



Informe de Sostenibilidad Corporativa 2015

Telefonica



Contenido

1

02 MENSAJE DE LOS PRESIDENTES

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

2

08 ELEGIMOS SER

- 09 Telefónica
- 13 Motor de progreso
- 14 Una empresa con excelentes resultados

3

16 ELEGIMOS UN MODELO DE NEGOCIO RESPONSABLE

- 17 Visión y estrategia de Sostenibilidad
- 18 Modelo de actuación
- 19 Nuestros grupos de interés

4

25 ELEGIMOS NUESTROS PRINCIPIOS ÉTICOS

- 26 Gobierno corporativo
- 28 Gestión sostenible
- 29 Gestión de riesgos
- 31 Ética y cumplimiento

5

33 ELEGIMOS INCIDIR EN NUESTRA CADENA DE SUMINISTRO

- 34 Cultura de sostenibilidad
- 35 Programa Aliados
- 38 Minerales en conflicto

6

39 ELEGIMOS ENFOCARNOS EN NUESTROS CLIENTES

- 40 Satisfacción del cliente
- 44 Confianza digital
- 48 Publicidad responsable
- 49 Inclusión digital
- 51 Innovación

7

52 ELEGIMOS ATRAER AL MEJOR TALENTO

- 53 Nuestro equipo
- 56 Cultura laboral
- 58 Diversidad e igualdad de oportunidades
- 59 Bienestar laboral
- 62 Desarrollo de habilidades

8

63 ELEGIMOS CONTRIBUIR AL DESARROLLO SOCIAL

- 65 Innovación educativa
- 67 Calidad educativa
- 68 Arte y cultura digital
- 70 Voluntariado

9

71 ELEGIMOS CUIDAR EL PLANETA

- 73 Agua
- 74 Gestión de residuos
- 76 Energía y cambio climático
- 78 Campos electromagnéticos

10

79 ACERCA DE ESTE INFORME

- 80 Principios para la elaboración del informe
- 81 Materialidad

11

92 ANEXOS

- 93 Tabla de indicadores
- 96 Premios y reconocimientos
- 97 Índice de contenidos GRI G4
- 106 Cumplimiento al Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo Sostenible



1

{ Mensaje de
los Presidentes }

Mensaje del Presidente Ejecutivo de Telefónica S.A.

G4-1, G4-15



Estimados accionistas,

Para mí es un gran honor dirigirme a todos ustedes por primera vez como Presidente de Telefónica, cargo que asumí el pasado 8 de abril con el apoyo y confianza del Consejo de Administración de la Compañía.

Permítanme que comience expresando mi más profunda gratitud y reconocimiento a César Alierta, mi predecesor en el cargo y artífice de la mayor transformación en los más de 90 años de historia de esta Compañía. Gracias a su visión y capacidad de anticipación, Telefónica es hoy un líder mundial, un ejemplo de éxito, liderazgo, crecimiento y rentabilidad.

Comienza una nueva etapa y son muchas las expectativas depositadas en ella. Sepan que mi aspiración es seguir escribiendo la historia de éxito de Telefónica, y continuar con la transformación digital de la Compañía. Para conseguirlo, cuento con el mejor equipo del sector, todos los profesionales que forman parte de esta gran Empresa.

UN AÑO CLAVE PARA CONSOLIDAR LA TRANSFORMACIÓN Y VOLVER AL CRECIMIENTO

En los últimos años, Telefónica ha sentado las bases para capturar el crecimiento potencial del sector, protagonizando una importante transformación que ha permitido que hoy sea una compañía que crece.

2015 ha sido un año clave para avanzar en la senda de crecimiento rentable y sostenible a largo plazo, a la vez que hemos mejorado nuestra posición competitiva en los mayores mercados de Europa y Latinoamérica. Los frutos del esfuerzo de toda la Compañía son evidentes y nos han permitido volver a crecer orgánicamente en las principales magnitudes financieras.

Así, el ritmo de crecimiento de los ingresos se ha acelerado hasta alcanzar el 4% interanual, casi duplicando el conseguido en 2014, mientras que al cierre de 2015 alcanzamos la cifra de 322 millones de clientes en los países donde operamos, incrementando nuestros clientes de fibra en un 30%, triplicando los de LTE, y

aumentando los clientes de *smartphones* y TV de pago, en un 29% y 12%, respectivamente.

La monetización de los datos ha sido y seguirá siendo la gran palanca para impulsar el crecimiento de los ingresos. Y es especialmente significativo el hecho de que, por primera vez en nuestra historia, en 2015 los ingresos tradicionales asociados al acceso y a la voz han representado menos del 50% del total. Esto refleja que estamos hablando de una Telefónica muy diferente, y el núcleo de nuestro negocio es la conectividad.

Asimismo, la Compañía ha seguido impulsando diversas iniciativas dirigidas a incrementar la eficiencia. Destacan los ahorros obtenidos por las sinergias de integración de operaciones en Alemania y Brasil, y las eficiencias generadas por el programa de simplificación que se está ejecutando en todos los países. Todo ello ha permitido que en 2015 el resultado operativo antes de amortizaciones (OIBDA) crezca un 3.6% en términos orgánicos, manteniéndose el margen estable respecto al ejercicio anterior.

“Los resultados de 2015 han sido muy sólidos y constituyen un excelente punto de partida sobre el que seguir avanzando en nuestra transformación”



Sin duda, 2016 es el año en el que se va a acelerar el crecimiento de Telefónica, apalancando una mayor monetización de los datos, mientras maximizamos las eficiencias de integración y simplificación e impulsamos nuestras capacidades de innovación y *Big Data*, claves para aprovechar el gran potencial del ecosistema digital.

UNA NUEVA OLA DE CRECIMIENTO EXPONENCIAL

Vivimos en un contexto de disrupción tecnológica permanente, que no tiene precedentes históricos. La digitalización lo está transformando todo a un ritmo vertiginoso y en el futuro lo va a hacer aún más. El alcance de la tecnología se ha disparado de forma exponencial y su difusión avanza a velocidades aceleradas por todos los rincones del mundo.

No obstante, y a pesar de la magnitud de la transformación vivida hasta ahora, la disrupción digital que se producirá en la próxima década va a traer consigo cambios que, al día de hoy, no somos capaces de imaginar. La llegada del 5G, que posibilitará velocidades y tiempos de respuesta exponenciales; la conexión de todos los objetos a través de sensores, que harán que el Internet de las cosas tenga un desarrollo extraordinario; la explosión del *Big Data*, derivada del ingente volumen de tráfico de datos y de información que se comparte; y las incipientes tendencias que se vislumbran, como la realidad aumentada, la realidad virtual y la inteligencia artificial, van a impactar en todos los sectores,

transformando radicalmente los modelos de negocio actuales.

Las empresas de telecomunicaciones estamos en el centro de toda esta disrupción, porque la conectividad es la piedra angular sobre la que pivota todo lo demás.

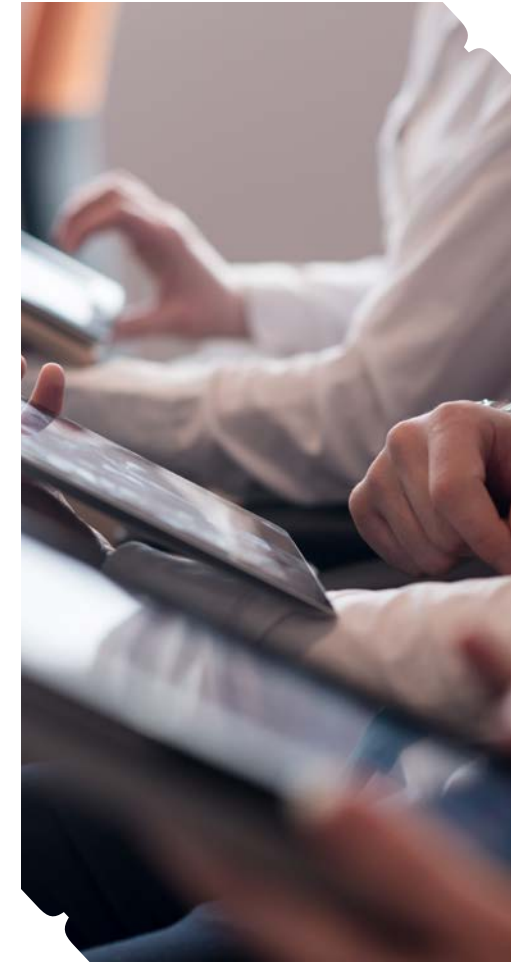
En Telefónica aspiramos a jugar un rol protagonista en el sector, haciendo realidad esta oportunidad digital, que nos abre nuevas posibilidades de crecimiento en torno a tres olas: de la conectividad; de los servicios digitales o conectividad; y del *Big Data* en la que estamos empezando a trabajar. Por eso, hemos construido unas plataformas tecnológicas diferenciales, con una inversión de casi 40,000 millones de euros de 2012 a 2015, que nos ha permitido disponer de las mejores redes de banda ancha ultra rápida, los mejores sistemas y las mejores plataformas de servicios.

Sobre estos activos, estamos construyendo una nueva plataforma de conocimiento del cliente muy ligada al *Big Data*. Esto, sin duda, va a suponer una nueva ola de crecimiento exponencial que en Telefónica vamos a liderar. Porque pocos sectores pueden tener un conocimiento de sus clientes tan profundo como el que hoy ya tenemos las empresas de nuestro sector. Este conocimiento nos brinda la posibilidad de crear un nuevo tipo de relación con nuestros clientes, facilitándoles el control de sus datos personales, garantizándoles la visibilidad y el control de su vida digital y asegurándoles transparencia, privacidad y seguridad.

Las plataformas diferenciales constituyen los pilares sobre los que vamos a construir nuestro futuro, ofreciendo a los clientes una experiencia diferenciada, y van a permitir a Telefónica seguir creciendo y reforzar nuestro posicionamiento en el ecosistema digital, el cual requiere unas reglas de juego equilibradas, que garanticen la sostenibilidad del sector y que aseguren el respeto por los derechos de los ciudadanos, independientemente de quien les preste servicio. Solo así podremos afrontar con éxito la evolución hacia la nueva economía digital y capturar todo su potencial.

COMPROMISO CON EL PROGRESO

Nuestra Compañía siempre se ha caracterizado por su firme compromiso con el desarrollo y progreso de la sociedad que, más allá del impacto directo e indirecto de nuestro negocio en la creación de riqueza en un país, a lo largo de los años se ha materializado a través de diferentes programas e iniciativas.



“En Telefónica tenemos claro que la vida digital es ya la vida y la tecnología forma parte esencial del ser humano. Esta es nuestra razón de ser y, poniendo el foco en las personas, aspiramos a convertirnos en una OnLife Telco”



Me gustaría destacar el foco de la Compañía, a través de la Fundación Telefónica, en la educación digital y que nos ha permitido situarnos como la tercera empresa del mundo en inversión educativa. Porque somos conscientes de que la educación es el instrumento más poderoso para reducir la desigualdad y sentar las bases de un crecimiento sostenido de la sociedad.

Asimismo, Telefónica apuesta firmemente por la innovación, con una inversión en I+D+i que en 2015 ha alcanzado casi 6,600 millones de euros, la cual se complementa con nuestro apoyo a la innovación abierta, fomentando su alcance a través *Open Future*, programa que abarca el conjunto de iniciativas de emprendimiento, innovación e inversión que la Compañía desarrolla para impulsar el talento, y que tan buenos resultados está arrojando desde su lanzamiento.

Todos estos esfuerzos posicionan a Telefónica como un referente en innovación tanto en el sector como en los países en los que estamos presentes.

Queremos garantizar el acceso a la vida digital sin dejar a nadie atrás. Reducir la brecha digital gracias a nuestra conectividad y mejorar la vida de las personas a través de la innovación se convierten así en parte de nuestra labor como empresa responsable.

En 2015, Telefónica se sitúa entre las nueve compañías líderes en el mundo por criterios de sostenibilidad, según el *Dow Jones Sustainability Index* (DJSI), y entre las mejores

telcos del mundo por su gestión transparente del cambio climático según el *Carbon Disclosure Project*.

Creemos que es importante informar a nuestros diferentes grupos de interés sobre nuestra actividad y para ello utilizamos los criterios de publicación estándares para la información no financiera, como el GRI o el Pacto Mundial de Naciones Unidas.

Para terminar, quisiera señalar que en Telefónica estamos convencidos de impulsar un modelo de negocio responsable, capaz de generar confianza en nuestros clientes, inversores, empleados y accionistas, y en la sociedad en su conjunto. Estas relaciones adquieren una mayor relevancia en el nuevo mundo digital, en el cual los cánones tradicionales quedan superados y se necesitan nuevas reglas y valores para dar respuesta a las demandas e inquietudes de nuestros grupos de interés. Así, lograremos ser una compañía confiable –garante de la seguridad y privacidad de los clientes–, retadora en su transformación y con una mentalidad abierta para interactuar con el entorno.

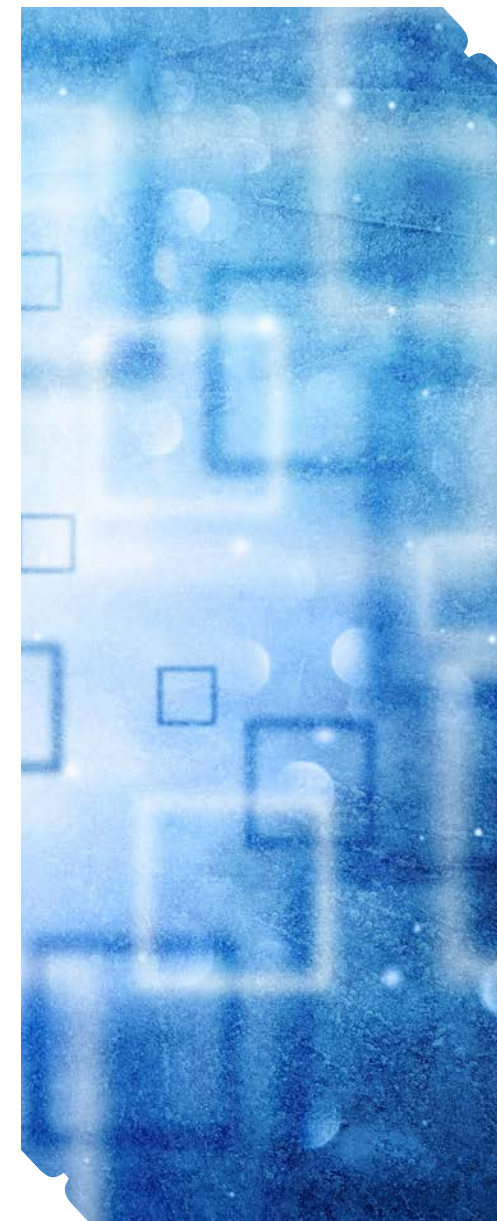
Señores accionistas, tengo el firme convencimiento de que con nuestra visión, estrategia y valores vamos a alcanzar todas las metas que nos marquemos. En Telefónica no nos conformamos con lo logrado hasta la fecha y aspiramos a más para seguir escribiendo la historia de éxito que hoy por hoy ya es esta compañía, gracias al esfuerzo y dedicación de todos los profesionales que la conforman.

Antes de finalizar, en mi nombre y en el del Consejo de Administración, les agradezco todo el apoyo y la confianza que nos brindan, especialmente en esta nueva e ilusionante etapa. No me cabe la menor duda de que juntos vamos a seguir haciendo de Telefónica una gran compañía, y cada día más, motivo de orgullo.

Muchas gracias,

José María Álvarez-Pallete
Presidente

“Telefónica tiene que ser una compañía confiable, retadora en su transformación y con una mentalidad abierta para interactuar con el entorno”



Mensaje del Presidente de Telefónica México

G4-1, G4-15, G4-EN29



Estimados amigos,

Me es muy grato presentar la edición 2015 del Informe de Sostenibilidad Corporativa de Telefónica México, el cual ha sido elaborado bajo los lineamientos de la Guía G4 del *Global Reporting Initiative* (GRI), refleja los resultados de nuestro desempeño económico, social y medioambiental del ejercicio 2015, y a través del cual, por 11ª ocasión, reafirmamos el compromiso con la transparencia y rectitud hacia todos nuestros grupos de interés.

Así también, por segundo año consecutivo llevamos a cabo un estudio de materialidad que nos permite visualizar los aspectos a reportar y que gozan de mayor relevancia para nuestros grupos de interés y para la compañía.

Con base en las directrices del Corporativo en España, en Telefónica México “Elegimos todo”, pues nos alineamos al programa así denominado, mismo que se extenderá hacia 2020 y que

motiva una cultura de integridad, compromiso y confianza, el cual nos permitirá alcanzar nuestro máximo potencial de crecimiento.

Elegimos ser una *Onlife* Telco, pues estamos convencidos que la vida digital y la tecnología son parte esencial de la vida del ser humano. Por ello, durante este año continuamos convenciéndonos de que la tecnología debe estar al alcance de todos para mejorar la calidad de vida de las personas, razón por la cual, desarrollamos diversas iniciativas que refuerzan la labor hacia ese escenario.

Elegimos ser un motor de progreso para México, pues somos un generador de valor económico y social, creamos empleos directos e indirectos, somos la empresa líder en calidad en el servicio, mantenemos una relación cercana con todos nuestros clientes y ofrecemos tecnología innovadora y de vanguardia, factores con los que contribuimos a la inclusión digital de miles de personas en el país.

Estamos orgullosos de ser una empresa altamente ética, del nivel de consolidación que hemos logrado en las relaciones estratégicas con todos los grupos de interés y de la capacidad con la que contamos para compartir los compromisos, objetivos y Principios de Negocio Responsable a lo largo de toda la cadena de valor, cualidades que nos permiten replicar nuestras mejores prácticas y contribuir con la evolución de este mundo hacia la Sostenibilidad.

12º año como
Empresa Socialmente
Responsable



Elegimos dar todo por nuestros clientes, quienes se encuentran en el centro de nuestra labor. Trabajamos por brindarles el control de su vida digital, garantizando que obtengan la mejor experiencia a través de las soluciones innovadoras y eficaces que ponemos a su alcance.

Para nosotros, un factor determinante en la relación con los clientes es la confianza digital, tema que goza de suma relevancia a nivel global, pues al poner la tecnología al alcance de un mayor número de personas, resulta prioritario brindarles total garantía y certeza sobre la adecuada gestión de sus datos personales y el acceso a contenidos seguros. Para ello, contamos con diversas herramientas e iniciativas que hacen posible que nuestros clientes crean en nosotros. Esto nos ha llevado a ser la primera empresa en México en recibir la certificación en materia de protección de datos personales de Normalización y Certificación Electrónica, S.C. (NYCE), organismo reconocido por el Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI).

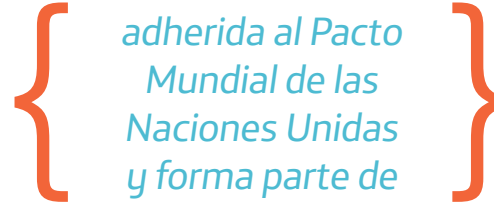
Nuestros colaboradores son un componente principal en el desarrollo de todas estas acciones. Estamos orgullosos de contar con el mejor equipo de profesionales, comprometidos con su labor y gracias a quienes es posible alcanzar e, inclusive, superar los objetivos de negocio. Por tal razón, les brindamos las mejores condiciones de trabajo, fomentamos su bienestar en un entorno diverso

y en igualdad de oportunidades. Así también, promovemos el desarrollo de capacidades para hacer frente a los retos y aprovechar eficientemente las oportunidades que se presenten, cuestiones que hacen de Telefónica México uno de los mejores lugares para trabajar.

Contribuimos al desarrollo social de México con el fin de impactar a la sociedad de manera positiva, a través de diversas acciones y sinergias que benefician el fortalecimiento de la educación y la mejora de la calidad de los procesos de enseñanza y aprendizaje, aunado a la promoción de la ciencia, el arte y la cultura digital y al resarcimiento del tejido social al atender las necesidades de las comunidades que se encuentran en los lugares donde tenemos presencia.

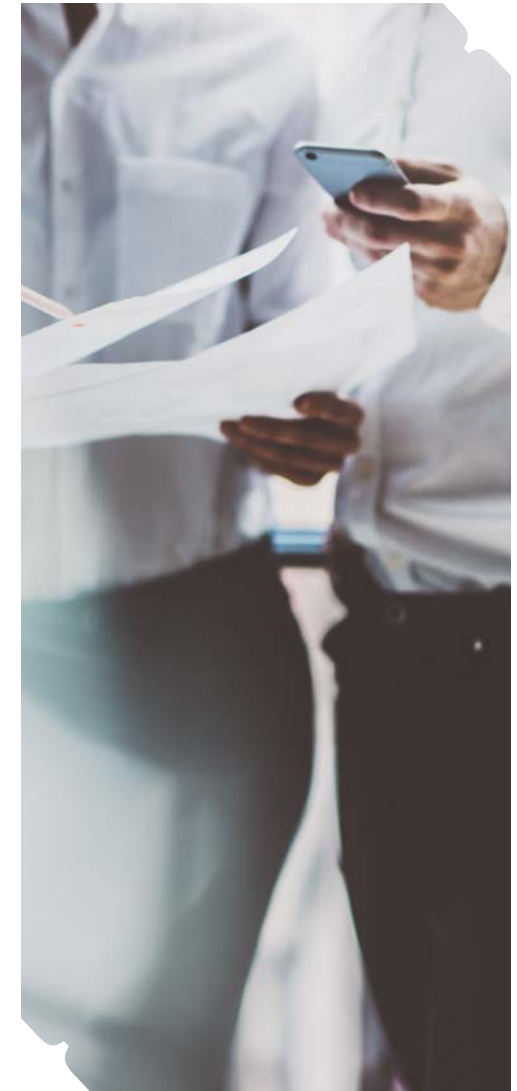
Somos una empresa de telecomunicaciones ambientalmente responsable, pues cumplimos con la normatividad aplicable en su totalidad y mejoramos los procesos para mitigar el impacto al entorno, motivo por el cual, en 2015 continuamos con la vigencia del certificado ISO-14001 del Sistema de Gestión Integral y de la cédula de la Licencia Ambiental Única (LAU). Asimismo, es de destacar que nuestros esfuerzos en la materia nos han llevado a producir 8,502 kWh de energía renovable para consumo propio, con estas acciones podemos afirmar que somos una empresa innovadora y adaptable a la transformación hacia un mundo sostenible.

Telefónica México se encuentra adherida al Pacto Mundial de las Naciones Unidas y forma parte de Comité Ejecutivo de la Red en México



Mi más sincero y profundo agradecimiento al equipo conformado por más de 2,300 colaboradores, quienes fomentan la vivencia de nuestras siete actitudes y transmiten la cultura de Telefónica México hacia el exterior de la organización, gracias a quienes en 2015 logramos excelentes resultados. Hago extensivo el reconocimiento tanto a los clientes, como a nuestros proveedores y aliados, pues a través de la cooperación y trabajo en conjunto, continuaremos con la creación de valor para los grupos de interés, beneficiando así a las generaciones actuales y futuras.

Francisco Gil Díaz
Presidente de Telefónica México





2 { Elegimos ser... }

Telefónica



Es una de las mayores compañías de telecomunicaciones del mundo por capitalización bursátil y número de clientes. Apoyándonos en las mejores redes fijas, móviles y de banda ancha, así como en una oferta innovadora de servicios digitales y la economía de datos, nuestra Compañía se posiciona de forma favorable para dar respuesta a las necesidades de nuestros clientes y capturar el crecimiento en nuevos negocios.

Somos sensibles a los nuevos retos que exige la sociedad actual y, por eso, ofrecemos los medios para facilitar la comunicación entre las personas, proporcionándoles la tecnología más segura y de vanguardia.

Trabajamos cada día con un espíritu innovador y con un inmenso potencial tecnológico que multiplica la capacidad de elegir de nuestros clientes en un mundo en el que la tecnología forma parte esencial del ser humano.

G4-5, G4-6

Nuestra sede central está en Madrid. En la actualidad, operamos en 16 países, sin contar con Reino Unido^(*), y tenemos una base de clientes de 322.3 millones de accesos en España, Alemania y Latinoamérica, donde se concentra la mayor parte de nuestra estrategia de crecimiento. Somos una de las compañías del sector con

mayor carácter internacional, al generar una cifra cercana al 74% del negocio fuera del mercado doméstico.

G4-4

Movistar (para España y Latinoamérica, a excepción de Brasil), Vivo (en Brasil) y O2 (Alemania) son las principales marcas bajo las que articulamos nuestra oferta comercial.

Ofrecemos los medios para facilitar la comunicación entre las personas, proporcionándoles la tecnología más segura y de vanguardia

Somos una empresa totalmente privada y contamos con 1'328,308 accionistas directos. Cotizamos en el mercado continuo de las bolsas españolas y en las bolsas de Londres, Nueva York, Lima y Buenos Aires.

Ingresos netos de
829,591
millones de pesos

129,890
colaboradores
a nivel global

Operaciones en
16 países

Capitalización
bursátil de
894,631
millones de pesos

^(*) Desde el primer trimestre de 2015, las operaciones de Telefónica Reino Unido se reportan como operación en discontinuación dentro del Grupo. Sus activos y pasivos son clasificados como "mantenidos para la venta" conforme a las NIIF (Normas Internacionales de Información Financiera), consecuencia de la firma del acuerdo definitivo de venta de la Compañía en marzo de 2015.



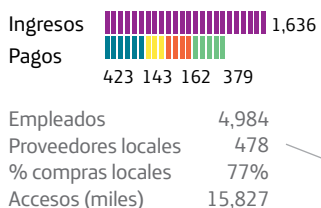
Telefónica en el mundo

G4-6, G4-8, G4-9, G4-10, G4-12, G4-EC1, G4-EC9

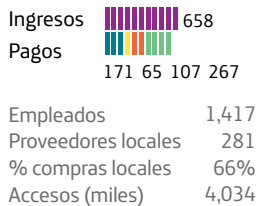
Todos los datos económicos en millones de dólares



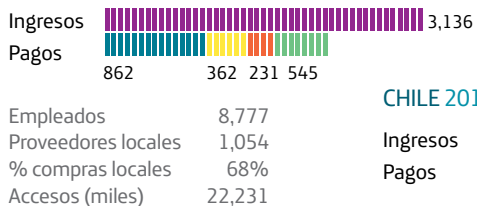
COLOMBIA 2015



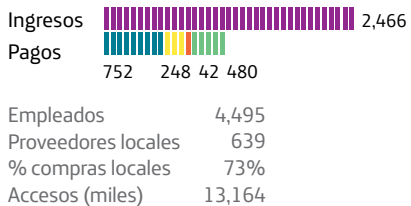
ECUADOR 2015



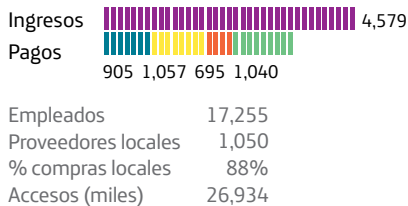
PERÚ 2015



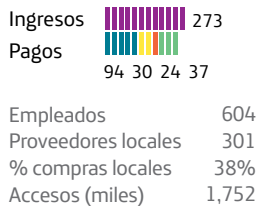
CHILE 2015



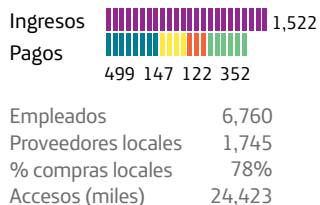
ARGENTINA 2015



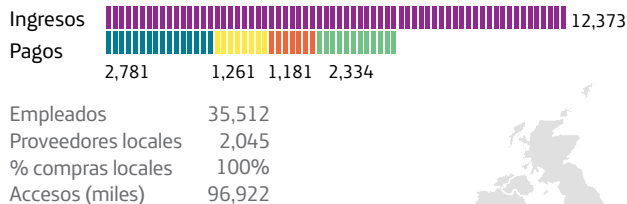
URUGUAY 2015



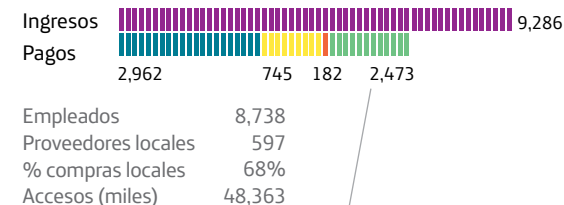
VENEZUELA + CENTROAMÉRICA 2015



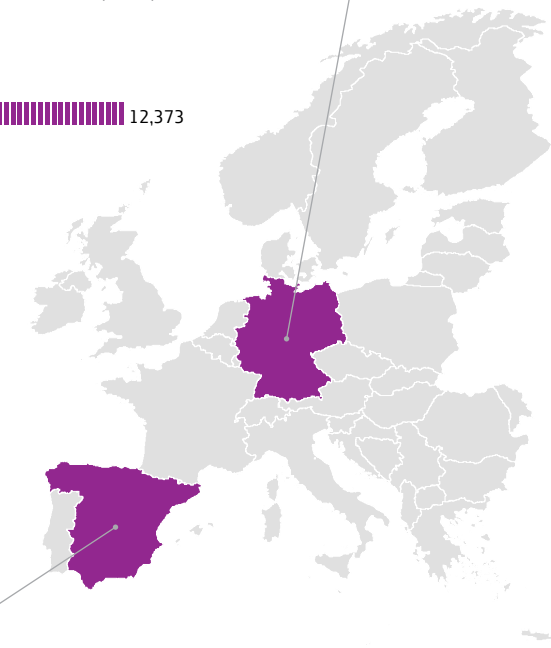
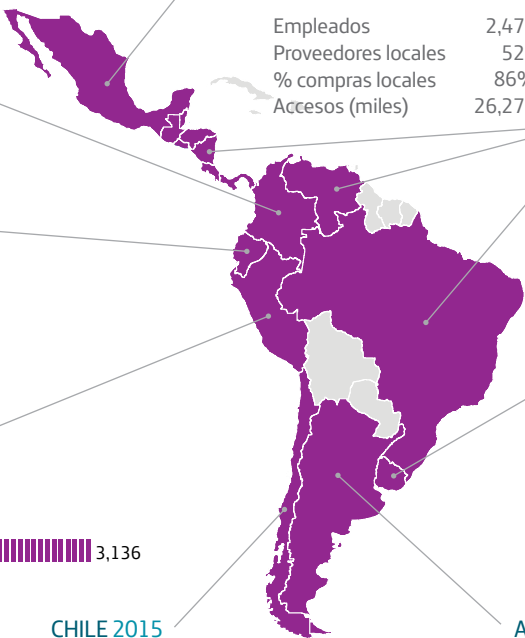
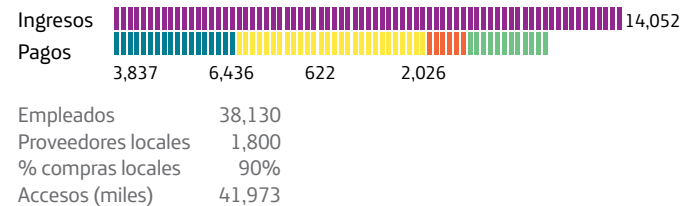
BRASIL 2015



ALEMANIA 2015

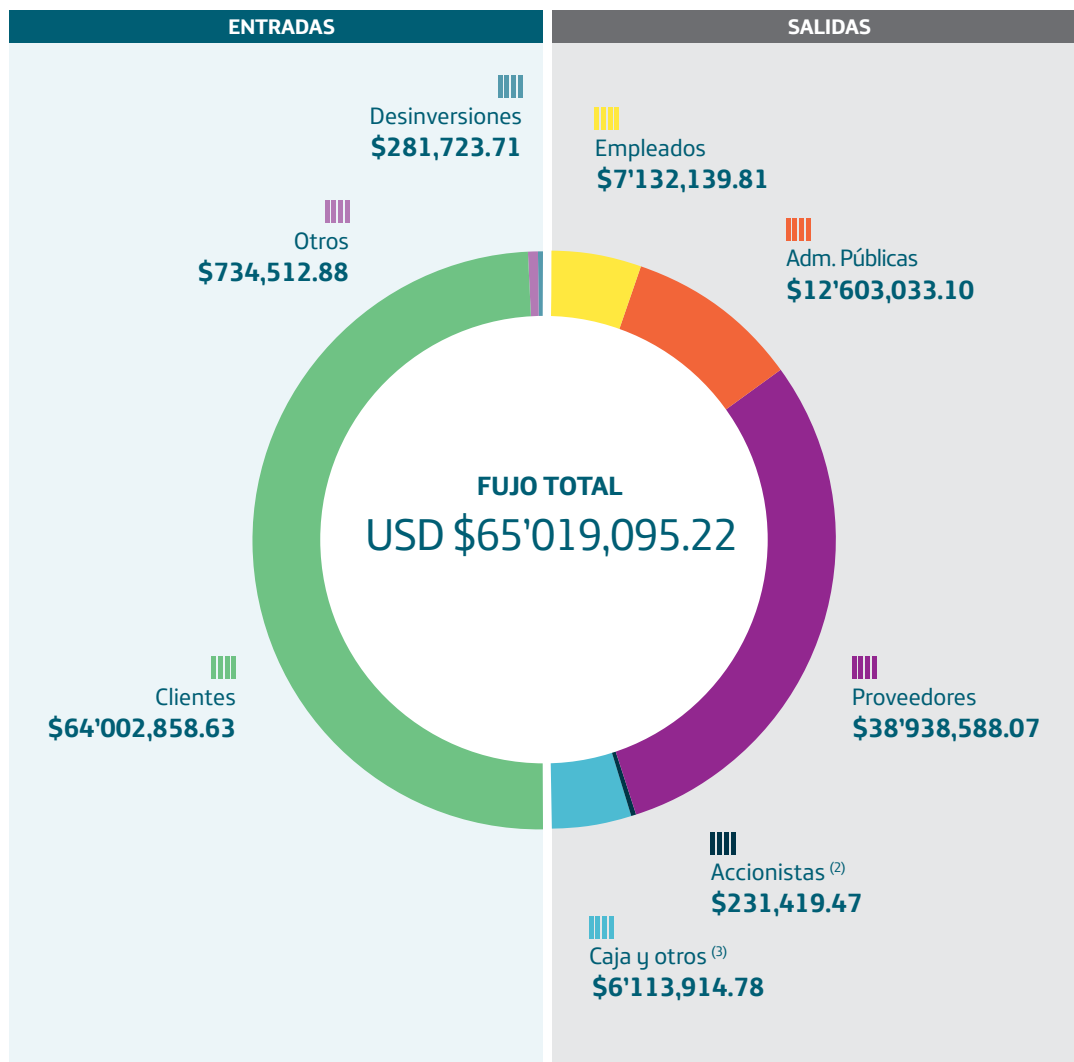


ESPAÑA 2015





Cash flow social de Telefónica S.A. ⁽¹⁾



⁽¹⁾ Información correspondiente al Corporativo; cifras en dólares.

⁽²⁾ Efecto neto de la contabilización de dividendos y operaciones con acciones propias con ampliación de capital.

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

Telefónica en México

G4-DMA Desempeño económico

G4-4

Somos una organización de alto desempeño y líder en la innovación de productos y servicios de telecomunicaciones. Nos destacamos por la calidad de servicio, la cercanía con nuestros usuarios y las ofertas comerciales más atractivas del mercado bajo la marca Movistar.

G4-56

En Telefónica México creemos que la tecnología debe estar al alcance de todos para mejorar la vida de las personas

G4-4, G4-5, G4-17

Tenemos presencia en México desde el año 2001 y hemos participado y competido en el mercado de telecomunicaciones ofreciendo productos y servicios innovadores que gozan de alta calidad. Nos encontramos en México a través de:

- Movistar, la marca comercial mediante la cual ofrecemos servicios de comunicación de telefonía móvil, fija e Internet.
- Terra, la marca comercial a través de la que proporcionamos la oferta de servicios interactivos y contenidos en Internet.

