



Vivir un compromiso

con valor **económico, social y ambiental**

INFORME DE SUSTENTABILIDAD 2015



Contenido

04	Perfil de la organización
08	Carta del Director General
10	Hechos relevantes 2015
12	Sustentabilidad corporativa
13	Modelo de Sustentabilidad
14	Diálogo con grupos de interés
16	Valor económico
17	Asamblea General de Accionistas
20	Gobierno Corporativo
20	Consejo de Administración
24	Consulta y retroalimentación a grupos de interés
24	Equipo directivo
25	Conflicto de intereses
26	Gestión de riesgo y contingencias
27	Ética y transparencia
32	Ciudadanía corporativa
33	Clientes
34	Proveedores
36	Valor social
37	Colaboradores
44	Fundación Azteca
49	Comunidad
50	Valor ambiental
52	Gestión ambiental
52	Materiales
53	Emisiones
54	Agua
54	Energía
55	Residuos
55	Biodiversidad y conciencia ambiental
56	Perfil del informe
57	Materialidad
59	Índice GRI

ESTADOS UNIDOS

México

Canales:



<http://www.aztecatrece.com>



<http://www.azteca7.com>



PROYECTO 40

<http://www.proyecto40.com>

MÉXICO

GUATEMALA

HONDURAS

COLOMBIA

PERÚ

Perfil de la organización

TV Azteca, S.A.B. de C.V., es uno de los dos principales productores de contenido para televisión en español en el mundo. Su sede corporativa está en la Ciudad de México. La empresa cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores con la clave AZTECA CPO y en el mercado español de Latibex con la clave XTZA.

A finales de 2015, la tenencia accionaria de los accionistas de control fue del 64.7% mientras que el 35.3% se encuentra en manos del público inversionista.

Infraestructura:



Operación de canales concesionados desde **346** sitios de transmisión televisiva en México con programación **las 24 horas del día, los siete días de la semana.**



35 estaciones locales que producen más de **27,000** horas de contenido.



Exportación de contenido original a más de **100 países**



111 espacios informativos que abarcan **noticieros matutinos, de mediodía y vespertinos** con información regional.



Alianzas:

Buena Vista

Desde 1998 TV Azteca ha celebrado contratos de licencia exclusiva con Buena Vista International, Inc., una filial de The Walt Disney Company. Esta alianza permite a la empresa transmitir contenido de Buena Vista en los canales que opera.

En 2013 Red Azteca Internacional renovó el contrato celebrado con Buena Vista International, Inc. por un nuevo periodo de cinco años.

Fox



En diciembre de 2009 TV Azteca celebró, a través de su distribuidor de contenidos, un contrato de licencia exclusiva por cinco años con la Twentieth Century Fox International Television, Inc. (Fox). Este acuerdo permite a la empresa transmitir diversos contenidos de Fox, entre ellos películas y series de televisión, como parte de la programación de los canales que opera.

En 2015 el contrato con Fox fue renovado por un nuevo periodo de cinco años.

Sony



En diciembre de 2009 TV Azteca celebró, a través de una de sus subsidiarias, un contrato de licencia exclusiva por cuatro años con CPT Holdings, Inc. (Sony). Este acuerdo permite a la empresa transmitir diversos contenidos de Sony, entre ellos películas y series de televisión, como parte de la programación de los canales que opera.

En 2014 el contrato con Sony fue renovado por un nuevo periodo de cinco años.

Azteca America*

Cadena en Estados Unidos con cobertura en 67 mercados que concentran el 88% de la población hispanoamericana.



<http://www.aztecaamerica.com>

Azteca Comunicaciones Colombia

En noviembre de 2011 el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia adjudicó a TV Azteca el Proyecto Nacional de Fibra Óptica, cuyo objetivo fue el despliegue de fibra óptica para conectar más de 700 municipios de este país.



<http://aztecomunicaciones.com>

El monto de la adjudicación del proyecto fue de \$415 mil millones de pesos colombianos. La compañía ahora desarrolla, opera, mantiene y gestiona los servicios de la red de fibra óptica.

Azteca Comunicaciones Perú

En junio de 2014 se establecieron las bases para el diseño, financiamiento, operación y mantenimiento de aproximadamente 13,400 km de red de fibra óptica. La red conectará 339 centros poblacionales.



<http://aztecomunicaciones.com>

Al cierre del 2015 se habían concluido las primeras dos fases del proyecto de la Red Dorsal Nacional de Fibra Óptica. La fecha del término de ejecución de obra se tiene prevista para junio de 2016.

Azteca Guatemala y Azteca Honduras

TV Azteca opera canales de televisión abierta en estos países, donde lleva programación de éxito y óptima calidad, que incluye transmisiones producidas en México, contenido adquirido y producción local de noticias y deportes.



<http://www.azteca.com.gt>



<http://www.azteca.com.hn>

*Azteca International Corporation (AIC)





Carta del Director General

TV Azteca se encuentra en proceso de renovar su enfoque estratégico para generar mayor valor económico, social y ambiental a través de sus actividades de producción, distribución de contenidos y comercialización de espacios publicitarios.

Desde el punto de vista económico, hay un énfasis renovado en la generación de contenidos competitivos que cautiven audiencias y anunciantes, que compitan con éxito creciente y resulten en un posicionamiento superior para la empresa en el mercado de medios en México. TV Azteca es uno de los dos mayores productores de programación para televisión en español en el mundo. En 2015 se produjeron más de 20,000 horas de contenidos de óptima calidad y se comenzó el desarrollo de formatos innovadores dirigidos al extenso mercado que abarca la televisión abierta. En conjunto con alternativas de máxima eficiencia en la producción, este esfuerzo se traducirá en una mayor generación de efectivo y una mejora gradual en la estructura de capital de TV Azteca.

Respecto al valor social de la empresa, en 2015 se generaron cerca de 6,000 empleos directos dentro de un esquema de impulso al bienestar de las familias de los colaboradores. Además a través de Fundación Azteca y otros programas se promovieron iniciativas a favor de la salud, la alimentación, la educación y el medio ambiente.

Entre las iniciativas sociales se encuentran:

- **Limpiemos Nuestro México.** El movimiento de limpieza más grande del país que tiene como objetivo sensibilizar a la comunidad sobre el problema de los desechos. En 2015 este programa reunió a 8.8 millones de voluntarios para recoger y separar 50 mil toneladas de basura.
- **Orquesta Sinfónica Esperanza Azteca.** Iniciativa que promueve a través de la música, valores como la disciplina, la excelencia y el trabajo en equipo. En 2015 Esperanza Azteca integró una red de 82 orquestas sinfónicas en México, El Salvador y Estados Unidos, que beneficia a más de 16,000 niños y jóvenes de escasos recursos.
- **Juguetería.** Es la campaña de recolección de juguetes más grande del mundo. En 2015 se recibieron y distribuyeron más de 16 millones de regalos a niños necesitados el Día de Reyes.
- **Plantel Azteca.** Este programa brinda educación secundaria y de bachillerato de calidad, con valores y excelencia técnica, a 2,500 alumnos de bajos recursos con desempeño académico sobresaliente. Todos los alumnos del programa han sido becados.
- **Kybernus.** Esta iniciativa busca formar liderazgos políticos y sociales para generar un mejor porvenir a través de una cultura basada en valores. Actualmente Kybernus cuenta con 1,230 participantes.
- **La Ciudad de las Ideas.** Este evento reúne en la ciudad de Puebla a decenas de mentes brillantes de talla internacional para discutir conceptos y temas de vanguardia con los miles de asistentes.
- **Caminos de la Libertad.** Iniciativa que a través de concursos, ensayos y otras actividades invita a la reflexión sobre el valor que tiene la libertad.
- **Fomento Cultural Grupo Salinas.** Conjunto de actividades que buscan promover la preservación del patrimonio cultural de México y difundir la creación artística, la historia, la identidad y los valores nacionales.

En el aspecto ambiental, TV Azteca busca mejorar el cuidado del entorno y promover el uso racional de los recursos naturales en su cadena de valor. En conjunto con las demás compañías de Grupo Salinas, TV Azteca tiene un firme compromiso con el medio ambiente y busca que el desarrollo económico avance a la par de la protección al entorno, promoviendo así mayores niveles de prosperidad y calidad de vida.

De 2009 a la fecha, las iniciativas sustentables que las compañías de Grupo Salinas han implementado en sus operaciones han logrado ahorrar 367 GWh de energía, lo que representa haber dejado de emitir 195,721 toneladas de dióxido de carbono. Este ahorro equivale a la energía consumida por 213,994 hogares durante un año, o al efecto de 978,606 árboles plantados.

TV Azteca contribuye decididamente al bienestar de las comunidades donde opera y cuenta con un sólido posicionamiento para continuar sus actividades con un desempeño sobresaliente en la generación de valor económico, social y ambiental. De esta manera generará progreso e impulsará la calidad de vida de millones de familias en 2016.

Benjamín Salinas Sada
Director General de TV Azteca

Hechos relevantes 2015

Económicos

	2014	2015
Ventas netas	\$12,921	\$12,859
Utilidad de operación	\$2,671	\$595
Activo total	\$36,874	\$35,983
Pasivo total	\$24,723	\$27,468
Capital contable	\$12,150	\$8,515
Anticipos de anunciantes	\$5,344	\$6,859
Inversión en capital	\$932	\$1,128

Valor económico generado*		Valor económico distribuido*		Valor económico retenido*	
2014	2015	2014	2015	2014	2015
\$12,921	\$12,859	\$9,150	\$10,325	\$3,771	\$2,534
Cambio: 0%		Cambio: 13%		Cambio: -33%	

* Cifras en millones de pesos



Benjamín Salinas Sada es nombrado

Director General
de TV Azteca.



TV Azteca

se **reinventa** y apuesta por **nuevos contenidos** de calidad y actualidad.

En 2015 **los ingresos** de TV Azteca fueron de

\$12,859
millones de pesos.

El **valor distribuido de la empresa**, que representa los recursos económicos entregados como costos y gastos **totalizó \$10,325 millones de pesos**; 13% más que en 2014.

Sociales



5,931

empleados en 6 países de América.



\$522

millones de pesos recaudados y distribuidos para la generación de valor social a través de **Fundación Azteca en México**.

Ambientales

En 2015 se logró reducir:



16%
las **emisiones de CO_{2e}**
(7,175 Toneladas de CO_{2e})



1.5%
el consumo de **agua**
(1,210 m³)



24%
de la **energía** consumida en 2015 por TV Azteca provino de **fuentes renovables**.



