



TRANSFORMACIÓN

Informe de Sustentabilidad 2019

CONTENIDO

2019 de un vistazo	3
TV Azteca: 26 años de crecimiento y evolución	4
Subsidiarias	6
Alianzas	7
Mensaje a nuestros lectores	8
TV Azteca a lo largo del tiempo	9
26 años creando valor	
Sustentabilidad	10
Nuestro compromiso con el desarrollo sostenible	
Modelo de creación de valor	12
Materialidad	14
Aspectos materiales para TV Azteca	16
Participación sectorial	18
Valor económico	19
Transformación	21
Liderazgo visionario y responsable	21
Ética e Integridad	24

Cadena de Valor	28
Estrategia de vanguardia	31
Valor social	34
El mejor talento	34
Desarrollo de talento	36
Calidad de vida	37
Salud y seguridad ocupacional	41
Impulso al desarrollo	41
Fundación Azteca	42
Plantel Azteca	43
Becas	44
Robótica	45
Orquestas Sinfónicas y Coros Esperanza Azteca	46
Limpiemos Nuestro México	47
¡Que Viva la Selva Lacandona!	49
Red Social Azteca	50
Movimiento Azteca	50

Vive Sin Drogas	51
Valor ambiental	57
Gestión ambiental	57
Energía	58
Emisiones	59
Agua	60
Materiales	60
Residuos	60
Sobre este Informe	62
Principios para la elaboración del informe	62
Anexos	63
Vinculación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y aspectos materiales	63
Valor económico	65
Valor ambiental	66
Índice GRI	67
Contacto	70

2019 DE UN VISTAZO

Superamos nuestra meta 2020 de alcanzar el 40% de *share* en el horario estelar entre nuestro público objetivo

4 de 6 de los canales de televisión abierta en México son de TV Azteca

34,000 horas de programación producida internamente

12,814 millones de pesos en ventas netas

7,932 colaboradores

+106 millones de televidentes alcanzados por TV Azteca

29.7 millones de hogares mexicanos alcanzados

55.9 millones de pesos destinados por TV Azteca en 2019 para apoyar las iniciativas de Fundación Azteca

TV Azteca es la primera televisora en América Latina en contar con una Unidad de Género

Certificación en la Norma Mexicana NMX-R-025-SCFI-2015 en Igualdad Laboral y No Discriminación

Distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR) otorgado por Cemefi por 3^{er} año consecutivo

221,340 árboles plantados este año

27% de la energía consumida por TV Azteca proviene de fuentes renovables

TV Azteca: 26 años de crecimiento y evolución

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

102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-5, 102-6, 102-7

TV Azteca, S.A.B. DE C.V. es uno de los dos principales productores de contenido en español para televisión en el mundo. Opera en cuatro países —México, Guatemala, Honduras y Perú— y ofrece programación de entretenimiento, noticias, deportes, música y series.

Operamos cuatro redes de televisión en México:



Azteca Uno, dirigido al público femenino
www.aztecauno.com



Azteca 7, orientado a las familias contemporáneas
www.azteca7.com



Adn40, primer canal informativo de televisión abierta disponible las 24 horas
www.adn10.mx



a+, red de señales locales
www.amastv.com

De igual manera, TV Azteca Digital opera varios de los portales y redes sociales más visitados en México.



Además de su oferta, TV Azteca es propietaria de dos equipos de fútbol de la primera división de la Federación Mexicana de Fútbol:



Monarcas Morelia
www.fuerzamonarca.com

La Transformación de TV Azteca se basó en el impulso de un cambio cultural para hacer del contenido televisivo y su creación un proceso ágil cuyo resultado sea una oferta dinámica, valiente y del gusto del público.



A pesar de que uno de los principales retos de 2019 fue un cambio en el modelo de comunicación del sector público, lo que representó un menor nivel de ingresos para la industria, la revaloración de la televisión abierta y el proceso de Transformación permitió a TV Azteca mantenerse a la cabeza de su sector y obtener resultados favorables:

En Azteca UNO se consolidó el **modelo de televisión en vivo** para toda la familia

En Azteca SIETE se transmitió el **programa más visto** de toda la televisión —la pelea de box “Canelo Álvarez vs. Jacobs”—, así como la mejor oferta deportiva y series de la más alta calidad

a+ transformó su oferta para crear una cadena nacional de **televisoras regionales**

adn40 se mantuvo en su posición como **el canal informativo más visto de México**

290 estaciones locales, **8.2% más que el año anterior**

509 transmisores y 958 señales, **7.3% más respecto a 2018**

18 foros convencionales y 3 virtuales

En términos de infraestructura, este año TV Azteca alcanzó los siguientes logros:

- Instalación de la primera fase del nuevo sistema de flujo de la media (MAM)
- Instalación y puesta en operación de 36 nuevos transmisores digitales, lo cual incrementa la cobertura de las señales de TV Azteca
- Conversión a HD de la televisora regional de Cuernavaca
- Implementación del sistema de subtítulo oculto en la programación local de las televisoras regionales en Guadalajara, Puebla, León, Cuernavaca y Cancún
- Puesta en operación de una nueva unidad móvil HD

TV Azteca está firmemente convencida de que su capacidad para ofrecer una mezcla diversa de programación de calidad ha sido y seguirá siendo una de sus principales fortalezas y ventajas competitivas



Gracias al proceso de Transformación impulsado por nuestra Dirección General, **TV Azteca continúa evolucionando para ser la Televisión del Futuro** y este año cumplimos nuestras metas anticipadamente, alcanzando un 40% de incremento en la proporción de audiencia en el horario estelar

Subsidiarias



Azteca Comunicaciones Perú

www.aztecomunicaciones.com

Desde 2014, el Ministerio de Transportes y Comunicación de Perú otorgó a TV Azteca la autorización para conectar 23 regiones, 180 ciudades y 136 municipios a través de la gestión de 13,500 km de red de fibra óptica, obra que finalizó con éxito en 2016. En 2018 y 2019, la Dirección realizó la actualización de las perspectivas de su inversión en telecomunicaciones en Perú. No obstante, durante 2018, Azteca Comunicaciones Perú desarrolló estrategias orientadas a racionalizar su estructura de costos y a impulsar su eficiencia operativa, lo que se tradujo en el fortalecimiento de sus niveles de rentabilidad, perfeccionados y mantenidos durante 2019.



TV Azteca Guatemala y TV Azteca Honduras

www.azteca.com.gt / www.azteca.com.hn

En 2008, TV Azteca llegó a Guatemala a través de una alianza con Latitud TV, y desde entonces, brinda opciones de entretenimiento e información a miles de hogares guatemaltecos. Al cierre de 2017, TV Azteca contaba con transmisores de radiodifusión en 17 ciudades de Guatemala, con la comercialización de tres canales. En 2008, se sumó una representante de Guatemala a La Academia, y siendo ésta la ganadora del reality, trajo beneficios en el apego de la audiencia guatemalteca.



En 2013, TV Azteca obtuvo la licitación de 15 años para ofrecer el servicio de radiodifusión por medio de un canal digital con cobertura en todo el territorio de la República de Honduras. Al cierre de 2017, TV Azteca contaba con transmisores de radiodifusión en cuatro ciudades de Honduras y se encontraba en espera de la autorización del regulador para encender los equipos en dos ubicaciones más.

En 2018, la audiencia tuvo un crecimiento de 16% respecto al año anterior. TV Azteca se encuentra en el 90% de las cableras en el país y la penetración de cable es de 80%. Adicionalmente, durante 2018 TV Azteca Guatemala transmitió la Copa Mundial de Fútbol, lo que atrajo nuevos clientes y potencializó las ventas de publicidad. De igual modo, durante el año anterior, por primera vez se integró en la estrategia de La Academia a Honduras, incluyendo a un representante de Honduras dentro de la transmisión. Lo anterior logró sinergias importantes entre la generación de contenido para México y las estrategias de comercialización en Honduras, así como un mayor apego de la audiencia local por programación mexicana.

Actualmente TV Azteca cuenta con 4.25% de *share* de la televisión abierta entre los 34 canales nacionales que mide Publisearch. De igual manera, la audiencia presentó un incremento de 14.7% con respecto al año anterior en los segmentos ABC del país. TV Azteca tiene presencia en el 91% de las cableras de aproximadamente 120 compañías de cable en el país.



Alianzas

En 2019, TV Azteca fortaleció su red de alianzas establecidas con la finalidad de enriquecer su propuesta de valor y hacerla diversa e innovadora. Algunas de estas alianzas son:



Buena Vista

En 1998, TV Azteca estableció un acuerdo exclusivo con Buena Vista International, Inc., empresa filial de The Walt Disney Company. En 2019 se renovó por dos años, hasta septiembre de 2021, el contrato de exclusividad con Disney.



Sony

En 2009, TV Azteca celebró un contrato de licencia exclusiva con *CPT Holdings, Inc. (Sony)*, con el fin de transmitir diversos contenidos en sus canales. En 2014 se renovó este contrato con vigencia de cinco años. En 2016 se renegotió el contrato y se amplió para que este ampare la coproducción de nuevos programas entre Sony y TV Azteca.



Fox

TV Azteca celebró en 2009 un contrato de licencia exclusiva con *Twentieth Century Fox International Television, Inc. (Fox)*. Dicho contrato fue renovado en diciembre de 2015 por otros cinco años. 2019 fue el último año del contrato, después del cierre de la compra de 21st Century Fox por parte de The Walt Disney Company.



Amazon Channels

En diciembre de 2018, TV Azteca firmó con Amazon el primer contrato para la distribución de las señales a través de plataformas digitales. El primer acuerdo fue firmado por los canales Az Corazón, Az Clic, Az Mundo y Az Cinema para el territorio mexicano.

Otras alianzas

En 2017 se establecieron nuevas alianzas comerciales, las cuales fueron reforzadas en 2018. Tal es el caso de AcunMedya (Turquía), compañía responsable de producir el programa "Exatlón" para México, el cual ha logrado posicionarse en la preferencia del televidente, mostrando un desempeño positivo en todos sus indicadores de audiencia.

2018 representa el primer año de tres del contrato con AcunMedya, lo cual significó el movimiento del exitoso programa "Exatlón" al canal Uno (antes canal Siete).

Con Sony-Dopamine se realiza el desarrollo del primer proyecto bíblico de la televisora: "María Magdalena", y sólo con Dopamine existió el acuerdo para producir la serie histórica "Hernán" y la transmisión de su primera temporada, que fue lanzada a finales de 2019.

En busca de nuevos negocios, TV Azteca y "Panadería" acordaron un modelo de back end para marcas preescolares que se integran a la barra matutina de programación. En esta misma línea, se generó un acuerdo con Turner para difundir sus principales marcas.

De igual forma, se consolidó la relación entre TV Azteca y Canelo Promotions para traer a México las peleas más importantes de boxeadores mexicanos.

En enero de 2020, Tubi, servicio de distribución de contenidos audiovisuales a través de una plataforma en línea, o servicio de VOD por streaming gratuito más grande del mundo, anunció que expandirá su servicio a México a finales del año en colaboración con TV Azteca. Como parte del acuerdo, la compañía comercializará de forma exclusiva la publicidad para Tubi en México y promoverá el servicio a su audiencia a través de sus transmisiones en línea y plataformas. Además, algunos de los programas más populares de TV Azteca estarán disponibles de forma totalmente gratuita.



Mensaje a nuestros lectores

102-14, 102-15

TV Azteca es una compañía de Grupo Salinas —conjunto de empresas dinámicas, de rápido crecimiento y a la vanguardia tecnológica enfocadas en la prosperidad incluyente y la creación de valor económico, social y ambiental en los siete países de América en los que tiene presencia.

Los orígenes de Grupo Salinas en México datan de 1906 y actualmente sus compañías compiten eficientemente en los sectores financiero, de comercio especializado, medios y telecomunicaciones.

Estamos convencidos que dichas compañías tienen éxito cuando están alineadas con las necesidades de las comunidades en las que operamos.

Nuestro compromiso es fomentar el desarrollo y bienestar en todos los niveles de la sociedad. Bajo esta premisa, me complace comunicar que Grupo Salinas apoya los diez principios del Pacto Mundial referentes a Derechos Humanos, Derechos Laborales, Medio Ambiente y Lucha Contra la Corrupción.

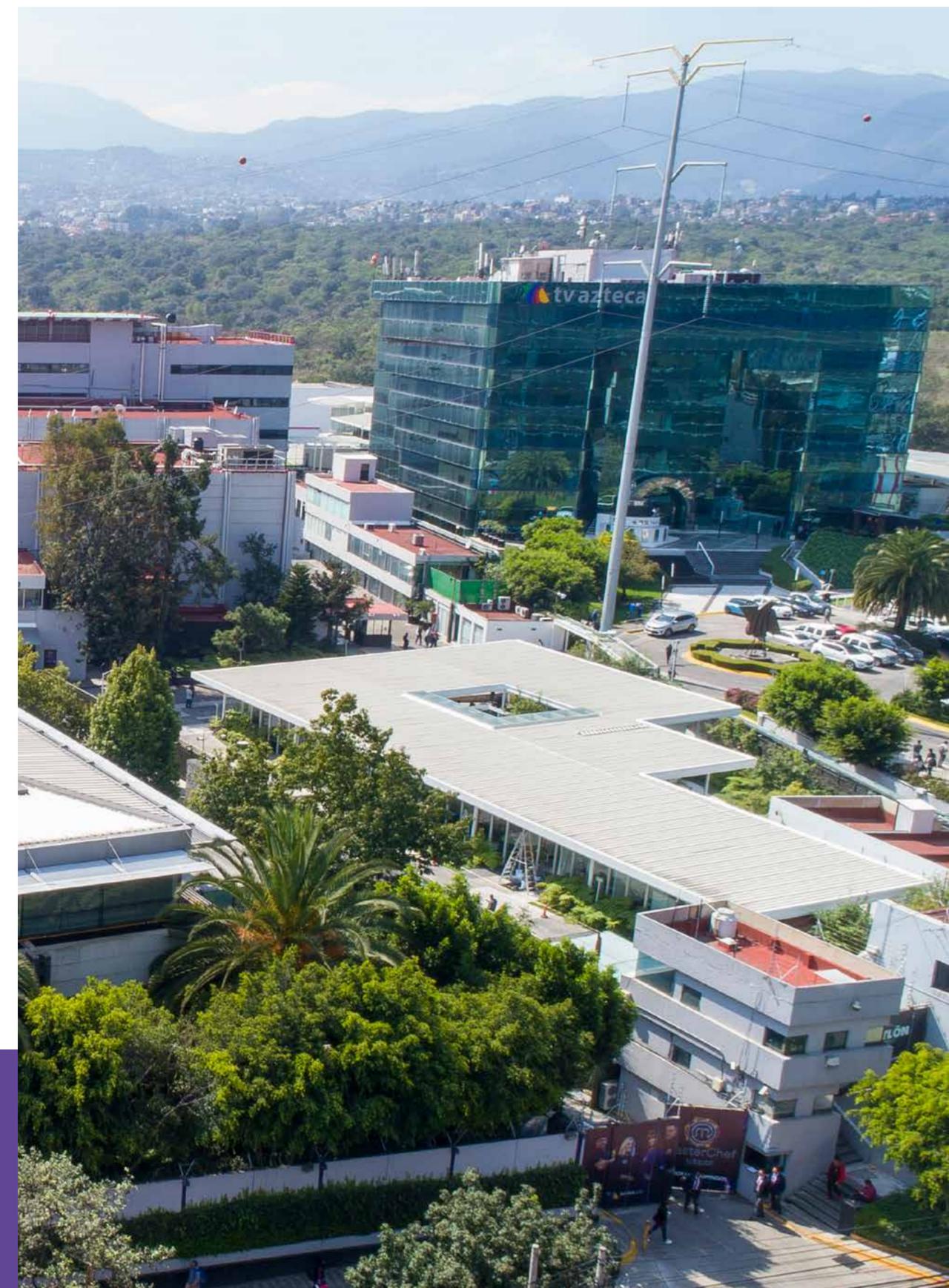
Mediante esta comunicación, expresamos nuestra intención de apoyar y desarrollar esos principios dentro de nuestra esfera de influencia.

Nos comprometemos a hacer del Pacto Mundial y sus principios parte de la estrategia, la cultura y las acciones cotidianas de nuestras compañías, así como involucrarnos en proyectos cooperativos que contribuyan a los objetivos más amplios de Desarrollo de las Naciones Unidas, en particular los Objetivos del Desarrollo Sostenible.

Buscamos mejorar nuestro proceso de toma de decisiones alineado a los principios de Pacto Mundial, guiar la planeación de negocios y hacer de Grupo Salinas un referente de sustentabilidad, realizando aportes significativos a toda nuestra cadena de valor.

Queremos ser un socio en el desarrollo de México, una empresa justa y próspera para la nación, y así, promover los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

Queremos ser un socio en el desarrollo de México, una empresa justa y próspera para la nación, y así, promover los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.



TV Azteca a lo largo del tiempo

26 años creando valor

TV Azteca	
1993	Un grupo de inversionistas, encabezado por Ricardo B. Salinas Pliego, adquiere un conjunto de estaciones de televisión con sus respectivas licencias al gobierno de México, por la cantidad de US\$643 millones, con lo que nace TV Azteca.
1994	Lanzamiento del noticiario "Hechos".
1996	Implementación del primer Juguetón, con el que se repartieron 18,000 juguetes a niños de escasos recursos.
1997	Oferta pública inicial en la Bolsa Mexicana de Valores.
	Creación del Código Ético para la Autorregulación y del Comité de Ética para la evaluación de contenidos.
1998	Nacimiento de Fundación Azteca para materializar los proyectos de responsabilidad social y ambiental de Grupo Salinas.
	Arranque de Plantel Azteca, única escuela privada mixta que imparte estudios de secundaria y bachillerato técnico de gran calidad a jóvenes mexicanos de escasos recursos con alto rendimiento académico.
1998	Nacimiento de la campaña Vive sin Drogas, la cual promueve la elección de una vida sana y libre de adicciones entre la juventud.
1999	La ONU reconoce a Fundación Azteca con la medalla de la Sociedad Civil por su campaña Vive sin Drogas.
2000	Graduación de la primera generación de la secundaria técnica de Plantel Azteca. Se logra subir la señal digital de TV Azteca al satélite Satmex 5.
2001	Surgimiento de la Carrera Azteca, con el fin de propiciar un acercamiento entre el público y los anunciantes.
2002	Realización del primer Movimiento Azteca, campaña de corresponsabilidad social y ambiental, en el cual invitamos a la sociedad a realizar sus aportaciones directamente a organizaciones de impacto nacional.
	Surgimiento de "Un Nuevo Bosque", jornada ecológica que reafirma el compromiso de Grupo Salinas y TV Azteca con la generación de valor ambiental.
2008	Inicio de operaciones de TV Azteca en Guatemala.
	Creación del Área de Energía y Medio Ambiente de Grupo Salinas para reducir el consumo energético y medir el impacto ambiental
	Nacimiento de Fundación Azteca Guatemala con el objetivo de apoyar a la población más vulnerable del país por medio de diversos programas sociales.

2009	Presentación de la campaña México Verde, en colaboración con Fundación Azteca.
	Lanzamiento de la campaña Limpiemos Nuestro México, en la que participaron más de un millón de voluntarios reunidos en 20 mil brigadas para recolectar y separar 3,500 toneladas de residuos.
2010	Lanzamiento de Orquestas Sinfónicas y Coro Esperanza Azteca, programa social-musical que busca mejorar la calidad de vida de niños y jóvenes de escasos recursos a través de la música.
	Creación del Sistema de Gestión de la Energía (SIGEN) para la medición de la huella de carbono.
2010	Reconocimiento a Grupo Salinas con el Premio Nacional de Ahorro de Energía Eléctrica 2010.
2011	Publicación del primer Informe de Sustentabilidad de TV Azteca.
2012	Inicio de la utilización de energía renovable (eólica) en Grupo Salinas.
2013	Inicia el primer Movimiento Azteca Locales con el objetivo de apoyar una vez al año a 32 causas distintas en todo el país.
	Integración de TV Azteca a la primera muestra S&P/BMV IPC Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores.
2014	Cumplimiento por primera vez con el Registro Nacional de Emisiones (RENE) de la Ley General de Cambio Climático, reporte anual con los niveles de emisiones de dióxido de carbono (CO2) y de gases de efecto invernadero (GEI), con el fin de contribuir al logro de los objetivos internacionales adquiridos por México: la reducción de sus emisiones en un 30% para 2025 y 50% para 2050.
	Inicio de la utilización de energía renovable (geotérmica) en Grupo Salinas.
2015	Siembra de más de 1.5 millones de árboles por medio de la iniciativa liderada por TV Azteca Locales.
	Movimiento Azteca recibe el premio de la CIRT a la mejor campaña social de México.
2016	Inicio de la Reinversión de TV Azteca, con el objetivo de mantenerse a la vanguardia y ofrecer contenidos actuales de calidad.
	Inauguración de "La Incubadora", espacio abierto para la creatividad e intercambio de ideas entre los colaboradores de TV Azteca.
	Siembra de 3 millones de árboles en 3,000 hectáreas, a través de la iniciativa "Un Nuevo Bosque" y la participación de más de 100,000 voluntarios.

