

**tv azteca**

# Compromiso con valor

Informe de Sustentabilidad 2016





# Contenido

<b>4</b>	<b>Cifras relevantes 2016</b>
<b>5</b>	<b>Acerca de TV Azteca</b>
<b>7</b>	Alianzas
<b>8</b>	Subsidiarias
<b>10</b>	<b>Mensaje del Director General</b>
<b>12</b>	<b>Sustentabilidad corporativa</b>
<b>12</b>	Modelo de Sustentabilidad
<b>13</b>	TV Azteca comparte valor con sus grupos de interés
<b>15</b>	<b>Valor económico</b>
<b>16</b>	Resultados financieros
<b>17</b>	Reinversión
<b>18</b>	Gestión responsable
<b>24</b>	Lucha contra la corrupción
<b>25</b>	Honestidad
<b>28</b>	Cadena de valor sustentable
<b>32</b>	Generación de valor para clientes y audiencias
<b>38</b>	Participación sectorial
<b>39</b>	<b>Valor social</b>
<b>40</b>	Talento
<b>50</b>	Compromiso con las comunidades
<b>70</b>	<b>Valor ambiental</b>
<b>71</b>	Gestión ambiental
<b>72</b>	Energía
<b>74</b>	Emisiones
<b>75</b>	Agua
<b>76</b>	Residuos
<b>77</b>	<b>Acerca de este informe</b>
<b>79</b>	Materialidad
<b>81</b>	Diálogo con grupos de interés
<b>84</b>	Índice de Contenidos GRI G4

# Cifras relevantes 2016

**\$14,197 millones** de pesos, ventas netas de TV Azteca

**Más de 20,000 horas** de contenido producido internamente en 2016

TV Azteca llega a **28 millones de hogares** en México, aproximadamente

**6,011 colaboradores** en TV Azteca

**\$201 millones de pesos**, en **donativos** realizados por TV Azteca

El **Juguetón**, la iniciativa de distribución de juguetes más grande del mundo, **generó alrededor de 16 millones de sonrisas en niños de escasos recursos**

**"Limpiemos Nuestro México"** recolectó **40 mil toneladas de basura**, con la contribución de 7 millones de voluntarios

El **25% de la energía** consumida por TV Azteca **proviene de fuentes renovables**

Con **"Un Nuevo Bosque"** **se logró la siembra de 3 millones de árboles en 3 mil hectáreas**, con la participación de más de 100,000 voluntarios



# Acerca de **TV Azteca**

G4-3, G4-5, G4-6, G4-8

**T**V Azteca, S.A.B. de C.V. es uno de los dos principales productores de contenido para televisión en español en el mundo. Opera en cinco países —México, Guatemala, Honduras, Perú y Estados Unidos—, ofreciendo contenidos de calidad en los géneros de entretenimiento, noticias, deportes y novelas.

G4-4, G4-8

En 2016 operó tres redes de televisión:

**Azteca Trece,**  
canal orientado a la mujer.



Para conocer más acerca de Azteca Trece visita la página: [www.aztecatrece.com](http://www.aztecatrece.com)

**Azteca 7,**  
enfocado en audiencias jóvenes de ingresos medios altos.



Para conocer más acerca de Azteca 7 visita la página: [www.azteca7.com](http://www.azteca7.com)

**Proyecto 40,**  
cuya programación es de interés general, enfocado en cultura y noticias



PROYECTO 40

Para conocer más acerca de Proyecto 40 visita la página: [www.proyecto40.com](http://www.proyecto40.com)

G4-9



Foros  
18 convencionales  
y dos virtuales



Más de 300  
estaciones locales




458 transmisores  
digitales



# Alianzas

TV Azteca cuenta con cerca de 60 alianzas estratégicas con socios cuya propuesta de valor es el desarrollo de contenido diferenciado y ganador en el mercado, con la finalidad de adquirir contenido. Algunas de ellas son:



## Buena Vista

TV Azteca estableció un acuerdo exclusivo con *Buena Vista International, Inc.*, empresa filial de *The Walt Disney Company*, en 1998. En 2016 continuó vigente el contrato renovado en 2013, por medio del cual TV Azteca tiene la licencia para transmitir contenido de *Buena Vista* en los canales que opera.



## Fox

TV Azteca celebró en 2009 un contrato de licencia exclusiva con *Twentieth Century Fox International Television, Inc.* (Fox), con la finalidad de transmitir su contenido, como películas y series de televisión, en los canales que opera. En 2016 continuó vigente el contrato renovado en 2015.



## Sony

De igual manera, en 2009 TV Azteca celebró un contrato de licencia exclusiva con *CPT Holdings, Inc.* (Sony), para transmitir diversos contenidos en los canales que opera. En 2016 continuó vigente el contrato firmado en 2014.

# Subsidiarias

G4-13, G4-23

TV Azteca, al operar en Estados Unidos y Latinoamérica, cuenta con diversas subsidiarias que le permiten enfocar los contenidos a los gustos, expectativas y realidad de las audiencias de cada país. Las subsidiarias son:

## Azteca America

*Azteca International Corporation* (AIC), es decir, Azteca America, ofrece los mejores contenidos en español a una porción significativa de la población hispana en Estados Unidos, estimada en más de 50 millones de personas.



Para conocer más acerca de Azteca America visita la página: [aztecaamerica.com](http://aztecaamerica.com)

## Azteca Comunicaciones Perú

En 2014, el Ministerio de Transportes y Comunicación de Perú adjudicó a TV Azteca el proyecto para conectar 23 regiones, 180 ciudades y 136 municipios a través de la gestión de 13,500 km de red de fibra óptica, obra que fue finalizada en 2016 de manera exitosa.



Para conocer más acerca de Azteca Comunicaciones Perú visita la página: [aztecomunicaciones.com](http://aztecomunicaciones.com)

## TV Azteca Guatemala y TV Azteca Honduras

En 2008, TV Azteca llegó a Guatemala por medio de una alianza con Latitud TV y desde este año ha llevado opciones de entretenimiento e información a miles de hogares guatemaltecos.



Para conocer más acerca de TV Azteca Guatemala y TV Azteca Honduras visita las páginas: [azteca.com.gt](http://azteca.com.gt) and [azteca.com.hn](http://azteca.com.hn)

En 2013, TV Azteca obtuvo la concesión para ofrecer el servicio de radiodifusión a través de un canal digital con cobertura en todo el territorio de la República de Honduras, cuya vigencia es de 15 años.





Para conocer más acerca de los equipos de fútbol: [fuerzamonarca.com](http://fuerzamonarca.com) [atlasfc.com.mx](http://atlasfc.com.mx)

## Equipos de fútbol soccer

En 1996, TV Azteca adquirió la participación mayoritaria de Monarcas Morelia, equipo de la liga de primera división profesional en México y que ha accedido a la Liguilla en 20 de 32 torneos. Logró el Campeonato de la Liga, por primera vez en su historia, en el Torneo “Invierno 2000”; de igual manera, obtuvo el Campeonato de la SuperLiga2010. En 2016, Monarcas Morelia participó en acciones de carácter social contra el cáncer de mama y próstata, y en el “Tren Navideño”.

Por otra parte, en 2013, TV Azteca adquirió al equipo Atlas, F.C. de Guadalajara, el cual cumplió 100 años de historia en 2016, en los que ha logrado mantenerse dentro los primeros planos del fútbol mexicano. Además, fue el año en el que sus fuerzas básicas lograron los campeonatos Sub 20 y Sub 15. Es de destacar que Atlas, F.C. ha consolidado su campaña “Fieles a la causa”, impactando de manera positiva a la sociedad a través del apoyo a diversas instituciones que impulsan la lucha contra el cáncer de mama.





# Mensaje del Director General

---

G4-DMA Desempeño económico

G4-1, G4-2

**T**V Azteca, empresa de Grupo Salinas, es consciente de la necesidad de asegurar que las generaciones futuras tengan un mundo mejor, que les permite crecer y desarrollarse. Por ello ha emprendido procesos de transformación donde la creación de valor y la prosperidad son incluyentes.

Para avanzar en esa dirección, en 2016 se continuó con el sólido proceso de reinversión de TV Azteca para colocarse a la vanguardia de las empresas televisivas. Una reinversión que tenía que ir más allá de la televisión y su contenido.

TV Azteca comenzó por plantearse la necesidad de hacer un cambio cultural que le devolviera la voz creativa para hacer la mejor televisión; una televisión viva, atenta a las necesidades y gustos de la audiencia. Una televisión para el gran público mexicano.

Esta gran transformación implicó una apertura, entendiendo que el mercado mundial de la televisión ha cambiado; cada vez más, la colaboración es la forma ideal de trabajo, por lo que, mirando hacia afuera, se invitó a productores independientes a unir fuerzas con TV Azteca y comenzar a coproducir, a desarrollar alianzas estratégicas y salir de esquemas cerrados de trabajo.

Así, TV Azteca desarrolló formatos de entretenimiento ágiles y audaces; y propuestas informativas de la mayor calidad, lo que le permitió fortalecer aún más su firme posicionamiento en el mercado de medios en el país.

Con esta innovadora programación, TV Azteca cautivó a millones de personas, lo que se tradujo en un incremento de un punto porcentual en la participación de audiencia en el día completo, a 31% en el año, a partir de 30% en 2015. Este crecimiento fue impulsado por un aumento de tres puntos porcentuales en la participación de audiencia en tiempo estelar, a 34% en 2016, en comparación con 31% del año anterior.

La producción de contenido de vanguardia fue compatible con estrictos controles presupuestales, mayor eficiencia productiva y alternativas flexibles de generación de contenido, entre las que destacan las coproducciones, que permiten compartir los costos con otros productores.

El contenido de clase mundial representó una plataforma sin paralelo para alcanzar las audiencias que buscan nuestros anunciantes, lo que impulsó las ventas del año en 10%. Los mayores ingresos, en conjunto con la sólida eficiencia en la producción, resultaron en firme expansión de 46% en EBITDA, y en crecimiento de más de dos veces en la utilidad de operación.

A la creación de valor económico, TV Azteca sumó la generación de valor social con importantes avances en el bienestar de sus empleados, y desarrolló iniciativas que promueven las capacidades de la sociedad para mejorar sus condiciones.

Por medio de Fundación Azteca, que en 2016 cumplió 19 años de logros, TV Azteca apoyó importantes iniciativas. Esperanza Azteca, programa que desde 2009 promueve valores como disciplina, excelencia y trabajo en equipo a través de la música. Con Plantel Azteca se brindó educación secundaria y de bachillerato de calidad a 2,100 alumnos de escasos recursos, todos ellos becados gracias a su desempeño académico.

*TV Azteca genera prosperidad incluyente, y para 2017 tiene el firme propósito de fortalecer aún más la sólida creación de riqueza, impulsar la calidad de vida de las comunidades en que tiene presencia y de fomentar de manera decidida la preservación del entorno.*

Por su parte, el Juguetón —la campaña de recolección de juguetes más grande del mundo— recibió y distribuyó en el año más de 16 millones de regalos a niños necesitados en el Día de Reyes. En las 21 ediciones del programa se han distribuido cerca de 188 millones de juguetes, que generan alegría y sonrisas en un número creciente de familias.

De igual forma, TV Azteca y las demás compañías de Grupo Salinas desarrollaron procesos que optimizan la eficiencia en el uso de recursos en sus actividades cotidianas y utilizan energía amigable con el medio ambiente. El consumo de energía renovable en el Grupo —principalmente eólica— es de aproximadamente 93 gigawatts-hora (GWh) al año, lo que representa 36% del total consumido por dichas compañías, y se busca gradualmente incrementar esta proporción.

También en el ámbito del medio ambiente, TV Azteca impulsó este año el programa de reforestación Un Nuevo Bosque, que se tradujo en la siembra de tres millones de árboles en tres mil hectáreas, a través de la participación de alrededor de 100,000 voluntarios.

Limpiemos Nuestro México, el movimiento de limpieza más grande del país, reunió a más de siete millones de voluntarios, en su octava edición, para recoger y separar 40 mil toneladas de basura a lo largo del territorio nacional. Desde 2009, millones de voluntarios han levantado 228 mil toneladas de desechos con esta campaña.

TV Azteca genera prosperidad incluyente, y para 2017 tiene el firme propósito de fortalecer aún más la sólida creación de riqueza, impulsar la calidad de vida de las comunidades en que tiene presencia y de fomentar de manera decidida la preservación del entorno.

La Reinversión de TV Azteca está en marcha; juntos somos fuertes y fuertes somos el futuro.

**Benjamín Salinas Sada**  
Director General

# Sustentabilidad corporativa

## Modelo de Sustentabilidad

Durante 2016, TV Azteca continuó reforzando su estrategia de generación de valor –no sólo económico, sino también social y ambiental– y de prosperidad incluyente para sus grupos de interés. Con ello, consolidó su modelo de sustentabilidad, que representa una herramienta valiosa para la gestión del negocio y el cumplimiento normativo.



# TV Azteca comparte valor con sus grupos de interés

Con base en la actualización del listado de los grupos de interés que tuvo lugar en 2015, durante 2016 TV Azteca se enfocó en fortalecer la comunicación constante con ellos, con la finalidad de incrementar la generación de valor económico, social y ambiental y consolidar el Modelo de Sustentabilidad.

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

Algunas de las principales expectativas que se identificaron a través de los diversos canales con los que cuenta son:

Grupo de interés	Medio de contacto	Frecuencia	Expectativas	Respuestas 2016
Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Portales internos</li> <li>• Honestel</li> <li>• Ideas</li> <li>• Buzón Cuéntanos</li> <li>• Revistas internas</li> <li>• Redes sociales</li> <li>• Encuestas</li> <li>• Pantallas internas</li> <li>• Pizarrones y corchos</li> <li>• Comunicación impresa</li> <li>• <i>Wallpaper</i> y proyector de pantalla</li> <li>• Correo Familia Socios</li> <li>• Mensajes en celular</li> <li>• Acrílicos</li> </ul>	Continua	Ofrecer a los colaboradores un ambiente propicio para la realización de su trabajo, reconocer su labor y brindarles iniciativas de desarrollo integral que les permitan el desarrollo personal y profesional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consolidación del Área de Bienestar, encargada de velar por mejores condiciones de trabajo para los colaboradores.</li> <li>• Construcción de La Incubadora en el Corporativo de TV Azteca, cuyo objetivo es el establecimiento de un espacio propicio para el trabajo en equipo y la generación de ideas novedosas.</li> </ul>
Audiencias	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canales de televisión</li> <li>• Páginas de Internet</li> <li>• Redes sociales</li> <li>• Correo: contacto@tvazteca.com</li> <li>• Defensor de la audiencia de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT)</li> </ul>	Continua	Contar con contenidos innovadores de acuerdo con las características de los diferentes segmentos de audiencia, los valores institucionales y los derechos de quienes siguen a la televisora.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Código de Ética para la autorregulación</li> <li>• Comité de Ética para contenidos</li> <li>• Programas de carácter social (A Quien Corresponda y Lo que callamos las mujeres)</li> </ul>
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuniones</li> <li>• Visitas a foros y estudios</li> <li>• Encuestas a clientes</li> <li>• Servicio al cliente a través de la página de Internet</li> </ul>	Continua	Programación de interés para las audiencias que constituyen el mercado objetivo de los anunciantes, en congruencia con los valores de la empresa.	74% de los anunciantes y el 100% de las agencias que tienen relación con TV Azteca fueron sondeados en cuanto a su satisfacción con los servicios y atención prestada.