La **inversión ambiental** de TV Azteca totalizó **\$2 millones de pesos** en 2015





Sustentabilidad corporativa

2015 fue un año de cambios y consolidación de esfuerzos, en el que TV Azteca renovó la estrategia de generación de valor para sus grupos de interés y sus herramientas para la creación de valor económico, social y ambiental. Con ello se impulsó el fortalecimiento del modelo de sustentabilidad de la empresa, que constituye su marco normativo y de gestión.

Modelo de Sustentabilidad

El modelo de sustentabilidad corporativa de TV Azteca es una valiosa herramienta de comunicación para que todos los colaboradores conozcan y comprendan su papel como parte de la gestión sustentable del negocio. En este sentido, se ha consolidado al interior de la institución un mecanismo de coordinación de sustentabilidad, que depende directamente del área de Relación con Inversionistas de Grupo Salinas. Dicha área es la encargada de gestionar la información referente a la sustentabilidad de las empresas del Grupo y de alinear los proyectos de TV Azteca con el objetivo común de crear valor y prosperidad para nuestros grupos de interés.



Diálogo con grupos de interés

De acuerdo con la metodología del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión 4.0, TV Azteca ha renovado el listado de sus grupos de interés y, gracias a la información recabada para el proceso de elaboración del Informe de Sustentabilidad 2015, ha actualizado las expectativas de cada una de sus audiencias y los mecanismos disponibles para dar respuesta a las mismas.

En el siguiente cuadro se resaltan los medios de comunicación más relevantes de TV Azteca con sus grupos de interés y la frecuencia de contacto, evidenciando así la relevancia que tiene para la empresa mantener una comunicación abierta y fluida en pro de la mejora continua de sus procesos y sustentabilidad.

Grupo de interés	Medio de contacto	Frecuencia	Expectativas	Respuestas 2015
Audiencias	<ul style="list-style-type: none"> • Canales de televisión • Páginas de internet • Redes sociales • Correo: contacto@tvazteca.com • Defensor de la audiencia de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) 	<ul style="list-style-type: none"> • Continua 	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con contenidos innovadores de acuerdo a las características de los diferentes segmentos de audiencia, respetando la regulación de la industria, los valores institucionales y los derechos de quienes siguen a la televisora. 	<ul style="list-style-type: none"> • Código de autorregulación • Comité de Ética • Programas de carácter social (A quien corresponda y Lo que llamamos las mujeres)
Autoridades	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones • Correos • Página de internet de relación con inversionistas 	<ul style="list-style-type: none"> • Continua 	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento de la legislación aplicable. • Cooperación con autoridades. 	<ul style="list-style-type: none"> • Envío de información y reuniones con autoridades • No se reporta ninguna multa o sanción significativa por parte de autoridades.
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones • Visitas a foros y estudios • Encuesta a clientes • Servicio al cliente a través de la página de internet 	<ul style="list-style-type: none"> • Continua 	<ul style="list-style-type: none"> • Programación de interés para las audiencias que constituyen el mercado objetivo de los anunciantes, en congruencia con los valores de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • 74% de los anunciantes y el 100% de las agencias que tienen relación con TV Azteca fueron sondeados en cuanto a su satisfacción con los servicios y atención prestada.
Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> • Portales internos • Honestel • Identifica, Recomienda y Mejora (IRM) • Buzón Cuéntanos • Revistas internas • Redes sociales • Pantallas internas • Comunicación impresa • Wallpaper y protector de pantalla • Correo Familia Socios • Mensajes en celular 	<ul style="list-style-type: none"> • Continua 	<ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer a los empleados un ambiente propicio para la realización de su trabajo, reconocer su labor y brindarles iniciativas de desarrollo integral que les permitan el desarrollo personal y profesional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Consolidación del Área de Bienestar, encargada de velar por mejores condiciones laborales para los colaboradores.
Competidores	<ul style="list-style-type: none"> • Canales de televisión • Sitios de internet • Redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> • Continua 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia bajo la normativa aplicable. 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación con participantes del gremio.
Comunidad	<ul style="list-style-type: none"> • Iniciativas sociales • Redes sociales • Sitios de internet • Correo: contacto@tvazteca.com 	<ul style="list-style-type: none"> • Continua 	<ul style="list-style-type: none"> • Generar valor económico, social y ambiental en las comunidades en donde opera la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de empleo. • Respeto y cuidado del medio ambiente. • Desarrollo de programas sociales que fomentan la libertad, igualdad de oportunidades y liderazgo para la creación de un mejor futuro.
Inversionistas	<ul style="list-style-type: none"> • Asambleas de accionistas • Reportes a autoridades y Bolsa Mexicana de Valores • Informes financieros • Reuniones con inversionistas • Sitio web de inversionistas • Comunicados de prensa • Brochure corporativo¹ 	<ul style="list-style-type: none"> • Trimestral y anual • Continua • Periódica 	<ul style="list-style-type: none"> • Recibir información oportuna y clara de la situación financiera y las expectativas de la compañía. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generar información en tiempo y forma que permita conocer los riesgos y perspectivas de la empresa.
Líderes de opinión	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicados de prensa • Conferencias de prensa • Blogs 	<ul style="list-style-type: none"> • Continua 	<ul style="list-style-type: none"> • Difusión de información sobre los resultados operativos, sociales, ambientales de la organización y su accionista mayoritario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión constante de comunicados y eventos.
Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC's)	Fundación Azteca: <ul style="list-style-type: none"> • Teléfono: (55)1720-4900 • Correo: fundacionazteca@gruposalinas.com.mx • Página de internet: http://www.fundacionazteca.org/ 	<ul style="list-style-type: none"> • Continua 	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar y promover las causas que las organizaciones lideran a favor del desarrollo social de la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Recaudación y canalización de más de 500 millones de pesos para programas sociales en 2015.
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Reuniones • Portal de Internet: https://proveedores.gruposalinas.com 	<ul style="list-style-type: none"> • Continua 	<ul style="list-style-type: none"> • Consolidación de relaciones comerciales de largo plazo y mutuo beneficio. 	<ul style="list-style-type: none"> • Licitación • Evaluación técnica y financiera • Certificación «Círculo de proveedores» • Auditorías aleatorias a proveedores • Retroalimentación del área

¹ <http://www.gruposalinas.com.mx/documents/es/Grupo-Salinas-es.pdf>

Valor Económico

La estrategia de creación de valor económico en TV Azteca está alineada a la producción de contenidos innovadores y de vanguardia que cautiven a los televidentes y den respuestas a las necesidades de los anunciantes, entregando a la sociedad entretenimiento e información de clase mundial. Esta estrategia se define, en primera instancia, por los accionistas y Gobierno Corporativo de la empresa.



Hechos relevantes



Renovación del Código de Ética para Consejeros y todo personal relacionado con TV Azteca.



36%

de los Consejeros son **independientes**.



Nombramiento de

Benjamín Salinas Sada como **Director General de la empresa.** **Esteban Galindez Aguirre** como **Director General de Finanzas.**

Retos 2016

- Fortalecer la **rentabilidad** y el **flujo de efectivo** de la compañía.

Asamblea General de Accionistas

Las Asambleas de Accionistas podrán ser Generales o Especiales. Las Asambleas Generales podrán ser Ordinarias o Extraordinarias. Las Asambleas Generales Extraordinarias son aquellas convocadas para considerar aspectos como:

- Reforma a los Estatutos Sociales.
- Liquidación fusión y transformación de una clase de sociedad a otra.
- Considerar la cancelación de las acciones de inscripción de TV Azteca.
- Convenir en la amortización de acciones con utilidades distribuibles.



Información relevante

Código de Ética

(<http://www.irtvazteca.com/es/codigo-de-etica>)

Informe Anual Financiero

(<http://www.irtvazteca.com/Documents/es/Downloads/TV-Azteca-Informe-Anual-2015.pdf>)

Decálogo de los proveedores

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

El resto de las 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 particular de acciones y están sujetas a las disposiciones aplicables a las Asambleas Generales Extraordinarias.

Las convocatorias de las Asambleas de Accionistas deben ser publicadas en el periódico oficial del domicilio social o en uno de los diarios de mayor circulación de dicho domicilio con al menos 15 días de anticipación a la fecha de la Asamblea de Accionistas*:

Derechos de los accionistas

Las acciones de la Serie «A» son las únicas acciones que gozan de derecho de voto pleno, mientras que las acciones de las Series «D-A» y «D-L» tienen derechos de voto limitado en los siguientes asuntos:

- Prórroga de la duración de TV Azteca después de junio de 2092.
- Disolución anticipada de TV Azteca.
- Cambio de objeto social de la compañía.
- Cambio de nacionalidad de TV Azteca.
- La transformación de TV Azteca de una clase de sociedad a otra.
- Fusión con otra sociedad.
- Cancelación del registro de las Acciones «D-A» y Acciones «D-L» en el Registro Nacional de Valores (RNV) y en las bolsas de valores donde éstas se encuentren listadas.

Las Acciones «D-A» y las Acciones «D-L» se convertirán en Acciones «A» y Acciones «L» respectivamente en agosto de 2017.

* Para más información, consulta: <http://www.irtvazteca.com/es/asamblea-de-accionistas>

Las acciones de la **Serie «A»** gozan de derecho de **voto pleno**.

Dividendos

Los dividendos de la empresa se declaran en el segundo trimestre de cada ejercicio social con base en los estados financieros auditados de TV Azteca para el ejercicio social anterior, los cuales toman en consideración, entre otras variables, los resultados de operaciones, la situación financiera, los requerimientos de capital y las condiciones generales de operación de TV Azteca.

De acuerdo con los Estatutos Sociales de TV Azteca y la Ley General de Sociedades Mercantiles (LGSM) mexicana, las utilidades brutas de TV Azteca se aplican de la siguiente manera*:

La aprobación, monto y pago de dividendos se determinan por mayoría de votos de los tenedores de las Acciones serie «A» y, en general, pero no necesariamente, con la recomendación del Consejo.

Ejercicio	Pesos/Acción D-A	Pesos/Acción D-L	Fecha de pago
2015	0.00399	0.00399	31/05/2016

* Para más información, consulta: <http://www.irtvazteca.com/es/dividendos>

La **aprobación, monto y pago de dividendos** se determinan por **mayoría de votos** de los tenedores de las **Acciones serie «A»**.

Gobierno Corporativo

El **Gobierno Corporativo** de TV Azteca está compuesto por un **comprometido equipo directivo** y un **experimentado Consejo de Administración** que en conjunto dan **soporte** a la **visión** de la empresa.

