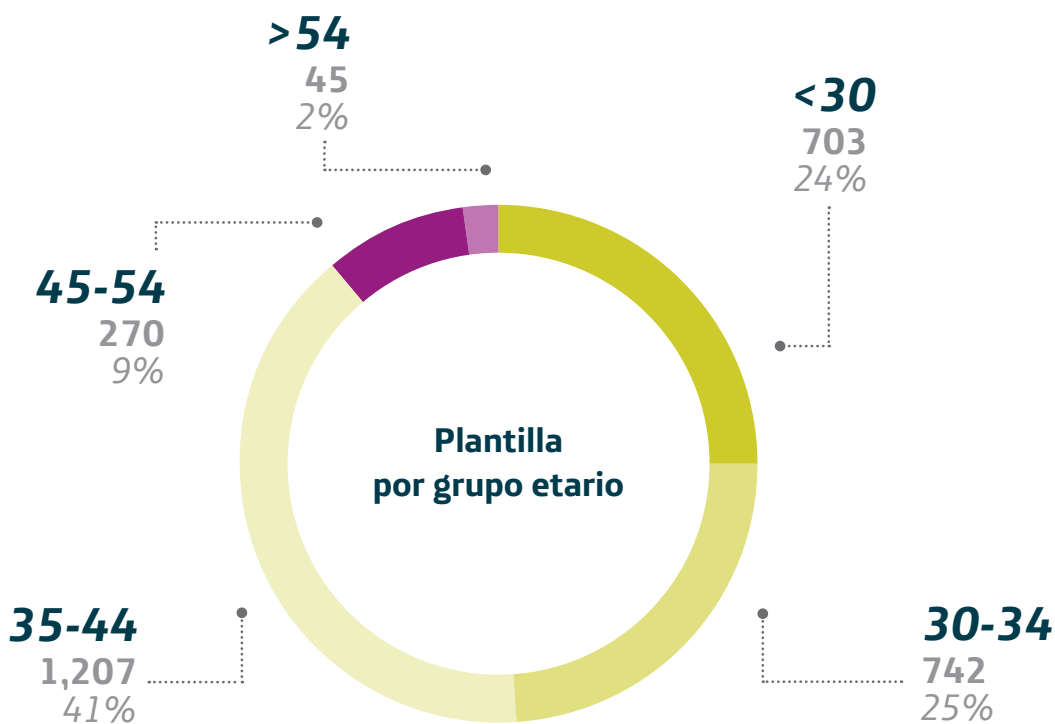
El 100% de nuestros  
colaboradores cuentan con  
**contratos laborales  
indefinidos**

**Plantilla por género y edad**

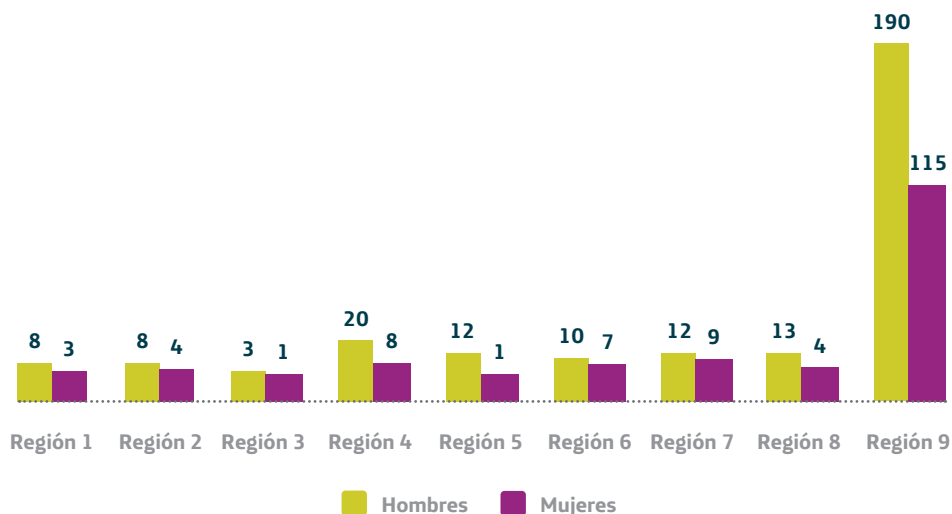


G4-LA1

Índice de rotación 2014: **19.1%**



**Altas por género y región\***



\* Alcance: Telefonía Móvil

# Seguridad y salud



## G4-DMA SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO G4-LA5

En Telefónica, la seguridad, salud y bienestar de los colaboradores constituyen una de nuestras principales líneas de actuación y los garantizamos a través del sistema de gestión de prevención de riesgos laborales. Contamos con una Comisión de Seguridad e Higiene conformada por las áreas de Asesoría Laboral, Mantenimiento y Protección Civil. Esta Comisión realiza visitas trimestrales con el objetivo de monitorear las medidas de seguridad en el trabajo y así mantener las mejores condiciones laborales posibles y prevenir accidentes. El 100% de nuestros colaboradores está representado en esta Comisión.

El fomento de la salud en el trabajo implica cumplir con los requisitos legales y ayudar activamente a los colaboradores a mejorar su bienestar. Por ello, implementamos la Campaña *Feel Good-Wellness*, mediante la cual promovemos la actividad física y la salud. De igual manera, incluimos a las regiones de Guadalajara y Monterrey en la Feria de la Salud, que anteriormente se llevaba a cabo sólo en la Ciudad de México, logrando un alto índice de participación. Continuaremos esforzándonos para alcanzar resultados tan favorables en 2015 y años posteriores.

## 458 horas de formación para la prevención de riesgos laborales

Durante 2014 llevamos a cabo diversas acciones para contribuir con la salud de nuestros colaboradores, destacando las siguientes:

- Feria de la Salud. Programa otorgado por MetLife en el cual se realiza un *check-up* básico / **1,800 beneficiarios**
- Campaña de vacunación contra la influenza y Campaña de vacunación contra el Virus del Papiloma Humano / **2,500 y 1,800 beneficiarios, respectivamente**
- Cursos de primeros auxilios para colaboradores. Incluyen temas como evacuación, asistencia en emergencias e incendios, así como explicaciones detalladas de los protocolos de seguridad. Asistieron los 84 brigadistas voluntarios, que cuidan la seguridad en su piso y actúan como voceros en cualquier emergencia.

## G4-DMA ESPECÍFICO SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

- Campaña de cáncer de mama. Estudios preventivos / **1,800 beneficiarios**
- Convenios con gimnasios / **1,800 beneficiarios**
- Consultas de nutrición y menús saludables
- Fomento de la actividad física. Torneo interno de fútbol Huawei y carrera Movistar de 5 km

## Beneficios

*Nos esforzamos en proporcionar a nuestros colaboradores prestaciones superiores a lo establecido en la ley con el fin de mejorar su calidad de vida*

### G4-DMA EMPLEO / IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRES

La política de retribuciones de Telefónica tiene como objetivo atraer, retener y motivar a los profesionales para afrontar juntos los retos de la transformación del sector. Los PdA establecen nuestro compromiso con los colaboradores, garantizando una compensación justa y adecuada, compuesta por la remuneración tradicional (salario base, remuneración variable, incentivos de ventas y beneficios a largo plazo) y los beneficios (planes de pensiones, vacaciones, seguros de vida y salud, vehículo de empresa, entre otros). Adicionalmente engloba diversas formas de compensarlos, a través del desarrollo y las oportunidades de carrera (programas de formación y movilidad internacional). De igual manera incluye la concientización por medio de programas sociales de Fundación Telefónica, el teletrabajo y las campañas de salud y bienestar laboral.

Uno de nuestros grandes logros del año fue el desarrollo y gestión del nuevo programa para colaboradores Beneflex, a través del cual podrán gozar de beneficios flexibles ligados al bono anual de desempeño, como son: plan dental, seguro de gastos médicos mayores y de vida, formación y servicios funerarios. La campaña Beneflex será lanzada en 2015, y durante el año se adecuará a la monetización para los bonos y se incluirán los beneficios solicitados por ellos.

Asimismo, lanzamos la Revista de Beneficios en Telefónica. La gestión de este proyecto se llevó a cabo por medio de encuestas a los colaboradores con el fin de verificar el grado de conocimiento acerca de sus beneficios y *focus groups* para entender sus necesidades.

### G4-LA10

Alineado a nuestro objetivo de brindar mayores beneficios, durante este año desarrollamos –e implementaremos en 2015– el Plan Destino, un nuevo programa para gestionar el final de la vida profesional de los colaboradores. Este gran reto logrará ofrecer oportunidades y beneficios a los colaboradores que voluntariamente decidan salir de Telefónica, como talleres, servicios de *outplacement* y seguro de gastos médicos. Además, iniciaremos la gestión para la venta del plan de acciones para colaboradores.

### G4-LA2, G4-EC3

#### Beneficios para todos nuestros colaboradores:

- Aguinaldo
- Prima vacacional
- Fondo de ahorro
- Vales de despensa
- Bonos de desempeño
- Plan de acciones
- Caja de ahorro
- Seguro de vida y de gastos médicos mayores
- Servicio médico
- Plan consultas
- Plan de pensiones con aportaciones por parte de la empresa y el colaborador
- Baja por maternidad / paternidad conforme a la ley

Contamos con beneficios económicos opcionales para aquellos colaboradores que los soliciten, como son ayuda de guardería, préstamo de nómina y permisos con goce de sueldo. Buscando incrementar el nivel de satisfacción laboral, proporcionamos apoyo en el transporte hacia/desde las oficinas corporativas –por medio de 15 diferentes rutas que parten desde distintos puntos de la Ciudad de México y Estado de México– y ofrecemos servicio de comedor con subsidio a través del cual 1,981 colaboradores fueron beneficiados en 2014. Además, ofrecemos programas para fomentar la conciliación de la vida laboral y personal, como son los días flexibles –dos días adicionales de vacaciones para cuestiones personales– y *home office* –de manera ocasional y por eventos particulares–; ambos tuvieron 2,500 beneficiarios en 2014.

### G4-EC1

*Más de \$207,717 invertidos en salarios para colaboradores*

# Formación y retención de talento

## G4-DMA CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN

La formación y capacitación de nuestros colaboradores está totalmente alineada a los planes estratégicos de la empresa. De esta manera garantizamos contar con el mejor talento y con las capacidades necesarias que aseguren la continuidad de nuestro proyecto de transformación y estrategia de futuro. Impartimos cursos en modalidad presencial y en línea. Los primeros son internos –para los cuales contamos con instructores y un catálogo de temáticas– y externos. La modalidad en línea se lleva a cabo a través de la plataforma A+, la cual se divide por escuelas y a la cual tienen acceso todos los colaboradores desde su ingreso a la empresa. Aunado a ello, contamos con la plataforma MOOCS, donde pueden tomar cursos de nuestra universidad corporativa sin costo.

En 2014 llevamos a cabo el programa *Be More\_ Líder*, impartido a subdirectores, gerentes y expertos. Nos aliamos con la consultora Tantum y con la Universidad Anáhuac con el fin de desarrollar temas de estrategia, ejecución y liderazgo. Al mismo tiempo, realizamos talleres presenciales para dar a conocer nuestra nueva filosofía *Be More\_*.

Conjuntamente, contamos con un programa denominado *Key People*, a través del cual realizamos iniciativas enfocadas a desarrollar las habilidades del 5 al 10% de los gerentes y subdirectores clave.

*Todos nuestros colaboradores de nuevo ingreso deben asistir a un **curso de inducción** en el cual conocen nuestra visión y cultura, además de la estrategia de negocio*

Con el fin de retener y aumentar el talento, tenemos convenio con las universidades más importantes del país y ofrecemos becas de descuento para que los colaboradores concluyan sus estudios de nivel superior. Las ofertas de educación pueden ser diplomados, maestrías, doctorados o programas especiales, presenciales o en línea; estos convenios son para todos los colaboradores de Telefónica.

Realizamos convenios con cinco universidades este año –Universidad Iberoamericana, Universidad del Valle de México, Universidad TecMilenio, Universidad Anáhuac Norte, Universidad Latinoamericana– y el instituto ISEAD; dependiendo de la especialidad de estudio, se aplicó un descuento del 10 al 20%.

Para la atracción de talento y con el objetivo de introducir a los jóvenes al ámbito laboral, contamos con un programa de becarios. Éste busca que los jóvenes colaboren en la empresa durante los últimos semestres de sus carreras y posteriormente puedan incorporarse a algún puesto. Con el mismo fin, contamos con la iniciativa especial “Ejecutivos de verano”, donde familiares jóvenes de colaboradores son invitados a trabajar por un mes en nuestras instalaciones.



*18 jóvenes  
colaboraron en  
Telefónica como  
parte del programa  
“Ejecutivos de  
verano”*





En Telefónica México contamos cada año con un programa de rotación internacional, el cual permite a los colaboradores tener experiencia internacional y multifuncional, asegurándonos de invertir en las personas identificadas con alto potencial. De esta forma, el colaborador tiene la oportunidad de trabajar en un proyecto específico en otra región por un periodo de seis a nueve meses. Adicionalmente, contamos con programas especiales de formación para nuestros colaboradores.

Beca Fundación Carolina. Se otorga a colaboradores con un puesto auxiliar, analista o especialista para estudiar una maestría en España. Pueden elegir entre cuatro especialidades e incluye un apoyo económico.

*2 becados en 2014*

Universitas. La universidad corporativa de Telefónica. En 2014, por primera vez la universidad impartió un programa de desarrollo sobre liderazgo a todos los directores y subdirectores.

*120 directivos participaron*

Posgrado Telecom. Impartido en Universitas y dirigido a expertos, jefes, gerentes y gerentes senior, todos ellos colaboradores preseleccionados. Se imparte 90% en línea y 10% en modalidad presencial, con todos los gastos pagados.

G4-LA9

**85,797 horas** de formación

Inversión de  
**USD \$2,210.47 millones**



Todos los colaboradores reciben una evaluación anual de desempeño a través de la revisión de cumplimiento de las metas anuales –Metas Crucialmente Importantes– establecidas por los jefes de cada área.

Además, en 2014 se realizó una evaluación 360 para directivos y pre-directivos, en la cual cada colaborador es evaluado por sus pares, jefes y subordinados, y de 90° dirigida a mandos medios y el resto de la Compañía, a través de la cual se evaluó la alineación a las siete principales competencias de Telefónica –Liderazgo, Visión de negocio, Trabajo en equipo, Toma de decisiones y resolución de problemas, Orientación de la acción al resultado, Foco en el cliente e Integridad–.