Grupo de interés	Medio de contacto	Frecuencia	Expectativas	Respuestas 2016
Autoridades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuniones</li> <li>• Correos</li> <li>• Página de Internet de relación con inversionistas</li> </ul>	Continua	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplimiento de la legislación aplicable</li> <li>• Cooperación con autoridades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Envío de información y reuniones con autoridades</li> <li>• No se reporta ninguna multa o sanción significativa por parte de autoridades</li> </ul>
Competidores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canales de televisión</li> <li>• Sitios de Internet</li> <li>• Redes sociales</li> <li>• Correo: contacto@tvazteca.com</li> </ul>	Continua	Competencia bajo la normativa aplicable.	Comunicación con participantes del gremio.
Comunidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Iniciativas sociales</li> <li>• Redes sociales</li> <li>• Sitios de Internet</li> <li>• Correo: contacto@tvazteca.com</li> </ul>	Continua	Generar valor económico, social y ambiental en las comunidades en donde opera la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generación de empleo</li> <li>• Respeto y cuidado del medio ambiente</li> <li>• Desarrollo de programas sociales que fomentan la libertad, igualdad de oportunidades y liderazgo para contribuir a un mejor futuro</li> </ul>
Inversionistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asambleas de accionistas</li> <li>• Brochure corporativo</li> <li>• Informes financieros</li> <li>• Sitio web de inversionistas</li> <li>• Comunicados de prensa</li> <li>• Reportes a autoridades y Bolsa Mexicana de Valores</li> <li>• Reuniones con inversionistas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trimestral</li> <li>• Anual</li> <li>• Continua</li> <li>• Periódica</li> </ul>	Recibir información oportuna y clara de la situación financiera y las expectativas de la compañía.	Generar información en tiempo y forma que permita conocer los riesgos y perspectivas de la empresa.
Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC)	Fundación Azteca: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Teléfono: (55) 1720-4900</li> <li>• Correo: fundacionazteca@gruposalinas.com.mx</li> <li>• Página de Internet: <a href="http://fundacionazteca.org">http://fundacionazteca.org</a></li> </ul>	Continua	Apoyar y promover las causas que las organizaciones lideran a favor del desarrollo social de la comunidad.	Inversión de más de \$155 millones de pesos para programas apoyados por Fundación Azteca en 2016.
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reuniones</li> <li>• Portal de Internet: <a href="https://proveedores.gruposalinas.com">https://proveedores.gruposalinas.com</a></li> </ul>	Continua	Consolidación de relaciones comerciales de largo plazo y mutuo beneficio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licitación</li> <li>• Evaluación técnica y financiera</li> <li>• Certificación "Círculo de proveedores"</li> <li>• Auditorías aleatorias a proveedores</li> <li>• Retroalimentación del área</li> </ul>
Líderes de opinión	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicados de prensa</li> <li>• Conferencias de prensa</li> <li>• Blogs</li> </ul>	Continua	Difusión de información sobre los resultados operativos, sociales y ambientales de la organización y su accionista mayoritario.	Gestión constante de comunicados y eventos.



# Valor económico



# Resultados financieros

G4-9, G4-EC1

	2015	2016	Variación 2016 vs 2015
Ventas netas	\$12,859	\$14,197	10%
Costos	\$8,720	\$8,988	3%
Gasto de venta y administración	\$1,605	\$1,520	(5%)
Utilidad de operación	\$596	\$913	53%
Activo total	\$36,680	\$37,564	2%
Pasivo total	\$28,165	\$31,900	13%
Capital contable	\$8,515	\$5,664	(33%)
Anticipos de anunciantes	\$6,859	\$7,669	12%
Inversión de capital	\$1,306	\$790	(40%)
Impuestos y derechos	\$716	\$944	32%

Nota. Cifras expresadas en millones de pesos.

Valor económico generado		Valor económico distribuido		Valor económico retenido	
2015	2016	2015	2016	2015	2016
\$12,859	\$14,197	\$10,325	\$10,508	\$2,534	\$3,689
Variación: 10%		Variación: 2%		Variación: 46%	

Nota. Cifras expresadas en millones de pesos.

**Más de 3,000 horas**  
de programación  
vendida en 2016.



# Reinvención

G4-13

2016 fue un año de reinvención en la empresa para hacer frente a los retos del mercado. Esta reinvención consiste en su reorganización para colocarse a la vanguardia de la televisión y satisfacer los gustos de un público cada vez más exigente e informado. El nuevo modelo implica:

- La creación de Azteca Trece (13) y Azteca Siete (7) –ambos con nuevos liderazgos–.
- El desarrollo e impulso del talento hacia la creación de una mayor proporción de producciones originales, formatos innovadores y la coproducción de programas exitosos que respondan a las necesidades particulares de las audiencias.
- La oferta de los mejores contenidos de la televisión abierta y garantizar así la eficiencia financiera de la empresa.
- Un cambio cultural para hacer de TV Azteca el mejor lugar para trabajar, motivando el trabajo en equipo y la creatividad.

**“TV Azteca volverá a ser la voz que quieren escuchar y la pantalla que todos quieren ver” — Benjamín Salinas Sada.**

Con paso firme, TV Azteca está en el camino hacia la consolidación de su posición mediante una estrategia que conlleva nuevos contenidos de alta calidad y actualidad.

**2016 fue un año de sólida inversión** en nuevas producciones.

# Gestión responsable

G4-44

TV Azteca fomenta la prosperidad incluyente, por lo cual contar con un equipo de líderes comprometidos con la sustentabilidad y la generación de valor, es esencial.

Así, el equipo que orienta la gestión de TV Azteca cuenta con la experiencia y el conocimiento necesarios para mantener a la empresa a la vanguardia y lograr hacer frente a los retos que surjan en la industria de medios de comunicación, la cual se encuentra en constante movimiento. De igual forma, TV Azteca basa todas sus acciones en las mejores prácticas de gobierno corporativo, cumpliendo con la normatividad vigente y los códigos internos.



## Consejo de Administración

G4-34

Para establecer las estrategias generales, gestionar la sociedad y las personas morales que ésta controla, de acuerdo con la relevancia que tengan en la situación financiera, administrativa y jurídica de la compañía, así como vigilar su comportamiento, TV Azteca cuenta con un Consejo de Administración.

Éste se encarga de nombrar, elegir y destituir al Director General de la sociedad y aprobar las transacciones relevantes, remoción o nombramiento de personal clave.

Además, presenta los informes que establecen la Ley del Mercado de Valores y la Ley General de Sociedades Mercantiles a la Asamblea General de Accionistas y da seguimiento a los riesgos a los que se encuentra expuesta TV Azteca.

G4-37, G4-49, G4-50

Para comunicarse con el Consejo de Administración de la compañía existen diversos canales. Por ejemplo, el Portal de Grupo Salinas –Grupo de empresas al que pertenece TV Azteca–, el Portal de Socios Azteca, correo electrónico, Honestel, Buzón de Comunicación Anónima, revistas internas y redes sociales.

G4-36, G4-38, G4-39

Cargo	Nombre	Consejero desde	Edad
Presidente	Ricardo B. Salinas Pliego <sup>(1)</sup>	1993	61
Consejero	Pedro Padilla Longoria <sup>(1)</sup>	1993	51
Consejero	Guillermo Salinas Pliego <sup>(1)</sup>	1998	57
Consejero	Mario San Román Flores <sup>(1)</sup>	2004	58
Consejero	Luis Jorge Echarte Fernández <sup>(1)</sup>	1999	72
Consejero	Joaquín Arrangoiz Orvañanos <sup>(1)</sup>	1998	60
Consejero	Francisco X. Borrego Hinojosa Linage <sup>(1)</sup>	2004	52
Consejero	Francisco Javier Murguía Díaz <sup>(2)</sup>	2004	77
Consejero	Sergio Manuel Gutiérrez <sup>(2)</sup>	2000	65
Consejero	Ignacio Cobián Villegas <sup>(2)</sup>	2006	62
Consejero	José Ignacio Sánchez Conde <sup>(2)</sup>	2010	64

Notas.

Son consejeros suplentes indistintamente del Consejo: Carlos Díaz Alonso y Rodrigo Fernández Capdevielle.

<sup>(1)</sup> Consejero relacionado

<sup>(2)</sup> Consejero independiente

Para conocer más acerca del Consejo de Administración de TV Azteca y sus miembros, visita la página: [www.irtvazteca.com/es/consejo-de-administracion](http://www.irtvazteca.com/es/consejo-de-administracion)

G4-35, G4-43

Con la intención de delegar su autoridad a los altos directivos de la compañía en diversos temas, se llevan a cabo reuniones periódicas con ellos. Además, se les hacen llegar reportes y memorandos con base en los objetivos y metas establecidas por el Consejo de Administración.

El Consejo de Administración se encuentra constituido por 11 consejeros, de los cuales cuatro son independientes (36%):

## Proceso de selección

G4-40

Los miembros prestan sus servicios al Consejo de Administración por un periodo de, al menos, un año y son elegidos por los tenedores de las acciones de la empresa cada vez que se lleva a cabo una asamblea. Con base en lo establecido en los Estatutos Sociales de TV Azteca, el máximo de integrantes es de 21, de los cuales, 25% deben ser consejeros independientes.

### Serie A

Los propietarios de dichas acciones tienen la facultad de elegir al 60% de los miembros.

### Serie D-A/Serie D-L

Los propietarios de al menos 10% del capital social con derecho a voto limitado de TV Azteca cuentan con la facultad de elegir a uno de los miembros.

## Comité de Auditoría

G4-34, G4-38

Es el órgano que apoya al Consejo de Administración en la toma de decisiones. Está integrado por al menos tres miembros independientes, de conformidad con los Estatutos Sociales de TV Azteca y la Ley del Mercado de Valores, designados por el Consejo de Administración. Tiene la responsabilidad de informar al Consejo sobre cualquier situación irregular detectada, así como remitir al Director Jurídico algún procedimiento legal que haya tomado lugar en contra de colaboradores de la empresa.

También opina sobre cada una de las operaciones que deban ser aprobadas por el Consejo cuando éstas tienen un valor superior al 5% de los activos consolidados de TV Azteca con base en cifras correspondientes al trimestre inmediato anterior y sugerir la contratación de expertos independientes cuando sea necesario.

G4-51

Igualmente, este Comité debe revisar los estados financieros y los sistemas de control interno, así como la independencia de los auditores externos y del propio órgano; debe velar por el cumplimiento de los acuerdos determinados en las Asambleas de Accionistas por parte del Director General, guiar al Consejo de Administración sobre el nombramiento, compensación y retención de algún despacho contable además de vigilar su actuar.

Nombre	Tipo de consejero	Miembro desde	Edad
Francisco Javier Murguía Díaz	Independiente	2004	77
Sergio Manuel Gutiérrez Muguerza	Independiente	2000	65
Ignacio Cobián Villegas	Independiente	2006	62

Durante 2016, TV Azteca contó con el Sr. Sergio Gutiérrez Muguerza –consejero independiente– como experto financiero en apoyo a las funciones del Comité.



## Equipo directivo

Hoy en día, el equipo directivo está conformado por miembros que compaginan, de una manera única, experiencia y talento joven para el logro de los objetivos del negocio.

A partir de 2015, Benjamín Salinas Sada es el guía estratégico de la empresa fungiendo como Director General.

Nombre	Cargo
Benjamín Salinas Sada	Director General
Manuel Abud	Director General de Azteca America
Esteban Galíndez Aguirre	Director General de Finanzas
Carlos Díaz Alonso	Director General de Ventas
Rafael Rodríguez Sánchez	Director Jurídico
Joaquín Arrangoiz Orvañanos	Codirector General de Ventas

## Remuneración a consejeros y directivos relevantes

G4-51, G4-52

En 2016, el monto total establecido como remuneración variable a consejeros (incluyendo el Presidente del Consejo), directivos relevantes de la sociedad e individuos con carácter de personas relacionadas por los servicios prestados fue de aproximadamente \$647 millones de pesos. Esta cantidad fue determinada tomando en consideración los logros de la compañía en su operación cotidiana y los eventos realizados para mejorar la rentabilidad de la misma, así como el cumplimiento de ahorros, presentes y futuros, relacionados con el costo financiero de los recursos de TV Azteca. La compensación variable fue autorizada por el Comité de Auditoría y por el Consejo de Administración.

## Conflicto de intereses

G4-41

TV Azteca considera como conflicto de interés todo aquel hecho personal mediante el cual se vea afectado el beneficio de la compañía o exista algún interés que obstruya el desempeño de manera objetiva.

También se consideran conflicto de interés los beneficios personales impropios que se reciban en consecuencia de la posición que ocupan dentro de la empresa los directivos o ejecutivos relevantes.

Cuando se detecta un caso de esta índole, se debe dar aviso inmediato a algún superior jerárquico y al Consejo de Administración para que sea él quien tome una decisión pertinente con el objetivo de mitigar cualquier impacto negativo para la compañía.

## Gestión de riesgos

G4-14

Con el objetivo de garantizar la permanencia y el éxito del negocio, TV Azteca cuenta con un sólido esquema de administración de riesgos cuya función es brindar una amplia cobertura de eventualidades y contingencias que afecten sus operaciones a través del amparo de sus recursos humanos, tecnológicos, materiales y financieros.

G4-45

Para prevenir la materialización de los riesgos, el Gobierno Corporativo está respaldado por el área de Control Interno, misma que mantiene un estricto sistema de seguridad y respaldo de información.

El modelo que salvaguarda la **integridad de TV Azteca** se basa en tres tipos de riesgos:

- Financiero
- Legal
- Operativo

G4-46,G4-47

La función del Consejo de Administración en términos de gestión de riesgos es dar seguimiento a aquellos a los que están expuestas la sociedad y las personas morales que ésta controla, identificados con base en la información presentada por el Comité de Auditoría, el Director General y los auditores externos, así como a los sistemas de contabilidad, control interno y auditoría interna, registros, archivo o información, por conducto del Comité de Auditoría.

## Ética e integridad

TV Azteca tiene la certeza de la generación de valor para sus grupos de interés, a través de operaciones basadas en los valores que soportan sus labores. Por ello, establece medidas que orientan su conducta al interior de la empresa y hacia el exterior por medio de los contenidos que transmite.

G4-42

El Consejo de Administración y la Dirección tienen una importante función en la permeabilidad de la misión, visión, propósito y valores del negocio, pues sostienen reuniones en las que abordan diversos temas y aportan ideas acerca de estos preceptos, así como a la creación y actualización de políticas y estrategias que deben acatar todas las áreas que integran la empresa, con el objetivo de transmitir a los colaboradores la importancia de respetar y vivir los valores.

### Valores

G4-56



Para conocer más acerca del Código de Ética de TV Azteca, visita la página: [www.irtvazteca.com/es/codigo-de-etica](http://www.irtvazteca.com/es/codigo-de-etica)

## Código de Ética

G4-DMA Desempeño económico  
G4-56

En 1997, TV Azteca emitió el Código de Ética para conformar el actual sistema de control que unifica y agiliza la responsabilidad de la empresa y los colaboradores en la regulación de contenidos y la preservación del derecho constitucional a la libre expresión e información.

La misión del Código de Ética es promover la honestidad entre los consejeros, directivos y las empresas o personas que prestan servicios a TV Azteca, incluyendo el manejo ético de conflictos de interés; fomentar el reporte de información clara, completa, justa, exacta, oportuna y comprensible ante la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y otras autoridades; así como el cumplimiento de la normatividad vigente aplicable a las operaciones de la compañía.

Para transmitir los valores y el Código de Ética, TV Azteca imparte capacitación a los colaboradores; este proceso, en conjunto con la inducción a los valores del medio, asegura que cuenten con las condiciones y capacidades necesarias para guiar con convicción ética los contenidos de la programación y sus actividades profesionales.

Aproximadamente el **80% de los colaboradores de Grupo Salinas** recibieron capacitación en cuestiones éticas, sumando 14,853 horas de formación.

## Lucha contra la corrupción

De conformidad con lo establecido en el Código de Ética de TV Azteca, la empresa cuenta con mecanismos para responder y tomar decisiones apegadas a la filosofía de la compañía ante incidentes de corrupción, que representa una guía de principios y valores para consejeros, directivos y colaboradores en general.

Para garantizar la legalidad de la procedencia de los recursos que recibe TV Azteca, cuenta con la Política de ingresos lícitos.



# Honestidad

G4-57, G4-58

TV Azteca tiene la firme creencia que la honestidad es la base de las relaciones de confianza y respeto, así como un elemento indispensable para el trabajo en equipo y la credibilidad.

Por ello, ha diseñado estrategias de comunicación internas que fomentan la honestidad en las operaciones diarias y permiten monitorear el cumplimiento de los preceptos éticos. Éstas son:

- **Honestel.** Representa el medio de denuncia con carácter confidencial que brinda a los colaboradores la oportunidad de hacer llegar quejas y reclamaciones de cualquier índole.
- **Ideas.** Es el medio que brinda asesoría técnica cuyo objetivo es transformar de manera positiva la conducta ética de los colaboradores, además de mejorar el clima laboral.

- **Cuéntanos.** Canal interno que funge como medio de escucha y diálogo, en el cual los colaboradores gozan de total libertad para compartir cualquier tema o evento.