Consejo de Administración

La industria de medios de comunicación, de la que forma parte TV Azteca, se transforma con rapidez. Por ello, contar con un Consejo de Administración que conjugue conocimiento, experiencia, sentido de actualidad y visión, es un aspecto fundamental para garantizar la sustentabilidad de la organización.

Integración del Consejo

El Consejo de Administración de TV Azteca está compuesto por once consejeros, de los cuales cuatro son consejeros independientes (36%)*:

Consejo de Administración TV Azteca 2015

Cargo	Nombre	Tipo Consejero	Miembro desde	Edad
Presidente del Consejo	Ricardo B. Salinas Pliego	Relacionado	1993	60
Consejero	Pedro Padilla Longoria	Relacionado	1993	50
Consejero	Guillermo Salinas Pliego	Relacionado	1993	56
Consejero	Mario San Román Flores	Relacionado	2004	57
Consejero	Luis Jorge Echarte Fernández	Relacionado	2003	71
Consejero	Joaquín Arrangoiz Orvañanos	Relacionado	2008	59
Consejero	Francisco X. Borrego Hinojosa Linage	Relacionado	2004	51
Consejero	Francisco Javier Murguía Díaz	Independiente	2004	76
Consejero	Sergio Manuel Gutiérrez Muguerza	Independiente	2000	64
Consejero	Ignacio Cobián Villegas	Independiente	2006	61
Consejero	José Ignacio Sánchez Conde	Independiente	2010	64

* Para más información, consulta el Informe a Bolsa en: <http://www.irtvazteca.com/es/informes-anuales> y <http://www.irtvazteca.com/es/consejo-de-administracion>

Funciones del Consejo

El Consejo de Administración de TV Azteca tiene las siguientes funciones y facultades:

- Establecer las estrategias generales para la conducción de la compañía y personas morales que ésta controle.
- Vigilar la gestión de la sociedad y de las personas morales que ésta controle, considerando la relevancia que tengan estas últimas en la situación financiera, administrativa y jurídica de la compañía, así como el desempeño de los directivos relevantes.
- Nombrar, elegir y destituir al director general de la sociedad.
- Aprobar, previa opinión del Comité de Auditoría, transacciones relevantes, la remoción o nombramiento de personal clave.
- Presentar a la Asamblea General de Accionistas que se celebre con motivo del cierre del ejercicio social los informes que establece la Ley del Mercado de Valores (LMV) y la Ley General de Sociedades Mercantiles (LGSM).
- Dar seguimiento a los principales riesgos a los que está expuesta la sociedad y las personas morales que ésta controle, identificados con base en la información presentada por el Comité de Auditoría, el director general y la persona moral que proporcione los servicios de auditoría externa, así como a los sistemas de contabilidad, control interno y auditoría interna, registros, archivo o información de éstas y aquella, lo que se podrá llevar a cabo por conducto del Comité de Auditoría.
- Las demás que la Ley Mexicana de Valores establezca o se prevean en los Estatutos Sociales de la sociedad.

El **Consejo de Administración** da **seguimiento** a los principales **riesgos** a los que está expuesta TV Azteca y las **personas morales** que ésta controla.

Selección de consejeros

Los Estatutos Sociales de TV Azteca establecen que el Consejo de Administración será electo por los tenedores de las acciones de la empresa de acuerdo con el siguiente esquema:

- Los tenedores de las Acciones de la serie «A» tendrán derecho a elegir por lo menos al 60% de los miembros del Consejo de Administración.
- Cada tenedor de por lo menos el 10% del capital social con derecho a voto limitado de TV Azteca (Acciones «D-A», 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.

Todos los miembros del Consejo de Administración prestan sus servicios por un periodo de un año, dicho periodo se renueva en cada asamblea. Los miembros del Consejo fueron ratificados en sus nombramientos durante la Asamblea General Anual de Accionistas celebrada el 29 de abril de 2015.

Comité de Auditoría

El Comité de Auditoría está encabezado por tres consejeros independientes. En 2015 el Comité de Auditoría tuvo tres reuniones, en ellas fueron tratados los siguientes temas:

- Recomendaciones al Consejo de Administración con respecto a las transacciones con partes relacionadas.
- Revisión y fortalecimiento de procesos para asegurar que la información contable y financiera sea útil, oportuna y confiable.

Entre las responsabilidades más importantes del Comité de Auditoría se encuentran:

- Opinar sobre todas las operaciones que deban ser aprobadas por el Consejo de Administración, siempre que las mismas tengan un valor igual o mayor al 5% de los activos consolidados de TV Azteca con base en cifras correspondientes al trimestre inmediato anterior.

- Proponer la contratación de expertos independientes en aquellos casos en que lo juzgue conveniente, a fin de que éstos expresen su opinión respecto a las operaciones que deban ser aprobadas por el Consejo de Administración, siempre que las mismas tengan un valor igual o mayor al 5% de los activos consolidados de TV Azteca.
- Remitir al Director Jurídico de TV Azteca cualquier procedimiento legal que haya sido iniciado en contra de empleados de TV Azteca, del cual se tenga conocimiento.
- Recomendar al Consejo de Administración el nombramiento, compensación y retención de un despacho contable, así como vigilar su actuación y establecer procedimientos para resolver cualquier posible disputa entre el Consejo de Administración y los auditores externos de TV Azteca sobre la preparación de los estados financieros de la empresa.
- Informar al Consejo de Administración de las irregularidades relevantes detectadas con motivo del ejercicio de sus funciones y, en su caso, de las acciones correctivas adoptadas.
- Vigilar que el Director General dé cumplimiento a los acuerdos de las Asambleas de Accionistas y del Consejo de Administración conforme a las instrucciones que, en su caso, dicte la propia Asamblea o el referido Consejo.
- Preparar un informe anual sobre sus funciones, el cual deberá ser entregado al Consejo de Administración y repartido entre los accionistas de TV Azteca durante la Asamblea General Anual Ordinaria de Accionistas.

El Comité de Auditoría de TV Azteca que conforme a sus estatutos sociales también desarrolla actividades de prácticas societarias, cuenta con un experto financiero, el cual es el señor Sergio Gutiérrez Muguerza quien se desempeña como consejero independiente del Consejo de Administración y Presidente del Comité de Auditoría.

Los miembros independientes del Comité de Auditoría son:

Nombre	Tipo Consejero	Miembro desde	Edad
Francisco Javier Murguía Díaz	Independiente	2004	76
Sergio Manuel Gutiérrez Muguerza	Independiente	2000	64
Ignacio Cobián Villegas	Independiente	2006	61

El **Comité de Auditoría** de TV Azteca también **desarrolla** actividades de **prácticas societarias**.

El señor **Sergio Gutiérrez Muguerza**, miembro independiente del Consejo de Administración de TV Azteca **es también** **Presidente del Comité de Auditoría**.

Por medio de **reuniones periódicas** se hace el **monitoreo** de las **acciones más relevantes** de las áreas, y el **seguimiento de los objetivos** trazados por el Consejo.

Consulta y retroalimentación de grupos de interés

El Consejo de Administración y la Dirección General llevan a cabo reuniones periódicas para enlazar las necesidades y expectativas de los diversos grupos de interés con el Consejo de Administración de la empresa. Estas reuniones sirven para discutir y aportar ideas sobre la visión, misión, propósito y valores del negocio, así como sobre la creación y actualización de las políticas y estrategias que rigen las actividades de todas las áreas de la empresa.

Las reuniones de consulta contemplan el monitoreo y evaluación de las acciones más relevantes de todas las áreas, así como el seguimiento de objetivos y metas trazados por el Consejo de Administración. Los resultados del cumplimiento a los tiempos y proyectos específicos son asentados en actas de sesiones.

Equipo directivo

El equipo directivo de TV Azteca combina experiencia y juventud en beneficio de la sustentabilidad del negocio. En 2015 Benjamín Salinas Sada sustituyó a Mario San Román como Director General de la compañía. A la fecha, nuestro equipo directivo está integrado por*:

Equipo Directivo 2015

Ricardo B. Salinas Pliego	Presidente del Consejo
Benjamín Salinas Sada	Director General
Manuel Abud	Director General de Azteca America
Esteban Galíndez Aguirre	Director General de Finanzas
Carlos Díaz Alonso	Director General de Ventas
Joaquín Arrangoiz Orvañanos	Codirector General de Ventas
Rafael Rodríguez Sánchez	Director Jurídico

* Para más información consulta: <http://www.irtvazteca.com/es/equipo-directivo>

TV Azteca cuenta con un **experimentado y comprometido** equipo directivo.

Conflicto de intereses

Para TV Azteca existe un conflicto de interés cuando:

- Se presenta una causa, hecho o situación de carácter personal que interfiera en cualquier forma con la obtención del mayor beneficio de la compañía.
- Se tiene un interés que dificulta realizar el trabajo de forma objetiva.
- Los directivos o ejecutivos relevantes reciben beneficios personales impropios como resultado de su posición en la compañía.
- Por cualquier causa, el interés personal se sobrepone al interés de la compañía.

En caso de que alguno de los directivos o ejecutivos se encuentre bajo un conflicto de interés, deberán excusarse de cualquier toma de decisión referente a la situación de conflicto y deberá dar aviso de forma inmediata a su superior jerárquico a fin de que éste último sea quien tome la decisión que más beneficie a la compañía.

Los miembros del Consejo de Administración tienen una responsabilidad especial frente a la compañía y sus accionistas. Para evitar conflictos de interés cada consejero deberá informar al resto del Consejo sobre cualquier interés personal involucrado en las transacciones consideradas por el Consejo. En este caso, el consejero en cuestión deberá excusarse de tomar cualquier decisión en la materia. Cualquier descubrimiento de un conflicto de interés potencial debe ser notificado de manera oportuna al Consejo de Administración.





Los riesgos pueden ser de 3 tipos:

- **Financiero**
- **Legal**
- **Operativo**

Gestión del riesgo y contingencias

Para TV Azteca la administración de riesgos es un factor clave para garantizar la permanencia y el éxito del negocio. Por ello mantiene un esquema de administración integral de los riesgos que incluye una amplia cobertura de las eventualidades y contingencias que pueden afectar la continuidad de su operación, amparando a sus recursos humanos, tecnológicos, materiales y financieros, y prestando atención a la responsabilidad derivada del cuidado y seguridad de la señal transmitida.