2017	Lanzamiento de dos nuevos canales de televisión de cobertura nacional, reconocidos por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT): adn40 y a+.
	Inauguración del Mercado Azteca gastronómico y el Work Café en las instalaciones de TV Azteca para fomentar la mejora en la calidad de vida de los colaboradores.
	Obtención de la certificación Great Place to Work por parte de TV Azteca.
2018	Registro del Código Ético para la Autorregulación ante el Instituto Federal de Comunicaciones (IFT).
	Inicio de la segunda fase del proceso de Reinversión de TV Azteca: la Evolución.
	Realización del Movimiento Azteca número 100 en beneficio de los damnificados tras los sismos de septiembre.
	TV Azteca inició operaciones de tres nuevas televisoras en Puebla, Oaxaca y Villahermosa; con 473 transmisores y 893 señales, aumentando su cobertura en un 2% con respecto al año anterior.
	Grupo Salinas se adhirió al Pacto Mundial de la ONU, manifestando su compromiso con los 10 Principios impulsados por esta iniciativa, así como los 17 Objetivos de Desarrollo Sustentable.
2019	Al cierre de 2018, TV Azteca participó en el proceso de auditoría para la certificación de las empresas que conforman Grupo Salinas de conformidad con la NMX-R-025-SCFI-2015 en Igualdad Laboral y No Discriminación.
	TV Azteca obtuvo la certificación de la Norma Mexicana NMX-R-025-SCFI-2015 en Igualdad Laboral y No Discriminación.
	Se creó la Unidad de Género, haciendo de TV Azteca la primera televisora en América Latina en contar con un organismo de este tipo.
	Se ratificó el compromiso de la compañía con la Agenda 2030 propuesta por la ONU a través de la vinculación de sus aspectos materiales con su contribución a cada Objetivo de Desarrollo Sostenible.

Sustentabilidad

102-11, 102-12

Nuestro compromiso con el desarrollo sostenible

En 2019 consolidamos nuestras actividades de prosperidad incluyente a través del compromiso que mantenemos con los 10 Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible. Buscamos que todas nuestros procesos y operaciones estén alineados a estas iniciativas para la creación de un mejor presente y un futuro próspero.



Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Derechos Humanos

Principio 1

Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.

Principio 2

Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.

Normas Laborales

Principio 3

Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

Principio 4

Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

Principio 5

Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

Principio 6

Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación con el empleo y la ocupación.

Medio Ambiente

Principio 7

Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Principio 8

Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9

Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

Anticorrupción

Principio 10

Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.



Objetivos de Desarrollo Sostenible

ODS	Objetivo
	Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo
	Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible
	Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades
	Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos
	Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas
	Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos
	Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos
	Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos
	Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación

ODS	Objetivo
	Reducir la desigualdad en y entre los países
	Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles
	Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles
	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos
	Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible
	Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad
	Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas
	Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible

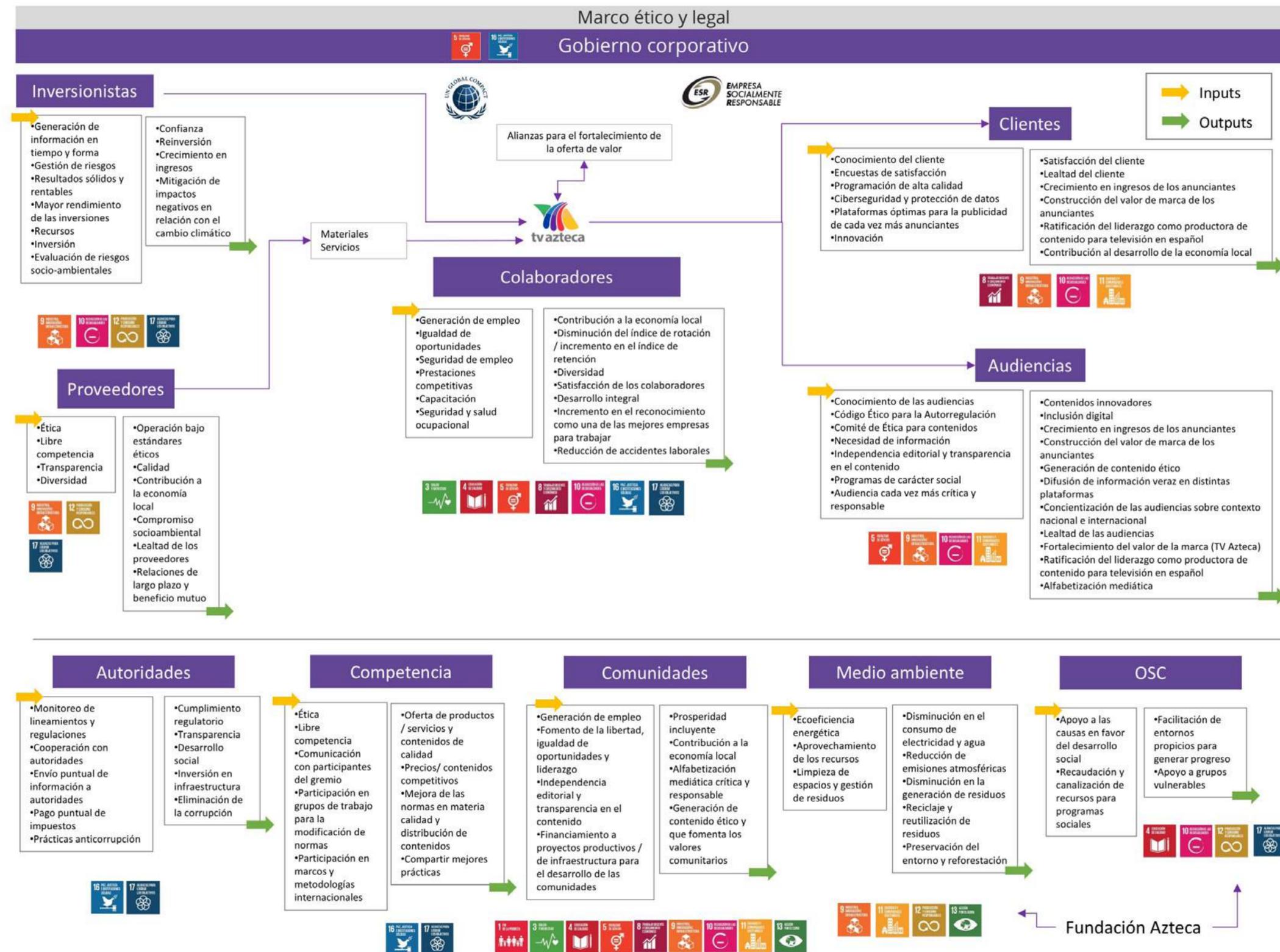
Modelo de creación de valor

102-11, 102-40, 102-42, 102-43, 102-44



Principios 1, 3

TV Azteca trabaja constantemente en la definición y reforzamiento de las líneas de acción que permiten generar valor a largo plazo para todos sus grupos de interés. Con base en la responsabilidad ética y corporativa que siempre han caracterizado a la compañía, esta ha logrado consolidar un modelo de creación de valor cuyo fundamento es el binomio ganar / ganar y que fortalece las sinergias que mantiene en todos los países donde tiene presencia.



¿Quiénes se benefician?	¿A través de qué?	¿Cuál es el resultado?
Inversionistas	<ul style="list-style-type: none"> Generación de información en tiempo y forma Gestión de riesgos Resultados sólidos y rentables Mayor rendimiento en sus inversiones 	<ul style="list-style-type: none"> Confianza Reinversión Crecimiento en patrimonios
Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> Seguridad de empleo Prestaciones competitivas Contribución a la mejora de la calidad de vida de los colaboradores y sus familias Desarrollo integral 	<ul style="list-style-type: none"> Disminución de índice de rotación Incremento del índice de retención Satisfacción de los colaboradores
Audiencias	<ul style="list-style-type: none"> Contenidos innovadores Código Ético para la Autorregulación Comité de Ética para contenidos Programas de carácter social 	<ul style="list-style-type: none"> Alfabetización mediática Crecimiento en ingresos de los anunciantes Construcción del valor de marca de los anunciantes Difusión de información veraz en distintas plataformas Lealtad de las audiencias
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> Programación de interés para audiencias (mercado objetivo de los anunciantes) Servicios de calidad Satisfacción del cliente 	<ul style="list-style-type: none"> Lealtad del cliente Visibilidad a pequeñas, medianas y grandes empresas Fortalecimiento del valor de las marcas Ratificación de la posición como uno de los dos principales productores de contenido en español del mundo Contribución al desarrollo de la economía local
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> Libre competencia Procesos de selección transparentes Evaluación de proveedores Contratación de proveedores locales 	<ul style="list-style-type: none"> Lealtad a los proveedores Calidad en los insumos Operación bajo estándares éticos y con base en un compromiso socioambiental Consolidación de relaciones comerciales de largo plazo y beneficio mutuo Contribución al desarrollo de la economía local
Autoridades	<ul style="list-style-type: none"> Cumplimiento de lineamientos y regulaciones Cooperación con autoridades Envío puntual de información a autoridades Prácticas anticorrupción Pago puntual de impuestos 	<ul style="list-style-type: none"> Transparencia Inversión en infraestructura Eliminación de la corrupción
Competidores	<ul style="list-style-type: none"> Participación en el mercado bajo estándares éticos de libre competencia Comunicación con participantes del gremio 	<ul style="list-style-type: none"> Oferta de contenidos y servicios de calidad y vanguardia Precios competitivos Mejora de las normas en materia de telecomunicaciones
Comunidades	<ul style="list-style-type: none"> Generación de empleo Desarrollo de programas que fomentan la libertad, igualdad de oportunidades y liderazgo 	<ul style="list-style-type: none"> Contribución al desarrollo de la economía local Potencialización de las capacidades de la sociedad Contribución al desarrollo social y al bienestar a través de la difusión de contenidos especiales Desarrollo de programas sociales
OSC	<ul style="list-style-type: none"> Apoyo a las causas en favor del desarrollo social que lideran las organizaciones a través de Fundación Azteca Recaudación y canalización de recursos para programas sociales 	<ul style="list-style-type: none"> Facilitación de entornos propicios para generar progreso Apoyo a grupos vulnerables
Medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> Optimización de la eficiencia en el uso de recursos Utilización de energía renovable, principalmente eólica Limpieza de espacios y gestión de residuos 	<ul style="list-style-type: none"> Disminución en el consumo de electricidad y agua Reducción de emisiones atmosféricas y en la generación de residuos Preservación del entorno y reforestación
Líderes de opinión	<ul style="list-style-type: none"> Difusión de información sobre los resultados operativos, sociales y ambientales de TV Azteca y su accionista mayoritario Visibilidad a sus apreciaciones 	<ul style="list-style-type: none"> Grupos de interés cada vez más informados sobre el desempeño de la empresa, así como sobre su impacto en el sector y en el desarrollo económico, social y ambiental de los lugares donde opera Mayor participación de la sociedad en acciones para la generación de valor

TV Azteca cuenta con varios reconocimientos como:

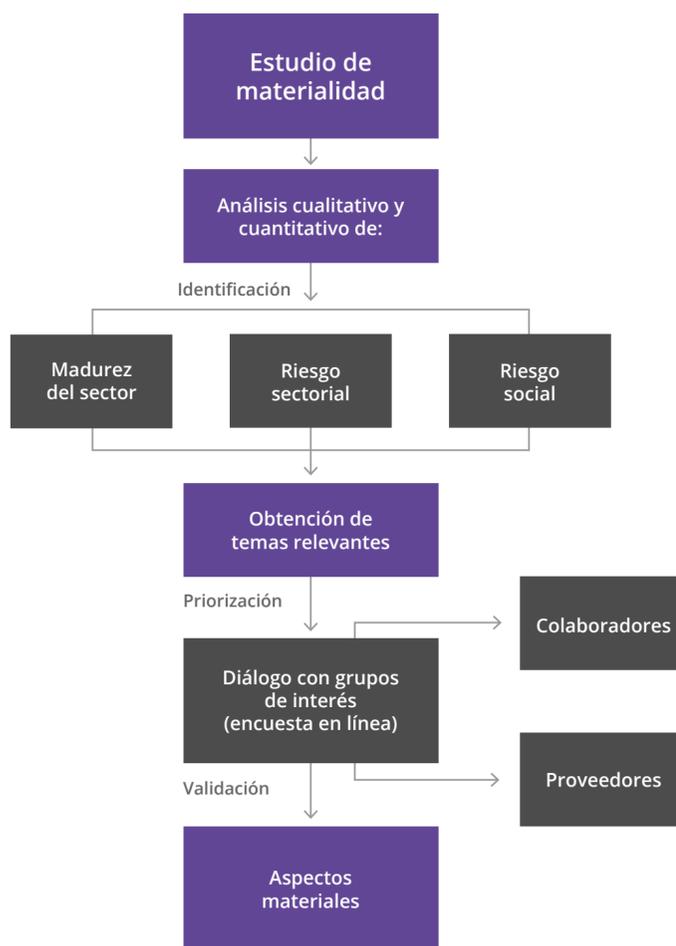
- **Empresa Socialmente Responsable (ESR).** Reconocimiento a las mejores prácticas de empresa dentro de TV Azteca.
- **Great Place to Work.** Reconocimiento internacional por lograr altos niveles de confianza, compromiso y entrega de sus colaboradores.
- **Promax.** Reconocimiento internacional a la creación de campañas más destacada para el lanzamiento efectivo de nuevos programas.

ODS	Objetivo	Contribución de TV Azteca
	Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades	Orquestas Sinfónicas Esperanza Azteca Vive Sin Drogas
	Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos	Orquestas Sinfónicas Esperanza Azteca Planteles Azteca Robótica Modelo de Aprendizaje Colaborativo México de 10 Becas Generación Bicentenario
	Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos	¡Que Viva la Selva Lacandona! Limpiemos Nuestro México
	Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos	Orquestas Sinfónicas Esperanza Azteca
	Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles	Limpiemos Nuestro México
	Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles	¡Que Viva la Selva Lacandona! Limpiemos Nuestro México

ODS	Objetivo	Contribución de TV Azteca
	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos	¡Que Viva la Selva Lacandona! Limpiemos Nuestro México
	Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible	Limpiemos Nuestro México
	Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad	¡Que Viva la Selva Lacandona! Limpiemos Nuestro México
	Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas	Red Social Azteca
	Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible	Fundación Azteca Robótica Movimientos Azteca Red Social Azteca

Materialidad

Durante 2019, TV Azteca continuó reforzando la gestión de los temas que impactan en mayor medida sus operaciones y viceversa. Así, en conjunto con un tercero independiente, llevó a cabo un nuevo estudio de materialidad con el objetivo de identificar los aspectos de mayor relevancia tanto para la compañía como para sus grupos de interés, a través de la siguiente metodología:



Cabe señalar que este estudio de materialidad incluyó nuevos temas de análisis, de acuerdo con los requerimientos de metodologías y evaluaciones a nivel mundial, tales como Ciberseguridad, Gestión de temas sociales e Inclusión financiera.

Los temas relevantes fueron presentados a dos de sus grupos de interés –colaboradores y proveedores–, a través de encuestas en línea, con el objetivo de validar los aspectos materiales a gestionar durante el periodo 2019-2020.

La muestra estuvo conformada por:

- 20 colaboradores
- 168 proveedores

La encuesta estuvo comprendida por tres secciones:

- Preguntas que posibilitaron el conocimiento de la opinión de los grupos de interés, así como el contexto en el que se desarrolla su relación con TV Azteca en términos cualitativos.
- Preguntas que permitieron la evaluación cuantitativa de los temas relevantes del estudio de materialidad 2019.
- Una pregunta para la priorización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Los resultados del diálogo fueron los siguientes:

Colaboradores

30% de los colaboradores considera que la **seguridad de tener y conservar el empleo es la práctica laboral más importante.** La mayoría asegura que al tener seguridad y estabilidad en el trabajo, tienen la tranquilidad necesaria para desempeñarse sus funciones de la mejor manera.

30% de los colaboradores opina que **la igualdad de crecimiento en remuneración y compensaciones es el tema más relevante** pues, a través de esta buena práctica laboral, los colaboradores sienten que su trabajo es valorado por la compañía y que tienen oportunidades de crecimiento y desarrollo.



Al cuestionar a los colaboradores sobre el tema que consideran más relevante para su completo desarrollo:

80% de las menciones fue para capacitación y reforzamiento del conocimiento de los productos y servicios a ofrecer al cliente. Los colaboradores opinan que es un aspecto fundamental para brindar un buen servicio al cliente y mantenerse a la vanguardia del sector.

Dimensión	Mayor importancia	Menor importancia
Económica	Ética e integridad Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) Gestión de riesgos Ciberseguridad Corrupción, soborno y transparencia Temas financieros Desarrollo de productos y servicios / responsabilidad sobre productos y contenidos Gestión de relaciones con clientes	Gobierno corporativo Gestión de la marca Operaciones
Ambiental	Gestión de residuos	Políticas ambientales / sistemas de gestión medioambiental Materiales Ecoeficiencia energética Gestión de los recursos hídricos Biodiversidad Cambio climático y otras emisiones atmosféricas Gestión de residuos
Social	Desarrollo de capital humano Diversidad e igualdad de oportunidades	Gestión de temas sociales Atracción y retención de talento Salud y seguridad ocupacional Derechos humanos Impacto social Estándares con proveedores

Proveedores

76% de los proveedores encuestados señalan que las compañías a las que pertenecen cuentan con programas o iniciativas que, además de garantizar el cumplimiento normativo, abordan temas de sustentabilidad como: medio ambiente, prácticas laborales, derechos humanos, apoyo social, anticorrupción, comercio justo y libre competencia.

62.5% de los proveedores encuestados manifiestan que TV Azteca ha influido en la adopción de este tipo de programas por parte de sus empresas, especialmente por ser una compañía referente en materia de impacto social y protección del medio ambiente.

