



**INFORME DE SUSTENTABILIDAD
AZTECA 2014**

ÍNDICE

1 MENSAJE DEL DIRECTOR

2 PERFIL CORPORATIVO

2.1 NUESTROS PRODUCTOS

2.2 MODELO DE NEGOCIO

2.3 ALIANZAS ESTRATÉGICAS

3 INDICADORES FINANCIEROS

4 SUSTENTABILIDAD CORPORATIVA

4.1 GOBIERNO CORPORATIVO

4.1.1 DERECHOS DE ACCIONISTAS

4.1.2 GRUPOS DE INTERÉS

4.1.3 DIVULGACIÓN Y TRANSPARENCIA

4.1.4 PRINCIPALES EJECUTIVOS Y FUNCIONARIOS

4.1.5 CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

4.2 DESEMPEÑO SOCIAL

4.2.1 VALORES EN LA ORGANIZACIÓN

4.2.2 COLABORADORES

4.2.2.1 NUESTRA FUERZA LABORAL

4.2.2.2 CENTRO DE FORMACIÓN ACTORAL AZTECA (CEFAT)

4.2.2.3 PRESTACIONES

4.2.2.4 CAPACITACIÓN

4.2.3 APOYO A LA COMUNIDAD

4.2.3.1 CENTRO DE LIDERAZGO

4.2.3.2 FUNDACIÓN AZTECA

4.2.3.3 SALUD EN AZTECA LOCALES

4.2.3.4 FERIA VERDE

4.2.3.5 COMPETITIVIDAD Y LIBERTADES

4.2.4 PROVEEDORES

4.3 MEDIO AMBIENTE

4.3.1 DESEMPEÑO AMBIENTAL

4.3.1.1 MATERIALES

4.3.1.2 ENERGÍA

4.3.1.3 HUELLA DE CARBONO

4.3.1.4 AGUA

4.3.1.5 RESIDUOS

4.3.1.6 BIODIVERSIDAD

4.3.2 DATOS GENERALES

4.3.3 ACCIONES Y ALIANZAS

4.3.4 CERTIFICACIONES

5 ASOCIACIONES CON LAS QUE SE RELACIONA AZTECA

6 PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

7 ÍNDICE G.R.I

8 DATOS DE CONTACTO

INDICADORES GRI

GRI: Guía de indicadores de Global Reporting Initiative –institución orientada en desarrollar mejores prácticas de sustentabilidad– para medir, informar y presentar los resultados e impactos positivos de las estrategias y acciones tomadas en Gobierno Corporativo, Desempeño Social y Ambiental a través de la elaboración de un informe sustentable.



Esta iconografía se encuentra a lo largo del documento y representa enlaces interactivos externos que conectan este documento con distintas páginas web.

MENSAJE DEL DIRECTOR

Indicador GRI 1.1, 1.2, EC9, SO1



**MARIO
SAN ROMÁN
FLORES**
Director General

Durante 2014 Azteca produjo más de 20,000 horas de contenido con valores, que guía comportamientos para formar mejores seres humanos y vivir en comunidades cada vez más civilizadas. Somos uno de los dos mayores productores de programación en español en el mundo, y generamos información objetiva y oportuna, brindamos entretenimiento a toda la familia y formamos a grandes audiencias.

Nuestro contenido no sólo atrae a una gran porción del teleauditorio en México, EU, Guatemala, Honduras y alrededor del mundo en donde se ve nuestra programación, sino también es fundamental para los anunciantes, que buscan asociar sus marcas a los valores superiores que transmitimos. Producimos los géneros que llegan al mercado objetivo de los clientes, a través de parrillas de programación de éxito a lo largo del día.

45% del contenido que creamos es de espacios informativos, así como de análisis plural, de opinión, investigación y debate, a través de las voces más notables de la comunidad en los ámbitos cultural, social, económico y político, que contribuyen a crear comunidades mejor informadas y más libres. 32% es entretenimiento con valores para la familia, 13% se compone de deportes y 10% novelas que reflejan interesantes realidades sociales. Estos géneros producidos internamente se complementaron con programación adquirida, del interés de numerosas audiencias.

La compañía transmite el contenido en televisión abierta en México a través de más de 300 estaciones a lo largo del país, al mercado hispano de

EU por medio de su subsidiaria Azteca America, y en sus televisoras en Guatemala y Honduras. Con AzTV de Paga distribuye sus señales a Latinoamérica, Canadá y España, y finalmente ha exportado su programación a 118 países.

Por su parte, Azteca en Internet cuenta con sitios Web, que se ubican entre los 10 más atractivos de México, y brindan a los usuarios facilidad para conectarse al mejor entretenimiento y a la información más oportuna a toda hora, en cualquier lugar.

En 2014, Azteca Comunicaciones Colombia terminó la construcción de la red de fibra óptica más importante de América Latina, que cubre cerca de 80% del territorio colombiano. La red se despliega a lo largo de 20,500 kilómetros y llega a 769 municipios en el país, alejados de grandes zonas urbanas, en los que la compañía comercializa servicios de telecomunicaciones de clase mundial en amplios mercados que pertenecen a la base de la pirámide, con escasez de servicios de telecomunicaciones. Dada la correlación entre telecomunicaciones y crecimiento del ingreso per cápita, dicha comercialización apoyará de manera importante el desarrollo de las comunidades en las que opera.

Adicionalmente, en el último trimestre del año, Azteca Comunicaciones Perú inició la construcción de la Red Dorsal Nacional de ese país, que tendrá un tiempo estimado de obra de 18 meses. En diciembre de 2013 Azteca ganó una licitación para instalar y operar una red de fibra óptica de 13,400 kilómetros que brindará servicios de telecomunicaciones en cerca de 80% del territorio de Perú. El gobierno aportará los recursos tanto para la construcción como para la operación, a través de una concesión a 20 años y Azteca comercializará los servicios de telecomunicaciones en 339 centros poblacionales.

Las operaciones en Colombia y Perú se añadirán a los resultados de televisión abierta de la compañía, lo que diversificará y fortalecerá aún más sus fuentes de ingresos.

Las ventas netas de Azteca en 2014 fueron de Ps.12,921 millones, 7% por arriba de Ps.12,058 millones del año previo, mientras que los costos y gastos totales sumaron Ps.9,150 millones, a partir

de Ps.7,924 millones del año anterior. Tanto el incremento en ingresos como en costos se relacionan en buena medida con la transmisión de juegos de la Copa Mundial en Brasil. Azteca reportó EBITDA de Ps.3,771 millones, en comparación con Ps.4,134 millones en 2013; el margen EBITDA fue 29% este año.

Azteca considera que las empresas se han transformado en instituciones que además de generar riqueza, son un medio para lograr cambios sociales e impulsar mejores niveles de vida en la población. Por ello, además de crear valor social al ofrecer servicios que apoyan el bienestar y el progreso de las familias en donde operamos, generamos valor con iniciativas a favor de la salud, la alimentación, la educación y el ambiente a través de Fundación Azteca. De igual forma, programas como La Ciudad de las Ideas, Caminos de la Libertad y Kybernus, mejoran el entorno para impulsar el desarrollo económico y fortalecer las libertades. Finalmente, nos enfocamos en la sustentabilidad y el uso racional de los recursos naturales en la cadena de valor, promoviendo una cultura de responsabilidad ambiental.

Fundación Azteca (www.fundacionazteca.org) cumplió 17 años de poner los valores de Grupo Salinas en acción y en 2014 tuvo logros de gran relevancia. Esperanza Azteca (www.esperanzaazteca.com.mx) integra una red de 80 orquestas sinfónicas y corales infantiles y juveniles en México, El Salvador y a partir de 2015 en Los Ángeles, California, promoviendo valores como disciplina, excelencia y trabajo en equipo a través de la música, en más de 16,000 niños y jóvenes de escasos recursos.

Por su parte, Limpiemos Nuestro México (www.limpiemosnuestromexico.org), que sensibiliza a la comunidad sobre el problema de los desechos, e invita a la sociedad a unirse al movimiento de limpieza más grande del país, reunió en 2014 a 8.5 millones de voluntarios para recoger y separar más de 42 mil toneladas de basura a lo largo del territorio nacional.

A través del Juguetón (www.azteca.com/jugueton) —la campaña de recolección de juguetes más grande del mundo— en 2014 se recibieron y entregaron más de 16 millones de presentes en el Día de Reyes a niños necesitados.

En 2014 se realizaron además seis Movimientos Azteca (movimientoazteca.org) —campañas periódicas de televisión que recaudan fondos para dirigirse a causas nobles— generando más

de Ps. 115 millones que se destinaron al apoyo a la Cruz Roja Mexicana, a niñas desamparadas que serán reintegradas a la sociedad y a niños con enfermedades reumáticas, entre muchos otros programas.

Por su parte, Plantel Azteca brindó educación secundaria y preparatoria técnicas de calidad, con valores y excelencia, totalmente gratuita, a más de 2,300 alumnos con desempeño académico superior y bajos recursos.

Además de impulsar el bienestar de familias en México, Fundación Azteca extiende sus actividades hacia EU, Perú, Guatemala y El Salvador.

Se contribuyó también a fortalecer las actividades de Kybernus (www.kybernus.org), programa que busca formar liderazgos políticos y sociales, a través de una cultura basada en valores, para contribuir a alcanzar las metas que el país requiere. Actualmente cuenta con 892 participantes, a partir de 500 hace un año, y tiene presencia en 22 estados en México, en comparación con 12 al cierre de 2013.

Se patrocinó La Ciudad de las Ideas (www.ciudaddelasideas.com), que con el tema Change the World 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. También se apoyó a Caminos de la Libertad (www.caminosdelalibertad.com), que a través de concursos de ensayos y otras actividades, provocó la reflexión sobre el valor que tiene la libertad.

Las compañías de Grupo Salinas tienen un sólido compromiso con el entorno y buscan que el desarrollo económico avance junto con la protección ambiental, lo que se traduce en mayor prosperidad y calidad de vida. De 2008 a la fecha, el Grupo ha trabajado de manera constante para desarrollar e implementar dentro de sus inmuebles en México y Latinoamérica acciones sustentables, logrando ahorrar 286 GWh de energía, lo que significa dejar de emitir 152,569 mil toneladas de dióxido de carbono. Este ahorro equivale a la energía consumida por 166,813 hogares durante un año o a plantar 762,845 árboles.

Azteca cuenta con más de 20 años de agregar valor en las comunidades en que opera, y tiene un sólido posicionamiento para continuar con un firme desempeño en sus actividades y lograr mayor valor social, que contribuirá al bienestar de millones de familias en 2015.

PERFIL CORPORATIVO

Indicador GRI 2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.5, 2.6, 2.7, 2.9

TV Azteca, S.A.B. de C.V. (BMV: AZTECA; Latibex: XTZA), es **uno de los dos principales productores de contenido para televisión en español** en el mundo.

Actualmente es propietario y opera **dos redes de televisión abierta** en México, **El Trece y Azteca 7**, a través de 346 estaciones que transmiten programación por lo menos 23.5 horas al día, los siete días a la semana. De igual forma, opera **Proyecto 40**, canal de corte informativo y cultural.

Azteca también es **propietaria de Azteca America**, cadena de televisión en español dirigida al mercado de habla hispana en los Estados Unidos, estaciones de televisión abierta en Guatemala y Honduras, **dos equipos de fútbol de la primera división** de la Federación Mexicana de Fútbol y opera Azteca Internet, uno de los portales más visitados de México.

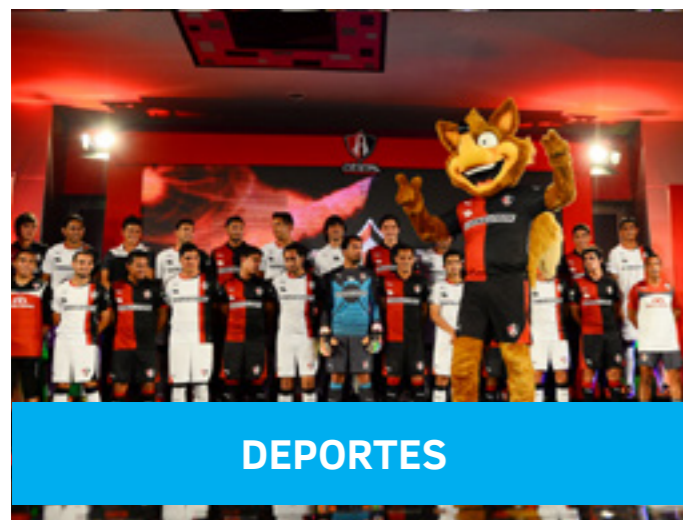
Además, Azteca brinda servicios de telecomunicaciones de clase mundial, que impulsan de manera efectiva el bienestar de la población y la productividad en los negocios. La compañía construyó con éxito y opera la red de fibra óptica más grande de América Latina, en Colombia, y despliega la Red Dorsal Nacional de Perú.

Creemos que nuestra capacidad para producir y transmitir programación de calidad y para todos los niveles socio económicos, ha sido, y seguirá siendo, una fortaleza importante de la compañía. Azteca produce una variedad de contenidos, incluyendo **telenovelas, "reality shows", noticieros, transmisiones deportivas, programas musicales, de concursos, "talk shows"** y programas de variedades.



NUESTROS PRODUCTOS

Indicador GRI 2.1, 2.2, 2.3, 2.5, 2.7, 2.8, 3.8



DEPORTES

La programación deportiva producida internamente por Azteca consta principalmente de **transmisiones de los partidos del torneo de la Primera División de fútbol soccer** profesional mexicano, así como **programas de comentarios deportivos** y distintos eventos deportivos como Torneos Internacionales de Fútbol, Olimpiadas, peleas de Box, etc.

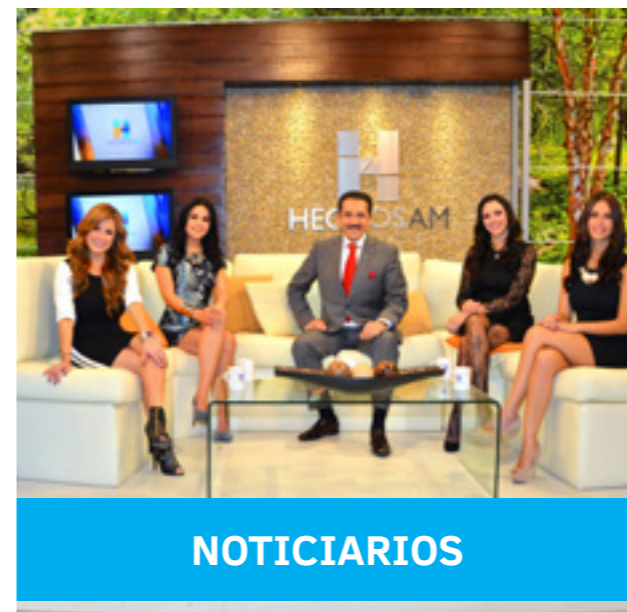
El **fútbol soccer** es el deporte más popular en México y las transmisiones de los partidos de la Primera División **generan grandes audiencias**. Azteca tiene los **derechos de transmisión** para los partidos locales de **seis equipos de la Primera División** conocida como **Liga MX**, incluyendo **Monarcas Morelia**.

Azteca produce una **amplia gama de programas de entretenimiento**, entre la que destacan los "reality shows". En 2002, Azteca lanzó su primer "reality show", **La Academia**, un espectáculo televisivo de "reality musical", que presenta concursantes mexicanos y extranjeros, capacitados por un equipo profesional de "**hacedores de estrellas**" y, con base en su desempeño, son eliminados paulatinamente por el público. Como parte del programa, se transmiten conciertos en vivo todos los domingos, y al final se presenta un concierto en el que aparecen los mejores cantantes y se entregan los premios a los ganadores.

En 2014, se transmitió por segunda ocasión "**La Academia Kids**", la versión para niños y niñas de entre 6 y 14 años. El concurso contó con **21 participantes** procedentes de varias regiones de **México, Estados Unidos y Guatemala** que durante 16 semanas fueron evaluados en canto, baile y actuación por tres jueces reconocidos. Los conciertos fueron transmitidos en vivo los sábados por la noche; y en el concierto "**La Gran Final**" participaron seis cantantes obteniendo así un ganador de la **Segunda Generación** de talentosos niños.



ENTRETENIMIENTO



NOTICIARIOS

La programación de noticias de Azteca incluye **noticiarios en horario estelar nocturnos dirigidos a sus audiencias objetivo**. El noticiario **Hola México**, incluye una sinopsis dinámica de las noticias nacionales e internacionales en un formato que es atractivo para adultos jóvenes. También transmite un programa de entrevistas que cuestiona a los principales políticos, empresarios y periodistas sobre asuntos que afectan a México. El noticiario **Hechos**, que se transmite en **El Trece**, presenta un análisis profundo de las noticias diarias, nacionales e internacionales.