Estos medios cuentan con diversos puntos de contacto y se encuentran disponibles las 24 horas del día, los 365 días del año. El proceso a través del cual brindan atención es el siguiente:

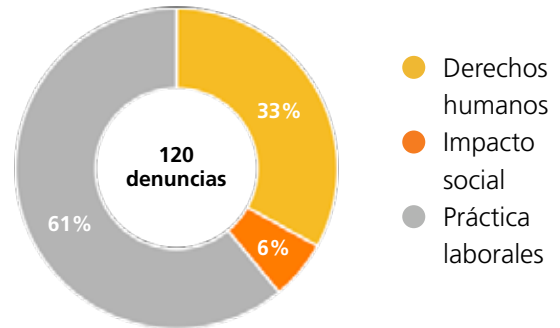
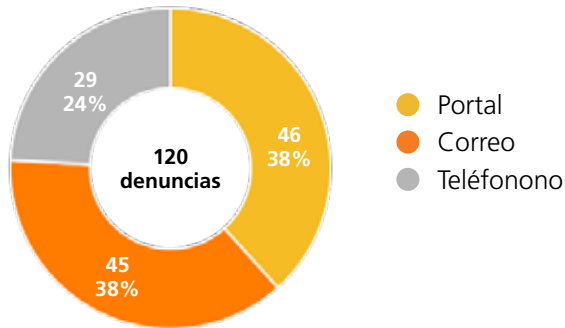


En 2016 se recibieron 120 denuncias a través de Honestel y se llevaron a cabo 91 investigaciones, de las cuales procedió el 55%.

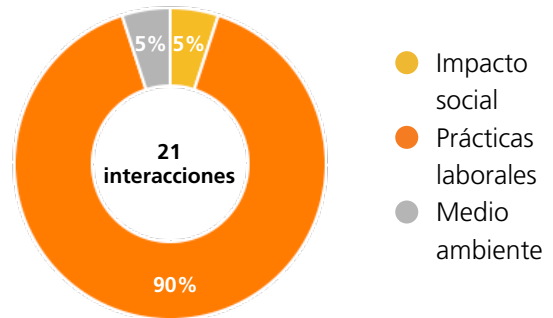
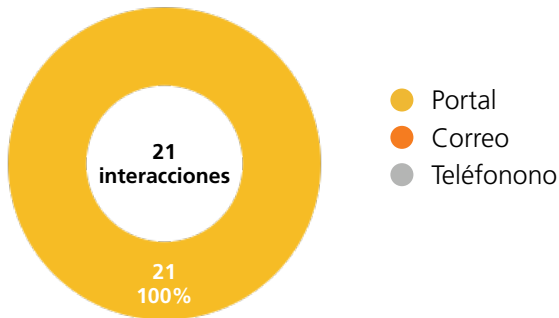
## Medios de contacto

## Temas abordados

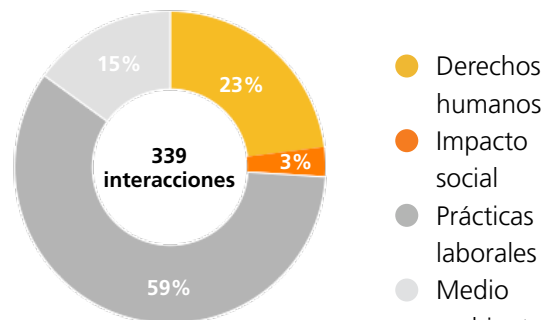
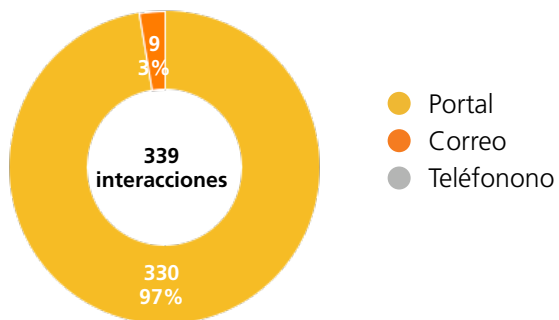
### Honestel



### Ideas



### Cuéntanos



## Programa A Quien Corresponda

G4-DMA Interacción con el público  
G4-56 (com. MSS), G4-57, G4-58, M6

Es la plataforma que TV Azteca ofrece a la audiencia para establecer un vehículo de comunicación, con el fin de participar activamente ante las situaciones que impactan a la sociedad, promoviendo la justicia y la conducta ética; es conducido por Jorge Garralda desde hace más de 26 años.

Cuenta con diversos métodos mediante los cuales los televidentes pueden hacer llegar denuncias o solicitudes:

- Teléfono
- Correo electrónico
- Correo postal
- Redes sociales
- Casetas de atención
- Sitio web

M5, M6

Más de **17,000 interacciones recibidas en 2016**, a través de los medios de contacto de A Quien Corresponda.

Las denuncias o solicitudes recibidas fueron canalizadas a cerca de 180 instituciones, fundaciones, asociaciones civiles, entes particulares o bufetes jurídicos con los que existe convenio para asesoría legal, según sea del caso.



# Cadena de valor sustentable

TV Azteca está comprometida con la generación de valor, por lo que tiene la convicción que impulsar la sustentabilidad en su cadena de suministro es su responsabilidad hacia la prosperidad incluyente.

Por ello, ha establecido procedimientos para seleccionar a sus proveedores, asegurar que cumplan con las políticas que emite y mantener relaciones de confianza y beneficio mutuo.

El proceso para la adquisición de bienes y servicios por parte de TV Azteca se muestra a continuación:





En este flujo, entre las fases de Negociación y Asignación, existe un proceso de selección de proveedores en el que se determina si los proveedores potenciales cumplen con los requerimientos para entregar los pedidos y con las normas laborales, ambientales o sociales. Esto es con el fin de evitar riesgos en las operaciones y reputación de TV Azteca.

Como parte de la fase de Asignación, TV Azteca, a través del área de Compras, imparte un curso de inducción a los nuevos proveedores con el objetivo de mostrarles el funcionamiento del proceso, el modo de realizar cada trámite y los puntos de mejora esperados por TV Azteca, a fin de apoyarlos en la generación de valor por parte de su empresa.

G4-12

**400 proveedores de Grupo Salinas** recibieron el curso de inducción en 2016.

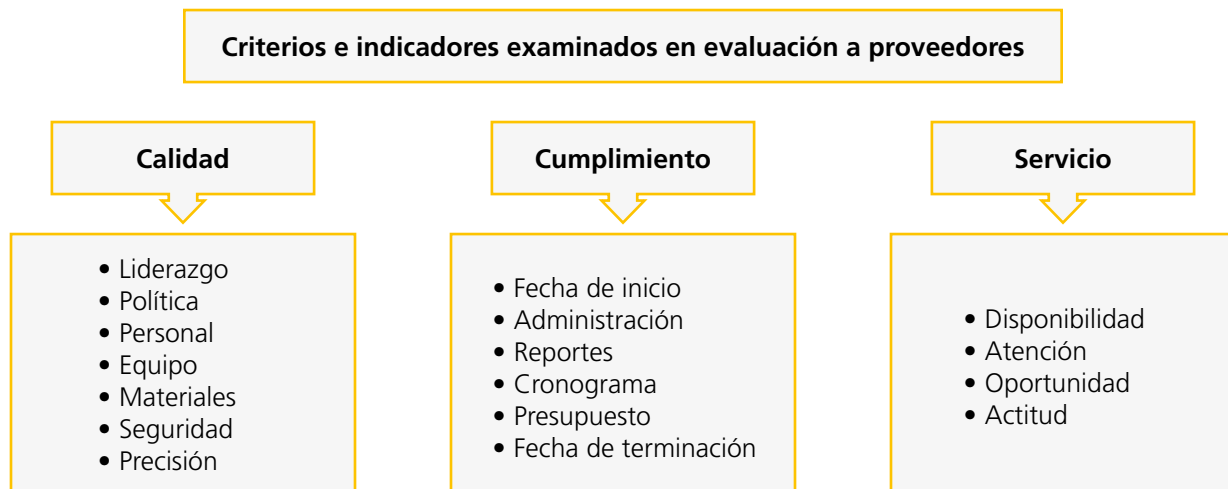
TV Azteca cuenta con **1,269 proveedores**, de los cuales el 3% son nuevos.

**99.8%** del monto pagado a proveedores por parte de TV Azteca **corresponde a proveedores nacionales.**

## Evaluación de proveedores

Una vez finalizado el trabajo asignado a los proveedores, TV Azteca lleva a cabo la evaluación para determinar si cumplen con la calidad y tiempos de servicio requeridos o si es necesario mejorar algunos aspectos.

Este proceso se realiza anualmente e inicia con la recopilación de documentación sobre los avances con los líderes de proyecto y el trabajo es sometido a una calificación. Si los resultados son aprobatorios, el proveedor es candidato a futuras asignaciones, mientras que, si son reprobatorios, el proveedor es inactivado y recibe retroalimentación para mejorar su desempeño; si más adelante éste muestra que ha implementado medidas correctivas, nuevamente es considerado para las asignaciones.



De no existir cumplimiento por parte de los proveedores, TV Azteca aplica las penalizaciones establecidas en el contrato, les asigna una cantidad menor de pedidos hasta que mejoren el nivel de servicio, emite recomendaciones y, en caso que los proveedores no mejoren su desempeño, se les informa sobre la finalización del contrato.

## Certificación Círculo de Proveedores

G4-DMA Libertad de asociación y negociación colectiva, Trabajo infantil, Trabajo forzoso

Además de la evaluación de los servicios brindados por los proveedores, TV Azteca demuestra su compromiso con la sustentabilidad al contar con la Certificación Círculo de Proveedores, la cual consiste en el análisis de los productos y servicios con base en los siguientes criterios:



En 2016, **el 28% de los proveedores** de Grupo Salinas **cumplieron con el criterio de compromiso ambiental y social**, mientras que el resto de ellos se encuentra en proceso de certificación.

Además, para reafirmar el compromiso ambiental y el desarrollo de la cadena de valor, TV Azteca cuenta con la política Sello de Ahorro de Energía y con un convenio de colaboración con la Asociación de Normalización y Certificación del Sector de Eléctrico, lo que ayuda a garantizar que los proveedores de equipos electrónicos cuentan con los más eficientes del mercado.

Es importante señalar que TV Azteca no ha identificado hasta el momento proveedores con impactos negativos en el medio ambiente, en las prácticas laborales, en derechos humanos o con afectaciones sociales en las comunidades.

## Generación de valor para clientes y audiencias



Los clientes y las audiencias ocupan un lugar de suma importancia en la empresa, pues TV Azteca ha logrado crecer junto con ellos y tiene un firme compromiso con el progreso, el bienestar y el crecimiento de la sociedad.

Por tal razón, la empresa cuenta con un proceso a través del cual atiende y garantiza la generación de valor sostenido para ambos grupos:



TV Azteca considera que su principal valor agregado y factor para mantener y aumentar la popularidad de su contenido es la mezcla diversa de programación de calidad y la oferta de diferentes plataformas dirigidas a sus audiencias y socios comerciales.



## Cientes

G4-DMA Comunicaciones de mercadotecnia

Los clientes de TV Azteca son las agencias y socios comerciales, es decir, los anunciantes que adquieren espacios publicitarios durante la transmisión de contenidos y cuya satisfacción, es primordial para brindarles un servicio de calidad.

G4-DMA Etiquetado de los productos y servicios (a/b)

Por ello, desde 2015 TV Azteca cuenta con una metodología que mide la satisfacción y lealtad de los clientes, determinada por sus recomendaciones: el Índice de Promotores Neto (IPN).

El IPN es calculado en una escala de 0 a 10, clasificando a los clientes en tres categorías: clientes detractores, es decir, quienes están insatisfechos con el servicio; clientes pasivos o que se encuentran satisfechos, mas no recomiendan el servicio; y clientes promotores o que recomiendan a la empresa.

En el rubro de Servicios, el **80% de los clientes** encuestados recomienda a TV Azteca.

G4-PR5

En 2016 se llevó a cabo el proceso para determinar el IPN para TV Azteca a través de la opinión de 15 clientes sobre el Sistema Azteca en Línea, Productos y Servicios ofrecidos por la empresa, dando como resultado un 33% de clientes que recomiendan a TV Azteca en estos tres rubros.

Asimismo, TV Azteca tiene el objetivo de ampliar el alcance de la audiencia en distintos canales de distribución, con lo que beneficiará en mayor medida a los clientes, maximizando su retorno sobre la inversión y construyendo el valor de su marca.



## Audiencias

G4-DMA Consecuencias económicas indirectas, Derechos y valores culturales (MSS), Comunidades locales, Salud y seguridad de los clientes, Creación de contenido (MSS), Divulgación de contenido (MSS), Etiquetado de los productos y servicios

G4-EC7

A través de una sólida infraestructura –propia y tercerizada–, TV Azteca logra llegar a más de 89 millones de mexicanos de forma mensual, es decir, a 28 millones de hogares, aproximadamente. Así, TV Azteca se reinventa y cumple con su responsabilidad y compromiso de ofrecer a las audiencias una evolución constante y gran diversidad de contenidos relevantes, y que reflejan la realidad actual.

M2, M3, M4

Para asegurar que además de estas características, en los contenidos prevalezcan los valores de la empresa, TV Azteca creó el Comité de Ética para contenidos en 1997, órgano colegiado que es presidido por Jorge Garralda y que, en conjunto con el Código de Ética para la autorregulación, funge como un sistema de control para cumplir con la responsabilidad de la empresa y de los colaboradores para llevar a cabo el manejo responsable de los contenidos y la preservación del derecho a la libre expresión y a la información.

G4-SO1, G4-PR1

De esta forma, el Comité de Ética evalúa los contenidos de la programación para garantizar el respeto por los valores, lenguaje, cultura, diversidad e ideologías de las audiencias sin importar su condición social o ubicación. Asimismo, sugiere las mejoras pertinentes para lograr que los contenidos se alineen a la filosofía de la empresa y a las directrices emitidas por las autoridades.

Además, existe el área de Auditoría en Pantalla, que, en conjunto con los miembros del Comité, vigila los programas transmitidos por TV Azteca durante las 24 horas del día y emite reportes para que los contenidos sean avalados y cumplan con los horarios establecidos para el público según su argumento, así como que se implementen las mejoras correspondientes.



Premisa: “TV Azteca es un **invitado en los hogares** de los televidentes”.

<b>Reporte de cada miembro</b>	<b>Reporte de lectura de guiones de telenovelas y programas unitarios</b>	<b>Reporte del Comité de Ética para contenidos</b>	<b>Reportes especiales</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Evalúa los programas al aire que se le asignaron.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se realizan antes de cada grabación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Señala las violaciones y cumplimiento al Código de Ética.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuando se acumulan tres violaciones al Código de Ética, se envían los reportes al Director General.</li> </ul>

El Código de Ética para la autorregulación **está basado en los lineamientos para la clasificación de contenidos** de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC).

G4-DMA Cumplimiento regulatorio  
G4-PR3

TV Azteca cumple con la regulación en materia de comunicaciones, como la emitida por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) y la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (COFEPRIS). De igual manera, sus contenidos están alineados a los criterios de clasificación de contenidos de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), los cuales se exponen al inicio de cada programa a través de una cortinilla que informa sobre la clasificación del programa y el público al que está dirigido. Como complemento a esta práctica, los conductores de noticiarios y programas televisivos previenen a los televidentes en los casos en que los contenidos no sean aptos para audiencias sensibles.

**TV Azteca lideró, en conjunto con COFEPRIS, la implementación de la legislación de Clasificación de Contenido,** estándar actual en la industria.

**TV Azteca fue reconocida en el marco del Premio Nacional de Periodismo** en las categorías de Documental, Debate, Divulgación de la Ciencia y la Tecnología.

## Satisfacción de las audiencias

G4-DMA Divulgación de contenido, Interacción con el público

Para la creación de contenidos es necesario tener en consideración las preferencias, opiniones vertidas en los canales de comunicación y ante el Defensor de la Audiencia de la CIRT, y los estilos de vida de las audiencias para identificar oportunidades de mejora y crear contenidos que superen sus expectativas. De esta manera, con el fin de contar con la mejor oferta para la audiencia, la empresa destina parte de sus inversiones a la investigación y el desarrollo de contenidos de entretenimiento vigentes. El proceso establecido por TV Azteca consta de dos etapas, cada una de ellas con diferentes fases:





TV Azteca  
México

@azteca

Inicio

Información



TV Azteca asegura la implementación de las estrategias necesarias para seguir ofreciendo al público la mezcla de programación que está esperando y contribuir al cumplimiento de los objetivos del negocio, al ofrecer esta variable como un valor agregado hacia los clientes.