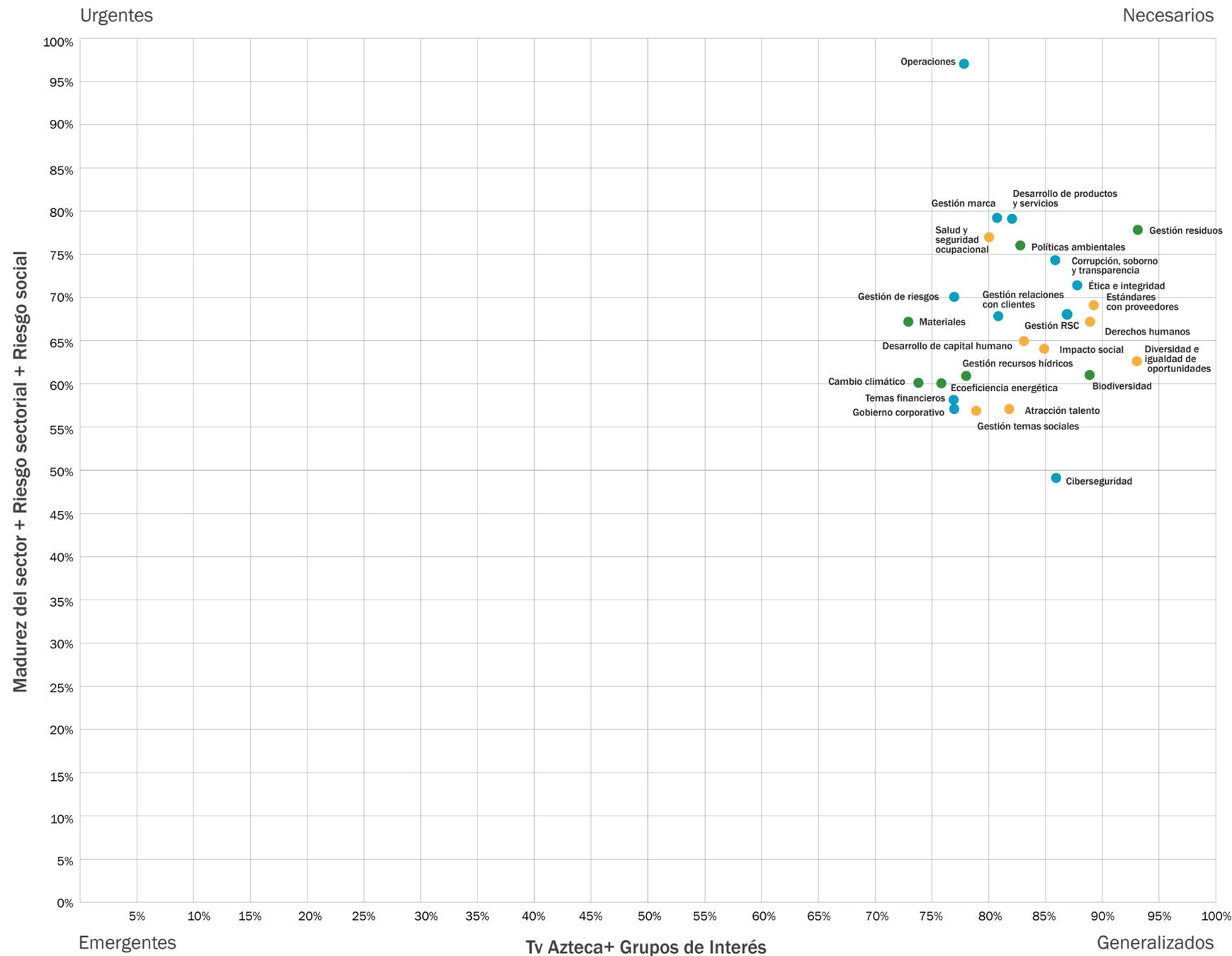


Dimensión	Mayor importancia	Menor importancia
Económica	Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) Ciberseguridad Ética e integridad Corrupción, soborno y transparencia Desarrollo de productos y servicios / responsabilidad sobre productos y contenidos	Temas financieros Operaciones
Ambiental	Políticas ambientales / sistema de gestión medioambiental Gestión de los recursos hídricos Biodiversidad Cambio climático y otras emisiones atmosféricas Gestión de residuos	Materiales Ecoeficiencia energética
Social	Gestión de temas sociales Desarrollo de capital humano Diversidad e igualdad de oportunidades Salud y seguridad ocupacional Derechos humanos Estándares con proveedores	Atracción y retención de talento Impacto social

Aspectos materiales para TV Azteca

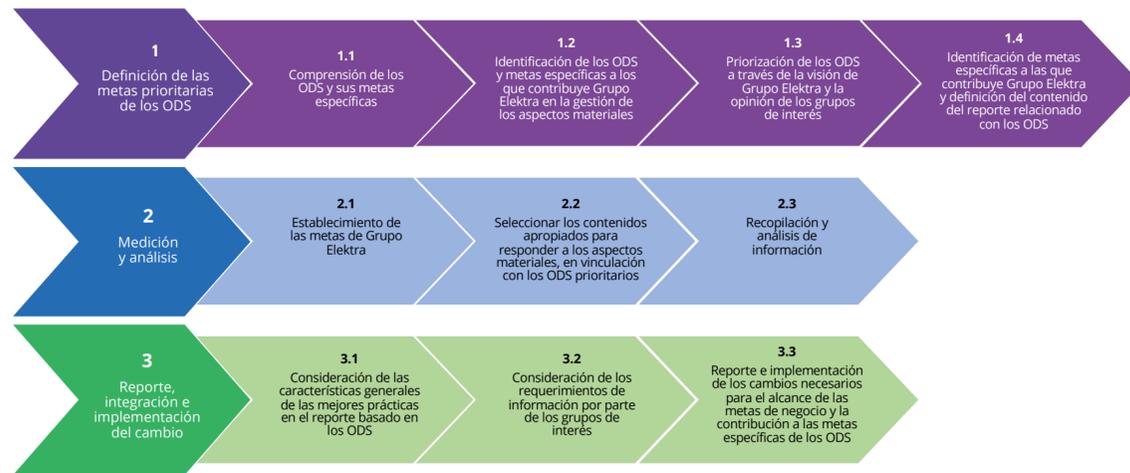
102-46, 102-47

Una vez validados los aspectos materiales de TV Azteca para el periodo 2019-2020 a través del diálogo con colaboradores y proveedores, se llevó a cabo la revisión y traducción a los estándares temáticos establecidos por los Estándares GRI, obteniendo los siguientes resultados:



Aspectos materiales	Estándares temáticos (GRI Standards)
Gestión de la RSC	GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización
Impacto social	GRI 203: Impactos económicos indirectos GRI 413: Comunidades locales
Gobierno corporativo	GRI 102: Contenidos Generales > Gobernanza GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización
Gestión de riesgos	GRI 102: Contenidos Generales > Estrategia GRI 102: Contenidos Generales > Gobernanza
Ética e integridad	GRI 102: Contenidos Generales > Ética e integridad
Corrupción, soborno y transparencia	GRI 205: Anticorrupción GRI 206: Competencia desleal GRI 415: Política pública
Gestión de la marca	GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización
Operaciones	GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización
Temas financieros	GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización GRI 201: Desempeño económico GRI 207: Impuestos
Desarrollo de productos y servicios / responsabilidad sobre productos	GRI 416: Salud y seguridad de los clientes GRI 417: Marketing y etiquetado
Gestión de relaciones con clientes	GRI 418: Privacidad del cliente GRI 419: Cumplimiento socioeconómico
Políticas ambientales / sistema de gestión medioambiental	GRI 301: Materiales
Materiales	GRI 302: Energía
Ecoeficiencia energética	GRI 303: Agua
Gestión de recursos hídricos	GRI 304: Biodiversidad
Biodiversidad	GRI 305: Emisiones
Cambio climático y otras emisiones atmosféricas	GRI 306: Efluentes y residuos
Gestión de residuos	GRI 307: Cumplimiento ambiental
Gestión de temas sociales	GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización GRI 419: Cumplimiento socioeconómico
Atracción y retención de talento	GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización GRI 401: Empleo
Desarrollo de capital humano	GRI 404: Formación y enseñanza
Diversidad e igualdad de oportunidades	GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades
Derechos humanos	GRI 406: No discriminación GRI 408: Trabajo infantil GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio GRI 412: Evaluación de derechos humanos
Salud y seguridad ocupacional	GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo
Estándares con proveedores	GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización GRI 204: Prácticas de adquisición GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores GRI 414: Evaluación social de los proveedores

En 2019, con base en la Guía práctica para la integración de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en el reporte corporativo desarrollada por el *Global Reporting Initiative (GRI)* y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, TV Azteca se dio a la tarea de complementar el proceso para priorizar sus impactos e identificar los ODS a los que contribuye en mayor grado en la gestión de los aspectos materiales. Así, el proceso que siguió fue el siguiente:



En 2019, con base en la herramienta desarrollada por Evaluación de Impacto B, **TV Azteca trabajó en la priorización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible**, logrando identificar los tres principales. Los resultados se muestran a continuación:



En adición, como parte del diálogo con grupos de interés efectuado por TV Azteca durante 2019, los colaboradores y proveedores participaron en la priorización de los ODS.

Los resultados de la priorización de los ODS fueron los siguientes:

4 EDUCACIÓN DE CALIDAD 70%	17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS 52%	8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO 45%	3 SALUD Y BIENESTAR 43%	5 IGUALDAD DE GÉNERO 39%	16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS 37%
11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES 32%	6 AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO 30%	13 ACCIÓN POR EL CLIMA 26%	15 VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES 23%	12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES 23%	7 ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE 21%
10 REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES 18%	1 FIN DE LA POBREZA 15%	2 HAMBRE CERO 15%	9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA 11%	14 VIDA SUBMARINA 8%	

Nota. Los porcentajes mostrados representan la frecuencia de las menciones.

De esta forma, TV Azteca logró vincular los ODS prioritarios a algunos de sus aspectos materiales, estableciendo metas para 2020 como se muestra a continuación:

Aspectos materiales	ODS Prioritarios	Metas 2020 TV Azteca
Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) Desarrollo de capital humano Impacto social Atracción de talento		Impartir educación de calidad a niños y jóvenes de escasos recursos a través del Plantel Azteca. Mantener al menos 11,000 alumnos graduados y continuar con al menos 2,100 alumnos becados en el plantel Ciudad de México. Continuar con el Modelo de Aprendizaje Colaborativo y mantener al menos 42,703 estudiantes y 1,636 docentes beneficiados en 464 escuelas en Puebla. Continuar con el programa de becas México de 10 y dar apoyo a al menos 50 alumnos universitarios de excelencia. Continuar con el programa Becas Generación Bicentenario y aumentar el número de estudiantes apoyados. Continuar con la iniciativa Robótica para incentivar el interés de niños y jóvenes por la ciencia y tecnología, y apoyar a al menos 10 equipos en concursos y campeonatos nacionales e internacionales.
Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) Temas financieros Impacto social Estándares con proveedores		Dar seguimiento a las metas establecidas para cada aspecto material de TV Azteca en vinculación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Identificar los temas en los que las metas fueron alcanzadas para el establecimiento de nuevas metas a 2025. Publicar la estrategia fiscal de TV Azteca. Participación de TV Azteca en foros que aborden la agenda 2030. Llevar a cabo un estudio de riesgos ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG, por sus siglas en inglés). Fortalecimiento de la nueva cultura de Central de Compras, a fin de reducir costos, fomentar el trabajo en equipo, negociar con proveedores de materiales amigables con el medio ambiente y con altos estándares de calidad, así como llevar a cabo los procesos de selección y evaluación de forma transparente.
Operaciones Desarrollo de productos y servicios / responsabilidad sobre productos Desarrollo del capital humano Diversidad e igualdad de oportunidades Impacto social Atracción de talento Salud y seguridad ocupacional		Facilitar contenido de calidad, educativo y con información confiable para todos los sectores de la población a través de la modernización tecnológica y la innovación en el sector televisivo. Continuar llevando a cabo el programa Trainees y contratar a al menos el 50% de los jóvenes capacitados. Reforzar el Programa Jóvenes Construyendo el Futuro. Continuar ofreciendo lugares de trabajo seguros para los colaboradores de TV Azteca. Continuar implementando programas de salud y seguridad ocupacional, y disminuir la tasa de accidentes en el trabajo. Ofrecer oportunidades de empleo a mujeres y hombres en igualdad de condiciones.
Impacto social Salud y seguridad ocupacional		Continuar promoviendo el programa "Vive sin drogas". Continuar impulsando programas de vacunación, nutrición y campañas de salud para colaboradores de TV Azteca.
Gobierno corporativo Desarrollo de productos y servicios / responsabilidad sobre productos Diversidad e igualdad de oportunidades Impacto social Atracción de talento Gestión de temas sociales		Reportar y aumentar el número de cargos directivos ocupados por mujeres. Incrementar el número de colaboradores capacitados y sensibilizados en cuestiones éticas que incluyen equidad de género. Promover, a través de la programación y las herramientas de comunicación disponibles para TV Azteca, proyectos que fomenten el empoderamiento de la mujer y la equidad de género. Consolidar la Unidad de Género de TV Azteca. Llevar a cabo al menos 10 proyectos a nivel nacional sobre equidad de género. (Kybernus) Continuar con al menos 25% de cargos directivos ocupados por mujeres. Continuar llevando a cabo el Encuentro Feminista de mujeres Jóvenes Líderes Kybernus y contar con al menos 30 mujeres participantes Ofrecer oportunidades de empleo a mujeres y hombres en igualdad de condiciones.
Gobierno corporativo Gestión de riesgos Ética e integridad Corrupción, soborno y transparencia Derechos humanos Diversidad e igualdad de oportunidades Gestión de temas sociales		Continuar publicando el Informe de Sustentabilidad con un enfoque en la mejora continua y considerando las opiniones de los grupos de interés. Publicar la política de diversidad y género aplicable para el Consejo de Administración de TV Azteca. Capacitar al 100% de los colaboradores de TV Azteca en gestión de riesgos. Llevar a cabo al menos 1,200 actividades para el fortalecimiento de la sociedad civil, el estado de derecho, la igualdad de oportunidades y la libertad. (Kybernus) Ofrecer oportunidades de empleo a mujeres y hombres en igualdad de condiciones. Ampliar la capacitación a los colaboradores de TV Azteca en cuestiones éticas. Mantener los medios de contacto / asesoría ética y seguir disminuyendo el número de denuncias y consultas relativas a derechos humanos.

Participación sectorial

GRI 206, 405: 103-1, 103-2, 103-3

102-13



Principios 2, 10

TV Azteca promueve la libre competencia y de las operaciones éticas a través de su participación en cámaras sectoriales y asociaciones. Entre los organismos a los que pertenece se encuentran:

México

- Cámara de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), asociación que a su vez pertenece al Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM)
- Asociación Mexicana de Internet (AMIPCI)
- Sociedad de Autores y Compositores de México, S.G.C. de I.P. (SACM)
- 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

Asimismo, la compañía participa en consultas en el Instituto Federal de Telecomunicaciones, la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión y la Comisión de Emisoras.

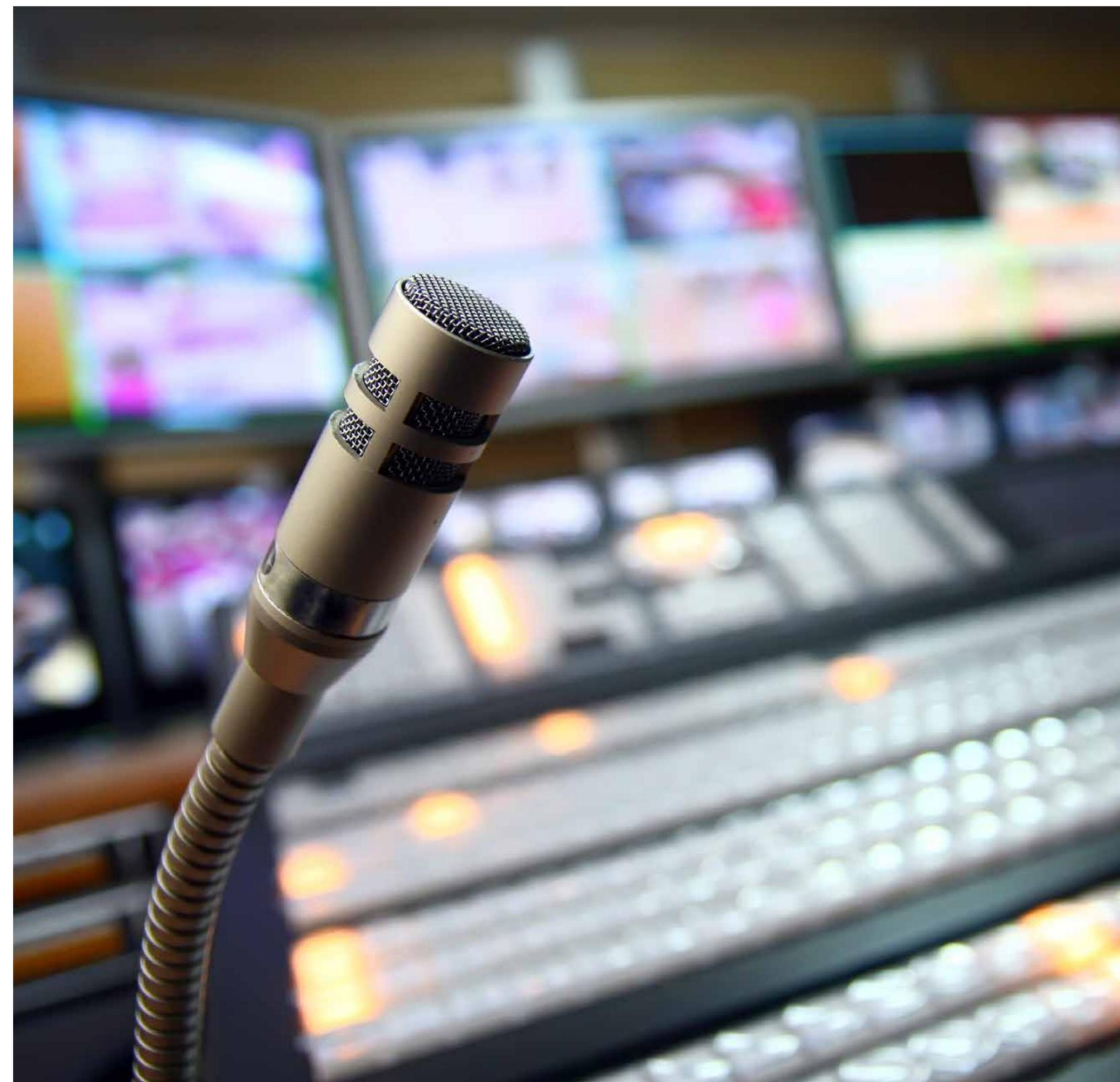
Estados Unidos

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

Perú

- Asociación Peruana de Recursos Humanos (APERHU)

TV Azteca apoya a las autoridades en el proceso de mejora regulatoria mediante la emisión de comentarios que afinan aspectos operativos, económicos técnicos o legislativos.



Valor económico

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

102-7, 201-1, 203-1



Nuestra tenacidad nos permite seguir creciendo de manera sostenida y asegurar los intereses de nuestros *stakeholders*

Indicadores financieros	Resultado 2018	Resultado 2019	Variación 2019 vs 2018
Ventas netas	-\$13,680	-\$12,814	-6.3%
Costos	\$9,394	\$8,676	7.6%
Gasto de venta y administración	\$1,472	\$1,555	5.6%
Utilidad de operación	-\$1,647	-\$1,525	-7.4%
Activo total	\$27,988	\$28,376	1.3%
Pasivo total	\$24,511	\$24,772	1.0%
Capital contable	\$3,476	\$3,604	3.6%
Anticipos de anunciantes	-\$1,578	-\$977	-38.0%
Inversión de capital	-\$584	-\$430	-26.3%
Impuestos y derechos	\$939	\$1,120	19.2%

Nota. Cifras en millones de pesos

Valor económico generado		Valor económico distribuido		Valor económico retenido	
2018	2019	2018	2019	2018	2019
\$13,680	\$12,814	\$10,866	\$10,230	\$2,813	\$2,583
-6.3%		-5.8%		-8.1%	

Notas.

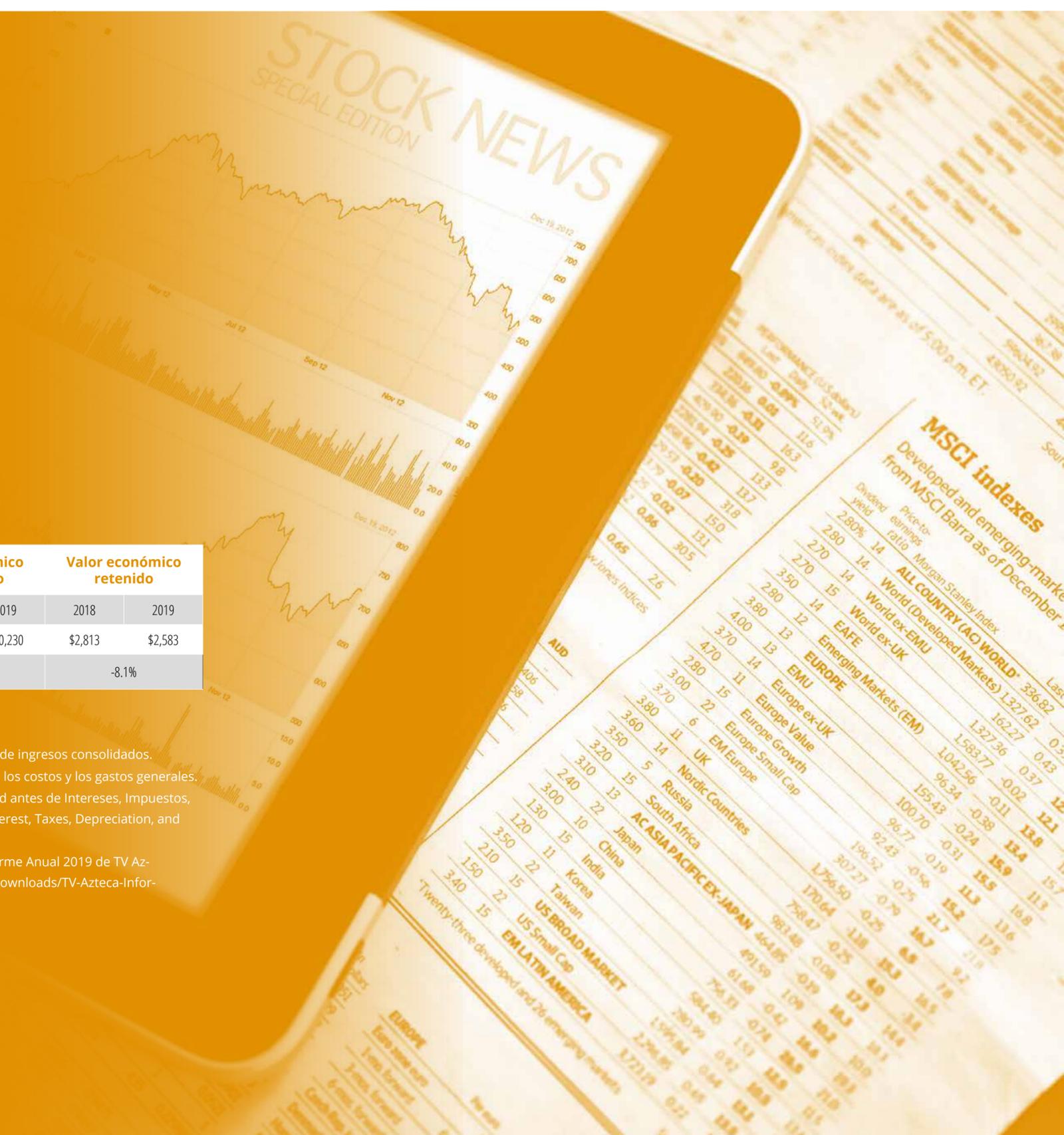
Cifras en millones de pesos.