Adicionalmente se producen espacios noticiosos para ser transmitidos dentro de la **programación local** en algunos estados de la República Mexicana, por tratarse de información de interés local, tales como **Hechos Noche Estado de México, Hechos Sonora, Hechos Meridiano Sonora y Hechos Puerto Vallarta**, entre otros.



TELENOVELAS

Hemos **producido telenovelas** desde **1996**. Este género de programación es el más popular en México y en el resto de América Latina, debido a que el público televidente se identifica con las situaciones que presenta. En los **últimos tres años** hemos **producido 13 novelas**.

Azteca **obtiene contenido de 81 distribuidores** diferentes; sin embargo, una parte substancial de su programación comprada proviene de los grandes **estudios** como: **Buena Vista Internacional (Disney), 20th Century Fox, Sony Pictures**, así como diferentes proveedores **independientes**, como **Gussi, y Telemovies**, entre otros.

La **programación comprada** de Azteca incluye principalmente **películas y series** reconocidas a nivel mundial. Los programas que **no** son en **español**, son **doblados a nuestro idioma antes de la entrega a Azteca**. Este contenido constituye aproximadamente el **49%** de las **horas de programación en horario estelar** combinada entre semana transmitida en los canales de Azteca.

Azteca también celebra **contratos para transmitir programación deportiva**, incluyendo **la Eurocopa, el Campeonato Mundial de Fútbol Soccer y partidos de la National Football League (NFL)**. Azteca por lo general utiliza a sus propios comentaristas para las transmisiones de los eventos deportivos internacionales.



PROGRAMACIÓN COMPRADA

MODELO DE NEGOCIO

Indicador GRI 2.1, 2.2, 2.3, 2.5, 2.7, 2.8



www.eltrece.mx



Los **contenidos** de El Trece se dirigen a **toda la familia**. En 2014, Azteca produjo el 66% de las horas del contenido total de El Trece que consiste principalmente en **telenovelas, "reality shows", noticieros, talk shows, programas de variedades musicales y deportes**.

El Trece cubre distintas plazas del territorio nacional, haciendo la precisión que diversos canales tienen cierto porcentaje de programación local.



www.azteca7.com



En 2014, Azteca **produjo el 26%** de las horas de programación transmitidas en Azteca 7. Sus contenidos consisten principalmente de **noticieros, programas de entretenimiento, deportes y películas**. Azteca 7 es transmitido en distintos canales del territorio nacional, que añaden cierto porcentaje de programación local.



PROYECTO 40

www.proyecto40.com



Azteca opera **Proyecto 40**, canal de UHF que **cubre la Ciudad de México y su área metropolitana**. A finales de **2012**, Proyecto 40 **comenzó a transmitir su señal en alta definición**. Con esta acción, **más de nueve millones de hogares mexicanos** con acceso a televisión digital pueden sintonizar de manera gratuita la señal de este canal en las ciudades más importantes, teniendo a su alcance un **contenido fresco e inteligente, alta calidad en informativos plurales, programas culturales, de opinión y debate, documentales, series y películas**.



Azteca **cuenta con 35 estaciones locales** en la República Mexicana, las cuales **tienen la infraestructura para producir y difundir contenidos y anuncios comerciales locales**.



www.azteca.com.gt



A partir de octubre de 2012, Azteca opera el canal 22 para prestar el servicio de radiodifusión en **Guatemala** donde ofrece programación de Azteca y local. También controla el 100% del capital de TVA Guatemala, S.A., sociedad que opera los canales 31 y 35 de UHF en Guatemala, mediante los cuales trasmite su contenido.



www.azteca.com.hn



A partir de noviembre de 2013, Azteca obtuvo un **título de concesión** para prestar el servicio de radiodifusión a nivel nacional en la República de **Honduras**. La vigencia de este Título es por 15 años; el servicio consiste en un canal digital con cobertura en todo el territorio de Honduras.



us.azteca.com



Azteca a través de su subsidiaria AIC, compañía residente en los Estados Unidos, lanzó la cadena **Azteca America**, una **red de televisión abierta en español** en ese país. AIC establece **relaciones de afiliación** con estaciones de transmisión televisiva y su programación es **distribuida a través de televisión por cable y vía satélite** en numerosos mercados estadounidenses que cuentan con una audiencia hispana significativa.

Adicionalmente, las afiliadas de AIC pueden firmar contratos de distribución con otras operadoras de cable y satélite. A través de la Red Azteca America, parte de la **programación** de Azteca se puede ver en los Estados Unidos, incluyendo **telenovelas, "reality shows", deportes, noticias** y programación de entretenimiento en general.

Al 31 de marzo de 2015, AIC tiene contratos de afiliación con estaciones de transmisión de televisión abierta en **mercados que cubren aproximadamente el 88% de la población de habla hispana estadounidense** y tiene presencia en los **40** principales mercados hispanos.



www.fuerzamonarca.com

www.atlasfc.com.mx



En mayo de **1996**, Azteca adquirió **Monarcas Morelia**; equipo de fútbol soccer de la liga de primera división profesional en México. En diciembre de **2013**, Azteca llevó a cabo la celebración de ciertos acuerdos para la adquisición del equipo de fútbol profesional **Atlas**, su marca y otros activos.



www.aztvdepaga.com



En línea con recientes cambios en imagen y programación, Azteca lanzó AZ TV de Paga, una unidad de negocio que **crea, administra y controla nuestros contenidos y canales** que se ofrecen a las **plataformas de televisión de paga** a nivel internacional.

De este modo, Azteca Internacional se reinventa tras 15 años en el mercado para convertirse en **AZMundo**, con una **imagen más fresca, cercana, divertida** y con contenidos variados de gran calidad para su audiencia **latinoamericana**. Lo mejor de Azteca en un canal totalmente rediseñado.

Este canal ha logrado una **cobertura en 18 países** incluyendo México, Argentina, Chile, Ecuador, Honduras, Perú, Uruguay, Bolivia, Colombia, El Salvador, Nicaragua, Puerto Rico, Venezuela, Canadá, Costa Rica, Guatemala, Panamá y República Dominicana.

Azteca Novelas se transforma en **AZ Corazón**, un canal que seguirá ofreciendo las telenovelas que hicieron historia en la televisión, pero ahora bajo una selección más atractiva y variada con **comedias, dramas, juveniles, retro** y los más **recientes estrenos**. Además, ofrecerá por primera vez contenidos en torno al mundo de las telenovelas y sus protagonistas.

Nace **AZClic**, el único canal que ofrece a su audiencia **contenidos de estilo de vida, música y espectáculos**, pasando a formar parte del portafolio de señales para plataformas de paga y dejando de transmitirse en digital abierto. Actualmente tiene **cobertura en México**.

Los canales **diferidos 13-1 hora y 13-2 horas** se transmiten por medio de las **plataformas SKY, Totalplay** y otras regionales en México. La programación es similar a la de El Trece abierto pero con una y dos horas de diferencia en su transmisión.

Al portafolio de señales de Azteca se incorpora **AZ NOTICIAS**, un canal que existía en línea como Azteca Noticias y que se relanzó con nueva imagen y contenidos para las plataformas de paga.



www.azteca.com



Además de sus operaciones de transmisión televisiva, a través de Azteca internet, la compañía **controla la operación de diversos portales en Internet** en idioma **español** para el mercado de comercio electrónico, con gran éxito en México.



www.aztecomunicaciones.com



Durante el primer trimestre de 2015, Azteca Comunicaciones Colombia —subsidiaria de Azteca— **terminó la construcción de la red de fibra óptica más importante de América Latina**, que cubre cerca de **80% del territorio colombiano**. La red se despliega a lo largo de 20,500 kilómetros y llega a 769 municipios en el país, en los que la compañía **comercializa servicios de telecomunicaciones** de clase mundial.

Dicha comercialización resultará en sólido crecimiento y diversificación de los ingresos de Azteca.



A finales de **2014**, Azteca Comunicaciones Perú —subsidiaria de Azteca— **inició la construcción de la Red Dorsal Nacional de Perú**, que tendrá un tiempo estimado de obra de 18 meses.

En diciembre de 2013 Azteca ganó una licitación para instalar y operar una red de fibra óptica de **13,400 kilómetros** que brindará servicios de **telecomunicaciones en cerca de 80% del territorio peruano**. El gobierno aportará los recursos tanto para la construcción como para la operación, a través de una **concesión a 20 años y Azteca comercializará los servicios de telecomunicaciones en 339 centros poblacionales**.

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Indicador GRI 4.13





INDICADORES FINANCIEROS

Indicador GRI 2.8, 3.6, 3.7, 3.8, 3.9, 4.7, EC1

La información financiera consolidada que se presenta ha sido preparada de acuerdo con Normas Internacionales de Información Financiera, Normas e Interpretaciones Contables Internacionales (IFRS, por sus siglas en inglés) emitidas por el Consejo de Normas Contables Internacionales (IASB, por sus siglas en inglés).

Este informe contiene conversiones de ciertos importes en pesos mexicanos a dólares, a los tipos de cambio especificados, únicamente para la conveniencia del lector. Otras sumas en dólares de los Estados Unidos han sido convertidas a pesos mexicanos a un tipo de cambio de **Ps. \$14.74 por US \$1.00**.

A continuación, compartimos una liga hacia nuestro Informe Anual y una lista de temas – con sus respectivas páginas – para el interesado en temas financieros.

www.irazteca.com/es/informes-anales 

1. **Resumen de información financiera** pg.9
2. **Información financiera** pg. 69 – 70.
3. **Comentarios y análisis de la administración sobre los resultados de operación y situación financiera** pg. 81– 88.
4. **Estados financieros auditados** pg. 114 – 189.

Cifras en Millones de Pesos	2013	2014
Ventas	12,058	12,921
Utilidad de operación	2,915	2,671
Activo Total	34,073	36,874
Pasivo Total	21,950	24,723
Capital Contable	12,123	12,150
Inversión de capital	376	932
Precio de la Acción (pesos) *	7.00	6.20
Empleados (personas)	6,440	6,156

* Fin de Periodo



SUSTENTABILIDAD CORPORATIVA

Indicador GRI 3.1, 3.2, 3.3, 3.5, 3.10, 3.11, 3.13

Azteca presenta su **tercer informe de sustentabilidad** basado en las directrices del Global Reporting Initiative (GRI) G3.1 cumpliendo con el nivel GRI Self Declared y alineados a los principios de gobierno corporativo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

En este ejercicio de transparencia y de acercamiento a nuestros grupos de interés hemos preparado un informe en donde se revisan las acciones efectuadas y los resultados alcanzados en 2014 en gobierno corporativo, responsabilidad social y medio ambiente con la finalidad de apoyar el mejoramiento en la calidad de vida de nuestros empleados y de las comunidades en donde operamos, así como de contribuir con la preservación del entorno. Hemos decidido que este informe se realizará de manera anual en lo subsecuente.

SUSTENTABILIDAD



La información que se presenta fue definida por los responsables de cada área de la empresa. Para efectos de este informe, en Azteca, hemos decidido prescindir de verificación externa. Asimismo es importante aclarar que aunque no

existen cambios significativos, hemos mejorado nuestras prácticas con respecto de la comunicación acerca de los pilares de la sustentabilidad que son: gobierno corporativo, responsabilidad social y cuidado al medio ambiente.

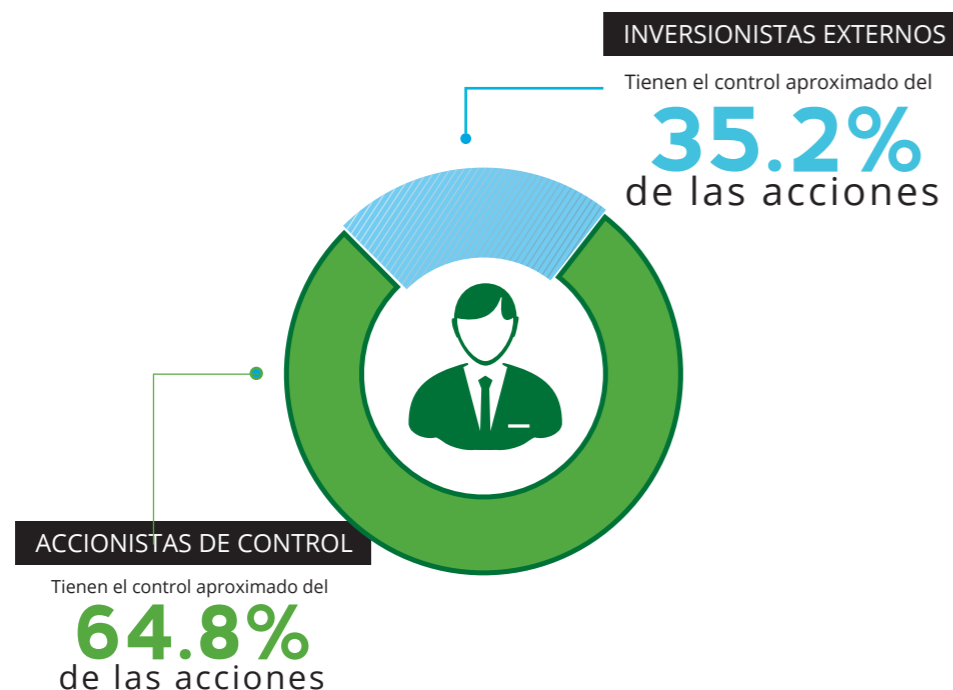
GOBIERNO CORPORATIVO

Indicador GRI 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.9, 4.10

En Azteca tenemos un gobierno corporativo estructurado en total apego a la Ley del Mercado de Valores de México. El compromiso con nuestros grupos de interés y los inversionistas es administrar a Azteca con absoluta integridad y transparencia. A continuación haremos un desglose de la información más relevante en esta materia.

DERECHOS DE ACCIONISTAS

Nuestra estructura accionaria se divide de la siguiente manera:



Las acciones del capital social de Azteca están divididas en cuatro series:

Serie "A": Estas son las únicas acciones que gozan de derechos de voto plenos. CASA, actualmente es propietaria directa de la mayoría (53.4%) de las Acciones Serie "A" en circulación. CASA es controlada por el señor Ricardo B. Salinas Pliego, Presidente del Consejo de Administración de Azteca.

Serie "D-A" y Serie "D-L": Las Acciones "D-A" y las Acciones "D-L" tienen derechos de voto limitado en los siguientes asuntos: (i) prórroga de la duración de Azteca después de junio de 2092, (ii) disolución anticipada de Azteca, (iii) cambio de objeto social de la compañía, (iv) cambio de nacionalidad de Azteca, (v) la transformación de Azteca de una clase de sociedad a otra, (vi) fusión con otra sociedad, y (vii) cancelación del registro de las Acciones "D-A" y Acciones "D-L" en el RNV y en las bolsas de valores donde éstas se encuentren listadas. Las Acciones "D-A" como las Acciones "D-L", se convertirán en Acciones "A" y Acciones "L", respectivamente, en agosto de 2017.

Serie "L": Estas acciones están autorizadas pero aún no han sido emitidas. Azteca espera emitir dichas acciones en agosto de 2017, cuando las Acciones D-L serán convertidas en Acciones "L".



ASAMBLEAS DE ACCIONISTAS

Las Asambleas de Accionistas podrán ser Generales o Especiales, y las Asambleas Generales podrán ser Ordinarias o Extraordinarias. Las Asambleas Generales Extraordinarias son aquellas convocadas para considerar algún aspecto especificado en el artículo 182 de la LGSM, incluyendo, principalmente, la reforma a los Estatutos Sociales, la liquidación, fusión y transformación de una clase de sociedad a otra, así como para considerar la cancelación de las acciones de Azteca de inscripción, o pueden ser convocadas para convenir en la amortización de acciones con utilidades distribuibles. Todas las demás Asambleas de Accionistas serán Ordinarias. Las Asambleas Generales Ordinarias de Accionistas serán celebradas por lo menos una vez cada año, en los cuatro meses posteriores al cierre de cada ejercicio social. Las asambleas especiales son aquellas que se reúnen para tratar asuntos que pueden afectar los derechos de una clase en particular de acciones, y están sujetas a las disposiciones aplicables a las Asambleas Generales Extraordinarias.

La convocatoria de las Asambleas de Accionistas debe ser **publicada en el periódico oficial del domicilio social o en uno de los diarios de mayor circulación** de dicho domicilio por lo menos 15 días antes de la Asamblea de Accionistas. Serán admitidos en las Asambleas de Accionistas los accionistas que aparezcan inscritos como titulares de una o más acciones en el Registro de Acciones de la Sociedad. El registro de acciones se cerrará el día antes de la fecha establecida para una Asamblea de Accionistas. Para asistir a una Asamblea de Accionistas, los accionistas deberán exhibir la tarjeta de admisión correspondiente.