- TIS (Telefónica Ingeniería de Seguridad), la filial por medio de la cual ofrecemos servicios de seguridad de la información y protección contra incendios.
- Fundación Telefónica, el ente que articula todas nuestras acciones sociales en torno a tres temas fundamentales –Acceso a la educación, Calidad educativa y Acceso al conocimiento, aunados a la gestión de nuestro Voluntariado Corporativo–.
- Wayra, aceleradora de negocios para *startups* digitales de Telefónica *Open Future*_, cuyo objetivo es fomentar la cultura emprendedora y digital.

G4-8

Ofrecemos tecnología 3.5G en 40 mil localidades de la República Mexicana, que equivale al 88.5% de la población urbana del país y, con el reciente lanzamiento de la nueva red 4GLTE (*Long Term Evolution*), garantizamos una velocidad de conexión promedio de 20 Mbps, es decir, hasta 10 veces más rápida que la red 3G. De esta manera nos estamos transformando en una *Onlife* Telco, ofreciendo un servicio de vanguardia que permite disfrutar de los beneficios de la Internet móvil de última generación.

G4-15

Somos una empresa honesta y transparente, por lo que por 12º año consecutivo hemos sido reconocidos con el Distintivo “Empresa Socialmente Responsable” otorgado por el

Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial (AliaRSE). Adicionalmente, durante los últimos cuatro años hemos recibido el premio “Ética y Valores en la Industria” otorgado por la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN).

Realizamos distintas actividades que contribuyen al desarrollo ambiental, económico, social y cultural del país. Somos parte de las 10 empresas líderes en materia de sustentabilidad en México, debido a los importantes avances alcanzados en materia de eficiencia energética y gestión ambiental y, a través de Fundación Telefónica, promovemos la educación, el arte, la cultura digital, proyectos de voluntariado y otros programas sociales.



G4-6, G4-9

Contamos con la mejor cobertura nacional:

Más de 93 mil localidades

81 mil km carreteros

26.9 millones de clientes

231 Centros de Atención a Clientes (CAC)

36 Plazas Movistar

26 “Smart Stores” o Tiendas Inteligentes a nivel nacional

3 Centros de Experiencia Movistar ubicados en Puebla, Guadalajara y la Ciudad de México

Más de 7 mil puntos de venta indirecta en todo el país

Motor de progreso

G4-DMA Desempeño económico, Consecuencias económicas indirectas (general y específico), Política pública (específico), Prácticas de competencia desleal

En Telefónica México trabajamos por la generación de valor en los lugares en los que tenemos presencia, produciendo beneficios económicos y sociales para todos nuestros grupos de interés.

G4-2, G4-EC7

La entrada de Telefónica a México ha motivado mejoras en el entorno económico, como el incremento en la competencia, lo cual se traduce en beneficios para los consumidores debido a la baja en los precios de las telecomunicaciones, permitiendo así el acceso y uso intensivo de los servicios a millones de mexicanos, como ha sido demostrado por organismos internacionales, pues la disponibilidad de banda ancha a precios competitivos es una palanca clave para el desarrollo.

En 2015, Telefónica México representó el 8% de los ingresos totales de la industria, mientras que tuvo un porcentaje cercano al 10% del total de las inversiones en telecomunicaciones, lo cual muestra nuestro compromiso con el desarrollo nacional.

Actuamos en función de la demanda de las diversas comunidades por infraestructura o servicios y a través del proyecto de franquicias rurales nos es posible desplegar infraestructura en poblaciones urbanas y sub-urbanas que se encuentran por fuera del modelo usual de negocio de la compañía.

Asimismo, el incremento en la competencia causó un aumento en la inversión total de la industria, fomentando la investigación e innovación tecnológica, ofreciendo así mejores servicios a los consumidores.

En 2015, concretamos el intercambio de espectro con AT&T, impacto positivo que se traduce en una eficiencia operativa para nuestra compañía en un escenario de libre competencia y colaboración

Hemos sido pioneros en la mejora de diversos servicios, por ejemplo, el lanzamiento de nuevas tecnologías –como la red 4G LTE–; la inclusión de voz y SMS ilimitados en planes de prepago y pospago; y la inclusión de redes sociales –Facebook, Whatsapp y Twitter– con uso ilimitado en prepago y pospago a través de sus apps; además, eliminamos la larga distancia nacional.

G4-EC8

Otros beneficios económicos son la creación de empleos –más de 26,000 empleos directos de alta calidad–, la inversión extranjera –6,337 millones de pesos de CapEx al año, aproximadamente– y la recaudación fiscal –más de 2,376 millones de pesos anuales en pagos de licencias de espectro–.

En cuanto a los beneficios sociales, a través de Fundación Telefónica fomentamos el

emprendimiento social y llevamos a cabo diferentes programas que tienen como objetivo incentivar la inclusión digital. Tal es el caso de nuestra participación activa en el Encuentro Internacional Virtual Educa México, en el cual se presentó el proyecto Aula Móvil, una innovadora propuesta de inclusión digital que tiene la finalidad de mejorar el uso y aprovechamiento de tecnologías para impulsar el aprendizaje de estudiantes y reducir la brecha digital en escuelas públicas rurales y urbano-marginales.

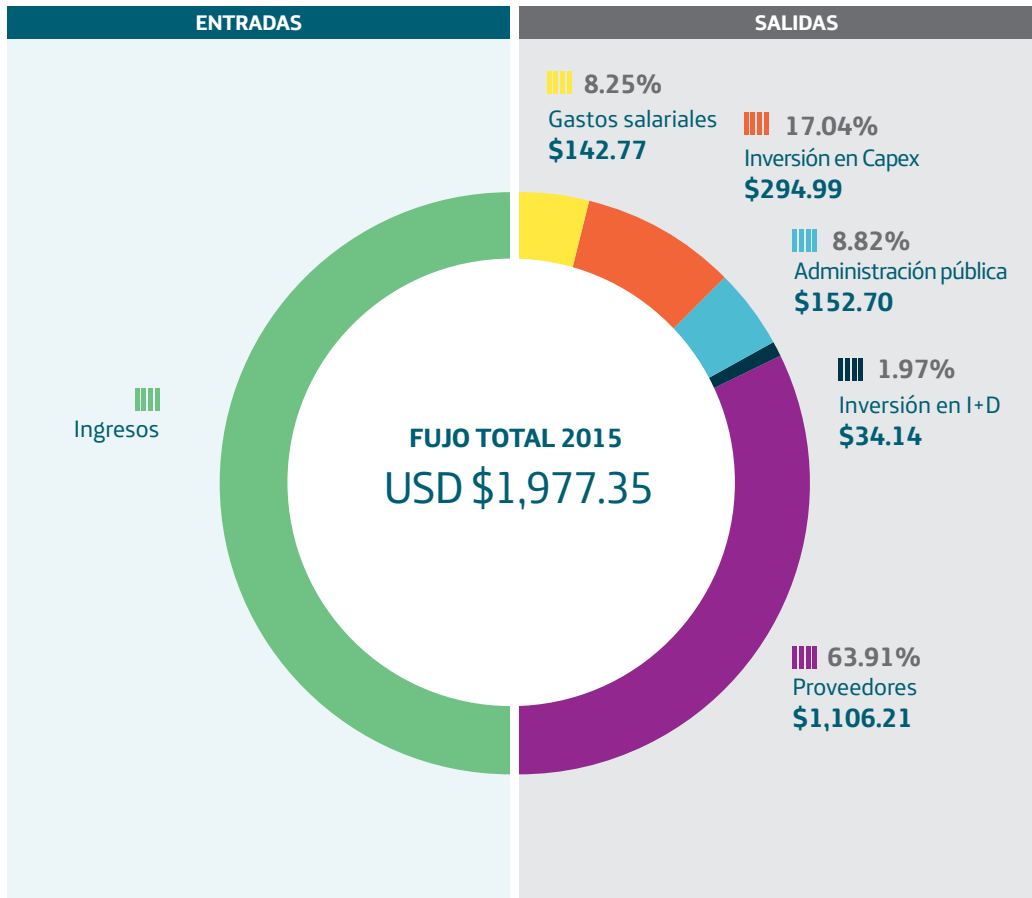
Así también, a través de Wayra –aceleradora de negocios reconocida por tres años consecutivos como incubadora de alto impacto por el INADEM–, buscamos apoyar a los mejores emprendedores mexicanos a desarrollar sus ideas con el fin de generar empresas exitosas e impulsar el desarrollo tecnológico y económico del país.



Una empresa con excelentes resultados

G4-EC1

Cash flow social de Telefónica México^(*)



Impacto de **40,737** empleos directos e indirectos

+1,387 millones de pesos, resultado del intercambio de espectro con AT&T en México

21.6% de aumento en margen de OIBDA; ganancia de **1.23%** respecto a 2014

29.8% de crecimiento en parque postpago

^(*) Cifras en millones de dólares.



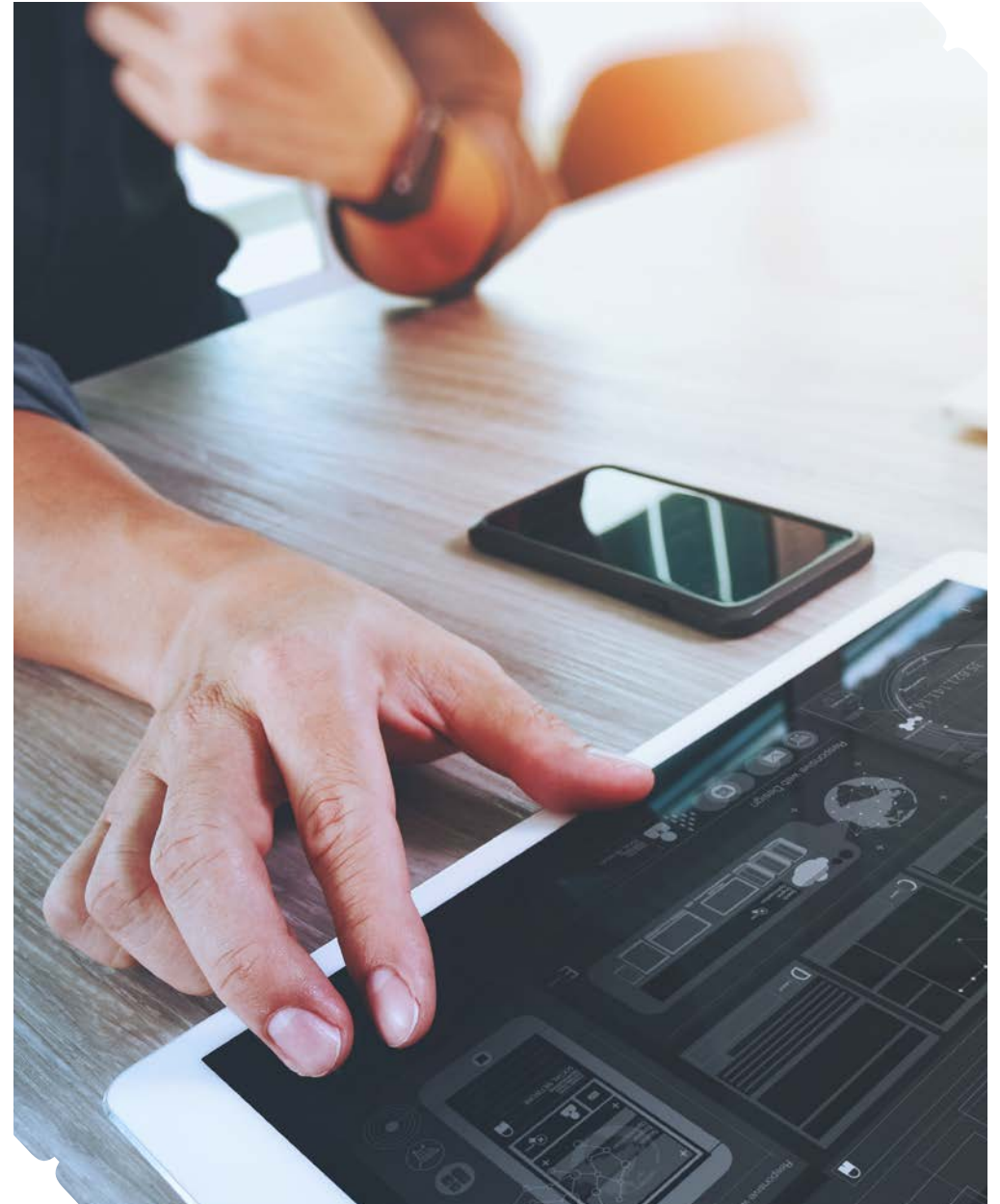
G4-EC8

Ingresos por
+31,325 millones de pesos en 2015, aumento de **7.6%** con respecto al año anterior

MXN
\$30'573,158.46, monto destinado por Fundación Telefónica a donaciones

336,325 beneficiarios directos e indirectos de las acciones realizadas por Fundación Telefónica

8,502 kWh de energía renovable producidos para nuestro propio consumo





3 { Elegimos un modelo de negocio responsable }

Visión y estrategia de Sostenibilidad

G4-56

Visión

La vida digital es la vida, y la tecnología es parte esencial del ser humano

En Telefónica queremos crear, proteger e impulsar las conexiones de la vida para que las personas elijan un mundo de posibilidades infinitas. Y poniendo el foco en las personas, aspiramos a convertirnos en una *Onlife* Telco.

Basamos nuestra estrategia de sostenibilidad en la gestión responsable del negocio, aprovechando oportunidades y mitigando riesgos, logrando incrementar nuestra eficiencia y un crecimiento sostenible, lo cual permite que contribuyamos al desarrollo social y económico del país.

El modelo de negocio responsable considera como principios básicos una cultura de integridad, compromiso y confiabilidad, los cuales hacen posible ganar la confianza de nuestros clientes. Para contribuir con ello, trabajamos por ofrecer a nuestros clientes productos más sencillos y de calidad, que les simplifiquen la vida y, a su vez, ellos valoran sobre todo, que seamos transparentes e íntegros en nuestro trato, aprecian la innovación y la seguridad que proporcionamos en los servicios que prestamos y la manera en que gestionamos sus datos personales.

Los inversores nos exigen que llevemos a cabo una estrategia de sostenibilidad, que garantice nuestra rentabilidad a largo plazo. Y finalmente, las sociedades en las que operamos nos piden, no sólo que actuemos como una empresa responsable, sino también que contribuyamos al desarrollo social y económico.

Para poder dar respuesta a estas expectativas, los objetivos de sostenibilidad económica, social y medioambiental deben ir de la mano de los objetivos de negocio de la propia Compañía, incorporarse a los procesos y metas de las áreas de negocio y, en definitiva, formar parte de nuestro ADN.

Nuestra estrategia ha dado origen al Plan Global de Negocio Responsable, en el cual basamos nuestra orientación en Telefónica México. Éste se encuentra constituido por seis elementos esenciales, cuya importancia radica en la creación de valor en beneficio de todos nuestros grupos de interés:



El negocio responsable es la bandera del nuevo plan estratégico de Telefónica, que se sustenta en seis elementos claves, tres para la propuesta de valor –Conectividad excelente, Oferta integral y Valores y Experiencia de Cliente– y tres habilitadores –*Big Data* e Innovación, Digitalización extremo a extremo y Asignación de

capital y simplificación–. Aunado a ello, nuestro modelo de actuación se basa en tres niveles de compromiso, los cuales cubren la totalidad de nuestra cadena de valor: gestión de riesgos, productividad responsable y la sostenibilidad como palanca de crecimiento.

Modelo de actuación

G4-DMA No discriminación, Cumplimiento

G4-2, G4-14

En Telefónica México basamos nuestro modelo de actuación en tres niveles de compromiso que cubren la totalidad de la cadena de valor de la Compañía:

Sostenibilidad como palanca de crecimiento

Ponemos en valor los beneficios sociales o medioambientales de los productos y servicios que ofrecemos a nuestros clientes, empresas y particulares; trabajamos para que el entorno digital sea cada vez más abierto y seguro, de modo que las oportunidades de la tecnología estén al alcance de todos, promoviendo la accesibilidad geográfica, social y personal a la tecnología.

Cumplimiento y gestión de riesgos

Garantizamos el cumplimiento de nuestro marco regulatorio internacional, nacional y local, coordinándolo a nivel corporativo, para anticiparnos a tendencias o cambios legislativos en un entorno en el que cada vez más ámbitos económicos, sociales y medioambientales están siendo objeto de regulación.

Productividad responsable

Trabajamos para mejorar nuestra productividad incorporando criterios de sostenibilidad de forma transversal a todos nuestros procesos. Además de la oferta a los clientes, la calidad y la atención, buscamos eficiencias y valor a través de un compromiso a largo plazo con la gestión del talento, la eficiencia energética y los temas ambientales, la cadena de suministro, entre otros y, en general, una cultura de ética e integridad que impregne todas nuestras actuaciones, tanto internas como externas.

Nuestros grupos de interés



G4-24, G4-26

En Telefónica México definimos la relación con los distintos grupos de interés de conformidad con la observación del entorno político, legislativo e institucional, a partir del cual identificamos las áreas involucradas de la compañía y establecemos los mecanismos de comunicación que faciliten la toma de decisiones.

G4-25

Así, la definición de nuestros grupos de interés se fundamenta en el análisis del entorno externo por parte del área de Relaciones Institucionales –quien interactúa con entidades de gobierno, academia, líderes de opinión, cámaras y asociaciones sectoriales, entre otros grupos–. La interacción con los grupos de interés se desarrolla de forma permanente en función de la agenda regulatoria, de la actualidad legislativa y normativa así como de las necesidades específicas y objetivos estratégicos de la compañía.

Conocer las necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés es fundamental para cumplir con nuestro compromiso de generar valor

y contribuir al progreso de México. Por esta razón, hemos establecido y fortalecido diversos canales corporativos de comunicación para posicionar a la marca Telefónica como referente en tecnología digital “Onlife Telco” en la Internet y en las redes sociales con la difusión de contenidos digitales relacionados con la tecnología y el reforzamiento de tópicos de capital humano, enfocados a la atracción de talento.

Los principales temas que nuestros grupos de interés abordan por medio de los distintos canales son el servicio de nuestra marca comercial. Obtuvimos más de 4.8 millones de impresiones en Twitter, 6,895 en Facebook y 63,948 en LinkedIn.

También difundimos en redes sociales contenidos que abordan el tema de responsabilidad social, los cuales engloban diversos tópicos como medio ambiente, reputación, protección de datos, portales educativos, reciclaje de celulares y nuestras iniciativas en adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Con este tipo de información tuvimos nueve millones de impresiones, aproximadamente.

COLABORADORES

En Telefónica México buscamos que la comunicación con nuestros colaboradores sea abierta y transparente y es fundamental construir un vínculo cercano, por lo que los mantenemos informados, involucrados y motivados a través de diversas iniciativas de comunicación efectiva que transmiten la cultura organizacional, difunden mensajes clave y logran:

- Impulsar el cumplimiento de objetivos de negocio.
- Focalizar las prioridades del negocio.
- Consolidar el compromiso, a través de la identificación del grado de conexión intelectual y emocional de nuestros colaboradores con la organización.
- Crear un vehículo del clima y la cultura organizacional.
- Profundizar el conocimiento de los aspectos importantes para nuestra compañía.

Toda nuestra comunicación está alineada al nuevo programa corporativo “Elegimos todo” y enfocada en transmitir la visión, idea de marca, valores y estrategia del Grupo Telefónica, así como las prioridades establecidas para México, mismas que contribuyen a motivar y fortalecer el compromiso de nuestros colaboradores hacia el logro de los objetivos de negocio. Los temas de mayor relevancia se encuentran agrupados en

cinco categorías: Negocio, Estrategia, Beneficios para los colaboradores; Capital humano y Seguridad.

Nuestros medios de comunicación son evaluados anualmente por los colaboradores. Estos datos nos ayudan a identificar los puntos de mejora y medir el nivel de satisfacción en el servicio que brinda el área de Comunicación Interna a las diferentes áreas de la compañía a nivel nacional, para así lograr una comunicación efectiva.

Comunicado interno

Representa el medio de comunicación más efectivo, debido a que llama la atención de manera inmediata y provee información útil para la labor diaria. Además, es un recurso útil para conectar a los colaboradores con otros medios y herramientas para obtener información, como nuestra Intranet, Yammer, pantallas de plasma, canales globales como el Diario Telefónica y la Intranet global, entre otros.

600 comunicados enviados a nuestros colaboradores en promedio al año



Información semanal –compendio–

Este boletín electrónico consta de información actual, clara, útil e interesante. Lo enviamos cada lunes y tiene como objetivo integrar la información más relevante y de interés general. Con él optimizamos el tiempo de nuestros colaboradores y fomentamos el uso adecuado del correo electrónico.

Pantallas de plasma en pasillos y elevadores

Representan un medio audiovisual e inmediato que permite que el mensaje se permee a toda la organización con mayor rapidez; se encuentran ubicadas en los puntos de mayor afluencia de nuestras oficinas en la Ciudad de México, Tijuana, Monterrey, Guadalajara, Ciudad Juárez, Culiacán, Mérida y León, y en ellas transmitimos mensajes corporativos, entrevistas, eventos, resultados de negocio, patrocinios, campañas comerciales, videos que se generan de proyectos y ruedas de prensa.

Intranet

Por su contenido y utilidad para nuestros colaboradores, constituye el medio de mayor consulta, impacto e importancia, ya que forma parte del mundo digital al ser un instrumento interactivo y el medio de referencia de información y comunicación, convirtiéndose en una excelente herramienta de trabajo en Telefónica México y a nivel global. Este portal es actualizado diariamente y permite la publicación de información de negocio en una gran diversidad de formatos, haciendo de él una plataforma de navegación accesible.

Diario Telefónica

Herramienta editada en España útil para consultar a diario información de todos los países donde Telefónica tiene presencia. El contenido se origina directamente de los equipos de Comunicación Interna de cada país, por lo que se considera un

Crecimiento, Transformación y Cultura fueron los pilares de la estrategia de comunicación de Telefónica México durante 2015

medio oficial, de total credibilidad y que dota de potencia a los mensajes que en él se publican.

Yammer

Para consolidarnos como una *Onlife* Telco, utilizamos herramientas como nuestra red social corporativa Yammer, la cual nos permite estar en comunicación con nuestros compañeros ubicados en otros países en los que Telefónica tiene presencia y difundir eventos, información estratégica útil, datos de interés sobre temas de cada país y globales, además de compartir mejores prácticas.

Campañas internas

Son los esfuerzos de comunicación para difundir –de manera creativa– mensajes clave y de alto impacto para el negocio, a través de la utilización simultánea de medios internos, como fondos y protectores de pantalla, SMS, pantallas de plasma, *mailing*, actividades y promocionales.

CRECER, TRANSFORMAR Y CULTURA

Son los tres ejes que forman parte de nuestro *modus operandi* corporativo, pues **crecemos** aceleradamente para ubicarnos en la primera línea de empresas de telecomunicaciones en el país; **transformamos** nuestra operación para ser más eficientes, ágiles y rápidos; y nuestra **cultura** es atacante y somos abiertos, retadores y confiables.



ELEGIMOS TODO_

Programa que arribó a finales de 2015 para innovar y sensibilizar a todos nuestros colaboradores sobre la importancia de la estrategia de la compañía, enfatizando en profundidad sobre cada uno de los pilares –representados en las caras de un cubo–, y sobre cómo se relacionan entre sí para lograr ser una *Onlife Telco* en 2020. Se enfoca en las personas y en los proyectos específicos, a través de datos básicos que permitan entender por qué hacemos lo que hacemos y, sobre todo, quién es el responsable de cada actividad u objetivo, además de mostrar diálogo y sentimiento de unidad para que los colaboradores logren percibir a toda una compañía alineada a las mismas metas y hacia una sola dirección.



En 2015 tuvimos un mayor acercamiento con las universidades con la apertura de la cuenta de Telefonía México en LinkedIn, cerrando el año con 9,990 contactos y logrando una mayor interacción con nuestro público joven

PROVEEDORES

Contamos con el Boletín Aliados, herramienta que tiene por objetivo mantener una estrecha comunicación con los ejecutivos y colaboradores de nuestras empresas aliadas. Lo distribuimos bimestralmente a nivel nacional para compartir con nuestros aliados diferentes temas de interés social, cultural, empresarial y comercial de Telefonía. Además, a través del área gestora de Compras, los proveedores pueden comunicarse con la empresa.

SOCIEDAD EN GENERAL

Los canales de comunicación digital de Telefonía México son las redes sociales:

- **Twitter:** @TelefonicaMX, con 42,970 seguidores, aumento de 19.4% con respecto a 2014.
- **Facebook:** 11,772 likes, incremento de 49.7% con respecto al año anterior.
- **LinkedIn:** 9,990 (de reciente apertura).
- **YouTube:** soporta el contenido audiovisual para las diferentes audiencias.

Contamos con un sitio web corporativo: www.telefonica.com.mx, con un promedio de 25,000 visitas mensuales. Aloja información sobre

notas de prensa con resultados financieros, lanzamiento de productos y servicios comerciales, acuerdos corporativos, y cuenta con secciones de Patrocinios, Responsabilidad Corporativa y Capital Humano. Además, tiene una sección específica titulada "Contáctanos", en la que se pueden dirigir preguntas y comentarios, los cuales son respondidos de manera oportuna.

UNIVERSIDADES

Nuevamente difundimos el Estímulo Telefonía a la Comunicación (ETECOM 2015), que reconoce la excelencia de los mejores trabajos que presentan los estudiantes de las carreras de comunicación y periodismo, con el fin de motivar la competitividad de los futuros profesionales en el ejercicio de su actividad.

Los ganadores de México triunfaron en el concurso internacional en la categoría de Prensa Digital, lograron el primer lugar en el ETECOM Latam 2015 y tuvieron la oportunidad de viajar a Madrid y realizar una pasantía en el diario "El País". Desplegamos una gran difusión del evento y logramos un mayor acercamiento con varias universidades en México, obteniendo un alcance de más de 8 millones de impresiones en Twitter y 123,311 en Facebook.



MEDIOS DE COMUNICACIÓN

En Telefónica México tenemos una relación cercana con diversos medios de comunicación, a través de quienes difundimos los mensajes clave a nuestras audiencias. Los resultados de interacción durante 2015 fueron los siguientes:

Noticieros de radio

Transmitimos los temas que son de mayor interés para nuestra empresa en los principales noticieros de radio a nivel nacional, con énfasis en los de corte financiero, por ejemplo, Fórmula Financiera y Enfoque Financiero, entre otros.

Boletines de prensa

Enviamos 114 boletines de prensa relativos a las actividades y noticias relevantes de Movistar, Telefónica México, Fundación Telefónica, y aquellas de importancia a nivel corporativo. Difundimos esta información también en los canales digitales de Telefónica México en la sala de prensa virtual local y en redes sociales, como Facebook y Twitter.

Atención a medios de comunicación

En 2015, atendimos 175 solicitudes de información para reporteros y representantes de medios de comunicación, nacionales y extranjeros.

Inserciones en periódicos y revistas

En 2015 gestionamos entrevistas, reportajes, publirreportajes e inserciones especiales en periódicos y revistas con cobertura a nivel nacional y local, según la relevancia geográfica de la información.

Aunado a las actividades anteriores, hicimos llegar diversas invitaciones a especialistas en comunicación y periodismo para participar en distintos eventos relevantes, entre las cuales se encuentran:

- Invitación a periodistas expertos en diversas áreas del periodismo a ETECOM 2015, con el fin de conformar el jurado del evento. Este año fue el periódico El Financiero en conjunto con su área digital, quien se unió a ETECOM, brindando difusión y facilidades para una pasantía dentro de sus instalaciones.
- Invitación dirigida a líderes de opinión, periodistas y ejecutivos de medios y a su público objetivo, a partidos de fútbol, conciertos y eventos especiales patrocinados por la marca Movistar.
- Invitación dirigida a la periodista Alicia Salgado para cubrir las actividades del MWC 2015, en Barcelona.
- Invitación al periodista Roberto Noguez para vivir la experiencia "Vacaciones Solidarias" de Voluntarios Telefónica, en Guadalajara, Jalisco.

Así también, llevamos a cabo la conferencia de prensa "Nos importa México 'We Care'" y conferencias simultáneas para dar a conocer la nueva estrategia de servicios 4LGT de Movistar Región Norte y Occidente.





CÁMARAS Y ASOCIACIONES SECTORIALES

G4-DMA Política pública, Prácticas de competencia desleal

G4-16

Con la finalidad de conocer y participar en el contexto económico y político de México, interactuamos de manera permanente en cámaras y asociaciones sectoriales, lo cual nos permite trabajar para beneficiar a los usuarios en un ambiente de cooperación y de libre competencia. Las cámaras y asociaciones a las que pertenecemos son:

- **Asociación Nacional de Telecomunicaciones (ANATEL).** Constituye un foro de discusión que permite buscar acuerdos y reúne a operadores, fabricantes y empresas del sector de las telecomunicaciones y sirve de intermediario con actores políticos, organismos e instituciones públicas. Durante 2015 participamos en conjunto 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 del 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. En 2015 participamos en la Convención Anual de la CANIETI, celebrada en la Ciudad de México los días 6 y 7 de octubre, titulada "Innovación

y Talento: claves para el México competitivo del siglo XXI". Además, colaboramos con otros actores de la industria en la elaboración de propuestas normativas relativas a iniciativas y procedimientos regulatorios en curso.

- **Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI).** Representa una de las asociaciones de referencia en el ámbito de la Internet y las tecnologías de la información en México, además, sirve como interlocutor con el resto de actores de la industria y contribuye con la realización de estudios y análisis académicos sobre temas de interés en el sector. En 2015, en conjunto con el gobierno mexicano, la AMIPCI celebró el 18 de mayo como el "Día Mundial de Internet" en el Auditorio Aurora Jiménez de la Cámara de Diputados, con un repertorio de panelistas de talla internacional. En el marco de este evento, se presentó el "11º Estudio sobre los hábitos de los internautas en México".
- **Cámara Española de Comercio en México (CAMESCOM).** Constituye la principal representación empresarial de las compañías españolas en México. En 2015 participamos en el Consejo Directivo e impulsamos la creación de una Comisión de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información.

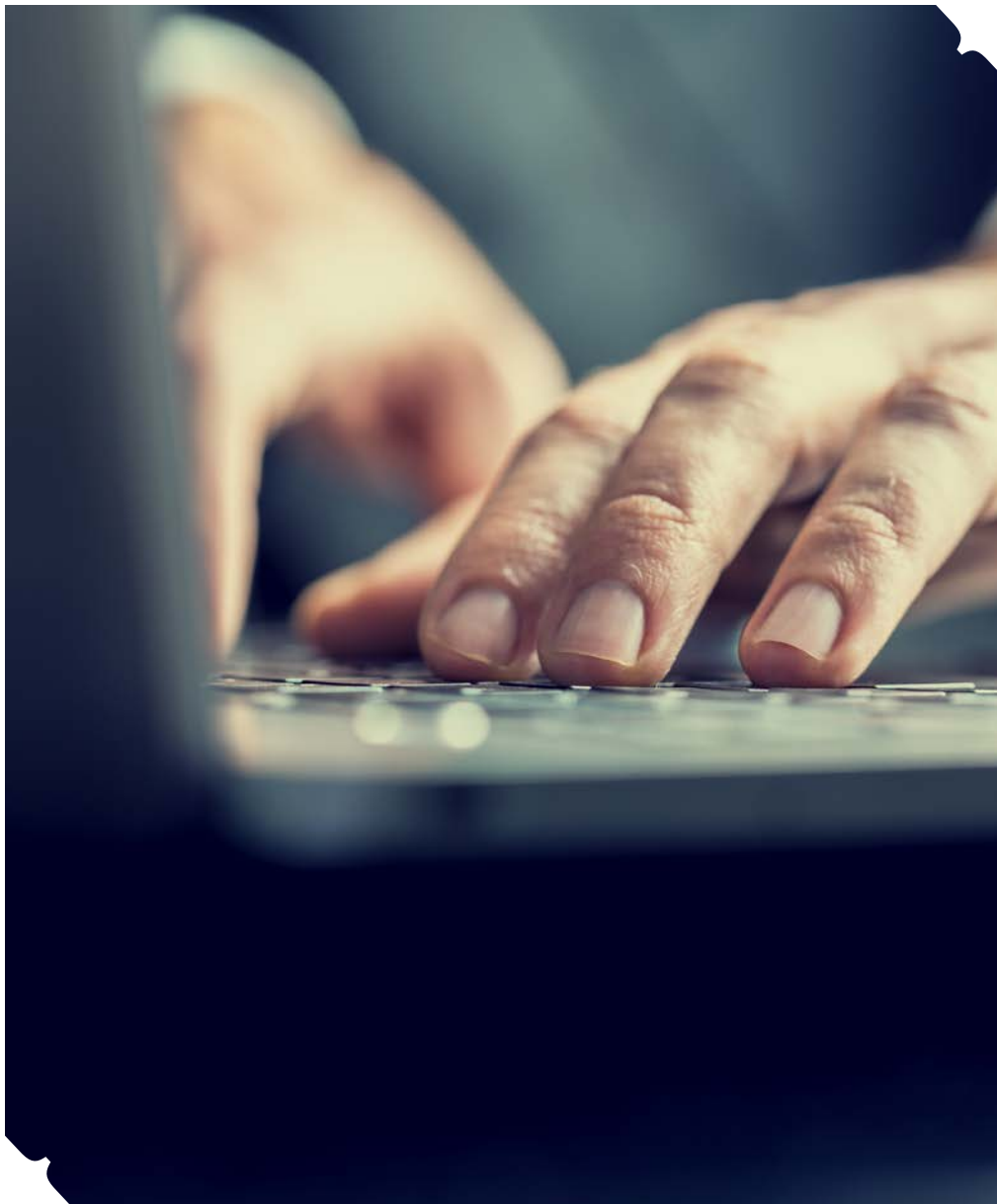
"NOS IMPORTA MÉXICO"

G4-15

Programa regional desarrollado por la Asociación Mundial de Operadores Móviles (GSMA) y a través del cual, a partir de 2015, los operadores móviles decidieron unirse para asumir diversos compromisos en los que el celular y las redes móviles pueden aportar soluciones a problemas sociales y así aumentar los beneficios transformadores de la tecnología móvil para los usuarios en un ambiente confiable y seguro. Esto es un espacio de colaboración entre los operadores móviles, las autoridades gubernamentales y regulatorias de cada país, las asociaciones sin ánimo de lucro y los propios usuarios.

En México, el programa se lanzó por medio de la ANATEL, bajo el nombre de "Nos importa México", con el desarrollo de los siguientes ejes:

- **Robo de celulares.** Utilización de la herramienta *Device Check* ubicada en el sitio del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) para corroborar la clave IMEI –*International Mobile Equipment Identity*– e identificar si el dispositivo que el usuario desea adquirir tiene o no reporte de robo.
- **Protección infantil.** Los operadores colaboraron con el Consejo Ciudadano de la Ciudad de México e instrumentaron la marcación de forma gratuita del *5533 para recibir llamadas con atención especializada para asuntos de violencia infantil en todos sus rubros. Además, se promovió la denuncia de contenido ilegal en línea, a través de la página web de la Alianza por la Seguridad en Internet (ASI).
- **Medio ambiente.** En el contexto del "Programa Verde", se desarrolló una alianza con Microsoft para la creación de un app que identifica la urna para depósito de desechos electrónicos más cercana a la ubicación del usuario.
- **Inclusión digital.** Impulso de la utilización de la herramienta GARI, la cual permite identificar el teléfono celular de mayor utilidad de acuerdo con las necesidades de discapacidad de los usuarios.



ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES

G4-15

La colaboración y coordinación con el tercer sector es fundamental para contribuir en la construcción y fortalecimiento del tejido y desarrollo social, así como al entendimiento de sus necesidades y expectativas, logrando trabajar juntos en un fuerte vínculo. Asimismo, la participación en iniciativas que fomentan la responsabilidad social corporativa permite sumar esfuerzos y contribuir al desarrollo del sector.