La gestión de riesgos incluye aquellos de carácter financiero, legal y operativo, cuyo detalle puede consultarse en el Informe anual de la empresa. La prevención de la materialización de los riesgos está respaldada por el Gobierno Corporativo de TV Azteca, su Área de Control Interno, y un estricto sistema de seguridad y respaldo de información. Además de estos mecanismos, la empresa sostiene un diálogo abierto con todos los grupos de interés para ofrecer respuestas proactivas ante cualquier eventualidad interna —ligada a la operación de la empresa— o externa —ligada al entorno económico, natural o sociopolítico de los países donde opera.

Ética y transparencia



Desde su fundación, **TV Azteca estableció un proyecto de comunicación** basado en la **ética universal** y en **nuestros valores y tradiciones**. Se fijó como **objetivo fundamental** la **producción de los mejores contenidos de habla hispana del mundo**, no sólo para entretener e informar, sino para **formar a la sociedad**.



Ricardo B. Salinas
Código ético para la autorregulación

Comité de Ética

El Comité de Ética de TV Azteca fue creado en 1997 a la par del Código de ética para la autorregulación. Ambos instrumentos conforman un sistema de control para hacer extensiva, uniforme y ágil la responsabilidad que TV Azteca y sus empleados tienen sobre la regulación de sus contenidos y la preservación del derecho de todos los mexicanos a la libre expresión y a la información.

Con base en el Código de ética para la autorregulación*, el Comité de Ética evalúa los contenidos de la programación de manera continua y emite recomendaciones para mantenerlos alineados con la ética de la empresa y los lineamientos de las autoridades. Por otra parte, el Comité desempeña una labor interna de formación en materia de autorregulación y valores éticos.

Como parte de sus procesos de alineación ética, TV Azteca ofrece capacitación en el Código de Ética al 100% del personal de la empresa. La capacitación, en conjunto con procesos de inducción a los valores éticos del medio, asegura que los colaboradores cuenten con las condiciones y capacidades necesarias para guiar con convicción ética los contenidos de la programación y sus actividades profesionales.



100%

de los colaboradores reciben capacitación en el Código de Ética de TV Azteca.

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



El Comité de Ética trabaja a partir de la premisa de que TV Azteca es un invitado en los hogares de los televidentes y, como tal, procura respetar los valores, lenguaje, cultura, diversidad e ideologías de las personas sin importar su ubicación y condición social. Por ello se presta especial atención a que la programación corresponda con los horarios establecidos para sus públicos según su contenido.

Actualmente el Comité de Ética es presidido por Jorge Garralda y está integrado por miembros de la sociedad civil cuyo campo de experiencia va desde los deportes, las noticias y la programación hasta la asesoría externa y religiosa, lo cual genera valor en beneficio de la pluralidad de perspectivas que alimenta los juicios emitidos sobre la programación.

Los programas producidos por TV Azteca son vigilados las 24 horas del día a través del Área de Auditoría en Pantalla. Además de esta evaluación, cada integrante del Comité tiene asignado un horario para verificar que los contenidos emitidos se mantengan alineados con el Código de ética para la autorregulación.

Una vez por semana, el Comité se reúne para analizar y evaluar los reportes entregados por los responsables de cada horario, a fin de emitir recomendaciones dirigidas a elevar la calidad de la programación y establecer los criterios para su seguimiento. Es importante aclarar que el Comité de Ética sólo emite una opinión, y no tiene la capacidad para autorizar o desautorizar los contenidos evaluados.

El Consejo de autorregulación de la Cámara de la Industria de Radio y Televisión y la asociación A favor de lo mejor han reconocido la creación del primer sistema de autorregulación de la televisión mexicana por el Comité de ética de TV Azteca.

Existen cuatro tipos de reportes:

- Reporte de cada miembro del Comité. Evalúa los programas al aire que le fueron asignados.
- Reporte de lectura de guiones de telenovelas y programas unitarios. Se lleva a cabo antes de la grabación.
- Reporte del Comité de Ética. Mejor conocido como «semáforo», señala las violaciones al Código de ética para la autorregulación, así como los aciertos de los productores en la materia.
- Reportes especiales. Son enviados al Director General de TV Azteca cuando un programa ha acumulado tres «semáforos rojos».

En 2015 el principal logro del Comité fue haber evaluado la programación en pantalla 24 horas al día. Se elaboraron 120 reportes semanales sobre las telenovelas y unitarios, lo que dio como resultado la emisión de 45 «semáforos». El principal reto del Comité de Ética es acompañar el proceso creativo de la empresa generando conciencia de que la ética no es un impedimento para la creatividad.

Gestión y desarrollo de contenidos

La capacidad de TV Azteca para proporcionar una mezcla diversa de programación de calidad para todos los niveles socioeconómicos ha sido, y seguirá siendo, una variable relevante para su sustentabilidad. Esta capacidad se nutre del conocimiento y entendimiento del público televidente, lo que a su vez es el principal valor agregado que la empresa ofrece a sus clientes (anunciantes).

Por la importancia que tienen para nutrir la gestión y el desarrollo de los contenidos, TV Azteca recupera y analiza las opiniones y percepciones de las audiencias a través de redes sociales, correos electrónicos, estudios de percepción, encuestas, foros de discusión, páginas web, etc. Estos canales permiten a la empresa recoger el sentir del público respecto a su programación.

En 2015, con el objetivo de ser la televisora con mayor interacción con sus seguidores en redes sociales, TV Azteca diseñó y gestionó contenido digital exclusivo enfocado en la audiencia de cada uno de sus programas. Los canales con mayor impacto fueron: Twitter, Facebook e Instagram, que en conjunto totalizaron 44,806,950 seguidores al cierre del año.

Por otra parte, los televidentes, a través del defensor de la audiencia de la CIRT, pueden expresar su opinión de aceptación o rechazo a la programación. Para evitar cualquier disputa, los contenidos de TV Azteca están alineados con los criterios de clasificación de contenidos de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), los cuales se exponen al inicio de cada programa en una cortinilla que da aviso de la clasificación del programa y el público al que está dirigido. Como complemento a esta práctica, los conductores de noticiarios y programas televisivos previenen a la audiencia en los casos en que imágenes fuertes aparezcan en pantalla.

En 2015 TV Azteca forma parte del pacto propuesto por ONU Mujeres, cuyo objetivo es aumentar la representación femenina tanto en la elaboración como en los contenidos de noticias.



Total:

44,806,950

seguidores en Twitter, Facebook e Instagram en 2015.

@Azteca

<https://www.facebook.com/azteca>

<https://www.instagram.com/azteca>





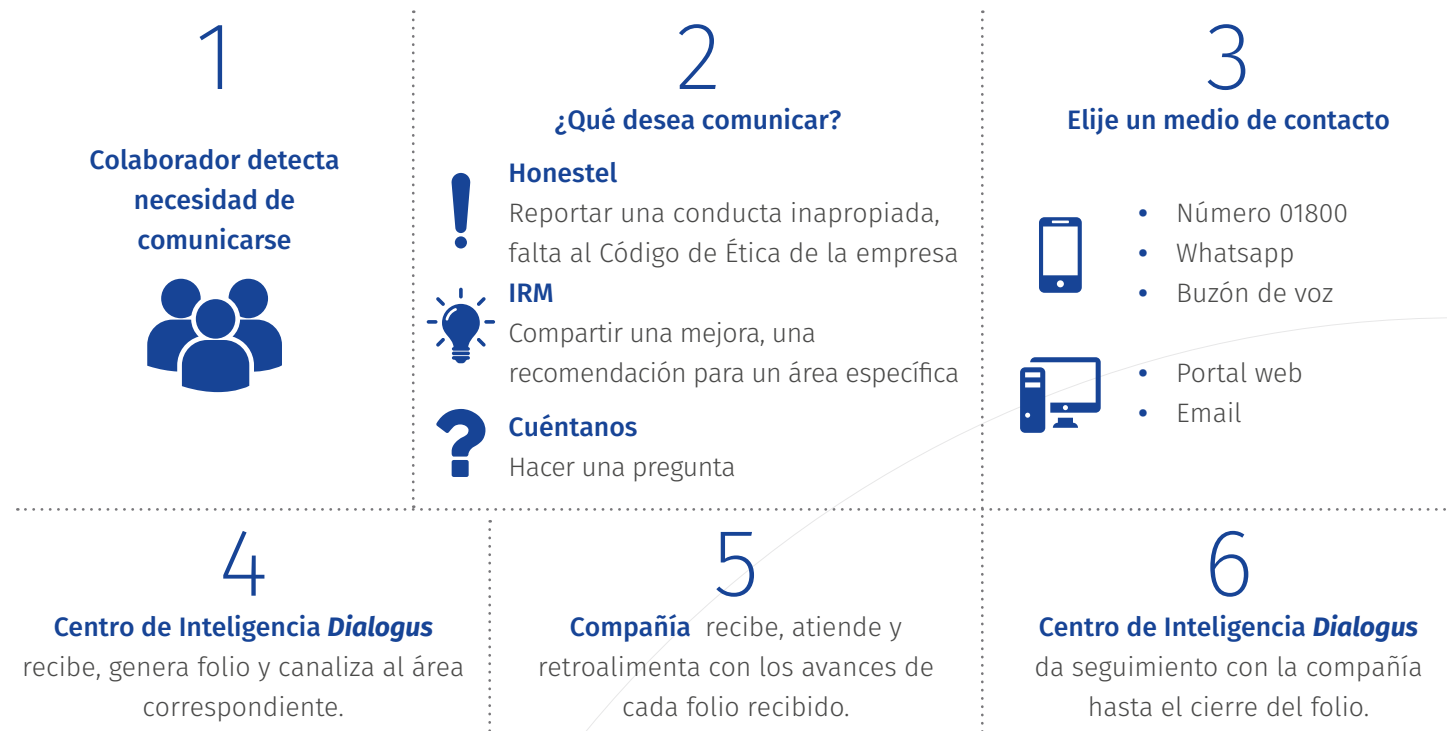
Honestidad

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

Como parte del esfuerzo por promover la honestidad al interior de la empresa, TV Azteca ha puesto a disposición de consejeros, directivos y empleados diversas herramientas de comunicación (escucha y diálogo), asesoramiento ético y denuncia respaldadas en el Código de Ética que permiten preservar entre sus colaboradores los criterios éticos y de honestidad que rigen a la institución. Los medios disponibles son:

- **Honestel.** Medio de denuncia. Da la oportunidad de interponer quejas y denuncias de cualquier índole, con carácter confidencial.
- **Identifica, Recomienda y Mejora (IRM).** Medio de asesoramiento técnico. Fue creado con el propósito de contribuir de manera positiva en las conductas éticas de los colaboradores y la mejora del clima laboral.
- **Cuéntanos.** Medio de escucha y diálogo. Es un canal interno en el que los colaboradores tienen la libertad de compartir cualquier tema.

