



Conexiones
más humanas

Índice



9

10

11

12

13

14

14

15

18

20

21

23

25

27

27

28

28

29

31

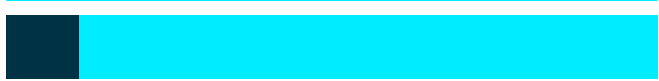
32

35

37

41





44
44
45
46

97
98
99
104

47
47
49
50
55
56



57
57
59
60
61
62

106
107
108
117

68
68
69
73

75
76
79

82
82
85

86
86
89

92





Carta del presidente

102-14, 102-15, 102-23, 102-29, 102-31, 102-33

Hoy ya estamos más cerca de ser la compañía que queremos ser que de la compañía que orgullosamente fuimos

Hace tres años intensificamos una transformación de Telefónica que habíamos iniciado algún tiempo atrás. Esta transformación está convirtiendo una compañía histórica de servicios de voz en una compañía tecnológica.

Emprendimos este camino cuando pocos lo atisbaban. Fuimos pioneros. Lo decía Hemingway: "En las encrucijadas decisivas de la vida no hay señales indicadoras". Telefónica acertó a ver el camino de la transformación tecnológica de su compañía, nuestra compañía, y nos propusimos seguirlo.

Pues bien, puedo asegurarle que hoy ya estamos más cerca de ser la compañía que queremos ser que de la compañía que orgullosamente fuimos:

- Somos ya una compañía tecnológica que está en el corazón de la revolución digital que estamos viviendo, porque el motor de esa revolución es la conectividad que ofrecemos a nuestros clientes. Una conectividad inteligente sobre nuevas redes de alta velocidad, flexibles, seguras y avanzadas que integran elementos de inteligencia artificial.
- Somos una compañía tecnológica porque, sobre esta conectividad inteligente, brindamos los nuevos servicios digitales que demandan los clientes.
- Somos una compañía tecnológica que está a la vanguardia de las nuevas tecnologías, hace un uso pionero de la inteligencia artificial en su modelo de relación con el cliente y en sus procesos y sistemas de gestión.
- Somos una compañía tecnológica que se aproxima al modelo de "Todo Digital".

Siempre es complejo promover un cambio en organizaciones de historia dilatada y de grandes dimensiones como es el caso de su compañía. Y, pese a ello, 2018 ha sido el año en que hemos cruzado el ecuador de la transformación de Telefónica, a la vez que:

- **Ganamos relevancia en la vida de nuestros clientes.** A finales de 2018 alcanzamos a 356 millones de clientes, con los que tenemos una relación de mayor valor y que cada vez están más satisfechos. Tenemos más clientes de banda ancha con fibra o cable que con cobre, y los clientes de contrato ya suponen la mitad de los usuarios móviles. Y, aproximadamente, el 50% disfrutaban ya de la tecnología 4G.
- **Mejoramos en las principales magnitudes financieras:** crecen los ingresos y hemos pasado a ser un negocio de datos, que ya suponen el 53% de las ventas. También aumentan el resultado operativo y el beneficio neto, este último por tercer año consecutivo y en un 6.4%, hasta superar los 3.300 millones de euros, con unos márgenes que son referencia en el sector. Además, el flujo libre de caja, excluyendo espectro, sigue creciendo y supera los 5.000 millones de euros, por segundo año consecutivo.

En 2018 alcanzamos a *356 millones de clientes*, con los que tenemos una relación de mayor valor y que cada vez están más satisfechos

- **Mantenemos un ritmo de inversión alto** para reforzar nuestras plataformas tecnológicas, que nos hacen relevantes para nuestros clientes: 82.000 millones de euros desde 2012. Y lo hacemos siendo cada vez más digitales: el 65% de nuestros procesos están ya digitalizados.
- **Reducimos la deuda neta de modo sustancial** en 12.000 millones de euros desde junio de 2016, tanto orgánicamente como a través de desinversiones de activos no estratégicos para la compañía.
- **Y mantenemos una atractiva remuneración a los accionistas**, con un dividendo sostenible de 0,40 euros por acción con amplia cobertura.

Sinceramente, no ha sido sencillo impulsar la transformación de Telefónica y cumplir, además con estos objetivos empresariales. Hemos tenido que llevar a cabo esta transformación en medio de un entorno poco propicio, cuando no adverso, en el que confluían distintos factores: de un lado, turbulencias en mercados importantes de Latinoamérica y en Reino Unido; de otro lado, el recelo de los mercados hacia nuestro sector; por último, la atmósfera bursátil negativa del IBEX.

Pese a todos estos factores, Telefónica es hoy considerablemente más fuerte que hace 2 años y, aunque ya hemos visto una recuperación de la cotización de nuestra acción, estamos convencidos de que tiene todavía potencial de crecimiento para que refleje el auténtico valor de su compañía.

Es cierto que el proyecto de transformación de una compañía de 95 años de historia y del tamaño de Telefónica exige esfuerzos y exige tiempo. Pero exige, sobre todo, una definición clara de su misión y de su estrategia a largo plazo.

Nuestra misión: *hacer nuestro mundo más humano* conectando la vida de las personas

No es casualidad que, al tiempo de acelerar nuestra transformación, redefiniéramos nuestra misión: "Hacer nuestro mundo más humano, conectando la vida de las personas". Enunciada así, nuestra misión puede sonar tan amplia como ambiciosa; y lo es. Pero se comprende aún mejor cuando se explica dentro del contexto de la revolución digital que está transformando la economía, la sociedad y nuestras vidas. Telefónica tiene el empeño de asegurar que las personas y las sociedades puedan beneficiarse de esta revolución y no se vean arrollados por ella ni se queden atrás.



Se ha dicho, con razón, que la misión de una compañía no puede ser una simple frase vacía, sino su razón de ser fundamental; lo que hace a diario para generar valor para sus grupos de interés.

Nosotros estamos construyendo una compañía tecnológica no para el próximo trimestre ni para los dos siguientes; estamos conformando una compañía para los próximos 20 o 30 años. Y, cuando se trabaja en esa perspectiva de generación de valor a largo plazo, resulta esencial cumplir ciertos requisitos.

El primero es la creación de una relación de confianza con todos nuestros grupos de interés, comenzando por los clientes y fundamentada en su satisfacción. Y, en este punto, hemos alcanzado niveles récord. Nos estimula en este sentido haber sido reconocidos por segundo año consecutivo como la Telco más admirada de Europa y la tercera a nivel mundial, por Fortune.

Esta confianza, que debemos construir también con nuestros inversores y el conjunto de la sociedad, se alcanza además con una gestión guiada por el respeto de los valores humanos. La protección de la privacidad y la seguridad de las comunicaciones o el uso controlado y ético de la inteligencia artificial son algunos de esos valores. En Telefónica promovemos una Carta de Derechos y Obligaciones Digitales, pues creemos que el nuevo mundo digital no debe acarrear una pérdida de derechos individuales y sociales que ya estaban asentados en el mundo analógico.

El segundo requisito es el crecimiento. Más específicamente, un crecimiento inclusivo y sostenible. Un crecimiento que incluya al mayor número de personas y que sea respetuoso con el medioambiente.

Estamos construyendo *una compañía tecnológica* para los próximos 20 o 30 años

La preocupación por la inclusión se plasma en numerosas iniciativas dirigidas a reducir la brecha digital y fomentar una conectividad inclusiva. Si hay un programa que ejemplifica este esfuerzo es "Internet para todos", que atiende ya a 600.000 personas en zonas remotas de Perú.

La inquietud por la sostenibilidad convierte en una prioridad el desarrollo de servicios con impacto positivo en el medioambiente, como lo prueba que hayamos crecido a doble dígito en estos servicios en el último año.

El tercer y último requisito para una compañía que trabaja a largo plazo es la eficiencia, que implica la optimización de todas nuestras capacidades y en la que la digitalización, tanto de redes como de operaciones, es clave. En este ámbito, Telefónica es reconocida como líder en el mercado.

Así, hemos reducido nuestro consumo de energía sensiblemente y, además, nos nutrimos crecientemente de energía procedente de fuentes renovables, alcanzando ya en 2018 los ambiciosos objetivos que nos habíamos marcado para 2020. Esto nos ha permitido realizar con éxito la primera emisión de un Bono Verde en nuestro sector.

La confianza, el crecimiento y la eficiencia dependen en buena medida del equipo humano que integra la compañía. Nuestros equipos están cada vez más capacitados con nuevas habilidades comerciales y tecnológicas. Y su composición refleja cada vez más la diversidad cultural, racial, generacional y de perfiles. Plasma además de modo creciente un equilibrio de género: si el 38% de nuestra plantilla ya está integrado por mujeres, ellas ocupan ya el 23% de nuestros puestos de dirección y tenemos el objetivo de seguir incrementando esta proporción. En resumen, ninguna gran compañía es sostenible a largo plazo si no genera beneficios para todos los grupos de interés con los que se relaciona. Aquellas empresas que no tengan como valor principal contribuir al desarrollo de las sociedades acabarán desapareciendo.

Puedo decirle con satisfacción que la actividad de su compañía contribuye al desarrollo social por muchas vías. Genera un impacto en el PIB de más de 53.000 millones de euros en los países donde operamos, un aporte fiscal al presupuesto público de más de 10.000 millones de euros, es decir, 21 euros de cada 100 euros facturados, y más de 1,2 millones de empleos directos e indirectos. Esto le da una idea de la magnitud de la aportación social que su compañía realiza.

En Telefónica estamos comprometidos con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. Como reflejo de nuestro compromiso con el largo plazo y la sostenibilidad, a partir de este año, en la remuneración variable de todo nuestro equipo se toman en cuenta factores como la confianza del cliente, la confianza de la sociedad, la igualdad de género o el cambio climático.

En mi carta del pasado año y también en mis intervenciones ante las Juntas Generales de Accionistas de anteriores ejercicios me referí ampliamente a la ola de tecnología que se avicinaba. Fuimos pioneros al advertirlo. "Vivimos un momento único porque nunca en la historia de la humanidad se ha producido una acumulación de tecnología como la actual. Confluyen a la vez la realidad virtual y aumentada, la explosión de la conectividad, el internet de las cosas, la biotecnología, la robótica, el *blockchain*, la softwarización de todo y la aceleración de la inteligencia artificial." Fueron algunas de las expresiones que utilicé.



Les hablé también del reconocimiento de voz o de imagen, de las posibilidades de la impresión 3D o del aprendizaje profundo.

Algunos accionistas celebraron entonces este espíritu de anticipación; otros me transmitieron su curiosidad y su sorpresa ante una temática que parecía aún remota. Pues bien, no ha transcurrido tanto tiempo y ya el coche que se pilota solo circula por algunas carreteras. La inteligencia artificial se ha convertido en poco tiempo en una expresión familiar. Hoy ya utilizamos de forma constante y casi cotidiana el reconocimiento de imágenes.

Todas estas cosas, que parecían ciencia ficción hace tres años, están sucediendo hoy y están pasando por nuestras redes.

Ahora corresponde hablar de otro fenómeno que está ya impactando en nuestro negocio: la explosión del mundo de la inteligencia cognitiva. Para hacernos solamente una idea mencionaré que mientras la base de datos de Walmart, el primer minorista norteamericano, genera 40 petabytes de datos año, Facebook genera 4 petabytes al día. Los coches conectados, con sus sensores, van a generar 40.000 petabytes al día y dentro de muy poco habrá 100.000 millones de personas y cosas conectadas. El tráfico de datos va a seguir aumentando de forma exponencial. Y ello sitúa a las infraestructuras en el corazón de esta transformación y habla de la relevancia de nuestras redes.

La experiencia digital de nuestros clientes cambiará radicalmente en poco tiempo. En la conectividad fija, el tránsito del cobre a la fibra está produciendo ese salto y otro tanto sucederá en la conectividad móvil con el 4G potenciado hasta llegar al 5G.

Se necesitarán redes aún más rápidas, redes mucho más capaces, redes mucho más seguras, redes mucho más simples, con menor latencia, mucho más inteligentes. Y a lo anterior se suma el *Edge computing*, que requiere una red preparada para procesar los datos generados por el internet de las cosas más cerca de donde se crean. Todo ello abre nuevamente un mundo de oportunidades para nuestra compañía.

La historia de Telefónica es una historia de permanente cambio. La suya, la nuestra, es una compañía forjada en el cambio. Y como recordaba Stephen Hawking: "La inteligencia es la habilidad de adaptación al cambio".

Nacimos como compañía para desplegar infraestructuras, y lo hicimos. Para prestar en España un simple servicio de voz y esas raíces siguen impresas en nuestro nombre (Tele-Fónica). En un momento dado supimos ver que no era suficiente; que éste iba a ser un negocio de escala. Y se tomó la decisión valiente de salir de nuestras fronteras nacionales. Telefónica se

Telefónica tiene un futuro espléndido por delante porque es capaz de generar valor a largo plazo para todas las sociedades donde opera y para todos los colectivos con los que se relaciona

convirtió en una gran multinacional. Vimos el mundo de los móviles y aceptamos el reto de convivir con redes fijas y móviles. Vimos la banda ancha y nos anticipamos a otros. Vimos más tarde llegar el mundo de la televisión y nos posicionamos. Entendimos que la conectividad sería clave y nos entregamos al despliegue de la fibra. Vimos el mundo de las plataformas y otra vez nos anticipamos.

Las olas de oportunidad pueden acelerarse nuevamente. La conectividad nos ofrece una de esas enormes oportunidades de crecer, saliendo al encuentro del mundo del *big data*, y ya estamos listos para ello. Se avecina una cuarta ola derivada del mundo de la inteligencia cognitiva que nos hará aún más relevantes.

Puedo asegurarle que su compañía, nuestra compañía, hará honor a su historia y sabrá capturar todas estas oportunidades, apoyándonos en nuestras plataformas tecnológicas.

Telefónica tiene un futuro espléndido por delante porque es capaz de generar valor a largo plazo para todas las sociedades donde opera y para todos los colectivos con los que se relaciona: sus accionistas, sus empleados, sus clientes, sus proveedores.

Le agradezco el tiempo que ha dedicado a leer esta carta. Trata de resumir los hechos más relevantes que han marcado el desempeño de Telefónica durante el último año y las ideas que nos inspiran hacia un futuro lleno de oportunidades a nuestro alcance. Es, en todo caso, una carta escrita con absoluta franqueza para corresponder así a la confianza depositada en los gestores de su compañía.

José María Álvarez-Pallete
Presidente de Telefónica



Carta del presidente de México

102-14, 102-15, 102-23, 102-29, 102-31, 102-33

Somos una empresa abierta, retadora y confiable; y gracias a ello, durante 2018 el Índice *Dow Jones Sustainability Index* situó a Telefónica entre las X compañías top de telecomunicaciones. Asimismo, por décimo quinto año consecutivo el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) nos otorgó el Distintivo Empresa Socialmente Responsable.

Estamos fuertemente comprometidos con la economía mexicana, con las comunidades en las que operamos y con la protección del medioambiente, y siendo la sostenibilidad el pilar de este compromiso, año con año trabajamos arduamente para hacer un impacto positivo en nuestro entorno de influencia. Este año generamos un total de 2,507 empleos, destinamos más de 83.4 millones de pesos a programas sociales a través de Fundación Telefónica, disminuimos en un 58% nuestro consumo de agua y ahorramos alrededor de 11.6 millones de pesos con nuestras iniciativas de reducción de consumo de energía en la Torre Telefónica.

Estamos viviendo una revolución digital en distintos sectores de la sociedad y el mercado es cada vez más fluctuante. El entorno regulatorio también es complejo y ante la alta demanda de servicios es necesario que los operadores cuenten con un amplio espectro para satisfacer lo que piden los usuarios. Telefónica México seguirá teniendo como ejes de su actividad la innovación, la transparencia y la satisfacción del cliente.

Nuestra prioridad es continuar con el crecimiento acelerado y lograr la expansión de nuestra base de clientes, tanto de telefonía móvil, como de empresas. Buscamos ampliar nuestra oferta de productos a soluciones más allá de la telefonía y crear alianzas para seguir generando valor para nuestros grupos de interés.

Durante 2019 continuaremos reforzando nuestro compromiso con la sociedad y con el país, y seguiremos trabajando para diferenciarnos como la empresa que desafía el *status quo* de las telecomunicaciones en el país en beneficio de los mexicanos.

Estimados:

Desde nuestra llegada a México en 2001 la razón de ser de Telefónica ha sido poner al alcance de todos los mexicanos los mejores servicios de telecomunicaciones. El núcleo de nuestra compañía es crear conexiones valiosas y mantener a nuestros usuarios comunicados, por lo que es un placer para mí compartirles los principales logros y resultados de 2018.

El Informe de Sostenibilidad Corporativa de Telefónica Movistar México fue realizado bajo los estándares del *Global Reporting Initiative* (GRI) y aborda nuestras contribuciones y retos en materia económica, social y ambiental. De igual manera, a lo largo del Informe se reporta nuestro impacto en los Objetivos de Desarrollo Sostenible y en los Principios del Pacto Mundial, ambas iniciativas propuestas por la Organización de las Naciones Unidas con el fin de crear un presente sostenible y asegurar un futuro próspero.

Me llena de orgullo presentarles el recorrido de la compañía durante este año, pues obtuvimos resultados muy positivos y, con más de 27 millones de usuarios en el país, nos mantenemos a la vanguardia del sector de telecomunicaciones en el país, por ello Telefónica México juega un papel clave en el acercamiento de la población al mundo digital. Día con día, contribuimos al bienestar y desarrollo de la sociedad mexicana.

Al cierre de 2018 contamos con **27,021,632 millones de usuarios**, **423 tiendas propias** a nivel nacional y cobertura de **más de 93 mil localidades** y del 95.3% de la población urbana

Carlos Morales Paulín

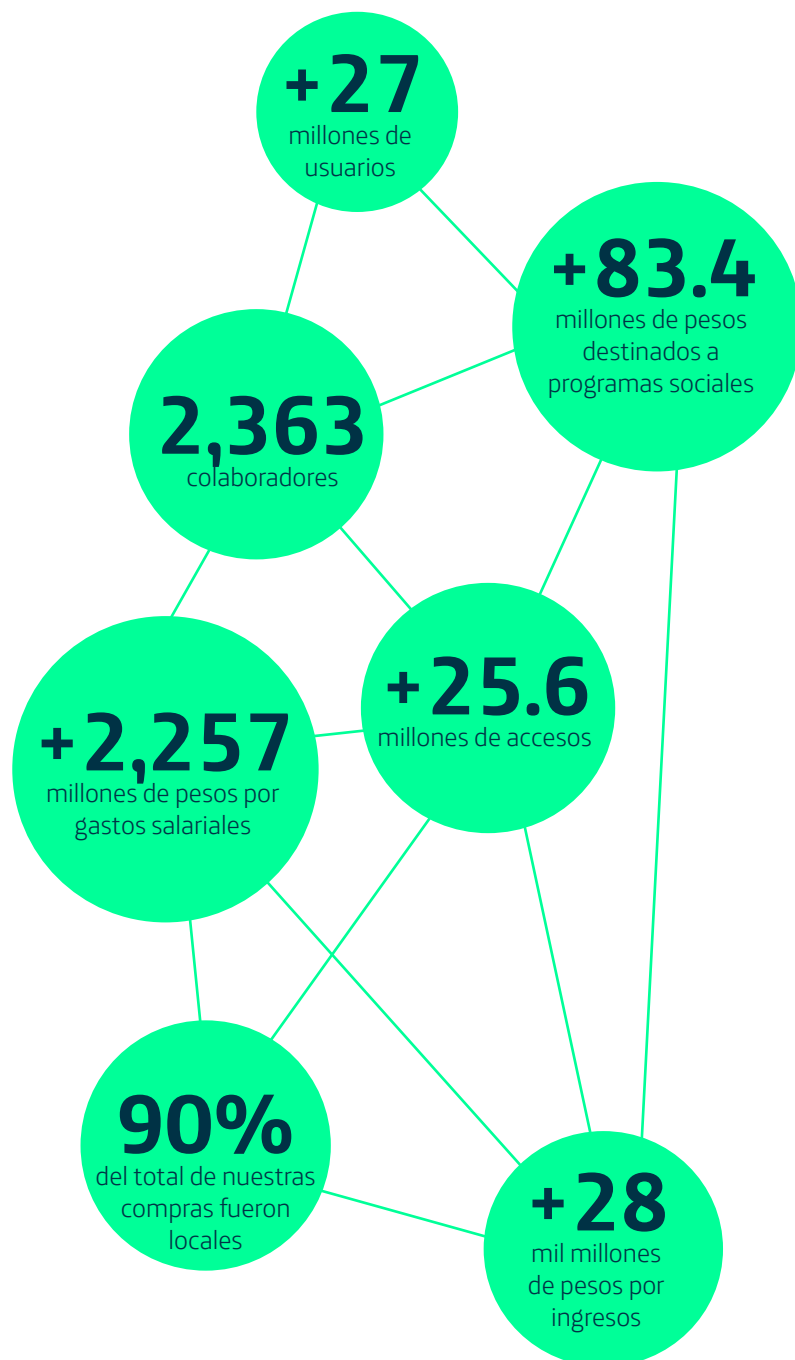
Presidente Ejecutivo y CEO de Telefónica México



Conectados, estrategia y modelo de negocio

01

1.1 Principales magnitudes 2018



1.2 Telefónica México de un vistazo

102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-6, 102-7, 102-8

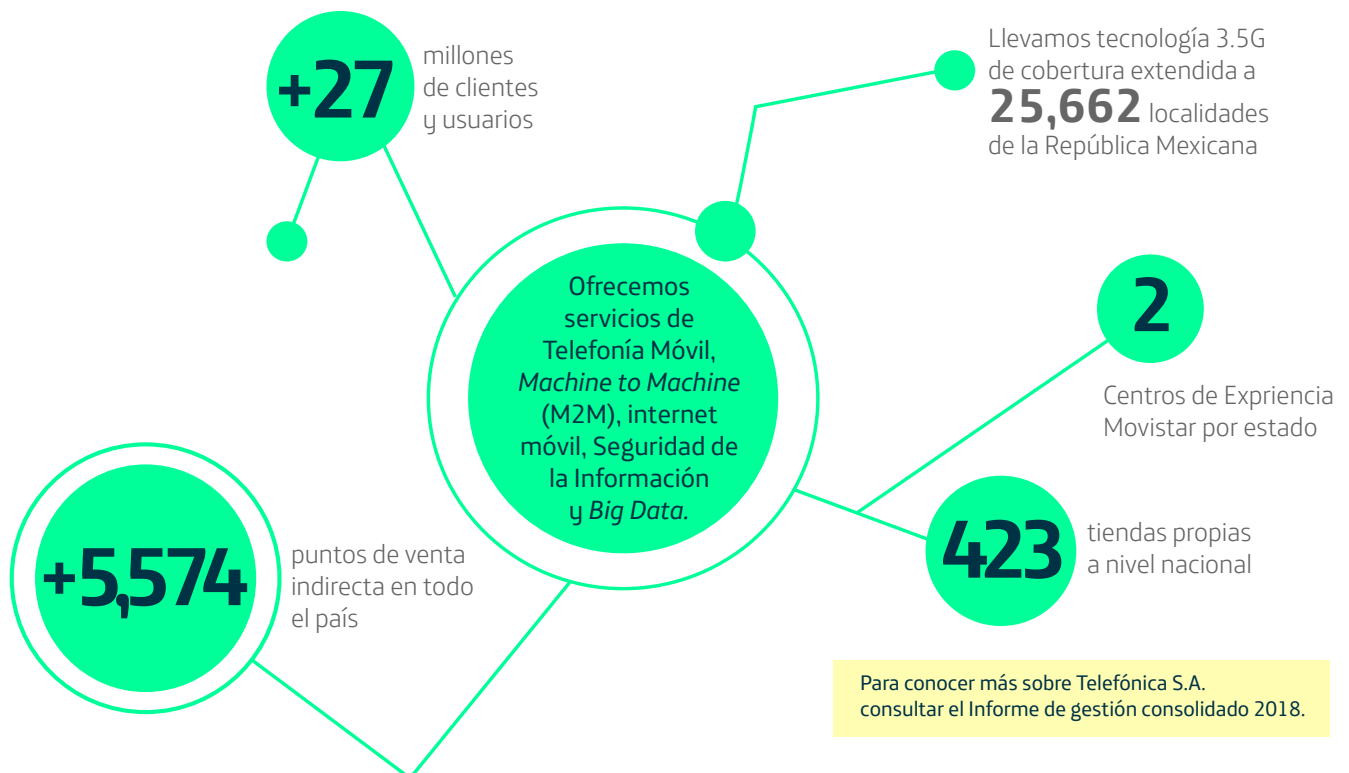


Telefónica es uno de los principales proveedores de servicios de telecomunicaciones del mundo. Nuestro objetivo es crear conexiones fijas y móviles para nuestros clientes, y proteger estos vínculos a través de productos y servicios que se adapten a las necesidades de nuestros usuarios. Por ello, ofrecemos la conectividad necesaria para la interacción y gestionamos de manera responsable los datos de cada cliente.

Telefónica es una compañía que se mantiene a la vanguardia tecnológica y que busca crear una sociedad mejor y más inclusiva. Buscamos que todas las personas puedan acceder al mundo digital sin importar su ubicación, por lo que ofrecemos nuestros servicios en 17 países y contamos con una base de clientes que supera los 340 millones de accesos. Nuestra sede central se encuentra en Madrid, España, con presencia en Reino Unido, Alemania y Latinoamérica.

Estamos posicionados como *uno de los mayores operadores integrados de telecomunicaciones* por capitalización bursátil y número de clientes

En México somos una *empresa líder en innovación de productos y servicios desde 2001*



Para conocer más sobre Telefónica S.A. consultar el Informe de gestión consolidado 2018.

1.2.1 Nuestras marcas y servicios

Con la red 4GLTE garantizamos una *velocidad 10 veces superior a la de 3G*. Gracias a nuestro alcance en México proporcionamos una cobertura del *95.3%* de la zona urbana

Contamos con las ofertas más atractivas del mercado y ofrecemos productos y servicios de la mejor calidad. Nos destacamos por mantenernos cerca de nuestros clientes y cumplir sus expectativas. Nos encontramos en México mediante:

Telefónica Ingeniería de Seguridad (TIS)

Filial a través de la cual ofrecemos servicios de seguridad de la información y protección contra incendios.



Telefónica

FUNDACIÓN

Organismo que, mediante la aplicación de nuevas tecnologías a favor del desarrollo social, gestiona toda acción social que llevamos a cabo en materia de educación, voluntariado, arte y cultura digital.



wayra

Aceleradora de negocios para *startups* digitales de Telefónica Open Future.

De igual manera, ofrecemos las siguientes opciones:



- **Planes de telefonía móvil abiertos y controlados:** prepago y pospago.
- **GB de navegación**
- **Movistar SIM**
- **Aplicación Movistar On:** permite consultar saldo, consumo e información sobre paquetes y servicios.



Recursos en el segmento *Machine to Machine (M2M)*

- **Mobile:** herramientas de comunicación y planes de telefonía móvil.
- **Telefónica IoT:** plataformas y tecnologías digitales que hacen posible la conectividad en tiempo real y de forma remota.
- **Servicios Fijos:** redes privadas virtuales que integran voz, datos y vídeo en una misma conexión.
- **Big Data:** gestionamos información valiosa para nuestros clientes corporativos en diferentes sectores.
- **Cibersecurity Services:** opciones integrales que garantizan protección y respaldo informático.
- **Telefónica Cloud:** servicios de telecomunicaciones con base en la nube.



terra

- **Servicios interactivos y contenidos en internet**

1.3 Un contexto de cambio

102-16

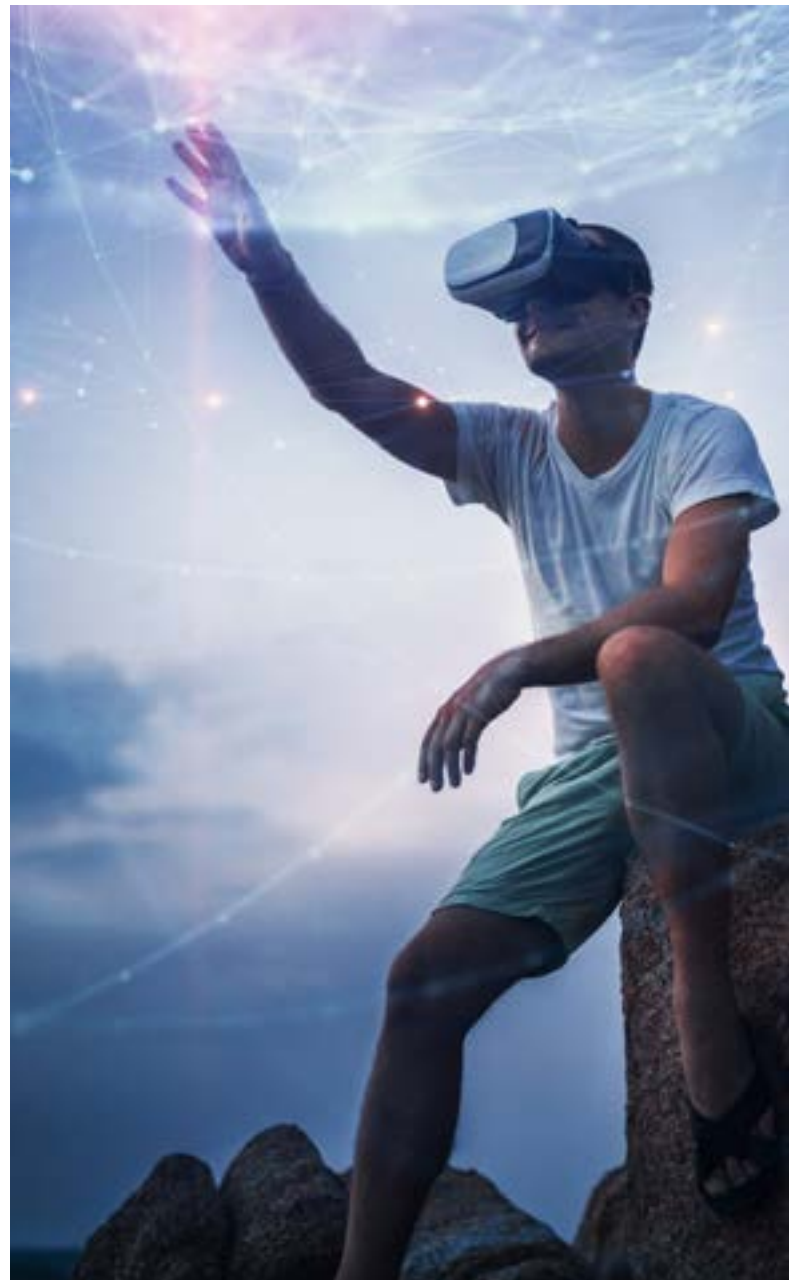


El entorno en el que Telefónica desarrolla su actividad se ha transformado significativamente en el último ejercicio movido por dos tendencias fundamentales: una creciente inestabilidad y una búsqueda y exigencia de la sostenibilidad a largo plazo.

La inestabilidad es consustancial a momentos que constituyen y prefiguran un cambio de era como en el que estamos inmersos. Esto se refleja especialmente en dos dimensiones. A nivel político, en 2018 se han experimentado y acelerado vaivenes desde todas las partes del planeta. En el plano económico, se ha experimentado una gran volatilidad, encabezada por las principales empresas tecnológicas que han empezado a sufrir el cuestionamiento de modelos de negocio hasta ahora considerados sólidos.

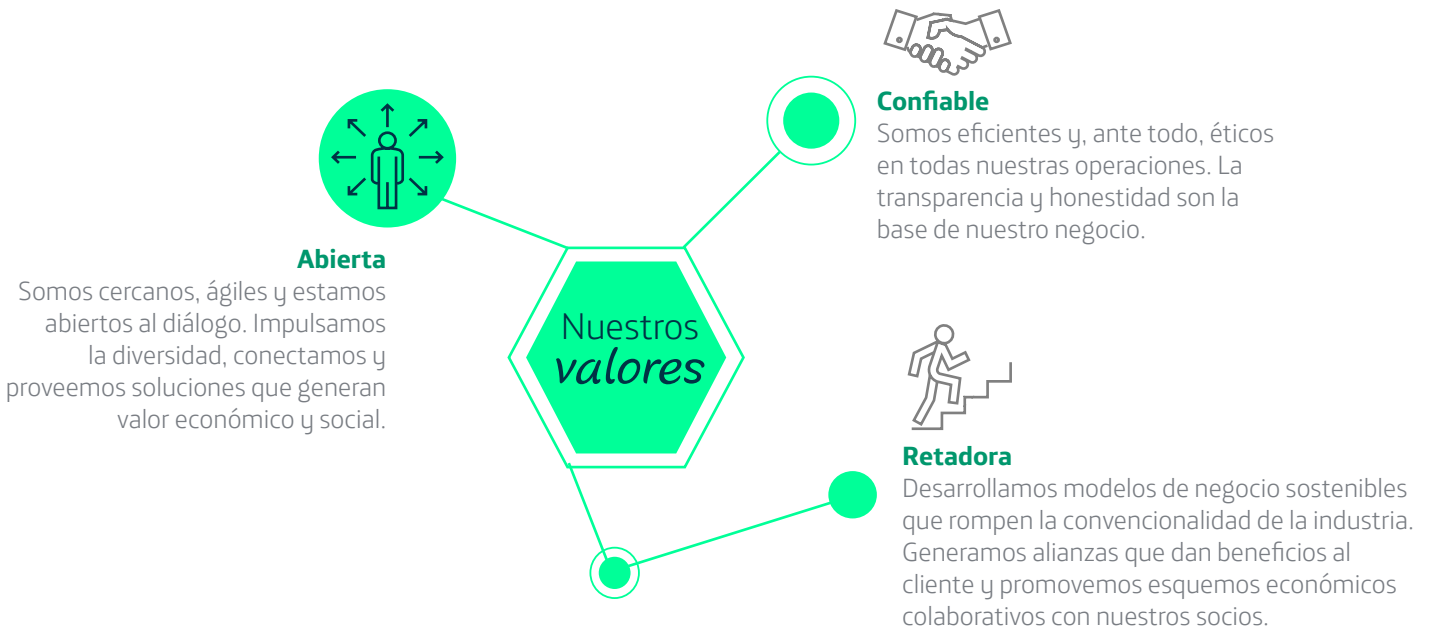
Todo ello está teniendo importantes consecuencias a nivel social. En 2018, se incrementó la desconfianza entre ciudadanos y empresas, afectando de forma notable la percepción y expectativas que las personas tienen acerca de los retos y avances tecnológicos. Aparece una preocupación creciente por el nivel y modo de uso de la tecnología, en aras de una mayor cautela y una creciente exigencia de responsabilidad, tanto en su gestión como en el impacto generado.

