



Informe de
Sostenibilidad
Corporativa 2016

Telefonica



Contenido

- **1** **03 MENSAJE DE LOS PRESIDENTES**
 - 04 Entrevista al Presidente Ejecutivo de Telefónica S.A._
 - 09 Mensaje del Presidente de Telefónica México_

- **2** **12 NUESTRA COMPAÑÍA**
 - 13 Telefónica S.A._
 - 14 Telefónica México_

- **3** **16 PRINCIPALES MAGNITUDES 2016**
 - 17 Principales magnitudes_

- **4** **18 CONTRIBUCIÓN AL PROGRESO**
 - 19 Impacto económico_
 - 21 Impacto ambiental_

- **5** **22 GESTIÓN RESPONSABLE**
 - 23 Gobierno corporativo_
 - 26 Negocio Responsable_
 - 31 Gestión de nuestros grupos de interés y reputación_
 - 54 Identificación y gestión de riesgos_
 - 57 Ética empresarial y cumplimiento_
 - 61 Gestión de la cadena de suministro_

- **6** **66 MODELO Y DESARROLLO DE NEGOCIO**
 - 67 Tendencias, oportunidades y estrategia_

- **7** **73 COMPROMISO CON NUESTROS CLIENTES**
 - 74 Satisfacción del cliente_
 - 79 Confianza digital_
 - 83 Publicidad responsable_

- **8** **85 COMPROMISO CON NUESTRO EQUIPO**
 - 86 El mejor talento_
 - 87 Atracción y desarrollo de talento_
 - 91 Diversidad e igualdad de oportunidades_
 - 94 Clima laboral_
 - 96 Bienestar laboral, salud y seguridad_

- **9** **100 COMPROMISO CON LA SOCIEDAD**
 - 101 Derechos Humanos_
 - 105 Inclusión digital_
 - 109 Acción social y cultural_

- **10** **117 COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE**
 - 118 Gestión medioambiental_
 - 120 Una red responsable_
 - 121 Agua_
 - 122 Energía y cambio climático_
 - 125 Residuos_

- **11** **127 ACERCA DE NUESTRO INFORME**
 - 128 Principios para la elaboración del Informe_

- **12** **130 ANEXOS**
 - 131 Indicadores clave_
 - 135 Premios y reconocimientos_
 - 136 Índice de Contenidos GRI_
 - 153 Compromiso con el Pacto Mundial de Naciones Unidas_
 - 15 Contribución al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible_



1

↳ Mensaje de los
presidentes



Entrevista al Presidente Ejecutivo de Telefónica S.A.

102-14, 102-15



¿Qué balance hace de su primer año como Presidente de Telefónica?

Para mí es un orgullo poder afirmar que en el ejercicio 2016 hemos cumplido nuestros compromisos: se ha consolidado el cambio de tendencia en los resultados de la Compañía y Telefónica ya ha iniciado su ciclo de crecimiento sostenible.

En 2016 las principales magnitudes financieras crecieron en términos orgánicos. Los ingresos aumentaron un 1,3% impulsados por el incremento en el número de clientes, que se sitúa en 350 millones, y el aumento del ingreso medio por cliente. Y esto demuestra que somos relevantes para nuestros clientes, que depositan en Telefónica su confianza todos los días porque la propuesta de valor que les hacemos les convence. El OIBDA también creció un 4,7% interanualmente en términos orgánicos y el margen aumentó hasta el 31,5%, superando nuestros objetivos de rentabilidad.

En el gran desafío que teníamos, la generación de flujo de caja libre, hemos crecido por primera vez en 7 años, un 24% anual, hasta casi 4.400 millones de euros. Lo hemos conseguido en un contexto de niveles de inversión récord, que ha ascendido a unos 9.000 millones de euros,

y ejerce de efecto tractor sobre nuestros casi 13.000 proveedores.

Más allá de los números, hemos alcanzado nuestros objetivos con un modelo de negocio sostenible, generando un impacto positivo en todos nuestros mercados. Somos uno de los motores de progreso económico más relevantes y en 2016 aumentamos nuestra aportación al PIB del conjunto de países en los que estamos presentes hasta el 0,6%, con una generación de empleo que supera el millón de personas, y al mismo tiempo incrementando el consumo de energías renovables, que alcanza ya casi el 44%.

Nuestra apuesta por la digitalización nos ha llevado a ser líderes en el despliegue de ultra banda ancha fija en Europa y en Latinoamérica y a masificar el LTE en todas las geografías. Estamos construyendo una de las infraestructuras digitales más potentes y avanzadas del mundo para que nuestros clientes puedan disfrutar de una experiencia diferencial.

En paralelo, y con el cliente en el centro de todo lo que hacemos, hemos acelerado la digitalización de la Compañía de punta a punta. El proceso de digitalización va mucho más allá

de crear una aplicación, un buen canal de ventas y atención al cliente *online* o de facturación digital. El desafío consiste en simplificar la complejidad del mundo analógico y digitalizar los procesos para tener toda la información en tiempo real y aplicar sistemas cognitivos que nos permitan conocer mucho mejor lo que los clientes nos piden.

También hemos ejecutado con éxito iniciativas financieras, como la reciente venta parcial de Telxius y la notable actividad de financiación en los mercados. Y hemos tomado decisiones difíciles, reformulando la política de retribución al accionista, estableciendo un dividendo de 0,40 euros por acción en efectivo para 2017, lo que nos permite remunerar de forma atractiva a nuestros más de 1,3 millones de accionistas y ofrecer una rentabilidad por dividendo consistente con el mercado y un *pay-out* sostenible.

Todo ello, junto con la reducción orgánica de la deuda, nos ha permitido fortalecer la posición financiera de la Compañía. Es una satisfacción depender de nosotros mismos, y no de factores externos, para conseguir los objetivos que nos hemos marcado.



El decidido esfuerzo y dedicación de todo el equipo Telefónica ha tenido un destacado reconocimiento externo, tanto desde índices como el *Dow Jones Sustainability Index*—que tiene en cuenta el desempeño económico, social y ambiental de las compañías—, el *Carbon Disclosure Project*—que valora la gestión del cambio climático de las compañías—, como de la revista *Fortune*, que nos ha elegido como la operadora más admirada de Europa.

Al mismo tiempo, los frutos de la profunda transformación que emprendimos hace unos años y los avances logrados en 2016 han contribuido a la revalorización de la acción de Telefónica en un 16% en los últimos doce meses hasta finales de abril, muy por encima del índice telco europeo de referencia (-7,2%), posicionándonos como una de las 10 mayores compañías del sector a nivel mundial por capitalización bursátil.

En definitiva, gracias al compromiso, talento e ilusión de los 127.000 profesionales de Telefónica, el año 2016 ha sido muy positivo para la Compañía. Para mí es un orgullo y una gran responsabilidad trabajar con todos ellos día a día.

Elegimos *crear, proteger e impulsar* las conexiones de la vida, para que todas las personas puedan acceder a un mundo de *posibilidades infinitas*, a través de la tecnología

¿Qué objetivos se ha fijado para 2017 y los próximos años?

Nuestras prioridades no han cambiado. El principal objetivo es seguir construyendo la compañía que queremos para el futuro: una empresa con unos resultados sólidos a corto plazo que al mismo tiempo sea capaz de convertir los retos a largo en grandes oportunidades.

Nuestra historia se ha escrito con momentos en los que hemos sabido anticiparnos. Nunca le hemos tenido miedo al cambio y ahora nos encontramos en un contexto de cambio permanente y profundo. La globalización, los cambios demográficos, la escasez de los recursos, la crisis de valores y la disrupción tecnológica están cambiándolo todo.

Y la digitalización está en el centro de esta revolución en la que aspiramos tener un papel clave. No tenemos todas las respuestas. Pero sí el compromiso y las capacidades para contribuir al progreso de la sociedad.

La digitalización está teniendo ya un impacto positivo y tendrá consecuencias muy

beneficiosas en términos de crecimiento. Y nosotros queremos seguir siendo protagonistas en la construcción de la nueva sociedad digital en los países en los que estamos presentes, con un equipo enfocado al cliente y con la integridad, la transparencia y el compromiso como bandera.

En Telefónica estamos convencidos de que la vida digital es la vida. La tecnología emerge como motor de democratización en todos los ámbitos de la sociedad, permite abordar retos sociales, medioambientales y ayuda a mejorar la calidad de vida de las personas.

Por eso, elegimos crear, proteger e impulsar las conexiones de la vida, para que todas las personas puedan acceder a un mundo de posibilidades infinitas, a través de la tecnología.

Hemos iniciado 2017 con confianza. Este será un año de crecimiento sostenible sobre las sólidas bases que hemos consolidado. Tenemos muy claras nuestras prioridades estratégicas. Para alcanzarlas, necesitamos avanzar en nuestra propia transformación, tanto tecnológica como cultural, apalancándonos en nuestra diversificación geográfica.

Contamos con el mejor equipo para conseguirlo, y vamos a seguir reforzándolo con más diversidad, perfiles digitales y nuevos modos de trabajo; a mejorar tanto nuestra Promesa Cliente como la privacidad y la seguridad, ayudando, además, a los usuarios a usar de modo responsable y positivo la tecnología.

Aspiramos a crecer en las principales partidas de la cuenta de resultados y en generación de caja, con expansión de márgenes. Vamos a continuar avanzando en nuestra senda de transformación hacia una Compañía de plataformas, impulsando la digitalización extremo a extremo y la inteligencia cognitiva y con una inversión enfocada en ultra banda ancha fija y 4G.

Queremos aumentar la ubicuidad, disponibilidad y eficiencia energética de nuestra red, avanzando en nuestro compromiso de que en 2030 el 100% de la energía que usamos sea renovable. Y seguiremos racionalizando nuestro proceso de compras para ser más ágiles y establecer relaciones más sostenibles con nuestros proveedores.

Gestionaremos el portafolio con criterios estratégicos y con una visión transversal de los activos, que acelere el desapalancamiento orgánico y refuerce nuestro balance. Al mismo tiempo, ofreceremos una atractiva remuneración para los accionistas.

¿Cómo se posiciona Telefónica ante los retos globales?

La dimensión de lo que estamos viviendo no tiene parangón. Como generación de seres humanos somos muy afortunados, porque ninguna otra generación en la historia de la humanidad ha vivido un nivel de disrupción tecnológica como el que estamos viviendo nosotros.



Todos estos cambios nos han llevado a aumentar nuestro compromiso con la sostenibilidad como motor de desarrollo de la sociedad. La tecnología abre la puerta a mejoras de la prosperidad y el bienestar, pero al mismo tiempo plantea incertidumbres y riesgos que es necesario abordar.

Tan importante es alcanzar nuestras metas, como la forma de conseguirlas. Estamos convencidos de que el futuro es impulsar un modelo de negocio responsable, capaz de generar confianza en nuestros clientes, inversores, empleados, accionistas y en la sociedad.

Afrontamos el futuro con optimismo y con unos principios bien definidos que deben guiarnos en nuestra toma de decisiones. Tenemos que preguntarnos a dónde queremos llevar las sociedades o cómo queremos repartir la riqueza en esta nueva economía. Para ello, necesitamos valores que conformen una sociedad mejor, más justa, que no deje a nadie atrás en la participación de la nueva Sociedad Digital, permitiendo una distribución de la riqueza más equitativa.

En un mundo hiperconectado como el de hoy, no todo es aceptable. Somos responsables de dar forma a una sociedad que nos permita, a nosotros y a las futuras generaciones, vivir con privacidad y libertad.

En esta línea, nuestra estrategia como compañía responsable incorpora grandes retos globales, con una visión de largo plazo. Algunos ejemplos de lo que ya estamos haciendo, como la gestión de la red teniendo en cuenta la eficiencia energética y la reducción de emisiones de CO₂ con más uso de renovables para frenar el cambio climático, ya los he citado. O como, para responder a las dudas sobre la privacidad de los datos, en Telefónica no solo somos transparentes sobre el uso que hacemos de los mismos, sino que además queremos ayudar a nuestros clientes a preservar su soberanía digital.

Otro desafío es el cambio del entorno laboral influido por el nuevo paradigma tecnológico; en Telefónica buscamos transformar nuestra manera de trabajar y aprovechar al máximo el talento de un equipo que tiene que ser cada día más diverso.

Me gustaría resaltar el papel esencial de la conectividad para cumplir los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas. Nuestro negocio tradicional tiene un impacto muy positivo en el objetivo de industria, innovación e infraestructuras, si bien nuestra estrategia como negocio responsable y los proyectos dirigidos a impulsar la sostenibilidad nos permiten contribuir al resto de objetivos, con una influencia más directa en los de crecimiento económico. De hecho, somos desde hace años firmantes del Pacto Mundial de Naciones Unidas.



Somos responsables de dar forma a una sociedad que nos permita, a nosotros y a las futuras generaciones, *vivir con privacidad y libertad*

Especialmente orgullosos nos sentimos de las diversas iniciativas que impulsamos en el ámbito de la educación y, en particular, de la Fundación ProFuturo, puesta en marcha por la Fundación Telefónica y la Fundación Bancaria 'la Caixa'.

ProFuturo tiene como misión reducir la brecha educativa en el mundo, proporcionando una educación digital de calidad a niños y niñas de entornos vulnerables de África Subsahariana, Latinoamérica y Sudeste Asiático. El objetivo es muy ambicioso: queremos transformar la educación de 10 millones de niños y niñas en 2020, con tecnologías, contenidos educativos y metodologías de enseñanza-aprendizaje a docentes y alumnos.

Si pensamos en los avances tecnológicos, ¿cuál es el que más va a impactar a Telefónica y a sus clientes?

La tecnología es clave para acercarnos a nuestros clientes con la nueva experiencia de servicio que queremos para ellos.

El 5G transformará radicalmente la conectividad. Estamos hablando de una capacidad para transportar datos móviles 1.000 veces superior, de velocidades que se van a multiplicar entre 10 y 100 veces, de una significativa reducción en

la latencia, de dispositivos más potentes y con baterías más eficientes... Todo ello hará posible la explosión del Internet de las Cosas, los coches autónomos, operaciones quirúrgicas en tiempo real en remoto, la educación digital a distancia o la comunicación holográfica, por poner algunos ejemplos. Y ya se vislumbra la expansión de la Realidad Virtual, la Realidad Aumentada y vemos una nueva ola más potente de tecnología, en torno a la Inteligencia Cognitiva.

Esta disrupción tecnológica facilita un nuevo mundo de información y conocimiento y nos permite estar cada vez más conectados. Estamos hablando de un crecimiento imparable y exponencial.

El potencial que proporciona la información generada por todos los dispositivos conectados es enorme. Dándole un uso inteligente a todos estos datos, a través de la Inteligencia Artificial y los Sistemas Cognitivos, podremos solucionar problemas de salud, educación, energía y transporte, con impacto positivo en la vida de las personas y en el conjunto de sociedad.

En una compañía como Telefónica la tecnología siempre ha sido y siempre será protagonista. Además, en un momento como este, en el que hay más tecnología disponible que

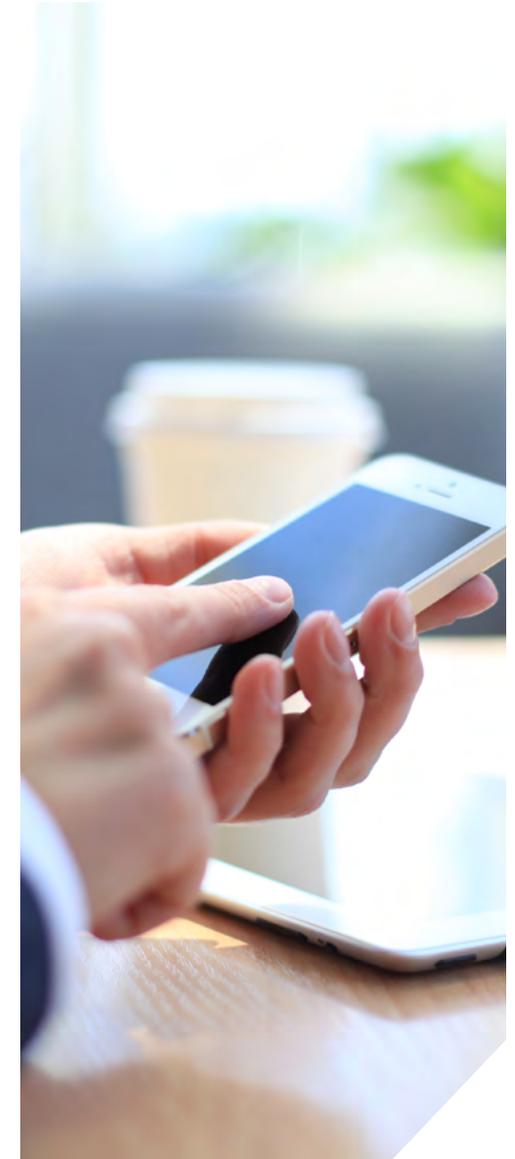
nunca, trabajamos para poner la innovación y la disrupción digital al servicio de nuestros clientes de forma eficiente y sostenible.

Lo estamos haciendo construyendo una Telefónica de plataformas. Hemos invertido 48.000 millones de euros desde 2012, de los cuales la mayor parte se ha dedicado a reforzar la primera plataforma –la de los activos físicos–, seguida de la segunda plataforma –la de los sistemas– y la tercera plataforma –la de los productos y servicios–.

Además, hemos preparado a la Compañía para ser pionera en el ámbito de la Inteligencia Cognitiva, impulsando nuestra cuarta plataforma, la del poder cognitivo, que nos va a permitir establecer un nuevo modelo de relación con nuestros clientes, relacionándonos con ellos de manera más natural y sencilla.

Aspiramos a ensanchar la relación con los clientes, buscando incrementar su satisfacción y abriéndoles nuevas posibilidades para que puedan enriquecer su vida digital con nosotros bajo los principios de transparencia, la seguridad y el control de sus datos. Porque cultivar cada día la confianza de nuestros clientes es nuestra prioridad.

Estoy convencido de que el impacto de la inteligencia cognitiva, incorporada en nuestra cuarta plataforma, será comparable en un futuro cercano al impacto que tuvo la introducción de la telefonía móvil o a la banda ancha.





Queremos establecer un *nuevo modelo de interacción* con nuestros clientes, relacionándonos con ellos de manera *más natural y sencilla*

¿Qué papel tiene en este camino la innovación?

La innovación forma parte del ADN de Telefónica. La continua transformación de la Compañía en sus casi 100 años de historia es pura innovación y reflejo de una mentalidad de anticipación y visión propia de cualquier emprendedor.

Estamos comprometidos con la innovación tecnológica como herramienta fundamental para ayudar a crear un mundo más sostenible, consiguiendo a su vez ventajas competitivas y productos diferenciadores.

Por un lado, nuestra estrategia promueve las capacidades internas de I+D+i, con un modelo propio de innovación que nos permite estar a la vanguardia en el sector. En 2016 nuestra inversión en I+D+i alcanzó casi 6.600 millones de euros, posicionándonos como la cuarta telco que más invierte en I+D en el mundo. Tenemos 9 centros de innovación en nuestras geografías y solo el año pasado registramos 545 patentes.

Por otro lado, las fuentes tradicionales de innovación no son suficientes e impulsamos entornos abiertos a través de *Open Future*, un programa integrado que acompaña al emprendedor en cada una de sus etapas de crecimiento. Telefónica *Open Future* ya ha acelerado más de 1.500 compañías, invirtiendo en más de 700 startups.

En cuanto al Gobierno Corporativo, ¿qué medidas han tomado para avanzar en el camino de las mejores prácticas?

Avanzar en el cumplimiento de las recomendaciones y mejores prácticas de buen gobierno corporativo es una de mis prioridades y en los últimos dos años la Compañía ha dado firmes pasos en esta dirección.

En la próxima Junta General de Accionistas se someterá a aprobación la ratificación y nombramiento de dos nuevos consejeros independientes, Carmen García de Andrés y Francisco José Riberas Mera, así como la reducción del número de miembros del

Consejo de Administración a diecisiete, de acuerdo con las recomendaciones de buen gobierno y las tendencias internacionales.

Estas nuevas incorporaciones, junto a las cuatro realizadas en 2016, nos permiten reforzar aún más el máximo órgano de la gestión de la Compañía, incrementando la independencia y diversidad del mismo. Así, los consejeros independientes representan el 53% del total, y se eleva la proporción de mujeres consejeras hasta el 18%.

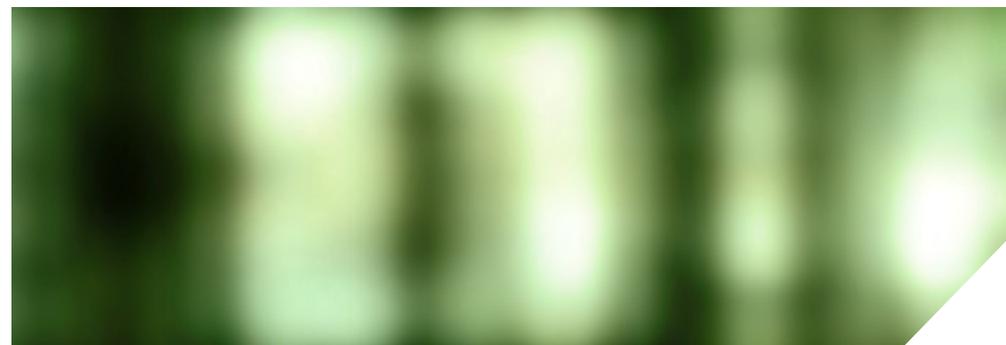
Al mismo tiempo, la incorporación de Carmen García de Andrés como miembro de la Comisión de Auditoría y Control y de José Javier Echenique y Luiz Fernando Furlán a la Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Buen Gobierno, todos ellos consejeros independientes, refuerza el cumplimiento

de las recomendaciones de buen gobierno relativas a la composición de las Comisiones del Consejo.

Somos afortunados por tener un Consejo comprometido, que vela por el futuro y sostenibilidad de la Compañía. Un Consejo que trabaja para asegurar que Telefónica seguirá ganando relevancia en el conjunto de la sociedad en las décadas venideras con un modelo de negocio responsable.

Me gustaría aprovechar esta ocasión para agradecer la dedicación, el compromiso y la gran contribución de César Alierta, Pablo Isla y Gonzalo Hinojosa durante sus muchos años de trabajo en el Consejo de Telefónica

José María Álvarez-Pallete
Presidente





Mensaje del Presidente de Telefónica México 102-14, 102-15



Estimados amigos,

Para mí es motivo de orgullo presentar el Informe de Sostenibilidad Corporativa 2016 de Telefónica México, el cual ha sido elaborado con base en los nuevos Estándares del *Global Reporting Initiative* (GRI) y que, por 12º año consecutivo, muestra los resultados de nuestro desempeño en materia económica, social y ambiental, en aras de reforzar continuamente nuestro compromiso con la transparencia y con nuestros grupos de interés.

Hemos adoptado como práctica permanente la elaboración de nuestro estudio de materialidad,

con la finalidad de contar con una perspectiva integral de los aspectos hacia los que debemos encauzar nuestros esfuerzos, debido a la importancia que presentan, tanto para la compañía como para nuestros *stakeholders*.

Es un honor compartir que en 2016 cumplimos 15 años de presencia en México y apostamos por continuar creciendo en el país. En nuestro ADN está inmerso el compromiso con el progreso del país, pues desempeñamos un papel fundamental en la contribución al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas –lo que se consolidará conforme a una verdadera competencia

efectiva, así como a la puesta en marcha de una mayor y mejor política pública–. Nuestras operaciones impactan de manera positiva en la industria, la innovación y el establecimiento de infraestructura, piezas que hacen posible la conectividad para todos y la generación de valor sin precedentes, siempre con base en un modelo de negocio responsable.

Nos distinguimos por ser una empresa ética, con calidad de vida, respeto por el entorno y sentido de comunidad, lo que además nos ha llevado a ser reconocidos por décimo tercer año consecutivo con el Distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR), otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) y la Alianza para la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE).

Aunado a ello, el CEMEFI nos reconoce como ejemplo en materia de responsabilidad social en las categorías de Ética Empresarial y Calidad de

Vida en la Empresa, debido a que las condiciones laborales que ofrecemos a nuestro equipo y el compromiso con la sostenibilidad son testimonio del valor que agregamos al sector.

En Telefónica México superamos las metas que nos proponemos. Por quinta ocasión fuimos acreedores del reconocimiento de la Confederación de Cámaras Industriales (CONCAMIN), por ser considerada una de las empresas con mejores prácticas en responsabilidad social, además de encontrarnos entre las empresas más demandadas para trabajar en México, de conformidad con el Instituto *Great Place to Work*.

Trabajamos para hacer de nuestros clientes y de su vida digital el centro y principio de todo lo que hacemos, buscando mejorar su experiencia a través de una infinidad de opciones. Tal es el caso de las recientes alianzas que establecimos con diferentes entidades, como la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), buscando brindar una mejor respuesta a nuestros usuarios. Este acuerdo consiste en la instalación de teléfonos de atención Movistar en las delegaciones y subdelegaciones de este organismo en todo el territorio nacional para acelerar el proceso de conciliación en favor de todos nuestros usuarios.

13^{er} año consecutivo
como *Empresa Socialmente
Responsable*



Al cierre del tercer trimestre de 2016, *Telefónica Movistar* reportó uno de los índices más bajos en el número de quejas de los operadores móviles ante la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), al atenderse *2,398 casos de consumidores* de su base de 27 millones de clientes

También, recientemente hemos firmado alianzas con operadores o proveedores para brindar al usuario la mejor experiencia, guiados por nuestros valores: ser confiables, ofreciéndoles la seguridad de nuestra red; ser retadores, adelantándonos a lo que esperan de nosotros; y ser abiertos, esforzándonos en tener con cada cliente una actitud cercana y amable.

Garantizar la seguridad de los datos de los clientes es una prioridad para Telefónica México. Por esta razón, en 2016 inauguramos el Centro de Operaciones de Seguridad (SOC), que actúa como una herramienta de gestión óptima para el cumplimiento de nuestras metas de seguridad digital. Desde 2011 y 2013, nuestro SOC cuenta con las recertificaciones ISO 27000 e ISO 20000.1, respectivamente, otorgadas

por la Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR).

Cabe destacar que nuestro *Data Center Ixtlahuaca* cuenta con la certificación internacional Tier III, otorgada por el *Uptime Institute*. Además, en 2016 fue galardonado como el *Mejor Proyecto de Transformación de Data Center*, otorgado por el *Datacenter Dynamics Latin America Awards 2016*.

En Telefónica somos responsabilidad y eficacia. En dos años, de acuerdo con el estudio realizado por PricewaterhouseCoopers (PwC) hemos evitado la emisión de más de 2 millones de toneladas de CO₂. Aunado a ello, transmitimos nuestra cultura de protección del entorno con nuestros grupos de interés; algunos

ejemplos son el “Decálogo para cuidar el medio ambiente con tu celular”, el lanzamiento de nuestra campaña *Conciencia Movistar* – iniciativa con la que buscamos promover y sensibilizar a nuestros grupos de interés sobre el consumo responsable y sostenible de la tecnología, abarcando temáticas relacionadas con la importancia del reciclaje de desechos electrónicos y el correcto uso del celular

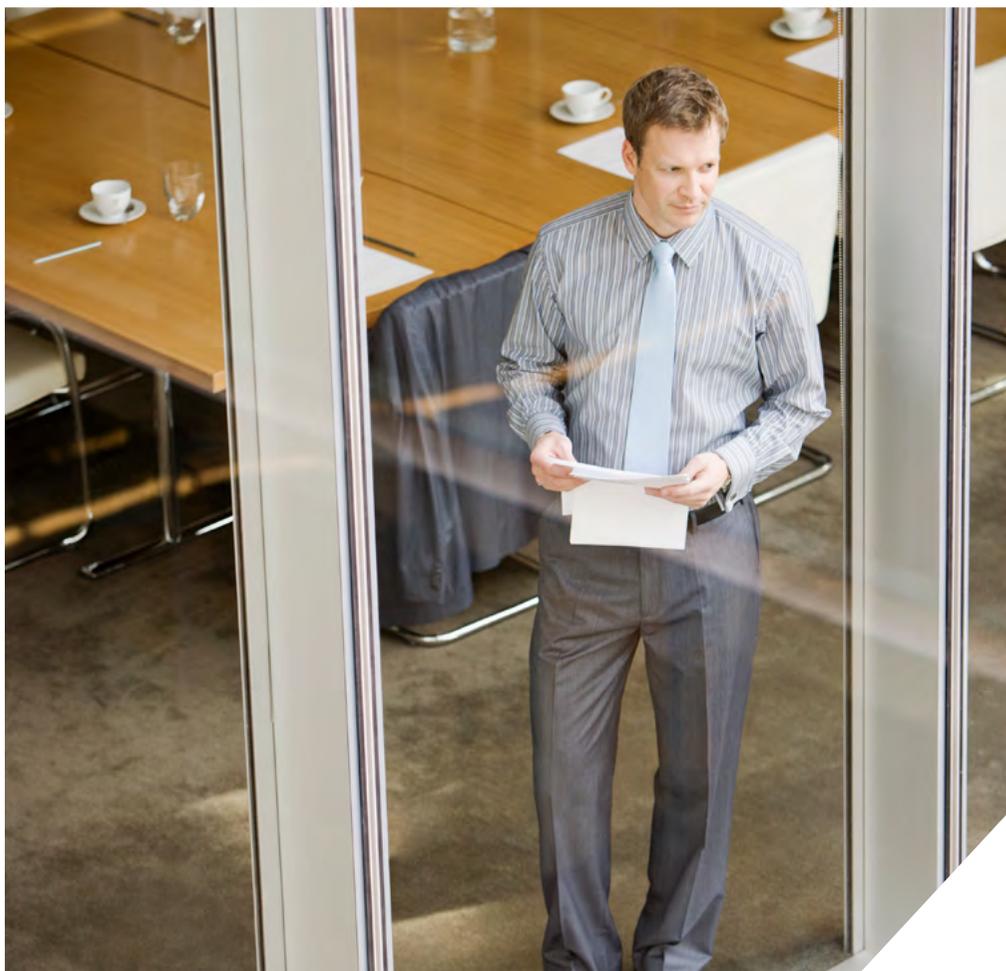
En 2016 *inauguramos el Centro de Operaciones de Seguridad (SOC)*, herramienta de gestión para el cumplimiento de metas en *seguridad digital*

Nuestro *Data Center Ixtlahuaca* fue galardonado como *el mejor Proyecto de Transformación* en los *Data Center Dynamics Latam Awards*





Somos una *empresa confiable*, colaborativa, cercana, incluyente, ética, *promotora de oportunidades, eficaz y responsable*



al transportarse—, así como proyectos de protección a la infancia para inculcar en los niños el uso responsable del celular, como el programa educativo multimedia denominado “Pilar y su Celular”.

Más que una empresa de telecomunicaciones, somos una promotora de oportunidades comprometida con el impulso de estrategias sociales y culturales, que se materializan a través de nuestra Fundación, conducto por el cual logramos beneficiar a más de 100,000 personas durante 2016. Adicionalmente, colaboramos con la Secretaría de Cultura para poner en marcha un Ciclo de Arte y Tecnología enfocado en estudiantes e interesados en la producción artística.

Somos una empresa incluyente y lo reforzamos al sumarnos a Código X, iniciativa liderada por la Coordinación de Estrategia Digital de la Oficina de la Presidencia de la República para promover la inclusión de niñas y mujeres en las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Asimismo, a través de Telefónica *Open Future*—en conjunto con Mozilla y la Organización de las Naciones Unidas (ONU)— impartimos el taller “Capacitación de Liderazgo y Alfabetización Digital para las

Mujeres en la Tecnología”, programa que busca incrementar la participación de las mujeres en diferentes sectores productivos de la sociedad a través de la inclusión digital.

Somos una empresa confiable, colaborativa, cercana, incluyente, ética, promotora de oportunidades, eficaz y responsable

Nuestra razón de ser como compañía es mejorar la vida de los mexicanos acercándolos al mundo digital y contribuyendo al bienestar y desarrollo del país, y estamos seguros que beneficiando a todos nuestros clientes, sembramos una base sólida para fomentar la sana competencia y el desarrollo del sector de las telecomunicaciones del país.

Telefónica sin límites, sin fronteras.

Carlos Morales Paulín
Presidente Ejecutivo de Telefónica México

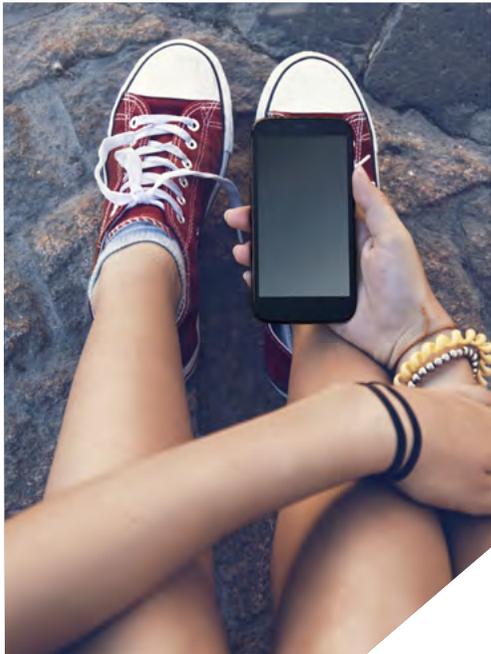


2

「 Nuestra
compañía



Telefónica S.A.



102-1, 102-2

Telefónica es una de las principales compañías de telecomunicaciones del mundo en términos de capitalización bursátil y número de clientes. Contamos con las mejores redes fijas, móviles y de banda ancha, así como con una oferta innovadora de servicios digitales y de datos, logrando con ello, posicionarnos de manera favorable para responder a las necesidades de nuestros clientes y capturar el crecimiento en nuevos negocios.

Somos sensibles a los nuevos retos que exige la sociedad actual. Por ello, 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

17 países
en los que operamos

forma parte esencial del ser humano. Nuestra visión se centra en que la tecnología facilite la vida a las personas y nuestro objetivo se basa en promover avances que contribuyan a ello, consiguiendo que la tecnología impacte de forma positiva en el mundo, tanto a nivel social como medioambiental y, en definitiva, que podamos aportar valor y confianza en un entorno cambiante y acelerado.

102-2, 102-3, 102-4, 102-7

Nuestra sede central está en Madrid, España; operamos en 17 países y tenemos una base de clientes que supera los 350 millones de accesos distribuidos en España, Reino Unido, Alemania y Latinoamérica, donde se concentra la mayor parte de nuestra estrategia de crecimiento. Somos, así, una de las compañías del sector con mayor carácter internacional, al generar más del 75% del negocio fuera del mercado doméstico. Movistar (España y Latinoamérica, a excepción de Brasil),

Vivo (Brasil) y O2 (Reino Unido y Alemania) son las principales marcas bajo las que articulamos nuestra oferta comercial.

Somos una empresa totalmente privada y contamos con 1'323,265 accionistas directos. Cotizamos en el mercado continuo de las bolsas españolas y en las bolsas de Londres, Nueva York, Lima y Buenos Aires; y nuestras filiales Telefónica Brasil y Telefónica Alemania, en las de Sao Paulo y Frankfurt, respectivamente.

Queremos ser la empresa en la que nuestros clientes, colaboradores, proveedores, accionistas y la sociedad en general, puedan confiar. Para conseguirlo, comunicamos de forma clara a nuestros grupos de interés cuál es nuestra estrategia, modelo de negocio y datos más relevantes para mostrar la sostenibilidad y la capacidad de crear valor de la Compañía.

1,130,890

millones de pesos de ingresos en 2016

127,323

colaboradores al cierre de 2016

1,323,265

accionistas directos al cierre de 2016



Telefónica México

102-2

Somos una compañía de alto desempeño por ser líderes en la innovación de productos y servicios de telecomunicaciones; hemos participado y competido en el mercado nacional desde nuestro arribo en 2001, con una oferta de productos y servicios de calidad, destacándonos por la cercanía con nuestros clientes y las ofertas comerciales más atractivas del mercado.

En México nos encontramos a través de:

- Movistar, la marca comercial mediante la cual ponemos a disposición de nuestros clientes, planes de telefonía móvil abiertos y controlados, en las modalidades de prepago y pospago; la aplicación Movistar On, que les permite consultar saldo, detalle de consumos e información exacta sobre los paquetes y servicios en tiempo real; así como servicios de alojamiento en la nube a demanda.

Además, ofrecemos paquetes de minutos, voz, mensajes SMS, Megas de navegación y redes sociales por prepago; Movistar SIM; y servicios de valor agregado, como juegos, suscripciones a noticias, música, entre otros.

- Telefónica Business Solutions, marca a través de la cual ofrecemos recursos en el segmento *Machine to Machine* (M2M), para aumentar la productividad de las empresas mediante seis categorías:

- » *Mobile*. Ofrecemos herramientas de comunicación y planes de telefonía móvil, tales como *Team Talk*, herramienta que permite a nuestros usuarios mantenerse en contacto instantáneo con una persona o con un grupo de personas con sólo presionar un botón, soportando comunicaciones de radio rápidas, confiables y con alta calidad de voz; *Movistar Travel*, plan que brinda opciones de paquetes de datos, SMS y voz en el extranjero con una tarifa por día; y Protección de equipos ante imprevistos, como daño, robo o falla mecánica o eléctrica.
- » *Cybersecurity Services*. Ofrecemos opciones integrales que garantizan la protección y respaldo informático, proporcionando ciberseguridad y seguridad en las comunicaciones, protegiendo los activos tecnológicos, la red y los dispositivos móviles.

26.6

millones de
clientes en México

Más de

7 mil

puntos de
venta indirecta
en todo el país





- » Telefónica IoT. Ofrecemos soluciones que permiten a nuestros usuarios conocer su negocio en mayor profundidad, asegurando que reciban la información necesaria en el momento que la requieran y aportándoles ventajas competitivas, flexibilidad, seguridad, fiabilidad, aumento de la productividad, reducción de costos y nuevos modelos de negocio. Lo hacemos a través de plataformas y tecnologías digitales que posibilitan la conectividad en tiempo real y de forma remota desde cualquier parte del mundo; que optimizan el transporte de mercancías y personas, haciéndolo más eficiente, seguro, sostenible y rentable; y que facilitan la gestión de procesos y la toma de decisiones a los usuarios de la información, mejorando la eficiencia ambiental y económica que contribuye al desarrollo de ciudades más sostenibles.
- » Telefónica Cloud. Ofrecemos una amplia gama de posibilidades y servicios de telecomunicaciones basados en la nube, brindando soluciones de infraestructura y plataformas virtualizadas que garantizan la máxima seguridad, éxito y aprovechamiento de los sistemas de nuestros usuarios.
- » Servicios Fijos. Ponemos a disposición de nuestros usuarios redes privadas

virtuales que integran voz, datos y video sobre una misma conexión, implicando la eliminación de la pérdida y retraso de información, así como la reducción de costos operativos.

- » *Big Data*. Proveemos información de gran valor a nuestros clientes corporativos en diferentes sectores –como transporte, turismo, *retail* y publicidad exterior–, posibilitando las decisiones empresariales mediante perspectivas basadas en comportamientos reales y tendencias globales.
- Terra, la marca comercial a través de la que proporcionamos la oferta de servicios interactivos y contenidos en Internet.
- Telefónica Ingeniería de Seguridad (TIS), la filial por la cual ofrecemos servicios de seguridad de la información y protección contra incendios.

- Fundación Telefónica, organismo que articula todas nuestras acciones sociales mediante la aplicación de las nuevas tecnologías al conocimiento, la cultura y la solidaridad, en proyectos que luchan por el desarrollo social y la creación de oportunidades.
- Wayra, aceleradora de negocios para startups digitales de Telefónica *Open Future*, cuyo objetivo es fomentar la cultura emprendedora y digital.

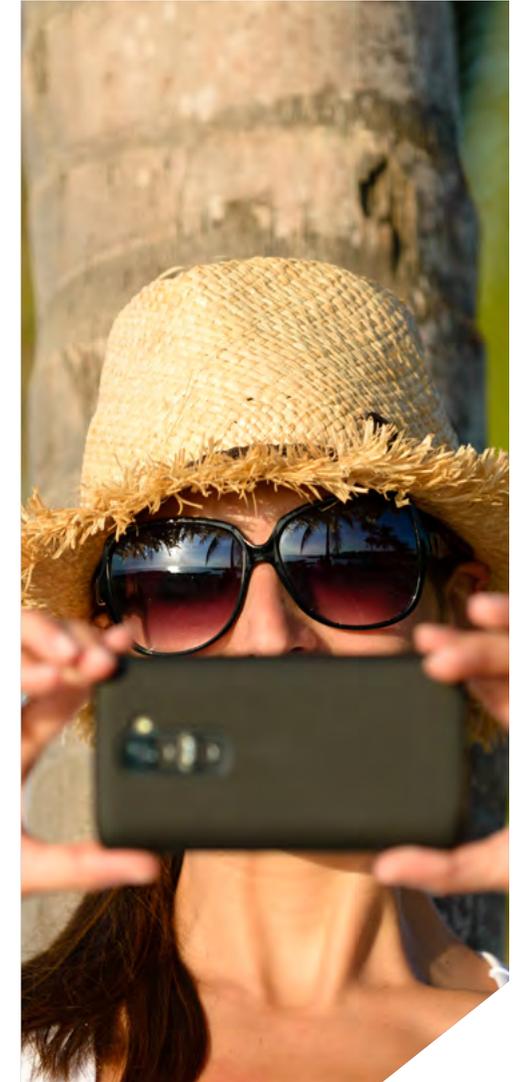
Ofrecemos tecnología 3.5G en 40 mil localidades de la República Mexicana, lo que equivale al 95.3% de la población urbana del país. Con el reciente lanzamiento de la nueva red 4GLTE (*Long Term Evolution*), garantizamos una velocidad de conexión promedio de 20 Mbps, es decir, hasta 10 veces más rápida que la red 3G. De esta manera, nos encontramos en constante transformación hacia una *Onlife* Telco, ofreciendo un servicio de vanguardia que permite disfrutar de los beneficios de Internet móvil de última generación.

3 *centros*
de Experiencia Movistar
ubicados en Puebla,
Guadalajara y la CDMX

231
millones de clientes
en México

36
plazas Movistar

26
"Smart Stores"
a nivel nacional





3

Principales
magnitudes
2016



Principales magnitudes

102-4, 102-6, 102-8, 102-9, 201-1, 204-1

Todos los datos económicos, en millones de pesos

- Ingresos
- Aprovisionamientos
- Inversión
- Gastos salariales
- Impuestos soportados

COLOMBIA 2016

| | |
|---------------------|--------|
| Empleados | 5,065 |
| Proveedores locales | 458 |
| % compras locales | 76.60% |
| Accesos (miles) | 16,574 |



ECUADOR 2016

| | |
|---------------------|--------|
| Empleados | 1,307 |
| Proveedores locales | 280 |
| % compras locales | 70.10% |
| Accesos (miles) | 4,579 |



PERÚ 2016

| | |
|---------------------|--------|
| Empleados | 7,929 |
| Proveedores locales | 926 |
| % compras locales | 74.10% |
| Accesos (miles) | 20,910 |



MÉXICO 2016

| | |
|---------------------|--------|
| Empleados | 2,829 |
| Proveedores locales | 518 |
| % compras locales | 92.60% |
| Accesos (miles) | 27,654 |



CENTROAMÉRICA 2016

| | |
|---------------------|--------|
| Empleados | 1,703 |
| Proveedores locales | 665 |
| % compras locales | 57.70% |
| Accesos (miles) | 13,556 |



REINO UNIDO 2016

| | |
|---------------------|--------|
| Empleados | 7,344 |
| Proveedores locales | 456 |
| % compras locales | 60.10% |
| Accesos (miles) | 25,759 |



ALEMANIA 2016

| | |
|---------------------|--------|
| Empleados | 8,720 |
| Proveedores locales | 633 |
| % compras locales | 70.40% |
| Accesos (miles) | 49,346 |



VENEZUELA 2016

| | |
|---------------------|--------|
| Empleados | 2,582 |
| Proveedores locales | 358 |
| % compras locales | 92.20% |
| Accesos (miles) | 11,494 |



BRASIL 2016

| | |
|---------------------|--------|
| Empleados | 34,918 |
| Proveedores locales | 2,052 |
| % compras locales | 99.70% |
| Accesos (miles) | 97,222 |



CHILE 2016

| | |
|---------------------|--------|
| Empleados | 4,569 |
| Proveedores locales | 667 |
| % compras locales | 77.10% |
| Accesos (miles) | 12,307 |



ARGENTINA 2016

| | |
|---------------------|--------|
| Empleados | 15,591 |
| Proveedores locales | 1,089 |
| % compras locales | 89.50% |
| Accesos (miles) | 27,117 |



URUGUAY 2016

| | |
|---------------------|--------|
| Empleados | 616 |
| Proveedores locales | 373 |
| % compras locales | 29.50% |
| Accesos (miles) | 1,726 |



ESPAÑA 2016

| | |
|---------------------|--------|
| Empleados | 33,440 |
| Proveedores locales | 1,856 |
| % compras locales | 90.80% |
| Accesos (miles) | 41,235 |





4

↳ **Contribución**
al progreso



Impacto económico

GRI 201, 202, 206: 103-1, 103-2, 103-3
102-29, 203-1, 203-2



En Telefónica somos motor de progreso en las comunidades donde tenemos presencia. Desde hace 15 años con nuestra llegada a México nos hemos distinguido por generar valor e impulsar el desarrollo de las telecomunicaciones en el país. Hoy continuamos expandiendo nuestro crecimiento en el mercado nacional, con más de 93 mil localidades, 81 mil kilómetros carreteros y el 90% de la población urbana.

Hemos motivado la mejora del entorno económico, como el incremento en la competencia. Esta situación implica la baja en los precios de las telecomunicaciones y permite

el acceso y uso intensivo de los servicios a millones de mexicanos, ya que la disponibilidad de banda ancha a precios competitivos es un agente clave para el desarrollo.

Estamos convencidos que la tecnología debe estar al alcance de todos para mejorar la vida de las personas, visión que hoy es una realidad, pues estamos viviendo una revolución digital en diferentes sectores productivos de la sociedad, como la hostelería, la salud, el sector automotriz, la educación, la publicidad y al interior de los gobiernos. Así, la digitalización es un detonante de progreso social y del incremento en la creación de riqueza.

Todo esto exige más que nunca que las empresas de telecomunicaciones también evolucionemos y podamos ofrecer servicios y productos de alta calidad que garanticen la conectividad y acceso que requieren millones de usuarios, considerando siempre el mercado laboral como uno de los temas de mayor importancia para nosotros, al ser una de las mayores preocupaciones sociales en México.