G4-LA11

**2,500 colaboradores** –84.2%–  
recibieron evaluación de desempeño

# Igualdad de oportunidades y diversidad

## G4-DMA DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES / NO DISCRIMINACIÓN

De acuerdo con nuestros PdA, llevamos a cabo las contrataciones a través de la bolsa de empleo propia y externa. En ellas se publican las vacantes disponibles y el perfil requerido para cubrir las; rechazamos toda forma de discriminación por edad, género, discapacidad o cualquier otra a lo largo del proceso.

Asimismo, fomentamos el desarrollo profesional y personal de nuestros colaboradores por medio de su identificación de acuerdo con su potencial y la generación de planes individuales, hechos a la medida para cada uno. Las oportunidades de desarrollo se basan en las competencias de cada colaborador, sin distinción por cualquier factor de diversidad.

## G4-DMA GENERAL Y ESPECÍFICO IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRES G4-LA13

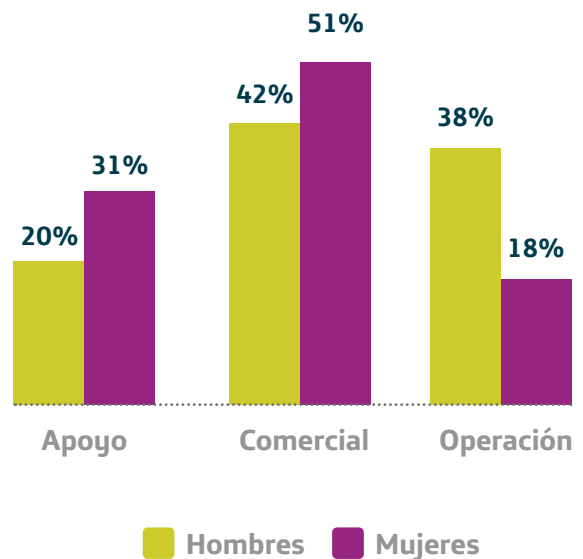
Ofrecemos salarios competitivos y prestaciones por encima de la ley. Establecemos los criterios para la remuneración de todos nuestros empleados con base en las funciones de cada puesto, sin observar el género para no hacer distinción en este cálculo. Somos una empresa inclusiva, en la que las minorías y las mujeres tienen acceso a las mismas oportunidades y posibilidades para su desarrollo personal, laboral y financiero. La relación de los salarios para hombres y mujeres es la siguiente.

G4-LA12

**9.5%**  
de nuestros  
directivos son  
mujeres



## Relación de salarios por género





# Clima laboral

## **Reconocimientos** **Great Place to Work**

**8° lugar** como mejor multinacional  
para trabajar en América Latina

**6° lugar** como mejor empresa para trabajar  
en México en el sector de las Tecnologías  
de la Información y Telecomunicaciones

**16° lugar** como mejor empresa  
para trabajar en México

La encuesta de clima y compromiso es una de las herramientas más importantes para conocer la opinión de los colaboradores y sus resultados nos permiten identificar e impulsar oportunidades de mejora en cada una de las áreas de gestión de la empresa.

En 2014 centramos nuestros esfuerzos en transmitir a toda la organización la necesidad de evolución y asegurar así el compromiso y alineación de los colaboradores al programa global de transformación Be More\_.

En 2014 el **Índice de clima y compromiso aumentó a 85%** con respecto al 81.3% de 2013, debido al trabajo de líderes para profesionalizar su labor y el desarrollo de habilidades

El programa *Be More\_* se centra en siete ejes: Negocio, Mentalidad atacante, Responsabilidad, Diversidad, Cercanía y Comunicación, Liderazgo y *I love digital*, para cada uno de los cuales se desarrollan estrategias concretas:

En el eje Negocio: Patrocinio Selección Nacional, Mundial de fútbol y envío de diversos *mailings* para invitar a colaboradores a participar a través redes sociales en esta campaña. Dentro del eje Cercanía y Comunicación, campañas de comunicación, beneficios y esparcimiento en distintos días festivos.

### Reconocimiento *Be More\_*

En la fiesta de fin de año premiamos a los mejores proyectos que tuvieron el mayor impacto en el negocio de Telefónica México.

### Yo voy, ¿tú vas?

Para permear nuestra cultura basada en las siete actitudes de liderazgo y trabajo en equipo, lanzamos esta campaña, buscando una reflexión individual de los colaboradores que lleve a la transformación organizacional de la empresa, donde todos estemos alineados y trabajando por un mismo objetivo.

Esta campaña invita a nuestros colaboradores a iniciar un proceso de cambio en sus actitudes y compromiso hacia Telefónica, tomando decisiones individuales y autónomas. De esta manera, pueden apropiarse de la filosofía de apertura y cercanía, eligiendo libremente ser parte del proceso del negocio.

Comunicamos esta campaña por medio de materiales físicos y digitales y en 2014 lanzamos la estrategia regional, fomentando una cultura de crecimiento y transformación a lo largo de Telefónica.







Con el objetivo de mejorar el ambiente y clima laboral, realizamos diversas iniciativas, entre las que destacan:

**Acciones Mundial.** Transmisión de los partidos de México en las instalaciones de Telefónica, tanto en el corporativo como en las distintas regiones, con el fin de unir e incentivar un sentido de compañerismo entre los colaboradores. Dentro de este contexto, realizamos otras actividades en las que participaron de manera directa más de 1,000 colaboradores a nivel nacional.

#### **Trivias Club Movistar colaboradores y patrocinios.**

Publicación de diferentes trivias para invitar a los colaboradores a obras de teatro, partidos de fútbol, premiers y conciertos de los que somos patrocinadores. Estas preguntas se difunden en el compendio semanal y abordan temas estratégicos de la empresa.

#### **G4-DMA MECANISMOS DE RECLAMACIÓN SOBRE LAS PRÁCTICAS LABORALES**

Estamos convencidos que las opiniones y sugerencias de nuestros colaboradores nos ayudan a crecer como empresa. Por ello, contamos con distintos canales para que puedan expresar sus sugerencias e impresiones:

- Buzón de sugerencias de Intranet
- Yammer
- Encuestas de Hay Group y GPTW
- Canal de PdA



**G4-DMA RELACIONES ENTRE LOS TRABAJADORES Y LA DIRECCIÓN**

El involucramiento y cercanía de la dirección permite que nuestros colaboradores sean escuchados y mantener el mejor clima laboral, así como transmitir la estrategia de negocio a todos ellos. Con base en nuestra estrategia corporativa *Be More*—la cual se enfoca en un crecimiento acelerado, transformación y una mentalidad atacante con el objetivo de convertirnos en una Telco Digital— nuestro Director General informa al resto de los colaboradores las agendas, temas específicos a abordar y los objetivos establecidos. Los espacios de cercanía entre ellos logran potencializar los mensajes relevantes y una comunicación global, con la cual se generan proyectos estratégicos para cumplir nuestra meta.

**G4-37, G4-49**

Los canales de diálogo que utilizamos para este fin consisten en desayunos y comidas con la alta dirección, en los cuales los colaboradores dan a conocer su opinión al CEO y Presidente Ejecutivo, y reuniones mensuales de dirección, donde se fomenta que cada área conozca y se actualice en la estrategia del negocio.

Durante 2014, se llevaron a cabo tres Foros de Líderes con el objetivo de crear un espacio de comunicación entre la alta dirección y los principales líderes de Telefónica, al que asistieron 900 colaboradores de mandos medios; además se realizó un *webex* a las distintas regiones. En estos eventos se expusieron los indicadores del negocio y se informó a los colaboradores sobre las estrategias del mismo; asimismo, se difundieron los resultados correspondientes y los retos identificados. Los mensajes esenciales procedentes de los foros fueron comunicados a través de Intranet para transmitirlos a lo largo de toda la empresa.

*Índice de satisfacción  
del Foro de Líderes - 90%*

Asimismo, se llevó a cabo el Encuentro Gerencial anual que tiene el objetivo de fomentar el alcance de las metas trazadas. Asistieron 1,500 colaboradores de mando medio para reforzar la estrategia del negocio y medir el avance y logro de los objetivos planteados para 2014.

**G4-DMA MECANISMOS DE RECLAMACIÓN SOBRE LAS PRÁCTICAS LABORALES (GENERAL Y ESPECÍFICO)**

También contamos con diversos canales de comunicación para que los colaboradores puedan expresar su punto de vista y sugerencias a la alta dirección referentes a la integridad y ética de la empresa, así como sobre la eficiencia operativa. En 2014 abrimos nuevos canales para acercar a los colaboradores al CEO y generar confianza entre ellos, complementando el Buzón de sugerencias en Intranet.

**Visita del CEO**

Nuestro CEO realiza visitas a los distintos pisos de las oficinas corporativas y a las localidades de Telefónica México para interactuar con los colaboradores.

**Correo ESCRÍBEME del CEO**

Lanzamos en junio un canal directo con nuestro CEO, en el cual contesta y da solución a las cuestiones planteadas. De forma mensual lanzamos un tema de interés para que los colaboradores envíen sus opiniones, sugerencias y áreas de mejora.



# Clientes



# Relaciones con nuestros clientes



Contamos con  
alrededor  
de **23.2 millones**  
de clientes

En Telefónica estamos centrados en proporcionar la mejor experiencia al usuario. Trabajamos para construir un entorno que nos permita desarrollar la mejor oferta digital y que vele por la seguridad.

En 2014 llevamos a cabo diferentes planes de acción con el objetivo de incrementar nuestro número de clientes. Entre ellas se encuentran diferenciarnos como una empresa honesta y transparente, tanto en la oferta como en la comunicación; aprovechar los cambios de la Ley Federal de Telecomunicaciones para promover ofertas enfocadas en "voz gratis" y el uso de datos; fortalecer nuestra marca en zonas de mayor nivel socio-económico, a través de las *Smart Stores*—concepto nuevo de operación entre fabricantes, distribuidores y Movistar, con un enfoque más tecnológico—; e incrementar la capilaridad con el proyecto ONIX, impactando a 31 distribuidores.

Una de las acciones destacadas en 2014 para aumentar la vinculación con nuestros clientes fue el lanzamiento de Nikko, asistente virtual—chat de ayuda— en la página de Movistar y en el *fanpage* de Facebook. Posteriormente, se implementó en la atención por SMS, alcanzando al día de hoy 287 mil interacciones por mes, mostrando así el éxito de la innovación y la mejora en la atención a clientes.

## Satisfacción del cliente

### G4-DMA ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

En Telefónica México la satisfacción de nuestros clientes es fundamental, ya que al ser la empresa líder en telecomunicaciones debemos brindar soluciones 100% efectivas y rápidas en el servicio y mantener cercanía con nuestros clientes en el momento que lo requieran. Por ello, nuestro principal reto es incrementar la eficiencia y rapidez en el tiempo de respuesta a sus inquietudes y necesidades.

Para lograrlo, ponemos a su disposición diferentes canales con la finalidad de conocer sus opiniones y aprovechar los puntos de mejora que se derivan de su percepción. Entre los medios de comunicación que hemos establecido se encuentran las redes sociales –Twitter y Facebook–, correo electrónico, chat web, SMS y los Centros de Atención a Clientes.

Utilizamos herramientas con alta tecnología para brindar atención y servicio de calidad a nuestros clientes, tales como redes sociales y *Minifront*. Los riesgos de su utilización consisten en que las primeras, al gozar de gran alcance y velocidad, nos obligan a mejorar nuestra eficiencia en tiempo real y en línea. Para ello, es inminente llevar a cabo la concientización de nuestros ejecutivos, monitorear su labor y contener su crecimiento.

Por otra parte, el *Minifront* –que consiste en una tableta a través de la cual nuestros ejecutivos orientan y ayudan a nuestros clientes a resolver de manera eficaz sus inquietudes en los Centros de Atención–, es una respuesta rápida, por lo que no es posible brindar una atención profunda ni identificar oportunidades de mejora de nuestros servicios con cada uno de ellos.

Obtuvimos la **medalla de bronce** por realizar la Mejor labor de atención al cliente en redes sociales, otorgada por los Premios Iberoamericanos de Social Media 2014

### G4-DMA ESPECÍFICO ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS G4-PR5

En materia de atención al cliente, brindamos soluciones al 100% e incrementamos el **índice de satisfacción a 8.7**



Crecimiento del 50% en el número de atenciones a través de nuestras redes sociales, en los últimos años



*Por segundo año consecutivo, obtuvimos el **premio Socialbakers** como la mejor empresa en atención a clientes, al ser considerada la más rápida y contar con un alto nivel de satisfacción a través de Facebook*

Para identificar riesgos e impactos positivos y negativos, en Telefónica México contamos con la documentación de procesos que establecen la manera de actuar de nuestros ejecutivos y su revisión por parte del equipo de Calidad y Capacitación. Además monitoreamos la respuesta y satisfacción del cliente a través de nuestras Áreas de Calidad, Satisfacción y Experiencia, mientras que el Comité Clientes –a nivel Subdirección y Dirección– y el Comité Modelo Digital, fungen como responsables de la gestión de estos procedimientos.

Asimismo, contamos con políticas que cubren estos temas, tanto internas –como son los Procesos Globales Documentados y la Instrucción de Trabajo, y el CRM con documentación de gestión– como externas, como la Norma Oficial Mexicana sobre Prácticas comerciales-Elementos normativos para la comercialización y/o prestación de los servicios de telecomunicaciones cuando utilicen una red pública de telecomunicaciones.

De estas directrices hemos obtenido indicadores para medir periódicamente nuestro desempeño con respecto a la atención brindada a nuestros clientes, como son: tiempos de espera, tiempos de respuesta, satisfacción del cliente, soluciones, calidad, resolutiveidad y nivel de servicio.

Para evaluar la eficacia de la implementación de estos procesos y herramientas, contamos con auditorías internas que además nos permiten tener datos fiables para comunicar los resultados a nuestros colaboradores, reconocimientos, difundirlos en el Foro de Líderes e informar a nuestros clientes de nuestros logros a través de las redes sociales.

Derivado de la aplicación de este enfoque en el cliente, en Telefónica México hemos evolucionado en diversos aspectos, entre los que se encuentran la modificación de los procesos operativos para la mejora del servicio; el incremento en la eficiencia de nuestros ejecutivos y su certificación; el aumento de capacitación; la implementación de la iniciativa “Huella digital” para evitar la existencia de fraudes; el aumento de incentivos por desempeño; y el mayor involucramiento y aprendizaje por parte de todas las áreas de nuestra empresa en cuestiones digitales.