Estos retos conllevan un amplio abanico de oportunidades de crecimiento y es ahí es donde Telefónica juega ya un papel relevante por su posición como habilitador de todos los servicios digitales, por su historia y por su implicación social y económica en todos los países en los opera. Nuestra compañía se halla en una posición clave para contribuir de forma sustancial al desarrollo sostenible.



1.3.1 Propósito y valores de la compañía

Queremos hacer nuestro mundo más humano, conectando la vida de las personas. En Telefónica pensamos que son las personas las que dan sentido a la tecnología, y ofrecer conexiones de calidad es nuestra razón de ser. Conexiones que nos acercan. Conexiones seguras que podemos controlar. Conexiones que nos hacen más abiertos y que no dejan atrás a nadie. Buscamos ser una compañía confiable, abierta y retadora para nuestros clientes y todos aquellos grupos de interés que impactamos.



1.4 Nuestro impacto en las comunidades e información fiscal

GRI 201: 103-1, 103-2, 103-3, 305: 103-1, 103-2, 103-3, 102-11, 102-12, 201-1, 305-1, 305-2, 305-3, 305-5



PM 1, 2, 7, 8, 9

1.4.1 Contribución al progreso



Sabemos que las nuevas tecnologías digitales son una de las fuerzas más poderosas de la transformación económica y social, por lo que estamos comprometidos con el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030 y de los Principios del Pacto Mundial, ambos propuestos por las Naciones Unidas.

Consideramos que los ODS y los Principios son elementos de gran valor en la aproximación a los retos sociales, económicos y medioambientales que nuestra generación enfrenta, por lo que nuestro Plan de Negocio Responsable está alineado a ellos y continuamente buscamos incorporarlos en cada una de nuestras operaciones.

En Telefónica México contribuimos –principalmente– a 8 Objetivos, siendo el 9 al que aportamos mayor valor. De igual manera, impactamos a todos los Principios del Pacto Mundial.



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

1.4.2 Objetivos de Desarrollo Sostenible



Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todas y todos

Estamos comprometidos con el desarrollo de las comunidades en las que operamos y estamos convencidos de que la base para una sociedad sana y productiva es una educación de calidad. En Telefónica México contribuimos a que más gente tenga acceso a oportunidades de aprendizaje inclusivas porque:

- Invertimos más de 34.5 millones de pesos en programas educativos.
- Sumamos un total de 40,450 horas de formación y acumulamos 18.26 horas por colaborador.



Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas y todos

Sabemos que el trabajo digno y justamente remunerado es uno de los pilares de una sociedad económicamente estable. Telefónica México contribuye al progreso de la economía mexicana porque:

- Generamos 2,507 empleos directos e indirectos.
- Trabajamos en la reducción del índice de rotación de colaboradores, que se mantiene en un 27% anual.
- Proporcionamos prestaciones y beneficios a nuestros colaboradores superiores a las de la ley.



Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación

Dada la naturaleza de nuestro negocio, uno de nuestros propósitos principales es continuar innovando en el ámbito de las telecomunicaciones para que a través de nuestros productos y servicios –siempre respaldados por una industria responsable y visionaria– cada vez más personas tengan acceso a los beneficios que trae consigo la digitalización. Cooperamos para la construcción de infraestructuras resilientes y promovemos la industrialización inclusiva, sostenible e innovadora porque:

- Contamos con 6,462 radiobases de red 4GLTE en la República Mexicana.
- Tenemos una cobertura del 95.3% de la población urbana del país.



Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles

En Telefónica México estamos conscientes de la importancia de la sostenibilidad en todos los ámbitos, por lo que buscamos que nuestro negocio impacte de manera positiva en la resiliencia de las comunidades en las que operamos. Contribuimos a la inclusividad y a la seguridad de las ciudades porque:

- A través de los proyectos de Franquicia Rural y Cobertura Extendida ofrecemos servicios de telefonía móvil a poblaciones rurales que no estaban conectadas.
- Con el Programa de Cobertura Extendida ofrecemos nuestros servicios a más de 2,300 pequeñas poblaciones del país, mientras que con Franquicia Rural impactamos a más de dos millones de habitantes beneficiados con la Tecnología Movistar 2G y 3G.



Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles

Sabemos que el consumo responsable es responsabilidad de todos, por lo que, en Telefónica México buscamos que nuestra operación y nuestro consumo de recursos sean siempre responsables y sostenibles, además de promover entre la sociedad el consumo responsable de nuestros servicios, por ello:

- Seguimos impulsando nuestro programa permanente de reciclaje de celulares y residuos electrónicos a nivel nacional, activo desde 2006. Y a partir de 2013 nos sumamos al Programa Verde de ANATEL (Asociación Nacional de Telecomunicaciones)
- Este año logramos que el 40% de nuestro consumo energético provenga del parque solar más grande del país. Nuestro objetivo es llegar al 100% para 2030.
- Reciclamos el 48.8% de nuestros residuos no peligrosos y el 47.8% de nuestros residuos peligrosos.
- Obtuvimos el Reconocimiento a las Mejores Prácticas de Responsabilidad Empresarial en la categoría Promoción del Consumo Responsable, otorgado por CEMEFI y Aliarse, derivado de nuestras acciones de Responsabilidad Social al promover el Uso Responsable de la Tecnología bajo nuestro programa de marca #ConcienciaMovistar.



Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático

El cambio climático es una amenaza ante la cual todos tenemos la obligación de actuar. Telefónica México es consciente de su responsabilidad como empresa y lleva a cabo acciones concretas para reducir su huella ambiental. Actuamos a favor del clima porque:

- Telefónica México empezó a consumir energía del parque solar más grande del país ubicado en el Municipio de Ascensión, Chihuahua llamado KAIXO Solar, lo que le permite generar 165.000.000 kWh de energía limpia al año, correspondiente al consumo de 120.000 hogares. El 70% de la energía producida en KAIXO Solar será aprovechada por Telefónica México durante 20 años para sus antenas y centros de atención al cliente a lo largo de la República Mexicana.
- Logramos reducir nuestras emisiones, evitando que **7,314 tCO₂eq** de Alcance 1 fueran liberadas al ambiente.



Promover sociedades pacíficas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas

En Telefónica creemos que la justicia, la transparencia y la honestidad son la base para contar con instituciones sólidas que sirvan de guía en el cumplimiento de los objetivos. Contribuimos a la creación de sociedades pacíficas y al acceso a la justicia para todos porque:

- Contamos con un Gobierno Corporativo capacitado, transparente e íntegro que guía la toma de decisiones de la empresa, siempre con un enfoque en la sostenibilidad. Además, nuestra área de Compliance se encarga de velar por el cumplimiento de la legislación vigente, la normativa interna y la observancia de las mejores prácticas éticas y empresariales en el desarrollo de las actividades y negocios de la empresa, asegurando la integridad y cuidando la reputación de la empresa como valor fundamental.
- Contamos con canales de comunicación abiertos con nuestros grupos de interés para hacer cualquier denuncia.
- Fomentamos el cumplimiento de nuestro Código de Ética y no toleramos ningún tipo de corrupción en ningún nivel de la compañía.



Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible

Entendemos el poder de la unión para lograr los objetivos, y en Telefónica nos unimos a las alianzas estratégicas mundiales para asegurar un futuro sostenible en materia ambiental, social y económica. Aportamos valor a estas alianzas porque:

- Realizamos convenios con distintas universidades del país a través de los cuales apoyamos y fortalecemos nuestros programas de educación, arte y cultura, y voluntariado.
- Buscamos generar alianzas sociales, comerciales y sectoriales que nos permitan impulsar el desarrollo económico, social y ambiental de México



1.4.3 Compromiso con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas



Ámbito	Principio	Apartados en los que abordamos nuestra contribución
<p>Derechos Humanos</p>	<p>1 Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.</p>	<p>Nuestro impacto en las comunidades e información fiscal</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Contribución al progreso ◦ Impacto de la red en las comunidades <p>Una empresa centrada en el cliente</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Una compañía de plataformas inclusivas con el cliente en el centro ◦ Satisfacción de nuestros clientes ◦ Sistema de reclamaciones <p>Un entorno digital seguro para nuestros clientes</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Compromiso con el cliente ◦ Confianza digital ◦ Derecho a la privacidad <p>Implicados en el bienestar social</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Derechos humanos ◦ Inclusión digital ◦ Accesibilidad ◦ Gestión de emergencias ◦ Acción social y cultura (Fundación Telefónica) ◦ Nuestros proyectos 2018 <p>Nuestro equipo marca la diferencia</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Gestión de la diversidad ◦ Libertad de asociación, diálogo social y retribución justa ◦ Clima laboral, conciliación y compromiso ◦ Seguridad, salud y bienestar en el trabajo <p>Un marco de gestión para la sostenibilidad en el negocio</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Plan de Negocio Responsable, ética empresarial y cumplimiento
	<p>2 Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los Derechos Humanos.</p>	

Ámbito	Principio	Apartados en los que abordamos nuestra contribución
Estándares Laborales	3 Las Empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.	Implicados en el bienestar social <ul style="list-style-type: none"> ◦ Derechos humanos Nuestro equipo marca la diferencia <ul style="list-style-type: none"> ◦ Atracción y desarrollo de talento ◦ Gestión de la diversidad ◦ Libertad de asociación, diálogo social y retribución justa ◦ Clima laboral, conciliación y compromiso ◦ Seguridad, salud y bienestar en el trabajo Un marco de gestión para la sostenibilidad en el negocio <ul style="list-style-type: none"> ◦ Plan de Negocio Responsable, ética empresarial y cumplimiento
	4 Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	
	5 Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.	
	6 Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.	
Medio Ambiente	7 Las Empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.	Nuestro impacto en las comunidades e información fiscal <ul style="list-style-type: none"> ◦ Impacto en el medio ambiente Digitalización y medioambiente <ul style="list-style-type: none"> ◦ Gestión ambiental ◦ Medio ambiente y digitalización ◦ Economía circular ◦ Servicios Eco-smart ◦ Gestión de campos electromagnéticos
	8 Las Empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.	
	9 Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	
Anticorrupción	10 Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.	Un marco de gestión para la sostenibilidad en el negocio <ul style="list-style-type: none"> ◦ Gestión de riesgos ◦ Plan de Negocio Responsable, ética empresarial y cumplimiento

1.4.4 Modelo de análisis de impacto

El desarrollo sostenible es uno de los pilares de nuestro negocio y, con la finalidad de medir nuestro impacto de manera puntual y precisa, desarrollamos un modelo de seguimiento y medición integral que nos permite una mayor asertividad en la toma de decisiones. De esta manera, monitoreamos detalladamente nuestra contribución a los ODS.



Económico



Social



Medioambiental



OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

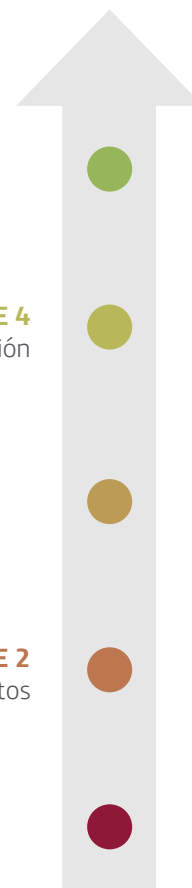
Enfoque de análisis de valor de la empresa

Evaluamos el impacto y la contribución de nuestra actividad, y cuantificamos las consecuencias de esta en todos los lugares en los que tenemos presencia:

- Impacto en el empleo
- Generación de valor económico
- Impacto de la red
- Impacto en las haciendas locales
- Huella de carbono y emisiones

Evaluación de análisis de impacto de soluciones y proyectos

Medimos la huella real de nuestros productos, servicios y proyectos para tener en cuenta sus posibles riesgos. Utilizamos una metodología basada en el modelo de "Teoría del Cambio", adecuada a las necesidades del sector TIC:



FASE 5
Actuación

FASE 4
Medición

FASE 3
Definición de indicadores

FASE 2
Mapa de impactos

FASE 1
Ámbito

1.4.5 Impacto económico



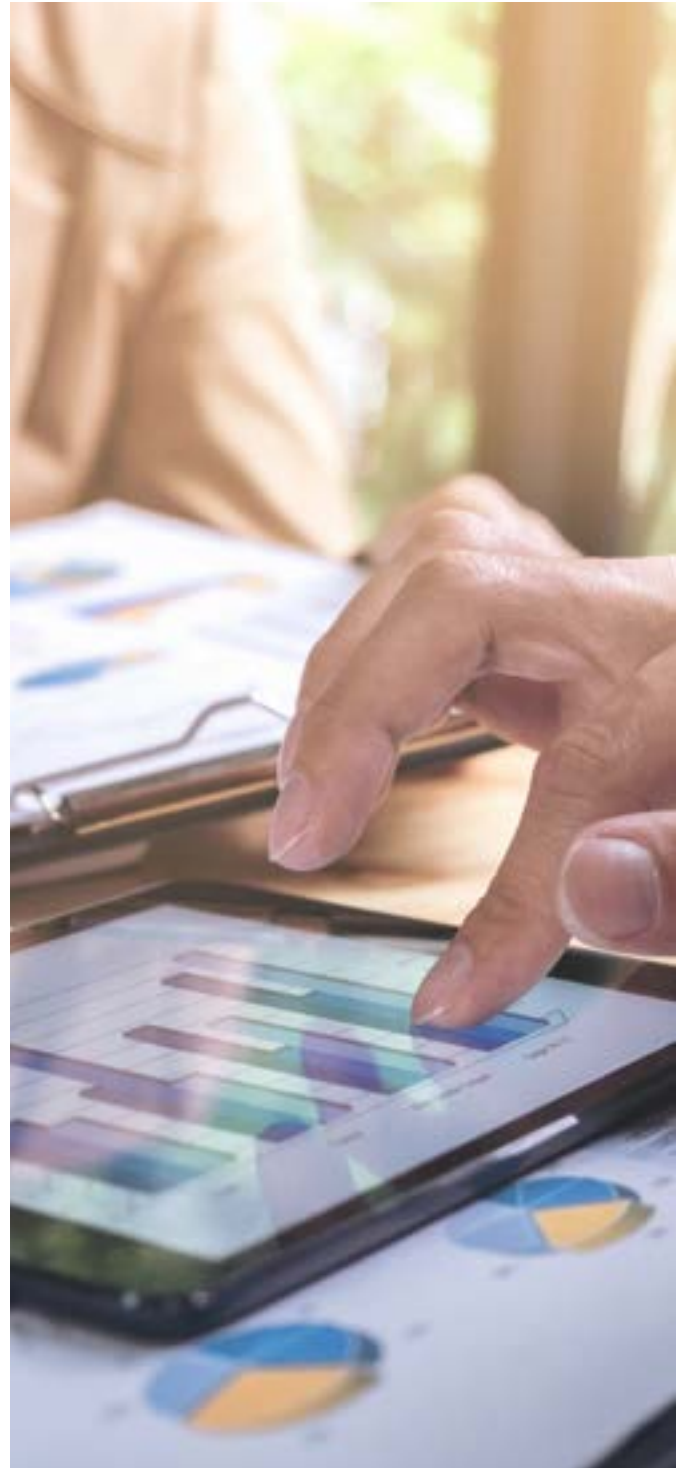
Hoy en día, la digitalización es una fuente de progreso social y económico y Telefónica México es un impulsor de desarrollo para las poblaciones en las que tenemos presencia. Desde nuestra llegada a México hace 17 años, fuimos como un promotor de la economía nacional a través del valor que hemos brindado al sector de telecomunicaciones en el país.

Conectamos un mercado de **93 mil localidades**, más de 90 mil km carreteros y **95.3%** de la población urbana del país

En 2018 **contribuimos al progreso nacional** generando 2,507 empleos en todo el país, 2,363 directos y 144 a través de *outsourcing*

Somos una empresa a favor de la libre competencia y consideramos que el incremento de opciones en las telecomunicaciones permite que millones de mexicanos tengan acceso a estos servicios de conectividad. De igual forma, un mercado amplio nos permite seguir evolucionando y ofreciendo productos de la mejor calidad.

Buscamos impulsar la economía mexicana, por lo que el 90% de nuestras compras son de origen nacional



En Telefónica México tenemos como propósito ofrecer la mejor conectividad y lograr que millones de mexicanos tengan acceso a contenidos y aplicaciones digitales.

En México fuimos los primeros en desplegar la red 4GLTE con la cual, a través de más de 10,000 radiobases desplegadas, operamos

en la Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey y en otras ciudades de la República Mexicana

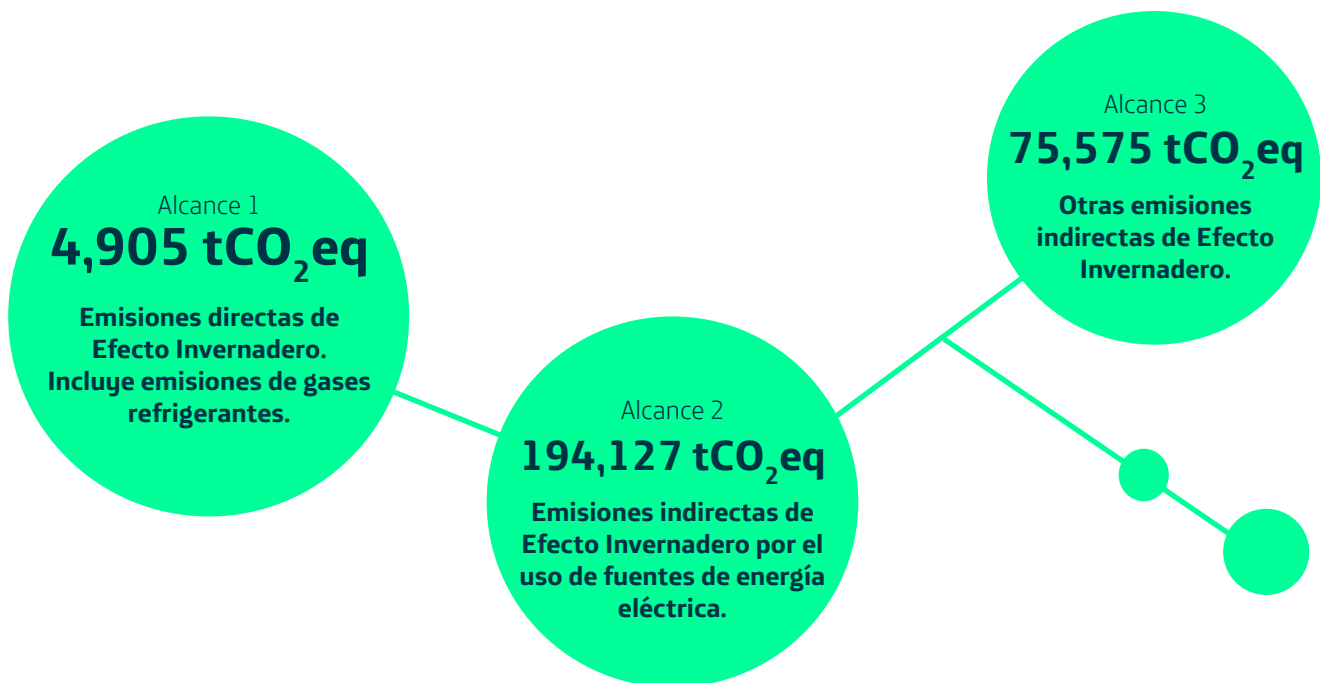
Estamos profundamente comprometidos con la economía mexicana, por lo que creamos oportunidades a través de diferentes iniciativas llevadas a cabo por Fundación Telefónica y por Wayra, nuestra aceleradora de startups digitales. Apostamos por el potencial mexicano y cooperamos para mejorar la calidad de vida de nuestros clientes.



1.4.6 Impacto en el medio ambiente



Nuestra huella ambiental proviene principalmente de nuestra red, que este año produjo un total de **274,607 tCO₂eq*** tomando en cuenta las emisiones directas e indirectas de nuestra operación.



*Unidades en tCO₂eq (toneladas de CO₂ equivalente).

En Telefónica estamos comprometidos con el medioambiente, por lo que, a través de iniciativas nacionales e internacionales, contribuimos con la disminución de emisiones de gases de efecto invernadero.

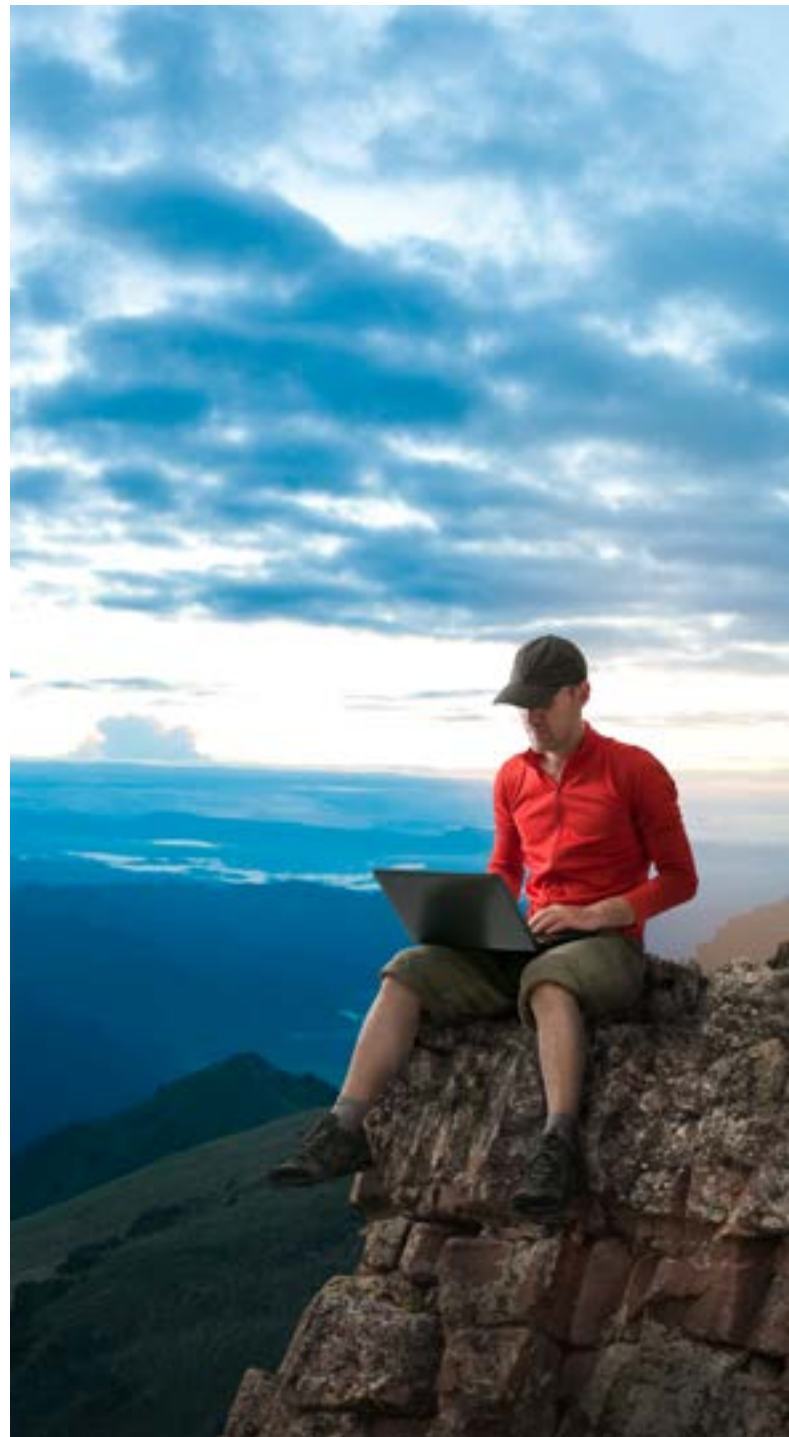
En 2018 evitamos que 7,314 tCO₂eq* de nuestra emisiones de Alcance 1 fueran liberadas al ambiente

Telefónica ambiciona un mundo donde la tecnología contribuya a proteger el planeta, por ello, reducimos nuestra huella sobre el medioambiente e impulsamos la digitalización. De esta manera, el consumo de energías renovables se vuelve fundamental para reducir las emisiones de carbono y alcanzar nuestro propósito. Además, este consumo verde mejora vidas, crea empleos, facilita alcanzar metas de los ODS y asegura un futuro más limpio y próspero.

Adicionalmente, nos convierte en una red más eficiente y competitiva al disminuir nuestros costos y lograr la descarbonización de nuestra operación, siempre con una visión de sostenibilidad y contribuyendo así al cumplimiento de los Acuerdos de París y de los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos en la Agenda 2030 de las Naciones Unidas.

En 2018 renovamos nuestra *Certificación ISO-14001* y obtuvimos la *Certificación de Edificación Sustentable* otorgada por la Secretaría del Medio Ambiente por nuestras buenas prácticas ambientales

*Unidades en tCO₂eq (toneladas de CO₂ equivalente).



1.4.7 Impacto de la red en las comunidades



Buscamos aportar valor a cada uno de nuestros grupos de interés e impactar en los sectores de educación, salud, administración y finanzas. Además de los beneficios que ofrece nuestra conectividad, para nosotros es prioritario contribuir en los ámbitos social, ambiental y económico.



Impacto de la red en las empresas²



Adopción de banda ancha BÁSICA

- Mejora la gestión de operaciones.
- Incrementa la productividad y los beneficios del negocio.
- Mantiene la satisfacción del cliente.
- Mejora la experiencia del usuario.
- Mejora la calidad de vida de los empleados.
- Incrementa la calidad de los productos y servicios.



Adopción de banda ancha MODERADA

- Fortalece el conocimiento.
- Aumenta las relaciones profesionales entre compañías.
- Incrementa las transacciones nacionales e internacionales.
- Mejora la capacidad de resiliencia de la cadena de suministro.



Adopción de banda ancha ELEVADA

- Optimiza las actividades cotidianas a través de los servicios de la nube.
- Atrae nueva inversión.
- Proporciona mayor flexibilidad en el trabajo.
- Crea un modelo de negocio más diverso.

²Fuente de análisis: Accenture (2017).

Impacto de la red en las personas



El nivel de conectividad básico (voz y SMS) permite el acceso a los servicios de comunicación tradicional, por otro lado, las opciones de banda ancha y 3G proveen acceso a distintos tipos de información a través de plataformas de video y redes sociales. La conexión de alta velocidad (fibra) y 4G dan acceso a la información en tiempo real a través de servicios de *streaming*.

La conectividad ha cambiado la forma en la que nos comunicamos; rompe barreras, acerca a las personas y es un puente hacia la igualdad, pues facilita el acceso a distintas herramientas educativas y de salud



Conectividad Básica Voz y SMS

- Fomenta la inclusión social.
- Ahorra tiempo, recursos y costos en comunicaciones.
- Facilita la actuación ante desastres naturales (ej. alarma temprana).



3G Banda Ancha / 3G

- Fomenta la inclusión financiera (ej. banca en línea).
- Contribuye a la formación profesional (ej. educación digital).
- Genera oportunidades de negocio (ej. comercio electrónico).
- Aumenta la eficiencia en procesos administrativos.



4G Alta velocidad / 4G

- Ahorra tiempo en la ejecución de tareas.
- Proporciona alternativas de negocio y flexibilidad en el trabajo.
- Genera nuevas formas de entretenimiento.



1.5 Una empresa centrada en el cliente



PM 1, 2

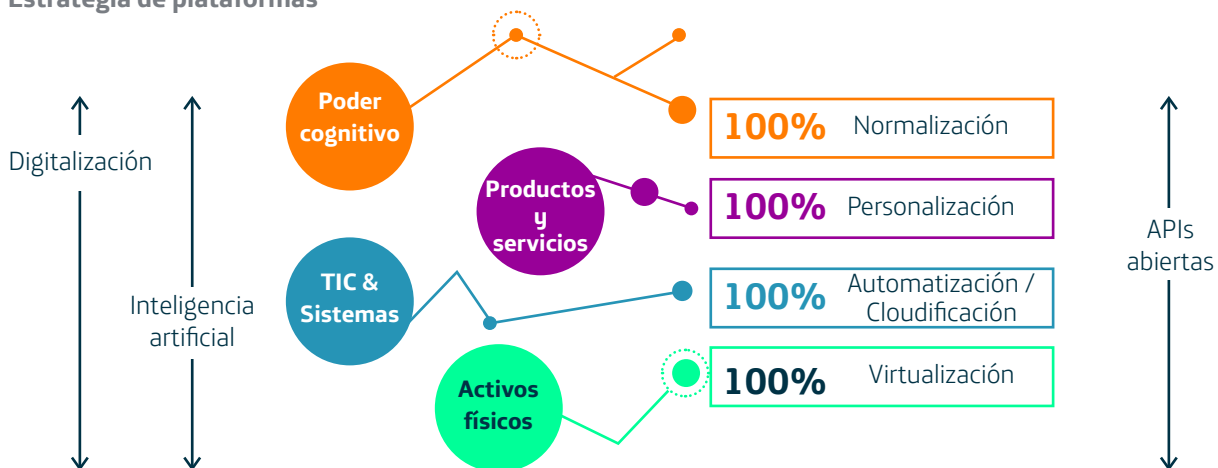
1.5.1 Una compañía de plataformas inclusivas con el cliente en el centro

Telefónica es una compañía de redes de comunicación, servicios digitales y entretenimiento que se apoya en la tecnología para crear una sociedad mejor y más inclusiva. En Telefónica tenemos el compromiso de desarrollar infraestructuras y soluciones que permiten acercar el mundo digital a todos, independientemente de su localización, estatus económico, conocimiento o capacidades. Esta red es la puerta de entrada al mundo digital que da sentido a las comunicaciones y facilita las relaciones entre las personas.

Para nosotros es fundamental mantenernos a la vanguardia de la transformación tecnológica, por lo que implementamos una estrategia a través de las siguientes plataformas:

- **Primera plataforma.** La red como base de la conectividad.
- **Segunda plataforma.** Los sistemas de información como la base de la digitalización.
- **Tercera plataforma.** Oferta de servicios y productos.
- **Cuarta plataforma.** Una visión centralizada y normalizada de los datos.

Estrategia de plataformas



1.5.2 Satisfacción de nuestros clientes

Para Telefónica, la satisfacción de los clientes es prioritaria, por lo que los planes de calidad para mejorar la experiencia de nuestros clientes y la medición de su satisfacción son aspectos estratégicos.

El Consejo de Administración de Telefónica cuenta con una Comisión específica dedicada a la Calidad y Atención Comercial que se reúne cinco veces al año para evaluar la satisfacción del cliente y las principales iniciativas desarrolladas en este ámbito a nivel local y global.

Mensualmente, realizamos encuestas de satisfacción entre nuestros clientes donde evaluamos los aspectos más relevantes del servicio como la calidad de la red, nuestra oferta comercial, la atención a través de distintos canales, la factura, la recarga, etc. De esta manera, podemos conocer la percepción sobre el servicio que prestamos y mejorar las áreas de oportunidad.



En el año 2018, el Índice de *Satisfacción del Cliente* consolidado de Telefónica a nivel global fue de 8.41 sobre 10, siendo el mejor dato histórico y superando al de la competencia en 11 mercados

Nuestra estrategia de inversión con foco en los mercados principales nos permitió ofrecer la mejor velocidad de descarga en el país. De acuerdo con Tutela, se brindó un rendimiento promedio de 15.2 Mbps, 30% más rápido que el resto de los competidores

1.5.3 Sistema de reclamaciones

Ofrecemos nuestros servicios de conectividad ininterrumpidamente 365 días al año, 24 horas al día y trabajamos para disminuir el número de clientes insatisfechos y de reclamaciones en todas nuestras operaciones. Telefónica México reporta la evolución del número de reclamaciones y los tiempos de reso-

lución de acuerdo con las directrices y parámetros marcados por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT).

Contamos con distintos canales para que nuestros clientes puedan hacer sus reclamaciones en cualquier momento, los 365 días del año 24 horas al día 7 días a la semana.