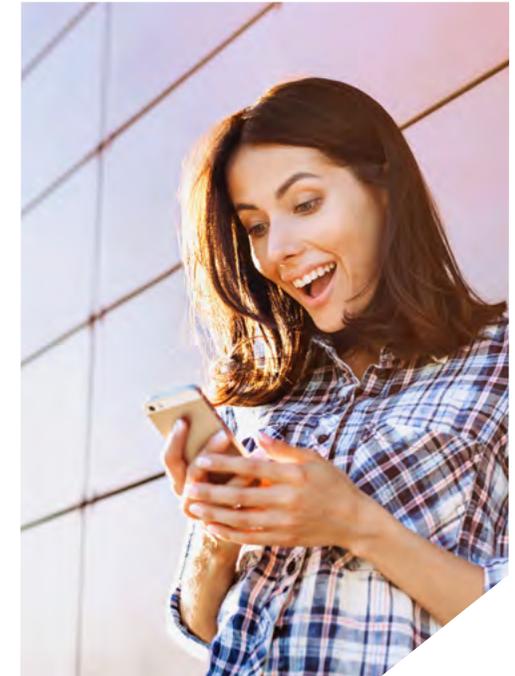
En 2016, el *impacto económico* de Telefónica México fue de *27,188 millones de pesos*, lo que se traduce en el *0.1%* sobre el Producto Interno Bruto (*PIB*) del país

204-1

Al cierre de 2016 contamos con *518 adjudicatarios locales* con un *volumen de compras superior a los 18,429 millones de pesos en México*, contribuyendo de manera indirecta al progreso de cientos de familias mexicanas

Cabe señalar que una quinta parte del crecimiento global de los últimos 20 años se debe a la industria digital, mismo que será factible potenciar a través de la generación de oportunidades para nuevos profesionales por medio de la transformación del modelo educativo.

El crecimiento exponencial de los datos, la digitalización y el *Big Data* transformarán además los modelos productivos, pieza clave para anticiparnos a las necesidades de los clientes y una mejor toma de decisiones a nivel empresarial, así como para impulsar la innovación.





Telefónica México generó un *impacto –directo e indirecto– en 38,435 personas derivado de la creación de empleo*, es decir, al 0.1% del total de ocupados locales

Desde 2001, apostamos por México y tenemos el objetivo de continuar con nuestros planes de crecimiento en el país para mejorar la vida de los mexicanos. Por ello, invertiremos montos superiores al 13% de nuestros ingresos anuales, como lo hemos hecho durante los últimos años y con lo que hemos alcanzado una inversión acumulada en el país mayor a los \$13,000 millones de dólares.

Así, lograremos ofrecer la mejor conectividad, permitiendo a millones de usuarios enlazar sus dispositivos con las aplicaciones y contenidos que existen en el mercado. Al cierre del tercer trimestre de 2016 habíamos desplegado más de 10,500 radiobases e instalado la nueva red 4GLTE en 25 ciudades más, con la intención de proveer a nuestros clientes el mejor servicio de voz y datos, en cualquier lugar donde se encuentren.

Es evidente que trabajamos hacia el logro de nuestros objetivos, situación que no sería posible sin el equipo de profesionales con el que contamos, constituido por 2,829 colaboradores

comprometidos con nuestros Principios de Negocio Responsable. Como muestra de nuestro desempeño íntegro, hemos sido reconocidos como una de las mejores empresas para trabajar en México por el Instituto *Great Place to Work*, siendo además galardonados con múltiples premios en materia de Responsabilidad Social.

Adicionalmente, en Telefónica México somos más que una empresa de telecomunicaciones. Representamos una promotora de oportunidades pues, a través de las diversas iniciativas realizadas por Fundación Telefónica, logramos beneficiar a más de 100 mil personas en 2016. Asimismo, con la labor desarrollada por Wayra, nuestra aceleradora de startups digitales, apoyamos a cinco empresas, a través de la inversión de \$250,000 dólares y el otorgamiento de diversos servicios –de desarrollo, mentoría especializada, servicios legales, entre otros– y apoyamos la pre-aceleración de tres empresas más; una de estas últimas desarrolla programas educativos para la enseñanza de emprendimiento a niños y fue beneficiaria de mentoría especializada.



Impacto ambiental

GRI 305: 103-1, 103-2, 103-3
102-29, 102-49



La huella de carbono que generamos proviene principalmente de nuestra red, e incluyendo el alcance 3 supone 164,216.25 tCO₂eq¹, cantidad considerada como no elevada debido al sector en el que nos encontramos y que equivale al 0.5% de las emisiones totales anuales de la Ciudad de México.

305-5

En 2016, México ratificó el Acuerdo de París sobre cambio climático y nuestro compromiso con la sostenibilidad del país y a nivel global, nos lleva a contribuir en la disminución de las emisiones de gases contaminantes. Por esta razón, continuamos con la implementación y mejora de iniciativas para la eficiencia energética –por ejemplo, la realización del despliegue de

nuestra red bajo la modalidad de crecimiento de tecnología en los sitios existentes con equipos que utilizan ventiladores, así como la sustitución gradual de equipos que utilizan aire acondicionado y gases de efecto invernadero por aquellos que emplean gas refrigerante ecológico–, con los cuales logramos evitar la emisión de 2.58 tCO₂eq en el año.

302-5

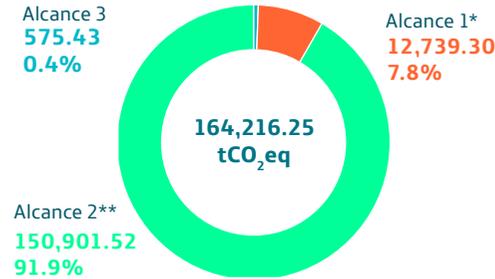
Así, contamos con diversas medidas para optimizar nuestros procesos, por ejemplo, con la evolución en tecnología 4G. Esto nos permite evitar construir nuevos sitios y compartir infraestructura con otros socios, minimizando el impacto ambiental de nuestro despliegue.

En 2016 uno de los principales logros para Telefónica México en términos de mitigación del impacto ambiental, fue la contabilización y consolidación de las emisiones de gases de efecto invernadero (alcances 1, 2 y 3), aunado a lo cual, conseguimos reducir las emisiones correspondientes al alcance 3 en 45.7%, dada la disminución en la cantidad de viajes de negocios durante el año.

¹ Incluye emisiones totales Alcance 1 + 2 (ubicación) + 3 con gases refrigerantes.

305-1, 305-2, 305-3

NUESTRA HUELLA DE CARBONO



Notas:
* Incluye emisiones de gases refrigerantes.
** Método basado en ubicaciones y mercado.

305-5

LOGRO 2016:

Contabilización de emisiones de gases de efecto invernadero en México (alcances 1,2 y 3)



Para mayor información sobre este tema, consulta el capítulo titulado "Compromiso con el medio ambiente" del presente Informe.



En 2016 *evitamos la emisión* de
2.58 tCO₂eq

En 2016 *logramos disminuir* la cantidad de *toneladas de CO₂* emitidas en un **45.7%** (alcance 3)



5

「 Gestión
responsable



Gobierno corporativo

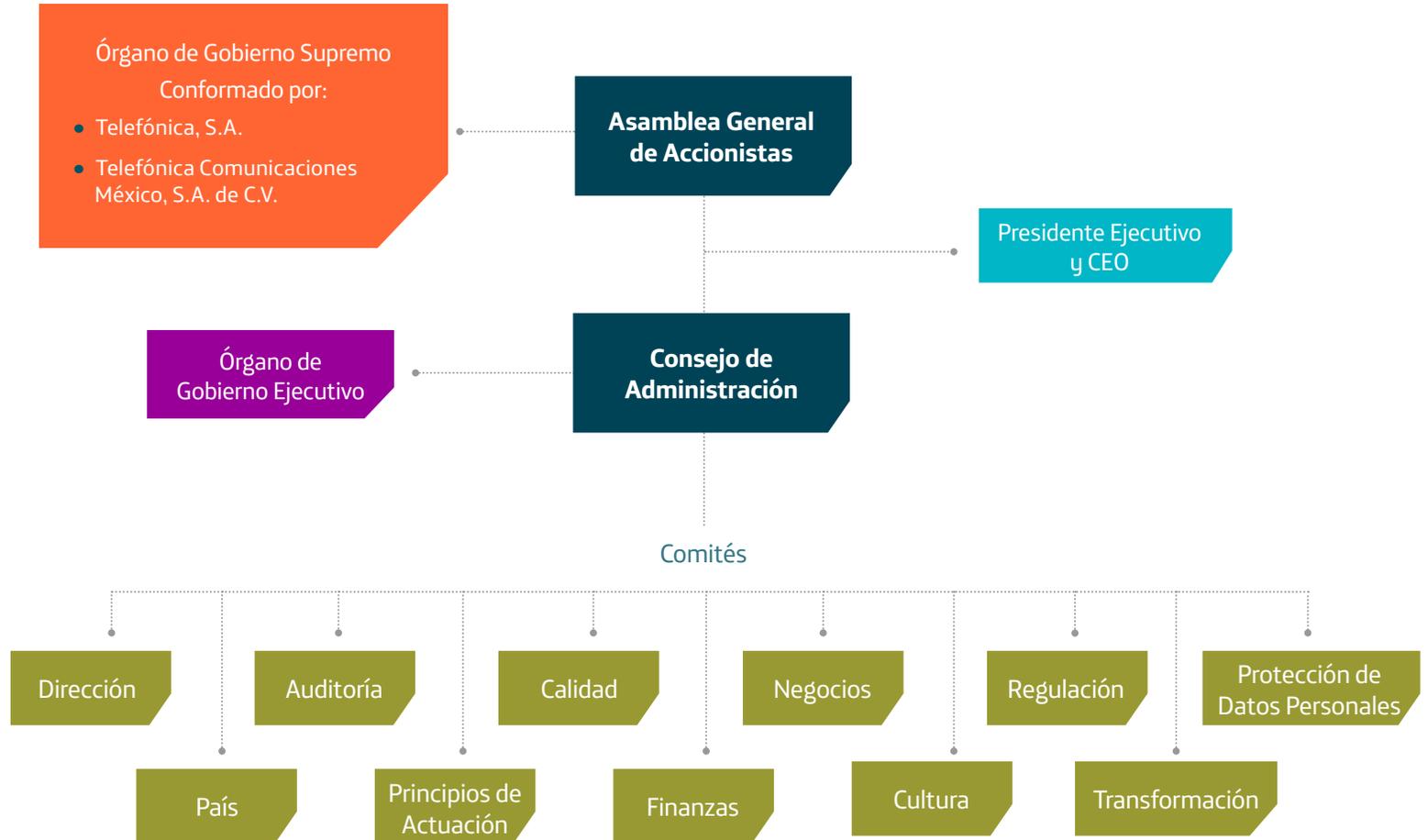


En términos de gobierno corporativo, en Telefónica México seguimos las directrices y recomendaciones de nuestra sociedad matriz, ubicada en España.

Así, el Consejo de Administración está debidamente regulado tanto en su organización como en su funcionamiento, de conformidad con los Estatutos Sociales de Telefónica S.A. –los cuales son de carácter público al encontrarse inscritos en el Registro Público de Comercio– y con diversas disposiciones legales mexicanas, como la Ley General de Sociedades Mercantiles (LGSM).

ESTRUCTURA DE GOBIERNO

102-5, 102-18, 102-22





Asamblea de Accionistas

De acuerdo con lo establecido en los Estatutos Sociales, la máxima autoridad radica en la Asamblea de Accionistas, misma que tendrá las más amplias facultades en la adopción de resoluciones, así como en la ratificación de operaciones y negocios de la sociedad. Entre otras de sus obligaciones se encuentran:

- Reunirse al menos una vez al año con el propósito 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.
- Nombrar, reelegir y separar a los Consejeros, así como ratificar a los Consejeros designados por votación.
- Designar al Presidente del Consejo de Administración.
- Determinar la retribución que será otorgada a los miembros del Consejo de Administración de manera anual.

102-21, 102-33

Para hacer llegar inquietudes o expectativas al máximo órgano de gobierno de manera directa los accionistas que representen el 33% del capital social pueden solicitar al Consejo de Administración y/o a los Comisarios de la Sociedad que se convoque a una Asamblea General de Accionistas. Esto es con la finalidad de abordar asuntos críticos en el desempeño de la Compañía que requieran de atención inmediata y extraordinaria. Lo anterior se encuentra estipulado en los Estatutos Sociales y en el artículo 184 de la Ley General de Sociedades Mercantiles.



Para obtener mayor información sobre la Asamblea General de Accionistas, visita la página de los [Estatutos Sociales](#).

Consejo de Administración

102-18, 102-24

Es el órgano que está a cargo tanto de la dirección, como de la administración. De conformidad con lo establecido en los Estatutos Sociales, se encuentra integrado por un mínimo de dos personas y un máximo de 15.

La duración del ejercicio en el cargo de los miembros del Consejo es de un año, hasta que sus sucesores tomen posesión.

Actualmente, nuestro Consejo de Administración se encuentra constituido por 10 miembros; siete de ellos son independientes y tres no independientes:

102-23

| NOMBRE | CARGO |
|---|---|
| Carlos Alberto Morales Paulín | Presidente ⁽¹⁾ |
| José Francisco Gil Díaz | Consejero ⁽²⁾ |
| Luis Javier Bastida Ibargüen | Consejero ⁽²⁾ |
| José Fernando de Almansa Moreno-Barreda | Consejero ⁽²⁾ |
| Valentín Diez Morodo | Consejero ⁽²⁾ |
| Jerónimo Marcos Gerard Rivero | Consejero ⁽²⁾ |
| Eduardo Fernando Caride | Consejero ⁽²⁾ |
| Francisco Javier de Paz Mancho | Consejero ⁽²⁾ |
| Yago Bazaco Palacios | Secretario no miembro ⁽¹⁾ |
| Diego Colchero Paetz | Secretario Suplente no miembro ⁽¹⁾ |

⁽¹⁾ Miembro no independiente

⁽²⁾ Miembro independiente

En la legislación mexicana no existe la figura de Consejero Delegado, sin embargo, de forma interna, en la compañía sí existe un Director General.



102-24, 102-27

La capacitación y experiencia de los miembros del Consejo de Administración representan una función que compete a la Comisión de Nombramientos y Retribuciones, la cual depende de nuestra sociedad matriz y se basa exclusivamente en los méritos personales de cada candidato, tales como solvencia, competencia, experiencia y capacidad de dedicación en tiempo y esfuerzo al ejercicio de las funciones como consejero. Con respecto a su sensibilización y compromiso en temas de Responsabilidad Corporativa y Sostenibilidad, hemos trabajado de conformidad con lo dispuesto por el Comité de Nombramientos de nuestra sociedad matriz. La vicepresidencia de Regulación y Relaciones Institucionales tiene a su cargo al área de Negocio Responsable, y forma parte del Comité de Dirección, a quien se exponen todos los temas –incluyendo los sociales y ambientales– y que reporta directamente al Presidente y CEO de la compañía. De esta manera, los ejecutivos son sensibilizados sobre los temas económicos, sociales y ambientales.

102-21, 102-31

El Consejo de Administración sesiona al menos cuatro veces al año, con el fin de abordar los asuntos más relevantes para la compañía, dentro de los cuales se encuentran aspectos financieros, presupuestales, económicos, sociales y ambientales, que son de interés para la Telefónica México y, de esta manera, presentar a la Asamblea de Accionistas el informe sobre la marcha de la empresa, así como las políticas seguidas por los administradores, entre otros asuntos.



102-30

Asimismo, con la finalidad de tratar cualquier tema que requiera atención inmediata, el Consejo podrá reunirse en cualquier tiempo, si el Presidente o un mínimo de tres consejeros así lo solicitan.

Algunas otras responsabilidades que ostenta el Consejo son:

- Designar entre sus miembros a un Presidente, en caso que éste no haya sido designado por la Asamblea de Accionistas; designará también a un Vicepresidente, un Tesorero, un Secretario y, únicamente cuando sea conveniente, al Prosecretario, quien podrá suplir al Secretario en todas sus funciones cuando sea necesario.
- Si lo considera conveniente para la correcta Administración de la Sociedad, el Consejo podrá nombrar a otros funcionarios, agentes, comités y otros asistentes similares, quienes no requerirán ser miembros del mismo ni accionistas.

102-20, 102-23

El Presidente del Consejo de Administración es el Director General de nuestra compañía, y de conformidad con los Estatutos, sus funciones radican en:

- Cumplir con los acuerdos del Consejo o Asambleas, sin necesidad de autorización especial alguna, por lo que gozará de las facultades que la ley y los Estatutos Sociales le confieren.
- Presidir todas las reuniones en las cuales se encuentre presente.

Ahora bien, las funciones ejecutivas de la figura como Director General se encuentran la planeación y dirección de las actividades de la empresa para lograr resultados estratégicos, financieros y demás a través del diseño y el establecimiento de planes a corto, mediano y largo plazo.

102-19

Además, nuestra compañía cuenta con mecanismos para equilibrar el nivel de autoridad, responsabilidad y capacidad de las personas que toman decisiones en representación de Telefónica México, los cuales se encuentran contenidos en la circular denominada “Marco de Apoderamientos de Directivos de Empresas del Grupo Telefónica”, mismo que cumple con las disposiciones legales aplicables en México.



Negocio Responsable



102-16

Nuestra visión muestra que la vida digital es la vida y la tecnología es parte esencial del ser humano. Nuestro objetivo es crear, proteger e impulsar las conexiones de la vida con base en una cultura de integridad y compromiso, con lo que fomentamos un modelo de negocio responsable que consolida la confianza de nuestros clientes, inversores, colaboradores y accionistas en nuestra compañía.

Para ello, seguimos las directrices del Plan Global de Negocio Responsable, el cual establece nuestras prioridades hasta el año 2020 en tres ámbitos: el cumplimiento y la gestión de riesgos, la productividad responsable y la sostenibilidad como palanca de crecimiento para mejorar nuestro negocio y el mundo.

102-32

El Consejo de Administración de Telefónica S.A. es el máximo responsable de la sostenibilidad en la Compañía. En este órgano se encuentran las Comisiones de Asuntos Institucionales y de Regulación, quienes han aprobado y brindado seguimiento a nuestro Plan Global de Negocio Responsable. Ambas comisiones se reúnen mensualmente.

Plan Global de Negocio Responsable

Líneas de trabajo



Integridad, transparencia y compromiso



- ▶ Gestión Responsable de la Cadena de Suministro
- ▶ Estrategia Ambiental
- ▶ Talento y Diversidad



- ▶ Promesa Cliente y Confianza Digital
- ▶ Innovación Sostenible

Objetivos



Crecimiento:

Evitar riesgos regulatorios y cumplir con los estándares establecidos



Productividad:

Aumentar eficiencia y productividad a través de estándares más rigurosos



Cumplimiento:

Aprovechar las tendencias de mercado



Modelo de actuación

- ▶ Ponemos en valor los beneficios sociales o medioambientales de los productos y servicios que ofrecemos a nuestros clientes, empresas y particulares. Además, 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 su accesibilidad geográfica, social y personal.
- ▶ 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 o la fiscalidad y, en general, una cultura de ética e integridad que impregne todas nuestras actuaciones.
- ▶ Garantizamos el cumplimiento de nuestro marco regulatorio internacional, nacional y local, coordinándolo a nivel corporativo, para anticiparnos a las tendencias o cambios legislativos, en un entorno en el que, cada vez más, ámbitos económicos, sociales y medioambientales están siendo objetivo de regulación.



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, adaptamos la estrategia a nuestra realidad e informamos sobre las necesidades, planes y avances locales.

102-26

La consecución de nuestros objetivos y prioridades inmersos en el Plan Global de Negocio Responsable forma parte de las metas anuales de cada área que conforma el Comité de Dirección.

En México, el Plan de Negocio Responsable es aprobado en primera instancia por el Comité de Dirección de Telefónica México y, posteriormente, por la Comisión de Regulación y Asuntos Institucionales del Consejo de Administración de Telefónica S.A.

102-32

De esta manera, nuestra estrategia de sostenibilidad se basa en una gestión responsable de nuestro negocio de forma integral, identificando riesgos y aprovechando oportunidades, eficiencia y crecimiento, lo que nos permite apoyar el desarrollo económico y

LOGRO 2016:

Aprobación de la creación de la figura de “Chief Compliance Officer” a escala corporativa, por parte del Consejo de Administración de Telefónica S.A., con lo cual la Compañía refuerza y consolida la cultura de cumplimiento del Grupo.

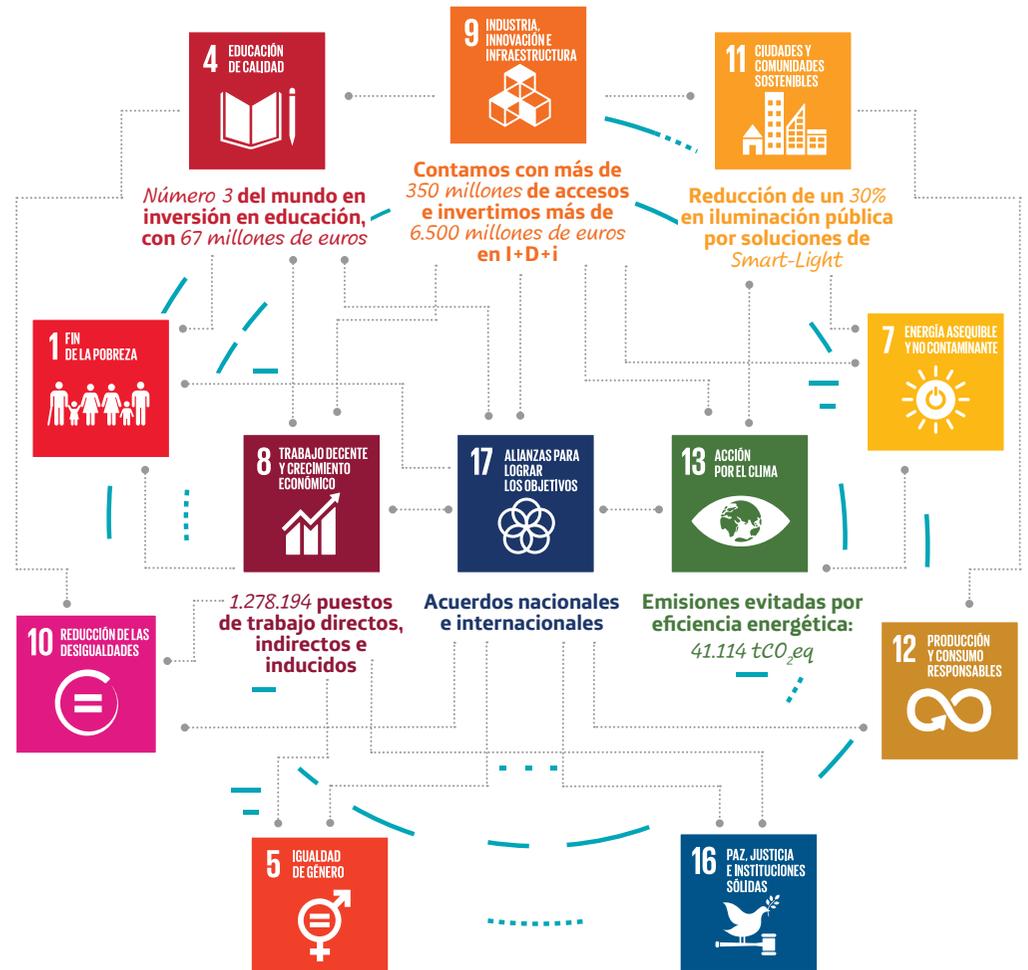
OBJETIVO 2017:

Réplica de la figura de “Chief Compliance Officer” en Telefónica México.

social de las comunidades en las que operamos y ser un motor de progreso inclusivo, así como contribuir a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas en mayor medida.

Como empresa del sector de telecomunicaciones, nuestro negocio tiene un claro impacto en el Objetivo 9 (Industria, Innovación e Infraestructura), mientras que la ejecución de nuestra estrategia impulsa la sostenibilidad y repercute en el resto de los objetivos, logramos tener un efecto directo en los relativos al crecimiento económico, educación, acción por el clima, desarrollo de sociedades sostenibles y alianzas estratégicas.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE





PRINCIPIOS DE NEGOCIO RESPONSABLE

102-16

En Telefónica México tenemos un claro enfoque en nuestros compromisos en materia de ética y cumplimiento, el cual se manifiesta en nuestros Principios de Negocio Responsable (PNR) globales y en el respeto a los Derechos Humanos.

Los PNR son nuestro código ético. Son el conjunto de directrices que guían nuestra actuación y conducta diaria, inspiran y definen la manera de desarrollar nuestro negocio y reflejan nuestra responsabilidad frente a distintos grupos de interés. Estos Principios se desarrollan, a su vez, en Políticas y Normativas relevantes, como nuestra Política Anticorrupción o la Norma Corporativa de Conflictos de Interés, ambos aprobados en 2015.

102-26

Los PNR fueron aprobados por el Consejo de Administración en el año 2006 y, desde su creación, han sido objeto de transformación hacia la consolidación de nuestra cultura de ética y cumplimiento, así como a la adaptación a las mejores prácticas a nivel internacional. Un ejemplo de ello es el refuerzo al Principio de Integridad, el cual consistió en la incorporación de un apartado específico en materia de corrupción.

Así, de conformidad con la evolución de nuestra actividad y estrategia, así como con las opiniones de los máximos directivos de la Compañía –a nivel global y local– y de nuestros colaboradores en diferentes países, aunado al análisis de estándares internacionales y un *benchmark* de las mejores prácticas a nivel internacional, en 2016 trabajamos en una importante actualización de los Principios, cuya aprobación está prevista para 2017, una vez superados los procesos de consenso en Grupo Telefónica y en México. En ella se prevén los compromisos en diversos ámbitos, como privacidad y seguridad, cumplimiento y transparencia fiscal, comunicación responsable y protección de accionistas minoritarios, entre otros.

Nuestros *Principios de Negocio Responsable* constituyen la *norma fundamental* que recoge los *compromisos de Telefónica* en materia laboral, de buen gobierno, sostenibilidad, ética y cumplimiento normativo

Honestidad y Confianza

Cumplimos los compromisos, protegemos la confidencialidad, facilitamos la información y aseguramos los datos personales.



Integridad

Evitamos conflictos de interés, nos comportamos con rectitud y actuamos con neutralidad política.



PRINCIPIOS DE NEGOCIO RESPONSABLE



Derechos Humanos

Respetamos los principios de la Declaración Universal de los Derechos Humanos e impulsamos la igualdad de oportunidades.



Respeto por la Ley

Cumplimos la legislación aplicable y las normativas internas, proporcionamos información veraz y cometimos de forma íntegra.



Nuestra Oficina de Negocio Responsable vela por la divulgación y cumplimiento de nuestros Principios de Negocio Responsable. Existe una Oficina a nivel global que se encuentra constituida por siete áreas –Recursos Humanos, Legal, Auditoría Interna, Sostenibilidad, Marketing, Compras y Operaciones–, mientras que existe una réplica a nivel país. En Telefónica México, la Oficina está compuesta por los máximos representantes de cinco Direcciones: Auditoría, Inspección e Intervención, Secretaría General, Capital Humano, Regulación y Relaciones Institucionales. Este órgano se reúne periódicamente de manera presencial y electrónica, reportando su gestión al Comité de Dirección y a la Oficina Corporativa de PNR.

Los Principios de Negocio Responsable representan el código ético que rige nuestra actuación y son aplicables a todo el equipo de profesionales que conforma nuestra Compañía. Dado que las actividades de nuestros socios y proveedores pueden afectar nuestra reputación, los alentamos y confiamos en que cumplan con nuestros PNR.

Los PNR se encuentran inmersos en todos nuestros procesos, pues son abordados en diversas políticas internas, como son las relativas a reclutamiento y selección o a la relación con los grupos de interés. Asimismo, contamos con un conjunto de normas diseñadas específicamente para determinar la aplicabilidad de los Principios y establecer el mínimo de actuación común en todas las empresas de Grupo Telefónica, como es el caso de Telefónica México.

Estas directrices consideran cuestiones relativas a:

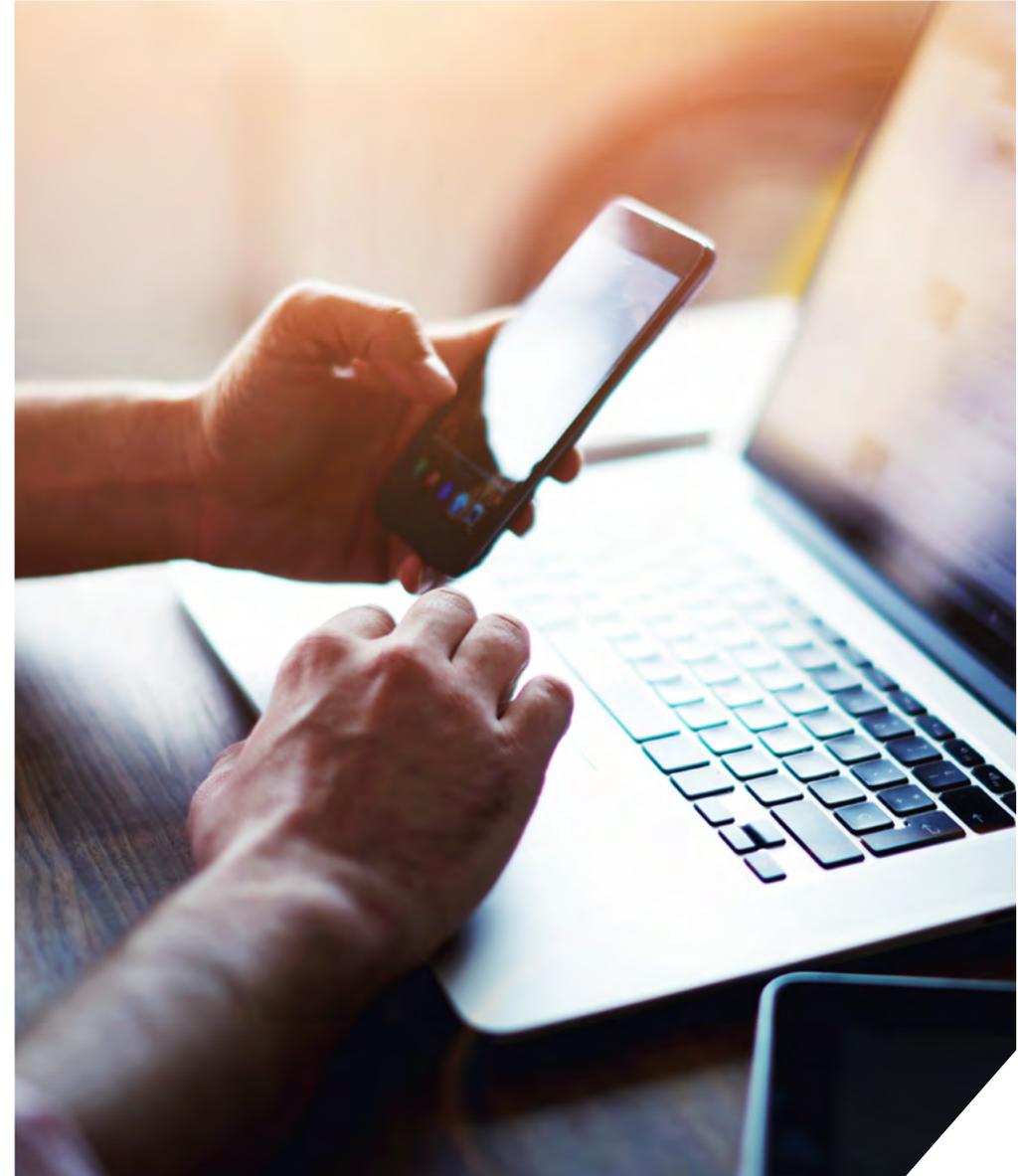
- Negocio responsable.
- Integridad, como la Política anticorrupción, la Normativa de conflicto de interés, la Política de participación en Consejos, la Normativa de aprobación de patrocinios y patronatos, así como el Reglamento de gastos de viajes y representación.
- Diversidad, a través de la Política de diversidad e inclusión.
- Cadena de suministro, mediante la Política de sostenibilidad y la Norma corporativa de sostenibilidad en la cadena de suministro.
- Confianza digital, a través de la Política de privacidad.
- Gestión ambiental y cambio climático, con la Política ambiental, la Normativa de gestión ambiental y la Política de gestión energética.

OBJETIVO 2017:

Actualización de los Principios de Negocio Responsable, para lo que consideraremos la evolución de nuestra actividad y estrategia, la opinión de nuestros colaboradores, los estándares internacionales y un *benchmark* de las mejores prácticas a nivel internacional.



Para conocer más acerca de nuestros Principios de Negocio Responsable, visita la página sobre nuestro [Código Ético](#).





3,851 horas de formación totales en los PNR durante 2016; 3,840 horas de ellas fueron en modalidad *online* y 11 horas de manera presencial



Canales de asesoramiento

102-17

Con la finalidad de asesorar a nuestros colaboradores sobre las implicaciones de un comportamiento ético en nuestra operación diaria, contamos con un centro de ayuda confidencial. A través de este medio, pueden solicitar orientación y hacer llegar cuestiones y denuncias asociadas al cumplimiento de los Principios de Negocio Responsable y las políticas vinculadas, especialmente en casos de inobservancia.

Nuestros colaboradores tienen acceso directo al canal a través de la Intranet para contar con información específica sobre nuestros PNR. De igual manera, pueden ingresar a la página de "conflictos de interés", en la que los colaboradores pueden consultar y declarar conflictos de interés reales o potenciales.

En 2016 creamos el [Canal de negocio responsable](#), medio confidencial al cual pueden acceder nuestros proveedores y otros grupos de interés para expresar sus dudas, comentarios y quejas.

205-2, 412-2

2,311 colaboradores capacitados sobre los PNR en 2016, lo que supone el 96% del total de plantilla

Asimismo, tanto los colaboradores como los grupos de interés externos pueden hacer llegar consultas y denuncias a través del correo electrónico oficinadepincipiosdeactuacion@telefonica.com. Todas las comunicaciones recibidas en él son gestionadas de manera confidencial y exhaustiva; aquéllas que cuenten con la información que permita su análisis, resultan en la oportuna investigación de conformidad con nuestros procedimientos internos y con fundamento, con la finalidad de tomar decisiones de manera precisa y con respeto hacia las personas involucradas.

205-3

Durante 2016, a través del Canal de Principios de Negocio Responsable y otros medios se registró un total de 1,152 comunicaciones a nivel global. En el mismo ejercicio fueron cerradas 1,090 investigaciones, de las cuales 641 resultaron procedentes; entre las medidas ejecutadas para estas últimas se presentaron 135 relacionadas con la terminación del contrato de trabajo. De las investigaciones cerradas, dos de ellas estuvieron relacionadas con casos de corrupción.

OBJETIVO 2017:

Continuar con la formación de nuestros colaboradores en temas relacionados con los Principios de Negocio Responsable.



Gestión de nuestros grupos de interés y reputación



La confianza representa un insumo de gran valor y relevancia para Telefónica México, pues ante el panorama y coyuntura actuales, es esencial contar con él en el camino hacia la sostenibilidad.

Nuestro modelo de Negocio Responsable continúa siendo el soporte de la cultura de integridad, compromiso y confiabilidad, lo que nos permite consolidar los vínculos con cada uno de nuestros grupos de interés, considerando, entendiendo y atendiendo siempre sus expectativas.

Es así como en 2016 Grupo Telefónica creó el Panel Asesor de Negocio Responsable a nivel global, ente que permite a nuestra Empresa mantener

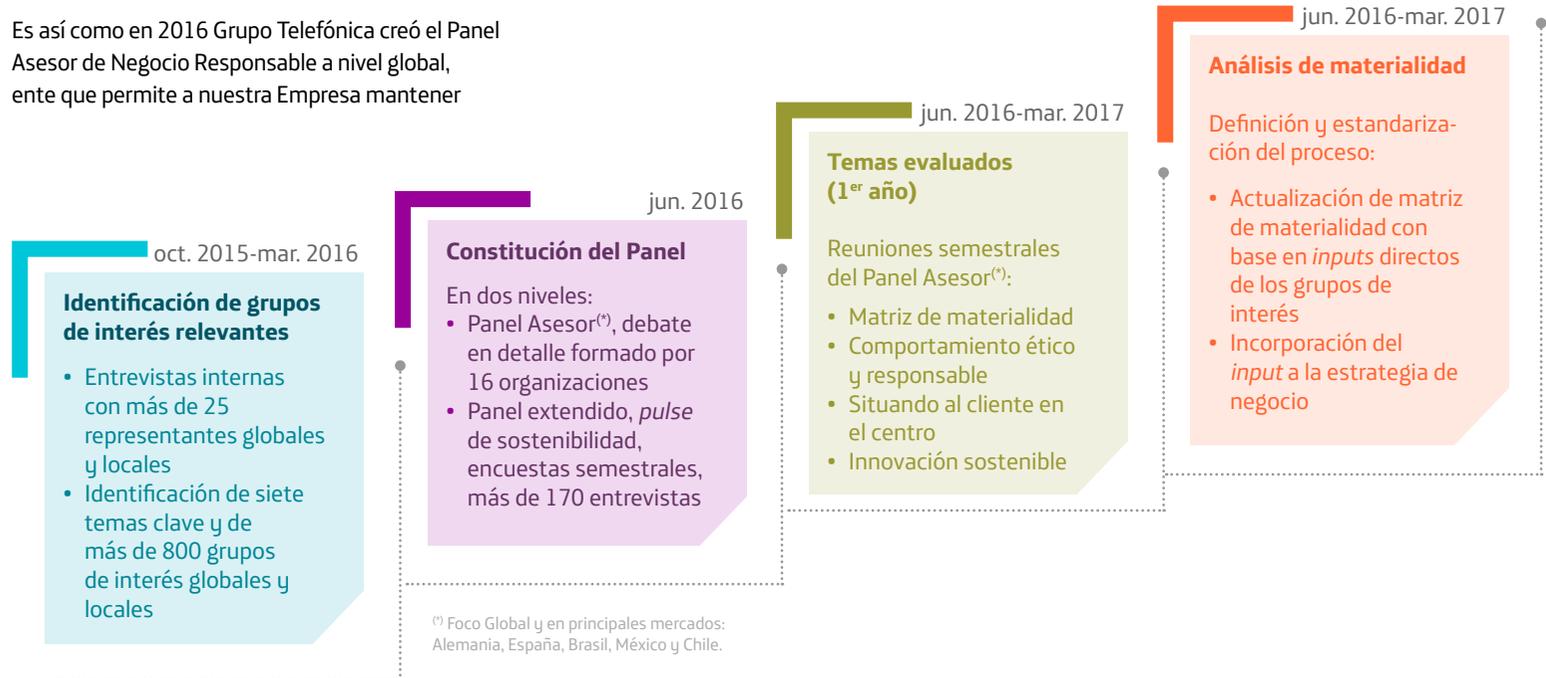
la alineación de las estrategias de sostenibilidad y de negocio en una sola. Asimismo, facilita la vinculación y colaboración con nuestros grupos de interés de forma periódica, el descubrimiento de los temas materiales y la creación de un mapa de aspectos a controlar, derivados del impacto de nuestras operaciones, y su integración a nuestro Plan Global de Negocio Responsable.

El Panel se encuentra estructurado en dos niveles: el primero nos facilita el análisis de temas

materiales, mientras que el segundo nos permite identificar los temas materiales y cubrir toda nuestra huella geográfica.

En este primer año de funcionamiento, los resultados fueron los siguientes:

La ruta hacia un proceso innovador, homogéneo y sólido



^(*) Foco Global y en principales mercados: Alemania, España, Brasil, México y Chile.



Panel Asesor en Negocio Responsable

► Permite el análisis de temas materiales

Constituido por:

16 organizaciones con foco global y en los principales mercados



Los miembros permanentes del panel provienen de:

- › Clientes
- › Proveedores
- › Inversores
- › ONG's
- › Organizaciones sectoriales
- › Organizaciones multisectoriales
- › Mejores prácticas
- › Servicios profesionales

► HALLAZGOS

Identificación de 7 temas relevantes





Panel Extendido

► Permite identificar los temas materiales; con él cubrimos toda nuestra huella geográfica

Compuesto por diversos grupos de interés, con foco local y global.

- Ámbito académico / Think Tank
- Clientes
- Federaciones industriales
- Organismos reguladores
- Medios y servicios de comunicación
- ONG y otros actores de la sociedad civil
- Organizaciones dedicadas a promover la sostenibilidad
- Servicios profesionales
- Accionistas
- Proveedores
- Otros

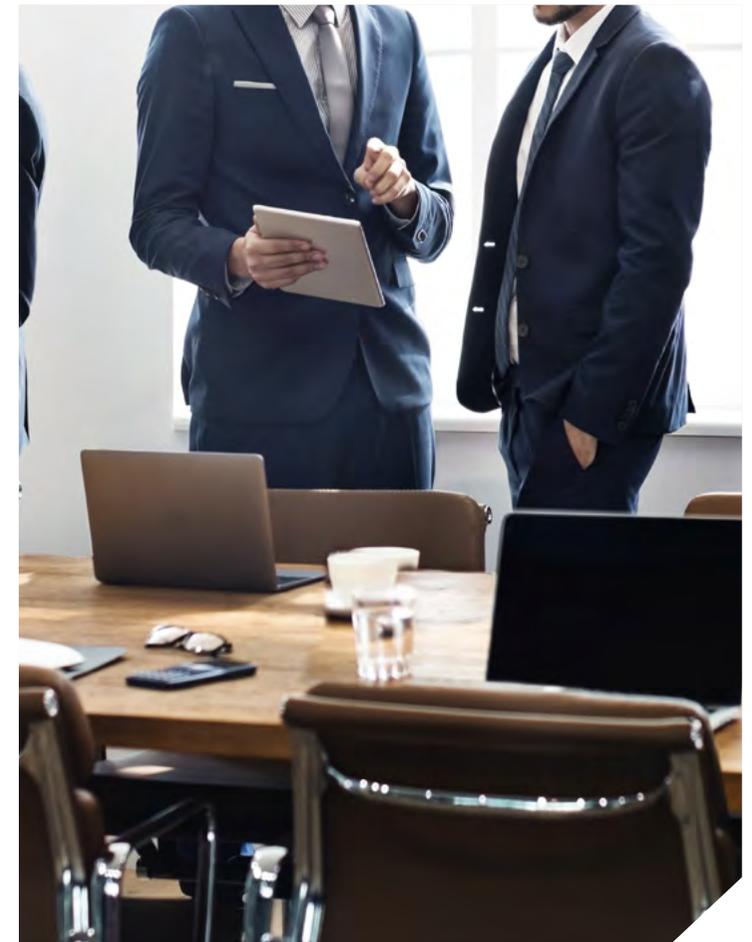
Más de 170 organizaciones representantes de los países en los que estamos presentes



- Alemania
- Argentina
- Brasil
- Chile
- Colombia
- Corporate
- Ecuador
- EE. UU.
- España
- México
- Perú
- Otros

► HALLAZGOS

- Los grupos de interés informados tienen una percepción de nuestra reputación notablemente mejor que el conjunto de la sociedad.
- La percepción que los miembros del Panel Extendido tienen de nuestro desempeño en sostenibilidad es similar al nivel de reputación: 6.3/10 puntos.
- Aspectos materiales identificados: gestión centrada en el cliente y comportamiento ético y responsable.
- Gestión de la cadena de suministro: componente donde se percibe que presentamos menor evolución.



En este primer ejercicio, parte de los representantes en el Panel fueron miembros del Consejo de Administración de Telefónica México



NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

102-42

En Telefónica México definimos el relacionamiento con nuestros grupos de interés con base en los lazos que tenemos *de facto* con algunos de ellos, así como en la observación del entorno político, legislativo e institucional. Derivado de ello, identificamos a las áreas involucradas dentro de nuestra compañía y establecemos los mecanismos de comunicación que faciliten la toma de decisiones.

102-43

De esta manera, la definición de los grupos de interés con quienes interactuamos se fundamenta en un análisis de los objetivos estratégicos del negocio y de la coyuntura política y social, realizado por el área de Relaciones Institucionales, quien funge como nuestro enlace con entes del gobierno, reguladores, academia, líderes de opinión y cámaras y asociaciones sectoriales, entre otros. Así, nos comunicamos con ellos de manera permanente en función de la agenda regulatoria, de la actualidad legislativa y normativa, así como de las necesidades específicas que pudiera tener nuestra compañía.

Conocer las necesidades y expectativas de nuestros grupos de interés es esencial para cumplir con nuestro compromiso de contribuir al progreso de México y fortalecer los vínculos con ellos. Por esta razón, hemos consolidado la gama de canales corporativos de comunicación con la que contamos, lo que además mejora nuestro posicionamiento en la nueva revolución digital.

102-40

Colaboradores

En Telefónica México consideramos que la comunicación es el aliado estratégico de nuestro negocio, pues apoya nuestros intereses, mejora la eficiencia de la administración al permitir el flujo de los mensajes, además de alinear e integrar a la organización. Por esta razón buscamos que nuestra comunicación sea un arma potente para movilizar, convencer y motivar a nuestros colaboradores, de tal forma que mantenemos una comunicación abierta y transparente, fortaleciendo un vínculo cercano con ellos.

Toda nuestra comunicación está alineada al programa corporativo Elegimos Todo_, surgido a finales de 2015. Está enfocada en transmitir la visión, idea de marca, valores y estrategia de Grupo Telefónica, así como las prioridades y estrategia local, mismas que contribuyen a motivar y fortalecer el compromiso de nuestros colaboradores.

Nuestros medios de comunicación son evaluados anualmente por los colaboradores. Los resultados nos permiten identificar las áreas de oportunidad y el nivel de satisfacción en el servicio a las diferentes áreas de la compañía a nivel nacional, para así lograr una comunicación efectiva.



Con una comunicación efectiva buscamos...





Los medios de comunicación dirigidos a nuestros colaboradores son:

Comunicado interno

Se trata del medio mejor evaluado por los colaboradores gracias a su efectividad, ya que llama la atención de manera inmediata y provee información valiosa para su trabajo.

Consiste en el envío diario de mensajes con información efectiva, ágil y útil que, trata desde temas estratégicos, hasta los concernientes a recursos humanos, Fundación Telefónica, medio ambiente, Principios de Negocio Responsable, entre otros.

Compendio Semanal ENTÉRATE

La valoración de este medio resultó en un 85% de satisfacción entre los colaboradores, pues afirman que la información distribuida goza de actualidad, claridad, utilidad e interés.

Es un boletín electrónico enviado una vez por semana y su objetivo es integrar la información más relevante y de interés general dividida en secciones –Crecimiento, Transformación y Cultura– para facilitar su consulta y optimizar el tiempo de nuestros colaboradores.

Pantallas de plasma en pasillos y elevadores

Este medio, al ser audiovisual e inmediato, llama la atención de los colaboradores, pues las pantallas se encuentran ubicadas en los puntos de mayor afluencia de las oficinas de la Ciudad de México, Tijuana, Monterrey, Guadalajara, Ciudad Juárez, Puebla, Culiacán, Mérida y León. En ellas transmitimos mensajes corporativos,

entrevistas, eventos, resultados del negocio, patrocinios y campañas comerciales.