Todos los medios cuentan con diversos puntos de contacto y se encuentran disponibles las 24 horas del día, los 365 días del año. El siguiente gráfico muestra el proceso de atención al usuario y el ciclo de retroalimentación/respuesta a su solicitud:



Como centro de denuncias, Honestel integra y presenta reportes a las partes implicadas antes de detonar un proceso de investigación, e informa sus hallazgos mediante actas para sancionar la falta cometida y dar cierre a la denuncia. Por su parte, IRM y Cuéntanos remiten los casos a las áreas de Evaluación de Proyectos y Recursos Humanos, respectivamente.

En 2015 se recibieron 140 denuncias a través de Honestel y se llevaron a cabo 122 investigaciones. Cuéntanos recibió 277 comentarios e IRM recibió ocho ideas de mejora.

Honestel TV Azteca			
Negocio	Correo electrónico	Formato electrónico	Teléfono y buzón de voz
Azteca	84	40	16
Total			140
Investigaciones			122
Casos confirmados			55%

IRM TV Azteca		Cuéntanos TV Azteca		
Negocio	Correo electrónico	Negocio	Correo electrónico	Formato electrónico
Azteca	8	Azteca	39	238

Con el fin de que estas herramientas sean del conocimiento y dominio de todo el personal de TV Azteca y Grupo Salinas se brinda una capacitación en línea de 15 minutos sobre su uso. A la par de la capacitación sobre el manejo de estas herramientas, los colaboradores también recibieron formación sobre los valores y la visión de Grupo Salinas.

Durante el año, **59,415 colaboradores** de Grupo Salinas recibieron ambas capacitaciones, con lo cual se totalizaron **14,853 horas de formación.**

Ser **honestos** es ser **leales e íntegros.**

Valores institucionales

- Honestidad
- Ejecución
- Inteligencia
- Excelencia
- Generosidad
- Enfoque al cliente
- Trabajo en equipo
- Aprendizaje
- Rápido y simple

<http://www.gruposalinas.com.mx/es/valores>

Ciudadanía corporativa

TV Azteca, comprometida con el desarrollo ético y sustentable de la industria del entretenimiento en cada uno de los países donde opera, forma parte de diversas asociaciones que promueven la integridad y la sana competencia a favor de las personas, las empresas y la comunidad a nivel nacional e internacional. Entre dichas asociaciones destacan:

Estados Unidos

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

México

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

Perú

- Asociación Peruana de Recursos Humanos (Aperhu)

TV Azteca es parte de **nueve asociaciones** en **tres países diferentes**.

Clientes

Conocer los niveles de satisfacción de los clientes (anunciantes) de TV Azteca es el primer paso para brindarles un mejor servicio. Por ello, en 2015, con el apoyo de un despacho interno del Grupo Salinas, se implementó un Índice de Promotores Netos como herramienta para medir la satisfacción y lealtad de los clientes de la empresa. Se aplicaron 600 encuestas a los principales anunciantes y se identificaron las áreas de oportunidad en los procesos de cara al cliente, así como en la oferta, contenido e integración de productos para clientes nacionales y locales.

Resultados relevantes en ventas nacionales

En 2015 se llevó a cabo un proceso de entrevistas con 50 importantes clientes de TV Azteca para obtener su percepción frente a los servicios prestados. El proceso contempló 275 contactos, 57 entrevistas con anunciantes y 218 presentaciones a representantes de agencias publicitarias. Estos números representan una porción relevante de los anunciantes y el 100% de las agencias que tienen relación con la empresa.

Resultados relevantes en ventas locales

En 2015 se llevaron a cabo pláticas con propietarios, agencias y representantes de 302 empresas de 20 televisoras locales de TV Azteca.

La medición arrojó buenos resultados en la atención cercana al cliente por parte de los ejecutivos de TV Azteca, la disponibilidad y apertura en las propuestas y durante la negociación, la variedad de opciones de medios y promoción, y las tarifas competitivas. Aun así, existen diversas áreas de oportunidad en el servicio al cliente y los productos que TV Azteca ofrece.

En respuesta a estos resultados, los gerentes y ejecutivos de cada local han tenido un acercamiento con los anunciantes para tratar las necesidades particulares detectadas durante las entrevistas.

En 2015 se llevó a cabo un proceso de **entrevistas con 50 importantes clientes** de TV Azteca.





Proveedores

Por medio del programa interno “Círculo de Proveedores” se evalúa, entre otros temas, el compromiso social y ambiental de la cadena de proveedores.

La cadena de suministro de TV Azteca es una pieza clave de la generación de valor a los grupos de interés. Por su importancia, la empresa cuenta con una Central de Compras cuya función es optimizar y desarrollar relaciones de confianza y mutuo beneficio con proveedores a través de políticas institucionales y manuales de procesos que garantizan la transparencia en la contratación.

El proceso de contratación de proveedores contempla su selección mediante la licitación de un producto o servicio. La calificación obtenida es resultado de una evaluación técnica y una evaluación económica. Cada parte es ponderada y sus alcances se establecen en el documento RFx (Request for Proposal / Quotation), el cual se entrega a los interesados al inicio del proceso.

Todos los proveedores de TV Azteca realizan un proceso de certificación por medio del programa interno «Círculo de Proveedores». Este proceso conlleva el análisis y la validación de diversos aspectos referentes a los productos y servicios contratados. Entre los aspectos más relevantes se encuentran:

- Situación legal
- Situación fiscal
- Situación crediticia
- Actividad económica
- Operación
- Finanzas
- Ubicación
- Imagen comercial
- Calidad
- Compromiso social y ambiental

En 2015 ningún proveedor de TV Azteca reportó riesgos o impactos significativos en la vulneración de los derechos humanos, trabajo forzado infantil, daños al medio ambiente o corrupción en la cadena de suministro de la empresa.

TV Azteca cuenta con un convenio de colaboración con la Asociación de Normalización y Certificación del Sector Eléctrico (ANCE) para garantizar que sus equipos energéticos son los más eficientes del mercado. Gracias a este mecanismo ANCE certifica y avala el consumo eléctrico de la empresa.

Sello de Energía: Es una política interna que asegura que los equipos adquiridos por TV Azteca cumplen no sólo con los criterios técnicos-económicos de la empresa, sino con **altos estándares de eficiencia energética en la cadena de valor.**



Grupo Salinas privilegia el comercio local como herramienta para el impulso de la economía del país. Las empresas cuentan con

1,233

proveedores, de los cuales sólo tres (0.2%) son de origen extranjero*.

Cadena de Suministro



* Se considera proveedor extranjero a todos aquellos que facturan por fuera del país origen de la solicitud.

Valor Social

El principio rector de TV Azteca para la generación de valor social es la potencialización de las capacidades de las personas y la sociedad. Por ello la empresa identifica, reconoce y retiene el talento de sus colaboradores, además de impulsar iniciativas que mejoran la salud, la alimentación, la educación y el medio ambiente, a través de Fundación Azteca. De igual forma, fomenta el progreso, conocimiento, libertad y liderazgo con programas como: Caminos de la Libertad, Kybernus y La Ciudad de las Ideas.



Hechos relevantes



Consolidación
de la **Dirección Corporativa de Bienestar**.



5,931
empleados, **33% mujeres**.



15,642
horas de capacitación técnica para
351 personas*.

87%

13%

Colaboradores

Al cierre de 2015 TV Azteca contaba con el talento y trabajo de **5,931 personas**, 4% menos que en 2014. El **67% del personal era masculino** y el **33% era femenino**.



Información relevante

www.fundacionazteca.org
www.kybernus.org
www.caminosdelalibertad.com
www.ciudaddelasideas.com



67%
hombres



33%
mujeres



779

personas contratadas en 2015.



56%

de las posiciones fue ocupado por hombres.



41%

de los nuevos puestos se asignó a cargos de producción.

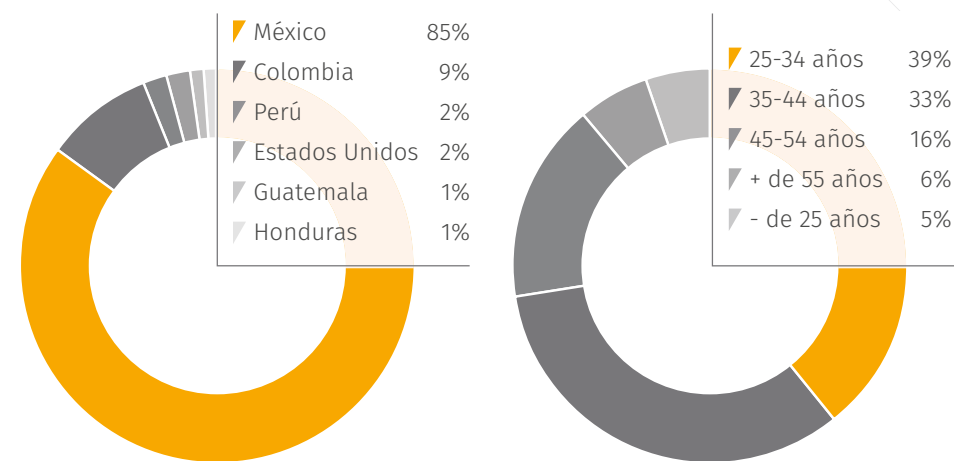


27%

de las nuevas contrataciones fueron de tipo independiente (contratos temporales).

México representa el 85% del total de la fuerza laboral de TV Azteca. El personal con rango de edad entre los 25 y 34 años compone el 39% de la plantilla de trabajadores, seguido por el grupo de 35 a 44 años de edad, que conforma el 33% del total de colaboradores.

Distribución de colaboradores por país y por rango de edad



El 73% de los contratos de trabajo de TV Azteca son a término fijo y el 27% restante tiene un carácter temporal. El 12% del personal que presta servicios de forma permanente está representado por el sindicato televisivo, y un número menor de colaboradores está 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 TV Azteca y sus empleados sindicalizados están sujetos a una renegociación anual.

El 49% del personal de TV Azteca lleva a cabo labores operativas y administrativas (2,931 personas), el 6% desempeña actividades gerenciales y ejecutivas, mientras que 508 colaboradores trabajaban en ventas.

Capacitación

La capacitación de los colaboradores de TV Azteca es un elemento importante para el desarrollo de la empresa, pues permite la consecución de los objetivos de negocio en armonía con el desarrollo personal y grupal de los trabajadores.