*Nuestro principal compromiso es ejecutar de la mejor manera el modelo “una llamada, un contacto, una solución”*





#### G4-DMA SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES (GENERAL Y ESPECÍFICO)

En términos de mejora de productos, contamos con un modelo de perfeccionamiento constituido por dos indicadores de calidad: emitida y percibida.

- ➔ Calidad emitida: basada en el monitoreo de transacciones, donde se evalúa el apego al modelo de atención definido.
- ➔ Calidad percibida: compuesta por encuestas mensuales realizadas a clientes.

#### G4-PR1

Ambas fuentes alimentan a la priorización de las iniciativas de mejora de calidad, las cuales se realizan en el 100% de los productos.

.....

*Por siete trimestres hemos  
ostentado el **1<sup>er</sup> lugar en**  
**telecomunicaciones en México**  
por BCX-IZO*

.....



Algunas de las acciones implementadas para fortalecer la experiencia de nuestros clientes son la compensación ante fallas en el servicio; publicación de guías de uso en conjunto con HISPAM; inclusión de recarga electrónica desde la aplicación "Mi Movistar"; elaboración del protocolo de comunicación al cliente; y desarrollo del modelo de capilaridad de CAC's con la finalidad de acercar los puntos de atención al cliente.

#### G4-DMA ESPECÍFICO SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES

Aunado a lo anterior, establecimos mejoras específicas en distintos segmentos de atención al cliente:

##### ➤ **Prepago:**

- Solución de problemas de filas, asignación y compra, mediante desarrollo en distintas plataformas
- Mejora en los tiempos de recarga electrónica del 57% al 95% < 30 seg

##### ➤ **Pospago:**

- Mejora del proceso de crédito y cobranza
- Mejora del tiempo de activación de líneas pospago

##### ➤ **PyME:**

- Liberación de mejor subvención terminal

##### ➤ **Grandes Cuentas:**

- Enfoque en cuatro de las ciudades más importantes
- Implementación de una red exclusiva
- Acciones comerciales y técnicas

##### ➤ **Todos los segmentos:**

- Optimización de 2G y 3G para lograr mayor disponibilidad de la red
- Aumento de la capacidad en la red
- Equilibrio del tráfico para el procesamiento de datos

##### ➤ **Atención:**

- Creación de la política de compensaciones para clientes afectados por incidencias
- Proyecto de soporte remoto a terminales (LogMeIn)
- Atención segmentada con la plataforma Concierge
- Autogestión a través de kioscos en los CAC's
- Lanzamiento de asistente virtual Nikko en la página de Movistar, en la *fanpage* de Facebook y en la atención vía SMS

Asimismo, contamos con diversos mecanismos para asegurar la mejor experiencia del usuario, como son nuestra política de contactabilidad; validación de mensajes por las áreas de fidelización, experiencia de cliente y publicidad; lanzamiento de nuevas y mejores ofertas; y traslado de cambios o beneficios que se ofrecen en nuevos planes de contratación, favoreciendo de igual manera a clientes con planes previamente contratados.

Derivado de estas actividades, los principales resultados de la gestión 2014 son los siguientes:

Los cambios en la resolución fueron positivos:

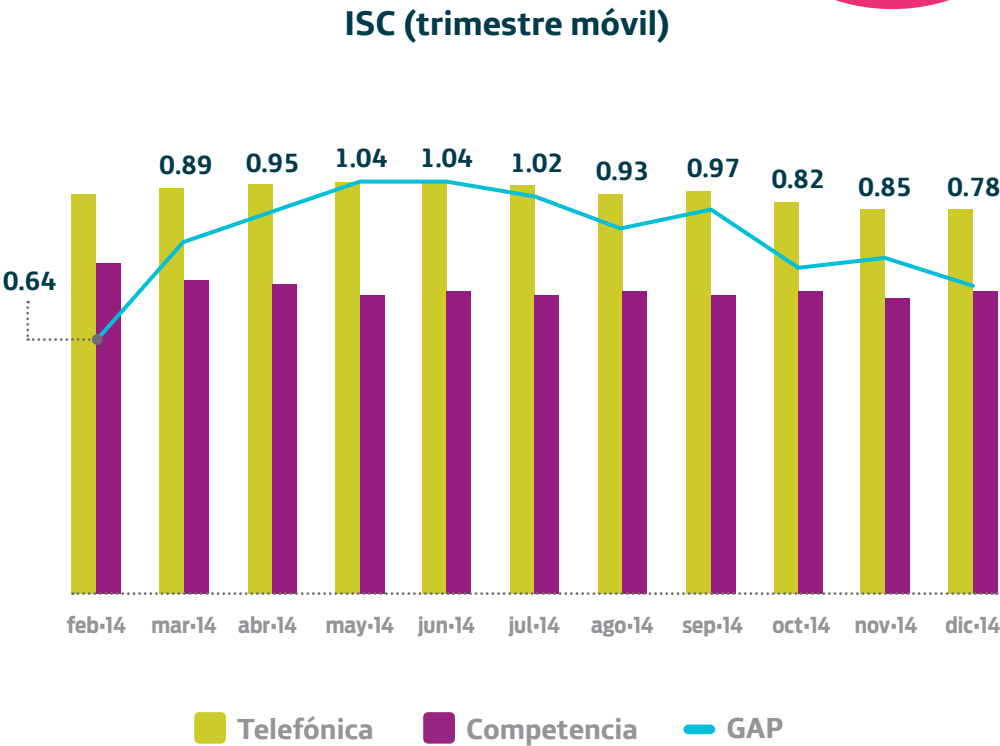
	Enero 2014	Diciembre 2014	Variación
FCR	56.86%	65.33%	+8.47 pp
FVR	75.28%	81.01%	+5.73 pp



Reducción de atenciones con ejecutivos para Servicio Técnico en 35%

G4-PR5

La satisfacción total del cliente se mantuvo por encima de la competencia, cerrando en 0.78 puntos arriba.



Para continuar con esta optimización, hemos establecido diferentes objetivos para el año 2015:

- ➔ Lograr mayor eficiencia en brindar soluciones a nuestros clientes
- ➔ Reforzar la capacitación de nuestros ejecutivos
- ➔ Mejorar el índice de satisfacción de clientes
- ➔ Mejorar la consecución de los procesos
- ➔ Incrementar el aprendizaje clientes-empresa
- ➔ Lograr la correcta implementación del sistema de gestión ONIX



## Comunicación comercial

G4-DMA COMUNICACIONES DE MERCADOTECNIA / CUMPLIMIENTO REGULATORIO  
G4-PR3

Nuestros estándares de publicidad se encuentran alineados al código ético descrito por la Asociación Mexicana de Agencias Publicitarias (AMAP), quien dicta que los mensajes a difundir deben:

- ➔ Emitirse con apego a las disposiciones legales vigentes
- ➔ Señalar las propiedades o peculiaridades comprobables de los productos o servicios
- ➔ Utilizar las técnicas y formas que hagan posible su debida apreciación, mediante descripciones o imágenes que preserven la educación, salud, integridad familiar, cuidado del medio ambiente y respeto a las personas sin distinción de edad, sexo, nacionalidad, religión, afiliación política o condición social

Asimismo, la publicidad para nuestras marcas comercial –Movistar– y corporativa –Telefónica–, sigue una visión, idea de marca y valores.

G4-DMA SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES

Cabe señalar que desde el diseño de nuestros productos y ofertas, hasta la generación de nuestra comunicación, trabajamos con una visión de honestidad, cercanía y transparencia buscando proporcionar servicios útiles para nuestros clientes, siempre en una relación de beneficios para ambas partes.

G4-DMA CUMPLIMIENTO REGULATORIO

En 2014, el principal reto que se presentó –no sólo para nuestra empresa, sino para todo el sector–, fue la reforma a la legislación en Telecomunicaciones, debido a que trajo consigo costos de adecuación en la estructura comercial y de ventas.

La relación entre las comunicaciones de mercadotecnia y su alineación a la nueva normatividad aplicable es un tema material para Telefónica México, ya que nuestros productos y campañas publicitarias deben gozar de protección jurídica con la finalidad de disminuir los riesgos, tanto para nuestros clientes, como para la empresa. Para lograrlo, todos los servicios que ofrecemos a nuestros clientes cumplen con la legislación vigente.







*Satisfacción  
de clientes  
en facturación:*  
**8.32**

## Facturación

### G4-DMA ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

De igual manera, durante 2014 rediseñamos nuestras facturas con el fin de convertirlas en un diferenciador de ventas, contribuyendo positivamente al negocio y buscando soluciones de tecnología para posicionarnos como una Telco Digital. Hicimos más accesible y entendibles los métodos de facturación por medio de la configuración de las plataformas para desplegar la información con mayor detalle, incrementando el atributo de facturas. Debido a las acciones implementadas, logramos un aumento en la satisfacción de nuestros clientes, reducción de quejas, incremento en la oportunidad de entrega y optimización de los ciclos de facturación.

Implementamos el envío de facturas por correo electrónico y vía SMS para incentivar a los usuarios a migrar al modelo *paperless*. Esta iniciativa está enfocada tanto para clientes nuevos como para clientes de pospago residencial —el cual consiste en que al realizar el pago oportuno de la factura, evitan generar un cobro del equipo asociado a su contrato, ocasionando en el cliente un vínculo e identidad con la marca—.

Nuestro objetivo es hacer de la comunicación un componente accesible para nuestros clientes, por lo que contamos con diferentes opciones para acercarla a ellos en todo momento. Una de nuestras iniciativas es la publicación de la Política de compensación en caso de fallas en el servicio, de presentarse un desastre natural.

Nuestro reto para 2015 será implementar satisfactoriamente la herramienta *HP Exstream*, que dará solución a la composición y visualización de las facturas de manera interactiva y personalizada en medios electrónicos.

## Lanzamiento de red 4GLTE

Para comunicar los beneficios de la tecnología 4GLTE a nuestros usuarios, organizamos un evento en el Parque México del Distrito Federal. En él, los participantes pudieron comprobar de primera mano la gran experiencia de nuestra nueva red. Transmitimos vía *streaming* en el canal de Youtube de Movistar, un concierto de la banda Molotov —una de las más reconocidas en México—. Esta actividad tuvo una duración de dos días, después de los cuales comunicamos las acciones desarrolladas en cine, *outdoors*, medios digitales y punto de venta.

*En cuestión de imagen, nuestros usuarios concluyeron que "Movistar ofrece la mejor tecnología 4G"*

*Nuestro comercial "Drones" fue reconocido por Google como el sexto video de publicidad con más reproducciones en Youtube durante octubre de 2014 en México*

*En mayo de 2015, nuestra campaña Movistar 4G LTE APP Fest obtuvo el Premio IAB en la categoría Construcción de Marca*

# Confianza digital

Garantizamos que nuestros clientes disfruten de un Internet abierto, seguro y confiable. Trabajamos para ello fomentando que este concepto se aplique como práctica habitual del sector y, además, aseguramos el acceso a la innovación y las opciones que ofrece el nuevo mundo digital a nuestros clientes. En el Manifiesto Digital exponemos un decálogo de acciones para mejorar la experiencia de los clientes en Internet y para propiciar una mayor inversión en infraestructuras digitales.

## Conoce nuestro Manifiesto Digital



**Nuestra prioridad:**  
Que los clientes  
tengan acceso a toda  
la innovación del  
mundo digital

### Decálogo del Manifiesto Digital

- 1** Fortalezamos la Confianza Digital a través de una experiencia de Internet segura en la que los usuarios tengan el control de sus datos personales.
- 2** Hagamos realidad la portabilidad digital para facilitar el uso de datos, información y aplicaciones de forma independiente al dispositivo o plataforma en uso.
- 3** Abramos las *App Stores*, los *S500* móviles y otras plataformas digitales para ampliar la libertad de los usuarios, su capacidad de elección y la competencia.
- 4** Promovamos la interoperabilidad de aplicaciones de Internet y servicios de comunicación y mensajería para mejorar la experiencia del usuario y favorecer la competencia.
- 5** Incrementemos la transparencia de las condiciones de uso de los servicios de Internet y la diferenciación entre publicidad e información en los resultados de las búsquedas *online*.
- 6** Transformemos los modelos educativos, los procesos de aprendizaje y la enseñanza mediante la adopción de tecnologías digitales y servicios basados en recursos y estándares abiertos.
- 7** Fomentemos modelos de Innovación Abierta y Estándares Abiertos y evitemos que medidas injustificadas para proteger la propiedad intelectual restrinjan los procesos de innovación en la Economía Digital.
- 8** Desarrollemos un marco regulatorio justo estableciendo las mismas reglas para los mismos servicios digitales, una regulación inteligente basada en políticas orientadas a resultados y un sistema de supervisión caso a caso.
- 9** Hagamos posible una Internet accesible para todos estableciendo condiciones adecuadas para la inversión privada en infraestructuras de banda ancha.
- 10** Adaptemos la Gobernanza de Internet al nuevo contexto global siguiendo sus principios fundacionales e incluyendo en igualdad de condiciones a todas las partes interesadas.

Para que todos nuestros clientes disfruten de una experiencia digital segura, transparente y privada, trabajamos a nivel global con una cultural común sustentada en los pilares de: autorregulación de los derechos y la seguridad de los usuarios, más allá de las leyes locales e internacionales; la transparencia como motor de la confianza; y la privacidad como elemento que hace posible la innovación, el bienestar y la prosperidad en el mundo digital.



## Seguridad

### G4-DMA SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES

En Telefónica México somos conscientes de la transformación que conlleva el uso de nuevas tecnologías y al ser una Telco Digital, tenemos la responsabilidad de establecer mecanismos que garanticen la seguridad de los datos de nuestros clientes. Por ello, disponemos de varias normativas globales que fortalecen la seguridad de la información. Para vigilar el cumplimiento de las mismas, contamos con un Comité Corporativo de Seguridad con presencia en todos los países, cuyo objetivo es velar por la mejora continua de la seguridad, logrando un nivel mínimo homogéneo y acorde con las necesidades de cada negocio.

## Privacidad

### G4-DMA PRIVACIDAD DE LOS CLIENTES

Para Telefónica México, la privacidad del cliente es un aspecto material, debido a que nuestros usuarios y la protección de sus datos personales representan el activo más importante. Para responder al principio de privacidad establecido en nuestros PdA se creó a nivel Corporativo la Política de Privacidad, la cual es obligatoria en todos los países donde operamos y describe el tipo de información requerida y su tratamiento para garantizar la privacidad de los usuarios. A nivel global, el responsable de velar por el cumplimiento de la normativa es del *Chief Privacy Officer*, quien recibe los reportes por parte del Comité de Privacidad en el cual participan todos los países. Además, en México, a través de la Oficina de Protección de Datos Personales aseguramos el cumplimiento de la política, lineamientos y legislación aplicables sobre estos temas.