Hemos incorporado la sección denominada “¿Sabías que...?”, con el fin de brindar información relevante sobre el sector para que nuestros colaboradores se mantengan actualizados.

Intranet local y global

Representa uno de los medios de mayor consulta por parte de nuestros colaboradores. Se ha consolidado como la herramienta interactiva de referencia, pues forma parte del mundo digital de nuestro personal al gozar de alta calidad en información y facilidad en cuanto a navegación, así como de datos de utilidad para su labor cotidiana.

Diario Telefónica

Es una de las herramientas más útiles para consultar a diario en todos los países donde Telefónica tiene presencia. El contenido es emitido por los equipos de Comunicación Interna de cada país y es editado en España; esto lo dota de credibilidad y potencia los mensajes que en él se publican.

Campañas internas

Anualmente, en conjunto con las áreas que frecuentemente impactan en mayor medida la comunicación de la compañía, desarrollamos la planeación de las campañas y mensajes a través de una proyección temática y cronológica. Esto es con la finalidad de determinar la prioridad e impacto de cada uno de los temas que, de conformidad

BUENAS PRÁCTICAS

YAMMER

En Telefónica buscamos consolidarnos como una Telco Digital, por lo que continuamos motivando a nuestros colaboradores a ser parte de la cultura digital, al utilizar las herramientas que la tecnología nos ofrece y en la que las redes sociales juegan un papel esencial. Así, reforzamos el impulso a nuestra red social corporativa Yammer.

Es una herramienta disponible a través del canal institucional de Telefónica México, cuyo alcance es global, lo que nos permite transmitir nuestros logros a toda la Compañía y estar conectados con nuestros compañeros en otros países.

Su importancia radica en que es un medio que hace posible mantener una comunicación abierta y cercana, así como compartir buenas prácticas e información de interés global y local, incentivando además a nuestros colaboradores a expresar libremente sus opiniones con respecto a la compañía, con lo que logramos hacer de esta red social interna una útil herramienta de trabajo.

con la estrategia de comunicación global y local, deseamos difundir, mientras que el objetivo final es gestionar de manera correcta los recursos y medios con que contamos, facilitando la integración de diversas iniciativas de forma simultánea. Los medios que utilizamos son todos los canales internos, además de fondos de pantalla, mensajes SMS, pantallas de plasma, *mailing*, actividades y promocionales, entre otros.

Las campañas que implementamos en 2016 respondieron a diversos temas, distribuidos en cuatro categorías:

- Negocio: resultados, alianzas, campañas de comunicación externas, premios, reconocimientos y certificaciones.
- Estrategia: dirección de la compañía y resultados.
- Beneficios para los colaboradores: descuentos, vacunas y salud.
- Capital humano: *Feedback*, *360°*, *Hay Group*, pago de bono, aguinaldo, cambios de estructura.



En Telefónica México fomentamos la libertad de expresión de todos los grupos de interés, iniciando por nuestros colaboradores, por lo cual, además de los medios a través de los que distribuimos información relevante, contamos con una política de puertas abiertas. De esta forma, construimos una relación de confianza, en la que todos los colaboradores tienen la oportunidad de hablar con los Vicepresidentes y Directivos para contar, proponer o externar comentarios relevantes para el negocio.

En este sentido y por iniciativa propia, algunas Direcciones han dejado de tener oficinas y han transformado los sitios en espacios

abiertos, sin puertas ni mamparas que pudieran limitar la comunicación directa con todos los colaboradores.

Aunado a ello, contamos con canales que permiten a nuestro personal establecer un diálogo permanente para dar a conocer sus opiniones y mejorar la dinámica de trabajo entre diversas áreas de la compañía, como son:

- Proyectos integrales, iniciativas de mejora para la compañía en las que colaboran varias áreas a la vez, por ejemplo, *Full stack* (Ónix).
- Cursos y talleres sobre *Crucial Conversations* y *Accountability*, dirigidos a líderes.

- Reuniones mensuales, en las que el director de cada área concentra a su equipo de trabajo para hacer de su conocimiento los principales mensajes y lograr la alineación de los objetivos grupales con los de la organización.
- Desayunos y reconocimiento, donde cada líder lleva a cabo acciones para impulsar la comunicación abierta y transparente.
- Correo ESCRÍBEME, cuenta de correo a la que todos los colaboradores pueden dirigirse para estar en contacto con nuestro CEO, quien da respuesta directa y soluciona las problemáticas, promoviendo la apertura y comunicación con todo el equipo.
- Desayunos y comidas con la alta dirección, con el objetivo de dar a conocer la opinión de los colaboradores sobre diversos temas a nuestro CEO y al Vicepresidente de Recursos Humanos. Se trata de espacios donde además reforzamos la estrategia de la compañía.

- Programa de reconocimiento “Gente de valor”, iniciativa surgida en 2016 en nuestro Corporativo y cuya importancia radica en el establecimiento de una plataforma formal para reconocer y dar visibilidad al esfuerzo y apoyo de los colaboradores con base en tres valores: abierto, retador y confiable.

Telefónica México obtuvo una *mención especial* por parte de nuestro Corporativo, debido al *alto nivel de participación* en el programa de reconocimiento “*Gente con valor*”

La *campaña interna* más relevante en Telefónica México durante 2016 fue “*Crecimiento, Transformación y Cultura*”

Dos colaboradores de Telefónica México resultaron *finalistas* y se encuentran en el “*Salón de la fama*” de nuestra sociedad matriz

1,700
reconocimientos
registrados a nivel global



BUENAS PRÁCTICAS

FORO DE LÍDERES

Es un foro abierto a todos los colaboradores y representa una estrategia de comunicación cuyo objetivo es informarlos sobre el foco de nuestra compañía y la estrategia a seguir.

En el evento convergen todas las regiones del país de manera presencial y remota. En él, diferentes ponentes –incluyendo a nuestro CEO– muestran los principales indicadores de la compañía, los resultados logrados y los retos por venir. Asimismo, es el escenario propicio para promover los ejes de la compañía y las 7 actitudes, con la finalidad de motivar al equipo de profesionales a vivir nuestra cultura y realizar acciones que nos lleven a lograr los objetivos del negocio.

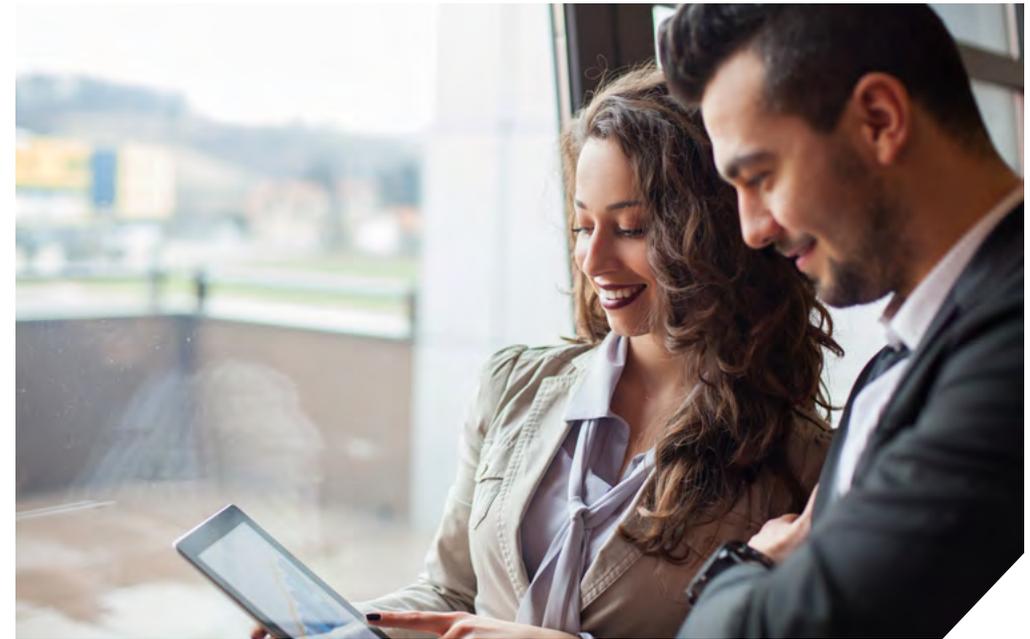
2,200 colaboradores participantes en promedio en el *Foro de Líderes*

Al finalizar, existe una sesión de preguntas y respuestas donde los colaboradores tienen la oportunidad de dirigirse a los líderes de nuestra organización para exponer puntos de vista e inquietudes acerca del negocio, fomentando una comunicación cercana y transparente.

Posterior al evento, aplicamos una encuesta electrónica para evaluar la calidad de los mensajes transmitidos en él, así como el valor que agrega a nuestro trabajo. El nivel de satisfacción es de 96%.

OBJETIVO 2017:

Continuar impulsando la estrategia de comunicación, supervisando que los mensajes se encuentren alineados a la estrategia de la compañía e impulsando los tres focos de nuestra cultura.



HITOS 2016

- Transmisión de la estrategia de la compañía a todos los colaboradores a través de la realización de cuatro Foros de Líderes y un *focus group* para identificar los puntos de mejora.  **Cumplimiento al 100%**
- Optimización de los canales de comunicación e inclusión semanal de información relevante dirigida a nuestros colaboradores de acuerdo con nuestras tres prioridades de negocio.  **Cumplimiento al 100%**



Proveedores y Aliados

GRI 204, 308, 408, 409, 412, 414: 103-1

Para Telefónica, la gestión de la cadena de suministro fue uno de los temas relevantes identificados por el Panel Asesor en Negocio Responsable. Es así como en Telefónica México continuamos con el firme compromiso de fortalecer los vínculos con nuestros proveedores y aliados, así como impulsar su contribución hacia la sostenibilidad.

Por esta razón, contamos con importantes herramientas de comunicación a través de las cuales les transmitimos nuestros Principios de Negocio Responsable, buenas prácticas y cultura.

Boletín Aliados

Esta iniciativa surgió con el objetivo de mantener una comunicación estrecha con los ejecutivos y colaboradores de las empresas aliadas. Consiste en un boletín bimestral distribuido entre nuestros aliados a nivel nacional para compartir con ellos diferentes temas de interés social, cultural, empresarial y comercial de Telefónica.

Medios de comunicación

En Telefónica México, al ser la libertad de expresión una de nuestras prioridades inmersas en el ámbito de la confianza digital, tenemos una relación cercana y abierta con los medios de comunicación y es a través de ellos que difundimos los mensajes clave a nuestros grupos

de interés. Los canales con los que contamos son los siguientes:

Boletines de prensa

En 2016 enviamos 102 boletines relativos a las actividades de Movistar, Telefónica México, Fundación Telefónica y Wayra, así como las actividades y noticias relevantes a nivel corporativo. Estas piezas de comunicación se encuentran disponibles también en los canales digitales de Telefónica México y en la Sala de Prensa virtual ubicada en nuestro [sitio web](#). Además, los difundimos en nuestras redes sociales, como Facebook, Twitter y LinkedIn.

Noticieros de radio

A través de los principales noticieros de radio a nivel nacional, difundimos los temas de interés para Telefónica México, principalmente en aquellos de perspectiva financiera, como Fórmula Financiera y Enfoque Financiero, entre otros.

Atención a medios de comunicación

En 2016 atendimos 71 solicitudes de información por parte de reporteros y representantes de medios de comunicación nacionales y extranjeros.

Inserciones en periódicos y revistas

A lo largo del año gestionamos más de 35 entrevistas, reportajes, publirreportajes e inserciones especiales en periódicos y revistas con cobertura a nivel nacional y local, de acuerdo con la relevancia geográfica de la información.



Invitaciones a periodistas y líderes de opinión

En 2016 realizamos 34 eventos de diversa índole, en los que invitamos a periodistas y líderes de opinión con el fin de afianzar una comunicación transparente, cercana y honesta, entre los que destacan:

- **Conmemoración de los 15 años de operaciones de Telefónica en México.** Periodistas y líderes de opinión asistieron a la conferencia de prensa en la que presentamos a Carlos Morales Paulín como Presidente Ejecutivo y CEO de Telefónica México y en la que se abordaron los logros y estrategias futuras de nuestra empresa. Este evento gozó de éxito rotundo.
- **ETECOM 2016.** Convocamos a periodistas expertos en diversas áreas para conformar el jurado del evento, e invitamos al periódico El País, al área digital de El Financiero y NRM Comunicaciones.
- **Eventos especiales patrocinados por Movistar.** Líderes de opinión, ejecutivos y periodistas asistieron a partidos de fútbol y a las "Tribunas Movistar".

- **Mobile World Congress 2016 (Congreso Mundial de Telefonía Móvil).** Evento realizado en Barcelona, España, y de gran relevancia para la industria, así como para el medio periodístico.
- **Data Center Ixtlahuaca.** Recibimos a 11 periodistas representantes de diferentes medios con el objetivo de que conocieran las instalaciones de nuestro *Data Center*.
- **Semana de Leyendas.** Convocamos a líderes de opinión y periodistas a la conferencia de prensa y actividades alternas de este evento. En él reunimos a jugadores leyenda del equipo del Barça para realizar una serie de actividades en México, como un partido con leyendas de la Selección Mexicana; una clínica de fútbol en el Tecnológico de Monterrey de Santa Fe; un entrenamiento en la Universidad Iberoamericana; y una firma de autógrafos en conjunto con ex futbolistas del Real Madrid en el marco del clásico de la liga española, que disfrutaron de la Tribuna Movistar, evento que reunió a más de 200 aficionados de ambos clubes.

OBJETIVOS 2017:

- Publicar un mayor número de notas de prensa para comunicar temas corporativos, iniciativas y lanzamientos comerciales.
- Llevar a cabo una mayor cantidad de conferencias de prensa para difundir temas clave.



Sociedad en general

Contamos con diversos canales de comunicación digital a través de los cuales mantenemos una relación cercana con diversos actores de la sociedad:



@TelefonicaMX
47,000 seguidores



Telefonica MX
31,930 likes



Telefónica México
17,781 seguidores



Telefonica MX
canal que soporta el contenido audiovisual para diferentes audiencias



En nuestro [sitio web](#) contamos con información de diversa índole, como notas de prensa, resultados financieros, datos sobre el lanzamiento de productos y servicios comerciales, entre otros temas. De manera mensual tiene un promedio de 21,500 visitas.

Con estos canales buscamos posicionar a nuestra marca Telefónica en Internet y las redes sociales como una empresa de telecomunicaciones líder en tecnología digital *Onlife Telco* y socialmente responsable. En 2016 transmitimos contenidos digitales sobre:

- Temas comerciales, difundimos información sobre la Carrera Movistar-Sony, Movistar Cloud, Premios de Satisfacción al Cliente BCX, despliegue de red y calidad.
- Mensajes de capital humano que versaron sobre los foros universitarios propios, los testimonios de nuestros colaboradores acerca de su experiencia al trabajar en la compañía y vacantes.
- Programas de Fundación Telefónica, como los Ciclos de Arte y Tecnología, Locos X Ciencia, Publicaciones, entre otros.
- Contenido sobre nuestra aceleradora de startups digitales –Wayra– y nuestra red de emprendimiento –Telefónica *Open Future*–.
- Temas de Responsabilidad Corporativa, como familia digital, gobernanza en Internet, medio ambiente, reputación, protección de datos y portales educativos, así como sobre las campañas de reciclaje de celulares y Conciencia Movistar.

9,860,426
impresiones con la difusión de *temas comerciales*

6,820,737
impresiones con temas de *capital humano*

8,813,336
impresiones con programas de *Fundación Telefónica*

51,221,416
impresiones con temas de *Responsabilidad Corporativa*

6,716,549
impresiones con la difusión de contenido relacionado con *Wayra y Telefónica Open Future*

Universidades

En 2016 mantuvimos el acercamiento con el público joven y con universidades gracias al concurso Estímulo Telefónica a la Comunicación (ETECOM), evento con el que buscamos estimular la competitividad de los futuros profesionales en el ejercicio de su actividad. En esta edición reconocimos nuevamente la excelencia de los mejores trabajos presentados por los estudiantes de las carreras de comunicación y periodismo en la categoría de Prensa Digital.

El ganador del 1^{er} lugar fue un estudiante de la Universidad Carlos Septién García y el 2^o lugar fue obtenido por un estudiante de la Universidad Veracruzana.



Con *ETECOM* 2016 logramos **6,196,281**
impresiones en *redes sociales*

HITOS 2016

- Crecimiento orgánico de 10% en el número de seguidores en todas nuestras redes sociales.  **Cumplimiento al 100%**
- Posicionamiento de Telefónica México en Internet y redes sociales como una *Onlife Telco* a través de la difusión de los temas relevantes para la compañía en todos los canales y redes sociales.  **Cumplimiento al 100%**



BUENAS PRÁCTICAS

Conciencia Movistar

En Telefónica México estamos convencidos de que la tecnología forma parte de la vida de todos. Hoy en día, la conectividad nos relaciona y acerca a nuestro entorno, permitiendo que desarrollemos nuestra vida personal y laboral. Nuestra tarea es facilitar a nuestros usuarios el aprovechamiento de las ventajas de esa conexión, siempre con seguridad y responsabilidad, lo que hacemos a través del programa Conciencia Movistar.

Nuestra campaña *Conciencia Movistar* tiene el objetivo de *promover y sensibilizar* a la población sobre el *consumo responsable y sostenible de la tecnología*

Como parte de nuestro compromiso social y de esta campaña, en 2016 pusimos en marcha las iniciativas #Déjalolr y #Sólo1Segundo en conjunto con los Supercívicos –influenciadores digitales que buscan mejorar la vida de los mexicanos a través de muestras de civilidad y urbanidad–.

Con el programa #Déjalolr fomentamos el reciclaje de teléfonos celulares para evitar la contaminación tecnológica y afectaciones en el entorno y a la salud de la población, mientras que el objetivo de #Sólo1Segundo es generar conciencia vial en diferentes actores de la sociedad sobre los riesgos de utilizar el celular al conducir, pedalear o caminar, sobre todo en la población de entre 15 y 35 años de edad.

Durante la campaña, los Supercívicos realizaron algunos videos para dar a conocer cada iniciativa, los cuales se viralizaron rápidamente en las redes sociales. Tuvimos una audiencia aproximada de 25.1 millones de personas y en nuestra cuenta de Twitter el total de impresiones fue de 3,564,303.

OBJETIVOS 2017:

- Aumento en el número de seguidores en nuestras redes sociales.
- Aumento en el número de visitas en nuestro sitio web.

Cámaras y Asociaciones sectoriales

GRI 206, 415: 103-1, 103-2

De conformidad con nuestro Manifiesto Digital, nuestro objetivo es mejorar la experiencia digital de los consumidores y conectar a todos a una Internet abierta y segura. De esta manera, para liberar todo el potencial de la economía digital necesitamos visión de futuro, unas políticas públicas más equilibradas y una mayor cooperación entre todas las partes interesadas, tanto públicas como privadas.

GRI 206, 405: 103-1, 103-3

En Telefónica México estamos convencidos que la colaboración en el sector es clave para mantenernos actualizados sobre las tendencias en términos económicos, sociales, políticos y legislativos, y para beneficiar a nuestros usuarios en el contexto de la revolución digital, por lo que participamos activamente en diversas cámaras y asociaciones sectoriales, como son:



102-12, 102-13

Asociación Nacional de Telecomunicaciones (ANATEL)

Constituye un foro de discusión que permite buscar acuerdos. Reúne a operadores, fabricantes y empresas del sector de telecomunicaciones y es un intermediario con actores políticos, organismos e instituciones públicas.

En 2016 participamos junto con otros actores de la industria en la elaboración de propuestas acerca de temas de interés para el sector en México.



GRI 206, 415: 103-1, 103-2, 103-3

"Nos importa México" (*We Care*)

Campaña surgida en 2014 durante el *Mobile World Congress* (Congreso Mundial de Telefonía Móvil), en Barcelona, España, bajo el liderazgo de la *Global System for Mobile Association* (GSMA) –Asociación del Sistema Global para las Comunicaciones Móviles–. Su principal objetivo es empoderar a los usuarios y brindarles acceso a herramientas que les permitan disfrutar de los servicios móviles en un entorno seguro y confiable.

México se unió a esta iniciativa en febrero de 2015, la cual es coordinada por la Asociación Nacional de Telecomunicaciones (ANATEL) e integra los compromisos de los operadores móviles del país para ayudar a las autoridades a hacer frente a problemas sociales y para brindarles más herramientas y beneficios a los usuarios.

A través de este programa, buscamos llevar adelante distintas iniciativas para brindar a los usuarios un ambiente móvil más confiable y seguro en cuatro de los cinco ejes fundamentales del proyecto:

- Reducción del robo de terminales
- Inclusión digital
- Protección infantil
- Cuidado del medio ambiente

En seguimiento a este compromiso, durante 2016, en el marco del aniversario de la iniciativa, ratificamos los principios de colaboración suscritos en 2015 y sumamos los siguientes programas:

- Coordinación y apoyo a las autoridades competentes en las acciones que se emprendan en las etapas de prevención, atención y recuperación frente a la afectación que resulte de fenómenos naturales, con el propósito de salvar vidas, reducir riesgos y brindar una respuesta efectiva a la población; y establecer los procedimientos del sector de la telefonía móvil, con el fin de dar prioridad a las comunicaciones y mensajes en situaciones de emergencia o desastres en las etapas mencionadas.
- Coordinación y trabajo conjunto con las autoridades de seguridad, que permitan la implementación del número nacional de emergencia 911.

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

Es un espacio que reúne a empresas en búsqueda 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; cuenta con alrededor de 1,000 afiliados a nivel nacional, cinco sedes regionales y cinco oficinas en el interior de la República.

En 2016 participamos con otros actores de la industria en la elaboración de propuestas normativas referentes a iniciativas y procedimientos regulatorios en curso.

Día de Internet 2016

En colaboración con entidades del gobierno, expertos en el entorno digital nacionales e internacionales, ejecutivos del sector público y privado, académicos e investigadores, y con apoyo del Senado de la República y de la Coordinación de Estrategia Digital Nacional, la CANIETI celebró el 17 de mayo el Día de Internet 2016. En el evento se presentó el 12º Estudio sobre los Hábitos de los Usuarios de Internet en México.

Convención Nacional Anual CANIETI

En septiembre de 2016 participamos en la Convención Nacional Anual de la Cámara Nacional de la Industria Electrónica y de las Tecnologías de la Información (CANIETI), celebrada en la Ciudad de México y denominada "Rumbo a la formación de una industria 4.0".





Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI)

Es una de las asociaciones de referencia en el ámbito de Internet y las Tecnologías de la Información en México; es un interlocutor con el resto de actores de la industria y contribuye a la realización de estudios y análisis académicos sobre temas de interés para el sector.

Cámara Española de Comercio en México (CAMESCOM)

Constituye la principal cámara nacional de representación empresarial española en México. Durante 2016, al pertenecer al Consejo Directivo de la CAMESCOM participamos en las actividades que llevó a cabo e impulsamos la creación de una Comisión de Telecomunicaciones y Tecnologías de la Información.

International Chamber of Commerce (ICC) –Cámara Internacional de Comercio–

Cámara que fomenta el cambio económico, político y social. En ella ocupamos el cargo de la Vicepresidencia de la Comisión Economía Digital y participamos en la elaboración de documentos de posicionamiento sobre asuntos de interés.

Consejo Ejecutivo de Empresas Globales (CEEG)

Organismo constituido por cerca de 50 empresas multinacionales con presencia en México y cuyo propósito es desarrollar el comercio exterior, la inversión extranjera, el desarrollo tecnológico y la competitividad. En 2016, nuestro CEO participó en este Consejo en representación de Telefónica México.

GRI 415: 103-1

El Ecosistema Digital

En agosto de 2015, en el marco de la 5ª Conferencia Ministerial sobre la Sociedad de la Información en América Latina y el Caribe, organizada por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe de las Naciones Unidas (CEPAL), en conjunto con el gobierno de los Estados Unidos Mexicanos, se presentó oficialmente el libro “El Ecosistema y la Economía Digital en Latinoamérica”, obra del profesor Raúl Katz.

Telefónica apuesta por lograr un cambio de paradigma en el desarrollo de las políticas públicas en Latinoamérica, pues las telecomunicaciones han dejado de ser un sector aislado y se han convertido en el punto de partida de un universo en expansión: el ecosistema digital. En este sentido, el estudio mencionado constituye una pieza fundamental para avanzar en la generación de consensos.

Para la difusión de esta transformación en México, en colaboración con el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), desarrollamos el “Seminario de Ecosistema Digital” durante los primeros meses de 2016. Su objetivo fue ofrecer a los participantes una perspectiva sobre la configuración del Internet, el funcionamiento de las telecomunicaciones, así como las problemáticas que influyen sobre el ecosistema y la economía digital.



Para consultar nuestro Manifiesto Digital, visita nuestro [sitio web](#).



Organizaciones No Gubernamentales

102-12

La cooperación y coordinación con el tercer sector es fundamental para fortalecer el tejido social y conservar el entorno, contribuyendo de esta manera al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Asimismo, el entendimiento de las necesidades y expectativas de las ONG es vital para crear sólidas sinergias. En 2016 colaboramos con:

Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), 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).

- Centro de Información y Comunicación Ambiental de Norte América, A.C. (CICEANA). Asociación civil fundada en 1995 como una organización comprometida con la sustentabilidad y la biodiversidad. Trabaja promoviendo la educación ambiental, a través de la adquisición de conocimientos sobre el medio ambiente, propuestas de mejores hábitos y acciones que favorecen una sociedad sustentable y amigable con el entorno.



- 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.

Asimismo, por medio de las acciones de Fundación Telefónica, colaboramos con diversas organizaciones, entre ellas:

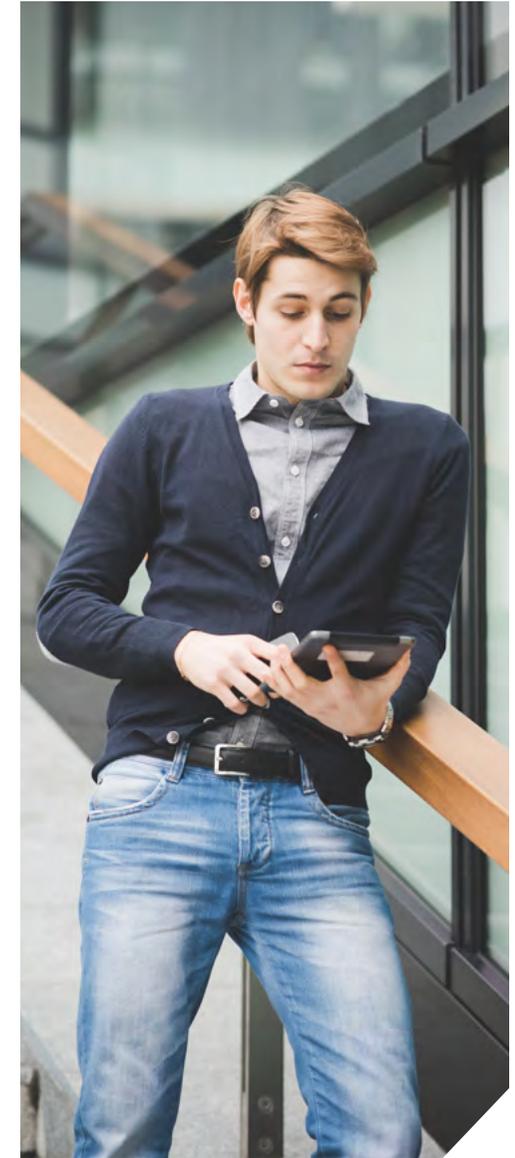
- Acción Social Ririki, A.C. (RIRIKI Social). Organización que contribuye al desarrollo social y humano, a través de acciones, proyectos y programas que fortalecen y defienden los derechos de los niños y adolescentes, así como de sus familias y de las comunidades donde habitan, con el propósito de influir de manera positiva en la construcción de una sociedad equitativa, inclusiva, participativa y democrática.
- Alianza por la Educación, Salud y Desarrollo Comunitario, A.C. (ALEDUSAD). Asociación civil encargada de coordinar alianzas con el fin de impulsar el desarrollo comunitario, fomentar la salud y propiciar el incremento de la calidad en la educación en México. Sus actividades son realizadas con la participación conjunta de voluntarios, iniciativa privada, gobierno, fundaciones y

otros benefactores.

- Ateneo Español de México, A.C. Institución cultural fundada por la comunidad española exiliada a raíz de la Guerra Civil Española en 1949, en la Ciudad de México, con el propósito de promover la cultura y la ciencia españolas en el país.
- Big Van, Científicos sobre ruedas. Grupo de científicos e investigadores que busca generar una consciencia científica, indistintamente del tipo de público, por medio de espectáculos atractivos, proyectos innovadores y talleres.
- Diseña el cambio (DeC). Proyecto de emprendimiento enfocado a impactar de manera positiva hacia la transformación social de escuelas y comunidades, basado en una sencilla metodología de cuatro pasos: Siente, Imagina, Haz y Comparte.
- EDUCA México, A.C. (EDUCA). Organismo no gubernamental y no lucrativo que tiene por objetivo beneficiar a personas de escasos recursos en favor de la educación. Suma esfuerzos para apoyar a instituciones educativas, niños y jóvenes para ofrecer cimientos en la transformación de una mejor educación en México.
- Empresarios por la Educación Básica (Fundación ExEb). Institución sin fines de lucro que promueve la participación de los empresarios y sociedad civil para impulsar la excelencia en la calidad de la Educación

Básica.

- Fundación CEDAT. Asociación civil que une el talento local de las comunidades con la experiencia internacional de personal competente para lograr un trabajo en equipo, con el fin de construir una sociedad libre de violencia. Realiza proyectos para fortalecer los valores, una cultura de paz y las habilidades de empoderamiento individual y cohesión en niños, jóvenes y adultos.
- Fundación El Peñón. Institución educativa dedicada a promover el desarrollo humano y la calidad de vida de las familias de los campesinos y comunidades, mediante una formación integral orientada al humanismo cristiano, en un espíritu de trascendencia en el trabajo ordinario.
- Fundación Dibujando un Mañana. Su objetivo es canalizar recursos para amparar a instituciones que trabajan por el porvenir y bienestar de los niños mexicanos en situaciones críticas. Es un vínculo entre las empresas y personas físicas que desean proporcionar ayuda, así como con las instituciones que necesitan apoyo.
- Fundación Gentera. Organización sin fines de lucro que busca promover la inclusión social a través de la educación, al considerarla como factor clave en la generación de desarrollo, progreso y bienestar en México.
- Fundación Merced. Organización que genera capital social con valores éticos, promoviendo el





fortalecimiento e impacto de las organizaciones de la sociedad civil y el desarrollo integral de personas y comunidades para atacar causas estructurales de la pobreza en México, en busca de una mayor equidad.

- Fundación para la Asistencia Educativa, I.A.P. (FAE). Institución que potencializa las capacidades de los niños menores de 6 años de edad que se encuentran en condición de pobreza y pobreza extrema en las zonas de Netzahualcóyotl y Chimalhuacán, proporcionándoles educación básica, alimentación y servicios de salud, brindándoles la oportunidad de sentar las bases para convertirse en un factor de cambio para la sociedad.
- Fundación Pro Emprendimiento, A.C. (Fundación SUM). Institución que busca crear oportunidades para la población rezagada, impulsando su desarrollo personal y profesional, a través del acceso a conocimientos de innovación y tecnología, impactando en su crecimiento económico y calidad de vida.
- Fundación Robótica para la Educación (RobotiX). Movimiento educativo de mayor impacto en América Latina para el empoderamiento de los niños y jóvenes a través de la Robótica y las tecnologías exponenciales como método para detonar un cambio social.
- Fundación SM. Creada en España en el año de 1977 como un recinto cultural de carácter

benéfico que busca ayudar a los desprotegidos. Financia y promueve programas que fortalecen la reflexión sobre diversos temas y la realización de investigaciones, en los países que cuentan con la presencia de Ediciones SM.

- Fundación Unidos para Prevenir. Instituida en 2008, como una respuesta a la violencia y los problemas derivados de este fenómeno, así como a la difícil situación que enfrentaban los jóvenes en la ciudad de Celaya. La fundación es la primera alianza de mujeres desarrollada contra las adicciones y la violencia en el estado de Guanajuato. A través del trabajo realizado hasta el día de hoy, se ha auxiliado de forma directa a jóvenes, docentes de escuelas públicas y padres de familia.
- Inoma por ti mismo (inoma). Organización sin fines de lucro que desarrolla y proporciona herramientas lúdico-educativas para niños en edad de 5 a 13 años. Se tiene como propósito impulsar el desempeño educativo y el uso de las tecnologías de la información, a través de juegos interactivos e innovadores. Es apoyada por medio de donaciones de particulares, organizaciones y empresas interesadas en una mejora en la educación integral.
- *International Organization for Migration – IOM– (Organización Internacional para las Migraciones) –OIM–*. Organización mundial líder en las causas relacionadas con las migraciones humanas. Se dedica a brindar

asesoría sobre los progresivos desafíos operacionales de la gestión de la migración, ofrecer un alto entendimiento de este fenómeno, fomentar el desarrollo social y económico a través de las migraciones y a defender la dignidad humana, así como el bienestar de los individuos migrantes.

- Museo Interactivo de Economía (MIDE). Iniciativa propuesta por el Banco de México y otras organizaciones con la finalidad de convertirse en un espacio de divulgación de la economía, las finanzas y el desarrollo sustentable.
- Museo Universitario de Arte Contemporáneo (MUAC). Contribuye a la preservación, comunicación y difusión del arte contemporáneo.
- Programa Voluntarios de las Naciones Unidas (VNU). Iniciativa presente en 130 países como una plataforma que une los esfuerzos humanitarios de miles de voluntarios. Busca acoplar los trabajos de voluntarios cualificados, altamente motivados por las causas sociales y debidamente respaldados, para que actúen en situaciones críticas donde se necesiten manos dispuestas a ayudar.
- Sindicato de Maestros al Servicio del Estado de México (SMSEM). Organización independiente, autónoma y democrática que impulsa la defensa de los derechos laborales, la gestión, el

quehacer sindical oportuno y la comunicación permanente que genere confianza y estabilidad en el magisterio estatal.

- *Teach For All*. Red mundial que primigenia el liderazgo como factor clave para transformar las escuelas, los sistemas y el futuro de los niños. Por ello, forma líderes fuertes, colaboradores y determinados que entienden las causas más profundas de la desigualdad y que se comprometen a desafiarla en sus países y en todo el mundo.
- Universidad del Caribe. Institución educativa que se dedica a formar profesionales de manera integral con conocimientos, habilidades, competencias y valores socialmente significativos, que los posicionen competitivamente en su entorno; capaces de aplicar el conocimiento y la cultura para el desarrollo humano. Asimismo, primigenia la investigación y la extensión universitaria para contribuir al progreso social, económico y cultural del estado de Quintana Roo y del país.



Para consultar el listado de las organizaciones aliadas con las cuales colaboramos a través de Fundación Telefónica, visita el [sitio web](#).



REPUTACIÓN CORPORATIVA

102-44

La reputación es un activo clave que forma parte de nuestro Cuadro de Mando que trimestralmente sigue el Consejo y la Comisión Delegada. Entendemos por reputación el juicio que de nosotros y de nuestra actividad y actuación en su conjunto, tienen nuestros grupos de interés.

Dada la relevancia de la reputación y su impacto en nuestro negocio, desde 2005, medimos la reputación en público general, a través del modelo RepTrak, desarrollado por el *Reputation Institute*. Dicho modelo mide el atractivo emocional de la compañía a través del indicador *RepTrak Pulse*, que se construye con base en los valores de estima, admiración, confianza e impresión generada. Para buscar palancas que permitan entender y accionar estos movimientos, el *RepTrak Pulse*, se completa con una evaluación más racional del desempeño de la compañía, gracias al indicador *RepTrak Index*. El indicador racional, en el caso de público general, se construye con base en siete dimensiones: Oferta, Trabajo, Integridad, Liderazgo, Innovación, Ciudadanía y Finanzas. El peso de cada dimensión se ajusta anualmente, siendo la Integridad la dimensión que en México tiene más peso.

La reputación no reside en la compañía, sino en cada grupo de interés. Por ello, utilizando

el modelo RepTrak, hemos incorporado la medición de este indicador de forma gradual en diferentes grupos de interés, además de público general –modelo inicial implementado en empleados, proveedores y público informado–.

Público general

En este grupo, la reputación del sector se vio resentida, aunque los movimientos se mantienen estables. Además de realizar el estudio RepTrak, en 2016 efectuamos un estudio vía *online* en el que el 85% de los encuestados declaró que es importante que una compañía sea socialmente responsable.

Los resultados de la encuesta también mostraron que Movistar es la compañía de telefonía celular percibida con el mayor nivel de responsabilidad social y que el sector de telecomunicaciones presenta áreas de oportunidad para ser valorado de manera positiva por la comunidad.

Colaboradores

Los colaboradores juegan un papel esencial en la construcción de nuestra reputación, tanto por ser agentes activos de la misma como por actuar como embajadores con una creciente credibilidad ante la sociedad en general. Desde 2013 medimos la reputación que nuestros colaboradores tienen de Telefónica, evaluando aspectos tales como: comportamiento ético, motivación, desarrollo profesional y entorno

de trabajo. La tendencia de mejora de nuestra reputación se mantiene, superando los 90 puntos. A nivel global, la tendencia igualmente denota mejora continua.

Proveedores

Al igual que nuestros colaboradores, los proveedores son clave en la determinación de la reputación de la compañía, especialmente en un sector donde el contacto directo con nuestros clientes es llevado a cabo en un alto porcentaje por nuestros proveedores aliados. Convencidos de ello, en 2013 iniciamos la medición de nuestra reputación en este grupo de interés, alineándolo con la encuesta bianual de satisfacción de proveedores. Telefónica México mantuvo estable su reputación entre los proveedores, superando los 85 puntos y siendo el Liderazgo y la Sostenibilidad los aspectos que más influyen en este grupo.

Público informado

En 2016 incorporamos a este grupo de interés en la medición a través de las consultas al Panel Asesor en Negocio Responsable y al Panel Extendido. Dichos paneles están conformados por representantes de todos los grupos de interés y permiten establecer un diálogo continuo para conocer tendencias en sostenibilidad, su percepción sobre el desempeño de Telefónica en la materia e información para la materialidad de la gestión de la compañía.



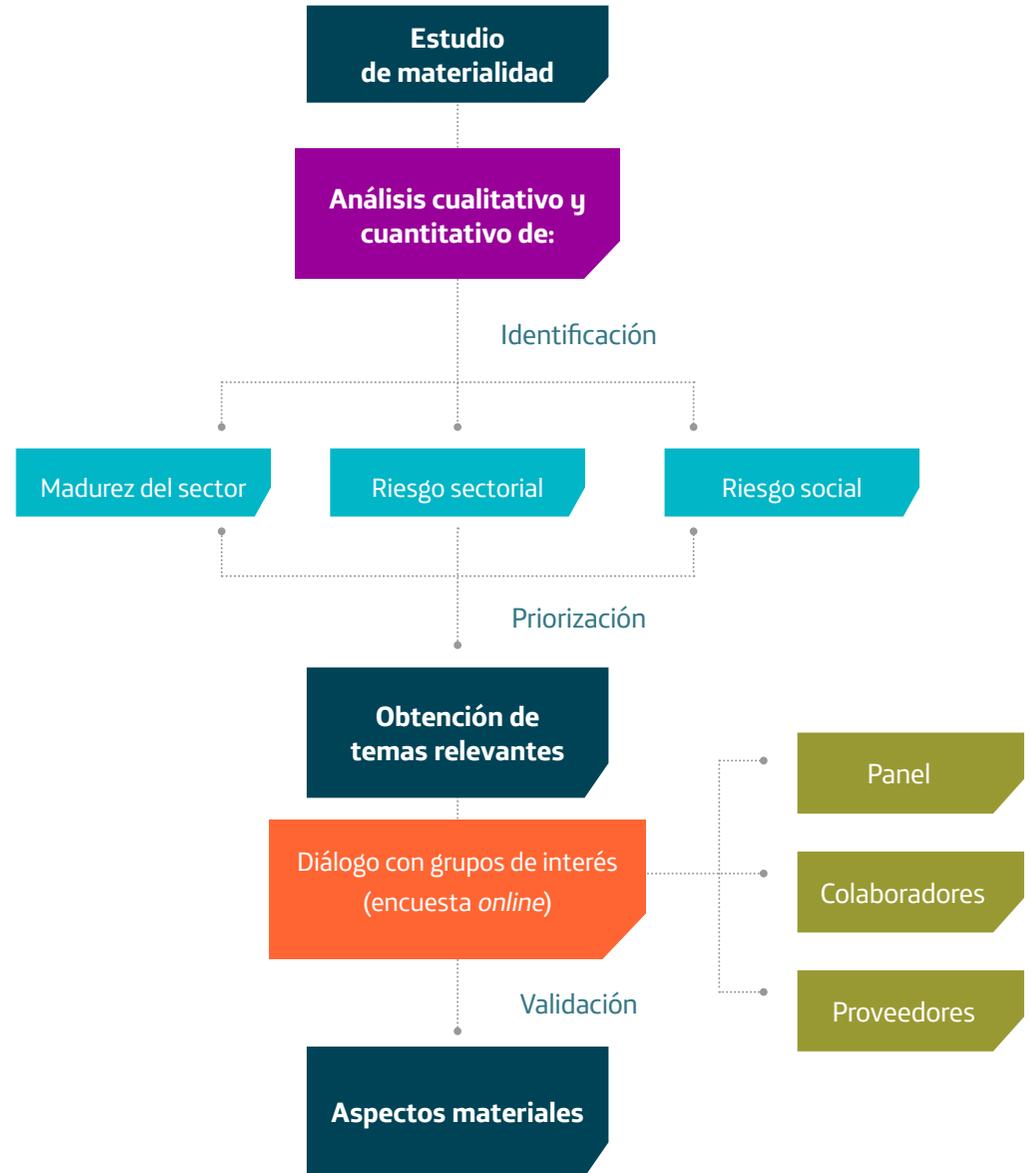


ESTUDIO DE MATERIALIDAD

102-46

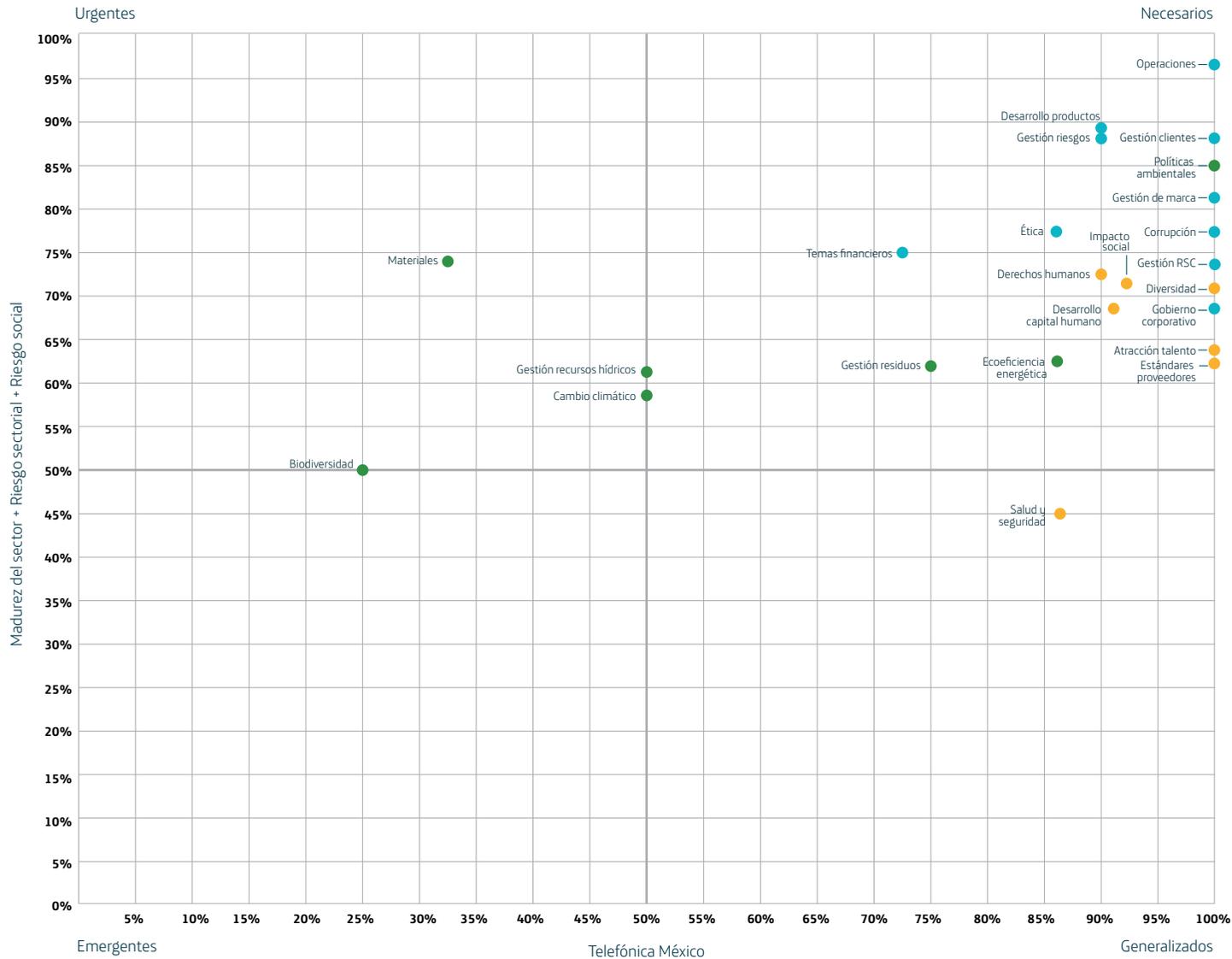
De conformidad con nuestro Modelo de Negocio Responsable y nuestros principios, en Telefónica México mantenemos nuestro compromiso con la transparencia y la rendición de cuentas. Por ello, comunicamos los resultados de las acciones que hemos desarrollado a todos nuestros grupos de interés. Este año –en conjunto con la empresa

consultora en sustentabilidad milenio3 generamos 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. De esta manera, obtuvimos los temas relevantes para nuestra compañía con base en la siguiente metodología:



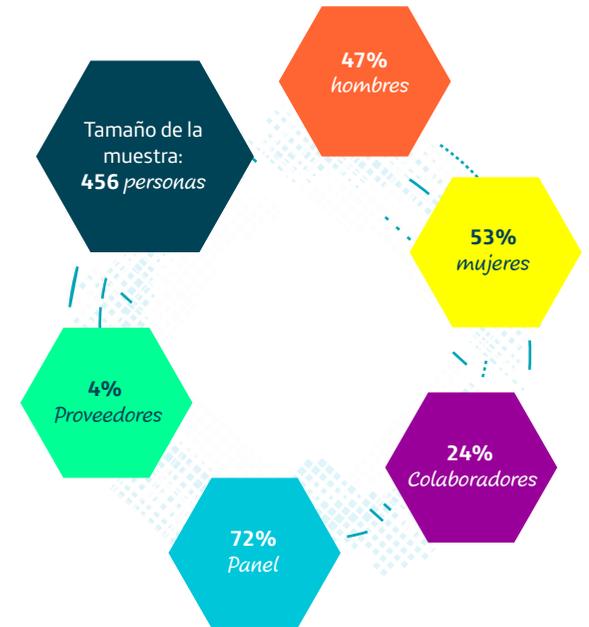


Temas relevantes para Telefónica México



Una vez obtenidos los temas relevantes para nuestra compañía como resultado del análisis de la madurez del sector y los riesgos sectorial y social, los presentamos a nuestros grupos de interés a través de una encuesta en línea, con el objetivo de contar con su retroalimentación y determinar así los aspectos materiales que reportamos en el presente Informe.