El contenido de éxito se tradujo en el crecimiento de un punto porcentual en la participación de audiencia en el día completo, a 31% en 2016, a partir del 30% del año anterior. El incremento fue impulsado por un aumento de tres puntos porcentuales en la participación de audiencia en tiempo estelar, a 34% en 2016, en comparación con 31% del año anterior, lo que fortaleció su presencia en los hogares mexicanos e impactó a más de 100 millones de personas únicas al año a través de televisión abierta.

Reconociendo el dinamismo de la realidad actual, en la que las plataformas digitales gozan de relevancia en el consumo de contenidos, TV Azteca cuenta con una sólida estrategia que le ha permitido incrementar su alcance, llegando a cerca de 3,100 millones de reproducciones en todas ellas –sitio web de TV Azteca, Facebook, YouTube, Twitter e Instagram–.

M6

Seguidores en redes sociales:

- **Facebook: 40,083,404, incremento del 9%** con respecto a 2015
- **Twitter: 9,071,239, 20% más** que el año anterior
- **Instagram: 1,692,515**

**4,589,008 suscriptores en YouTube**, incremento del 88% con respecto al año anterior.

# Participación sectorial

G4-16

Comprometida con el desempeño ético de sus operaciones en los países en los que tiene presencia, TV Azteca es parte de diversas asociaciones cuyo objetivo es fomentar la integridad y la sana competencia empresarial.

## México

- Cámara de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), asociación que a su vez pertenece al Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM)
- A favor de lo mejor
- Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI)
- Sociedad de Autores y Compositores de México, S.G.C. de I.P. (SACM) y Editores Mexicanos de Música, A.C. (EMMAC). Ambas forman parte de la Coalición por el Acceso Legal a la Cultura, A.C.
- Comité de Emisoras de la Bolsa Mexicana de Valores

## Estados Unidos

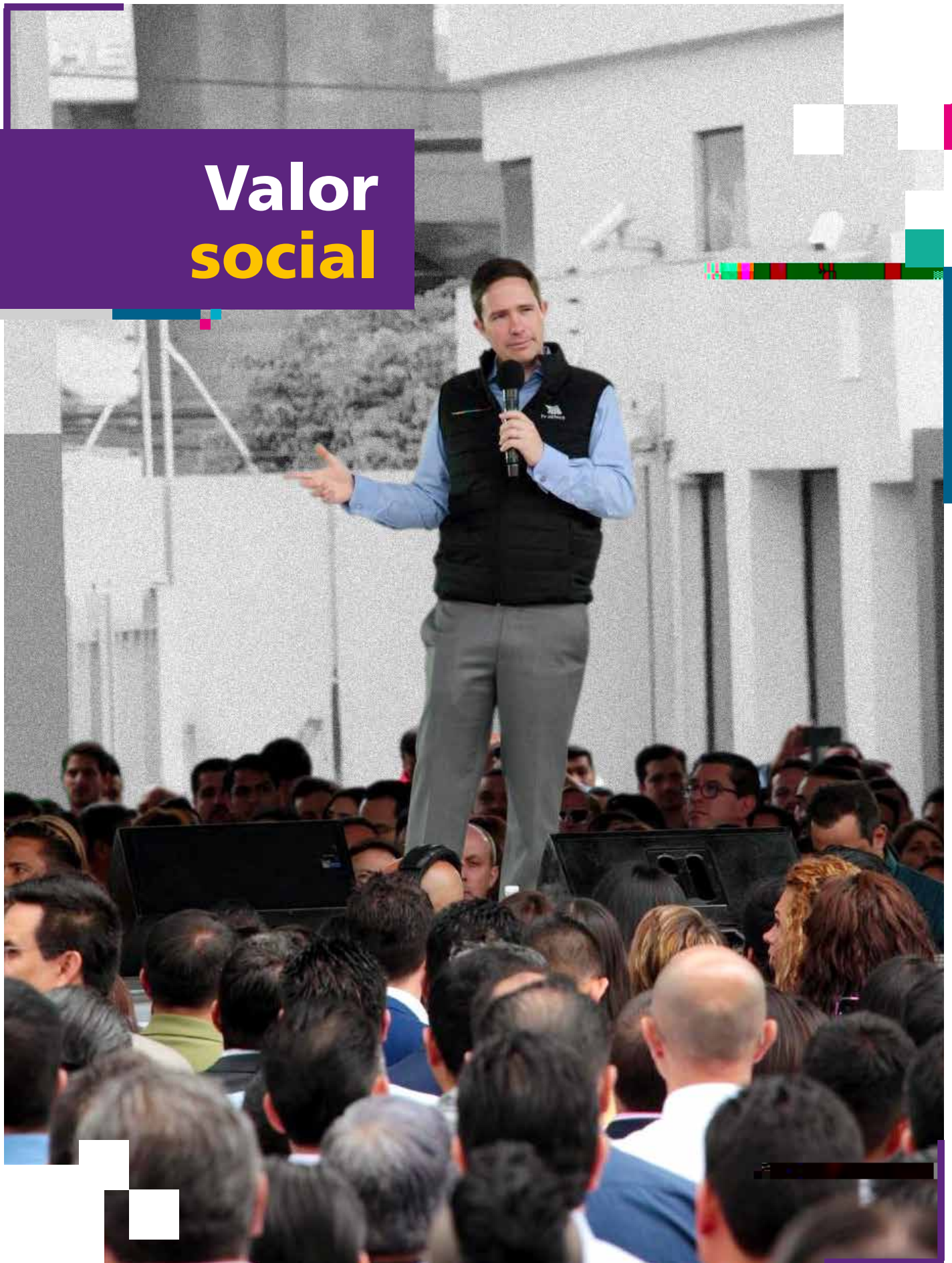
- *North American Broadcasters Association* (NABA)
- *Advanced Television Systems Committee* (ATSC)
- *Media Rating Council* (MRC)

## Perú

- Asociación Peruana de Recursos Humanos (Aperhu)



# Valor social



# Talento

## Atracción de talento

G4-13

TV Azteca tiene como objetivo ofrecer contenidos con la mejor calidad, para lo cual debe atraer al mejor talento y contar con las acciones necesarias para proporcionarle excelentes condiciones de empleo en cuatro dimensiones de capital humano: Atracción de talento, Desarrollo, Reconocimiento y Cultura.

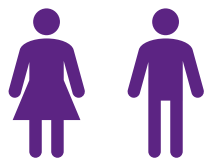
Para atraer al mejor talento cuenta con bolsa de trabajo, publicación a través del portal corporativo y *head-hunting* en redes sociales.

G4-DMA Diversidad e igualdad de oportunidades, Igualdad de retribución entre mujeres y hombres, No discriminación

En 2016, TV Azteca reforzó su compromiso con la calidad de vida de los colaboradores, la equidad de género, la no discriminación y la igualdad de oportunidades, por lo que decidió alinear la gestión de talento a la metodología *Great Place to Work*, con el fin de convertirse en el mediano plazo en uno de los mejores lugares para trabajar.

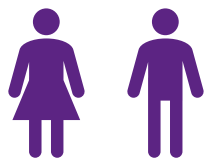
G4-9, G4-10, G4-LA12

**6,011**  
colaboradores  
en TV Azteca



**34%**   **66%**

**26 miembros**  
de la **Alta Dirección**  
en TV Azteca



**12%**   **88%**

**4,489** colaboradores **fijos**;  
1,527 mujeres  
y 2,962 hombres.

**1,832** colaboradores **por contrato**; 536 mujeres y 1,296 hombres.

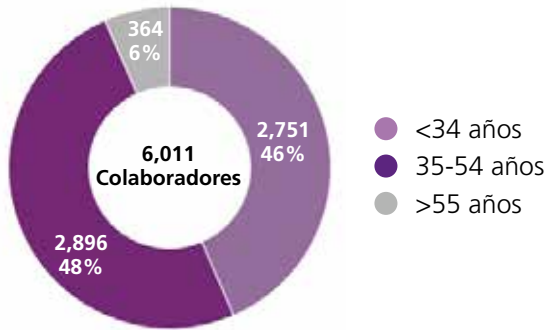
G4-11

**1,522** colaboradores  
**subcontratados.**

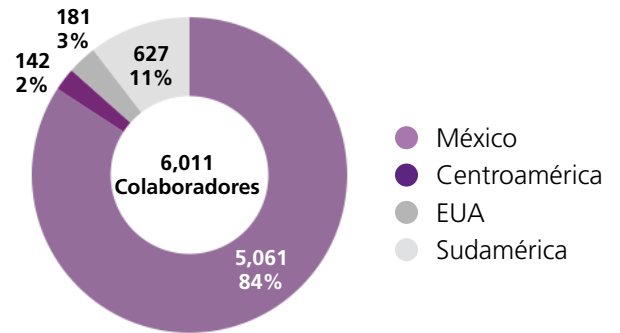
**16%** de los colaboradores  
está **sindicalizado.**



**Tv Azteca**  
Desglose de plantilla por edad



**Tv Azteca**  
Desglose de plantilla por región



Debido a la naturaleza del negocio, parte de las contrataciones se realizan de manera temporal, pues dependen del inicio y término de las producciones. En 2016 ingresaron 375 colaboradores temporales y, de ellos, 185 concluyeron sus proyectos en el año.

Índice de **rotación**  
de **32%** en 2016.



## Capacitación y desarrollo

G4-DMA Capacitación y educación

Como parte de la reinención de TV Azteca, el desarrollo integral de los colaboradores es primordial a fin de consolidarse como la televisora con la mejor oferta en contenidos. Desde su ingreso, los colaboradores reciben un curso de inducción a la filosofía de la empresa y un acercamiento básico a las funciones a desempeñar.

Asimismo, ha desarrollado el Programa de *Trainees*, también denominado "Semillero de Talento", el cual consiste en:

1. **Atracción de talento**, por medio de un proceso de selección.

2. **Capacitación** en:

- Inducción de tronco común a la misión, visión, valores de TV Azteca; al modelo de negocio; contribución; audiencia; programación; producción y distribución.
- Especialización en cuatro áreas: Noticias, Azteca Educación, Áreas Técnicas y Regionales.

3. Después de una rotación planeada de 10 *trainees*, el **desarrollo del plan de carrera en el Centro de Desarrollo de Talento**. El plan se canaliza hacia tres divisiones:

- Producción, como productor ejecutivo, productor asociado, coordinador de producción, asistente de producción, editor o asistente de edición.
- Talento, como conductor, jefe de información, conductor de sección, reportero o redactor.
- Operaciones, como *switcher*, camarógrafo portátil, camarógrafo, operador de *videotape*, operador de generador de caracteres, ingeniero de audio, operador de audio, microfonista o asistente de audio.

Al día de hoy:  
**125 *trainees*** egresados de la fase general de formación, **86% de ellos continúan en TV Azteca** y 60% en Noticias.

Así, el modelo se fundamenta en que el instructor comparte el conocimiento en cursos y pláticas; realiza una demostración sobre cómo desempeñar la labor en visitas de campo y talleres; que el *trainee* practique en campo y reciba retroalimentación por parte del instructor, y finalmente, el *trainee* reciba una certificación técnica.

**381 participantes** en seminarios y cursos de Áreas Técnicas.

**Ocho horas de capacitación** técnica al año en promedio por colaborador.

**6,789 horas de capacitación enfocada en producciones**, de las cuales 96% fueron presenciales y 4% en línea.

## Evaluación de desempeño

G4-DMA Capacitación y educación  
G4-LA11

Anualmente se aplica una evaluación de desempeño, donde se verifican los resultados y el alcance de objetivos. Al finalizar el proceso, se llevan a cabo sesiones de retroalimentación para coadyuvar a la mejora continua.

**1,339** colaboradores **evaluados**, es decir, **24% del total**; 461 mujeres y 878 hombres.

## Calidad de vida

TV Azteca está enfocada en contribuir a la mejora en la calidad de vida de sus colaboradores. Es así como, de conformidad con el cargo que ostentan y los países donde la empresa tiene presencia, los colaboradores pueden tener acceso a seguridad social, Infonavit, vacaciones, aguinaldo, prima vacacional y, en cumplimiento con la legislación, planes de ahorro para el retiro (Afore), entre otras prestaciones que suelen variar.

G4-LA10

Tal es el apoyo que brinda TV Azteca a los colaboradores, que éste no finaliza cuando se retiran de manera voluntaria, pues la empresa les proporciona acompañamiento a través de un proveedor para el trámite y gestión de su pensión. En el caso de los colaboradores operativos sindicalizados, cuando se finaliza la relación por despido, reciben una ayuda adicional con base en el contrato colectivo.



TV Azteca cuenta con el área de Bienestar, Comunicación Interna y Cultura Organizacional, misma que genera y promueve iniciativas que fomentan el balance de vida, bienestar y un buen clima organizacional, entre las que se encuentran el establecimiento de buenas prácticas en el lugar de trabajo, celebraciones, ferias, bazares y ventas especiales para que los colaboradores tengan acceso a beneficios como nuevos espacios de trabajo, alimentos, estudios y medicamentos a costos preferenciales. Algunas de las iniciativas más importantes son:

En diciembre de 2016, **TV Azteca inauguró la Incubadora** en aras de fomentar la creatividad y fortalecer la calidad de vida de los colaboradores.

- **Incubadora.** En diciembre de 2016, TV Azteca celebró la inauguración de uno de los principales proyectos internos: La Incubadora. Se trata de un espacio abierto para la creatividad y el intercambio de ideas para generar nuevas formas de trabajo, contribuir a la mejora de la calidad de vida de los colaboradores dentro de la empresa y fortalecer el trabajo en equipo y compañerismo.



Alrededor de **\$40 millones de pesos invertidos** en la construcción de la Incubadora.

- **Lactario.** Su objetivo principal es brindar un espacio cómodo y privado a las colaboradoras del Corporativo Ajusco que, una vez terminado el periodo de incapacidad por maternidad, se reincorporan a sus actividades, siendo 25 colaboradoras usuarias del lactario en 2016.

Cabe señalar que, en 2016, 10 colaboradoras ejercieron su derecho a incapacidad por maternidad y tres de ellas se reincorporaron a sus actividades y conservaron su empleo un año después de regresar a él.



- **Día de la mujer.** Iniciativa realizada en las ubicaciones de Ajusco, Tlalpan y Locales, en la que participaron 100 colaboradores en actividades y conferencias en torno a la importancia de las mujeres, a fin de lograr una sociedad donde exista equidad de género.
- **Curso de verano.** Se lleva a cabo en las instalaciones de TV Azteca, gozando de un precio accesible para los colaboradores, apoyándolos al tener cerca a sus hijos durante las vacaciones de verano y brindando facilidades para su desempeño laboral. Participaron 100 niños en 2016.
- **Reconocimiento a colaboradores.** En 2016 se reconoció a 115 colaboradores, quienes cumplieron 20 años de servicio en TV Azteca con un desayuno con familiares. El distintivo consistió en una moneda de plata de 1 kg, entregado por el Director General, Benjamín Salinas, y algunos Directores.