Por ello, hemos establecido un robusto proceso para garantizar que la información de nuestros clientes goza de total confidencialidad, inclusive con antelación a la implantación de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares (LFPDPPP) en 2013. El procedimiento implica el uso de instrumentos internos que contienen las normas mínimas para el tratamiento de datos y la difusión de las mismas, como la Política de Protección de Datos Personales, ubicada en intranet; nuestro Aviso de Privacidad Integral, mismo que se encuentra público y responde a los requisitos de la legislación vigente y a la normativa corporativa, en sus versiones física –en los Centros de Atención a Clientes–, oral –en los *call centers*– y electrónica –en el sitio web oficial–.

Asimismo, a través de un chat incentivamos el acercamiento de los colaboradores a la Oficina de Protección de Datos Personales para plantear sus dudas respecto a este tema y que sean resueltas en el menor tiempo posible. Establecemos las líneas de acción para el almacenaje y el resguardo de esta información, por medio de un procedimiento específico de tratamiento de incidentes y la configuración de un inventario de datos personales, proporcionamos manuales a nuestros distribuidores e incluimos cláusulas de protección de datos en los contratos con nuestros proveedores.

Hemos logrado ganar la confianza de nuestros clientes lo cual nos obliga a actuar de manera preventiva y de esta forma, evitar el riesgo del surgimiento del uso incorrecto de información, lo cual pudiera impactar de manera negativa en la reputación de la empresa.

Para proteger la privacidad de nuestros clientes contamos con auditorías internas periódicas. Adicionalmente hemos implementado el sistema de gestión de seguridad de datos personales y su certificación; diversas medidas específicas –como capacitación, campañas de comunicación interna y recomendaciones sobre medidas de seguridad–; e indicadores –como la gestión de clientes y el cumplimiento de los derechos ARCO (acceso, rectificación, cancelación y oposición)–.

### G4-PR8

Derivado de este enfoque, hemos logrado cumplir nuestros objetivos y metas al 100%, minimizando los riesgos y llevando a cabo la identificación de amenazas. Sin embargo, por ser éste un entorno donde el cambio e innovación son constantes debemos continuar con la perspectiva de avance continuo sobre el mantenimiento del control de datos, la trazabilidad y la creación de lineamientos internos adaptables. Debido a todas estas acciones, no hemos recibido penalización alguna en temas de privacidad y protección de datos.

*Hemos logrado concientizar a la totalidad de la empresa sobre el correcto uso de información y protección de datos personales*

Logramos capacitar al **71%** de los colaboradores de nuevo ingreso; al **50%** de colaboradores de CAC's y **50%** del edificio corporativo, en lo referente a los **lineamientos de la LFPDPPP**

#### Objetivos 2015:

- Ser la primera empresa en México con certificación en materia de protección de datos personales
- Lanzar un curso de *e-learning* sobre protección de datos personales para todos los colaboradores de Telefónica México

#### Buen uso de Internet por parte de los niños

Conocemos la importancia del acceso y aprendizaje de las nuevas tecnologías para las futuras generaciones. Por ello, trabajamos para crear un entorno favorable, didáctico y seguro, que permita el mejor desarrollo de los más pequeños.

Las líneas estratégicas que buscamos consolidar son la implantación de mecanismos de reporte de contenidos potencialmente ilegales y la lucha contra este tipo de contenido en Internet, en especial contra las imágenes de abusos sexuales a menores; la oferta de controles parentales para todo tipo de acceso a Internet y dispositivos conectados; el establecimiento de mecanismos de control de acceso a los contenidos para adultos en nuestros servicios y la formación y los recursos para apoyar a los padres a que sus hijos obtengan el máximo beneficio de Internet evitando usos indebidos.

Con el objetivo de colaborar con los padres de familia a que sus hijos utilicen adecuadamente la tecnología, tenemos a su disposición el Escudo Movistar (en prepago), que permite ubicar el *Smartphone* en caso de robo o extravío, bloquearlo y eliminar su contenido en caso de pérdida o sustracción; además, cuenta con antivirus, antispymware, firewall, protección contra sitios web fraudulentos y control parental de Internet.

Como miembros de la *Internet Watch Foundation* realizamos un proceso de autorregulación con el fin de filtrar contenido de abuso sexual infantil en nuestra red. De igual manera, ayudamos a difundir el portal de denuncias de la Asociación por la Seguridad en Internet (ASI), a través del cual se puede contribuir en la eliminación del contenido ilegal, inapropiado o fraudulento que afecte a usuarios de Internet en México. Por medio de nuestra [página web](#) proporcionamos herramientas de concientización dirigidas a los padres y profesores para ayudarlos a enfrentar la realidad digital infantil.

Comprendemos la eficacia de la prevención y de la educación en el fomento del buen uso de las tecnologías, por lo que lanzamos –en conjunto con la organización Profesor Chiflado– el programa “No te enredes”, cuyo objetivo es proporcionar a los menores claves para la adecuada y segura utilización de Internet por medio de una obra de teatro interactiva. Los resultados obtenidos fueron el 26% de avance en la consideración de la seguridad en Internet como responsabilidad de todos y el 25% en el reconocimiento del *cyberbullying* como forma de acoso.



**11 eventos en nueve escuelas, impacto a 4,340 alumnos de escuelas primarias públicas y privadas del Distrito Federal**



# Innovación sostenible

## G4-DMA ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS

Para nuestra empresa es fundamental innovar, crear y transformar constantemente para brindar los mejores productos y servicios a nuestros clientes, por lo que ponemos a su alcance diversas posibilidades que facilitan el acceso a la comunicación y la disminución de la brecha digital.

En Grupo Telefónica contamos con el programa global de emprendimiento e inversión –*Open Future*–, el cual se enfoca en atraer talento y ofrecer productos y servicios innovadores para integrarlos en nuestra propuesta de valor para los clientes. Incluye iniciativas de éxito probado, como son los fondos de inversión Telefónica Ventures y Amérigo, la aceleradora de *startups* Wayra y las iniciativas *Think Big* y Talentum, que apoyan al talento más joven.



Nuestra aceleradora de *startups* digitales Wayra ayuda a los mejores emprendedores a crecer y constituir empresas exitosas, ofreciéndoles todo lo necesario para ello. Por medio de ella brindamos financiamiento de hasta 50 mil dólares, un espacio de trabajo en la academia de México, acceso a una red global de *partners* de negocio, mentores y expertos, así como la oportunidad de trabajar con los negocios de Telefónica en el mundo.

A través de la innovación abierta desarrollada *Open Future*, Telefónica apoya diversos proyectos de innovación sostenible en las áreas de educación, salud y finanzas. En México, algunos de ellos son:

- **Cursa.me.** Plataforma que conecta profesores, padres, alumnos y directivos de una misma institución para facilitar la interacción y potenciar el proceso de enseñanza-aprendizaje y la calidad educativa.
- **"School Control".** Plataforma de comunicación escolar en la cual los profesores, alumnos y las familias pueden consultar información del colegio y seguir detalladamente el desempeño académico de los estudiantes.
- **Towi.** Programa de juegos y aplicaciones para desarrollar habilidades cognitivas en niños.
- **Kubo financiero.** Comunidad financiera especializada en *crowdfunding* y *Peer to Peer* (P2P) Lending

Wayra México fue reconocida en 2014 como impulsora en el desarrollo de ideas de negocio de alto impacto en la Red de Incubadoras, Aceleradoras y Espacios de Vinculación del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM).

En el marco de las actividades realizadas en la Semana del Emprendedor, Wayra participó dentro del Ecosistema de Alto Impacto con el maratón de conferencias "Nuevas herramientas digitales para crear empresas más competitivas", en el que participaron los proyectos de Kubo Financiero, Torneo de Ideas, Atlantia Search, Auditt, BrandMe, Cono-C, Prestígos, Awr Ideas y Towi.



Además, contamos con servicios para facilitar el acceso a la tecnología a nuestros clientes en su interacción digital diaria.

Somos la primera compañía móvil en México en ofrecer a nuestros clientes de postpago –a través de la iniciativa Vas a Volar– llamadas ilimitadas a cualquier compañía (móvil o fija) nacional, y módulos con este servicio, para beneficiar de la misma manera a nuestros clientes de prepago.

Enfocamos nuestros esfuerzos en lanzar productos y servicios correspondientes a nuestras nuevas líneas de negocio que van más allá de lo tradicional:

#### ➔ **M2M**

- Smart M2M. Servicio de conectividad gestionada que permite un mayor control de las líneas M2M
- Global SIM. Producto que posibilita el uso de SIMs de otras operadoras de Grupo Telefónica en México

#### ➔ **Publicidad en el móvil**

- Nuevas funciones del *Mobile Marketer*. Plataforma que facilita el envío de campañas SMS o MMS
- SMS Patrocinado. Servicio que permite a una marca pagar el envío de SMSs a un usuario, a cambio de que éste reciba publicidad

#### ➔ **Servicios financieros**

- Movistar Te Recomenda (programa piloto). Servicio que permite a una entidad financiera acceder al perfil de un usuario (siempre con el consentimiento explícito de éste), con la finalidad de crear un historial que le permita acceder a un microcrédito, a través de su patrón de recarga. Está enfocado en usuarios que no cuentan con un historial crediticio, por lo que este programa les permite generar uno.

En 2014, **lanzamos Spotify para el segmento prepago**, con el cual brindamos la oportunidad de pagar semanalmente

La innovación contribuye además a llevar la tecnología y sus beneficios a todas las personas y a reducir las diferentes brechas digitales:

#### ➤ Brecha económica:

Telefónica México, en vista de la existencia de personas que no acceden a tecnología por la falta de recursos económicos, ofrece servicios y productos con precios asequibles. Además, ofrecemos servicios como:

- Pasa saldo, que permite que amigos y familiares permanezcan comunicados sin importar que alguno de ellos no cuente con crédito en ese momento.
- Luego pagas, servicio que brinda a los clientes la oportunidad de continuar navegando, aun sin saldo y que podrá ser pagado en su próxima recarga.
- Recarga SOS, servicio que permite a los clientes de prepago sin saldo solicitar una recarga cuando más la necesiten, la cual será pagada en su siguiente recarga.
- Mensajes por cobrar y prepagados, por el cual el usuario puede intercambiar mensajes SMS aunque no tenga saldo, ofreciendo así comunicación en todas las situaciones.
- Llamadas por cobrar.

#### ➤ Brecha geográfica:

La población de las áreas más remotas del país cuenta con acceso limitado a los servicios básicos. Las tecnologías de la información y su adecuada inclusión mejoran las comunicaciones al tiempo que maximizan su oportunidad de crecimiento económico. Por ello, nos esforzamos por llevar la conectividad a las zonas más remotas a través de proyectos como Telefonía rural.

#### G4-DMA CONSECUENCIAS ECONÓMICAS INDIRECTAS (GENERAL Y ESPECÍFICO)

G4-EC8, G4-S01

A través de este programa, proveemos comunicación a poblaciones rurales que no cuenten con estos servicios, reafirmando nuestro compromiso con México y el desarrollo de la sociedad. Actualmente desplegamos cobertura celular en los estados de Oaxaca, Michoacán, Hidalgo y Zacatecas.

Para conocer las necesidades y requerimientos de las comunidades en las que tenemos presencia establecemos canales de diálogo con ellas. Nos relacionamos con sus representantes y de esta manera prevenimos conflictos y consideramos sus tradiciones, costumbres y actividad económica.



#### G4-EC7

Este año iniciamos el proyecto fundamentado en un modelo de arrendamiento de Infraestructura Radio Base, dentro de un marco de reparto de ingresos con el cual se comparte el ingreso por tráfico en los sitios. En 2015 contaremos con una inversión a gran escala con la cual desplegaremos infraestructura en 240 localidades aproximadamente, en el Estado de México, Morelos, Puebla e Hidalgo. Adicionalmente, estamos replicando el programa en Guatemala y en un futuro próximo lo llevaremos a otros países en Latinoamérica.

*Telefonía rural recibió  
el premio Be More\_ Telefónica,  
como una de las iniciativas  
más innovadoras de América*

Desde el inicio del proyecto para comunidades rurales hemos integrado diferentes sitios, proporcionando cobertura a localidades como:

Estado	Municipio
Oaxaca	San Pablo Macuiltianguis
Oaxaca	San Juan Juquila Vijanos
Oaxaca	San Juan Quiotepec
Hidalgo	Atotonilco el Grande
Oaxaca	Villa Talea de Castro



Además, ampliamos nuestra cobertura a través de importantes acuerdos comerciales y el reforzamiento de nuestra inversión para contar con la mejor y más rápida red, y durante 2014 hemos continuado con el importante esfuerzo que realizamos en el despliegue de red con el fin de ofrecer no sólo una mayor cobertura, sino una mejor calidad en la experiencia al usuario. Consulta nuestra cobertura aquí: <http://www.movistar.com.mx/descubre/cobertura-home>.

### Accesibilidad

Ofrecemos servicios de ubicación para ayudar a personas con alguna enfermedad o dificultad de movilidad; de esta manera, cumplimos con nuestro propósito de hacer de la tecnología un vehículo de inclusión para todos los usuarios. Contamos con servicios como Emergencia SOS, a través del cual se proporciona al usuario asistencia médica, vial, en el hogar y en viajes de manera telefónica y presencial.

Asimismo, atendemos a clientes en náhuatl, lengua indígena con más de un millón y medio de hablantes en México y de mayor valía histórica para el país. Debido al impacto y preservación logrados, este servicio cuenta con gran relevancia para nuestra empresa, contando en 2014 con más de 300 llamadas para este servicio.

### ➤ Brecha de educación:

Las TIC representan uno de los centros de transformación de la educación del siglo XXI, ofreciendo una amplia gama de posibilidades para educar y aprender en un entorno digital, de acuerdo con las necesidades y hábitos de las nuevas generaciones, quienes actualmente se desarrollan y comunican en línea. Por ello, desde Fundación Telefónica desarrollamos proyectos que fomentan la inclusión digital a través de la formación.

Para mayor información, consulta la sección de Valor social de este informe.