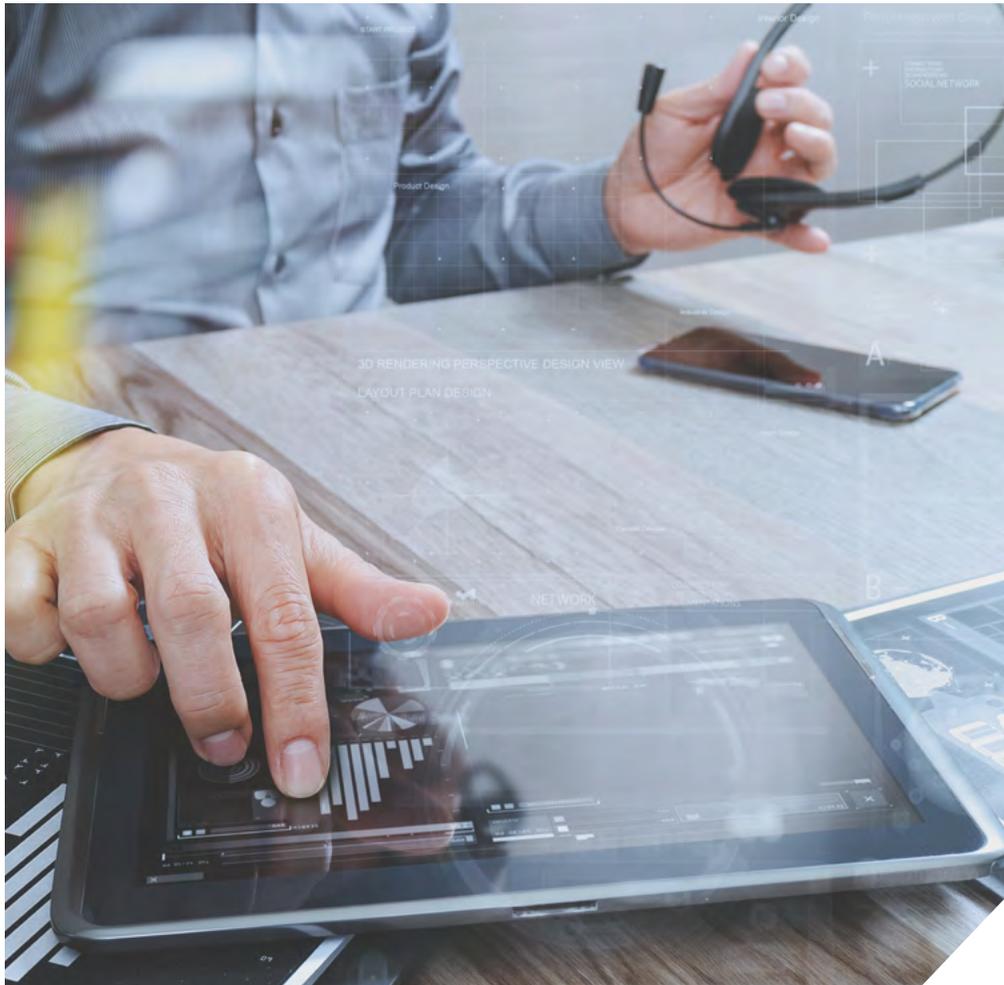
Los grupos de interés participantes en el diálogo fueron: el panel –clientes y no clientes–, colaboradores y proveedores. El perfil de la muestra fue el siguiente:





La encuesta estuvo conformada por dos secciones. La primera de ellas tuvo como finalidad conocer el nivel reputacional de Teléfonos México, mientras que la segunda

permitió identificar los temas de mayor relevancia para cada uno de los grupos de interés sondeados.



Reputación Corporativa

En este apartado se presentaron diversas aseveraciones que los participantes evaluaron en una escala numérica de 1 a 10, de conformidad con el grado en que se encontraban de acuerdo con ellas (1 en total desacuerdo; 10 completamente de acuerdo). Los resultados más significativos fueron los siguientes:

- **68%** considera que Movistar es una Empresa Socialmente Responsable
- **63%** opina que Movistar tiene buena reputación
- **67%** tiene una buena impresión sobre Movistar
- **65%** de los encuestados confía en Movistar
- **63%** estima que Movistar ofrece productos y servicios de calidad
- **52%** asegura que Movistar es un lugar atractivo para trabajar
- **63%** considera que Movistar es una empresa innovadora
- **62%** opina que Movistar es una empresa comprometida con la sociedad
- **63%** afirma que Movistar maneja los datos de sus clientes de manera segura y confidencial



Temas relevantes

Los resultados más representativos del diálogo con grupos de interés fueron los siguientes:

Panel (clientes y no clientes)

Temas de mayor relevancia

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

Nivel de conocimiento sobre iniciativas realizadas por Telefónica México

- ▶ Una parte considerable de los miembros del panel sabe que Telefónica México, a través de Movistar, cuenta con iniciativas para proteger la privacidad y los datos de los clientes.
- ▶ Alrededor de la cuarta parte de los encuestados conoce la iniciativa de reciclaje de celulares.
- ▶ Algunos de los miembros del panel conocen los programas para el impulso de la mujer.





Colaboradores

Temas de mayor relevancia

- ▶ Condiciones laborales (buen lugar para trabajar, desarrollo profesional, equidad de género).
- ▶ 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

- ▶ La mayoría de los colaboradores encuestados asegura conocer el programa de reciclaje de celulares.
- ▶ La mayor parte de los miembros de la muestra conoce las iniciativas para proteger la privacidad y los datos de los clientes.
- ▶ Una tercera parte de los participantes conoce las acciones para garantizar un Internet seguro para niños y adolescentes.

Proveedores

Temas de mayor relevancia

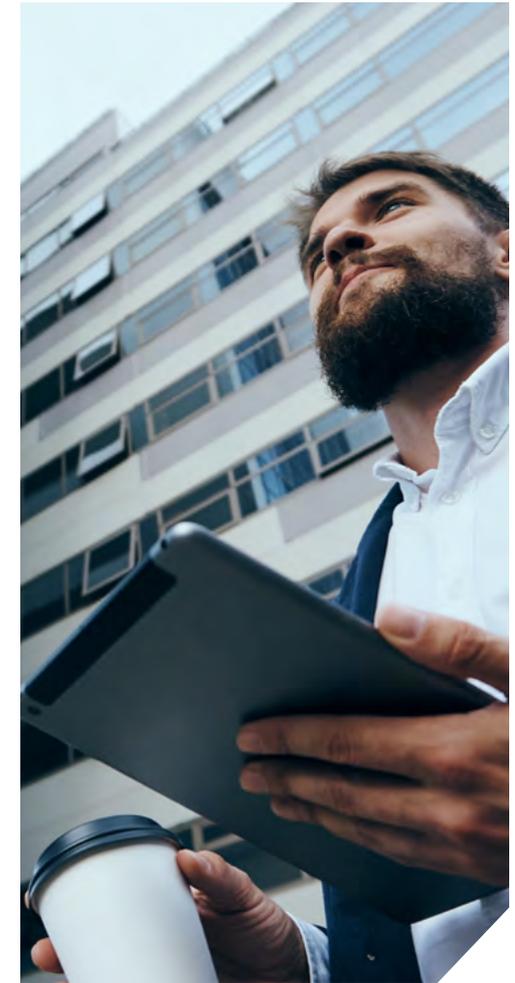
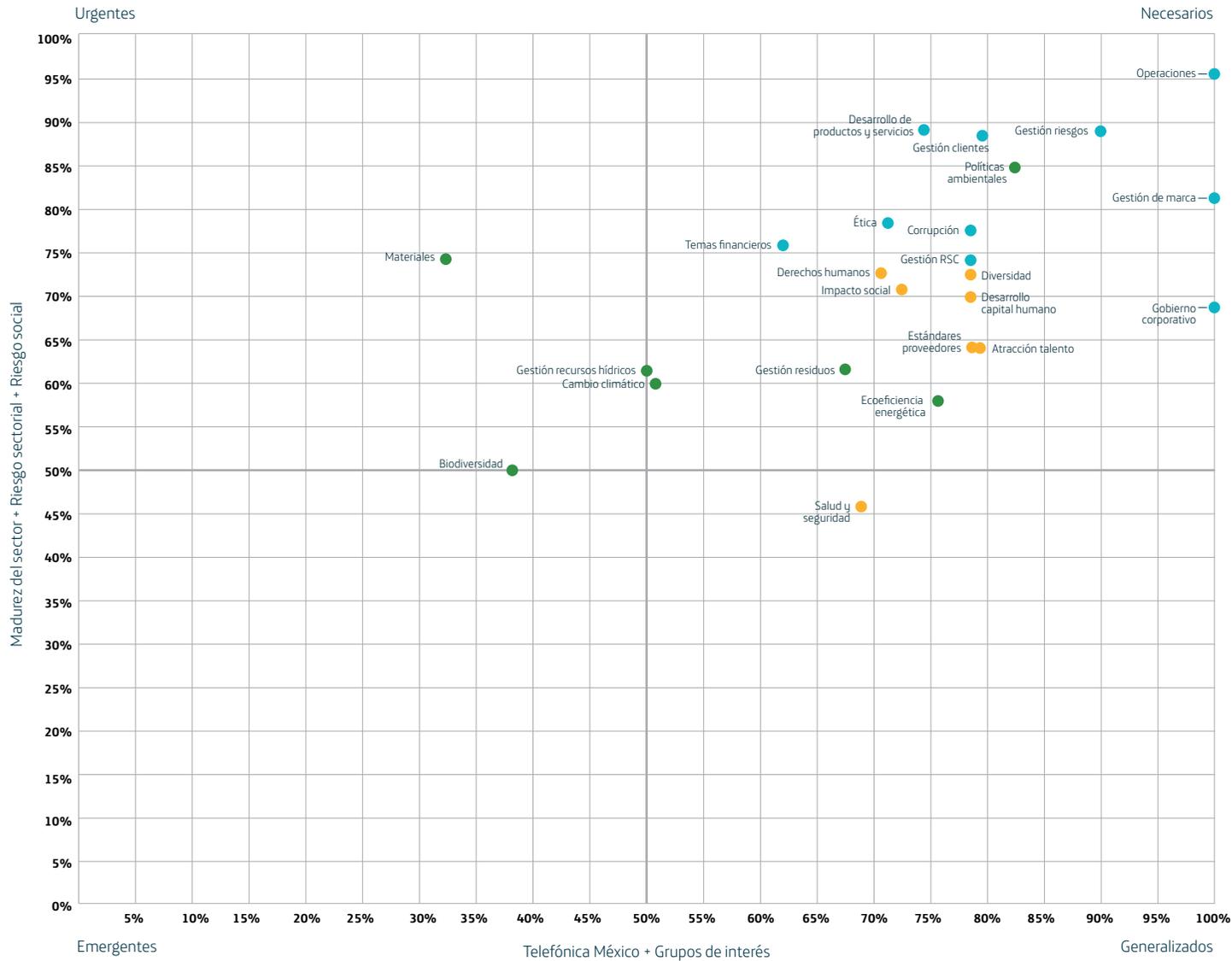
- ▶ Cuidado y preservación del medio ambiente.
- ▶ Confianza digital (buen uso de Internet para niños, seguridad, transparencia, protección de datos personales y la privacidad).
- ▶ Acción social (relación con organizaciones no gubernamentales, donaciones, desarrollo de la comunidad, apoyo a la educación).

Nivel de conocimiento sobre iniciativas realizadas por Telefónica México

- ▶ La mayoría de los proveedores encuestados conoce las iniciativas para proteger la privacidad y los datos de los clientes.
- ▶ Una parte considerable de los encuestados asegura conocer el programa de reciclaje de celulares.
- ▶ Algunos de los proveedores participantes conocen los programas de impulso a la mujer.



Aspectos materiales para Telefónica México



102-47

Una vez validados los aspectos materiales a través de este ejercicio, éstos fueron revisados y traducidos a estándares temáticos establecidos por los Estándares GRI, tal como se muestra a continuación:



| ASPECTOS MATERIALES | ESTÁNDARES TEMÁTICOS (Estándares GRI) |
|--|--|
| Gestión de la RSC | GRI 102 Contenidos Generales: Perfil de la organización / Ética e integridad |
| Gestión de riesgos | GRI 102 Contenidos Generales: Estrategia / Perfil de la organización / Gobernanza |
| Ética e integridad | GRI 102 Contenidos Generales: Ética e integridad |
| Corrupción, soborno y transparencia | GRI 205: Anticorrupción / GRI 206: Competencia desleal / GRI 415: Política pública |
| Gestión de la marca | GRI 102 Contenidos Generales: Perfil de la organización |
| Temas financieros | GRI 102 Contenidos Generales: Perfil de la organización GRI 201: Desempeño económico |
| Operaciones | GRI 102 Contenidos Generales: Perfil de la organización GRI 202: Presencia en el mercado |
| Desarrollo de productos y servicios / responsabilidad sobre productos | GRI 416: Salud y seguridad de los clientes / GRI 417: Marketing y etiquetado / GRI 419: Cumplimiento socioeconómico |
| Gestión de relaciones con clientes | GRI 416: Salud y seguridad de los clientes / GRI 417: Marketing y etiquetado / GRI 418: Privacidad del cliente |
| Políticas ambientales / sistema de gestión medioambiental | GRI 302: Energía / GRI 307: Cumplimiento ambiental / GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores |
| Ecoeficiencia energética | GRI 302: Energía |
| Cambio climático y otras emisiones atmosféricas | GRI 305: Emisiones |
| Gestión de residuos | GRI 306: Efluentes y residuos |
| Atracción y retención de talento | GRI 102 Contenidos Generales: Perfil de la organización GRI 401: Empleo |
| Desarrollo de capital humano | GRI 404: Formación y enseñanza / GRI 412: Evaluación de derechos humanos |
| Diversidad e igualdad de oportunidades | GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades / GRI 406: No discriminación |
| Derechos humanos | GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva / GRI 408: Trabajo infantil / GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio / GRI 411: Derechos de los pueblos indígenas / GRI 412: Evaluación de derechos humanos |
| Impacto social | GRI 203: Impactos económicos indirectos / GRI 413: Comunidades locales |
| Estándares con proveedores | GRI 102 Contenidos Generales: Perfil de la organización GRI 204: Prácticas de adquisición / GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores / GRI 414: Evaluación social de los proveedores |



Identificación y gestión de riesgos



GRI 201: 103-1

Los riesgos son inherentes a todos los negocios y actividades empresariales. Es así como el proceso para la correcta gestión mantiene un lugar prioritario en Telefónica México, pues su identificación y mitigación nos permite alcanzar los objetivos del negocio y contribuir a la generación de valor para los grupos de interés, consolidando nuestro compromiso con cada uno de ellos.

GRI 201: 103-2

102-11, 102-15

Para lograrlo, en Telefónica México contamos con la Dirección de Auditoría, Inspección e Intervención, quien realiza distintos tipos de auditorías, incluyendo: Cumplimiento, Financieras, Operacionales, Seguridad y Tecnologías de la Información. Esta labor permite identificar debilidades en los controles internos, errores en la información financiera, así como desviaciones a las normas y procedimientos de la Compañía. Las incidencias identificadas deben ser corregidas por los gestores a través de planes de acción. La Dirección divide su modelo de observancia en tres pilares fundamentales: gestión de riesgos, auditoría e intervención.



GESTIÓN DE RIESGOS

GRI 201: 103-3

102-29, 102-30

Su objetivo es identificar, evaluar, manejar y controlar los acontecimientos y situaciones potenciales –riesgos–, con el fin de proporcionar un aseguramiento razonable respecto al alcance de los objetivos de la compañía.

Para ello, fundamenta su actuar en el Manual de Gestión de Riesgos del Grupo Telefónica, el cual describe la metodología para lograr su propósito y reportar los riesgos de una forma consistente y efectiva dentro del Grupo. El Manual establece las directrices para cada una de las etapas del proceso y para cada una de las funciones implicadas.

Asimismo, existen reuniones de trabajo de alto nivel con las distintas áreas de negocio que forman parte del alcance. Los resultados finales son presentados al Comité de Dirección Local y a nivel Corporativo.

Entre las acciones realizadas y logros alcanzados durante 2016 en el proceso de gestión de riesgos se encuentran:

- El levantamiento semestral del mapa de riesgos de Telefónica México.



- Consolidación de la cultura orientada hacia la gestión de riesgos, la cual consiste en:

- » Modelo de formación, a través de talleres presenciales dirigidos a áreas prioritarias del negocio
- » Lanzamiento del curso *e-learning* sobre Gestión de Riesgos
- » Campaña de comunicación interna

- La expansión en la implementación del Modelo Integral de Gestión de Riesgos en empresas del Grupo, incluyendo en 2016 a Fundación Telefónica y Terra Networks.

LOGRO 2016:

Consolidación del área de Gestión de riesgos como miembro activo en el Grupo de Detección de Riesgos de la empresa, con la participación de las áreas de Seguridad, Finanzas, Pléyade, Servicios Generales y Responsabilidad Corporativa.



AUDITORÍA

Se encarga de asegurar la ejecución del Plan Anual de Auditoría Interna, el cual es elaborado con base en:

- El mapa de riesgos de la Compañía.
- Las auditorías solicitadas por la Presidencia Ejecutiva, el CEO y los Directivos Estratégicos y Operativos.
- Los requerimientos de la Comisión de Auditoría y Control de Telefónica S.A. y otros criterios.

Cuando el Plan se encuentra definido, éste es enviado al Corporativo para su aprobación y, una vez aprobado, es ejecutado a nivel local.

El Plan Anual de Auditoría Interna incluye la revisión de diferentes procesos del negocio, el cumplimiento de leyes y regulaciones (SOA), utilizando como marco teórico las metodologías y Normativas Corporativas, así como políticas y procedimientos internos de la Compañía.

El proceso inicia con el trabajo de campo de Auditoría para, posteriormente, realizar diversas reuniones con los responsables del proceso auditado y dar a conocer las áreas de oportunidad identificadas. Adicionalmente, los resultados por país de algunas revisiones solicitadas por el Corporativo son presentados ante la Comisión de Auditoría y Control de Telefónica S.A. Cada reporte de auditoría incluye una valoración global, de conformidad con los riesgos identificados y, por cada incidencia detectada, una evaluación del nivel de riesgo.



Así, el área de Auditoría en conjunto con los responsables del proceso inspeccionado, diseñan un plan de acción para establecer las medidas correctivas necesarias. El área de Auditoría brinda seguimiento periódico a las recomendaciones propuestas, a fin de verificar que el plan de remediación haya sido implantado en su totalidad.

Esta labor permitió la identificación de diversas áreas de oportunidad durante 2016, mismas que fueron plasmadas en 45 Trabajos de Auditoría, identificando 182 recomendaciones y de las cuales ha resultado la implantación de 109 planes de remediación, es decir, el 60%.



INTERVENCIÓN

GRI 201, 204, 205: 103-2, 103-3
205-1

La división de Intervención tiene por objetivo asegurar la existencia y cumplimiento razonable de las estructuras de Control Interno y de las Normativas Corporativas, por lo que, con base en un enfoque de observancia en los controles operativos clave que minimicen el riesgo de pérdidas económicas, lleva a cabo una revisión continua de los controles de validación,

autorización de pagos realizados por la empresa por concepto de servicios y bienes adquiridos, entre otros procesos.

En 2016 impulsó y monitoreó la formalización de contratos de procesos gestionados por compras, arrendamientos y comisiones. Asimismo, revisó los soportes de evidencias de los sistemas de tal forma que sea posible la trazabilidad de los procesos revisados.

Realiza su función de conformidad con el protocolo de pagos y a través de la utilización de una herramienta que permite validar los procedimientos de manera automática, revisando, detectando y minimizando el riesgo de pagos improcedentes.





HITOS 2016

— Levantamiento del mapa de riesgos de Telefónica México, de conformidad con la Política Corporativa de Gestión de Riesgos.



Cumplimiento al
100%

— Plan de Auditoría 2016, Manteniendo el nivel de calidad requerido y los tiempos acordados. Se realizaron 45 auditorías –dos adicionales a las establecidas en el plan original–.



Cumplimiento al
105%

— Mejoras en procesos asociados al área de intervención logrando hacerlos más ágiles y seguros.



Cumplimiento al
100%

— Despliegue y consolidación de la cultura orientada hacia la Gestión de Riesgos.



Cumplimiento al
100%

— Desarrollo web de revisión de los pagos de punta a punta, herramienta que permite la mejor gestión interna.



Cumplimiento al
100%

— Automatización de la revisión para validar los pagos correctos a proveedores, colaboradores y clientes.



Cumplimiento al
100%

— Implantación de recomendaciones (2014) e implementación de al menos un 75% de las recomendaciones 2015 de riesgo alto y medio.



Cumplimiento al
100%

— Consolidación del modelo de monitorización continua.



Cumplimiento al
100%

OBJETIVOS 2017:

- Impulso a la consolidación del Modelo Integral de Gestión de Riesgos de Grupo Telefónica México, mediante el cumplimiento de los plazos establecidos para el levantamiento del mapa de riesgos y el enfoque de la gestión de riesgos en al menos ocho procesos clave del negocio.
- Despliegue de la cultura orientada a la gestión de riesgos e impartir formación al menos a 150 colaboradores de Telefónica México.
- Implantación del 97% de recomendaciones 2015 y de años anteriores, y de al menos un 70% de las recomendaciones 2016 de riesgo alto y medio.
- Ejecución del Plan de Auditoría 2017, manteniendo el nivel de calidad requerido y las fechas de reporte de auditorías transversales y de cumplimiento.
- Utilización de la web como herramienta de documentación e instrumento de revisión y validación de pagos.





Ética empresarial y cumplimiento



GRI 205, 307, 419: 103-1, 103-2, 103-3

La gestión ética de nuestras actividades parte de los Principios de Negocio Responsable, los cuales reflejan los compromisos éticos y de actuación frente a los distintos grupos de interés. Esto refleja el tipo de Compañía que queremos ser y nos ayuda a forjar relaciones de largo plazo con cada grupo, haciendo del mundo un mejor lugar para vivir.

Una gestión ética y responsable impacta en la confianza de nuestros clientes y colaboradores, en los compromisos que tenemos y adquirimos como Compañía con el medio ambiente, la seguridad, la privacidad y la libertad de expresión, en los lugares donde operamos, a través de una comunicación responsable y un control interno.

Así, con base en el Modelo Integral de Gestión de Riesgos del Grupo Telefónica hemos establecido un eje estratégico en el que identificamos 40 riesgos básicos-primarios del sector de telecomunicaciones definidos por nuestra Corporación y que proporcionan una visión

global del negocio. En este conjunto de riesgos incluimos la evaluación del riesgo de Integridad.

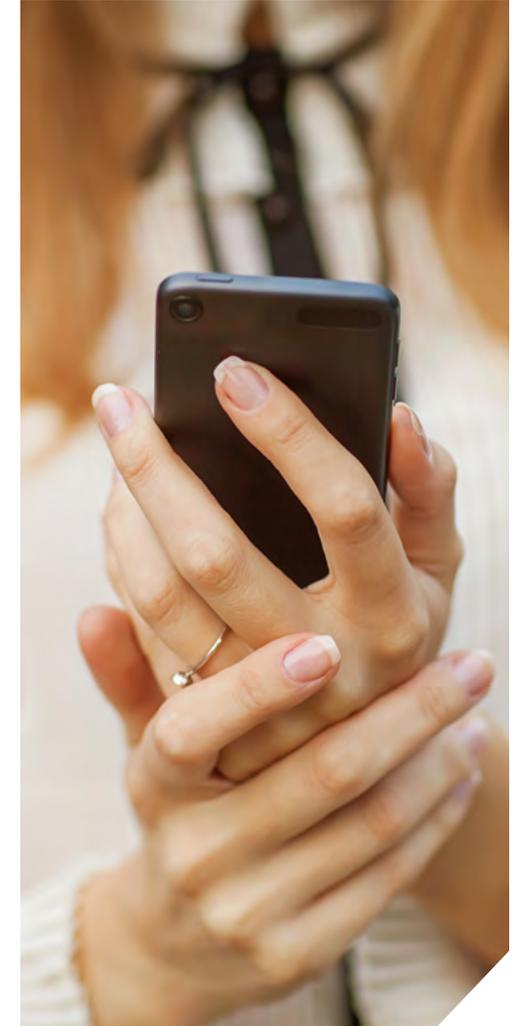
De esta manera, en Telefónica México definimos los planes de acción necesarios para responder ante este riesgo y garantizamos el cumplimiento de la legislación mexicana en diversas materias, mediante una serie de Normas Corporativas que permiten la aplicabilidad de las directrices incluidas en nuestro Código Ético y establecen los estándares mínimos de actuación en todas nuestras unidades de negocio, así como en los aspectos relacionados con cada uno de nuestros grupos de interés.



CULTURA

La gestión ética inicia desde el interior de la compañía, por lo que consolidar la comunicación con nuestros colaboradores en este ámbito es esencial. Por esta razón y dado el nuevo contexto global, en 2016 trabajamos en la transformación cultural de la organización.

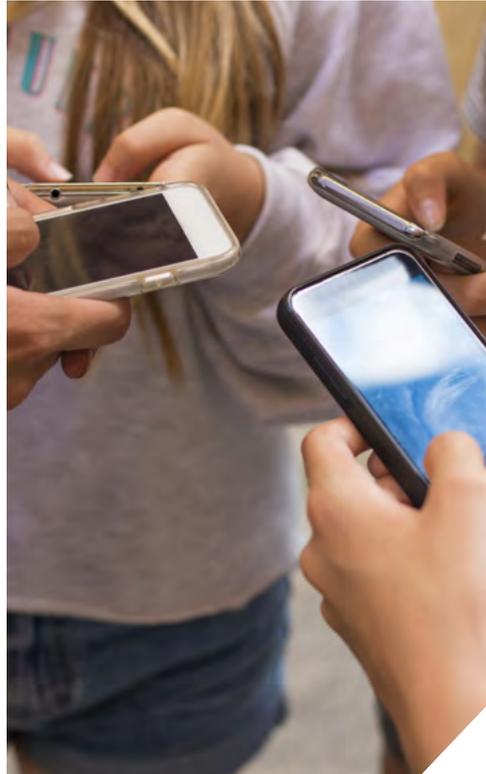
Desde 2015 establecimos el Comité de Cultura, constituido por 12 miembros de las áreas de Marketing, Comunicación Interna, Comunicación Externa, Auditoría, Comercial, PMO, Finanzas, Tecnología y Dirección General. Su objetivo es que, a través de reuniones estratégicas, se escuchen y comuniquen las inquietudes de nuestros colaboradores en términos culturales para dialogar y definir posibles acciones que ayuden a mejorar el clima laboral, a permear los principales mensajes a toda la empresa y a resolver las problemáticas que surjan. Su importancia radica en la generación de propuestas de valor para mejorar el liderazgo y *feedback* de mandos medios, el empoderamiento del talento femenino, así como el desarrollo de actividades en línea con las prioridades de negocio y que aumenten el sentido de pertenencia de los colaboradores.





En 2016, la labor del Comité de Cultura se enfocó en las siguientes líneas estratégicas:

- Posicionamiento de las 7 actitudes entre líderes y colaboradores.
- Implementación del Programa de Reconocimiento "Gente con valor 2016".
- Establecimiento del diagnóstico de cultura.
- Consolidación de los programas *Feel Good* y *Win Win Mentoring* para aprovechar el talento de todas las generaciones.
- Construcción del Plan de talento femenino.
- Implementación del programa "Líderes en Acción".
- Desarrollo del Plan "Líder-coach" con el objeto de apoyar en la mejora del clima laboral.
- Apoyo en la generación de la Cultura de *feedback* con cursos presenciales.



Todo esto nos llevará a mejorar el desempeño de nuestros procesos y a fortalecer una relación cercana con el centro de nuestra estrategia: el cliente.

OBJETIVOS 2017:

- Impulso al programa de transformación de cultura.
- Asegurar el rol activo de los integrantes del Comité de Cultura, que ayuden a permear la estrategia del cambio cultural.

BUENAS PRÁCTICAS



Durante 2016 lanzamos a nivel global la campaña *Play to Move*, cuya finalidad es dar a conocer internamente lo que hacemos en materia de Negocio Responsable. Así, jugamos con la aplicación *Play to Move*, conversamos en Yammer, aprendimos, nos reímos y... finalmente tres colaboradores de los 2,096 jugadores de 15 países recorrieron el mundo, investigando, en un viaje que ha dado lugar al primer *Brand film* de la historia de Telefónica: "*Play to Move: La Película*". Para nosotros, en Telefónica México, este evento es motivo de orgullo, pues uno de nuestros colaboradores fue protagonista al ser uno de los tres ganadores del concurso global.



ANTICORRUPCIÓN



GRI 205: 103-2

205-2

Contamos con la Política Anticorrupción, la cual debe ser observada por todos los consejeros, directivos y colaboradores de la Compañía, así como por aquellos terceros que intermedien o participen en negocios en nombre de Telefónica.

Esta política establece las pautas de comportamiento respecto a la aceptación u ofrecimiento de regalos e invitaciones, y prohíbe cualquier tipo de soborno; no se permite prometer, ofrecer o dar beneficio o

ventaja de cualquier naturaleza, de forma directa o indirecta –a través de un tercero– con el fin de influir en decisiones de cualquier tipo –incluidas las gubernamentales, administrativas o judiciales– u obtener ventajas indebidas para la compañía. Además, prohíbe aceptar cualquier beneficio o ventaja que pueda resultar en un incumplimiento de las obligaciones y deberes de los consejeros, directivos y colaboradores de nuestra empresa.

100% de los colaboradores y los miembros del *Comité de Dirección* conocen nuestras políticas y procedimientos en *materia de anticorrupción*



BUENAS PRÁCTICAS

PREMIO INNOVACIÓN ANTICORRUPCIÓN 2016

En Telefónica México buscamos influir de manera positiva en la sociedad a través del aprovechamiento de nuestras fortalezas. Es así como participamos de manera activa en iniciativas que se enfocan en la construcción democrática del país, por lo que en 2016 apoyamos a la organización de la sociedad civil Opciona por medio de nuestra red de emprendimiento Telefónica *Open Future_* en la realización del Premio Innovación Anticorrupción.

Este galardón está dirigido a emprendedores, estudiantes universitarios, programadores o hackers cívicos, y su objetivo es encontrar soluciones innovadoras para fomentar la transparencia y la rendición de cuentas en las instituciones de gobierno, combatiendo de esta manera la corrupción en la Ciudad de México e incentivando las inversiones en el país.

Más de 80 proyectos inscritos provenientes de diferentes puntos del país

En esta primera edición, los proyectos tuvieron la opción de participar en dos categorías: *Minimum Viable Product* (MVP) o Prototipo Funcional e Idea Conceptual (IC).

En la categoría de *Minimum Viable Product*, hubo dos ganadores:

- “Obra Chueca”, plataforma que busca involucrar a la ciudadanía en el reporte de obras ilegales o irregulares para la construcción de una CDMX sustentable y democrática.
- “Ligue Político”, propuesta para desarrollar una plataforma única para la evaluación y comparación de servidores públicos y candidatos a puestos de elección en México.

Cada proyecto fue acreedor a un premio de \$225 mil pesos en efectivo, así como a servicios de aceleración de la red de expertos de Wayra México con un valor de \$125 mil pesos y de un espacio para trabajar en el desarrollo del plan en las oficinas de Wayra.

En la categoría de Idea Conceptual, el proyecto ganador fue “Caza-corruptos”, enfocado en la niñez para la construcción de una ciudadanía honesta, inculcando valores anticorrupción en niñas y niños de entre 7 y 12 años de edad, y el cual fue acreedor a \$50 mil pesos en efectivo.

Los *tres proyectos ganadores* fueron: “Obra Chueca” y “Ligue Político” –en la categoría MVP–, y “Caza-corruptos” –en la categoría IC–



CONFLICTOS DE INTERÉS



102-25

La normativa sobre conflictos de interés establece que las decisiones profesionales se tomarán velando por el interés del Grupo Telefónica, evitando aquellas situaciones en las que los intereses particulares puedan entrar en conflicto con los de la Empresa.

Ante una potencial situación de conflicto de interés se deberá informar, de forma inmediata, al superior jerárquico a través del formulario habilitado en cada una de las empresas del Grupo y se tomarán las medidas necesarias para evitar que el conflicto de interés se llegue a producir. En Telefónica México, es posible acceder a este formulario a través de la página principal de nuestra Intranet.

Derivado del liderazgo de Telefónica México en el sector de las telecomunicaciones, una de sus responsabilidades es participar en los debates de política regulatoria que afectan a la industria y a la empresa en general, compartiendo con las autoridades regulatorias la perspectiva, legítimos intereses y conocimientos del Grupo, actividades que realiza siempre bajo las premisas establecidas en nuestros Principios de Negocio Responsable. De esta manera, las personas cuya

principal diligencia es ejecutar estas acciones dentro de la compañía o en nombre de Telefónica México:

- Deberán identificarse siempre con su nombre y el de la empresa para la que trabajan o a la que representan.
- No obtendrán o intentarán obtener información, o cualquier tipo de decisión, de forma deshonesta.
- No pretenderán mantener ni atribuirse la existencia de una relación formal con cualquier autoridad gubernamental en las relaciones con un tercero.
- Deberán garantizar que, en lo que a ellos consta, la información que suministran es objetiva, completa, actualizada y no engañosa.
- En ninguna circunstancia cederán a terceros copias de documentos obtenidos de la administración.
- No inducirán a un funcionario público o al personal de la administración a infringir las reglas y normas de conducta que les son aplicables.





Gestión de la cadena de suministro



proveedores. Este proceso impacta en la mejora de las condiciones de vida y de trabajo de las personas que participan en nuestra cadena de suministro y que afectan a la calidad del servicio ofrecido a nuestros clientes.

GRI 204: 103-3

Nuestro objetivo es reforzar los controles de seguimiento sobre los proveedores con mayor riesgo, sobre todo en el ámbito de la privacidad y protección de datos de nuestros clientes, así como fomentar la compartición de buenas prácticas en el ámbito de la gestión sostenible.

Además de la estructura con la que contamos en la Compañía para la gestión de todas las compras, en 2016 nuestro Corporativo creó la unidad global de *Supply Chain*, cuyo objetivo es la mejora en la gestión de nuestra logística, enfocada en este primer año a la optimización de *stocks* y de la disponibilidad de los terminales móviles.

A nivel global y local, 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.

GRI 308, 414: 103-1

En Telefónica somos conscientes de la importancia de nuestra cadena de suministro, tanto por la presencia internacional como por el impacto y volumen que supone en nuestra cifra de negocio. Por este motivo, fomentamos, establecemos y mantenemos elevados niveles de exigencia de responsabilidad con respecto a nuestros proveedores, promoviendo entre éstos el cumplimiento, no sólo de estándares de calidad de producto y/o servicio, sino también éticos, sociales, medioambientales y de privacidad en todo lo relacionado con nuestras operaciones.

102-9, 102-10, 204-1

Así, en Telefónica México somos conscientes del impacto local y global que tiene nuestra labor en el fomento de la sostenibilidad en la cadena de suministro hacia el progreso de las sociedades donde tenemos presencia. Es por ello que, en términos de desarrollo económico, apoyamos a los proveedores locales, teniendo en 2016 un volumen de compra a proveedores mexicanos de \$18,442 millones, es decir, 86.05% de las compras totales en México.

En *Telefónica México* contamos con **602** proveedores adjudicatarios; **518** de ellos son *locales*, es decir, el **86.05%** del total

GRI 204: 103-1, 103-2

Nuestra estrategia y Principios de Negocio Responsable se basan en los valores de integridad, compromiso y transparencia, los cuales aplicamos en la relación con todos nuestros proveedores y en todas las fases del proceso de compra.

La identificación y gestión de riesgos asociados a la cadena de suministro son una responsabilidad inherente a cada empresa, por lo que debemos fomentar un compromiso social y medioambiental entre todos nuestros



GRI 204, 308, 406, 407, 408, 409, 411, 412, 414: 103-2
412-1, 412-3

En materia de desarrollo social y ambiental, continuamos con nuestro compromiso de hacer prevalecer la responsabilidad social, la calidad y preservación del entorno, así como los Derechos Humanos como aspectos esenciales a considerar en cada una de las fases del proceso de compra y en la relación con nuestros proveedores.

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 establecidos en la [Política de Sostenibilidad en la Cadena de Suministro](#) y presentados de manera general a continuación:

Criterios mínimos de negocio responsable

Criterios éticos

- Cumplimiento de la Ley
- Anticorrupción
- Conflictos de interés

Criterios sociales

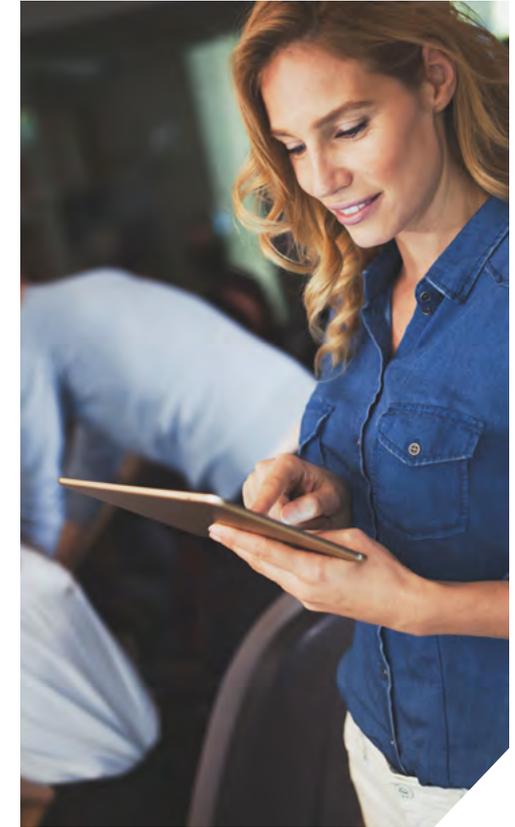
- Relación laboral
- Horario de trabajo
- Salarios
- Trabajo forzado y tráfico de personas
- Trabajo infantil y personas jóvenes
- Libertad de asociación y derecho a la negociación colectiva
- No discriminación
- Condiciones de seguridad y salud
- Minerales procedentes de áreas afectadas por conflictos de alto riesgo

Criterios medioambientales

- Cumplimiento de la Ley
- Ciclo de vida y actuación preventiva
- Política ambiental
- Gestión ambiental
- Cambio climático
- Residuos
- Sustancias peligrosas y productos químicos
- Consumo de materiales, recursos y emisiones atmosféricas

Criterios de privacidad y confidencialidad de la información

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



El **100%** de los contratos de *Telefónica México* con los proveedores incluyen cláusulas específicas en *Derechos Humanos*



PROGRAMA ALIADOS

GRI 204, 308, 406, 407, 408, 409, 411, 412, 414: 103-1, 103-2

Es un modelo de gestión que nos permite garantizar el establecimiento de relaciones estratégicas con empresas colaboradoras y proveedores clave, la transmisión de buenas prácticas y nuestros principios éticos, así como el cumplimiento de los objetivos organizacionales y el desarrollo de mecanismos de prevención de riesgos.

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

Es el mecanismo a través del cual verificamos que nuestros proveedores y aliados cumplen los criterios mínimos de negocio responsable y algunas pautas específicas en los ámbitos ético, laboral, seguridad y salud en el trabajo y medioambiental, entre los que se encuentran:

308-2, 407-1, 408-1, 409-1, 414-2

CRITERIOS CONSIDERADOS EN AUDITORÍAS



Ética

- Conocimiento de la Política de Sostenibilidad en la Cadena de Suministro de Telefónica.
- Que la empresa cuente con un código ético.
- Análisis de riesgos en la cadena de suministro de la empresa aliada.
- Existencia de un canal de denuncia.



Procesos de Recursos Humanos

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



Sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo

- Política de Seguridad y Salud en el Trabajo (definición, publicación y divulgación).
- Existencia de departamento de prevención de riesgos.
- Existencia de agentes contaminantes perjudiciales para la salud de los trabajadores y medidas adoptadas.
- Que el lugar de trabajo cuente con salidas de emergencia y zonas de seguridad definidas.
- Instrucción a los trabajadores en primeros auxilios y establecimiento de brigadas de emergencia.



Programa medioambiental

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



GRI 204, 308, 406, 407, 408, 409, 411, 412, 414: 103-3
308-1, 414-1

Cuando finalizamos el ejercicio de auditoría, mostramos los resultados a los ejecutivos. En caso de existir áreas de oportunidad, registramos las no conformidades y, en conjunto con la empresa aliada, establecemos una fecha compromiso –no mayor a seis meses– para abordar los puntos de mejora detectados, generando planes de acción que garanticen su cumplimiento.



2 *proveedores auditados*

35 *auditorías*
locales *administrativas*
realizadas

2 *auditorías*
locales realizadas *en sitio*

24 *no conformidades*
identificadas en 2016

7 *no conformidades*
anteriores a 2016
resueltas en este año

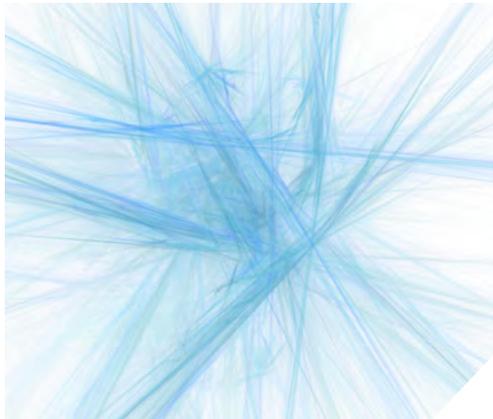




Capacitación

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 nuevos y la actualización a los ejecutivos de cuenta. 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.

En 2016 impartimos 197 cursos y talleres a los colaboradores de nuestros Centros de Atención a Clientes (CACs) y de *Call Center*, pues se trata de personal externo que tiene contacto directo con nuestros clientes.



93% de penetración con el *curso de inducción* a nuestros aliados

5,472,900 horas de formación impartidas en total

43,550 colaboradores beneficiados pertenecientes a **127** empresas proveedoras

OBJETIVO 2017:
Desarrollo de plática informativa para los proveedores y aliados sobre seguridad y salud con el fin de mejorar su desempeño en la materia.



197 *cursos* impartidos a proveedores:

143 *cursos* a personal de los *CACs*

54 *cursos* a personal de *Call Center*



6

Modelo
*y desarrollo
de negocio*



Tendencias, oportunidades y estrategia

102-15

En la actualidad vivimos una revolución digital en la que la ubicuidad de las tecnologías de la información y la innovación prevalece en todas nuestras actividades, impactando en el crecimiento económico, el desarrollo social y la inclusión, así como en la sostenibilidad ambiental. Esta revolución está transformando profundamente nuestra forma de vivir, desde cómo nos relacionamos e informamos hasta la manera en la que trabajamos o accedemos a servicios.

En este sentido, la colaboración entre empresas, gobierno y sociedad en general es prioritaria

para generar estrategias que permitan el acceso y el uso de las tecnologías de la información, en una coyuntura enmarcada por los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Organización de las Naciones Unidas, los cuales buscan reducir el impacto de fenómenos como el cambio climático o la desigualdad económica y fomentan la innovación o el consumo sostenible.

Como proveedor de conectividad y servicios innovadores, nosotros formamos parte de esta revolución, teniendo un protagonismo fundamental en el cambio de aquellos países en los que estamos presentes.

GSMA 360 Series Latin America

La *Global System for Mobile Association* (GSMA) –Asociación del Sistema Global para las Comunicaciones Móviles– es una plataforma que representa los intereses del sector alrededor del mundo; se caracteriza por fomentar el diálogo regional a través de temas que impactan al sector a escala global. Parte de su misión es establecer las bases para avanzar en términos de políticas y regulación que provea un sector móvil, sostenible e innovador para todos.

La Ciudad de México fungió como el escenario de la conferencia *Mobile 360 Series - Latin America* 2016, evento que reunió a los CEOs y principales líderes corporativos del ecosistema digital latinoamericano con una agenda centrada en la innovación y en el cual Telefónica México participó. El debate recorrió temas de actualidad como Internet de las cosas (IoT), servicios de identidad, dinero móvil, autos conectados, 5G, mensajería enriquecida (RCS), contenidos y oportunidades para las start-ups latinas.





ESTRATEGIA Y MODELO DE NEGOCIO DE TELEFÓNICA

102-15

Las tecnologías de la información y el Internet son plataformas que hoy en día hacen posible la realización de actividades como la comunicación, la información, el entretenimiento, el comercio y la prestación de otros servicios –como de educación, salud y gobierno–. La economía mundial está cada vez más conectada y el avance de la digitalización ha hecho de ella una economía digital.

Nuestra industria es un facilitador de cambios profundos en la economía, principalmente ligados a la irrupción de la inteligencia artificial. La conectividad de todos los dispositivos está produciendo una explosión de datos que, unidos a la potencia de computación en la nube, se está convirtiendo en un motor de innovación de productos y servicios y de la experiencia cliente.



Este nuevo paradigma tecnológico está produciendo un impacto significativo en la economía, que se traduce en una mejora de la productividad, hasta el punto de que las nuevas aplicaciones de la tecnología podrían desencadenar un nuevo ciclo de crecimiento, además de mejorar la rentabilidad y los retornos de capital. Todo esto, se debe en gran medida a innovaciones en ámbitos como la eficiencia energética, las ciudades inteligentes o la automatización de procesos. Nuevas ventajas competitivas, que supondrán cambios en la competitividad de los sectores y que harán que surjan nuevos competidores en sectores como el de la sanidad, la agricultura, la energía o las finanzas, entre otros. Finalmente, surgirá un nuevo ciclo de innovación derivado

de la inteligencia artificial que aportará nuevos servicios transversales que aumentarán la innovación y el valor en todas las industrias.