Para que una Asamblea General Extraordinaria de Accionistas convocada para tratar asuntos en los que únicamente las acciones de la **Serie "A"** tengan derecho de voto, se considere legalmente reunida por virtud de primera convocatoria, deberá estar representado en ella **por lo menos el 75%** de las Acciones de la Serie

"A" de la sociedad, y sus resoluciones serán válidas cuando se tomen por el voto favorable de las acciones que representen cuando menos el 50% más una de las Acciones "A" de Azteca. En caso de segunda o ulterior convocatoria, las Asambleas Generales Extraordinarias de Accionistas convocadas para tratar asuntos en los que únicamente las Acciones "A" tengan derecho de voto, podrán celebrarse válidamente si en ellas está representado cuando menos el 50% del total de las Acciones "A" de Azteca, y sus resoluciones serán válidas si se toman por el voto favorable de las acciones que representen cuando menos el 50% más una del total de las Acciones "A".

Para que una Asamblea General Extraordinaria de Accionistas convocada para tratar asuntos en los que las acciones de las **Series "D-A", "D-L" y/o "L"** tengan derecho de voto de conformidad con estos Estatutos Sociales, se considere legalmente reunida por virtud de primera convocatoria, **deberán estar representadas, por lo menos, la mayoría de las Acciones "A" de Azteca y el 75% de las Acciones en que se divide el capital social**, y sus resoluciones serán válidas cuando se adopten por el voto favorable de la mayoría de las acciones en que se divide el capital social. En caso de segunda o ulterior convocatoria, las Asambleas Generales Extraordinarias de Accionistas convocadas para tratar asuntos en los que las Acciones "D-A", las Acciones "D-L" y/o las Acciones "L" tengan derecho de voto de conformidad con estos Estatutos Sociales, podrán celebrarse válidamente si están representadas cuando menos la mayoría de las Acciones "A" de Azteca y el 50% del total de las acciones en que se divide el capital social, y sus resoluciones serán válidas cuando se adopten por el voto favorable de la mayoría de las acciones en que se divide el capital social.

GRUPOS DE INTERÉS

Indicador GRI 4.6, 4.8, PR6

A continuación, presentaremos nuestra manera de tratar los conflictos de interés y de igual manera resaltar la relación que hemos comenzado a construir con expertos de gobierno corporativo a nivel nacional e internacional.

ELECCIÓN DE CONSEJEROS

Los Estatutos Sociales de Azteca establecen que el Consejo de Administración será electo por los tenedores de las acciones de Azteca de la siguiente manera: los tenedores de las Acciones "A" tendrán derecho a elegir por lo menos al 60% de los miembros del Consejo de Administración de Azteca y cada tenedor de por lo menos el 10% del capital social con derecho de voto limitado de Azteca (Acciones "D-A" y Acciones "D-L" y, después de la conversión, las Acciones Serie "L") tendrá derecho a elegir a uno de los miembros del Consejo de Administración de Azteca.

DIVIDENDOS

La siguiente tabla establece las cantidades nominales que por concepto de dividendos preferentes se han pagado a los tenedores de las Acciones "D-A" y las Acciones "D-L" en los últimos tres años. Las cantidades en Pesos han sido convertidas a Dólares al tipo de cambio en cada una de las fechas de pago respectivas.

Ejercicio	Pesos/Acción		Dólares/Acción		Fecha de Pago
	D-A	D-L	D-A	D-L	
2012	0.00427	0.00427	0.000298	0.000298	31/05/2012
2013	0.00399	0.00399	0.000312	0.000312	31/05/2013
2014	0.00399	0.00399	0.000270	0.000270	05/12/2013

La aprobación, monto y pago de dividendos se determinan por mayoría de votos de los tenedores de las Acciones "A" y, en general, pero no necesariamente, con la recomendación del Consejo de Administración. Los dividendos se declaran en el segundo trimestre de cada ejercicio social con base en los estados financieros auditados de Azteca para el ejercicio social anterior, tomando en consideración, entre otras variables, los resultados de operaciones, situación financiera, requerimientos de capital de Azteca y de condiciones de operación generales.

CONFLICTOS DE INTERÉS

Azteca entiende como conflicto de interés:

- Cuando exista una causa, hecho o situación de carácter personal que interfiera, en cualquier forma, con la obtención del mayor beneficio de la Compañía.
- Cuando se tiene un interés que dificulta realizar el trabajo objetivamente.
- Cuando los altos ejecutivos o directivos reciben beneficios personales impropios como resultado de su posición en la Compañía.
- Cuando por cualquier causa el interés personal se sobreponga al interés de la Compañía.



Para evitar conflictos de interés se debe proceder de la siguiente forma:

Quando alguno de **los altos ejecutivos o directivos** se encuentre(n) bajo un conflicto de interés, deberá(n) excusarse de cualquier toma de decisión referente a la situación en cita y dar aviso de forma inmediata a su superior jerárquico a efecto que sea este último quien tome la decisión que más beneficie a la Compañía.

Respecto a los **miembros del Consejo de Administración**, éstos tienen una responsabilidad especial frente a la Compañía y sus accionistas. Para evitar conflictos de interés, el consejero deberá informar a los demás consejeros cualquier interés personal que tuviera en una transacción que sea tomada a consideración del

Consejo, debiéndose excusar de tomar cualquier decisión que implique algún conflicto de interés. El descubrimiento de un conflicto de interés potencial o su existencia deberá ser informado a la Administración.

Se deberá utilizar el sano juicio para buscar consejo cuando sea apropiado y para adherirse a los más altos estándares éticos. Se debe estar consciente que las actividades y los intereses financieros del cónyuge, parientes, hijos, padres o parientes políticos, amigos, inversionistas, proveedores o competidores directos pueden dar lugar a un potencial conflicto de interés o a un aparente conflicto de interés.



COMITÉ DE ÉTICA

Es el encargado del seguimiento de la calidad de la programación y de la observancia del Código Ético para la Autorregulación. Trabaja para que todo el personal conozca y haga propios los valores, los principios y los criterios éticos del Código, con el fin de cumplir con nuestra responsabilidad ética como medio de comunicación. Cualquier persona puede consultarlo.

El Comité está encabezado por el Sr. Jorge Garralda y formado por personal de Azteca y asesores externos que revisan contenidos. **Se reúne semanalmente para analizar y evaluar los contenidos de los diferentes programas de Azteca a la luz del Código y emitir recomendaciones dirigidas a elevar su calidad y darles seguimiento.** Al término de cada reunión, el Comité genera un semáforo y las recomendaciones son enviadas a las áreas que pueden influir directamente sobre el contenido de los programas de televisión.

CERTIFICACIÓN DE VALORES

Indicador GRI 4.4, 4.8, HR3, SO2, SO3, SO4

Azteca ha desarrollado un programa de **capacitación y certificación** de su personal. Lo que significa que se conocen los principios, los valores y los atributos que dan identidad a los programas que emitimos. La finalidad de la certificación es garantizar que se tiene la capacidad de llevar a cabo la autorregulación y de imprimir en la pantalla nuestros valores y criterios de producción. Ésta se efectúa **cada tres años** para promover la mejora continua y la actualización. Azteca puede solicitar la certificación de cualquier persona cuando lo considere conveniente. Esto se hace a través de un curso en línea en el que se explica el Código Ético para la autorregulación y se aplica una evaluación.

Otra actividad frecuente del Comité para la Autorregulación es impartir cursos presenciales a las diversas producciones sobre el Código de Ética para garantizar la adecuada comprensión de los principios éticos de la televisora.

» **Aproximadamente 99% de nuestros colaboradores se encuentran certificados en el Código de Ética.** «

SINERGIA CON EXPERTOS EN GOBIERNO CORPORATIVO

Indicador GRI 4.6, 4.7

Con el fin de mantenernos a la vanguardia en temas de gobierno corporativo, en 2015 comenzamos a trabajar directamente con Delphi Consulting and Advisory Firm, cuyos socios cuentan con credenciales nacionales e internacionales en gobierno corporativo ya que no solamente son miembros de la red Internacional de Gobierno Corporativo (www.icgn.org), sino que también participan en mesas redondas internacionales de estos temas con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).



www.delphicadvisors.com



TABLA DE COMUNICACIÓN CON GRUPOS DE INTERÉS

Indicador GRI 4.14, 4.15, 4.16, 4.17, PR5

Mantener un constante diálogo con nuestros grupos de interés nos ayuda a identificar oportunidades vinculadas a los impactos económicos, sociales y ambientales y a mitigar algunos riesgos generados por nuestra operación. Para Azteca es importante mantener una relación cordial y responsable con ellos.

En 2014, la identificación de los grupos de interés de Azteca se llevó a cabo a través de un proceso de análisis y retroalimentación con diferentes áreas de la compañía, su vinculación social y compromiso con grupos externos a la empresa, y la aplicación de los principios del Global Reporting Initiative (GRI).

Además, como resultado del compromiso de Azteca para mejorar la comunicación con sus accionistas, el Presidente del Consejo –Ricardo Salinas Pliego– busca **realizar una comunicación de gobierno corporativo al menos una vez al año a partir de 2015.**

GRUPOS DE INTERÉS AZTECA 2014

Grupos de Interés	Mecanismo de Comunicación	Expectativas	Compromisos	Iniciativas
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> Promoción de visitas a foros y estudios durante producción Participación en programas producidos en vivo Encuestas a clientes Castings abiertos al público en general Redes sociales: Facebook: /Azteca Twitter: @Azteca E-mail: contacto@tvazteca.com http://www.azteca.com	<ul style="list-style-type: none"> Respetar principios y valores de Grupo Salinas en campañas de comunicación y publicidad Respetar Código ético para la autorregulación en nuestras transmisiones Escuchar y atender los requerimientos de los clientes y consumidores 	<ul style="list-style-type: none"> Respetar principios y valores de Grupo Salinas en campañas de comunicación y publicidad Respetar Código ético para la autorregulación en nuestras transmisiones Respetar los principios editoriales de Azteca Respetar los criterios de programación, producción, informativos, de formación a nuestros empleados y estudiantes, comerciales y servicios internos Escuchar y atender los requerimientos de los clientes y consumidores Seguir la legislación vigente y aplicable en México de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, dependencia de la Secretaría de Gobernación 	<ul style="list-style-type: none"> Monitoreo de la atención del servicio al cliente Comité de Ética revisa la programación de acuerdo a los valores de Grupo Salinas y al Código ético para la autorregulación
Accionistas e inversionistas	Comunicación continua , por medio de: <ul style="list-style-type: none"> Informes y reportes (trimestrales y anuales) Asamblea ordinaria anual de accionistas, en caso de requerir extraordinarias Conferencias telefónicas, reuniones, presentaciones, foros y comunicación vía correo electrónico para comentar los resultados financieros trimestrales Comunicados sobre eventos relevantes Reporte oportuno de acuerdo a la Ley de Mercado de Valores de la BMV y de la CNBV http://www.iazteca.com Contactos para Relación con Inversionistas: http://www.iazteca.com/es/relacion-con-inversionistas	<ul style="list-style-type: none"> Creación de valor y pago de dividendos Inversiones que fortalezcan la posición competitiva del negocio Mejores prácticas incorporadas a los mecanismos de gobierno corporativo Manejo responsable de la empresa Transparencia en la información y administración de la empresa Revelación oportuna de eventos relevantes para los mercados financieros 	<ul style="list-style-type: none"> Difundir la política de conflicto de interés Mantener abiertos canales de comunicación con accionistas e inversionistas Participar en conferencias, visitas y reuniones uno-a-uno organizadas por analistas e inversionistas 	<ul style="list-style-type: none"> Promover transparencia en la información financiera Realizar "roadshows" con inversionistas Continuar informando sobre la sustentabilidad corporativa a través de su informe
Proveedores	Comunicación diaria , por medio de: <ul style="list-style-type: none"> Reuniones periódicas Sistema de evaluación de proveedores Auditorías de calidad, seguridad, salud y medio ambiente E-mail: mesadeservicio311@gruposalinas.com.mx https://proveedores.gruposalinas.com	<ul style="list-style-type: none"> Relación de largo plazo Colaboración y apertura Trato ético 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluaciones periódicas de proveedores Acercamiento y reuniones periódicas Respeto al decálogo del comprador: https://proveedores.gruposalinas.com/apps/inicio/-modulos/Bienvenida/Decalogo.html	<ul style="list-style-type: none"> Auditorías de calidad, seguridad, salud y medio ambiente Sistema de evaluación de proveedores
Empleados	Comunicación diaria por medio de: <ul style="list-style-type: none"> Portal Grupo Salinas Portal Socios Azteca Correo electrónico Cuéntanos Sitio de Internet de Honestel Buzón de comunicación anónima Cuéntanos Revista interna Reuniones entre jefes y colaboradores Valores de Grupo Salinas Denuncias de acuerdo a los Diez Principios de Honestel Redes Sociales: Facebook: /FamiliaAzteca	Bienestar: <ul style="list-style-type: none"> Como ser humano Estabilidad laboral Integración y compañerismo Beneficios de Grupo Salinas Reconocimientos y orgullo Salud y bienestar 	<ul style="list-style-type: none"> Aplicación de los principios del Código de Ética Implementación de iniciativas para un ambiente de trabajo seguro Canales abiertos de comunicación interna Información sobre cambios organizacionales y temas de interés Vanguardia en nuevas tecnologías educativas para la capacitación de empleados Ofrecerle a los empleados: Reconocimientos, Beneficios, Eventos y tradiciones, Mejorar el ambiente laboral, Concursos, Motivación y Familia 	<ul style="list-style-type: none"> Programas de formación y desarrollo del personal Evaluación del desempeño y potencial Incurción en ferias virtuales de empleo Comisiones de seguridad e higiene Campañas de salud general y bienestar para empleados y familiares Promoción de la inclusión laboral y equidad de género Promoción de integración y compañerismo Ofrecer beneficios como campañas, concursos, eventos especiales, interacción con otros empleados de Grupo Salinas, premios y reconocimientos Promoción del consumo responsable con los empleados Promoción de temas sociales y sustentables con los empleados
Comunidad	Comunicación cotidiana por medio de: <ul style="list-style-type: none"> Programa de reuniones entre Fundación Azteca y organizaciones de la sociedad civil Participación en foros sociales Acercamiento institucional Redes sociales: Facebook: /Azteca Twitter: @Azteca E-mail: contacto@tvazteca.com http://www.azteca.com	<ul style="list-style-type: none"> Colaboración de la empresa con Fundación Azteca, sus campañas, iniciativas, proyectos y movimientos y con otras instituciones o iniciativas sin fines de lucro Donaciones en proyectos para el desarrollo de las comunidades y de la niñez Respeto al entorno y cuidado del medio ambiente Promoción del consumo responsable con los empleados y en las comunidades Promoción de temas sociales y sustentables con los empleados y en las comunidades Promover la participación por iniciativa propia del valor de la Generosidad de Grupo Salinas para acercarse a las comunidades que necesitan un apoyo 	<ul style="list-style-type: none"> Dirigir los negocios de manera ética y responsable Desarrollar programas ambientales, educativos, culturales y sociales en alianza con instituciones de la sociedad civil a través de Fundación Azteca Cuidar los recursos naturales en todos los procesos y actividades de creación de valor Fortalecer la relación con los grupos de interés Impulsar el desarrollo de la sociedad y el cuidado del medio ambiente 	<ul style="list-style-type: none"> Participación voluntaria en campañas, proyectos, iniciativas y movimientos
Autoridades	Comunicación mensual <ul style="list-style-type: none"> Correos Páginas de Internet Reuniones 	<ul style="list-style-type: none"> Relaciones institucionales, laborales y regulatorias 	<ul style="list-style-type: none"> Colaboración con las autoridades Cumplimiento a leyes, códigos, regulaciones, reformas, reglamentos y legislaciones 	<ul style="list-style-type: none"> Participación conjunta con nuestras iniciativas, campañas y programas sociales y sustentantes
Medios de comunicación	Comunicación diaria <ul style="list-style-type: none"> Correos Páginas de Internet 	<ul style="list-style-type: none"> Difusión de estrategia de negocios, resultados operativos, sociales y sustentables 	<ul style="list-style-type: none"> Participación 	<ul style="list-style-type: none"> Área encargada específicamente para tener un diálogo de respeto abierto y congruente

DIVULGACIÓN Y TRANSPARENCIA

Indicador GRI SO3, HR3

Azteca divulga y transparenta su información corporativa y financiera material oportunamente y con exactitud de acuerdo a la Ley del Mercado de Valores y al principio de Revelación y Transparencia de la Información Corporativa Relevante dentro de los Principios de la OCDE para el **buen gobierno corporativo**.

CORRUPCIÓN

En Azteca contamos con una herramienta llamada **Honestel**, para evitar que los empleados de cualquier nivel incurran en prácticas corruptas. Del mismo modo, les permite a los mismos interponer quejas y denuncias que son de carácter confidencial y de cualquier índole.