El valor económico generado se refiere al monto de ingresos consolidados.

El valor económico distribuido es la sumatoria de los costos y los gastos generales.

El valor económico retenido se refiere a la Utilidad antes de Intereses, Impuestos, Depreciación y Amortización (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization, EBITDA).

Esta información puede ser consultada en el Informe Anual 2019 de TV Azteca: <http://www.irtvazteca.com/documents/es/Downloads/TV-Azteca-Informe-Anual-2019.pdf>, p. (263).



MXN\$12,814 millones de pesos, ventas netas al cierre de 2019

Los principales resultados de 2019 para TV Azteca en términos económicos fueron:

- Las ventas netas para el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2019 disminuyeron un 6%. La disminución se debió, en gran medida, a que en 2018 se tuvieron ventas relacionadas con la cobertura del Mundial de Futbol en Rusia, que representan importantes segmentos de mercado para numerosas marcas en México.
- Los costos de programación, producción y transmisión en 2019 disminuyeron en un 8%. La disminución se dio, nuevamente, gracias a los costos relacionados con la transmisión de juegos del Mundial de Futbol en 2018.
- Los gastos de venta y administración para el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2019 incrementaron en un 6%. El incremento tuvo lugar, principalmente, en honorarios y gastos de viaje.
- En 2019, TV Azteca recibió el 85% de sus ingresos del mercado mexicano, 5.9% del mercado estadounidense, 1.9% fue generado por ventas de programación a otros países, 3.0% fue generado por ingresos relacionados a la operación de Fibra Óptica y el 4.2% restante fue generado por ingresos relacionados con la operación del Golf.
- Los ingresos generados en México provienen de clientes que anuncian sus productos en todo el país en las programaciones de transmisión nacional de TV Azteca, así como de clientes locales que se anuncian regionalmente a través de las 38 sucursales locales de TV Azteca, donde se pueden insertar anuncios locales. La publicidad nacional representó aproximadamente el 72% de las ventas totales netas de TV Azteca en 2019 y 75% en 2018. TV Azteca considera que el desempeño de las ventas de publicidad nacionales es, en cierta medida, una función de la actividad económica nacional mexicana, particularmente de la demanda del consumidor.
- Las principales fuentes de liquidez de TV Azteca incluyen efectivo en caja, ventas por anticipado de tiempo publicitario y recursos no comprometidos de financiamiento a corto plazo. Un programa de CEBURES por \$4,000 mdp a un plazo de 5 años emitido en 2017, un programa de MTN por \$400 mdd emitidos en agosto de 2017 a un plazo de 7 años, un préstamo con Ban-

co Azteca por \$1,708 mdp con vencimiento en marzo de 2030 y un préstamo con Capiprom por \$41 mdp con vencimiento a 10 años.

- El efectivo y equivalentes de efectivo para los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 2018 y 2019, fue \$1,702 mdp y \$2,284 mdp respectivamente. El incremento en el efectivo en caja de TV Azteca en 2019 respecto a 2018 se debió principalmente a la cobranza anticipada a clientes.
- Durante 2019, TV Azteca logró superar los resultados de *share* obtenidos en años anteriores a través de su portafolio de cuatro canales con cobertura nacional: Azteca uno, Azteca Siete, adn40 y a+ con contenido de entretenimiento, espectáculos, series, deportes y noticias más cercano a audiencias regionales y a nivel nacional.
- En 2019, TV Azteca mantuvo y superó los resultados obtenidos con la apuesta de programación en vivo en Azteca Uno y ficción de alta calidad en Azteca 7.
- En 2019, Azteca Uno produjo 18 horas en vivo al día. Un ejemplo exitoso es "La Voz", que es el formato musical más impor-

tante del mundo, con lo que la televisora demuestra que sigue mejorando la calidad de sus contenidos. El programa se consolidó como uno de los programas más vistos del año con 584 millones de personas alcanzadas.

- En 2019 los éxitos se repitieron con "Exatlón", llegando a más de 9 millones de personas cada día; "La Academia", alcanzando a 27 millones de personas en el año; "Master Chef México", que fue visto por 4 de cada 10 mexicanos durante toda su transmisión. Asimismo, TV Azteca se mantiene como la casa de los grandes eventos con "Miss Universo", los "Premios Óscar", "El desfile del Día de Muertos" y "Mañanitas a la Virgen".
- A lo largo del año, Azteca 7 se mantuvo sistemáticamente por encima de la competencia con sus propiedades más importantes como "BOX Azteca", que fue visto por el 77% de los hogares en México; "FUT Azteca", llegando al 87% de los hogares. Además, el estreno de "Hernán" fue visto por más de 10 millones de personas. Por otra parte, "Rosario Tijeras" regresó en su tercera temporada para ser visto por 5 millones de personas en cada una de sus emisiones.



Transformación

102-26



Principios 1, 2, 4, 6, 8, 9

En 2019, la compañía continuó evolucionando para continuar a la cabeza de la industria de telecomunicaciones. Este fue un año de transformaciones que permitieron incrementar la eficiencia y ofrecer a la audiencia la mejor televisión. TV Azteca se encuentra en la fase de Transformación —etapa del plan a cuatro años establecido por Benjamín Salinas Sada, Director General— para convertir a TV Azteca en uno de los mejores lugares para trabajar.

La visión del Director General para este proceso es impulsar una transformación permanente que rete a TV Azteca y sus colaboradores a estar siempre a la vanguardia, unidos y haciendo la mejor televisión para un público que demanda cada vez más contenidos de alta calidad, vivos.



“La Nueva TV Azteca”, concebida por Benjamín Salinas Sada para 2020, es el inicio de una nueva era en la que todos contribuyamos para hacer la mejor televisión. De esta manera, TV Azteca se ha propuesto los siguientes objetivos:

Visión 2020



En 2019, y gracias al trabajo de todo el equipo de la compañía, **se alcanzó el 40% del share** en el horario estelar entre el público objetivo.

Liderazgo visionario y responsable

102-18, 102-29, 102-20, 102-21, 102-22, 102-23, 102-24, 102-25, 102-27, 102-28, 102-33, 102-35, 102-36



Principios 1, 2

TV Azteca cuenta con un equipo de líderes cuya experiencia y visión la guían por el camino de la Transformación. Con gran talento, conocimiento de la industria y compromiso con la sustentabilidad, el Consejo de Administración y el equipo directivo de TV Azteca son elementos esenciales para el buen desempeño de la compañía.

Consejo de Administración

Para establecer las estrategias generales, gestionar la sociedad, vigilar la situación financiera, administrativa y jurídica y, en general, garantizar un buen desempeño, TV Azteca cuenta con un Consejo de Administración integrado por diez miembros, tres de ellos independientes. Además, posee una declaratoria sobre la independencia del Consejo de Administración, que se encuentra en la cláusula vigésimo séptima de los Estatutos Sociales.

El Consejo es el máximo órgano de gobierno encargado de nombrar, elegir y destituir al Director General de la sociedad, así como de aprobar transacciones, remociones o nombramiento de personal clave. También gestiona el negocio de la compañía y personas morales que esta controle y vigila la conducción de la sociedad y de los directivos relevantes.

De igual manera, el Consejo da seguimiento a los principales riesgos a los que se expone la sociedad y las personas morales que esta controla, y proporciona las directrices para gestionar estos riesgos. Otra de sus funciones es presentar los informes de conformidad con la Ley del Mercado de Valores y la Ley General de Sociedades Mercantiles a la Asamblea General de Accionistas.

En 2019, el Consejo de Administración de TV Azteca estuvo conformado de la siguiente manera:

Nombre	Cargo	Consejero desde	Edad
Ricardo Benjamín Salinas Pliego ¹	Presidente del Consejo / Consejero Relacionado / Patrimonial	1993	64
Pedro Padilla Longoria	Consejero Relacionado	1993	54
Guillermo E. Salinas Pliego	Consejero Relacionado	1998	59
Mario San Román Flores	Consejero Relacionado	2004	61
Luis Jorge Echarte Fernández	Consejero Relacionado	1999	74
Joaquín Arragnoiz Orvañanos	Consejero Relacionado	1998	63
Francisco Javier Murguía Díaz	Consejero Independiente	2004	80
Ignacio Cobián Villegas	Consejero Independiente	2006	56
Sergio Manuel Gutiérrez Mugerza	Consejero Independiente	2000	68

*Son Consejeros Suplentes indistintamente del Consejo: Carlos Díaz Alonso y Rodrigo Fernández Capdevielle.
 1 Ricardo Benjamín Salinas Pliego y Guillermo E. Salinas Pliego son hermanos.

El Consejo de Administración está integrado por **10 consejeros**, 3 de ellos independientes (33.3%)

El tiempo promedio que un consejero mantiene su cargo como miembro del Consejo de Administración de TV Azteca son **7 años**

En 2019, el 12% de los cargos directivos relevantes **fueron ocupados por mujeres.**

Para comunicar temas críticos o relevantes al Consejo existen diversos canales disponibles: el portal de Grupo Salinas, el portal de Socios Azteca, Honeste, Buzón de Comunicación Anónima, correo electrónico, revistas internas y redes sociales.

En cuanto a la delegación de autoridad, el Consejo hace llegar a los directivos reportes y memorandos con base en los objetivos establecidos y estos, a su vez, realizan reuniones periódicas entre ellos.

Por otro lado, los miembros prestan sus servicios a este órgano de gobierno por un periodo de al menos un año y son elegidos por los tenedores de las acciones de la empresa a través de una asamblea. De acuerdo con los Estatutos Sociales de TV Azteca, el máximo de integrantes es de veintiuno, de los cuales 25% deben ser consejeros independientes.

Serie A

Los tenedores de estas acciones tienen la facultad de elegir al menos a 60% de los miembros del Consejo de Administración.

**Serie D-A
Serie D-L**

Los propietarios de al menos 10% del capital social con derecho a voto limitado de TV Azteca tienen derecho a elegir a uno de los miembros del Consejo de Administración.

En cuanto a la compensación, en 2019 el monto total establecido como remuneración variable a consejeros (incluyendo al Presidente del Consejo), altos directivos e individuos con carácter de personas relacionadas por los servicios prestados fue de aproximadamente \$647 millones de pesos. Esta cantidad fue determinada tomando en cuenta los logros de la compañía, su rentabilidad, cumplimiento y costo financiero. La compensación variable fue autorizada por el Comité de Auditoría y por el Consejo de Administración.

TV Azteca garantiza el buen desempeño del Consejo de Administración al integrarlo de conformidad con los Estatutos Sociales, pues cada miembro reúne y cumple con los requisitos establecidos por los mismos, permitiendo a la compañía tener certeza del cumplimiento de las funciones de cada miembro. De igual modo,

el Consejo presenta un informe de actividades y la Asamblea Anual lo evalúa y aprueba.

Cabe destacar que la duración máxima del periodo en el que se evalúa el desempeño de los ejecutivos para la aplicación de una compensación variable es de un año.

La compañía considera como conflicto de interés todo hecho personal debido al cual se ve afectado el beneficio de la compañía o el desempeño objetivo del colaborador, también los beneficios personales impropios recibidos como consecuencia de la posición que los directivos o ejecutivos ocupan dentro de la empresa.

En caso de identificar una situación de esta naturaleza, el protocolo requiere que se informe de manera inmediata a algún superior jerárquico y al Consejo de Administración para que sea este quien tome una decisión adecuada para mitigar cualquier impacto negativo para TV Azteca.





Comité de Auditoría

Comité que apoya al Consejo de Administración en la toma de decisiones. De acuerdo con los Estatutos Sociales de TV Azteca y la Ley de Mercado de Valores, está integrado por al menos tres miembros independientes que son designados por el Consejo. Entre sus funciones se encuentran:

- **Informar** al Consejo sobre cualquier situación irregular detectada, así como sobre las medidas correctivas adoptadas y las que se sugiere implementar.
- **Revisar** los estados financieros y los sistemas de control interno y auditoría interna, así como las actividades e independencia de los auditores externos y del propio Comité.
- **Remitir** al Director Jurídico los procedimientos legales que hayan sido iniciados en contra de colaboradores de la empresa.
- **Supervisar** el cumplimiento, por parte del Director General, de los acuerdos y disposiciones de la Asamblea de Accionistas y del Consejo de Administración.
- **Opinar** sobre cada una de las operaciones que deban ser aprobadas por el Consejo cuando éstas tienen un valor superior al 5% de los activos consolidados de TV Azteca, con base en cifras correspondientes al trimestre inmediato anterior.
- **Sugerir** la contratación de expertos independientes cuando se requiera.
- **Orientar** al Consejo de Administración sobre el nombramiento, compensación y retención de algún despacho contable, además de vigilar su desempeño.

En 2019, el Comité de Auditoría estuvo integrado por tres miembros independientes: Ignacio Cobián Villegas (Presidente), Francisco Javier Murguía Díaz y Sergio Manual Gutiérrez Muguerza.

Equipo Directivo

Para garantizar la solidez e innovación de la compañía, esta cuenta con un equipo directivo que se caracteriza por su gran experiencia en la gestión de las diversas áreas de negocio y por conducirse con los más altos estándares éticos. Durante este año, estuvo conformado de la siguiente manera:

Nombre	Cargo
Ricardo Benjamín Salinas Pliego	Presidente del Consejo
Benjamín Francisco Salinas Sada	Director General
Joaquín Arrangoiz Orvañanos	Codirector General de Ventas
Esteban Galindez Aguirre	Director General de Finanzas
José Alberto Ciurrana Macías	Director de Contenido y Distribución
Jorge Adolfo Garralda Ochoa	Director de Cultura Corporativa de TV Azteca y Director General de Azteca Social
Jesús Eduardo de la Vega Bustillos	Director General de Ventas
Rafael Rodríguez Sánchez	Director Jurídico

Gestión de riesgos

102-29, 102-30, 102-31

TV Azteca cuenta con un esquema para la gestión de riesgos que brinda amplia cobertura —mediante el amparo de sus recursos humanos, tecnológicos, materiales y financieros— ante eventualidades y contingencias que puedan afectar sus operaciones. Para prevenir la materialización de los riesgos, el Gobierno Corporativo está respaldado por el área de Control Interno, la cual mantiene un estricto sistema de seguridad y respaldo de información

La función del Gobierno Corporativo en términos de gestión de riesgos es dar seguimiento a aquellos a los que están expuestas la sociedad y las personas morales asociadas a esta. Los factores de riesgo son identificados por medio del Comité de Auditoría y con base en la información presentada por este, el Director General, los auditores externos, los sistemas de contabilidad, control interno y auditoría interna, registros, archivo e información. De ser necesario, el Consejo de Administración analiza los impactos, riesgos y oportunidades en las sesiones trimestrales si es necesario.

Cumplimiento

A través de la Dirección Jurídica de TV Azteca se llevan a cabo revisiones continuas de las obligaciones en materia de telecomunicaciones, en materia electoral, juegos y sorteos, así como obligaciones bursátiles ante la Comisión Nacional de Valores y la Bolsa Mexicana de Valores.

Ética e Integridad

GRI 205, 206, 416, 418, 419: 103-1, 103-2, 103-3

102-16, 102-17, 102-44, 205-1, 205-2, 412-2, M2, M3, M4, M5, M6, M7



Principios 1, 2, 3, 4, 5, 6, 10

Nuestros valores



Las cualidades que caracterizan y hacen destacar a TV Azteca son:

- Excelencia
- Trabajo en equipo
- Generosidad
- Aprendizaje
- Rapidez y simplicidad
- Inteligencia

Código de Ética

TV Azteca cuenta con un Código de Ética para el cumplimiento de sus estándares de honestidad, integridad y apego a la legislación vigente en toda actividad ejercida por los consejeros, directivos y colaboradores de la compañía.

Entre los temas que gestiona se encuentran la transparencia, claridad de la información, manejo de conflictos de interés y la pertinencia y exactitud de los documentos resultantes de las operaciones entre TV Azteca y sus grupos de interés. También aborda la conducta esperable de cada colaborador, las directrices para la interacción con los grupos de interés, las prácticas anticorrupción, el respeto a los derechos humanos, entre otros.

Además, TV Azteca basa sus operaciones en una serie de principios detallados en el Código de Ética:

- Derechos de propiedad: defendemos la efectiva promoción de los derechos de propiedad, en especial el respeto a la propiedad privada en todas sus modalidades porque es el sustento de la prosperidad económica y factor de certidumbre económica y social.
- Libertad de mercado: la economía responsable de mercado, basada en la ley de oferta y demanda, debe contribuir a un desarrollo sustentable que genere calidad, promueva el aprovechamiento de recursos e impulse la innovación tecnológica.
- Derechos del consumidor: apoyamos la libertad de consumo, rechazamos el proteccionismo y le damos voz a los consumidores.
- Modernización económica: creemos en la prosperidad que surge de la modernización de la economía, de la rectoría del mercado y la reducción de la estructura estatal. Rechazamos el populismo y la excesiva regulación de la actividad económica.

En 2019, el **Código de Ética de TV Azteca** fue registrado ante el Instituto Federal de Telecomunicaciones

- Responsabilidad financiera y monetaria: queremos una política financiera, monetaria y fiscal responsable por parte del Estado.
- Conciencia ecológica: promovemos el respeto al medio ambiente y la cultura ecológica como base del desarrollo sustentado del país.
- Democracia: entendemos la democracia como el ejercicio de la corresponsabilidad y no como la dictadura de las mayorías.

Para conocer más acerca del Código de Ética de TV Azteca visite: <http://www.irtvazteca.com/documents/es/Downloads/Codigo-de-Etica-de-TV-Azteca-2015.pdf>

Comité de Ética

Además, TV Azteca cuenta con un Comité de Ética cuya función es vigilar el cumplimiento de los lineamientos legales y adhesión de cada colaborador a los principios éticos de la empresa.

Desde 1997, 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, 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.

El Comité sesiona una vez a la semana para gestionar incidentes y elaborar reportes de los mismos, que son enviados a la dirección de cada área. Posteriormente, el Comité cita a las sesiones a los involucrados y/o responsables para hacer de su conocimiento las medidas correctivas.

Anticorrupción

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. La compañía entiende por formación la responsabilidad de educar a la población en cuatro ámbitos fundamentales: la democracia, la justicia, la convivencia social, el desarrollo y la prosperidad económica

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. Por lo tanto, en la empresa no hay lugar para la corrupción.

Asimismo, rechazamos cualquier práctica monopólica o de competencia desleal y en 2019 no tuvimos ninguna sanción debido a esto.

Como medio de comunicación, TV Azteca asume la responsabilidad de la autorregulación. Asume los riesgos y el placer de hacer un trabajo digno, con apego a la libertad de expresión y al derecho a la información. Por eso, contamos con nuestro Código de Ética, que se fundamenta en la ética universal, está apegado a la ley y promueve la calidad y los valores que TV Azteca plantea para todos sus programas.

Ciberseguridad

El Despacho de Seguridad de la Información (DSI) tiene por objetivo establecer los lineamientos Institucionales, políticas y prácticas la seguridad de la información aplicables a Grupo Salinas. Aplica a las Unidades de Negocio de Grupo Salinas, así como a las personas que, directa o indirectamente, prestan sus servicios profesionales dentro de las mismas y a toda la información obtenida, creada, procesada, almacenada o intercambiada dentro del Grupo. El DSI ofrece constantemente cursos en línea y recomendaciones a los empleados.

Las herramientas con las que cuenta el DSI se basan en diversas tecnologías utilizadas de acuerdo con el control del modelo de ciberseguridad:

- Sistemas de prevención de intrusos
- Herramientas para protección de equipos de cómputo y dispositivos
- Correlacionador de eventos
- Herramientas de verificación de integridad de archivos
- Equipos de monitoreo de seguridad con tecnología de punta
- Bloqueo y prevención de ataques a bases de datos
- Tecnología de gestión de identidades para accesos lógicos

Protección de datos personales

La gestión de la privacidad de datos personales es un elemento clave para TV Azteca, cuyo objetivo es **brindar mayor confianza a sus clientes y proveedores**

Los datos en la era digital se han convertido en bienes sin los cuales los negocios no podrían sobrevivir, por lo que la privacidad y protección de datos personales son una parte cada vez más importante en el mundo actual para las personas y las empresas. Debido a esto, se han desarrollado herramientas internas para controlar adecuadamente los datos personales de nuestros clientes y proveedores con el fin de realizar una gestión responsable y beneficiosa para ellos.