En México, Honduras y Guatemala, TV Azteca ofrece servicios de capacitación técnica para que todos los colaboradores que así lo requieran reciban formación sobre el uso de equipos y procesos técnicos para su mejor desempeño.

Grupo Salinas, por medio del Centro de Diseño Instruccional (CDI), pone a disposición de TV Azteca una plataforma de formación en línea, con cursos y materiales didácticos para que sus colaboradores conozcan la normativa y técnicas aplicables a sus funciones, además de herramientas para su desarrollo personal y profesional.



Ejemplo de la capacitación normativa que ofreció el CDI durante 2015 fue el curso e-learning (15 minutos de duración) sobre seguridad de la información, el cual explica las funciones del Despacho de Seguridad de la Información y en donde participaron

59,415

personas de todo Grupo Salinas.



En 2015 el esquema de formación técnica de TV Azteca totalizó


15,642

horas de capacitación para

de las cuales



351
personas



87%

fueron **hombres**



13%

fueron **mujeres**

El promedio de horas de capacitación fue de



67

horas por colaboradora



41

horas por colaborador

En Colombia y Perú, TV Azteca promedió



6.4

horas de capacitación



6.2

horas de capacitación

Mientras que en Estados Unidos se ofrecieron **cursos semanales de inglés** en grupos de



5 a 7

personas.



Ejemplo de la formación para el desarrollo personal y profesional fueron los **cursos e-learning** (15 minutos de duración) de **coaching, equipos de alto desempeño y liderazgo** en donde participaron

24,000

colaboradores del Grupo Salinas.



Bienestar y prestaciones

Con la **consolidación del Área Corporativa de Bienestar**, las empresas de Grupo Salinas buscan **alinear sus políticas y prácticas** con el **desarrollo integral de sus colaboradores**. Se busca no sólo cumplir con las prestaciones sociales de ley, sino **brindar herramientas** que **impulsen el equilibrio** entre la **vida familiar y laboral**, el deporte, **hábitos de vida sana y manejo de estrés** que **permitan a los colaboradores** de Grupo Salinas **brindar lo mejor de sí**.

TV Azteca reconoce que su desempeño depende de la calidad de vida de sus colaboradores dentro y fuera de las instalaciones de la empresa. Por ello se impulsan programas y actividades como:



Equilibrio entre Vida Familiar y Laboral

<p>Apoyo a la mujer</p>	<p>Mensualmente se envían tips relacionados con el embarazo a las colaboradoras en éste estado y al final de este periodo se les da un obsequio útil</p> <p>Lactario: se brinda a las madres un lugar con todas las comodidades para continuar el proceso de lactancia en armonía con sus actividades laborales.</p>
<p>Celebraciones</p>	<p>Día del niño: 3,000 boletos gratis para Six Flags y kits a los colaboradores y sus hijos</p> <p>Día de las madres: 600 regalos</p> <p>Día del Padre: 1,200 papás participaron en campaña de reconocimiento</p> <p>Día de la Mujer: Se realizaron actividades y conferencias relacionadas con la importancia de las mujeres, 50% de las colaboradoras de TV Azteca participaron</p> <p>Peregrinación Azteca: Siguiendo la tradición mexicana, cada año los colaboradores de TV Azteca realizan una peregrinación a la Basílica de Guadalupe</p>

Bienestar



Salud y Vida Sana

<p>Apoyo a padres</p>	<p>Curso de Verano y Cuenta Cuentos en las instalaciones de TV Azteca Ajusco, alrededor de 240 hijos de colaboradores participaron en esta última actividad en 2015</p>
<p>Semana de la Salud</p>	<p>Estudios y tratamientos gratuitos para 200 colaboradores, quienes dieron seguimiento a su programa de salud personal</p>
<p>Reto de la Salud</p>	<p>Más de 200 colaboradores en programa para pérdida de peso</p>



Deporte

<p>Torneos internos: boliche, basquetbol, tocho bandera, tenis de mesa y ajedrez</p>	<p>1,300 colaboradores participantes</p>
<p>Copa Socios Futbol 7</p>	<p>Con la participación de 1,700 colaboradores se conformaron 125 equipos en 22 sedes a lo largo la República Mexicana</p>



Estrés

<p>Actívate</p>	<p>Clases gratuitas de kick boxing, zumba y yoga</p>
<p>Proyección de películas</p>	<p>Viernes</p>



En 2015 se celebraron los primeros

22 años

de TV Azteca en conjunto con todos los colaboradores, **reforzando así la integración, orgullo e identidad** hacia la empresa.

A nivel de salarios, TV Azteca brinda compensaciones competitivas dentro el gremio y en cada uno de los países en los que opera, lo que aunado a un variado esquema de beneficios permite mantener la motivación y compromiso del personal.

Seguimiento y desarrollo de talento

El 100% de los empleados de TV Azteca recibe una Evaluación de Desempeño que permite al área de Recursos Humanos y al jefe inmediato identificar a su Talento Clave y realizar mejoras en su área y planes de crecimiento.

El **Centro de Transformación Organizacional** continúa su **proceso de revisión y renovación** de la **estructura y operación** de **todas las empresas de Grupo Salinas** en **búsqueda** de la **generación de sinergias** que permitan el **óptimo desempeño** de sus **colaboradores**.



Los resultados e iniciativas más relevantes del año fueron:

Orquestas Sinfónicas Esperanza Azteca

Las Orquestas Sinfónicas Esperanza Azteca son un proyecto musical para niñas, niños y jóvenes de escasos recursos de entre 5 y 17 años de edad. Su objetivo es formar mejores seres humanos a través de la música.



Se integraron
82

orquestas sinfónicas y coros, 79 en la República Mexicana, **dos** en El Salvador y **una** en Estados Unidos.



Se apoyó a más de
16,000

niños, 1,300 maestros, sus familias y comunidades.



4 horas

diarias de educación musical de calidad, de lunes a viernes, por alumno



379

conciertos en diversas localidades de México.



fundación azteca

Fundación Azteca

Promueve acciones transparentes y concretas para **transformar** a México y a **todos los países donde operan** TV Azteca y las empresas de Grupo Salinas.



En 2015 la **inversión social** ejecutada por la Fundación ascendió a

\$522

millones de pesos.

A lo largo de los años Fundación Azteca ha tocado y mejorado la vida de miles de personas a través de programas que atienden los problemas sociales más apremiantes de la comunidad, entre ellos: salud, nutrición, educación, proyectos productivos y protección al medio ambiente.

- <http://www.fundacionazteca.org>
- <http://esperanzaazteca.com>
- <http://www.azteca7.com/jugueton>
- <http://www.fundacionazteca.org/selvalacandona>
- <http://www.limpiemosnuestromexico.com>
- <http://movimientoazteca.org>
- <http://www.aztecatrece.com/vive>

Plantel Azteca

Plantel Azteca es la única escuela mixta privada en México que beca a todos sus alumnos de nivel secundaria y bachillerato. Este programa ofrece a jóvenes de bajos recursos una educación de calidad, con valores y excelencia académica.



plantel azteca

Los resultados de 2015 son:



2,500

alumnos beneficiados.



Manejo de
huertos ecológicos.



Jornada de
vida sana: salud, nutrición y sexualidad.



Participación de los equipos de **Plantel Azteca** en competencias de **robótica y emprendimiento.**



AMUN

evento educativo que incluye a los estudiantes en **dinámicas similares a las de la ONU** (negociación, globalización, oratoria, diplomacia).



Limpiemos Nuestro México

Limpiemos Nuestro México es una campaña de acción, educación y conciencia ambiental que enfatiza las tres erres más uno (3R's+1):

Reduce, Reutiliza, Recicla y... Recoge



En el año, **8,871,481 personas**, organizadas en más de **190 mil brigadas**, recogieron más de

50 mil
toneladas de basura.

¡Que viva la Selva Lacandona!

A través del concurso de dibujo ¡Qué viva la Selva Lacandona! y de diversos proyectos productivos para evitar la tala, quema y devastación de esta área natural, más de 500 niños se han convertido en embajadores de la Selva Lacandona. Los resultados de 2015 son:

- 40 mil niños** de todo el país enviaron su dibujo.
- Los 32 ganadores** (uno por cada estado de la República) viajaron a la **Selva Lacandona**.
- Exposición de fotografía en las rejas del **Bosque de Chapultepec** para sensibilizar a la población sobre la importancia de **preservar la Selva Lacandona**.

Modelo de Aprendizaje Colaborativo

Esta iniciativa busca adaptar el modelo pedagógico Escuela Nueva al contexto educativo de Puebla y demostrar que su aplicación genera mejoras sustanciales en la calidad de la educación básica. En 2015 el programa abarcó más de:

20 mil
alumnos.

900
maestros.

200
escuelas.

(multigrado, básicas, indígenas, telesecundarias y de organización completa).

Juguetón

Desde 1996, cada fin de año **TV Azteca invita a la sociedad civil, empresas e instituciones a donar juguetes para regalarlos a niños en condiciones de vulnerabilidad. El Juguetón es la campaña de recolección y distribución de juguetes más grande del mundo.**

Movimiento Azteca

Movimiento Azteca es una campaña de corresponsabilidad social y ambiental que canaliza las aportaciones de la sociedad en apoyo a diversas organizaciones sociales.

Los principales logros de 2015 fueron:

44,100
mujeres de escasos recursos recibieron **mastografías gratuitas**.

6,300
recién nacidos recibieron **tratamiento preventivo** contra enfermedades que provocan discapacidad.

227,600
madres informadas sobre los beneficios de la **lactancia materna**.

32,160
perros y gatos esterilizados para evitar que el sufrimiento de animales abandonados se reproduzca en las calles.

80
nuevas ambulancias para la Cruz Roja Mexicana.

37
causas apoyadas en todo México.



En 2015 el **Juguetón** benefició a

16,372,842

niños y niñas, y brindó apoyo a **623** instituciones de la sociedad civil.

A lo largo de su historia, Movimiento Azteca ha **apoyado a más de 330 organizaciones** y a más de **1.5 millones de personas**.



Donativo Hormiga

Este programa de la Red Social Azteca otorga apoyo en especie a distintas asociaciones civiles para equipar sus instalaciones y facilitar su labor social.



En 2015 se llevaron a cabo

22 giras

VIVE en México, Guatemala y El Salvador, y se apoyó a

45,700

personas en comunidades, escuelas y vía telefónica con información sobre los temas del programa.