# Valor social





**G4-DMA CONSECUENCIAS ECONÓMICAS INDIRECTAS / COMUNIDADES LOCALES (GENERAL Y ESPECÍFICO) / DERECHOS DE LA POBLACIÓN INDÍGENA**

En Telefónica México, uno de nuestros objetivos es contribuir al desarrollo social de las comunidades donde operamos. A esta labor coopera en gran medida Fundación Telefónica, organización de vanguardia que actúa a través de tres ejes adaptados a los retos del mundo digital:

- Educación e innovación
- Arte y cultura digital
- Voluntarios

Durante 2014, los principales logros que obtuvimos en Fundación Telefónica México fueron transitar de la estrategia de trabajo infantil a la estrategia Siglo XXI, aprovechando al máximo el conocimiento; descubrir dos proyectos de matemáticas; y las más de 30 sinergias, mismas que conllevan ahorros y visibilidad. Todos ellos, con impacto total e inherente a la reforma del sector de Telecomunicaciones, la cual busca una mayor inclusión digital.

Por medio de Fundación Telefónica, desarrollamos nuestra acción social de mano de organizaciones de la sociedad civil con una gran trayectoria en su campo de acción y asumimos el compromiso con determinados proyectos a través de la evaluación del nivel de posicionamiento que tiene dentro de las comunidades en las que estamos presentes, el nivel de vinculación con actores relevantes locales y el público al que atendemos. Con este minucioso análisis para la medición de impactos y costo, es posible conocer si las iniciativas son transferibles y masificables.

En Fundación Telefónica llevamos a cabo un diálogo y colaboración con las comunidades donde operamos bajo un esquema tripartito, es decir, de la mano del agente ejecutor aliado, pues canalizamos nuestras relaciones en las áreas de afectación del proyecto a través de las organizaciones no gubernamentales que operan en campo. Las entidades colaboradoras mantienen la comunicación, ejecutan los proyectos y son ellas quienes elaboran un reporte detallado sobre los avances de cada una de las iniciativas.

## Proceso de seguimiento de proyectos



Mantenemos el diálogo abierto con nuestros públicos de interés, por ello gestionamos nuevos canales de comunicación para Fundación Telefónica México. Como resultado, potenciamos las redes sociales en nuestro proceso de comunicación.

*Tenemos **3,135** seguidores en Facebook; **10,441**, en Twitter y **16,528** reproducciones del canal de Youtube, logrando cumplir nuestra meta en 97%*

De igual manera, para la revisión de los resultados, la Fundación se encuentra sujeta a auditorías externas organizadas por el Corporativo en conjunto con la operadora.

Gracias a este robusto procedimiento, en Fundación Telefónica nos encontramos alineados a las directrices de nuestra Compañía, teniendo un mayor conocimiento sobre el contexto del lugar donde implementamos cada proyecto y colaboramos con organizaciones expertas en educación.

## Beneficiarios de Fundación Telefónica 2014

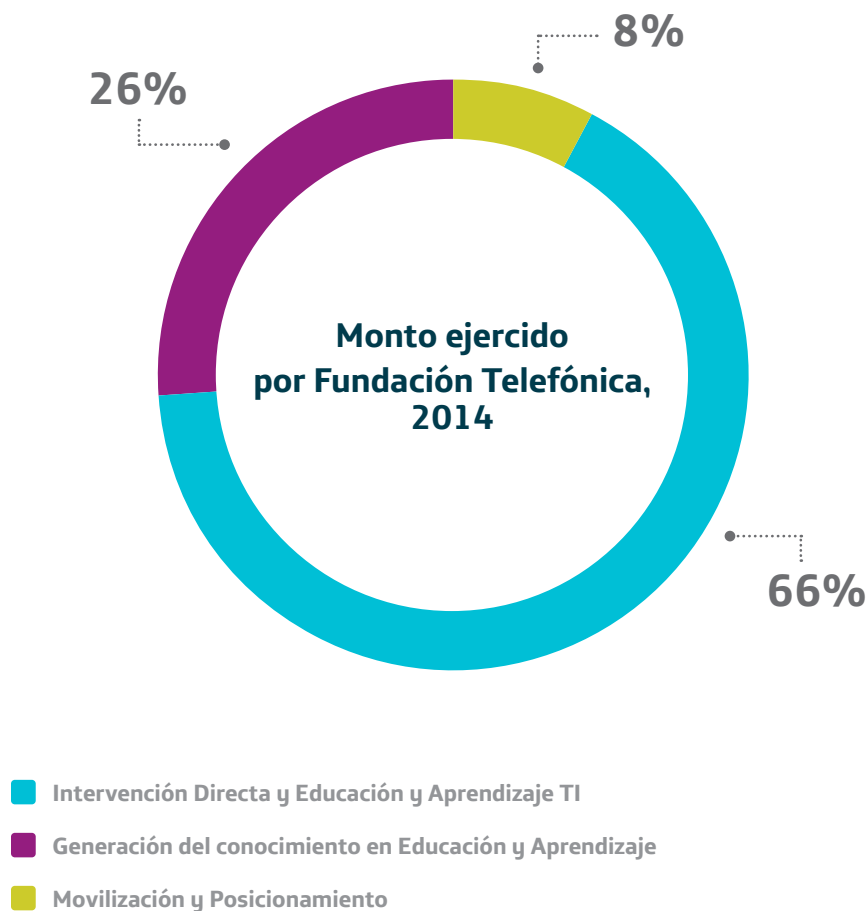


### G4-DMA ESPECÍFICO LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN

Así, nuestra Fundación se vale de diversas herramientas para garantizar la correcta gestión de sus actividades, tal es el caso de las políticas dictadas por el Corporativo, aunadas a los principios y valores de nuestra Compañía; los recursos humanos especializados que asigna para vigilar el desempeño de sus funciones, como el Presidente país, el Comité Digital, representantes legales de otras áreas y el Patronato; los indicadores específicos, como la matriz anual para determinar el ejercicio de montos y el número de beneficiados con cada proyecto, además del sistema de gestión. Una de las políticas más importantes con las que contamos es la referente a Antilavado de Dinero, la cual establece el procedimiento para el otorgamiento de donativos. El ejecutivo responsable de Fundación Telefónica debe acreditar la identidad de todos los donadores y estos últimos están obligados a acatar las disposiciones establecidas en las Reglas de Carácter General referidas en la Ley Federal para la Prevención e Identificación de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita.

G4-EC7

Fundación Telefónica destinó **USD \$3.59 millones**  
a tres proyectos estratégicos en 2014



Monto total destinado a donativos  
por Fundación Telefónica:  
**USD \$3.13 millones**

Los estados de la República en los cuales hemos intervenido son el Distrito Federal, Estado de México, Hidalgo, Nayarit, Oaxaca, Guerrero, Puebla, Tijuana, Tabasco, Chiapas, Yucatán y Sinaloa. Los principales beneficiarios de nuestras acciones son niños, niñas y adolescentes de los grupos étnicos relacionados con estas áreas geográficas.

# Inclusión digital

## G4-DMA COMUNIDADES LOCALES

Es a través de Fundación Telefónica que fomentamos la inclusión digital y el acceso a las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), para contribuir a la mejora de la calidad educativa en México y lograr que un mayor número de personas cuenten con estas facilidades.



*Mejoramos las oportunidades de desarrollo de las personas mediante proyectos educativos, sociales y culturales, logrando el cumplimiento de nuestra meta en un 95%*

## Educación e innovación

Desde Fundación Telefónica detectamos y analizamos las nuevas tendencias educativas, experimentamos con ellas, comprendemos y damos a conocer sus implicaciones en los procesos tecno-pedagógicos y las trasladamos a los entornos sociales más desfavorecidos. Entre las iniciativas que implementamos para fortalecer el modelo de adquisición de competencias del siglo XXI y fomentar la cultura digital se encuentran:

### Aulas Fundación Telefónica (AFT)

Proyecto de inclusión digital que promueve el uso de las TIC como herramienta esencial para incrementar la calidad educativa, fortaleciendo los procesos de enseñanza y aprendizaje de los centros educativos a los que asisten los beneficiarios del programa de Intervención Directa Proniño.

.....  
*Capacitamos a **1,070 docentes en tecnologías digitales** y su inclusión en el salón de clases, en siete estados de la República Mexicana*  
 .....

Los docentes participantes cursaron las rutas formativas y realizamos la transferencia del modelo a la Comisión Nacional de Fomento Educativo (CONAFE), como una posibilidad de llegar a las comunidades más apartadas.

Así, logramos más de 45 mil horas de formación y beneficiamos a 24,610 alumnos de escuelas públicas a través de los proyectos tecno-pedagógicos que se desarrollaron como parte de esta iniciativa.





Logramos atender a 1,729 niños, niñas y adolescentes de 29 escuelas a nivel nacional, a través de la plataforma Taktaktak

#### Taktaktak

La tecnología representa una oportunidad constante de cambio, por lo que apostamos por los desarrollos tecnológicos que contribuyen de manera directa al entorno educativo. Tal es el caso del programa Taktaktak, plataforma web desarrollada por la organización social Inoma y que se encuentra alineada al programa establecido por la Secretaría de Educación Pública (SEP). Esta herramienta didáctica promueve el fortalecimiento de las competencias básicas con el objetivo pedagógico de generar información respecto al aprendizaje de cada niño que participe, identificando los conceptos que más se le dificultan de acuerdo al nivel alcanzado, a través de juegos que incrementan la motivación y proporcionan una escala de tiempo y aprendizaje más largos.

#### Matitec

Al ser una Telco Digital, buscamos transformar los modelos educativos, procesos de aprendizaje y enseñanza a través del uso de tecnología. Así, surge esta iniciativa, experiencia educativa *mobile learning* pionera en México, creada por el Tecnológico de Monterrey (ITESM) para acrecentar los aprendizajes y los resultados académicos en niños de 12 años a partir de una propuesta metodológica basada en la gamificación, así como mejorar la posición de México frente a los indicadores internacionales de competencias, específicamente en el desempeño en matemáticas.

Con este proyecto facilitamos a educadores y alumnos la experimentación de un nuevo modelo metodológico en el proceso de enseñanza-aprendizaje de las matemáticas a través del uso del móvil con aplicaciones educativas, favoreciendo a la vez y de manera transversal, la adquisición de competencias del siglo XXI como el manejo de TIC, estrategias para trabajar el aprendizaje y la innovación y habilidades útiles para desempeñarse en la vida profesional y personal de su futuro.

Llevamos a cabo la donación de más de 1,000 equipos móviles y mediante nuestra operadora local Movistar, dotamos de acceso a servicio de datos para que 2,027 alumnos –pertenecientes al programa Aulas Fundación Telefónica y a instituciones aliadas del ITESM– utilizaran el aplicativo; es así que los usuarios tuvieron una ganancia positiva en promedio ponderada del 7.56%/10% con base en una evaluación previa y posterior a la implementación del proyecto. Derivado de éste se realizó una investigación que culminará en 2015 con la publicación de un trabajo editorial compilado con artículos de diversos investigadores nacionales.

2,027 niñas, niños y adolescentes fueron atendidos por la iniciativa Matitec

### Laboratorio de Ciudadanía Digital

En Fundación Telefónica México estamos interesados en acercar cada vez más oportunidades a los diferentes colectivos desfavorecidos, razón por la cual apoyamos la implementación del Laboratorio de Ciudadanía Digital, iniciativa del Centro Cultural de España en México que tiene por objetivo contribuir a la reducción de la brecha digital en el país mediante programas dirigidos a las personas que actualmente no cuentan con acceso a la educación y a las tecnologías de la información, como asociaciones vecinales, artistas, jóvenes, niños y grupos indígenas inmigrantes.

Como parte de este proyecto, en 2014 realizamos las siguientes actividades:

- MOTORlab. Su objetivo es entender la tecnología como una herramienta que posibilita el desarrollo del conocimiento a través de la experimentación, a través de un laboratorio de procesos creativos.
- Mapa Colaborativo del Exilio Español. Busca aplicar nuevas tecnologías a contextos culturales, generando un interés notorio en el público por la cercanía al uso de las herramientas digitales.
- 1º Encuentro de comunicadoras. Foro dirigido a preservar y promover el conocimiento de las culturas indígenas de México, a través del trabajo de mujeres de estos colectivos en el contexto del desarrollo de sus competencias tecnológicas.

**1,668 asistentes** al evento,  
entre docentes, alumnos, público  
en general y seguidores online

### Foros de innovación educativa

Como parte de estos foros con expertos en educación e innovación, a través de Fundación Telefónica trajimos a México al filósofo y escritor Fernando Savater, quien dictó la conferencia "Ciudadanos en la red y la nube" en la Sala Nezahualcóyotl de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

En el evento, compartió su visión acerca de cómo innovar en la educación de este siglo y abordó el tema de la importancia del uso de los medios digitales en la educación como una herramienta para la formación crítica.





*En 2014  
llevamos a cabo  
la firma del convenio  
de colaboración con la  
Secretaría de Relaciones  
Exteriores para la  
promoción de artistas  
mexicanos en el  
extranjero*

## Arte y cultura digital

Por medio de conferencias, exposiciones, talleres, concursos, investigaciones y publicaciones que fomentan la creación artística, buscamos compartir y difundir el conocimiento cultural y tecnológico, siempre con miras a la adquisición de competencias del siglo XXI y la inclusión digital.

### Concursos

En 2014 lanzamos la XVI edición del Concurso Internacional Arte y Vida Artificial, dirigido a artistas y creadores de cualquier nacionalidad, el cual busca su participación con obras que ofrezcan visiones novedosas sobre el concepto de vida artificial en la cultura contemporánea, desde la perspectiva del arte, la tecnología y la ciencia.

### Exposiciones

*Acercamos la cultura  
contemporánea a la sociedad,  
con especial foco en la cultura  
digital, por lo que durante 2014  
llevamos a cabo **13 exposiciones**  
y contamos con 84,990 asistentes*

Con apoyo de la Secretaría de Cultura del Ayuntamiento de Guadalajara y el Museo del Periodismo y las Artes Gráficas (MUPAG) presentamos la exposición "Transformaciones: la historia de las telecomunicaciones", constituida por un archivo fotográfico que comprende el periodo 1924-1931, tiempo en el que nace la industria telefónica en España, México y algunos países de Latinoamérica y el Caribe.