- **Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi).** Constituye la institución de referencia en el país sobre filantropía y responsabilidad social corporativa, agrupando a organizaciones sociales, empresas, ciudadanos e instituciones gubernamentales y educativas para conseguir una "sociedad más equitativa, solidaria y próspera". Desde 2012 formamos parte activa de su Comité Asesor de Responsabilidad Social Empresarial (RSE).
- **Pacto Mundial de las Naciones Unidas, Red México.** Es la iniciativa de sostenibilidad corporativa más grande del mundo y promueve el desarrollo de los negocios alineados a los principios universales de Derechos Humanos, estándares laborales, medio ambiente y lucha contra la corrupción. La Red de México tiene como misión lograr una economía global más sustentable e incluyente y, desde 2013, formamos parte de su Comité Ejecutivo, desde donde apoyamos la consecución de sus objetivos. En 2015, la Red México del Pacto Mundial organizó el "Encuentro Anual del Pacto Mundial en México", en cuyo marco lanzó en conjunto con el Fondo de las Naciones Unidas

para la Infancia (UNICEF) y *Save the Children*, los Principios Empresariales de los Derechos del Niño, y en el que Telefónica México participó.

Además, trabajamos con otras asociaciones no gubernamentales, como son Profesor Chiflado, Diseña el cambio, Innoma, entre otras.

OBJETIVOS 2016

- Crecimiento de 10% en nuestros canales digitales –redes sociales corporativas– de forma orgánica.
- Posicionar internamente a Telefónica México como una empresa "Onlife Telco".
- Optimizar nuestros canales de comunicación internos e incluir semanalmente información relevante de acuerdo con nuestras tres prioridades de negocio, y que ayude a nuestros colaboradores a identificar los puntos de enfoque.
- Creación de alianzas y campañas estratégicas que permitan reproducir la comunicación de manera más efectiva y amplia, con el fin de llegar a un mayor público objetivo, favoreciendo así la transparencia.
- Organización y participación en eventos afines a nuestra filosofía para difundir mensajes de manera efectiva.



4 { Elegimos nuestros principios éticos }



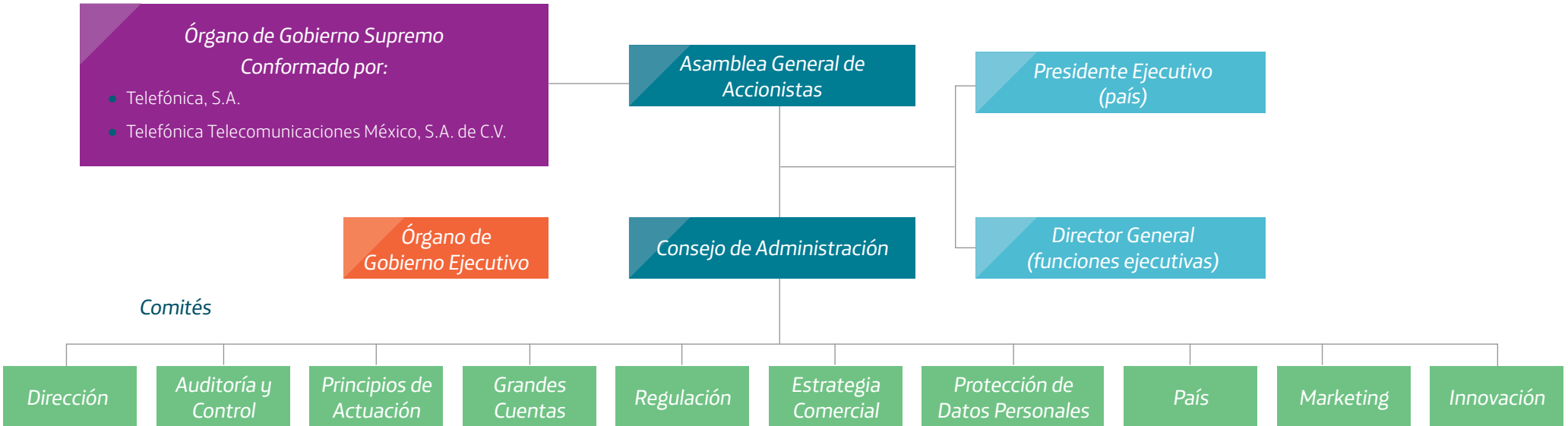
Gobierno corporativo

La organización, el funcionamiento y las responsabilidades de nuestro Consejo de Administración se encuentran en los estatutos sociales de la Compañía –los cuales son públicos al encontrarse inscritos en el Registro Público de Comercio– y en diversas

disposiciones legales mexicanas –como la Ley General de Sociedades Mercantiles (LGSM)–. Adicionalmente, en Telefónica México seguimos las recomendaciones y normativa de nuestra sociedad matriz, ubicada en España.

ESTRUCTURA DE GOBIERNO

G4-3, G4-7, G4-34, G4-36





Asamblea de Accionistas

Es el máximo órgano de gobierno y de conformidad con las directrices mencionadas, tiene la obligación de reunirse por lo menos una vez al año, con la finalidad de adoptar resoluciones sobre el desempeño económico de nuestra Compañía durante el ejercicio social inmediato anterior en función de la información y documentación presentada por el Consejo de Administración y el Comisario de la Compañía con el objetivo de adoptar las medidas que juzguen necesarias y/u oportunas.

Para mayor información sobre la Asamblea de Accionistas, visita nuestra página: <https://www.telefonica.com/es/web/shareholders-investors/>

Consejo de Administración

G4-35, G4-36, G4-38, G4-39

Nuestro Consejo de Administración se encuentra constituido por 11 miembros, ocho de los cuales son independientes, dos son ejecutivos y uno de ellos ocupa el cargo de Presidente⁽¹⁾ –designado por la Asamblea de Accionistas–. En Telefónica México, con el fin de nombrar y elegir a los miembros del Consejo de Administración, aplicamos las sugerencias del Código de Mejores Prácticas Corporativas emitido por el Consejo Coordinador Empresarial.

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

G4-45, G4-47

Nuestro Consejo de Administración sesiona al menos cuatro veces al año para abordar los asuntos más relevantes, incluyendo aspectos financieros, presupuestales, de negocio, etc., y así, reportar anualmente a la Asamblea de Accionistas los resultados sobre el desempeño

económico y financiero de la Compañía, las políticas seguidas por los administradores y los principales proyectos existentes para, en su caso, adoptar las medidas necesarias y convenientes para mejorar el funcionamiento.

G4-40, G4-43

El procedimiento de capacitación y experiencia elegible de los miembros del Consejo de Administración es ejecutado por la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, la cual depende directamente de nuestra sociedad matriz y se basa exclusivamente en los méritos personales de cada candidato, tales como solvencia, competencia, experiencia y capacidad de dedicación en tiempo y esfuerzo al ejercicio de las funciones de consejero. Con respecto a su sensibilización y compromiso en temas de Responsabilidad Corporativa, hemos trabajado de conformidad con lo dispuesto por el Comité de Nombramientos de nuestra sociedad matriz.

G4-35

Asimismo, existen mecanismos para equilibrar el nivel de autoridad, responsabilidad y capacidad de las personas que toman decisiones en representación de nuestra Compañía, mismos que se encuentran establecidos en la circular denominada “Marco de los Apoderamientos de Directivos de Empresas del Grupo Telefónica”, que cumple con las disposiciones legales aplicables en México.

Por otro lado, dentro de la empresa existen diferentes comités que aseguran la toma de las mejores decisiones, tales como: Comité de Dirección, Comité de Auditoría y Control, Comité de Innovación, Comité de Protección de Datos Personales, entre otros.

G4-45

Con el fin de dar cumplimiento a la normatividad aplicable, ambos órganos de gobierno tienen la facultad de adoptar las resoluciones necesarias para la identificación y gestión de impactos, riesgos y oportunidades en materia social, económica y ambiental



CONFLICTOS DE INTERÉS

G4-DMA Lucha contra la corrupción (específico)

G4-41

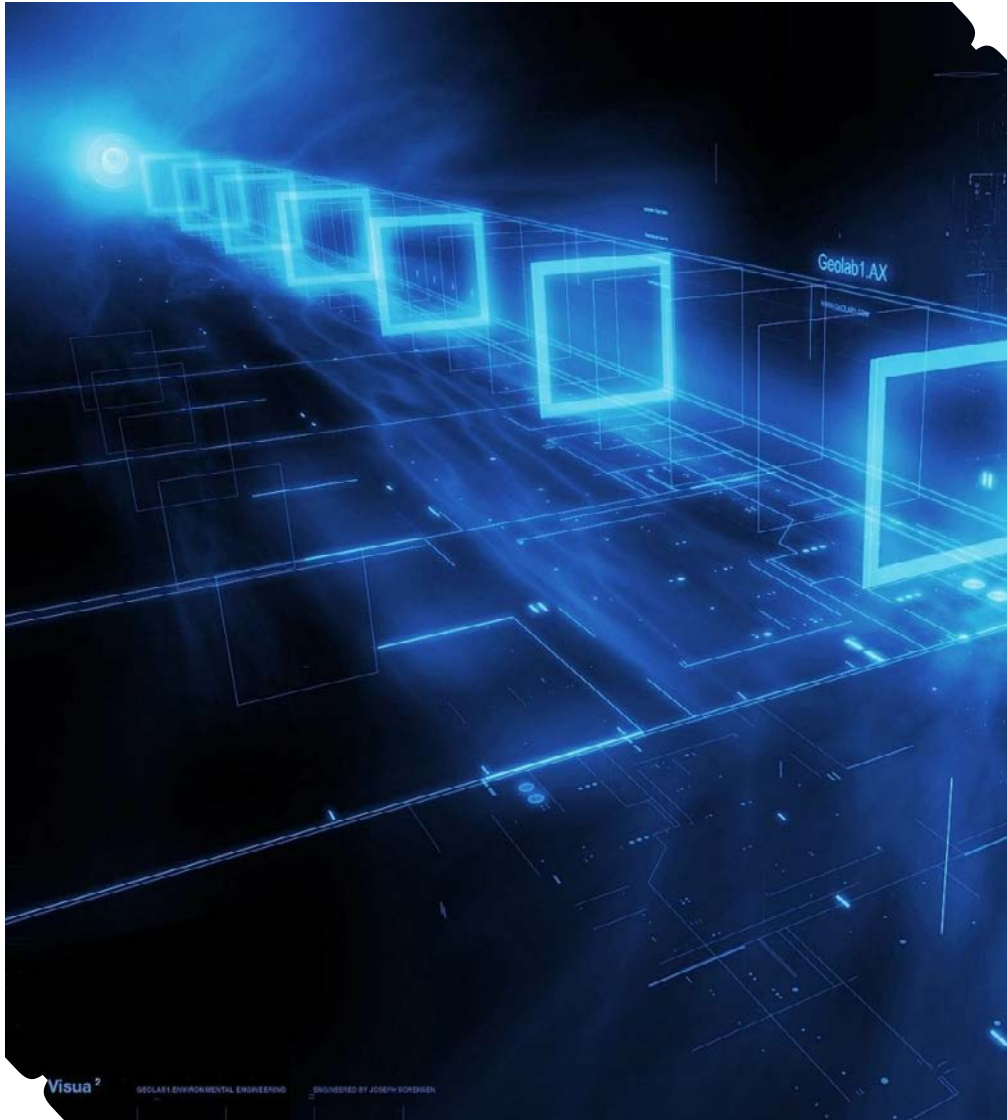
De conformidad con nuestros Principios de Negocio Responsable, contamos con mecanismos para evitar los conflictos de intereses, tal es el caso del cumplimiento de la Ley General de Sociedades Mercantiles (LGSM), la cual establece que todo consejero que tenga interés particular en cualquier operación y que sea opuesto al de nuestra compañía, deberá manifestarlo al resto de los consejeros y abstenerse de toda deliberación y resolución al respecto. El consejero que contravenga esta disposición, será responsable de los daños y perjuicios que sean causados a la compañía.

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



⁽¹⁾ En México no existe la figura de Consejero Delegado, sin embargo, en la Compañía existe la posición de Presidente del Consejo de Administración, el cual no tiene facultades para actuar de forma individual.

Gestión sostenible



G4-47

El Consejo de Administración de Telefónica, S.A. es el máximo responsable de la sostenibilidad en la Compañía. En este órgano se encuentran la Comisión de Asuntos Institucionales –encargada de aprobar y dar seguimiento al Plan de Negocio Responsable– y la Comisión de Auditoría y Control –en donde se reportan los riesgos identificados–. Ambas comisiones se reúnen mensualmente.

A nivel ejecutivo, la Dirección Global de Ética Corporativa y Sostenibilidad es la responsable de proponer y coordinar la estrategia global de sostenibilidad y de reportar los avances a la Dirección Global de Asuntos Públicos y Regulación. En Telefónica México –como en el resto de las operadoras de la Compañía– recibimos la estrategia, reportamos los avances de los proyectos corporativos e informamos sobre las necesidades y planes locales.

G4-48

En México, la Gerencia de Negocio Responsable abarca Responsabilidad Corporativa y Medio Ambiente, y es el área encargada de reportar los resultados a la Vicepresidencia de Regulación, Relaciones Institucionales y Negocio Responsable y mostrar periódicamente los avances más relevantes a la Presidencia, mientras que la Vicepresidencia plantea los asuntos más relevantes al Comité de Dirección.

La Oficina de Negocio Responsable vela por la divulgación y cumplimiento de nuestros Principios de Negocio Responsable y hasta 2015 se encontraba constituida a nivel Corporativo por

las áreas de Recursos Humanos, Legal, Auditoría Interna y Sostenibilidad, pues adicionó a su composición a las áreas de Marketing, Compras y Operaciones. A nivel local, contamos con Oficinas en las principales operaciones del Grupo.

Con el objetivo de mantener la integridad y transparencia en la gestión de nuestros riesgos, además de la Oficina de Negocio Responsable Global, disponemos de unidades organizativas específicas:

- Unidades de auditoría interna
- Unidad de inspección especializada en trabajos de prevención de fraude e investigación de denuncias
- Unidad de intervención de pagos
- Unidad de gestión de riesgos
- Oficina de Principios de Negocio Responsable, integrada por los responsables de las áreas de Secretaría General, Auditoría, Recursos Humanos y Regulación

OBJETIVO 2016

Creación de la figura del “*Chief Compliance Officer*” a escala corporativa, con el objetivo de reforzar y consolidar la cultura de cumplimiento del Grupo Telefónica.

Gestión de riesgos



G4-14

La identificación y mitigación de riesgos es un tema primordial en Telefónica México, pues su correcta gestión contribuye a la consecución de nuestros objetivos de negocio y a consolidar el compromiso con nuestros grupos de interés.

Para hacer frente a los riesgos e incrementar nuestra capacidad de respuesta, contamos con un robusto proceso basado en tres pilares fundamentales: Gestión de riesgos, Auditoría e Intervención.

G4-DMA Cumplimiento regulatorio, Cumplimiento

GESTIÓN DE RIESGOS

Tiene como objetivo evaluar los riesgos y reducirlos a través de controles efectivos que permitan mantener la calidad de la gestión y, en consecuencia, fortalecer la función del control interno dentro de la organización.

Con base en el Manual de Gestión de Riesgos del Grupo Telefónica, las principales acciones que llevamos a cabo en el proceso de gestión de riesgos son el levantamiento del mapa de riesgos de la compañía de manera semestral, el desarrollo de iniciativas como riesgos en procesos y la implementación de talleres de concientización que nos permitan desplegar una cultura orientada a la gestión de riesgos. Desde el Corporativo establecimos una lista de 40 riesgos genéricos con base en los principales riesgos del sector de las telecomunicaciones y que proporcionan una visión global de negocio; en la lista se incluye el riesgo relacionado con la Integridad. Los criterios que utilizamos para su evaluación son determinados con base en un análisis sobre el posible impacto económico que pudiera representar el riesgo en caso de materializarse y la probabilidad de ocurrencia. Complementando este estudio, determinamos planes de acción que nos permitan mitigar esta clase de riesgos, así como su medición por medio de KRI's asociados.

G4-47

Con este procedimiento logramos cumplir al 100% el levantamiento del mapa con los principales riesgos de la empresa –con base en el nivel de riesgo reportable establecido por el Corporativo–, mismo que ha sido validado por el Comité de Dirección; aplicar la metodología de Riesgos en Procesos: generación de ofertas comerciales –diseño y creación de una oferta comercial, por parte del área de Marketing, y el desarrollo técnico de la oferta comercial, por parte del área de Sistemas–; e impartir talleres de formación dentro de la organización –tres direcciones y dos empresas del Grupo–.

Con el fin de sensibilizar a nuestros colaboradores sobre la importancia del proceso para la gestión de riesgos, desarrollamos una campaña de comunicación interna y diseñamos e implementamos un curso *e-learning*.

AUDITORÍA

Su objetivo es velar por el cumplimiento del Plan Anual de Auditoría Interna, que incluye la revisión de diferentes procesos de negocio y el cumplimiento de leyes y regulaciones (SOA), utilizando metodologías y normativas corporativas como marco teórico, así como políticas y procedimientos internos de la Compañía.

La actividad principal realizada en este pilar es la ejecución de las auditorías para detectar áreas de oportunidad para darlas a conocer al gestor auditado, quien nos proporciona un plan de acción para corregirlas de acuerdo con los marcos metodológicos, políticas, procedimientos y estándares del Grupo Telefónica para, posteriormente, dar seguimiento periódico a las recomendaciones y verificar que el plan de acción ha sido implantado. En 2015 se dio cumplimiento al 100% de los trabajos incluidos en el Plan de Auditoría.

La labor de auditoría nos ha permitido identificar diversas oportunidades de mejora y riesgos para la compañía, los cuales se encuentran plasmados en 47 trabajos de auditoría, en los que se han establecido 229 recomendaciones y, de ellas, se han implantado 174 planes de remediación. En 2015 logramos un avance importante en la implementación de recomendaciones: implantación del 100% de recomendaciones anteriores a 2014 y 90% de las recomendaciones surgidas en 2014.

En Telefónica México contamos con la Certificación por parte del Instituto de Auditores Internos, vigente hasta marzo de 2018

A través de la Dirección de Auditoría, Inspección e Intervención de Telefónica México realizamos distintos tipos de auditorías, incluyendo: Cumplimiento, Financieras, Operacionales, Seguridad y Tecnologías de información. Las auditorías nos permiten identificar debilidades en los controles internos, errores en la información financiera, así como desviaciones a las normas y procedimientos de la Compañía. Cada reporte de auditoría incluye una valoración global con base en los riesgos identificados y, por cada incidencia detectada —la cual debe ser corregida por los gestores a través de los planes de acción—, realizamos una valoración del nivel de riesgo.

INTERVENCIÓN

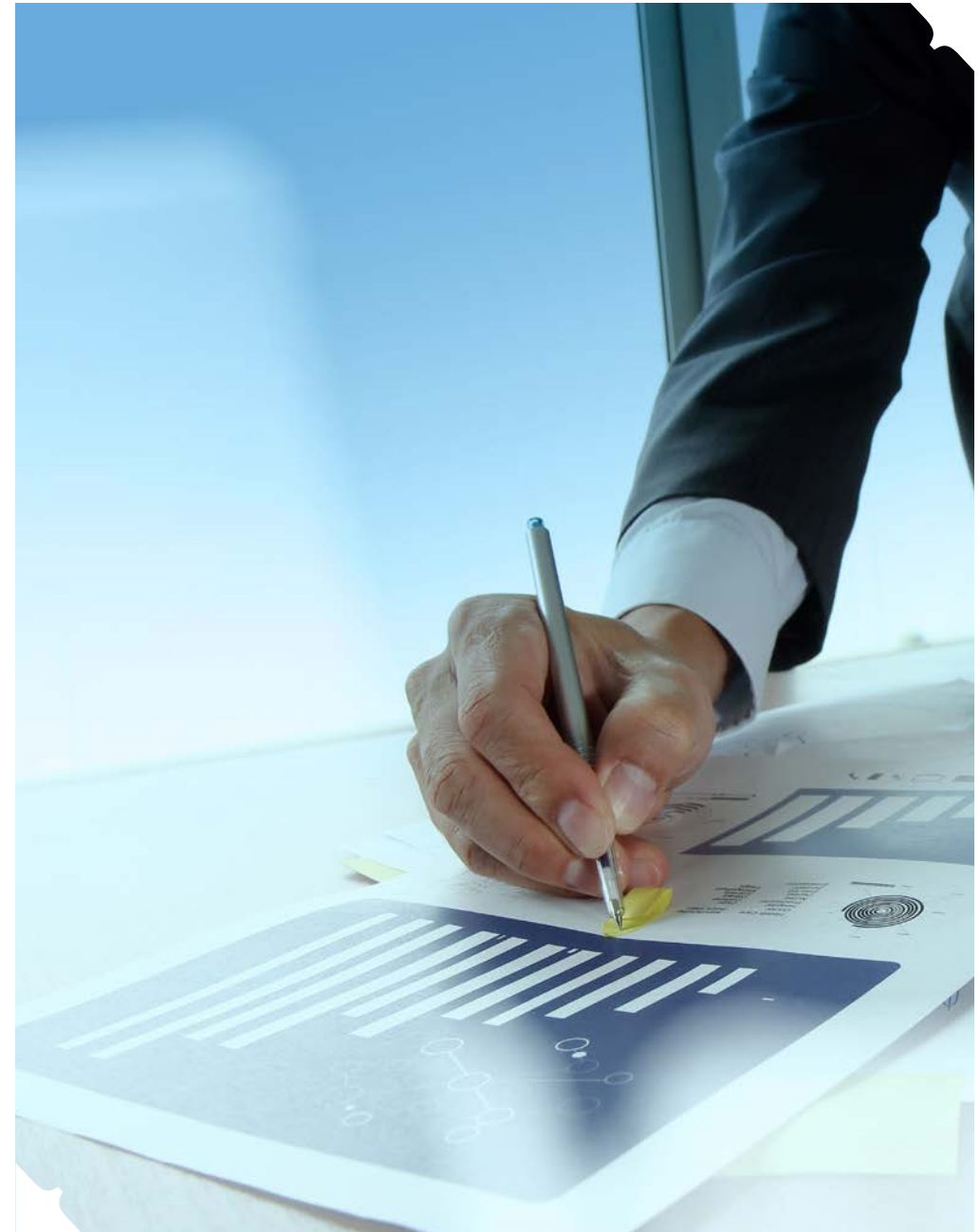
Su objetivo es dar continuidad y fortalecer la función Interventora —controles de validación/autorización, controles operativos, controles de monitoreo— con el fin de asegurar la existencia y cumplimiento razonable de Estructuras de Control Interno dentro de la operación de la compañía, así como su apego a las normativas del Grupo, Marco de Control COSO y regulaciones a las que estamos sujetos —Ley SOX— de una forma preventiva.

A través de esta función y con base en una metodología homogénea y un procedimiento de revisión documentados en un protocolo, focalizamos las actuaciones en relación al cumplimiento de las normas corporativas, localizando las actividades de control y alcance en los puntos clave que impliquen un mayor riesgo.

Los principales logros en términos de Intervención en 2015 fueron: la revisión de la propuesta de pago en forma automática; la formalización de contratos en el canal consumo, el cual presentaba un *gap* importante; el impulso y monitoreo de formalización de contratos de procesos gestionados por compras; la revisión de procesos de anticipos a proveedores; la depuración de conceptos de caja chica orientados al cumplimiento de las normativas corporativas y el soporte de evidencias en los sistemas, de tal forma que permita la trazabilidad de los procesos revisados.

OBJETIVOS 2016

- Cumplir con el Plan de Auditoría 2016, manteniendo el nivel de calidad y tiempo.
- Consolidar el modelo de monitorización continua, por medio del análisis de incidencias.
- Desarrollar la web de revisión de los pagos de punta a punta.
- Mejorar los procesos asociados al área de Intervención para hacerlos más ágiles y seguros.



Ética y cumplimiento

G4-DMA Inversión, No discriminación, Libertad de asociación y negociación colectiva, Trabajo infantil, Trabajo forzoso, Medidas de seguridad, Derechos de la población indígena, Lucha contra la corrupción, Prácticas de competencia desleal, Cumplimiento G4-13, G4-56

La ética y el desarrollo responsable de nuestro negocio constituyen pilares fundamentales que forman parte de la cultura corporativa y de nuestra vocación de servicio a clientes y a la sociedad. Estos pilares se materializan en nuestros Principios de Negocio Responsable (PNR) –anteriormente denominados Principios de Actuación–, que constituyen nuestro código ético y que rigen todas nuestras actuaciones como colaboradores y en nuestra relación con accionistas, clientes, proveedores y sociedad.

Nuestros PNR establecen la norma fundamental donde se recogen los compromisos de Telefónica en materia laboral, de buen gobierno, sostenibilidad, ética y cumplimiento normativo, y erigen la base para principios similares aplicables a nuestros socios y proveedores.

PRINCIPIOS GENERALES

- **Honestidad y confianza:** cumplir los compromisos, proteger la confidencialidad y los datos personales, y ser honestos sobre cómo se usan y almacenan los datos.
- **Integridad:** prohibir todo tipo de soborno directo o indirecto, evitar y declarar conflictos de interés, comportarse con rectitud y actuar con neutralidad política.
- **Derechos Humanos:** respetar los principios de la Declaración Universal de los Derechos Humanos e impulsar la igualdad de oportunidades.
- **Respeto por la Ley:** cumplir la legislación y normativas, proporcionar información veraz y competir de forma íntegra.

G4-41, G4-SO4

G4-DMA Lucha contra la corrupción (específico)

Desde su aprobación en 2006, hemos revisado el código de manera constante para adaptarlo a las nuevas realidades a las que se enfrenta la Compañía. En 2015 reforzamos el principio de Integridad, incluyendo un apartado específico en materia de corrupción, con el objetivo de consolidar nuestro compromiso con la ética y el cumplimiento normativo. En este sentido, también emitimos una nueva Política Anticorrupción, que regula la aceptación u ofrecimiento de regalos e invitaciones, prohibiendo cualquier tipo de soborno; además, una norma corporativa sobre conflicto de interés, que pone a disposición de todos nuestros colaboradores un mecanismo para el reporte de todas aquellas situaciones que supongan un conflicto de este tipo.

La Oficina de Negocio Responsable –antes denominada Oficina de Principios de Actuación–

vela por la divulgación y cumplimiento de nuestros Principios de Negocio Responsable. Existe una Oficina a nivel global y una réplica a nivel país. En Telefónica México la Oficina está compuesta por los máximos representantes de las Direcciones de Auditoría, Inspección e Intervención, Secretaría General, Capital Humano, y Regulación y Relaciones Institucionales. La Oficina se reúne periódicamente de manera presencial y electrónica y reporta su gestión al Comité de Dirección y a la Oficina Corporativa de PNR.

G4-SO4

Garantizamos el conocimiento de los PNR por parte de todos nuestros colaboradores a través de actividades de formación y de comunicación. En cuanto a la formación, en 2015, a nivel global se lanzó una actividad *online* de carácter obligatorio para todos los colaboradores sobre los PNR. Como consecuencia, un total de 97,550 colaboradores superaron el curso “Principios de Actuación y Negocio Responsable”, lo que supone un 86% del total de la plantilla ^(*). En Telefónica México, al 31 de diciembre de 2015, el curso fue superado por el 96% de nuestros colaboradores. Además, realizamos las siguientes actividades:

- Pláticas introductorias a todos nuestros colaboradores de nuevo ingreso sobre los PNR, su aplicación, los mecanismos de denuncia o para realizar consultas, las políticas asociadas y las áreas y funciones de la Oficina de PNR, así como para dar a conocer los conceptos de fraude, la forma de identificarlos, el canal para denunciarlo y el área que lo atiende.



^(*) Los datos de formación no incluyen las operaciones de Telefónica Reino Unido y Telefónica Deutschland.



- En conjunto con el área de Auditoría, Inspección e Intervención, llevamos a cabo la Campaña de Principios de Negocio Responsable con el fin de construir una cultura antifraude basada en la prevención y la detección.
- Cursos a personal en áreas internas de control, que dentro de su ámbito de actuación son susceptibles a identificar indicios –“banderas rojas”– de fraude.
- En términos de comunicación, enviamos información a todos nuestros colaboradores para reforzar su conocimiento sobre los PNR y las políticas asociadas.

G4-HR2

2,380 horas de formación sobre los PNR en 2015, una hora promedio por colaborador ()*

G4-37, G4-49, G4-57, G4-58

Todos nuestros colaboradores tienen la posibilidad de reportar de forma anónima o personal, cuestiones asociadas al cumplimiento de los Principios de Negocio Responsable y las políticas asociadas, a través del buzón de denuncias o sugerencias ubicado en

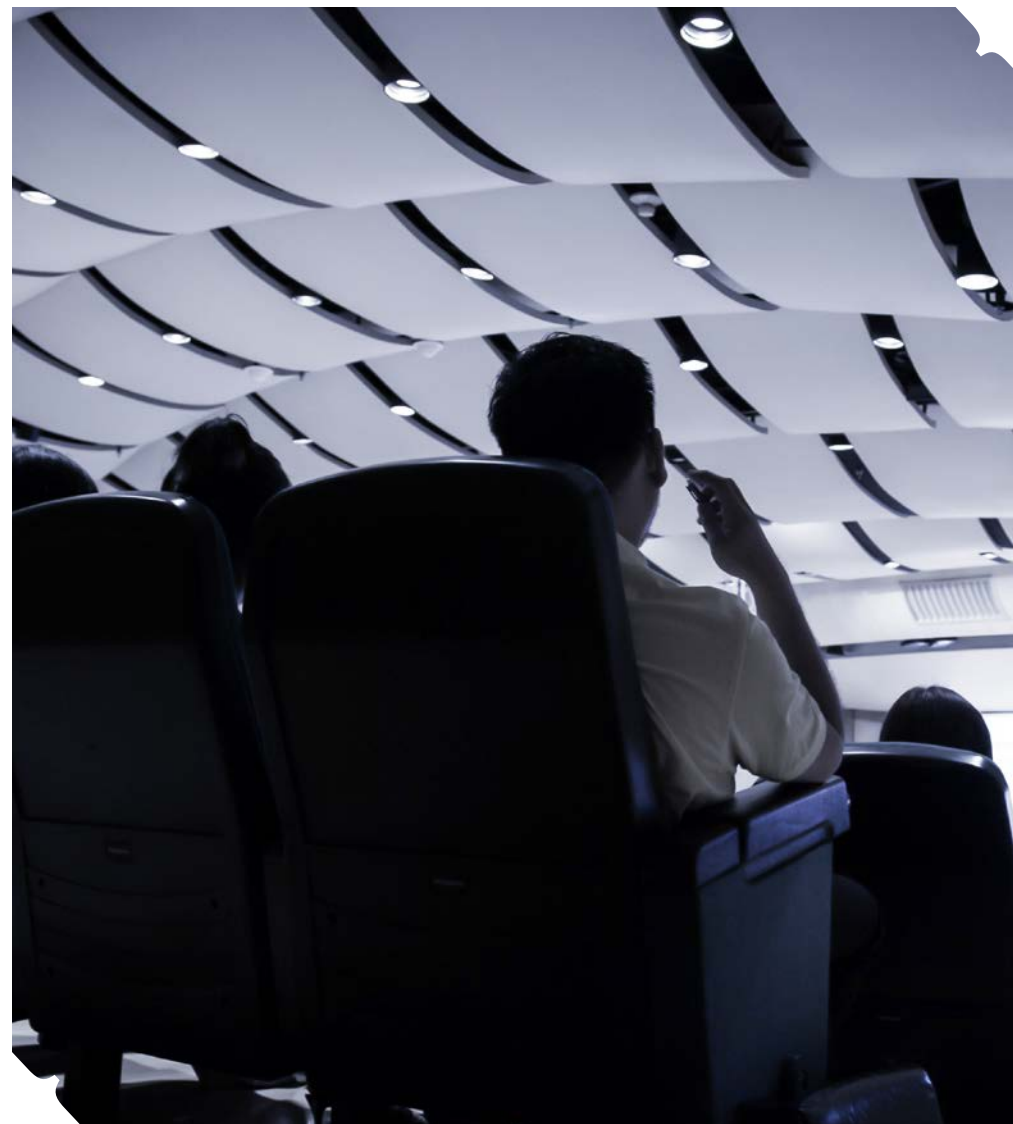
la Intranet, la web o el canal de PNR. Así también, contamos con el correo electrónico oficinadepincipiosdeactuacion@telefonica.com para atender las comunicaciones del resto de nuestros grupos de interés. Toda comunicación recibida es abordada de acuerdo a los principios de respeto, confidencialidad y exhaustividad.

De todas las comunicaciones recibidas, cuando la situación reportada cuenta con la información que permita su análisis, realizamos la oportuna investigación conforme a nuestros procedimientos internos.

G4-HR3, G4-S03, G4-S05

Durante 2015, a nivel global, a través del Canal de Principios de Negocio Responsable y otros medios, se registró un total de 822 comunicaciones, entre consultas y denuncias. En este ejercicio se han cerrado 464 investigaciones, resultando procedentes 206. Entre las medidas adoptadas se incluyeron 38 despidos disciplinarios. De las investigaciones cerradas hay que destacar que ninguna de ellas estuvo relacionada con casos de corrupción o discriminación.

Los PNR se trasladan a nuestros proveedores Aliados a través del curso de inducción que reciben cuando inician su colaboración con nosotros y a través del Boletín Aliados –revista electrónica trimestral–. Nos aseguramos del conocimiento y cumplimiento por parte de los colaboradores de nuestros Aliados a través de auditorías.



(*) De conformidad con la plataforma *Success Factors*, en la cual se realiza el curso.



5

Elegimos incidir
en nuestra cadena
de suministro



G4-12, G4-EC9

Somos conscientes del impacto local y global de nuestra actividad en la sociedad, por lo que continuamos teniendo un volumen de compra a proveedores mexicanos de \$14,981 millones, es decir, 85.48% de las compras totales en México. Así, incidiendo en nuestros proveedores a escala global y local, contribuimos a incrementar el poder transformador de las empresas para un mayor desarrollo económico, social y medioambiental de las sociedades en las que nos insertamos.

Contamos con 607 proveedores adjudicatarios; 524 de ellos son locales, es decir, el 86.3% del total

Cultura de sostenibilidad

G4-DMA Prácticas de adquisición (general y específico), Empleo (específico)

En Telefónica, todas las compras se realizan de conformidad con un modelo de gestión común en el que promovemos el uso de herramientas de comercio electrónico, mismas que nos ayudan a velar para que la gestión de la cadena de suministro se realice con eficiencia, transparencia y garantizando la igualdad de oportunidades.



1,503 compras negociadas por eSourcing en 2015, por un volumen de MXN \$19,017.4 millones

30 compras negociadas por subasta en 2015, por un volumen de MXN \$1,408.3 millones

G4-DMA Inversión, No discriminación, Libertad de asociación y negociación colectiva, Trabajo infantil, Trabajo forzoso

Para fomentar la cultura de sostenibilidad dentro de nuestra cadena de valor, desde que en 2010 asumimos nuestro compromiso público, hemos

trabajado a nivel global y local para incorporar la responsabilidad social como un aspecto más a considerar en cada una de las fases del proceso de compra y en la relación con nuestros proveedores. Por ello, todos los contratos de Telefónica con los proveedores incluyen cláusulas específicas en materia de Derechos Humanos. Así, conseguimos identificar y gestionar posibles riesgos, a la vez que fomentamos una cultura que promueve el compromiso social y medioambiental en toda la cadena de suministro.

Así, de acuerdo a nuestros Principios de Negocio Responsable, pedimos a todos nuestros proveedores que desarrollen su actividad aplicando estándares éticos similares, que aseguren el cumplimiento de los Derechos Humanos y laborales fundamentales, así como el respeto por el medio ambiente.

Entre los principios que promovemos con los proveedores se encuentran aquellos relacionados con los derechos del trabajo, como la erradicación del trabajo infantil, forzoso o realizado bajo coacción, la potenciación del reconocimiento efectivo de la negociación colectiva y el apoyo a la libertad de asociación.