VIVE

El proyecto VIVE ofrece a la sociedad información oportuna para elegir de manera consciente llevar una vida sana, sin adicciones y libre de conductas antisociales. A través de campañas televisivas y conferencias, VIVE ha interactuado con más de 560 mil personas y grupos vulnerables de México, Estados Unidos y Centroamérica.

Robótica

TV Azteca impulsa el interés por la ciencia y la tecnología a través del apoyo a múltiples concursos y campeonatos locales e internacionales de robótica donde niños y jóvenes aprenden de forma lúdica guiados por expertos.

En 2015 este programa contó con la participación de **2,500 personas**.



En 2015 el **Donativo Hormiga** entregó más de

1,500

artículos electrodomésticos, de línea blanca, mobiliario y equipo de cómputo a 98 instituciones de 19 estados del país.

Comunidad

TV Azteca, participa en iniciativas que **promueven la libertad** para generar mayor prosperidad, **liderazgo positivo e innovación**. Los programas clave que guían este esfuerzo son:

Kybernus

Es la iniciativa de creación de valor social de Grupo Salinas que busca construir, en coordinación con organizaciones públicas, privadas y sociales que compartan el objetivo de lograr un mejor porvenir para todos, una cultura de liderazgo con valores. Kybernus tiene como propósito establecer en cada estado de la República Mexicana un sistema para la detección, formación e impulso de liderazgos políticos y sociales a través de espacios de colaboración creativa que conjunten intereses comunes para lograr resultados colectivos y construir redes de colaboración.

La Ciudad de las Ideas

Más de cinco mil espectadores se dieron cita en el Auditorio Metropolitano de la ciudad de Puebla para escuchar ideas, pensamientos y conceptos brillantes en temas que van desde la ciencia, la tecnología, el arte, el diseño, la política hasta la cultura, la educación y el entretenimiento**. What's the point? fue el concepto rector de este festival que invitó a los ponentes y a la audiencia a reflexionar acerca del porqué de sus acciones. Un momento relevante del evento fue el debate sobre la legalización de las drogas en el que participaron personalidades del ámbito político y social de talla internacional.

Caminos de la Libertad

Con la finalidad de impulsar la reflexión sobre el valor de la libertad, Grupo Salinas apoya a la asociación Caminos de la Libertad en su trabajo a favor del desarrollo del individuo y la sociedad. En 2015 esta iniciativa impartió ocho cursos, conferencias y seminarios, así como tres coloquios y congresos alrededor del tema de la libertad. En mayo de 2015 se llevó a cabo la premiación del sexto concurso Caminos de la Libertad para jóvenes. Al concurso se presentaron trabajos de 20 países distintos.

Como complemento a estos programas, TV Azteca **impulsa** las actividades de **Fomento Cultural Grupo Salinas**, las cuales buscan **apoyar la preservación del patrimonio cultural de México y difundir la creación artística, la historia, la identidad y los valores nacionales**.



Al cierre de 2015 **Kybernus** contaba con

1,230

participantes en **28 estados** del país, **72% más que el año anterior**.

En el período se realizaron

84


eventos, divididos en **63 talleres*** y **21 conferencias**.

* Cuatro talleres se llevaron a cabo por primera vez: Seguridad Nacional, Derechos Humanos, Comunicación Política y Sensibilización sobre la Discapacidad.

** El evento contó con la presencia de 60 conferencistas, científicos, humanistas y líderes de opinión.



Hechos relevantes


24%

del consumo de energía provino de **fuentes renovables (eólica)**



Se renovó el **Certificado de Calidad Ambiental** de la **Procuraduría Federal de Protección al Ambiente** y el **Certificado de Cumplimiento Ambiental** de la **Secretaría de Medio Ambiente del Gobierno del Distrito Federal** para Grupo Salinas.



La inversión aproximada de TV Azteca para la **protección del medio ambiente** en 2015 fue de

\$2 millones de pesos.



La reducción en el consumo de energía de 2015, frente al año anterior, alcanzó

1.5 GWh

lo que representó un ahorro de **2.1 millones de pesos** y evitó la emisión de

798

toneladas de CO_{2e}. Estas cifras equivalen a la energía consumida por **873 casas durante un año.**

Un Nuevo Bosque, es un proyecto de TV Azteca que inició en julio de 2002 y que en los últimos 13 años ha permitido plantar más de

1.5 

millones de árboles en **300 reforestaciones** con la participación de **150,000 personas** en **33 ciudades** de todo México.

Retos 2016

- **Generar mayor conciencia ambiental** en el ámbito de influencia de TV Azteca y **respaldar** este **esfuerzo** a través de **políticas** más estrictas de **control interno**.
- **Contabilizar el ahorro de energía** logrado en TV Azteca por el **cambio de tecnología análoga a digital**.

Valor Ambiental

Gestión ambiental

TV Azteca es una empresa comprometida con el bienestar de las comunidades donde opera y la protección del entorno, por lo que ha implementado iniciativas que buscan el desarrollo sostenible de la empresa. Para alcanzar este objetivo, Grupo Salinas creó en 2008 un área especializada en eficiencia energética y sustentabilidad cuya meta es reducir el impacto ambiental de la compañía, generar una mejora en la gestión de recursos de la organización con el fin de fortalecer su competitividad mediante una mayor sustentabilidad en todas sus empresas.

La Dirección de Energía y Medio Ambiente elabora las estrategias de eficiencia en el uso de recursos y mitigación del impacto ambiental. Las iniciativas abanderadas por la Dirección promueven en los colaboradores la generación de una conciencia ambiental enfocada en la eficiencia energética, la adecuada gestión de los desechos, el bajo consumo de agua y la reducción de las emisiones.

Como complemento a las iniciativas antes mencionadas, la Dirección de Energía y Medio Ambiente a través de los portales internos de la empresa pone al alcance de los colaboradores de TV Azteca consejos para ayudar a la conservación del medio ambiente, resaltando los días internacionales del cuidado de la Tierra, el Agua y el Medio Ambiente.

En 2015 no se reportaron multas o sanciones de carácter ambiental, tampoco se detectaron riesgos ambientales significativos dentro de la cadena de suministro de TV Azteca como parte del proceso de certificación anual de proveedores.

Materiales

Los principales insumos para la operación de TV Azteca son: papel, tóner, madera para escenarios, equipos electrónicos para la distribución de señal y baterías. Cada uno de ellos cuenta con estrategias y lineamientos de uso para ser aprovechados al máximo durante su vida útil. Esta política se complementa con el reciclaje y la reutilización de los materiales que lo permiten.

Emisiones

En 2015 se calcularon las emisiones con alcance nacional bajo la Ley de Cambio Climático de México, a fin de hacer el debido reporte en la Cédula de Operación Anual según el Registro Nacional de Emisiones.

Las emisiones indirectas de TV Azteca están relacionadas con la producción de energía eléctrica adquirida. La cuantificación se hizo a partir de los factores de conversión publicados por el Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático (IPCC).

Desde que en 2008 se llevó a cabo la medición de la línea base de consumo energético y emisiones de Grupo Salinas, se estableció la meta de reducción para Grupo de 200,000 toneladas de CO_{2e} para 2021. La siguiente tabla refleja el avance alcanzado a la fecha:

Emisiones evitadas de Grupo Salinas*

Año	Emisiones evitadas acumuladas (Toneladas CO ₂)	Porcentaje respecto a la meta
2012	75,922	38%
2013	107,378	54%
2014	137,944	69%
2015	172,443	86%

Nota: 7,219 toneladas de CO_{2e} por reducción y 27,280 toneladas de CO_{2e} provenientes de energías renovables.

* Las empresas del Grupo que se incluyen en este cálculo son: TV Azteca, Grupo Elektra, Banco Azteca, Salinas & Rocha e Italika.



El total de **emisiones de Gases de Efecto Invernadero** (GEI) en TV Azteca durante 2015 fue de

39,216

toneladas de CO_{2e}, lo que representa una disminución de **16% en las emisiones respecto al año anterior**, cuando alcanzaron las **46,636 toneladas de CO_{2e}**.

El total de **emisiones directas de GEI** fue de

9,431

toneladas de CO_{2e}, mientras que el total de **emisiones indirectas** fue de

29,785

toneladas de CO_{2e}.



En 2015 el **consumo total de agua** de TV Azteca fue de

77,683 m³

De esta cifra el **86%** corresponde al **consumo de agua en corporativos** y el **14% restante al consumo por geografía**.

En comparación con 2014, cuando se consumieron **78,893 m³ de agua**, 2015 representó un ahorro de **1,210 m³** en el **consumo de agua** de la empresa.

Agua

Toda el agua utilizada por TV Azteca se obtiene a través de proveedores del servicio municipal. Los servicios municipales se rigen por la Ley de Aguas Nacionales, la cual establece que la captación de las diversas fuentes debe ser balanceada para mantener el equilibrio hidrológico y evitar que una fuente de agua en particular se vea afectada por la captación de la misma.

Por el tipo de actividades comerciales de TV Azteca no existen procesos de producción que generen residuos tóxicos más allá de los desechos en áreas domiciliarias. Ninguna descarga de agua afecta de manera directa a la biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados y todas las descargas se liberan a través de la infraestructura municipal de alcantarillado.

Aunque actualmente TV Azteca no cuenta con programas específicos para el reciclaje y la reutilización de agua, la empresa sostiene campañas para la concientización en el uso y cuidado de la misma, las cuales impactan de forma positiva en el ahorro y manejo del recurso.

Energía

TV Azteca se esfuerza por mejorar la eficiencia energética de sus operaciones en todos los niveles de negocio; desde los edificios corporativos hasta las instalaciones en geografía de la empresa. De esta manera se contribuye al cuidado del medio ambiente y a la lucha contra el cambio climático y el agotamiento de combustibles fósiles.

Consumo por tipo de combustible 2015



Gasolina consumida por vehículos utilitarios

3,962,957
litros



Como parte de nuestra operación utilizamos **gas LP** para el funcionamiento del comedor de empleados

22,690
litros



Utilizamos **diesel** para el arranque y operación de plantas de emergencia

98,607
litros



En 2015 se consumió un **total de energía** de

87 GWh

El **24% provino de fuentes renovables** (21 GWh de energía eólica) y **el 76% restante de energía eléctrica** (65 GWh proveniente de la Comisión Federal de Electricidad).

Residuos

La mayor parte de los residuos que se generan en TV Azteca son catalogados como no peligrosos.