Algunos de los ilícitos que son susceptibles a una querrela son: acoso sexual, agresiones verbales, abuso de poder y confianza, desviación de recursos de la empresa, discriminación por sexo, religión, condición socioeconómica o preferencia sexual.

De igual forma las quejas por conflictos laborales, mal uso de los activos, robos a clientes, a la empresa, corporativos, tiendas, sucursales bancarias, hostigamiento e injusticias.

Los hechos se pueden reportar las 24 horas del día, los 365 días del año en el portal interno, mediante plantilla y correo electrónicos, buzón de voz, mensaje de texto, o bien vía telefónica en los países donde Grupo Salinas tiene presencia (México, Perú, Guatemala, El Salvador, Honduras, Panamá y Brasil).



PRINCIPALES EJECUTIVOS Y FUNCIONARIOS

Indicador GRI 4.1

Nombre	Funcionario Ejecutivo	Funcionario Ejecutivo Desde:	Edad
Ricardo B. Salinas Pliego	Presidente del Consejo	1993	59
Mario San Román Flores	Director General	2004	56
Carlos Hesles Flores	Director General de Administración y Finanzas	2002	49
Luis Ricardo Ontiveros Sandoval	Director de Finanzas	2000	47
Carlos Díaz Alonso	Director General de Ventas	2004	49
Joaquín Arrangoiz Orvañanos	Co-Director General de Ventas	1997	58
Rafael Rodríguez Sánchez	Director Jurídico	2013	38



MÁS DE **8,983** denuncias han sido procesadas en el último año

EN MÁS DEL **75%** de las investigaciones atendidas, se han realizado mejoras

BAJAMOS MÁS DEL **45%** el tiempo de atención en los últimos 5 años

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Indicador GRI 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9, 4.10, 4.11

La **elección de los miembros del Consejo** es responsabilidad de los tenedores de acciones de Azteca, tomando en cuenta su trayectoria, así como su capacidad y currículo, **acorde con nuestra estrategia social, ambiental y económica**. En este subcapítulo, compartiremos información sobre la integración de nuestro Consejo de Administración, sobre las reuniones que éste mantuvo en 2014, sobre la remuneración de los consejeros y los directivos de la empresa, y la definición de independencia según la Ley del Mercado de Valores.

INTEGRACIÓN DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

El Consejo de Administración de la Emisora está integrado por **11 miembros**, de los cuales **cuatro** son consejeros **independientes** y **el presidente del máximo órgano de gobierno no ocupa ningún cargo ejecutivo dentro de la empresa**.

Todos los consejeros tienen el carácter de propietarios y son elegidos para ejercer el cargo durante períodos de un año. En la Asamblea General Anual de Accionistas celebrada el 29 de abril de 2015, fueron ratificados los consejeros en sus cargos.

COMITÉS

Conforme los Estatutos Sociales actuales de Azteca, el **Comité de Auditoría** está encargado de revisar y realizar recomendaciones al Consejo de Administración respecto a transacciones con partes relacionadas que tengan un valor igual o mayor al cinco por ciento de los activos consolidados de Azteca, basados en las cifras del trimestre inmediato anterior. Asimismo, la administración de Azteca le **reporta anualmente al Comité de Auditoría todas las transacciones con partes relacionadas**, ya sea que tengan o no un valor igual o mayor al cinco por ciento de los activos consolidados de Azteca.

El 24 de noviembre de 2004, los accionistas de Azteca acordaron establecer como una de las medidas de mejoramiento del gobierno corporativo, un nuevo Comité de Auditoría integrado totalmente por consejeros independientes cuyo mandato incluye la revisión de las transacciones con partes relacionadas.

Adicionalmente, conforme las Disposiciones Generales, Azteca requiere obtener la opinión de un experto independiente designado por el Comité de Auditoría sobre la razonabilidad del precio y condiciones de mercado de la operación, respecto a operaciones con personas relacionadas que, ya sea simultánea o sucesivamente, por sus características puedan considerarse como una sola operación, en el lapso de un ejercicio social, cuyo importe represente, con base en cifras correspondientes al cierre del trimestre inmediato anterior un valor que sea igual o mayor a 10% de los activos consolidados de Azteca que impliquen la adquisición o enajenación de bienes, el

otorgamiento de garantías o la asunción de pasivos, previamente a ser sometidas a la autorización del Consejo de Administración. La opinión de referencia deberá ser considerada por el Consejo de Administración y el Comité antes mencionado en sus deliberaciones y a fin de determinar la conveniencia de que la operación correspondiente, dada su importancia, sea sometida a la aprobación de la Asamblea de Accionistas.

REMUNERACIÓN A CONSEJEROS

Durante 2014, los miembros del Consejo de Administración de Azteca recibieron una **remuneración anual total por la cantidad de Ps.\$6.7 millones**. Respecto a la cantidad pagada a directivos relevantes de Azteca e individuos con el carácter de personas relacionadas, por los servicios prestados por los mismos en cualquier carácter fue de aproximadamente Ps.\$65 millones.



CONSEJEROS DE AZTECA 2014

Nombre	Consejero	Ocupación Principal	Consejero desde	Edad	Áreas de Experiencia
Ricardo B. Salinas Pliego (1)	Relacionado	Presidente del Consejo de Azteca	1993	59	Dirección general, estrategia, valor de trabajo en equipo, tenacidad, esfuerzo, visionario, bienestar social, pasión por la tecnología, informática, historia y deportes, Contador Público con Mención Honorífica del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Maestro en Finanzas por la Universidad de Tulane y Doctorado Honoris Causa por la Universidad Autónoma de Guadalajara
Pedro Padilla Longoria	Relacionado	Director General de Grupo Salinas	1993	49	Dirección, estrategia, abogado, finanzas, relaciones comerciales, negociador, Licenciado en Derecho por la UNAM
Guillermo Salinas Pliego (1)	Relacionado	Presidente de Grupo Avalanz	1993	55	Contador, finanzas, dirección, estrategia, empresario mexicano, Licenciatura en Contaduría Pública del ITESM
Mario San Román Flores	Relacionado	Director General de Azteca	2004	56	Administrador, estrategia, operaciones, comercialización, programación, contenidos, producción, dirección, Licenciado en Ciencias de la Comunicación de la Universidad Iberoamericana
Luis J. Echarte Fernández	Relacionado	Presidente del Consejo de Administración de Azteca America Network	2003	70	Finanzas, estrategia, negociador, relaciones internacionales, relaciones con inversionistas, ex Director de Finanzas y Administración de Grupo Elektra y Azteca, Presidente del Consejo de Fundación Azteca America, graduado de la Universidad Estatal de Memphis y de la Universidad de Florida y terminó el Programa de Administración Ejecutiva de la Universidad de Stanford
Joaquín Arrangoiz Orvañanos	Relacionado	Co-Director General de Ventas y Director de Relaciones Empresariales de Grupo Salinas	2008	58	Administrador, mercadotecnia, ventas, relaciones empresariales, emprendedor, estrategia, compras, bienes raíces, ex consejero de Grupo Eusebio Gayosso, Grupo ARSACO y Grupo Osiris, Licenciatura, en Administración de Empresas en la Universidad Nacional Autónoma de México, postgrado en mercadotecnia en UCLA y maestría en el IPADE en México
Francisco X. Borrego Hinojosa Linage	Relacionado	Vicepresidente Jurídico de Grupo Salinas	2004	50	Derecho, asesoría, gobierno corporativo, ex director jurídico de Azteca, Licenciado en Administración de la Universidad Anáhuac
Francisco Murguía Díaz	Independiente	Productor	2004	75	Productor de películas comerciales y cortometrajes en América Latina, ex Presidente de la Asociación Mexicana de Productores de Películas, el Consejo Nacional de Publicidad y la Asociación Mexicana de Publicidad
Ignacio Cobián Villegas	Independiente	Socio fundador y Director General de Timbermart	2006	51	Administrador, comercialización de bienes duraderos, ex socio fundador y director general de Corteza, Licenciado en Administración de Empresas de la Universidad de las Américas y obtuvo un certificado profesional en Administración de Empresas en la Universidad de California en San Diego
Sergio Gutiérrez Muguerza	Independiente	Director General de Deacero	2000	63	Finanzas, estrategia, administrador, ex consejero de Alpek e ING Comercial América, Ingeniero industrial de la Universidad de Purdue
José Ignacio Sánchez Conde	Independiente	Director General de Sánchez Conde Iluminación	2010	60	Administrador, estrategia, operaciones, ex Director General de Publicidad y Mercadotecnia de Grupo CIFRA (Aurre-ra), ex Director General de LSI de México y ex Director Financiero de Grupo ARSACO, miembro del consejo de GMD Resorts y Grupo Mexicano de Desarrollo, Licenciado en Ciencias de la Comunicación por la Universidad Anáhuac, con especialidad en Publicidad y Televisión

(1) Ricardo B. Salinas Pliego y Guillermo E. Salinas Pliego son hermanos



DESEMPEÑO SOCIAL

Indicador GRI 4.8

VALORES EN LA ORGANIZACIÓN

Azteca, como compañía de Grupo Salinas, comparte una visión, misión y valores con este último. Dichos valores son sólidos compromisos con nuestros grupos de interés ya que son ideales que representan quiénes somos y lo que hacemos, además de que guían nuestro comportamiento como una corporación responsable.

Nos guiamos por estos nueve valores corporativos, que se reflejan en la manera de conducirnos en los negocios de forma cotidiana.

CONDICIONES INDISPENSABLES



Honestidad Ejecución Inteligencia

CUALIDADES



Excelencia Generosidad Enfoque al cliente Trabajo en equipo Aprendizaje Rápido y simple

Si se quiere conocer la lista de estos nueve valores del grupo, visitar la siguiente página: www.gruposalinas.com/contenido.aspx?p=valores

COLABORADORES

Datos sobre la composición de nuestra fuerza laboral

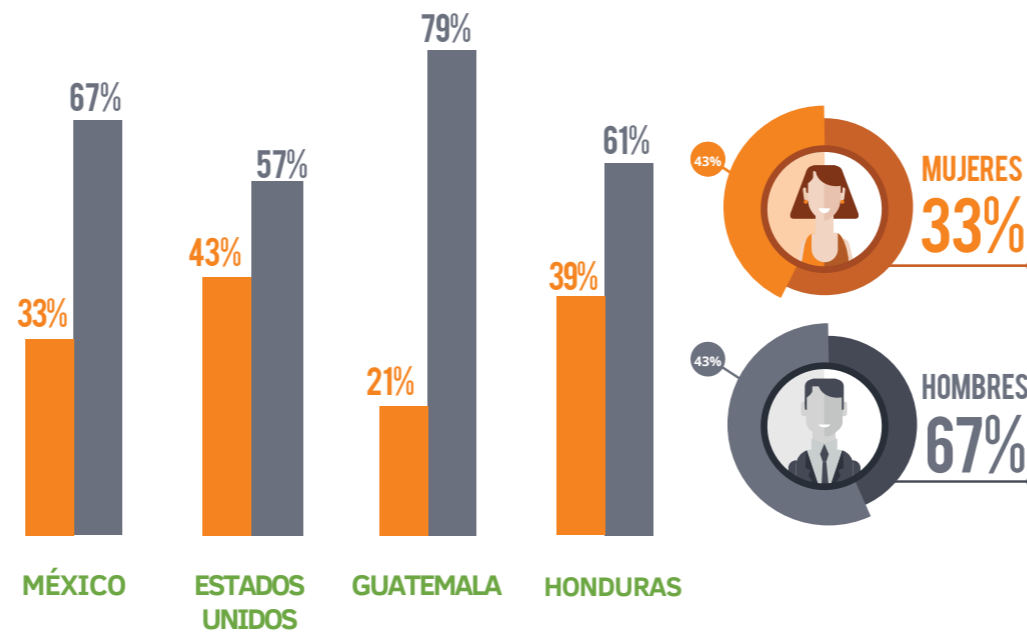
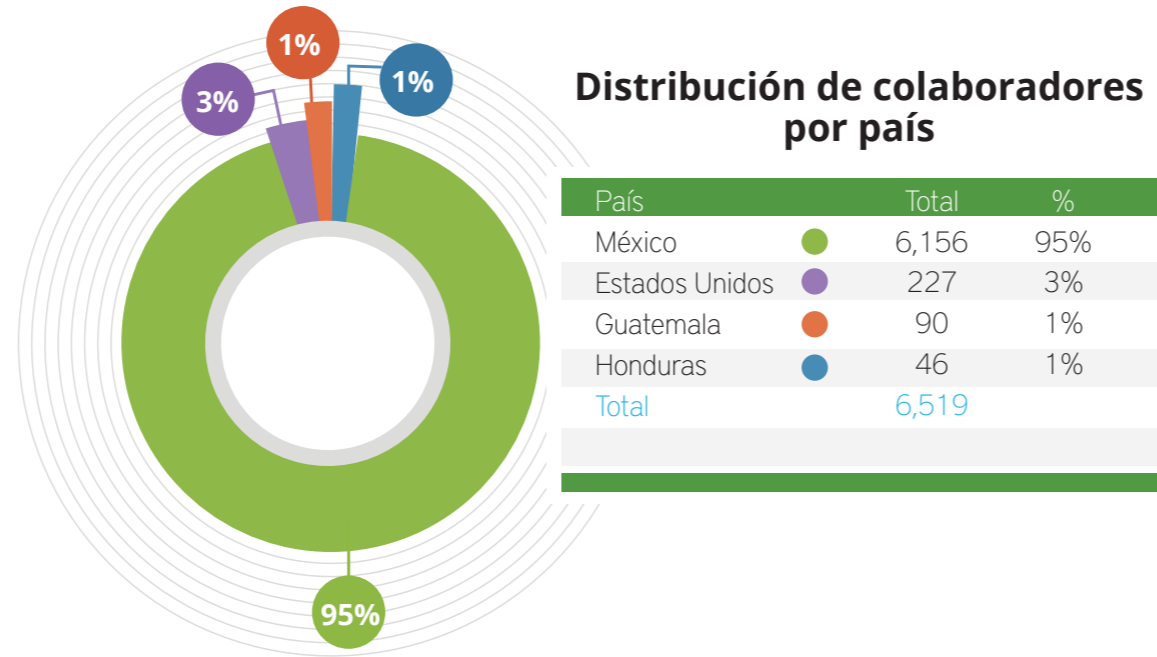
Indicador GRI LA1, LA3, LA4, LA13

Para Azteca es muy importante la relación con sus colaboradores, ya que son una pieza clave para que la empresa pueda cumplir sus objetivos. Se busca que el trabajo sea motivo de orgullo y satisfacción, propiciando el desarrollo profesional y personal y un balance con sus vidas personales.

Los derechos humanos y la igualdad de género son una condición de primer orden para el desarrollo inclusivo de nuestro personal.

Aproximadamente **11.4 % del personal** que presta servicios de forma permanente en Azteca está **representado por el sindicato televisivo**, y un porcentaje menor es representado por el sindicato de actores o el sindicato de músicos. Conforme a la ley mexicana, los términos de remuneración de los contratos celebrados entre Azteca y sus empleados sindicalizados están sujetos a renegociación anual. Los demás términos del contrato son renegociados cada dos años.

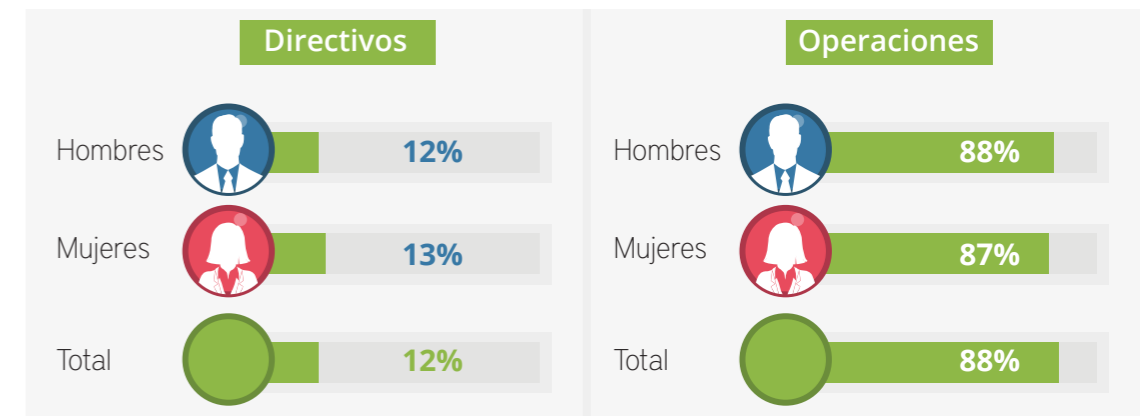
Al 31 de diciembre de 2014, Azteca contaba con **6,156 personas** que le prestaban servicios. De los colaboradores, 2,351 trabajaban como independientes, de los cuales 1,542 trabajan específicamente en producción; 2,318 desempeñaban funciones administrativas; 290 son gerentes o funcionarios ejecutivos; 493 trabajaban en ventas; y 704 eran sindicalizados. Aproximadamente el 24% de las nuevas contrataciones en 2014 fueron independientes.