G4-DMA Trabajo infantil

G4-HR5

DÍA MUNDIAL CONTRA EL TRABAJO INFANTIL

La Secretaría del Trabajo y Previsión Social entregó a Fundación Telefónica México el "Distintivo México sin Trabajo Infantil" por sus acciones para la prevención del trabajo infantil y por incluir este enfoque en las políticas hacia la cadena de suministro, con el fin de desincentivar la contratación de mano de obra infantil.

Para ser proveedor del Grupo Telefónica, además de los requisitos técnicos y estándares de calidad, la empresa debe aceptar determinados criterios mínimos de negocio responsable que tenemos establecidos en la Política de Responsabilidad en la Cadena de Suministro, el compromiso con los Derechos Humanos y las condiciones generales para el suministro de bienes y servicios.



Programa Aliados

G4-DMA Evaluación ambiental de los proveedores (general y específico), Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores (general y específico), Evaluación de los proveedores en derechos humanos (general y específico)

Es una iniciativa de transformación y compromiso con nuestras empresas colaboradoras para garantizar el establecimiento de relaciones estratégicas, el cumplimiento de los objetivos organizacionales, el desarrollo de mecanismos de prevención de riesgos y la sensibilización a nuestros proveedores sobre la relevancia del cumplimiento de nuestros principios rectores.

A través del Programa Aliados fomentamos el cumplimiento de estándares de calidad y servicio, así como de los requerimientos éticos, laborales, de seguridad y salud y medioambientales en nuestros proveedores y facilitamos el avance de las empresas aliadas en materia de sostenibilidad, a través de auditorías, capacitación, herramientas de comunicación y orientación a lo largo del proceso. Para gestionar este programa, contamos con un área dedicada a ello y el Comité de Aliados –órgano responsable de su implantación y desarrollo–, conformado por las áreas de Compras, Secretaría General, áreas gestoras, Sostenibilidad y Capital Humano.

AUDITORÍAS

G4-DMA Inversión, Evaluación

En 2015 llevamos a cabo diversas actividades para garantizar que las empresas colaboradoras y aliadas se conduzcan con base en nuestra Política de Responsabilidad de Cadena de Suministro, o bien, generar planes de acción para lograrlo. Tal es el caso de las auditorías, mecanismo con

el cual verificamos el cumplimiento de nuestros proveedores y aliados en materia de seguridad social con sus colaboradores, seguridad y salud, ética y medio ambiente.

1,603 colaboradores terceros alcanzados con las auditorías, equivalente al 12% –sin contar distribuidores–

G4-HR1, G4-HR9

100% de los contratos con nuestros proveedores incluyen cláusulas relativas al cumplimiento de nuestros Principios de Actuación y Negocio Responsable

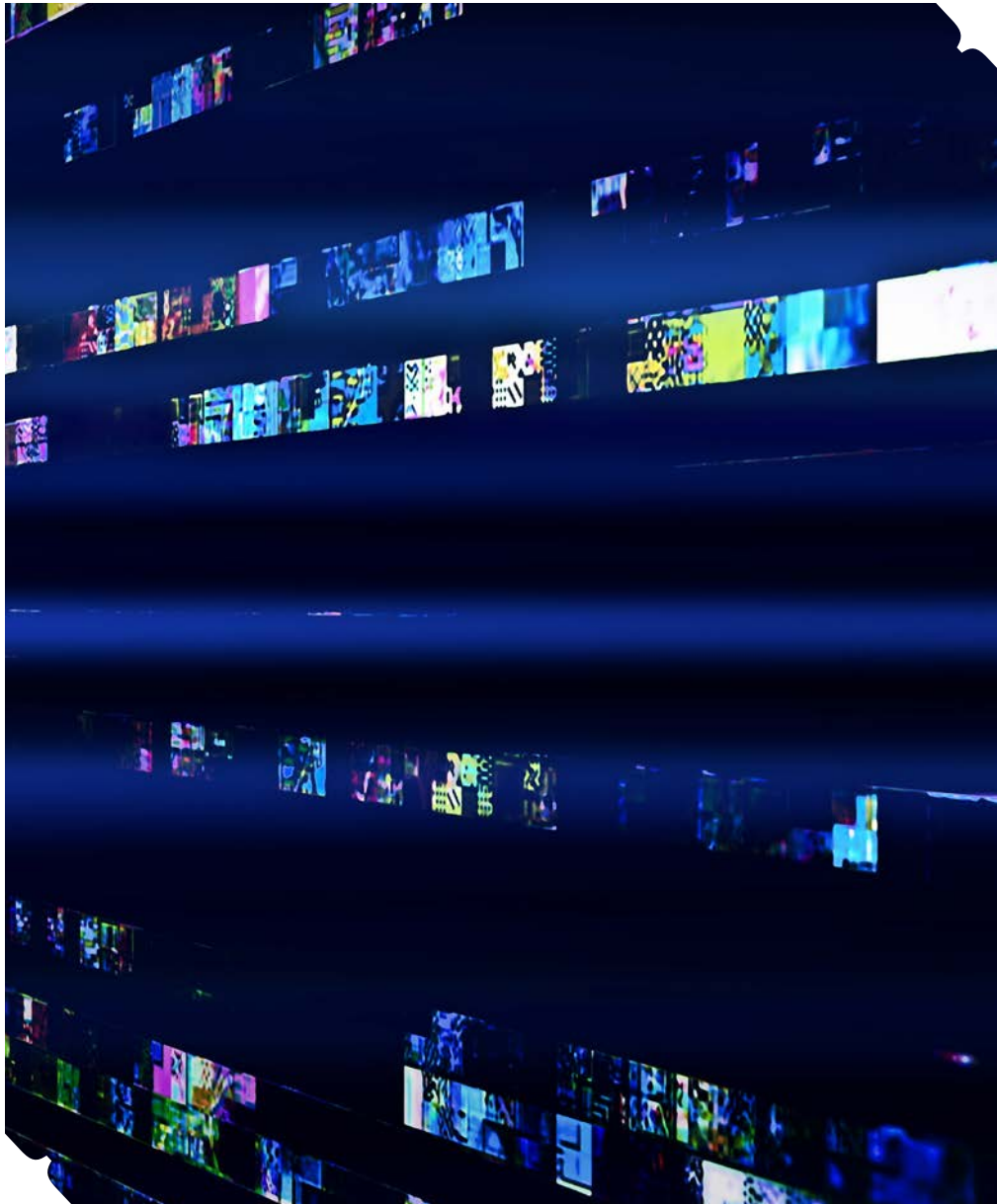
G4-EN32, G4-LA14, G4-HR10

En 2015, 9 proveedores aliados fueron auditados en términos de prácticas laborales, de derechos humanos y ambientales; 77.7% de ellos son nuevos



3 proveedores aliados con planes de mejora para convertir las no conformidades en conformidades; 33.3% del total

10 auditorías corporativas (RSC)



CAPACITACIÓN

Dimos continuidad a nuestros esfuerzos en materia de sensibilización a proveedores y aliados, a través de la impartición del curso de inducción a los ejecutivos de cuenta y la actualización a los ejecutivos nuevos. En él invitamos a nuestros proveedores a cumplir con nuestros Principios de Negocio Responsable, nuestra Política de Responsabilidad en la Cadena de Suministro y replicar estas prácticas hacia su propia cadena de valor.

Asimismo, continuamos impartiendo actualizaciones del curso "Gestión de Terceros 2ª fase", cuyo principal objetivo es dar a conocer la Política de Gestión de Terceros y sensibilizar a todos nuestros colaboradores internos que gestionan directa o indirectamente a colaboradores externos y/o aliados respecto a una correcta gestión y la correcta aplicación de la Política Corporativa de Responsabilidad en la Cadena de Suministro.

14 cursos de inducción y actualización a proveedores y aliados durante 2015

414,054 participantes en 6,628 eventos de capacitación a proveedores y aliados; 1'470,493 horas/hombre invertidas

40 personas más capacitadas a través del curso "Gestión de Terceros 2ª fase" en 2015

Además, llevamos a cabo el pase a productivo del desarrollo del nuevo portal de Gestión de Terceros, el cual tendrá la función de mejorar la gestión de nuestros colaboradores terceros y aliados. Creamos nuevos módulos que ayudarán a tener un mejor control y seguimiento a las diferentes iniciativas de Gestión de Terceros:

- Auditorías en sitio
- Auditorías administrativas
- Asistencia al curso de inducción a Movistar para proveedores
- Impartición del curso de inducción a Movistar por parte de los proveedores hacia sus propios colaboradores
- iCampus
- Demandas y citatorios en los que se encuentra involucrado Movistar como patrón solidario



BOLETÍN ALIADOS

Publicación que representa un importante medio para mantener una comunicación cercana con nuestros colaboradores terceros y aliados. En él difundimos artículos sobre nuestros Principios de Negocio Responsable e información relacionada con el cuidado del medio ambiente. Consta de cuatro secciones:

- Mejores prácticas, en la que cualquier proveedor tiene la oportunidad de compartir sus mejores prácticas con la comunidad de aliados.
- Oferta comercial, damos a conocer la información vigente sobre los productos y servicios de Movistar.
- Información de Gestión de Terceros, en esta sección comunicamos datos de importancia sobre el negocio o Movistar y que nuestros colaboradores terceros debieran conocer.
- Información general y de interés público.



*3 boletines
publicados en 2015*

1^{ER} ENCUENTRO ANUAL DE ALIADOS MOVISTAR

El 20 de marzo de 2015 presentamos por primera vez el Evento Anual de Proveedores Aliados Movistar, en donde el Área de Gestión de Terceros de Movistar anunció a sus aliados las iniciativas y metas para 2015.

El evento se llevó a cabo dentro de las instalaciones de Torre Telefónica en la Ciudad de México, contando con la participación del Director de Planeación, Compensaciones y Gestión de Terceros; el Gerente de Capital Humano; el Jefe de Gestión de Aliados y más de 40 proveedores aliados.

En el marco de este evento, dimos a conocer las principales iniciativas y herramientas del área de Gestión de Aliados, así como nuestros ejes estratégicos: Crecimiento Acelerado, Transformación y Mentalidad Atacante.

Enfatizamos la prioridad del Área de Gestión de Terceros en mejorar la comunicación con nuestros aliados, así como la importancia que tienen para Movistar dentro de la nueva estrategia, invitándolos a sumarse a las iniciativas propuestas para lograr en conjunto los objetivos y metas planteados.

A través del Portal Aliados o el Portal del Proveedor, pueden encontrar todas nuestras políticas y un canal confidencial para realizar preguntas o denuncias asociadas al cumplimiento de nuestros criterios mínimos de negocio responsable.

En 2015 fuimos parte de la edición especial del medio de comunicación especializado en temas de Responsabilidad Corporativa "Expok", el cual tiene como objetivo difundir prácticas destacadas en cuanto a cadena de suministro. En esta edición participaron también CEMEX, Nestlé, Toks, ICA y Walmart.

OBJETIVOS 2016

- Mejorar la herramienta de Gestión de Terceros –3^a fase–, con el fin de evaluar a los proveedores aliados con bases objetivas, medibles y transparentes.
- Desarrollar el proyecto Integración Aliados.
- Gestión de Aliados Comerciales para crear una estrategia de negocio conjunta que impacte positivamente a nuestros clientes.





Minerales en conflicto

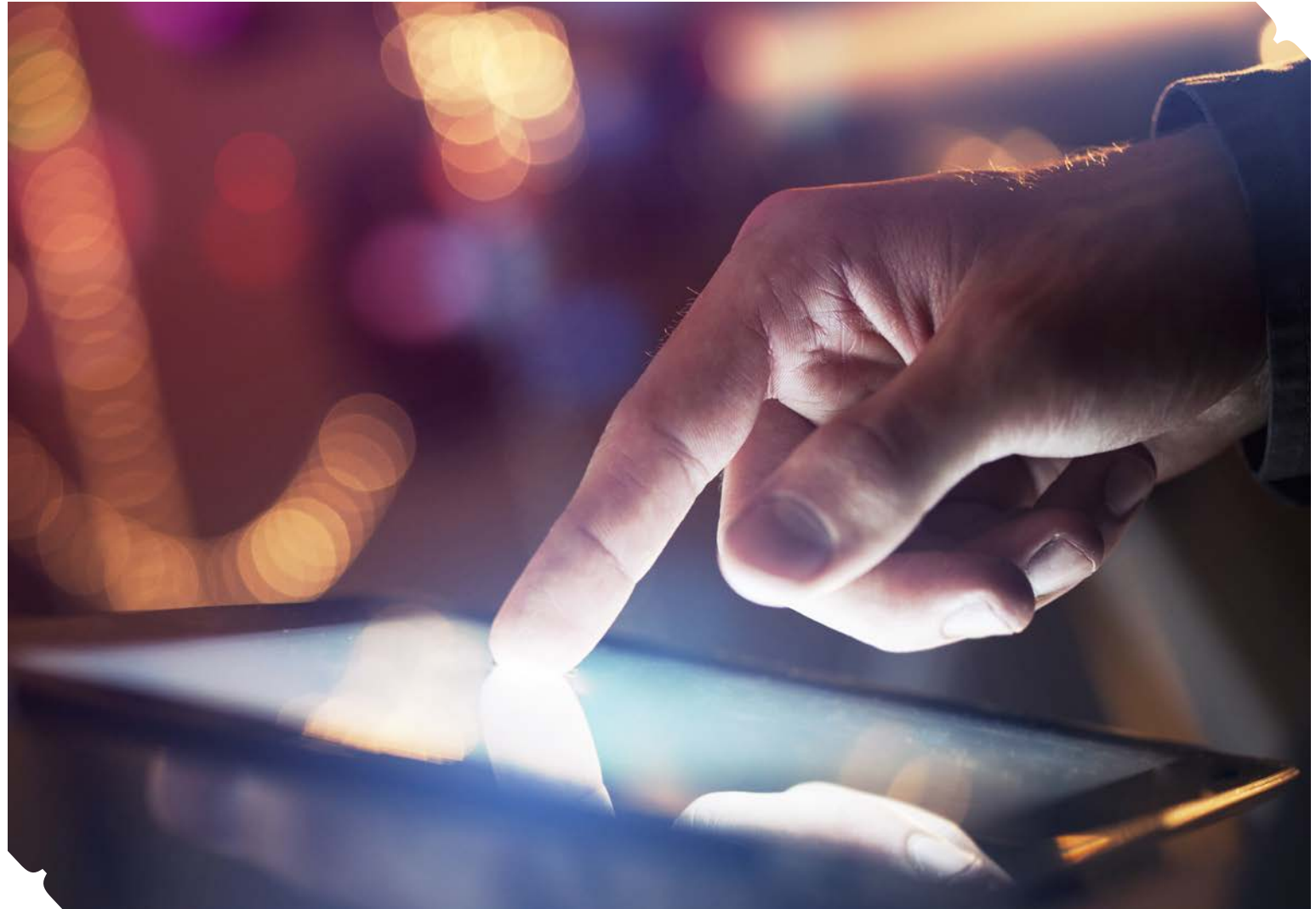
G4-DMA Empleo (específico), Evaluación ambiental de los proveedores (general y específico), Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores (general y específico), Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos (general y específico), Evaluación de la repercusión social de los proveedores (general y específico)

G4-EN33, G4-LA15, G4-HR11, G4-SO10

Los procesos de extracción y tratamiento impactan negativamente los Derechos Humanos y el medio ambiente en el caso de los minerales procedentes de zonas de conflicto en África y del estaño en Indonesia.

En Telefónica México, a pesar de no contar con relaciones comerciales directas con extractores, fundidores o refinadores, trabajamos con base en los lineamientos establecidos por nuestro Corporativo sobre la inclusión de criterios de sostenibilidad en toda la cadena de valor.

Por ello, nos apegamos a la Política de la empresa basada en las directrices recogidas en el informe "Guía de Diligencia Debida para Cadenas de Suministro Responsables de Minerales Procedentes de Áreas Afectadas por Conflictos y de Alto Riesgo", de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) –que contempla las etapas de Trazabilidad de minerales 3TG, Evaluación de proveedores, Iniciativas de compromiso, Reclamaciones e Información– misma que trasladamos a nuestros proveedores a fin de incentivarlos a establecer procesos efectivos de debida diligencia y mitigar los riesgos asociados a la utilización de minerales procedentes de zonas en conflicto, como la violación a los Derechos Humanos.



Para mayor información sobre la gestión de nuestra cadena de suministro a nivel global, consulta el Informe Integrado 2015 de Telefónica a través de la página: https://www.telefonica.com/documents/153952/13347843/2015_capitulo4_es.pdf/537317f3-84bb-4e86-aa28-378521a9e8d9



6

{ Elegimos
enfocarnos en
nuestros clientes }



Las necesidades y exigencias de nuestros clientes están evolucionando, por lo que en Telefónica México estamos comprometidos con cumplir de manera cabal, e inclusive, superar sus expectativas, generando valor y la mejor experiencia.

Nuestro objetivo es otorgar a los clientes el control de su vida digital, garantizando la mejor conectividad, con calidad, sencillez e integridad, además de la privacidad de sus datos y la obtención de contenidos seguros, fomentando la transparencia acerca de sus derechos al usar nuestros productos y servicios.



Satisfacción del cliente

G4-DMA Salud y seguridad de los clientes (general y específico)
G4-PR1

Para Telefónica México, los clientes se encuentran en el centro de nuestra labor, pues nos debemos a ellos, por lo que desarrollamos diversas líneas estratégicas para brindarles soluciones eficaces y rápidas que contribuyen a aumentar su nivel de satisfacción. Para lograrlo, contamos con una visión de autogestión y un equipo multidisciplinario que define y diseña los puntos de mejora en todas las etapas del ciclo de vida de nuestros servicio –búsqueda, compra, activación, uso, crecimiento y baja–, con base en los requerimientos concentrados en el área de Experiencia para su control y seguimiento, y en las áreas de Sistemas y Red en materia de desarrollo de innovación tecnológica. Este procedimiento permite que dentro de cada momento de verdad, nuestros clientes siempre obtengan la misma información como resultado de la homogeneización de los

canales de atención, con lo cual mejoramos los tiempos de respuesta y entrega.

Contamos con diversos canales de comunicación con nuestros clientes, y a través de ellos damos a conocer información útil:

- Comunicación directa con envío de SMS y MMS para descarga de nuestra aplicación, pago de factura, consulta de saldos, recargas y consumos.
- Medios digitales –redes sociales– con publicaciones en Facebook y Twitter, derivación de consultas desde el asistente virtual (Nikko) y videos informativos en pantallas de tiendas canal propio.
- Desarrollo del App “Mi Movistar”, la cual ofrece total control a los clientes sobre su plan.

Con las iniciativas y mejoras implementadas, el uso de nuestra app ha tenido un importante incremento:

692,000
descargas

276,000
usuarios activos
mensuales

220 usuarios
activos por segundo

Incremento de 9 veces
en el uso de la aplicación
con mejoras implementadas



G4-DMA Etiquetado de los productos y servicios (específico)

La satisfacción de nuestros clientes representa un indicador clave para nuestra compañía y, para medirlo, utilizamos el ISC –Índice de Satisfacción de Clientes–, variable que se reporta de forma periódica al Consejo de Administración.

Con la finalidad de incrementar el Índice de Satisfacción de Clientes (ISC), en 2015 continuamos con la implementación de acciones de mejora en diversos segmentos de atención a clientes:

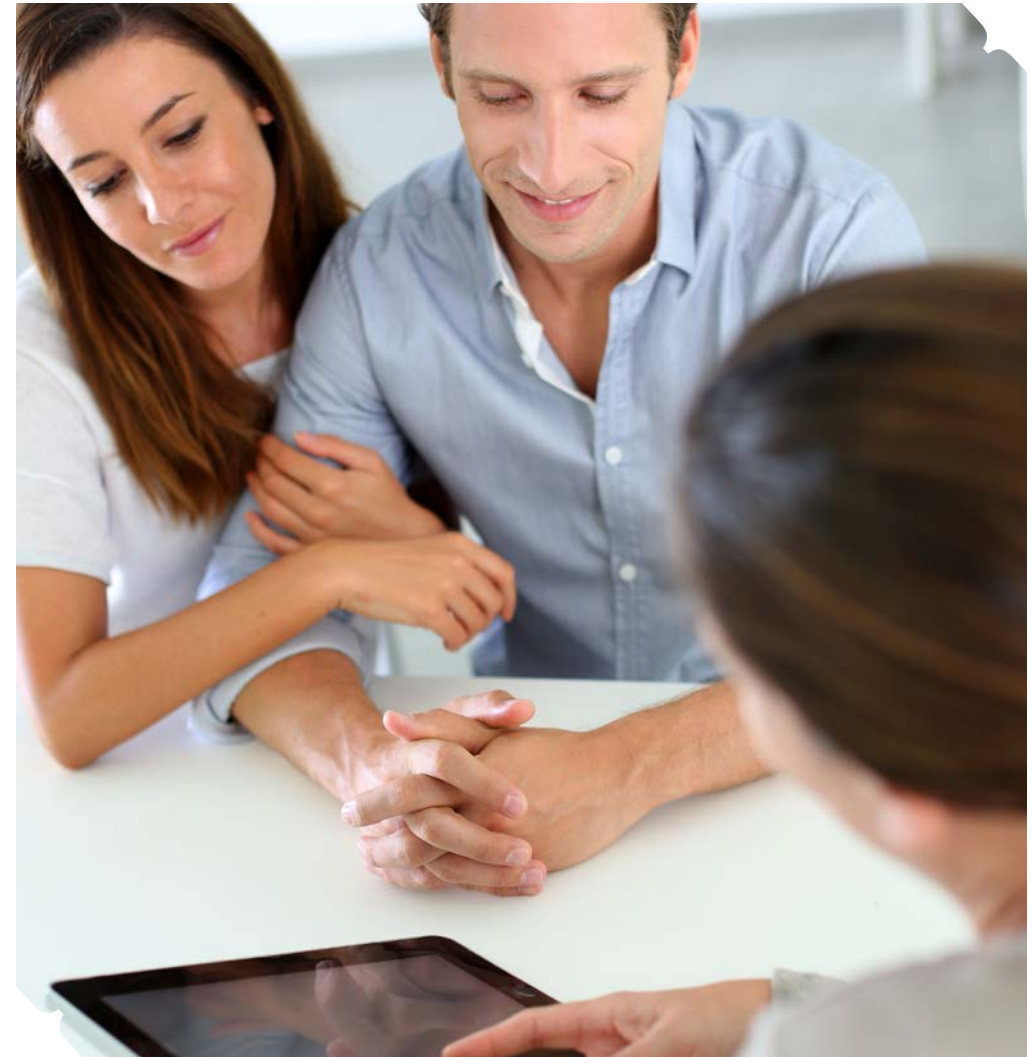
- Pospago:
 - Implementación de nueva oferta comercial.
 - Envío de SMS al cliente con el detalle de su oferta.
 - Mejoras para la gestión del proveedor del *Call Center*.
 - Implementación de un departamento único capaz de efectuar modificaciones en el sistema, lo que garantiza la consistencia de la información.
 - Evaluación para identificar a los ejecutivos con mayor experiencia.
 - Revisión del proceso de atención a fallas en el suministro.
- Prepago:
 - Mejoras para la gestión del proveedor del *Call Center*.
 - Mejora del cumplimiento del proveedor de atención.
 - Disminución del tiempo medio de operación y aumento de la precisión en el diagnóstico de atención de datos.
 - Nuevo modelo de formación para homologar actividades de nuestro modelo actual a la propuesta de formación de Telefónica México.

- B2B:
 - Diseño de un nuevo modelo de calidad que permite tener controles y la visibilidad de la experiencia del cliente.
 - Revisión del proceso de atención a fallas en el suministro.
 - Implementación de un departamento único que es capaz de implementar modificaciones en el sistema, para garantizar la consistencia de la información.
 - Mejora en la entrega de los servicios.
 - Creación de tablas de información sobre el cliente que asegura que este conocimiento está disponible para todos los ejecutivos.
 - Rediseño de factura por la eliminación del cargo de larga distancia nacional, con base en la regulación, lo que contribuyó a la satisfacción de claridad en la factura.
- Todos los segmentos:
 - Plan de blindaje de red para asegurar los servicios de voz, datos y SMS.
 - Desarrollo de la primera etapa del sistema interno Ónix.
 - Implementación del cuadro de Momentos de Verdad para relacionar la satisfacción con los resultados de la operación.

Para apoyar la mejora continua en la satisfacción de nuestros clientes, contamos con el sistema interno Ónix, el cual surgió como un proyecto para alinearse con el programa *Be More_* "Hacia la transformación en una Telco Digital". Se trata de una solución de negocio soportada por una robusta herramienta tecnológica, que impacta a gran parte de nuestra cadena de valor en la operación, desde la oferta, el abastecimiento, la venta y la facturación, hasta la atención a los clientes. Resulta ser una plataforma innovadora, que goza de mayor simplicidad, agilidad y adaptabilidad a la operación.

G4-PR5

8.69, Índice de Satisfacción de Clientes al cierre de 2015





Dado el interés constante de nuestra área de Facturación y Tasación por innovar, crear y transformar para que la factura sea un diferenciador de ventas de contribución al negocio, llevamos a cabo diversas acciones para brindar soluciones de tecnología innovadoras a nuestros clientes, garantizar la entrega oportuna de la factura e incrementar el índice de satisfacción en facturación, lo que nos llevará a consolidarnos como una Telco Digital:

- Implementación de HP ESXTREAM, factura dinámica por medio de la cual nuestros clientes consultan su historial de consumos.
- Campañas de telemarketing para incentivar a los clientes a la migración a *paperless*, así como la validación o corrección de su correo electrónico.
- Implementación de interface entre la plataforma de SAR y *Front End* para el registro de correo electrónico.

- Mejoras de comunicación sobre la explicación de la primera factura para la disminución de consultas sobre ésta.

Con la implementación de estas mejoras, hemos logrado incrementar el índice de satisfacción en facturación, la claridad y transparencia en la información, la entrega oportuna de la factura a nuestros clientes y la optimización de tiempo para que realicen su pago, además de la reducción en el número de quejas.

885,270 facturas entregadas por medios electrónicos mensualmente, 98.1% del total

G4-PR5

Índice de Satisfacción en facturación en 2015:

9.27, clientes de pospago

8.72, PyMEs

7.39, empresas



G4-DMA Etiquetado de los productos y servicios

NIKKO

Con el propósito de mejorar la experiencia de nuestros clientes al poner a su alcance procesos más eficientes, durante 2015, consolidamos el asistente virtual Nikko como una herramienta básica en el primer contacto con el cliente a través del chat y SMS, apoyando en el manejo de más de 100 mil casos cada mes y conteniendo el tráfico de forma sostenida. Su importancia radica en que al ser el primer contacto con el cliente, logra la retención de las conversaciones y evita costos adicionales al prescindir de la atención de un ejecutivo.

147,000 conversaciones mensuales

60%, índice de retención

El objetivo principal de Nikko es mejorar su capacidad de comprensión para brindar respuestas más precisas y específicas sobre información útil para nuestros clientes, como saldo –proceso que se encuentra en pruebas operativas–, plan y cambios en la línea del cliente.

Actualmente nos encontramos explorando la posibilidad de aprovechar a Nikko –en el mediano y largo plazo– en otros canales de atención digital como Facebook y aplicaciones de mensajería instantánea.

Movistar fue reconocida por parte de la firma IZO con el Sello BCX –Best Customer Experience– como la empresa líder en innovación y experiencia de cliente en México

Continuamos siendo el operador con la menor cantidad de quejas y reclamaciones ante la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco)

En 2015 la variación en la resolución fue positiva:

Indicador	Enero 2015	Diciembre 2015	Variación
First Call Resolution (FCR)	53.89%	53.16%	-0.73 pp
First Visit Resolution (FVR)	74.51%	93.45%	+18.94 pp



Confianza digital

La confianza es clave para que todas las personas puedan aprovechar cada una de las oportunidades que les ofrece la tecnología

Hoy en día, la tecnología y la digitalización se encuentran al alcance de un mayor número de personas y resulta imprescindible que puedan confiar en que sus datos son gestionados de forma transparente y acceder a contenidos seguros.

G4-DMA Salud y seguridad de los clientes, Política pública (general y específico)

La confianza representa uno de nuestros asuntos materiales a nivel Corporativo y México y, por lo tanto, una de nuestras prioridades. Para gestionarla correctamente, contamos con el *Manifiesto Digital*, documento que

define recomendaciones de políticas públicas equilibradas para liberar el máximo potencial del mundo digital y mejorar la experiencia de Internet de los consumidores, conectar a todos a una red abierta y segura y que propician más inversión en infraestructura digital. Como Telco Digital y con una visión de futuro en el contexto del arribo de la Revolución Digital, en Telefónica encabezamos e impulsamos este proceso de transformación, fomentando el acceso a lo mejor que ofrece la tecnología y sumando esfuerzos para liberar todo el potencial de la economía digital.



"No te enREDES"

En 2015, en conjunto con Profesor Chiflado – iniciativa que tiene como objetivo educar por medio del entretenimiento –, presentamos este programa en el cual abordamos temas como seguridad en la red, respeto en el mundo virtual, prevención del *ciberbullying* y privacidad de la información.

Como parte de nuestro compromiso con la comunidad donde operamos, logramos llegar a 6,956 niños de 21 escuelas primarias ubicadas en la Delegación Cuajimalpa, lugar donde se encuentran nuestras oficinas corporativas en México

Realizamos una encuesta a los niños asistentes antes del show y obtuvieron una puntuación de 6.8; después de la experiencia "No te enREDES", lograron una puntuación de 7.7, con lo que incrementaron el aprendizaje sobre estos temas en 12.14%.

Para los niños de entre 11-12 años de edad, el tema principal fue la privacidad, aumentando su conocimiento en 33%, mientras que el tema con mayor puntuación en pre y post test fue la prevención, aumentando 1.2 puntos.



FAMILIA DIGITAL

En 2015 lanzamos la plataforma *familiadigital.net*, dirigida a niños y adolescentes y que consiste en un sitio interactivo de apoyo a padres y maestros para encontrar las respuestas a todo tipo de dudas sobre las nuevas tecnologías.

Cada mes, abordamos en profundidad un tema de interés referente a las tecnologías de la información.

900 visitas mensuales al sitio de México

45% de los visitantes son mujeres, mientras que 55% son hombres



PRIVACIDAD

G4-DMA Privacidad de los clientes

En Telefónica México, la privacidad de los datos de nuestros clientes es un tema prioritario, por lo que garantizamos su correcta gestión y mantenimiento a través del apego a la legislación vigente –como la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP) y la Ley Federal de Telecomunicaciones– y las normativas internas que establecen las medidas de seguridad que deben cumplir nuestras áreas de negocio, las cuales promueven la confidencialidad y accesibilidad en las operaciones, sin perder el control y restricciones sobre la información.

Toda vez que recabamos un dato personal, ponemos a disposición del titular nuestro Aviso de Privacidad Integral, además de contar con material informativo –como *flyers*– en nuestros CAC.

Para conocer nuestro Aviso de Privacidad, visita nuestra página: <http://www.movistar.com.mx/aviso-de-privacidad>

Asimismo, establecemos cláusulas respecto a la gestión de los datos en todos los instrumentos

jurídicos que se celebran con los encargados del tratamiento de esta información, con el fin de hacerlos corresponsables en el cuidado de los datos que manejan.

G4-14

Para permear y consolidar el conocimiento sobre la correcta gestión de información en nuestra organización, contamos con diversos recursos, como son:

- Una Oficina de Protección de Datos.
- Comité de Privacidad de Datos Personales (PDP), conformado por Directores y Subdirectores.
- Responsables asignados por direcciones y áreas para que apoyen a la Oficina de PDP en la materia.
- Aplicación de auditorías internas, revisiones por parte de la Oficina de PDP a las diferentes direcciones de la empresa y auditorías externas.

- Campañas constantes de sensibilización en la materia.
- Actualización anual del inventario de datos personales.
- Capacitación a todas las áreas e inducciones a nuevos ingresos de la materia.
- Inclusión del riesgo en el mapa de riesgos locales y reputacionales.

Basamos nuestro procedimiento para asegurar los datos personales de los clientes en diversos instrumentos para la identificación, control y evaluación de impactos en materia de protección de datos, tales como la Política de Protección de Datos Personales, la Política para Recomendaciones sobre Medidas de Seguridad Aplicables a los Sistemas de Datos Personales, el Sistema de Gestión de Seguridad de Datos Personales y el Procedimiento para Gestión de Incidentes.

Así, también realizamos diversas actividades de sensibilización a nuestros colaboradores para concienciarlos sobre el manejo adecuado de este tipo de información, por ejemplo:

- Sensibilización a todo el personal de Telefónica México sobre la importancia del cuidado de los datos personales de nuestros clientes así como de la privacidad.
- Curso de inducción para los colaboradores de nuevo ingreso, en el cual se abordan los procedimientos para la gestión de datos personales.
- Capacitación focalizada a las áreas consideradas con mayor riesgo por el uso de los datos, así como a distribuidores.

- Capacitación impartida por formadores comerciales al personal a cargo de atención al cliente.
- Encuesta de PDP para todos los empleados de Telefónica México para obtener un indicador del nivel de conocimiento sobre el tema para tomar nuevas acciones al respecto.
- Activación en materia de PDP, en la cual se entregaron tarjetas con información general y un regalo significativo.
- Acercamiento con el regulador en la materia para plantear nuestro compromiso con la privacidad de nuestros clientes.



171 colaboradores capacitados en el Curso de inducción en México

139 capacitaciones focalizadas a diferentes áreas y distribuidores en México



Adicionalmente, en 2015 creamos y desarrollamos un Curso *e-learning* en materia de protección de datos personales, compuesto por módulos que abordan la información más importante a este respecto y una evaluación final.

Derivado de estas acciones estratégicas y dado el alto nivel de cumplimiento de los requisitos establecidos por la LFPDPPP, su reglamento y los parámetros de autorregulación vinculante en materia de PDP, en agosto de 2015 logramos que Telefónica México sea la primera empresa en recibir la certificación en materia de protección de datos personales de Normalización y Certificación Electrónica, S.C. (NYCE), organismo reconocido por el Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI).

Telefónica México es la primera empresa en recibir la certificación en materia de protección de datos personales de NYCE, organismo reconocido por el INAI

OBJETIVOS 2016

- Incrementar el número de atenciones de autogestión en 35% y avanzar en los canales de *Call Center*, presencial y digital.
- Mantener el certificado en materia de protección de datos personales.
- Asegurar la mejora continua de nuestras políticas y procedimientos establecidos para la gestión de datos personales.
- Contar con el 60% de participación en el Curso *e-learning* en materia de protección de datos personales para todos los colaboradores de Telefónica México.



SEGURIDAD

G4-DMA Salud y seguridad de los clientes

Uno de nuestros principales logros en 2015 fue el cumplimiento de la meta del proyecto de madurez de seguridad tecnológica basado en el estándar ISO/IEC 27001 –norma principal de la serie 27000 y que contiene los requisitos del sistema de gestión de seguridad de la información– acorde a la definición del equipo local de seguridad y del equipo corporativo de seguridad de Global CIO.

En 2015 logramos la madurez de seguridad ISO 27001 en nivel 2.9

Como parte de las acciones que implementamos para alcanzar este nivel, llevamos a cabo una campaña de concienciación de seguridad dirigida a nuestros colaboradores para enfatizar tres conceptos fundamentales –Ingeniería Social, *Ransomware* y *Phishing*– y basada en diversos recursos, como comunicados, ataque tipo *Phishing* y pláticas en el auditorio.

Otra de las líneas de acción que realizamos para garantizar la seguridad de nuestros usuarios es la consulta diaria del sitio de la *Internet Watch Foundation* (IWF) con el fin de bloquear diariamente aquellos sitios con contenido de abuso infantil y distribuirlos en los equipos *Deep Packet Inspection* (DPI) –plataforma de análisis de cumplimiento de protocolo, determinación de seguridad y bloqueo de contenido–.



*Durante 2015
llevamos a cabo el
bloqueo de 360,000
sitios establecidos en
la lista de la IWF*

Iniciamos la integración de una nueva plataforma de servicios de seguridad –“*Security Hub*”–, en la cual almacenaremos una gran gama de soluciones de seguridad, como son control parental, seguridad, almacenamiento, localización, entre otros. Nuestro objetivo es que esta oferta se encuentre disponible a partir de 2016.