Proteger la información de los clientes es sinónimo de respeto. La estrategia de la compañía es sensibilizarlos e informarlos para que entiendan exactamente cómo se está utilizando su información y a su vez tengan el control y decidan sobre su tratamiento, esto refuerza su confianza en TV Azteca.

En 2019, TV Azteca no recibió ninguna multa por parte del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI).

Como parte de su plan estratégico, TV Azteca se ha enfocado en capacitar constantemente a sus colaboradores a través del Departamento de Datos Personales y éste a su vez, difunde una cultura de protección de datos personales entre sus socios y colaboradores.

Asimismo, se implementó el portal www.datospersonalesgs.com.mx en el que se puede encontrar una sección exclusiva de preguntas y respuestas con la finalidad de informar a cualquier usuario en su calidad de Titular de datos personales sobre los temas fundamentales de privacidad y como mantener protegida su información.

1er lugar del premio “Innovación y Buenas Prácticas en Materia de Protección de Datos Personales 2018” otorgado por el INAI

10 colaboradores certificados a Nivel Fundamentos por NYCE

Canales de comunicación

Con el fin de reforzar la comunicación dentro de la compañía, TV Azteca fomenta el uso de canales de contacto directo entre los colaboradores y la Dirección. De esta manera, los colaboradores están al tanto de lo que sucede en la compañía y tienen la certeza de que sus ideas, consultas y reportes son tomados en cuenta.

En 2019, 83 colaboradores y socios de TV Azteca fueron capacitados en el uso de los canales **Honestel, Ideas y Cuéntanos**

Honestel	Cuéntanos	Ideas
Medio de denuncia confidencial a través del cual los colaboradores hacen llegar quejas, reclamaciones y faltas al Código de Ética y Conducta de TV Azteca, a los principios, políticas y procedimientos del PEIC, así como a las leyes aplicables.	Medio interno cuya función es abrir el diálogo y escuchar a los colaboradores con total libertad sobre todo tipo de evento o tema, incluyendo la identificación de riesgos con la finalidad de gestionarlos correctamente.	Espacio en el que los colaboradores pueden compartir sus propuestas, proyectos y mejoras sobre cualquier tema que ayude a transformar de manera positiva su trabajo, mejorar el clima laboral y mitigar riesgos en toda la organización.

Estos medios se encuentran disponibles a través de diversos puntos de contacto las 24 horas del día, los 365 días del año.

La gestión de los canales de comunicación se realiza a través de:

- Proceso general definido
- Procedimientos específicos para cada uno de ellos
- Personal dedicado a la atención, canalización y seguimiento al resultado de cada contacto
- Indicadores de evaluación:
 - Folios recibidos
 - Confianza
 - Anonimato, porcentaje de folios recibidos en los que no se proporcionan datos por parte de las personas que hacen llegar sus comentarios
 - Efectividad, porcentaje de investigaciones efectivas, proyectos implementados y preguntas resueltas
 - Tiempo de atención a cada folio, indicador que es medido desde el día en el que el folio es enviado para su atención, hasta que recibe una respuesta satisfactoria



93 denuncias recibidas a través de Honestel en 2019, **16.9% menos que el año anterior**

61.2% de las denuncias relativas a faltas al Código de Ética **fueron comprobadas** y 8.6% investigadas

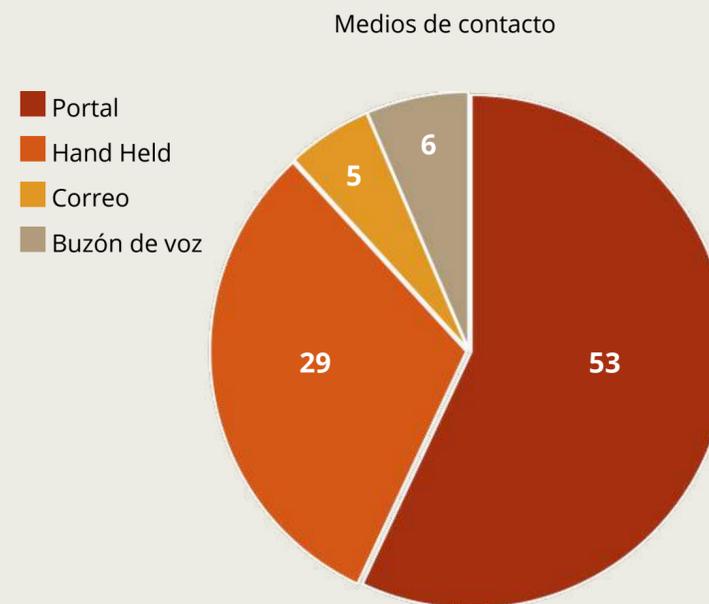
Proceso General



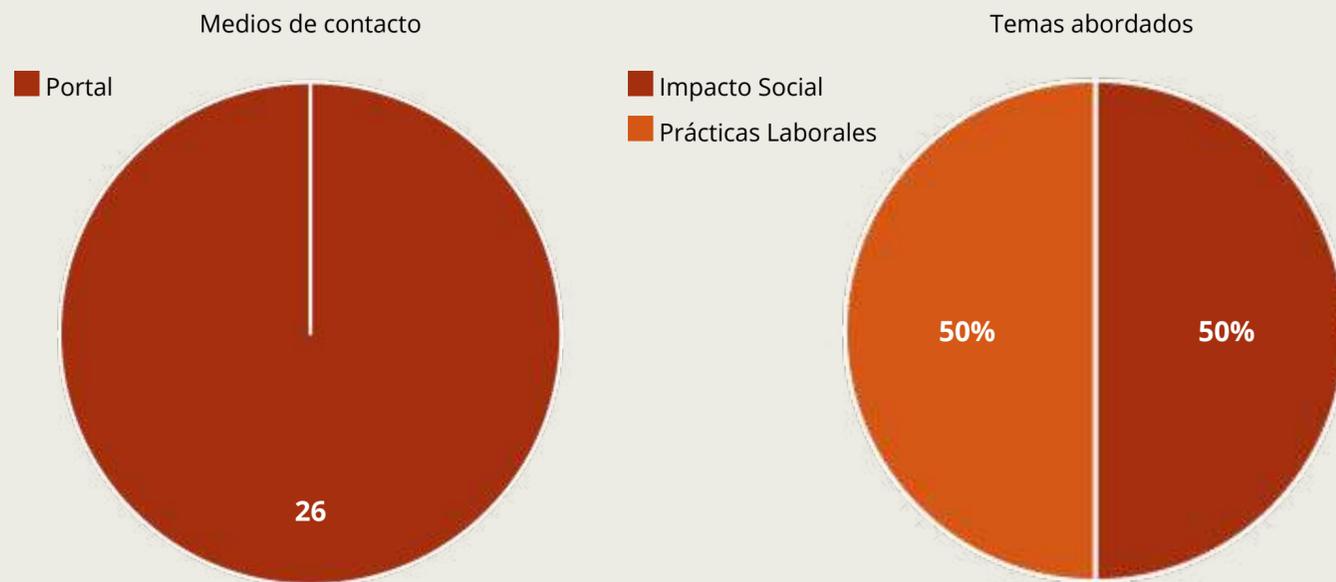
Para dar seguimiento a los reportes por violaciones al Código de Ética, estos son asignados, de acuerdo con su clasificación, al equipo de investigadores capacitados para su atención, quienes investigan y recopilan la evidencia para acreditar los hechos reportados. Después se emite un informe de hallazgos a los responsables del negocio, quienes determinan el plan de acción conforme a lo establecido en el Código de Ética, usualmente en conjunto con Capital Humano, Auditoría y en ocasiones Jurídico y/o Relaciones Laborales. Una vez que se recibe el informe con las acciones a ejecutar y las fechas compromiso, se da por concluida la atención a la denuncia.

En caso de que un colaborador candidato a promoción cuente con una denuncia en su contra, se solicita a Dialogus información de antecedentes en Honestel. Si el colaborador cuenta con sanciones, se determina su estatus y se evalúa su caso de acuerdo con la gravedad del mismo.

Honestel

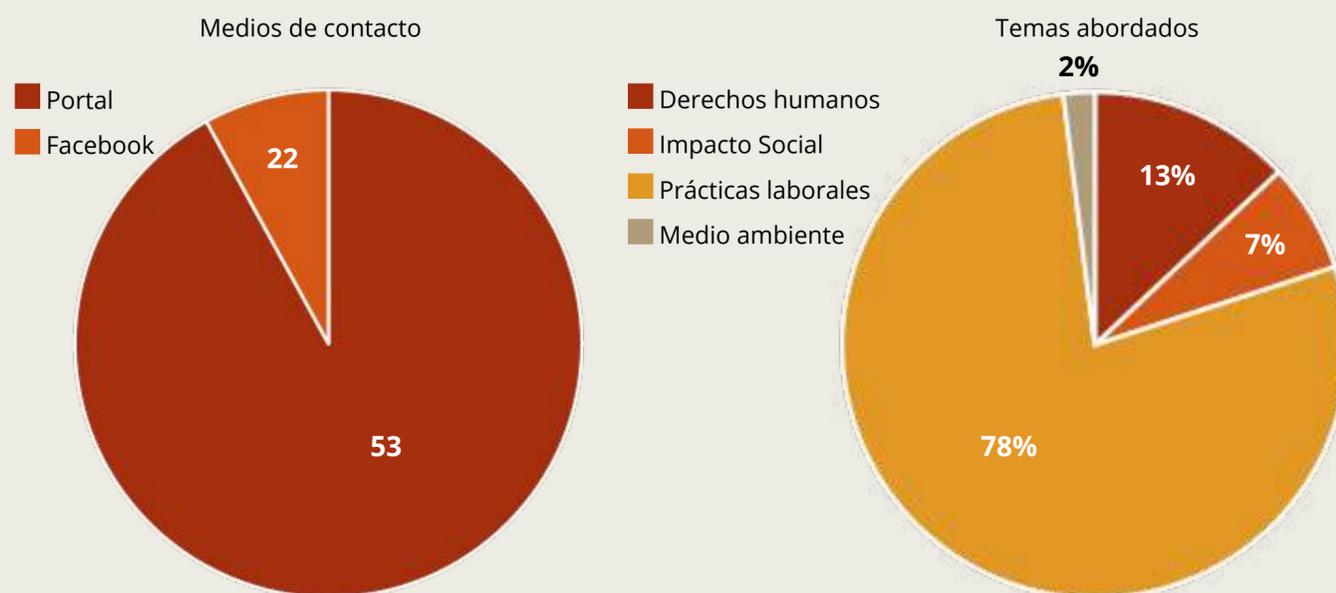


Ideas



26 interacciones recibidas a través del canal Ideas este año, **188% más que en 2018**

Cuentanos



275 interacciones recibidas por medio del canal Cuéntanos en 2019, **44% menos que el año anterior**

Programa A Quien Corresponda

Plataforma que funge como vehículo de comunicación entre TV Azteca y la audiencia. Su finalidad es promover la participación y colaboración ante situaciones que impactan a la sociedad. A Quien Corresponda es conducido por Jorge Garralda desde hace más de 28 años y busca incentivar la conducta ética, la justicia y la legalidad.

Durante el año, el programa recibe miles de donativos que son entregados a quienes más lo necesitan.

Los métodos con los que cuenta para la recepción de denuncias o solicitudes son:

- Teléfono: **5166-2313**
- Correo de voz: **5166-2342**
- Redes sociales:
 - Facebook: **@aquiencorresponda**
 - Twitter: **@aqcazteca - @jorgegarralda**
 - Instagram: **aqcazteca - jgarralda**
- Correo electrónico: **aqc@tvazteca.com.mx**
- Correo postal: **Periférico Sur 4121, col. Fuentes del Pedregal**
- Casetas de atención: **Periférico Sur 4121, col. Fuentes del Pedregal**
- Sitio web: **www.tvazteca.com/aqc**



Cadena de Valor

GRI 204, 308, 405, 406, 407, 408, 409, 412, 414: 103-1, 103-2, 103-3

102-9, 204-1, 308-1, 314-1, 412-3,



Principios 1, 2, 4, 5, 6

La cadena de suministro es fundamental para la estrategia de sustentabilidad de TV Azteca y, por ello, la compañía pone en marcha un minucioso proceso de selección de proveedores para fortalecer su propuesta de valor. TV Azteca cuenta con una Central de Compras –área especializada en la gestión de proveedores— que se encarga de establecer criterios de validación para cada fase del proceso de abastecimiento.

En 2019, TV Azteca implementó una nueva plataforma tecnológica de Compras, con la cual se monitorean las categorías específicas o especiales que requieren algunas normas, permisos o licencias obligatorias para poder operar en México, teniendo como resultado un padrón compuesto por empresas que garantizan la operación de cada una de las Unidades de Negocio que conforman a Grupo Salinas.

Gracias a esta innovación en el proceso, se registró en la base de proveedores sólo a los que presentan la mejor oferta integral, lo cual ayuda a mitigar el riesgo de adquisición de materiales y servicios y aumenta el porcentaje de éxito en cada transacción con los socios comerciales de TV Azteca.

Las líneas estratégicas que siguió la Central de Compras este año fueron:



La Central de Compras gestiona el proceso de abastecimiento a través de:

1. Proceso de adquisiciones

• **Sistema de Compras y Licitaciones/Subastas:** Mecanismo a través del cual se reciben los requerimientos de las unidades de negocio, que son evaluados por los negociadores de cada categoría para definir y ejecutar los procesos comerciales. Mediante este sistema se generan las órdenes de compra que son enviadas a los proveedores para su surtimiento o ejecución.

• **Políticas:** Rigen el marco interno regulatorio y comercial que las unidades de negocio, usuarios, compradores y toda instancia que tenga necesidad de interactuar con la Central de Compras debe seguir. Algunas de estas políticas son:

• **Adjudicación de Compra:** menciona las condiciones sobre las cuales los usuarios o solicitantes pueden pedir requisiciones a la Central de Compras.

• **Entrega de materiales y servicios:** estipula las condiciones de entrega y recepción de los bienes y servicios negociados por la Central.

• **Asignación de pedidos:** marca las reglas para el procesamiento y liberación de la compra en el sistema.

• **Negociación de materiales y servicios:** establece los criterios a considerar para realizar operaciones de negociación como intercambios, subastas, licitaciones, cotizaciones, etc.

• **Liberaciones electrónicas:** para aprobar la orden de compra al proveedor, debe cumplirse la estrategia de liberación que consiste en obtener la autorización de los diferentes jefes de acuerdo al monto de la compra.

2. Selección de proveedores

• **Módulo de Ciclo de Vida del Proveedor:** concentra los datos tanto de prospectos como de proveedores activos en el padrón de la Central, así como toda su documentación legal e historial dentro de Grupo Salinas.

• Proceso de alta de proveedores

Solicitud: concentra la información comercial de los prospectos para participar en eventos de licitaciones o subastas que les permita establecer una relación con Grupo Salinas.

Registro: concentra la información legal de los proveedores que ya tienen alguna asignación de pedido de compra como resultado de su propuesta comercial presentada.

• Procesos complementarios

• **Evaluación de desempeño:** se trabajó para que en 2020 se comiencen a ejecutar de forma programada las evaluaciones a los proveedores que representan más gasto para la Central de Compras.

• **Certificación:** se migró de un esquema manual (correo electrónico) a un modelo de gestión único a través de una plataforma integral.

• **Plataforma de atracción de proveedores:** herramienta mediante la cual potenciales proveedores pueden ofrecer sus productos y servicios a Grupo Salinas.

• **Políticas:** rigen el marco interno regulatorio y comercial que las unidades de negocio, usuarios, compradores y toda instancia que tenga necesidad de interactuar con la Central de Compras debe seguir. Algunas de estas políticas son:

• **Ética de Proveedores:** menciona los códigos de conducta y lineamientos entre el negociador y el proveedor, aborda temas como conflicto de interés, información confidencial y sanciones.

• **Declaratoria de tener o no familiares o ex empleados en Grupo Salinas.**

• **Acuerdo de confidencialidad**

• **Documentos de proceso:** formatos que la Central solicita durante el proceso de licitación o subasta como requisito obligatorio, con el fin de mitigar alguna fuga de información a aquellas empresas que no hayan cumplido con los elementos necesarios para ser considerados proveedores.

• **Certificación:** herramienta que permite conocer la situación legal, financiera, fiscal, comercial, crediticia y ambiental de una empresa, facilitando perfilar al proveedor en la categoría de compra en la que puede ofrecer sus servicios. Este año agregamos un nuevo producto que permite evaluar, además de los criterios anteriores, aspectos como planeación estratégica, calidad de los productos, infraestructura, ambiente laboral, procesos/procedimientos, controles internos, entre otros. Esto con el fin de comenzar con un plan de desarrollo de los proveedores que les permita subsanar los puntos de mejora que presenten.

• **Afianzadora:** recurso que permite saber la capacidad de afianzamiento de la empresa para desarrollar proyectos sin comprometer la integridad del Grupo.

• **Administración integral de riesgos:** se evalúan los procesos y se generan planes de mejora, acciones preventivas y correctivas a los flujos operativos. Para 2020 esta actividad se soportará con los resultados que las evaluaciones de desempeño arrojen.

Para evaluar los resultados de los procesos de adquisiciones y selección de proveedores, en 2019 TV Azteca contó con las siguientes herramientas:

- **Auditorías internas:** el despacho de Auditoría de Grupo Salinas realizó diferentes revisiones durante 2019 en las diferentes categorías de Compras.
- **Planeación estratégica:** área de la Central que se encarga de monitorear los indicadores establecidos por el despacho de Compras desde inicio de año.
- **Hoja de análisis:** se cuenta con un análisis de las categorías principales en donde se puede observar las condiciones del mercado de dichas categorías (principales proveedores, nivel de gasto y posibles riesgos).

TV Azteca tiene una política muy sólida respecto al compromiso ambiental y social y, en consecuencia, sus socios y proveedores deben estar alineados a la misma. A través de criterios éticos, laborales, sociales y ambientales, la Central de Compras garantiza la implementación de buenas prácticas en este tipo de compras. El desarrollo sostenible de nuestros socios comerciales es fundamental para fortalecer y fomentar el crecimiento comercial con cada uno de ellos con un enfoque sustentable.

Además del cumplimiento obligatorio de la legislación vigente, la compañía responde a su compromiso de respetar el medio ambiente y los derechos humanos. El rol de TV Azteca en el aprovechamiento y conservación de los recursos naturales implica un gran beneficio, puesto que al disminuir los impactos al medio ambiente se promueve una mejora en la calidad de vida de la sociedad.

Este año, y con el compromiso de externar estas buenas prácticas, comenzaremos con la invitación a proveedores para desarrollar algunos aspectos en materia de sustentabilidad y laboral, tales como:

Licencias ambientales de acuerdo a su giro comercial	Manejo de desechos de productos y residuos	Salud ocupacional
Seguridad en el área de trabajo	Inscripción de trabajadores en el Seguro Social	No discriminación y gestión de capital humano

Cabe destacar que la Central de Compras trabaja para que, en 2020, se establezcan criterios que permitan evaluar objetivamente las prácticas de los proveedores ante la NOM-035-STPS-2018.

Círculo de Proveedores

TV Azteca cuenta con la Certificación Círculo de Proveedores, un mecanismo que garantiza que cada compra es responsable y sigue criterios éticos, laborales, sociales y ambientales. Las empresas proveedoras de TV Azteca deben cumplir con estos criterios. los insumos y servicios de conformidad con los términos negociados.

Al cierre de 2019, TV Azteca contó con 1,049 proveedores

86% del monto pagado a proveedores fue destinado a **proveedores nacionales**

344 nuevos proveedores mexicanos contratados por TV Azteca en 2019

1,381 proveedores de Grupo Salinas han sido evaluados para la obtención de algún distintivo de la **Certificación Círculo de Proveedores** durante el periodo 2017-2019.

En 2019, Central de Compras amplió el alcance de esta Certificación, incorporando nuevos criterios de revisión; entre los que se encuentran:

- Cuestiones operativas
- Procesos/procedimientos
- Infraestructura
- Planeación estratégica

- Controles de calidad
- Servicio al cliente interno y externo
- Capacitación
- Clima laboral
- Seguridad y salud industrial
- Medio ambiente

Con este cambio en la Certificación, Central de Compras evalúa no sólo los aspectos legal y financiero de manera documental, sino que además lleva a cabo una verificación in situ del cumplimiento de todos los criterios. El objetivo es iniciar con el desarrollo de proveedores para la implementación de planes de mejora con base en los resultados de la evaluación de desempeño, así como confirmar que los proveedores cuenten con la capacidad de suministrar.