Asimismo, presentamos la exposición "La hora del recreo" en el Museo El Trompo, en Tijuana, Baja California, a través de la cual obtuvimos la afluencia de 34,156 visitantes. La muestra es un esfuerzo por hacer visible la realidad social de más de 14 millones de niños, que se ven obligados a trabajar en Latinoamérica, según datos de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

### Publicaciones

Por tercer año consecutivo, en Fundación Telefónica participamos en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara 2014 (FIL) donde presentamos los libros:

- "Ética Multicultural y Sociedad en Red", cuyos autores son Luis Germán Rodríguez y Miguel Ángel Pérez Álvarez
- "Fordlandia", de los autores Melanie Smith y José Luis Barrios

De igual manera, diseñamos un área interactiva en el área de libro electrónico, en la cual proporcionamos información sobre todas nuestras publicaciones *online* y llevamos a cabo el programa Padrinos de Lectura o Filantropía, que consiste en invitar a grupos de niños de escasos recursos de la zona metropolitana de Guadalajara a visitar la FIL Niños.

Así también presentamos el libro "La prensa en el nuevo ecosistema informativo ¡Que paren las rotativas!", del catedrático e investigador español, Bernardo Díaz Nosty, durante cuatro eventos de presentación a los cuales asistieron 116 personas.

# Voluntariado

Voluntarios Telefónica es el programa a través del cual canalizamos y promovemos la acción social de nuestros colaboradores, quienes desean aportar una parte de sus recursos, sus conocimientos, su tiempo y su ilusión en beneficio de la comunidad y de grupos desfavorecidos.

*Abrimos oportunidades para que nuestros colaboradores canalicen su interés de contribución social mediante el programa **Voluntarios Telefónica**, logrando contar con **669 participantes en 39 iniciativas** y el 90% de cumplimiento de nuestra meta*



**Incremento de 20%** en el número de ciudades atendidas por el programa de Voluntariado

Como parte del programa de cooperación internacional "Vacaciones Solidarias", recibimos a 13 voluntarios para integrarse durante dos semanas a la iniciativa de construcción de proyecto de vida en el desarrollo personal de las niñas y niños en situación de trabajo infantil, además de sensibilizar a los padres de familia acerca de la importancia de que los niños concluyan su educación, visualizando su proyecto de vida.

El Día Internacional del Voluntario en Telefónica es una iniciativa en la que miles de colaboradores de la Compañía dedican la jornada a realizar actividades solidarias. En 2014 participaron 15,343 personas en 32 países y 571 en México.

## Reforestación

Durante 2014 llevamos a cabo la reforestación de 1,500 árboles de las especies acacia, tejocote y pino greggi en 13 hectáreas del parque Sierra de Guadalupe. Como un ejercicio de voluntariado inter-empresarial, en la actividad se involucraron 500 voluntarios.

**Incremento en la cantidad de ciudades participantes** en las actividades de voluntariado, de 10 a 19



**7,721 horas de voluntariado** en beneficio de más de 15 comunidades del país







# Planeta





G4-DMA ENERGÍA (GENERAL Y ESPECÍFICO) / EFLUENTES Y RESIDUOS / PRODUCTOS Y SERVICIOS / CUMPLIMIENTO REGULATORIO / GENERAL  
G4-EC2

La Compañía trabaja con base en una estrategia global para reducir el impacto de nuestra actividad y a la vez ofrecer soluciones a los retos ambientales actuales desde la tecnología digital.

Así, abordamos la gestión de nuestra sostenibilidad ambiental en tres niveles:

- ➔ Gestión de los riesgos medioambientales potenciales que podrían ser producidos por nuestra actividad y cumplimiento de la legislación y normativas internas
- ➔ Objetivos en materia de reducción de consumo de recursos, generación de emisiones y gestión ambiental
- ➔ Innovación digital ambiental y desarrollo de *servicios Green* que contribuyan a solucionar los retos ambientales, como el cambio climático

Con la finalidad de obtener un alto desempeño en esta materia, nos alineamos a la normatividad local vigente y a las directrices dictadas por el Corporativo —como nuestra Política Ambiental, la cual es pública y establece las líneas de actuación en materia ambiental y de cambio climático, tales como la implantación de sistemas de gestión ambiental, la aplicación de la mejora continua, el uso sostenible de los recursos naturales y la transmisión de los procedimientos y requisitos ambientales a nuestra cadena de suministro y proveedores, entre otros temas—.

Asimismo, nos valemos de herramientas específicas, tales como el mapa global de riesgos operacionales y ambientales, los planes de acción trianuales y la búsqueda de opciones para lograr la optimización de recursos naturales y económicos, la reducción de emisiones de carbono y uso de combustibles fósiles, además de llevar a cabo el correcto tratamiento de residuos.

Uno de los principales logros en temas medioambientales ha sido que 2014 fue el primer año que el Corporativo destinó un porcentaje de la inversión a la lucha contra la huella de carbono.

Derivado de la implementación de estos procedimientos e instrumentos de gestión, en Telefónica México hemos logrado evolucionar, pues contamos con antenas de celdas solares y estamos evaluando distintas fuentes de energía renovable, como la eólica y fotovoltaica, con la finalidad de generar nuestra propia energía, aun cuando los temas regulatorios han retrasado considerablemente la implementación de este proyecto. La definición de la capacidad máxima de la planta generadora de energía renovable es equivalente al 56% del consumo de energía en 2014, aproximadamente.

Asimismo, en Telefónica México, llevamos a cabo el uso responsable de materiales y gestión de residuos, a través de la implementación de diversas iniciativas, como campañas de telemarketing, cuyo objetivo es incentivar a nuestros clientes a migrar al modelo *paperless*. De igual forma, reforzamos el proceso de ventas con la finalidad de hacer llegar la factura vía correo electrónico o SMS, tanto para las nuevas altas, como para clientes de pospago residencial.

.....

*En 2014, 86.9% de nuestros clientes han migrado al **modelo paperless***

.....

Nuestros procesos medioambientales fueron auditados por el organismo certificador AENOR, con lo cual logramos nuevamente la obtención del certificado en sistema de gestión ambiental ISO 14001 debido a nuestras actividades de protección al medio ambiente y recursos naturales. De igual manera, integramos la información adicional requerida por la Secretaría del Medio Ambiente del Distrito Federal para la obtención de la cédula LAU (Licencia Ambiental Única).



# Gestión ambiental

## G4-DMA ESPECÍFICO ENERGÍA, EMISIONES

Las directrices de gestión ambiental de Grupo Telefónica son la medición del desempeño, KPI y objetivos comunes; control de riesgos ambientales; nuestra adhesión a la Norma sobre Gestión Ambiental en Telefónica, la cual establece los requerimientos mínimos para la implementación de sistemas de gestión ambiental alineados a la ISO 14001; prácticas ecoeficientes; red responsable y gestión de residuos para una economía circular.

Actualmente, nuestra red cuenta con certificaciones ambientales en temas de tratamientos de residuos tóxicos, se encuentra dentro de la norma ambiental de ruido, así como también cuenta con procesos de calidad que día a día se llevan a cabo. En 2014, no se tiene registro de implementaciones adicionales a ello.

Asimismo, nuestra gestión responsable en términos ambientales nos han hecho acreedores al Reconocimiento “*The Best Energy Manager Team*” 2014, otorgado por la Oficina de Cambio Climático y Eficiencia Energética de la Global CTO de Telefónica, reconocimiento que define al mejor equipo de Eficiencia Energética de los 17 países donde Telefónica tiene presencia.

## G4-DMA EMISIONES

Para temas de ruido se encuentran dentro de los rangos que establecen las normas internacionales y locales. Dentro del edificio corporativo, estamos trabajando en la colocación de una caseta de insonorización para los equipos de aire acondicionado con el objetivo de reducir el ruido perimetral. Además, se insonorizó la planta de emergencia en el *switch* Tlalnepantla para minimizar los niveles de ruido.



Por otro lado, en el despliegue y mantenimiento de nuestra red de telecomunicaciones aplicamos las mejores prácticas disponibles para evitar el impacto desde la fase de diseño de distintas maneras, una de ellas es compartir la ubicación de nuestras instalaciones con otros operadores o empresas gestoras de las antenas. Con ello logramos un menor impacto visual y energético y una menor generación de residuos. Así, durante 2014, el 55% del despliegue de nuestra red en México fue realizado a través de sitios co-ubicados ya existentes.

G4-EN31

**USD \$58,762** invertidos  
en iniciativas en favor del medio  
ambiente



## Agua

G4-DMA AGUA

G4-EN8

El agua utilizada en nuestras operaciones es suministrada por el Sistema de Aguas de la Ciudad de México y hemos implementado diversas iniciativas para disminuir su consumo. Llevamos a cabo rutinas de mantenimiento para prevenir fugas y campañas de sensibilización del cuidado del medio ambiente para los colaboradores. En el edificio corporativo, contamos con una rampa de recolección de agua de lluvia, la cual reutilizamos para los servicios sanitarios. Realizamos la sustitución del equipo hidro-sanitario de llaves ahorradoras y fluxómetros en los sanitarios, con lo cual ahorramos 7% en el consumo de este recurso natural.

G4-EN8

**49,900.64 m<sup>3</sup>** de agua utilizada,  
reducción del 12% vs 2013

G4-DMA EFLUENTES Y RESIDUOS

G4-EN22

Adicionalmente aplicamos una bio-enzima en las trampas de grasa y cárcamos del sistema de alcantarillado previo a vertido de las aguas residuales, logrando la degradación de los sólidos y la mitigación de la contaminación en el drenaje de la Ciudad de México.

Consumo en el edificio  
corporativo de México:  
21,152 m<sup>3</sup>,  
**reducción de 7.27%**  
vs 22,690 m<sup>3</sup> en 2013;  
superando la meta anual  
de ahorro del 7%



## Reciclaje

G4-DMA MATERIALES / EFLUENTES Y RESIDUOS

Buscamos mitigar nuestro impacto ambiental en la mayor medida posible. Por ello, contamos con acciones y programas para el uso responsable de insumos y residuos. La gestión integral de residuos se lleva a cabo bajo los lineamientos de la Ley General para la Gestión Integral de los Residuos y la Ley General de Residuos Sólidos del Distrito Federal. En el caso de los residuos peligrosos, adicionalmente acatamos la NOM-161 y la NOM-052 para su correcta disposición.

Utilizamos papel con al menos el 50% de fibras recicladas y actualizamos y personalizamos con contraseñas de red nuestros sistemas de impresión, permitiéndonos un mayor control y reducción del volumen de impresión.

En 2014 nuestro proveedor de reciclaje capacitó y concientizó a todo el personal de servicios generales e inmobiliarios sobre la importancia de la gestión correcta de residuos. Extendimos nuestro programa de reciclaje –Separación integral de RSU (Residuos Sólidos Urbanos)– a las regiones de Puebla, León y Monterrey, con lo que logramos la correcta separación y clasificación de residuos desde su origen.

G4-EN23

**Residuos no peligrosos reciclados en 2014**

Papel y cartón	1.89 ton
Cables, tuberías y metales	17.64 ton

G4-EN28

Consideramos que uno de los residuos generados más relevantes de nuestras operaciones son los equipos electrónicos, por lo que nos esforzamos por incentivar su recolección y disposición adecuada. Contamos con buzones de equipos celulares en desuso en nuestros centros de atención a clientes, empresas aliadas y edificio corporativo. De esta manera, ponemos a disposición de nuestros grupos de interés los medios para reciclar correctamente los celulares y sus accesorios y así proteger el medio ambiente.

**Residuos peligrosos reciclados en 2014**

Baterías	28.20 ton
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos	0.83 ton
Aceites usados	6.70 m <sup>3</sup>



# Energía y cambio climático

## G4-DMA ENERGÍA / EMISIONES / PRODUCTOS Y SERVICIOS

Trabajamos para ser la Telco Digital más eficiente en términos de energía y emisiones de carbono. Nos enfocamos en el ahorro de energía, la reducción del gasto operacional y de las emisiones. Para lograr la eficiencia energética de nuestras operaciones, los proyectos que implementamos son establecidos desde un análisis detallado del comportamiento operacional de nuestra Compañía, con el objeto de optimizar el consumo de energía que demandamos de la red, obteniendo indirectamente reducciones de emisiones contaminantes.



La ejecución de estos proyectos implica modificaciones considerables a la naturaleza propia de los procesos operativos, focalizando los puntos críticos de nuestro día a día, obteniendo datos más precisos para la toma de decisiones y beneficiando la disponibilidad de nuestra red a los usuarios finales. A raíz del aumento en el despliegue de infraestructura el consumo energético en la red aumentó un 5% en 2014. Entre los proyectos que establecimos en 2014 se encuentran:

### ➔ Proyecto de *Power Saving Features*

#### G4-EN27

Su objetivo es reducir el consumo de energía en las radio bases de Telefónica. Esta funcionalidad permite controlar el consumo de energía en nuestra red de telefonía celular, es decir, esta opción facilita que si la radio base no tiene usuario alguno conectado a ella en determinado periodo de tiempo, los elementos hibernan o adoptan un estado de *stand by*, lo que conlleva a dejar de consumir energía en ese mismo periodo de tiempo. Si en algún momento un usuario se conecta a la radio base, se activa nuevamente.

#### G4-DMA ESPECÍFICO EMISIONES

**Meta 2020, Grupo Telefónica:**  
*reducción del 30% de emisiones  
directas e indirectas de CO<sub>2</sub>*

G4-EN6, G4-EN19

*En 2014  
logramos reducir  
la cantidad de  
9'365,355 kWh*



#### ➤ Proyecto de Free Cooling Directo

Con este proyecto buscamos reducir el consumo de energía en los aires acondicionados para enfriar las diferentes instalaciones de nuestra Compañía, con lo cual aprovecharíamos las condiciones climáticas de la zona centro del país, permitiendo utilizar el aire del exterior, para introducirlo a las instalaciones y evitar así que los equipos de enfriamiento trabajen en horarios determinados y emitan gases contaminantes.

G4-EN6

#### ➤ Sustitución de luminarias

Iniciamos este proceso en el edificio corporativo para reducir el consumo energético cambiando las luminarias de vapor de mercurio por unas con tecnología LED. Con este fin, implementamos el encendido / apagado de iluminación y equipos de aire acondicionado con un horario programado y se pintaron los sótanos para disminuir el número de luminarias necesarias.

G4-EN6, G4-EN19

*Con este proyecto,  
el ahorro obtenido  
en 2014 fue de  
2'494,743 kWh*

**Ahorro de 599,764.00 kWh,**  
*equivalente a 2'159,150 J*

G4-EN3, G4-EN6

*Consumo  
energético total  
en edificio corporativo:  
15'829,748 kWh,  
disminución  
del 3.65% vs 2013*



# Campos electromagnéticos

Conscientes de la inquietud que pueda aflorar en la sociedad, en Telefónica, pese a que en México no existe una legislación específica sobre emisiones electromagnéticas, cumplimos con las normativas internacionales y trabajamos a nivel corporativo con organismos internacionales de estudio difusión.