DISTRIBUCIÓN DE COLABORADORES POR PAÍS Y GÉNERO

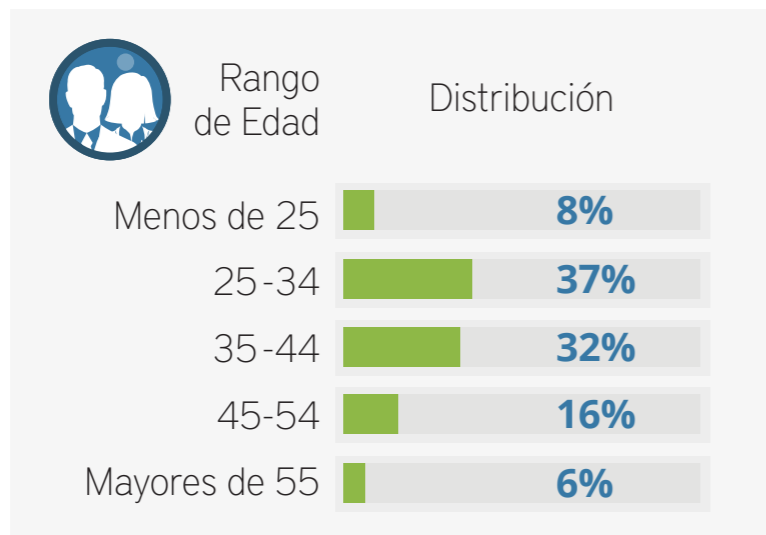


Distribución por tipo de responsabilidad y género



DISTRIBUCIÓN DE COLABORADORES POR GRUPO DE EDAD

La mayor parte de nuestros empleados se encuentra entre los 25 y 44 años de edad. Un dato a destacar es que dentro de Azteca hay oportunidades laborales para personas mayores de 55 años que son un sector vulnerable debido a las características del mercado de trabajo a nivel nacional. Durante 2014, teníamos a 415 colaboradores en este rango.



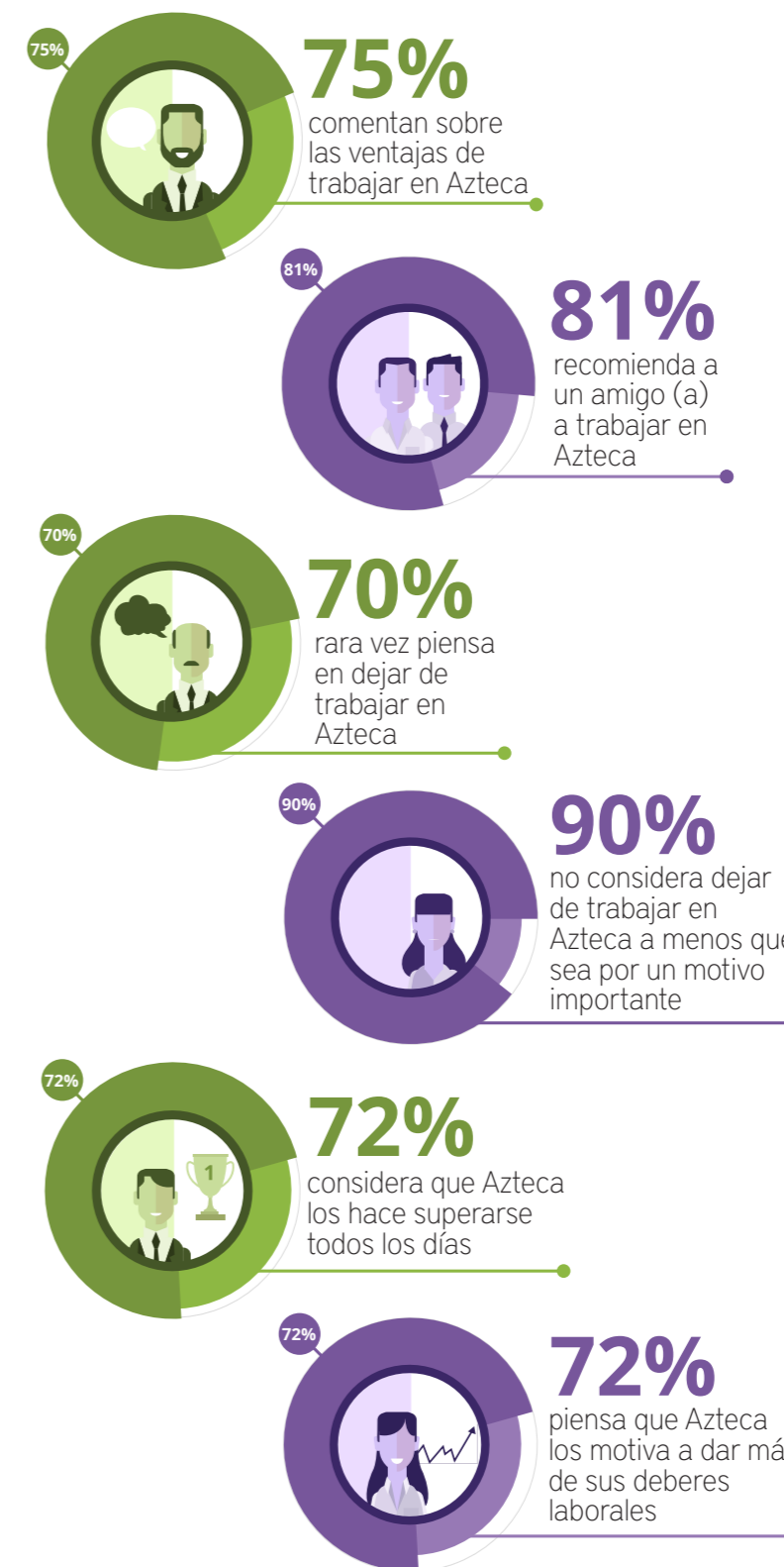
FAMILIA AZTECA DE BIENESTAR

En 2014 Familia Azteca de Bienestar creó acciones y proyectos para asegurar dicho bienestar desde la zona de valor hasta el corporativo, y mejorar la forma y fondo de la comunicación con nuestros colaboradores.

El área ve por el bienestar de los colaboradores en seis temas:

1. Ser humano – a nivel personal y familiar
2. Estabilidad laboral
3. Integración y compañerismo: trabajo en equipo, convivencia diaria, comunicación, liderazgo
4. Beneficios: campañas, participación, eventos, interacción activa, premios
5. Reconocimiento y orgullo: metas, éxitos, promociones, sentimiento en alcanzar metas
6. Salud y bienestar: buenas prácticas, calidad de vida, estado de salud, horarios, vacaciones, descansos, empoderamiento

Azteca llevó a cabo encuestas en 2014 para conocer más el compromiso de sus colaboradores con la empresa. Dichas encuestas dieron como resultados:



» Como resultado de estas campañas, **79%** declaró sentirse comprometido con Azteca. «

CENTRO DE FORMACIÓN ACTORAL DE AZTECA (CEFAT)

Indicador GRI LA11



La formación de talento humano es el principal objetivo del Centro de Formación Actoral de Azteca (CEFAT). Este espacio constituye el lugar en donde muchos jóvenes han hecho realidad su sueño de convertirse en auténticos profesionales de la actuación y conducción.

El CEFAT fue creado para formar profesionales mediante una enseñanza personalizada, preparando alumnos y actualizando actores en el dominio de una técnica que depende no sólo de la emotividad y la pasión humana, sino que también incluye nuevas maneras de conocimiento y percepción sobre las formas de entretenimiento que una sociedad como la nuestra necesita.

Un claustro de 15 profesores, todos ellos activos en su campo de trabajo y reconocidos por su experiencia artística y capacidad pedagógica, son responsables de la formación del alumnado. Su método de enseñanza está basado en la transmisión de conocimientos y técnicas escénicas.

Este programa, cuya extensión es de ocho trimestres, está dirigido a un aprendizaje sistematizado de dos años, al término de los cuales el alumno estará preparado para el hecho escénico y podrá desarrollarse satisfactoriamente en otros campos de perfeccionamiento histriónico.

www.cefat.mx



PRESTACIONES

Concepto	Prestaciones por Ley	Superiores a la Ley	Descripción
Apoyo en salud, vivienda y transporte	✓	✓	<p>Prestaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> Adicional a la seguridad social, algunos colaboradores reciben un seguro de gastos médicos mayores o menores. <p>Beneficios:</p> <ul style="list-style-type: none"> Adicional a su salario, algunos colaboradores reciben vales de despensa o de gasolina, así como fondo de ahorro. Para llevar a cabo responsabilidades de acuerdo a su trabajo, algunos empleados reciben como herramientas de trabajo automóviles y/o celulares, así como lugares de estacionamiento Para facilitar horarios de comida, los colaboradores reciben acceso a un comedor con buen servicio y saludable a un precio accesible, subsidiado vía nómina Colaboradores reciben descuentos en la adquisición de productos y servicios de las otras empresas de Grupo Salinas como en Tiendas Elektra, Banco Azteca, Afore Azteca, Seguros Azteca, Blockbuster, Italika y Totalplay Todos los colaboradores de Grupo Salinas reciben pago de nómina a través de Banco Azteca en donde tienen tasas diferenciadas en cuentas de nómina y de ahorro Colaboradores que reciben la Membresía Familia Sana obtiene acceso a servicios médicos específicos, obteniendo descuentos y precios preferenciales con más de 700 opciones de médicos, hospitales y clínicas y servicios varios en todo México Dos veces al año se organiza el Reto de la Salud en que los participantes tratan de bajar cinco kilogramos en tres meses, ganando un regalo sorpresa Se organizan torneos de boliche y de fútbol de salón en grupos solo de colaboradores En octubre, con motivo del día mundial contra el cáncer de mama, se organiza una campaña de concienciación y se ofrecen mastografías
Horarios flexibles	✓	✓	<p>Prestaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> Colaboradores de oficinas centrales tienen horarios diurnos, nocturnos, mixtos, y para unas áreas estratégicas se hacen guardias los fines de semana Se han implantado horarios escalonados en la jornada laboral en las locales de Azteca
Remuneración a colaboradores	✓	✓	<p>Prestaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> Empleados perciben al menos un salario mínimo de acuerdo a la ley y es integrado adicionalmente de acuerdo a experiencia, conocimientos, responsabilidades, labores, etc. monetariamente, y complementado por ejemplo, con vales de despensa y gasolina, fondo de ahorro y otros, de acuerdo a funciones y responsabilidades Colaboradores reciben vacaciones y prima de vacaciones de ley; además aguinaldo de ley que es complementado con días/montos adicionales cuando acumulan más de tres años laborados <p>Beneficios:</p> <ul style="list-style-type: none"> Adicionalmente colaboradores pueden contar con esquemas de compensación variable que les permiten obtener compensación bajo diferentes formatos: Comisiones, incentivos, bonos, etc. Además de becas de estudio, capacitación de acuerdo a funciones y responsabilidades
Protección de datos personales	✓	N/A	Se cumple con las disposiciones del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI) para colaboradores y con nuestros clientes
Seguros de gastos médicos mayores y seguro de vida	N/A	✓	<p>La compañía ha optado por pagar primas de seguros para que algunos colaboradores puedan acceder a servicios médicos de mejor calidad en redes médicas privadas y en casos de accidentes de mayor dimensión, quita presión al colaborador, sobre todo en la parte económica, pues hay tratamientos y cirugías que sin una póliza de gastos médicos mayores resultaría complicado financiar montos requeridos por hospitales</p> <p>Aunado a esto, algunos colaboradores reciben como beneficios exámenes médicos con cierta frecuencia. En general, los colaboradores cuentan con un seguro de vida.</p> <p>Por último, dentro de la red de beneficios y descuentos, todos los colaboradores tienen acceso a: 27 opciones de dentistas, 9 opciones laboratorios, 19 opciones de hospitales médicos y 9 opciones en óptica</p>

Concepto	Prestaciones por Ley	Superiores a la Ley	Descripción
Permisos por maternidad/paternidad	✓	✓	De acuerdo a la ley, a las futuras madres se les dan 52 días antes de la posible fecha de nacimiento, y mínimo, 52 días después de esta fecha; para más días después de los 52, se sujeta a acuerdo entre jefe y colaborador
Políticas para evitar trabajo en casa	✓	✓	<p>Se promueve que la jornada laboral se lleve a cabo en horarios de contratos y en los lugares de trabajo</p> <p>Para aquellos colaboradores que por sus responsabilidades requieran mayor disponibilidad, se ofrecen herramientas de trabajo para cumplir con sus responsabilidades, como por ejemplo, laptops, celulares, acceso al correo de la compañía a través de seguridad red privada virtual (VPN), y en casos específicos, se cubre el costo por el servicio de Internet</p> <p>En casos de viajes, la empresa cubre el costo de uso de centros de negocios de hoteles</p>
Inversión en capacitación	N/A	✓	Se ofrecieron apoyos económicos en cursos de capacitación externos
Apoyo a la familia	N/A	✓	<p>Aunado a seguros de gastos médicos mayores, y seguros de vida en donde el asegurado elige a sus beneficiarios, las compañías de Grupo Salinas tienen 411 tipos de beneficios y descuentos, accesibles también a través de la App exclusiva para teléfonos inteligentes Movil.GS.</p> <p>Las 411 opciones de beneficios se distribuyen en las categorías de: Agencias de viajes (5), Autos (20), Belleza (22), Boletos de autobús (1), Dentistas (27), Entretención (24), Escuelas (55), Florerías (6), Funerarias (2), Gimnasios (18), Hogar (5), Hoteles (38), Idiomas (15), Laboratorios (9), Librerías (5), Médicos (19), Ópticas (9), Orgánico (4), Estado de Querétaro (17), Restaurantes (41), Ropa y accesorios (8), Salones de fiesta (9), Spa (8), Universidades (21) y servicios varios (23)</p> <p>Nuestros colaboradores también pueden obtener beneficios a través de concursos y trivias para ganar boletos y pases para parques de diversiones, juegos de deportes, cine, conciertos, obras de teatro y museos</p>
Azteca y los espacios de convivencia familiar	N/A	✓	<ul style="list-style-type: none"> Trivias para obtener libros Promociones y campañas en favor de la lectura de Circulo Editorial Azteca Fimas de libros de autores que son colaboradores de Grupo Salinas Lectura de cuentos para niños de nuestros colaboradores a través del programa Cuentacuentos Campañas de tips para la convivencia familiar Asistencia a partidos de fútbol o estadios de los equipos de Azteca: Monarcas Morelia y Rojinegros del Atlas Concursos para participar, platicar, convivir con talento de Azteca Ventas especiales de boletos para eventos presentados en la Arena Cd. México Participación en colecta de juguetes para Juguetería y visitar estudios de Azteca Invitado Azteca para que puedan asistir en la producción en vivo de programas de Azteca En julio se promueve que todos los empleados traigan a sus hijos a la compañía; a su vez, los niños disfrutan a un cuentacuentos que relata una historia durante el día
Otros	N/A	✓	<ul style="list-style-type: none"> Se organiza una posada con rifas, comida, entretenimiento y diversión Todos los colaboradores pueden recibir un pavo de regalo en diciembre Se promueven y mantienen las tradiciones mexicanas regalando Roscas de Reyes y Pan de Muerto para los colaboradores, al igual que otras más en horarios laborales mientras no interrumpa las operaciones de la compañía Todos los colaboradores reciben como regalo de fin de año por parte de la empresa, aparte de las de la ley como aguinaldo, una prenda de vestir y un calendario Para promoción de la cultura y usos adecuados de energía, se llevan a cabo semanas de proyecciones de cortometrajes en las oficinas centrales durante el horario de comida También para promocionar el hábito de la lectura, se creó la Ludoteca, círculos de lectura en donde existe una biblioteca para escoger libros, y que cuenta con el acceso a descuentos de libros a través de Circulo Editorial Azteca, iniciativa impulsada por Fundación Azteca y Proyecto 40 que tiene como objetivo la promoción de la lectura y la difusión de la literatura mexicana contemporánea Todos los colaboradores reciben un pequeño regalo por su cumpleaños. El 15 de septiembre, en el horario de comida, se organiza una kermesse con motivo del mes patrio Se organiza una posada con rifas, comida, entretenimiento y diversión



CAPACITACIÓN

Indicador GRI LA10, LA11, LA12, HR3

En Azteca la capacitación de nuestros empleados constituye una parte importante en la **formación de destrezas y potencialización de sus habilidades**, además de asegurar que el servicio al cliente sea el mejor.