CALL CENTER
Llamadas



CANAL ONLINE
Formularios



TIENDAS
Presencial



CORREO ORDINARIO
Sede Social

1.6 Nuestra relación con los grupos de interés

102-13, 102-40, 102-42, 102-43, 102-44



En Telefónica distinguimos siete grupos de interés clave:

Grupo de interés	Canales de comunicación
 <p>Cientes</p> <p>Cientes de todas nuestras marcas comerciales, tanto residencial como empresas, así como todos los organismos que los representan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Boletín de prensa ◦ Entrevistas ◦ Inserciones en medios impresos ◦ Eventos ◦ Ruedas de prensa ◦ Presencia en cámaras y grupos de trabajo ◦ RRSS corporativas y comerciales (Telefónica y Movistar) ◦ Informes de Sostenibilidad ◦ Página web corporativa ◦ Portal "Dialogando" ◦ Números de atención vía telefónica ◦ Centros de Atención y Ventas ◦ Estudio anual de diálogo con grupos de interés ◦ Canal Negocio Responsable
 <p>Colaboradores</p> <p>Colaboradores, asociaciones y sindicatos que representan los intereses de los trabajadores.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ◦ Intranet ◦ Comunicados internos ◦ Compendio semanal "Entérate" ◦ Diario Telefónica ◦ Pantallas en edificios corporativos ◦ Red social corporativa "Yammer" ◦ IP teléfonos y herramienta celular ◦ Boletín "Aliados" ◦ #SomosTelefónica News ◦ Campañas internas ◦ Canal "Principios de Negocio Responsable" ◦ Correo <i>Compliance</i> ◦ Correcto directo al CEO (Correo "Escríbeme") ◦ "Workplace", nueva red social interna lanzada a finales de 2018 en sustitución de Yammer. ◦ Talleres de inducción ◦ Cursos de capacitación ◦ Reuniones mensuales y semanales de <i>staff</i> ◦ Foro de líderes (3 eventos) ◦ Página de internet de Telefónica y Movistar ◦ Encuestas de Hay Group

Grupo de interés

Canales de comunicación


**Socios
estratégicos y
proveedores**

Empresas clave para el desarrollo y prestación de nuestros servicios, así como las empresas proveedoras, organismos y asociaciones que representan intereses de la cadena de suministro.

- ◉ Buzón "Principios de Negocio Responsable"
- ◉ Buzón *Compliance*
- ◉ Buzón "Conflicto de Interés"
- ◉ Talleres de inducción "Aliados"
- ◉ Boletín "Aliados"
- ◉ Portal de proveedores


**Accionistas y
analistas**

Compañías que invierten en Telefónica y/o analizan la rentabilidad sostenible de la empresa.


**Entidades
gubernamentales
y reguladores**

Organizaciones locales, nacionales e internacionales.

- ◉ Boletín de prensa
- ◉ Entrevistas
- ◉ Inserciones en medios impresos
- ◉ Eventos
- ◉ Ruedas de prensa
- ◉ Presencia en cámaras y grupos de trabajo
- ◉ RRSS corporativas y comerciales (Telefónica y Movistar)
- ◉ Informes de Sostenibilidad
- ◉ Página web corporativa
- ◉ Portal "Dialogando"
- ◉ Números de atención vía telefónica
- ◉ Centros de Atención y Ventas
- ◉ Estudio anual de diálogo con grupos de interés
- ◉ Canal Negocio Responsable


**Líderes de
opinión, medios
y servicios de
comunicación**

Influencers, prensa, agencias de comunicación, marca y publicidad.


**Sociedad (incluye
comunidades, ONGs,
organizaciones
orientadas a
promover la
sostenibilidad
y asociaciones
empresariales y de
asesoría)**

Comunidades afectadas tanto a nivel local, nacional y regional, así como colectivos especiales, organizaciones no gubernamentales, empresas, escuelas de negocio y universidades.

1.6.1 Diálogo con nuestros grupos de interés

Mantenemos un diálogo activo con los grupos de interés, el cual nos permite trabajar en aspectos claves para la empresa. En Telefónica México mapeamos nuestros grupos de interés con base en la relación que tenemos con ellos en nuestras operaciones, así como en la observación de nuestro entorno. Posteriormente, identificamos las áreas involucradas dentro de Telefónica y establecemos mecanismos de comunicación para facilitar la toma de decisiones.

En 2016 se constituyó el Panel Asesor en Negocio Responsable, que es la herramienta que nos permite establecer un diálogo estructurado con nuestros principales grupos de interés con el objetivo de considerar sus opiniones y demandas. Los objetivos del Panel son:

- Establecer un diálogo ordenado e inclusivo con nuestros grupos de interés respecto a los temas materiales de la compañía.
- Asegurar que los procesos y decisiones del negocio sean sostenibles.
- Dar seguimiento a los comentarios e inquietudes de nuestros grupos de interés.
- Evaluar el desempeño y relevancia de los temas materiales identificados.

Esta plataforma de diálogo tiene presencia en todas las localidades y funciona mediante el siguiente proceso:

- 1 Análisis sobre los principales grupos de interés
- 2 Mapa de grupos de interés
- 3 Definición del modo y nivel de involucramiento
- 4 *Engagement*, ejecución e indicaciones
- 5 Revisión / lecciones aprendidas
- 6 Mejora y seguimiento
- 7 Comunicación y reporte

Estructura y dinámica de funcionamiento del Panel Asesor en Negocio Responsable

Buscamos lograr la máxima representación de nuestros grupos de interés y fomentar la participación y el debate con cada uno por lo que desarrollamos estrategias de involucramiento:



Involucración y acción Comisión del Consejo

- Quién: Comisión de Asuntos Públicos y Regulación
- Qué: supervisa, recibe evaluación y marca directrices
- Frecuencia: anual



Diálogo y colaboración Panel Asesor de Negocio Responsable

- Quién: panelistas expertos en sostenibilidad y con visión global
- Qué: debate en profundidad de los temas identificados y priorizados en la sesión inicial



Información y diálogo Grupos de interés locales e internacionales





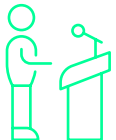
- Quién: todos los grupos de interés a nivel local y global
- Qué: a través de las áreas locales y globales relacionadas con los grupos de interés
- Frecuencia: diálogo diario



Consulta Panel Extendido de Negocio Responsable

- Quién: panelistas identificados por las áreas internas con base en su conocimiento del tema material e influencia
- Qué: consulta estructurada con base en los temas relevantes comunes en nuestras geografías.
- Frecuencia: semestral

1.6.2 Tipos de involucramiento y relación con nuestros grupos de interés

Tipo	Descripción	Objetivos	¿Qué buscamos?
Informar / Dar a conocer 	<p>Principalmente comunicación unidireccional de la Compañía a nuestros grupos de interés sobre las prácticas o nuevos desarrollos que pueden impactarlos.</p> <p>Compartir información puede influenciar a las partes interesadas, crear confianza y demostrar transparencia y disposición a contratar.</p>	Mantenerlos informados de manera puntual y periódica a través de boletines, cartas, boletines informativos, informes, entrevistas, jornadas de puertas abiertas.	<ul style="list-style-type: none"> • Transparencia
Consultar 	Telefónica pregunta por la perspectiva de sus grupos de interés para identificación de tendencias, evaluación de impacto, identificación de riesgos y toma de decisiones.	Medir y analizar mediante encuestas, <i>focus groups</i> , evaluaciones, audiencias públicas, talleres, foros de debate, líneas directas.	<ul style="list-style-type: none"> • Transparencia y escucha, ya que se pone en valor los comentarios y puntos de vista de los grupos de interés
Participar / Dialogar 	Una conversación bidireccional y/o multipartita en la que los grupos de interés juegan un papel más importante en la toma de decisiones. Las conclusiones se implementan y/o escalan dentro de la compañía.	Debate en profundidad: Consejo Asesor, grupos de trabajo asentados, entrevistas, trabajos de investigación y análisis.	<ul style="list-style-type: none"> • Transparencia • Escucha • Colaboración • Debate en torno a un propósito común
Colaborar 	Colaboración entre dos o más partes en un ámbito de interés mutuo. La compañía y las partes interesadas logran sinergias y, en conjunto, reducen los riesgos combinando recursos y áreas de especialización.	Colaboración activa con establecimientos de comités conjuntos, proyectos en conjunto con partes interesadas, alianzas y negociación colectiva.	<ul style="list-style-type: none"> • Transparencia • Escucha • Compromiso • Relación positiva basada en un propósito común
Empoderar / Involucrar 	Las partes interesadas tienen la posibilidad de influir en el gobierno corporativo y en la toma de decisiones de la empresa.	Compartir responsabilidades a través de la representación de las partes interesadas en la Junta Directiva, canal específico de denuncia de incumplimiento de las políticas.	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Engagement</i> efectivo, compartir propósito y responsabilidades

Principales iniciativas de diálogo



Colaboradores

Como parte de nuestra política abierta, alentamos a nuestros colaboradores a establecer un diálogo permanente con los Directivos de Telefónica mediante los siguientes canales de comunicación:

- Correo "Escríbeme", donde nuestro CEO responde directamente a las preocupaciones y sugerencias de los colaboradores.
- Desayunos y comidas periódicos con la alta dirección para reforzar la estrategia de la empresa.
- "Foro de Líderes", donde se presentan la estrategia, retos, objetivos e indicadores de la compañía.

Proveedores y Aliados

La gestión de la cadena de valor es un tema material para Telefónica, por lo que desarrollamos herramientas de comunicación para impulsar a nuestros proveedores y aliados estratégicos a contribuir a la sostenibilidad de esta.



- Boletín "Aliados", el cual se difunde bimestralmente con empresas aliadas con el propósito de compartir información social, comercial y empresarial de Telefónica.
- Estudio de materialidad, donde consideramos a nuestros proveedores y aliados como piezas clave del Panel.



Medios de Comunicación

Como parte de nuestro compromiso con la transparencia mantenemos una relación estrecha con los medios de comunicación, quienes nos permiten difundir mensajes a nuestros grupos de interés.





- Publicamos boletines de prensa a nivel grupo y local que se encuentran públicos en nuestras redes sociales y sala de prensa
- Difundimos los temas de interés para Telefónica México en los principales noticieros de radio a nivel nacional, especialmente en los noticieros financieros.
- Invitamos a periodistas y líderes de opinión a nuestros eventos para asegurar una comunicación transparente y cercana.
- Atendemos solicitudes de información por parte de medios de comunicación nacionales y extranjeros.
- Participamos en entrevistas, reportajes e inserciones especiales en periódicos y revistas tanto locales como nacionales.



Sociedad

Contamos con varios canales de comunicación digital mediante los cuales mantenemos una relación con la sociedad en general con el propósito de responder sus dudas y estar a la altura de sus expectativas.



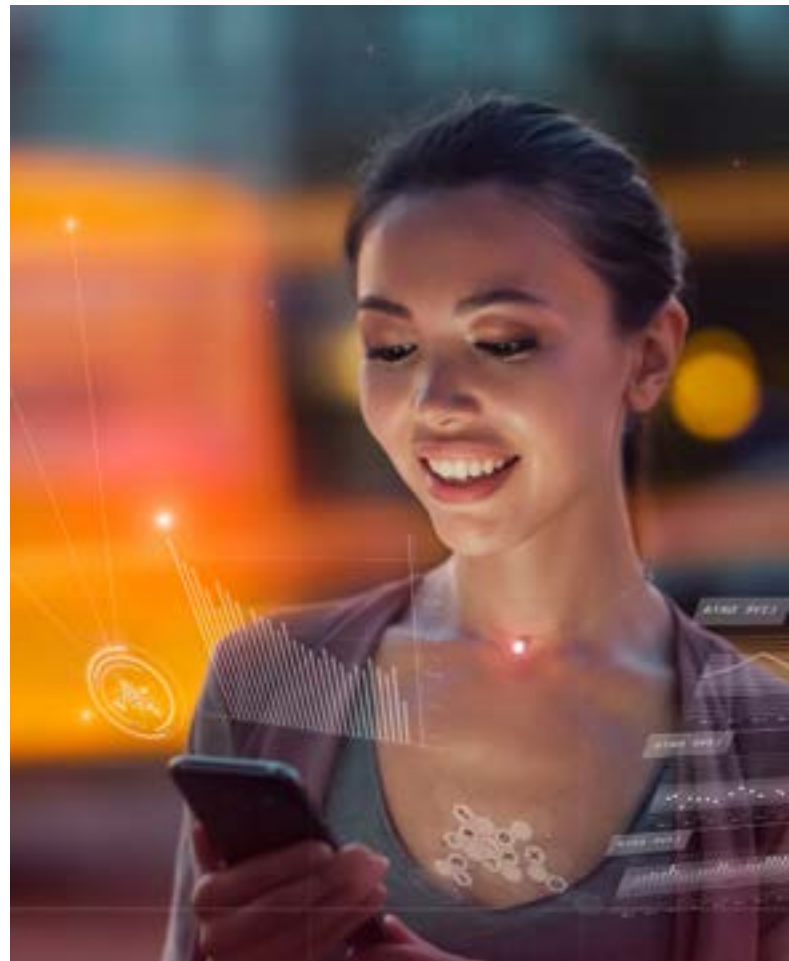
Seguidores 2018	
	1,843,490
	221,503
	11,293
	53,544

Principales hitos de 2018 en comunicación con clientes

- Durante 2018 tuvimos mucho acercamiento con nuestros clientes a través de patrocinios. Utilizamos la conexión social que existe con el fútbol soccer y el fútbol americano para proveer experiencias a nuestros clientes y acercarlos a la Selección Nacional y a la NFL. Con estas experiencias y beneficios, conectamos a nuestra audiencia con sus gustos e intereses. Movistar una marca que los conoce y les ofrece algo más que sólo el servicio de telecomunicaciones.
- Para nosotros es muy importante la actividad constante que tenemos con nuestros usuarios de Prepaño, quienes gozan de un programa de lealtad a través del cual ganan diversos premios en sus recargas. "Premios Movistar" reconoce la lealtad de los clientes otorgándoles beneficios extras por sus recargas.
- En 2018 lanzamos el Plan Ilimitado con el objetivo de ofrecer la mejor opción en cuanto a relación precio-valor en el mercado mexicano. Las necesidades de comunicación crecen día con día y con ellas crece el consumo de datos. Por ello, nuestra propuesta de marca fue ofrecer un plan de datos ilimitados para que los usuarios tengan la libertad de conectarse sin temor a usar sus datos. Esto, al mejor precio del mercado.
- Se realizó contenido para dar consejos para desarrollar conciencia preventiva. Se hizo el lanzamiento de una aplicación para niños llamada "Privacy Adventure" donde se enseña a cuidar su privacidad y datos personales en internet.
- Con la campaña "Déjalo ir" hablamos del reciclaje de los equipos para no contaminar y cuidar el medio ambiente.
- Estamos muy orgullosos de contribuir a combatir la trata de personas gracias a la alianza con la organización "Sin Trata" y a la iniciativa de sensibilización #AquíEstoy también apoyada por ONUDC.

Objetivos para 2019

- Incrementar la relevancia de nuestra marca no sólo para nuestros clientes sino para todos los usuarios de la categoría. Una relevancia anclada en ser una marca honesta, transparente, cercana, innovadora, enfocada en el cliente.
- Mantener el foco en ofrecer una propuesta de valor sólida para todos los segmentos del mercado ofreciendo la mejor relación precio-valor posible y buscando siempre innovar en pro del desarrollo del negocio de las telecomunicaciones en México.
- Impactar a nuestros usuarios con nuestro programa #ConcienciaMovistar y generar comunicación orientada al buen uso de las TICs, a crear conciencia sobre el ambiente, seguridad en Internet y todos los temas que permitan el desarrollo positivo de la relación entre las personas y la tecnología.



1.6.3 Participación en Cámaras, Asociaciones y ONG's

Nombre de la Cámara/Asociación	Objetivo de la agrupación	Acciones conjuntas llevadas a cabo
Asociación Nacional de Telecomunicaciones ANATEL	Constituye un foro de discusión que permite buscar acuerdos, reúne a operadores, fabricantes y empresas del sector de las telecomunicaciones y sirve de intermediario con actores políticos, organismos e instituciones públicas.	Se participó junto con otros actores de la industria en la elaboración de propuestas acerca de temas de interés para el sector en México.
Cámara Nacional de la Industria Electrónica, Telecomunicaciones y de las Tecnologías de la Información CANIETI	Reúne a empresas en busca de crecimiento y consolidación de la industria en México. Su principal objetivo es trabajar por el fomento de la competencia y el desarrollo económico del sector. Cuenta con alrededor de 1,000 afiliados a nivel nacional, 5 sedes regionales y 5 oficinas en el interior de la República.	Se participó junto con otros actores de la industria en la elaboración de propuestas normativas relativas a iniciativas y procedimientos regulatorios en curso.
Asociación de Internet. Mx	Representa una de las asociaciones de referencia en el ámbito de Internet y las Tecnologías de la Información en México.	Esta Asociación sirve como interlocutor con los demás actores de la industria y contribuye con la realización de estudios y análisis académicos sobre temas de interés en el sector.
Cámara Española de Comercio en México CAMESCOM	La Cámara Española de Comercio constituye la principal Cámara Nacional de representación empresarial de las empresas españolas en México.	Se participó en las actividades de la CAMESCOM a través de la pertenencia a su Consejo Directivo y se impulsó la creación de una Comisión de Telecomunicaciones.
International Chamber of Commerce ICC	Trabaja para fomentar el cambio económico, político y social.	Elaboración de documentos de posicionamiento en asuntos de interés. Vicepresidencia Comisión Economía Digital.
Consejo Ejecutivo de Empresas Globales CEEG	Desarrollar el Comercio Exterior, la Inversión Extranjera y el Desarrollo Tecnológico	Participación de nuestro Presidente y CEO.

Los principales acuerdos, asociaciones y alianzas que se realizaron en 2018 a favor de los grupos de interés fueron:

- Desde la Anatel se continuó trabajando con toda la industria en el programa Nos importa México, cuyos ejes son combatir el robo de celulares, impulsar el reciclaje de celulares, contribuir a la protección en línea a la infancia, y fomentar la inclusión digital de personas con discapacidad.
- En alianza con la Asociación de Internet se inició el estudio relacionado con las mejores prácticas internacionales que favorezcan la transparencia e igualdad de oportunidades para las adjudicaciones de la administración pública.
- Continuamos trabajando con la Secretaría de Seguridad Pública para contribuir al encuentro de niños extraviados, a través de la difusión de mensajes de búsqueda de Alerta Amber.
- Se participó en los grupos de trabajo de la Asociación de Internet para elaborar lineamientos que facilitaran el despliegue y mantenimiento de infraestructura de telecomunicación, a fin de proporcionar la mejor cobertura a los mexicanos.

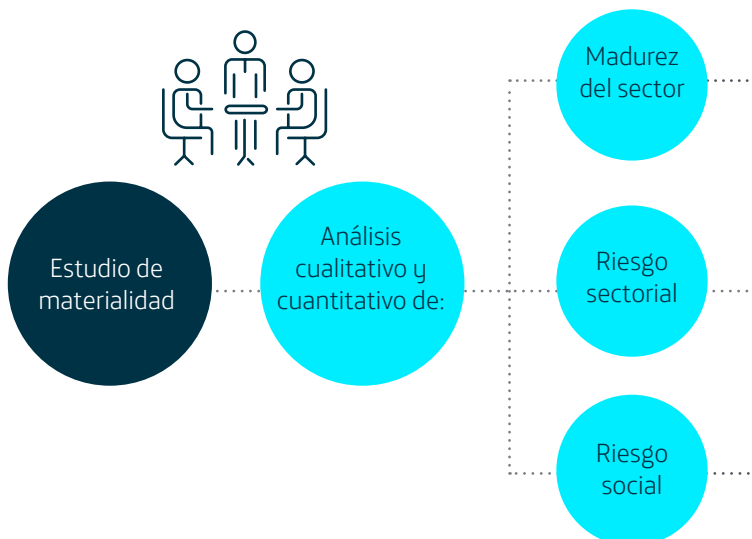


1.7 Materialidad

102-21, 102-43, 102-44, 102-46, 102-47



Como parte de nuestro compromiso con la sostenibilidad, en Telefónica México llevamos a cabo estudios de materialidad periódicamente. El resultado de este análisis es la identificación de los temas que impactan en gran manera a nuestros grupos de interés, los aspectos más relevantes para la empresa, y los riesgos y áreas de oportunidad de esta. La metodología consiste en un comparativo entre la madurez de compañías relevantes en el sector de telecomunicaciones y los requerimientos establecidos por prescriptores sectoriales y sociales en materia económica, social y ambiental.

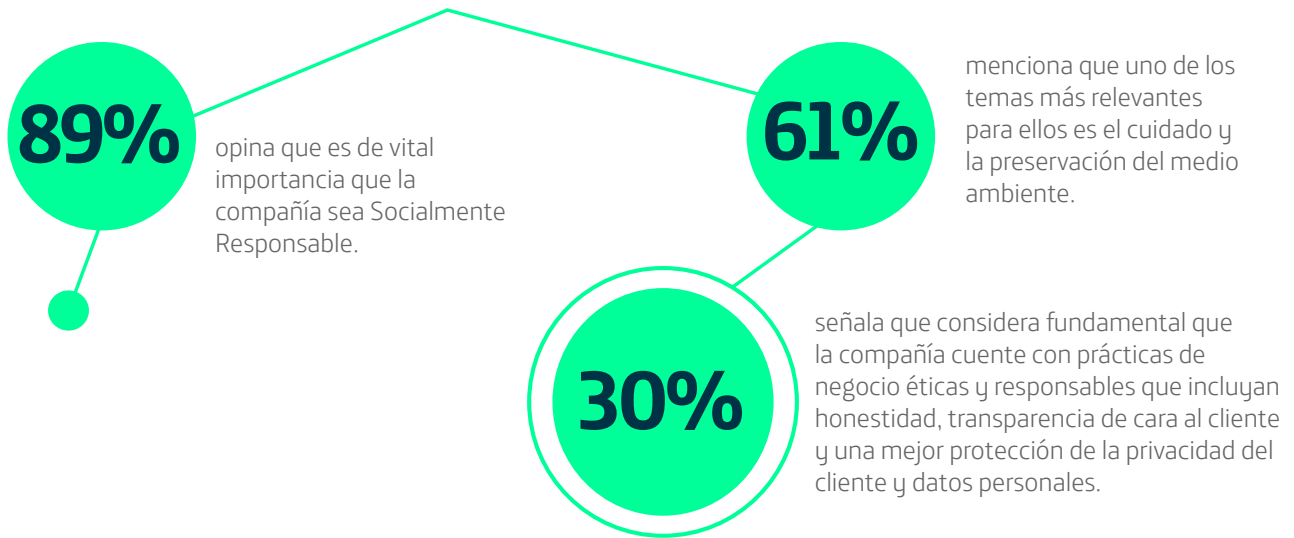


De igual manera, este año realizamos un diálogo con tres de nuestros grupos de interés —clientes, colaboradores y proveedores— con el fin de conocer, monitorear y gestionar de forma óptima los aspectos más urgentes y de mayor relevancia para ellos.

Los resultados de este ejercicio fueron los siguientes:

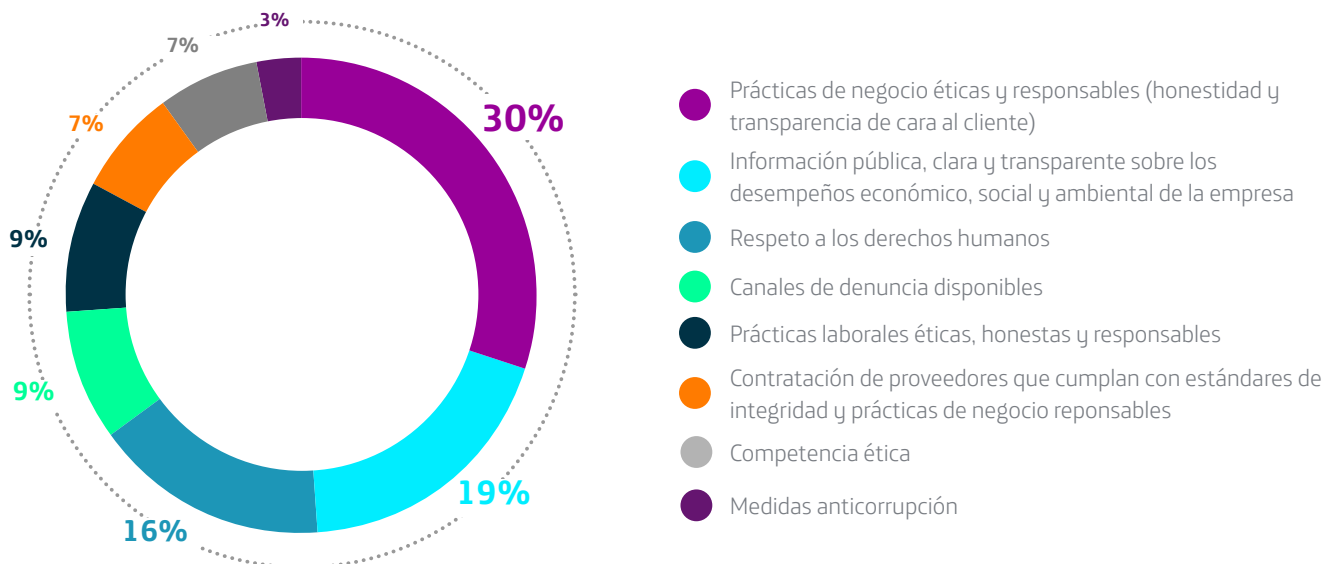
Clientes

Al cuestionar a los clientes sobre el tema que consideran más relevante en su relación con Telefónica:



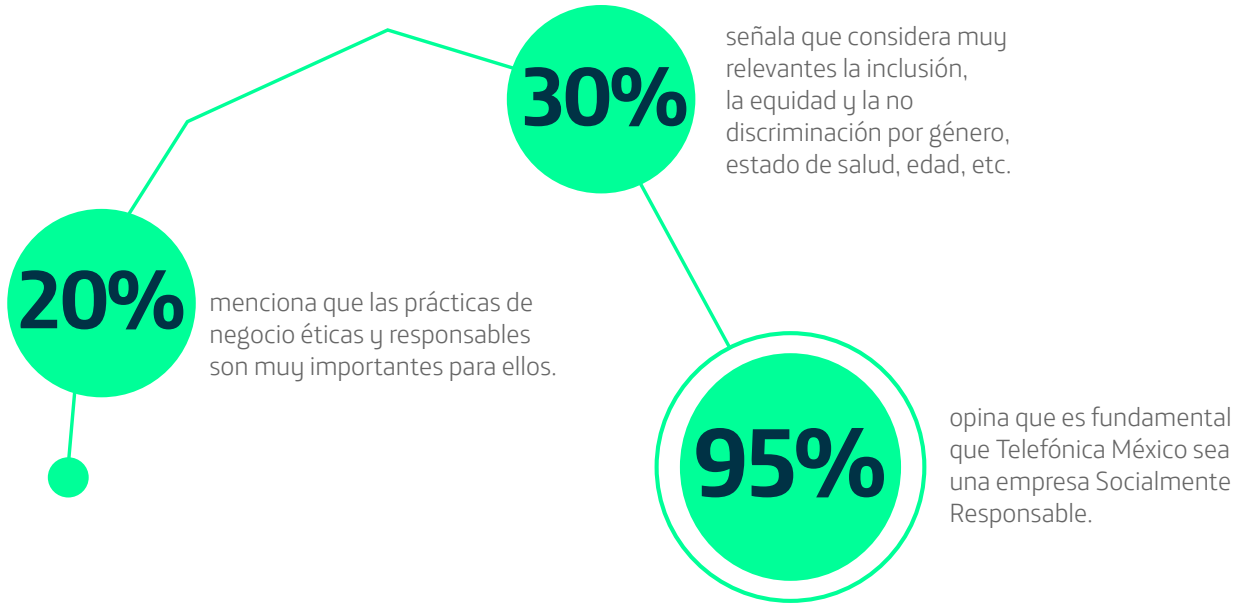
Temas de mayor relevancia	Dimensión	Temas de menor relevancia
Cobertura, calidad en el servicio y privacidad del cliente	Económica	Alianzas con organizaciones
Asegurar la calidad educativa a través de la tecnología	Social	Voluntariado corporativo
Cuidado y preservación del medio ambiente	Ambiental	Extensión de responsabilidad social a proveedores

Asimismo, éstos fueron los resultados de la encuesta hecha a clientes sobre el tema más relevante en materia de ética y cumplimiento:



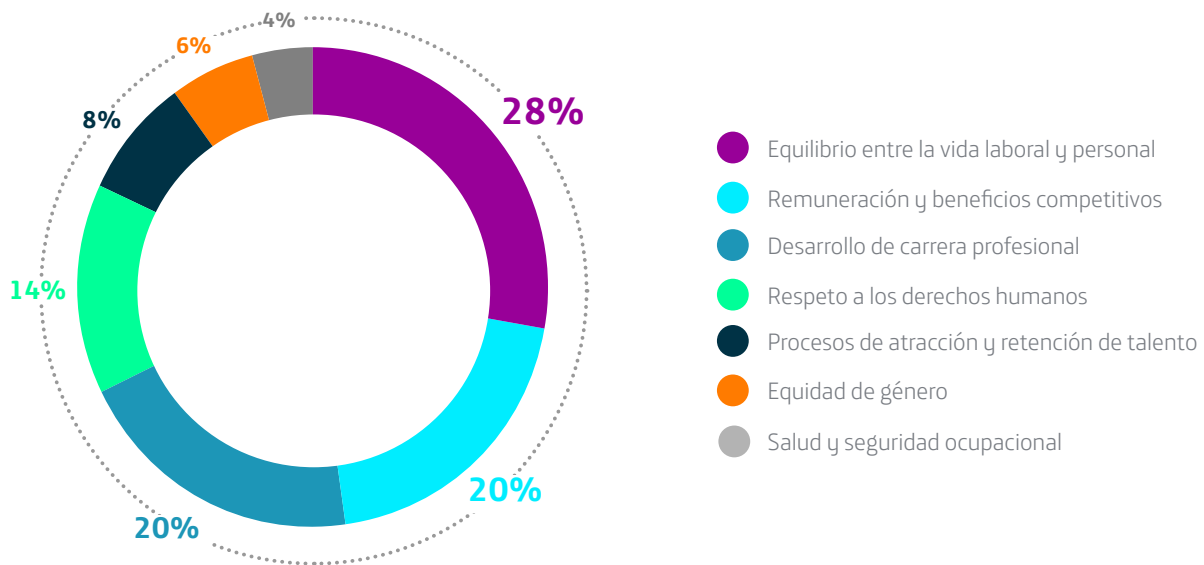
Colaboradores

Al preguntar a los colaboradores sobre el tema que consideran más importante en cuanto a su relación con la compañía se obtuvieron los siguientes resultados:

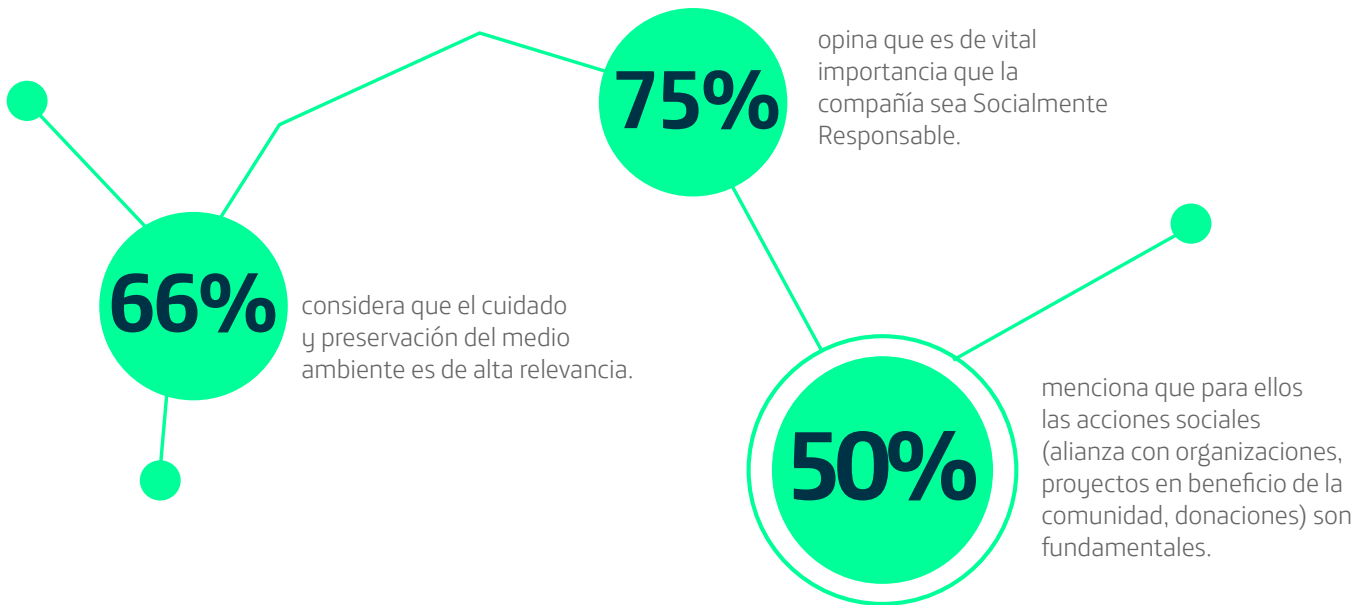


Temas de mayor relevancia	Dimensión	Temas de menor relevancia
Cuidado y preservación del medio ambiente	Ambiental	Protección de los animales
Inclusión y equidad	Social	Apoyo a la población migrante
Desarrollo de la tecnología para aumentar la conectividad	Económica	Apoyo al emprendimiento con impacto social

De igual manera, éstos fueron los resultados de la encuesta llevada a cabo con colaboradores sobre el tema más relevante en materia de condiciones laborales:

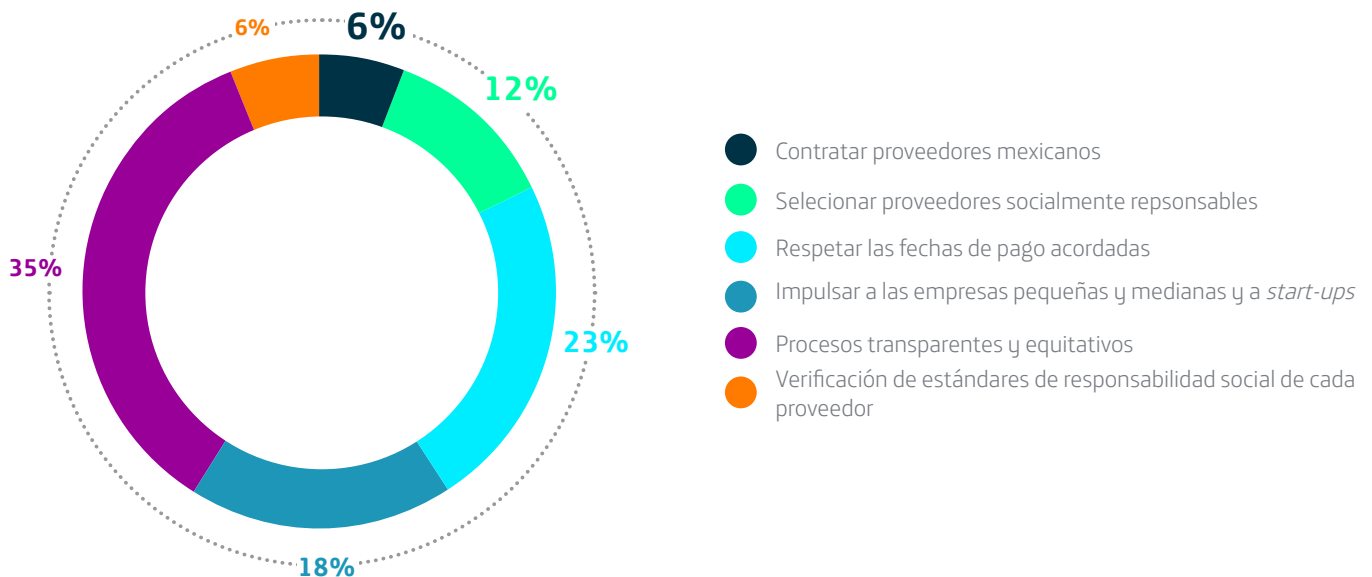


Proveedores



Temas de mayor relevancia	Dimensión	Temas de menor relevancia
Asegurar la calidad educativa a través de la tecnología	Social	Líneas de denuncia disponibles
Reciclaje de celulares	Ambiental	Contaminación ambiental
Prácticas laborales éticas y honestas	Económica	Apoyo al emprendimiento con impacto social

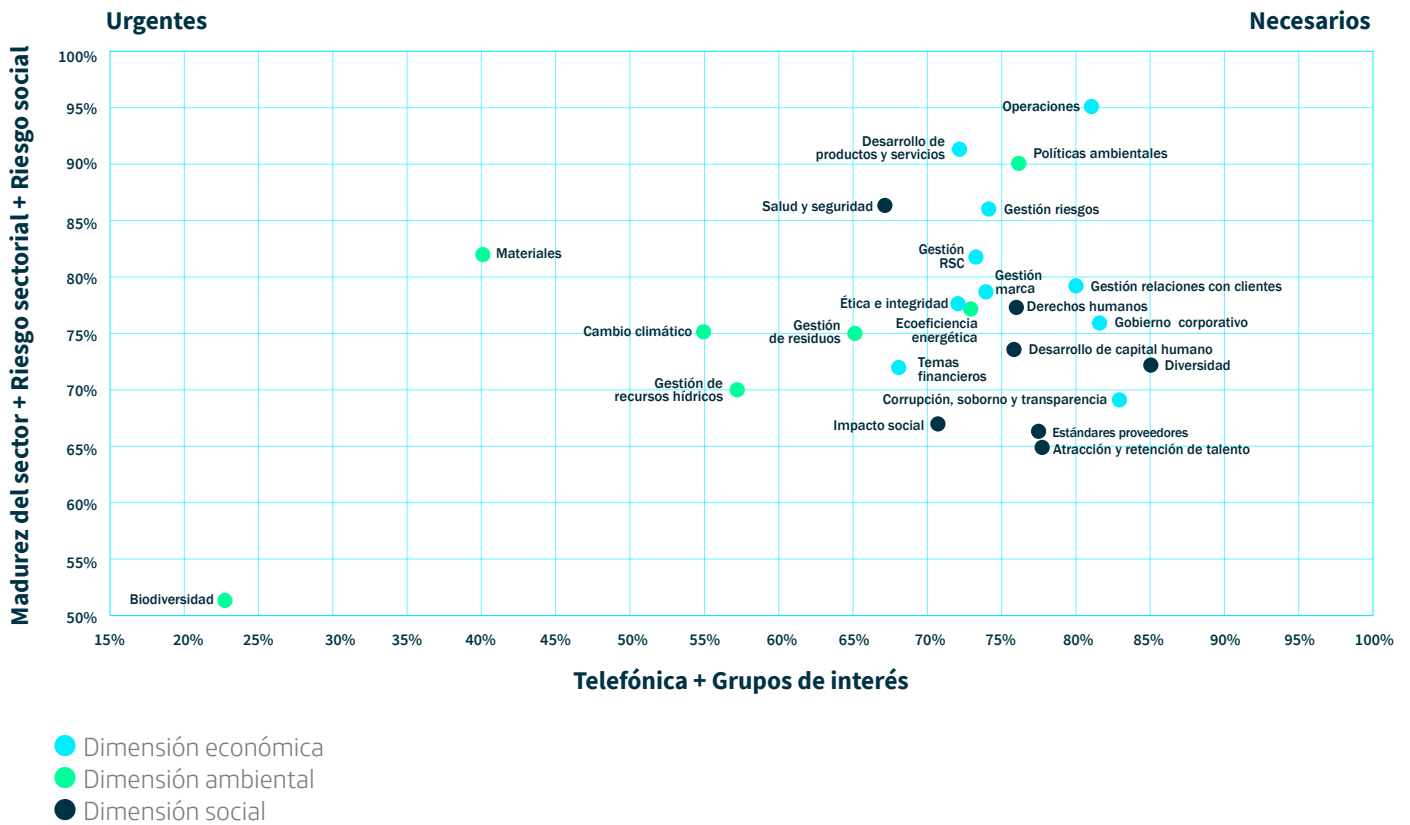
Por otra parte, los resultados de la encuesta a este grupo sobre el tema más relevante en materia de proveedores son los siguientes:



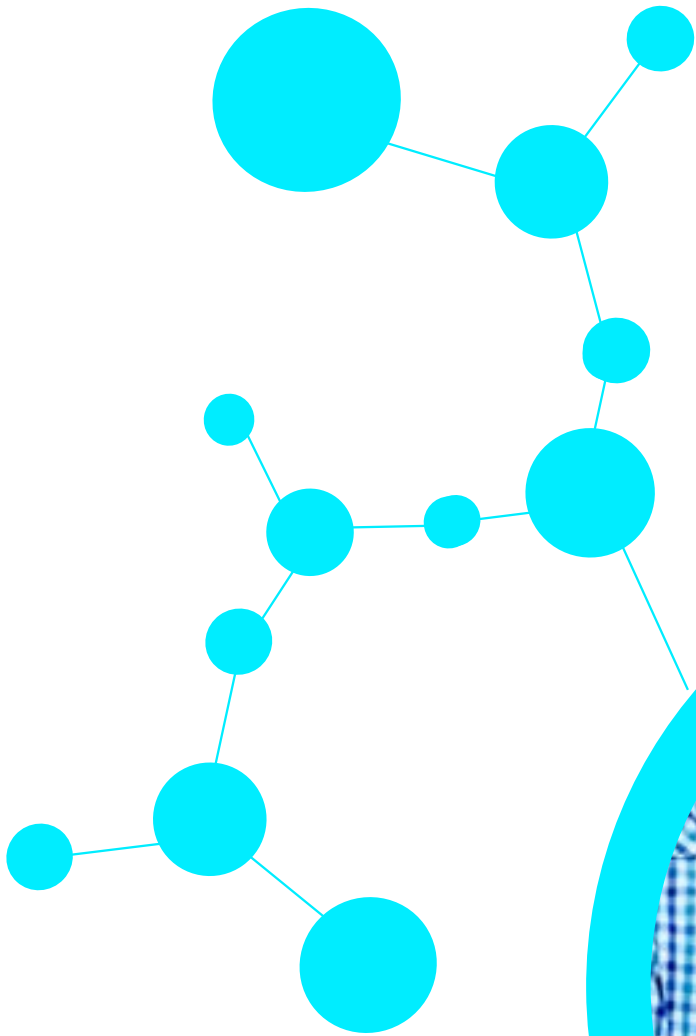


1.7.1 Aspectos materiales

Una vez evaluados los aspectos materiales de Telefónica, se llevó a cabo la traducción a los estándares temáticos propuestos por GRI Standards y se obtuvieron los siguientes resultados:



Aspectos materiales	Estándares temáticos (GRI Standards)
Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)	GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización
	GRI 102: Contenidos Generales > Ética e integridad
Gobierno corporativo	GRI 102: Contenidos Generales > Gobernanza
	GRI 102: Contenidos Generales > Gobernanza
Gestión de riesgos	GRI 102: Contenidos Generales > Estrategia
	GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización
Ética e integridad	GRI 102: Contenidos Generales > Ética e integridad
	GRI 205: Anticorrupción
Corrupción, soborno y transparencia	GRI 206: Competencia desleal
	GRI 415: Política pública
Gestión de la marca	GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización
Temas financieros	GRI 201: Desempeño económico
Operaciones	GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización
	GRI 416: Salud y seguridad de los clientes
Desarrollo de productos y servicios / responsabilidad sobre productos	GRI 417: Marketing y etiquetado
	GRI 419: Cumplimiento socioeconómico
	GRI 416: Salud y seguridad de los clientes
Gestión de relaciones con clientes	GRI 417: Marketing y etiquetado
	GRI 418: Privacidad del cliente
	GRI 302: Energía
Políticas ambientales	GRI 307: Cumplimiento ambiental
	GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores
Materiales	GRI 301: Materiales
Ecoeficiencia energética	GRI 302: Energía
Gestión de recursos hídricos	GRI 303: Agua
Biodiversidad	GRI 304: Biodiversidad
Cambio climático	GRI 305: Emisiones
Gestión de residuos	GRI 306: Efluentes y residuos
Atracción y retención de talento	GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización
	GRI 401: Empleo
Desarrollo del capital humano	GRI 404: Formación y enseñanza
Diversidad e igualdad de oportunidades	GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades
Salud y seguridad ocupacional	GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo
	GRI 406: No discriminación
	GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva
Derechos humanos	GRI 408: Trabajo infantil
	GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio
	GRI 412: Evaluación de derechos humanos
	GRI 413: Comunidades locales
Impacto social	GRI 203: Impactos económicos indirectos
Estándares con proveedores	GRI 102: Contenidos Generales > Cadena de valor



Responsabilidad
y bienestar digital

02

2.1 Un entorno digital seguro para nuestros clientes

GRI 416: 103-1, 103-2, 103-3, 418: 103-1, 103-2, 103-3 416-1



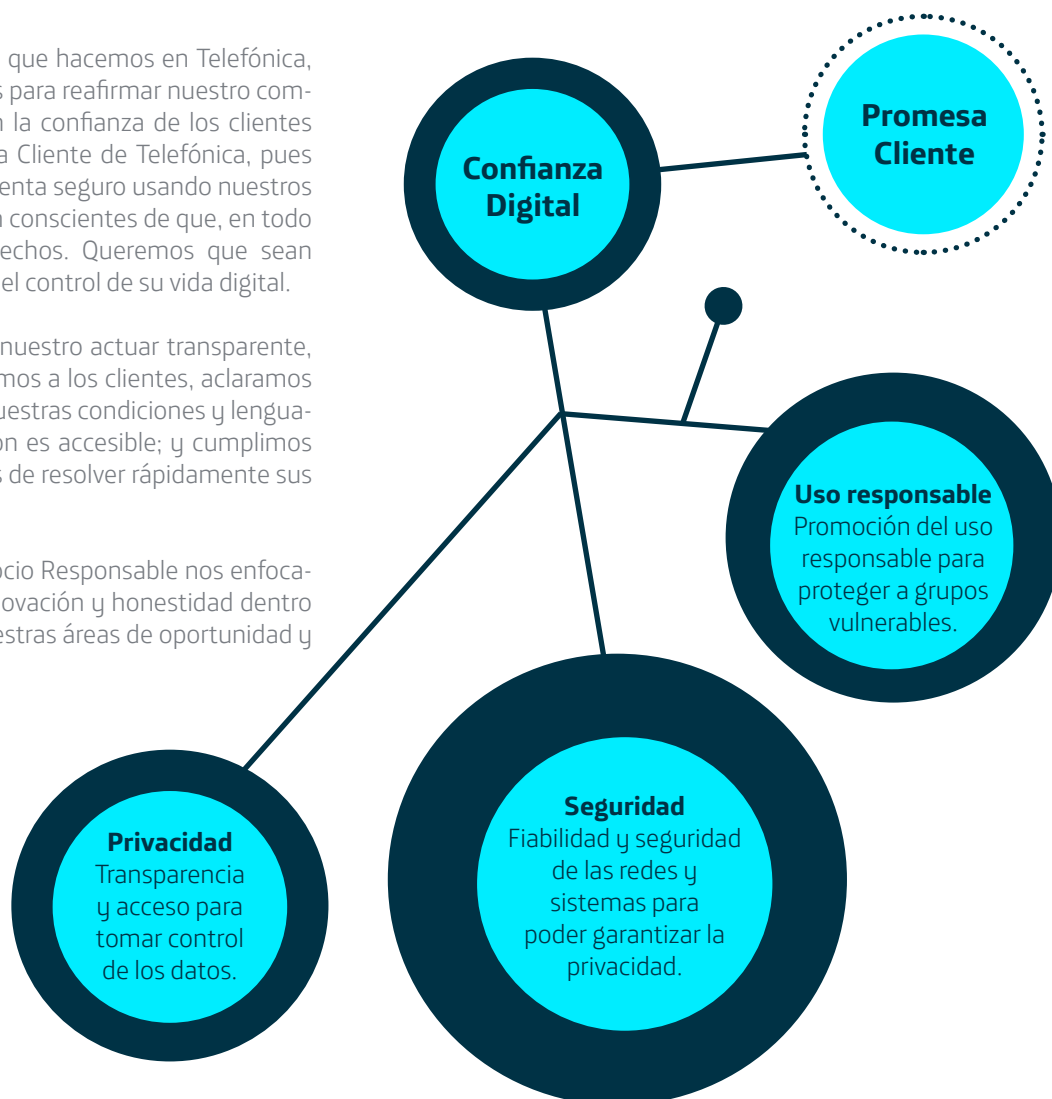
PM 1, 2

2.1.1 Compromiso con el cliente

El cliente es el núcleo de todo lo que hacemos en Telefónica, por lo que día con día trabajamos para reafirmar nuestro compromiso con ellos. Contar la con la confianza de los clientes es la razón de ser de la Promesa Cliente de Telefónica, pues queremos que cada usuario se sienta seguro usando nuestros productos y servicios, y que sean conscientes de que, en todo momento, respetamos sus derechos. Queremos que sean nuestros clientes los que tengan el control de su vida digital.

Nuestra Promesa Cliente refleja nuestro actuar transparente, sencillo e íntegro pues involucramos a los clientes, aclaramos sus dudas y somos proactivos; nuestras condiciones y lenguaje son claros, nuestra información es accesible; y cumplimos con lo que prometemos, además de resolver rápidamente sus necesidades.

Bajo nuestros Principios de Negocio Responsable nos enfocamos en la calidad, seguridad, innovación y honestidad dentro de la empresa. Identificamos nuestras áreas de oportunidad y actuamos al respecto.



2.1.2 Confianza Digital

En Telefónica contribuimos al uso responsable de la tecnología y damos a nuestros clientes la certeza de que nuestros productos y servicios son seguros.

A nivel global, la gestión de protección de datos está supervisada por el Consejo de Administración a través de la Comisión de Regulación y Asuntos Institucionales:

- El *Chief Data Officer*, quien forma parte del Comité Ejecutivo del Grupo tiene como objetivo definir la estrategia global de la compañía en materia de datos, es decir, los servicios de inteligencia cognitiva asociados al Big Data.
- El *Chief Privacy Officer* es quien vela por el cumplimiento de la Política de Privacidad en todas nuestras operaciones.
- Un *Data Privacy Officer* es el encargado de garantizar que todas nuestras acciones en los lugares en los que operamos a nivel local sean coherentes con las normativas internas y externas.
- El Comité de Privacidad es el responsable de coordinar todas las actuaciones de cumplimiento en materia de protección de datos.
- El Director Global de Seguridad, máximo responsable de la seguridad en Telefónica le reporta directamente al CEO.
- Un Comité Global de Seguridad define, coordina e implementa planes de acción que den soporte al negocio y fortalezcan la seguridad para prevenir y controlar riesgos y amenazas que puedan surgir.

En Telefónica México cumplimos con lo establecido por la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP) y por la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

Reafirmamos nuestro compromiso con la privacidad y la seguridad de nuestros clientes a través de la transparencia y la autorregulación, más allá de las leyes nacionales e internacionales

Implementamos la normativa interna necesaria para garantizar la privacidad y protección de información y datos personales de nuestros grupos de interés a través de las siguientes acciones:

- Contamos con un aviso de privacidad claro y accesible para nuestros clientes, visitantes y colaboradores.
- Contamos con un Sistema de Gestión de Seguridad de Datos Personales que nos permite establecer, implementar, operar, monitorear, revisar, mantener y mejorar el tratamiento de datos personales.
- Contamos con una Política de Seguridad de la Información que contiene la clasificación de la información, el nivel de seguridad de esta y las medidas de seguridad con las que deben contar los sistemas de datos de acuerdo con el marco jurídico vigente y normativo de Telefónica México.
- Nuestro proceso de manejo de incidentes reúne los pasos a seguir para controlar cualquier amenaza que comprometa la seguridad en el tratamiento de datos personales dentro de Telefónica México, así como las medidas aplicadas para mantener la integridad, confidencialidad y disponibilidad de esta información con base en mecanismos de prevención o detección de problemas de seguridad.

Decidimos implementar de manera voluntaria un esquema de autorregulación con estándares más altos de los que señala la ley y objetivos más específicos vinculados directamente a nuestro sector y como resultado obtuvimos la recertificación en materia de datos personales NYCE, la cual supervisa el funcionamiento y efectividad de nuestro esquema.

Somos la primera empresa mexicana en obtener el certificado en Protección de Datos Personales otorgado por Normalización y Certificación Electrónica (NYCE), S.C.

2.1.3 Derecho a la privacidad



Todos nuestros clientes tienen derecho a la privacidad y para Telefónica México la seguridad es un pilar fundamental de la experiencia del cliente. Los datos son necesarios para ofrecer cada día mejores servicios de comunicaciones y dan a la empresa la oportunidad de enriquecer la vida de los ciudadanos y de contribuir al desarrollo de las sociedades. Todo esto respetando los derechos fundamentales y las libertades públicas.

Cuidamos los datos personales con:

Transparencia

- Les hacemos saber el tipo de información, por qué medios la recogemos, con qué finalidades la tratamos y durante cuánto tiempo la conservamos.

Licitud

- Tratamos los datos personales con un fin legítimo y mediante el consentimiento.

Limitación

- Conservamos los datos el tiempo que se justifica tomando en cuenta la ley.

Garantías

- Ofrecemos herramientas y procedimientos claros y sencillos para acceder a sus datos, rectificarlos o suprimirlos y canales para que puedan hacernos llegar sus consultas o reclamaciones.

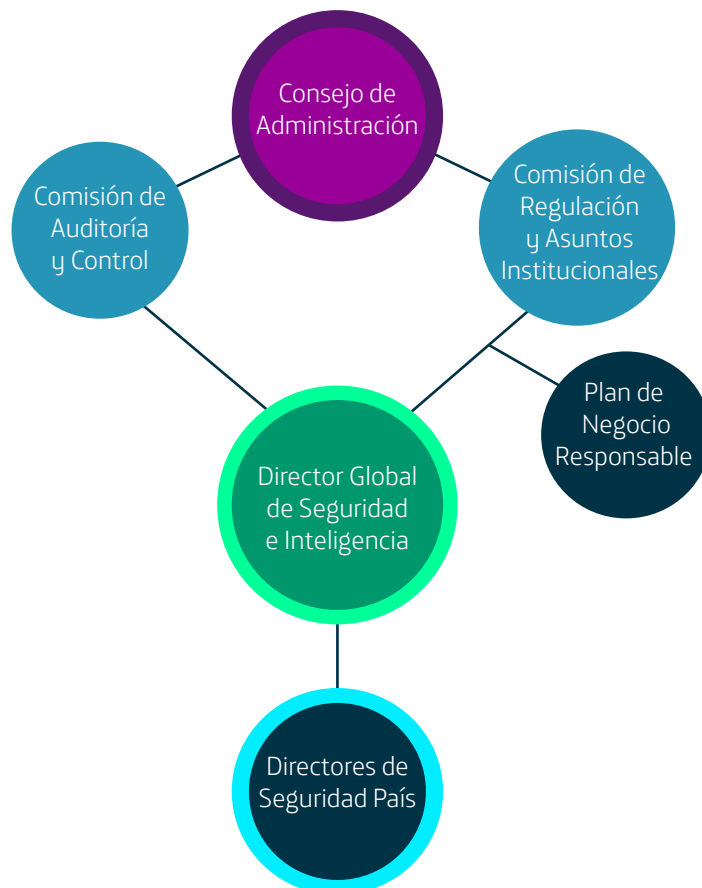
Seguridad

- Aplicamos las medidas necesarias para garantizar la adecuada protección de datos personales.

Foco

- Cuidamos de manera especial la privacidad en diseño de productos y servicios, cadena de suministro, protección de menores y Transferencia Internacional de Datos.

Creamos un entorno seguro para nuestros clientes y a través de un modelo de gestión con objetivos puntuales damos seguimiento a los aspectos más importantes en materia de seguridad. La estructura de gobernanza reguladora en materia de seguridad es la siguiente:



2.2 Digitalización y medioambiente

GRI 302: 103-1, 103-2, 103-3, 303: 103-1, 103-2, 103-3, 306: 103-1, 103-2, 103-3, 203-2, 301-2, 301-3, 302-1, 302-4, 303-5, 306-2



PM 7, 8, 9

2.2.1 Gestión ambiental

En Telefónica México estamos comprometidos con la preservación y cuidado del medioambiente, por ello trabajamos día con día para ser una empresa responsable con el entorno.

Ubicamos los temas ambientales dentro de la estrategia local de Negocio Responsable y la Estrategia Ambiental Global —la cual es responsabilidad del Consejo de Administración— en el marco del Plan Global de Negocio Responsable. Este tema es un asunto crucial para la compañía e involucramos a cada nivel de la organización para llevar a cabo distintas actividades que nos ayudan a lograr a reducir el impacto negativo que generamos en el planeta.



	Cumplimiento de la legislación y normativa ambiental, acuerdos internacionales y corporativos aplicables.
	Reducción del impacto en el entorno considerando aspectos ambientales.
	Evaluación y monitoreo periódico de los aspectos ambientales identificados.
	Participación y compromiso de nuestros proveedores y aliados.
	Capacitación, formación y sensibilización del personal.
	Comunicación y difusión de las prácticas ambientales a clientes, proveedores y público en general.

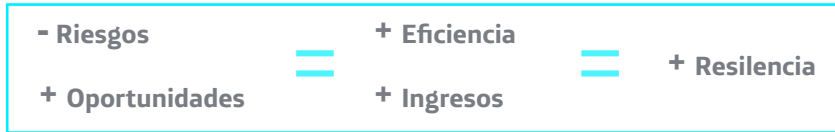
Contamos con la certificación del Sistema de Gestión Ambiental ISO 1401:2015 gracias a nuestra correcta gestión de residuos, optimización de recursos naturales, ejecución de auditorías internas y cumplimiento legal. Cabe destacar que en 2018 no fuimos objeto de ninguna sanción en materia ambiental.

Como cada año, realizamos la revalidación ante la Secretaría del Medio Ambiente (SEDEMA) de la Licencia Ambiental Única (LAU), que consiste en proporcionar información de la gestión de residuos, emisiones atmosféricas, uso de recursos naturales y el detalle de los controles operacionales de los procesos de Telefónica, así como los planes de manejo y ahorro de recursos.

En 2018 capacitamos en temas de gestión ambiental a un total de 148 colaboradores

Gracias a nuestra estrategia ambiental *logramos reducir nuestro impacto y facilitamos soluciones* a los grandes retos ambientales que conlleva la digitalización

Estrategia ambiental

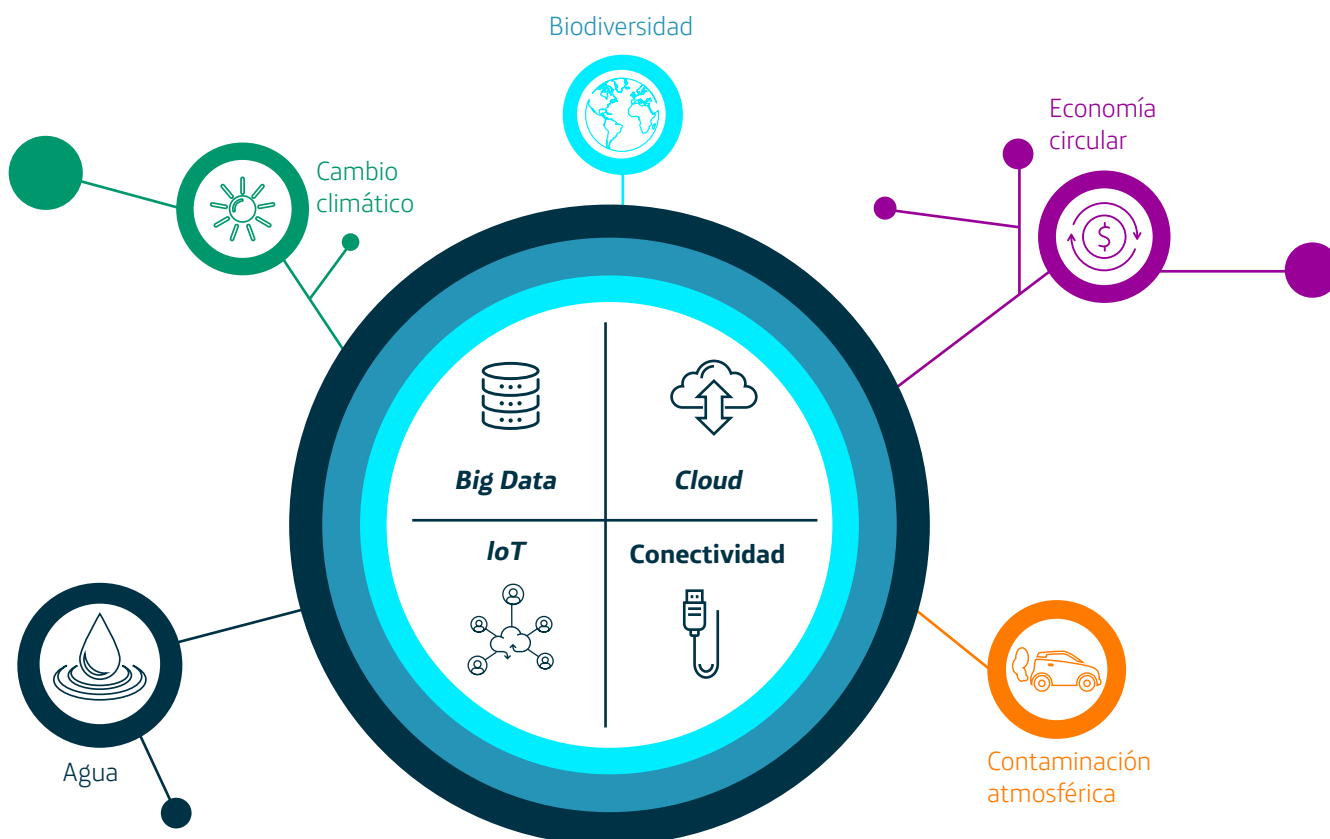


2.2.2 Medio ambiente y digitalización



Estamos comprometidos con la sostenibilidad, por lo que trabajamos constantemente para que el impacto de nuestros productos y servicios sea mínimo, y apostamos por desvincular el crecimiento de nuestro negocio con nuestra huella de carbono.

Nos apoyamos en la digitalización, la cual consideramos una herramienta clave para afrontar retos ambientales. Aunado a esto, desarrollamos servicios basados en el Internet de las Cosas (IoT), *Cloud* y *Big Data* con el objetivo de brindar y promover soluciones a los retos ambientales que se nos presentan día con día. En Telefónica estamos orgullosos de ofrecer productos y servicios que permiten a nuestros clientes reducir su huella ambiental y aumentar la resiliencia ante los retos ambientales.



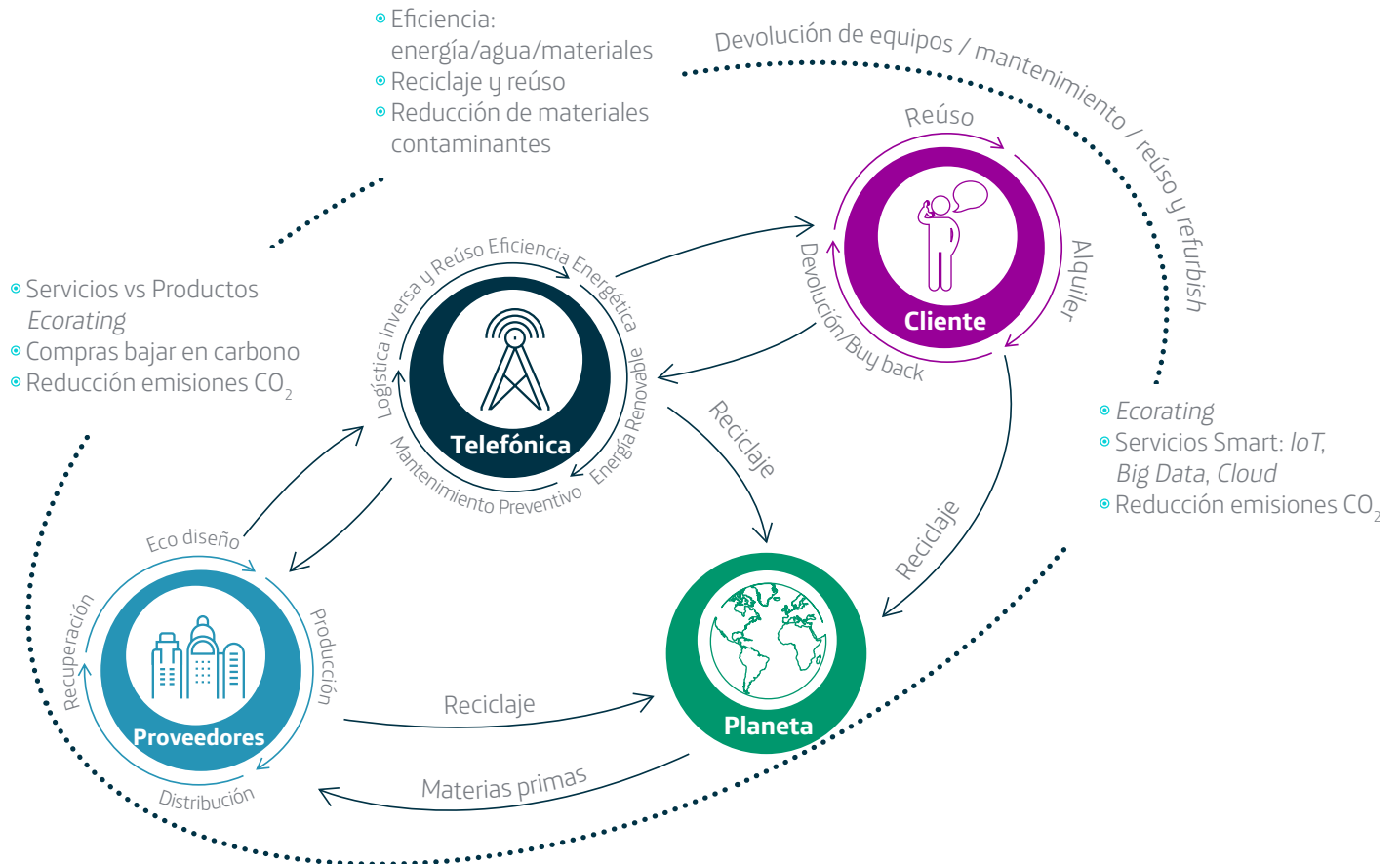
2.2.3 Economía circular

La economía circular brinda una solución a la insostenibilidad a través de la eficiencia en el uso de los recursos, la disminución del consumo y la mitigación del cambio climático. Es una alternativa que tiene el potencial de resolver retos ambientales y, a la vez, aporta valor y crecimiento económico. Estamos convencidos de que una sociedad conectada es una sociedad innovadora y con mayor compromiso con el medio ambiente.

Esta filosofía es parte crucial de la compañía, por ello trabajamos para la optimización del consumo de recursos y para promover que los bienes usados vuelvan a su ciclo productivo. Con este fin, integramos la economía circular a lo largo de toda nuestra empresa — desde las compras hasta la provisión de servicios a nuestros clientes—.