La importancia de estas evaluaciones *in situ* en conjunto con Honestel, radica en que se consolidan como los mecanismos de monitoreo ante la posible ocurrencia de riesgos en materia de derechos humanos en la cadena de suministro, pues pueden existir proveedores que no regulan la contratación de sus colaboradores, que no cuentan con mecanismos de comunicación que permitan la libre expresión, o bien, un canal de denuncias que facilite la imposición de sanciones ante los casos que afecten la dignidad humana en la cadena de valor.

Para 2020, Central de Compras tiene previsto incluir un criterio relativo a las prácticas realizadas por los proveedores para atender las disposiciones de la NOM-035-STPS-2018, Factores de riesgo psicosocial en el trabajo-Identificación, análisis y prevención.

Además de estar sujetas al cumplimiento de la legislación vigente, las empresas proveedoras de TV Azteca deben obedecer los principios de respeto del medio ambiente y de los derechos humanos. Esto se debe a que el rol que desempeñan en el aprovechamiento y conservación de los recursos naturales implica un beneficio económico y de valor ético, puesto que al disminuir los impactos en el entorno se promueve una mejora en la calidad de vida de la sociedad. Así, el desarrollo sostenible de los proveedores de TV Azteca es fundamental para fortalecer y fomentar el crecimiento comercial con un enfoque sustentable.



Los aspectos evaluados en ambos criterios son los siguientes:

Criterio ambiental	Criterio social
<ul style="list-style-type: none"> •Cumplimiento de requisitos de la legislación en materia de seguridad, salud e higiene, y ambiental •Cumplimiento de licencias ambientales •Control sobre el manejo y disposición de productos y sus residuos •Inspecciones de seguridad, salud, ambiente e higiene •Inventario de emisiones de carbono y gases de efecto invernadero (GEI) •Separación de residuos •Recolección especializada de los residuos de manejo especial y tóxicos •Responsabilidad ambiental de sus productos o servicios •Limpieza de agua contaminada •Políticas para ahorro de energía eléctrica •Políticas para ahorro de agua •Políticas para disminución de residuos 	<ul style="list-style-type: none"> •Participación en eventos de compromiso social •Donación a causas sociales

138 proveedores de Grupo Salinas fueron evaluados en el cumplimiento del criterio ambiental en 2019; 33 de ellos en términos de observancia normativa y control y 105 en responsabilidad ambiental.

En promedio, **96% de los proveedores evaluados** en observancia normativa y control **cumplieron con los requerimientos de la Certificación.**

En promedio, **31% de los proveedores evaluados en responsabilidad ambiental cumplieron con los requerimientos de la verificación.**

175 proveedores de Grupo Salinas fueron evaluados en el cumplimiento del criterio social en 2019; 105 de ellos sólo en cuanto a la participación en eventos de compromiso social, mientras que los 70 restantes también fueron evaluados en la donación a causas sociales.

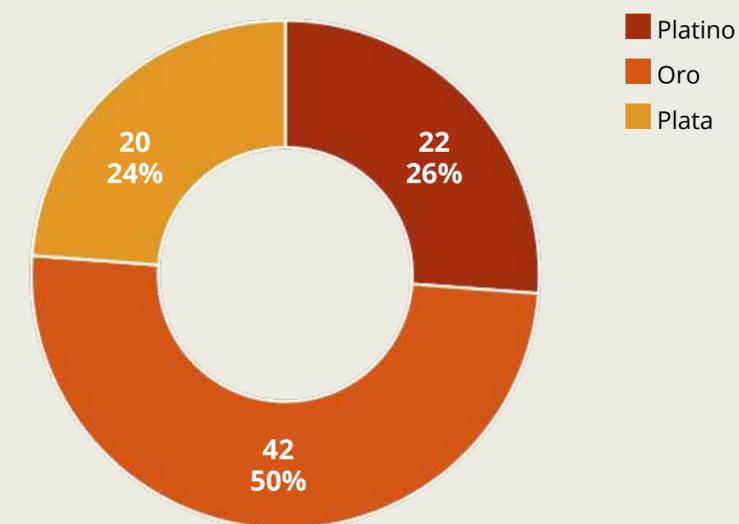
En promedio, **27% de los proveedores evaluados en la participación en eventos de compromiso social y en donación a causas sociales cumplieron con los requerimientos de la Certificación.**

269 nuevos proveedores cumplieron con el criterio de compromiso social y ambiental; 233 de ellos forman parte del Círculo de Proveedores, mientras que los 36 restantes cumplieron con la verificación in situ.

En 2019, 86 proveedores presentaron incumplimientos con respecto a los criterios establecidos por Central de Compras. En respuesta a ello, se implementó un esquema de consultoría externa, proporcionada por una empresa especializada que apoyó a los proveedores en la atención de los hallazgos de las evaluaciones, por medio de planes de remediación y un modelo de análisis que permitirá la obtención de insumos importantes para iniciar con el desarrollo de proveedores. 84 de los proveedores implementaron un plan de mejora; derivado de él, optimizaron su desempeño en materia económica, social, ambiental y ética durante 2019.

98% de los proveedores mejoraron su desempeño en materia económica, social, ambiental y ética durante 2019, haciéndolos acreedores a la Certificación Círculo de Proveedores.

Proveedores con planes de mejora que obtuvieron un distintivo de la **Certificación Círculo de Proveedores en 2019**



308-2, 412-1, 414-2

En 2020, con el compromiso de externar estas buenas prácticas, Central de Compras impulsará a diversos proveedores para desarrollar algunos aspectos laborales y de sustentabilidad, tales como:

- Licencias ambientales de acuerdo con su giro comercial
- Manejo de desechos de productos y residuos
- Salud ocupacional
- Regulación de trabajadores menores de edad
- Seguridad en el área de trabajo
- Inscripción de trabajadores en el Seguro Social
- No discriminación y gestión de capital humano

Una de las metas de Central de Compras a 2020 es el **desarrollo del 95% de los proveedores.**

Central de Compras trabajará para **eficientar en un 30% el cumplimiento** de fechas de entrega pactadas.

Entre los objetivos de Central de Compras hacia 2020 se encuentran **asegurar el uso de productos y servicios innovadores** a los clientes internos, además de trabajar en la generación de una base de proveedores socialmente responsables para proyectos sociales y ambientales.

Estrategia de vanguardia

GRI 417: 103-1, 103-2, 103-3

416-1

La televisión abierta continúa siendo el medio de difusión de mayor consumo en México. Durante 2018, TV Azteca alcanzó 29.6 millones de hogares mexicanos al mes. Las audiencias son cada vez más exigentes, y la oferta de contenido de TV Azteca está sujeta a un proceso de mejora continua para incrementar la calidad de su estrategia de vanguardia.

La innovación y el desafío en la creación de propuestas que superen las expectativas de las audiencias han sido parte fundamental de TV Azteca durante toda su historia, pues uno de los objetivos principales de la empresa es maximizar el valor de las marcas de sus clientes y para lograrlo, cuenta con el Área de Marketing a través de la cual se captura el interés de la audiencia.

Marketing

La fragmentación de las audiencias en el consumo del entretenimiento ha detonado una fuerte necesidad de **incrementar la productividad de las empresas creadoras y distribuidoras** de contenido

Hoy en día, el consumidor promedio en México tiene mayor acceso a fuentes y canales de entretenimiento, haciendo que su espectro de elección de canales y plataformas sea más competido. La innovación en TV Azteca –que continúa siendo un objetivo claro de Reinención y Evolución–, demanda generar más y mejor mercadotecnia para hacer sus servicios más atractivos.

Gracias a lo anterior, en TV Azteca la productividad ha incrementado en dos dimensiones principales:

- 1) La creación de nuevos y mejores contenidos
- 2) Un mayor impacto en mercadotecnia y publicidad para atraer a nuevas audiencias a las pantallas de TV Azteca

Los recursos y herramientas con los que contó TV Azteca en 2018 para generar nuevos contenidos, así como para mejorar y diversificar la oferta para clientes y audiencias fueron:

Estudios de mercado y un profundo entendimiento de las audiencias actuales y potenciales.

Un manejo financiero fresco y renovado enfocado en satisfacer los requerimientos de una pantalla dinámica.

Alianzas con los jugadores más importantes del mundo en la generación de contenido que permita un flujo de innovación

Un nuevo liderazgo a nivel senior que se unió a TV Azteca para inspirar una nueva cultura de trabajo, una visión estratégica de corto, mediano y largo plazo que genera planes de posicionamiento.

La integración de recursos humanos de gran experiencia en el mundo del entretenimiento y producción para enfocarse en las grandes apuestas de programación de TV Azteca.



Audiencias

Las audiencias representan el núcleo de la toma de decisiones de TV Azteca, por lo que la compañía cuenta con diversas herramientas para conocer sus expectativas y necesidades:

- Investigación de mercados que reúne todas las capacidades y experiencias para medir y proveer información relevante en todos los niveles
- Evaluaciones cuantitativas y cualitativas de audiencia y de contenidos
- Portafolio de socios expertos en diferentes disciplinas
- Sesiones de entrevistas
- Grupos de investigación
- Social Listening
- Estudios cuantitativos de preferencias

Los estándares de calidad respecto al contenido que se programa en cada una de las pantallas exigen tener procedimientos y parámetros de medición:

Medición Preventiva

TV Azteca anticipa el interés que pudieran tener los contenidos, de forma que sea posible realizar los ajustes necesarios previo al lanzamiento de la iniciativa.

Medición Correctiva

En el transcurso de un programa que se encuentra al aire, se lleva a cabo la medición del desempeño del mismo desde distintas perspectivas para realizar los cambios necesarios.

Medición Ética

TV Azteca cuenta con un Comité que tiene la facultad de vetar o aprobar todos los contenidos que son transmitidos en las pantallas. Asimismo, lleva a cabo la evaluación de los contenidos de conformidad con los lineamientos de las distintas entidades gubernamentales que rigen en México.

Medición Financiera

La compañía evalúa el desempeño financiero de cada uno de los contenidos, buscando maximizar el retorno a lo largo de su cadena de valor.

La retroalimentación de la audiencia se obtiene a través del análisis de sus hábitos de consumo, que se estudian mediante variables estadísticas que permiten conocer los programas más consumidos, con mayor alcance o que logran captar por un mayor tiempo la atención de los televidentes.

La medición de audiencia se realiza de forma electrónica y automática, proporcionando información al día laboral siguiente, de manera que las áreas de producción y programación de cada uno de los canales pueden tomar decisiones oportunas e informadas que ayuden a mejorar los contenidos para que éstos sean congruentes con el estilo de vida y la realidad de los distintos segmentos de audiencia. Actualmente, TV Azteca cuenta con el servicio de medición de audiencias de Nielsen IBOPE México y HR Ratings Media; ambas empresas se encargan de recabar y procesar la información sobre los hábitos de consumo de televisión abierta y de paga en los hogares mexicanos.

Debido a que en la actualidad las plataformas digitales gozan de gran relevancia en términos de difusión de contenidos, TV Azteca trabaja en la consolidación de su propuesta de valor considerando este tipo de herramientas. Asimismo, aprovecha esta oportunidad para incrementar su alcance e impulsar el diálogo sobre sus contenidos mediante la creación de una comunidad para la conocer la opinión, preferencias y necesidades de la audiencia.

TV Azteca llegó a **29.7 millones de hogares mexicanos**

Más de **106.1 millones de personas únicas alcanzadas** por TV Azteca en 2019

Clientes

TV Azteca se enfoca en los clientes —agencias, socios comerciales y anunciantes en general que adquieren espacios publicitarios durante la transmisión de contenidos— y dirige sus esfuerzos de investigación de mercado hacia el conocimiento de sus necesidades, por género, edad, nivel socioeconómico, zona geográfica, preferencias del consumidor y nivel de vida.

Después crea ideas de programación que son congruentes con los segmentos a los que se dirigen y donde el cumplimiento de estos objetivos es factible, todo esto a través de una sólida estrategia para maximizar el valor de las marcas de los anunciantes.

Para garantizar el logro de los objetivos de sus clientes, TV Azteca cuenta con un proceso de seguimiento a la fuerza de ventas, que busca mantener una relación cercana y de diálogo constante con clientes y agencias, así como llevar a cabo reuniones periódicas para analizar, y corregir en tiempo y forma las áreas de oportunidad.

TV Azteca utiliza el Índice de Promotores Neto (IPN), metodología para medir la satisfacción y lealtad de los clientes. Este indicador es calculado en una escala de 0 a 10 y clasifica a los clientes en tres categorías: clientes detractores, quienes están insatisfechos con el servicio; clientes pasivos o que se encuentran satisfechos, pero no recomiendan el servicio; y clientes promotores o que recomiendan ampliamente la empresa.

Al ser la única televisora con cuatro canales nacionales en México, cada uno con una identidad diferente, los anunciantes saben que con TV Azteca llegarán a un público extenso. Además, conocen las características de la audiencia que está viendo el programa, para asegurarse de que sus recursos se invierten de manera óptima.

TV Azteca evalúa los resultados de la relación con los clientes a través de Nielsen México, generador de la información de audiencia y métricas de desempeño. Las cuatro métricas base de este mercado, y en las que se basan las inversiones de los anunciantes, son rating, share, alcance y frecuencia.

Para ofrecer servicios a los clientes y garantizar que la publicidad mostrada a las audiencias es responsable, libre de mensajes confusos y discriminación, todos los anuncios pasan por un control de calidad técnico y editorial. Con base en la política corporativa y comercial no se permiten mensajes discriminatorios, ofensivos o ilegítimos.

Además, TV Azteca cuenta con iniciativas para sensibilizar y concientizar a sus socios comerciales sobre las ventajas que ofrecen sus productos:

- 1). Eventos, presentaciones y actividades que permiten mantener una comunicación con quienes toman decisiones de compra de publicidad.
- 2). Relaciones públicas y esfuerzos diarios en redes sociales, vehículos de comunicación con los socios comerciales. La compañía informa diariamente sobre sus productos, aciertos y situación del entorno competitivo en el que opera.
- 3). Seminarios y encuentros de industria a partir del conocimiento que genera el equipo de investigación y desarrollo para la oportuna comunicación a través de newsletters y documentos que se entregan a clientes y socios comerciales.



Valor social

GRI 401, 403, 404, 405, 406, 407: 103-1, 103-2, 103-3

102-8, 102-41, 102-44, 401-2, 402-1, 403-1, 403-3, 403-6



Principio 6

El mejor talento

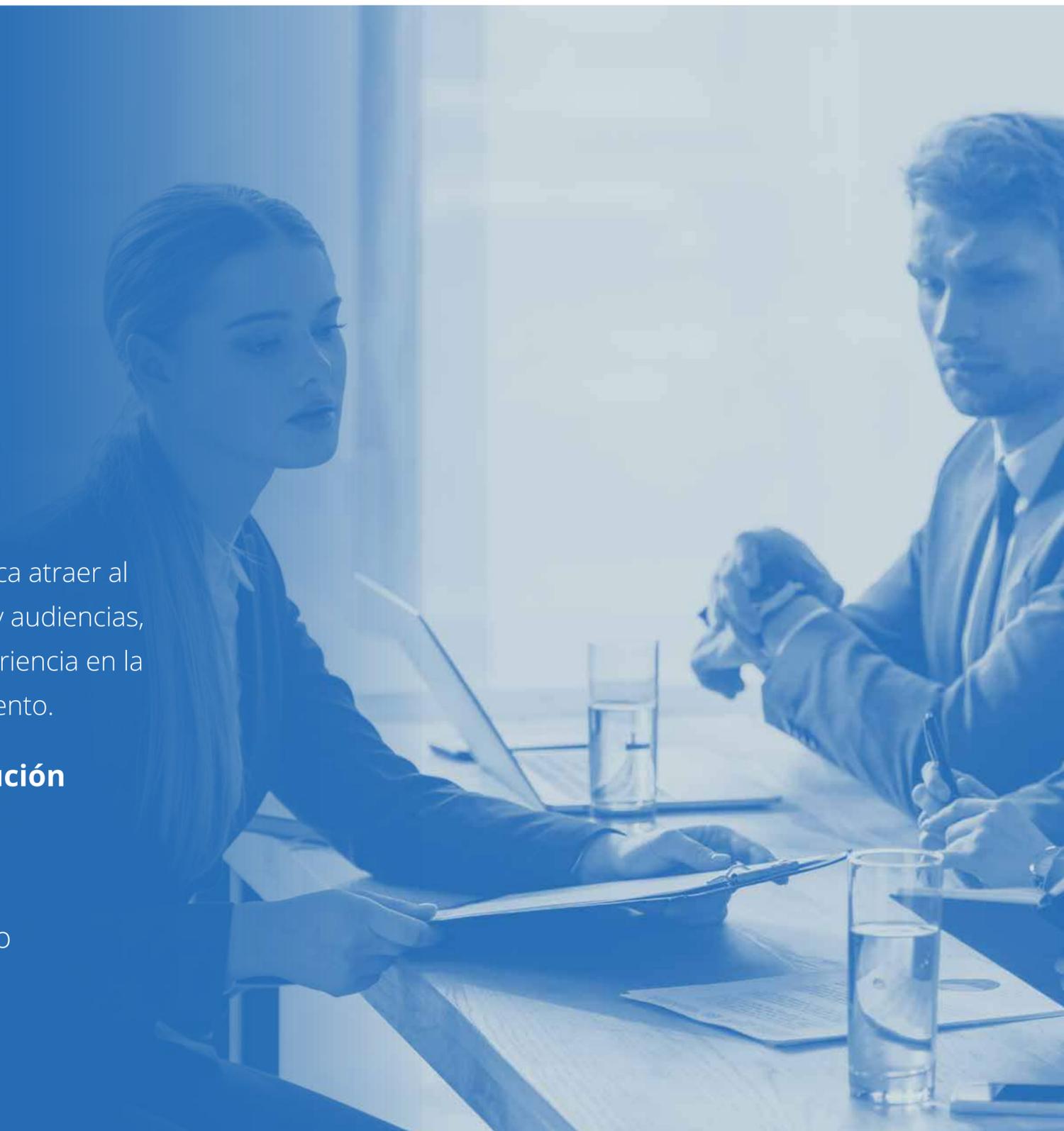
TV Azteca se ha propuesto ser uno de los mejores lugares para trabajar y busca atraer al mejor talento. Con el fin de enriquecer su oferta y aportar valor para clientes y audiencias, la compañía suma a su equipo talento nacional e internacional, con gran experiencia en la industria y con el liderazgo necesario para llevar a cabo sus planes de crecimiento.

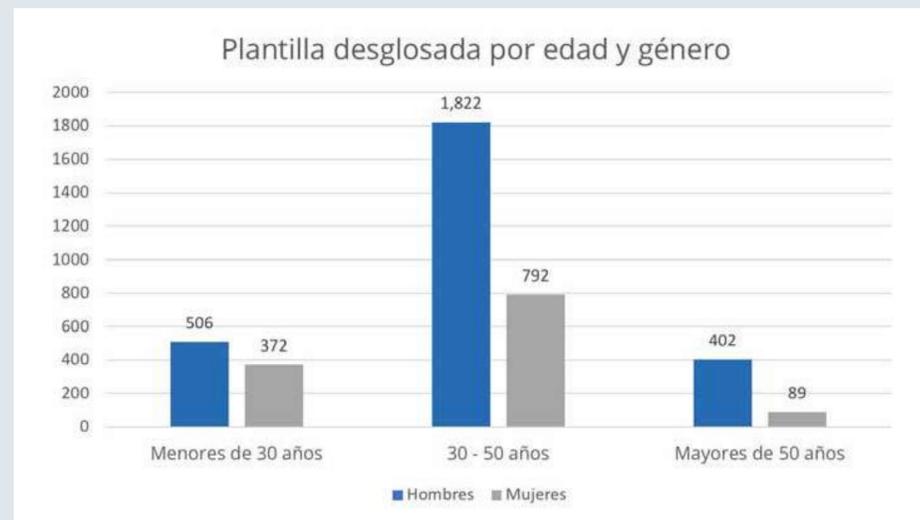
Con el fin de optimizar el desempeño de la empresa y alcanzar todas sus metas, la compañía llena cada puesto vacante con el talento adecuado. El equipo que conforma TV Azteca no sólo tiene las competencias necesarias, sino que comparte la visión y pasión de la compañía.

El sistema de capital humano interno de TV Azteca, a través del cual se lleva un registro y seguimiento oportuno de cada candidato y aspirante, permite evaluar y contratar al personal adecuado de acuerdo con las descripciones de puestos, requisiciones y necesidades de las distintas unidades de negocio.

Al cierre de 2019, la **distribución en plantilla fue de 69% hombres y 31% mujeres**

El 17.8% del personal está representado por el sindicato televisivo





Beneficios y compensaciones

Para asegurar una retribución justa, TV Azteca cuenta con el apoyo del Despacho de Compensación —que a través de encuestas de mercado y estudios de equidad interna— determina las remuneraciones con base en información actualizada de los salarios de la industria. Actualmente, la compañía se encuentra por encima de los salarios mínimos de los países en los que opera. En el caso de México, los salarios otorgados por TV Azteca se encuentran 35% por encima del salario mínimo; en el caso de Guatemala 11% y en Honduras 12%.