Así, todas las terminales y equipos que ofrecen nuestros servicios cumplen con los estándares internacionales que establecen el parámetro SAR (*Specific Absorption Rate*). Además, realizamos periódicamente mediciones de emisiones electromagnéticas por parte de un proveedor externo.

Llevamos a cabo el despliegue de la red bajo la modalidad de crecimiento y sustitución de tecnología con ventiladores, evitando el uso de aire acondicionado. Sin embargo, los sitios en operación —equipados con gases de efecto invernadero— son sustituidos en los procesos de mantenimiento correctivo por equipos que contienen gases amigables con el medio ambiente. La sustitución de aire acondicionado representa el 16.38% del total (8,491 radiobases).

Este despliegue en sitios nuevos ha decrecido considerablemente. La expansión presentada se relaciona al crecimiento de tecnología en los mismos, sin embargo sus procesos de construcción se encuentran documentados y cumplen con la legislación vigente. Asimismo, acatamos los lineamientos gubernamentales determinados por las instituciones encargadas de reglamentar el cuidado de la imagen paisajística y la disminución del impacto visual. En 2014 no realizamos mimetizaciones (camuflajes) de antenas.

# Respuesta a situaciones de emergencia

De acuerdo con nuestros principios de responsabilidad social ante los desastres naturales o artificiales, y de nuestra capacidad de reacción y actuación en favor de los afectados, trabajamos intensamente para mejorar nuestra respuesta y garantizar el servicio.

Por ejemplo, en mayo de 2014 tuvo lugar un sismo en algunas ciudades del país y nuestra red continuó operando normalmente; aunque se presentó cierto grado de saturación en nuestra red y en la interconexión con otras operadoras de telefonía fija y móvil derivado de la concurrencia de llamadas por parte de una gran cantidad de usuarios. De la misma manera, tras el sismo registrado en julio en Tapachula, Chiapas, nuestras operaciones continuaron sin contratiempos en materia de transmisión de voz y datos, debido a la labor de supervisión de calidad realizada por nuestros especialistas.

El huracán "Odile" impactó severamente a la población de Baja California, lo cual afectó nuestros servicios. Por ello, desplegamos nuestro protocolo de actuación con la finalidad de resolver rápidamente las incidencias. Fuimos la primera operadora en restablecer la red, aunado a la facilitación de servicio de voz nacional y SMS gratuitos a nuestros clientes ubicados en las zonas afectadas.

# Productos y servicios *Green*

Estos servicios, entendidos como aquellos que tienen una repercusión positiva directa en el medio ambiente, son una de las líneas de actividad del crecimiento de la Compañía, pues como Telco Digital, sabemos que nuestros servicios más allá de la conectividad, pueden contribuir a generar beneficios medioambientales.

Tal es caso del *hosting* virtual, que supone la desmaterialización de los contenidos y servicios a través de un espacio virtual de proceso y almacenamiento que promueve la optimización del consumo energético y el máximo aprovechamiento del espacio a través de los Data Center, reduciendo por lo tanto la huella ambiental ligada a esta actividad, especialmente la huella de carbono.

Así, el Data Center de México cumple con los principios internacionales *Green IT* de ecoeficiencia y sostenibilidad y dispone de infraestructuras eléctricas y de climatización de última generación, lo que, junto con una gestión especializada, nos permite reducir aproximadamente un 75% el consumo energético propio de estas infraestructuras. Por otro lado, a través de las telepresencias y videoconferencias, ahorramos gastos de desplazamientos al poder realizarse reuniones a distancia.

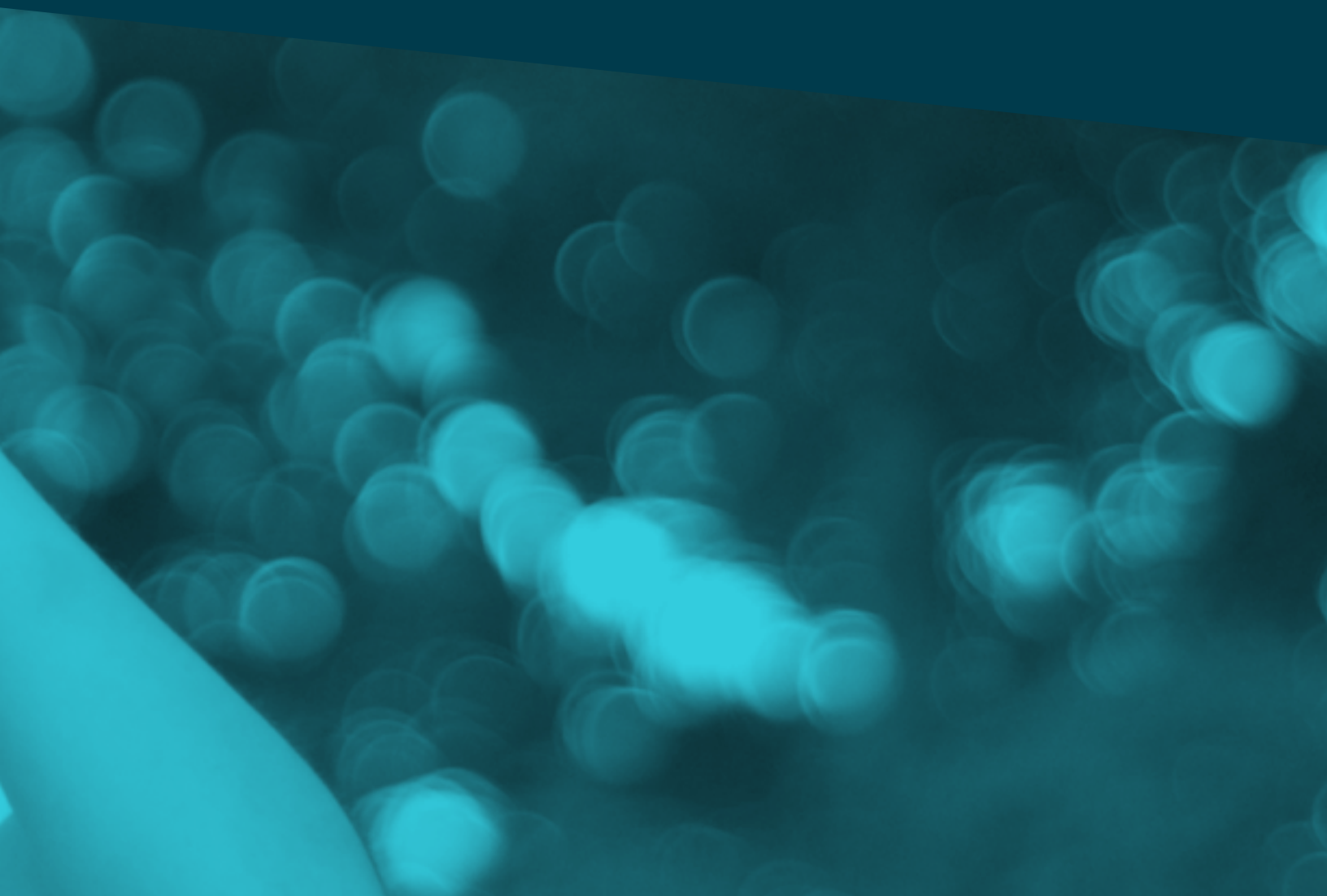








# Anexos



# Tabla de indicadores

	Unidades	2013	2014	Variación
<b>Eficiencia económica</b>				
Clientes (Ingresos de Telefónica)	USD millones	2,141.22	2,191.45	2.35%
Ingresos PIB	%	0.2	0.2	0%
Número de reclamaciones	Reclamaciones	3,487,641	N/D	
Aportaciones fiscales	USD miles	126.21	171.61	35.97%
Gastos salariales a empleados	USD millones	178.32	207.71	16.48%
Volumen de compras adjudicado	USD millones	1,379.74	1,041	-24.55%
Volumen de compras adjudicado localmente	USD millones	1,306.32	928	-28.96%
% de Proveedores Adjudicatarios Locales	%	87.1	86	-1.2%
Inversiones en Capex	USD millones	321.24	334.23	4.04%
Inversión en I+D	USD millones	56.28	25.10	-55.40%
Aprovisionamientos	USD millones	945.18	854.79	-9.56%
Número de Empleados despedidos por incumplimiento de los PdA	Personas	3	4*	33.3%
Número de incidentes de corrupción investigados por la Oficina de PdA	Personas	1	1*	0%
Número de auditorías realizadas a proveedores	Unidades	7	14	100%

\* Estas cifras pertenecen a Telefónica S.A.

	Unidades	2013	2014	Variación
<b>Aspectos sociales</b>				
Plantilla total física	Personas	2,969	2,967	-0.067%
Plantilla promedio	Personas	3,025	2,951	-2.44%
Tasa de absentismo	Unidades	2,682.40	2,085.27	-22.26%
Número de horas de formación en el ejercicio	Horas	35,016	85,797	145%
Número de mujeres en plantilla	Personas	992	988	-0.40%
Número de mujeres directivas	Personas	5	4	-20%
Número de personas con discapacidad	Personas	1	1	0%
Horas de voluntariado	Personas	14,475	7,721	-46.65%

	Unidades	2013	2014	Variación
<b>Aspectos medioambientales</b>				
<b>Despliegue de red responsable</b>				
Adecuaciones de impacto visual	Unidades	8	N/D	
Infraestructuras compartidas	Unidades	169	N/D	
Mediciones de campos electromagnéticos	Unidades	76	0	
Inversión y gasto en medio ambiente	USD	157,423.36	33,403	-78.78%
<b>Consumo de recursos</b>				
Total consumo de papel –actividades comerciales y de oficina– (G4-EN1)	Ton	99	100.15	1.16%
Número de clientes con factura electrónica	Unidades	562,643	628,732	11.74%
Consumo de agua	m³	56,564	49,900	-11.78%
<b>Residuos</b>				
Total residuos gestionados (operaciones, oficinas y clientes)	Ton	260.93	72.41	-72.24%
Residuos de baterías de grupos electrógenos (operaciones y oficinas)	Ton	131.6	28.55	-78.30%
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (operaciones y oficinas)	Ton	129.4	4.63	-96.42%
Reciclaje y reúso de teléfonos móviles y accesorios de clientes	Ton	1.4	N/D *	

\* Debido al Programa We Care firmado con la Anatel, los operadores no publicamos este indicador de manera individual, sino como sector.

	Unidades	2013	2014	Variación
<b>Inventario de Energía y CO<sub>2</sub></b>				
<b>Energía</b>				
Combustible	Miles de litros	1.20		
Biocombustible	Miles de litros	0.00		
Consumo eléctrico operaciones	MWh	271.90		
Consumo eléctrico oficinas	kWh	16,429,512	15,829,748	-3.65%
Energía procedente de fuentes renovables	MWh	17.01		
<b>Emisiones de GEI</b>				
Emisiones Directas (alcance I)	tCO <sub>2</sub> eq	4.72		
Emisiones Indirectas (alcance II)	tCO <sub>2</sub> eq	133.54		
Emisiones evitadas	tCO <sub>2</sub> eq	8.00		
Emisiones totales	tCO <sub>2</sub> eq	138.26		

# Índice

## de Contenido GRI G4

G4-32  
OPCIÓN <DE CONFORMIDAD> ESENCIAL

### Contenidos Básicos Generales

Contenidos Básicos Generales	Página o link / Respuesta directa	Verificación externa
<b>Estrategia y Análisis</b>		
G4-1	4, 6	✓
G4-2	4, 6	✓
<b>Perfil de la Organización</b>		
G4-3	4, 6	✓
G4-4	10, 28	✓
G4-5	38	✓
G4-6	10, 12	✓
G4-7	11	✓
G4-8	12, 28	✓
G4-9	12, 29	✓
G4-10	57	✓
G4-11	56	✓
G4-12	49	✓
G4-13	Debido a la Reforma de Telecomunicaciones, existieron cambios en nuestros procesos, mas no en estructura. / 56	✓
G4-14	44	✓
G4-15	6, 45	✓
G4-16	33	✓
<b>Aspectos Materiales y Cobertura</b>		
G4-17	16, 28	✓
G4-18	16, 18	✓
G4-19	18	✓
G4-20	22	✓
G4-21	22	✓
G4-22	103	✓
G4-23	No existe cambio en el alcance y cobertura de los aspectos con respecto al informe anterior.	✓
<b>Participación de los Grupos de Interés</b>		
G4-24	30-35	✓
G4-25	30-35	✓
G4-26	30-35	✓
G4-27	30-35	✓

### Contenidos Básicos Generales

Contenidos Básicos Generales	Página o link / Respuesta directa	Verificación externa
<b>Perfil de la Memoria</b>		
G4-28	16	✓
G4-29	2013	✓
G4-30	Anual / 16	✓
G4-31	Tercera de forros	✓
G4-32	16, 110	✓
G4-33	16	✓
<b>Gobierno</b>		
G4-34	38	✓
G4-35	39	✓
G4-36	38	✓
G4-37	67	✓
G4-38	39	✓
G4-39	39	✓
G4-40	39	✓
G4-41	40	✓
G4-42	39	✓
G4-43	Con respecto a la sensibilización de la Asamblea de Accionistas en temas económicos, sociales y ambientales no existen procedimientos establecidos para garantizar un mayor conocimiento. / 39	✓
G4-44	39	✓
G4-45	39, 44	✓
G4-46	39	✓
G4-47	39	✓
G4-48	No existe como tal un comité que revise y apruebe el informe de Sostenibilidad Corporativa; sin embargo, los diversos Comités desde sus ámbitos de competencia se encargan de verificar el cumplimiento de la estrategia. / 27	✓
G4-49	67	✓
G4-51	39	✓
G4-52	39	✓
<b>Ética e integridad</b>		
G4-56	41	✓
G4-57	41, 43	✓
G4-58	41, 43	✓