El Área Corporativa de Bienestar de Grupo Salinas –TV Azteca y Grupo Elektra– también establece y difunde las iniciativas que contribuyen a la calidad de vida de los colaboradores, impulsando el equilibrio trabajo-familia, la actividad física y estilos de vida saludable, entre otros ámbitos fundamentales para el desarrollo. Algunas de ellas son:

Vertiente	Programa	Objetivo y logros
Salud	Kilotón	Concurso de equipos con el propósito de ayudar a los colaboradores a bajar de peso y adoptar estilos de vida saludable. 100 colaboradores de Grupo Salinas lograron alcanzar el 20% de la meta pensada para este programa, lo que dio como resultado perder una tonelada en total.
	Semana de la Salud	Fomenta en los colaboradores el mantenimiento de un equilibrio por dentro y por fuera, el mejoramiento en hábitos de salud, permitiéndoles tener una mayor productividad laboral y cumplir sus metas. 600 colaboradores de TV Azteca participantes
	Mastografías	Campaña de protección y cuidado a las colaboradoras en temas más especializados, ofreciendo estudios de prevención de cáncer de mama. 200 colaboradoras de TV Azteca beneficiadas
	Nutrición	Incentiva un estilo de vida saludable entre los colaboradores, disminuyendo el riesgo de enfermedades relacionadas con la alimentación, fomentando el seguimiento y revisión constante de su salud, a través de la atención enfocada en sus necesidades y metas. 599 colaboradores de TV Azteca beneficiados
Línea de vida	Uno más en la Familia	Programa de acompañamiento a los colaboradores que serán padres, durante el periodo de gestación, generando sólidos lazos con ellos y sus familias, y fomentando los valores de TV Azteca. 1,200 colaboradores de Grupo Salinas registrados
	Mamá apantallante	La finalidad de este programa es motivar a las colaboradoras que son madres, valorando su esfuerzo y desempeño al reconocerlas como mujeres y profesionistas, fomentando el valor de la familia. 11,000 colaboradoras aproximadamente reconocidas, en Grupo Salinas
	Papá es un campeón	Consiste en reconocer a los colaboradores que son papás, quienes se distinguen por su esfuerzo, dedicación y constancia, resaltando la importancia de la familia como uno de los valores primordiales en la empresa. Cerca de 1,200 colaboradores reconocidos en TV Azteca en el año
Integración Familiar	Pequeños Monstruitos	Campaña para celebrar a los hijos de los colaboradores de los corporativos de Grupo Salinas en el mes de abril y así fomentar el bienestar de la familia, el sentido de pertenencia y orgullo hacia la empresa. 300 niños participantes en Grupo Salinas
	Club Pequeños Socios	Su objetivo es crear un vínculo emocional entre los hijos de los colaboradores y la empresa, incentivando el orgullo por sus padres. El último viernes de cada mes se realizan actividades para los niños en apoyo a los padres cuando no tienen clases. 210 niños cuyos padres trabajan en el Corporativo de TV Azteca son miembros del club

Vertiente	Programa	Objetivo y logros
Deportes	Socios Corredores	Consiste en incentivar la adopción de estilos de vida saludable, por medio de un club donde los colaboradores practican deportes, se relajan y cuidan su salud. 2,300 colaboradores de Grupo Salinas participantes
	Torneos	Consiste en fomentar la práctica de ejercicio físico, la disciplina y el esfuerzo, así como los valores de TV Azteca a través de torneos de boliche y fútbol. 100 colaboradores de TV Azteca participantes en el torneo de boliche y 220 en el de fútbol.
	Clases Activate	Promueve la disciplina y el trabajo en equipo, además de que fortalece el vínculo entre compañeros. 22 colaboradores de TV Azteca aproximadamente participan en clases de zumba, yoga y kick boxing.
	Insanity	Programa de ejercicios y acondicionamiento físico en video que se realiza una vez al año y tiene una duración de 60 días. Consta de rutinas compuestas por una gran variedad de ejercicios y movimientos en intervalos de alta intensidad. 60 colaboradores de TV Azteca participantes en la actividad.
Cultura	Club de lectura	Fomenta el hábito de la lectura entre los colaboradores y sus familias, ampliando sus conocimientos. 1,382 libros solicitados por los colaboradores de Grupo Salinas
	Universo Socio	Consiste en impulsar en los colaboradores hábitos básicos de estudio, lectura, música y arte para que puedan capacitarse y adquirir nuevas competencias. En 2016 incluyó visitas a museos y exposiciones sobre diversos temas. 33,280 colaboradores de Grupo Salinas participantes
	Socios en Armonía	Impulsa la avides de conocimiento y la interacción en los colaboradores, contribuyendo al equilibrio personal y laboral, a través del surgimiento de nuevas competencias. 31,000 colaboradores de Grupo Salinas participantes



## Salud y seguridad ocupacional

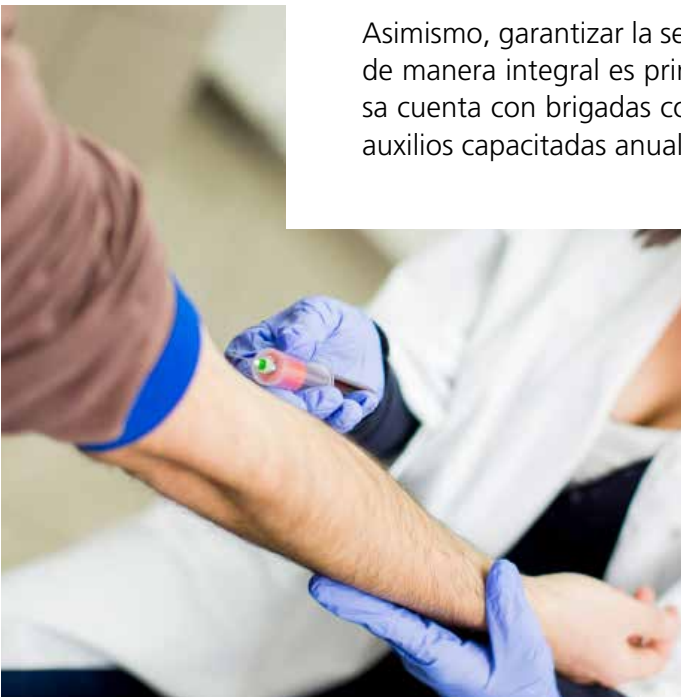
Aunado a los programas impulsados por las áreas de Bienestar a nivel corporativo y de Bienestar, Comunicación Interna y Cultura Organizacional, TV Azteca cuenta con medidas para fomentar la salud de los colaboradores, tales como ferias semestrales dirigidas al personal y sus familias, en las que se brindan servicios preventivos. Los resultados de esta iniciativa en 2016 fueron:

- 300 pruebas de ácido úrico
- 300 pruebas de colesterol
- 500 pruebas de glucosa
- 30 ultrasonidos hepáticos
- 30 ultrasonidos prostáticos
- 200 pruebas de triglicéridos
- 200 vacunas antitétanos
- 60 espirometrías



Además, tuvieron lugar campañas de salud mensuales en las que se realizaron pruebas para la detección de várices; densitometrías; pruebas de glucosa, colesterol y antígeno prostático; vacunas contra influenza, rubéola y tétanos; así como certificados médicos gratuitos para los hijos de los colaboradores y aplicación de vacunas contra el Virus del Papiloma Humano con un costo preferencial para el personal y sus familias.

Asimismo, garantizar la seguridad de los colaboradores de manera integral es primordial, por lo que la empresa cuenta con brigadas contra incendios y de primeros auxilios capacitadas anualmente.



# Compromiso con las comunidades

La reinención de TV Azteca se refleja en su compromiso con el progreso de la sociedad, pues al ser agente de cambio, contribuye a su bienestar y desarrollo integral a través de los contenidos que transmite o en vinculación con Fundación Azteca y otras organizaciones.



Para conocer más acerca de las iniciativas de Fundación Azteca visita la página: [www.fundacionazteca.org](http://www.fundacionazteca.org)

## Fundación Azteca

G4-DMA Comunidades locales (a/b)  
G4-15

Desde 1997, Fundación Azteca ha promovido la toma de conciencia y el cambio social y ambiental al interior y exterior de Grupo Salinas. Es una organización sin fines de lucro que realiza sus acciones en México, Guatemala, El Salvador, Perú y Estados Unidos.

Es a través de ella que TV Azteca concreta su aspiración y responsabilidad hacia las comunidades y el entorno mediante el apoyo otorgado a causas transparentes y concretas.

Fundación Azteca identifica problemas apremiantes y las necesidades de la sociedad, vinculándolos con organizaciones y personas dispuestas a mejorar la calidad de vida de miles de personas.

**Más de \$155 millones de pesos,** monto asignado por TV Azteca a programas de Fundación Azteca.

Para garantizar la legitimidad y transparencia de los donativos, la Fundación reporta de manera mensual todos aquellos donativos superiores a \$215 mil pesos ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT), de conformidad con la Ley Federal para la Prevención e Identificación de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita.

Las acciones de Fundación Azteca se dividen en cuatro categorías, de acuerdo con la causa a la que apoyan. Estas categorías son: Educación y cultura, Salud, Desarrollo social y Medio ambiente.



## Educación y cultura

### Plantel Azteca

La educación es la herramienta más poderosa para mejorar la calidad de vida de la ciudadanía, por lo que Fundación Azteca otorga becas a jóvenes de escasos recursos en el Plantel Azteca, para que tengan la oportunidad de gozar de educación de calidad, con excelencia técnica, valores y nuevas herramientas tecnológicas.

Logros 2016:

Desde 1997 contribuimos a formar jóvenes mexicanos de excelencia, **becando cada año a 2,100 alumnos**, aproximadamente.

### Becas Generación Bicentenario

En el marco del Bicentenario de la Independencia de México, en 2010 Fundación Azteca brindó –con la colaboración de otras organizaciones e instituciones–, una ayuda económica mensual a los niños más brillantes del país durante toda su preparación educativa y becas para estudios de posgrado en las mejores instituciones educativas de México o el extranjero con la ayuda del Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT). Hoy en día, el apoyo continúa.



Compromiso con valor



## Modelo de Aprendizaje Colaborativo

Fundación Azteca, en colaboración con la Secretaría de Educación del Estado de Puebla, Fundación Aprendizaje Colaborativo y el Centro de Estudios Educativos, llevan a cabo el proyecto “Escuela Nueva para el Mejoramiento de la Calidad de la Educación Básica en Puebla, México”, con el objetivo de adecuar el modelo pedagógico y demostrar que su aplicación genera mejoras en la calidad educativa.

Logros 2016:

**210 escuelas de Puebla favorecidas:** Multigrado, Básicas, Indígenas, Telesecundarias y de Organización Completa.

**24,993 alumnos beneficiados** y 773 docentes participantes.

## México de 10

Este programa surgió en 2016, con el fin de apoyar a alumnos egresados del Plantel Azteca y que se encuentran estudiando en una de las cinco universidades aliadas –el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), el Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE), la Universidad Panamericana (UP) y la Universidad Iberoamericana (IBERO)–, con becas para cubrir necesidades de alimento, transporte y material escolar.



Logros 2016:

**20 alumnos universitarios de excelencia becados** para cubrir necesidades de manutención, como transporte, alimentos y material escolar.

## Orquesta Sinfónica Esperanza Azteca

Se trata de un programa social-musical que busca mejorar la calidad de vida de niñas, niños y jóvenes de escasos recursos, la de sus familias y comunidades, a través de la música, mientras aprenden importantes valores, como disciplina, excelencia y trabajo en equipo.

Actualmente, **Esperanza Azteca** forma a más de **17,000** niños y jóvenes de escasos recursos a través de la música.

Logros 2016:

**87** orquestas sinfónicas y coros infantiles y juveniles: 84 en México, uno en Estados Unidos y dos en El Salvador.

**518** conciertos en los que participaron todas las orquestas de México.



Participación de las orquestas y coros en los **conciertos brindados por el violonchelista Yo Yo Ma, el chelista Carlos Prieto** y el realizado en el marco de la **visita del Papa Francisco a México.**

**Clase magistral**  
con el Director  
**Valery Gergiev.**



## Robótica

Con esta iniciativa se busca impulsar el interés por la ciencia y tecnología, además de múltiples habilidades a través de concursos y campeonatos locales e internacionales de Robótica.

# Salud

## Parteras profesionales

A través de este programa se capacita a mujeres durante tres años para que atiendan nacimientos en sus comunidades, ubicadas en lugares muy apartados, a los que no llega la medicina pública. Con él, se contribuye a disminuir la mortandad materno-infantil.



# Desarrollo social

## Red social y Donativo Hormiga

Consiste en proporcionar apoyo en especie a asociaciones civiles para el equipamiento de sus instalaciones y facilitar su labor social, a través de la vinculación con personas y asociaciones que pueden brindar ayuda, creando valiosas sinergias.

Logros 2016:

Desde el inicio de esta iniciativa **se han recaudado \$20 millones de pesos.**



Compromiso con valor



**Se entregaron 1,500 artículos con un valor de \$2.7 millones de pesos a 100 organizaciones de asistencia social en 2016.**

**Instituciones beneficiadas en 12 entidades** del país: CDMX, Coahuila, Estado de México, Guanajuato, Hidalgo, Morelos, Nuevo León, Oaxaca, Quintana Roo, Baja California, Veracruz y Yucatán.



**Celebración del encuentro de ONG's de Red Social Azteca, en el que participaron 200 organizaciones.**



## Bancomunidad Azteca

Iniciativa cuyo propósito es contribuir a la lucha para superar la pobreza, otorgando microcréditos a grupos de mujeres que viven en situación desfavorable. A través del Centro de Desarrollo Comunitario Centéotl –organización no lucrativa que trabaja a favor de la sociedad marginada del estado de Oaxaca desde 1990–, Fundación Azteca ha entregado \$15 millones de pesos en microcréditos para apoyar a cerca de 4,600 mujeres de escasos recursos de la entidad, para que emprendan negocios que mejoren su calidad de vida y la de sus familias.

## Tocando vidas

A través de la voz de grandes personalidades, se dan a conocer historias de vida con ejemplos de cambios positivos que brindan la esperanza de un futuro mejor. Por medio del programa televisivo en la barra de opinión de TV Azteca, presentado por Esteban Moctezuma, se muestra que todos tenemos algo importante que dar.

Para conocer más acerca de "Tocando vidas" mira el video en el siguiente enlace:  
[www.youtube.com/playlist?list=PLW9rtYA005xiGMCI-CWh-F1x3xe3DLMPNz](http://www.youtube.com/playlist?list=PLW9rtYA005xiGMCI-CWh-F1x3xe3DLMPNz)

### Logros 2016:

Producción de **53 episodios** del programa "Tocando vidas" durante 2016.



# Medio ambiente

## Limpiemos Nuestro México

Se trata del evento de recolección de basura más importante del país y se lleva a cabo con el compromiso y en alianza con diversas empresas, instituciones, gobiernos y millones de voluntarios de la sociedad civil, con la finalidad de generar un cambio cultural en la sociedad y reducir la contaminación del agua y del suelo.

Logros 2016:

Más de siete millones de voluntarios recolectaron aproximadamente **40,000 toneladas** de residuos en cuatro horas.



Inicio del movimiento en **El Salvador, Perú, Guatemala y China.**

**Develación del balón oficial** de la liguilla torneo de Clausura 2016 Liga Mx y Ascenso Mx.



**Participación de mega brigadas** "Torreón Orgullosamente Limpio" y "Carmen Orgullosamente Limpia".

**Inicio de la mega brigada** "Desierto de los Leones Orgullosamente Limpio".

## ¡Que Viva La Selva Lacandona!

A través de este programa se sensibiliza a la sociedad –en especial a los niños–, sobre la importancia de la conservación de las áreas naturales protegidas. Asimismo, como iniciativa complementaria, se lleva a cabo el concurso de dibujo ¡Que viva la Selva Lacandona!, así como proyectos productivos que evitan la tala, la quema y la destrucción de este ecosistema.



### Logros 2016:

**40,000 dibujos** recibidos.

**32 ganadores** del concurso viajaron a la Selva Lacandona.

**Expo de fotografía en las rejas del Bosque de Chapultepec** para sensibilizar sobre la importancia de la preservación de la Selva Lacandona.



## Movimiento Azteca

En esta iniciativa convergen los cuatro pilares en los que Fundación Azteca basa sus acciones, pues se apoyan causas en pro de la educación y cultura, la salud, el medio ambiente y el desarrollo social. En conjunto con TV Azteca se difunde la campaña de corresponsabilidad social y ambiental, donde se invita a la sociedad a realizar aportaciones a diversas organizaciones.

En 94 Movimientos Azteca han sido apoyadas más de 330 organizaciones y 1.5 millones de personas.

Logros 2016:

**Alrededor de \$135 millones de pesos recaudados y donados** a diversas organizaciones, como OSEA, Renapred, Fundación IMSS y la Cruz Roja Mexicana.



**32 causas beneficiadas**

# Promoción de estilos de vida saludable

G4-DMA Comunidades locales

Para TV Azteca, el fomento del deporte es muy importante para promover la sana competencia e incentivar hábitos para el bienestar de la salud. Por ello, a través de TV Azteca Locales lleva a cabo diferentes actividades como carreras, ligas y torneos en los que participan hombres, mujeres y niños a lo largo de toda la República Mexicana.