En este contexto, es un hecho que también habrá desafíos. Sin embargo, estos pueden ser una oportunidad para hacer una sociedad digital más sostenible si lo hacemos de acuerdo con nuestros valores. Queremos dar la oportunidad a nuestros clientes de elegir los productos y servicios que les ayuden a mejorar su vida de manera íntegra, transparente y comprometida. Nuestro objetivo es poner la tecnología al servicio de las personas dando al cliente el control sobre su vida digital. En relación con la desigualdad que pueden generar las nuevas tecnologías, queremos promover

y asegurar el acceso a las mismas, dando a nuestros clientes, y a la sociedad en general, la oportunidad de elegir la tecnología más avanzada y los servicios más innovadores de manera segura y de calidad.

Queremos convertirnos en una empresa en tiempo real, automatizada y convergente gracias a la digitalización de nuestros procesos productivos. Para ello, la transformación de los mismos, así como de las políticas y los sistemas, son la piedra angular y un elemento esencial para nuestro futuro. Cada elemento del negocio necesita ser digital, automatizando completamente las operaciones internas y mejorando la experiencia del cliente.



Elegimos Todo_

A finales de 2015 creamos nuestro plan estratégico "Elegimos Todo", cuya finalidad es innovar y sensibilizar a los colaboradores sobre los elementos en los que debemos enfocarnos para ser una *Onlife Telco* en el año 2020:

Con él apoyamos a nuestro equipo a comprender por qué hacemos lo que hacemos, y sobre todo quién lo hace; buscamos mostrar una Telefónica alineada en la que todos perseguimos las mismas metas.



"SOMOS TODO, ELEGIMOS TODO_"

En Telefónica México hemos priorizado y adaptado el programa "Elegimos Todo" a la realidad en la que nos encontramos, con base en tres prioridades: Crecer, Transformar y Cultura –ejes que forman parte de nuestro *modus operandi* corporativo–.

Adicionalmente, hemos definido la razón de ser de nuestra operación: "Mejorar la vida de los mexicanos acercándolos al mundo digital que contribuye al bienestar y desarrollo del país, siendo la opción accesible a todas las personas".





Despliegue de red

GRI 203: 103-1, 103-2

La conectividad es uno de los principales motores de la transformación digital. Por ello, trabajamos para que cada vez una mayor cantidad de poblaciones tengan acceso a los beneficios que suponen la vida digital y el desarrollo económico derivado de las nuevas tecnologías.

Nuestros clientes quieren estar siempre conectados, en cualquier lugar y desde cualquier dispositivo con la máxima calidad y teniendo la mejor experiencia. Para responder a esta demanda, aprovechamos nuestros activos físicos para construir las redes del futuro, que nos permitan tener una oferta diferenciada.

Derivado de las **acciones** que realizamos para **incrementar el parque de usuarios LTE**, logramos llegar a más de **2 millones de usuarios** navegando a través de esta tecnología al cierre de 2016.

GRI 203: 103-3

203-1, 203-2

Tomando como base el conocimiento del cliente, en Telefónica México hemos establecido proyectos prioritarios en red, como son:

- El despliegue de la Red LTE –*Long Term Evolution*– en 23 nuevas ciudades, con la instalación de 1,700 nuevas estaciones. Entre los nuevos mercados se encuentran: Veracruz, Mérida, Cancún, Torreón, Cuernavaca, Villahermosa y Aguascalientes.
- El enfoque de recursos para la evolución del *Backbone* de Transmisión, –red principal de fibra óptica que une las 150 salas de conmutación a nivel nacional–. Esta red de transporte será sustituida por una red de última generación óptica DWDM de 100Gbps, multiplicando por cinco su capacidad actual de transmisión de datos.
- La instalación de fibra óptica en 1,500 estaciones base, sustituyendo su medio de transmisión actual de microondas. Con esto, duplicamos el número de estaciones fibradas en la red y garantizamos la capacidad para los nuevos servicios de datos que brinda LTE.

BUENAS PRÁCTICAS

DATA CENTER DE IXTLAHUACA

Como muestra del compromiso con México y del propósito por fortalecer nuestra infraestructura de telecomunicaciones y despliegue de nuevos servicios de operación, creamos el *Data Center* de Ixtlahuaca, el cual ofrece servicios orientados a las necesidades de productividad, crecimiento y utilidad de las PyMEs, negocios y empresas, tales como redes, servicios digitales desde la nube, *hosting*, *housing*, *backup* y sistemas de recuperación ante desastres, entre otros.

Con este inmueble mejoraremos el servicio que prestamos a los ya más de 26 millones de usuarios en México y brindaremos a las pequeñas y grandes empresas los servicios que son el futuro de las telecomunicaciones, como la virtualización y los servicios en la nube.

Tras haber superado las pruebas de calidad y confiabilidad, el *Uptime Institute* entregó al *Data Center* Ixtlahuaca la certificación Facility TIER III, por contar con la infraestructura necesaria para brindar servicios de primer nivel y sin interrupciones ante cargas y fallas críticas en cada uno de los sistemas que conforman la operación.

Adicional a los estándares de calidad, el centro cumple con normas sustentables únicas en materia de eficiencia energética y gestión ambiental, como la recuperación de agua pluvial, un sistema de enfriamiento con agua e insonorización de las salas de generadores para evitar ruido, entre otros.

El *Data Center de Ixtlahuaca* representa para Telefónica México una **inversión** superior a los **\$1,000 millones**

Además, en Telefónica México fuimos acreedores al premio otorgado por el *DatacenterDynamics Awards* Latinoamérica. Nuestro *Data Center* obtuvo el primer puesto en la categoría de Mejor Proyecto de Transformación y fue finalista en la de Mejor Proveedor de Servicios dentro del certamen.



Al asumir el reto de mantenernos como la operadora que brinde a los usuarios una red de telecomunicaciones de gran calidad y al buscar opciones de generación de valor para nuestros clientes, en 2016 constituimos una alianza con Ericsson a fin de reforzar la cobertura en espacios interiores, desplegando más de 1,000 puntos de acceso (*Radio Dot System*) en zonas urbanas de la Ciudad de México y aumentando la cobertura en centros comerciales, aeropuertos y edificios.

Este lanzamiento nos permitirá ofrecer experiencias móviles de banda ancha de alta calidad a nuestros clientes en diversos inmuebles que hasta 2016 eran difíciles de cubrir con las redes anteriores, dada la concentración de población y la existencia de espacios cerrados.

Asimismo, con el objetivo de ofrecer a nuestros clientes el mejor servicio de voz y datos, sin importar el lugar en que se encuentren, en 2016 dotamos a 16 estaciones subterráneas del Tren Ligero de Guadalajara con cobertura 3G, condición que permitirá a los usuarios de Movistar realizar llamadas y utilizar sus datos con mayor velocidad, mejor calidad y sin interrupciones durante su trayecto en el medio de transporte, tanto en los andenes como al interior de los túneles.

La implementación del sistema representa la culminación del proyecto nacional de cobertura de estaciones subterráneas del transporte público, el cual contempló un total de 145 estaciones y más de 150 túneles en la Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara.



Innovación

GRI 203: 103-1, 103-2

Para Telefónica la innovación es la herramienta fundamental para ser un actor clave en la revolución digital y para impulsar soluciones capaces de abordar los grandes retos y el desarrollo sostenible de nuestro negocio, posibilitando ofrecer nuevos servicios y productos a nuestros clientes.

La innovación impacta en todas las áreas de nuestra empresa, desde los departamentos de investigación y desarrollo, hasta las unidades comerciales y de negocio que buscan ser más eficaces, justamente a través de la innovación.

203-1, 203-2

Nuestro objetivo es impulsar la generación de nuevas oportunidades de negocio que permitan concebir soluciones que hagan de este mundo un lugar sostenible, a la vez de crear una ventaja competitiva y productos diferenciadores.

Con el propósito de participar activamente en esta revolución digital, en 2016 lanzamos diversas soluciones que tienen como finalidad generar valor a nuestros usuarios. Tal es el caso de:

- *API Exposure Platform (AEP)*. Plataforma que permite a las marcas conectarse a través de una interfaz de programación de aplicaciones (API por sus siglas en inglés) a nuestros soportes de datos.

- *Sponsored Data*. Servicio que permite a una marca otorgar datos patrocinados ante una determinada acción del mismo (completar vistas de video, generar leads, entre otras).
- *Web Banners*. Publicidad en línea que aparece a los usuarios Movistar en sus dispositivos al cumplir ciertas características de segmentación.
- Descarga de apps. Servicio que permite al usuario descargar en su terminal aplicaciones relevantes, a través de una pantalla de bienvenida de Movistar.
- Axonix. Plataforma de intercambio de publicidad móvil controlada y gestionada por un operador móvil.
- Movistar *Cloud* y Seguridad Multidispositivo. Servicios lanzados junto con el servicio de Protección Familiar Movistar y que forman parte de la plataforma de Seguridad global.
- Tú de Movistar. Aplicación disponible para el mercado de prepago y que permite a los usuarios Movistar tener un servicio de voz y de SMS en diversos dispositivos y en cobertura WiFi.

Para asegurar la mejora continua de los productos y servicios que ofrecemos, así como asegurar la protección de nuestros clientes, disponemos de diversos procedimientos internos, tales como:

En 2016 *culminamos nuestro proyecto nacional de cobertura de estaciones subterráneas* del transporte público



- Mayor conocimiento del usuario a fin de ofrecerle información sobre productos y servicios acorde a sus gustos y necesidades.
- El inicio del proyecto antifraude para *bulk*, es decir, las notificaciones SMS que reciben

nuestros usuarios en los dispositivos. Con esta iniciativa, buscamos eliminar las rutas grises o empresas que utilizan vías fraudulentas para hacer llegar mensajes falsos a nuestros usuarios.

OBJETIVOS 2017:

- Integración de servicios *Over the Top* (OTTs) a nuestra aplicación Movistar ON, facilitando la inclusión digital económica a usuarios que no cuentan con tarjeta de crédito.
- Lanzamiento del Programa *Rewards* Movistar ON, con el objetivo de recompensar a los usuarios de nuestra aplicación a través de diversos obsequios.
- Ampliación de la cobertura que ofrecemos a nuestros usuarios.
- Firma de alianzas con socios estratégicos para ofrecer mayores beneficios a nuestros usuarios.
- Lanzamiento de *Brand Sponsor Data*.

BUENAS PRÁCTICAS

GRI 203: 103-1, 103-2, 103-3
203-1, 203-2

TELFÓNICA *OPEN FUTURE*

Desde 2014 apoyamos el fomento y el desarrollo de talento en emprendimiento tecnológico-digital. Apostamos por la innovación en proyectos relacionados con nuevas tecnologías y detectamos el talento en cualquiera de sus fases de madurez. Trabajamos en fortalecer las ideas, iniciativas, PyMEs y empresas de mayor dimensión a través del impulso, la aceleración y la inversión.

Somos el punto de encuentro del emprendimiento global, donde personas con startups, empresas maduras e inversores de todo el mundo compraten sus ideas y proyectos. Creemos que el talento emprendedor da respuesta a las demandas de una nueva era en el campo de la innovación. Creemos en los innovadores y, por eso, queremos ayudarlos dentro del mayor programa global de I+D abierta, dentro de [Teléfonoica Open Future](#).

Una de las iniciativas de Teléfonoica *Open Future* desarrolladas en México es Wayra, donde se proporciona el apoyo que los emprendedores necesitan, recibiendo financiación, *mentoring*, un espacio de trabajo único, conexión con la red global, *networking* entre emprendedores e inversores y la posibilidad de que sus productos puedan llegar a clientes en todo el mundo.

A cinco años de su arranque de operaciones en México, Wayra ha impulsado **48 startups** con una inversión de más de **60 millones de pesos** en capital semilla

Además, la incubadora de negocios de Teléfonoica *Open Future* celebró el Wayra Media Day 2016, evento en el que se dieron a conocer los productos y servicios de ocho nuevas startups, las cuales tienen como objetivo transformar industrias a través del Internet con iniciativas que van desde dotar de inteligencia geográfica a negocios, hasta aplicaciones para la evaluación y análisis de las respuestas emocionales de los consumidores al navegar y usar aplicaciones móviles.

Para conocer más, visita el sitio de [Teléfonoica Open Future](#).



7

Compromiso
*con nuestros
clientes*



Derivado de las tendencias procedentes de la nueva revolución digital, en Telefónica México estamos comprometidos con ofrecer la mejor experiencia a nuestros clientes. De esta manera, contamos con diversos procesos que garantizan proporcionarles las mejores y más innovadoras opciones del sector, como son el análisis del comportamiento del mercado, el análisis de las necesidades de nuestros clientes, el diseño de nuevas ofertas y pilotos en mercados reales para determinar la viabilidad de réplica y ampliación de alcance, así como el lanzamiento de nuevas ofertas.



Satisfacción del cliente



GRI 417: 103-1, 103-2

Nuestros clientes se encuentran en el centro de nuestra estrategia, por lo que tener una comunicación permanente con ellos es vital para mejorar nuestro servicio y, por tanto, su experiencia. Contamos con tres canales principales:

- *Call Center*
- Centro de Atención de Clientes (CAC)
- Web u *online*

102-44

En 2016, los temas abordados por nuestros clientes a través de estos canales estuvieron relacionados con la oferta comercial, servicio técnico, aclaración de cargos, portabilidad, cambios de SIM, atención y servicio a equipos.

GRI 206: 103-1, 103-2

Durante 2016 desarrollamos algunas iniciativas que nos permitieron captar más clientes, asegurando que una mayor cantidad de personas tengan acceso a servicios comunicación, entre las que se encuentran:

- Mejorar e intensificar la comunicación publicitaria de los productos.
- Mejorar la oferta de servicio y de equipos móviles.
- Aumentar la capilaridad de los canales de venta.
- Lanzamiento de nuevos productos y servicios, como:
 - » Planes prepagados
 - » Financiamiento de terminales
- Entregar ofertas diferenciadas a los clientes, mediante la separación del escenario de tarificación de datos para Whatsapp, YouTube e Instagram.
- Incrementar la cultura de autogestión de nuestros clientes, a través de la optimización de las funciones de nuestras Apps para mejorar la experiencia del cliente.

Además, en el periodo realizamos acciones diferenciadas para aumentar la satisfacción de nuestros clientes en cada uno de los segmentos, con el fin de brindar atención a necesidades específicas. Lo anterior, en un entorno de mercado altamente competitivo –producido en gran parte por las medidas emitidas en 2014 por

el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) para garantizar la competencia efectiva en el sector– y en un contexto de transformación en los procesos internos hacia el mediano y largo plazos.

En Telefónica México establecemos las medidas necesarias para cumplir con la normatividad y atender los requerimientos y expectativas de nuestros clientes, por lo que durante 2015 y 2016, llevamos a cabo el seguimiento de las denuncias aplicables respecto a las prácticas que fueran contrarias al cumplimiento de los lineamientos dictados por el IFT.

Así, con base en los seis factores que determinan la Experiencia del Cliente, ejecutamos las siguientes acciones:

- Analizar la experiencia del cliente que utiliza nuestro producto o servicio.
- Velar por mantener una gran experiencia para el cliente, en la que los cambios en el entorno del sector le impacten en la menor medida posible.
- Identificar las zonas de riesgo y emitir recomendaciones para actuar de manera uniforme cuando se presenten.
- Reforzar el compromiso de todos los actores



de la compañía con el cliente final.

- Asegurar la consistencia de la experiencia en los diferentes canales de atención y venta.
- Identificar y solucionar los problemas, molestias, inconformidades o necesidades del cliente.
- Recoger e integrar la voz del cliente en los momentos de verdad.

Al cierre de 2016 obtuvimos un Índice de Satisfacción del Cliente (ISC) de 8.61, con lo que, aunque disminuimos 0.08 puntos porcentuales con respecto al año anterior, nos mantuvimos como la mejor operadora del mercado mexicano en cuanto a satisfacción de cliente. Además, nuestra marca comercial Movistar recibió nuevamente el galardón *Best Consumer Experience* (BCX), otorgado por la firma IZO a las empresas con mejores prácticas y mayor grado de innovación en experiencia del cliente en Iberoamérica.

El reconocimiento se basa en una encuesta *online*, abierta durante un año y conformada por 50 preguntas relacionadas con el grado de satisfacción del cliente y su interacción con una marca determinada. Los encuestados son consumidores de entre 18 y 75 años de edad, quienes cuentan con cierta experiencia en Internet. El estudio permite evaluar los canales de interacción con los usuarios, las emociones generadas y la interacción con ellos



en momentos clave. Es así como Movistar fue la empresa que inspiró el mayor optimismo entre los clientes.

Con el fin de incrementar el Índice de Satisfacción del Cliente (ISC), tomamos medidas adicionales, entre las que se encuentra la suscripción del

convenio de colaboración con la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), cuyo objetivo es establecer una vinculación directa con la industria de telecomunicaciones para promover la conciliación pronta y expedita en favor de los consumidores.

En 2016 fuimos la operadora mejor calificada dentro del sector de telecomunicaciones nacional, por lo que nuestra marca *Movistar* fue *reconocida* por IZO con el *Sello BCX* debido a que cuenta con las mejores prácticas y el mayor grado de innovación en experiencia del cliente

En 2016 firmamos un *convenio* de colaboración con la *PROFECO* para promover la *conciliación pronta y expedita* en favor de los *consumidores*





BUENAS PRÁCTICAS

GRI 417: 103-3
417-2

CONVENIO DE COLABORACIÓN CON PROFECO

En este acuerdo nos comprometimos a tomar las acciones que permitan atender de manera eficaz y eficiente las reclamaciones de los consumidores presentadas ante la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) y promover una pronta resolución a favor de nuestros clientes.

El pacto contempla la instalación de teléfonos de atención inmediata de Movistar en las 56 delegaciones y subdelegaciones de la PROFECO en el territorio nacional, a través de los cuales los consumidores podrán realizar el proceso de conciliación de manera inmediata. En Telefónica México asumimos la responsabilidad de difundir en sitios visibles de nuestros 117 Centros de Atención a Clientes (CACs), el Decálogo de los Derechos de los Usuarios de Telefonía Móvil, así como de promover la inscripción de nuestros usuarios en el Registro Público de Consumidores para evitar Publicidad (REPEP).

En el marco de la firma de este convenio, la PROFECO dio a conocer que, durante el periodo de enero a septiembre de 2016, obtuvimos uno de los índices relativos más bajos en el número de quejas de los operadores de telefonía móvil ante la institución: 1,876* sobre una base de 27 millones de clientes. Estamos convencidos que estos resultados se derivan de que los clientes son el eje central de nuestra estrategia, por lo que seguimos trabajando por la mejora continua y buscamos autorregularnos para ofrecer a nuestros usuarios una experiencia diferencial de atención.

Derivado de ello, en 2016, en Telefónica México fortalecimos la digitalización de nuestros procesos para mejorar la cadena de valor de cara al cliente a través de nuestros módulos de atención web y de los canales digitales de comunicación. Así también, constituimos el área de Defensoría del Cliente que, en conjunto con el área Jurídica, se encargan de resolver las quejas de usuarios que se presentan ante el IFT y la PROFECO.

En 2016 creamos la *Defensoría del Cliente* para atender las *reclamaciones* que presenten nuestros clientes ante el *IFT* y la *PROFECO*



Con el fin de contribuir a la mejora en la satisfacción del cliente y cuidar el medio ambiente, en 2016 continuamos el trabajo para incrementar el número de facturas electrónicas:

- Solicitud de correo electrónico a los clientes en su contacto con nuestro *Call Center*.
- Identificación de los clientes con factura impresa para invitarlos a cambiar a factura electrónica.
- Integración de nuestros clientes empresariales en el proceso de factura electrónica, así como mejorar su experiencia al respecto.
- Reforzamiento del proceso de registro desde la activación, permitiendo que el índice de quejas de entrega de factura disminuyera en un 94%.

El proceso de mejora continua en términos de facturación impacta directamente en el suministro de información clara, precisa y puntual a nuestros clientes, con lo que es posible que conozcan de manera certera sus tarifas y consumos. Entre las medidas que aplicamos en este sentido durante 2016 se encuentran las siguientes:



- Envío de una carta a los clientes de primera factura con la explicación del método para calcular la facturación.
- Llamada telefónica a una muestra de clientes de contratación reciente para verificar la satisfacción respecto a la factura recibida.
- Establecimiento de una grabación para los clientes con aclaración de pronto pago para que nuestros clientes identificaran el motivo del cobro en factura de manera ágil y eficaz.
- Incorporación de Terra –empresa de tecnología que forma parte de Grupo Telefónica– para el envío de correos electrónicos y SMS, mejorando así los procesos de envío e interfaz de seguimiento para el reporte de resultados.
- Envío de información relevante en un Newsletter adjunto a las facturas pospago, medio que nos ha permitido reforzar el vínculo con nuestros clientes.
- Gestión de facturas impresas devueltas para su envío a través de SMS, logrando disminuir la cantidad de quejas por la no recepción de facturas.

El **99.35%**
de nuestras *facturas*
ya son *electrónicas*

Incremento de **1.18%**
en el número de cuentas con
facturación electrónica, con
respecto a 2015



HITOS 2016

- Crecimiento en el número de clientes en un 15% con respecto a 2015.
 Cumplimiento al 100%
- Aumento en el ingreso por concepto de pospago en un 21% con relación al año 2015.
 Cumplimiento al 100%
- Transformación tecnológica en el segmento de pospago.
 Cumplimiento al 100%
- Implementación de tasación en línea.
 Cumplimiento al 100%



- OBJETIVOS 2017:**
- Mejorar la experiencia del usuario con mayor cobertura, a través del establecimiento de alianzas con otros operadores.
 - Incrementar la transparencia de nuestros servicios por medio de la utilización de herramientas digitales.
 - Incrementar los puntos de contacto con nuestros usuarios mediante el crecimiento en el número de tiendas.
 - Implementación de la Fase II del sistema Ónix para el segmento de pospago.



Confianza digital



GRI 418: 103-1, 103-2

La Confianza Digital representa un elemento clave dentro de nuestra estrategia. Además, se trata de un tema que resultó relevante de acuerdo con los hallazgos de nuestro Panel Asesor de Negocio Responsable. Su gestión a nivel global recae bajo la supervisión del Consejo de Administración, a través de la Comisión de Regulación y Asuntos Institucionales.



¿Cómo entendemos la confianza digital?

Se refiere a la protección de los derechos de privacidad, seguridad de los datos y de la información, así como la protección del derecho a la libertad de expresión.

En términos de confianza digital, en Telefónica contamos con:

- El *Chief Data Officer*, quien forma parte del Comité Ejecutivo del Grupo y tiene por objetivo definir la estrategia global de la Compañía en materia de datos, es decir, los servicios de inteligencia cognitiva asociados al *Big Data*. Esta función estratégica nos garantiza que la privacidad y la seguridad de los datos sean un elemento prioritario a considerar en todos nuestros servicios, estemos donde estemos.
- El *Chief Privacy Officer*, quien vela por el cumplimiento de la Política de Privacidad en todas las operaciones donde estamos presentes.
- Un *Data Privacy Officer* en todos los lugares donde operamos, quien garantiza que nuestras actuaciones a nivel local son coherentes con nuestras normativas internas y externas.
- El Comité de Privacidad, ente responsable de coordinar todas las actuaciones de cumplimiento en materia de protección de datos.

La *confianza digital* es un elemento *clave* en nuestra *promesa cliente* y debemos ir más allá del cumplimiento legislativo

Durante 2016, se realizaron tres *Comités* y se abordaron asuntos de diversa índole como *nuevos retos* en materia de *protección de datos* o *criterios de seguridad en la nube*

En materia de seguridad, contamos con:

- El Director Global de Seguridad, máximo responsable de la organización de seguridad en el Grupo Telefónica, con reporte directo al CEO. Su ámbito de responsabilidad incluye la protección de los activos del Grupo, tanto en su organización vertical (incluyendo sus unidades de negocio) como en su dimensión transversal (aplicable a sus tres plataformas): infraestructura y activos de red, tecnologías de la información y productos y servicios.
- Responsables de Seguridad, tanto a nivel global como local, cuyas obligaciones y responsabilidades están definidas y coordinadas por el Director Global de Seguridad. A cada empresa del Grupo se le asigna uno de estos Responsables de Seguridad, dependiendo de cuál sea la solución más eficiente y eficaz en cada caso.

GRI 418: 103-3

- Un Comité Global de Seguridad que se celebra cada ocho semanas, presidido por el Director Global de Seguridad y en el que participan los Responsables de Seguridad de las funciones, empresas o territorios que se determinen, así como las áreas que se consideren necesarias en cada momento. En dicho Comité se realiza seguimiento del Plan Estratégico Global de Seguridad y del conjunto de actividades destinadas a impulsar los planes de acción específicos; asimismo, en el Comité se expone información relevante en materia de Seguridad para el Grupo tanto en el ámbito interno como externo.



Para conocer mayor información sobre la Gobernanza de la Confianza Digital a nivel global, visita el [Informe Integrado 2016 de Telefónica S.A.](#)





LA CONFIANZA DIGITAL EN TELEFÓNICA MÉXICO

GRI 418: 103-1, 103-2

En Telefónica México, además de dar cumplimiento a las políticas emanadas por nuestra sociedad matriz, contamos con la Política, la Oficina y el Comité de Protección de Datos Personales –conformado por representantes de las áreas involucradas en el tratamiento de este tipo de información—. Dada la importancia de este tema, lo monitoreamos de manera permanente dentro del mapa de riesgos locales y reputacionales.

En Telefónica México cumplimos con lo establecido por la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP) y por la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. Para asegurarlo, implantamos la normativa interna necesaria para garantizar la privacidad y protección de la información y datos personales de nuestros grupos de interés.

Por ello, establecemos las medidas de seguridad que deben cumplir las áreas de negocio y que promueven la confidencialidad y accesibilidad en las operaciones, sin perder el control ni

las restricciones sobre la información. De igual manera, asentamos cláusulas respecto al tratamiento de los datos en todos los instrumentos jurídicos que se celebran con los encargados de la gestión de información con el fin de fomentar la corresponsabilidad en el cuidado de la misma.

Así, recabamos los datos personales únicamente después de dar a conocer el Aviso de Privacidad a nuestros grupos de interés, instrumento en el cual comunicamos la finalidad para la cual utilizaremos su información.

Para estos efectos, cumplimos con las directrices establecidas por la LFPDPPP referentes a poner a disposición de los titulares nuestro Aviso de Privacidad a través de diversos formatos:

- Para el caso de nuestros clientes, pueden acceder a él a través de medios impresos, visuales, digitales y sonoros, disponibles en los CAC's, puntos de venta, grabación telefónica y el portal de Internet.
- Los visitantes a nuestro corporativo pueden consultarlo en un medio impreso.

- Nuestros colaboradores cuentan con el formato impreso y digital, a través del área de Recursos Humanos, la Oficina de Protección de Datos Personales y en los portales de Intranet y *Sucess Factors*.

De conformidad con la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, debemos conservar algunos datos de nuestros clientes durante un periodo de dos años. Lo hacemos resguardándolos bajo medidas de seguridad físicas, administrativas y tecnológicas.

GRI 418: 103-3

Con el objetivo de evaluar el desempeño de los procesos y determinar nuestro nivel de cumplimiento en materia de protección de datos personales, en 2016 llevamos a cabo auditorías internas y externas basadas en diversos instrumentos corporativos:

- Sistema de Gestión de Seguridad de Datos Personales. Es un sistema de gestión general para establecer, implementar, operar, monitorear, revisar, mantener y mejorar el tratamiento y seguridad de los datos personales en función del riesgo y de los principios básicos previstos en la LFPDPPP, su Reglamento, la normatividad secundaria y

cualquier otro principio que la buena práctica internacional estipule en la materia.

- Política para Recomendaciones sobre medidas de Seguridad aplicables a los Sistemas de Datos Personales. Documento que dispone la clasificación de la información, el nivel de seguridad de datos personales, así como las medidas de seguridad con las que deben contar los Sistemas de Datos Personales de acuerdo con el marco jurídico vigente y el marco normativo de Telefónica México. El personal responsable de clasificar la información debe tener conocimiento sobre las recomendaciones señaladas en esta política.

- Gestión de Incidentes. Procedimiento que reúne los pasos a seguir para gestionar cualquier incidente que comprometa la seguridad en el tratamiento de datos personales dentro de Telefónica México, así como las medidas aplicadas para mantener la integridad, confidencialidad y disponibilidad de los datos personales mediante mecanismos basados en la prevención o detección de problemas de seguridad y la notificación y gestión de los mismos.

En 2016 efectuamos *auditorías internas y externas* para determinar el *nivel de cumplimiento en materia de protección de datos personales*



BUENAS PRÁCTICAS

CERTIFICACIÓN NYCE

Todas las empresas, organizaciones y personas físicas estamos obligadas a cumplir con la LFPDPPP y tenemos la opción de adoptar un esquema de autorregulación que nos permita obtener una certificación voluntaria, de conformidad con los Parámetros de Autorregulación en materia de Protección de Datos Personales establecidos en el Diario Oficial de la Federación del 29 de mayo de 2014.

En Telefónica México estamos comprometidos con la seguridad de nuestros grupos de interés y, con base en la filosofía que emana desde nuestro Corporativo, tenemos la convicción que debemos ir más allá del cumplimiento normativo. Es por ello que en agosto de 2015 obtuvimos la Certificación NYCE, la cual consistió en una auditoría realizada por el organismo Normalización y Certificación NYCE, S.C., quien revisó diversos temas relacionados con el cumplimiento de la legislación aplicable, así como de los principios de licitud, consentimiento, información, calidad, finalidad, lealtad, proporcionalidad y responsabilidad, con base en nuestro inventario de datos personales.

En julio de 2016 NYCE efectuó una auditoría de vigilancia con el objetivo de evaluar el cumplimiento de nuestro esquema de autorregulación, logrando mantener la vigencia de la certificación.



Aunado a este robusto conjunto de procesos, en 2016 continuamos reforzando el conocimiento de nuestros colaboradores internos y externos en materia de protección de datos personales a través de diferentes acciones, como son:

- Impartición de capacitación a nuestro personal a través del curso de inducción dirigido a los colaboradores de nuevo ingreso.

- Lanzamiento de los cursos *e-learning*:
 - » "Protección de Datos Personales en *Success Factors*", dirigido a colaboradores con una participación al cierre del año del 95%.
 - » "Protección de Datos Personales en Conoce +" dirigido a ejecutivos –personal externo– de los Centros de Atención y Ventas (CAVs) por medio de su plataforma de consulta.
- Reforzamiento de la información brindada a distribuidores mediante el Manual de Datos Personales para Distribuidores y capacitaciones presenciales impartidas por el área de Compliance y/o nuestros formadores comerciales.
- Mantenimiento de un módulo en el menú principal de la Intranet corporativa para que los colaboradores cuenten con las herramientas necesarias para actuar en materia de datos personales.
- Sensibilización a todo el personal de Telefónica México a través de esfuerzos específicos sobre la importancia del cuidado de los datos personales de nuestros clientes, así como de la privacidad, por medio de comunicados en pantallas de pasillos, elevadores, correos electrónicos, compendios, mensajes IPs en teléfonos, entre otros.

185 *colaboradores asistentes* a los cursos de *inducción* para nuevos ingresos

50 *colaboradores capacitados* en la inducción para nuevos ingresos regionales *vía Webex*

2,390 *colaboradores internos* participantes en el *curso e-learning*

832 *colaboradores externos* participantes en el *curso e-learning*



HITOS 2016

- Mantener la Certificación en materia de datos personales, tras la auditoría de verificación de NYCE.
- Realización de una auditoría interna en la que se verificaron los procesos y políticas, generando un plan de acción para su actualización y mejora.
- Implementación del curso *e-learning* en la plataforma *Success Factors*, acompañado de una campaña de difusión y seguimiento, logrando el 100% de participación a nivel corporativo.



Cumplimiento al
100%



Cumplimiento al
100%



Cumplimiento al
100%



BUENAS PRÁCTICAS

102-44

PROTECCIÓN FAMILIAR MOVISTAR

En línea con las directrices de nuestro Corporativo, en 2016 creamos el Portal de Seguridad en el que incluimos noticias, consejos y herramientas enfocadas a la seguridad en Internet. En Telefónica México tenemos la responsabilidad de fomentar el uso seguro y responsable de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) por los menores. Por esta razón, uno de los nuevos servicios que ofrecemos es Protección Familiar Movistar, el cual consiste en una opción para la protección de la vida digital de los niños.

Protección Familiar Movistar es una solución de seguridad para dispositivos móviles (*smartphones* y *tablets*) que presenta una gran variedad de funcionalidades: antivirus, antirrobo, protección de navegación y protección bancaria, además de un servicio de control parental. Es decir, los padres pueden supervisar la actividad de los menores en Internet, establecer límites de uso responsables, bloquear contenido inapropiado o peligroso, restringir o bloquear el uso de juegos y aplicaciones. Todo ello en tiempo real desde el Portal Familiar.

Para informar a nuestros clientes sobre el uso de este servicio y los beneficios que trae consigo, contamos con el Manual de Usuario, disponible en nuestra [página web](#).

OBJETIVO 2017:

- Conseguir la recertificación NYCE al cumplir con los requisitos establecidos por la LFPDPPP, su Reglamento y los Parámetros de Autorregulación en materia de protección de datos personales.
- Generar nuevo contenido para el curso *e-learning* para incrementar el alcance y el nivel de conocimiento en protección de datos personales por parte de colaboradores externos.
- Implementar los planes de mejora indicados en el proceso de auditoría interna para eficientar los procesos y políticas en protección de datos personales.



Publicidad responsable



GRI 417: 103-1, 103-2

Con base en nuestros Modelo de Negocio Responsable, en Telefónica México la comunicación publicitaria se rige por principios éticos de honestidad y transparencia –definidos en nuestros Principios de Negocio Responsable (PNR) y en las normas éticas de comunicación publicitaria del Grupo Telefónica–, pues nuestras marcas comercial y corporativa –Movistar y Telefónica, respectivamente– se caracterizan por ser íntegras y de confianza, que aportan a la vida de las personas y siempre buscan llevar la tecnología de manera sencilla y accesible para todos.

417-1

De igual forma, nuestro código interno se alinea al Código de Ética Publicitaria descrito por la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (AMAP) y nos regimos por las disposiciones establecidas por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT).

Las agencias de publicidad con quienes trabajamos se encuentran adscritas a la AMAP, por lo que todas nuestras comunicaciones publicitarias deben:

- Emitirse con apego a las disposiciones jurídicas en vigor.
- Señalar las propiedades o peculiaridades comprobables de los productos o servicios.
- Utilizar 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 por las personas sin distinción de edad, sexo, nacionalidad, religión, afiliación política o condición social.

Asimismo, toda comunicación tradicional y digital se encuentra apegada a las normativas de publicidad no engañosa dictadas por la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) como organismo regulador externo.

Los *valores* y *misión* de las *agencias de publicidad* con quienes trabajamos se relacionan directamente con *nuestra filosofía como empresa*





GRI 417: 103-3

Proceso para garantizar la transparencia y claridad en la publicidad de Telefónica México

PUBLICIDAD RELACIONADA CON PROMOCIONES O PLANES DE CUALQUIER MONTO



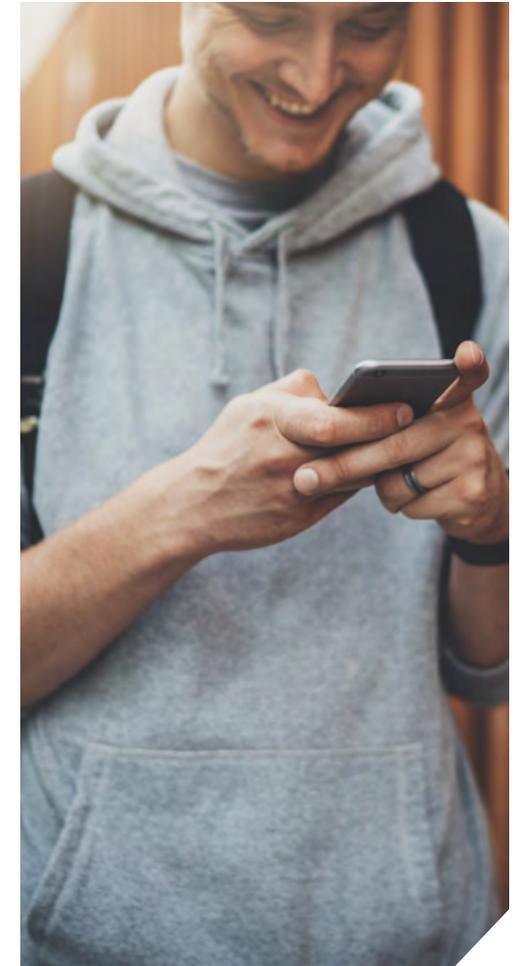
DESARROLLO POR MARKETING PRODUCTO



REALIZACIÓN DE MATERIAL PUBLICITARIO

OBJETIVOS 2017:

- Mejorar el posicionamiento de nuestras marcas aportando valor a la vida de las personas e implementando iniciativas para democratizar la tecnología y el servicio a la mayor cantidad de personas posible en el país.
- Continuar construyendo los valores de marca a través de comunicación y ofertas con base en la transparencia, honestidad y cobro justo por los beneficios de nuestra marca.
- Intensificar la presencia de nuestras iniciativas de responsabilidad social entre el público en general.





8

Compromiso
*con nuestro
equipo*



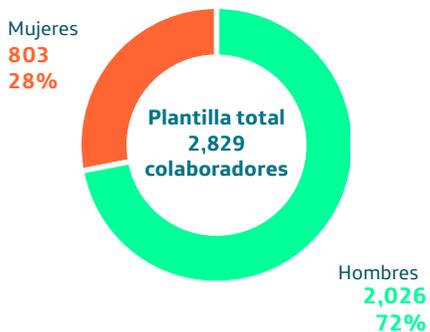
El mejor talento

GRI 401: 103-1
102-8

En Telefónica México continuamos siendo motor de progreso al generar fuentes de empleo. Estamos firmemente comprometidos con el desarrollo profesional de nuestros colaboradores y les brindamos las mejores oportunidades de crecimiento y aprendizaje, asegurándonos de contar con el mejor equipo de profesionales, con miras hacia nuestra consolidación como una *Onlife* Telco de vanguardia.

405-1

DESGLOSE DE PLANTILLA POR GÉNERO 2016*



* Los datos contenidos en la gráfica anterior consideran a los colaboradores de las empresas Telefónica México, TIS México, Terra México, Media Networks México Soluciones, Telefónica on the Spot, TGT México, Pléyade México y Fisatel México.



102-41, 401-1

2,829
colaboradores en *plantilla fija*

28%
de la *plantilla* son *mujeres*

530 *colaboradores*
con *convenio negociado*, es decir, *18% del total*

22.20 *índice de rotación*

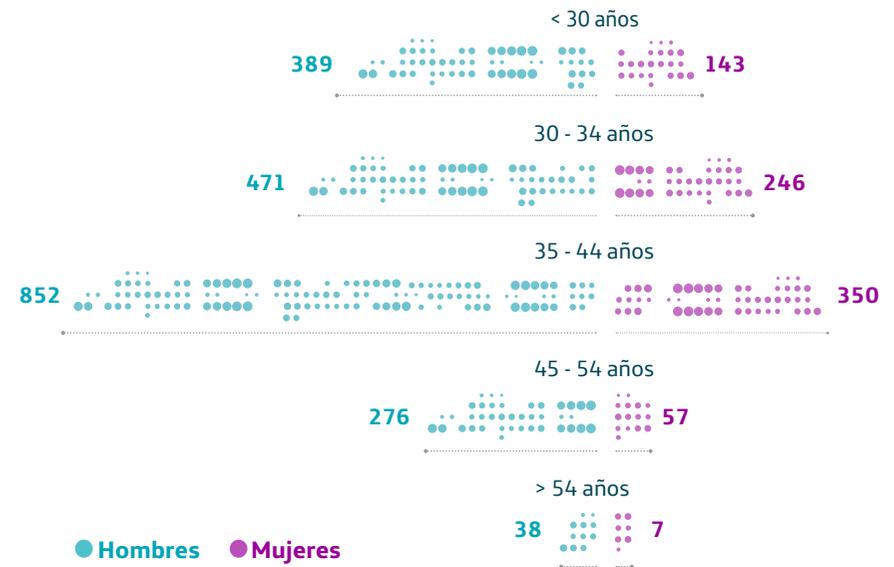
401-1

Cerramos 2016 con 2,829 colaboradores en plantilla fija, lo cual supone un incremento de 14% con respecto al año anterior; 530 de ellos contaban con convenio negociado, es decir, la cantidad de colaboradores sindicalizados presentó un aumento de 27% con relación al cierre de 2015.

De conformidad con la filosofía de nuestra sociedad matriz y con nuestros Principios

de Negocio Responsable, la diversidad es un aspecto esencial en Telefónica México, pues respetamos la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, así como las directrices de la Organización Internacional del Trabajo. Así, la diversidad representa un factor de enriquecimiento al interior de la compañía y nos permite tener un mejor acercamiento a nuestros clientes y comprender sus necesidades y expectativas.

PIRÁMIDE DE EDAD DE LOS COLABORADORES





Atracción y desarrollo de talento

En Telefónica México Elegimos Todo_. Elegimos contribuir al progreso de la sociedad a través de la generación de empleo y apostamos por contar con el mejor talento. Es así como contamos con la Política para la Atracción de Talento, la cual tiene por objetivo establecer los lineamientos generales relativos a este procedimiento y es aplicable a todos los niveles de la empresa.

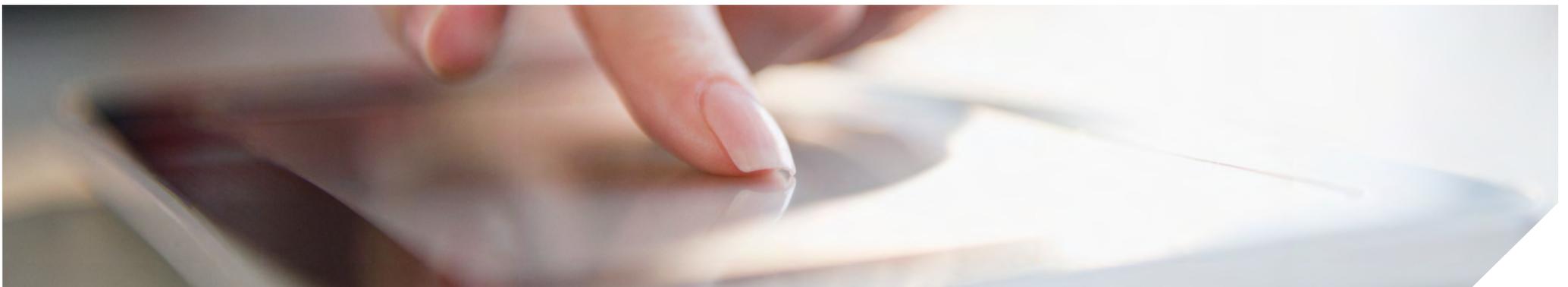
El medio que utilizamos para atraer talento es la plataforma *Success Factors* –empresa del grupo SAP, proveedor de *software cloud* para la ejecución empresarial–, cuyo módulo de reclutamiento es la solución integral que permite atraer, interesar, seleccionar y contratar a los candidatos que mejor se ajusten a las necesidades de nuestra compañía.

Además de buscar el talento internamente, utilizamos nuestras redes sociales oficiales y ferias universitarias para publicar las posiciones a cubrir en sitios como los siguientes:

| | |
|--|--|
|  | Herramienta en la que publicamos vacantes de mandos operativos, perfiles técnicos y comerciales. |
|  | Plataforma en la que publicamos vacantes de mandos medios y directivos, principalmente. |
|  | Bolsas universitarias de trabajo, para la publicación de vacantes de nivel operativo y medio. |

Es de destacar que en Telefónica México somos una promotora de oportunidades. Así, contamos con una oferta de posibilidades para la atracción del talento de jóvenes mexicanos:

- **Programa Ejecutivos de Verano**, cuyo objetivo es integrar a estudiantes de los primeros semestres de la universidad y que sean mayores de 18 años, con el fin de despertar en ellos el interés por iniciar su desarrollo en el mundo laboral y que, en un futuro, puedan ser parte del talento en Telefónica México.
- **Prácticas profesionales** dentro de nuestra compañía para la adquisición de experiencia y profesionalización en el sector de las telecomunicaciones.
- **Programa de becarios**, el cual consiste en seleccionar a los mejores estudiantes de los últimos semestres de la universidad para su integración en proyectos por tiempo parcial.





BUENAS PRÁCTICAS

TALENTUM

En 2016 nuestro Corporativo creó un nuevo programa de incorporación de talento. En México está enfocado en el desarrollo acelerado de jóvenes recién egresados de la universidad y que cuentan con un alto potencial para lograr que lleguen a ocupar puestos de liderazgo dentro de la compañía.

El programa ha tenido un éxito tal, que nos encontramos desarrollando a la segunda generación. Al cierre de 2016 contábamos con 49 participantes.

El plan de desarrollo en el programa incluye el diagnóstico de competencias, un *coaching* personalizado, sesiones transversales de formación y retroalimentación.

Una vez que los colaboradores y talento joven son parte de nuestro equipo de profesionales, fomentamos en ellos la vivencia de nuestra cultura a través de los Principios de Negocio Responsable y las 7 actitudes corporativas, lo que en conjunto nos lleva a lograr los objetivos de negocio.

7
ACTITUDES
CORPORATIVAS

1 Ser una empresa honesta, transparente y orientada al cliente

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

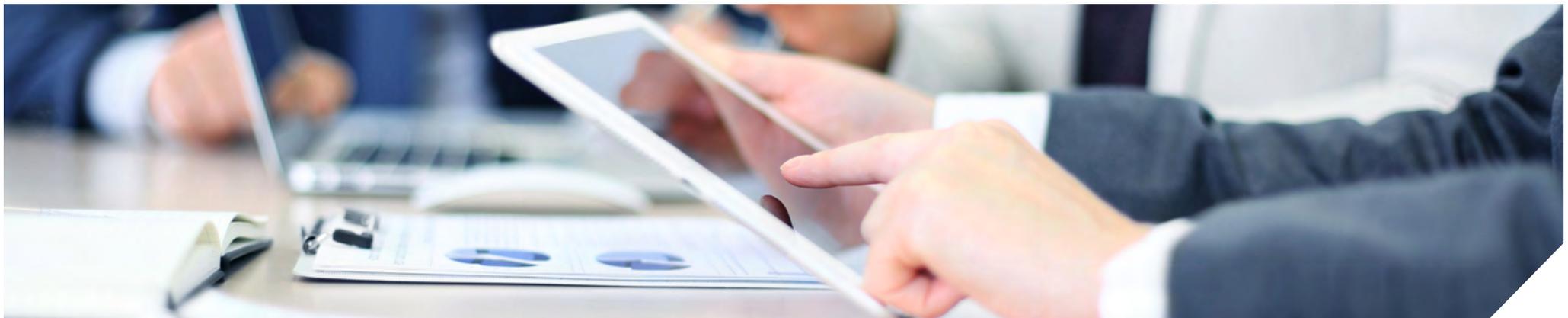
3 Orgullo: jugar para ganar

4 Un solo equipo: todos alineados

5 Mentalidad de atacante: foco y consistencia

6 Liderazgo y meritocracia

7 Estar presentes, celebrar y pasarla bien





GRI 404: 103-1, 103-2

Amamos hacer la diferencia, por lo que nos enfocamos en conformar un solo equipo y conducirnos hacia la misma dirección, donde la fórmula del éxito es la conjunción entre la comunicación y la alineación en torno a nuestras prioridades.