### Contenidos Básicos Específicos

DMA e Indicadores	Página o Link / Respuesta Directa	Omissiones Identificadas	Razón de Omisión	Explicación de Omisión	Verificación Externa
<b>Categoría: Económica</b>					
<b>Aspecto material: Desempeño económico</b>					
G4-DMA	10, 29				✓
G4-EC1	10, 11, 12, 29, 60				✓
G4-EC2	98	Datos cuantitativos de las consecuencias económicas.	No disponible	No se tiene identificado el costo de las medidas adoptadas para gestionar los riesgos ambientales.	✓
G4-EC3	60				✓
G4-EC4	Telefónica México no recibe ayudas financieras por parte de organismos gubernamentales.				✓
<b>Aspecto material: Consecuencias económicas indirectas</b>					
G4-DMA	84, 88				✓
G4-EC7	84, 90				✓
G4-EC8	84				✓
<b>Aspecto: Prácticas de adquisición</b>					
G4-DMA	50				✓
G4-EC9	49				✓
<b>Categoría: Medio ambiente</b>					
<b>Aspecto: Materiales</b>					
G4-DMA	101				✓
G4-EN1	109				✓
<b>Aspecto material: Energía</b>					
G4-DMA	98, 99, 102				
G4-EN3	103				
G4-EN6	102, 103				
<b>Aspecto: Agua</b>					
G4-DMA	100				✓
G4-EN8	100				✓
<b>Aspecto: Emisiones</b>					
G4-DMA	99, 102				
G4-EN19	102, 103				
<b>Aspecto material: Efluentes y residuos</b>					
G4-DMA	98, 100, 101				✓
G4-EN22	El vertido de aguas es solamente sanitario y es a los sistemas de saneamiento municipal. / 100				✓
G4-EN23	101				✓

### Contenidos Básicos Específicos

DMA e Indicadores	Página o Link / Respuesta Directa	Omisiones Identificadas	Razón de Omisión	Explicación de Omisión	Verificación Externa
G4-EN24	Debido a la naturaleza de nuestras operaciones, en el periodo de reporte no se presentó derrame alguno.				✓
G4-EN25	En Telefónica no transportamos, importamos o exportamos residuos peligrosos.				✓
G4-EN26	Debido a la naturaleza de nuestras operaciones, no afectamos hábitat alguno por vertidos y escorrentía.				✓
<b>Aspecto material: Productos y servicios</b>					
G4-DMA	98, 102				✓
G4-EN27	102				✓
G4-EN28	101	Monto total	Confidencial	Debido al Programa We Care firmado con la Anatel, los operadores no publicamos este indicador de manera individual, sino como sector.	✓
<b>Aspecto material: Cumplimiento regulatorio</b>					
G4-DMA	98				✓
G4-EN29	Telefónica no cuenta con expedientes abiertos en su contra por infracciones o sanciones relacionadas con las normativas de medio ambiente.				✓
<b>Aspecto material: General</b>					
G4-DMA	98				✓
G4-EN31	100				✓
<b>Aspecto material: Evaluación ambiental de los proveedores</b>					
G4-DMA	44, 50, 51				✓
G4-EN32	51				✓
G4-EN33	51				✓
<b>Aspecto material: Mecanismos de reclamación ambiental</b>					
G4-DMA	43				✓
G4-EN34	En el periodo de reporte, no se han presentado reclamaciones ambientales.				✓
<b>Categoría: Desempeño social</b>					
<b>Subcategoría: Prácticas laborales y trabajo digno</b>					
<b>Aspecto material: Empleo</b>					
G4-DMA	49, 51, 56, 60				✓
G4-LA1	58				✓
G4-LA2	60				✓

## Contenidos Básicos Específicos

DMA e Indicadores	Página o Link / Respuesta Directa	Omissiones Identificadas	Razón de Omisión	Explicación de Omisión	Verificación Externa
<b>Aspecto material: Relaciones entre los trabajadores y la dirección</b>					
G4-DMA	67				✓
G4-LA4	No existen periodos mínimos de preaviso.				✓
<b>Aspecto: Salud y seguridad en el trabajo</b>					
G4-DMA	59				✓
G4-LA5	59				✓
G4-LA6	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tasa de absentismo: 2,085.27</li> <li>Tasa de accidentes: 2.82</li> <li>Tasa de días perdidos: 49.95</li> <li>Tasa de enfermedades profesionales: 0.00</li> <li>Días perdidos por accidentes / incapacidad: 8,495</li> </ul>				✓
G4-LA7	Debido a la naturaleza de nuestra industria, los colaboradores no tienen un riesgo elevado de enfermedades profesionales.				✓
<b>Aspecto material: Capacitación y educación</b>					
G4-DMA	61				✓
G4-LA9	62				✓
G4-LA10	60				✓
G4-LA11	62				✓
<b>Aspecto material: Diversidad e igualdad de oportunidades</b>					
G4-DMA	63				✓
G4-LA12	57, 63				✓
<b>Aspecto material: Igualdad de retribución entre mujeres y hombres</b>					
G4-DMA	60, 63				✓
G4-LA13	63				✓
<b>Aspecto: Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores</b>					
G4-DMA	44, 50, 51				✓
G4-LA14	51				✓
G4-LA15	51				✓
<b>Aspecto material: Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales</b>					
G4-DMA	43, 66, 67				✓
G4-LA16	42				✓
<b>Subcategoría: Derechos humanos</b>					
<b>Aspecto material: Inversión</b>					
G4-DMA	44				✓
G4-HR1	44				✓
<b>Aspecto material: No discriminación</b>					
G4-DMA	63				✓
G4-HR3	42				✓

## Contenidos Básicos Específicos

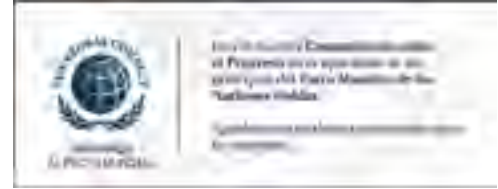
DMA e Indicadores	Página o Link / Respuesta Directa	Omisiones Identificadas	Razón de Omisión	Explicación de Omisión	Verificación Externa
<b>Aspecto material: Libertad de asociación y negociación colectiva</b>					
G4-DMA	56				✓
G4-HR4	44, 56				✓
<b>Aspecto material: Trabajo infantil</b>					
G4-DMA	45, 53				✓
G4-HR5	En Telefónica México implementamos acciones para la erradicación del trabajo infantil, en cumplimiento con los Diez Principios del Pacto Mundial.				✓
<b>Aspecto material: Trabajo forzoso</b>					
G4-DMA	45				✓
G4-HR6	En cumplimiento con los Diez Principios del Pacto Mundial, en Telefónica México rechazamos el trabajo forzoso.				✓
<b>Aspecto material: Derechos de la población indígena</b>					
G4-DMA	88				✓
G4-HR8	Durante el periodo de reporte no se presentaron casos de violación de los derechos de los pueblos indígenas.				✓
<b>Aspecto: Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos</b>					
G4-DMA	50				✓
G4-HR10	51				✓
G4-HR11	51				✓
<b>Aspecto material: Mecanismos de reclamación en materia de Derechos Humanos</b>					
G4-DMA	43				✓
G4-HR12	En el periodo de reporte, no se han presentado reclamaciones en materia de derechos humanos.				✓
<b>Subcategoría: Sociedad</b>					
<b>Aspecto material: Comunidades locales</b>					
G4-DMA	10, 88, 91				✓
G4-SO1	84				✓
<b>Aspecto material: Lucha contra la corrupción</b>					
G4-DMA	40, 43, 89				✓
G4-SO3	43				✓
G4-SO4	40				✓
G4-SO5	42				✓
<b>Aspecto material: Política pública</b>					
G4-DMA	33, 43				✓
G4-SO6	43				✓

### Contenidos Básicos Específicos

DMA e Indicadores	Página o Link / Respuesta Directa	Omissiones Identificadas	Razón de Omisión	Explicación de Omisión	Verificación Externa
<b>Aspecto material: Prácticas de competencia desleal</b>					
G4-DMA	40				✓
G4-S07	40				✓
<b>Aspecto material: Mecanismos de reclamación por impacto social</b>					
G4-DMA	43				✓
G4-S011	Durante el periodo de reporte, no se recibieron reclamaciones por impactos sociales.				✓
<b>Subcategoría: Responsabilidad sobre productos</b>					
<b>Aspecto material: Salud y seguridad de los clientes</b>					
G4-DMA	73, 74, 76, 80				✓
G4-PR1	73				✓
G4-PR2	En el periodo de reporte no se presentaron incidentes por incumplimiento de normativas relativas a la salud y seguridad de nuestros productos.				✓
<b>Aspecto material: Etiquetado de los productos y servicios</b>					
G4-DMA	71, 78, 82	Datos cuantitativos	No disponible	No fue posible reportar el dato debido a que la información se consolidó durante 2015 para reportar en el siguiente informe.	✓
G4-PR3	76				✓
G4-PR4	Durante el periodo de reporte no se presentaron incumplimientos a la regulación referente al etiquetado de nuestros productos.				✓
G4-PR5	71, 75				✓
<b>Aspecto material: Comunicaciones de mercadotecnia</b>					
G4-DMA	76				✓
G4-PR6	No vendemos producto alguno que se encuentre prohibido o en litigio.				✓
G4-PR7	No existieron casos de incumplimiento relativos a comunicaciones de mercadotecnia.				✓
<b>Aspecto material: Privacidad de los clientes</b>					
G4-DMA	80				✓
G4-PR8	80				✓
<b>Aspecto material: Cumplimiento regulatorio</b>					
G4-DMA	76				✓
G4-PR9	No existieron multas significativas por incumplimientos a la normativa relacionada con el suministro de servicios.				✓



# Cumplimiento al Pacto Mundial



## Derechos Humanos

**Principio 1.** Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.

- Mensajes de los Presidentes
- Gestión responsable

**Principio 2.** Las empresas deben asegurar que sus negocios no son cómplices en la vulneración de los Derechos Humanos.

- Ética y cumplimiento
- Derechos humanos
- Gestión de la cadena de suministro

## Estándares laborales

**Principio 3.** Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

- Derechos humanos
- Plantilla

**Principio 4.** Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

- Derechos humanos
- Gestión de la cadena de suministro

**Principio 5.** Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

- Derechos humanos
- Trabajo infantil

**Principio 6.** Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

- Ética y cumplimiento
- Derechos humanos
- Igualdad de oportunidades y diversidad
- Gestión de la cadena de suministro

## Medio ambiente

**Principio 7.** Las empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca al medio ambiente.

- Planeta

**Principio 8.** Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

- Planeta
- Minerales en conflicto

**Principio 9.** Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

- Planeta
- Minerales en conflicto

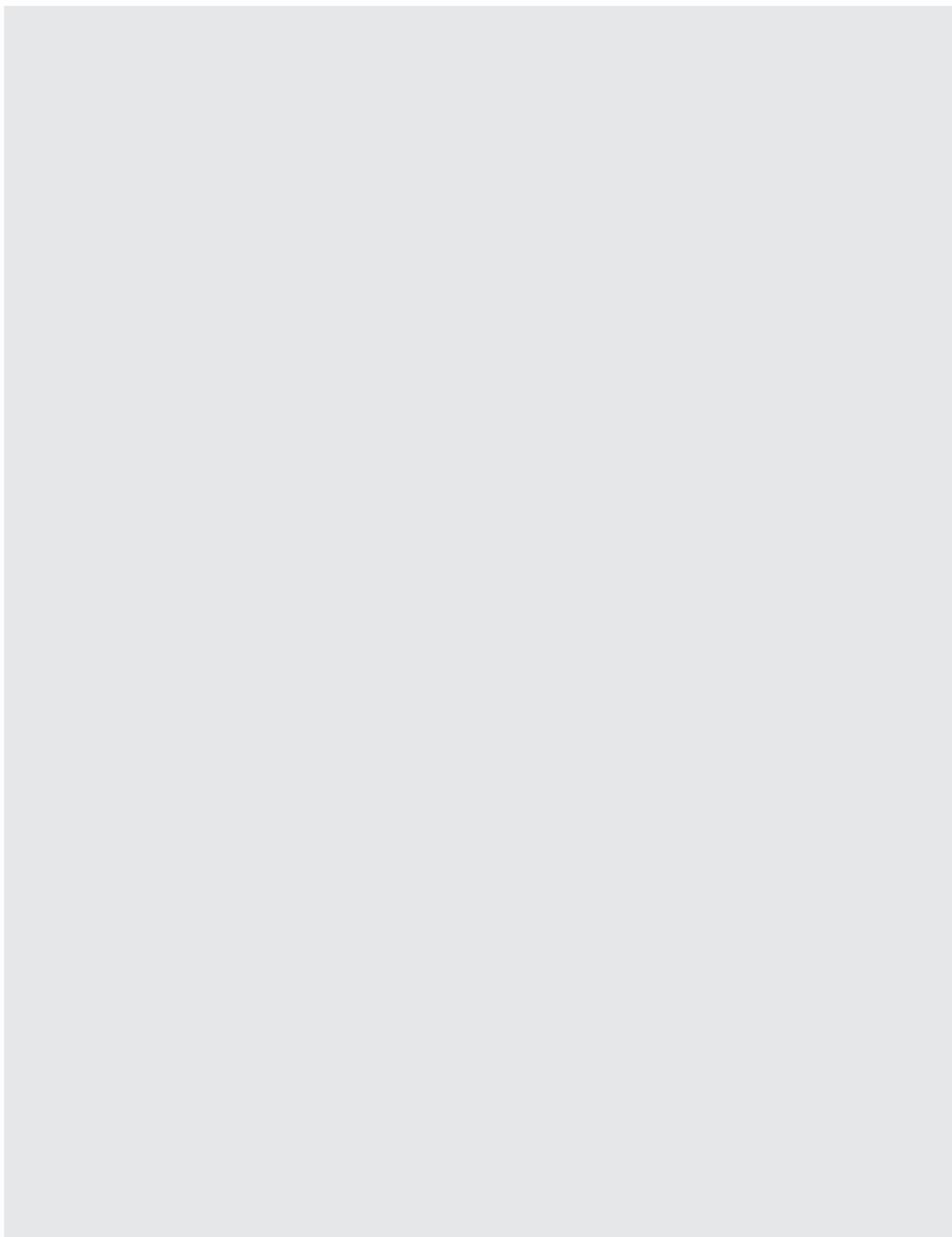
## Anticorrupción

**Principio 10.** Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas incluidas la extorsión y el soborno.

- Gestión responsable
- Derechos humanos

# Informe

## de revisión independiente





# Contacto

G4-31

Para mayor información acerca de este informe,  
por favor comunícate a:  
[responsabilidadcorporativamx@telefonica.com](mailto:responsabilidadcorporativamx@telefonica.com)



**Informe de Sostenibilidad Corporativa 2014**