Además, contamos con la iniciativa *Mobile Connect* –Identidad Digital–, desarrollada en conjunto con la *Global Strategic Marketing Alliance* (GSMA), y que consiste en que los usuarios utilicen su teléfono celular como herramienta de autenticación en distintos servicios. En 2015 liberamos la interfaz para que terceros puedan conectarse a nuestra plataforma para autenticar a los usuarios.

Aunado a lo anterior, en 2015 lanzamos nuevos productos y servicios para generar mayor valor a nuestros clientes, como son la Oferta de Solo Robo Protección Movistar –Seguro de Terminal– para PyMEs y Grandes Cuentas; y los datos y llamadas patrocinados, que consisten en que una marca puede regalar a nuestros clientes datos o llamadas a cambio de que ellos reciban publicidad.

FIVI 2015

En el marco del II Foro Internacional sobre la Violencia en Internet, organizado por Cosmociudadano, A.C. y su iniciativa Centro SIVI –Sin Violencia en Internet–, con apoyo de la Comisión Ejecutiva de Atención a Víctimas (CEAV) y diversas organizaciones de la sociedad civil, participamos en el panel “Campañas de Prevención en Internet” y destacamos nuestra labor en pro del uso responsable de las tecnologías a través de una gestión integral del tema en todas nuestras operaciones, pues trabajamos en la promoción de la seguridad en línea de nuestros usuarios más jóvenes por medio de sistemas de autorregulación, el ofrecimiento de un control parental a nuestros clientes a través de Movistar, además de la sensibilización a escuelas y la promoción de alianzas con otros sectores.

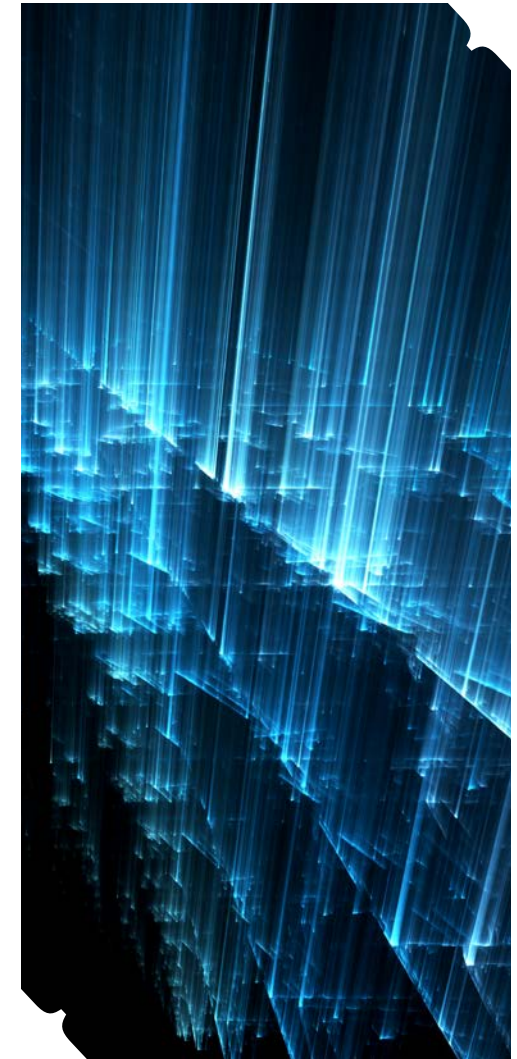
Como parte de las actividades durante el Foro, también fue presentada la certificación Escuela CiberSegura, iniciativa desarrollada por la asociación Cosmociudadano A.C., el Centro SIVI y la organización Mamá Digital IAP y que consiste en una herramienta enfocada a alumnos y maestros de primaria y secundaria, así como a padres de familia, que busca desarrollar competencias en niños y adolescentes para navegar en Internet de forma segura.

*En 2015 lanzamos
el portal web de
Seguridad donde
incluimos consejos,
noticias, servicios
e información
referente a temas
de seguridad*

Para mayor información visita nuestra página:
<https://proteccion.movistar.com>

OBJETIVOS 2016

- Alcanzar la madurez de seguridad ISO 27001 en nivel 3.1, con base en el *Framework* internacional para cumplimiento de controles de seguridad enfocados al ámbito de Telefónica México.
- Lanzar los nuevos servicios de seguridad Movistar Cloud y Multidevice.



Publicidad responsable



G4-DMA Salud y seguridad de los clientes, Comunicaciones de mercadotecnia, Cumplimiento regulatorio

En Telefónica México contamos con un robusto proceso para el desarrollo de todos nuestros productos y servicios, ya que realizamos un análisis de la oferta en el mercado para garantizar que nuestros clientes tengan siempre la mejor, tanto en precio como en funcionalidad. Para ello, los nuevos servicios –antes de ser lanzados comercialmente– son revisados por el área de Marketing en conjunto con el área de Clientes con objeto de verificar la experiencia del usuario.

G4-DMA Etiquetado de los productos y servicios G4-PR3

Así también, nos aseguramos de la certeza de la comunicación de nuevas ofertas, promociones y planes, mismos que son desarrollados por nuestro equipo de Marketing Producto, quien somete la información generada a verificación por parte del equipo regulatorio, de tal manera que ésta sea transparente, honesta y directa en cuanto a los beneficios y costos que se ofrecen, y cumpla con la vigencia y con los estándares de comunicación justa.

Nuestra comunicación publicitaria se rige por principios éticos, de honestidad y transparencia definidos en nuestros Principios de Negocio Responsable y en las normas éticas de comunicación publicitaria del Grupo Telefónica. Aun cuando no pertenecemos a la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (AMAP), nuestro código se apega a los lineamientos éticos descritos por esta entidad, ya que las agencias de publicidad con quienes trabajamos sí se encuentran adscritas a la AMAP.

Los mensajes publicitarios que difundimos deben cumplir con los siguientes requerimientos:

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

Asimismo, nuestra comunicación tradicional y digital se apega a las normativas de publicidad no engañosa delimitadas por la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco) como organismo externo y regulador e, internamente, se basa en lineamientos establecidos para nuestra marca comercial Movistar y para la corporativa

Telefónica. Ambas siguen una visión, idea de marca y valores, y se rigen con Honestidad y Transparencia, pues son marcas íntegras y de confianza que aportan a la vida de las personas y que siempre buscan llevar la tecnología de manera sencilla y accesible para todos.

Además, para mejorar la experiencia de nuestros clientes, contamos con un proceso opt-in en el que, si existe interés por parte de nuestros usuarios Movistar en la recepción de publicidad, autorizan el envío de información sobre nuestras ofertas y promociones.

Adicionalmente y como parte de nuestra publicidad responsable, el 1º de julio de 2015 llevamos a cabo el evento “*Mobile Advertising Day*”, en el que reunimos a 20 agencias de publicidad, medios y marcas en un *workshop*. En él, contamos con la participación de la *Global Advertising*, con el fin de dar a conocer los productos de publicidad dirigida a terceros que se comercializan desde el área de Servicios Digitales.



Inclusión digital

G4-8

En Telefónica México buscamos poner la tecnología al alcance de un mayor número de personas, con el fin de que gocen de los beneficios de la inclusión digital, la cual puede categorizarse en:

- Económica, ya que Telefónica México contribuye a la asequibilidad de precios, por medio del establecimiento de alianzas y la oferta de diversos servicios accesibles, logrando que las personas que no cuentan con los recursos económicos necesarios, accedan a la tecnología.

- Discapacidad / accesibilidad, pues existen personas que cuentan con el recurso económico, la cobertura de red y el conocimiento, mas cuentan con algún tipo de discapacidad o son adultos mayores, quienes necesitan servicios adaptables –como Localízame, Aquí estoy– y a través de estas facilidades pueden acceder a este tipo de productos y servicios.
- Formación / capacitación, para las personas que cuentan con todas las capacidades para utilizar las tecnologías, a excepción del conocimiento, el cual puede ser adquirido a través de diversas herramientas.

MIRÍADA X

Es una iniciativa que apoya la inclusión digital en la dimensión de formación / capacitación, surgida por iniciativa de Telefónica –a través de Telefónica Educación Digital con su plataforma MOOC– y de Universia –la mayor red de universidades de habla hispana y portuguesa, promovida por Banco Santander–.

Se trata de un modelo de aprendizaje basado en la colaboración, el uso libre de recursos educativos y las tecnologías innovadoras donde los interesados pueden aprender de forma flexible e intercambiar conocimientos.

Miríada X apuesta por impulsar el conocimiento en abierto en el ámbito iberoamericano de Educación Superior, que sea libre y gratuito, transmitido y enriquecido a través de la red.

Desde su origen, Miríada X se ha convertido en la primera plataforma de cursos abiertos *online* de habla hispana.

2'065,000 alumnos matriculados

Más de 380 cursos publicados de 75 universidades distintas

PROSPERA DIGITAL

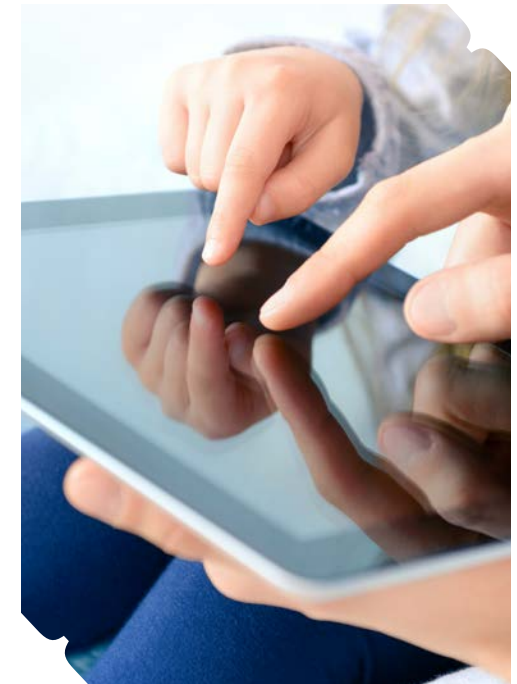
Es un piloto de mensajería dirigido a mujeres embarazadas, cuyo objetivo es utilizar nuevas herramientas y tecnologías móviles para promover la inclusión digital, informando a las beneficiarias de manera oportuna, personalizada y focalizada para ayudarlas a tomar mejores decisiones y ampliar sus capacidades de desarrollo, a través de la inclusión y educación financiera, y el cuidado de la salud materna e infantil.

1,500 clientas / beneficiarias acumuladas

En el contexto de inclusión digital es de destacar que en 2015 atendimos 275 llamadas en náhuatl procedentes de la Ciudad de México, Puebla y Veracruz y cuyos motivos principales fueron la consulta y la solicitud de información.

OBJETIVOS 2016

- Lanzamiento comercial de diversos productos y servicios a través de la utilización de nuevas plataformas de publicidad móvil.
- Crecimiento de la base activa de opt-in a 3MM para mejorar la segmentación de campañas publicitarias.
- Lanzamiento comercial de TUGo.
- Mantener el liderazgo en la industria como la operadora más íntegra.
- Buscar mecanismos de inversión que permitan al Grupo tener presencia en comunidades remotas o alejadas.
- Aumentar la oferta de servicios de Internet de mayor velocidad.





TELEFONÍA RURAL

G4-DMA Consecuencias económicas indirectas, Inversión,
Comunidades locales
G4-S01

Como parte de nuestros esfuerzos, en 2015 llevamos a cabo el despliegue de cobertura 2G bajo el modelo de Franquicia Rural (FR) en 106 localidades de zonas rurales y sub-urbanas, ubicadas en el Estado de México, Hidalgo, Puebla, Tlaxcala, Morelos y Oaxaca, beneficiando a 475,000 habitantes, aproximadamente.

G4-EC7, G4-HR1

Para este proyecto, en 2015 llevamos a cabo la firma del Convenio Marco FR con un importante socio en una inversión a gran escala. La iniciativa consiste en el despliegue de cobertura celular con base en un modelo de arrendamiento de infraestructura radio base variable, vía *revenue share* –reparto de ingresos– y asociado a compartir el ingreso por tráfico en los sitios,

con lo cual prospectamos un potencial de cobertura de 1,350 sitios en los próximos años. Cabe señalar que dentro del contrato de arrendamiento de infraestructura con el tercero (arrendadora / arrendataria) se estipula que éste debe ser socialmente responsable.

En 2014, el modelo recibió el reconocimiento interno y el premio *BE MORE_* Telefónica, al ser una de las iniciativas más innovadoras en América, favoreciendo el análisis sobre la posibilidad de replicarlo en Guatemala y otros países de Latinoamérica. El éxito de esta iniciativa se debe a que conocemos y comprendemos las tradiciones, costumbres y contexto económico en el que se desenvuelven las comunidades, logrando prevenir conflictos, adaptarnos a las particularidades de cada una de ellas y atender sus necesidades de comunicación, mejorando así el desarrollo de las condiciones sociales y culturales.

El proyecto de Franquicia Rural fue reconocido a nivel local y global por Telefónica Innovation y por operadores como Telefónica Perú y Guatemala. Además, fue identificado por el organismo gubernamental nacional IFT en el país.

OBJETIVO 2016

Evolución del modelo Franquicia Rural para el despliegue de cobertura 3G en zonas rurales y sub-urbanas.

Innovación

G4-13

Como empresa comprometida con el desarrollo de los lugares en los que tenemos presencia y como pionera en la transformación e innovación, llevamos a cabo la mejora continua de nuestros servicios en beneficio de la inclusión digital. Entre nuestros principales logros se encuentran:

- **Cobertura:** incrementamos la cobertura a nivel nacional con diversas tecnologías, como 2G, 3G y LTE.
- **Leap-frogging tecnológico:** aceleramos el despliegue de LTE –sumándolo a nuevas ciudades que permiten el uso eficiente del espectro– y del programa de migración de clientes a esta red con la finalidad de optimizar el CapEx y la utilización de recursos espectrales de la operación –disminución de hasta siete veces el costo por cliente, sin contar costo del espectro–.
- **Fibra óptica:** incrementamos nuestra infraestructura, lo que permite una mayor ventaja competitiva en el uso de red.
- **Desarrollo de infraestructura de IT:** mejoramos nuestros procesos con la finalidad de convertirnos en una organización más plana y con mayor capacidad de respuesta ante movimientos del mercado mediante *Big Data*.
- **Compartición y apertura de redes:** establecimos contratos con nuevos Operadores Móviles Virtuales (OMVs) en nuestra red e incrementamos el número de clientes totales de estos operadores.
- **Automatización e integración de procesos mediante Ónix:** implementamos la fase 1; llevamos a cabo la integración y automatización de procesos para el área comercial. Asimismo, homologamos los procesos comerciales dentro de un solo sistema.

WAYRA

En 2015 continuamos con las actividades de nuestro acelerador de negocios Wayra, con quien hemos logrado crear 44 *startups*, la inversión directa en capital de más de 50 millones de pesos y el aporte en 2.9 veces más recursos por terceros inversionistas. Con ello, logramos la visita de 3,679 personas a 94 eventos –32 de los cuales fueron abiertos al ecosistema emprendedor–, 40 personas en promedio por evento realizado en el Ágora, más de 30 colaboraciones y más de 30 expositores.





7

{ Elegimos atraer
al mejor talento }



Nuestro equipo

G4-DMA Empleo, Libertad de asociación y negociación colectiva
En Telefónica México contribuimos al progreso de la sociedad a través de la generación de empleo. Por ello, disponemos de una Política de Atracción de Talento aplicable a todos los niveles de la organización, logrando así contar con el mejor equipo de profesionales.

G4-10, G4-11

2,479 colaboradores en plantilla al cierre de 2015, 416 de los cuales cuentan con convenio negociado, es decir, 16.78% del total

Desglose de plantilla por género 2015 (*)

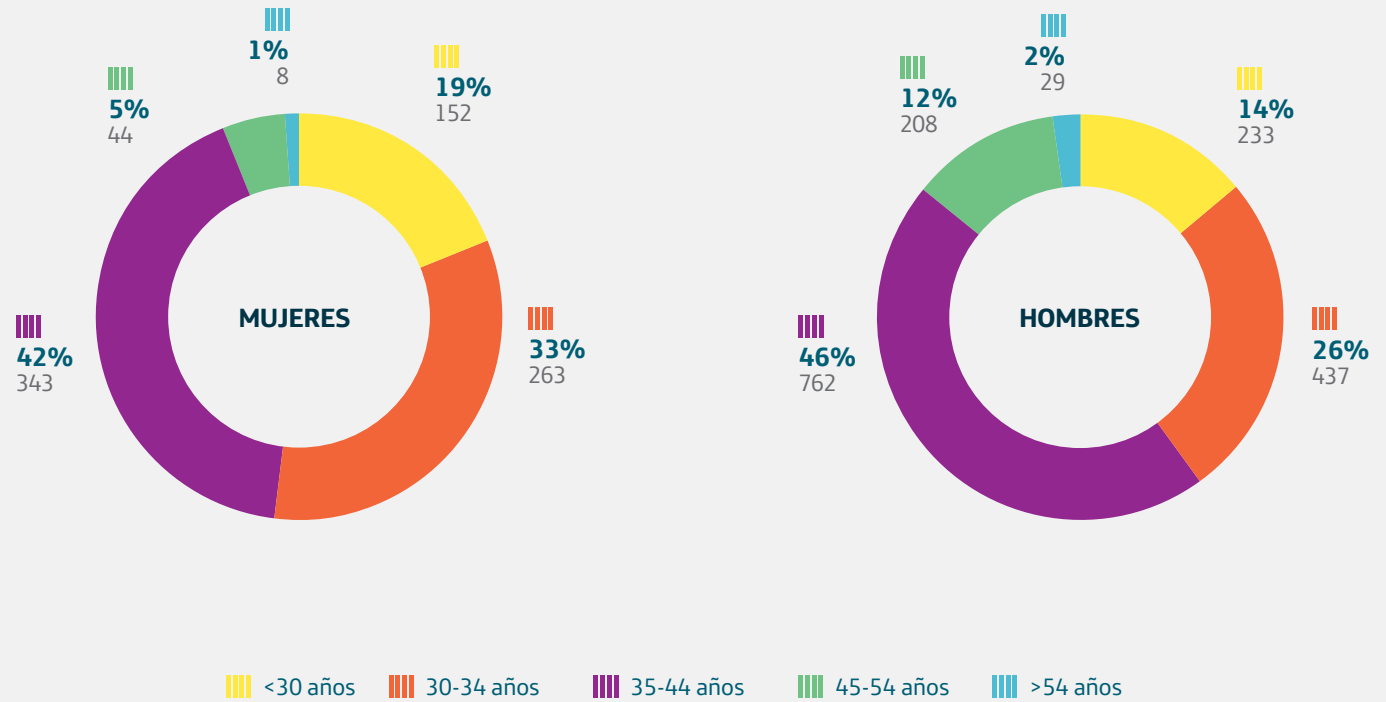


(*) Estos datos consideran a los colaboradores de las empresas Grupo Telefónica Móviles México, TIS México, Terra México, Media Networks México, Telefónica on the Spot, TGT México, Pleyade México y Fisatel México.





Distribución de plantilla por género y grupo etario 2015 (*)



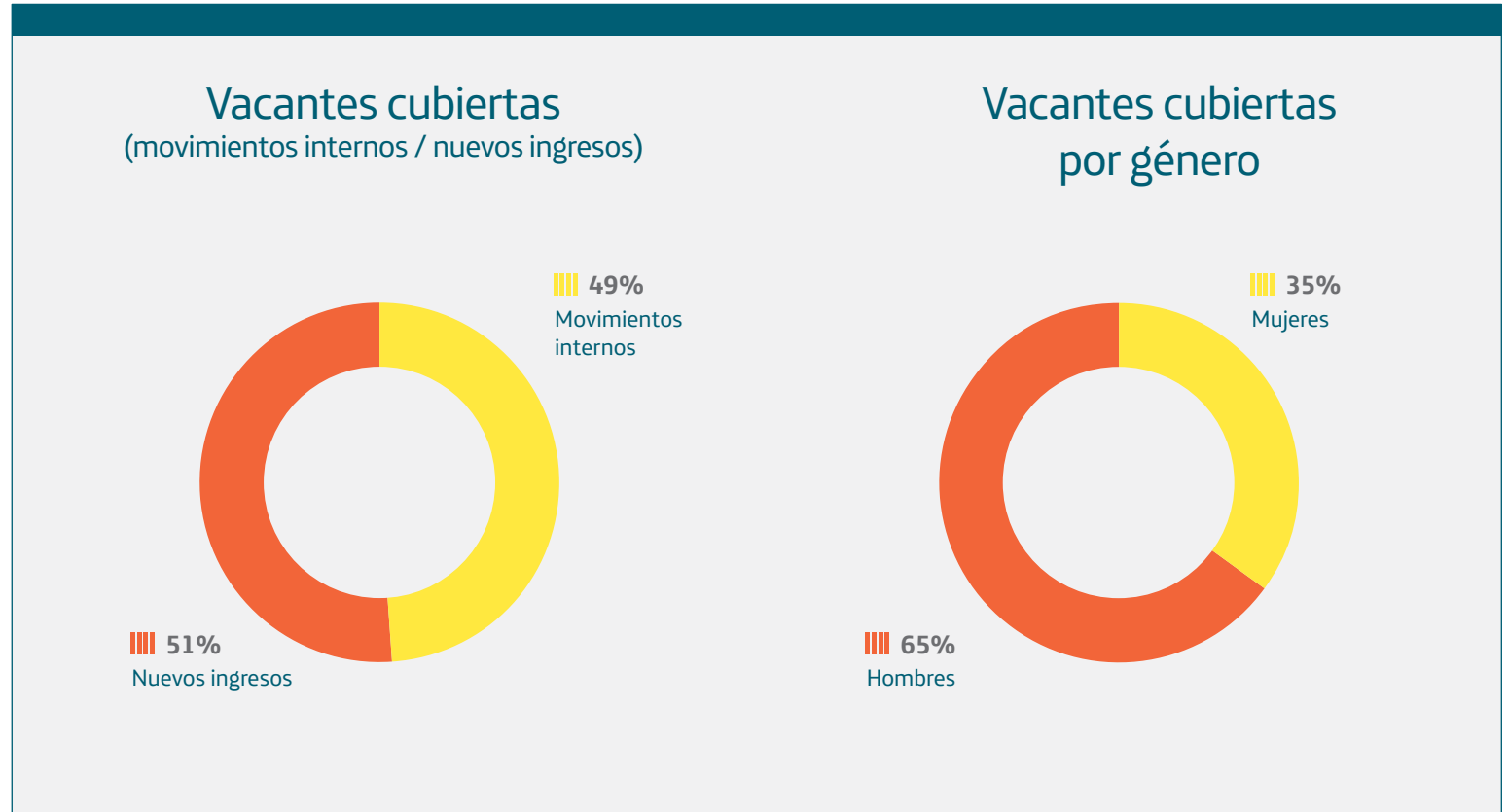
(*) Estos datos consideran a los colaboradores de las empresas Grupo Telefónica Móviles México, TIS México, Terra México, Media Networks México, Telefónica on the Spot, TGT México, Pleyade México y Fisatel México.



Para cubrir una vacante, existen dos canales principales:

- Iniciativas internas: colaboradores referidos internos.
- Iniciativas externas: ferias de empleo, pláticas en universidades, foros de contenidos de interés para jóvenes universitarios, mesas de discusión con estudiantes de MBA, programa de verano, programa de becarios, campañas en redes sociales, *hunting*, *open house*, publicación de vacantes en páginas como LinkedIn y portales de empleo.

Una vez que encontramos a los candidatos finalistas, aplicamos evaluaciones con el objetivo de conocerlos y determinar si sus aptitudes y capacidades son las requeridas para el puesto en cuestión. Estas pruebas gozan de completa confidencialidad y seguridad.



G4-LA1

27.7% índice de rotación en 2015

472 vacantes cubiertas

Así también, disponemos del programa de rotación internacional, cuyo objetivo es brindar al colaborador la experiencia de vivir y trabajar en otro país dentro del Grupo Telefónica.

Con el objetivo de brindar oportunidades de conocimiento y motivar el desarrollo de habilidades en los jóvenes, contamos con el Programa de Becarios, en el que estudiantes

de los últimos semestres de la carrera laboran en la empresa por tiempo parcial. Igualmente, tenemos el Programa Ejecutivos de Verano, en el cual invitamos a los familiares de nuestros colaboradores mayores de edad que se encuentren estudiando preparatoria o universidad para trabajar un mes durante el verano en las instalaciones de Telefónica México.

5 personas beneficiadas en México con el programa de rotación internacional y recibimos a 3 colaboradores del extranjero

Cultura laboral

A partir de agosto de 2015 generamos un cambio radical en la manera de implementar la inducción de los colaboradores, la cual está dirigida a que todos conozcan y vivan nuestra visión y cultura. Esto se logra al momento en que se hace una inmersión de manera vivencial en nuestra operación, en donde todo nuevo colaborador vive la experiencia de atención de nuestro cliente al vivir: atención en tienda, visitas a competencia para hacer comparativos e interacción con *Call Center*.

Esta experiencia tiene una duración total de seis días, en donde se vive la operación dirigida al cliente y se comunica nuestra visión por medio de distintos canales.

En este año se hicieron 16 ediciones, llegando a 73 personas en total

Desde el área de Cultura y Formación se hacen consultorías con las direcciones para saber las necesidades puntuales que se tienen sobre temas como: trabajo en equipo, integración, *engagement*, comunicación de nuestra cultura, entre otros. Desde el área se generan distintos servicios, donde el más representativo es nuestro *Team Building* para equipos de alto rendimiento.

Estos *Team Building* están enfocados en desarrollar la construcción de equipos de trabajo tomando en cuenta las bases de la comunicación, el poder identificar cómo es que cada uno percibe el mundo y cómo es que su interlocutor lo percibe. De esa manera podremos comunicarnos en el mismo idioma. Y curiosamente cuando somos capaces de comunicarnos efectivamente con los miembros de nuestro equipo es que motivamos el surgimiento del sentido de pertenencia.

Además del tema de comunicación trabajamos con ejercicios que incluyen movimiento físico para incentivar la integración y el *engagement* que fomentan la vivencia de nuestra cultura basada en siete actitudes:

1. Ser una empresa honesta, transparente y orientada al cliente.
2. Tener derecho a opinar, a ser escuchado y oportunidad de diálogo.
3. Trabajar con orgullo: jugar para ganar.
4. Ser un solo equipo: todos alineados.
5. Tener mentalidad atacante: foco y consistencia.
6. Trabajar con liderazgo y meritocracia.
7. Estar presentes, celebrar y pasarla bien.



En 2015 tuvimos 6 ediciones de Team Building impactando a un total de 135 colaboradores





Además de los *Team Building* y la diversa gama de canales de comunicación, contamos con otras iniciativas que fomentan un clima organizacional apto y la comunicación entre la dirección y nuestros colaboradores, propiciando la existencia de relaciones laborales francas y adecuadas, como son:

- Desayunos y comidas con alta dirección, cuyo objetivo es dar a conocer la opinión de nuestros colaboradores a nuestro CEO y a nuestro Presidente Ejecutivo sobre distintos temas, además de fungir como espacios para el reforzamiento de nuestra estrategia.
- Correo ESCRÍBEME, canal de comunicación directa con nuestro CEO, lanzado en junio de 2015. En él, nuestro CEO responde y brinda solución a las problemáticas que a diario dan a conocer nuestros colaboradores, lo que ha generado gran aceptación y un alto grado de confianza entre ellos.
- Cuenta Estrategia Telefónica MX: canal de reciente lanzamiento que reúne toda información de la compañía cuyo carácter es estratégico y que es supervisada y validada por el propio CEO.

Encuestas Hay Group y Great Place to Work, las cuales evalúan la efectividad y el clima organizacional y representan canales abiertos para que nuestros colaboradores den a conocer sus opiniones

FORO DE LÍDERES

Evento que representa una estrategia de comunicación en la que participa nuestro CEO y Presidente. En 2015 estuvo centrado en nuestras tres prioridades: Crecer, Transformar y Cultura, y por primera vez, estuvo abierto no sólo a cargos medios y directivos de la compañía, sino a todos nuestros colaboradores sin distinción de rangos jerárquicos. Durante el evento se presentan indicadores del negocio, se clarifica la estrategia del mismo, se comunican los resultados adquiridos y los nuevos retos, se promueven los tres ejes de la compañía y las siete actitudes corporativas, y se motiva a todo el equipo

humano a realizar acciones que nos lleven a lograr los objetivos. Posteriormente, publicamos los principales mensajes y presentaciones del foro en nuestra Intranet, garantizando que toda información goce de claridad y accesibilidad para todos los colaboradores y aplicamos una encuesta electrónica para evaluar la calidad de los mensajes, el valor que agrega a nuestra labor y los aspectos generales del evento.

2,000 asistentes al Foro de Líderes, realizado en octubre de 2015 en la Ciudad de México; 500 colaboradores ubicados en otras regiones del país conectados vía streaming



OBJETIVO 2016

Llevar a cabo tres Foros de Líderes como mínimo al año, con la finalidad de que nuestros colaboradores conozcan la estrategia de la compañía, escuchen las prioridades y alinear nuestras labores hacia el alcance de los objetivos planteados.



90.97, índice de satisfacción de los colaboradores, incremento de 6.32 puntos respecto al año anterior





Diversidad e igualdad de oportunidades

G4-DMA Diversidad e igualdad de oportunidades, Igualdad de retribución entre mujeres y hombres (general y específico), No discriminación, Libertad de asociación y negociación colectiva (específico)

En Telefónica México nos interesamos por fomentar la diversidad e igualdad de oportunidades, es por ello que contamos con una política que respalda la incorporación laboral de personas sin distinción de sexo, edad, religión, raza, discapacidad o condición social, sin ningún tipo de discriminación.

**41 Directivos,
4 de los cuales son
mujeres**

G4-LA13
Ofrecemos a todos nuestros colaboradores salarios competitivos y prestaciones superiores a las establecidas por ley; nos aseguramos de ello a través de la participación en encuestas salariales así como por medio de *benchmarks* para conocer las condiciones que ofrece la competencia. En Telefónica México, la relación de salarios entre hombres y mujeres es de 4% a nivel Directivo; 3% a nivel Gerencial; -6% en mandos medios; y 4% en contribuyentes individuales. Asimismo, ponemos especial atención en comprobar la inclusión tanto de hombres como de mujeres en la organización.

G4-LA12
**810 mujeres
en plantilla,
32.67% del total**





Bienestar laboral



G4-DMA Salud y seguridad en el trabajo

La salud y seguridad de nuestros colaboradores es muy importante para nosotros, por lo que en 2015 desarrollamos diversas iniciativas de prevención:

- Realizamos la campaña de vacunación influenza 2015, en la que aplicamos la vacuna *Fluzone Quadrivalent*, la cual se encuentra estandarizada de acuerdo a los requerimientos de la Comisión Federal Contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS) y los requerimientos del Servicio Público del Cuidado de la Salud de los Estados Unidos (USPHS), y contiene las cuatro cepas de influenza recomendadas para la temporada de influenza 2015-2016.

- Implementamos una campaña de prevención en salud durante septiembre, en la cual se realizaron análisis clínicos a costo preferencial para nuestros trabajadores, para poder detectar enfermedades de manera oportuna. También, llevamos a cabo la campaña "La óptica viene a ti", donde se realizaron exámenes de la vista gratuitos y con costos preferenciales en armazones y lentes de sol; además, en octubre tuvimos la campaña contra el Cáncer de mama, donde se realizaron análisis clínicos a costo preferencial para la detección oportuna para los colaboradores y sus familias.
- Llevamos a cabo el evento gratuito "Ciudad Salud", feria organizada por Metlife y dirigida a nuestros colaboradores para crear conciencia sobre la importancia del cuidado de la salud. En ella se promueven hábitos de salud y bienestar con un estilo de vida cardiosaludable y se realizan diferentes pruebas médicas y dinámicas para motivar a los colaboradores a disminuir factores de riesgo, desarrollar hábitos saludables y mejorar su calidad de vida.

757 vacunas aplicadas en 17 sedes a nivel nacional

365 participantes en la feria "Ciudad Salud"

G4-DMA Salud y seguridad en el trabajo (específico)

- Tenemos a disposición de nuestros colaboradores y sus familias el Servicio Médico en las oficinas corporativas de Torre Telefónica, en la Ciudad de México, donde ofrecemos –sin costo alguno– los siguientes servicios:
 - Atención por médicos generales
 - Urgencias
 - Especialista en ortopedia, gastroenterología y nutrición
 - Servicio de laboratorio y ambulancia
 - Suturas y colocación de férulas o yesos
 - Asesoría para el uso de la póliza de seguro del colaborador
 - Control del paciente crónico (hipertensos, diabéticos...)
 - Cursos de primeros auxilios y campañas de salud

10,707 consultas en nuestro Servicio Médico





Como parte de nuestro programa de *Wellness Corporativo*:

- Tenemos convenios con gimnasios en los que se otorgan precios especiales para todos nuestros colaboradores.
- Ponemos a disposición de los trabajadores consultas nutricionales, así como la iniciativa “Menú *Feel Good*”, en la que se ofrecen platillos saludables en el comedor, sin ningún costo.
- Llevamos a cabo la iniciativa “Momento *Feel Good*”, con la que promovemos las pausas activas con el objetivo de que nuestros colaboradores se den un tiempo de relajación en sus lugares de trabajo y así reducir el estrés laboral.

Beneficios

G4-DMA Empleo
G4-EC3, G4-LA2, G4-LA8

Queremos que nuestros colaboradores se sientan protegidos y seguros, sabiendo que la empresa les proporciona beneficios y facilidades para su bienestar. Así, la empresa ofrece los siguientes beneficios para todos sus colaboradores: vales de despensa, aguinaldo, prima vacacional, fondo de ahorro, bono por desempeño o comisiones, cuenta de ahorro para el retiro, seguro de vida, seguro de gastos médicos, plan de consultas, servicio médico, permisos de paternidad y maternidad.

Buscamos incrementar la satisfacción laboral, por lo que ofrecemos beneficios especiales que ayudan a conciliar la vida laboral con la personal, como el apoyo a madres y/o padres colaboradores mediante el acceso a la guardería para hijos entre

los 0 meses y los 3 años cumplidos. Asimismo, facilitamos el transporte hacia y desde el edificio corporativo. Ponemos a disposición de los trabajadores una visita mensual de OCESA y descuentos preferenciales en la compra de boletos para distintos eventos. De igual forma, ofrecemos días con horarios flexibles así como la tarde libre para los trabajadores en su cumpleaños.

Además, contamos con el Plan Cuenta Ser (Solución Económica para el Retiro), cuenta individual en la que el colaborador tiene a la vista el importe de su ahorro individual más las aportaciones de la empresa y es gestionada por un intermediario.

G4-LA10

Adicionalmente, a fin de mantener un excelente clima laboral y la productividad en la operación, en Telefónica México implementamos el Plan

Destino, plan de retiro cuyo objetivo es que aquellos colaboradores que ya desean retirarse de la empresa y que no lo hacen para no perder su antigüedad, puedan hacerlo con el 100% de su liquidación más un plan médico de un año y un *outplacement*. Más de 200 colaboradores fueron beneficiados con esta iniciativa.

Nuestro objetivo para 2016 es ampliar los beneficios flexibles que se ofrecen a los colaboradores

- Como buena práctica y apeándonos a lo establecido en la norma internacional NFPA, durante 2015 iniciamos con los trabajos de corrección del Sistema contra incendio dentro de las instalaciones de Torre Telefónica. Por ello, se cambiaron los dispositivos para detección y alarma; se suministraron e instalaron sistemas de válvulas de alarma para cada nivel de la Torre Telefónica y de materiales, el sistema de rociadores automáticos y el equipo de bombeo diésel del sistema contra incendios, además de la reparación de la bomba de carcasa bipartida. Con ello, garantizamos el correcto funcionamiento del sistema y la seguridad de nuestros colaboradores, del inmueble y del negocio, así como la disminución de los riesgos.