La capacitación va dirigida a todos los niveles de la organización, desde un técnico hasta un director de negocio, todos ellos reciben una descripción de sus responsabilidades e instrucción continua para ayudarlos a desarrollar las habilidades y conocimientos propios de su puesto, logrando con ello superación tanto personal como profesional.

Para lograrlo contamos con diversos mecanismos de desarrollo y capacitación como el Centro de Diseño Instruccional (CDI) donde un grupo de expertos define el modelo educacional considerando las necesidades del cliente. Además del área de Centro de Liderazgo que busca permear la filosofía y cultura organizacional de Azteca.

Hasta la fecha en CDI tenemos 52 cursos activos en la plataforma de Azteca.

Algunos de nuestros cursos activos son:

- Código ético para la autorregulación
- Introducción a la legislación de la televisión
- Cambios a la ley de salud y COFEPRIS
- Marco legal y organismos que regulan las telecomunicaciones
- La música y los derechos de autor
- Programación televisiva
- Imágenes al aire, entre otros.

Adicionalmente, trabajamos con una metodología de aprendizaje, el **Método Khan**, con el cual se logra en un tiempo óptimo transmitir conceptos a través los diferentes canales de percepción.

» Hasta la fecha en CDI tenemos 52 cursos activos en la plataforma de Azteca. «

Es preciso señalar que Azteca cuenta con un extenso programa interno de capacitación y acreditación continua en el puesto. Dicho programa de capacitación brinda los conocimientos y habilidades necesarios a los colaboradores para satisfacer los requerimientos de sus respectivos puestos de trabajo, además de incluir los aspectos normados por las autoridades a fin de asegurar el cumplimiento a legislaciones televisivas existentes.

Los planes de capacitación para cada puesto están integrados por **cursos en línea y presenciales**, que son supervisados por el Jefe Directo dependiendo del puesto a capacitar. Además contamos con un programa de inducción para empleados de nuevo ingreso en el cual se les enseñan sus actividades básicas para el puesto que van a desempeñar.

La capacitación en línea se complementa con el aula virtual que permite tener conferencias con el personal de nuestras estaciones locales para asegurar que los mensajes enviados son recibidos correctamente, así como también para recibir retroalimentación de las situaciones y circunstancias que se viven en dichas estaciones.

A través de esta herramienta se ha podido reaccionar de manera más rápida y efectiva a las necesidades del cliente. Además, ha permitido agilizar los procesos de capacitación e implementar las campañas de manera rápida y efectiva.





En lo que se refiere a **derechos humanos** contamos con diversos cursos a través de los cuales capacitamos a nuestros empleados, entre los que se encuentran:

- Curso de valores
- Curso de "Honestel"

En cuanto a **Honestel**, el curso consta de cuatro partes:

1. ¿Qué es Honestel?,
2. Pilares y Principios de Honestel,
3. Recomendaciones para un reporte responsable,
4. ¿Cómo realizar un reporte de Honestel?

El curso está disponible para México, Guatemala y Honduras. La capacitación es de aproximadamente 30 minutos.

Honestel toma en cuenta las siguientes temáticas: acoso sexual, agresiones verbales, abuso de poder y confianza, desviación de recursos de la empresa, discriminación por sexo, religión, condición socioeconómica o preferencia sexual. De igual forma las quejas por conflictos

laborales, mal uso de los activos, robos a clientes, a la empresa, corporativos, tiendas, sucursales bancarias, hospedaje e injusticias.

Es importante mencionar que el 100% de nuestros empleados reciben una evaluación formal de su rendimiento.

Además, contamos con **cursos enfocados al uso eficiente de los recursos naturales**. Estos cursos están enfocados a la sensibilización de los socios para disminuir su Huella de Carbono con simples cambios de hábito y a generar una responsabilidad ambiental dentro y fuera del trabajo.

Estos cursos son:

- Nuestra Responsabilidad
- Conciencia Ambiental y manejo de Recursos Sólidos
- Conciencia Ambiental y manejo eficiente de Agua
- Ahorro de Energía
- Buenas prácticas de Ahorro de Energía

SISTEMAS DE SEGUIMIENTO Y RETENCIÓN

El 100% de nuestros empleados recibe una evaluación formal de su rendimiento y contamos con cuatro herramientas de Recursos Humanos que permiten al jefe inmediato identificar a su **Talento Clave** y realizar mejoras en su área y planes de crecimiento.

Evaluaciones que realizamos:

- ✓ *Evaluación de Desempeño*
- ✓ *Evaluación 360°*
- ✓ *Clasificación en Matriz (Retroalimentación e integración)*
- ✓ *Q12 (Evaluación de Clima Laboral, Jefe inmediato y del área)*

CENTRO DE TRANSFORMACIÓN ORGANIZACIONAL

El Centro de Transformación Organizacional, busca llevar a cada uno de los rincones de la organización la visión de Ricardo Salinas y de diversos expertos para generar una transformación empresarial que fomente el desarrollo de los socios de Grupo Salinas.

En 2014 logramos:

- Impactar a **10,300 socios de Grupo Salinas** que asistieron a talleres para el desarrollo de habilidades en liderazgo y *management*.

- Permear la estrategia global del Grupo a 23 estructuras organizacionales a través de siete pasos: Comprensión de Estrategia, Descripción, Aprobación de estrategia por negocio de Ricardo B. Salinas, Organigrama de ejecución, Comunicación (permear estrategia a todos los niveles), Auditorías y Mejora Continua. Se invirtieron 3,001 horas.

- Realizar sesiones de diagnóstico o syndags a 14 áreas clave de la empresa con el objetivo de detectar problemáticas estratégicas y/o, operativas. Derivado de esto, se crearon 35 equipos de trabajo que entregaron propuestas que fueron puestas en marcha de manera exitosa. El tiempo invertido en capacitación y talleres fue de **2,226 horas**.



» **Desarrollar el talento y habilidades en nuestros socios y jóvenes es una tarea primordial para Azteca, ya que una empresa exitosa se logra gracias al trabajo diario de su gente.** «

HONESTEL
cuidemos lo nuestro

Inicio Artículos Casos ¿Cómo funciona? Pilares Principios Recomendaciones para tu reporte ¿Cómo realizar mi reporte? Valores

Recomendaciones para tu reporte

Tu colaboración es muy importante, valoramos la confianza que depositas en nosotros y estamos para ayudarte. Si detectas alguna anomalía reporta los hechos, datos concretos y verdaderos, en tiempo y por cualquiera de los medios que Honestel pone a tu disposición.

Recordando que la confidencialidad comienza por uno mismo, sé discreto y no comentes que has levantado un reporte, si tu reporte es anónimo procura proporcionarnos un medio de contacto para poder establecer comunicación contigo en caso de que sea necesario.

Ver video

8 Recomendaciones para un Reporte Responsable

- 1.- Honestidad
- 2.- Responsabilidad
- 3.- Certeza
- 4.- Precisión
- 5.- Medios
- 6.- Contacto
- 7.- Información
- 8.- Discreción

Coloca el cursor en cada una de las recomendaciones para ver su detalle

Informa en tu responsabilidad. Cuánta la medida.

DENUNCIA ESTOS ACTOS AQUÍ honestel@gruposalinas.com 01 800 040 1717 / Ext.56617 / usaceil: *Honestel

800-1080 1-801-1311111 0800-08868 800-226433398 800-7034 0800-7222444 8000518390



APOYO A LA COMUNIDAD

Indicador GRI EC8, EC9, 4.12, S010

CENTRO DE LIDERAZGO

A partir de 2013 se extendió la capacitación del programa **Soy un Ganador** a Plantel Azteca. Este programa busca empoderar a los individuos, liberar su potencial para que logren metas en su vida personal y profesional.

Soy un ganador hasta la fecha ha logrado:

- o Capacitar a 2,900 alumnos y 2,850 padres de familia
- o 1,826 horas invertidas en capacitación
- o Certificar a 57 profesores

SALUD EN AZTECA LOCALES

Para Azteca Locales es muy importante fomentar el deporte, promover la sana competencia e incentivar hábitos que mejoren la salud, por ello, año con año en las diferentes estaciones se organizan carreras, ligas y/o torneos en donde participan tanto hombres como mujeres y niños. Algunos datos de dichos eventos son:

Evento	Aforo
Carreras	+ 50,000 personas
Liga de Fútbol Azteca	+ 30,000 personas
Tochito Azteca	+ 1,500 personas
Copa Azteca (Tenis)	+ 1,000 personas

Con la finalidad de brindar información para prevenir enfermedades, en Azteca Locales organizamos eventos y/o conferencias cuyo contenido es de temas de salud. El aforo aproximado en estos eventos durante 2014 fue mayor a 25,000 personas a lo largo de toda la República.

FERIA VERDE DE GRUPO SALINAS

La Dirección de **Energía y Medio Ambiente** de Grupo Salinas, organizó por segundo año consecutivo la Feria Verde en las instalaciones del corporativo. El evento tiene dos finalidades:

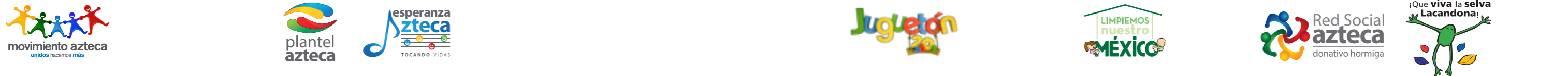
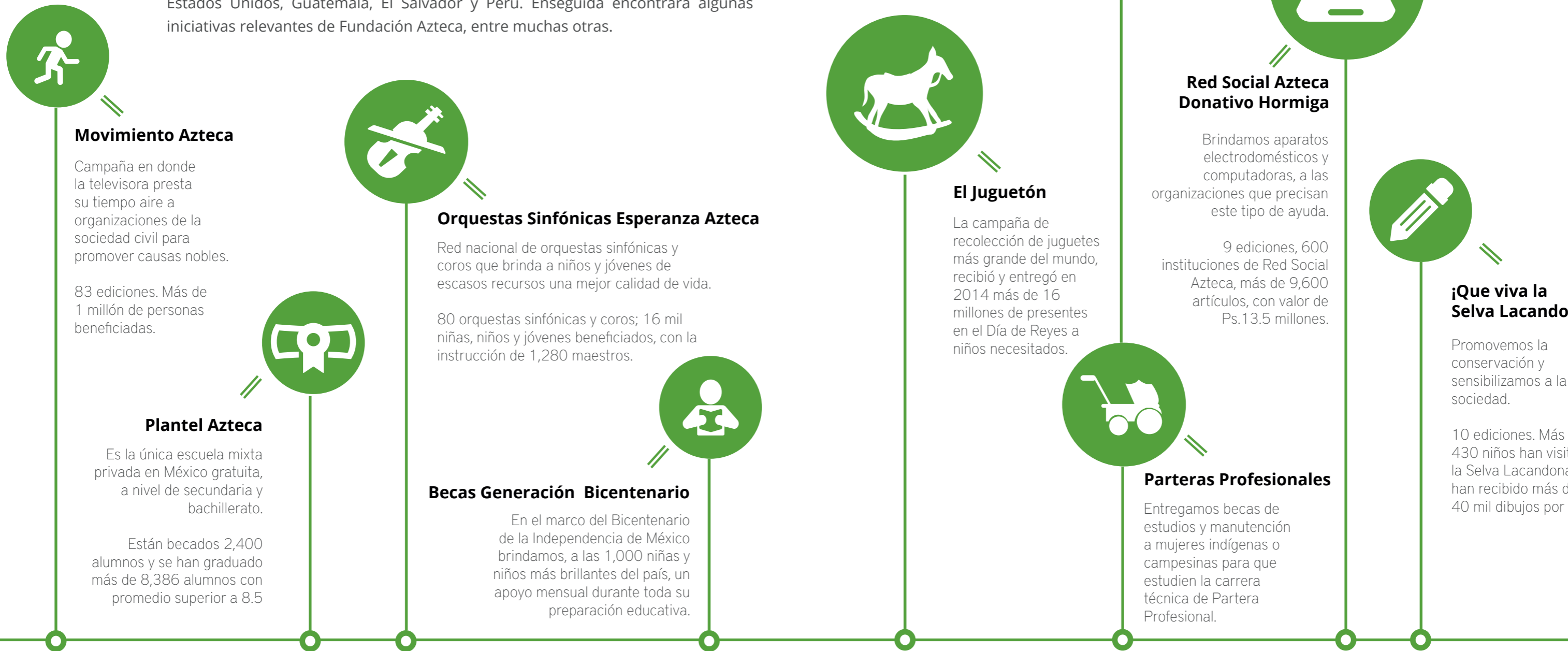
- Concientizar a los colaboradores sobre un estilo de vida más amigable ambientalmente al presentar proveedores que ofrecen productos naturales, orgánicos, reciclados o reutilizando materiales.
- Apoyo a pequeños productores y al comercio local, ayudándolos a darles exposición y establecer su negocio a largo plazo como parte de las acciones de responsabilidad social del Grupo. Así, año con año mejoramos nuestra relación con la comunidad.

La Feria Verde se basa en un modelo ganar-ganar ya que nuestros colaboradores pueden obtener un producto de calidad con un descuento, y el proveedor incrementa su volumen de ventas durante los días que dura la Feria, que además no tiene ningún costo para ellos. En el 2014 tuvimos 40 proveedores, duplicando la cifra del año anterior, una afluencia mayor a 1,000 personas y re-orientación positiva vía correo electrónico de 50 asistentes.

FUNDACIÓN AZTECA

Indicador GRI EC8, EC9, 4.12

En Azteca estamos comprometidos con el bienestar de las comunidades en que operamos. Por ello, hemos llevado a cabo una serie de actividades a través de **Fundación Azteca** para alinearnos a nuestra meta de compromiso social. Estamos transformando social y ambientalmente a México y los países donde operamos: Estados Unidos, Guatemala, El Salvador y Perú. Enseguida encontrará algunas iniciativas relevantes de Fundación Azteca, entre muchas otras.



Dar click en los íconos de cada proyecto para acceder a la página web correspondiente



Azteca hace un importante donativo en tiempo aire para algunas de estas iniciativas como son Limpiemos Nuestro México, El Juguetón y Movimiento Azteca. Adicionalmente, para Movimiento Azteca se elabora contenido adicional que ayuda a concientizar acerca de la causa en el programa Lo Que Callamos las Mujeres.



Bancomunidad Azteca

Contribuimos en la lucha para superar la pobreza de mujeres marginadas, brindándoles microcréditos.

Ps. 15 millones (acumulados) en microcréditos. 4,600 mujeres de escasos recursos. Más de 8,000 beneficiados indirectos.



Proyectos Productivos Sociales

Impulsamos y fortalecemos los proyectos productivos sostenibles como plantación de árboles de navidad, amaranto, creación de artesanías e invernaderos en diferentes regiones del país.



Vive

Informamos sobre el daño causado por las adicciones.

16 años, 445 mil personas sensibilizadas, 4 millones 550 mil llamadas atendidas en nuestro centro de orientación.



Autoconstrucción de Viviendas

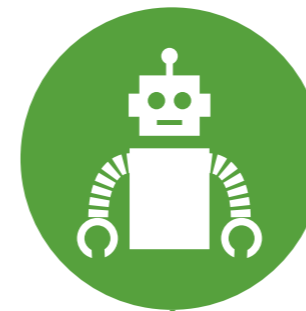
Tras el paso de los fenómenos meteorológicos Ingrid y Manuel por México en septiembre de 2013, hemos impulsado el proyecto de autoconstrucción de vivienda para brindar un techo digno a familias necesitadas.



Escuela Nueva

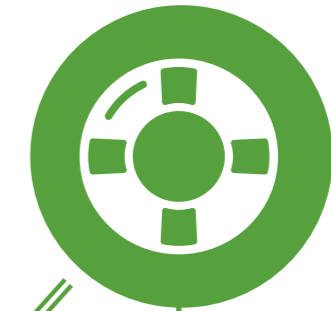
Transformamos la acción educativa de las escuelas, adecuando el modelo pedagógico de Escuela Nueva para el mejoramiento de la calidad de la educación básica en Puebla, México, generando mejoras en la calidad de la educación básica.

20 escuelas y 43 docentes impactarán a casi 5,000 niños.



Robótica

Somos patrocinadores fundadores de concursos y campeonatos locales e internacionales de robótica desde el 2012.



Tiempo de Ayudar

Impulsamos el compromiso y generosidad de los diferentes actores sociales del país para actuar en etapas de emergencia, recuperación y reconstrucción tras desastres naturales, tales como: inundaciones, huracanes y terremotos, entre otros



Agua para Todos

Brindamos opciones para potabilizar el agua: como polvo purificador en sobre para 10 litros o filtros comunitarios



Ciudades Rurales

Con este programa impulsamos la estrategia de política pública integral para combatir los altos índices de marginación y pobreza de comunidades dispersas.