Economía circular:
repensando el modelo



Energía

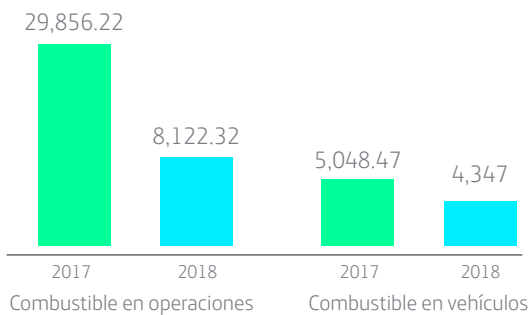
Reconocemos que el cambio climático es uno de los retos más importantes a los que nos enfrentamos en la actualidad y en Telefónica México sabemos que el uso responsable de los recursos es fundamental para la preservación del medioambiente y el desarrollo de nuestro negocio. Uno de los recursos cruciales para nuestro negocio es la energía.

Desde su creación, hace 10 años, la Oficina Global de Energía y Cambio Climático gestiona los proyectos relacionados con la reducción de energía. Gracias a esta Oficina, que cuenta con un representante en México, llevamos a cabo un proceso independiente y externo de verificación de datos de energía y emisiones que nos permite medir e identificar mejoras en nuestros procesos de manera transparente.

En 2018 registramos un consumo total de energía de 376,699 MWh y un consumo de combustible en operaciones de 12,469 MWh.

Hemos implementado cambios de tecnología y mejores prácticas de ahorro de energía en el edificio corporativo de la Ciudad de México que ha resultado en un ahorro de cerca de 8.67 Megawatts, equivalente al consumo de 6,000 focos encendidos durante un día completo.

Consumo de combustible (MWh)



Emisiones evitadas en clientes por la Digitalización



Telefónica México empezó a consumir energía del parque solar más grande del país ubicado en el Municipio de Ascensión, Chihuahua llamado KAIXO Solar, el cual cuenta con una extensión similar a la de 200 campos de fútbol y está formado por 204.060 paneles fotovoltaicos, lo que le permite generar 165.000.000 kWh de energía limpia al año, correspondiente al consumo de 120.000 hogares.

El 70% de la energía producida en KAIXO Solar será aprovechada por Telefónica México durante 20 años para sus antenas y centros de atención al cliente, a lo largo de la República Mexicana, que además de ayudar a ofrecer la mejor calidad en conectividad, será la más eficiente y limpia del sector en términos de energía y carbono. Posicionando así a Telefónica como la primera y única compañía del sector de telecomunicaciones en México en utilizar energía renovable para dar fuerza a sus operaciones.

“Es un orgullo para nosotros estar presentando este proyecto en México que hace posible que el 40% de nuestro consumo de electricidad sea renovable, lo que nos permite ahorrar a la atmósfera alrededor de 52.000 toneladas de CO2 al año y 700 mil de toneladas de CO2 para 2030, el equivalente al consumo anual de 150.000 vehículos. Así nuestros clientes están usando la red más limpia del sector en términos de carbono”, resalta Carlos Morales, Presidente Ejecutivo de Telefónica México, que calificó el proyecto de un hito en el programa de eficiencia energética de la compañía.

Como parte de nuestro compromiso con la sostenibilidad, llevamos a cabo las siguientes acciones para reducir el consumo energético:

- Autoabastecimiento de energía eléctrica solar a través de un contrato legado PPA en Baja Tensión
- Modernización de aires acondicionados
- Apagado de plataformas y servidores
- Apagado de centrales y controladores
- Apagado de equipo en sitios de alto consumo
- Apagado de generadores de uso continuo

Principales hitos de 2018 en materia de energía

- Ahorro de **2.42 Megawatts**.

Objetivos para 2019

- Ahorro de **1.5 Megawatts** en el edificio corporativo en la Ciudad de México.

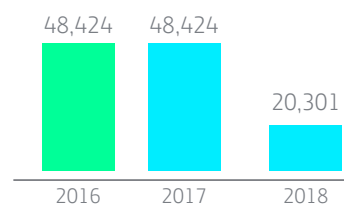
Agua

En Telefónica México tenemos el firme compromiso de reforzar nuestra cultura y conciencia sobre el uso eficiente de recursos e implementar acciones correctivas y preventivas, por ello, buscamos la reducción y optimización del agua.

Utilizamos agua de la red de distribución de SACMEX extraída del sistema Cutzamala y, además a las condiciones de potabilización con las que se suministra, realizamos un tratamiento adicional de purificación con ionización por barras de plata. En el proceso de distribución se cuenta con purificadores adicionales con filtros en cada estación y esto garantiza agua potable de alta calidad para el consumo humano.

Sabemos que nuestras actividades tienen un impacto, por lo que llevamos a cabo medidas de mitigación. Instalamos una planta de tratamiento de aguas grises y captación pluvial. El agua recuperada es tratada y utilizada en el sistema sanitario, riego de áreas verdes y lavado de autos. Esto nos permite reducir nuestra huella ambiental, disminuyendo hasta un 35% el consumo de agua.

Consumo total de agua (m³)



En 2018 *reducimos en un 58%* nuestro consumo de agua



Para la descarga de agua se toman en cuenta los estándares provistos por estudios periódicos realizados por laboratorios autorizados por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT), de la calidad de las aguas residuales vertidas al alcantarillado. Se consideran tres parámetros fundamentales: demanda bioquímica de oxígeno (DBO), demanda química de oxígeno (DQO) y sólidos suspendidos totales (SST). En 2018 generamos un total de 20,371 m³ de aguas residuales.

Contamos con una planta de tratamiento de aguas grises y captación pluvial

Residuos

En materia de residuos, contamos con estaciones de separación. De igual forma, subcontratamos empresas que nos ayudan a gestionar y administrar los residuos que pudieran derivarse de la planeación, construcción, mantenimiento y desmantelamiento de nuestras operaciones. Estas empresas

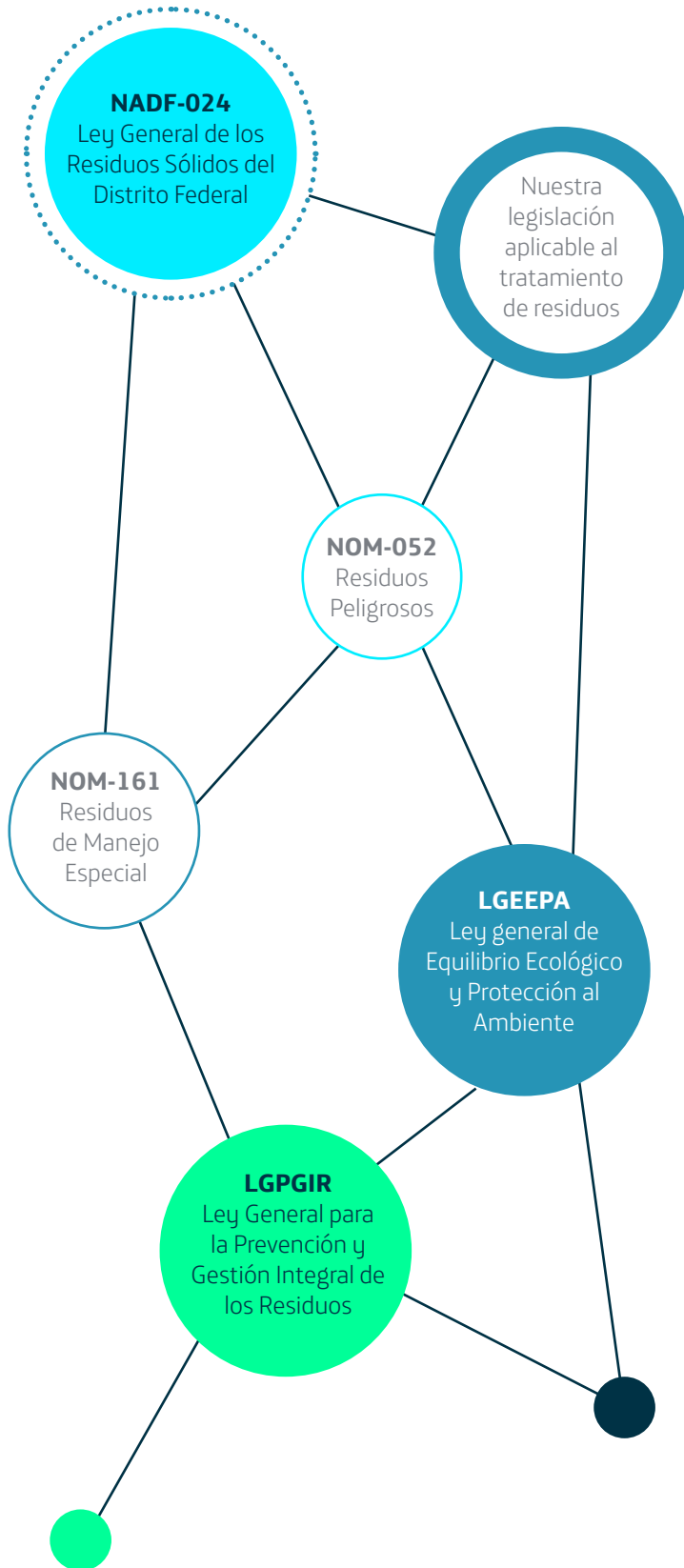
cuentan con permisos y licencias otorgadas por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT).

En 2018 continuamos con el compromiso de reducir nuestra huella ambiental, por lo que hemos implementado las siguientes iniciativas:

- Reducción en el consumo de agua potable
- Aumento de la variedad de residuos sólidos urbanos susceptibles a reciclaje
- Disminución del uso de plástico en alimentos y bebidas

En 2018 generamos un total de 2.61 toneladas de residuos peligrosos de los cuales el 47.8% fueron reciclados. Asimismo, reciclamos el 48.8% de los residuos no peligrosos generados durante el año





La gestión de nuestros residuos está basada en la economía circular, la cual propone crear flujos de materiales y energía en los que no haya desechos, promoviendo el equilibrio y la sostenibilidad. Por ello apoyamos la reutilización y el reciclado como pilar de nuestra estrategia ambiental.

Nuestro Programa Permanente de Reciclaje se basa en la NOM-161- SEMARNAT-2011 de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) sobre residuos de manejo especial y esto nos obliga a elaborar un plan de manejo especial para ciertos productos y adoptar el concepto de responsabilidad compartida con nuestra cadena de valor.

En este sentido, anualmente reforzamos nuestros compromisos de promover el reciclaje electrónico realizando campañas a nivel nacional bajo la iniciativa #Déjalolr, la cual forma parte de nuestro programa #Conciencia Movistar.

Con el Programa Verde de la industria de la Anatel se recabaron *más de 38,860 toneladas de celulares y accesorios para reciclaje*





Big Data

La innovación y análisis de datos combinados con otros datos abiertos o de sensores IoT tienen importantes aplicaciones en temas ambientales como la adaptación al cambio climático, la gestión tecnológica del transporte y el uso eficiente de los recursos.

Con LUCA Fleet *apoyamos a nuestros clientes que gestionan flotas a detectar y predecir consumos de gasolina para optimizar rutas, uso de flota y reducir dicho consumo de gasolina.* Esto tiene como consecuencia un impacto positivo en el medioambiente



Internet de las Cosas

Actualmente somos líderes mundiales en servicios IoT, que es una tecnología que propicia el crecimiento y la innovación. La cobertura de los productos y servicios es de alcance nacional pero también se extiende a nivel internacional por medio de los acuerdos de *roaming* global que provee la solución de conectividad M2M (*Machine to Machine*) global de Telefónica.

Con Tracking & Go *optimizamos las rutas de nuestros clientes, lo que contribuye a la reducción de emisiones de CO₂, ya que minimiza el consumo de combustible, así como las horas de manejo*

2.2.4 Servicios Eco-Smart



Servicio Cloud

Los servicios de Cloud tienen cobertura a nivel nacional e internacional al contar con varios nodos a nivel global, además de que pueden ser servicios virtualizados.

Gracias a *Virtual Data Center* logramos la *desmaterialización de contenidos y servicios, reduciendo el consumo energético y aumentando así el aprovechamiento del espacio* para reducir de forma significativa la huella de carbono de nuestros clientes



2.2.5 Gestión de campos electromagnéticos

En Telefónica somos sensibles a la preocupación social en torno a las antenas y los teléfonos móviles. Nuestra valoración al respecto se basa en lo que dicen los expertos: "Las revisiones científicas realizadas hasta el momento no establecen ningún riesgo para la salud por la exposición a las radiofrecuencias provenientes de los equipos de telefonía móvil siempre que se respeten los niveles recomendados por la OMS que son los recogidos por las recomendaciones del ICNIRP".

Todas nuestras estaciones base en funcionamiento cumplen con los criterios de la Comisión Internacional de Protección contra las Radiaciones No Ionizantes (ICNIRP), organismo ase-

sor de la Organización Mundial de la Salud (OMS), y estos criterios incluyen límites para la exposición de los campos electromagnéticos, garantizando que no exista ningún riesgo para la salud.

Realizamos voluntariamente mediciones de emisiones de campos electromagnéticos, cumpliendo con los niveles de la ICNIRP

Principales hitos de 2018 en materia medioambiental

- Uso de energía limpia mediante la utilización de celda fotovoltaicas.
- Instalación y operación de planta de tratamiento de aguas residuales.
- Certificación de Edificación Sustentable.

Objetivos para 2019

- Disminuir el consumo de agua potable en el edificio corporativo. Nuestra meta es llegar a 18,741 m³.
- Incrementar el uso de energía limpia en un 10%.
- Mantener el monitoreo de campos electromagnéticos en estaciones base.
- Disminuir el consumo de papel en un 5%.



2.3 Implicados en el bienestar social

GRI 412: 103-1, 103-2, 103-3, 413: 103-1, 103-2, 103-3, 419: 103-1, 103-2, 103-3, 203-1, 203-2, 412-1



PM 1, 2, 3, 4, 5, 6

2.3.1 Derechos humanos

Nuestro compromiso

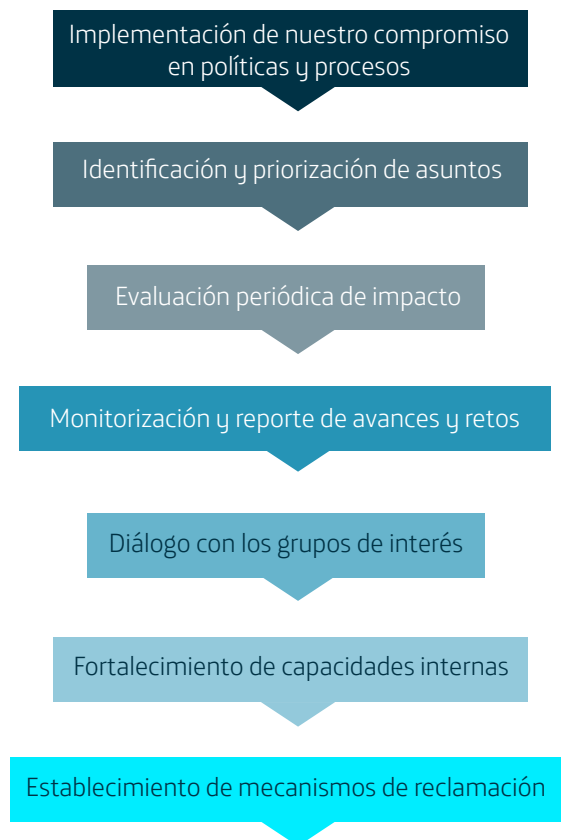
El respeto a los derechos humanos, que es un pilar de nuestros Principios de Negocio Responsable, se encuentra explícito en nuestro compromiso público como Compañía Global desde 2013, de conformidad con los Principios Rectores Humanos y Empresas de las Naciones Unidas.

Los cinco componentes básicos que abarca nuestra esfera de influencia son:



Nuestra debida diligencia

Identificamos los asuntos prioritarios para la compañía y para nuestros grupos de interés. Teniendo en cuenta nuestro contexto y analizando el impacto, creamos un modelo de debida diligencia basado en los Principios Rectores de Derechos Humanos y Empresas de las Naciones Unidas (ONU):



En 2018 se aprobó a nivel global la Política de Derechos Humanos

Desde la creación de este modelo en 2013 realizamos una evaluación a nivel global sobre nuestros impactos potenciales en Derechos Humanos. En cada uno de los asuntos identificados analizamos las posibles causas, impactos potenciales y principales derechos afectados, así como la debida diligencia que hemos llevado a cabo, áreas de mejora, recomendaciones y finalmente un análisis de oportunidades.

Asuntos y cuestiones de derechos humanos

Actuación directa

<p>Despliegue de red</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Seguridad y salud ◦ Medio ambiente ◦ Información ◦ Pueblos indígenas 	<p>Condiciones de productos y servicios</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Igualdad y no discriminación ◦ Libertad de opinión y expresión ◦ Comunicación responsable ◦ Privacidad ◦ Seguridad y salud ◦ Colectivos más vulnerables ◦ Propiedad intelectual, industrial y derechos de autor 	<p>Nuevas tecnologías y desarrollos relacionados con la Inteligencia Artificial</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Privacidad ◦ Seguridad ◦ Igualdad y no discriminación ◦ Otros derechos que puedan verse afectados 	<p>Condiciones de trabajo</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Igualdad y no discriminación ◦ Seguridad y salud ◦ Condiciones de trabajo equitativas y satisfactorias ◦ Libertad de asociación, diálogo social y derechos sindicales ◦ Trabajo forzoso y otras formas modernas de esclavitud ◦ Trabajo infantil y protección de jóvenes en el trabajo
---	--	---	--

Actuación indirecta

<p>Cadena de suministro</p> <ul style="list-style-type: none"> ◦ Derechos laborales ◦ Igualdad y no discriminación ◦ Derechos asociados a minerales procedentes de zonas de conflicto 	<p>Fusiones, adquisiciones y alianzas estratégicas</p>
---	--

Contribuye

Impacto ambiental	Prácticas anticorrupción	Responsabilidad fiscal	Brecha digital	Corrupción y soborno
-------------------	--------------------------	------------------------	----------------	----------------------

2.3.2 Inclusión digital

En Telefónica creemos que la tecnología puede ofrecer un mundo de posibilidades y facilidades; sin embargo, en muchas comunidades todavía no se cuenta con acceso a este recurso. Por lo anterior, en Telefónica México tenemos la gran responsabilidad de crear oportunidades de inclusión en temas de tecnología y telecomunicaciones y, a pesar de las limitantes, trabajamos para diseñar productos y servicios que permitan a nuestros clientes estar siempre comunicados.

A través del proyecto de Franquicia Rural ofrecemos servicios de telefonía móvil a poblaciones rurales que no están conectadas. En 2018 se logró cerrar acuerdos con dos inversionistas para duplicar la base instalada de franquicias rurales, lo cual representaría una inversión aproximada de 43 MDD en la red y un beneficio para 3 millones de habitantes aproximadamente.

433 Franquicias Rurales en beneficio de 2.3 millones de habitantes en 2018

Este año se incrementó en un 54% la planta instalada de Franquicias Rurales



Movistar SOS: servicio para comunicarse por llamada o por mensaje en caso de emergencia sin necesidad de tener saldo.



Mensajes por cobrar y prepagados: con el fin de ofrecer comunicación en cualquier situación, el usuario puede intercambiar mensajes de texto aún sin tener saldo.



Llamadas por cobrar: ante cualquier necesidad y/o emergencia tener la oportunidad de llamar a otro usuario Movistar aún sin contar con saldo.



2.3.3 Accesibilidad

Queremos que todas las personas tengan acceso a las ventajas de la transformación digital, por lo que nos regimos a través de los Lineamientos Generales de Accesibilidad a los Servicios de Telecomunicaciones marcados por nuestro regulador, el Instituto Federal de Telecomunicaciones:



◦ **En tiendas:** realizamos visitas de verificación voluntarias en nuestras tiendas y evaluamos cinco criterios de accesibilidad:



Ruta accesible



Área de atención accesible



Señalización accesible



Accesos a animales de servicio



Área de espera accesible



◦ **Documentación:** en cumplimiento con lo estipulado en la regulación del IFT, nuestras facturas son accesibles para que cualquier usuario pueda solicitar el detalle de su consumo.

Estamos comprometidos con la accesibilidad y la igualdad de oportunidades, por ello trabajamos día con día dentro y fuera de la compañía para sensibilizaros en este tema de vital importancia.



◦ **Con el Personal:** capacitamos a nuestro personal en temas de atención y servicio de calidad al cliente por medio de diferentes herramientas:

- Guía de atención a personas con discapacidad, la cual está disponible en los Centros de Atención y Ventas (CAVs).
- Mensualmente comunicamos y difundimos los lineamientos de accesibilidad y recomendaciones de atención con refuerzos de comunicación destinados a la fuerza de ventas y personal operativo.
- Durante el año impartimos un curso en atención a personas con discapacidad, el cual es obligatorio para colaboradores nuevos y actuales.



◦ **En Página Web:** contamos con la certificación de accesibilidad bajo el estándar internacional W3C, en el cual se destacan distintos apartados de la experiencia al cliente durante su navegación:

- Directorio de los Centros de Atención y Ventas (CAVs) que especifica los lineamientos de accesibilidad con los que cuenta cada tienda.



2.3.4 Gestión de emergencias

Sistema Global de Gestión de Crisis

Contamos con un proceso de gestión de crisis, que nos ayuda a gestionar y mitigar incidentes de alto impacto. Como parte de este sistema, se ha definido un Comité Global de Crisis (CGC) que está compuesto por un presidente, miembros físicos y especialistas que se incorporan en función del tipo de incidente.

Fases de actuación del Comité Global de Crisis



En Telefónica México conocemos la importancia de la comunicación en situaciones de emergencia como pueden ser desastres naturales, ataques informáticos, incendios, entre otros. Por lo anterior, hemos definido un proceso de monitoreo de diferentes variables para anticiparnos a cualquier situación riesgosa y así poder brindar una respuesta rápida que asegure la continuidad de los servicios, cuyo objetivo es siempre mantener a nuestros clientes comunicados, ya sea ofreciendo apoyo durante el proceso de recuperación o facilitando la comunicación con poblaciones afectadas.

Líneas de acción de nuestro plan de respuesta

Beneficios a clientes

Brindamos información sobre eventos climatológicos, crisis y desastres naturales, además de dar compensaciones de acuerdo con la afectación de nuestro servicio.

Atención a la población

Asistimos a la población de zonas afectadas por medio de la difusión de información de utilidad y brindando ayuda después del evento.

Cooperación con el gobierno

Buscamos acercarnos a gobiernos locales.



Continuidad del negocio

Trabajamos en la prevención y en la rápida respuesta ante la crisis para asegurar el restablecimiento eficiente de los servicios.

Atención a colaboradores

Apoyo a nuestros colaboradores en las zonas afectadas antes, durante y después del evento.

Cooperación con instituciones

Buscamos sinergias y alianzas con gobiernos y autoridades locales para la pronta asistencia en poblaciones afectadas.

2.3.5 Acción social y cultural Fundación Telefónica

Estamos comprometidos con el desarrollo del país, por lo que llevamos a cabo diversas estrategias a través de Fundación Telefónica México (FTM) mediante las cuales desarrollamos nuestra acción social en sinergia con gobierno, academias y organizaciones de la sociedad civil, siempre alineados a criterios de transparencia legales y fiscales. Además, contamos con el importante apoyo de nuestros colaboradores, quienes participan como voluntarios al servicio del progreso de nuestra sociedad.

Fundación Telefónica nos ayuda a cumplir la visión que tenemos como compañía, que consiste en mejorar la calidad de vida de las comunidades en las que operamos por medio de la tecnología y las telecomunicaciones, llevando a cabo proyectos educativos, sociales y culturales adaptados a los retos del mundo digital.

En 2018 Fundación Telefónica México operó alrededor de 5 ejes globales de actuación: **Educación, Innovación Educativa, Cultura Digital, Empleabilidad y Voluntariado.**

Educación

Fundación Telefónica y "la Caixa Foundation" se aliaron para crear el Programa de Profuturo, que tiene la misión de reducir la brecha educativa en el mundo, brindando educación digital de calidad a niñas y niños en entornos vulnerables. A través de las iniciativas descritas a continuación se crean propuestas de carácter universal que incorporan, de forma interrelacionada, tecnologías, recursos educativos y metodologías de enseñanza-aprendizaje que pretenden empoderar a los docentes y facilitar a los estudiantes la formación que les proporcionen habilidades y competencias para su futuro personal y profesional.

- **Formación Docente:** busca formar y acompañar a figuras educativas todo el país a través de las rutas formativas sobre Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). La formación se brinda en tres modalidades: presencial, *online* y *blended*. Se ofrece un acompañamiento puntal para que los profesores puedan concluir los itinerarios formativos y puedan generar tanto estrategias como materiales educativos para favorecer el aprendizaje de sus estudiantes. El proyecto se implementó en alianza con el Ateneo Español de México, A.C.

188,876

niños, niñas y
adolescentes
beneficiados

8,212

docentes formados

828

escuelas participantes

793,612

horas de formación en
el año

- **Solución Educativa Digital:** forma a los docentes, desarrolla contenidos educativos en formato digital, proporciona dispositivos tecnológicos a estudiantes y enseña su funcionamiento a directores y personal de la escuela, y ofrece una educación de calidad a niños en países en vías de desarrollo. Tiene como objetivo, promover acceso a una educación universal y de calidad para contribuir a la igualdad de oportunidades de niños y niñas. El proyecto se implementó en alianza con el Instituto de Investigación para el Desarrollo de la Educación, A.C., Niños en Alegría, A.C. y el Consejo Nacional de Fomento Educativo.

104 escuelas
regulares y

120 centros
comunitarios
de CONAFE
beneficiados

1,474

docentes
capacitados

20,434

niños en entornos
vulnerables
beneficiados

- **Laboratorio de Ciudadanía Digital:** el Centro Cultural de España en México, Fundación Telefónica México y Ateneo Español de México se unieron para crear el Laboratorio de Ciudadanía Digital, plataforma de formación que mezcla artes, cultura y ciencia con las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) para incidir en el desarrollo humano y en la formación de ciudadanas y ciudadanos críticos.

4,550 niños,
niñas y adolescentes
participaron en
talleres

1,032
docentes recibieron
formación

23,736
niños en entornos
vulnerables
beneficiados

- **Tak Tak Tak:** proyecto cuyo objetivo es formar a niños y docentes a través del uso de videojuegos educativos. Es un sistema de aprendizaje gratuito, personalizado, innovador e integral. Además de ser una herramienta de aprendizaje que incorpora elementos lúdicos, Tak Tak Tak fomenta otro tipo de habilidades y competencias (habilidades digitales, soluciones de problemas, entre otras). El proyecto lo realizamos en alianza con Inoma.

Innovación educativa

- **Creando código:** se llevó a cabo de septiembre a diciembre de 2018. El proyecto tuvo como objetivo la formación de docentes en robótica, programación y metodologías activas a través de una formación *blended*. La capacitación se dió a través de cursos *online* y de acompañamiento presencial en centros escolares de educación básica. Se implementó principalmente en los estados de Guerrero, Ciudad de México y Estado de México.

265
docentes recibieron
formación

6,095
alumnos
beneficiados

Cultura digital

- **Exposición "Hitchcock, más allá del suspenso":** del 12 de septiembre de 2018 al 3 de marzo de 2019 con sede en la Cineteca Nacional de México se realizó una exposición que retrata a Hitchcock como artista y autor. La muestra hace un recorrido por la vida de Hitchcock, sus iconos, su representación de la mujer, su forma de retratar su época, sus giros de guión y sus colaboraciones con artistas, arquitectos y diseñadores de moda y alta costura.
- **Ciclo de charlas "Hay vida en marteS":** en febrero de 2018 inició el ciclo bimestral, realizado en colaboración con el Centro Cultural de España en México, que replica una actividad existente en el Espacio FT de Madrid desde 2014. Durante 2018 tuvimos un total de 6 charlas con distintas temáticas como la inteligencia artificial, el bicentenario de la publicación de Frankenstein, el mundial de fútbol o Hitchcock.

Empleabilidad

- **Conecta empleo:** se llevó a cabo de septiembre a diciembre de 2018 y tuvo como objetivo mejorar la empleabilidad de las personas a través de la formación en habilidades digitales técnicas. Este tipo de formación se lleva a cabo a través de 14 cursos MOOC (*massive, online, open courses*) totalmente gratuitos y disponibles en la página web de Fundación Telefónica. Asimismo, se han desarrollado cursos presenciales con temáticas de *Marketing Digital*, *Emprendimiento*, *Community Management* y paquetería de ADOBE, complementados con cursos en habilidades socioemocionales, habilidades para el empleo, y Administración y Atención a clientes. La formación presencial se desarrolló en las ciudades de Tijuana y Mexicali, Baja California. De igual manera en 18 campus de la Universidad del Valle de México.

29
educadores
formados

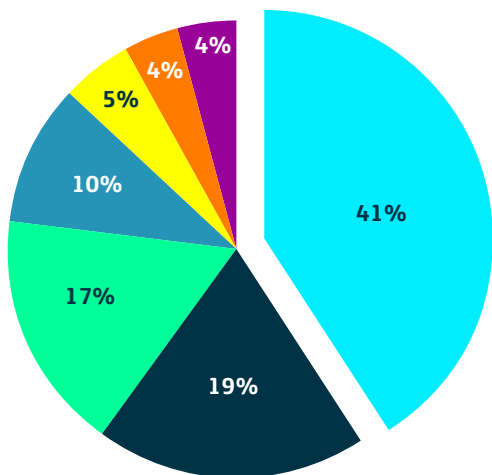
667
alumnos
beneficiados

Voluntariado

- **Equipo Solidario:** es una iniciativa conjunta con el área de Capital Humano que promueve el trabajo en equipo de los colaboradores a favor de una acción social. En 2018 se realizaron 9 acciones que contaron con la participación de 190 colaboradores, y en distintas áreas como: apoyo a banco de alimentos, mejoramiento de casas hogares (niños y adultos mayores), población con discapacidad.
- **Día Internacional del Voluntario Telefónica:** iniciativa global realizada desde hace 12 años en todos los países donde Grupo Telefónica tiene presencia. Durante un día se realizan acciones simultaneas a favor de las comunidades donde estamos presentes.
- En 2018, se realizaron **10 acciones a nivel nacional** (5 en Ciudad de México y las demás en Puebla, Monterrey, Tijuana, Guadalajara y Querétaro) en ámbitos como apoyo a banco de alimentos, mejoramiento de centros comunitarios, escuelas, apoyo a migrantes. Los resultados de esta actividad fueron los siguientes:



En 2018, Fundación Telefónica invirtió sus recursos de la siguiente manera:



- Educación
- Otros gastos de operación
- Sismos
- Arte y Cultura Digital
- Empleabilidad
- Innovación
- Voluntariado



Indicadores 2018

Eje	Indicador	Logros 2018
Educación	Niños beneficiarios (directos)	45,582
	Niños beneficiarios de la formación de sus docentes (indirectos)	212,612
	Profesores formados	12,666
	Jóvenes formados	243
	Docentes formados del proyecto Creando Código	265
Innovación Educativa	Personas beneficiarias de la formación docentes del proyecto - Creando Código	6,095
Empleabilidad	Personas formadas en Proyecto de Empleabilidad	10,355
	Educadores formados en proyectos de Empleabilidad	29
	Personas beneficiarias de la formación de educadores en proyectos de Empleabilidad	667
Voluntariado	Beneficiarios directos de Actividades de Voluntariado	19,601
	Personas con discapacidad beneficiarias de las acciones de Voluntarios Telefónica	720
Cultura Digital	Asistentes a exposiciones organizadas por FT	44,767
	Asistentes presenciales a eventos de Cultura Digital	3,576
	Asistentes y seguidores online de eventos de Cultura Digital	8,291
	Beneficiarios digitales de actividades culturales (visualizaciones en YouTube o similar de los eventos de cultura digital)	38,882
Total beneficiarios		404,351



Principales hitos de 2018 de Fundación Telefónica

Educación

- Encuentro Nacional con Docentes de 7 estados, en el que se formaron para mejorar su práctica docente y compartieron experiencias, siendo reconocidos por su participación relevante durante todo el ciclo escolar 2017-2018.
- Equipamiento de 110 escuelas regulares en Guerrero, Ciudad de México y Estado de México, así como 120 centros comunitarios del Consejo Nacional de Fomento Educativo en Aguascalientes, Jalisco, Michoacán, Puebla y San Luis Potosí.
- En el marco del Laboratorio de Ciudadanía Digital se realizó el primer Foro STEAM: Punto de Encuentro, que fue un espacio de debate para compartir ideas, nuevos enfoques, atención a temas de enseñanza-aprendizaje con especial interés en ciencia, tecnología, ingeniería, matemáticas y arte.
- Se inició el trabajo en escuelas reconstruidas por los sismos de 2017, brindando nuestra oferta educativa para fortalecer a dichas comunidades.
- Se hizo el lanzamiento oficial en México del programa "Comprometidos con la Educación", iniciativa impulsada por Fundación Telefónica y Fundación Bancaria "la Caixa" para llevar educación digital a niños de entornos vulnerables. Este programa busca beneficiar a 10 millones de niños en el 2020 en Latinoamérica, África y Asia.

Innovación Educativa

- Certificación de los cursos por parte de la Secretaría de Educación de Guerrero.
- Realización del primer encuentro nacional de profesores de Creando Código.

Cultura digital

- Exposiciones: 5 exposiciones organizadas por Fundación Telefónica con un total de 44,767 asistentes durante 2018.
- Hay vida en marteS: 17 ponentes en 5 mesas redondas bajo la conducción de Laura García Arroyo: 476 asistentes presenciales y 276 online.
- 12 presentaciones de publicaciones con 662 asistentes presenciales y 715 online.
- 4 actividades en la FIL de Guadalajara, con 315 asistentes.