Por otro lado, la variación porcentual entre el salario pagado a hombres y a mujeres es de 75% a nivel directivo, 107% a nivel gerencial y 108% a nivel operativo, esto tomando en cuenta sólo el salario base.

De acuerdo con el cargo desempeñado y el país donde la compañía tiene presencia, los colaboradores tienen acceso a diversos beneficios y prestaciones como:

- Aguinaldo
- Prima vacacional
- Seguridad social
- Bono anual
- Planes de ahorro
- Vales de despensa
- INFONAVIT
- Gastos médicos mayores
- Gastos médicos menores
- Check ups médicos
- Automóviles
- Vales de gasolina
- Comedor
- Transporte interno
- Préstamo de bicicletas
- Gastos funerarios
- Servicio de odontología con costo preferencial
- Servicio de nutriología gratuito
- Servicio de farmacia con costo preferencial
- Medicina tradicional china
- Masajes relajantes
- Ferias de Salud
- Teléfono celular
- Servicio de estética
- Servicio de bolero
- Servicio de tintorería
- Lactario

De igual forma, se cuenta con dos esquemas de jubilación:

- Empezar a cotizar antes de 1997: se otorga una pensión de acuerdo al número de semanas cotizadas (como mínimo 500 semanas).
- La ley actual: como mínimo se debe de contar con 1,250 semanas cotizadas pero no se otorga una pensión, sino que —de acuerdo al ahorro que se haya generado— el IMSS puede realizar depósitos parciales o un depósito total.

Los objetivos para 2020 en términos de compensaciones y beneficios son los siguientes:

- Diseñar el tabulador para las funciones que se encuentran dentro de las áreas de Producción con la finalidad de seguir siendo competitivos dentro del mercado.
- Sistematizar el cálculo de las comisiones del área de Ventas Nacional para garantizar un proceso transparente de principio a fin.
- Realizar un análisis integral a todas las áreas para identificar su adecuada compensación de acuerdo a una correcta investigación de mercado: Azteca Regional – Administración – Deportes.
- Contar con un modelo integral de bonos de acuerdo con los niveles jerárquicos de la empresa para lograr una compensación alineada a la política de Grupo.

Para TV Azteca, el tiempo de sus colaboradores es muy valioso, por lo que las modificaciones en actividades son informadas claramente y con anticipación:

- Bajas: dependiendo de las circunstancias y del motivo de baja, se notifica el mismo día.
- Cambio de líderes o jefes directos: se avisa con dos semanas de anticipación (esto sujeto a las circunstancias).
- Cambio en actividades: de una a dos semanas de anticipación, dependiendo del cambio de funciones.
- Aumento de sueldo: se notifica una vez autorizado, no se cuenta con días exactos de notificación.

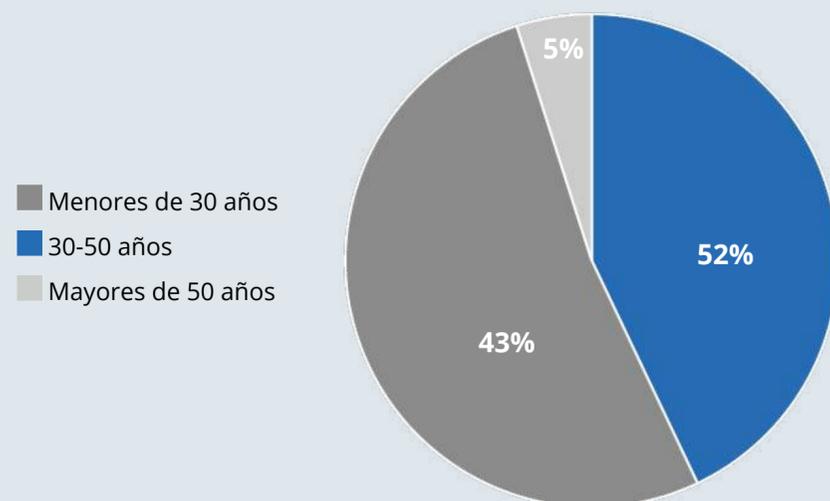
157 directivos de área mexicanos

188 cargos directivos ocupados por mujeres

913 nuevas contrataciones durante 2019

516 hombres y 397 mujeres

Nuevas contrataciones 2019 por edad



En 2019 el índice de rotación fue de 37.98%; 22.14% por despido y 11.67% voluntaria.

Desarrollo de talento

TV Azteca está consciente que la formación y desarrollo de su talento es parte esencial del buen desempeño de la compañía, por ello busca mantenerse a la vanguardia tecnológica y proporcionar a sus colaboradores las herramientas necesarias para que crezcan en el ámbito profesional. Así, cuenta con distintos cursos:

- **Inducción.** Diseñado para dar la bienvenida a nuevos colaboradores. Se imparten sesiones informativas sobre la cadena de valor de la televisora y las herramientas cotidianas; posteriormente, se les muestran las instalaciones de cada área.
- **En línea.** Material del sistema Success factors, herramienta que permite tener un repositorio del material de capacitación vinculado a la base de datos de los colaboradores con el fin de poder monitorear sus avances y elaborar planes de desarrollo en una misma plataforma.
- **Presenciales.** Cursos sobre temas como: dirección de cámaras, producción y redacción para la televisión.
- **Capacitación en línea**
- **Programa de Trainees "Semillero de Talento".** Diseñado para personas recién egresadas de carreras afines a la televisión con el fin de atraer talento joven.

Capacitación presencial 2019

Colaboradores Capacitados	Nombre del curso	Temas por curso	Horas de capacitación
60	Jóvenes Construyendo el Futuro	1	240
11	Preparatoria Abierta	7	3,300
284	Curso de Inducción	12	6,816
12	Producción para No Productores	14	360
40	Marketing y Venta de Contenido Digital	6	1,200
24	Unidad de Género	3	48
16	Líder Azteca	4	96
9	Dirección de Cámaras	9	360
20	Sistema Dalet	1	240
82	Manejo de Riesgos	3	328
558 Colaboradores	10 cursos	60 Temas	12,988 Horas de capacitación

Capacitación en línea 2019

Colaboradores Capacitados	Nombre del curso	Temas por curso	Horas de capacitación
45	Así se Hace la Televisión	6	270
56	Infraestructura Human	2	336
84	Infraestructura Técnica	4	504
23	Áreas de Apoyo	4	138
58	Formatos de Programa	3	348
76	Conceptos de Audiencia	3	456
123	Certificación en Videoteca	2	738
79	Área de Ventas	2	474
56	Introducción a las Legislación de la TV	3	336
78	Ley Electoral en Medios de Comunicación	2	468
69	Cámara, Ángulos, Encuadres y Movimientos	3	414
747 Colaboradores	11 cursos	34 Temas	4,482 Horas de capacitación

558 colaboradores capacitados de manera presencial

10 cursos

60 temas

12,988 horas de capacitación

747 colaboradores capacitados en línea

11 cursos

34 temas

4,482 horas de capacitación

Calidad de vida

Para TV Azteca, el balance entre la vida laboral y la vida personas es muy importante. El bienestar de sus colaboradores es prioritario y trabaja día con día para ofrecer las mejores alternativas a su plantilla. Los programas de calidad de vida para colaboradores son parte fundamental de la Reinención / Evolución de la compañía, por lo que continuaron generando valor y promoviendo iniciativas que fomenten un buen clima organizacional dentro de la empresa.

En 2019, a través del Área Corporativa de Desarrollo Humano, Comunicación e Integración de Grupo Salinas, se crearon iniciativas que proveen salario emocional y fortalecen el vínculo de compromiso con la empresa y la prosperidad incluyente (creación de valor económico, social y ambiental).

De esta forma, los programas de bienestar se distribuyeron en cinco pilares estratégicos:

Enriquecer la relación líder/colaborador, para que sea más humana y motivadora	Promover un estilo de vida saludable (bienestar físico y mental) en los colaboradores, para motivarlos y sean más productivos	Involucrar a los colaboradores y a sus familias en actividades de prosperidad incluyente y voluntariado, para que vivan los valores de Grupo Salinas	Crear colaboradores orgullosos y promotores de Grupo Salinas	Posicionar a Grupo Salinas como la mejor empresa en México y Latinoamérica, donde los colaboradores pueden tener un proyecto de vida
<ul style="list-style-type: none"> » Apoyar a los líderes para que desarrollen competencias transversales (<i>soft skills</i>). » Conocer a los mejores líderes del Grupo e identificar a aquéllos que tienen áreas de oportunidad para su desarrollo como líderes. » Divulgar el concepto y campaña de Socio Líder en todas las empresas del Grupo, para informar a todos los líderes sobre las mejores prácticas para mantener un buen clima laboral. 	<ul style="list-style-type: none"> » Garantizar que los altos ejecutivos cuenten con servicios de salud, para mejorar su calidad de vida. » Promover hábitos saludables para prevenir enfermedades y evitar el ausentismo. 	<ul style="list-style-type: none"> » Crear conciencia en los colaboradores y familiares sobre la importancia de los recursos para crear valor ambiental. » Involucrar a los colaboradores y familiares en actividades de voluntariado y prosperidad incluyente para que vivan los valores de Grupo Salinas. 	<ul style="list-style-type: none"> » Motivar a los colaboradores a través del salario emocional para que expresen su orgullo por Grupo Salinas. » Involucrar a los colaboradores y familiares en actividades de voluntariado y prosperidad incluyente para que vivan los valores de Grupo Salinas. 	<ul style="list-style-type: none"> » Obtener reconocimientos de instituciones externas para posicionar la buena reputación de Grupo Salinas.



Los programas desarrollados en 2019 fueron los siguientes:

Eje	Programa	Objetivo	Logros 2019
Salud	Kilotón	Crear conciencia en los colaboradores para la adopción de mejores hábitos alimenticios y físicos que se reflejen en su salud.	4,000 colaboradores = 3.5 de toneladas registradas.
	Feria de la Salud	Promover entre los colaboradores hábitos de bienestar de manera integral, que les permitan tener una vida laboral equilibrada y cumplir sus metas.	10,374 colaboradores beneficiados con vacunas, tomas de glucosa, donación de sangre, estudios de gabinete, mastografías, etc.
	Nutrición	Promover la adopción de hábitos para una alimentación balanceada, con base en un seguimiento personalizado y de acuerdo con la necesidad de cada colaborador.	5,325 consultas.
	Socios en armonía	Programa de consejos para respirar un momento dentro del centro de trabajo. Comprende masajes antiestrés y consultas de medicina tradicional china.	5,040 colaboradores beneficiados.
Momentos de vida	Juntos de la mano Adolescentes en casa Uno más en la familia	Acompañar a todos los colaboradores en los momentos más importantes de su vida y la de sus familiares.	1,500 colaboradores beneficiados.
	Nuestros hijos Felices XV Sueños, metas y logros En buenos términos Estamos contigo		Para fortalecer la gestión del programa Uno más en la familia, se desarrolló una política que describe todos los beneficios del lactario y el tiempo al que cada colaboradora tiene derecho.
Familia	Día de las Madres Día de los Padres Pequeños Monstruitos Monstruitos de 10 Club Pequeños Socios	Reconocer a los colaboradores jefes de familia y a sus hijos, creando vínculos emocionales con la empresa, fortaleciendo el sentido de pertenencia y fomentando los valores de la empresa.	15,500 colaboradores impactados.
Deporte	Copa Socios	Realizar actividades extralaborales que fomenten la integración entre colaboradores y lograr un mejor ambiente laboral.	7,000 participantes (femenil y varonil).
	Juegos Bancarios	Crear una cultura del cuidado de la salud por medio del deporte, fomentando el trabajo en equipo dentro y fuera de la empresa, mientras cuidan su salud.	607 participantes, 360 medallistas.
	Torneos internos	Consiste en fomentar la práctica de ejercicio físico, la disciplina, el esfuerzo y la integración entre los colaboradores, así como los valores de TV Azteca.	1,993 participantes.

De igual forma, TV Azteca lleva a cabo eventos culturales como celebraciones, ferias, bazares y ventas corporativas. Dichos eventos buscan contribuir al desarrollo integral de cada colaborador y son completamente incluyentes, pues para la compañía la igualdad y la equidad de género son esenciales.

Eje	Programa	Objetivo	Logros 2019
Medio ambiente	Socio Verde Socio Bici Reciclaje Ahorro de energía	Crear una cultura ecológica a través de la concientización de los colaboradores sobre la importancia de adoptar estilos de vida saludable y la recolección de residuos, obteniendo efectos positivos en el medio ambiente y el entorno de trabajo.	Socio Verde: 200,000 bolsas de plástico ahorradas y 93,000 vasos de plástico vendidos (en sustitución del vaso de cartón). En Grupo Salinas se implementó un programa de traslado en bici entre corporativos, con la finalidad de reducir el uso del automóvil. Su respectiva política tiene la finalidad de regular el uso de este beneficio. 250 usuarios de Socio Bici. Reciclaje: para crear una cultura de gestión de residuos sólidos, se estableció una serie de criterios para la clasificación de residuos. 2 toneladas de plástico y cartón reciclados. 0.5 t de electrónicos reciclados. Para mejorar el uso de la energía en las instalaciones, se creó una política sobre el uso de la energía eléctrica para concientizar a los colaboradores sobre el uso de la misma.
	Caminos de la Libertad Biblioteca Socio Feria del libro Universo Socio	Fomentar el buen hábito de la lectura, así como la apreciación cultural entre los colaboradores y sus familias.	Caminos de la libertad: 440 obras recibidas. 5,000 préstamos en App de Biblioteca Socio. 234 asistentes a visitas guiadas. Participación en 4 ferias del libro.
Comunidad	Socios corredores Club de lectura Mi fiel amigo Socios al grito de gol Socio de película	Incentivar la participación de los colaboradores que tienen el interés de realizar actividades de voluntariado y apoyo a causas sociales.	
Seguridad	Protección socio Emergencias Reconstrucción	Garantizar la seguridad de los colaboradores es muy importante para el Grupo, por lo que creó una serie de programas de protección civil.	

Unidad de Género

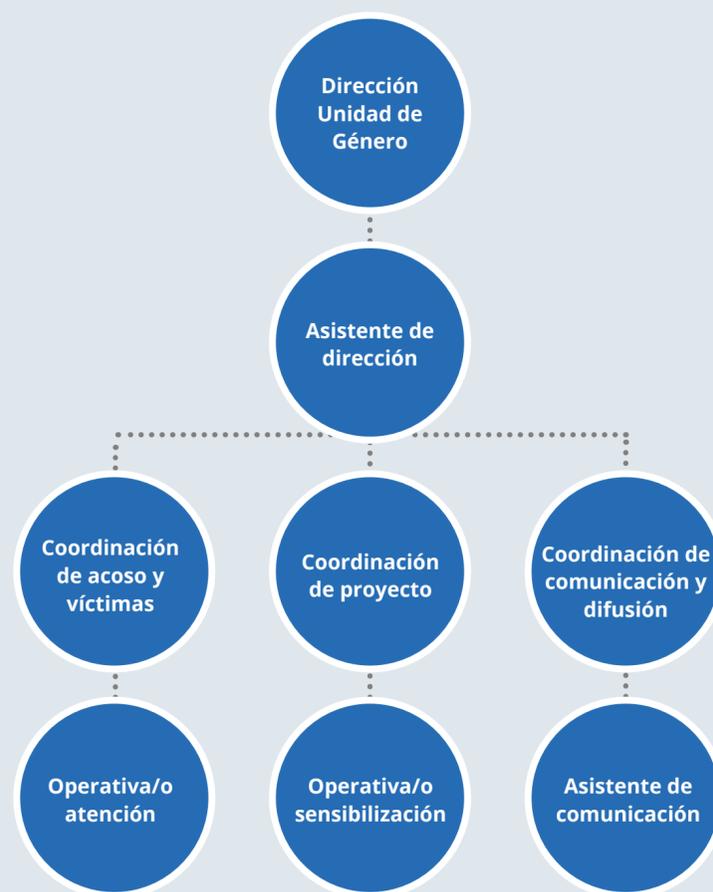
Como respuesta ante la violencia de género vivida en el país —particularmente en los espacios de trabajo— en junio de 2019 TV Azteca lanzó su Unidad de Género, que comenzó sus funciones como el área encargada de contribuir a hacer de TV Azteca un espacio de respeto, seguridad e inclusión de todos los colaboradores.

El evento se realizó en las instalaciones de TV Azteca Ajusco, para el cual se lanzó una invitación a todas las personas socias para presenciar este acto en el cual se presentó a las personas titulares de las áreas que conforman el Comité de Seguimiento de la Unidad de Género. En este evento participaron destacadas personalidades de la defensa de los derechos humanos y feministas como la Mtra. Geraldina González de la Vega Hernández —Presidenta del Consejo para Prevenir y Eliminar la Discriminación de la Ciudad de México, COPRED— y la Mtra. Gabriela Rodríguez Ramírez —Secretaria de las Mujeres de la Ciudad de México—, entre otros.

Con la creación de esta Unidad, Benjamín Salinas marcó un antes y un después en los medios de comunicación. Por primera vez en América Latina una televisora contará con una Unidad de Género cuyo núcleo es la atención a grupos prioritarios, como lo son las mujeres. Con un mensaje claro de lucha ante la violencia laboral y de “Cero Tolerancia” al acoso sexual, el Director General reconoció el hostigamiento y discriminación como flagelos sociales que no tienen cabida en TV Azteca.

En los primeros diez días laborales se creó el documento rector y el Manual de Procedimientos de la Unidad. El documento rector detalla la misión y visión de la unidad, y define sus objetivos y alcances. El documento rector inicia con una breve reflexión sobre los antecedentes y situación actual de la violencia que se vive en los lugares de trabajo. Aunado a ello, se rescatan los principales mensajes que el movimiento ME TOO México hizo de conocimiento público y en los que demanda al gobierno, ciudadanía y sector privado que se tomen acciones para actuar frente a la violencia laboral que hoy viven las mujeres.

De acuerdo al modelo de gestión de alto desempeño, la Unidad de Género ha constituido el siguiente funciograma y descripción de cada uno de los puestos:



TV Azteca es la primera televisora en América Latina en contar con una Unidad de Género

En 2019, TV Azteca obtuvo la certificación de la Norma Mexicana NMX-R-025-SCFI-2015 en Igualdad Laboral y No Discriminación otorgada por el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED) y el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES)

Las funciones de la dirección de la Unidad de Género son:

- Construir espacios seguros y de respeto para todas las personas que laboran en TV Azteca, principalmente para los grupos más vulnerables.
- Diseñar y actualizar el protocolo de atención.
- Crear políticas y procesos para la prevención de la violencia laboral.
- Mantener comunicación constante con las áreas investigadoras para atender los casos de acoso sexual, hostigamiento y discriminación.
- Mantener comunicación constante con las personas titulares de las diferentes áreas y locales de TV Azteca, así como de Grupo Salinas.
- Mantener relaciones y alianzas de colaboración con el sector público, privado y con los agentes internacionales.
- Recibir instrucciones del comité de seguimiento.
- Representar a la Unidad de Género interna y externamente.

Y sus responsabilidades son las siguientes:

- Garantizar la correcta aplicación del protocolo de atención a las personas denunciantes de violencia laboral.
- Convocar y dar seguimiento a los acuerdos de las reuniones concluyentes de la Unidad de Género.
- Emitir y dar seguimiento a recomendaciones de la Unidad de Género
- Informar al Comité de Seguimiento sobre el estado de los casos y las acciones y resultados de la Unidad de Género.
- Coordinar acciones de las áreas de atención y orientación, prevención, proyectos y comunicación y difusión de la Unidad de Género.
- Aprobar toda la información que se emita por parte de la Unidad de Género.

Los integrantes del Comité de Seguimiento, cuya función es supervisar y asegurar el cumplimiento de la Unidad de Género, son:

Dirección General	Benjamín Salinas Guillermo Cueva
Auditoría	Arturo Zaldate
Capital Humano	Mariana Mancilla
Jurídico	Rafael Rodríguez
Seguridad	Homero Alacio
Estrategia Editorial	Luciano Pascoe
Dialogus	Arturo Longares

La Unidad de Género comprende que la identidad de las personas, sus características y las circunstancias en las que se encuentren pueden ser condiciones que detonen a la violencia, por ello, la Unidad se enfocará principalmente en la atención a aquellas personas que pertenezcan a grupos en situación de vulnerabilidad, definidos por el nivel de riesgo en el que se encuentren de ser víctimas de violencia laboral:

- Mujeres
- Personas mayores
- Personas con discapacidad
- Personas pertenecientes al colectivo lésbico, gay, bisexual, transgénero, travesti e intersexual (LGBTTTI)
- Personas jóvenes

Las líneas estratégicas de la Unidad de Género están definidas por 4 Objetivos y Resultados Clave (ORC) transversales:

1. Prevención de la violencia laboral
2. Atención a la violencia laboral
3. Comunicación y difusión
4. Medición de resultados

Medición de resultados

Para garantizar el cumplimiento de la Unidad de Género, sus acciones están alineadas a indicadores que permiten la medición del avance para obtener resultados clave y el logro de los objetivos planeados.