En el 2007, se construyó la Primera Ciudad Rural Sustentable "Nuevo Juan del Grijalva."



COMPETITIVIDAD Y LIBERTADES



Grupo Salinas fortaleció las actividades de **Kybernus** (www.kybernus.org), programa que busca formar líderes políticos y sociales, a través de una cultura basada en valores, para contribuir a alcanzar las metas que el país requiere y generar un mejor porvenir para todos.

El año 2014 ha sido el de mayor crecimiento para esta iniciativa, y actualmente cuenta con **892 participantes**, comparado con 500 hace un año,

Actualmente cuenta con 892 participantes, comparado con 500 hace un año, y tiene presencia en 22 estados en México.

y tiene **presencia en 22 estados** en México, a partir de 12 al cierre de 2013.

De igual forma, se patrocinó **La Ciudad de las Ideas** (www.ciudaddelasideas.com), que con el tema *Change the World* 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. También se apoyó a **Caminos de la Libertad** (www.caminosdelalibertad.com), que a través de concursos de ensayos y otras actividades, **provocó la reflexión sobre el valor que tiene la libertad**. Además de premios por ensayos relevantes, se otorgó el reconocimiento Una Vida por la Libertad a Niall Ferguson, historiador escocés, por sus ideas a favor del progreso de las sociedades en un entorno de libertad.



PROVEEDORES

Indicador GRI 4.11, EC2, EC6, EN1, EN2, PR1, PR3

CADENA DE VALOR Y NUESTRA RESPONSABILIDAD SOCIAL

En Azteca, la cadena de valor forma parte importante de nuestra filosofía y valores, por esta razón el área Central de Compras de la compañía desarrolló **políticas institucionales y manuales de procesos** que garantizan la transparencia en la contratación de proveedores, así como su honestidad y la de nuestros compradores; además se cuenta con un Decálogo del Comprador.

Nuestra cadena de valor también impulsa el uso de productos sustentables al desarrollar una política denominada **Sello de Energía**, que asegura que todos los equipos de **iluminación, aires acondicionados y control térmico** que se adquieran en el Grupo, cumplan con altos estándares de eficiencia energética, logrando:

- Garantizar la mejor relación costo - beneficio
- Apoyar la estandarización de las instalaciones que se realizan y el resultado final de las mismas
- El respaldo de los productos por contratos oficiales
- Garantizar la disponibilidad de refacciones
- Precios fijos durante la duración del contrato (no se afectan por variaciones externas)



De igual manera, en 2014 se estableció una alianza con la Asociación Nacional de Normalización y Certificación del Sector Energético (ANCE) con la finalidad de elevar los estándares de calidad de los productos que ofrecen nuestros proveedores. A través de ello:

- Certificamos que los productos que se instalen en Azteca, cuenten con la mejor **calidad en eficiencia energética**.
- **Garantizamos** que los productos y proveedores, estén **avalados, estandarizados y certificados** por una institución oficial y de gran prestigio a nivel nacional.
- Somos una empresa **responsable y transparente** en sus procesos de implementación de normativas y evaluaciones técnicas.

Para mayor referencia, se puede consultar el siguiente link:

<https://proveedores.gruposalinas.com/apps/inicio/modulos/Bienvenida/Decalogo.html>



MEDIO AMBIENTE

Indicador GRI 4.7, EC2, EN1, EN2



—
“Certificado de Calidad Ambiental” otorgado por la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente en el 2009.

—
“Certificado de Cumplimiento Ambiental” otorgado por la Secretaría del Medio Ambiente del Gobierno del Distrito Federal.

—
 Descargar la guía:
www.gruposalinas.com/guias

En Azteca creemos que los valores deben ponerse en acción, por ello, nos comprometemos con nuestros grupos de interés a transmitir educación y a realizar acciones que ayuden a la conservación del entorno.

A través de la dirección de **Energía y Medio Ambiente**, en Azteca planeamos y desarrollamos las acciones que llevamos a cabo en materia ambiental. Para no afectar el desarrollo de generaciones futuras, tomamos acciones enfocadas al ahorro y eficiencia energética, a la gestión integral de desechos, al bajo consumo de agua y a la reducción de emisiones. Es importante mencionar que hemos sido clasificados como una **empresa de bajo impacto global al cambio climático**.

Durante 2014 se hizo una campaña de refuerzo de conciencia ambiental en los edificios corpora-

tivos. Ello consistió en colocar calcomanías con mensajes de ahorro de recursos en diversos sitios: etiquetas de ahorro de energía junto a apagadores, de ahorro de papel de baño y toallas de manos, ahorro de agua en los lavabos, etc.

Además, constantemente se suben a portales internos y se publican en nuestras revistas consejos para ayudar a la conservación del ambiente, recordatorios de los días mundiales de la Tierra, Agua y Medio Ambiente, así como entrevistas a nuestros socios que promueven el cuidado de los recursos naturales ya sea hacia dentro de Grupo Salinas o de manera externa en su vida diaria.

DESEMPEÑO AMBIENTAL

A continuación compartiremos los logros que hemos tenido en cada uno de los rubros de cuidado ambiental.



MATERIALES

GRI EN1

Aunque somos una empresa de comunicaciones, esto no nos exime de la adquisición de materiales para llevar a cabo nuestras operaciones –principalmente papel.

¿Qué hicimos?

Durante 2014 se realizó un programa de **reemplazo de impresoras** propias por arrendamiento, así como personales por otras de uso común. Con ello se buscó reducir el consumo de papel y tonner en la empresa.

En foros, uno de los materiales que más se utiliza es madera para las escenografías. El proveedor de recolección de residuos sólidos con el que se trabaja se lleva la madera recuperable y la distribuye a personas que pueden reutilizarla, como por ejemplo los apicultores de Xochimilco para elaborar panales.

¿Qué metas tenemos?

Al día de hoy continuamos trabajando en la cuantificación del uso y el consumo de materiales para desarrollar iniciativas para disminuir su consumo.



ENERGÍA

GRI EN3, EN4, EN5, EN18, EN29

En el Grupo contabilizamos el consumo directo de energía eléctrica que se genera a partir de las operaciones realizadas dentro de nuestras instalaciones.

¿Qué hicimos?

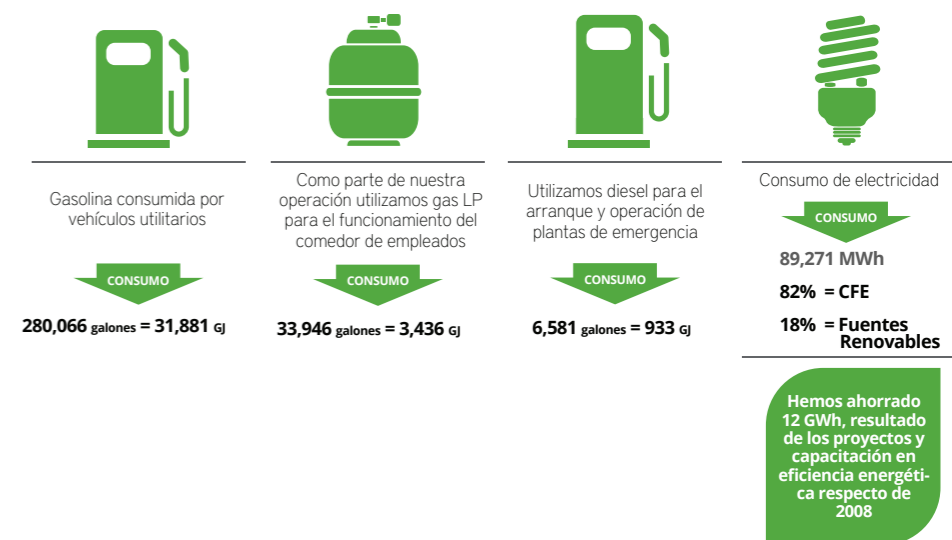
Se estableció un **Sistema de Monitoreo** -el más grande en México- donde se realiza un análisis en tiempo real sobre el consumo de energía de los inmuebles de las diferentes empresas de Grupo Salinas. Dentro de nuestra política de eficiencia contamos con la inclusión de medidas de ahorro de energía en los manuales de procesos operativos.

Además, en 2014, calculamos nuestro consumo de energía proveniente de fuentes primarias. Así, determinamos que este consumo se debió principalmente al uso de gasolina para vehículos administrativos y operativos. No obstante, el transporte de nuestros insumos lo realizan en su mayoría, proveedores externos, por lo que no medimos el impacto ambiental que se genera por la distribución de los mismos.

¿Qué metas tenemos?

En Azteca nos esforzamos por **mejorar la eficiencia energética** en nuestras operaciones, lo que incluye **desde los edificios corporativos hasta cada una de nuestras instalaciones**, debido a que además de incidir sobre los costos, el consumo energético tiene un impacto directo para combatir el cambio climático. De esta forma en Azteca contribuimos al cuidado del medio ambiente y hacemos frente al efecto contaminante y al agotamiento de combustibles fósiles.

2014



Año	Ahorro (Ps. Millones)	Ahorro (GWh)	Dióxido de Carbono evitado (Ton CO2 eq)
2011	5	3	1,434
2012	10	5	2,707
2013	18	9	4,799
2014	25	12	6,369

HUELLA DE CARBONO

GRI EN16, EN17

Debido a la naturaleza de nuestro negocio, las emisiones directas de Grupo Salinas son aquellas generadas por el combustible consumido en vehículos utilitarios. Sin embargo, también cuantificamos las emisiones del corporativo.

¿Qué hicimos?

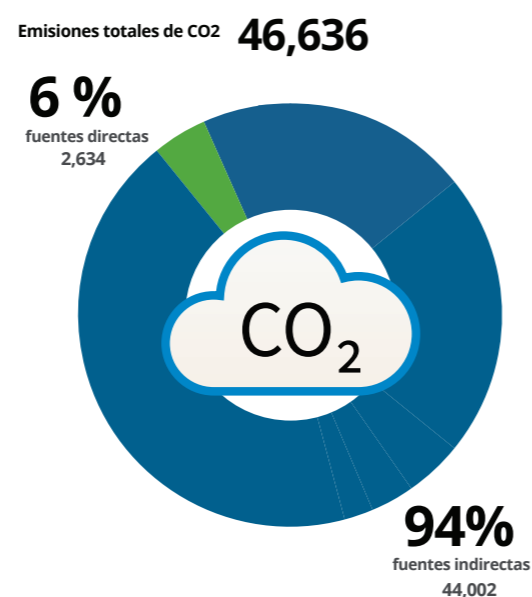
Cuantificamos las emisiones del corporativo y gas LP en el comedor. Además de crear conciencia a través de nuestras políticas ambientales con el objetivo de reducir las emisiones de CO2 a la atmósfera.

¿Qué metas tenemos?

Desde que se hizo la medición de la línea base de consumo energético y emisiones en 2008, se estableció **una meta de reducir la emisión de 200,000 ton. CO2 eq para 2021**. A la fecha, contamos con la siguiente tabla que refleja nuestros avances en este sentido:

Emisiones evitadas por el ahorro de energía

Año	Emisiones evitadas por año (Ton CO2)	Emisiones evitadas acumuladas (Ton CO2)	Porcentaje respecto a la meta
2009	6,832		3.4%
2010	20,323	27,155	13.6%
2011	22,287	49,442	24.7%
2012	26,480	75,922	38.0%
2013	31,456	107,378	53.7%
2014	30,566	137,944	68.9%



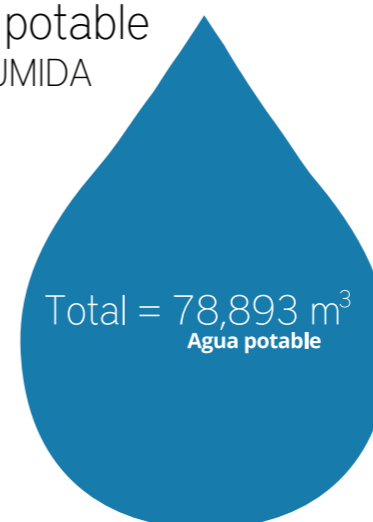
Para 2014 las **emisiones totales de CO2 cuantificadas fueron 46,636** de las cuales 2,634 (6%) son de fuentes directas y 44,002, 94% de fuentes indirectas. Las emisiones indirectas de la organización están relacionadas a la producción de energía eléctrica adquirida. La cuantificación se ha hecho a partir de los factores de conversión publicados por el Panel Intergubernamental sobre el Cambio Climático la (IPCC).

AGUA

GRI EN8, EN9, EN10, EN21

En Azteca reconocemos la importancia del cuidado del agua, por lo que durante 2014 emprendimos diversas iniciativas en pro de su cuidado..

Agua potable CONSUMIDA



¿Qué hicimos?

En el corporativo de Azteca se consumieron **78,893 m3 de agua potable** para ser utilizada en servicios varios. Este consumo fue estimado a partir de los pagos a proveedores de servicio de agua, usando el factor de conversión (precio/m3) utilizado para las oficinas corporativas. Cabe mencionar que el precio por m3 varía por ubicación y proveedor.

En Azteca toda el agua que utilizamos es obtenida por los proveedores del servicio municipal y dichos servicios municipales están regidos por la Ley de Aguas Nacionales que establece que la captación de las diferentes fuentes debe ser balanceada para mantener el equilibrio hidrológico, y de esta forma ninguna fuente de agua en particular se vea afectada por la captación de la misma.

Realizamos las descargas del agua a través de la infraestructura municipal. El destino y tratamiento final de estas aguas es determinado por los gobiernos locales; no existen procesos de producción que generen efluentes tóxicos más allá de lo generado en áreas domiciliarias, por lo cual ninguna descarga de agua afecta directamente a la biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados.



» Aunque, la organización no cuenta actualmente con programas para la reutilización y reciclado de agua, sí tenemos campañas de concientización interna sobre su cuidado «

RESIDUOS

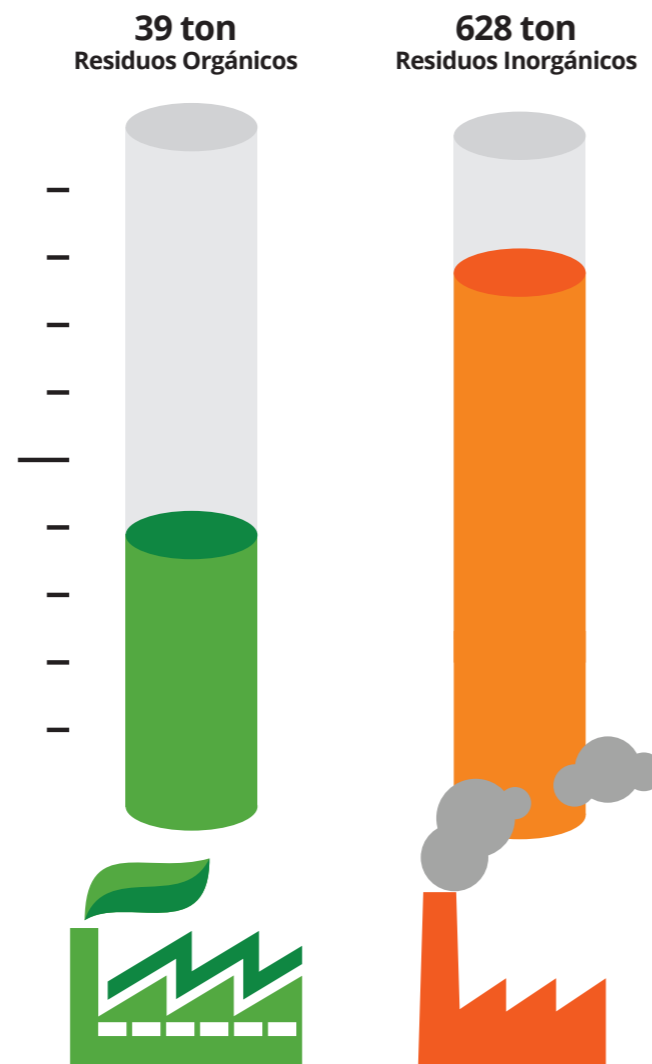
GRI EN22, EN28

Debido a las características de nuestro negocio la mayor parte de los residuos que generamos son catalogados como no peligrosos. De acuerdo con los registros, se generó un total de 21 toneladas de residuos peligrosos.

¿Qué hicimos?

Contamos con registros que determinan que alcanzamos una cantidad de **39 toneladas de residuos orgánicos y 628 toneladas de residuos inorgánicos no reciclables.**

Adicionalmente, los socios de Azteca participan de manera voluntaria en el programa anual de recolección de basura **Limpiemos Nuestro México**, mismo que se describe a detalle en la sección dedicada a Fundación Azteca.