Somos una empresa meritocrática que premia el liderazgo de quienes más contribuyen, aportan, están comprometidos y que hacen la diferencia; motivamos a nuestro equipo de trabajo hacia el crecimiento, la superación de desafíos y la construcción sobre logros alcanzados.



404-2

Es así como en Telefónica México garantizamos el desarrollo de nuestros colaboradores y potenciamos sus habilidades para ayudarlos a obtener los mejores resultados. Lo hacemos a través de su involucramiento en las estrategias con las que es posible fortalecer su trabajo y entusiasmo por alcanzar nuestra visión, así como por medio del fomento al autodesarrollo, promoviendo su evolución personal y profesional al motivar su implicación en la mejora de sus propias capacidades y competencias, respondiendo a diferentes necesidades:

- Competencias técnicas. Se trata de cursos especializados a nivel técnico en el área requerida por el colaborador.
- Habilidades suaves. Son cursos que tienen por objetivo incentivar habilidades de competencia como trabajo en equipo y liderazgo.

De esta manera, constantemente difundimos entre nuestro equipo los programas disponibles en la plataforma *Success Factors*, así como los que son impartidos presencialmente por nuestros instructores internos.

404-1

64,836 horas de formación

2,535 colaboradores capacitados

486 millones de pesos por concepto de gastos de formación

25.6 horas de formación en promedio por colaborador



GRI 404: 103-3

En 2016 apostamos por el incremento de las herramientas electrónicas de capacitación, así como por la gestión de alianzas tácticas, acorde con nuestra estrategia de ser una compañía digital en un mundo global. Con ello, incrementamos en 7% el número de horas de capacitación.

Aunado a las modalidades de formación *online* y presencial con que contamos, realizamos convenios con las principales universidades del país para proporcionar descuentos y becas a nuestros colaboradores. Asimismo, llevamos a cabo una feria con este tipo de instituciones educativas, en la cual proporcionan información sobre la oferta de planes de carrera o cursos.

Un ejemplo de ello es el programa de becas Fundación Carolina, mismo que efectuamos de manera conjunta con nuestra sociedad matriz y consiste en subsidios que se cubren al 100% con una duración de nueve a 18 meses para llevar a cabo los estudios en España. En 2016, un colaborador de Telefónica México fue acreedor a esta beca.

Como parte de nuestra estrategia para el desarrollo de talento, contamos con iniciativas de rotación y movilidad internacional. Tal es el caso de nuestro Programa Hispam + Brasil, el cual permite a nuestros colaboradores adquirir experiencia internacional y multifuncional –además de enriquecimiento cultural–, ampliando las capacidades globales de nuestros altos potenciales.

Programa *Hispam + Brasil*

En Telefónica México **1 colaborador fue beneficiado** con el programa y recibimos a **3 colaboradores del extranjero**



EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

GRI 404: 103-1, 103-2



En Telefónica México promovemos la libertad con responsabilidad, así como la libre toma de decisiones, a través de esquemas de autogestión y un modelo de evaluación de desempeño estructurado, cuyos lineamientos se encuentran establecidos en la Política de Evaluación de desempeño y en la Política Bono anual por desempeño, aplicables al personal de todos los niveles jerárquicos de nuestra empresa, incluido el Comité de Dirección.

Contamos con dos evaluaciones. La primera de ellas es la Evaluación de *Performance*, realizada a través de la plataforma *Success Factors* y que consiste en una autoevaluación del logro de los objetivos del año anterior y una valoración por parte del responsable directo del ejecutivo. Los objetivos deben cumplir con las características SMART –por sus siglas en inglés–, las cuales se describen a continuación:

- **Específicos.** Deben ser claros y enfatizar en las tareas que el colaborador desee lograr.

- **Medibles.** Deben establecer criterios concretos para medir el progreso hacia la obtención de los objetivos que el colaborador plantee.
- **Alcanzables.** Los objetivos deben estar dentro del alcance del colaborador y deben ser racionales.
- **Relevantes.** El colaborador debe asegurarse de que cada objetivo sea consistente con el resto de los que ha establecido y concordar con sus planes a corto y largo plazo.
- **Tiempo.** El colaborador debe definir un final para el objetivo, lo que le proporcionará una meta clara por la que debe trabajar.

GRI 404: 103-3

La evaluación por parte del jefe inmediato del colaborador considera el alcance de los objetivos individuales y compartidos, así como su comportamiento, competencias y habilidades.

404-3

100%
de nuestros *colaboradores*
fueron *evaluados* en 2016

Al término de la evaluación, los colaboradores reciben una retroalimentación del jefe inmediato, cuya finalidad es generar el diálogo y establecer acuerdos que ayuden a ambas partes a desarrollarse y desempeñarse de mejor manera, a través de compromisos mutuos. En esta actividad se reconocen aciertos, se identifican áreas de oportunidad y la calificación final obtenida se comunica a los colaboradores.

Por otra parte, llevamos a cabo la Evaluación 360, la cual contempla una autoevaluación, la evaluación por parte de otros colaboradores (pares, clientes internos y el jefe inmediato) y un proceso de *feedback*. Durante 2016 logramos la participación del 99% de colaboradores en dos semanas; asimismo, es de destacar que el 100% de los mandos medios activos fue evaluado.

Informamos a nuestros colaboradores sobre las políticas de evaluación de su trabajo, mientras ellos participan activamente en los procesos de gestión para mejorar su labor, iniciativa y dedicación

OBJETIVOS 2017:

- Implementación del Proyecto Sonia, a través de la migración de los procesos de reclutamiento y selección en una herramienta integral.
- Realización de Evaluación 360 considerando la totalidad de variables empleadas en 2016 para hacer posible la comparabilidad de reportes.
- Dar continuidad al modelo de Evaluación de *Performance*, enfatizando en el proceso de *feedback*.

HITOS 2016


Cumplimiento al
100%

- Incremento de 33% a 40% en el número de mujeres en posiciones de mandos medios (Gerentes y Subdirectores).


Cumplimiento al
100%

- Conclusión del programa de Universidades 2016.



Diversidad e igualdad de oportunidades

GRI 405: 103-1, 103-2



A nivel global, tenemos la convicción de que las empresas son el reflejo de las personas que trabajan en ellas, por lo tanto, para nosotros la gestión de la diversidad es una pieza clave hacia la digitalización de la Compañía.

La diversidad es una importante fuente de talento que nos permite impulsar la inclusión e innovación –líneas estratégicas dentro de nuestra Compañía–, y buscamos atraer y desarrollar el potencial de los mejores profesionales.

Se trata de un tema que impacta directamente en una mejor atención hacia nuestros clientes, a la vez de ser más personalizada, repercutiendo en la cultura de nuestra Compañía, así como en nuestros proveedores y colaboradores.

De este modo, nos hemos propuesto garantizar la igualdad de oportunidades y la atracción



¿Cómo entendemos la diversidad?

Creemos que la diversidad es una fuente de talento y, por tanto, la vivimos como un elemento competitivo que nos permite acercarnos a una sociedad diversa y cambiante. La diversidad fomenta la empatía y la innovación, generando valor para nuestra Compañía y para nuestros grupos de interés.

de talento diverso, reduciendo la brecha de mujeres que ocupan puestos de responsabilidad, atrayendo talento joven y avanzando hacia el desarrollo de buenas prácticas para la consecución de nuestros objetivos.

En este sentido, nuestra apuesta por la diversidad es transversal a toda la organización y constituye un eje estratégico de nuestro Plan de Negocio Responsable.

POLÍTICA DE DIVERSIDAD

Para establecer y regular los principios dentro del Grupo Telefónica que garanticen la igualdad de oportunidades y la diversidad, en 2016 nuestro Consejo de Administración aprobó la Política Global de Diversidad e Inclusión, cuyo objetivo

es asegurar el trato justo, imparcial y libre de todo tipo de discriminación en todos los ámbitos de nuestra organización. Aseguramos así una gestión sin prejuicios asociados a la nacionalidad, origen étnico, religión, género, orientación sexual, estado civil, edad, capacidades físicas o responsabilidades familiares.





CONSEJO GLOBAL DE DIVERSIDAD

GRI 405: 103-3

Para asegurar que nuestra Compañía avanza en la gestión de la diversidad como una fuente de valor, a inicios de 2016, creamos un Consejo de Diversidad compuesto por directivos de primer nivel –mujeres y hombres de diferentes nacionalidades, disciplinas y procedencias– y cuyo objetivo es impulsar iniciativas dirigidas a consolidar la diversidad como palanca clave hacia la transformación digital.

Este Consejo fija las principales líneas de actuación corporativas sobre las que cada país define y despliega sus planes concretos de gestión en el ámbito local. Asimismo, busca ser un espacio para compartir las buenas prácticas y poder replicar y extender a todas las operaciones aquellas iniciativas que obtengan mejores resultados.

La gestión del talento y la diversidad es *una palanca clave en la digitalización* de la Compañía

LA DIVERSIDAD DE TELEFÓNICA MÉXICO

De conformidad con nuestros Principios de Negocio Responsable, las directrices de nuestra sociedad matriz y la legislación aplicable en México, basamos nuestras políticas de atracción, selección, contratación, formación y promoción interna en criterios claros de capacidad, competencia y méritos profesionales. De este modo, impulsamos la igualdad de oportunidades y tratamos a todas las personas de manera justa e imparcial, sin prejuicios asociados a condición alguna.

Diversidad en cifras

405-1

DISTRIBUCIÓN DE MUJERES Y HOMBRES EN LA PLANTILLA TOTAL DE TELEFÓNICA MÉXICO

3 mujeres directivas



1.59% del total de la plantilla compuesto por *mayores de 54 años*

8.82% de los *cargos directivos* son *ocupados por mujeres*

0.25% del total de la plantilla corresponde a *mujeres mayores de 54 años*

5.05% de la plantilla corresponde a *mujeres menores de 30 años*

18.81% del total de la plantilla compuesto por *menores de 30 años*



A escala global, el Consejo de Diversidad ha planteado la igualdad de género como un eje de actuación prioritario en nuestro plan de diversidad, por lo que nuestro Corporativo ha diseñado un plan de trabajo a mediano y largo plazos dirigido a reducir la brecha entre

mujeres y hombres que ocupan puestos de responsabilidad y garantizar la igualdad de oportunidades, así como la atracción de talento en los procesos de selección. En este sentido, se ha fijado la meta de contar con el 30% de mujeres en puestos directivos para el año 2020.

BUENAS PRÁCTICAS

PROGRAMA DE DESARROLLO EJECUTIVO DE LAS MUJERES

En Telefónica México fomentamos el desarrollo de todos nuestros colaboradores, sin importar el género al que pertenecen. Es así como nos sentimos orgullosos por la existencia de un grupo de 32 mujeres ejecutivas –Subdirectoras y Gerentes de Torre Telefónica– que centran su labor en la generación de acciones que impulsen la diversidad en la empresa, el empoderamiento de la mujer y la inclusión.

En 2016, este grupo colaboró en diversas iniciativas:

- Participación en #womansage con tres ponencias: Código X, Empoderamiento de la Mujer y *Mentorship* Código X.
- Propuesta de varias iniciativas enfocadas en la conciliación laboral y familiar, dos de las cuales fueron aprobadas para ser implementadas a partir de junio de 2017:
 - » Contar con un viernes corto al mes con jornada laboral de 8:00 a 13:00 h.
 - » Ampliación de los permisos legales por paternidad y maternidad a 10 días laborales adicionales a los establecidos por ley.

Además, en 2016 el grupo de mujeres ejecutivas impartió dos sesiones de la plática *Woman Leadership* (Liderazgo Femenino)–auspiciada por el Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresa (IPADE)–, cuyo objetivo es empoderar a las mujeres en mandos medios y altos. En ellas se abordaron temas como trayectoria profesional, liderazgo e inclusión.



GRI 407: 103-1, 103-2, 103-3
407-1

Con base en una de nuestras 7 actitudes, todos tenemos derecho a expresar nuestras opiniones con profesionalismo, a contribuir con nuestro libre punto de vista y a ser escuchado. Aunado a ello, reconocemos la importancia con que cuentan las instituciones de diálogo social y los esquemas de intermediación colectiva, por lo que garantizamos el derecho de nuestros colaboradores de pertenecer a la organización sindical de su elección y no toleramos represalia o acción hostil alguna hacia quienes participen en actividades sindicales.

GRI 202, 405: 103-2, 103-3
202-1, 405-2

En términos de igualdad y no discriminación, cabe señalar que en Telefónica México

brindamos a nuestros colaboradores una compensación justa y adecuada de acuerdo con el mercado laboral en el que desarrollamos nuestras operaciones, sin prejuicios de índole alguna.

OBJETIVOS 2017:

Constituir un Comité para determinar los lineamientos corporativos para el establecimiento de sanciones ante faltas en términos de relaciones laborales, de conformidad con criterios establecidos y objetivos.



Clima laboral

GRI 401: 103-1, 103-2

De acuerdo con la perspectiva global, en Telefónica México el fomento de un buen entorno de trabajo es un aspecto esencial para la atracción y retención de talento. Mantener motivado a nuestro equipo de profesionales deriva en proporcionar un servicio de alta calidad a nuestros clientes.

En 2016 contamos con diversas actividades que tienen por objetivo fortalecer el sentido de pertenencia en nuestros colaboradores y el trabajo en equipo, además de generar un buen clima laboral. Tal es el caso de:

- Miércoles para compartir, actividad extralaboral en la que mensualmente beneficiamos a más de 350 colaboradores, creando alianzas y generando un ambiente de compañerismo y diversión.
- Taller *Win Win Mentoring* (Mentoría ganar-ganar), cuyo objetivo fue cerrar la brecha generacional entre Vicepresidentes y millennials, lo que permitió el desarrollo de habilidades digitales y de liderazgo.

- *Feel Good*, iniciativa de bienestar para mejorar el estilo de vida de 300 colaboradores por medio de diversas dinámicas en las que obtuvieron premios como membresías en gimnasios, tarjetas de regalo y clases deportivas.
- Celebración de días festivos, como el día de las madres, día del padre, día de la asistente, Navidad, día de muertos y las fiestas patrias. En cada una de las festividades del país, hacemos sentir especiales a los colaboradores.

404-2

Así, en Telefónica México contamos con una encuesta de clima laboral, la cual es realizada de manera anual y se basa en el modelo de compromiso denominado *Sustainable Effectiveness Model –SEM–* (Modelo de Efectividad Sostenible). Su objetivo es medir si nuestros colaboradores se encuentran motivados, si cuentan con las herramientas y la energía necesarias para contribuir a la transformación de Telefónica.

GRI 401: 103-1, 103-3

Telefónica México fue reconocida a nivel global por su participación en el programa *Win Win Mentoring*, al superar las expectativas y por el alto nivel de participación con 31 duplas

Nuestra encuesta está conformada por 22 preguntas comunes a todos los colaboradores del Grupo Telefónica y un máximo de cinco reactivos específicos por país, divididas en tres ejes con distintos factores impulsores del compromiso:

— Engagement (Compromiso)

Busca medir el orgullo de pertenencia, la visión compartida, las oportunidades de desarrollo, reconocimiento, entre otros.

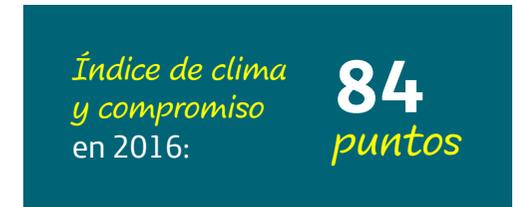
— Enablement (Habilitación)

Identifica las barreras para realizar el trabajo, la colaboración de otras áreas, la receptividad a nuevas ideas, información necesaria, *feedback*, empoderamiento, entre otros.

— Energy (Energía)

Determina la emoción y las ganas por desempeñar su labor, el equilibrio entre vida personal y profesional, así como la actitud positiva ante cierta situación.

El objetivo de la encuesta es lograr la participación del 100% de los colaboradores permanentes con al menos tres meses de antigüedad. Cada uno de los responsables tiene acceso a la plataforma para conocer de manera puntual sus fortalezas y áreas de oportunidad, así como para identificar los puntos clave a enfatizar en los planes de acción anual.



OBJETIVOS 2017:

Aplicación de la encuesta *Hay Group* y mantener el clima organizacional al menos en un 85%.



CONCILIACIÓN



Como parte esencial en la vinculación de la gestión de la diversidad, la igualdad de oportunidades y el buen clima laboral, en Telefónica México contamos con diferentes beneficios para impregnar el entusiasmo en todos nuestros colaboradores y fortalecer el equilibrio personal y profesional. Ejemplos de ello son:

- El apoyo económico para guarderías que proporcionamos a los colaboradores.
- Permiso especial para adopción, beneficio diseñado para que las madres adoptivas tengan la posibilidad de dar la bienvenida a su hijo, con goce de sueldo a partir de la entrega del menor y previo acuerdo con el jefe directo:
 - » 42 días naturales cuando el hijo(a) sea menor de un año de edad
 - » 21 días naturales cuando el hijo(a) sea mayor de un año de edad
- Tarde de verano, en la que nuestros colaboradores tienen una tarde libre al mes en julio y agosto.
- Días flexibles, que consisten en dos días adicionales a las vacaciones correspondientes.

401-3

En 2016, 80 colaboradores gozaron de permiso parental:



43 colaboradoras
Ejercieron incapacidad por maternidad

42 colaboradoras
Regresaron a sus actividades laborales una vez terminado el periodo de incapacidad



37 colaboradores
Ejercieron incapacidad por paternidad

37 colaboradores
Regresaron a sus actividades laborales una vez terminado el periodo de permiso por paternidad

El 55.8% de las colaboradoras que ejercieron su incapacidad por maternidad y el 83.8% de los colaboradores que tuvieron días de descanso por paternidad continuaron desempeñando sus actividades en la compañía un año después de reincorporarse a él.

24 colaboradoras
continuaron en su trabajo un año después de reincorporarse a él



31 colaboradores
continuaron en su trabajo un año después de reincorporarse a él





Bienestar laboral, salud y seguridad



En Telefónica México estamos comprometidos con contribuir a mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores dentro y fuera del lugar de trabajo. Por ello, buscamos proporcionarles las mejores condiciones para garantizar su bienestar integral.

GRI 202, 405: 103-2, 103-3
202-1, 405-2

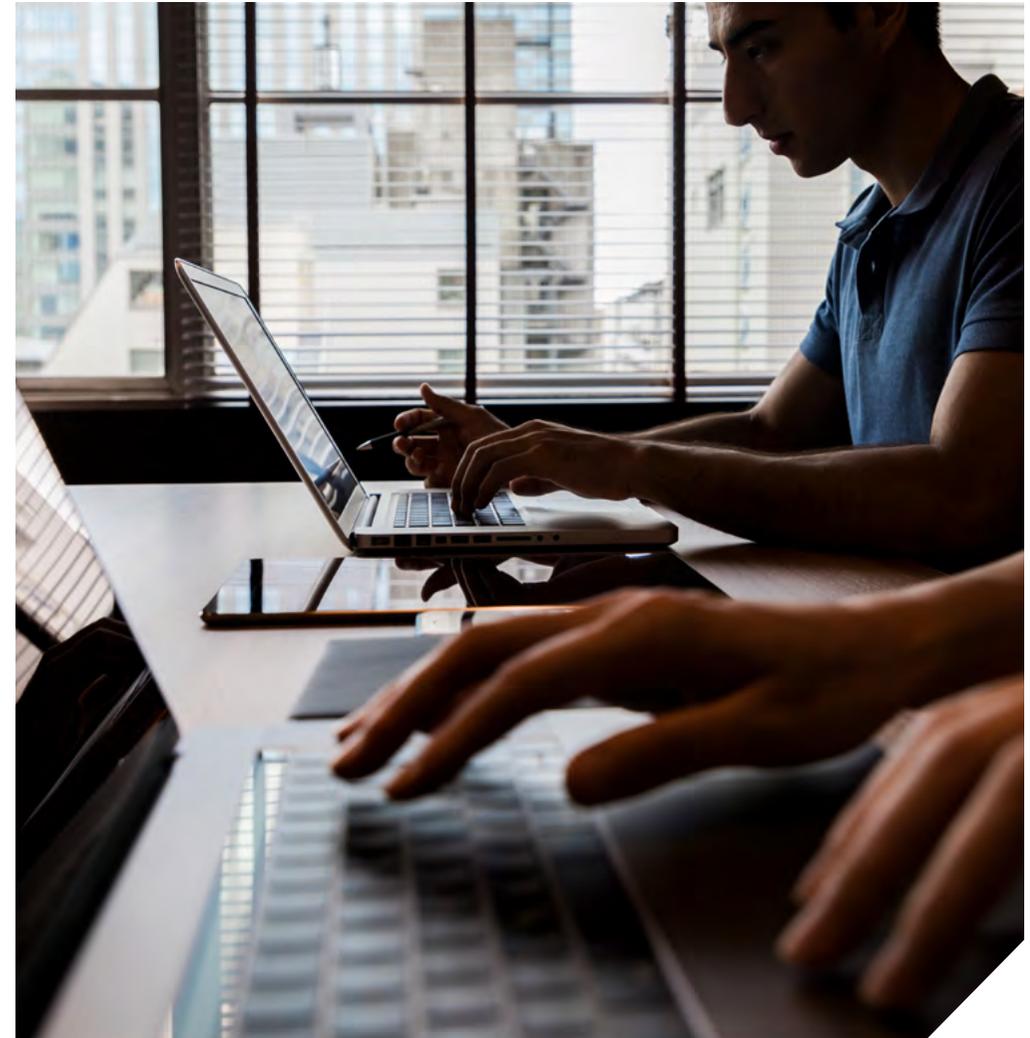
En términos de compensación, trabajamos con dos consultoras en recursos humanos y especialistas en compensaciones, quienes realizan estudios de mercado y anualmente proporcionan información sobre la posición considerada como competitiva, con lo que en Telefónica México generamos nuevos tabuladores de las variables que constituyan la compensación total. Así, las retribuciones de nuestra compañía son iguales a las ofrecidas por el mercado y no se encuentran determinadas por el género, mientras que el incremento salarial es el mismo promedio y se encuentra sujeto a una matriz de posicionamiento de desempeño.

401-2

Otro de los cimientos que nos permiten coadyuvar al bienestar de nuestros colaboradores son los beneficios sociales, los cuales son: aguinaldo, prima vacacional, fondo de ahorro, vales de despensa, plan de acciones, ayuda por maestría, caja de ahorro, plan de pensiones, préstamos de nómina, apoyo para hijos con excelencia académica, apoyo por pago de guardería, bono anual por desempeño, comisiones o incentivos mensuales o trimestrales, transporte, comedor, seguro de vida, gastos médicos mayores, programa de beneficios flexibles, celular, auto para algunas posiciones y, en algunos casos, gasolina.

Algunos de estos beneficios son extensivos a las familias de los colaboradores; tal es el caso de los seguros de gastos médicos mayores, servicio médico, convenios con empresas y opción de compra de beneficios flexibles.

Contamos con **14 rutas de transporte** para nuestros **colaboradores**, beneficiando a **731** de ellos





BUENAS PRÁCTICAS

PROGRAMA *FEEL GOOD*

En Telefónica México Elegimos Todo_ y, por ello, en 2016 continuamos con nuestro programa *Feel Good*, cuyo objetivo es incentivar el bienestar integral de nuestros colaboradores y sus familias en cuatro ejes fundamentales: actividad física, nutrición, salud y persona.

Actividad física

Consiste en promover la actividad física para el cuidado de la salud:

- Carrera Movistar, la cual realizamos en conjunto con Sony en el Bosque de Chapultepec. En ella participaron nuestros colaboradores, sus familiares y público en general.
- Convenios con gimnasios y proveedores de ropa deportiva para incentivar la actividad física entre nuestros colaboradores.

Nutrición

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

- Logramos proporcionar 1,516 consultas en nutrición.
- Modificaciones en Movisnack.
- Diseño del Menú corredor.
- Evaluación de alimentos del comedor.

Salud

Contamos con un servicio médico que brinda atención especializada a nuestros colaboradores y a sus familiares directos. Asimismo, en 2016 tuvimos:

- Pruebas de laboratorio (chequeo inicial).
- Consulta mensual para participantes.

Persona

Fomentamos tener un mejor estilo de vida siendo un solo equipo. Por ello, en 2016 llevamos a cabo el #RetoFeelGood con actividades individuales, grupales y a nivel compañía. Contamos con:

- Tres conferencias de inicio.
- Premiación.

Los beneficios del programa fueron:

- Fomento de hábitos positivos en la vida diaria de los colaboradores.
- Actividades sin costo (podómetro, estudios médicos, carrera).
- Premios semanales para los colaboradores que cumplieron con las metas individuales.
- Membresía anual a gimnasios, *gift cards* en tiendas deportivas y clases deportivas para los tres primeros equipos que cumplieron satisfactoriamente con todos los retos.

En 2016, el Programa *Feel Good-salud* recibió el *Reconocimiento a la Mejor Práctica en la categoría de "Calidad de vida en la empresa"*, otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi), la Alianza por la Responsabilidad Social (AliaRSE) y Fórum Empresa

Dentro del eje de actividad física es de destacar la 3ª edición de la Carrera Movistar Sony 2016, competencia realizada en el mes de septiembre. Este certamen reunió a más de 1,600 participantes en las ramas femenil y varonil 6 y 12 km, así como en las categorías infantil, juvenil, libre, máster y veterana.

La competencia se distinguió por tratarse de una actividad de convivencia familiar y por vincular además el cuidado del entorno, pues instalamos contenedores para depositar celulares y materiales electrónicos en desuso. Con ello, los participantes contribuyeron con el programa de reciclaje de Sony Xperia denominado "Vive el Cambio" y con nuestra iniciativa #Déjalolr, misma que realizamos en conjunto con los SuperCívicos, con el fin de fomentar el reciclaje de celulares.



De nuestro Programa *Feel Good* se derivan diferentes iniciativas en las cuatro vertientes que lo conforman. Por ejemplo, en términos de nutrición, contamos con el servicio de comedor para los colaboradores que se encuentran en la Torre Telefónica de la Ciudad de México. Durante 2016, servimos 12,000 comidas en promedio al mes, favoreciendo a 600 personas a diario con diversos beneficios:

- Económico, pues el costo de los alimentos tiene un costo 50% por debajo del gasto promedio en la zona. Aunado a ello, Telefónica México aporta un subsidio a ciertos rangos de la organización.
- Nutricional, ya que todos los menús, previos a ser ofrecidos a los colaboradores, son analizados por especialistas en nutrición y basados en aportes calóricos específicos.
- Versatilidad, diariamente el servicio de comedor cuenta con diferentes opciones de alimentos, dotándolo de variedad, balance y adaptable al gusto de cada persona.
- Seguridad, debido a que no es necesario que los colaboradores salgan de las instalaciones de la compañía para alimentarse.

Asimismo, en 2016 continuamos con la realización de diversas iniciativas para fomentar la protección de la salud, como son:



— FERIA DE LA SALUD

Consiste en un servicio ofrecido por parte de nuestro proveedor de gastos médicos mayores. Se llevó a cabo en las instalaciones de Telefónica México durante dos días en septiembre. Es un recorrido con distintas pruebas que miden peso, índice de masa corporal, frecuencia cardíaca y respiratoria, presión, colesterol, glucosa y triglicéridos, y que arrojan resultados de manera inmediata.



— CAMPAÑA DE VACUNACIÓN

Se realizó durante el mes de noviembre y en ella aplicamos vacunas contra la influenza. Fueron 800 los colaboradores beneficiados a nivel nacional y fue un servicio extensivo a sus familiares.



— CAMPAÑAS PREVENTIVAS

A lo largo del año realizamos diversas campañas de prevención de la salud, dirigidas a nuestros colaboradores y extensivas a sus familiares:

- Toma de estudios de laboratorio. Se trata de una campaña en la que se monitorean colesterol, lipoproteínas de alta y baja densidad (HDL y LDL, respectivamente), triglicéridos, ácido úrico y glucosa. Logramos beneficiar a 96 personas.
- Contra el cáncer de mama. Se realizaron ultrasonidos de mama y fueron beneficiadas 65 mujeres.
- Contra el cáncer de próstata. Se realizaron ultrasonidos prostáticos abdominales, análisis de antígeno prostático total y fracción libre. Fue extensiva a los familiares de nuestros colaboradores, beneficiando a 56 personas.
- Contra enfermedades hepáticas. Consistió en la realización de ultrasonidos de hígado y vía biliar. Con ella beneficiamos a 43 personas.



De acuerdo con nuestros Principios de Negocio Responsable, en Telefónica México ofrecemos a nuestros colaboradores un entorno laboral seguro; establecemos todos los mecanismos posibles para evitar accidentes, lesiones y enfermedades laborales que estén asociadas con nuestra actividad profesional. Lo hacemos a través del estricto cumplimiento de todas las regulaciones, la formación y la gestión preventiva de los riesgos laborales.

Aun cuando existen posiciones expuestas donde el nivel de riesgo es mayor por la naturaleza de sus actividades, como son los ingenieros del área de red, estamos firmemente comprometidos con establecer todas las medidas de seguridad apropiadas y establecidas por la ley, así como con proporcionarles la capacitación y formación oportuna para evitar accidentes y lesiones.

Para garantizarlo, contamos con un Comité de Seguridad y Salud que representa al 0.75% de nuestra plantilla y se encarga de vigilar las actividades de prevención de riesgos laborales. En 2016 logramos tener una reducción significativa en los indicadores de accidentalidad de Telefónica México, pues se presentaron seis accidentes *in labore* con baja y 360 días perdidos por este tipo de eventos; mientras que se tuvieron 2,303 días perdidos por cualquier tipo de incapacidad.

Además, en 2016 impartimos cursos de primeros auxilios a nuestros colaboradores, en los que se incluyen temas como evacuación y asistencia en emergencias e incendio.

Es nuestra responsabilidad mantener informados a nuestros colaboradores ante cualquier contingencia ambiental, por lo que, de presentarse, les transmitimos oportunamente las precauciones que deben tomar y las acciones preventivas que toma nuestra compañía para garantizar su seguridad.

Respecto a los acuerdos formales con sindicatos, todos los temas de salud y seguridad son considerados en los contratos, tales como prevención del riesgo, seguro de gastos médicos, seguro de vida y los cursos de protección civil.

758.50, *tasa de absentismo* en 2016; *disminución de 345.70%* con respecto al año anterior

14.82, *tasa de días perdidos*; *decremento de 16.63%* con respecto al año anterior

0.25, *tasa de accidentes*; *reducción de 1.47%* con respecto al año anterior

Disminución de
85.37% *en el número de accidentes in labore con baja*

OBJETIVOS 2017:

- Incrementar productos y servicios en el programa Beneflex, a través de la identificación de las necesidades de nuestros colaboradores y el valor que perciben en los beneficios otorgados.
- Mantener prestaciones y prácticas competitivas frente al sector, por medio del enfoque en posiciones críticas.

HITOS 2016 GRI 401: 103-3

— Mantenimiento de programas que fomentan el cuidado de la salud y la actividad física. Logramos la participación del 80% de la población en campañas y en el programa *Feel Good*.



Cumplimiento al **100%**

— Mayores beneficios y convenios con empresas que ofrezcan productos y servicios de calidad y con precios por debajo del mercado a nuestros colaboradores.



Cumplimiento al **70%**

— Generación de un sistema que permita ofrecer distintos productos y servicios de salud con un costo preferencial, así como formación a nuestros colaboradores en torno al programa de beneficios flexibles.



Cumplimiento al **95%**

— Impartición del Curso de Seguridad y Salud a todos los proveedores aliados con el fin de apoyarlos en el cumplimiento de la legislación aplicable y aumentar su seguridad.



Cumplimiento al **100%**



9



Compromiso
con la sociedad



Derechos Humanos_



NUESTRO COMPROMISO

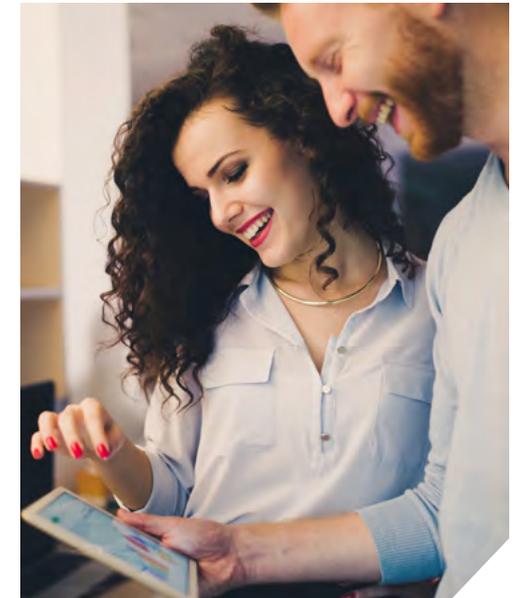
GRI 205, 401, 406, 407, 408, 409, 411, 412, 413: 103-1, 103-2

El respeto por los Derechos Humanos constituye uno de los pilares de nuestros Principios de Negocio Responsable y se refleja de manera explícita en el compromiso que hicimos público como Compañía global en 2013, de conformidad con los Principios Rectores de Derechos Humanos y Empresas de las Naciones Unidas.

Nuestro enfoque se basa en cinco componentes básicos que cubren la esfera de influencia de la Compañía:



Como parte del compromiso con los *Derechos Humanos*, los *integramos* de manera *transversal* en todos *nuestros procesos operativos*

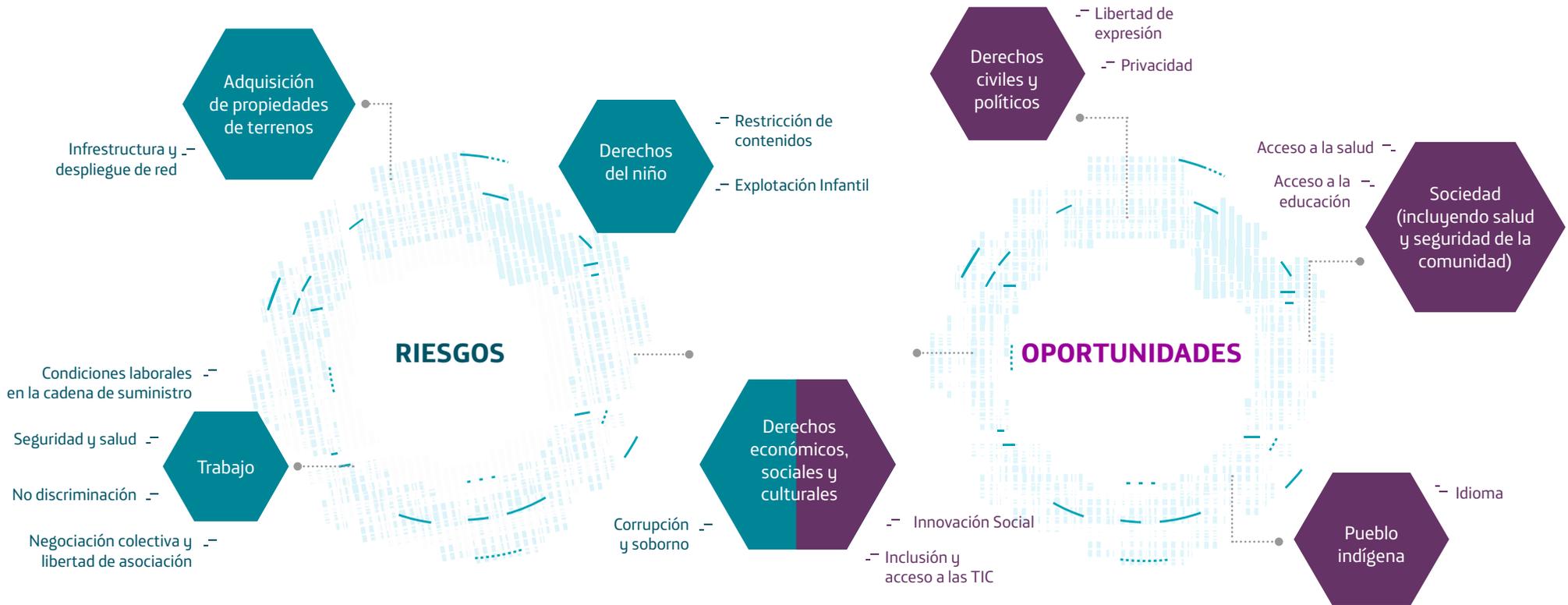




NUESTRA DEBIDA DILIGENCIA

GRI 205, 401, 406, 407, 408, 409, 411, 412, 413: 103-1, 103-2, 103-3 102-15, 205-1

En 2013 llevamos a cabo una evaluación sobre nuestros impactos potenciales en los Derechos Humanos, siguiendo las directrices de los Principios Rectores de Derechos Humanos y Empresas de las Naciones Unidas. Esta evaluación tuvo lugar en 16 países, entre ellos México, y logramos identificar 15 temas:





Contamos con un modelo de debida diligencia, constituido de la siguiente manera:

1. Integrar a nuestras políticas y procesos a nivel corporativo y local nuestro compromiso con los Derechos Humanos.
2. Evaluación de los impactos en los Derechos Humanos en cada uno de nuestros mercados.
3. Adaptación del actual mecanismo de quejas en el que se incluyan todos los aspectos de Derechos Humanos evaluados.
4. Compromiso continuo con todos los grupos de interés para unir esfuerzos de colaboración que aborden los riesgos de la industria y creen soluciones innovadoras que permitan aprovechar las oportunidades.
5. Monitorear e informar sobre los avances y desafíos, tanto a nivel global como local.
6. Actualizar nuestra matriz de impacto en Derechos Humanos para adaptarla a la realidad del sector, a nuestra estrategia y al contexto donde operamos.

Dada la constante transformación en la que nos encontramos en el contexto de



la revolución digital y dada la creciente preocupación de la comunidad internacional por la protección de los Derechos Humanos, en 2016, como parte de nuestra debida diligencia, nuestro Corporativo inició una actualización de la evaluación de impacto en Derechos Humanos desarrollada en 2013.

Buscamos comprender los impactos potenciales derivados de nuestra estrategia, de las nuevas actividades del Grupo, y de un entorno digital en constante cambio, tomando como punto de partida los resultados de la evaluación anterior y siguiendo un marco metodológico cuyo punto de referencia son los Principios Rectores de Naciones Unidas sobre las Empresas y los Derechos Humanos.

Para poder determinar y diferenciar los distintos niveles de conexión e influencia en los impactos potenciales a los Derechos Humanos se definieron cinco áreas de análisis: asuntos internos, cadena de suministro, actividades de negocio, actividades de expansión corporativa y asuntos transversales; así como los posibles impactos asociados a cada uno. En este ejercicio consideramos las opiniones de expertos, ONG, reguladores, la estrategia comercial de la Compañía y la perspectiva de equipos internos sobre nuestra capacidad de gestión de los posibles impactos.

En la primera fase de la actualización, nuestro Corporativo ha identificado 23 asuntos de Derechos Humanos:

Asuntos internos (Colaboradores)

- Desigualdad de condiciones laborales entre diversos países, cargos y trabajadores internos de la Compañía vs. externalización
- Discriminación y diversidad
- Garantía del ejercicio de la libertad sindical
- Reestructuración de funciones organizativas

Cadena de suministro (Proveedores)

- Impactos relacionados con minería en conflicto
- Condiciones justas, equitativas, satisfactorias y respetuosas de los derechos laborales de los trabajadores tercerizados
- Impactos ambientales relacionados con reciclaje de chatarra electrónica

Actividades de negocio (Clientes)

- Brecha digital: pleno acceso a los servicios de telecomunicaciones
- Imposición de cargas contractuales excesivas y cobros adicionales en virtud de cláusulas abusivas
- Publicidad subliminal, engañosa, agresiva y discriminatoria



- Seguridad de productos y servicios soportados en la red
- Neutralidad y respeto del derecho de libertad de expresión en la divulgación de información en la red
- Divulgación de información suficiente y transparente sobre mecanismos de recolección y tratamiento de los datos
- Posibles usos ilegítimos o no autorizados de los datos
- Generación de modelos cognitivos utilizando datos de los clientes y de la operación
- Uso adecuado, proporcionado y legítimo de la tecnología
- Impactos en comunidades por mantenimiento, construcción y desarrollo de infraestructuras
- Calidad y estabilidad de redes de telecomunicación

Actividades de expansión (Negocios corporativos)

- Aseguramiento de la debida diligencia en Derechos Humanos en operaciones de M&A, *Joint ventures* (proyectos conjuntos), alianzas y acuerdos de transferencia de tecnología

Asuntos transversales

- Corrupción y soborno
- Responsabilidad fiscal
- Impactos sobre los derechos de los niños como sujetos especiales de protección y atención
- Impactos asociados a tecnologías emergentes

Con este trabajo lograremos tener una matriz de impacto actualizada que nos defina qué asuntos son prioritarios para Telefónica y qué nuevas líneas de acción debemos aplicar a nivel global y local con el objetivo de seguir asegurando una debida diligencia en materia de Derechos Humanos.

BUENAS PRÁCTICAS

GRI 408: 103-2, 103-3

ERRADICACIÓN DEL TRABAJO INFANTIL

Durante nueve años y a través de diferentes alianzas, Fundación Telefónica ha realizado el programa Proniño, el cual contribuyó a erradicar el trabajo infantil por medio de la educación, beneficiando a más de 73 mil niñas, niños y adolescentes que se encontraban en esta situación.

Ha llegado a varios estados, como Hidalgo, Veracruz, Sonora, Nuevo León, Guerrero, Chiapas, Oaxaca, Jalisco y la Ciudad de México.

En 2016 *Fundación Telefónica* llevó a cabo **6 eventos sobre trabajo infantil**, en los que contó con la **asistencia de 1,060 personas**

En 2016 inicia un nuevo reto para Fundación Telefónica, pues César Alierta, Presidente de Fundación Telefónica a nivel global, anunció el inicio del programa ProFuturo, un proyecto educativo que amplía la huella de impacto alcanzada en años anteriores por Proniño, y está llevando soluciones digitales no sólo a América Latina, sino también a otros países de África Subsahariana y Asia. En Angola, concretamente en la provincia de Luena, ya hay un piloto en funcionamiento desde el año 2015 con resultados muy positivos. Este proyecto, realizado en colaboración con el obispado local angoleño, se desarrolla en nueve escuelas y tiene como beneficiarios directos a 60 profesores y 2,700 niños, niñas y adultos en alfabetización. En 2017, implementaremos este proyecto en México.



Inclusión digital_



En Telefónica México estamos plenamente convencidos que la vida digital es la vida, y la tecnología es parte esencial del ser humano.

La revolución digital está en curso, por lo que una de nuestras responsabilidades como *Onlife* Telco es generar oportunidades de inclusión en este ámbito.

Un ejemplo de ello es que, ante las dificultades económicas, brindamos facilidades y fomentamos la inclusión con servicios o alianzas con un precio asequible, por lo que en 2016 lanzamos el Plan Control más económico del mercado: Plan Vas a Volar 0.5. Con él logramos llegar a más de 300,000 clientes beneficiados.

En congruencia con nuestro propósito por promover la diversidad e igualdad de oportunidades, reducir la brecha educativa y digital, así como por generar oportunidades para diversos grupos, durante 2016 colaboramos en diferentes alianzas que fomentan, sobre todo, la participación de las mujeres y de los niños en el aprovechamiento de la tecnología.

“Código X” es uno de los casos más representativos, pues es una iniciativa dirigida desde la Coordinación de Estrategia Digital Nacional de la Oficina de la Presidencia de la República, para consolidar esfuerzos a nivel nacional de la industria, sociedad civil, academia y gobierno, a fin de promover la equidad y la inclusión de niñas y mujeres jóvenes en las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

Somos una de las 23 empresas colaboradoras en este programa, el cual contempla la difusión de oportunidades y espacios en el campo de las TIC, además de una serie de mentorías con la finalidad de crear una red de apoyo entre mujeres líderes y niñas interesadas en el ámbito del desarrollo tecnológico.



BUENAS PRÁCTICAS

CAPACITACIÓN Y ALFABETIZACIÓN DIGITAL

En Telefónica México trabajamos para reducir la desigualdad e incentivar la inclusión. Es así como en 2016, en coordinación con Mozilla y la Organización de las Naciones Unidas, conformamos una valiosa sinergia que busca incrementar la participación de las mujeres en diferentes sectores productivos de la sociedad, a través de la inclusión digital.

A través de las iniciativas *Women & Mozilla* (Las Mujeres y Mozilla), *Empower Women* (Empoderar a las Mujeres) de la ONU y *#womansage* de Telefónica *Open Future_* celebramos el taller “Capacitación de Liderazgo y Alfabetización Digital para las Mujeres en la Tecnología”. Este proyecto forma parte del programa *Mozilla Learning* (Aprendizaje Mozilla) y con él se busca beneficiar a 800 mujeres al año, promoviendo que no sólo sean usuarias, sino creadoras de Internet.

En la edición 2016 participaron además servidores públicos, estudiantes y miembros de distintas ONG, quienes recibieron capacitación en temas de innovación e inclusión digital, privacidad y seguridad cibernética, Internet de las Cosas y alfabetización digital.



BUENAS PRÁCTICAS

"PILAR Y SU CELULAR"

Con motivo del Día del Internet Seguro, en 2016 lanzamos la guía "Pilar y su Celular", programa educativo multimedia con el que buscamos inculcar el uso responsable del celular en niños de entre 8 y 12 años de edad, facilitando a los padres y docentes la creación de conciencia en los infantes.

El contenido está avalado y desarrollado por la asociación Pantallas Amigas y está disponible en la plataforma [Familia Digital](#). Este programa consiste en historias animadas de situaciones cotidianas que experimenta Pilar –la protagonista–, y las cuales permiten reflexionar sobre cómo se disfruta y comparte la vida digital mediante un celular.

Algunos de los temas que abordamos en los episodios se encuentran el uso excesivo del celular, estrés, privacidad y manejo de la identidad digital/*offline*, con la finalidad de fomentar el uso saludable del móvil en la revolución digital por la que transitamos.





TELEFONÍA RURAL



203-1, 203-2

En Telefónica México estamos comprometidos con el desarrollo de las poblaciones de los lugares donde tenemos presencia, por lo que brindamos facilidades de accesibilidad y atendemos sus necesidades de comunicación, fomentando por ende su inclusión y el desarrollo de las condiciones sociales y culturales.