- Desarrollamos una estrategia de evacuación para incrementar la seguridad en el edificio corporativo y prevenir a la población en caso de un sismo. Instalamos el Sistema de Alerta Sísmica y el Acelerómetro, lo que nos permitirá saber con exactitud la intensidad del movimiento –causado por un movimiento telúrico u otro fenómeno natural, o bien, por la vibración provocada por el tránsito vehicular– que percibe la estructura del edificio, identificando su desplazamiento. Con esta acción prevenimos riesgos ante posibles daños que se pudieran producir en el edificio y que posteriormente llegaran a incrementarse si no damos un seguimiento oportuno.

En caso de emergencia, para tener un mejor control, identificar los pisos evacuados y los pisos por evacuar de la Torre Telefónica, y facilitar la búsqueda y rescate del personal, instalamos paletas, silbatos y reportes de incidencias a un costado de las puertas de emergencia del piso 19 hasta la planta baja del edificio.

Participamos en el Mega simulacro efectuado el 12 de noviembre en cumplimiento con la Ley General de Protección Civil y su Reglamento

G4-LA5, G4-LA6

Contamos con un Comité de Seguridad y Salud, que representa al 20% de la plantilla. Es el órgano encargado de vigilar las actividades de prevención de riesgos laborales y, derivado de las iniciativas implementadas. En 2015 se presentaron 41 accidentes *in labore* –cantidad 46.75% menor que el año anterior–, lo que implicó 751 días perdidos –disminución de 45.02% con respecto a 2014–. Con ello, obtuvimos una tasa de accidentes de 1.72, una tasa de días perdidos de 31.45 y una tasa de absentismo de 1,104.2.

506 horas de formación en prevención de riesgos laborales, incremento de 10.48% con referencia a 2014

G4-DMA Libertad de asociación y negociación colectiva

Al ser la intermediación colectiva un derecho laboral que garantiza que los trabajadores se encuentren protegidos por un sindicato, respetamos la normatividad y reconocemos

la importancia que tienen las instituciones de diálogo social, por lo que contamos con un sindicato que representa y protege a nuestros colaboradores hacia el exterior de cualquier asociación sindical externa.



Desarrollo de habilidades

G4-DMA Capacitación y educación

En Telefónica México promovemos la formación a través de dos modalidades: presencial y en línea. A nivel Corporativo contamos con una plataforma en la cual tenemos distintos cursos (Comerciales, Liderazgo, Negocio) abiertos a todo colaborador para que pueda dar seguimiento a su autoformación, y en conjunto con el área de Comunicación Interna se generan distintos comunicados para motivar a los colaboradores e incentivarlos a que conozcan la oferta de la que disponemos.

También contamos con formación presencial por nivel, orientada a directores, subdirectores y mandos medios. Estos cursos están 100% dirigidos al desarrollo de habilidades de liderazgo, los cuales están alineados con la transformación cultural que necesitamos. En este caso se envía un comunicado dirigido a participantes y jefes para lograr una motivación por dos vías: el empleado y el jefe del empleado. Para fomentar, en este caso la formación, cuidamos que ésta sea pertinente para lo que necesita el negocio y el tiempo, por ejemplo: en periodos de evaluación ofrecemos los cursos de *feedback* "crucial conversations", de esta manera el colaborador encuentra un "por qué" directo de la formación.

G4-LA10

En Telefónica México, nos preocupamos y ocupamos para que nuestros trabajadores tengan facilidades para continuar con sus estudios, por lo que ofrecemos la Beca de la Fundación Carolina que se gestiona en conjunto con el área de Talento global. Se otorgan becas del 100% para estudiar en España por un periodo de nueve a 18 meses, dependiendo del programa elegido.

Además, fomentamos el autodesarrollo de los colaboradores facilitando que cada trabajador sea responsable de crear su propio plan de desarrollo individual y compartirlo con su jefe. Con tal propósito, llevamos a cabo ferias de desarrollo y convenios de descuento con las principales universidades del país.

Todos los programas se ofrecen a hombres y mujeres de forma indistinta

Este año se benefició a 1,737 empleados con el tema de formación

G4-LA9

60,579.5 horas de formación en 2015

G4-LA11

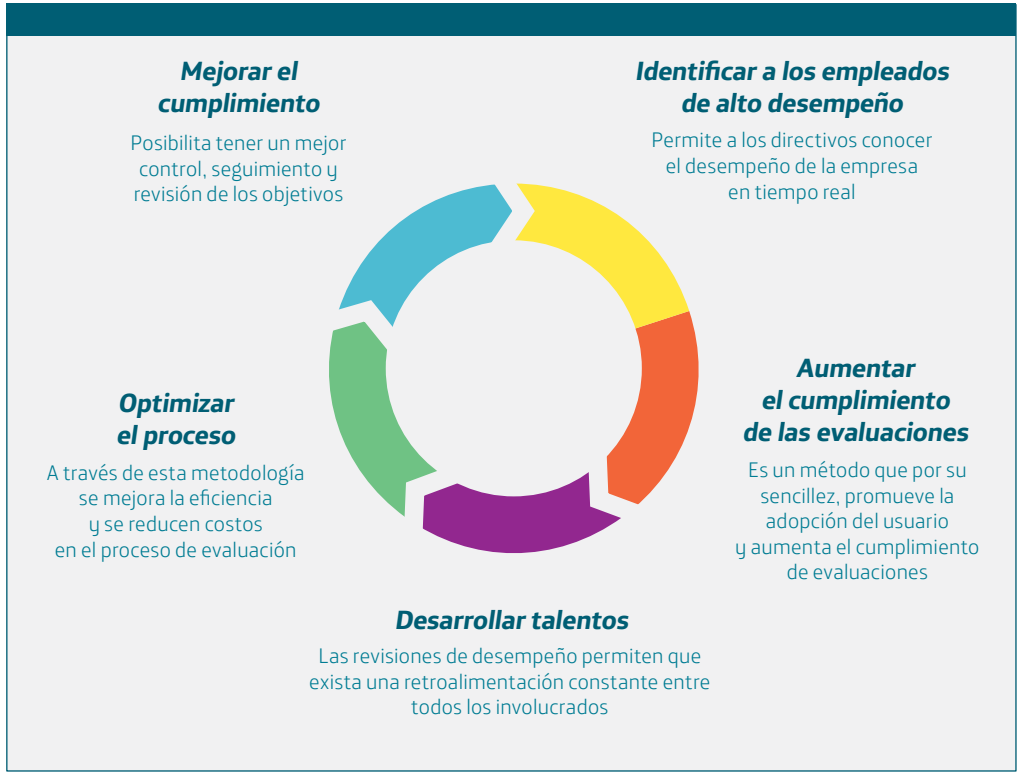
En 2015 se evaluó al 100% de los colaboradores

EVALUACIÓN

Llevamos a cabo evaluaciones anuales que se realizan de acuerdo a la Política de Evaluación

de Desempeño de Telefónica México; este año, tuvimos un alcance de 2,335 colaboradores, es decir, el 100% de ellos.

Llevamos a cabo la evaluación con la implementación de la plataforma "Success Factors", una herramienta que nos permite documentar de manera transparente y veraz el proceso de evaluación de desempeño:





8

Elegimos
contribuir al
desarrollo social

263,482
beneficiarios directos
72,843
beneficiarios indirectos

1'104,865
horas de formación
impartidas

MXN
\$45'017,411,
monto ejercido por
Fundación Telefónica

MXN
\$30'573,158.46,
monto destinado a
donaciones

G4-DMA Comunidades locales (general y específico), Lucha contra la corrupción (específico)
G4-15

Dado nuestro compromiso con el progreso de México, impulsamos estrategias sociales y culturales con la finalidad de contribuir con el desarrollo del país e impactar positivamente en la calidad de vida de la sociedad. Lo hacemos a través de Fundación Telefónica, quien desarrolla iniciativas de la mano de organizaciones de la sociedad civil con una gran trayectoria en su campo de acción y cuenta con una Política de Identificación del Cliente o Usuario (Donante) de aquellas que realicen actividades vulnerables y con un Procedimiento para prevenir y detectar actos u operaciones que involucren recursos de procedencia ilícita.

G4-S01

Así, en Fundación Telefónica nos damos a la tarea de evaluar el nivel de posicionamiento que el 100% de estas organizaciones tiene en las comunidades en las que se encuentran presentes; la alineación de sus objetivos con nuestra estrategia; la capacidad institucional con

18 alianzas
con actores relevantes
durante 2015

la que cuentan, sostenibilidad financiera, nivel de autogestión y procesos de rendición de cuentas; el nivel de vinculación con actores relevantes locales y el público que atienden. Lo hacemos a través de entrevistas con los responsables de la supervisión del proceso de intervención, el monitoreo trimestral de la gestión y la realización de visitas a campo por parte de los líderes de proyecto en Fundación Telefónica.

Llevamos a cabo un diálogo con las comunidades en las que operamos, siempre de forma tripartita, pues en Fundación Telefónica canalizamos nuestras relaciones a las áreas de intervención del proyecto a través de las ONG que operan en campo. Las entidades colaboradoras realizan el contacto y ejecución de los proyectos y nos

reportan en detalle los avances económicos y técnicos de cada uno.

Los estados en los que intervenimos por medio de Fundación Telefónica en 2015 fueron el Distrito Federal, Puebla, Hidalgo, Jalisco, Oaxaca, Quintana Roo, Chiapas, Veracruz, Nuevo León, Tabasco y Sinaloa.

Con base en los resultados de las evaluaciones realizadas, fundamentamos el actuar de Fundación Telefónica en cuatro ejes estratégicos:

- Innovación educativa
- Calidad educativa
- Arte y cultura digital
- Publicaciones



Innovación educativa

G4-DMA Consecuencias económicas indirectas, Comunidades locales

En 2015 centramos la estrategia en el eje de educación de Fundación Telefónica México en el desarrollo de las competencias del siglo XXI en niños, adolescentes y educadores en entornos vulnerables, colaborando con diversas organizaciones cuyo foco es el mejoramiento de la calidad educativa, el uso de la tecnología

como herramienta de enseñanza-aprendizaje y la disminución de la brecha digital y participativa. Gestionamos el impacto de los proyectos educativos de intervención directa por medio de una estrategia basada en competencias, que incluye una evidencia generada por los beneficiarios y el uso de plataformas como parte central de la intervención en caso que aplique.



LABORATORIO DE CIUDADANÍA DIGITAL

La alianza entre Fundación Telefónica México, el Centro Cultural España en México y el Ateneo Español en este proyecto continuó de manera exitosa, ampliando el alcance de los talleres y actividades en 10 sedes en la Ciudad de México, incluyendo la Red de Faros de la Secretaría de Cultura de la Ciudad de México, impartiendo talleres que tienen como objetivo el desarrollo de habilidades creativas y tecnológicas para así generar una participación ciudadana desde el entorno digital.

17,537 niños participantes con emprendimientos, de la mano de 3,502 educadores; 34% de total de niños y educadores que participaron durante el ciclo escolar 2014-2015

1,482 niños, 1,062 jóvenes, 167 educadores y 49 adultos capacitados en el Laboratorio de Ciudadanía Digital

DISEÑA EL CAMBIO

En 2015, en Fundación Telefónica México nos sumamos a la iniciativa global de "Diseña el Cambio" – "Design for Change", el movimiento de emprendimiento social más grande del mundo, desarrollado en la India por Kiran Bir Sethi y realizado en México por la Fundación Educar UNO, A.C. y Dibujando un Mañana, A.C., por medio de una metodología de diseño basada en cuatro etapas. En Fundación Telefónica apoyamos la participación de niños y educadores con emprendimientos.





TAK TAK TAK

Por segundo año consecutivo apoyamos este proyecto, el cual consiste en una herramienta didáctica que promueve el fortalecimiento de las competencias básicas con el objetivo pedagógico de generar información sobre el nivel de aprendizaje de cada niño participante.

21,823 niños usuarios de la plataforma de videojuegos educativos y 851 educadores usuarios de la plataforma como herramienta de reforzamiento al contenido curricular de educación básica

FOROS DE EDUCACIÓN

Realizamos la primera edición de la Escuela de Educación Disruptiva en México –y la primera en América Latina–, propuesta de Fundación Telefónica dirigida a todas las personas interesadas en construir una educación diferente y que surgió con el objetivo de generar un espacio de reflexión en el que docentes en activo, estudiantes e investigadores dispongan de las

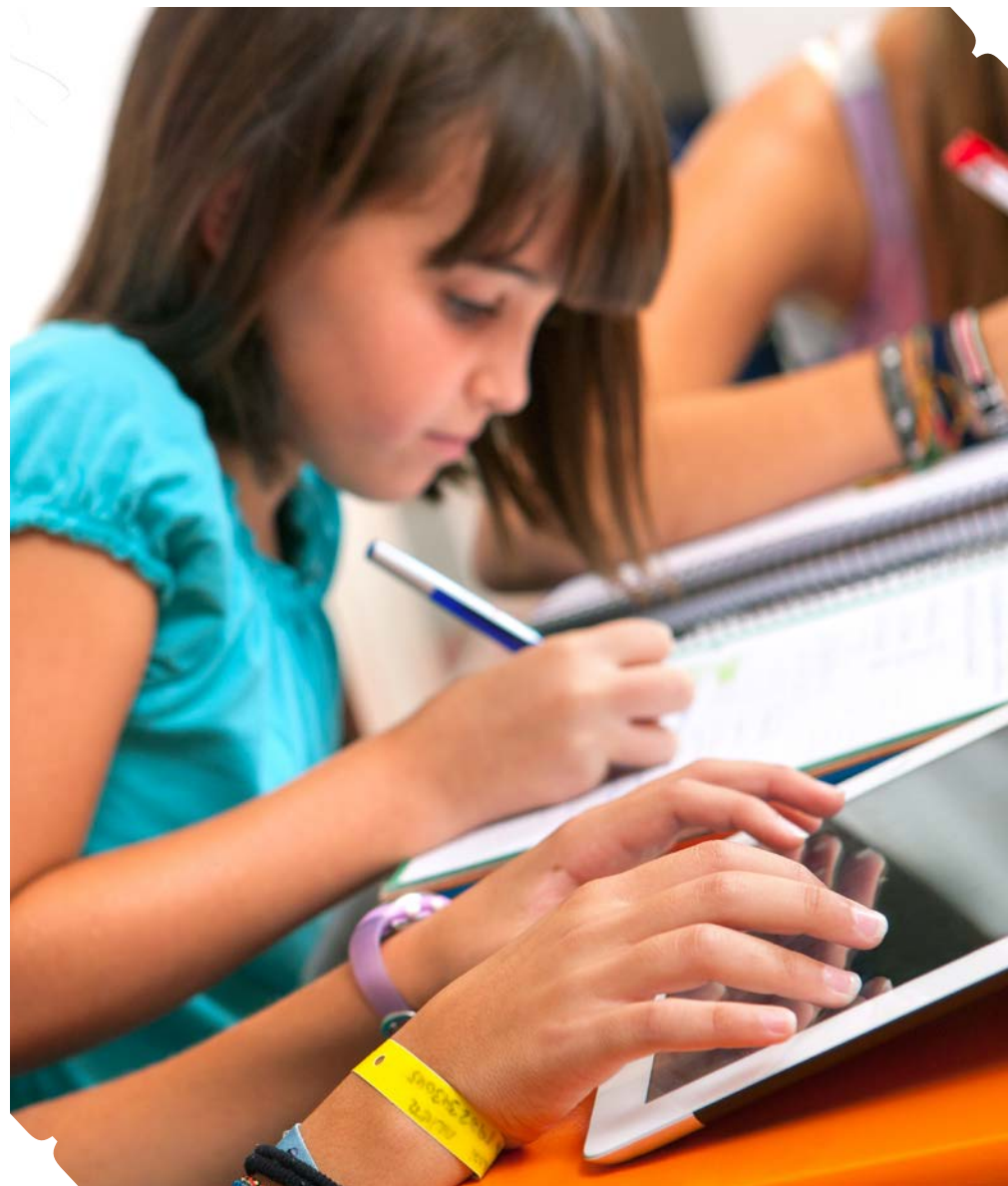
herramientas adecuadas para llevar el cambio de paradigma en la práctica docente. En esta primera edición, contamos con la participación de seis ponentes de talla internacional y la impartición de 11 talleres vinculados a las temáticas abordadas.

751 asistentes a 6 sesiones de Escuela de Educación Disruptiva

Adicionalmente, llevamos a cabo cuatro Foros de educación; dos de ellos, en colaboración con la Fundación Unidos para Prevenir y dirigidos a docentes de educación básica de la Ciudad de México.

En vinculación con la Fundación SM, apoyamos la participación de Prakash Nair en el 8º Seminario Internacional de Educación Integral, evento que contó con la asistencia de 696 personas. Además, presentamos el libro “Esto no es una clase”, de María Acaso en el Laboratorio Arte Alameda con la asistencia de 55 personas.

En el ámbito internacional, apoyamos el evento Virtual Educa, el más grande de Hispanoamérica vinculado a la educación. En el marco del foro se presentó el proyecto “Aula Móvil” –en conjunto con Fundación Telefónica Perú– e impartimos talleres sobre esta herramienta, contando con la asistencia de 520 personas.



Calidad educativa

El proyecto Aulas Fundación Telefónica (AFT) busca fortalecer los procesos de enseñanza y aprendizaje de docentes pertenecientes a instituciones de educación básica del sector público, a través de la inclusión de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

1,718 educadores cursaron las rutas formativas en modelo de acompañamiento mixto –presencial y virtual–; 65,270 horas de formación en 2015

Como herramienta de medición de impacto, los educadores participantes desarrollaron 605 materiales didácticos con el uso de la tecnología, los cuales aplicaron en sus aulas.

Durante 2015 logramos realizar la transferencia del modelo a tres aliados estratégicos, con lo que afianzamos su sostenibilidad y crecimiento: Fundación Chedraui, quien atiende a la población de la ciudad de Xalapa; el Centro Universitario Vasco de Quiroga en el estado de Hidalgo, institución en la que estudiantes normalistas se formaron en las rutas AFT; y el Municipio de Pachuca, quien atiende a profesores de la localidad. Asimismo, continuamos con la alianza

con la Comisión Nacional de Fomento Educativo como una posibilidad de llegar a las comunidades más apartadas.

En julio de 2015 –como cierre del ciclo escolar 2014-2015–, llevamos a cabo el Encuentro Nacional de Experiencias Educativas Aulas Fundación Telefónica en la ciudad de Oaxaca. En este evento, 35 educadores beneficiarios del proyecto se certificaron en el estándar ECO121 “Elaboración de proyecto de aprendizaje integrando el uso de las tecnologías de la información y comunicación”, avalado por el Sistema Nacional de Competencias, siendo la primera certificación virtual otorgada por este organismo en México.

CODE PARTY

En el marco de la alianza entre Fundación Telefónica y Wayra, en diciembre de 2015 llevamos a cabo la primera *Code Party* en la escuela primaria Francisco Díaz Covarrubias, ubicada en Tlatelolco, en la Ciudad de México. Esta iniciativa tiene como objetivo generar curiosidad en las niñas de entre 7 y 11 años, motivándolas a través de diversas actividades a explorar las innumerables posibilidades de lo que pueden hacer con el código y que lleguen a estar representadas en la creación de tecnología.

40 niños y niñas beneficiados con la primera Code Party





Arte y cultura digital

En Fundación Telefónica México promovemos los proyectos de cultura digital que conectan a la tecnología, la ciencia, la creatividad, la cultura, la economía y la sociedad en diferentes instituciones aliadas a los proyectos. Por medio de espacios culturales enfocados en la promoción de proyectos artísticos, abrimos espacios de reflexión sobre la tecnología y su relación con las artes. En 2015 realizamos las siguientes actividades:

- Exposición "Pseudomatismos" del artista Rafael Lozano Hemmer.
- Movilizamos por primera vez el patrimonio de la Compañía por medio de la Colección de Fotografía Contemporánea, la cual fue exhibida en el Museo Carrillo Gil.

- Concluimos la itinerancia internacional de la exposición "Cultivos" del artista mexicano Gilberto Esparza en el Laboratorio Arte Alameda.
- Coproducción con el Laboratorio Arte Alameda de las exposiciones "La gravedad de los asuntos" –en el Museo Politécnico de Moscú–, "A room of one's own" y "Noche buena".

A la vez, fomentamos espacios de cultura digital con nuestras instituciones aliadas –dirigidos a jóvenes y adultos–, en los cuales abordamos temas de actualidad relacionados directamente con el ecosistema digital del mundo.

PREMIO APPS

En el eje de cultura digital llevamos a cabo el lanzamiento del proyecto "Premio Apps", el cual reconoció a los jóvenes de entre 18 y 30 años que realizan las mejores aplicaciones educativas de apoyo para profesores y/o alumnos de educación básica utilizando las plataformas Android, Firefox OS, iOS y Windows Phone.

El lanzamiento se llevó a cabo en conjunto con Wayra, contando con IBM, Microsoft,

Firefox, Qualcomm y Xperia como aliados del proyecto y quienes por medio de su capacidad instalada difundieron el proyecto en sus plataformas y canales de comunicación, y facilitaron el uso de sus herramientas tecnológicas para desarrolladores.

*71 proyectos inscritos
y 210 participantes en el "Premio Apps"*



IMPACTO EN EL EJE ARTE Y CULTURA DIGITAL

8 exposiciones

176,808 asistentes a exposiciones

194 foros de cultura digital

21,620 asistentes a foros de cultura digital

Hemos logrado posicionar a Fundación Telefónica como referente en México en la promoción de proyectos de arte y tecnología, por medio de sus alianzas con el Laboratorio Arte Alameda y el Museo Universitario de Arte Contemporáneo.



PUBLICACIONES

De manera simultánea continuamos con nuestras publicaciones de Fundación Telefónica, mismas que conforman un acervo útil para afrontar los retos que nos plantea vivir en la sociedad de la era digital. Contamos con cientos de ejemplares, disponibles en formato digital de un modo totalmente gratuito, que han superado ya el millón de descargas.

Efectuamos la presentación de las investigaciones realizadas por Fundación Telefónica “Ética Multicultural y sociedad en Red” –en conjunto con la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM)– y “Hacia una antropología de los lectores” –del investigador y antropólogo Néstor García Canclini, en conjunto con la UNAM–. Ambas investigaciones documentan los diversos formatos de lectura y la legislación y regulación vigentes en la Internet.

Por 4º año consecutivo, Fundación Telefónica participó en la Feria Internacional del Libro de Guadalajara 2015 (FIL), en la que presentó el libro “Hacia una Antropología de los lectores”

En el mismo sentido, diseñamos una zona interactiva en el área del libro electrónico, en la que otorgamos información sobre todas las publicaciones *online* de Fundación Telefónica. Además, realizamos el programa “Padrinos de Lectura” o “FILantropía”, que consiste en invitar a grupos de niños de escasos recursos de la zona metropolitana de Guadalajara a visitar la Feria Internacional del Libro, FIL Niños.

En el fomento a la educación, participamos en la documentación e investigación del impacto del aprendizaje en matemáticas por medio de dispositivos móviles: Mati-tec y Tak Tak Tak, casos de estudio de los nuevos métodos de enseñanza dentro del aula de clases.

4 publicaciones en 2015



Voluntariado

G4-DMA Comunidades locales

Durante 2015 continuamos con nuestras actividades de Voluntariado con el objetivo de canalizar la solidaridad de nuestros colaboradores a todos los lugares donde tenemos presencia para atender las necesidades de las comunidades y contribuir al reforzamiento del tejido social. Gestionamos el impacto de las acciones en esta área estratégica por medio de un trabajo colaborativo entre las organizaciones aliadas de acuerdo con sus necesidades y prioridades de intervención.

*522 voluntarios
Telefónica México,
quienes participaron
en 21 iniciativas
que se contabilizaron
en 3,627 horas
de voluntariado*

Como parte del programa de cooperación internacional "Vacaciones Solidarias", México recibió a 32 voluntarios de diversos países para integrarse durante el periodo comprendido entre el 20 de julio y el 11 de septiembre a proyectos en comunidades vulnerables ubicadas en los estados de Puebla, Hidalgo y Jalisco. Las organizaciones aliadas fueron:

- Aldeas Infantiles SOS México, I.A.P. Las actividades desarrolladas se centraron en

la colaboración con mujeres artesanas de la comunidad para contribuir a reforzar el proceso de venta de sus productos, desde el momento de presentarlos hasta distribuirlos.

- Ririki Intervención Social. El enfoque del voluntariado fue la promoción de la generación de un proyecto de vida ligado a la educación, a través de talleres, obras de teatro y actividades lúdicas.
- Acortar Distancias. La orientación fue el relacionamiento con niñas y niños para despertar su curiosidad acerca de otras culturas e integrarse a los talleres de destrezas físicas, emocionales, de seguridad en la red, entre otros.

Con motivo del Día Internacional del Voluntario, movilizamos a más de 200 voluntarios en la Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara, con el tema del fútbol. Habilitamos canchas de fútbol y proporcionamos material deportivo a tres escuelas primarias.

*2 voluntarias
mexicanas participaron
en el proyecto
internacional
"Vacaciones solidarias",
en Colombia y Chile*

*8 voluntarios
participaron en
el proyecto
"Vacaciones
solidarias"
nacionales*



OBJETIVOS 2016

- Generar y fortalecer alianzas estratégicas e implementar los proyectos en los diferentes ejes de la mano de los mejores aliados.
- Impartir formación a público en entornos vulnerables; llegar a 52,252 niños y adolescentes y 5,710 educadores que reciben formación en los proyectos de Fundación Telefónica.
- Incorporación de información sobre Fundación Telefónica en material de punto de venta que apoye a la reputación de Telefónica México y a la difusión de la labor de Fundación Telefónica.
- En el Proyecto Locos x la Ciencia, realización de cuatro funciones en la Ciudad de México con el grupo de monólogos Big Van, dos sesiones de capacitación a docentes y un concurso para premiar al mejor monólogo.



9

{ Elegimos cuidar
el planeta }



G4-DMA General, Cumplimiento regulatorio

En Telefónica México buscamos ser una empresa ambientalmente responsable, donde el impacto ambiental que generamos en el desarrollo de nuestra actividad sea mínimo y, además, tenemos el firme propósito de que nuestros servicios ofrezcan soluciones a los retos ambientales que afronta la sociedad. Para lograrlo, contamos con una estrategia ambiental global, común a todas las empresas que forman el Grupo Telefónica y con la que alineamos nuestros esfuerzos para avanzar en este ámbito.

Entre los logros más importantes de 2015 se encuentran el mantenimiento de la vigencia del certificado ISO-14001 del Sistema de Gestión Integral, así como la cédula de la Licencia Ambiental Única (LAU). Al trabajar bajo las directrices de la ISO 14001, aseguramos que todos los procesos de nuestra operación se realizan considerando estándares ambientales, los cuales son sometidos a seguimiento y verificaciones periódicas para garantizar la mejora continua. Además, este sistema de gestión ambiental nos ayuda a controlar los riesgos

ambientales, a la vez que aportan oportunidades vinculadas a la ecoeficiencia y permiten a nuestra compañía reducir la huella ambiental. Para obtener nuevamente estas certificaciones, informamos con detalle las operaciones de la empresa a las entidades reguladoras y realizamos auditorías internas; asimismo, trabajamos a lo largo del año asegurando el cumplimiento de los procesos de gestión de residuos, ahorro de agua, emisiones atmosféricas y los planes de manejo.

G4-DMA Productos y servicios, Cumplimiento regulatorio

Es en nuestra Red donde se concentra el mayor impacto ambiental debido a su consumo energético, pero también en lo relacionado con elementos físicos, como el impacto visual o los residuos. Para un despliegue y mantenimiento de Red responsable aplicamos las mejores prácticas disponibles y gestionamos todos los aspectos ambientales de la misma desde el diseño hasta el desmantelamiento. Por ejemplo, compartimos, cuando es posible, la ubicación de nuestras instalaciones con otras operadoras o empresas gestoras de comunicación. Esto redundará en un menor impacto visual, energético y en una

reducción en la generación de residuos. Así, en 2015 realizamos mimetizaciones de impacto visual de acuerdo a los requerimientos de las autoridades correspondientes.

G4-DMA Evaluación ambiental de los proveedores

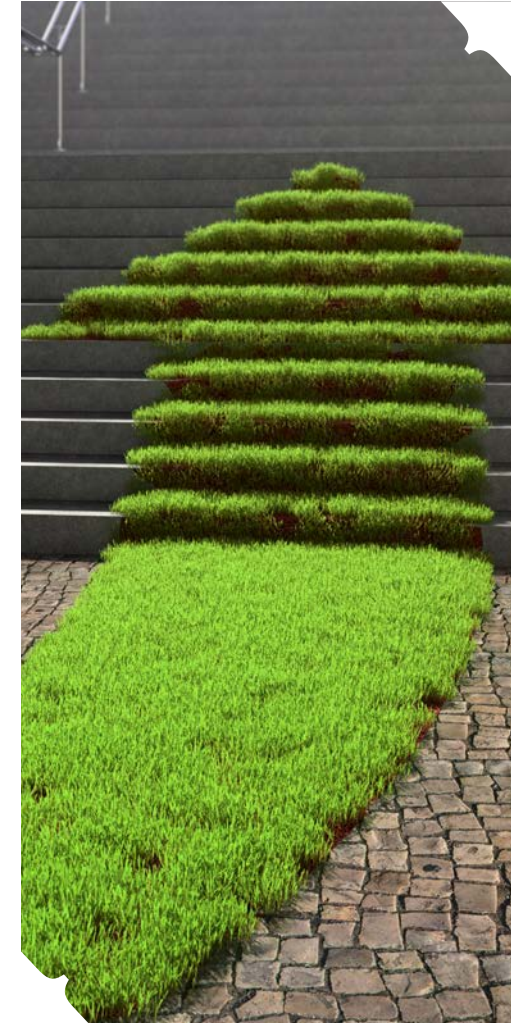
En concordancia con el interés hacia el medio ambiente, extendemos nuestro compromiso y llegamos también a los proveedores; por tal razón, se adhieren a los lineamientos de respeto hacia las políticas ambientales de Telefónica México, plasmando su responsabilidad en el contrato de servicios.

OBJETIVOS 2016

- Disminuir el consumo de energía en el edificio corporativo.
- Obtener el certificado de Edificación Sustentable por parte de la Secretaría del Medio Ambiente del Gobierno de la Ciudad de México (SEDEMA).

G4-EN31

A lo largo de este periodo llevamos a cabo inversiones en el programa del Centro de Información y Comunicación Ambiental de Norte América, A.C. (CICEANA), dedicado a crear conciencia ambiental desde el sector educativo.



\$345,838.94 invertidos en 2015, por concepto de patrocinios, gestión de residuos, gastos derivados de auditorías del sistema de gestión medioambiental y donaciones de residuos o monetarias a fundaciones u organizaciones no lucrativas

Agua

En Telefónica México, el 100% del agua potable es abastecido por el Sistema de Aguas de la Ciudad de México (SACMEX); asimismo, mantenemos un fuerte compromiso para lograr la reducción en el consumo de este recurso llevando a cabo acciones tales como la limpieza

de seco y semi-seco. Del mismo modo, frecuentemente realizamos recorridos a través de las instalaciones para detectar cualquier caso de fugas hídricas y solucionarlas de manera inmediata. Asimismo, contamos con mingitorios secos y sistemas automáticos para la descarga de agua en los sanitarios y en los lavabos.

39,431 m³ de agua consumida en las dependencias de Telefónica México durante 2015



G4-EN22 , G4-EN26

Como resultado de estas acciones, durante 2015 logramos una reducción del 21% en el consumo total de agua, es decir, 10,469.64 m³. Igualmente, confiamos en no dañar fuentes de agua con nuestros procesos ya que el vertido total de aguas residuales se hace directamente en el sistema de alcantarillado de la Ciudad de México.

Logramos una reducción del 21% en el consumo de agua con respecto a 2014

Gestión de residuos

G4-DMA Materiales, Efluentes y residuos
G4-EN23

En toda nuestra actividad (Red, oficinas y clientes) generamos residuos y equipos en desuso, los cuales representan un aspecto muy relevante en nuestra gestión ambiental y son claves en la economía circular. Nuestra principal apuesta es reducir la generación de residuos y promover una economía de este tipo, apoyando la reutilización y reciclaje. Para conseguirlo, fomentamos prácticas que promueven la reutilización de equipamiento, tanto interno como de nuestros clientes, cuando es posible.

Así, con el objetivo de disminuir el impacto ambiental, tomamos acciones para el manejo eficiente de residuos sólidos urbanos (RSU). Nos apegamos a la Ley General para la Prevención y Gestión Integral de los Residuos, a la Ley de Residuos Sólidos del Distrito Federal, a la NOM-161 y a la NOM-052 para gestionar los residuos sólidos urbanos y los residuos sólidos peligrosos, compuestos tanto por residuos orgánicos como inorgánicos.

28.83 toneladas de residuos no RAEE generados y reciclados en 2015, reducción de 57.46% respecto al año anterior

Residuos no RAEE generados y enviados a reciclaje	Toneladas
---	-----------

Papel y cartón	3.47
Cables, tuberías y metales	8.56
Baterías	16.80



2.67 toneladas de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos generados y reciclados en 2015, disminución de 42.28% con referencia a 2014



Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE) generados / gestionados y enviados a reciclaje	Toneladas
--	-----------

RAEE de operaciones generados	0.07
Teléfonos móviles de clientes gestion	2.61

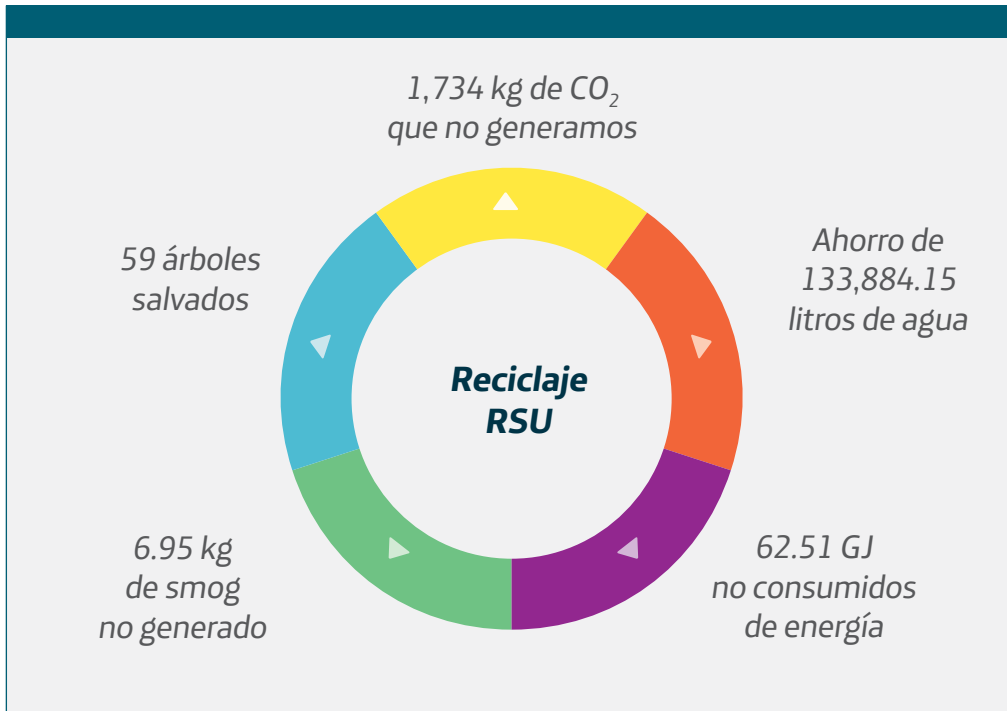
10,749 m³ de aceite generados en 2015 por actividades de mantenimiento y enviados a reciclaje a través de gestores autorizados



Como parte de nuestro compromiso, trabajamos en la separación de residuos desde el origen para así obtener aquellos que son susceptibles de reciclaje o reutilización. Como consecuencia

de ello, alcanzamos importantes logros como la reducción en el peso de las emisiones de CO₂ y de smog, redujimos el consumo de agua y aminoramos el gasto energético.