Biodiversidad y conciencia ambiental

Las operaciones y la ubicación de las instalaciones de TV Azteca no tienen un impacto significativo en la biodiversidad del medio. Sin embargo, como ciudadano corporativo responsable, TV Azteca reconoce su papel en la generación de una conciencia ambiental, por lo que patrocina y difunde diversos programas y campañas a favor de la consolidación de la conciencia ambiental de la sociedad. En 2015 las actividades más relevantes en la materia fueron:

- En conjunto con la Secretaría de Energía se realizó un cortometraje para sensibilizar a la población sobre el uso eficiente de energía en sus hogares, el cual fue proyectado entre el 24 y el 28 de julio de 2015 en salas de cine (Cinépolis) impactando a 1,256,428 personas.
- Capacitaciones multimedia para colaboradores. El portal interno cuenta con 2 videos tutoriales, "Ahorro de energía" y "Buenas prácticas de ahorro de energía" en los cuales se explica la importancia del ahorro de energía y cómo ponerlo en práctica; en conjunto han tenido 93,000 visitas.
- Curso multimedia interactivo para sensibilizar a 26 mil colaboradores de Grupo Salinas sobre el uso eficiente de energía, separación de recursos y ahorro de agua.



En 2015 el total de **residuos generados** llegó a las

1,462

toneladas, de las cuales el **98% corresponde a residuos no peligrosos** y el **2% restante a residuos peligrosos***.

El total de **residuos no peligrosos** equivale a

1,433

toneladas, de las cuales **85% corresponde al corporativo** y el **15% restante a las instalaciones en geografía****.

* Los residuos peligrosos son tratados bajo la normatividad aplicable.

** El cálculo de los residuos generados en la geografía se hace a partir de estadísticas, mientras que en el corporativo se mantiene un control detallado con proveedores.

Este año TV Azteca participó en el Mexico Energy Summit 2015 como parte del panel «Meeting Mexico's Energy Challenges», el cual estuvo enfocado en la importancia de la innovación tecnológica para la generación y el uso de energía. También formó parte de la Cumbre de Negocios Verdes 2015 del Instituto Global para la Sostenibilidad en calidad de socio mediático, evento de punta en sustentabilidad corporativa a nivel latinoamericano que reúne a empresas nacionales y multinacionales líderes en el desarrollo de productos, tecnologías o sistemas innovadores para aprovechar la transición hacia economías bajas en carbono como una oportunidad de generar ventajas competitivas.





Perfil del Informe

Por cuarto año consecutivo se adoptó la metodología del Global Reporting Initiative (GRI) para la elaboración del Informe Anual de Sustentabilidad de TV Azteca. En 2015 se tuvo en cuenta la versión GRI 4.0 en su opción de conformidad esencial.

Todas las entidades que conforman TV Azteca están integradas en esta memoria, por lo tanto, las acciones y asuntos materiales que aquí se describen componen los hechos y desafíos más relevantes en términos de sustentabilidad para la compañía en los seis países donde tuvo operación en el año reportado (enero a diciembre de 2015). La periodicidad de elaboración de los informes es anual. El informe anterior fue publicado en mayo de 2015.

El informe no cuenta con verificación externa. Sin embargo, todas las cifras y datos relevantes están alineados al Informe Anual Financiero, que cuenta con revisión independiente y es público a todos los grupos de interés de la empresa. Adicionalmente el informe es revisado y aprobado para su publicación por el área de Relación con Inversionistas de Grupo Salinas.

La participación de los grupos de interés en la elaboración de la memoria y el estudio de materialidad se llevó a cabo a través de herramientas y medios de comunicación internos con los que TV Azteca reúne las opiniones, expectativas y necesidades de cada una de sus audiencias. Estas herramientas se describen a profundidad en la matriz de grupos de interés del presente informe. (p. 14-15)

Materialidad

Para TV Azteca conocer los asuntos materiales de la empresa es relevante ya que le permite rectificar de forma continua el rumbo de su estrategia de sustentabilidad. En 2015 dicha estrategia fue reconfigurada bajo el modelo de sustentabilidad de la organización.

Con el apoyo de un consultor externo fue desarrollado un profundo estudio de materialidad, del cual este informe es resultado. El proceso de trabajo consistió en las siguientes etapas:



Identificación

A través de entrevistas con ejecutivos y directivos de áreas claves, fueron identificados los asuntos relevantes para la empresa. Durante el proceso se consultó y tuvo en consideración la Guía GRI y los indicadores relevantes para la industria de la comunicación.



Priorización

A partir de la información recabada se determinaron los temas de mayor relevancia para TV Azteca y se priorizaron teniendo en cuenta la relevancia para los objetivos estratégicos de la empresa y la percepción de sus grupos de interés.

Dicha percepción se estableció de forma indirecta a través de un análisis de opinión pública, tanto en medios de comunicación como en redes sociales, un estudio de *benchmark* de mejores prácticas en temas de sustentabilidad y la revisión de los resultados principales de las encuestas de satisfacción de clientes y colaboradores.



Validación

Los contenidos fueron sometidos a la valoración de la coordinación de Sustentabilidad y la Dirección de Relación con Inversionistas para seleccionar los enfoques y los indicadores reportados en el presente informe.

Los asuntos materiales establecidos en el estudio tienen, en su totalidad, una cobertura interna y se encuentran detallados en la siguiente gráfica:



Para obtener mayores detalles sobre este informe o los temas referentes a la sustentabilidad de TV Azteca, comunicarse con:

Ximena Almela
xalmela@tvazteca.com.mx

Índice GRI

Contenidos básicos generales

Indicador	Referencia	Omisión	Verificación
Estrategia y análisis			
G4- 1	8 y 9		
G4- 2	8-11, 26		
Perfil de la organización			
G4- 3	4		
G4- 4	4-7		
G4- 5	4		
G4- 6	4-7		
G4- 7	4		
G4- 8	4-7, 33		
G4- 9	4-11		
G4- 10	37-38		
G4- 11	38		
G4- 12	35		
G4- 13	35		
Participación en Iniciativas externas			
G4- 14	México y los países donde operamos están adheridos a la Declaración de Río en 1992, al cumplir con la normatividad aplicable damos seguimiento al principio de precaución.		
G4- 15	32		
G4- 16	32		
Aspectos materiales y Cobertura			
G4- 17	57		
G4- 18	57		
G4- 19	58		
G4- 20	58		
G4- 21	58		

Indicador	Referencia	Omisión	Verificación
G4- 22	57		
G4- 23	57		
Participación de los grupos de interés			
G4- 24	14-15		
G4- 25	14-15		
G4- 26	14-15		
G4- 27	14-15		
Perfil de la memoria			
G4- 28	57		
G4- 29	57		
G4- 30	57		
G4- 31	58		
Índice GRI			
G4- 32	56		
Verificación			
G4- 33	57		
GOBIERNO			
La estructura de gobierno y su composición			
G4- 34	20, 22-23		
G4- 35	24		
G4- 36	20		
G4- 37	24		
G4- 38	20, 22-23		
G4- 39	20		
G4- 40	22		
G4- 41	25		
Papel del órgano superior de gobierno a la hora de establecer los propósitos, los valores y la estrategia de la organización			
G4- 42	21		
Evaluación de las competencias y el desempeño del órgano superior de gobierno			
G4- 43	22-24		
Funciones del órgano superior de gobierno en la gestión del riesgo			
G4- 45	21, 26		
G4-46	26		

Indicador	Referencia	Omisión	Verificación
G4-47	26		
Función del órgano superior de gobierno en la elaboración de la memoria de sostenibilidad			
G4- 48	57		
Funciones del órgano superior de gobierno en la evaluación del desempeño económico, ambiental y social			
G4- 49	14-15, 24		
G4- 50	22		
Ética e integridad			
G4- 56	31		
G4-57	30-31		
G4-58	30-31		

Contenidos básicos específicos

Indicador	Referencia	Omisión	Verificación
ECONOMÍA			
Aspecto: Desempeño económico			
G4- EC1	10		
G4- EC4	TV Azteca no recibe ayudas económicas gubernamentales		
G4- EC6	El 87% de los directivos procede del lugar donde opera		
Aspecto: Consecuencias económicas indirectas			
G4- EC7	7		
G4- EC8	7, 10, 19, 35		
MEDIO AMBIENTE			
Aspecto: Materiales			
G4-EN1	52		
Aspecto: Energía			
G4-EN3	54		
G4-EN4	54		
G4-EN6	54		
G4-EN7	35		
Aspecto: Agua			
G4-EN8	54		
G4-EN9	54		

Indicador	Referencia	Omisión	Verificación
G4-EN10	54		
Aspecto: Biodiversidad			
G4-EN12	55		
Aspecto: Emisiones			
G4-EN15	53		
G4-EN16	53		
G4-EN19	53		
Aspecto: Efluentes y residuos			
G4-EN23	55		
G4-EN25	55		
Aspecto: Cumplimiento regulatorio			
G4-EN29	52		
Aspecto: Transporte			
G4-EN30	51		
Aspecto: Evaluación ambiental de los proveedores			
G4-EN32	34		
G4-EN33	34		
Aspecto: Mecanismos de reclamación ambiental			
G4-EN34	Ninguno		
CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL			
SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO			
Aspecto: Empleo			
G4-LA1			
Aspecto: Relaciones entre los trabajadores y la dirección			
G4-LA4	38	No se cuenta con el desglose de la rotación	
Aspecto: Salud y seguridad en el trabajo			
G4-LA6	49		
Aspecto: Capacitación y educación			
G4-LA9	39-40		
G4-LA10	39-40		
G4-LA11	43		
Aspecto: Diversidad e igualdad de oportunidades			
G4-LA12	20, 37-38		

Indicador	Referencia	Omisión	Verificación
Aspecto: Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores			
G4-LA14	34-35		
SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS			
Aspecto: Inversión			
G4-HR2	30-31		
SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD			
Aspecto: Comunidades locales			
G4-SO1	44, 49		
G4-SO4	30-31		
G4-SO5	31		
Aspecto: política pública			
G4-SO6	TV Azteca no realiza contribuciones económicas a partidos políticos.		
Aspecto: Prácticas de competencia desleal			
G4-SO7	Ninguna		
SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS			
Aspecto: Etiquetado de los productos y servicios			
G4-PR5	33		
Aspecto: Privacidad del cliente			
G4-PR8	Ninguna		
SUPLEMENTO MEDIOS DE COMUNICACIÓN			
Aspecto: Creación de contenido			
M1	27-29		
M2	27-29		
M3	27-29		
Aspecto: Interacción con el público			
M6	29		
M7	27-29		



<http://www.irazteca.com/es/informes-de-sustentabilidad>