BIODIVERSIDAD

GRI 4.12, EN11, EN12, EN13, EN14, EN25

Las operaciones de Azteca no tienen impacto significativo sobre la biodiversidad. Sin embargo, nos preocupamos por el cuidado del medio ambiente y los recursos naturales.

¿Qué hicimos?

- Las televisoras locales tienen un programa llamado **Un Nuevo Bosque**, a través del cual se hace **voluntariado y reforestación.**
- Implementamos, en alianza con Fundación Azteca, un programa orientado a sensibilizar acerca del cuidado y conservación de la biodiversidad, involucrando en ello a nuestros empleados, sus familias y la sociedad en general.

30,000 ÁRBOLES SEMBRADOS



En 2014 se sembraron más de 30,000 árboles en los estados de, Nuevo León, Tabasco, Estado de México, Hidalgo, Jalisco y Morelos entre otros.

CONCURSO DE DIBUJO



¡QUE VIVA LA SELVA LACANDONA!

El programa y los resultados se describen en la sección dedicada a Fundación Azteca.

DATOS GENERALES

Los datos del 2014 en materia ambiental para Azteca son los siguientes:

Rubro	Consumo/Generación	Ahorro/Reciclaje
Agua*	78,893 m3	
Papel*		Estimado 90% reciclado
Energía**	72,945 Mwh	12 Gwh
Autoabastecimiento**	16,326 Mwh	
Residuos sólidos*	39 ton. orgánicos 628 ton. inorgánicos	9 ton. de materiales recuperados de electrónicos

* Resultados para edificio corporativo

** Resultados para Azteca

Además de los resultados presentados en la tabla anterior, hemos logrado **reconocimiento nacional** en esta materia. Fuimos invitados a compartir nuestra experiencia y mejores prácticas en diversos foros de eficiencia energética organizados por instituciones como CONUEE, COMPITE, SENER.



ACCIONES Y ALIANZAS

Indicador GRI EN6, EN7, EN26

A mediados de 2008, Grupo Salinas creó un **área especializada en eficiencia energética y sustentabilidad** cuyo objetivo es reducir el impacto ambiental de la compañía, generar una mejora en la gestión energética de la organización y transformar al Grupo en una entidad sustentable, logrando así ser más competitivos en los mercados globales.

» ¿QUIÉNES SOMOS? «

Como parte de un programa marco institucional, Grupo Salinas ha implementado diversas estrategias que buscan de manera ordenada y permanente el **ahorro de energía y el cuidado del medio ambiente**.

En este sentido, nos hemos enfocado en las siguientes líneas de acción:

- Implementación de programas de ahorro de energía y mejora ambiental.

- Campañas de concientización ambiental internas y externas. Capacitación puntual a empleados a través de cursos, talleres y conferencias.

- Monitoreo, seguimiento y control energético.

- Educación y capacitación en temas ambientales y uso eficiente de la energía.

- Implementación de nuevas tecnologías que ayuden al ahorro y eficiencia energética.

- Desarrollo e implementación del Sistema de Indicadores Ejecutivos de Energía (SITEN) que ayuda en la identificación de responsables en las variaciones de demanda eléctrica.

- Creación del “Sello de Ahorro de Energía”, a través de la cual se evalúa y verifica que todos los equipos comprados a proveedores en materia de energía cuenten con las tecnologías más sustentables del mercado.



Cada **mujer**, cada **hombre**, hacemos la diferencia.
¡Ahorremos energía!

CERTIFICACIONES

Durante 2014, se contrató a Moisés Lino, un consultor en **eficiencia energética, energías renovables y cambio climático** quien actuó como perito auditor en la materia para verificar la correcta implementación de los proyectos y los ahorros reportados por la Dirección de Energía y Medio Ambiente.



ASOCIACIONES CON LAS QUE SE RELACIONA

AZTECA

Indicador GRI 4.13



- Cámara de la Industria de la Radio y Televisión (CIRT), asociación que a su vez pertenece al Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM)
- Miembro de la North American Broadcasters Association (NABA) y de Advanced Television Systems Committee (ATSC)
- Miembro de la Media Rating Council (MRC)
- Cuenta con Licencia Ambiental otorgada por la Secretaría del Medio Ambiente del D.F. y con Certificado de Calidad Ambiental otorgado por la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA) en coordinación con la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT).
- Pertenece al Comité de Emisoras de la Bolsa Mexicana de Valores
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV)
- Bolsa Mexicana de Valores (BMV)



- Parte de la Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI)



- Registrada en las Organizaciones de la Sociedad Civil ante el Instituto de Desarrollo Social (INDESOL) la cual depende de la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL)
- Pertenece a la Junta de Asistencia Privada del D.F.



- Parte de la 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.

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

Indicador GRI 2.10

2014

01 IPC SUSTENTABLE DE BOLSA MEXICANA DE VALORES

Por tercer año consecutivo, Azteca forma parte del IPC Sustentable promovido por la Bolsa Mexicana de Valores (BMV).



02 RECONOCIMIENTO INTERNACIONAL MAERSK/DAMCO

Líder mundial en transportación y logística, reconoció internacionalmente a las empresas de Grupo Salinas, por su gran solidez, seriedad y profesionalismo, lo que ha contribuido a consolidar una alianza estratégica de más de 8 años entre las dos firmas.



2013

01 AZTECA COMUNICACIONES COLOMBIA "EVALUEMOS"

Recibió el premio "Evaluemos" en la categoría de Innovación e Implementación del Proyecto TIC, por la instalación de fibra óptica en el país sudamericano.



02 PREMIO DE LA VOZ DEL PÚBLICO

La Academia Kids y Disney Club fueron reconocidos por los Premios Qualitas y el Premio de la Voz del Público, en asociación con A favor de lo Mejor.



03 PREMIO NACIONAL DE LOCUCIÓN

Disney Club ganó el Premio Nacional de Locución.



2012

04 HONOR A QUIEN HONOR MERECE

Jorge Zarza (Noticias), Alfredo Domínguez Muro (Deportes), Ana María Salazar (Proyecto 40) y Neyra Moncayo (Barra de Opinión) fueron galardonados con el premio *Honor a quien Honor Merece*.

01 PREMIO NACIONAL DE AHORRO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

1er lugar en el Premio Nacional de Ahorro de Energía Eléctrica otorgado por el Fideicomiso para el ahorro de energía eléctrica FIDE. Premio que recibe la Compañía desde 2010.



INDICADOR GRI

Indicador GRI 3.12

INDICADOR GRI	NIVEL DE REPORTE	PÁG.
Estrategia y análisis		
1.1	Declaración del máximo responsable, estrategia.	Completo 4-5
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	Completo 4-5
Perfil de la organización		
2.1	Nombre de la organización.	Completo 7-15
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	Completo 7-15
2.3	Estructura operativa de la organización.	Completo 7-15
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	Completo 7-15
2.5	Número de países en los que opera y nombre en los que desarrolla actividades significativas.	Completo 7-15
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	Completo 7-15
2.7	Mercados servidos (desglose geográfico, sectores abastecidos y tipología de clientes).	Completo 7-15
2.8	Dimensiones de la organización (Colaboradores, ventas netas, capitalización total, etc.).	Completo 17
2.9	Cambios significativos, estructura y propiedad de la organización.	Completo 7-15
2.10	Premios y distinciones.	Completo 70-71
Parámetros de la memoria		
Perfil de la memoria		
3.1	Periodo que cubre la memoria.	Completo 19
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente.	Completo 19
3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	Completo 19
3.4	Punto de contacto.	Completo 80
Alcance y Cobertura de la memoria		
3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria (determinación de la materialidad, prioridad de los aspectos, identificación de los grupos de interés).	Completo 19
3.6	Cobertura de la memoria.	Completo 17
3.7	Limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	Completo 17
3.8	Base para incluir información en el caso de negocios conjuntos, filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar negativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	Completo 17
3.9	Técnicas de medición de datos, bases de cálculo, hipótesis y estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria. Motivos para no aplicar los Protocolos de Indicadores GRI, o las discrepancias con respecto a los mismos.	Completo 17
3.10	Descripción del efecto que pueda tener la re-expresión de información perteneciente a memorias anteriores.	Completo 19
3.11	Cambios significativos en el alcance, la cobertura o los métodos de cálculo.	Completo 19

INDICADOR GRI	NIVEL DE REPORTE	PÁG.
Índice de contenido del GRI		
3.12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos de la memoria.	Completo 72-79
Verificación		
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria.	Completo 19
Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés		
Gobierno		
4.1	Estructura de gobierno de la organización.	Completo 20-22, 30-33
4.2	Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	Completo 20-22, 30-33
4.3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria se indicará el número de miembros del máximo gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	Completo 20-22, 30-33
4.4	Mecanismos de los accionistas y colaboradores para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	Completo 20-22
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano y el desempeño de la organización.	Completo 20-22
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	Completo 23-25
4.7	Procedimiento para determinar la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno, para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	Completo 17, 20-22, 30-33, 57
4.8	Declaración de misión y valores desarrollada internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	Completo 23-24, 35
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, social y ambiental, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	Completo 20-22
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial el desarrollo económico, ambiental y social.	Completo 20-22
Compromisos con iniciativas externas		
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un principio de precaución.	Completo 30-31, 55
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	Completo 48-54, 63
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya y esté presente en los órganos de gobierno; participe en proyectos o comités; proporcione una financiación importante que exceda las obligaciones de los socios o tenga consideraciones estratégicas.	Completo 15, 68-69

INDICADOR GRI

INDICADOR GRI		NIVEL DE REPORTE	PÁG.
Participación de los grupos de interés			
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	Completo	25-27
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	Completo	25-27
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	Completo	25-27
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	Completo	25-27
Indicadores del desempeño económico			
Aspecto: Desempeño económico			
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costos de explotación, retribución a colaboradores, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	Completo	17
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	Parcial	55, 57
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	N/D	
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	N/D	
Aspecto: Presencia en el mercado			
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	N/D	
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Completo	55
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de las comunidades donde se desarrollan operaciones significativas.	N/D	
Aspecto: Impactos económicos indirectos			
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	Completo	48-54
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	Completo	4-5, 48-54
Indicadores del desempeño ambiental			
Aspecto: Materiales			
EN1	Materiales utilizados por peso o volumen.	Parcial	57-58
EN2	Porcentaje de los materiales que han sido valorizados.	Parcial	57
Aspecto: Energía			
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	Completo	59
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	Completo	59
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y mejoras en la eficiencia.	Completo	59

INDICADOR GRI		NIVEL DE REPORTE	PÁG.
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables y las reducciones en el consumo de energía resultado de las mismas.	Parcial	55, 65
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	Parcial	65
Aspecto: Agua			
EN8	Captación de agua por fuentes.	Completo	61
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	Completo	61
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	Parcial	61
Aspecto: Biodiversidad			
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	Parcial	63
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	Completo	63
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	Completo	63
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	Completo	63
EN15	Número de especies en extinción incluidas en la lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones de la empresa.	N/D	
Aspecto: Emisiones, vertidos y residuos			
EN16	Emisiones totales directas e indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	Completo	60
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero.	Completo	60
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	Completo	59
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	N/A	
EN20	NOx, SOx y otras emisiones significativas en el aire, por tipo y peso.	N/A	
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	Parcial	61
EN22	Peso total de los residuos generados según tipo y método de tratamiento.	Completo	62
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	N/A	
EN24	Peso total de residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II y III.	Parcial	58-64
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de la biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	Completo	63

INDICADOR GRI

INDICADOR GRI		NIVEL DE REPORTE	PÁG.
Aspecto: Productos y servicios			
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	Parcial	65
EN27	Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	N/D	
Aspecto: Cumplimiento normativo			
EN28	Costo de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Completo	62
Aspecto: Transporte			
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de producto y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	Completo	59
Aspecto: General			
EN30	Desglose por tipo total de gastos e inversiones ambientales.	N/D	
Indicadores del desempeño de Prácticas laborales y ética del trabajo			
Aspecto: Empleo			
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	Completo	36-39
LA2	Número total de colaboradores y rotación media, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	N/D	
LA3	Beneficios sociales para los colaboradores con jornada completa, que no se ofrecen a los colaboradores temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	Completo	38-39, 42-43
LA15	Tasas de reincorporación al trabajo y retenciones después de período maternidad/paternidad, por género.	N/D	
Aspecto: Relaciones empresa/trabajadores			
LA4	Porcentaje de colaboradores cubiertos por un convenio colectivo.	Completo	36
LA5	Período mínimo de preaviso a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	N/D	
Aspecto: Salud y seguridad en el trabajo			
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-colaboradores, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	N/D	
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	N/D	
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	N/D	
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	N/D	
Aspecto: Formación y Educación			
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	Parcial	44-47

INDICADOR GRI		NIVEL DE REPORTE	PÁG.
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	Completo	40, 44-47
LA12	Porcentaje de colaboradores que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	Completo	44-47
Aspecto: Diversidad e igualdad de oportunidades			
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Parcial	32-33, 37-38
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	N/D	
Indicadores del desempeño de Derechos Humanos			
Aspecto: Prácticas de inversión y abastecimiento			
HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	N/D	
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	N/D	
HR3	Total de horas de formación de los colaboradores sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de colaboradores formados.	Completo	30, 44-47
Aspecto: No discriminación			
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	N/D	
Aspecto: Libertad de asociación y convenios colectivos			
HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	N/D	
Aspecto: Explotación infantil			
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	N/D	
Aspecto: Trabajos forzados			
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	N/D	
Aspecto: Prácticas de Seguridad			
HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	N/D	
Aspecto: Derechos de los indígenas			
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	N/D	
HR10	Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y/o valoración de impactos.	N/D	

INDICADOR GRI

INDICADOR GRI		NIVEL DE REPORTE	PÁG.
HR11	Número de quejas relacionadas con los derechos humanos archivadas, direccionadas y resueltas a través de mecanismos formales de quejas.	N/D	
Indicadores del desempeño de Sociedad			
Aspecto: Comunidad			
SO1	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	Parcial	4-5
SO9	Operaciones con impactos negativos potenciales o reales en comunidades locales.	N/A	
SO10	Medidas de prevención y mitigación implementadas en operaciones con impactos negativos potenciales o reales en comunidades locales.	Completo	48-54
Aspecto: Corrupción			
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	N/A	
SO3	Porcentaje de colaboradores formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	Completo	28
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	N/A	
Aspecto: Política Pública			
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en su desarrollo, así como en actividades de "lobbying".	N/D	
SO6	Valor total, por países, de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas.	N/D	
Aspecto: Comportamiento de competencia desleal			
SO7	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	N/D	
Aspecto: Cumplimiento normativo			
SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	N/D	
Indicadores del desempeño de la Responsabilidad sobre productos			
Aspecto: Salud y seguridad del cliente			
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	Parcial	55
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	N/A	

INDICADOR GRI		NIVEL DE REPORTE	PÁG.
Aspecto: Etiquetado de productos y servicios			
PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	Completo	55
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	N/A	
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	Parcial	25-27
Aspecto: Comunicaciones de Marketing			
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	Completo	24
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	N/D	
Aspecto: Privacidad del cliente			
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y fuga de datos personales de clientes.	N/D	
Aspecto: Cumplimiento normativo			
PR9	Costo de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	N/D	

DATOS DE CONTACTO

Indicador GRI 3.4

SR. / MR. BRUNO RANGEL

Director de Relación con Inversionistas y Finanzas de Grupo Salinas
(Director of Investor Relations and Finance of Grupo Salinas)

IDIOMAS (LANGUAGES) - Español, English, Français

EXPERTISE - Relación con Inversionistas (*Investor Relations*), Finanzas (*Finance*),
Gobierno Corporativo (*Corporate Governance*)



+1 52 55 1720 9167



jrangelk@gruposalinas.com.mx

SR. / MR. ROLANDO VILLAREAL

Gerente de Relación con Inversionistas de Grupo Salinas
(Manager of Investor Relations Grupo Salinas)

IDIOMAS (LANGUAGES) - Español, English

EXPERTISE - Relación con Inversionistas (*Investor Relations*), Finanzas (*Finance*), Azteca en Índice de Sustentabilidad (*Grupo Elektra and the Mexican Corporate Sustainability Index*)



+1 52 55 1720 9167



rvillarreal@gruposalinas.com.mx

SRA. / MRS. ADRIANA SALAZAR

Directora de Energía y Medio Ambiente de Grupo Salinas
(Director of Energy and Environment of Grupo Salinas)

IDIOMAS (LANGUAGES) - Español, English

EXPERTISE - Energía (*Energy*), Medio Ambiente (*Environmental Practices*), Mercadotecnia en área Comercial (*Marketing*), Responsabilidad Social (*Social Responsibility*)



+1 52 55 1720 7597



lsalazar@elektra.com.mx





INFORME DE SUSTENTABILIDAD
DE AZTECA 2014

Diseñado por
promoespacio