Algunas de las iniciativas desarrolladas durante 2016 fueron:

- Liga Azteca 2016, en Morelos
- Gran Visoreo, en Culiacán, Sinaloa
- Carreras Azteca Píntate Mazatlán y Píntate con Azteca Carrera Neón, ambas de 5 kilómetros, en Mazatlán, Sinaloa
- Carrera Azteca y Torneo de Golf, en Guadalajara, Jalisco
- Azteca Mayan Race, en Mérida, Yucatán
- Carrera Comics, en Veracruz
- *The Ultimate WOD\**, en Guerrero

\*WOD: *Workout Of the Day*.

Además, con la finalidad de concientizar a un mayor número de personas sobre la cultura de prevención de enfermedades, por medio de TV Azteca Locales se realizaron distintos eventos y conferencias cuyo contenido gira en torno a la salud.

Los eventos que tuvieron lugar en 2016 fueron la Semana Autorregúlate, la Semana de la Salud y la Lucha contra el cáncer de mama.



Cerca de **40,000 participantes** en carreras.



Aproximadamente **20,000 participantes** en la **Liga de Fútbol** Azteca.



Alrededor de **200 participantes** en el **Torneo de Golf** realizado por TV Azteca Locales.



Más de **20,000 asistentes** a **eventos de salud** realizados por TV Azteca Locales.

# El valor de la educación

TV Azteca tiene la firme convicción del valor de la educación para el desarrollo y el bienestar. Por esta razón, se esfuerza en llevar exposiciones y conferencias a diferentes estados de la República, con el objetivo de informar correctamente a los participantes, presentar a los jóvenes la oferta educativa, brindarles ayuda para tomar la mejor decisión con respecto a su futuro y orientación vocacional.

En 2016 **TV Azteca realizó la Expo Vocación** en estados como Morelos, Chihuahua, Yucatán y Guerrero.

Adicionalmente, cuenta con el Centro de Formación Profesional Media 13, en el que imparte talleres de conducción, producción, comunicación, periodismo y televisión en estados como Guerrero, Veracruz, Jalisco, Chihuahua y Sinaloa.



**Más de 20,000 personas beneficiadas** con eventos educativos realizados por TV Azteca Locales.

Para conocer más acerca del "Juguetón" visita la página: [www.azteca7.com/jugueton](http://www.azteca7.com/jugueton)

## Juguetón

G4-15

La iniciativa de recolección de juguetes más grande del mundo, surgida hace 21 años en la que, con la ayuda de voluntarios, empresas, instancias gubernamentales, sociedad civil, entre otros grupos, se acopian juguetes para ser entregados cada 6 de enero a niños de escasos recursos de escuelas, internados, casas hogar, comunidades indígenas, hospitales, guarderías, comedores populares, centros penitenciarios y centros de día para menores.

**11,000**  
**voluntarios**  
participantes



**Más de 16 millones de juguetes acopiados, con un valor de aproximadamente \$500 millones de pesos en 2016.**



# Donaciones

G4-DMA Alfabetización mediática  
G4-EC7 (com. MSS), M7

Para conocer más acerca de  
"A Quien Corresponda"  
visita la página:  
[www.azteca7.com/la-quien-corresponda](http://www.azteca7.com/la-quien-corresponda)

Diversos contenidos de TV Azteca promueven los valores sociales, ya sea al informar a la población sobre lo que acontece en tiempo real, al desarrollo de talento, a la inclusión, o bien, al ofrecer soluciones a problemas específicos de la sociedad por medio de la incitación a la reflexión.

G4-15

El programa A Quien Corresponda cuenta con un área dedicada a la realización de donaciones, misma que recibe cerca de 100 solicitudes para estos efectos por semana.

En 2016 se recibieron 4,400 casos, de los cuales fueron resueltos 3,200, en los que se llevaron a cabo donaciones en especie y en atención de servicios con hospitales y organizaciones.

Éstas son sólo algunas de las decenas de campañas y programas de donación que lleva a cabo el programa A Quien Corresponda.

Alrededor de **ocho millones de pesos en donativos de medicamentos** recibidos en 2016.

**124 aparatos auditivos entregados**, cuyo valor asciende a \$1,860,000 pesos aproximadamente.

**190 sillas de ruedas donadas** que alcanzan un valor aproximado de \$517,000 pesos.

**58 prótesis entregadas**, con un valor aproximado de \$1,450,000 pesos aproximadamente.

**Visitas a asilos, casas de reposo y albergues** para la entrega de donaciones como parte de las campañas "Amor a mamá" y "Adopta un abuelito".

**163 mini laptops donadas** por Tiendas Elektra y entregadas a asociaciones, fundaciones y público televidente.

Realización de jornada médica, con **40 estudios de prevención del cáncer de próstata**.

Para conocer más acerca de  
"Un Nuevo Bosque"  
visita la página:  
[www.gruposalinas.com.mx/  
es/un-nuevo-bosque](http://www.gruposalinas.com.mx/es/un-nuevo-bosque)

## Un Nuevo Bosque

G4-15

Jornada ecológica surgida en el año 2002 y a través de la cual Grupo Salinas y TV Azteca reafirman su compromiso con la generación de valor ambiental. En 2016 se llevó a cabo en coordinación con la Comisión Nacional Forestal (CONAFOR) y la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT).

Participación de **100,000 voluntarios en México**, aproximadamente



Plantación de más de **3,000,000 de árboles**, forestando cerca de 3,000 hectáreas

Aunado a su compromiso con la protección del medio ambiente, TV Azteca colabora de manera permanente en esta iniciativa al informar a la sociedad sobre la relevancia de los temas ambientales, motivando su participación en este evento mediante la difusión de la convocatoria en todas sus plataformas.

Para conocer más acerca de  
"Fieles a la causa"  
visita la página:  
[www.atlasfc.com.mx/news/43](http://www.atlasfc.com.mx/news/43)

## Fieles a la causa

G4-15

El equipo de fútbol Atlas, F.C. ha adoptado la filosofía de TV Azteca en cuanto a responsabilidad social, por lo cual, por tercer año consecutivo, llevó a cabo la campaña "Fieles a la causa". En ella, se unió a la Cruz Roja de Guadalajara y al DIF Zapopan en la prevención y lucha contra el cáncer de mama, a través de la donación de mastografías.



## Monarcas contra el cáncer de mama y próstata

G4-15

Monarcas Morelia es un equipo con valores, que vive la pasión a través de su afición y que se preocupa por el bienestar de la sociedad mexicana; es por ello que, en octubre de 2016, en el mes de la sensibilización sobre el cáncer de mama y de próstata, se sumó nuevamente a la lucha contra estas enfermedades.

En apoyo a esta campaña, el Club realizó diferentes actividades como:

- Utilización de la playera en color rosa en los encuentros como local ante Cruz Azul y Necaxa.
- Participación con Súper Monarca –mascota del equipo– en diversos eventos.
- Convivencia de los jugadores con pacientes y sobrevivientes de cáncer de mama.
- Información sobre la importancia de detectar a tiempo el cáncer por medio del sonido local del Estadio Morelos.
- Visita por parte de algunos jugadores al Hospital de Oncología para animar a las pacientes.
- Imagen rosa y azul de las redes sociales y el sitio web del Club.
- Gestión de mastografías para mujeres.
- Muestra de historias de sobrevivientes a través de los medios del equipo, con la finalidad de alentar a quienes aún están en esta lucha.
- El Estadio Morelos se "vistió" de rosa.





## El Tren Navideño

G4-15

De igual manera, Monarcas Morelia participó en el banderazo del Tren Navideño por séptima ocasión, en Monterrey, Nuevo León, en noviembre de 2016. Esta iniciativa es organizada y liderada por Kansas City Southern de México, y consiste en un recorrido anual para llevar alegría y felicidad a los niños de escasos recursos del país durante el trayecto del tren.

Para conocer más acerca de Kybernus visita la página: [www.kybernus.org](http://www.kybernus.org)

## Kybernus

G4-DMA Diversidad e igualdad de oportunidades, No discriminación  
G4-15

Programa de creación de valor social de Grupo Salinas que, en coordinación con organizaciones públicas, privadas y sociales, busca construir en México una cultura de liderazgo basada en valores, como honestidad, libertad, responsabilidad, justicia, solidaridad, tolerancia y actitud dialogante.

El programa tiene como propósito establecer en cada estado del país un sistema para la detección, formación e impulso de liderazgos políticos y sociales, mismos que deben estar comprometidos con el fortalecimiento de una democracia liberal en México que se sustente en el respeto a las libertades individuales, a los derechos humanos y a la igualdad de oportunidades de la población.

Para conocer más acerca de Caminos de la Libertad, visita la página: [caminosdelalibertad.com](http://caminosdelalibertad.com)

## Caminos de la libertad

G4-15



Se trata de un esfuerzo de Grupo Salinas para promover la correlación entre libertad y dignidad, los valores fundamentales y la discusión y reflexión sobre la libertad.

## Ciudad de las Ideas

G4-15

Para conocer más acerca de Ciudad de las Ideas, visita la página: [ciudadelasideas.com](http://ciudadelasideas.com)

Se patrocinó La Ciudad de las Ideas, que con el tema *Play the Game* reunió este año a decenas de mentes brillantes de talla internacional en la ciudad de Puebla, que presentaron ideas de vanguardia a miles de asistentes.



Compromiso con valor



# Valor ambiental



# Gestión ambiental

## G4-DMA General

Aunado a la realización y difusión de los programas que fomentan la participación de la sociedad en la conservación del entorno, TV Azteca –a través del área especializada en energía y medio ambiente de Grupo Salinas– ha establecido estrategias, para disminuir el impacto de sus operaciones en el medio ambiente en diferentes ámbitos.

## G4-EN31

Más de cinco millones de pesos invertidos en mejoras para **la conservación del medio ambiente.**

Así, además de orientar sus esfuerzos hacia el cuidado de la naturaleza, ha destinado una parte de sus inversiones a la investigación y desarrollo de procesos de eficiencia energética; la separación y disposición final de residuos sólido urbanos; la medición de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI); así como a la educación y capacitación para la restauración ambiental.

# Energía

Para gestionar de manera correcta el consumo de energía, TV Azteca basa sus operaciones en:

- El Sistema de Gestión de Energía (SIGEN), verifica la conciliación de facturación con la Comisión Federal de Electricidad (CFE).
- El Sello de Ahorro de Energía, una herramienta interna que se utiliza en todas las compañías de Grupo Salinas para evaluar, validar y certificar la compra de equipos eficientes de iluminación, aires acondicionados y cualquier otro equipo que consuma energía eléctrica.

Asimismo, da cumplimiento a las directrices contenidas en las siguientes normas:

- NOM-001-SEDE-2012, Seguridad para instalaciones eléctricas
- NOM-030 y 031-ENER-2012, Eficiencia energética y parámetros mínimos para iluminación LED
- NOM-025-STPS-2008, Condiciones de iluminación para centros de trabajo
- NMX-AA-164-SCFI-2013, Criterios ambientales mínimos para edificaciones sustentables
- Registro Nacional de Emisiones (RENE) de la Ley General de Cambio Climático, debido a que la mayor parte de sus emisiones provienen de energía eléctrica



El cumplimiento de estas normas garantiza la seguridad de los colaboradores, el confort en los centros de trabajo y el uso eficiente de la energía eléctrica para los diferentes procesos y, para lograrlo, desde 2015 Grupo Salinas cuenta con el Sistema de Gestión de Energía (SIGEN), plataforma que administra la energía de forma integral, cuyos objetivos con base en los resultados de ese periodo son:

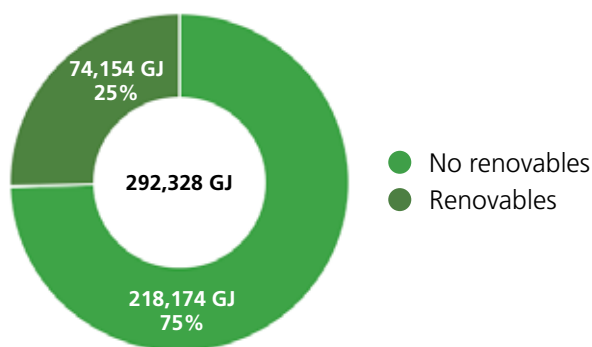
- Facilitar datos auditables para la gestión de información
- Analizar las tendencias, emitir reportes, generar alarmas y automatizar cálculos
- Transparentar y mostrar la trazabilidad de la información de consumo, auto abasto y facturación de energía en cualquier periodo y unidad de negocio
- Fungir como una herramienta para la toma de decisiones
- Detectar inconsistencias
- Identificar potenciales de ahorro en proyectos tecnológicos y operativos

La metodología utilizada para calcular los consumos de energía de TV Azteca es el protocolo internacional desarrollado por la *Efficiency Valuation Organization* (EVO), cuyo objetivo es medir y garantizar los ahorros energéticos, reducir costos y sistematizar el proceso de medida y verificación del desempeño energético.



**292,328 GJ de energía consumidos en 2016.**

### Consumo de energéticos



#### Notas:

• La distribución del consumo de energía no renovable por fuente es: 46 GWh de energía eléctrica; 1,678,976 litros de gasolina; 10,244 litros de diésel; 40,753 litros de gas LP; y 3,958 m<sup>3</sup> de gas natural.

• La distribución del consumo de energía renovable por fuente es: 20.6 GWh de electricidad, de los cuales 20 GWh corresponden a energía eólica y 0.6 GWh a geotérmica.

**822,222 kWh de energía eléctrica consumidos por inmueble en 2016.**

**El 25% de la energía consumida por TV Azteca proviene de fuentes renovables.**

Así también, dentro de las acciones para ahorrar energía eléctrica, TV Azteca ha implementado diferentes proyectos, como son:

- Conversión, adaptación y reemplazo de equipos por otros de alta eficiencia
- Instalación de equipos de alta eficiencia en nuevas ubicaciones
- Sustitución de combustibles, al aumentar la participación de energías renovables (eólica y geotérmica)
- Cambio de conducta de los colaboradores, al reforzar las políticas de ahorro de energía en los corporativos y ubicaciones

**73,266 GJ, reducción en el consumo de energía eléctrica en 2016.**

# Emisiones

G4-DMA Emisiones (a/b)

TV Azteca, en cumplimiento de la Ley General de Cambio Climático, elabora anualmente el Registro Nacional de Emisiones (RENE), en el que reporta las emisiones de CO<sub>2</sub> y gases de efecto invernadero.

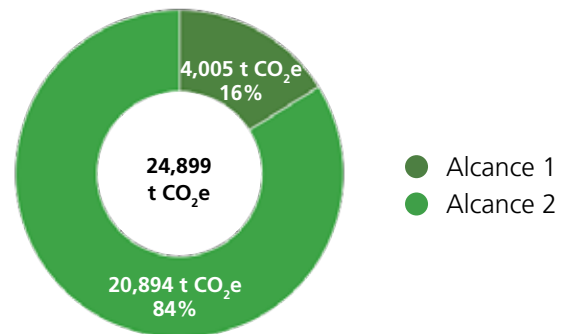
Su finalidad es contribuir al logro de los objetivos internacionales adquiridos por México: la reducción de sus emisiones en un 30% para 2025 y 50% para 2050.

El RENE, cuya línea base es 2014, tiene un enfoque de control operacional, por lo que permite la identificación de las principales fuentes de emisión, a la vez de establecer programas de reducción de consumo y mitigación de impacto ambiental. Representa la metodología utilizada por TV Azteca para calcular las emisiones, sumada a los índices publicados por la SEMARNAT como factores de emisión.

G4-EN15, G4-EN16, G4-EN21

En 2016, las emisiones de TV Azteca fueron las siguientes:

## Gases de efecto invernadero



Notas.

- Las emisiones directas se componen por dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), metano (CH<sub>4</sub>) y óxido de nitrógeno (N<sub>2</sub>O).
- En 2016, TV Azteca emitió 3,852 toneladas de CO<sub>2</sub>e de dióxido de carbono biogénico.

G4-EN18

**307 t CO<sub>2</sub>e emitidas por inmueble en 2016** (alcance 1 y 2).

G4-EN19

TV Azteca **evitó** la emisión de **9,240 t CO<sub>2</sub>e** en 2016.