Por ello, aunado a las iniciativas para el despliegue de red con que contamos, en 2016 llevamos a cabo el despliegue de cobertura bajo el modelo de Franquicia Rural (FR) en 118 localidades en zonas rurales y sub-urbanas, con lo que sumamos 233 poblaciones al final del año. De conformidad con la localidad de ubicación de los sitios y con el censo de población 2010 del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), logramos una cobertura poblacional mínima de 460,724 habitantes dentro de los 786,107 habitantes cubiertos con el proyecto.

Algunas de las *entidades* donde realizamos el *despliegue de cobertura* con el proyecto de *Franquicia Rural* durante 2016 fueron: el Estado de México, Morelos, Tlaxcala, Hidalgo, Michoacán, Jalisco, Oaxaca, entre otras

Es importante destacar que nuestros Principios de Negocio Responsable trascienden a todas las operaciones que llevamos a cabo, pues dentro de los contratos de arrendamiento celebrados, estipulamos que la empresa tercera debe ser una empresa socialmente responsable.

En 2016, llevamos a cabo el *despliegue de cobertura* bajo el modelo de *Franquicia Rural* en *118 localidades* de zonas rurales y sub-urbanas

Beneficiamos a
786,107 habitantes,
de acuerdo con datos del INEGI

OBJETIVOS 2017:

- Aumento del proyecto de Franquicia Rural.
- Aumento del número de alianzas estratégicas para incrementar el número de usuarios y comunidades beneficiadas.

HITOS 2016

— Firma del Convenio Marco de Franquicia Rural con aliados estratégicos para mejorar el servicio en más localidades.



Cumplimiento al **100%**

— Despliegue de más de 100 sitios bajo el modelo FR en 2016.



Cumplimiento al **100%**

— Reconocimiento local y global del proyecto de Franquicia Rural, al interior y exterior de la Compañía, por Telefónica *Innovation*, diversos operadores en Latinoamérica e identificado por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT).



Cumplimiento al **100%**



DESASTRES NATURALES

En Telefónica México asumimos el compromiso de buscar opciones que aseguren el acceso de nuestros clientes a servicios de comunicación ante cualquier circunstancia. En consecuencia, apoyamos a nuestros grupos de interés en situaciones de emergencia, desastres naturales o contingencia, por lo que contamos con un plan de respuesta, constituido por seis líneas de acción:

- Continuidad de negocio, trabajo en la prevención y en la rápida respuesta ante la crisis para asegurar el restablecimiento de manera eficiente de los servicios.
- Beneficios a clientes, como información sobre el evento climatológico y compensaciones de acuerdo con la afectación del servicio.
- Atención a colaboradores en las zonas afectadas antes, durante y después del evento.
- Atención a la población en general de las zonas afectadas enviando información de utilidad antes y durante el evento, y entregando ayudas después del mismo.
- Cooperación con instituciones (de gobierno, empresariales, organizaciones de la sociedad civil, etc.) para restaurar el servicio.
- Cooperación con el gobierno en las zonas afectadas.

BUENAS PRÁCTICAS

CONVENIO DE COLABORACIÓN CON CONAGUA

Para generar una cultura de prevención entre la sociedad, en 2016 firmamos un convenio de colaboración con la Comisión Nacional del Agua (CONAGUA), con el fin de fortalecer las capacidades técnicas y de pronóstico de los sistemas de alerta temprana ante situaciones de riesgo. Lo haremos a través de un programa para emitir mensajes de texto SMS a nuestra red de usuarios registrados en una zona determinada del país con efectos significativos debido a algún fenómeno hidrometeorológico extremo.





Acción social y cultural



GRI 413: 103-1

Apostamos por México y su progreso, por lo que buscamos contribuir al desarrollo del país y a la mejora en la calidad de vida de la sociedad a través de diversas estrategias sociales y culturales. Lo hacemos a través de Fundación Telefónica, organismo que desarrolla nuestra acción social de la mano de organizaciones de la sociedad civil con una gran trayectoria en su campo y nos damos a la tarea de evaluar el nivel de posicionamiento que éstas tienen dentro de las comunidades donde están presentes, el nivel de vinculación con actores locales relevantes y el público al que atienden.

GRI 205, 413: 103-2

205-1

Así, en Fundación Telefónica México seleccionamos a las organizaciones aliadas con

base en la alineación de objetivos de ambas partes, en la capacidad institucional con la que cuentan, la sostenibilidad financiera, el nivel de autogestión y los procesos de rendición de cuentas. Además, por medio de la Política de Identificación del Cliente o Usuario (Donante) de quienes realicen actividades vulnerables verificamos que sean donatarias certificadas y contamos con un procedimiento para prevenir y detectar actos u operaciones que involucren recursos de procedencia ilícita.

Es decir, la relación entre Fundación Telefónica y las entidades colaboradoras se rige por criterios de transparencia, legales y fiscales, por lo que nuestra Fundación cuenta con un documento normativo que contempla las cuatro etapas de la intervención: presentación y selección del proyecto, formalización del acuerdo entre las entidades colaboradoras y Fundación Telefónica, ejecución del proyecto y obligaciones de información.

413-1, 413-2

En Fundación Telefónica nos aseguramos de conocer las particularidades de las comunidades en las que implementaremos los proyectos. El proceso consiste en la realización de entrevistas con los responsables de la supervisión del plan de intervención, el monitoreo de la gestión de manera trimestral y visitas a campo por parte de los líderes de proyecto en la Fundación.

GRI 413: 103-3

Una vez que los proyectos son implementados, en Fundación Telefónica colaboramos con las comunidades donde operamos, manteniendo un diálogo tripartito con ellas y con las entidades colaboradoras. Es decir, canalizamos nuestras relaciones a las áreas de intervención de los proyectos por medio de las ONG que operan en campo, de tal forma que éstas mantienen el contacto y la ejecución de las iniciativas, reportando a detalle los avances técnicos y económicos a nuestra Fundación.

Los estados en los que intervenimos durante 2016 fueron Oaxaca, Veracruz, Quintana Roo, Puebla, Morelos, el Estado de México, Jalisco, Chiapas y la Ciudad de México, siendo los niños, niñas, adolescentes y educadores de los grupos étnicos ubicados en estas áreas geográficas los principales beneficiarios de nuestra acción social.

De conformidad con los resultados obtenidos en las evaluaciones realizadas, fundamentamos el actuar de Fundación Telefónica en tres áreas estratégicas:

- Proyectos de educación
- Innovación educativa
- Cultura digital y publicaciones

201-1

412,877

beneficiarios con todas las acciones impulsadas por *Fundación Telefónica en México*

\$35,936,568.57,

monto de *donativos entregados* a las *instituciones aliadas*

\$58,377,827,

monto total ejercido por Fundación Telefónica



PROYECTOS DE EDUCACIÓN

102-12, 203-2

A través del área de educación, en Fundación Telefónica México tenemos el objetivo de promover que niños, niñas, adolescentes y educadores en situación de vulnerabilidad adquieran competencias y habilidades necesarias para vivir en un mundo digital. Durante 2016 desarrollamos tres ejes:



Ejes de acción de los Proyectos de Educación

Habilidades para la vida

Programas dirigidos a niños, niñas, adolescentes y educadores:

- Destrezas para una vida en paz
- Laboratorio de Ciudadanía Digital
- Competencias del Siglo XXI

Competencia STEM

- Programas dirigidos a niños, niñas y adolescentes
 - » Scratch para peques
 - » Code Party @EpicQueen
- Programas orientados a niños, niñas, adolescentes y educadores:
 - » TechCamp
 - » MatiTec
 - » Tak Tak Tak

Competencias TIC

Consistió en el desarrollo del proyecto Aulas Fundación Telefónica, programa que atiende a educadores.

BUENAS PRÁCTICAS

LABORATORIO DE CIUDADANÍA DIGITAL

Desde 2013 en Fundación Telefónica colaboramos con el Ateneo Español de México y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), para llevar a cabo el Laboratorio de Ciudadanía Digital, plataforma de formación que mezcla las artes, la cultura y la ciencia con las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) para contribuir al desarrollo humano y a la formación de ciudadanos críticos.

En 2016 capacitamos a 1,177 docentes en tecnologías y metodologías participativas, mientras que 27,071 niños fueron beneficiarios de la formación de sus maestros. Por otra parte, formamos directamente a 2,946 niños y a 35 jóvenes.

4,158 beneficiarios directos y 27,071 indirectos con el Laboratorio de Ciudadanía Digital *en 2016*

50% de incremento en el número de beneficiarios directos de esta iniciativa *con respecto a 2015*



BUENAS PRÁCTICAS

EMPRENDIMIENTO

Como parte del eje enfocado en la adquisición de habilidades para el futuro, en Fundación Telefónica logramos beneficiar directamente a 10 jóvenes. Asimismo, implementamos el contenido de emprendimiento del programa de Competencias del Siglo XXI, formando a 3,151 niños y niñas de escuelas de la red de Fundación EDUCA y beneficiando a 966 niños y niñas derivado de la formación impartida a 42 maestros pertenecientes a escuelas asociadas a Fundación Genera.

Como resultado de este contenido, llevamos a cabo la Feria de Emprendimiento, evento presencial que contó con conferencias magistrales, talleres y concursos de proyectos. En estos últimos participaron 650 niños y niñas de 19 escuelas presentando 62 emprendimientos sociales. El jurado del evento estuvo conformado por Wayra, Fondeadora, Fundación EDUCA, Fundación Telefónica y el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Campus Ciudad de México.

3,193 beneficiarios directos y 966 indirectos con la implementación del contenido de emprendimiento para el programa Competencias del Siglo XXI **en 2016**

Dentro del eje de Competencias STEM, establecimos una alianza con la Administración Federal de Servicios Educativos en el Distrito Federal, con la finalidad de implementar el proyecto TechCampX CDMX, en torno al programa piloto "Escuelas de Verano". Los alumnos participantes en la iniciativa aprendieron sobre robótica, innovación y sana convivencia.

Por otra parte, en 2016 y en línea con la Estrategia Digital Nacional, @prende.mx –órgano desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública (SEP)–, la Coordinación de la Sociedad de la Información y el Conocimiento (CSIC) de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) y organismos de la industria inauguraron el primer Verano @prende.mx. Este evento fue el escenario en el que

instituímos una alianza con la Coordinación General @prende.mx para participar con el proyecto "Scratch para peques", perteneciente al programa Motorlab del Centro Cultural España en México y Fundación Telefónica.

Adicionalmente, en 2016 logramos concretar diferentes alianzas entre Fundación Telefónica México y otros actores relevantes en materia educativa, como son: Fundación Robótica para la Educación, el Gobierno del Estado de Quintana Roo, Empresarios por la Educación Básica, Teach 4 all, Fundación Merced, Fundación Pro emprendimiento, Fundación del Peñón, Biblioteca José Vasconcelos, Universidad del Caribe, Sindicato de Trabajadores de la Educación del Estado de México, Universidad Pedagógica Nacional y Fundación para la Asistencia Educativa.

Más de 300 alumnos de educación primaria y secundaria de **4 escuelas públicas** de 4 delegaciones fueron beneficiados con el **proyecto TechCampX**

53 alumnos de nivel primaria fueron beneficiarios de nuestro proyecto **"Scratch para peques"**





BUENAS PRÁCTICAS

AULAS FUNDACIÓN TELEFÓNICA

Es un programa formativo cuyo propósito es que los maestros implementen las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) en la práctica pedagógica, además de impulsar la innovación y la calidad educativas. Para implantarlo, es necesario que el centro educativo cuente con un aula digital, equipo de cómputo y acceso a Internet, mientras que en Fundación Telefónica proporcionamos formación *online*, acompañamiento presencial y virtual.

En 2016 firmamos un convenio con la Secretaría de Educación y Cultura del Estado de Quintana Roo y con la Escuela Normal Superior Andrés Quintana Roo. La importancia de este acuerdo radica en que se trata de la primera vez que transferimos el modelo AFT a una entidad gubernamental al vincular a la Escuela Normal del Estado para instruir como formadores a 16 normalistas, quienes a su vez serán facilitadores de 292 docentes, beneficiando así a 6,716 niños.

Este año *beneficiamos* a *4,212 educadores* con la implementación de *Aulas Fundación Telefónica*

Fundación Telefónica llegó a *146,533 niños, niñas y adolescentes* en México a través de la formación a sus docentes

34,512 niños y niñas *beneficiados directamente* con formación

317,550 horas *de formación impartidas* a educadores durante 2016

GRI 413: 103-3

Cabe señalar que dependiendo de la naturaleza de los proyectos que llevamos a cabo, establecemos diferentes tipos de gestión de impacto. En el caso de los proyectos educativos de intervención directa, implementamos una estrategia basada en competencias, la cual incluye la generación de evidencias por parte de los beneficiarios y el uso de plataformas como parte esencial de la intervención.

En 2016 destacó el posicionamiento que logramos en Fundación Telefónica México con algunas alianzas relevantes y acordes al contexto por el que transita el país. Tal es el caso de la firma de un convenio de colaboración con la Secretaría de Educación Pública (SEP) a nivel federal para la realización del Programa de Inclusión Digital Nacional y la participación en foros estratégicos –como “Tecnología para el bien”, en alianza con Microsoft México; Mesa de la red de expertos en educación; Foro global de educación digital, organizado por Amazon web services; Edu 4 Me; Encuentro Latinoamericano URDA; Alianza por la Sostenibilidad, coordinada por la Agencia Mexicana de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AMEXID), en la que Telefónica México preside la mesa de Educación.

6,371
educadores
recibieron
formación:

4,212
en *Aulas
Fundación
Telefónica*

1,177
en el *Laboratorio
de Ciudadanía
Digital*

982 en
*Competencias
del Siglo XXI*

3,146 *educadores
asistentes a otras sesiones
educativas*



INNOVACIÓN EDUCATIVA

102-12, 203-2

Por medio de este eje nos enfocamos en dos programas que incentivan la construcción de una educación diferente y la estimulación de la vocación científica.

Escuela de Educación Disruptiva

Desde 2013, tanto en España como en México, llevamos a cabo esta propuesta, con la cual buscamos generar un espacio de reflexión teórico y práctico para que docentes en activo, estudiantes, investigadores e interesados en realizar un cambio de paradigma en la educación cuenten con las herramientas necesarias para ejecutarlo. En 2016 realizamos la segunda edición en México y obtuvimos los siguientes resultados:

6 conferencias
magistrales

13
talleres

19,536
horas de formación

814
asistentes



En el contexto de la Escuela de Educación Disruptiva, llevamos a cabo diversos eventos que incentivan una educación de calidad. En 2016 realizamos cuatro conferencias, en las que contamos con la asistencia de 1,803 personas:

- Universidad del futuro: la experiencia MINERVA
- Liderazgo y gestión en el aula
- 8º encuentro educativo “Cuando los niños dicen basta”
- Liderazgo y pedagogías corporales

Locos X Ciencia

Se trata de un proyecto mediante el que impulsamos la elección de carreras científico-tecnológicas entre estudiantes de secundaria y preparatoria. Lo hacemos a través de un evento con monólogos científicos protagonizados por el colectivo de “Big Van, Científicos sobre Ruedas”, quienes cuentan los últimos avances de la ciencia de una forma divertida. Los resultados de la edición 2016 fueron los siguientes:

Asistencia de 1,200 jóvenes de secundaria y preparatoria de escuelas públicas, beneficiarios de organizaciones de la sociedad civil aliadas a Fundación Telefónica

90 profesores asistentes al taller proporcionado por Big Van, donde aprendieron a impartir clases de forma divertida y dinámica

En octubre lanzamos el Concurso de Monólogos, en el que invitamos a estudiantes a explicar temas científicos emulando la creatividad de los miembros de Big Van. Los tres participantes con los mejores monólogos viajarán en el verano de 2017 con una estancia de cinco días a la Administración Nacional de la Aeronáutica y del Espacio (NASA, por sus siglas en inglés).



CULTURA DIGITAL Y PUBLICACIONES

203-2

La tecnología ha generado cambios que no hubiéramos imaginado hace una década, tiempo en el que en Fundación Telefónica documentamos el impacto de esa transformación en la sociedad, a través de publicaciones disponibles y descargables de forma gratuita.

Nuestras publicaciones conforman una gran biblioteca y representan un manual de ayuda para afrontar los retos que surgen al vivir en la sociedad de la era digital.

En 2016, en Fundación Telefónica México contribuimos con seis publicaciones. La publicación denominada "Hacia una antropología de los lectores", editada en México, fue la obra que logró el mayor número de descargas en Latinoamérica con 14,733.

Nuestra *biblioteca digital gratuita* ha conseguido que se realicen *1,800,000 descargas* a nivel mundial

6 publicaciones de Fundación Telefónica México sobre *Cultura Contemporánea*

Más de *1,500 asistentes* a la presentación de la obra "*Persona normal*" del autor *Benito Taibo*

En Fundación Telefónica México tenemos como propósito acercar a diversos públicos las discusiones que abordan temas sobre arte, cultura, tecnología e innovación. Por ello, durante 2016 realizamos además 180 eventos que abordaron estas temáticas.



En 2016 participamos en la *Feria Internacional del Libro (FIL)* en Guadalajara, Jalisco con tres publicaciones por parte de Fundación Telefónica México: "*Acción voluntaria y voluntariado en México*", "*Im-pre/visto. Narrativas digitales*" y "*Persona normal*"



BUENAS PRÁCTICAS

EXPOSICIÓN "PSEUDOMATISMOS"

Con base en nuestro compromiso con el impulso de la cultura digital y de la expresión artística de la ciencia, la investigación y la tecnología, a través de Fundación Telefónica en conjunto con otras instituciones, trajimos a México la exposición "Pseudomatismos". Esta exhibición contempla 42 obras del artista mexicano Rafael Lozano-Hemmer, las cuales incluyen piezas de video interactivo, robótica, vigilancia computarizada, fotografía e instalación sonora.

El Museo Universitario Arte Contemporáneo (MUAC) fue el escenario de la muestra, misma que contó con la asistencia de más de 141,000 asistentes durante el último trimestre de la exposición.

La exhibición "Pseudomatismos" del artista Rafael Lozano-Hemmer obtuvo el reconocimiento de Exposición del Año en los Premios CDMX 2016, por ser considerada como la muestra museográfica más emblemática por su propuesta artística, la vinculación con el público y la calidad de montaje

1,968 asistentes online y seguidores de eventos sobre *Cultura Contemporánea*

170,193 asistentes a exposiciones organizadas por Fundación Telefónica México

39,026

asistentes a eventos sobre Cultura Contemporánea

3 exposiciones organizadas por Fundación Telefónica

VOLUNTARIADO

GRI 413: 103-3
102-12, 203-2

En respuesta a las necesidades detectadas en las comunidades donde tenemos presencia y a la intención y declaración de personas interesadas en colaborar, en Fundación Telefónica creamos el proyecto Voluntarios Telefónica. De esta manera establecimos el compromiso de coordinar el vínculo entre los colaboradores y las organizaciones, para satisfacer las necesidades sociales y definiendo las prioridades de intervención.

Hoy, nuestro propósito continúa siendo el de promover la acción social de los colaboradores del Grupo que deseen aportar sus conocimientos, tiempo e ilusión en beneficio de la comunidad, y lo hacemos a través de cinco ejes: infancia, inclusión, discapacidad, salud y medio ambiente.

En 2016, realizamos 30 iniciativas de voluntariado en México, en las cuales participaron 749 colaboradores de Telefónica México y se unieron 105 voluntarios activos invitados.

30 iniciativas de voluntariado realizadas en 2016

3,784 horas de voluntariado | **5,489** beneficiarios

749 voluntarios activos en 2016, incremento de 148% con respecto a 2015





Aunado a las iniciativas de voluntariado, contamos con los "Retos solidarios" con los cuales buscamos apoyar a organizaciones de la sociedad civil con actividades educativas o de infraestructura. Los equipos de diversas áreas de nuestra compañía se han sumado a esta iniciativa, por lo que además generamos una dinámica de integración y compañerismo.

6 "Retos solidarios" en 2016

4,832
horas de voluntariado

436 beneficiarios

En 2016 presentamos la obra "Acción voluntaria y voluntariado en México" en el marco de la *Feria Internacional del Libro (FIL)* de Guadalajara

Nuestro programa *Voluntarios Telefónica* logró beneficiar a **6,842 personas** en 2016, entre ellas, a **250 personas con discapacidad**

A través de *Fundación Telefónica* participamos en la **24ª Conferencia Mundial de Voluntariado**, realizada en la Ciudad de México y la cual contó con la asistencia de **1,103 personas**

En 2016, participaron 151 colaboradores en los "Retos Solidarios". Las áreas a las que pertenecen son: Auditoría, Inspección e Intervención, Secretaría General, Pléyade, Gestión de Viajes, T4-Región Noreste, así como Comunicación Externa y Negocio Responsable.

HITOS 2016

— Establecimiento de 14 alianzas con actores relevantes dentro de los diferentes ejes de actuación de Fundación Telefónica México.



Cumplimiento al **100%**

— Formación a 34,512 niños, niñas y adolescentes a través de los proyectos de Fundación Telefónica México; 6,371 educadores beneficiados.



Cumplimiento al **66%**

(niños, niñas y adolescentes);
111.58% (educadores)

— Realización de cuatro funciones con el grupo de Monólogos Big Van, dos sesiones de capacitación a docentes y un concurso para premiar al mejor monólogo de 2016.



Cumplimiento al **100%**

OBJETIVOS 2017:

- Implementación de 20 programas piloto del proyecto Aula Digital Telefónica a nivel nacional, entre ellos, el referente a la iniciativa ProFuturo.
- Alcanzar los 50,000 asistentes a los eventos culturales organizados por Fundación Telefónica México.
- Lograr la participación de 550 voluntarios activos colaboradores de Telefónica México.
- Alcanzar los 50,000 seguidores en nuestra página de Facebook, con el fin de difundir nuestros diferentes esfuerzos.



10

Compromiso
*con el medio
ambiente*



Gestión medioambiental



GRI 302, 305: 103-1, 103-2, 103-3

En Telefónica contamos con una estrategia ambiental global con la que queremos contribuir al crecimiento en una economía verde, con el desacoplamiento entre el desarrollo del negocio y nuestro impacto ambiental. Creamos además servicios digitales para ayudar a nuestros clientes a reducir su huella ambiental y aumentar la resiliencia ante los retos ambientales.

Al igual que el resto de empresas y la sociedad en su conjunto, nos enfrentamos a importantes retos ambientales, entre ellos el cambio climático, identificado como uno de los mayores factores de riesgo a nivel mundial. Se trata de un elemento primordial, por lo

tanto, para nuestros principales grupos de interés, para la sostenibilidad económica de la Compañía y en la que además creemos que tenemos soluciones que aportar a través de la digitalización y nuestros servicios de *Big Data* e Internet de las Cosas.

Nuestro trabajo en materia ambiental tiene influencia dentro y fuera de la Compañía, afecta a nuestra operación, a nuestros costes e ingresos, a nuestros clientes y a las sociedades y entornos en los que estamos presentes, por lo que queremos formar parte de las empresas líderes que promueven un crecimiento verde, con una visión de sostenibilidad, a medio y largo plazo, a través de nuestros objetivos de Energía y Cambio Climático, de la gestión ambiental, y del aumento de nuestros servicios *EcoSmart*, para contribuir a reducir los impactos negativos producidos por el cambio climático y otros retos ambientales.

Los servicios que ofrecemos están sujetos a una demanda que crece de forma continuada, no solo en conectividad, sino en un tráfico de datos que aumenta exponencialmente. Esto plantea el reto de seguir desarrollando nuestras redes y equipamientos, a la vez que reducimos nuestra huella ambiental y separamos el crecimiento

de negocio de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), reduciendo así nuestra huella de carbono.

Por otra parte, ofrecemos productos y servicios que permiten a nuestros clientes reducir su impacto en el medio ambiente, añadiendo así valor sobre la conectividad, el Internet de las Cosas, el *Cloud* o el *Big Data*.

En un *mundo digital* hay *más oportunidades* para la *ecoeficiencia* y una *economía circular* y con *menor huella de carbono*

GRI 305, 306, 307: 103-1, 103-2, 103-3

En línea con la perspectiva de nuestro Corporativo, en Telefónica México estamos firmemente comprometidos con consolidarnos como una empresa ambientalmente responsable, donde el impacto ambiental generado por nuestras actividades sea mínimo. Por ello, garantizamos que todos los procesos de nuestra operación se realizan con base en estándares ambientales.





Es así como, por una parte, a través de la ejecución de auditorías internas aseguramos el cumplimiento legal, la correcta gestión de residuos y el ahorro de recursos naturales, razón por la cual en 2016 logramos la recertificación del Sistema de Gestión Ambiental ISO 14001. Por otro lado, al integrar en tiempo la información requerida en los formatos emitidos por la Secretaría del Medio Ambiente del Distrito Federal (SEDEMA) con el detalle de operación, gestión de residuos, emisiones atmosféricas, uso de recursos naturales y planes de manejo y ahorro, obtuvimos nuevamente la Licencia Ambiental Única (LAU).

Con el fin de fortalecer la cultura de cuidado del entorno tanto al interior como al exterior de la compañía, en 2016 impartimos cursos de formación sobre la gestión integral de residuos de manejo especial con base en la NOM-161, capacitando a tres colaboradores internos y a 15 colaboradores de empresas proveedoras, sumando un total de 42 horas.

5 licencias y permisos ambientales obtenidos por Telefónica México en 2016

Igualmente, en 2016 incrementamos nuestras inversiones medioambientales, destinándolas a la mejora en la gestión de residuos, auditorías ambientales, estudios de impacto ambiental, así como a mantenimiento y gestión ambiental.

DESGLOSE DE INVERSIONES MEDIOAMBIENTALES EN 2016

| | |
|------------------------|-------------------------------|
| Auditorías ambientales | Estudios de impacto ambiental |
| \$278,128.46 | \$7,694.47 |
| 0.87% | 0.02% |



| | |
|---------------------|-----------------------------------|
| Gestión de residuos | Mantenimiento y gestión ambiental |
| \$500,783.13 | \$31,009,213.59 |
| 1.57% | 97.53% |

Nota. Cifras económicas expresadas en pesos mexicanos.

BUENAS PRÁCTICAS

DECÁLOGO PARA CUIDAR EL MEDIO AMBIENTE CON TU CELULAR

En Telefónica México queremos que cada vez más personas se unan para hacer de este mundo un mejor lugar, por lo que diseñamos estrategias de concientización dirigidas a la sociedad en general.

Consideramos que para lograr el desarrollo sostenible en la revolución digital en la que nos encontramos, el *smartphone* es un elemento clave y con él podemos contribuir al cuidado del entorno. Esta posibilidad radica en, por una parte, la manera en que prolongamos y damos fin a su vida útil, atendiendo a los principios de reducción, reutilización y reciclaje; y por otra, en las facilidades que nos ofrecen diversas apps para acceder a la información y para tener una participación activa en la preservación del medio ambiente.

De esta manera, como parte del programa educativo "Pilar y su celular" que lanzamos en el marco del Día de Internet 2016, Pilar comparte con los niños el "Decálogo para cuidar el medio ambiente con tu celular", a través de la plataforma desarrollada por PantallasAmigas e impulsada por Telefónica.

Cerca de **\$31.8 millones de pesos** destinados a **inversiones ambientales en 2016**, aumento de **69%** con respecto al año anterior



Una red responsable



GRI 302, 305, 306, 416: 103-1, 103-2

En nuestra red se concentra el mayor impacto ambiental debido a su consumo energético y en lo relacionado con elementos físicos, como el impacto visual y los residuos.

Así, para un despliegue y mantenimiento de red responsable, en Telefónica México aplicamos las mejores prácticas disponibles y gestionamos todos los aspectos ambientales de la misma, desde el diseño hasta el desmantelamiento. Es decir, realizamos el despliegue bajo la modalidad de crecimiento de tecnología en los sitios existentes con equipos que utilizan ventiladores y mantenemos la sustitución gradual de equipos que utilizan aire acondicionado y gases de efecto invernadero (GEI).

Además, cuando es posible, compartimos la ubicación de nuestras instalaciones con otras operadoras o empresas gestoras de comunicación, lo que se traduce en un menor

impacto visual, energético y en una reducción en la generación de residuos. Así, en 2016 compartimos 48 emplazamientos con otros operadores y realizamos mimetizaciones de impacto visual de acuerdo con los requerimientos de las autoridades correspondientes.

Para evitar la contaminación sonora, realizamos muestreos voluntarios anuales a nuestra infraestructura para mantener las instalaciones dentro de los parámetros determinados por la legislación aplicable, además de contar con un programa de mantenimiento de sitios donde atendemos desviaciones en caso de existir.

Finalmente, en términos de residuos, implementamos la separación de residuos sólidos urbanos desde su origen hasta su disposición final.

En Telefónica, todas las estaciones base que tenemos en funcionamiento se han instalado cumpliendo los criterios de la Comisión Internacional de Protección contra las Radiaciones No Ionizantes (ICNIRP), organismo asesor de la Organización Mundial de la Salud (OMS). Estos criterios incluyen límites para la exposición de los campos electromagnéticos que garantizan que no haya ningún riesgo para la salud y en Telefónica México, aun cuando no existe un marco normativo al respecto, cumplimos con estas especificaciones.

GRI 302, 305, 306, 416: 103-3

El **100% de los sitios analizados** en 2016 en términos de radiaciones no ionizantes y ruido **cumple con los parámetros y recomendaciones internacionales**

416-1

Así, anualmente y de manera voluntaria llevamos a cabo la medición de radiaciones no ionizantes y de emisiones de ruido para determinar nuestro impacto ambiental, a través de la identificación de una muestra de sitios propios en los mercados más representativos del negocio, aquellos cercanos a hospitales y escuelas, así como a dependencias gubernamentales. En 2016 realizamos la medición de campos electromagnéticos y ruido en 51 sitios.

Con el fin de robustecer nuestros esfuerzos hacia una red responsable, nuestra Subdirección de Despliegue de red desarrolló el Procedimiento de Comunicación de Información de Radiaciones No

Ionizantes, cuyo objetivo es establecer el canal de comunicación con la sociedad en general para recibir quejas o solicitudes respecto al efecto de las radiaciones en la salud, tanto en el momento de la construcción de un nuevo sitio, en la instalación de nueva infraestructura en un sitio existente o cuando el sitio ya se encuentra construido y surge la necesidad de tener información.

Este procedimiento es aplicable a cualquier lugar donde existan elementos de red instalados y que sean propiedad de Telefónica México.

Es nuestro deber informar de manera clara a la sociedad en cualquier tema. En este caso, nuestros ingenieros de campo proporcionan información a los pobladores sobre los beneficios y repercusiones de la instalación de radio bases en sus localidades. De esta manera, nuestro personal resuelve los posibles conflictos con las comunidades en cuestión, por lo que no hemos recibido solicitudes o quejas formales a este respecto.

48 *emplazamientos compartidos* con otros operadores, *incremento de 17%* con respecto a 2015



Agua_



GRI 307: 103-1, 103-2

En Telefónica México, mantenemos un fuerte compromiso para lograr la reducción en el consumo de este recurso llevando a cabo acciones tales como la limpieza de nuestras instalaciones con la modalidad de seco y semi-seco, aunado a la realización de recorridos del área de mantenimiento para la detección de fugas.

306-1

Por el momento no llevamos a cabo la medición del volumen de aguas residuales generadas, sin embargo, como parte de los requerimientos de operación de la LAU en inmuebles, analizamos la calidad del 100% de las aguas residuales que vertemos a los sistemas de drenaje y alcantarillado de la Ciudad de México a través de un laboratorio acreditado por la SEDEMA. La finalidad de estos estudios es determinar el

nivel de cumplimiento de las normas NMX-AA-028-SCFI-2001, NMX-AA-030-2-SCFI-2001 y NMX-AA-034/2-SCFI-2001.

GRI 307: 103-3

Para 2016 establecimos el objetivo de disminuir el consumo de agua en un 3% con respecto al año anterior, sin embargo, registramos un incremento de 6.75%. Nuestra responsabilidad es reforzar la cultura sobre el uso eficiente de los recursos naturales e implementar acciones correctivas, por lo que durante 2016 presentamos una propuesta para la instalación de una planta de tratamiento de aguas grises o residuales y, después de un proceso de evaluación, el proyecto se encuentra en vías de ser implementado.

OBJETIVOS 2017:

- Disminuir el consumo de agua en el edificio corporativo por debajo de los 20,000 m³.
- Implementación de la planta de tratamiento de aguas residuales.

48,424 m³* de *agua potable*
consumida en nuestras oficinas corporativas en 2016
 *Volumen total de agua suministrado por el Sistema de Aguas de la Ciudad de México (SACMEX).





Energía y cambio climático



GRI 302, 305: 103-1, 103-2

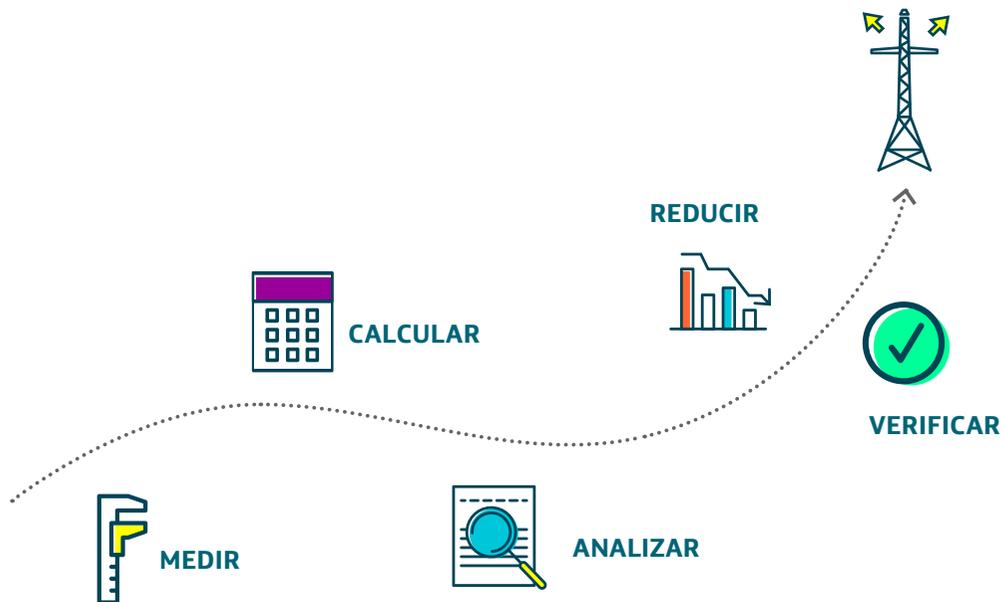
El cambio climático es uno de los principales temas abordados en la agenda internacional, pues en 2016 fue identificado por el *World Economic Forum* (Foro Económico Mundial) como uno de los mayores factores de riesgo mundial. Por ello, al ser una empresa promotora y participe hacia el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, tenemos el imperativo de establecer las medidas necesarias por reducir la huella de carbono en nuestras operaciones.

Es así como hace nueve años, en nuestro Corporativo, fue creada la Oficina Global de Cambio Climático (OGCC), la cual cuenta con un representante en cada país de tal manera que, en Telefónica México, la Oficina de Cambio Climático gestiona los proyectos relacionados con la reducción de energía. En 2016, en concordancia con la firma del nuevo Acuerdo de París, anunciamos nuestros objetivos globales de Energía y Cambio Climático para 2020 y 2030,

donde la meta es alinear los esfuerzos con el nivel de descarbonización requerido para limitar el calentamiento global por debajo de 2°C.

GRI 302, 305: 103-3

Para gestionar de manera adecuada el consumo de energía en nuestras operaciones que, en consecuencia, implique la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, contamos con un procedimiento constituido por cinco fases:



Medimos nuestro consumo energético y monitoreamos la red, instalando medidores inteligentes en nuestros sitios, lo que nos posibilita conocer de forma más precisa el consumo, identificar fallos en la red y optimizar el gasto operacional de energía.

Calculamos nuestra huella de carbono a partir del consumo energético. El inventario abarca tanto

las emisiones directas (Alcance 1) derivadas principalmente del consumo de combustibles y las fugas de gases refrigerantes en nuestras operaciones, como las emisiones indirectas derivadas del consumo eléctrico (Alcance 2) y otras emisiones indirectas, relacionadas con nuestra cadena de valor y que, no siendo controladas por nosotros, son también consecuencia de la actividad que desarrollamos (Alcance 3). Nuestra metodología de cálculo se basa en el Protocolo de GEI, la Norma ISO 14064 y la recomendación ITU-T L.1420.

Derivado del análisis de nuestros consumos energéticos y el inventario de gases de efecto invernadero logramos identificar aquellos procesos más intensivos en emisiones y energía, lo que nos permite priorizar acciones.

A través del Plan de Eficiencia Energética, durante 2016 llevamos a cabo diversas iniciativas en nuestra red y oficinas, lo que se traduce en la reducción del consumo energético en 16.7 GWh y evitamos la emisión de más de 2.5 toneladas de CO₂e.

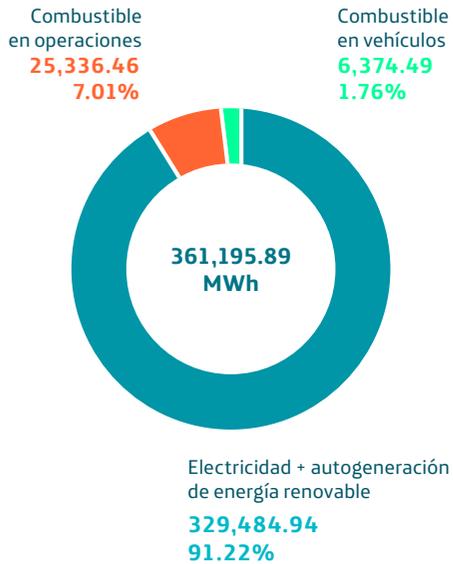
Adicionalmente, de forma anual llevamos a cabo un proceso independiente de verificación de datos de energía y emisiones que nos permite identificar mejoras en nuestros procesos y gestionar la energía y el carbono de una forma transparente.



102-48, 302-1, 302-2, 302-3, 305-4

En 2016 nuestro consumo de energía fue el siguiente:

DESGLOSE DE ENERGÍA EN 2016 (MWh)



Nota. El gráfico anterior incluye el consumo de combustible en fuentes móviles (vehículos) y no se considera bajo el concepto "operaciones".

GRI 302: 103-2

De esta manera, desde 2015 implementamos algunas acciones que nos llevan a disminuir el consumo energético en nuestras instalaciones y, por lo tanto, las emisiones de gases contaminantes, entre las que destacan:

- Estacionamiento de nuestras oficinas corporativas:
 - » Encendido y apagado del sistema de inyección y extracción de aire en los 10 niveles de estacionamiento, los cuales funcionan únicamente durante el horario laboral.
 - » Sensores que apagan la iluminación de manera automática cuando no detectan movimiento.
 - » Aplicación de pintura clara, lo que permite reflejar la luz con mayor eficiencia y reducir el uso de luminarias en un 50%.
- Elevadores en edificio corporativo:
 - » Operación controlada por parte del personal de mantenimiento para asegurar una mayor eficiencia durante las horas pico de entrada y salida del personal.



Consumo total de energía por tráfico:

4,184.62 MWh
consumidos por petabyte (PB)

302-1

11,199,652 kWh consumidos con las iniciativas de eficiencia en estacionamiento y elevadores en nuestro corporativo, *reducción de 14.8% con respecto a 2015*

354,821.40 MWh,
consumo total de energía en operaciones



- Rectificación de sitios RETROFIT a 777 estaciones, en la que se identificó una mejora en la eficiencia de 87% a 93%.
- Rectificación de salas INFILL a 48 centrales, en la que se obtuvo un incremento en la mejora de eficiencia de 87% a 93%.
- Sustitución de lámparas incandescentes a LED en 53 tiendas y en 18 niveles del edificio corporativo.
- Inhibición de funcionamiento de compresores de aire acondicionado mediante la circulación de aire en 1,035 equipos.

Derivado de la reforma energética, en 2017 implementaremos un proyecto de alianzas estratégicas con el que Telefónica usaría energía renovable. Con esta iniciativa, para el año 2018 estimamos que el 40% del consumo total de energía de nuestras estaciones provendrá de fuentes renovables.

Aunado a ello, para reducir el consumo de combustibles fósiles, en 2016 contamos con 14 rutas de transporte de personal con capacidad para 560 colaboradores, acción con la que evitamos la circulación de 250 automóviles en promedio, reduciendo así la emisión de gases contaminantes de vehículos automotores y contribuyendo a mejorar la vialidad de la Ciudad de México.

Para obtener mayor información sobre este tema, consulta el capítulo “Contribución al progreso” de este Informe.

201-2

Además, continuamos con el uso de paneles solares en dos estaciones, lo que se traduce en el consumo anual de 5,635 kWh, es decir, el 0.0021% de nuestro consumo total anual de energía.

302-4

Ahorro de **16,690,928 kWh** con las iniciativas de *rectificación, sustitución de equipos y renovación tecnológica*

OBJETIVOS 2017:

- Mantener el consumo de energía en nuestro edificio corporativo sobre los 11,000 kWh anuales.
- Modernización y sustitución de equipos por obsolescencia y para mejorar su desempeño.
- Obtención del *Certified Energy-Efficient Datacenter Award 2017*, derivado de las mejoras implementadas en nuestros *Data Centers*.
- Uso de energía renovable para un porcentaje de nuestros sitios.

HITOS 2016



Cumplimiento al **100%**

— Renovación tecnológica de 190 equipos de aire acondicionado, mejorando el desempeño por eficiencia energética de 80% a 95%.



Cumplimiento al **100%**

— Disminución en el consumo de energía en nuestro edificio corporativo.





Residuos



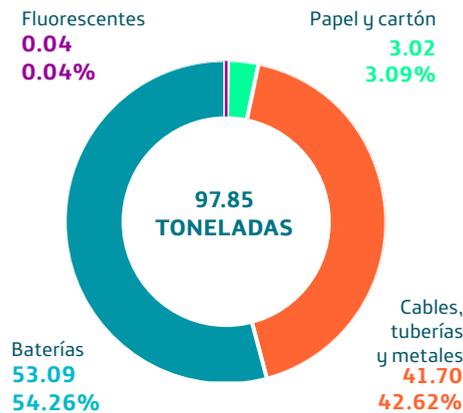
GRI 306, 307: 103-2, 103-3

A fin de garantizar la correcta gestión de los residuos, en Telefónica México hemos establecido los lineamientos para cada tipo de desecho de conformidad con la normatividad vigente. De esta forma, para los residuos sólidos llevamos a cabo la separación desde el origen de acuerdo con los lineamientos de la Ley General para la Gestión Integral de los Residuos (LGPGIR) y la Ley de Residuos Sólidos del Distrito Federal, mientras que para los residuos peligrosos y de manejo especial nos basamos en las directrices de la NOM-161 y en la NOM-052.

306-2

En 2016, nuestra generación de residuos fue la siguiente:

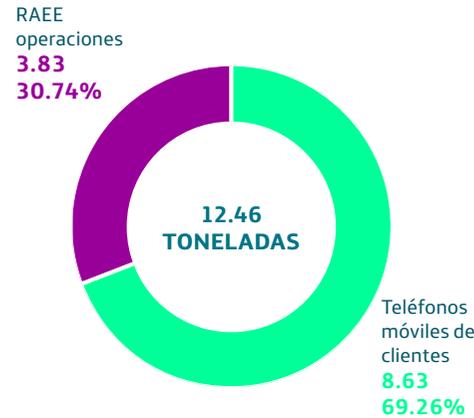
RESIDUOS NO PROVENIENTES DE APARATOS ELÉCTRICOS Y ELECTRÓNICOS (no RAEE; toneladas)



Nota. Adicional a los residuos considerados en las gráficas anteriores, en 2016 generamos 7.89 metros cúbicos de aceites usados, los cuales fueron enviados a reciclaje, cantidad %26.5 menor con respecto al año anterior.

Por otro lado, basamos nuestra gestión de residuos electrónicos en el principio de la economía circular, la cual propone crear flujos de materiales y energía en los que no hay desechos, y el equilibrio y sostenibilidad del sistema se basa en las relaciones con los distintos actores. Por ello, llevamos a cabo diversas estrategias para optimizar el consumo de nuestros recursos en toda la cadena de valor y promover, además, que los bienes usados vuelvan al ciclo productivo. Ejemplo de estas iniciativas son las desarrolladas en red y con los usuarios de telecomunicaciones, los mayores demandantes de materiales y recursos.

RESIDUOS DE APARATOS ELÉCTRICOS Y ELECTRÓNICOS (RAEE; toneladas)



En este contexto, una de nuestras principales apuestas es reducir la generación de residuos y promover la economía circular, apoyando la reutilización y el reciclado, siendo siempre transparentes en el proceso que va a seguir cada uno de los objetos que se van a disponer. Así, ofrecemos a la sociedad en general (clientes y no clientes) la opción de disponer sus terminales y accesorios (cables, manos libres, audífonos...) en los buzones ubicados en nuestros centros de atención a clientes, para que sean reciclados.

El programa permanente de reciclaje de celulares inició en 2006, siendo la primera operadora en

México en tenerlo. Durante 2016 se realizaron diversas iniciativas para lograr sensibilizar a la población sobre la importancia del reciclaje de residuos electrónicos, así como para obtener más material para reciclar y asegurar su adecuada gestión y evitar la contaminación.

Así, en 2016 se realizaron diferentes iniciativas con tales propósitos, destacando entre ellas:

- Carrera Movistar. Evento cuyo objetivo es promover la práctica del deporte y el cuidado ambiental. En 2016 se llevó a cabo la tercera edición de la competencia, reuniendo a más de 1,600 participantes. Este certamen deportivo contempló la instalación de contenedores para depositar celulares y materiales electrónicos en desuso, logrando la contribución de los competidores con los programas de reciclaje "Vive el Cambio" –proyecto de Sony Xperia– y #Déjalolr –iniciativa de Telefónica México en vinculación con los Supercívicos–.
- Conciencia Movistar. Campaña a través de la cual buscamos promover y sensibilizar a la población sobre el consumo responsable y sostenible, mediante las iniciativas #Sólo1Segundo y #Déjalolr. Esta última se basa en nuestro compromiso con el desarrollo sostenible y tiene



como finalidad el reciclaje de equipos celulares que se encuentran en desuso, con el objetivo de evitar la contaminación por residuos tecnológicos o e-waste, los cuales impactan en nuestra salud y en el medio ambiente.