Voluntariado

- La realización por 12 años consecutivos del Día Internacional del Voluntario Telefónica, con la participación a nivel nacional del más 600 colaboradores.

- Participación de 4 colaboradores en la iniciativa global Vacaciones Solidarias Internacionales, en la que los voluntarios ceden 10 días de vacaciones para apoyar proyectos sociales en los países donde se desarrollan las acciones de Fundación Telefónica, se sumaron a proyectos en Ecuador, Chile y Perú.
- Voluntarios apoyaron con charlas motivacionales a alumnos de universidades inscritos en los cursos del proyecto Conecta Empleo.
- Formamos parte de la iniciativa #COMPANIES4SDGs es un proyecto de Voluntariado y Estrategia y de la Red Española del Pacto Mundial, apoyado por IMPACT2030, para formar, involucrar e implicar a los empleados en los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) a través de los canales de comunicación y el programa de voluntariado corporativo de sus empresas.
- Continuamos siendo referentes de voluntariado corporativo en México.

Empleabilidad

- Desarrollo de cursos presenciales adecuados a la demanda del mercado laboral.
- Transferencia del modelo de formación a instituciones del tercer sector.
- Alianzas estratégicas con instituciones públicas.



Objetivos para 2019

EDUCACIÓN

BENEFICIARIOS	Meta 2019
Niños aprendiendo directamente	39,860
Escuelas	695
Docentes formados	9,200
Niños y niñas beneficiados de la formación de sus maestros	211,600

INNOVACIÓN EDUCATIVA

BENEFICIARIOS	Meta 2019
BENEFICIARIOS PRESENCIALES	72,000
Docentes formados	3,000
Beneficiarios de la formación de educadores	69,000

CULTURA DIGITAL

BENEFICIARIOS PRESENCIALES	Meta 2019
BENEFICIARIOS PRESENCIALES	106,740
Asistentes a exposiciones organizadas por FT	104,700
Asistentes a eventos	2,040
BENEFICIARIOS DIGITALES	12,000
Que acceden a contenidos culturales	1,000
Asistentes y seguidores online de eventos	11,000
ACTIVIDAD	
Exposiciones organizadas por Fundación Telefónica	4
Eventos	30
Publicaciones	1

VOLUNTARIADO

BENEFICIARIOS PRESENCIALES	Meta 2019
BENEFICIARIOS PRESENCIALES	17,000
Beneficiarios directos de Actividades de Voluntariado	17,000
ACTIVIDAD	
Voluntarios Activos Únicos	1,000
Horas de voluntariado	9,000
Participaciones en actividades de Voluntariado	1,500
Participaciones en voluntariado digital	600
Participaciones en proyectos propios de Fundación Telefónica	200
Participaciones en acciones con personas con discapacidad	200
Personas con discapacidad beneficiarias de las acciones de Voluntarios Telefónica	7,500

EMPLEABILIDAD

BENEFICIARIOS PRESENCIALES	Meta 2019
BENEFICIARIOS PRESENCIALES	3,480
Participantes en formación	1,500
Educadores formados en proyectos de Empleabilidad	70
Beneficiarios de la formación de educadores	1,610
Asistentes a eventos	300
BENEFICIARIOS DIGITALES	10,000
Personas que reciben formación	10,000
Personas que acceden a contenidos digitales	5,000
ACTIVIDAD	
Horas impartidas en empleabilidad	180,000
Proyectos de emprendimiento apoyados por Fundación Telefónica	50



2.4 Nuestro equipo marca la diferencia

GRI 401: 103-1, 103-2, 103-3, 403: 103-1, 103-2, 103-3, 405: 103-1, 103-2, 103-3, 407: 103-1, 103-2, 103-3
102-41, 401-1, 401-2, 401-3, 403-1, 403-3, 403-5, 403-6, 404-1, 404-2, 404-3, 405-1



PM 1, 2, 3, 4, 5, 6

2.4.1 Evolución de la plantilla

Estamos comprometidos con el desarrollo personal y profesional de nuestros colaboradores y generamos fuentes de empleo, contribuyendo de esta manera al desarrollo económico del país. Asimismo, brindamos las mejores oportunidades de crecimiento y aprendizaje con el objetivo de contar con el mejor talento y consolidarnos como el mejor proveedor de servicios de telecomunicaciones.

PLANTILLA DESGLOSADA POR EDAD Y NACIONALIDAD

	>55	45-54	35-44	30-34	<30	Total
Mujeres	10	70	340	203	170	793
Hombres	37	241	679	343	270	2,363

En México contamos con **2,363 colaboradores** con jornada completa; **793 mujeres** y **1,570 hombres**

Reconocemos la diversidad como parte fundamental de la riqueza y valor de una organización, por lo que en Telefónica México fomentamos la inclusión y un entorno laboral diverso. De igual manera, creemos que el talento no discrimina, por lo que buscamos que nuestra plantilla esté integrada un amplio espectro de gente que comparta nuestros objetivos.

Este año nuestro índice de rotación fue de **27%**

	Mujeres	Hombres	Total
Alemana		1	1
Argentina		3	3
Boliviana		1	1
Brasileña		3	3
Chilena		3	3
Colombiana		1	6
Costarricense			1
Cubana		2	2
Española		3	15
Francés			1
Guatemalteca		1	1
Mexicana	773	1,514	2,287
Peruana		1	4
Salvadoreña		1	1
Venezolana		13	16
Total	793	1,570	2,363

2.4.2 Atracción y desarrollo de talento

Estamos convencidos de que los colaboradores son un elemento clave para el cumplimiento de nuestros objetivos, por lo que trabajamos para atraer nuevo talento, mantenerlo y desarrollarlo de la mejor manera.

Contribuimos al progreso social y a la economía mexicana a través de la generación de empleos mediante las siguientes herramientas:

- **OCC Mundial:** herramienta utilizada para la publicación de vacantes para perfiles operativos, técnicos y comerciales.



- **Ferias Universitarias:** tenemos un convenio con las principales universidades del país, publicamos nuestras vacantes y asistimos a ferias de empleo.



- **LinkedIn:** plataforma en la que publicamos ofertas de empleo para puestos medios y directivos.

LinkedIn

Para Telefónica México el crecimiento de sus colaboradores es fundamental, así que implementamos diversos programas de desarrollo para ellos y los acompañamos en su formación profesional.

Este año se hicieron **389 nuevas contrataciones**

- **Success Factors:** plataforma de la empresa SAP que provee *software cloud* para la ejecución empresarial y atracción y gestión de talento.

SAP SuccessFactors 

Programa Ejecutivo de Verano

Consiste en involucrar a estudiantes familiares de nuestros colaboradores y permitirles vivir una experiencia inolvidable en nuestra gran empresa. En 2018 participaron 15 familiares.

Programa Becarios y prácticas profesionales

En este programa estudiantes universitarios de últimos semestres tienen la oportunidad de vivir una experiencia laboral en el sector de las telecomunicaciones. Deben cumplir con 30 horas semanales y durante el año se tuvo una plantilla autorizada de 40 becarios.

Programa TALENTUM

Se enfoca en el desarrollo acelerado de jóvenes mexicanos recién egresados y con gran potencial para ocupar puestos de liderazgo dentro de Telefónica México. En 2018 se tuvo una generación integrada por 43 jóvenes.

Capacitación

Fomentamos una mentalidad de autodesarrollo y buscamos que nuestra plantilla tome el control de su propia trayectoria formativa para incrementar sus capacidades y competencias en todas las áreas. Por ello, constantemente damos a conocer cursos presenciales y en línea dentro de las plataformas *Success Factor* y *MiradaX* que son impartidos por nuestros formadores.

En 2018 impartimos *más de 40,450 horas de capacitación; 12,719 online y 27,731 presencial aproximadamente*

Este año ofrecimos un total de *130 cursos online, 57 presenciales y 3 diplomados*

De igual manera, tenemos convenios con varias universidades del país con la finalidad de proporcionar becas y apoyos a nuestros colaboradores. Asimismo, con nuestro Programa de Rotación y Movilidad Internacional brindamos experiencias multifuncionales y culturales a nuestros colaboradores para contribuir a su desarrollo integral.

En Telefónica México *capacitamos a 2,115 colaboradores* en 2018, completando un total de 18 horas por colaborador

En 2018 se formó parte del Programa de Aliados 2018 y se brindó capacitación por parte de la autoridad reguladora. Se contó con un promedio de 11 colaboradores internos asistentes a diversos cursos como "Introducción a la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares", "Aviso de Privacidad", "Atención a Solicitudes de Ejercicio de Derechos ARCO", "Autorregulación en Materia de Protección de Datos Personales", "Análisis de la LFPDPPP y su Reglamento en materia de Medidas de Seguridad", etc. Asimismo, en el curso de "Reforzamiento en Materia de Protección de Datos Personales" se contó con la asistencia de 808 colaboradores externos.

Evaluación de desempeño

Promovemos la libre toma de decisiones e implementamos esquemas de autogestión y un modelo de evaluación de desempeño cuya finalidad es medir y evaluar el cumplimiento de los colaboradores, así como los objetivos establecidos.

Durante el año realizamos evaluaciones de 360° y 180° que están dirigidas a todos los niveles de la organización y que consisten en una autoevaluación por parte de los colaboradores y un proceso de *feedback*. Estas evaluaciones forman parte de nuestro Programa Global de *Performance*, en el cual todos los colaboradores deben reportar los objetivos que estarán trabajando en el año y de acuerdo a los cuales serán calificados anuales.





Definición de objetivos

Específicos

Deben ser claros y enfatizar las tareas que el colaborador desee lograr.



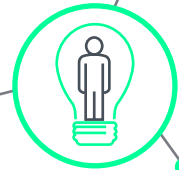
Medibles

Deben establecer criterios concretos para medir el progreso hacia la obtención de los objetivos que el colaborador plantee.



Alcanzables

Deben estar dentro del alcance del colaborador y deben ser racionales.



Relevantes

El colaborador debe asegurarse de que cada objetivo sea consistente con el resto y que concuerde con sus planes a corto y largo plazo.



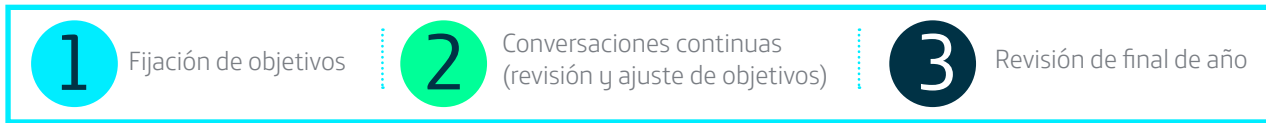
Tiempo

El colaborador debe definir un final para el objetivo, lo que le proporcionará una meta clara por la que debe trabajar.



Calendario Global 2018

Tres fases que requieren acción del empleado, *line manager* y Recursos Humanos durante todo el año:



6 mar – 30 abr

*Fijación de
objetivos
(obligatorio)*

1 mayo – 31 oct

*Conversaciones
continuas*

1 nov – 31 mar

- *Evaluación del empleado*
- *Evaluación del manager*
- *Sesión 1:1*



Durante este periodo todos los involucrados deben completar los tres pasos en orden, pero pueden elegir cuándo comienzan y acaban las actividades.



*Este año evaluamos el
desempeño del 100% de
nuestra plantilla*

2.4.3 Gestión de la diversidad

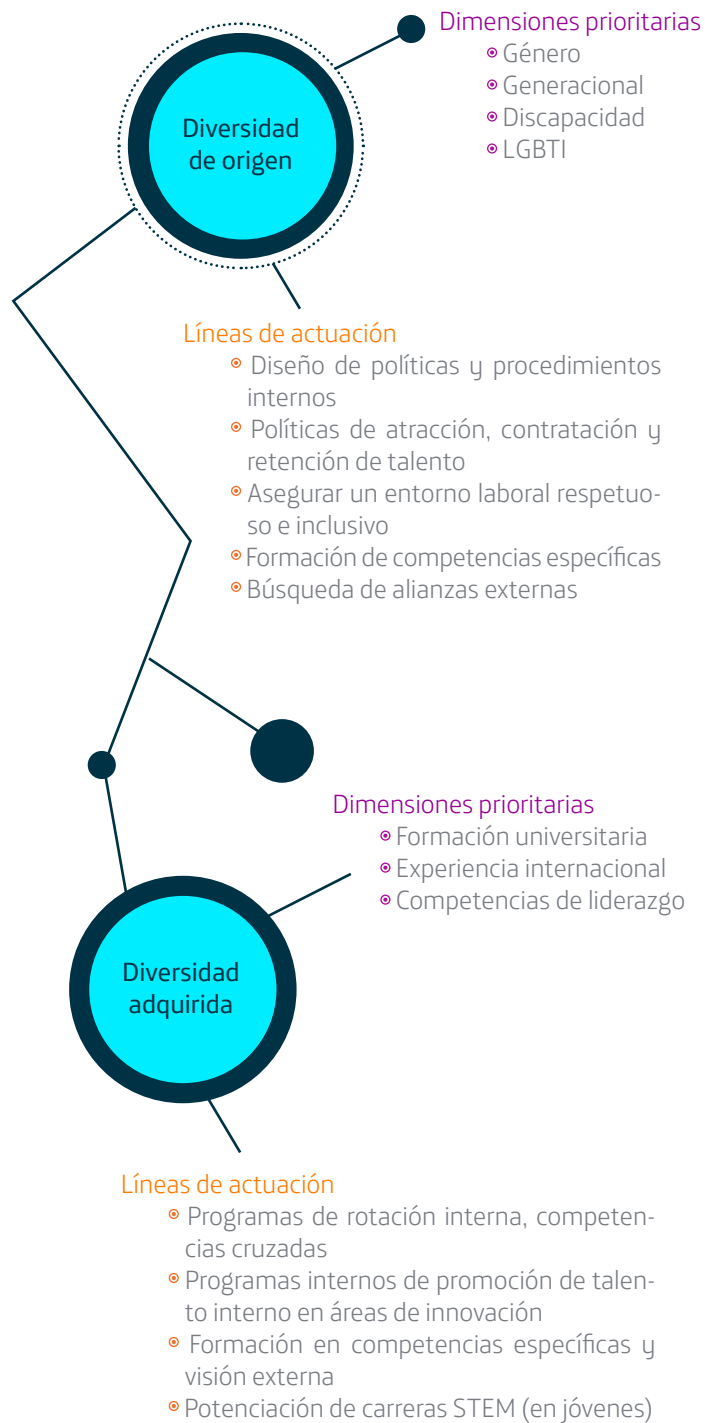
En Telefónica estamos conscientes de que la diversidad es un factor determinante en la riqueza e innovación de la empresa, por lo que impulsamos la inclusión, promovemos el respeto a todas las personas en el entorno laboral y rechazamos cualquier tipo de discriminación.

Del mismo modo, la promoción de la diversidad es un elemento que añade valor a nuestra oferta, pues nos permite aproximarnos a una sociedad cambiante y contingente. Nuestra apuesta por la diversidad es transversal y es un eje estratégico de nuestro Plan de Negocio Responsable.



Para nosotros *ser diversos significa aprovechar el talento único* que ofrece la manera de pensar de cada uno de nuestros colaboradores

A nivel global contamos con un enfoque corporativo de diversidad:



Políticas y programas de apoyo

Política Global de Diversidad e Inclusión

Aprobada por el Consejo de Administración, su objetivo es asegurar la gestión libre de prejuicios y asegurar el trato justo, digno, imparcial y libre de todo tipo de discriminación en todos los niveles de la empresa.



Consejo Global de Diversidad

Creado en 2016 como cuerpo asesor de la compañía en materia de diversidad e inclusión, está compuesto por directivos cuyo propósito es promover iniciativas que consoliden la diversidad como elemento clave para la transformación digital.

Diversidad en Telefónica México

Basamos nuestras políticas de atracción, selección, contratación, formación y promoción en criterios claros de capacidad, competencia y méritos profesionales. Fomentamos la igualdad de oportunidades y tratamos a todas las personas de manera digna y justa, sin prejuicios asociados a ninguna condición. En Telefónica México rechazamos cualquier tipo de discriminación y buscamos que el nuestro sea un entorno laboral amigable y respetuoso.

Durante 2018, el 22% de los cargos directivos estuvieron ocupados por mujeres



Programa de desarrollo ejecutivo de las mujeres

Estamos comprometidos con la diversidad y la igualdad de oportunidades, por lo que contamos con un **Programa de Desarrollo Ejecutivo** de mujeres que busca impulsar el talento y liderazgo femeninos a través de charlas interactivas impartidas por mujeres con amplia experiencia a nivel directivo. Algunos de los temas que han sido abordados son:

- Liderazgo femenino: desafíos y oportunidades
- Empoderamiento de la mujer
- El emprendimiento social en México: retos y oportunidades para la mujer mexicana
- De la Educación a la Transformación Social

En 2018, el Programa de Desarrollo Ejecutivo contó con la participación de 30 mujeres

2.4.4 Libertad de asociación, diálogo social y retribución justa

Dentro de nuestros Principios de Negocio Responsable se encuentra el compromiso que tenemos con nuestros colaboradores, por lo que nos aseguramos que nuestras políticas de compensación sean justas y garanticen la igualdad salarial y de oportunidades entre hombres y mujeres. Nuestra práctica de retribución tiene como propósito atraer, retener y motivar a nuestro talento. Buscamos un equipo que afronte los retos que trae consigo la transformación que se está dando en el sector de las telecomunicaciones.

Para garantizar que nuestros sueldos y beneficios sean competitivos contamos con información anual de mercado brindada por distintos despachos de consultoría en capital humano y compensaciones como *Willis Towers Watson*, *Mercer* y *Aon Consulting*. Nuestras retribuciones están compuestas por lo siguiente:

Compensaciones

- Aguinaldo superior a la ley
- Prima vacacional
- Vacaciones superiores a la ley
- Fondo de ahorro
- Vales de despensa
- Bono anual por desempeño
- PTU (de acuerdo con la ley)
- Plan de pensiones

Beneficios

- Seguro de gastos médicos mayores extensible a familiares directos
- Seguro de vida
- Teléfono móvil y servicio de telefonía
- Autos y gasolina (para algunos puestos de la empresa)

De igual manera, el desglose por género de la relación entre el salario inicial y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas es el siguiente:

Asimismo, cabe destacar que somos una empresa que sigue las normas fundamentales de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) principalmente referentes a la libertad de sindicatos y el derecho a la negociación colectiva.

En Telefónica reconocemos la importancia del diálogo social y los esquemas de intermediación colectiva, por lo **que garantizamos el derecho de nuestros colaboradores de pertenecer a la organización sindical de su elección** y no toleramos represalias o acciones hostiles hacia quienes participen en actividades sindicales.



2.4.5 Clima laboral, conciliación y compromiso

Sabemos que contar con un equipo de profesionales felices y motivados es el motor principal de una empresa que busca proporcionar un servicio de alta calidad, así que fomentamos un buen entorno de trabajo y una cultura alineada a nuestra estrategia de negocio.

Nuestras 7 Actitudes

Logramos nuestros objetivos gracias a que ponemos en práctica nuestros Principios de Negocio Responsable y las 7 Actitudes Corporativas en todos los niveles de la organización. Con esto garantizamos la motivación, innovación, compromiso y desarrollo de todos nuestros colaboradores dentro de Telefónica México.

Promovemos una cultura honesta, transparente y orientada al cliente, buscamos que todos nuestros colaboradores trabajen con pasión y liderazgo, siempre orientados al cumplimiento de nuestros objetivos y a la entrega de resultados.

1 Ser una empresa honesta, transparente y orientada al cliente

2 Derecho a opinar, a ser escuchado y a tener oportunidad de diálogo

3 Orgullo, jugar para ganar

4 Un solo equipo y todos alineados

5 Mentalidad atacante, foco y consistencia

6 Liderazgo y meritocracia

7 Estar presentes, celebrar y pasarla bien

En Telefónica México impulsamos el diálogo y la escucha activa, por lo que año con año llevamos a cabo una encuesta de clima laboral basada en el Modelo de Efectividad Sostenible (*SEM Sustainable Effectiveness Model*), cuyo objetivo es medir la motivación de nuestros colaboradores y comprobar que cuentan con las herramientas necesarias para contribuir de la mejor manera a la transformación de Telefónica México. En esta encuesta evaluamos las siguientes dimensiones:

1. "Me siento con energía para intentar dar siempre lo mejor de mí en mi trabajo."
2. "Recomiendo mi empresa como un buen lugar para trabajar."
3. "En mi entorno de trabajo se tienen en cuenta las ideas que aportamos para mejorar las formas de trabajo."

Las actividades que llevamos a cabo para fortalecer el clima laboral y el trabajo en equipo son:

Reconocimiento

Campaña anual que nos da la oportunidad de reconocer el trabajo colaborativo de manera puntual dentro de nuestra plataforma de *Success Factors*.

Miércoles para compartir

Cada 15 días organizamos un espacio para reunir a los equipos, reconocer la suma de esfuerzos e integrarnos para fortalecer vínculos entre áreas, celebrar y disfrutar como un solo equipo.

Feel Good

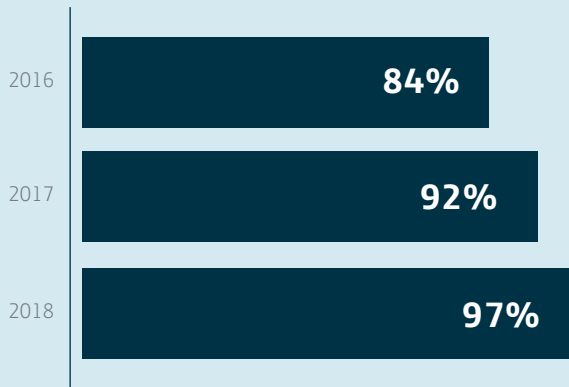
Iniciativa de bienestar para mejorar el estilo de vida de nuestros colaboradores a través de diferentes dinámicas con incentivos como membresías en gimnasios, tarjetas de regalo y clases deportivas.

Días Festivos

En cada fecha festiva buscamos hacer sentir especiales a nuestros colaboradores y fomentar la convivencia.

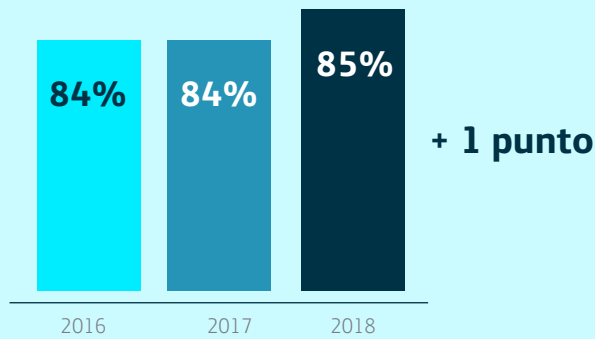
Durante 2018 obtuvimos un *índice de clima laboral de 85 puntos, con un 97% de participación nunca antes obtenido*

Índice de participación México

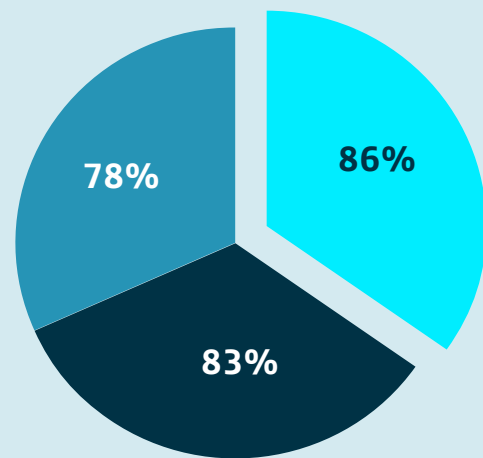
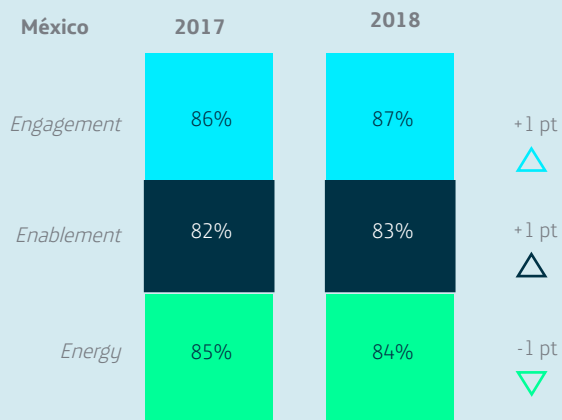


*Promedio global 80%

Durante 3 años hemos trabajado en nuestra cultura, hoy vemos resultados en el Índice de Clima y Compromiso 2018 en México



Porcentaje por dimensiones México










Promedio Global 2018

Telefónica México fue galardonada en el marco del *Employee Engagement Award* de Korn Ferry, que reconoce públicamente a las organizaciones que demuestran altos niveles de compromiso en la medición de su clima laboral

Conciliación

En Telefónica estamos convencidos de que para el óptimo desempeño de los colaboradores es necesario un balance sano entre la vida laboral y la vida profesional, por lo que llevamos a cabo iniciativas para apoyar este equilibrio.

	Apoyo económico para guarderías brindado a colaboradores
	Salas de lactancia
	Permiso especial para adopción, dando oportunidad a padres adoptivos para dar la bienvenida a su hijo con goce de sueldo a partir de la entrega del menor
	Dos tardes de verano donde los colaboradores cuentan con tiempo libre durante julio y agosto
	Dos días flexibles adicionales a las vacaciones correspondientes por cada aniversario laboral
	Días de <i>Home Office</i>
	Un viernes corto al mes



42 colaboradores gozaron de permiso parental durante este año, 32 mujeres y 10 hombres, que tras el tiempo de incapacidad otorgado se reincorporaron a sus actividades. Telefónica otorga 10 días adicionales a los que indica la ley

2.4.6 Seguridad, salud y bienestar en el trabajo

Gestión de la salud y seguridad

Nuestros Principios de Negocio Responsable son la columna vertebral de nuestras operaciones, por lo que establecemos todos los mecanismos pertinentes para evitar accidentes, lesiones y enfermedades relacionadas con nuestra actividad profesional. Para nosotros es prioridad que nuestros colaboradores desarrollen sus labores en un lugar seguro, así que contamos con un Comité de Seguridad y Salud que se encarga de vigilar las actividades de prevención de riesgos laborales.

Tasa de accidentes	1%
Tipos de lesiones de los accidentes	Caídas y golpes
Número de víctimas mortales	0
Número de días perdidos	555
Tasa de días perdidos	5%
Número de ausencias	1,201
Tasa de absentismo	10%

En 2018 capacitamos al 100% de la plantilla para actuar de manera correcta ante un sismo



Bienestar

Durante este año, y con la participación de 150 colaboradores, continuamos con nuestro programa *Feel Good*, cuyos cuatro ejes son:



1

Actividad física

Fomentamos un estilo de vida activo y el cuidado de la salud.



2

Nutrición

Promovemos hábitos saludables entre nuestros colaboradores invitándolos a asistir a consultas con nuestros nutriólogos para recibir asesorías y de esta manera, mejorar su alimentación.



3

Salud

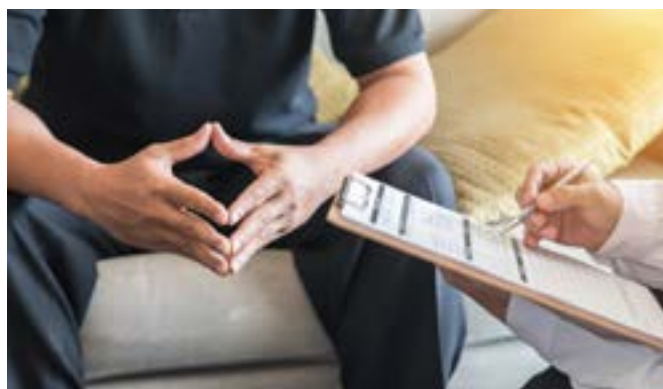
Contamos con un servicio médico que brinda atención especializada a nuestros colaboradores y a sus familiares directos.



4

Persona

Fomentamos tener un estilo de vida más saludable a través del trabajo en equipo.



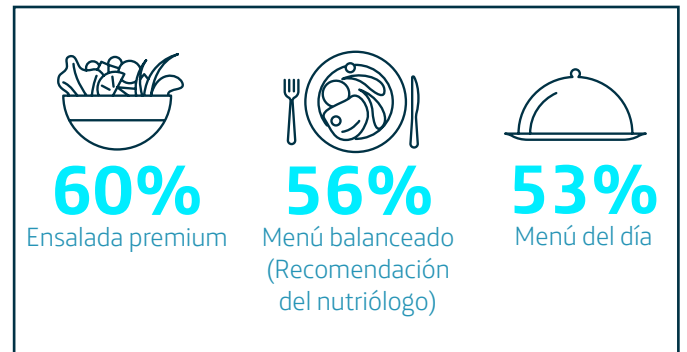
Salud

Nuestras iniciativas para fomentar el cuidado de la salud en 2018 fueron:



Comedor: como beneficio adicional a nuestros colaboradores contamos con un comedor corporativo, el cual sirve un promedio de 800 comidas diarias que constan de tres menús balanceados y elaborados por un nutriólogo. Con el fin de motivar una alimentación balanceada subsidiamos dependiendo del menú elegido:

Tipo de menú (% Subsidio)





Servicio médico: contamos con servicio médico interno conformado por un médico general, un médico internista, un gastroenterólogo, servicios de farmacia, laboratorios, ortopedia, pediatría y nutrición.

Carreras (5 km y 10 km): 420 participantes en CDMX, Guadalajara, Monterrey y Puebla.



Semana de la salud en CDMX: 200 participantes de nuestro circuito de valoraciones médicas (somatometría, ortopedia, dental, visual, taller de nutrición, electrocardiograma, ultrasonidos de mama y próstata, estudios de laboratorio e integración de resultados).

Valoraciones y estudios de laboratorio: 800 participantes en las ciudades de México, Monterrey, Puebla y Guadalajara.



Campaña de vacunación: se aplican vacunas contra la influenza y el tétanos, este año se benefició a 680 colaboradores a nivel nacional.

Campaña de prevención: se realizaron diferentes campañas de prevención a lo largo del año entre las cuales se encuentran:

- Prevención de cáncer de mama
- Prevención de cáncer de próstata
- Prevención de enfermedades como gastroenteritis, gripa estacional, entre otros

Convenios con gimnasios: subsidio Gympass, convenio con gimnasios, gimnasio en Torre Telefónica.

Al cierre de 2018 contamos con 70 convenios vigentes en beneficio de nuestros empleados

Además, en junio se inauguró un espacio de acondicionamiento físico para nuestros colaboradores en Corporativo. De esta forma pueden cuidar su salud sin tener que desplazarse demasiado. El gimnasio es supervisado por el Servicio Médico para brindar atención integral y personalizada según las necesidades de nuestros colaboradores.



2.5 Los proveedores, nuestros aliados

GRI 204: 103-1, 103-2, 103-3, 308: 103-1, 103-2, 103-3, 414: 103-1, 103-2, 103-3
102-9, 204-1, 308-1, 308-2, 414-1, 414-2



2.5.1 Gestión de la cadena de suministro

Sabemos que nuestros proveedores son valiosos aliados que pueden tener gran impacto en la compañía y en la sociedad, por lo que mantenemos altos niveles de exigencia en nuestra cadena de suministro y promovemos el cumplimiento de estándares de calidad en los productos, siempre tomando en cuenta criterios éticos, sociales, medioambientales y de privacidad.

Mantenemos un modelo de gestión continua y a través del Programa Aliados trabajamos para convertir a las empresas que colaboran con nosotros y a terceros en socios estratégicos con el

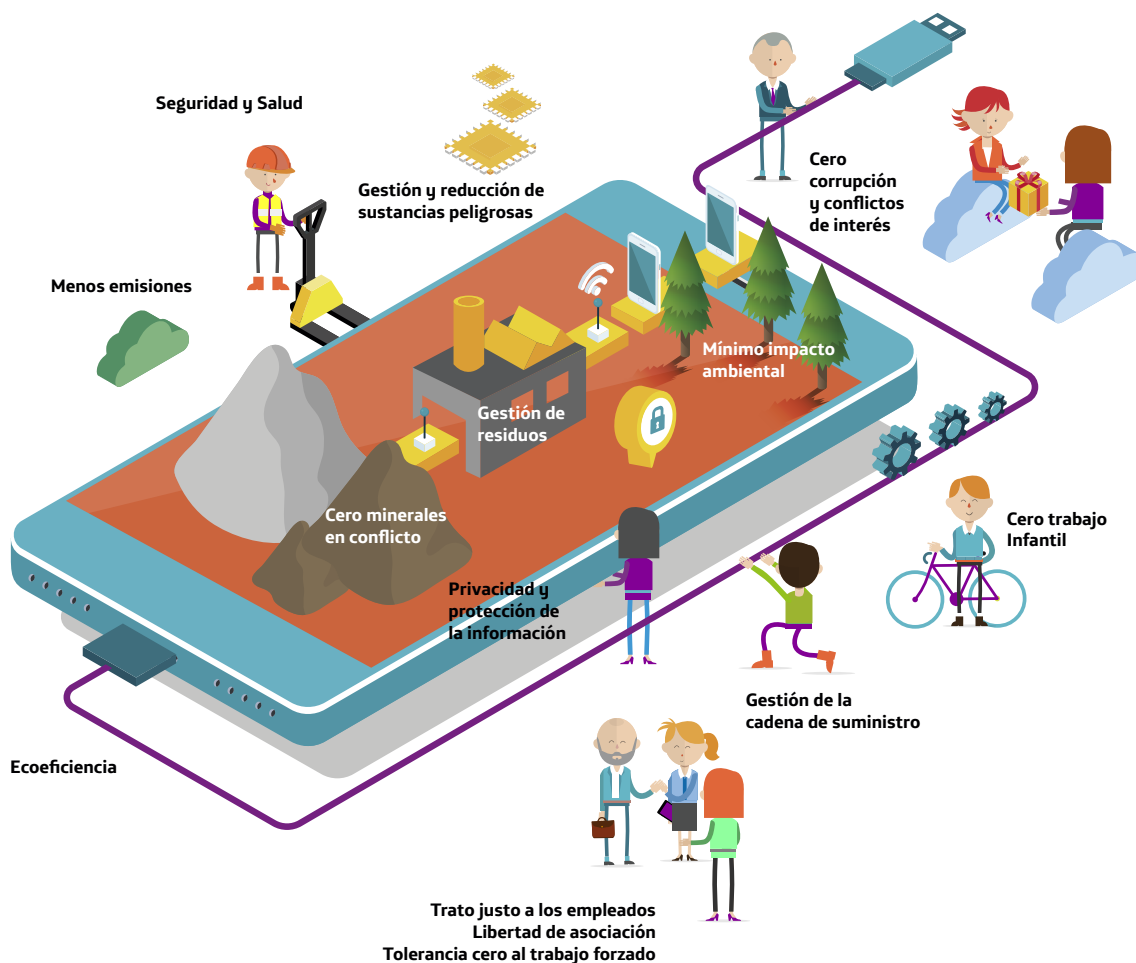
propósito de establecer alianzas que beneficien a ambas partes y que contribuyan al cumplimiento de nuestros objetivos. Llevamos a cabo iniciativas que refuerzan nuestro sistema de control para el seguimiento de contratistas:

- Incorporamos a las diferentes agencias y distribuidoras en centros comerciales al plan de auditorías sobre los aspectos laborales y de seguridad y salud en el trabajo.
- Implementamos el programa de sensibilización interna y externa sobre aspectos de seguridad y salud en el trabajo.