G4-EN6



Contamos con un proceso de gestión de residuos en diferentes rubros:

- Residuos de manejo especial: 2.6 toneladas gestionadas de equipos móviles
- Residuos sólidos urbanos: 3.7 toneladas

G4-15, G4-EN28, G4-EN33

Como se ha mencionado, el reciclaje es un tema de gran importancia para nuestra compañía, por lo que buscamos impulsarlo a través de distintas actividades. Entre las acciones más sobresalientes que implementamos a lo largo de 2015 se encuentra el programa de reciclaje de terminales, en el que recolectamos los residuos y, en alianza con proveedores especializados, los componentes de los equipos se separan, disponen y reciclan de forma adecuada. Con este programa alcanzamos un total de 18,200 terminales recicladas.

18,200 terminales recicladas = 2,600 kg de peso total

Otra de las acciones para reducir la generación de residuos y al mismo tiempo contribuir con el bienestar de las comunidades, fue mantener la vigencia del programa de donación de papel y cartón, por el cual, en retorno al reciclaje de dichos residuos, se obtienen materiales escolares que son destinados a los niños beneficiados por Fundación Telefónica con el objetivo de contribuir a su educación.

Contamos con impresoras con NIP de acceso para controlar la cantidad de impresiones de cada usuario



CAMPAÑA DE RECICLAJE DE CELULARES

Desde 2006, año en que creamos en coordinación con la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) el primer programa permanente de Reciclaje de celulares en México, hemos realizado diferentes acciones para mantenerlo vigente. Así, en 2015 desarrollamos una campaña para invitar a nuestros clientes y potenciales a reciclar cualquier elemento tecnológico que ya no utilizaran. Al llevar el dispositivo electrónico a nuestros CAC, nuestros clientes recibían unos audífonos en agradecimiento por su colaboración con el cuidado del medio ambiente.

Energía y cambio climático

G4-DMA Energía

El cambio climático es uno de los retos más acuciantes de la sociedad actual, afecta la calidad de vida y al planeta en su conjunto. Por ello, es urgente potenciar un crecimiento económico que dependa menos del carbono. Somos conscientes del papel que como Telco Digital podemos jugar en la búsqueda de soluciones a través de nuestros servicios, pero también de la responsabilidad en la reducción de nuestra propia huella de carbono.

Así, trabajamos con el objetivo de reducir el consumo energético y para ello implementamos medidas como el cambio de luminarias de vapor de mercurio por tecnología LED por tener menos compuestos contaminantes y brindar mayor eficiencia lumínica. Cambiamos a motores de alta eficiencia en todos los equipos de aire acondicionado de nuestras instalaciones e instauramos el uso controlado de elevadores en horas pico, así como el uso de sensores de encendido en los sótanos del edificio; con estas acciones alcanzamos un ahorro de 2'688,151 kWh respecto al consumo del año anterior.

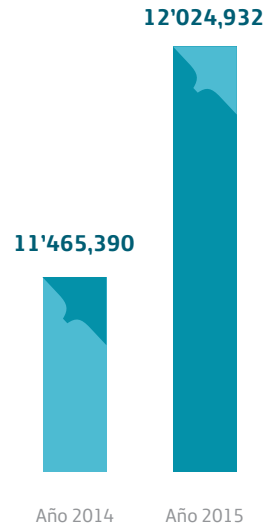
G4-EN3

Nuestro consumo energético total en oficinas fue de 12'024,932 kWh

G4-EN6, G4-EN7

En 2015 logramos un ahorro energético neto de 2'688,151 kWh

CONSUMO ENERGÉTICO EN OFICINAS 2015 vs 2014
(kWh)



G4-EN3, G4-EN4

Consumo de combustibles fósiles

Consumo de gasóleo / diésel	1'535,823 L
Consumo de gas licuado de petróleo	2,067 L

Consumo de electricidad

Interno	283'109,440 kWh
Externo	28'539,268 kWh



En 2015 logramos producir 8,502 kWh de energía renovable para nuestro propio consumo



En 2015 se realizó la reforestación en el Parque Estatal Sierra de Guadalupe con voluntarios de Telefónica México

De manera anual, contamos con una auditoría externa, realizada bajo la norma del *Carbon Disclosure Project* (CDP) para cambio climático. Este proceso consiste en la visita aleatoria a las instalaciones de México por parte de un auditor externo, con la finalidad de verificar la información contenida en los reportes y bitácoras de datos duros, además de revisar la implementación de los procesos operativos.

Para disminuir nuestras emisiones, contemplamos la sustitución gradual de equipos instalados en operación que utilizan aire acondicionado y gases de efecto invernadero; adicionalmente, son identificados y controlados como aspecto ambiental (AA3).

G4-EN7

Asimismo, contamos con diversas iniciativas para lograr la reducción de emisiones, como el rediseño de procesos operativos y administrativos para disminuir el consumo de energía eléctrica proveniente de fuentes no renovables; la medición asertiva de datos duros de conformidad con los parámetros de normas internacionales; el fortalecimiento de las relaciones con empresas cuyo objetivo sea la vigilancia y disminución de emisiones de CO₂; la sustitución de equipos no sustentables o nocivos para el ambiente, a través de la utilización de equipos innovadores que cuentan con certificaciones internacionales debido a la reducción de emisiones en su funcionamiento o desde su proceso de elaboración; y la reducción del uso de gases fluorados altamente contaminantes.

Asimismo, hemos invertido en la implementación de Centros de Atención a Clientes (CAC) energéticamente eficientes, utilizando equipos que disminuyen el consumo de energía debido a

la optimización de la iluminación y el uso efectivo del aire acondicionado.

Una importante iniciativa para reducir el impacto ambiental de nuestras instalaciones es la insonorización. Como cada año, llevamos a cabo muestreos voluntarios a través de toda la infraestructura de las oficinas de Telefónica para asegurarnos que los niveles de ruido se encuentran dentro de los límites permitidos.

En 2015 nuestra recarga de gases fluorados fue de 2,243 kg

G4-EN27

Con el objetivo de aumentar la eficiencia energética en nuestros sistemas, realizamos un análisis de los servicios que estaban soportando. A resultas de éste, se efectuó una disminución de los mismos a fin de eficientar la energía de estos elementos de soporte. Por otro lado, buscamos optimizar nuestros recursos y reducir la cantidad de clientes en nuestros Centros de Atención, con la consiguiente disminución de emisiones derivadas del transporte. Así, eficientamos el tiempo de respuesta a las dudas de nuestros clientes y evitamos su desplazamiento a los CAC, con herramientas como la plataforma electrónica "Nikko" y el app "Mi Movistar". Por otro lado, se encuentran las mejoras en las facilidades, como son la compartición de infraestructura con otros operadores –lo cual fomenta el aprovechamiento de la energía– y el apagado de antenas mientras están en desuso, entre otras.

G4-14

DESASTRES NATURALES

Con base en las modificaciones climáticas actuales y en apego a nuestro procedimiento para la gestión de riesgos y el objetivo de ofrecer soluciones eficaces a nuestros clientes, contamos con líneas de acción específicas para actuar con rapidez en caso de emergencia.

En octubre de 2015 tuvo lugar el Huracán Patricia, el cual afectó a las entidades de Jalisco, Michoacán, Colima y Nayarit. En respuesta a la situación, hicimos llegar una notificación SMS a 1'806,145 usuarios ubicados en la zona de riesgo con consejos de prevención para prepararse con artículos indispensables como cobijas, linternas, radio de baterías, agua y alimento para un periodo mínimo de dos días y para definir un sitio de protección lejos de ventanas.

A pesar de este suceso, logramos dar continuidad a nuestro negocio pues contamos con la conmutación de tráfico por tramos sin saturación; colocamos antenas móviles y plantas externas de suministro eléctrico; recuperamos infraestructura con la movilización de equipo de red con apoyo de las Fuerzas Armadas; reforzamos las transacciones de recarga en sitios web; desviamos las

llamadas a *Call Centers* alternos y cubrimos la operación de los CAC impactados.

Brindamos beneficios a nuestros clientes a través de la formalización de una política de compensaciones con apoyos para todos los clientes de las zonas afectadas; el otorgamiento de una prórroga en la fecha límite de pago para los clientes de pospago, con la finalidad de no suspender su servicio; en algunos casos, el otorgamiento de llamadas y mensajes gratuitos por un periodo establecido; y el fortalecimiento del soporte con proveedores primarios y alternos.

Apoyamos a nuestros colaboradores ubicados en zonas afectadas, a través del envío de despensas y el monitoreo del estado en el que se encontraban.

Con el fin de responder de manera efectiva en situaciones de esta naturaleza, consolidamos nuestra relación con autoridades al participar en el Comité Estatal de Atención a Emergencias y al donar teléfonos satelitales a las Fuerzas Armadas de México, quienes nos apoyaron en el envío de despensas a la población en general localizada en zonas afectadas.



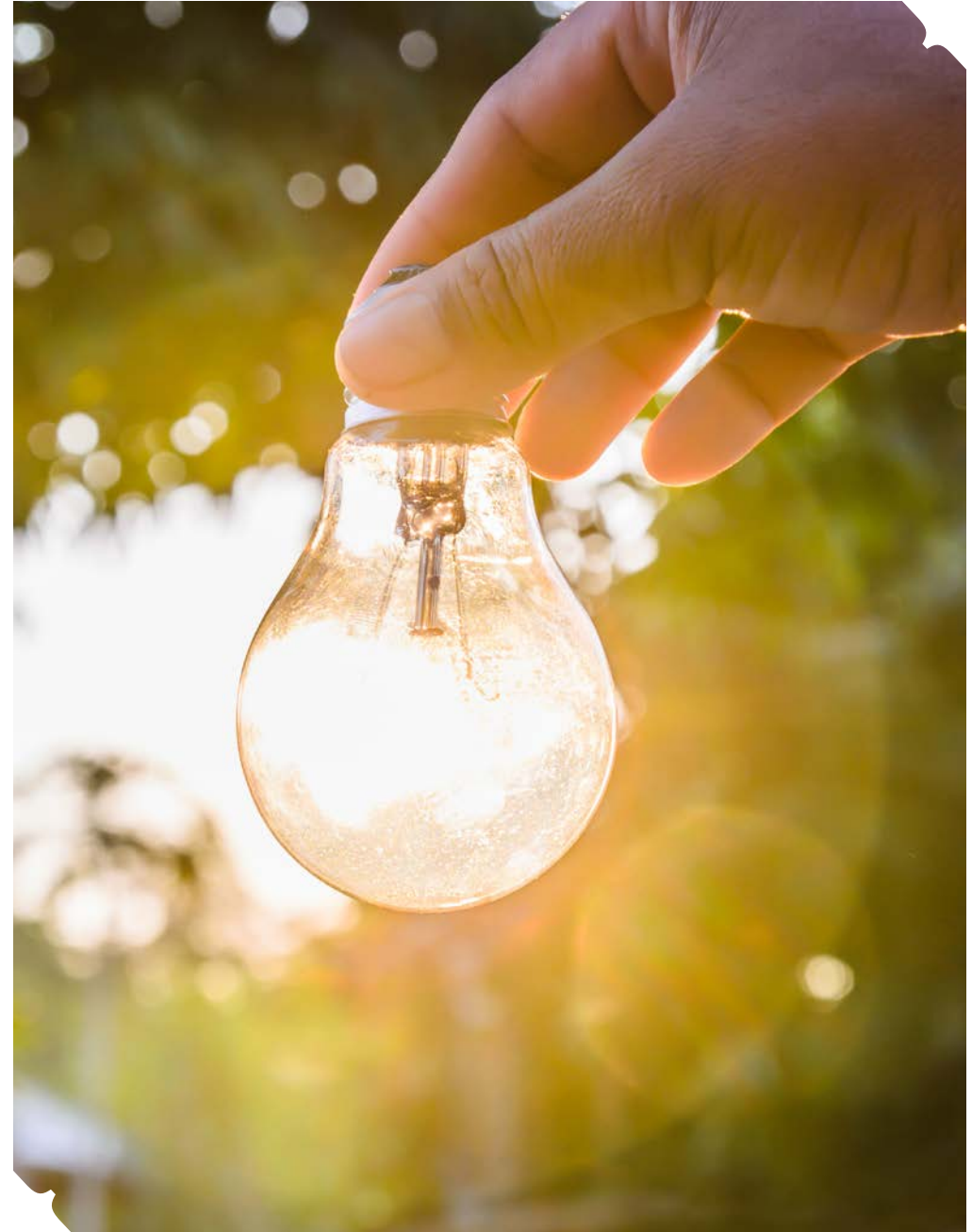


Campos electromagnéticos

G4-DMA Productos y servicios, Cumplimiento regulatorio

El despliegue de las redes de telefonía móvil ha sido vertiginoso en los últimos años. La ciencia en este campo, de la mano de este avance tecnológico, ha investigado desde hace más de 40 años los posibles efectos de las emisiones en la salud y Telefónica colabora activamente con estas instituciones, con los ciudadanos, empresas, administraciones públicas y, en general, con la sociedad para impulsar las máximas garantías de seguridad y la percepción más científica y objetiva posible sobre el conocimiento acerca de los campos electromagnéticos.

Todas las terminales y equipos que ofrecen nuestro servicio cumplen los estándares internacionales que establecen el parámetro SAR (*Specific Absorption Rate*). Además, durante 2015 todas las mediciones que hemos efectuado en nuestras estaciones base siempre han estado por debajo de los niveles reconocidos internacionalmente, cumpliendo los requerimientos de forma holgada.





10 { Acerca de
este informe }



G4-18, G4-28, G4-32, G4-33

En 2015 mantuvimos nuestro compromiso con la transparencia y presentamos nuestro décimo Informe de Sostenibilidad Corporativa.

Este reporte se realizó con base en la Guía G4 del *Global Reporting Initiative* (GRI), para comunicar los datos más relevantes del año suscitados en Telefónica México en cuanto a temas económicos, sociales y ambientales.

La información presentada corresponde al periodo que comprende del 1° de enero al 31 de diciembre de 2015. Para este informe elegimos la opción <<de conformidad>> *Core* (Esencial) para reportar y cuenta con la verificación externa por parte de la firma EY.

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

Así también, cabe señalar que los montos económicos son presentados en pesos mexicanos, a menos que se indique la contabilización en otra divisa. Los tipos de cambio aplicados corresponden al periodo comprendido entre enero y diciembre de 2015 y son: Dólar USA/Euro = 1.109 y Peso mexicano/Euro = 17.569.

PRINCIPIOS PARA LA ELABORACIÓN DEL INFORME

Nuestro Informe de Sostenibilidad Corporativa 2015 cumple con los principios para determinar el contenido y la calidad del reporte, pues se trata de una herramienta de comunicación clara, equilibrada, comparable, precisa, puntual y fiable:

- **Contexto de sostenibilidad.** Buscamos coadyuvar al desarrollo y sostenibilidad en los aspectos social, económico y ambiental, mejorando así la calidad de vida de nuestros grupos de interés. A lo largo de este informe se da muestra de la forma en que contribuimos a la generación de valor en estos tres aspectos.
- **Materialidad.** Elaboramos un análisis de materialidad con el que logramos determinar los aspectos más importantes para Telefónica

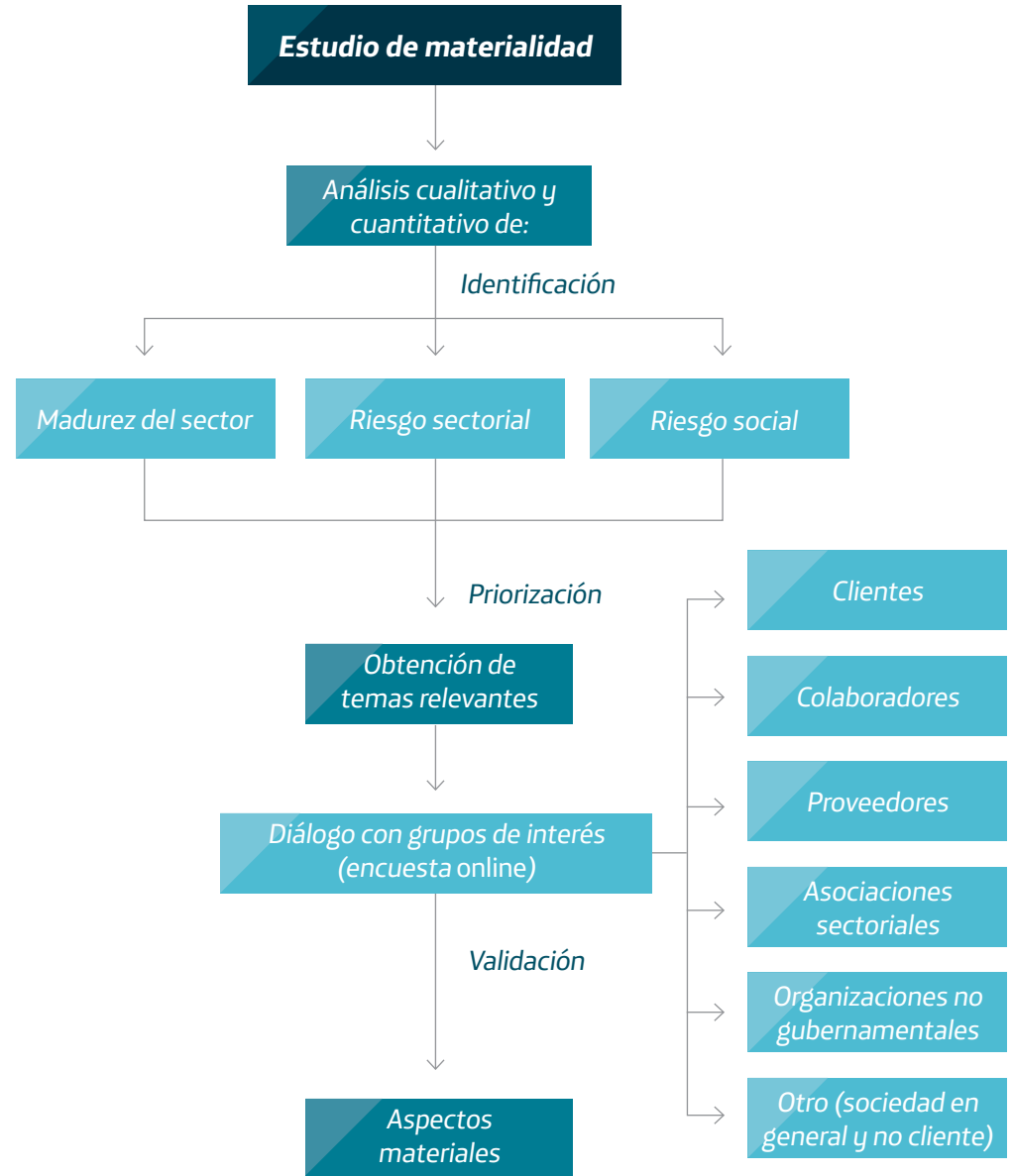
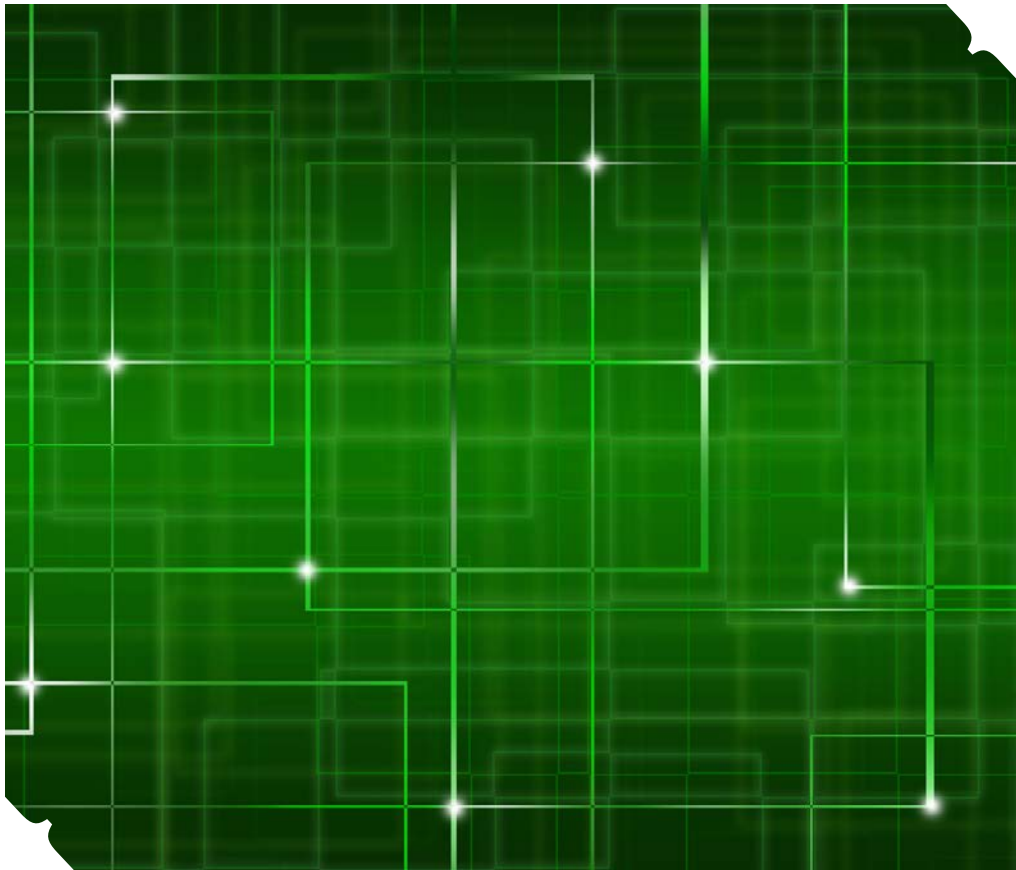
México y sus grupos de interés, mismos que se presentan en nuestro informe.

- **Participación de los grupos de interés.** Derivado del estudio de materialidad, presentamos los temas relevantes resultantes a nuestros grupos de interés, con el fin de obtener su retroalimentación y determinar los aspectos más importantes tanto para nuestra compañía como para nuestros *stakeholders*, mismos que enfatizamos en el presente documento.
- **Exhaustividad.** En este reporte presentamos los resultados del desempeño económico, social y ambiental de Telefónica México de manera exhaustiva. Asimismo, mostramos los impactos significativos en los aspectos materiales resultantes y la cobertura de cada uno de ellos.

Materialidad

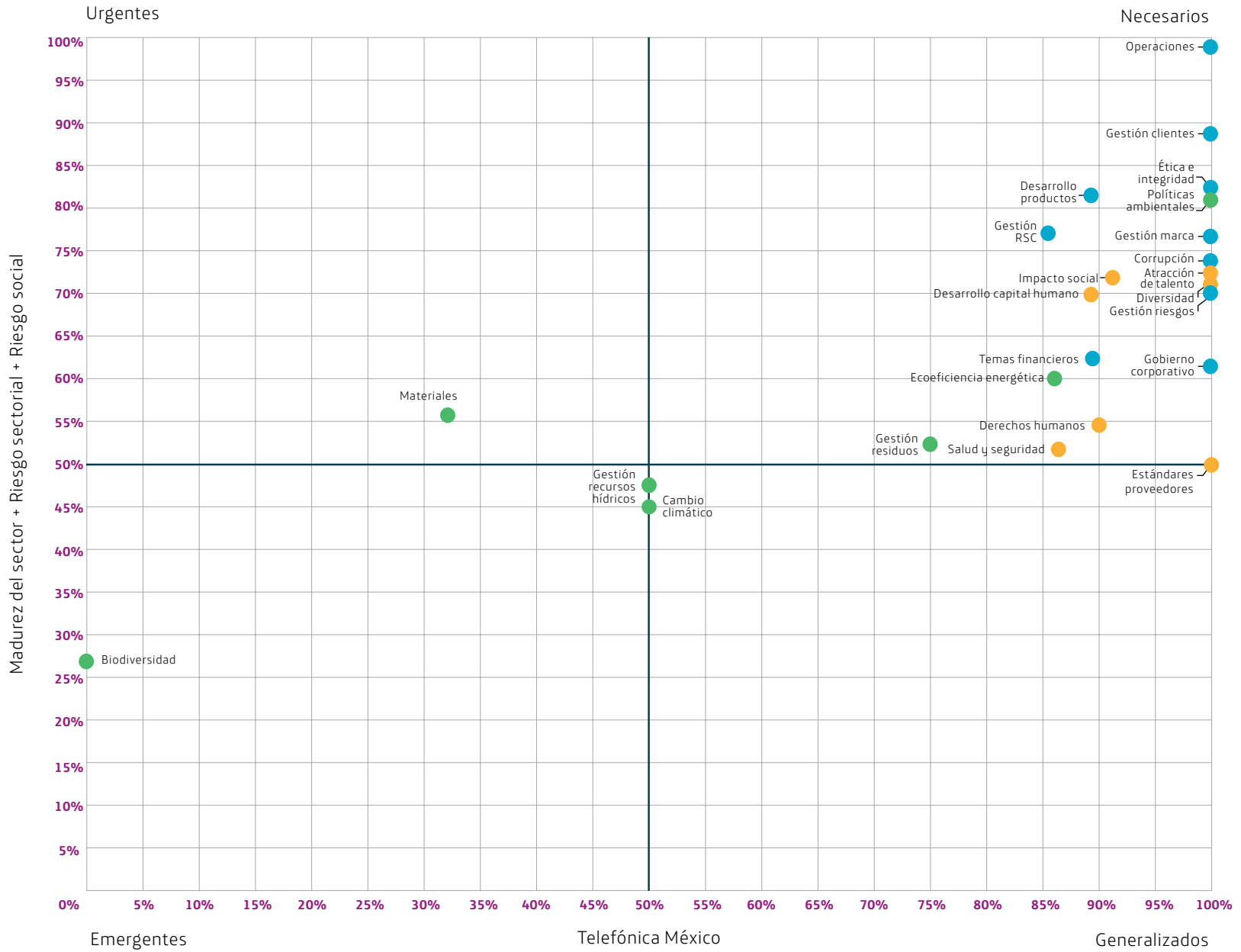
G4-17, G4-18
 En Telefónica México somos una empresa congruente con nuestros principios y valores, por ello, nos interesa mantener el compromiso con la transparencia y el reporte de nuestras acciones a todos nuestros grupos de interés. Este año –en conjunto con la empresa consultora en

sustentabilidad milenio3genera– renovamos nuestro estudio de materialidad, para el cual llevamos a cabo un análisis cualitativo y cuantitativo de la madurez del sector, el riesgo sectorial y el riesgo social para así obtener los temas relevantes para nuestra compañía. La metodología utilizada fue la siguiente:





TEMAS RELEVANTES PARA TELEFÓNICA MÉXICO





G4-26

Después de obtener los temas relevantes, los presentamos a nuestros grupos de interés a través de una encuesta *online*, a fin de obtener su retroalimentación y opiniones, y determinar los aspectos materiales, mismos que se reportan en el presente Informe.

Los grupos de interés participantes fueron clientes, colaboradores, proveedores, asociaciones sectoriales, Organizaciones de la Sociedad Civil y otros (sociedad en general y no cliente). La muestra se constituyó por 200 miembros.

La encuesta estuvo conformada por dos apartados: el primero de ellos tuvo el objetivo de conocer el status de Telefónica México en términos reputacionales, mientras que el segundo consistió en determinar los temas de mayor relevancia para cada uno de los grupos de interés.

Reputación Corporativa

En este apartado, se solicitó a los participantes evaluar las aseveraciones propuestas en un rango del 1 al 10, de conformidad con el grado en que se encontraran de acuerdo con ellas (1 en total desacuerdo; 10 completamente de acuerdo). Los resultados más relevantes son los siguientes:

Principales hallazgos

El 77% de los encuestados considera que Movistar tiene una buena reputación.

81% de los participantes tienen una buena impresión sobre Movistar.

Movistar es una empresa en la que confía el 80% de los encuestados.

78% de los participantes afirman que Movistar es una empresa que admiran y respetan.

Movistar ofrece productos y servicios de calidad (alta calidad, fiabilidad...), de acuerdo con la opinión del 77% de los participantes.

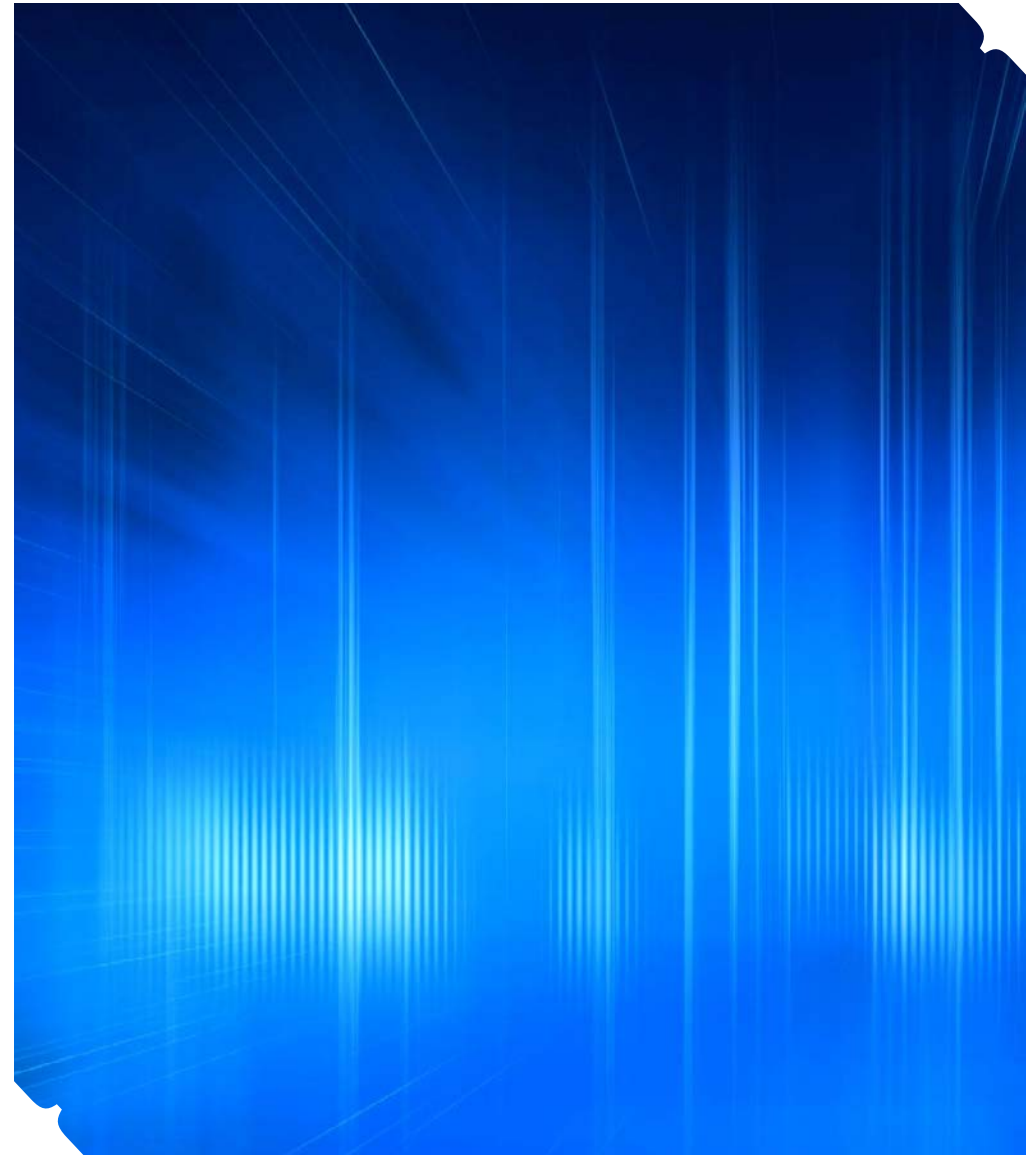
Para el 74% de los miembros de la muestra, Movistar es un lugar atractivo para trabajar (sueldo justo, igualdad de oportunidades...).

El 79% considera que Movistar es una compañía bien liderada y rentable.

Movistar es una empresa innovadora (ofrece productos o servicios novedosos...), de acuerdo con la opinión del 81% de los encuestados.

79% afirma que Movistar es una empresa comprometida con la sociedad.

Para el 85% de ellos, Movistar es una empresa que maneja la información de sus clientes de manera segura y confidencial.





Temas relevantes

G4-27

Los resultados más significativos del diálogo con grupos de interés se muestran a continuación:

CLIENTES

Temas de mayor relevancia

- Relaciones con clientes (servicio de calidad, precio, publicidad y confianza).
- Cuidado y preservación del medio ambiente.
- Confianza Digital (buen uso de Internet para niños, seguridad, protección de datos personales y privacidad).

Nivel de conocimiento sobre iniciativas realizadas por Telefónica México

- 20% de los clientes sabe que Telefónica México ha aumentado la privacidad y la protección de datos.
- 17% de los participantes afirma que conoce la promoción de la innovación por parte de Telefónica México.
- 12% considera que la totalidad de las acciones de Telefónica se realizan de manera honesta y transparente.
- 16 personas mencionaron la campaña de Reciclaje de celulares.
- 13 clientes conocen las iniciativas en educación digital.

Acciones que Telefónica México debiera llevar a cabo

- Ampliar su cobertura, con calidad y precios accesibles.
- Mejorar y personalizar la atención al cliente.
- Mayor cantidad de promociones.
- Continuar con la inversión en educación y brindar apoyo a ésta a través del uso de tecnología.

COLABORADORES

Temas de mayor relevancia

- Condiciones laborales (buen lugar para trabajar, desarrollo profesional).
- Cuidado y preservación del medio ambiente.
- Relación con clientes (servicio de calidad, precio, publicidad y confianza).
- Integridad (gestión ética y responsable de la compañía).

Nivel de conocimiento sobre iniciativas realizadas por Telefónica México

- 18% de los colaboradores encuestados conoce la iniciativa de Reciclaje de celulares.
- 16% de ellos mencionaron la educación digital.
- 16% conoce los esfuerzos de Telefónica México en el aumento de la privacidad y la protección de datos de los clientes.

Acciones que Telefónica México debiera llevar a cabo

- Mayor impulso de programas relacionados con la preservación del medio ambiente.
- Apoyo a escuelas con programas de mejora educativa, incluyendo mejora de infraestructura y la participación de colaboradores en la impartición de clases en instituciones educativas de escasos recursos.



PROVEEDORES

Temas de mayor relevancia

- Relación con clientes (servicio de calidad, precio, publicidad y confianza).
- Condiciones laborales (buen lugar para trabajar, desarrollo profesional).
- Relación con proveedores (tener proveedores socialmente responsables).
- Integridad (gestión ética y responsable de la compañía).

Nivel de conocimiento sobre iniciativas realizadas por Telefónica México

- 25% de los encuestados conoce el programa de Reciclaje de celulares.
- 20% de ellos está consciente del aumento de la privacidad y protección de datos de los clientes.
- 20% conoce la extensión de la responsabilidad social hacia los proveedores.
- 15% considera que Telefónica México realiza acciones en un marco de honestidad y transparencia.
- 15% está consciente de la promoción de la innovación que realiza la compañía.

Acciones que Telefónica México debiera llevar a cabo

- Educación ambiental.
- Colaboración con entidades gubernamentales.
- Campañas para promover el deporte.
- Mantener los planes y brindarles mayor importancia.
- Mejorar la penetración en el mercado y la cobertura.

ASOCIACIONES SECTORIALES

Temas de mayor relevancia

- Confianza Digital (buen uso de Internet para niños, seguridad, protección de datos personales y privacidad).
- Cuidado y preservación del medio ambiente.

Nivel de conocimiento sobre iniciativas realizadas por Telefónica México

- 33% de las menciones consideraron el programa de Reciclaje de celulares.
- 33% de las menciones incluyen el tema de educación digital.
- 17% de las menciones versan hacia el conocimiento de la promoción de la innovación y un Internet seguro para niños y adolescentes.