- Recicla y estrena. Con el fin de incentivar a los usuarios hacia el reciclaje de celulares, cargadores, accesorios y baterías de teléfonos móviles en desuso, lanzamos a nivel nacional la campaña "Recicla y estrena", en la que por cada terminal en desuso que reciclara cualquier usuario en nuestros Centros de Atención a Clientes, obtenía unos audífonos; además los clientes Movistar participaban por premios oficiales de la Selección Mexicana de Fútbol.
- Alianzas. Durante el año, materializamos diversas sinergias con organizaciones de la sociedad civil, fabricantes y universidades para sumar esfuerzos en favor del reciclaje. Ejemplo de ello, fue la alianza establecida con el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), en la cual, a través de sus canales internos, llevamos a cabo la difusión de la iniciativa, obteniendo una respuesta satisfactoria y ampliando el impacto a la comunidad estudiantil.

Asimismo, llevamos a cabo la vinculación con Épsilon y el Centro de Información y Comunicación Ambiental de Norte América, A.C. (CICEANA), misma que fue realizada dentro de sus instalaciones, con alcance hacia sus colaboradores y la red de aliados.

Finalmente, en aras de impulsar la iniciativa de reciclaje desde el ámbito digital, concretamos una alianza con Lavadero® –servicio de lavandería y tintorería a domicilio digital–, con el objetivo de incentivar a los bici repartidores a través de artículos promocionales hacia la recolección de una mayor cantidad de equipos para reciclaje.

- Decálogo para cuidar el medio ambiente con tu celular. Serie de recomendaciones creada por Telefónica y PantallasAmigas, con motivo del Día de Internet y como parte de la campaña "Pilar y su Celular". El decálogo aborda situaciones que afectan tanto el uso y cuidado del móvil, como a su tratamiento al final de la vida útil. Asimismo, incentiva a los niños a reparar su celular en caso de que se dañe o rompa antes de cambiarlo; a buscar a alguien a quien le resulte útil si desean cambiarlo; y a depositarlo en un lugar de recogida especializado al final de su vida útil.

Como resultado de estas acciones, reciclamos 7.53 toneladas de celulares y accesorios de nuestros clientes y de la población en general.

Adicional al programa de reciclaje, y continuando con el concepto de economía circular, desarrollamos procesos propios con el fin de reutilizar los elementos RAEE generados internamente, logrando el reúso de 1.11 toneladas.

El 100% de los residuos no RAEE y los RAEE resultantes de nuestras operaciones fueron enviados a reciclaje.

*Acopio de **7.53** toneladas de celulares de nuestros clientes destinadas al reciclaje*

*En 2016 incrementamos la disposición de equipos celulares dañados y obsoletos en un **230%** con respecto al año anterior*

Con la intención de reducir el consumo de papel, incentivamos el envío de facturas electrónicas a nuestros clientes. Así, en 2016 consumimos 3.7 toneladas de papel en la generación de facturas, es decir, logramos reducirlo en 28.7% con respecto al año anterior. Esto se traduce en que, para el cierre del año, el 99.35% de nuestros clientes se encontraban ya en el segmento que recibe facturas vía electrónica.

3.02** toneladas de papel y cartón enviadas a reciclaje para la elaboración de cuadernos que son donados a los beneficiados de **Fundación Telefónica

*Aumento de **1.18%** de los clientes que reciben facturas electrónicas*



Aunado a ello, destinamos el papel y cartón que generamos como residuo al reciclaje con la finalidad de elaborar cuadernos, los cuales son entregados a los niños beneficiarios de las acciones educativas de Fundación Telefónica México.



11

Acercade nuestro Informe



102-54

En Telefónica México reafirmamos una vez más nuestro compromiso con la transparencia y presentamos nuestro 11º Informe de Sostenibilidad Corporativa. Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI.

102-45, 102-50

El reporte contiene los eventos, resultados y datos más relevantes para nuestra compañía y los grupos de interés en términos económicos, sociales y ambientales. La información presentada corresponde a las operaciones de las empresas Grupo Telefónica Móviles México, TIS México, Terra México, Media Networks México, Telefónica on the Spot, TGT México, Pléyade México y Fisatel México, durante el periodo comprendido entre el 1º de enero y el 31 de diciembre de 2016.

Para clarificar el alcance de la información presentada, distinguimos los siguientes términos: Compañía, Grupo, Corporativo y sociedad matriz hacen referencia al alcance global de la empresa, es decir, las acciones emprendidas por Telefónica S.A. con sede en España; 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.

Los montos económicos son presentados en pesos mexicanos, a menos que se indique la contabilización en otra divisa. Los tipos de cambio aplicados corresponden a los existentes

al 31 de diciembre de 2016 y son: Dólar USA/Euro = 1.054 y Peso mexicano/Euro = 21.733.

102-48

En términos de re-expresión de información, en el presente reporte se muestra una variación en el porcentaje de colaboradores representados en el Comité de Seguridad y Salud con respecto al porcentaje reportado en nuestros informes anteriores, donde referenciamos a los colaboradores sindicalizados representados en el Comité. En la edición 2016 de nuestro informe comunicamos la proporción de colaboradores representados con base en el total de plantilla.

De igual manera, en materia ambiental tuvieron lugar algunas re-expresiones, pues en años anteriores comunicamos el consumo energético en kilowatts-hora (kWh), mientras que para 2016 la unidad de medida es Megawatt-hora (MWh); en cuanto a la intensidad de nuestras emisiones de gases de efecto invernadero, en ejercicios anteriores, el cálculo se realizó por colaborador, mientras que, en este informe utilizamos el petabyte (PB) como denominador.



Principios para la elaboración del Informe

102-46

Nuestro Informe de Sostenibilidad Corporativa 2016 cumple con los principios para determinar el contenido del reporte, de conformidad con lo siguiente:

- Contexto de sostenibilidad. En Telefónica México apostamos por el desarrollo y el progreso de México, por lo que buscamos contribuir a alcanzar la sostenibilidad en los aspectos social, económico y ambiental. A lo largo del informe, mostramos la vinculación de la coyuntura nacional e internacional, así como de nuestro compromiso por aportar al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, con las acciones que hemos implementado hacia la generación de valor y mejora en la calidad de vida de nuestros grupos de interés.
- Materialidad. En 2016, nuevamente llevamos a cabo un análisis de materialidad con el que logramos determinar los aspectos más importantes para Telefónica México y nuestros grupos de interés. De esta manera, reforzamos nuestra estrategia y abordamos los aspectos que reflejan los efectos económicos, sociales y ambientales más significativos para nuestra compañía y que influyen en la toma de decisiones por parte de nuestros *stakeholders*, los cuales son descritos de manera detallada en nuestro informe.
- Participación de los grupos de interés. En el capítulo denominado Gestión responsable –apartado [Gestión de nuestros grupos de interés y reputación](#)–, presentamos de manera detallada cada uno de los *stakeholders* con quienes interactuamos, así como la gama de canales con los que contamos para mantener una relación cercana con ellos. Por otra parte, derivado del estudio de materialidad 2016, 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 ellos. Enfatizamos y mostramos de manera detallada la información y cobertura correspondiente a los aspectos materiales identificados.
- Exhaustividad. En este reporte presentamos de manera exhaustiva los resultados del desempeño de Telefónica México en términos económicos, sociales y ambientales, mostrando los impactos significativos en los aspectos materiales resultantes y la cobertura de cada uno de ellos.



El presente documento cumple con la totalidad de los principios para determinar la calidad del informe, establecidos por el *Global Reporting Initiative* (GRI):

- **Precisión.** Con el objetivo de dotar a nuestros grupos de interés de información suficiente para evaluar el desempeño de nuestra compañía, el informe es preciso en términos cualitativos y cuantitativos.
- **Equilibrio.** Somos transparentes y, por tanto, reportamos los aspectos positivos y negativos de nuestra gestión, con la finalidad de brindar un contexto fundamentado para comprender nuestro desempeño.
- **Claridad.** La información se encuentra expresada en términos comprensibles para los grupos de interés que cuentan con un conocimiento razonable sobre el sector y la compañía; asimismo, para proporcionar una amplia perspectiva, llevamos a cabo comparaciones de los resultados de la

gestión del ejercicio 2016 con respecto a los obtenidos al cierre del año 2015.

- **Comparabilidad.** La información presentada permite que los grupos de interés reflexionen sobre la evolución del desempeño de nuestra compañía y posibilita que lo comparen con la gestión de otras empresas.
- **Fiabilidad.** En concordancia con nuestro Modelo de Negocio Responsable y con la finalidad de garantizar certeza a nuestros grupos de interés, las fuentes de los datos contenidos en el presente documento son auditadas.
- **Puntualidad.** Como cada año, publicamos nuestro informe con el fin de facilitar a nuestros grupos de interés la información necesaria para la toma de decisiones, mostramos datos correspondientes al periodo objeto de reporte y comunicamos las re-expresiones de datos con respecto al reporte anterior.



Asimismo, nuestro Informe es el instrumento a través del cual materializamos nuestra alineación a la norma de aseguramiento AA1000AS (2008), cumpliendo con los principios de AccountAbility:

- **Inclusividad.** Asumimos el compromiso y la responsabilidad hacia nuestros grupos de interés, haciéndolos partícipes en la identificación de los asuntos que impactan a ambas partes y en el establecimiento de soluciones. Nos enfocamos en conocer y comprender sus necesidades y expectativas, con el objetivo de establecer las medidas necesarias que nos lleven a atenderlos de

manera apropiada y a alcanzar mejores resultados.

- **Relevancia.** Logramos identificar los asuntos relevantes para nuestra compañía y para nuestros grupos de interés, presentando la información de manera exhaustiva y equilibrada, siendo la sostenibilidad nuestro mayor motivador.
- **Capacidad de respuesta.** A través de los hitos y buenas prácticas, así como a través de los objetivos hacia 2017, en Telefónica México damos respuesta a las preocupaciones y expectativas de nuestros grupos de interés.



12

┌ Anexos



Indicadores clave

102-48

| INDICADORES ECONÓMICOS | UNIDAD DE MEDIDA | 2015 | 2016 | VARIACIÓN 2016 vs 2015 |
|--|------------------|---------|---------|------------------------|
| Ingresos de Telefónica México | USD millones | 1,977.4 | 1,361.7 | -31.1% |
| Ingresos PIB | % | 0.2 | 0.1 | -50.0% |
| Número de reclamaciones | Unidades | - | 1,876 | - |
| Aportaciones fiscales | USD miles | 152.7 | N/D | - |
| Gastos salariales a colaboradores | USD millones | 142.8 | 127.2 | -10.9% |
| Volumen de compras adjudicado | USD millones | 1,647.0 | 966.3 | -41.3% |
| Volumen de compras adjudicado localmente | USD millones | 946.0 | 894.4 | -5.5% |
| Porcentaje de proveedores adjudicatarios locales | % | 86.3 | 86.1 | -0.3% |
| Inversiones en Capex | USD millones | 295.0 | 230.8 | -21.7% |
| Inversión en I+D | USD millones | 34.1 | N/D | - |



| INDICADORES SOCIALES ⁽¹⁾ | UNIDAD DE MEDIDA | 2015 | 2016 | VARIACIÓN 2016 vs 2015 |
|---|------------------|---------|---------|------------------------|
| Plantilla total física | Personas | 2,479 | 2,829 | 14.1% |
| Plantilla promedio | Personas | 2,653 | 2,612 | -1.5% |
| Tasa de absentismo | Unidades | 1,104.2 | 758.5 | -31.3% |
| Horas de formación en el ejercicio | Horas | 60,580 | 64,836 | 7.0% |
| Número de mujeres en plantilla | Personas | 810 | 803 | -0.9% |
| Número de mujeres directivas | Personas | 4 | 3 | -25.0% |
| Número de personas con discapacidad | Personas | 0 | 0 | 0% |
| Horas de voluntariado | Horas | 3,627 | 3,784 | 4.3% |
| Número de auditorías realizadas a proveedores | Unidades | 13 | 2 | -84.6% |
| Anticorrupción ⁽²⁾ | | | | |
| Número de empleados activos formados ⁽³⁾ | Personas | 75,648 | 109,467 | 44.7% |
| Total de comunicaciones tramitadas por posible incidente | Unidades | 822 | 1,152 | 40.1% |
| Número de investigaciones cerradas | Unidades | 464 | 1,090 | 134.9% |
| Número total de incidentes de corrupción y soborno identificados | Unidades | 0 | 2 | - |
| Medidas adoptadas como consecuencia de la investigación de las denuncias (despidos) | Unidades | 38 | 135 | 255.3% |



| INDICADORES AMBIENTALES | UNIDAD DE MEDIDA | 2015 | 2016 | VARIACIÓN 2016 vs 2015 |
|---|------------------|----------|-----------|------------------------|
| Despliegue de red responsable | | | | |
| Infraestructuras compartidas | Unidades | 41 | 48 | 17.1% |
| Mediciones de campos electromagnéticos | Unidades | N/D | 51 | - |
| Inversión y gasto en medio ambiente ⁽⁴⁾ | USD millones | 0.02 | 1.60 | 7,221.6% |
| Consumo de recursos | | | | |
| Total consumo de papel –actividades comerciales y de oficina– ⁽⁵⁾ | t | 64.5 | 69.8 | 8.2% |
| Número de clientes con factura electrónica | Unidades | 885,270 | 991,473.0 | 12.0% |
| Consumo de agua | m ³ | 39,431.0 | 48,424.0 | 22.8% |
| Horas de voluntariado | | | | |
| Total de residuos gestionados (operaciones, oficinas y clientes) ⁽⁶⁾ | t | 30.7 | 110.3 | 259.6% |
| Residuos de baterías de grupos electrógenos (operaciones y oficinas) | t | 16.8 | 53.1 | 216.0% |
| Residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (operaciones y oficinas) | t | 2.67 | 12.5 | 368.2% |
| Reciclaje y reúso de teléfonos móviles y accesorios de clientes ⁽⁷⁾ | t | 0 | 8.6 | - |



| INVENTARIO DE ENERGÍA Y CO ₂ | UNIDAD DE MEDIDA | 2015 | 2016 | VARIACIÓN 2016 vs 2015 |
|---|---------------------|--------------|-------------|------------------------|
| Energía | | | | |
| Combustibles | Miles de litros | 1,537.9 | 2,527.6 | 64.4% |
| Consumo eléctrico operaciones ⁽⁸⁾ | MWh | 315,153.5 | 325,593.5 | 3.3% |
| Consumo eléctrico oficinas | kWh | 12,024,932.0 | 3,885,802.8 | -67.7% |
| Energía procedente de fuentes renovables | MWh | 8.5 | 5.6 | -34.1% |
| Emisiones | | | | |
| Emisiones Alcance 1 + 2 (<i>location</i>) | tCO ₂ eq | 158,233.0 | 163,640.8 | 3.4% |
| Emisiones Alcance 1 + 2 (<i>market</i>) | tCO ₂ eq | 158,233.0 | 163,640.8 | 3.4% |
| Emisiones totales Alcance 1 + 2 (<i>location</i>) + 3 con gases refrigerantes | tCO ₂ eq | 159,303.1 | 164,216.3 | 3.1% |
| Emisiones totales Alcance 1 + 2 (<i>market</i>) + 3 con gases refrigerantes | tCO ₂ eq | 159,303.1 | 164,216.3 | 3.1% |
| Emisiones totales Alcance 1 + 2 (<i>market</i>) + 3 sin gases refrigerantes | tCO ₂ eq | 155,333.4 | 159,863.7 | 2.9% |
| Emisiones totales Alcance 1 + 2 (<i>location</i>) + 3 sin gases refrigerantes | tCO ₂ eq | 155,333.4 | 159,863.7 | 2.9% |

Notas:

⁽¹⁾ Las variaciones existentes entre las cifras monetarias correspondientes a 2015 y reportadas en el Informe de Sostenibilidad Corporativa de ese ejercicio y las contenidas en el presente anexo pueden deberse a los tipos de cambio aplicados.

⁽²⁾ 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, Pléyade México y Fisatel México.

⁽³⁾ Los datos corresponden a información de la Empresa a nivel global.

⁽⁴⁾ Los datos de formación no incluyen las operaciones de Telefónica Reino Unido y Telefónica Deutschland.

⁽⁵⁾ La inversión y gasto en medio ambiente incluye el concepto de medición de campos electromagnéticos.

^{(6), (7), (8)} Los resultados 2015 presentan una variación con respecto a los reportados en el Informe de Sostenibilidad Corporativa 2015.



Premios y reconocimientos

- **Premio Ética y Valores en la Industria 2016, 5º año consecutivo**
Confederación de Cámaras Industriales (CONCAMIN)
- **Distintivo Empresa Socialmente Responsable 2016, 13º año consecutivo**
Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial (AliaRSE)
- **Mejores Prácticas de RSE en la categoría de Calidad de Vida**
Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial (AliaRSE) y Forum Empresa
- **Reconocimiento como una de las mejores empresas para trabajar en México**
Great Place to Work
- **Recertificación ISO 14001:2004**
Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)
- **Recertificación ISO 9001:2008**
Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)
- **Renovación del certificado del Sistema de Gestión de Seguridad y las certificaciones ISO 27001 e ISO 20000 del Centro de Operaciones de Seguridad**
Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)
- **Certificación NYCE**
Normalización y Certificación NYCE, S.C.
- **Mejor Proyecto de Transformación de Data Center**
Datacenter Dynamics Latin America Awards
- **Certificación Facility TIER III al Data Center de Ixtlahuaca**
Uptime Institute
- **Reconocimiento por 5º año consecutivo como el Líder de proveedores globales de IoT**
Machina Research
- **Validación como el Líder en “The Magic Quadrant” (Cuadrante Mágico) en servicios M2M**
Gartner
- **Sello Best Consumer Experience –BCX– (Mejor Experiencia del Consumidor)**
IZO
- **Reconocimiento local y global del modelo de Franquicia Rural (FR)**
Teléfono *Innovation* y diversos operadores en Latinoamérica; el proyecto fue identificado por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT)



Índice de Contenidos GRI 102-55

| Estándar GRI | Contenido | Páginas/URL | Omisión | |
|------------------------------------|---------------------------|---|---|--|
| Contenidos Generales | | | | |
| GRI 102: Contenidos Generales 2016 | Perfil de la organización | | | |
| | 102-1 | Nombre de la organización | 13 | |
| | 102-2 | Actividades, marcas, productos y servicios | 13, 14 | |
| | 102-3 | Ubicación de la sede | 13 | |
| | 102-4 | Ubicación de las operaciones | 13, 17 | |
| | 102-5 | Propiedad y forma jurídica | 23 | |
| | 102-6 | Mercados servidos | 17 | |
| | 102-7 | Tamaño de la organización | 13 | |
| | 102-8 | Información sobre empleados y otros trabajadores | 17, 86 Para Telefónica México, los trabajadores son las personas contratadas por el único outsourcing autorizado por el área de Capital Humano para cubrir incapacidades o proyectos especiales. En el presente reporte no se muestra información relativa a los trabajadores. | |
| | 102-9 | Cadena de suministro | 17, 61 | |
| | 102-10 | Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro | 61 | |
| | 102-11 | Principio o enfoque de precaución | 54 | |
| | 102-12 | Iniciativas externas | 41, 43-45, 110, 113, 115, 153-156, 157-159 | |
| 102-13 | Afiliación a asociaciones | 41 | | |



| Estándar GRI | Contenido | Páginas/URL | Omisión | |
|------------------------------------|---|---|-----------------------|--|
| Contenidos Generales | | | | |
| GRI 102: Contenidos Generales 2016 | Estrategia | | | |
| | 102-14 | Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones | 4, 9 | |
| | 102-15 | Impactos, riesgos y oportunidades principales | 4, 9, 54, 67, 68, 102 | |
| | Ética e integridad | | | |
| | 102-16 | Valores, principios, estándares y normas de conducta | 26, 28 | |
| | 102-17 | Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas | 30 | |
| | Gobernanza | | | |
| | 102-18 | Estructura de gobernanza | 23, 24 | |
| | 102-19 | Delegación de autoridad | 25 | |
| | 102-20 | Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales | 25 | |
| | 102-21 | Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales | 24, 25 | |
| | 102-22 | Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités | 23 | |
| | 102-23 | Presidente del máximo órgano de gobierno | 24, 25 | |
| | 102-24 | Nominación y selección del máximo órgano de gobierno | 24, 25 | |
| 102-25 | Conflictos de intereses | 60 | | |
| 102-26 | Función del máximo órgano de gobierno en la selección de propósitos, valores y estrategia | 27, 28 | | |
| 102-27 | Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno | 25 | | |



| Estándar GRI | Contenido | | Páginas/URL | Omisión | |
|------------------------------------|--|---|--|---------|--|
| Contenidos Generales | | | | | |
| GRI 102: Contenidos Generales 2016 | 102-28 | Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno | No existe un proceso para la evaluación del desempeño de la Asamblea de Accionistas. | | |
| | 102-29 | Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales | 19, 21, 54 | | |
| | 102-30 | Eficacia de los procesos de gestión del riesgo | 25, 54 | | |
| | 102-31 | Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales | 25 | | |
| | 102-32 | Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad | 26, 27 | | |
| | 102-33 | Comunicación de preocupaciones críticas | 24 | | |
| | 102-34 | Naturaleza y número total de preocupaciones críticas | Este tipo de cuestiones, en caso de aplicar, se abordan durante la Asamblea de Accionistas, o bien, en las sesiones del Consejo de Administración. | | |
| | Participación de los grupos de interés | | | | |
| | 102-40 | Lista de grupos de interés | 34-45 | | |
| | 102-41 | Acuerdos de negociación colectiva | 86 | | |
| | 102-42 | Identificación y selección de grupos de interés | 34 | | |
| | 102-43 | Enfoque para la participación de los grupos de interés | 34 | | |
| | 102-44 | Temas y preocupaciones clave mencionados | 46, 74, 82 | | |
| | Prácticas para la elaboración de informes | | | | |
| 102-45 | Entidades incluidas en los estados financieros consolidados | 128 | | | |
| 102-46 | Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema | 47, 128 | | | |



| Estándar GRI | Contenido | | Páginas/URL | Omisión | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------|--------------------------|--|---|-------------------|--------------------------|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|----|
| Contenidos Generales | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| GRI 102: Contenidos Generales 2016 | 102-47 | Lista de temas materiales | 52-53 | | | | | | | | | | | | | | |
| | 102-48 | Re-expresión de la información | 123, 128, 131 | | | | | | | | | | | | | | |
| | 102-49 | Cambios en la elaboración de informes | 21 | | | | | | | | | | | | | | |
| | 102-50 | Periodo objeto del informe | 128 | | | | | | | | | | | | | | |
| | 102-51 | Fecha del último informe | 2015 | | | | | | | | | | | | | | |
| | 102-52 | Ciclo de elaboración de informes | Anual | | | | | | | | | | | | | | |
| | 102-53 | Punto de contacto para preguntas sobre el informe | Contraportada | | | | | | | | | | | | | | |
| | 102-54 | Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI | 128 | | | | | | | | | | | | | | |
| | 102-55 | Índice de contenidos GRI | 136-152 | | | | | | | | | | | | | | |
| Temas materiales | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Desempeño económico | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1 | Explicación del tema material y su Cobertura | 19, 54 | | | | | | | | | | | | | | |
| | 103-2 | El enfoque de gestión y sus componentes | 19, 54, 55 | | | | | | | | | | | | | | |
| | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión | 19, 54, 55 | | | | | | | | | | | | | | |
| GRI 201: Desempeño económico 2016 | 201-1 | Valor económico directo generado y distribuido | 17, 109 | | | | | | | | | | | | | | |
| | 201-2 | Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático | 124 | | | | | | | | | | | | | | |
| | 201-3 | Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación | <p>Telefónica México realiza aportaciones adicionales hasta el 2% del salario base anual del colaborador de acuerdo con la siguiente tabla:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>APORTACIÓN BÁSICA</th> <th>APORTACIONES ADICIONALES</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1%</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>2%</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>3%</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>4%</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>5%</td> <td>2%</td> </tr> <tr> <td>6%</td> <td>2%</td> </tr> </tbody> </table> | APORTACIÓN BÁSICA | APORTACIONES ADICIONALES | 1% | 1% | 2% | 2% | 3% | 2% | 4% | 2% | 5% | 2% | 6% | 2% |
| APORTACIÓN BÁSICA | APORTACIONES ADICIONALES | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1% | 1% | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2% | 2% | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3% | 2% | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4% | 2% | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5% | 2% | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6% | 2% | | | | | | | | | | | | | | | | |



| Estándar GRI | Contenido | | Páginas/URL | Omisión |
|--|-----------|---|--|---------|
| Temas materiales | | | | |
| Desempeño económico | | | | |
| GRI 201: Desempeño económico 2016 | 201-4 | Asistencia financiera recibida del gobierno | De conformidad con el Modelo de Negocio Responsable, Telefónica México no recibe apoyo financiero alguno por parte del gobierno. | |
| Presencia en el mercado | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1 | Explicación del tema material y su Cobertura | 19 | |
| | 103-2 | El enfoque de gestión y sus componentes | 19, 93 | |
| | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión | 19, 93 | |
| GRI 202: Presencia en el mercado 2016 | 202-1 | Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local | 93 | |
| Impactos económicos indirectos | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1 | Explicación del tema material y su Cobertura | 70-72 | |
| | 103-2 | El enfoque de gestión y sus componentes | 70-72 | |
| | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión | 70, 72 | |
| GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016 | 203-1 | Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados | 19, 70-72, 107 | |
| | 203-2 | Impactos económicos indirectos significativos | 19, 70-72, 107, 110, 113-115 | |
| Prácticas de adquisición | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1 | Explicación del tema material y su Cobertura | 38, 61, 63 | |
| | 103-2 | El enfoque de gestión y sus componentes | 54, 61-63 | |
| | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión | 54, 61, 64 | |
| GRI 204: Prácticas de adquisición 2016 | 204-1 | Proporción de gasto en proveedores locales | 17, 19, 61 | |



| Estándar GRI | Contenido | | Páginas/URL | Omisión |
|-----------------------------------|-----------|--|--|---------|
| Temas materiales | | | | |
| Anticorrupción | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1 | Explicación del tema material y su Cobertura | 57, 101, 102 | |
| | 103-2 | El enfoque de gestión y sus componentes | 55, 57, 59, 101, 102, 109 | |
| | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión | 55, 57, 102 | |
| GRI 205: Anticorrupción 2016 | 205-1 | Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción | 55, 102, 109 | |
| | 205-2 | Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción | 30, 59 | |
| | 205-3 | Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas | 30 | |
| Competencia desleal | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1 | Explicación del tema material y su Cobertura | 19, 41, 42, 74 | |
| | 103-2 | El enfoque de gestión y sus componentes | 19, 41, 42, 74 | |
| | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión | 19, 41, 42 | |
| GRI 206: Competencia desleal 2016 | 206-1 | Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia | De conformidad con el Modelo de Negocio Responsable y la contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, Telefónica México promueve la libre y efectiva competencia, por lo que en el periodo de reporte no existieron incidentes relativos a competencia desleal o prácticas monopolísticas. | |



| Estándar GRI | Contenido | | Páginas/URL | Omisión |
|----------------------------------|-----------|--|--------------------|---------|
| Temas materiales | | | | |
| Energía | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1 | Explicación del tema material y su Cobertura | 118, 120, 122 | |
| | 103-2 | El enfoque de gestión y sus componentes | 118, 120, 122 | |
| | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión | 118, 120, 122, 123 | |
| GRI 302: Energía 2016 | 302-1 | Consumo energético dentro de la organización | 123 | |
| | 302-2 | Consumo energético fuera de la organización | 123 | |
| | 302-3 | Intensidad energética | 123 | |
| | 302-4 | Reducción del consumo energético | 124 | |
| | 302-5 | Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios | 21 | |
| Emisiones | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1 | Explicación del tema material y su Cobertura | 21, 120, 122 | |
| | 103-2 | El enfoque de gestión y sus componentes | 21, 120, 122 | |
| | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión | 21, 120, 122 | |
| GRI 305: Emisiones 2016 | 305-1 | Emisiones directas de GEI (alcance 1) | 21 | |
| | 305-2 | Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2) | 21 | |



| Estándar GRI | Contenido | | Páginas/URL | Omisión |
|------------------------------------|-----------|--|--|---------|
| Temas materiales | | | | |
| Emisiones | | | | |
| GRI 305: Emisiones 2016 | 305-3 | Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3) | 21, 118 | |
| | 305-4 | Intensidad de las emisiones de GEI | 118, 123 | |
| | 305-5 | Reducción de las emisiones de GEI | 21, 118 | |
| | 305-6 | Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO) | Telefónica México emitió 4,352.53 toneladas de CO ₂ equivalente de gases refrigerantes (CFC y HFC) en 2016. | |
| | 305-7 | Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire | Telefónica México emitió 0.05 toneladas de N ₂ O en 2016, producto del uso de diésel. | |
| Efluentes y residuos | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1 | Explicación del tema material y su Cobertura | 118, 120 | |
| | 103-2 | El enfoque de gestión y sus componentes | 118, 120, 125 | |
| | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión | 118, 120, 125 | |
| GRI 306: Efluentes y residuos 2016 | 306-1 | Vertido de aguas en función de su calidad y destino | 121 | |
| | 306-2 | Residuos por tipo y método de eliminación | 125 | |
| | 306-3 | Derrames significativos | Debido a la naturaleza del negocio, no existen derrames que afecten fuentes hidrológicas. | |



| Estándar GRI | Contenido | | Páginas/URL | Omisión |
|--------------------------------------|-----------|---|--|---------|
| Temas materiales | | | | |
| Efluentes y residuos | | | | |
| GRI 306: Efluentes y residuos 2016 | 306-4 | Transporte de residuos peligrosos | Los residuos peligrosos no son transportados por Telefónica México; son dispuestos de conformidad con el plan de manejo de residuos de manejo especial (NOM-161) registrado ante la SEMARNAT, a través de prestadores de servicios autorizados y registrados ante dicha dependencia, proporcionando un certificado de destrucción. | |
| | 306-5 | Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías | Las aguas residuales generadas por la compañía son vertidas en los sistemas de drenaje y alcantarillado de la Ciudad de México, por lo que ningún cuerpo de agua es afectado de manera directa. | |
| Cumplimiento ambiental | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1 | Explicación del tema material y su Cobertura | 57, 118, 121 | |
| | 103-2 | El enfoque de gestión y sus componentes | 57, 118, 121, 125 | |
| | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión | 57, 118, 121, 125 | |
| GRI 307: Cumplimiento ambiental 2016 | 307-1 | Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental | Telefónica México cumple al 100% con la normatividad ambiental aplicable. | |
| Evaluación ambiental de proveedores | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1 | Explicación del tema material y su Cobertura | 38, 61, 63 | |
| | 103-2 | El enfoque de gestión y sus componentes | 62, 63 | |
| | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión | 64 | |



| Estándar GRI | Contenido | | Páginas/URL | Omisión |
|---|-----------|---|------------------|---------|
| Temas materiales | | | | |
| Evaluación ambiental de proveedores | | | | |
| GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016 | 308-1 | Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios ambientales | 64 | |
| | 308-2 | Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas | 63 | |
| Empleo | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1 | Explicación del tema material y su Cobertura | 86, 94, 101, 102 | |
| | 103-2 | El enfoque de gestión y sus componentes | 94, 101, 102 | |
| | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión | 94, 102 | |
| GRI 401: Empleo 2016 | 401-1 | Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal | 86, 101 | |
| | 401-2 | Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales | 101 | |
| | 401-3 | Permiso parental | 95 | |
| Formación y enseñanza | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1 | Explicación del tema material y su Cobertura | 89, 90 | |
| | 103-2 | El enfoque de gestión y sus componentes | 89, 90 | |
| | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión | 89, 90 | |



| Estándar GRI | Contenido | Páginas/URL | Omisión | |
|--|-----------|--|---|--|
| Temas materiales | | | | |
| Formación y enseñanza | | | | |
| GRI 404: Formación y enseñanza 2016 | 404-1 | Media de horas de formación al año por empleado | 89 | |
| | 404-2 | Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición | 89, 94 Como parte del Programa <i>Refresh</i> , se llevó a cabo un proceso de desvinculación entre la empresa y personas que no cumplían con los perfiles requeridos ante la nueva estrategia de Telefónica México. Los colaboradores desvinculados recibieron su liquidación al 100%, seguro de gastos médicos mayores por un año y <i>outplacement</i> . | |
| | 404-3 | Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional | 90 | |
| Diversidad e igualdad de oportunidades | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1 | Explicación del tema material y su Cobertura | 41, 91 | |
| | 103-2 | El enfoque de gestión y sus componentes | 91, 93 | |
| | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión | 41, 92, 93 | |
| GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016 | 405-1 | Diversidad en órganos de gobierno y empleados | 86, 92 | |
| | 405-2 | Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres | 93 | |



| Estándar GRI | | Contenido | Páginas/URL | Omisión |
|--|-------|---|--|---------|
| Temas materiales | | | | |
| No discriminación | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1 | Explicación del tema material y su Cobertura | 63, 101, 102 | |
| | 103-2 | El enfoque de gestión y sus componentes | 62, 63, 101, 102 | |
| | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión | 64, 102 | |
| GRI 406: No discriminación 2016 | 406-1 | Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas | Durante el periodo de reporte no existieron casos de discriminación. | |
| Libertad de asociación y negociación colectiva | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1 | Explicación del tema material y su Cobertura | 63, 93, 101, 102 | |
| | 103-2 | El enfoque de gestión y sus componentes | 62, 63, 93, 101, 102 | |
| | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión | 64, 93, 102 | |
| GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva 2016 | 407-1 | Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo | 63, 93 Derivado de la adhesión de Telefónica México al Pacto Mundial de la ONU y de los Principios de Negocio Responsable, no existen operaciones ni proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva se encuentre en riesgo. | |
| Trabajo infantil | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1 | Explicación del tema material y su Cobertura | 38, 63, 101, 102 | |
| | 103-2 | El enfoque de gestión y sus componentes | 62, 63, 101, 102, 104 | |
| | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión | 64, 102, 104 | |



| Estándar GRI | Contenido | Páginas/URL | Omisión |
|---|---|---|------------------|
| Temas materiales | | | |
| Trabajo infantil | | | |
| GRI 408: Trabajo infantil 2016 | 408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil | 63 De conformidad con la legislación vigente en México, derivado del Modelo de Negocio Responsable y de la adhesión de Telefónica México al Pacto Mundial de la ONU, no existen operaciones ni proveedores con riesgo de casos de trabajo infantil. | |
| Trabajo forzoso u obligatorio | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1 | Explicación del tema material y su Cobertura | 38, 63, 101, 102 |
| | 103-2 | El enfoque de gestión y sus componentes | 62, 63, 101, 102 |
| | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión | 64, 102 |
| GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio 2016 | 409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio | 63 De conformidad con la legislación vigente en México, derivado del Modelo de Negocio Responsable y de la adhesión de Telefónica México al Pacto Mundial de la ONU, no existen operaciones ni proveedores con riesgo de casos de trabajo forzoso u obligatorio. | |
| Derechos de los pueblos indígenas | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1 | Explicación del tema material y su Cobertura | 63, 101, 102 |
| | 103-2 | El enfoque de gestión y sus componentes | 62, 63, 101, 102 |
| | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión | 64, 102 |
| GRI 411: Derechos de los pueblos indígenas 2016 | 411-1 Casos de violaciones de los derechos de los pueblos indígenas | Durante el periodo de reporte no existieron reclamaciones por vulneración a los derechos de los pueblos indígenas. | |



| Estándar GRI | Contenido | Páginas/URL | Omisión | |
|--|-----------|--|--------------------|--|
| Temas materiales | | | | |
| Evaluación de derechos humanos | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1 | Explicación del tema material y su Cobertura | 38, 63, 101, 102 | |
| | 103-2 | El enfoque de gestión y sus componentes | 62, 63, 101, 102 | |
| | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión | 64, 102 | |
| GRI 412: Evaluación de derechos humanos 2016 | 412-1 | Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos | 62 | |
| | 412-2 | Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos | 30 | |
| | 412-3 | Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos | 62 | |
| Comunidades locales | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1 | Explicación del tema material y su Cobertura | 101, 102, 109 | |
| | 103-2 | El enfoque de gestión y sus componentes | 101, 102, 109 | |
| | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión | 102, 109, 112, 115 | |
| GRI 413: Comunidades locales 2016 | 413-1 | Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo | 109 | |
| | 413-2 | Operaciones con impactos negativos significativos –reales y potenciales– en las comunidades locales | 109 | |



| Estándar GRI | Contenido | | Páginas/URL | Omisión |
|--|-----------|--|---|---------|
| Temas materiales | | | | |
| Evaluación social de los proveedores | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1 | Explicación del tema material y su Cobertura | 38, 61, 63 | |
| | 103-2 | El enfoque de gestión y sus componentes | 62, 63 | |
| | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión | 64 | |
| GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016 | 414-1 | Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales | 64 | |
| | 414-2 | Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas | 63 | |
| Política pública | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1 | Explicación del tema material y su Cobertura | 41-43 | |
| | 103-2 | El enfoque de gestión y sus componentes | 41, 42 | |
| | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión | 42 | |
| GRI 415: Política pública 2016 | 415-1 | Contribuciones a partidos y/o representantes políticos | De conformidad con la ley vigente en México y derivado del Modelo de Negocio Responsable, no existen contribuciones a partidos o representantes políticos por parte de Telefónica México. | |



| Estándar GRI | Contenido | | Páginas/URL | Omisión |
|---|-----------|---|---|---------|
| Temas materiales | | | | |
| Salud y seguridad de los clientes | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1 | Explicación del tema material y su Cobertura | 120 | |
| | 103-2 | El enfoque de gestión y sus componentes | 120 | |
| | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión | 120 | |
| GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016 | 416-1 | Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios | 120 | |
| | 416-2 | Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios | Telefónica México se alinea a la normatividad vigente, por lo que durante el periodo de reporte no existió incumplimiento alguno relativo a impactos en la salud y seguridad de los usuarios por el uso de sus productos y servicios. | |
| Marketing y etiquetado | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1 | Explicación del tema material y su Cobertura | 74, 83 | |
| | 103-2 | El enfoque de gestión y sus componentes | 74, 83 | |
| | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión | 76, 84 | |
| GRI 417: Marketing y etiquetado 2016 | 417-1 | Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios | 83 | |
| | 417-2 | Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios | 76 | |
| | 417-3 | Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing | No existe registro de incidencia alguna que haga referencia al incumplimiento de normativas ni códigos internos de la publicidad. | |



| Estándar GRI | Contenido | | Páginas/URL | Omisión |
|---|-----------|---|---|---------|
| Temas materiales | | | | |
| Privacidad del cliente | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1 | Explicación del tema material y su Cobertura | 79, 80 | |
| | 103-2 | El enfoque de gestión y sus componentes | 79, 80 | |
| | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión | 79, 80 | |
| GRI 418: Privacidad del cliente 2016 | 418-1 | Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente | No existieron multas ni reclamaciones fundamentadas referentes a la fuga de datos personales. | |
| Cumplimiento socioeconómico | | | | |
| GRI 103: Enfoque de gestión 2016 | 103-1 | Explicación del tema material y su Cobertura | 57 | |
| | 103-2 | El enfoque de gestión y sus componentes | 57 | |
| | 103-3 | Evaluación del enfoque de gestión | 57 | |
| GRI 419: Cumplimiento socioeconómico 2016 | 419-1 | Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico | Telefónica México se alinea a la normatividad vigente, por lo que durante el periodo de reporte no existió incumplimiento alguno relativo a la legislación en los ámbitos social y económico. | |



Compromiso con el Pacto Mundial de Naciones Unidas 102-12

| ÁMBITO | PRINCIPIO | | CAPÍTULO / SUBCAPÍTULO |
|------------------|-------------|---|--|
| Derechos Humanos | Principio 1 | Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia. | <ul style="list-style-type: none"> • Contribución al progreso: <ul style="list-style-type: none"> » Impacto económico • Gestión responsable: <ul style="list-style-type: none"> » Negocio Responsable » Ética empresarial y cumplimiento » Gestión de la cadena de suministro • Compromiso con nuestros clientes: <ul style="list-style-type: none"> » Confianza digital » Publicidad responsable • Compromiso con nuestro equipo: <ul style="list-style-type: none"> » El mejor talento » Diversidad e igualdad de oportunidades » Bienestar laboral, salud y seguridad • Compromiso con la sociedad: <ul style="list-style-type: none"> » Derechos Humanos » Inclusión digital » Acción social y cultural |
| | Principio 2 | Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los Derechos Humanos. | <ul style="list-style-type: none"> • Contribución al progreso: <ul style="list-style-type: none"> » Impacto económico • Gestión responsable: <ul style="list-style-type: none"> » Negocio Responsable » Ética empresarial y cumplimiento » Gestión de la cadena de suministro • Compromiso con nuestros clientes: <ul style="list-style-type: none"> » Confianza digital » Publicidad responsable • Compromiso con nuestro equipo: <ul style="list-style-type: none"> » El mejor talento » Diversidad e igualdad de oportunidades » Bienestar laboral, salud y seguridad • Compromiso con la sociedad: <ul style="list-style-type: none"> » Derechos Humanos » Inclusión digital |



| ÁMBITO | PRINCIPIO | | CAPÍTULO / SUBCAPÍTULO |
|----------------------|-------------|--|---|
| Estándares laborales | Principio 3 | Las Empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva. | <ul style="list-style-type: none"> • Contribución al progreso: <ul style="list-style-type: none"> » Impacto económico • Gestión responsable: <ul style="list-style-type: none"> » Negocio Responsable » Gestión de la cadena de suministro • Compromiso con nuestro equipo: <ul style="list-style-type: none"> » Diversidad e igualdad de oportunidades » Bienestar laboral, salud y seguridad • Compromiso con la sociedad: <ul style="list-style-type: none"> » Derechos Humanos |
| | Principio 4 | Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción. | <ul style="list-style-type: none"> • Contribución al progreso: <ul style="list-style-type: none"> » Impacto económico • Gestión responsable: <ul style="list-style-type: none"> » Negocio Responsable » Ética empresarial y cumplimiento » Gestión de la cadena de suministro • Compromiso con nuestro equipo: <ul style="list-style-type: none"> » Diversidad e igualdad de oportunidades » Clima laboral » Bienestar laboral, salud y seguridad • Compromiso con la sociedad: <ul style="list-style-type: none"> » Derechos Humanos |
| | Principio 5 | Las Empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil. | <ul style="list-style-type: none"> • Contribución al progreso: <ul style="list-style-type: none"> » Impacto económico • Gestión responsable: <ul style="list-style-type: none"> » Negocio Responsable » Ética empresarial y cumplimiento » Gestión de la cadena de suministro • Compromiso con nuestro equipo: <ul style="list-style-type: none"> » Diversidad e igualdad de oportunidades • Compromiso con la sociedad: <ul style="list-style-type: none"> » Derechos Humanos » Acción social y cultural |



| ÁMBITO | PRINCIPIO | | CAPÍTULO / SUBCAPÍTULO |
|----------------------|-------------|---|--|
| Estándares laborales | Principio 6 | Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación. | <ul style="list-style-type: none"> • Contribución al progreso: <ul style="list-style-type: none"> » Impacto económico • Gestión responsable: <ul style="list-style-type: none"> » Negocio Responsable » Ética empresarial y cumplimiento » Gestión de la cadena de suministro • Compromiso con nuestro equipo: <ul style="list-style-type: none"> » El mejor talento » Atracción y desarrollo de talento » Diversidad e igualdad de oportunidades » Clima laboral » Bienestar laboral, salud y seguridad • Compromiso con la sociedad: <ul style="list-style-type: none"> » Derechos Humanos |
| Medio ambiente | Principio 7 | Las Empresas deben mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente. | <ul style="list-style-type: none"> • Contribución al progreso: <ul style="list-style-type: none"> » Impacto ambiental • Gestión responsable: <ul style="list-style-type: none"> » Negocio Responsable » Ética empresarial y cumplimiento » Gestión de la cadena de suministro • Compromiso con el medio ambiente: <ul style="list-style-type: none"> » Gestión medioambiental » Una red responsable » Agua » Energía y cambio climático » Residuos |
| | Principio 8 | Las Empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental. | <ul style="list-style-type: none"> • Contribución al progreso: <ul style="list-style-type: none"> » Impacto ambiental • Gestión responsable: <ul style="list-style-type: none"> » Negocio Responsable » Ética empresarial y cumplimiento » Gestión de la cadena de suministro • Compromiso con el medio ambiente: <ul style="list-style-type: none"> » Gestión medioambiental » Una red responsable » Agua » Energía y cambio climático » Residuos |



| ÁMBITO | PRINCIPIO | CAPÍTULO / SUBCAPÍTULO |
|----------------|--|--|
| Medio ambiente | Principio 9 Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente. | <ul style="list-style-type: none">• Contribución al progreso:<ul style="list-style-type: none">» Impacto ambiental• Gestión responsable:<ul style="list-style-type: none">» Negocio Responsable» Ética empresarial y cumplimiento» Gestión de la cadena de suministro• Compromiso con el medio ambiente:<ul style="list-style-type: none">» Gestión medioambiental» Una red responsable» Agua» Energía y cambio climático» Residuos |
| Anticorrupción | Principio 10 Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno. | <ul style="list-style-type: none">• Gestión responsable:<ul style="list-style-type: none">» Negocio Responsable» Identificación y gestión de riesgos» Ética empresarial y cumplimiento» Gestión de la cadena de suministro• Compromiso con la sociedad:<ul style="list-style-type: none">» Derechos Humanos» Acción social y cultural |



Contribución al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 102-12

| CAPÍTULO | SUBCAPÍTULO | OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE |
|--------------------------|--|--|
| Contribución al progreso | Impacto económico |          |
| | Impacto ambiental |       |
| Gestión responsable | Gobierno corporativo |   |
| | Negocio Responsable |  |
| | Gestión de nuestros grupos de interés y reputación |   |
| | Identificación y gestión de riesgos |  |
| | Ética empresarial y cumplimiento |   |
| | Gestión de la cadena de suministro |        |



| CAPÍTULO | SUBCAPÍTULO | OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE |
|----------------------------------|--|--|
| Modelo y desarrollo de negocio | Tendencias, oportunidades y estrategia |    |
| Compromiso con nuestros clientes | Satisfacción del cliente |    |
| | Confianza digital |  |
| | Publicidad responsable |    |
| Compromiso con nuestro equipo | El mejor talento |   |
| | Atracción y desarrollo de talento |    |
| | Diversidad e igualdad de oportunidades |    |
| | Clima laboral |   |
| | Bienestar laboral, salud y seguridad |    |



| CAPÍTULO | SUBCAPÍTULO | OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE |
|----------------------------------|----------------------------|--|
| Compromiso con la sociedad | Derechos Humanos |     |
| | Inclusión digital |      |
| | Acción social y cultural |      |
| Compromiso con el medio ambiente | Gestión medioambiental |      |
| | Una red responsable |    |
| | Agua |     |
| | Energía y cambio climático |    |
| | Residuos |       |



Informe de Sostenibilidad Corporativa 2016

CONTACTO

102-53

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

responsabilidadcorporativamx@telefonica.com

Telefonica