Gestión de riesgos

Todos nuestros proveedores deben aceptar durante su registro o renovación la política de anticorrupción, suministro y sostenibilidad, la cual los evalúa de acuerdo a nuestros Principios de Negocio Responsable:



Criterios éticos

- ◉ Cumplimiento de la ley
- ◉ Anticorrupción
- ◉ Conflictos de interés

Criterios sociales

- ◉ Relación laboral
- ◉ Horario de trabajo y salarios
- ◉ No discriminación
- ◉ Trabajo forzado y tráfico de personas
- ◉ Trabajo infantil
- ◉ Libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva
- ◉ Condiciones de seguridad
- ◉ Procedencia de los minerales

Criterios medioambientales

- ◉ Cumplimiento de la ley
- ◉ Ciclo de vida y actuación preventiva
- ◉ Políticas ambientales
- ◉ Cambio climático
- ◉ Residuos
- ◉ Sustancias peligrosas
- ◉ Consumo de materiales
- ◉ Emisiones atmosféricas

Criterios de privacidad y confidencialidad de la información

- ◉ El proveedor deberá disponer de una política que recoja principios de privacidad que reflejen su compromiso de proteger los datos de carácter personal que le son confiados, todo esto conforme a la legislación de protección de datos personales aplicable y a las instrucciones de Telefónica.

Modelo de gestión sostenible

Nuestro modelo de gestión sostenible de la cadena de suministro está basado en tres ejes principales:



En Telefónica México 85 de nuestros proveedores son nacionales y representan el 90% de nuestras compras

Queremos ayudar a nuestros proveedores a alcanzar la gestión sostenible compartiendo con ellos las buenas prácticas y la información a través de nuestro boletín trimestral y de diversos talleres que impartimos.

Creemos que el diálogo con nuestros proveedores es vital para el buen funcionamiento de nuestro modelo de negocio, por lo que contamos con importantes herramientas de comunicación como el boletín trimestral antes mencionado, el Portal Aliados, el Portal proveedor y diversos eventos mediante los cuales transmitimos nuestros Principios de Negocio Responsable y cultura corporativa.



Desarrollamos un curso en línea sobre salud y seguridad en el trabajo para sensibilizar a nuestros proveedores y prevenir inconformidades

En 2018 tuvimos *47 nuevos proveedores* que aceptaron, en el momento de su inscripción, las obligaciones medioambientales establecidas dentro del Pliego de Condiciones Generales de Bienes y Servicios y la Política de Sostenibilidad de la Cadena de Suministro

2.5.2 Evaluación de proveedores

Contamos con diferentes programas e iniciativas para evaluar y verificar el cumplimiento de nuestros proveedores, lo que nos permite trabajar en conjunto para mejorar y fomentar la gestión sostenible de toda nuestra cadena de valor.

Evaluamos a nuestros proveedores mediante el uso de dos herramientas externas:

- **Servicio Dow Jones Risk Compliance:** refuerza mecanismos ya establecidos en el proceso de compras relacionados con la Política de Anticorrupción.
- **Eco Vadis:** sometemos a nuestros principales proveedores a una evaluación externa de su desempeño en el ámbito de la sostenibilidad.

Plan anual de auditorías

Las evaluaciones mencionadas se complementan con nuestro plan anual de auditorías desarrolladas con base en los siguientes aspectos críticos identificados según el tipo de proveedor, el servicio y el producto suministrado:



Ética

- Conocimiento de la Política de Sostenibilidad en la Cadena de Suministro de Telefónica
- Código ético propio
- Análisis de riesgos en la cadena de suministro de la empresa aliada
- Existencia de un canal de denuncia



Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo

- Política de Seguridad y Salud en el Trabajo
- Existencia de departamento de Prevención de Riesgos
- Existencia de medidas adoptadas para el control de agentes contaminantes perjudiciales para la salud de los trabajadores
- Que el lugar de trabajo cuente con salidas de emergencia y zonas de seguridad definidas
- Capacitación a los colaboradores en materia de primeros auxilios y brigadas de emergencia



Procesos de Recursos Humanos

- Reclutamiento y selección
- Inducción, capacitación, clima y bienestar
- Vinculación y administración de personal
- Subcontratación



Programa Medioambiental

- Certificación ambiental ISO 14001
- Procedimientos internos para minimizar el impacto ambiental
- Implementación de programas de formación ambiental
- Establecimiento de programas de uso racional y eficiente de agua
- Definición de una Política de Eficiencia Energética

De acuerdo con los resultados de la evaluación conforme a los criterios y del registro de incumplimientos generamos junto con el proveedor un plan de acción de máximo seis meses para mejorar las áreas de oportunidad detectadas.



2.6 Un marco de gestión para la sostenibilidad del negocio

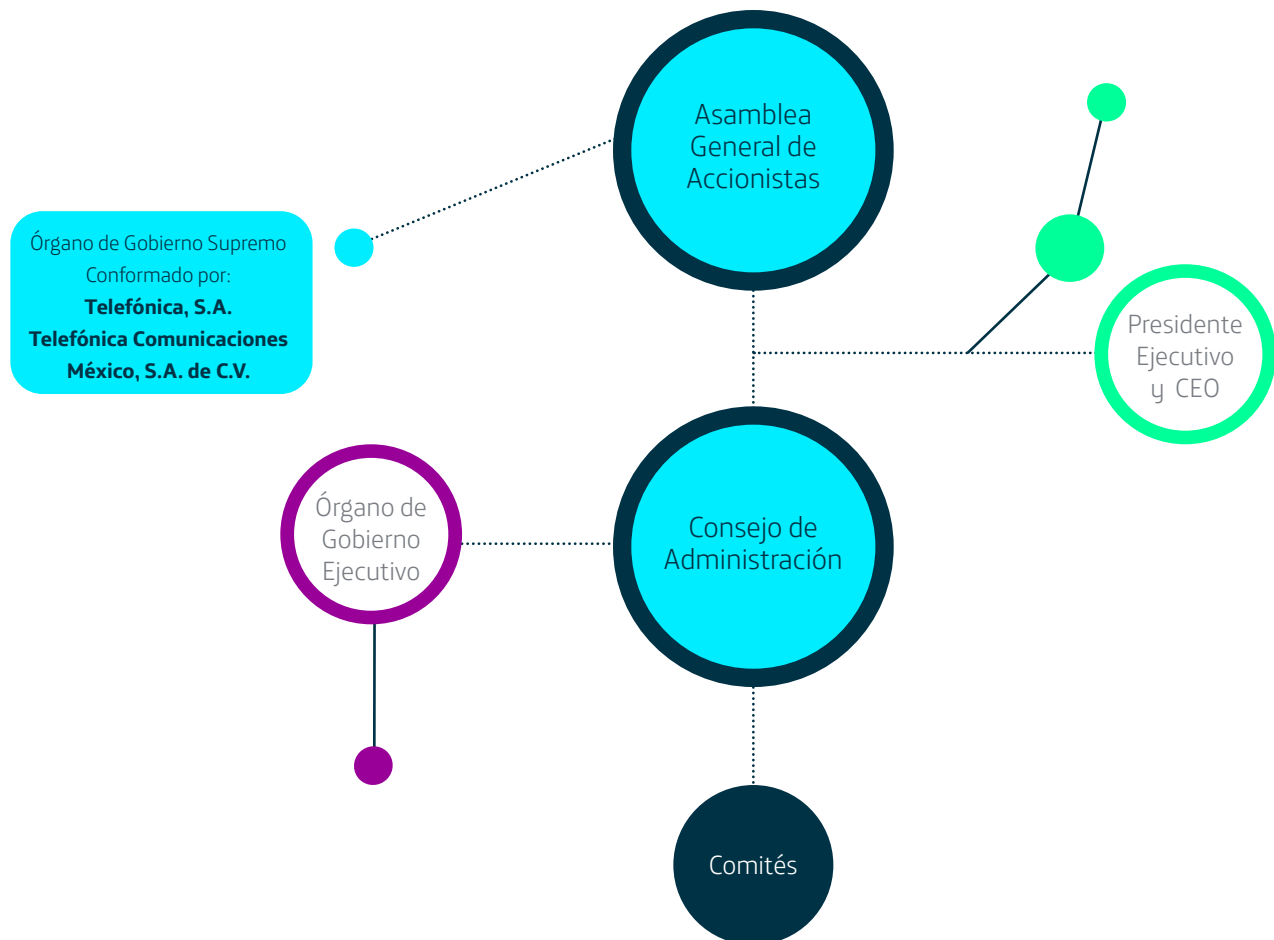
GRI 205: 103-1, 103-2, 103-3, 419: 103-1, 103-2, 103-3, 102-16, 102-17, 102-18, 102-19, 102-20, 102-22, 102-24, 102-25, 102-26, 102-30, 205-1, 205-2



PM, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 10

2.6.1 Gobierno corporativo

En Telefónica México estamos convencidos de que para alcanzar el éxito es necesario contar con la visión de líderes capacitados e íntegros, por lo que contamos con un equipo de directivos del cual nos sentimos orgullosos y que guía a la empresa en su toma de decisiones.



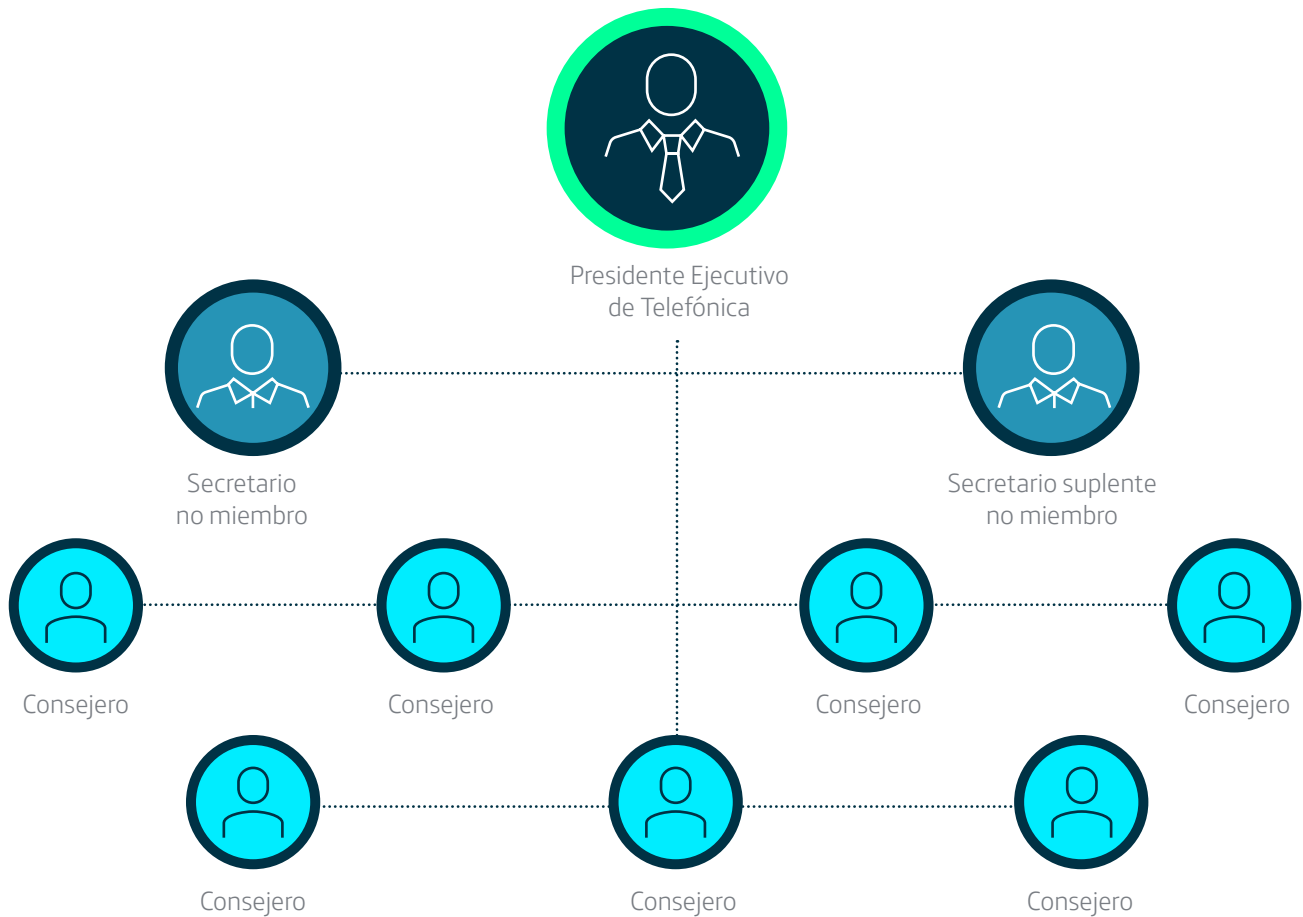
Asamblea de Accionistas

La Asamblea de Accionistas es el órgano máximo de gobernanza y tiene las más altas facultades en la adopción de resoluciones, así como en la consideración de operaciones y negocios de la sociedad. Podrá nombrar, reelegir y separar a los consejeros, así como ratificar al presidente del Consejo de Administración y determinará la retribución que será otorgada a los miembros del Consejo de Administración de forma anual.

Consejo de Administración

Contamos con un Consejo de Administración encargado de la dirección de Telefónica México, el cual trabaja arduamente para asegurar que la compañía siga ganando relevancia en la sociedad bajo un modelo de negocio responsable.

El Consejo de Administración sesiona al menos cuatro veces al año y aborda los asuntos más relevantes para la compañía, dentro de los cuales se encuentran aspectos financieros, presupuestales, económicos, sociales y ambientales. Debido a que el Presidente de la compañía es el Presidente del Consejo de Administración sus funciones van mas allá de cumplir con los acuerdos del Consejo o Asamblea. Entre sus funciones ejecutivas se encuentran la planeación y dirección de las actividades de la empresa en el camino del logro de sus objetivos a corto, mediano y largo plazo.



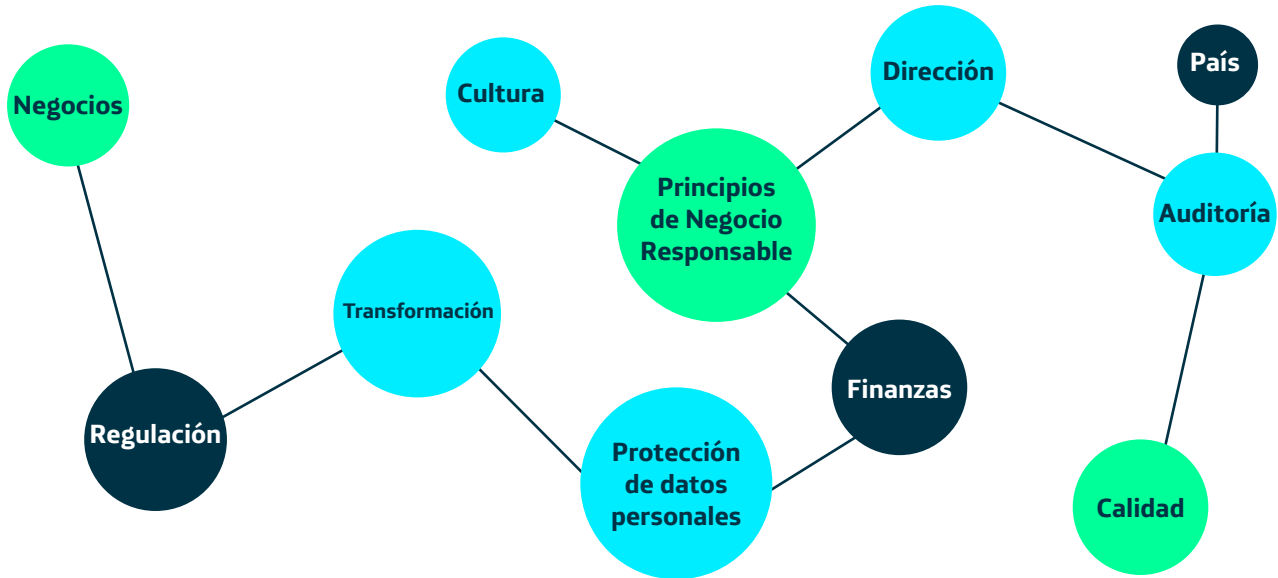
El Consejo se encuentra debidamente regulado tanto en su organización como en sus funciones, ya que en Telefónica México seguimos las directrices de nuestra sociedad matriz ubicada en España.

El Reglamento del Consejo de Administración es el que fija los mecanismos para equilibrar el nivel de autoridad, responsabi-

lidad y capacidad de las personas que toman decisiones en representación de la organización y se encuentra disponible en la siguiente liga:

Actualmente nuestro Consejo de Administración está constituido por 19 miembros de los cuales 9 son independientes y 10 no independientes

Asimismo, contamos con **11 comités encargados** de regular los aspectos más relevantes de nuestra operación:



Internamente, Telefónica cuenta con una Política de Prevención de Riesgos Penales y Administrativos que tiene como objetivo el cumplimiento de las políticas y procesos internos en el desempeño de todas las actividades y la supervisión de las estructuras de control interno de Telefónica México.

De igual manera, contamos con un canal que da a todos los empleados la posibilidad de realizar preguntas, buscar consejo y plantear cuestiones, de forma anónima o personal, sobre el cumplimiento de los Principios de Negocio Responsable y normativas asociadas. El Canal cuenta con su correspondiente reglamento de funcionamiento, disponible para los profesionales en la Intranet.

Así, todas las comunicaciones recibidas se tratan conforme a los principios de respeto, confidencialidad y exhaustividad. En los casos en los que se identifica alguna irregularidad se informa a la Comisión de Auditoría y Control, dependiente del Consejo de Administración.

Cabe destacar que existe una Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Buen Gobierno, y una Comisión de Calidad del Servicio y Atención Comercial que regulan la nominación y compensación del máximo órgano de gobierno, la eficacia de los planes de gestión de riesgo y el cumplimiento de los códigos internos de conducta de Telefónica para el Gobierno Corporativo.

Para más información sobre el reglamento de la Comisión de Nombramientos, retribuciones y buenas prácticas:

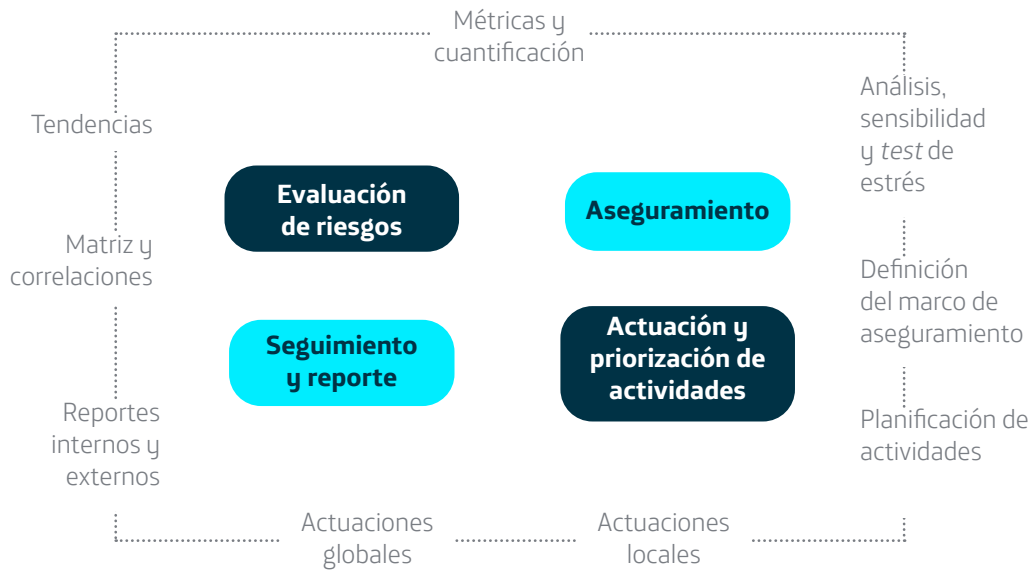
Para más información consulte el Informe Anual de Gobierno Corporativo de Telefónica S.A.



2.6.2 Gestión de riesgos

Modelo de gestión de riesgos

Con el objetivo de asegurar la permanencia de la empresa, y conservar la confianza que nos depositan en nosotros nuestros grupos de interés, identificamos y gestionamos los riesgos inherentes a cualquier operación. Para ello contamos, a nivel global, con un Modelo de Gestión de Riesgos basado en el COSO (*Committee of Sponsoring Organizations* de la Comisión Treadway), el cual es aplicado en las empresas principales de Telefónica.



Modelo de aseguramiento



Definimos un riesgo como una posible pérdida de valor derivada de ciertos eventos y factores internos y externos a la compañía. Con base en nuestro modelo de gestión de riesgos, los dividimos en categorías para un mejor mapeo y abordaje:

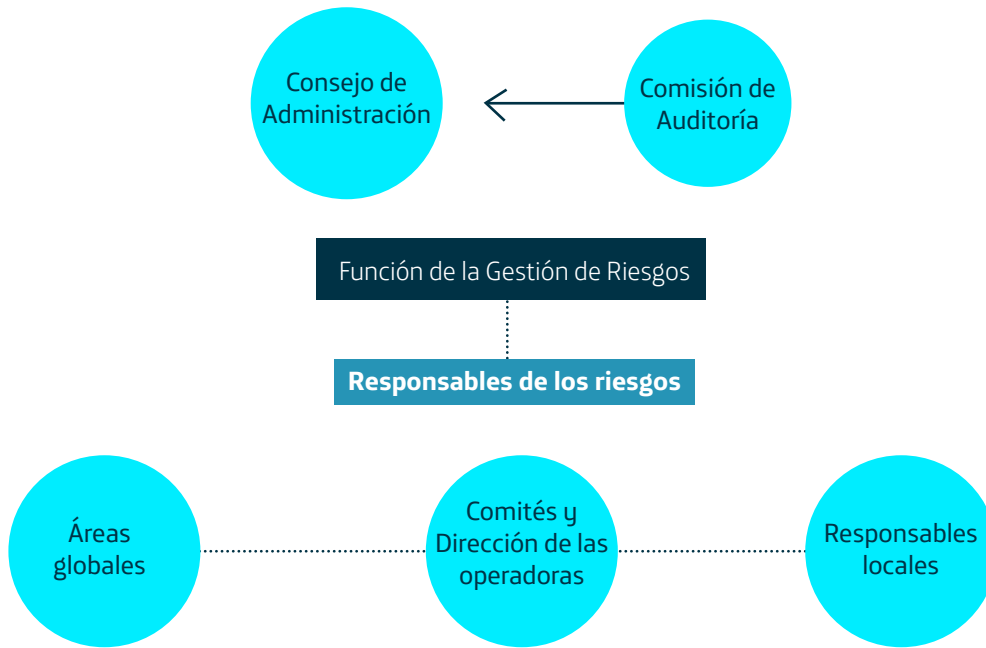
- **Riesgos de negocio:** derivados de cambios en el entorno de negocio, la situación de la competencia, cambios en el marco regulatorio o incertidumbre estratégica.
- **Riesgos operacionales:** derivados de los eventos causados por la inadecuación o fallos provenientes de la red y sistemas informáticos, seguridad, servicio al cliente, cadena de suministro, recursos humanos o gestión operativa.
- **Riesgos financieros:** derivados de movimientos adversos de las variables financieras y de la incapacidad de la empresa para hacer frente a sus compromisos o hacer líquidos sus activos. También se incluyen dentro de esta categoría los riesgos de naturaleza fiscal.
- **Riesgos globales:** derivados de eventos que afectan de manera transversal al Grupo Telefónica, incluye los temas de sostenibilidad y cumplimiento.

Proceso de gestión de riesgos

El proceso toma como base los objetivos estratégicos de la Compañía para identificar los riesgos que podrían afectar el cumplimiento de estos. Se identifican las causas y los efectos posibles de los riesgos, luego se evalúa su relevancia con base en dos factores: su impacto eventual y su probabilidad de ocurrencia.

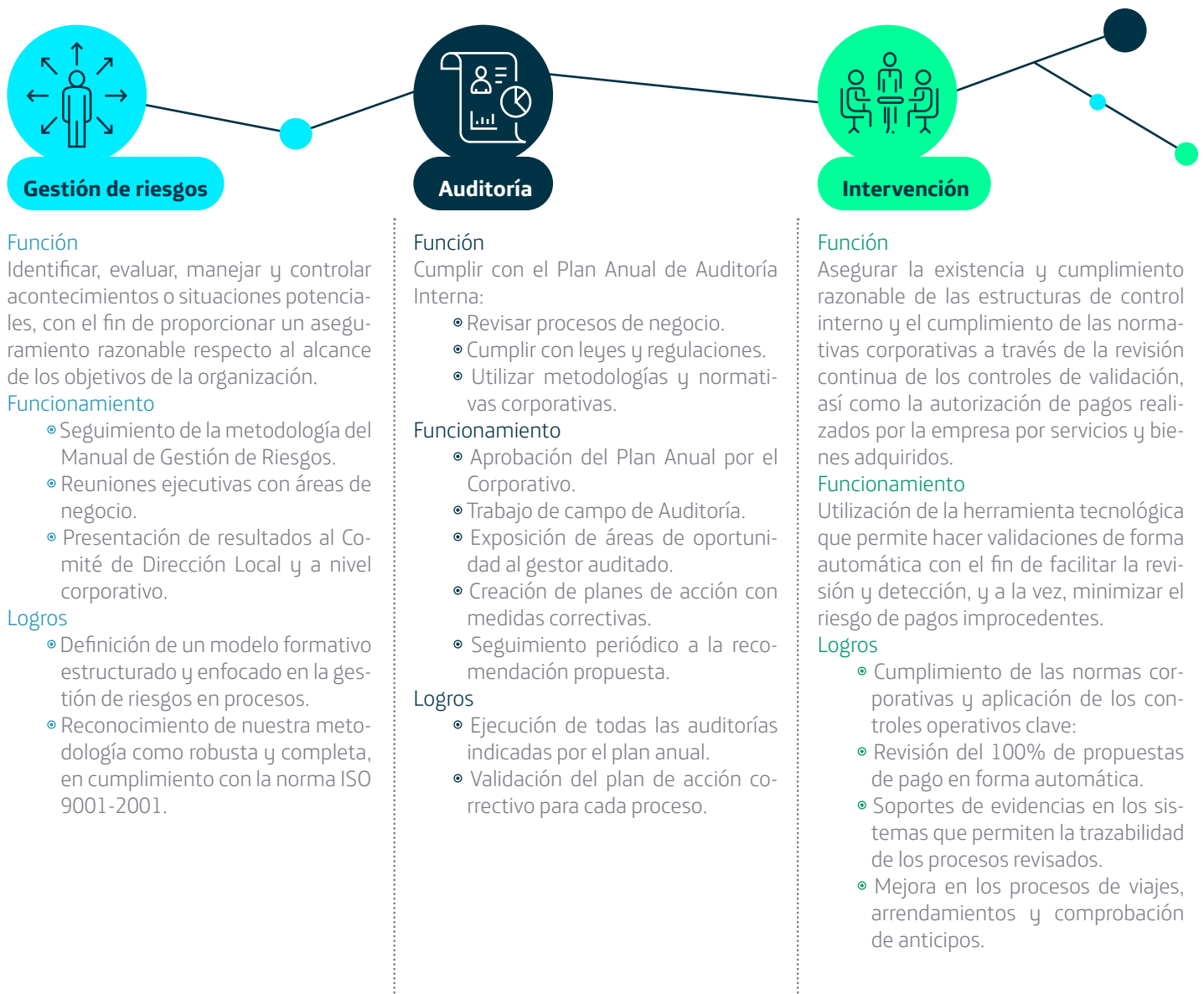
El gestor crea estrategias para evitar transferir el riesgo o, dado el caso, mitigarlo. Existen varios mecanismos de respuesta y seguimiento en función de la tipología de riesgo considerada. La explicación detallada de los principales riesgos a los cuales se expone Telefónica se encuentra en el Informe de Gestión de los Estados Financieros.

Supervisión del sistema de gestión de riesgos





En Telefónica México seguimos las directrices de la Dirección de Auditoría, Inspección e Intervención, la cual divide su modelo de observancia en tres pilares: gestión de negocios, auditoría e intervención.



2.6.3 Plan de Negocio Responsable, ética empresarial y cumplimiento

Plan de Negocio Responsable

Como se ha mencionado anteriormente, en Telefónica México implementamos un Plan de Negocio Responsable que nos permite contar con la confianza de nuestros clientes, inversionistas, colaboradores y accionistas. Con este fin, nos apegamos a las directrices globales que fueron actualizadas con el Plan de Negocio Responsable Global 2018-2020. Tanto sus lineamientos, como los proyectos nuevos y ya existentes fueron resultados de la última materialidad realizada en nuestra casa matriz España.

Con base en este ejercicio realizamos una adaptación de los temas al contexto local con la finalidad de asegurar que los proyectos y ejes se encuentren acordes tanto con la estrategia global como con la realidad mexicana.

Nuestro propósito es crear, proteger e impulsar las conexiones de la vida siempre con base en una cultura de integridad y compromiso con nuestros grupos de interés, por lo que los principios de nuestro Plan de Negocio Responsable son:



Para abordar cada reto que nos presenta la sostenibilidad basamos nuestra toma de decisiones en un modelo de actuación que opera en tres niveles:



1. Cumplimiento (gestión de riesgos)

Respetamos el marco regulatorio y anticipamos las tendencias y fluctuaciones del mercado.



2. Productividad responsable

Nos esforzamos para trabajar de una forma más sostenible y alineada a estándares internacionales rigurosos que nos permitan optimizar nuestros procesos.



3. Crecimiento

Utilizamos la sostenibilidad como medio de expansión. Medimos los impactos de nuestra operación, y promovemos productos y servicios que aportan valor social, ambiental y económico.

Con el fin de que la sostenibilidad sea inherente a la estrategia de negocio, los objetivos se incluyen en las metas anuales de negocio de cada área. Adicionalmente, contamos una Oficina de Negocio Responsable que divulga y da seguimiento al cumplimiento de nuestros PNR (Principios de Negocio Responsable).

Nuestro Plan de Negocio Responsable —en su diseño, aprobación, operación y reporte— está gestionado por los siguientes órganos:



Ética empresarial y cumplimiento

Desde su creación los PNR (Principios de Negocio Responsable) nos han permitido consolidar nuestra cultura ética, adecuándonos a las mejores prácticas a nivel global. La última actualización, realizada durante 2016, se enfocó entre otros temas en: privacidad y seguridad, cumplimiento y transparencia fiscal, comunicación responsable y protección e accionistas minoritarios.

Principios de Negocio Responsable

1. Gestión ética y responsable
2. Nuestro compromiso con el cliente
3. Nuestro compromiso con los empleados
4. Gobierno corporativo y control interno
5. Respeto a los derechos de privacidad y libertad de expresión
6. Nuestro compromiso con la seguridad de la información
7. Comunicación responsable
8. Gestión responsable de nuestra cadena de suministro
9. Nuestro compromiso con el medio ambiente
10. Nuestro compromiso con las sociedades en las que operamos

Los PNR están fundamentados en tres valores básicos:



Integridad

Honestidad y actuación de acuerdo con estándares éticos innegociables.



Compromiso

Actuar siempre de forma responsable con nuestros grupos de interés y cumplir lo prometido.



Transparencia

Dar acceso a información clara sobre nuestra estrategia y actividades a nuestros grupos de interés, y atender sus dudas de la mejor manera.

En 2018 capacitamos al 98% de nuestra plantilla sobre los PNR

Buscamos que los PNR determinen todas las operaciones de Telefónica México, por lo que los compartimos con nuestra cadena de valor y alentamos a nuestros proveedores y socios a aplicar los PNR en sus propias cadenas de suministro. De igual manera, los formamos en temas éticos de forma regular.