Acciones que Telefónica México debiera llevar a cabo

- Vinculación con organizaciones que protegen la libertad de expresión.
- Continuar con programas de respuesta ante desastres naturales.



ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL

Temas de mayor relevancia

- Acción social (relación con organizaciones no gubernamentales, donaciones, desarrollo de la comunidad, apoyo a la educación).
- Confianza Digital (buen uso de Internet para niños, seguridad, protección de datos personales y privacidad).
- Relación con clientes (servicio de calidad, precio, publicidad y confianza).
- Integridad (gestión ética y responsable de la compañía).

Nivel de conocimiento sobre iniciativas realizadas por Telefónica México

- 23% conoce los programas de educación digital.
- 19% de las OSC conoce la promoción de la innovación por parte de Telefónica México.
- 15% está consciente de los esfuerzos de la compañía por proveer un Internet seguro para niños y adolescentes.
- 15% conoce los programas de Impulso a la mujer.

Acciones que Telefónica México debiera llevar a cabo

- Mayor inversión social y en temas de juventud.
- Consolidar proceso de selección de proveedores.

OTRO (SOCIEDAD EN GENERAL Y NO CLIENTE)

Temas de mayor relevancia

- Cuidado y preservación del medio ambiente.
- Acción social (relación con organizaciones no gubernamentales, donaciones, desarrollo de la comunidad, apoyo a la educación).

Nivel de conocimiento sobre iniciativas realizadas por Telefónica México

- 25% conoce los esfuerzos de Telefónica México para aumentar la privacidad y la protección de datos de los clientes.
- 19% de los encuestados conoce el programa de Reciclaje de celulares.
- 13% de ellos conoce las iniciativas de educación digital.

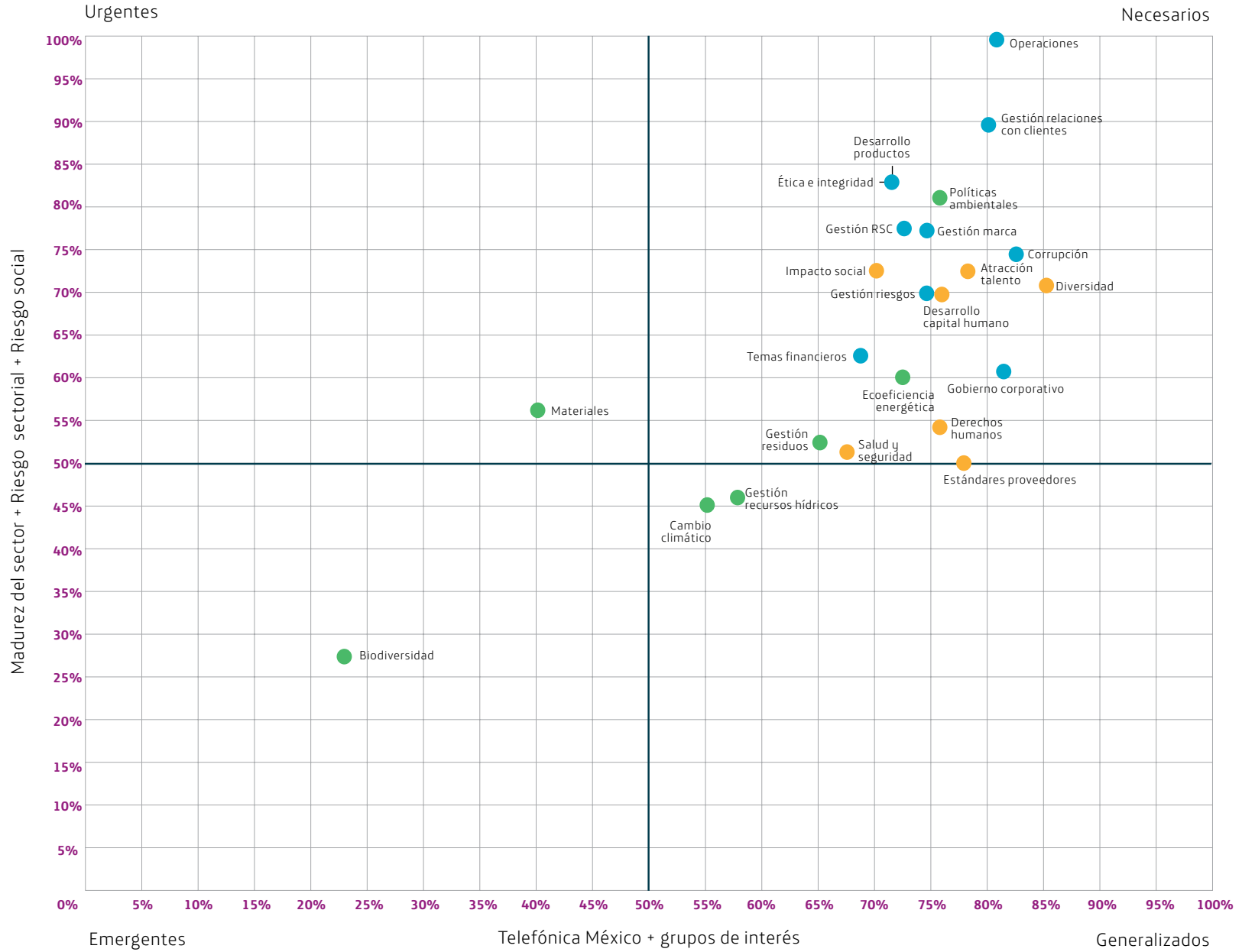
Acciones que Telefónica México debiera llevar a cabo

- Mejorar el servicio de la red y de Internet.
- Mejora en atención y servicio al cliente.
- Mayor apoyo a ONGs.
- Continuar con el programa de Reciclaje de celulares.
- Continuar con la implementación de acciones en favor del medio ambiente.
- Apoyo a PyMEs en el uso de nuevas tecnologías.
- Implementación de una mayor cantidad de programas en favor de los grupos de interés de la compañía.



ASPECTOS MATERIALES PARA TELEFÓNICA MÉXICO

G4-19





G4-19
Los aspectos materiales fueron revisados y traducidos a aspectos establecidos por la Guía G4 del GRI como se muestra en la siguiente tabla:

Tema	Aspecto GRI
Gestión de la RSC	Participación en iniciativas externas
Temas financieros	Perfil de la organización / Desempeño económico / General
Gestión de relaciones con clientes	Salud y seguridad de los clientes / Etiquetado de los productos y servicios / Privacidad de los clientes
Desarrollo de productos y servicios / responsabilidad sobre productos	Salud y seguridad de los clientes / Etiquetado de los productos y servicios / Comunicaciones de mercadotecnia / Cumplimiento regulatorio
Ética e integridad	Ética e integridad
Corrupción / soborno / transparencia	Lucha contra la corrupción / Política pública / Prácticas de competencia desleal / Cumplimiento
Desarrollo de capital humano	Capacitación y educación / Inversión
Atracción y retención de talento	Perfil de la organización / Empleo
Impacto social	Comunidades locales / Consecuencias económicas indirectas
Políticas ambientales / sistema de gestión ambiental	Productos y servicios / Cumplimiento regulatorio / General
Ecoeficiencia energética	Energía
Gestión de residuos	Efluentes y residuos
Salud y seguridad ocupacional	Salud y seguridad en el trabajo
Gestión de la marca	Perfil de la organización
Derechos humanos	No discriminación / Libertad de asociación y negociación colectiva / Trabajo infantil / Trabajo forzoso / Medidas de seguridad / Derechos de la población indígena / Evaluación
Diversidad e igualdad de oportunidades	Diversidad e igualdad de oportunidades / Igualdad de retribución entre mujeres y hombres / No discriminación
Estándares con proveedores	Prácticas de adquisición / Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores / Evaluación ambiental de los proveedores / Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos / Evaluación de la repercusión social de los proveedores
Gestión de riesgos	Estrategia y análisis / Perfil de la organización / Desempeño económico

G4-20, G4-21

La cobertura y los límites de cada aspecto material se detallan en la siguiente tabla:

Aspecto material	Cobertura		Límite
Desempeño económico	●	●	Colaboradores, clientes, proveedores, medios de comunicación, cámaras y asociaciones sectoriales, organizaciones no gubernamentales
Consecuencias económicas indirectas	●	●	Colaboradores, clientes, proveedores, medios de comunicación, organizaciones no gubernamentales, universidades, comunidades
Prácticas de adquisición	●	●	Colaboradores, proveedores
Empleo	●	●	Colaboradores, comunidades, autoridades
Salud y seguridad en el trabajo	●	●	Colaboradores, autoridades
Capacitación y educación	●	●	Colaboradores, clientes
Diversidad e igualdad de oportunidades	●	●	Colaboradores, clientes, proveedores, medios de comunicación, organizaciones no gubernamentales, universidades, comunidades
Igualdad de retribución entre mujeres y hombres	●	●	Colaboradores
Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores	●	●	Colaboradores, proveedores, clientes, organizaciones no gubernamentales, autoridades
Materiales	●	●	Proveedores, medios de comunicación, cámaras y asociaciones sectoriales, organizaciones no gubernamentales
Energía	●	●	Colaboradores, medios de comunicación, cámaras y asociaciones sectoriales, organizaciones no gubernamentales, autoridades
Efluentes y residuos	●	●	Colaboradores, clientes, proveedores, medios de comunicación, cámaras y asociaciones sectoriales, organizaciones no gubernamentales, autoridades
Productos y servicios	●	●	Colaboradores, clientes, proveedores, medios de comunicación, cámaras y asociaciones sectoriales, organizaciones no gubernamentales, autoridades



Aspecto material	Cobertura		Límite
Cumplimiento regulatorio	●	●	Medios de comunicación, cámaras y asociaciones sectoriales, autoridades
General	●	●	Colaboradores, clientes, proveedores, medios de comunicación, organizaciones no gubernamentales
Evaluación ambiental de los proveedores	●	●	Colaboradores, proveedores, clientes, organizaciones no gubernamentales, autoridades
Inversión	●	●	Colaboradores, proveedores
No discriminación	●	●	Colaboradores, clientes, proveedores, medios de comunicación, organizaciones no gubernamentales, comunidades
Libertad de asociación y negociación colectiva	●	●	Colaboradores
Trabajo infantil	●	●	Medios de comunicación, organizaciones no gubernamentales, autoridades, comunidades
Trabajo forzoso	●	●	Medios de comunicación, organizaciones no gubernamentales, autoridades
Medidas de seguridad	●	●	Colaboradores, clientes, proveedores, organizaciones no gubernamentales, autoridades
Derechos de la población indígena	●	●	Medios de comunicación, organizaciones no gubernamentales, autoridades, comunidades
Evaluación	●	●	Colaboradores, medios de comunicación, organizaciones no gubernamentales, autoridades, comunidades
Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos	●	●	Colaboradores, proveedores, clientes, organizaciones no gubernamentales, autoridades
Comunidades locales	●	●	Colaboradores, clientes, proveedores, medios de comunicación, organizaciones no gubernamentales, universidades, comunidades
Lucha contra la corrupción	●	●	Colaboradores, clientes, proveedores, medios de comunicación, autoridades
Política pública	●	●	Medios de comunicación, cámaras y asociaciones sectoriales, autoridades
Prácticas de competencia desleal	●	●	Proveedores, medios de comunicación, cámaras y asociaciones sectoriales, autoridades



Aspecto material	Cobertura		Límite
Cumplimiento	●	●	Medios de comunicación, cámaras y asociaciones sectoriales, autoridades
Evaluación de la repercusión social de los proveedores	●	●	Colaboradores, proveedores, clientes, organizaciones no gubernamentales, autoridades
Salud y seguridad de los clientes	●	●	Clientes, autoridades
Etiquetado de los productos y servicios	●	●	Clientes, autoridades
Comunicaciones de mercadotecnia	●	●	Clientes, autoridades, medios de comunicación
Privacidad de los clientes	●	●	Colaboradores, clientes, autoridades
Cumplimiento regulatorio	●	●	Clientes, medios de comunicación, cámaras y asociaciones sectoriales, autoridades

● Material para la compañía

● Material dentro y fuera de la compañía

● Material dentro de la compañía

● Material fuera de la compañía



11 { Anexos }



Tabla de indicadores

Eficiencia económica	Unidad de medida	2014	2015	Variación
Clientes (Ingresos de Telefónica México)	USD millones	2,191.45	1,977.35	-9.8%
Ingresos PIB	%	0.2		
Número de reclamaciones	Unidades	N/D		
Aportaciones fiscales	USD miles	171.61	152.70	-11.0%
Gastos salariales a colaboradores	USD millones	207.71	142.77	-31.3%
Volumen de compras adjudicado	USD millones	1,041	1,647	58.2%
Volumen de compras adjudicado localmente	USD millones	928	946	1.9%
Porcentaje de proveedores adjudicatarios locales	%	86	86	0.0%
Inversiones en Capex	USD millones	334.23	294.99	-11.7%
Inversión en I+D	USD millones	25.1	34.1	36.0%
Aprovisionamientos	USD millones	854.79		



Aspectos sociales ⁽¹⁾	Unidad de medida	2014	2015	Variación
Plantilla total física	Personas	2,967	2,479	-16.4%
Plantilla promedio	Personas	2,951	2,653	-10.1%
Tasa de absentismo	Unidades	2,085	1,104	-47.1%
Horas de formación en el ejercicio	Horas	85,797	60,580	-29.4%
Número de mujeres en plantilla	Personas	988	810	-18.0%
Número de mujeres directivas	Personas	4	4	0.0%
Número de personas con discapacidad	Personas	1	0	-100.0%
Horas de voluntariado	Horas	7,721	3,627	-53.0%
Número de colaboradores despedidos por incumplimiento de los PNR	Personas	4	38	850.0%
Número de incidentes de corrupción investigados por la Oficina de PNR	Unidades	1	0	-100.0%
Número de auditorías realizadas a proveedores	Unidades	14	13	-7.1%
Anticorrupción ⁽²⁾				
Número de empleados activos formados	Personas	59,360	75,648	27%
Total comunicaciones tramitadas en 2015 por posible incidente	Unidades	N/D	822	
Número total de incidentes de corrupción y soborno identificados	Unidades	0	0	0%
Número de medidas disciplinarias adoptadas en consecuencia	Unidades	0	0	0%
Medidas adoptadas como consecuencia de la investigación de las denuncias (despidos)	Unidades	4	38	850%

⁽¹⁾ Los datos correspondientes a gestión de talento consideran a los colaboradores de las empresas Grupo Telefónica Móviles México, TIS México, Terra México, Media Networks México, Telefónica on the Spot, TGT México, Pleyade México y Fisatel México.

⁽²⁾ Los datos de Anticorrupción corresponden a información de la empresa a nivel global.



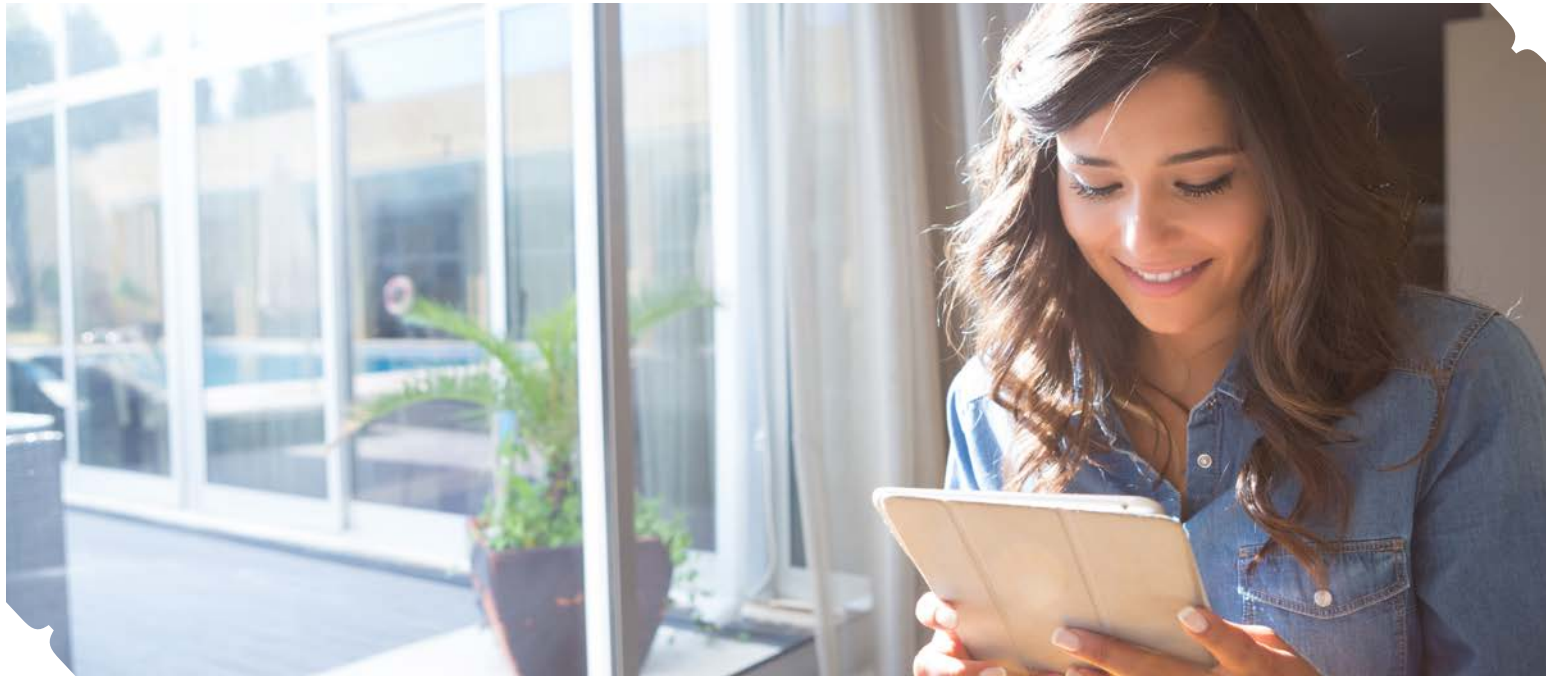
G4-EN1

Aspectos medioambientales	Unidad de medida	2014	2015	Variación
Despliegue de red responsable				
Adecuaciones de impacto visual	Unidades	N/D		
Infraestructuras compartidas	Unidades	N/D		
Mediciones de campos electromagnéticos	Unidades	0		
Inversión y gasto en medio ambiente	USD	33,403	21,830	-34.6%
Consumo de recursos				
Total consumo de papel –actividades comerciales y de oficina– (G4-EN1)	t	100.9	59.31	-41.2%
Número de clientes con factura electrónica	Unidades	628,732	885,270	40.8%
Consumo de agua	m ³	49,900	39,431	-21.0%
Residuos				
Total de residuos gestionados (operaciones, oficinas y clientes)	t	72.41	31.50	-56.5%
Residuos de baterías de grupos electrógenos (operaciones y oficinas)	t	28.55	16.80	-41.2%
Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (operaciones y oficinas)	t	4.63	2.67	-42.3%
Reciclaje y reúso de teléfonos móviles y accesorios de clientes	t	N/D	2.61	

Inventario de energía y CO ₂	Unidad de medida	2014	2015	Variación
Energía				
Combustibles	Miles de litros	1,503	1,538	2.3%
Biocombustible	Miles de litros	-	-	0.0%
Consumo eléctrico operaciones ⁽³⁾	MWh	301,119.94	299,623.78	-0.5%
Consumo eléctrico oficinas	kWh	11'465,390	12'024,932	4.9%
Energía procedente de fuentes renovables	MWh	14.75	8.50	-42.4%

⁽³⁾ Incluye el consumo eléctrico directamente y no directamente facturable.

Premios y reconocimientos



- Recibimos por 12º año consecutivo el Distintivo “Empresa Socialmente Responsable” otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial (AliaRSE).
- Fuimos galardonados por 4º año consecutivo con el premio “Ética y Valores en la Industria” otorgado por la Confederación de Cámaras Industriales de los Estados Unidos Mexicanos (CONCAMIN).
- Somos parte de las 10 empresas líderes en materia de sustentabilidad en México, debido a los importantes avances alcanzados en materia social y medioambiental.
- Somos la primera empresa en recibir la certificación en materia de protección de datos personales de Normalización y Certificación Electrónica, S.C. (NYCE), organismo reconocido por el Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI).
- Fuimos reconocidos por primera vez en ETECOM –edición Latam– en conjunto con el ganador de México, conformado por un grupo de jóvenes estudiantes de periodismo de la Universidad Nacional Autónoma de México, con su proyecto “Capitalino Errante”.
- Certificación por parte del Instituto de Auditores Internos, vigente hasta marzo de 2018.
- Logramos mantener la vigencia del certificado ISO-14001 del Sistema de Gestión Integral.



Índice de contenidos GRI G4,

OPCIÓN <<DE CONFORMIDAD>> ESENCIAL

G4-32

Contenidos Básicos Generales	
Contenidos básicos generales	Página
Estrategia y análisis	
G4-1	3-5, 6-7
G4-2	13, 18
Perfil de la organización	
G4-3	26
G4-4	9, 12
G4-5	9, 12
G4-6	9, 10, 12
G4-7	26
G4-8	10, 12, 49
G4-9	10, 12
G4-10	10, 53
G4-11	53
G4-12	10, 34
G4-13	31, 51
G4-14	18, 29, 45, 77
G4-15	3, 6, 12, 23, 24, 64, 75, 106
G4-16	23
Aspectos materiales y cobertura	
G4-17	12, 81
G4-18	80, 81
G4-19	87, 88
G4-20	89-91
G4-21	89-91
G4-22	En el presente informe, los montos correspondientes al Corporativo se muestran en dólares (USD), mientras que las cifras monetarias correspondientes a Telefónica México se muestran en pesos mexicanos (MXN), a menos que se indique lo contrario. Los tipos de cambio utilizados para este ejercicio fueron: Peso mexicano/Euro = 17.569; Dólar USA/Euro = 1.109, por lo que las cantidades pueden variar con respecto a los resultados del año anterior.



Contenidos Básicos Generales

Contenidos básicos generales	Página
G4-23	En el presente informe se muestran los resultados de los aspectos materiales para la empresa y sus grupos de interés, y de aquellos temas cuya comunicación es importante para Telefónica México.
Participación de los grupos de interés	
G4-24	19
G4-25	19
G4-26	19, 83
G4-27	84-86
Perfil de la memoria	
G4-28	80
G4-29	2014
G4-30	Anual
G4-31	108
G4-32	80, 97-105; opción <<de conformidad>> Esencial
G4-33	80
Gobierno	
G4-34	26
G4-35	27; https://www.telefonica.com/es/web/shareholders-investors/
G4-36	26, 27
G4-37	32
G4-38	27
G4-39	27
G4-40	27
G4-41	27, 31
G4-42	https://www.telefonica.com/es/web/shareholders-investors/
G4-43	27; https://www.telefonica.com/es/web/shareholders-investors/
G4-44	https://www.telefonica.com/es/web/shareholders-investors/
G4-45	27
G4-46	https://www.telefonica.com/es/web/shareholders-investors/
G4-47	27-29; https://www.telefonica.com/es/web/shareholders-investors/
G4-48	28
G4-49	32
G4-51	https://www.telefonica.com/es/web/shareholders-investors/
G4-52	https://www.telefonica.com/es/web/shareholders-investors/



Contenidos Básicos Generales

Contenidos básicos generales	Página
Ética e integridad	
G4-56	12, 17, 31
G4-57	32
G4-58	32

Contenidos Básicos Específicos

Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Omisiones identificadas	Justificación de posibles omisiones	Motivos para omitir esta información
Categoría: Económica				
Aspecto material: Desempeño económico				
G4-DMA	12-13			
G4-EC1	10, 14			
G4-EC2	No existe un escenario de plan estratégico que tome en cuenta efectos del cambio climático, sin embargo, la infraestructura de la empresa se encuentra asegurada contra desastres naturales.			
G4-EC3	60			
G4-EC4	Telefónica México no recibe ayudas económicas por parte del gobierno.			
Aspecto material: Consecuencias económicas indirectas				
G4-DMA	13, 50, 65			
G4-EC7	13, 14, 50			
G4-EC8	13, 15			
Aspecto material: Prácticas de adquisición				
G4-DMA	34			
G4-EC9	10, 34			
Categoría: Medio ambiente				
Aspecto material: Materiales				
G4-DMA	74			
G4-EN1	95			
Aspecto material: Energía				
G4-DMA	76			
G4-EN3	76			
G4-EN4	76			



Contenidos Básicos Específicos

Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Omisiones identificadas	Justificación de posibles omisiones	Motivos para omitir esta información
G4-EN5	Consumo anual de 620.4 litros de combustibles fósiles por colaborador; 125,175.5 kWh por colaborador (incluye consumo de electricidad directo e indirecto).			
G4-EN6	75, 76			
G4-EN7	76, 77			
Aspecto material: Efluentes y residuos				
G4-DMA	74			
G4-EN22	73; el destino de toda el agua vertida es el drenaje público.			
G4-EN23	74			
G4-EN24	En el periodo de reporte no existió derrame accidental alguno.			
G4-EN25	Telefónica México no transporta, importa, exporta o trata residuos peligrosos.			
G4-EN26	73			
Aspecto material: Productos y servicios				
G4-DMA	72, 78			
G4-EN27	77			
G4-EN28	75			
Aspecto material: Cumplimiento regulatorio				
G4-DMA	29, 72, 78			
G4-EN29	6; Telefónica México cuenta con mecanismos para garantizar el cumplimiento de la normatividad vigente, por lo que durante el periodo de reporte no existieron multas ni sanciones monetarias significativas por incumplimiento de la legislación ambiental.			
Aspecto material: General				
G4-DMA	72			
G4-EN31	72			
Aspecto material: Evaluación ambiental de los proveedores				
G4-DMA	35, 38, 72			
G4-EN32	35			
G4-EN33	38, 75			



Contenidos Básicos Específicos				
Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Omisiones identificaadas	Justificación de posibles omisiones	Motivos para omitir esta información
Categoría: Desempeño social				
Subcategoría: Prácticas laborales y trabajo digno				
Aspecto material: Empleo				
G4-DMA	34, 38, 53, 60			
G4-LA1	55			
G4-LA2	60			
Aspecto material: Salud y seguridad en el trabajo				
G4-DMA	59			
G4-LA5	61			
G4-LA6	61			
G4-LA7	Debido a la naturaleza de nuestra industria, los colaboradores no tienen un riesgo elevado de enfermedades profesionales.			
G4-LA8	60			
Aspecto material: Capacitación y educación				
G4-DMA	62			
G4-LA9	62			
G4-LA10	60, 62			
G4-LA11	62			
Aspecto material: Diversidad e igualdad de oportunidades				
G4-DMA	58			
G4-LA12	58			
Aspecto material: Igualdad de retribución entre mujeres y hombres				
G4-DMA	58			
G4-LA13	58			
Aspecto material: Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores				
G4-DMA	35, 38			
G4-LA14	35			
G4-LA15	38			



Contenidos Básicos Específicos				
Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Omisiones identificadas	Justificación de posibles omisiones	Motivos para omitir esta información
Subcategoría: Derechos humanos				
Aspecto material: Inversión				
G4-DMA	31, 34, 35, 50			
G4-HR1	35, 50			
G4-HR2	32			
Aspecto material: No discriminación				
G4-DMA	18, 31, 34, 58			
G4-HR3	32			
Aspecto material: Libertad de asociación y negociación colectiva				
G4-DMA	31, 34, 53, 58, 61			
G4-HR4	No existen centros y proveedores en los que la libertad de asociación y el derecho a acogerse a convenios colectivos sean amenazados, pues en Telefónica México fomentamos entre nuestros proveedores y aliados, la libertad y la diversidad.			
Aspecto material: Trabajo infantil				
G4-DMA	31, 34			
G4-HR5	34; en cumplimiento con los 10 Principios del Pacto Mundial, en Telefónica México rechazamos el trabajo infantil.			
Aspecto material: Trabajo forzoso				
G4-DMA	31, 34			
G4-HR6	En cumplimiento con los 10 Principios del Pacto Mundial, en Telefónica México rechazamos el trabajo forzoso.			
Aspecto material: Medidas de seguridad				
G4-DMA	31			
G4-HR7	El personal de seguridad se encuentra contratado por <i>outsourcing</i> , sin embargo, los contratos con todos nuestros proveedores incluyen cláusulas sobre el cumplimiento de nuestros Principios de Actuación y Negocio Responsable.			



Contenidos Básicos Específicos				
Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Omisiones identificadas	Justificación de posibles omisiones	Motivos para omitir esta información
Aspecto material: Derechos de la población indígena				
G4-DMA	31			
G4-HR8	Durante el periodo de reporte no se presentaron casos de violación a los derechos de los pueblos indígenas.			
Aspecto material: Evaluación				
G4-DMA	35			
G4-HR9	35			
Aspecto material: Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos				
G4-DMA	38			
G4-HR10	35			
G4-HR11	38			
Subcategoría: Sociedad				
Aspecto material: Comunidades locales				
G4-DMA	50, 64, 65, 70			
G4-S01	50, 64			
G4-S02	No existen centros de operaciones con efectos negativos significativos sobre las comunidades locales.			
Aspecto material: Lucha contra la corrupción				
G4-DMA	27, 31, 64			
G4-S03	32			
G4-S04	31			
G4-S05	32			
Aspecto material: Política pública				
G4-DMA	13, 23, 44			
G4-S06	Telefónica México no realiza contribuciones políticas, de conformidad con la legislación vigente.			
Aspecto material: Prácticas de competencia desleal				
G4-DMA	13, 23, 31			
G4-S07	Durante el periodo de reporte no existieron incidentes contra la libre competencia.			



Contenidos Básicos Específicos

Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Omisiones identificadas	Justificación de posibles omisiones	Motivos para omitir esta información
Aspecto material: Cumplimiento				
G4-DMA	18, 29, 31			
G4-S08	Telefónica México se conduce de manera honesta y transparente, por lo que en el periodo de reporte no existieron incumplimientos de la legislación y normativa vigente y aplicable.			
Aspecto material: Evaluación de la repercusión social de los proveedores				
G4-DMA	38			
G4-S010	38			
Subcategoría: Responsabilidad sobre productos				
Aspecto material: Salud y seguridad de los clientes				
G4-DMA	40, 44, 46, 48			
G4-PR1	40			
G4-PR2	Telefónica México cuenta con mecanismos para garantizar el cumplimiento de la normatividad vigente, por lo que durante el periodo de reporte no existieron incumplimientos a la legislación relativa a los impactos en la salud y la seguridad durante el ciclo de vida de los productos y servicios.			
Aspecto material: Etiquetado de los productos y servicios				
G4-DMA	41, 43, 48			
G4-PR3	48			
G4-PR4	Telefónica México cuenta con mecanismos para garantizar el cumplimiento de la normatividad vigente, por lo que durante el periodo de reporte no existieron incumplimientos a la legislación relativa a la información y etiquetado de los productos.			
G4-PR5	41, 42			
Aspecto material: Comunicaciones de mercadotecnia				
G4-DMA	48			
G4-PR6	Telefónica México se conduce con honestidad y transparencia, por lo que no ofrece productos prohibidos o en litigio.			



Contenidos Básicos Específicos				
Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Omisiones identificadas	Justificación de posibles omisiones	Motivos para omitir esta información
G4-PR7	Durante el periodo de reporte no se registraron incumplimientos a la normativa o códigos internos de publicidad.			
Aspecto material: Privacidad de los clientes				
G4-DMA	45			
G4-PR8	Durante el periodo de reporte, Telefónica México no tuvo reclamación alguna sobre la violación de la privacidad y fuga de datos, ni contó con penalizaciones al respecto.			
Aspecto material: Cumplimiento regulatorio				
G4-DMA	29, 48			
G4-PR9	Durante el periodo de reporte no se registraron multas derivadas del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios.			

Cumplimiento al Pacto Mundial y Objetivos de Desarrollo Sostenible

G4-15

Capítulo	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	Principios del Pacto Mundial
Elegimos ser...	1. Fin de la pobreza	Principios 1 y 2
	8. Trabajo decente y crecimiento económico	Principios 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 y 9
	9. Industria, innovación e infraestructura	Principios 1, 2, 7, 8 y 9
	10. Reducción de las desigualdades	Principios 1, 2, 3, 4, 5 y 6
	11. Ciudades y comunidades sostenibles	Principios 1, 2, 6, 7, 8 y 9
	12. Producción y consumo responsables	Principios 1, 2, 7, 8 y 9
Elegimos un modelo de negocio responsable	9. Industria, innovación e infraestructura	Principios 1, 2, 7, 8 y 9
	10. Reducción de las desigualdades	Principios 1, 2, 3, 4, 5 y 6
	12. Producción y consumo responsables	Principios 1, 2, 7, 8 y 9
	13. Acción por el clima	Principios 7, 8 y 9
	15. Vida de ecosistemas terrestres	Principios 7, 8 y 9
	16. Paz, justicia e instituciones sólidas	Principios 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 10
	17. Alianzas para lograr los objetivos	Principios 1 y 2
Elegimos nuestros principios éticos	12. Producción y consumo responsables	Principios 1, 2, 7, 8 y 9
	16. Paz, justicia e instituciones sólidas	Principios 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 10
Elegimos incidir en nuestra cadena de suministro	5. Igualdad de género	Principios 1, 2 y 6
	7. Energía asequible y no contaminante	Principios 1, 2, 7, 8 y 9
	8. Trabajo decente y crecimiento económico	Principios 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 y 9
	9. Industria, innovación e infraestructura	Principios 1, 2, 7, 8 y 9
	11. Ciudades y comunidades sostenibles	Principios 1, 2, 6, 7, 8 y 9
	13. Acción por el clima	Principios 7, 8 y 9
	17. Alianzas para lograr los objetivos	Principios 1 y 2



Capítulo	Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)	Principios del Pacto Mundial
Elegimos dar todo por nuestros clientes	1. Fin de la pobreza	Principios 1 y 2
	3. Salud y bienestar	Principios 1 y 2
	9. Industria, innovación e infraestructura	Principios 1, 2, 7, 8 y 9
	10. Reducción de las desigualdades	Principios 1, 2, 3, 4, 5 y 6
	11. Ciudades y comunidades sostenibles	Principios 1, 2, 6, 7, 8 y 9
	12. Producción y consumo responsables	Principios 1, 2, 7, 8 y 9
	17. Alianzas para lograr los objetivos	Principios 1 y 2
Elegimos atraer al mejor talento	1. Fin de la pobreza	Principios 1 y 2
	3. Salud y bienestar	Principios 1 y 2
	4. Educación de calidad	Principios 1, 2 y 5
	5. Igualdad de género	Principios 1, 2 y 6
	8. Trabajo decente y crecimiento económico	Principios 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 y 9
	10. Reducción de las desigualdades	Principios 1, 2, 7, 8 y 9
	12. Producción y consumo responsables	Principios 1, 2, 7, 8 y 9
Elegimos contribuir al desarrollo social	16. Paz, justicia e instituciones sólidas	Principios 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 10
	1. Fin de la pobreza	Principios 1 y 2
	4. Educación de calidad	Principios 1, 2 y 5
	5. Igualdad de género	Principios 1, 2 y 6
	9. Industria, innovación e infraestructura	Principios 1, 2, 7, 8 y 9
	10. Reducción de las desigualdades	Principios 1, 2, 7, 8 y 9
	11. Ciudades y comunidades sostenibles	Principios 1, 2, 6, 7, 8 y 9
Elegimos cuidar el planeta	16. Paz, justicia e instituciones sólidas	Principios 1, 2, 3, 4, 5, 6 y 10
	17. Alianzas para lograr los objetivos	Principios 1 y 2
	7. Energía asequible y no contaminante	Principios 1, 2, 7, 8 y 9
	12. Producción y consumo responsables	Principios 1, 2, 7, 8 y 9
Elegimos cuidar el planeta	13. Acción por el clima	Principios 7, 8 y 9
	15. Vida de ecosistemas terrestres	Principios 7, 8 y 9



Informe de
Sostenibilidad
Corporativa 2015

Telefonica

CONTACTO

G4-31

Para mayor información acerca de este informe,
por favor comunícate a:

responsabilidadcorporativamx@telefonica.com