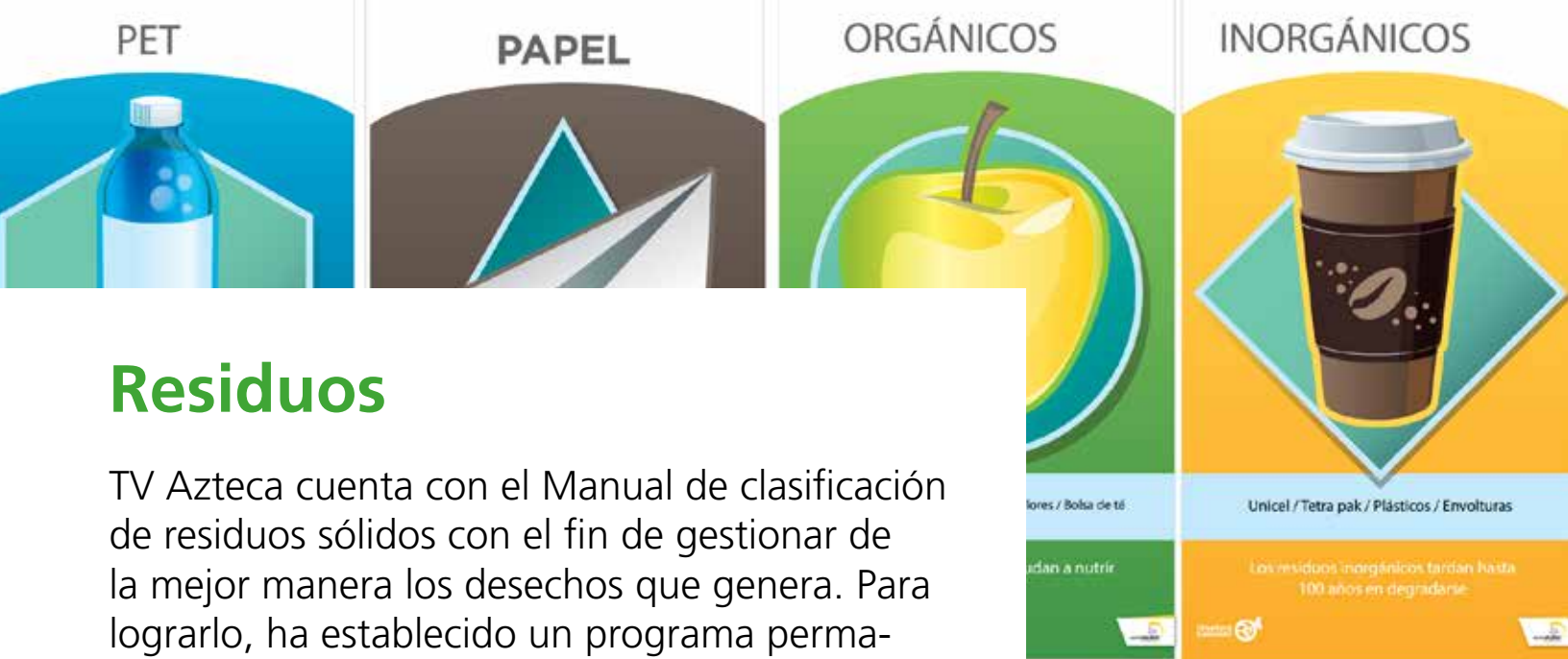
## Agua

TV Azteca, al ser una televisora que llega a millones de hogares, aprovecha la oportunidad de sensibilizar a la sociedad sobre el uso responsable de los recursos naturales, como es el caso de este líquido vital, además de concientizar a sus colaboradores en el día a día.

De acuerdo con la política ambiental de TV Azteca, ninguna fuente de agua es afectada, ya sea por sobreexplotación para el consumo o por descargas de sustancias tóxicas.

**73,408 m<sup>3</sup> de agua consumidos por TV Azteca\***

\*La medición del consumo de agua de TV Azteca se realiza considerando tanto el consumo real de los cinco corporativos de TV Azteca, como el cálculo de los días de operación en estaciones atendidas (red nacional) y en TV Azteca Locales, así como el número de colaboradores y la cantidad de cubetas utilizadas para limpieza por día, obteniendo así los metros cúbicos totales.



## Residuos

TV Azteca cuenta con el Manual de clasificación de residuos sólidos con el fin de gestionar de la mejor manera los desechos que genera. Para lograrlo, ha establecido un programa permanente en todos los corporativos para realizar su separación en cuatro grandes grupos: orgánicos, inorgánicos, reciclables y peligrosos.

El retiro de los residuos es ejecutado por empresas externas autorizadas, quienes llevan a cabo su recolección, transportación y disposición final en vertederos y que, al término del proceso, entregan un manifiesto que evidencia la metodología adecuada en el manejo integral.

En 2016 se acopiaron 1,300 kg de pilas, las cuales fueron recolectados por una empresa especializada, garantizando que estos residuos no contaminen el suelo o los mantos freáticos.

Cerca de un millón de kilogramos de residuos generados por TV Azteca, de los cuales **19,000 kg aproximadamente fueron enviados a reciclaje.**

**14 toneladas de residuos peligrosos generadas**, cuya disposición se realizó a través de personas o empresas externas autorizadas para la gestión de residuos de este tipo.

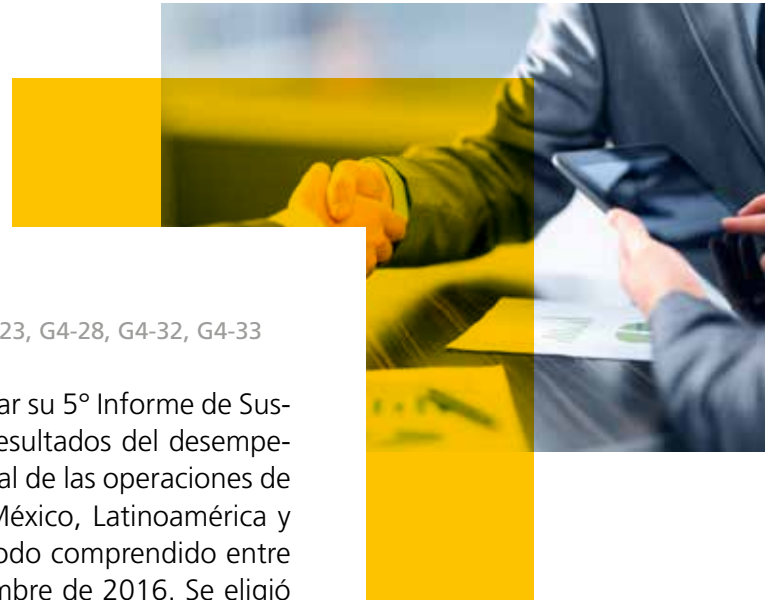
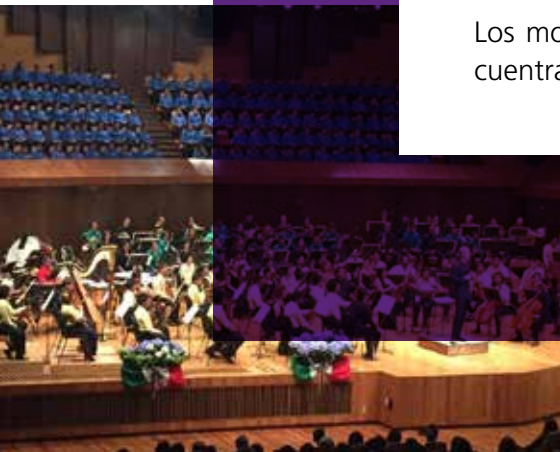
# Acerca de este informe

G4-3, G4-6, G4-7, G4-13, G4-17, G4-23, G4-28, G4-32, G4-33

Para TV Azteca es grato presentar su 5° Informe de Sustentabilidad, que muestra los resultados del desempeño económico, social y ambiental de las operaciones de TV Azteca, S.A.B. de C.V. en México, Latinoamérica y Estados Unidos durante el periodo comprendido entre el 1° de enero y el 31 de diciembre de 2016. Se eligió la opción «de conformidad» Core (Esencial) con base en las directrices establecidas por la Guía G4 del *Global Reporting Initiative* –incluyendo el Suplemento Sectorial para Medios (MSS)–, prescindiendo en esta ocasión de verificación por una tercera parte.

El alcance de la información corresponde a las operaciones en México, Guatemala, Honduras, Perú y Estados Unidos cuando es posible. En el caso de datos ambientales, la información corresponde únicamente a México.

Los montos contenidos en el presente informe se encuentran reportados en pesos mexicanos (MXN/MN).



Esta pieza de comunicación, al ser un documento claro, equilibrado, comparable, preciso, puntual y fiable, cumple de manera cabal con los principios para determinar el contenido y la calidad del informe:

### **Contexto de sostenibilidad**

A lo largo del presente documento, se describe la manera en que TV Azteca gestiona cada una de las iniciativas desarrolladas para beneficiar a los colaboradores, a las comunidades y al medio ambiente y contribuir así a alcanzar un desarrollo sustentable.

### **Materialidad**

Para este ejercicio, se llevó a cabo la revisión y actualización del estudio de materialidad de TV Azteca, con el objetivo de identificar cambios en el mercado o en las regulaciones y determinar los aspectos de mayor trascendencia para la empresa y para los grupos de interés, los cuales se encuentran reportados en este informe.

### **Participación de los grupos de interés**

Como parte de su estrategia, durante 2016 TV Azteca interactuó de manera permanente con sus grupos de interés y, además, como parte esencial de la elaboración del Informe de Sustentabilidad realizó un diálogo con ellos para conocer sus opiniones y expectativas respecto a los temas relevantes identificados en el estudio de materialidad, las cuales fueron consideradas para la elaboración del documento.

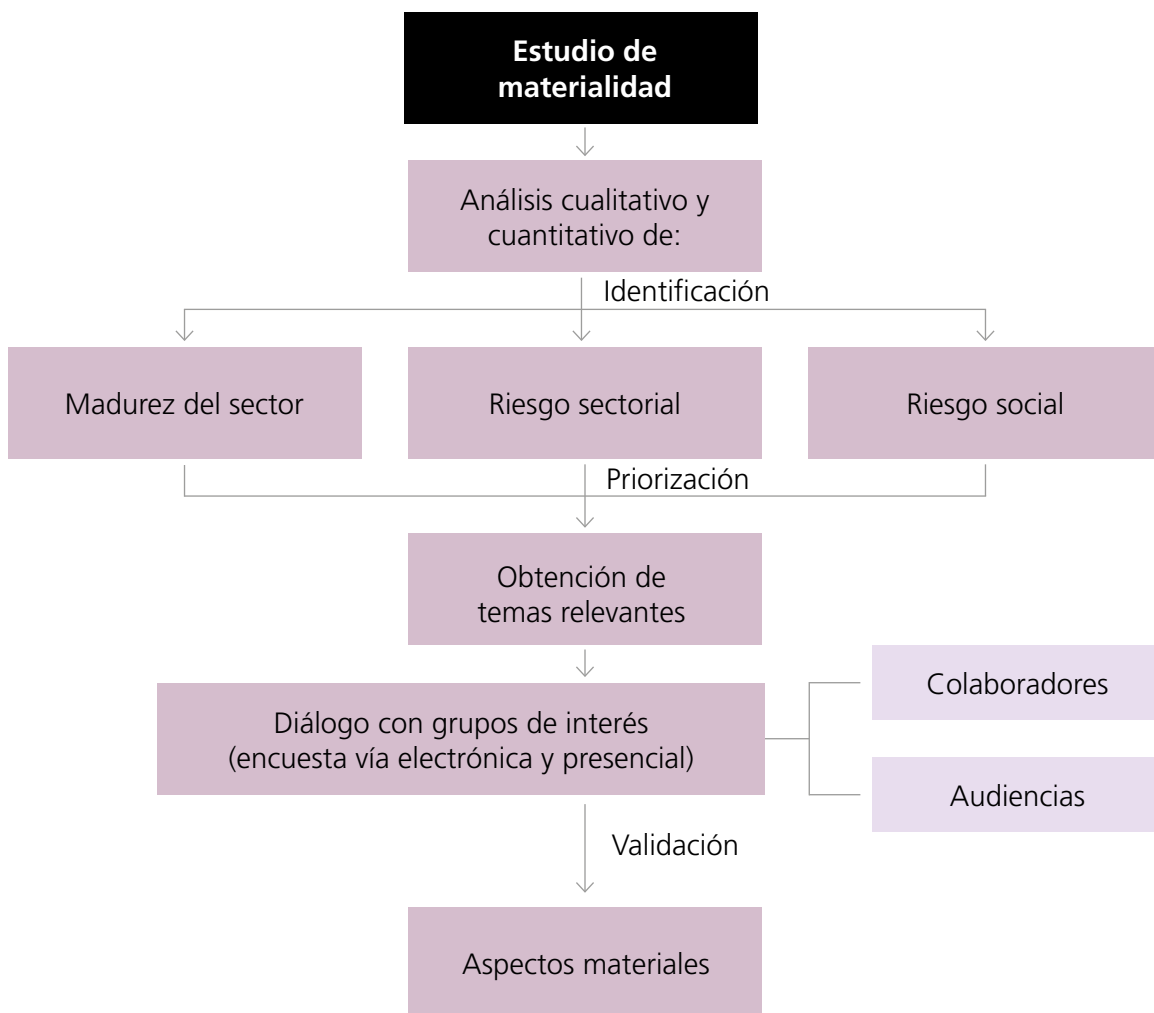
### **Exhaustividad**

Los datos contenidos en el presente informe reflejan de manera exhaustiva el desempeño de TV Azteca durante 2016, comunicando los impactos significativos en los aspectos materiales y en aquellos temas que son importantes para la Compañía o para los grupos de interés, la manera de gestionarlos y la cobertura de cada uno de ellos.

# Materialidad

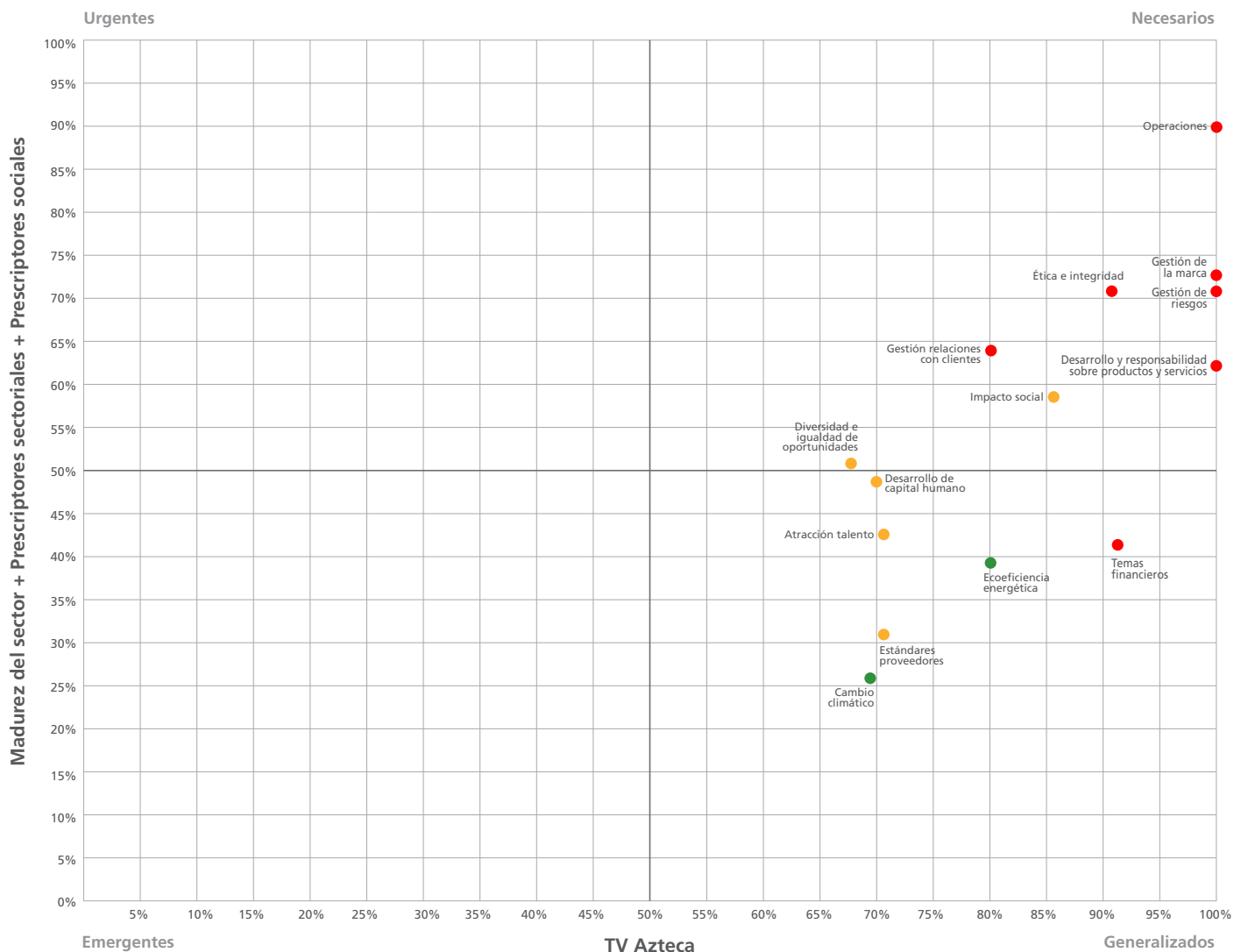
G4-18

En 2016, como parte del proceso de mejora continua de TV Azteca, en conjunto con milenio3genera –consultoría en Sustentabilidad– llevó a cabo la revisión y actualización del estudio de materialidad para identificar los aspectos materiales, tanto para la empresa como para sus grupos de interés, a través de la siguiente metodología:



# Temas relevantes para TV Azteca

G4-19





# Diálogo con grupos de interés

G4-23, G4-26, G4-27

Posteriormente, los temas relevantes fueron presentados a los grupos de interés, a través de encuestas electrónicas y telefónicas. Los principales resultados fueron los siguientes:

Colaboradores	Dimensión	Audiencias
Temas financieros	Económica	Gestión de relaciones con clientes
Diversidad e igualdad de oportunidades Desarrollo de capital humano	Social	Impacto social
Cambio climático y otras emisiones atmosféricas	Ambiental	Ecoeficiencia energética
Capacitación para el desarrollo de contenidos	Medios de comunicación	Transmisión de contenidos de alta calidad

El 65% de los miembros de la audiencia encuestados consideran fundamental la transmisión de contenidos de alta calidad y que generen valor para los televidentes.