Nuestros PNR se encuentran en todos nuestros procesos, ya que cada principio está concretado en normativas y políticas vinculadas a nuestra cadena de valor:

- **Norma Anticorrupción:** indica el buen actuar respecto a los estándares éticos de integridad y honestidad promovidos internamente en la compañía. Del mismo modo, regula el intercambio de regalos y prohíbe cualquier forma de soborno, fortaleciendo nuestro principio de tolerancia cero en temas de corrupción y fraude.
- **Norma Corporativa de Conflicto de Interés:** guía a nuestros colaboradores en caso de enfrentarse a un dilema ético para que sepan cómo comportarse, siempre bajo los principios de rectitud y honestidad que nos caracterizan como organización.

Por otro lado, el área de *Compliance* vela por el cumplimiento de la legislación vigente, la normativa interna y la observancia de las mejores prácticas éticas y empresariales en el desarrollo de las actividades y negocios de la empresa. Asegura la integridad y la reputación de la empresa como valores fundamentales. En Telefónica, *Compliance* da respuesta a los riesgos de corrupción, actividades ilegales, lavado de dinero, mal manejo de los conflictos de interés, y cualquier práctica contraria a la regulación y todo lo que representan los principios de conducta en el negocio.

Los cursos y capacitaciones que imparte esta área al personal son los siguientes:

- Curso Anticorrupción FCPA (*Foreign Corrupt Practices Act*) presencial y *online*
- Curso Inducción a nuevos ingresos
- Curso inducción Aliados (dirigido a todos nuestros socios comerciales)
- Curso a aquellas áreas que se detectan necesitan la capacitación

Al cierre de 2018 tuvimos un total de **1,609 colaboradores capacitados en temas de Compliance**

Algunas otras políticas que abordan nuestros Principios de Negocio Responsable son las siguientes:

- Política de Integridad
- Política Anticorrupción
- Principios de Negocio Responsable de Telefónica
- Política de Prevención de Riesgos Penales y Administrativos
- Política Canal de Denuncia
- Normativa de Relacionamiento del Grupo Telefónica con Entidades Públicas
- Normativa de Conflicto de Interés
- Normativa Formalización de contratos con Ex-Directivos y Ex-Gerentes
- Política de Gestión de denuncias.
- Reglamento canal Negocio Responsable

En 2017 se crearon el **Comité de Acciones Disciplinarias** y el **Comité de Ofertas Públicas** para reforzar nuestro desempeño ético y poder gestionar cualquier caso que se presente

Canal de asesoramiento y denuncias

Por medio de nuestras vías de comunicación abierta los colaboradores, proveedores y sociedad en general tienen la posibilidad de presentar denuncias. Telefónica México responde a dudas, quejas o sugerencias mediante los correos de *Compliance*: **compliancex@telefonica.com** (local) y **compliance.officer.corp@telefonica.com** (global), también disponible en la Intranet corporativa para empleados.

Todos nuestros socios comerciales así como nuestros grupos de interés, pueden consultar cualquier aspecto relacionado con la sostenibilidad de Telefónica en el Canal de Negocio Responsable publicado en la página oficial de Telefónica México (**https://www.telefonica.com/es/web/about_telefonica/canal-de-negocio-responsable**).

Principales hitos de 2018 de *Compliance*

- Elaboración de los nuevos Lineamientos donde *Compliance* interviene en las licitaciones públicas.
- Campaña de posicionamiento del área de *Compliance*.
- Implementación de los Certificados Anticorrupción y cuestionarios de evaluación a distribuidores, arrendadores y demás terceros, así como a los nuevos Inversionistas.
- Publicación de la guía, videos y documentos que expresan los seis imprescindibles para dar cumplimiento a la normativa de relacionamiento con las entidades públicas.
- Revisión de los contratos de prestación de servicios de proveedores estratégicos para asegurar el cumplimiento de los requerimientos oportunos.
- Implementación de la Intranet de *Compliance*.
- Implementación del Sistema Automatizado de Listas Negras.
- Preparación del Plan Anual de *Compliance* 2019.

Objetivos para 2019

- Participación como ponentes en los cursos FCPA (*Foreign Corrupt Practices Act*) y PNR (Principios de Negocio Responsable), así como lanzamiento de la Campaña de Posicionamiento de *Compliance*. Esto con el fin de aumentar la concienciación a nivel interno y externo y el cumplimiento de la legislaciones, políticas, procedimientos y planes tanto globales como locales.
- Validación de terceros de la categoría "No MCT" en materia de *Compliance* y con apoyo del área legal.
- Establecer el procedimiento sancionador para las faltas graves que no están definidas en la normativa legal, reglamento o disposición interna.
- Evaluar, actualizar y reforzar las políticas locales de *Compliance* de acuerdo con la legislación vigente.

Buenas prácticas



Campaña global "On Principle"

Tenemos como objetivo que todos nuestros colaboradores conozcan los Principios de Negocio Responsable y los apliquen en sus labores cotidianas. Para conseguirlo, durante el último cuatrimestre de 2017 lanzamos una nueva campaña global de comunicación interna, *On Principle*, que se dirige a los profesionales de todos los países en los que estamos presentes.

Basada en el *marketing* de contenidos, *On Principle* utiliza el humor para acercar los PNR al empleado de una forma fresca, llamativa, divertida y didáctica para que sean percibidos como un elemento inherente a su forma de trabajar.

La campaña arrancó con un reto dirigido a la plantilla y un mensaje del Presidente para abordar con mayor detalle la integridad y la gestión responsable.



Evolución de
nuestro negocio

03



3.1 Tendencias, oportunidades y estrategias

GRI 416: 103-1, 103-2, 103-3, 418: 103-1, 103-2, 103-3



Nuestra estrategia de negocio a nivel internacional está basada en tres puntos clave:



1 Impacto de la digitalización

A nivel social y ambiental sabemos que la digitalización puede traer grandes beneficios de acercamiento y conectividad, pues permite el acceso a grandes cantidades de información y contenido desde cualquier punto del planeta. Esto reduce el impacto ambiental al ahorrar tiempos y distancias. En términos económicos la digitalización permite el aumento de la productividad y eficiencia a través de la automatización de procesos empresariales.



2 Retos y desafíos

México es un país con un gran potencial y en Telefónica nos comprometemos a impulsarlo mediante el enfoque en los siguientes temas:

• Inclusión digital

Las tecnologías de la información deberían estar al alcance de todas las personas, sin importar condiciones como la cultura o el género, entre otras. Por ello, fomentamos la innovación colaborativa, disminuimos las brechas de inclusión e impulsamos la competencia equilibrada.

• Formación digital

Para fomentar la igualdad de oportunidades y disminuir la brecha digital, Fundación Telefónica realiza capacitaciones en el uso y aprovechamiento de las TICs con distintos programas. Estos se centran en generar competencias y destrezas que mejoren la calidad educativa.

• Democratización del acceso

Creemos que la tecnología puede ser un habilitador de otros derechos y oportunidades, así que en México hemos desarrollado diversos planes de pago para que los

usuarios puedan tener un mejor control del gasto de sus facturas y que puedan seguir utilizando nuestros servicios aunque no tengan saldo en ese momento. Con estas acciones buscamos que los bajos ingresos no sean un obstáculo para acceder a los servicios de telecomunicaciones.

• Amenaza sobre la privacidad personal

Tanto la generación masiva de datos como el incremento de intercambios y puntos de contacto entre personas y organizaciones han aumentado significativamente el riesgo de su utilización con fines ilícitos. Por ello hemos adoptado un esquema de autorregulación que nos permite obtener una certificación voluntaria de conformidad con los Parámetros de Autorregulación en materia de Protección de Datos Personales establecidos en el Diario Oficial de la Federación.

Somos la primera empresa en México certificada por el organismo NYCE —Normalización y Certificación Electrónica S.C— en materia de Protección de Datos Personales, luego de demostrar y superar voluntariamente lo establecido en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares (LFPDPPP) y reglamentos vigentes en esta materia. Durante 2018 logramos la recertificación tras una exhaustiva auditoría de vigilancia y cumplimiento.



3 Oportunidades para seguir avanzando

Como empresa del sector TIC nuestro principal objetivo es que cada uno de nuestros grupos de interés tomen parte en la revolución digital de una manera sostenible para seguir contribuyendo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas y al cumplimiento de todos los retos que nos proponemos.

3.2 Despliegue de red

Nos caracterizamos por ser una compañía que se mantiene a la vanguardia del sector; fuimos la primera empresa en desplegar la red LTE porque nuestro compromiso con la excelencia nos impulsa a mantener la mejor conectividad.

En Telefónica México contamos con un despliegue de red responsable que tiene siempre en cuenta cuestiones sociales y ambientales.

En 2018 nuestra red LTE opera en la Ciudad de México, Guadalajara, Monterrey y en las principales ciudades de la República Mexicana.

Durante 2017 duplicamos la velocidad de navegación LTE, consolidándonos como el segundo operador de telecomunicaciones con mayor velocidad en el país

(Fuente: Tutela).



3.3 Productos y servicios

Nuestros productos y servicios conforman lo que denominamos 3ª Plataforma, mediante la cual ponemos a disposición de nuestros clientes una oferta diferencial y personalizada en las modalidades B2C (*Business to Consumer*) y B2B (*Business to Business*).

Nuestras soluciones digitales impulsan la transformación social y fomentan la creación de un mundo hiperconectado, asimismo, están enfocadas en usuarios residenciales, PYMES (pequeñas y medianas empresas), grandes empresas y administraciones públicas. Buscamos que nuestra oferta genere valor al aprovechar las ventajas que ofrecen las comunicaciones y la digitalización.

Servicios B2C (*Business to Consumer*)

Sociedad

En Telefónica México ofrecemos tecnología 3.5G en 40 mil localidades de la República Mexicana y garantizamos, con el lanzamiento de la nueva red 4GLTE, una conexión hasta diez veces más rápida.

Nos transformamos en una *Onlife Telco* y brindamos un servicio que permite a los usuarios disfrutar del internet móvil de última generación. También somos pioneros en el lanzamiento de nuevas tecnologías como el "Internet del hogar" a través de *Movistar Full Connection*, el cual tiene como propósito hacer más accesible el uso de internet en poblaciones y hogares con acceso limitado al servicio.

Nos preocupamos por brindar un beneficio a la sociedad y, sobre todo, a nuestros clientes, por lo que contamos con servicios que mantienen la comunicación y conectividad en todo momento:

- **Pasa saldo:** permite que los usuarios permanezcan comunicados aunque alguno no tenga saldo en ese momento.
 - **Luego pagas:** servicio que brinda la oportunidad de seguir navegando sin saldo, pues puede pagarse en su próxima recarga.
 - **Escudo Movistar:** servicio de paquetes de seguridad de *smartphones* para los usuarios que cuentan con un plan pospago, control o prepago.
- **Movistar SOS:** servicio para usuarios prepago y pospago que permite la comunicación (por llamada o por mensaje) en caso de emergencia aun sin tener saldo.
 - **Mensajes por cobrar y prepagados:** el usuario puede intercambiar mensajes SMS aunque no tenga saldo.
 - **Llamadas por cobrar:** si un usuario tiene una emergencia y necesita llamar a otro usuario Movistar y no tiene saldo, puede llamarlo por cobrar.
 - **Recarga SOS:** el pago puede hacerse en la próxima recarga.



Servicios B2B (*Business to Business*)

Internet de las cosas (IOT)

A través de nuestros servicios digitales fomentamos la economía circular, en la cual la virtualización es clave para reducir el consumo de materias primas y recursos, por lo que contamos con un portafolio de productos y servicios alineados a este propósito:

- **Conectividad gestionada:** servicios de conectividad *Machine to Machine* (M2M) autogestionada que ofrece servicios de valor agregado por medio de una plataforma de autogestión. Esta opción ofrece cobertura local y global.
- **Tracking & Go:** solución de geolocalización que permite a las empresas gestionar sus flotas dependiendo de sus necesidades.
- **Geogestión:** solución de gestión de personal que ofrece funciones de geolocalización, botón de pánico, reportes, formularios e integración vía *Application Programming Interface* (APIs) con *Customer Relationship Management* (CRMs) de cliente.
- **Customer Relationship Management (A2P) SMS:** solución de envío masivo de mensajes *multicarrier* en un esquema compartido que permite lanzar campañas de contacto con clientes finales o personal de una organización.
- **IoT in a Box:** solución integral que incluye tanto las comunicaciones como los dispositivos para que un cliente pueda conectar sus activos y gestionarlos de forma eficiente.



Big data e inteligencia artificial

Ofrecemos servicios que permiten a nuestros clientes tomar decisiones estratégicas basadas en comportamientos reales de grupos de personas a través de datos extraídos de la red móvil. También ofrecemos consultoría avanzada y programas de formación en *Big Data* y *Data Science*.

LUCA (*Data Driven Decision*) es nuestra unidad especializada en *Big Data* y nos permite ofrecer información de gran valor a nuestros clientes corporativos en sectores como *retail*, turismo, transporte y publicidad exterior.

- **LUCA Smart Steps:** plataforma que ayuda a organizaciones a fortalecer su propuesta de valor mediante la extracción de datos relevantes sobre las tendencias globales de ciertos grupos de personas.
- **LUCA Synergic:** consultoría que apoya a los clientes en cada etapa de la conversión a *Data-Driven*, mediante la incorporación de más de 100 especialistas en *Data Engineering*, *Data Architecture*, *Data Science* y *Data Visualization*.
- **LUCA Fleet:** servicio que nace a través de la necesidad de cubrir escasez de datos y Big Data asociada a vehículos empresarios, flotas de automóviles y empresas de mensajería, logística o distribución. A través de esta opción se mejora la eficiencia y se incrementa la seguridad de los conductores y pasajeros o de la carga.

Dentro de las actividades que se llevaron a cabo este año para fortalecer la experiencia del cliente están mejoras en la red con el fin de tener una mejor conectividad a través de la ampliación de infraestructura, así como la creación de un sistema de alertas en tiempo real de sitios caídos. Asimismo, se crearon nuevas ofertas para los diferentes segmentos y se mejoraron los beneficios para nuestros clientes. También se redujo el tiempo de espera en nuestros puntos de contacto con el cliente y mejoró la resolución.

De igual manera, este año creamos la **APP Movistar MX**, un nuevo canal digital de autogestión para nuestros clientes en el cual pueden realizar recargas, solicitar atención y consultar información de sus consumos prepago de una forma más rápida y accesible.



Seguridad y confianza digital

Tenemos un portafolio orientado a seguridad en las comunicaciones, ofrecemos soluciones de ciberseguridad que desarrollamos dentro de esta unidad de negocio y con terceros. Adicionalmente, tenemos alianzas globales con los principales *players* para desplegar proyectos de infraestructura con servicios de seguridad administrada desde nuestro *Security Operation Center (SOC)* Telefónica México.

A través de *Eleven Paths*, nuestra unidad especializada en la comercialización de soluciones de seguridad, hemos logrado posicionarnos como el proveedor líder en ciberseguridad. Con

Eleven Paths nos enfocamos en:

- Seguridad de identidad y prevención de acoso
- Seguridad de dispositivos
- Seguridad de la nube y los datos
- Seguridad en redes y aplicaciones

En Telefónica *contamos con más de mil profesionales en Ciberseguridad* y la participación activa en la *Cyber Threat Alliance*



Plan residencial pospago y plan empresarial pospago

Full Connection es un servicio de Internet Wireless para uso residencial, puede ser utilizado en zonas con cobertura de red 4G LTE, con velocidades de hasta 12Mbps, y está disponible en 26 mercados de la República Mexicana.

Con este proyecto se alcanzó, durante 2018, a mercados estratégicamente seleccionados a nivel nacional, incluyendo las principales zonas urbanas y suburbanas del país. Llevamos cobertura a donde actualmente no llega la fibra óptica tradicional y ofrecemos un servicio de alta calidad.

Al cierre de 2018 realizamos 84,340 ventas y un parque de 67,462 clientes

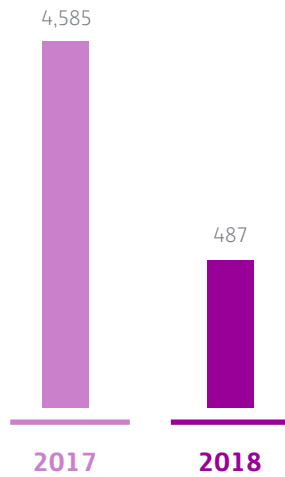
Esta iniciativa surgió con el objetivo de reducir la brecha digital que existe en nuestro país, donde el 51% de los hogares no cuentan con conectividad a internet. Por ello, este año se

ampliaron los mercados de cobertura, ofreciendo una solución única y abriendo una nueva forma de llevar el internet a los hogares de México.

Con este servicio triplicamos la velocidad de navegación de los servicios actuales, llevándola hasta 12Mbps con Internet al hogar Movistar

Asimismo, en Telefónica nos preocupamos por el medio ambiente y el impacto que tienen nuestros productos y servicios, por lo que adoptamos medidas como la facturación electrónica para disminuir nuestra huella ambiental. En 2018 se priorizó el registro de correo electrónico durante la activación de las líneas pospago, así como la captura de un DN para envío por SMS, lo cual permitió aumentar los envíos electrónicos. Se hizo campaña a los clientes B2B para incrementar la factura electrónica y evitar así la impresión de cientos de kilos de hojas de papel. Esto nos llevó a **reducir en 55 % los envíos físicos** comparado con 2017, esto es, **pasamos de 29,958 a 13,495 documentos.**

Disminución de la factura física



En 2018 enviamos 14,655,038 facturas electrónicas, es decir, *el 99.91% del total de facturas emitidas*

El *índice de satisfacción en facturación* por parte de los clientes fue de *9.13*



3.4 Innovación

La innovación ha formado parte del ADN de Telefónica desde sus comienzos. Nuestra estrategia está basada en el equilibrio entre innovación interna e innovación abierta. El 80% de nuestro trabajo en este ámbito está enfocado en la identificación de oportunidades futuras para nuestro negocio —*Core Innovation*— y el 20% restante está dirigido a buscar nuevos espacios donde la Compañía pueda reinventarse a través de modelos disruptivos —*Open Innovation*—.

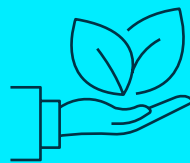
De esta forma aseguramos nuestra capacidad de anticiparnos a las necesidades a corto, mediano y largo plazo, tanto en el desarrollo de nuestros servicios y plataformas propias, como en la búsqueda de nuevas oportunidades aún desconocidas.

En Telefónica impulsamos la innovación sostenible, que se basa en tres pilares:



Conectar a todos

Proyectos de conectividad en zonas remotas, comunicaciones portátiles como respuesta ante emergencias o servicios de conectividad accesibles para colectivos con discapacidad.



Proteger el planeta

Soluciones de energías renovables, eficiencia energética y economía circular, tanto de aplicación interna como para su comercialización (soluciones *ecosmart*).



Desarrollar sociedades sostenibles

Soluciones de transporte sostenible, ciudades inteligentes o de desarrollo digital del entorno rural. Soluciones de *Smart Agro* o servicios *Open Government*.

Wayra en México

A través de Wayra, su acelerador de *start-ups*, Telefónica busca apoyar a los mejores emprendedores mexicanos para desarrollar sus ideas y generar empresas exitosas. De esta manera se contribuye al desarrollo tecnológico y económico del país.

Durante 2018 Wayra invirtió 200,000 dólares como apoyo a dos *start-ups* mexicanas

En 2018, Telefónica resultó ganadora en la "Licitación Pública para concesionar el uso, aprovechamiento y explotación comercial de 120 MHz de espectro radioeléctrico disponibles en la banda de frecuencias 2500-2690 MHz" (Licitación No. IFT-7) lo que le permitirá ofrecer servicios de telefonía y de acceso a internet móviles con mayor velocidad y calidad, así como avanzar hacia el despliegue de tecnología de quinta generación (5G).





Otra información

04

4.1 Principios de elaboración del Informe

102-46, 102-52, 102-54

El Informe de Sostenibilidad Corporativa 2018 de Telefónica México, que reporta nuestros logros, retos y objetivos del año, fue elaborado con base en los estándares del *Global Reporting Initiative* (GRI) por 13° año consecutivo.

Los criterios que tomamos en cuenta para la elaboración de este reporte son los siguientes:



La información reportada es obtenida de nuestro diálogo constante con nuestras áreas internas y grupos de interés:

- **Clientes:** procede del sistema de control de gestión y de nuestra operación. Asimismo, de nuestra encuesta de reputación lanzada a clientes y no clientes recopilamos datos que nos permiten conocer la percepción de este sector.
- **Colaboradores:** gracias a nuestra área de Recursos Humanos contamos con la información necesaria relativa a nuestros colaboradores, de igual manera, nuestras áreas de gestión nos proporcionan datos.
- **Medioambiente y cambio climático:** la información la obtenemos de las áreas de Medio Ambiente y Operaciones.

Las fuentes de los factores de emisiones están validadas por AENOR.

- **Proveedores:** procede de nuestro sistema de adjudicación de contratos a través del área de compras.
- **Inclusión digital:** información recopilada de los sistemas de nuestras operadoras, así como de Fundación Telefónica.
- **Acción social:** los datos provienen del sistema de control de gestión de Fundación Telefónica.
- **Tipo de cambio:** toda la información está dada en pesos mexicanos y se tomó como base de conversión el tipo de cambio en euros y dólares manejado en 2018.

4.2 Premios y reconocimientos

Premios



- **Distintivo Empresa Socialmente Responsable 2018** por decimoquinto año consecutivo otorgado por CEMEFI.



- **Caracol de Plata** por la campaña Love Story en la categoría de contenidos digitales otorgado por CEMEFI.



- **Insignia Inclusión Social**, otorgada por CEMEFI, por la labor que, realiza Fundación Telefónica



- **Mejores Prácticas de RSE**, reconocimiento otorgado por CEMEFI, en la categoría de Promoción del Consumo Responsable por nuestras acciones en materia de Protección a la Infancia bajo el paraguas de marca #ConcienciaMovistar



- **Ética y Valores en la Industria**, otorgado por la CON-CAMIN, por sexta ocasión por nuestras prácticas transparentes y una administración basada en los principios de la responsabilidad social corporativa



- **Premios 4TIC**, otorgados por la CANIETI, en dos categorías: **Impacto Social** por el proyecto "Franquicia Rural Movistar" e **Innovación TIC** con el proyecto "Energía Renovable Movistar KAIXO"



- **Premio Frost & Sullivan** otorgado por la consultoría Frost & Sullivan, como Líder de Comunicaciones Digitales en México

Rankings



- Top 10 del Índice de Negocios Inclusivos de Expansión por su innovación en productos y prácticas a partir de un modelo de negocios sostenible



- Top 10 en el Ranking Empresas Responsables de Expansión por su adecuada gestión de aspectos económicos, sociales y medioambientales



- Lugar 61 en el Ranking Expansión 500 empresas frente a la corrupción por su mejora en la transparencia de sus políticas anticorrupción



- La mejor teleco europea y la segunda del mundo para la revista Fortune gracias a su innovación, estrategia y reputación



- Lugar 63 en el ranking Monitor de Reputación Empresarial de Merco



- Lugar 21 en el Ranking de Empresas con Alto Compromiso Ambiental de Forbes por sus acciones a favor del medio ambiente en todas sus operaciones.



- Top 10 del Ranking PAR de Equidad de Género en las Organizaciones por su compromiso con la reducción de desigualdades y fomento de la diversidad

Índice GRI

102-55

CONTENIDOS GRI STANDARDS	DESCRIPCIÓN	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA
GRI 101: FUNDAMENTOS		
GRI 102: CONTENIDOS GENERALES		
1. Perfil de la organización		
102-1	Nombre de la organización	10
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	10, 98-102
102-3	Ubicación de la sede	10
102-4	Ubicación de las operaciones	10
102-5	Propiedad y forma jurídica	Telefónica Comunicaciones México S.A. de C.V.
102-6	Mercados servidos	10
102-7	Tamaño de la organización	10
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	10
102-9	Cadena de suministro	82-85
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	No existieron cambios significativos durante el periodo de reporte.
102-11	Principio o enfoque de precaución	14-27
102-12	Iniciativas externas	14-19
102-13	Afiliación a asociaciones	35-36
2. Estrategia		
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	3-7
102-15	Impactos, riesgos y oportunidades principales	3-7
3. Ética e integridad		
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	12-13
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	94
4. Gobernanza		
102-18	Estructura de gobernanza	86-88
102-19	Delegación de autoridad	86-88
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	86-95

CONTENIDOS GRI STANDARDS	DESCRIPCIÓN	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA
102-21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	37-40
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	86-88
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	3
102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	86-88
102-25	Conflictos de intereses	94
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de propósitos, valores y estrategia	86-95
102-27	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	La capacitación y experiencia de los miembros del Consejo de Administración representan una función que compete a la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, la cual depende de nuestra sociedad matriz y se basa exclusivamente en los méritos personales de cada candidato.
102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	No existe un proceso para la evaluación del desempeño de la Asamblea de Accionistas.
102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	3-7, 89-91
102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	89-91
89	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	3-7, 86-91
102-33	Comunicación de preocupaciones críticas	Para hacer llegar inquietudes o expectativas al máximo órgano de gobierno de manera directa, los accionistas que representen el 33% del capital social pueden solicitar al Consejo de Administración y/o a los Comisarios de la Sociedad que se convoque a una Asamblea General de Accionistas. https://www.telefonica.com/es/web/shareholders-investors/gobierno_corporativo/estatutos-sociales
102-34	Naturaleza y número total de preocupaciones críticas	Este tipo de cuestiones, en caso de aplicar, se abordan durante la Asamblea de Accionistas o en las sesiones del Consejo de Administración.
5. Participación de los grupos de interés		
102-40	Lista de grupos de interés	29-30
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	75
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	37-40
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	37-40
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	37-42

CONTENIDOS GRI STANDARDS	DESCRIPCIÓN	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA
6. Prácticas para la elaboración de informes		
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	37-42, 106-107
102-47	Lista de temas materiales	41-42
102-48	Reexpresión de la información	No existieron reexpresiones de información.
102-49	Cambios en la elaboración de informes	No existieron cambios en la elaboración del Informe.
102-50	Periodo objeto del informe	106
102-51	Fecha del último informe	2017
102-52	Ciclo de elaboración de informes	Anual
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	117
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	106
102-55	Índice de contenidos GRI	108-116
102-56	Verificación externa	Gran parte de los datos de este Informe han sido verificados por nuestra casa matriz en España, quien los reporta en su Informe Integrado 2018, que a su vez está verificado por agentes externos a la organización.
GRI 201: Desempeño económico		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	21-22
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	21-22
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	21-22
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	9-64
201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	El plan de retiro propio de Telefónica se llama Cuenta SER y está integrado por aportaciones de la empresa y del empleado. El empleado decide el porcentaje de su aportación a la cuenta SER y designa a sus beneficiarios.
GRI 203: Impactos económicos indirectos		
203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	21-22, 62-67
203-2	Impactos económicos indirectos significativos	62-67
GRI 204: Prácticas de adquisición		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	82-85
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	82-85
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	82-85
204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	21

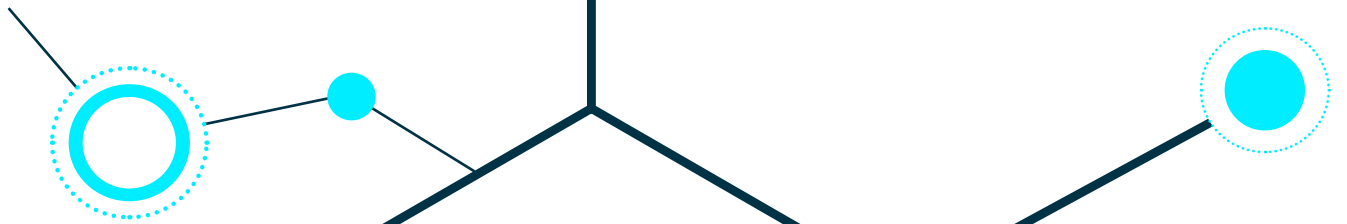
CONTENIDOS GRI STANDARDS	DESCRIPCIÓN	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA
GRI 205: Anticorrupción		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	92-95
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	92-95
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	92-95
205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	92-95
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	94
205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	Este año no tuvimos, a nivel global, ningún caso relacionado con la corrupción.
GRI 206: Competencia desleal		
206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	De conformidad con el Modelo de Negocio Responsable y la contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, Telefónica México promueve la libre competencia, por lo que en el periodo de reporte no existieron incidentes relativos a competencia desleal o prácticas monopólicas.
GRI 301: Materiales		
301-2	Insumos reciclados	53
301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado	54
GRI 302: Energía		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	51-52
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	51-52
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	51-52
302-1	Consumo energético dentro de la organización	51
302-4	Reducción del consumo energético	51
GRI 303: Agua		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	52-53
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	52-53
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	52-53
303-5	Consumo de agua	52

CONTENIDOS GRI STANDARDS	DESCRIPCIÓN	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA
GRI 305: Emisiones		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	23-24
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	23-24
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	23-24
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	23
305-2	Emisiones indirectas de GEI (alcance 2)	23
305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	23
305-5	Reducción de las emisiones GEI	24
305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)	Debido a la naturaleza de nuestro negocio, este año no produjimos emisiones (SAO) relevantes.
305-7	Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire	Debido a la naturaleza de nuestro negocio, este año no produjimos emisiones (NOX) y/o (SOX) relevantes.
GRI 306: Efluentes y residuos		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	53-54
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	53-54
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	53-54
306-1	Vertido de aguas en función de su calidad y destino	Analizamos la calidad del 100% de las aguas residuales que vertemos, cumpliendo con las normas NMX-AA-028-SCFI-2001 y NMX-AA-034/2-SCFI-2001.
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	54
306-4	Transporte de residuos peligrosos	Los residuos peligrosos no son transportados por Telefónica México, son dispuestos de acuerdo con el plan de manejo de residuos de manejo especial (NOM-61) registrado ante la SEMARNAT a través de prestadores de servicios autorizados y registrados ante dicha dependencia. Estos proporcionan un certificado de destrucción.
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	83-85
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	83-85
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	83-85
308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios ambientales	84
308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	85

CONTENIDOS GRI STANDARDS	DESCRIPCIÓN	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA
GRI 401: Empleo		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	68-81
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	68-81
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	68-81
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	68-69
401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	75
401-3	Permiso parental	78
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	79-81
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	79-81
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	79-81
403-1	Sistema de gestión de seguridad y salud laboral	79-81
403-3	Servicios de salud ocupacional	79-81
403-5	Formación de trabajadores en seguridad y salud laboral	79
403-6	Promoción de la salud del trabajador	79-81
GRI 404: Formación y enseñanza		
404-1	Media de horas de formación al año por empleado	70
404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	70
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	72
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	73-74
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	73-74
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	73-74
405-1	Diversidad de órganos de gobierno y empleados	74
GRI 406: No discriminación		
406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Durante 2018 no existieron denuncias relacionadas a casos de discriminación.
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	75
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	75
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	75

CONTENIDOS GRI STANDARDS	DESCRIPCIÓN	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA
GRI 408: Trabajo infantil		
408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	De acuerdo con nuestro Modelo de Negocio Responsable y con nuestra adhesión a los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, no contamos con proveedores con riesgos de casos de trabajo infantil.
GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio		
409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	De acuerdo con nuestro Modelo de Negocio Responsable y con nuestra adhesión a los Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, no contamos con proveedores con riesgos de casos de trabajo forzado.
GRI 411: Derechos de los pueblos indígenas		
411-1	Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas.	Durante 2018 no se registraron reclamaciones por vulneración a los derechos de los pueblos indígenas.
GRI 412: Evaluación de derechos humanos		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	57-58
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	57-58
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	57-58
412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	58
GRI 413: Comunidades locales		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	62-67
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	62-67
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	62-67
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	62-67
GRI 414: Evaluación de los proveedores		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	82-85
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	82-85
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	82-85
414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	84
414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	85
GRI 415: Política pública		
415-1	Contribuciones a partidos y/o representantes políticos	De acuerdo con la ley vigente en México y con el Modelo de Negocio Responsable, Telefónica México no hace contribuciones a partidos y/o representantes políticos.

CONTENIDOS GRI STANDARDS	DESCRIPCIÓN	PÁGINA / RESPUESTA DIRECTA
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	44-46
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	44-46
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	44-46
416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	44-46
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes		
416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	En Telefónica México nos alineamos a la normatividad vigente, por lo que en 2018 no existieron casos de incumplimiento relativos a la salud y seguridad de nuestros clientes.
GRI 417: Marketing y etiquetado		
417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	Nuestro código interno se alinea al Código de Ética Publicitaria descrito por la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (AMAP) y nos regimos por las disposiciones establecidas por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT).
417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	Durante el periodo de reporte no existieron incumplimientos referentes a la información y al etiquetado de productos y servicios.
417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	Durante el periodo de reporte no existieron incumplimientos referentes a las comunicaciones de marketing.
GRI 418: Privacidad del cliente		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	44-46
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	44-46
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	44-46
GRI 419: Cumplimiento socioeconómico		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	57-67, 92-95
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	57-67, 92-95
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	57-67, 92-95
419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	Este año no tuvimos multas o sanciones por el incumplimiento de leyes o normativas en materia social o económica.

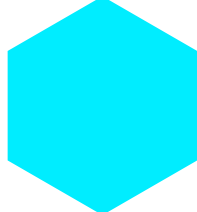


Telefónica

Contacto

102-53

Para mayor información acerca de este informe comuníquese con:
responsabilidadcorporativamx@telefonica.com



Telefonica