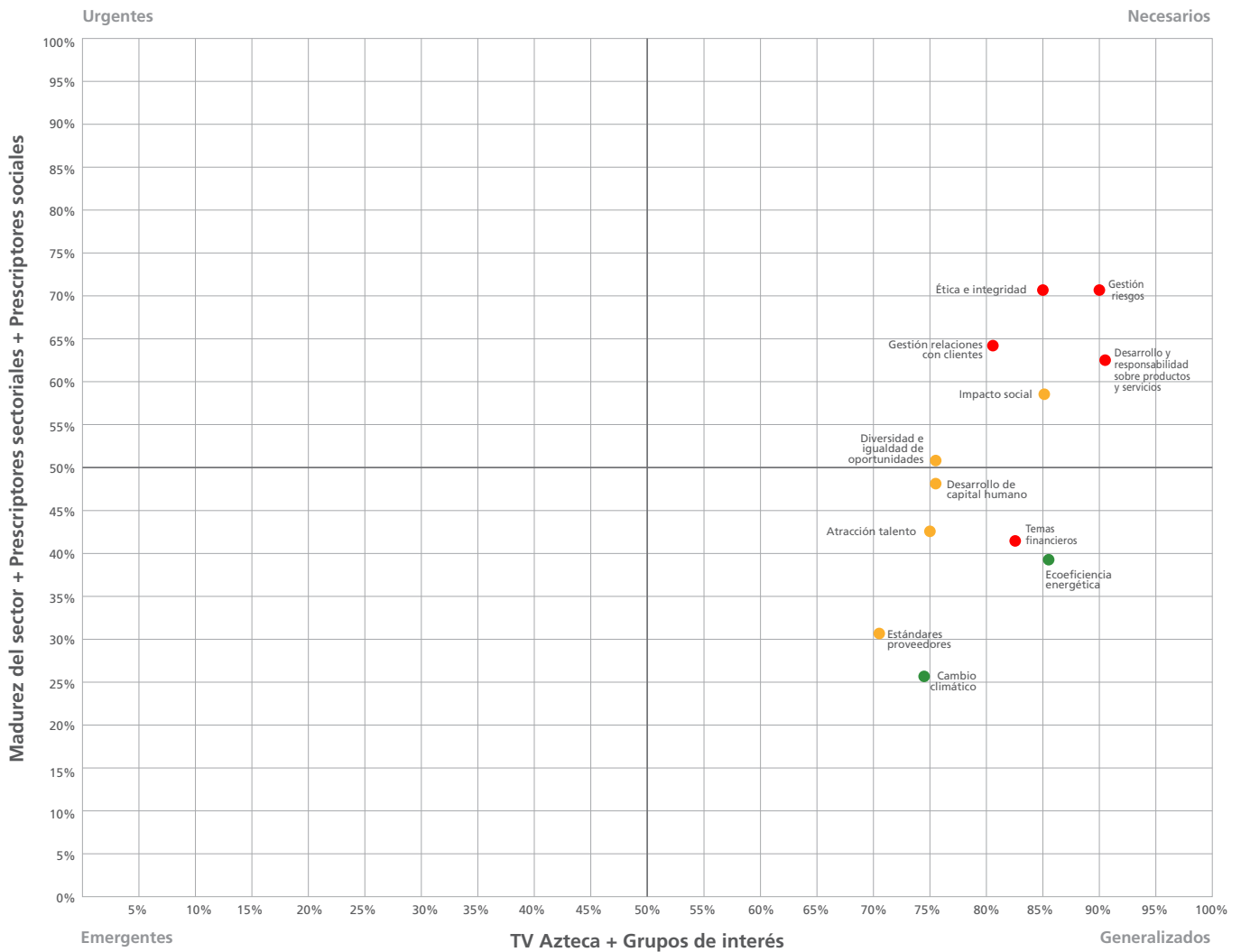
El 90% afirma que es de suma relevancia que TV Azteca fomente estilos de vida saludable entre las audiencias, debido a que se trata de una plataforma adecuada al llegar a millones de hogares.

En el tema de Desarrollo y responsabilidad sobre productos y servicios, opinaron que informar sobre el tipo de contenido de cada programa y el público a quien va dirigido es esencial para que éste decida verlo o no y para protegerlo.

# Aspectos materiales para TV Azteca

Al finalizar el diálogo con los grupos de interés, se identificó la relación de datos con los resultados del análisis de la madurez del sector, y los riesgos sectorial y social,

obteniendo así la validación de los aspectos materiales por parte de los grupos de interés:



Una vez validados los aspectos materiales, por una parte, se llevó a cabo la revisión y traducción a los aspectos establecidos por la Guía G4 del GRI, y por otra el análisis de la cobertura y los límites para cada uno de ellos, como se muestra en la siguiente tabla:

Aspecto material	Aspecto GRI G4	Cobertura		Límites
Gestión de riesgos	Estrategia y análisis / Perfil de la organización / Desempeño económico	●	●	Colaboradores, Clientes, Autoridades, Inversionistas y Líderes de opinión
Ética e integridad	Ética e integridad	●	●	Colaboradores, Clientes, Audiencia, Autoridades, Competidores, Comunidad, Inversionistas, OSC y Proveedores
Temas financieros*	Perfil de la organización / Desempeño económico / General	●	●	Autoridades, Competidores, Inversionistas, Líderes de opinión y Proveedores
Desarrollo y responsabilidad sobre productos y servicios	Salud y seguridad de los clientes / Etiquetado de los productos y servicios / Comunicaciones de mercadotecnia / Cumplimiento regulatorio	●	●	Colaboradores, Clientes, Audiencia, Autoridades, Competidores y Comunidad
Gestión de relaciones con clientes	Salud y seguridad de los clientes / Etiquetado de los productos y servicios / Privacidad de los clientes	●	●	Colaboradores, Clientes y Autoridades
Cambio climático y otras emisiones*	Emisiones	●	●	Audiencia, Autoridades, Líderes de opinión, Comunidad y OSC
Desarrollo de capital humano*	Capacitación y educación	●	●	Colaboradores
Diversidad e igualdad de oportunidades	Diversidad e igualdad de oportunidades / Igualdad de retribución entre mujeres y hombres / No discriminación / Libertad de asociación y negociación colectiva / Trabajo infantil / Trabajo forzoso	●	●	Colaboradores, Clientes, Audiencia, Autoridades, Comunidad, OSC y Proveedores
Impacto social	Comunidades locales / Consecuencias económicas indirectas	●	●	Audiencia, Líderes de opinión, Comunidad y OSC

- Material para TV Azteca
- Material dentro de TV Azteca
- Material fuera de TV Azteca
- Material dentro y fuera de TV Azteca

\*Nota. Los aspectos concernientes a Temas financieros, Desarrollo de capital humano, así como Cambio climático y otras emisiones no resultaron materiales en el estudio realizado, sin embargo, estos temas gozan de importancia para TV Azteca debido a que se trata de una empresa pública, a la reinversión de TV Azteca y a regulaciones en la materia, respectivamente, por lo que se reportan en el presente informe.

# Índice de Contenidos GRI G4

G4-32

Contenidos Básicos Generales	
Contenidos básicos generales	Página
<b>Estrategia y análisis</b>	
G4-1	10-11
G4-2	10-11
<b>Perfil de la organización</b>	
G4-3	6, 77
G4-4	6
G4-5	6
G4-6	6, 77
G4-7	77
G4-8	6
G4-9	6, 16, 40
G4-10	40
G4-11	40
G4-12	29
G4-13	8, 17, 40, 77
G4-14	22
G4-15	50-61, 64-69
G4-16	38
<b>Aspectos materiales y cobertura</b>	
G4-17	77
G4-18	79
G4-19	80, 83
G4-20	83
G4-21	83
G4-22	No existen re-expresiones de información.
G4-23	8, 77, 81
<b>Participación de los grupos de interés</b>	
G4-24	13-14
G4-25	13-14
G4-26	13-14, 81
G4-27	13-14, 81

Contenidos básicos generales	Página
<b>Perfil de la memoria</b>	
G4-28	77
G4-29	2015
G4-30	Anual
G4-31	89
G4-32	77,84-89
G4-33	77
<b>Gobierno</b>	
G4-34	19, 20
G4-35	19
G4-36	19
G4-37	19
G4-38	19, 20
G4-39	19
G4-40	20
G4-41	22
G4-42	23
G4-43	19
G4-44	18
G4-45	22
G4-46	22
G4-47	22
G4-48	Todas las áreas participan en la aprobación del Informe de Sustentabilidad, mientras que el área de Sustentabilidad, dentro de Relación con Inversionistas, lleva a cabo un monitoreo permanente del proceso.
G4-49	19
G4-50	19
G4-51	20,21
G4-52	21
<b>Ética e integridad</b>	
G4-56	23-24
G4-56 (Comentario MSS)	27
G4-57	25-27
G4-58	25-27

**Contenidos Básicos Específicos**

Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Omisiones identificadas	Justificación de posibles omisiones	Motivos para omitir esta información
---	--------	-------------------------	-------------------------------------	--------------------------------------

**Categoría: Económica**

**Aspecto material: Desempeño económico**

G4-DMA	10-11, 24			
G4-EC1	16			
G4-EC4	TV Azteca no recibe ayuda económica alguna por parte del gobierno.			
M1	TV Azteca no recibe financiación alguna por parte de fuentes no gubernamentales.			

**Aspecto material: Consecuencias económicas indirectas**

G4-DMA	34-35			
G4-EC7	34			
G4-EC7 (Comentario MSS)	65			

**Categoría: Ambiental**

**Aspecto material: Emisiones**

G4-DMA	74			
G4-EN15	74			
G4-EN16	74			
G4-EN18	74			
G4-EN19	74			
G4-EN21	74			

**Aspecto material: General**

G4-DMA	71			
G4-EN31	71			

**Categoría: Desempeño social**

**Subcategoría: Prácticas laborales y trabajo digno**

**Aspecto material: Capacitación y educación**

G4-DMA	42-43			
G4-LA9	43	Promedio de horas de capacitación por colaborador en cuestiones éticas.	Información no disponible.	Sólo se cuenta con información a nivel Grupo Salinas (conjunto de empresas al que pertenece TV Azteca) y no con la contabilización de horas sólo para la empresa.
G4-LA10	44			
G4-LA11	43			

Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Omisiones identificadas	Justificación de posibles omisiones	Motivos para omitir esta información
<b>Aspecto material: Diversidad e igualdad de oportunidades</b>				
G4-DMA	40, 68			
G4-LA12	40, 41			
<b>Aspecto material: Igualdad de retribución entre mujeres y hombres</b>				
G4-DMA	40			
G4-LA13	55% de diferencia en retribución de hombres contra retribución de mujeres.			
<b>Subcategoría: Derechos humanos</b>				
<b>Aspecto material: No discriminación</b>				
G4-DMA	40, 68			
G4-HR3	Durante 2016 no existieron casos de discriminación en TV Azteca.			
<b>Aspecto material: Libertad de asociación y negociación colectiva</b>				
G4-DMA	31			
G4-HR4	TV Azteca no ha identificado centros o proveedores que atenten contra la libertad de asociación o de pertenecer a un contrato colectivo.			
<b>Aspecto material: Trabajo infantil</b>				
G4-DMA	31			
G4-HR5	TV Azteca no ha identificado centros o proveedores con riesgos significativos de casos de explotación infantil, pues de conformidad con la normatividad vigente, se prohíbe el trabajo infantil.			
<b>Aspecto material: Trabajo forzoso</b>				
G4-DMA	31			
G4-HR6	TV Azteca no ha identificado centros o proveedores con riesgos significativos de casos de trabajo forzoso, pues de conformidad con la normatividad vigente, está prohibido.			
<b>Aspecto material: Derechos y valores culturales</b>				
G4-DMA	34-35			
<b>Subcategoría: Sociedad</b>				
<b>Aspecto material: Comunidades locales</b>				
G4-DMA	34-35, 50, 62			
G4-SO1	34			

Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Omissiones identificadas	Justificación de posibles omisiones	Motivos para omitir esta información
<b>Subcategoría: Responsabilidad sobre productos</b>				
<b>Aspecto material: Salud y seguridad de los clientes</b>				
G4-DMA	34-35			
G4-PR1	34			
G4-PR2	Durante el periodo de reporte, no existieron incumplimientos a la normativa referente a la salud y seguridad del producto.			
<b>Aspecto material: Creación de contenido</b>				
G4-DMA	34-35			
M2	34			
M3	34			
<b>Aspecto material: Divulgación de contenido</b>				
G4-DMA	34-36			
M4	34			
M5	27			
<b>Aspecto material: Interacción con el público</b>				
G4-DMA	27, 36			
M6	27, 37			
<b>Aspecto material: Etiquetado de los productos y servicios</b>				
G4-DMA	33-36			
G4-PR3	35			
G4-PR4	Durante el periodo de reporte, no existieron incumplimientos a la normativa referente al etiquetado de los productos y servicios.			
G4-PR5	33			
<b>Aspecto material: Comunicaciones de mercadotecnia</b>				
G4-DMA	33			
G4-PR6	TV Azteca no vende productos prohibidos o en litigio.			
G4-PR7	TV Azteca no presentó incumplimientos respecto a la normatividad en materia de comunicaciones de mercadotecnia.			



Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Omisiones identificadas	Justificación de posibles omisiones	Motivos para omitir esta información
<b>Aspecto material: Alfabetización mediática</b>				
G4-DMA	65			
M7	65			
<b>Aspecto material: Privacidad de los clientes</b>				
G4-DMA	TV Azteca cuenta con un aviso de privacidad en las páginas: <a href="http://www.tvazteca.com/politicas.html">www.tvazteca.com/politicas.html</a> y <a href="http://www.irtvazteca.com/es/terminos-legales">http://www.irtvazteca.com/es/terminos-legales</a>			
G4-PR8	En 2016, TV Azteca no recibió reclamaciones respecto a la violación de la privacidad y la fuga de datos personales.			
<b>Aspecto material: Cumplimiento regulatorio</b>				
G4-DMA	35			
G4-PR9	TV Azteca no presentó incumplimientos respecto a la normatividad en materia de suministro, distribución u oferta de productos y servicios.			

## Contacto

G4-31

Para obtener mayor detalle sobre este informe o los temas referentes a la sustentabilidad de TV Azteca, comunícate con:

**Rolando Villarreal**

*[rvillarreal@gruposalinas.com.mx](mailto:rvillarreal@gruposalinas.com.mx)*