OBJETIVO 1: Medir los resultados de la Unidad de Género.

Resultados clave y tareas:

1. Llevar a cabo evaluaciones del trabajo de la Unidad de Género.
 1. Evaluaciones cuatrimestrales de avance del plan de trabajo.
 2. Certificación de procesos de la Unidad de Género.

OBJETIVO 2: Elaborar informes cualitativo y cuantitativos de las atribuciones de la Unidad de Género.

Resultados clave y tareas:

1. Mantener informado al Comité de Seguimiento de la Unidad de Género a través de informes de trabajo.
 1. Informes bimestrales al Comité de Seguimiento.
 2. Informes a solicitud de estatus de casos.
 3. Informe anual de la Unidad de Género de TV Azteca.
 4. Reunión anual de evaluación del plan de trabajo y formulación de plan 2021.

Asimismo, la Unidad de Género firmó un convenio de colaboración con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en México, (PNUD). Esta alianza tiene como objetivo general contribuir al fortalecimiento de las capacidades de gestión de la Unidad de Género de TV Azteca a partir de la revisión de su marco normativo y generación de recomendaciones desde enfoques integrales para la garantía y protección de los derechos humanos. De igual forma, se busca el establecimiento de un marco de indicadores de medición que apoye la gestión y generación de conocimiento para acelerar la construcción de una cultura organizacional inclusiva e igualitaria.

Los canales de comunicación con los que cuenta la Unidad de Género para recibir quejas, reclamaciones, denuncias o sugerencias son:

- Sitio web de la Unidad de Género: unidaddegenerotvazteca.zendesk.com/hc/es
- Correo electrónico: unidaddegenero@tvazteca.com.mx
- Presencial: en las oficinas de la Unidad de Género de TV Azteca ubicadas en el cruce de foros.

El plan de trabajo para 2020 de la Unidad de Género de TV Azteca es el siguiente:

I. Prevención de la violencia laboral

- Objetivo 1: Sensibilización al personal de TV Azteca en materia de violencia laboral.
- Objetivo 2: Acciones estructurales de prevención de la violencia laboral.

II. Atención a la violencia laboral

- Objetivo 1: Atender a las personas que se acercan a la Unidad de Género por cualquiera de los medios de contacto.
- Objetivo 2: Coadyuvar en el mejoramiento de las relaciones laborales de las áreas que hayan sido impactadas por la violencia laboral

III. Comunicación y difusión

- Objetivo 1: Difundir información sobre la violencia laboral a las personas que trabajan en TV Azteca.
- Objetivo 2: Generar campañas sobre la inclusión laboral de grupos prioritarios.
- Objetivo 3: Promocionar los servicios que ofrece la Unidad de Género.

Salud y seguridad ocupacional

Para TV Azteca, la seguridad y el bienestar de sus colaboradores es prioritario, por lo que la empresa mantiene una cultura de prevención que garantiza condiciones de trabajo seguras y dignas, en cumplimiento con diversas regulaciones aplicables a Grupo Salinas, entre ellas:

- NOM-017-STPS-2008, equipo de protección personal, uso y manejo en los centros de trabajo.
- NOM-002-STPS-2010, condiciones de seguridad, prevención y protección contra incendios en los centros de trabajo.
- NOM-005-STPS-1998, condiciones de seguridad e higiene en los centros de trabajo para el manejo, transporte y almacenamiento de sustancias químicas.
- NOM-006-STPS-2014, manejo y almacenamiento de materiales, condiciones de Seguridad y salud en los centros de trabajo.

En la compañía, el área de seguridad y salud ocupacional trabaja desde dos frentes:



Las herramientas para velar por la integridad de los colaboradores de TV Azteca son:

- **Programa de Seguridad Industrial y Salud Ocupacional.** La compañía proporciona fundamentos básicos y prácticos sobre las condiciones de las instalaciones para que cada colaborador pueda desempeñar sus actividades de manera adecuada.
- **Equipo de Protección Civil.** Integrado por paramédicos capacitados en prevención, auxilio y recuperación en caso de contingencias. Realizan revisiones periódicas de los sistemas de protección contra siniestros y capacitan a la comunidad laboral.
- **Brigadas en los centros de trabajo.** Identifican y reportan riesgos a los que están expuestos los edificios para establecer medidas correctivas y preventivas; brindan apoyo a los colaboradores en caso de emergencias; y revisan los planes de emergencia de cada centro de trabajo para evitar riesgos.
- **Mantenimiento y promoción de la salud de los colaboradores.** Con base en la Política de Servicio Médico, TV Azteca realiza dos ferias de la salud al año con el propósito de detectar factores de riesgo para los colaboradores y sus familias. Se realiza el seguimiento a los niveles de glucosa, colesterol, triglicéridos, ácido úrico, presión arterial, antígeno prostático y detección de VIH. De igual manera, se aplican vacunas y desparasitaciones, y se proporcionan asesorías en nutrición, enfocadas en mejorar los hábitos de alimentación de los colaboradores.
- **Control de accidentes y enfermedades.** Mediante el monitoreo del índice de accidentalidad, se busca disminuir los factores de riesgo en el trabajo.

Impulso al desarrollo

GRI 203, 304: 103-1, 103-2, 103-3

203-1, 203-2, 304-3, 413-1, 413-2



Principios 4, 5

Desde sus inicios, TV Azteca se ha caracterizado por ser un motor de bienestar social y desarrollo. Gracias a la colaboración de Fundación Azteca y otras unidades de negocio de Grupo Salinas, así como a medios de difusión de historias y retos, la compañía sigue creando valor económico, social y ambiental, continúa impulsando el crecimiento de México y su gente.

TV Azteca busca mejorar el entorno, fortalece su vínculo con las comunidades en las que opera y mejora su calidad de vida mediante sus iniciativas. La visión social de la compañía es crear una prosperidad incluyente, un mejor presente para todos.

En 2019, el Área Corporativa de Desarrollo Humano, Comunicación e Integración de Grupo Salinas desplegó el programa de voluntariado "Contigo por México", a través del cual busca fomentar la participación de los colaboradores de Grupo Salinas en los programas y actividades desarrollados por Fundación Azteca, realizando diversas iniciativas por cada unidad de negocio, de acuerdo con sus intereses. Los resultados fueron los siguientes:



34 instituciones beneficiadas.

291 voluntarios de Grupo Salinas participantes; 41 de ellos son colaboradores de TV Azteca.

628 horas de voluntariado donadas.

Fundación Azteca

203, 413: 103-1, 103-2, 103-3

102-12, 203-2, 413-1, 413-2



Principios 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 y 10

fundacionazteca.org
 f FundaciónAzteca
 i fundacionazteca
 @FundacionAzteca

Fundación Azteca es el principal brazo social de Grupo Salinas. A través de programas de alto impacto y numerosas sinergias² con los sectores público y privado, así como con la sociedad civil, ha generado valor social, ambiental y educativo por más de 20 años.

La totalidad de acciones de responsabilidad social empresarial del Grupo es realizada única y exclusivamente para ofrecer mejores condiciones de vida a las generaciones presentes y futuras de los países en los que opera.

Es así como Fundación Azteca ha impactado de manera positiva en la calidad de vida de millones de personas, a través de la vinculación de las necesidades más apremiantes con diversas organizaciones cuyo propósito es contribuir al bienestar de la sociedad.

En 2019, Fundación Azteca mantuvo una comunicación permanente con sus grupos de interés, quienes a través de diferentes canales dieron a conocer las siguientes expectativas y necesidades:

- Desarrollo de capacidades para generar proyectos sostenibles.
- Difusión de sus causas.
- Vinculación para crear sinergias y potenciar el impacto de sus acciones.
- Donativos en especie para fortalecer sus finanzas.

Con base en lo anterior, Fundación Azteca dio respuesta de la siguiente manera:

- Reorientó sus esfuerzos, a fin de contribuir al desarrollo de capacidades de las organizaciones para impulsar su profesionalización y dotarlas de herramientas que les permitan desa-



- Desarrollar proyectos sostenibles para ampliar su impacto, viabilidad y escala.
- Estableció acuerdos de colaboración con instituciones destacadas en materia de innovación social como British Council e Impact Hub.
- Reconfiguró los apoyos que proporciona, con el objetivo de sentar las bases para una filantropía estratégica.

Así también, para 2020, Fundación Azteca ha establecido un objetivo estratégico, el cual consiste en implementar una metodología de marco lógico en todos sus programas, incluyendo la definición, monitoreo y evaluación de indicadores de operación, producto (output), resultado (outcome) e impacto.

1,250 llamadas, 50 formatos del Seminario **“Educación e Innovación”** y 750 formatos de la **“Cumbre de Empoderamiento e Innovación Social”** recibidos por Fundación Azteca en 2019.

55.9 millones de pesos, monto destinado por TV Azteca en 2019 para apoyar las acciones desarrolladas por Fundación Azteca

87,847 personas impactadas con las publicaciones de Fundación Azteca en redes sociales.



² Las alianzas estratégicas y sinergias establecidas por Fundación Azteca se enlistan en cada uno de sus programas.

Capacidades para Jóvenes

Plantel Azteca



Fundación Azteca tiene la firme convicción de que la educación es la herramienta más poderosa para el progreso. Por esta razón, a través del Plantel Azteca –institución privada que cuenta con secundaria y bachillerato– otorga becas a jóvenes de escasos recursos para facilitar su acceso a una educación académica de alta calidad, con excelencia técnica, valores y nuevas herramientas tecnológicas.

759 alumnos graduados de Plantel Azteca en 2019; 584 de nivel secundaria y 175 de bachillerato.

En 2019, con base en el Modelo de Habilidades para la Vida –iniciativa internacional formulada por la Organización Mundial de la Salud–, Fundación Azteca logró impactar de manera positiva al 100% de los estudiantes y docentes de los Planteles Azteca.

Asimismo, en 2019, el modelo educativo que caracteriza a Plantel Azteca cambió su denominación a Modelo Educativo para el Talento y Liderazgo en Plantel Azteca; con él se logró intervenir al 10% de los estudiantes, docentes y directivos.

1,914 alumnos becados en el ciclo escolar 2018-2019 en el Plantel Azteca CDMX.

Asimismo, en Plantel Azteca CDMX se llevaron a cabo el Modelo de Naciones Unidas de Harvard (HNMUN) y la segunda edición del Modelo de Naciones Unidas AztecMUN. En cada uno de estos eventos se otorgaron tres reconocimientos a los mejores delegados y tres menciones honoríficas.

Alianzas estratégicas:

- Gobierno del Estado de Puebla
- Gobierno del Estado de Guanajuato
- Universidad ICEL –*International College for Experienced Learning*–

212 alumnos de bachillerato participantes de los **Modelos de Naciones Unidas en 2019**: 4 en el de Harvard y 208 en el de AztecMUN.

Objetivos 2020:

- Firmar convenios de colaboración con dos nuevas entidades federativas, a fin de implementar el MIE-PAZ para el ciclo escolar 2020-2021.
- Implementar el Modelo de Intervención Educativa Plantel Azteca (MIE-PAZ) en por lo menos dos planteles públicos adicionales en el país.



Beneficiarios del Modelo Educativo para el Talento y Liderazgo en Plantel Azteca en 2019:

- » **103 alumnos** de secundaria y **25 docentes** en Puebla
- » **284 alumnos** de secundaria y **23 docentes** en Guanajuato



Vinculación y becas



El objetivo de este programa –el cual engloba otras iniciativas desarrolladas en años anteriores por Fundación Azteca– es apoyar a los alumnos y egresados de Plantel Azteca con becas, pasantías y bolsa de trabajo a fin de contribuir a su formación académica, así como a la continuidad de sus estudios y vida profesional.

1,078 jóvenes beneficiarios del programa de Vinculación y Becas de Fundación Azteca durante 2019.

Fue así como en 2019, estudiantes de secundaria y de bachillerato de Plantel Azteca CDMX obtuvieron becas para participar en las British English Olympics, en Londres y en la olimpiada mundial de proyectos de emprendimiento denominada The Masters, en París.

En 2019 se dio continuidad al programa Becas Generación Bicentenario, iniciativa que inició en 2010 y en la cual fueron seleccionados los 1,000 mejores estudiantes de educación primaria, secundaria y media superior, quienes durante toda su preparación educativa son beneficiarios de un apoyo mensual. El propósito de este programa es incentivar a niños y jóvenes mexicanos a forjarse como ejes transformadores del país.

Durante 2019 continuó vigente el programa México de 10, a través del cual, desde 2016, Fundación Azteca brinda becas de manutención a egresados de Plantel Azteca con alto desempeño académico. Fundación Azteca apoyó a 50 alumnos universitarios de excelencia en 2019.

Alianzas estratégicas:

- Nacional Monte de Piedad
- Secretaría de Educación Pública (SEP)
- Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE)
- Banco Azteca
- TV Azteca
- BEO World

Objetivos 2020:

- Contar con un programa de becas sostenible con reglas de operación claras y procesos eficientes.
- Garantizar que todos los beneficiarios puedan retribuir de manera solidaria los apoyos recibidos sumándose a las causas de Fundación Azteca u otras iniciativas sociales, ambientales, culturales, etc., de Grupo Salinas.

7 estudiantes de secundaria y 5 de bachillerato de Plantel Azteca participaron en las **British English Olympics** y en la **olimpiada mundial The Masters**, en Londres y en París, respectivamente.

1,000 estudiantes de educación media y superior del Programa Becas Generación Bicentenario **graduados en 2019.**



Robótica



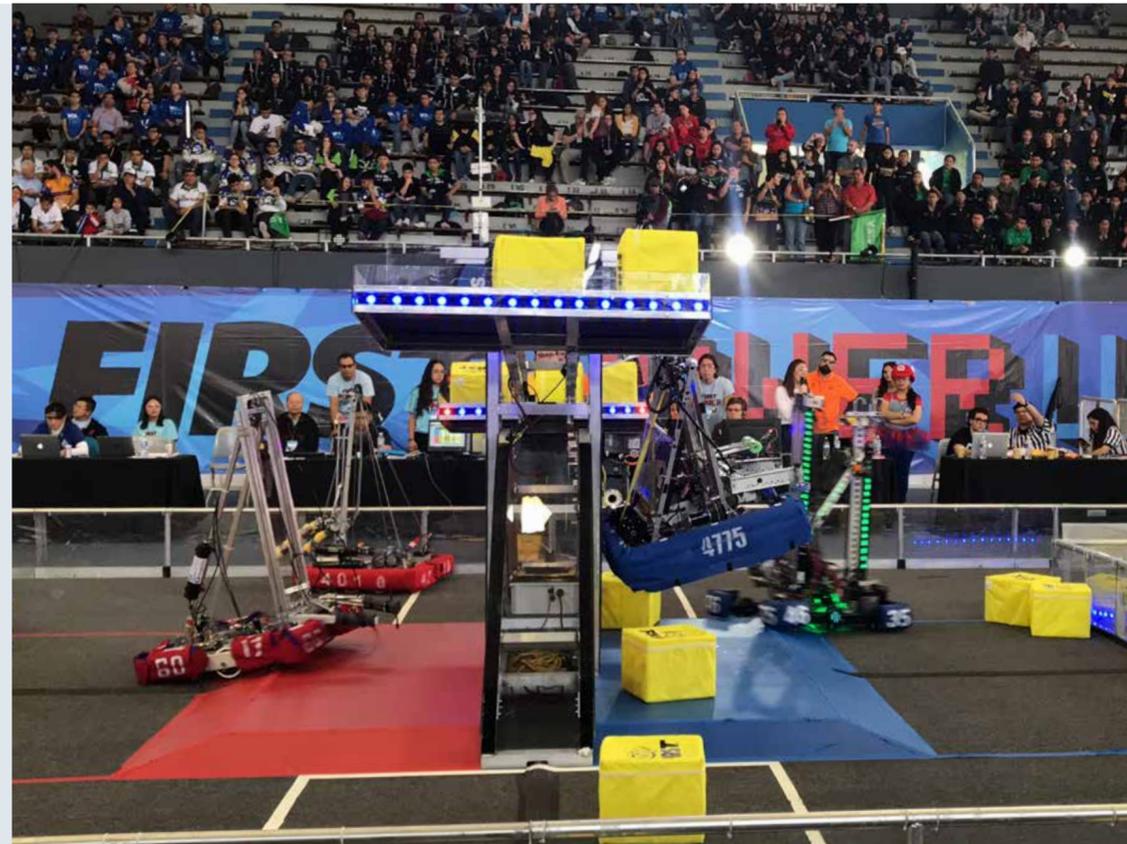
Este proyecto surgió con el fin de despertar en niños y jóvenes el interés por los programas STEM –ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas–, además de incentivar el desarrollo de múltiples habilidades por medio del patrocinio a equipos mexicanos en concursos y campeonatos de Robótica a nivel nacional e internacional.

Así, con base en un esquema lúdico y divertido, los niños y jóvenes aprenden de la mano de expertos, mientras interactúan y conforman equipos con concursantes de otros estados o países.

En 2019, el equipo de Robótica Aztech participó en diversos torneos organizados en alianza con FIRST Robotics; el equipo obtuvo los premios de:

- Excellence in Engineering Award Sponsored by Delphi. X. Engineering Inspiration Award, Regional Winner.
- Industrial Design Award sponsored by General Motors, Regional Winners.

El equipo Aztech de Plantel Azteca CDMX se posicionó en el **2º lugar en el ranking en el Torneo Regional FRC Laguna 2019.**



El programa de Robótica fue patrocinador de la eliminatoria FIRST Global México y de la delegación mexicana en el FIRST Global en Dubái, Emiratos Árabes Unidos, equipo que obtuvo la medalla de oro “Dr. Mae Jemison Award for International Unity”.

Alianza estratégica:

- FIRST

Objetivos 2020:

- Aumentar el alcance de los programas de Robótica en los Planteles Azteca y mantener el desempeño de los equipos en las diferentes competencias.
- Aumentar el número de integrantes del equipo que deciden estudiar una carrera relacionada con STEM.

Orquesta Sinfónica y Coros

Esperanza Azteca (OSEA)



Por 10 años, este programa de desarrollo humano, social y artístico tuvo el propósito de impactar de manera positiva en la calidad de vida de niños y jóvenes de escasos recursos por medio de la música, mientras aprendían valores como disciplina, excelencia y trabajo en equipo.

La importancia de esta iniciativa radica en que brinda a las nuevas generaciones la oportunidad de acceder a una educación musical de excelencia con maestros profesionales y comprometidos, además de que se trata de un modelo replicable que garantiza su continuidad gracias a la suma de esfuerzos privados, gubernamentales y sociales.

2019 fue un año de diversos logros en torno a este programa, entre los que se encuentran:

- El debut de las Orquestas de Colima, Morelos y Zacatecas con un total de 553 niños y jóvenes.
- La realización de una residencia del programa Global Leaders con 127 alumnos de las orquestas de la Ciudad de México.
- La graduación de nueve jóvenes de la cuarta generación del Instituto Superior de Música Esperanza Azteca.
- La participación del Cuarteto Lingnum –conformado por destacados jóvenes de Esperanza Azteca– en el Concurso Nacional de Cuartetos de Cuerda, quienes lo ganaron, además de realizar una gira por Suiza, Austria e Italia.
- Dos conciertos binacionales en Las Cruces, Nuevo México y en Ciudad Juárez, organizados por el Consulado General de México en El Paso, The New Mexico State University y la Orquesta Esperanza Azteca Ciudad Juárez.
- La visita del reconocido cellista Yo-yo Ma a la Secretaría de Educación Pública, quien participó como solista en un concierto con la Orquesta Sinfónica Esperanza Azteca Fundadora de Puebla y con integrantes de otras OSEA de la Ciudad de México; en total participaron 677 alumnos.
- En el marco de la celebración de los 10 años del programa:
 - La publicación de un libro conmemorativo por parte de Círculo Editorial Azteca.
 - La gira de tres conciertos en París en alianza con la Or-



- Orquesta Sinfónica de Minería
 - Audi
 - *Curtis Institute of Music*
- Objetivos 2020:**
- Fortalecer las capacidades del Instituto Superior de Música Esperanza Azteca.
 - Consolidar “La Constancia Mexicana” –ubicada en Puebla de Zaragoza– como sede nacional de Esperanza Azteca.
 - Posicionar a la Orquesta y Coro Nacional Esperanza Azteca en alianza con Directores y solistas internacionales.



ganización para el Crecimiento y Desarrollo Económicos (OCDE).

- La gira con la Youth Orchestra of the Americas.
- Un concierto de aniversario Side by Side con la Orquesta Sinfónica de Minería en la Sala Nezahualcóyotl, dirigido por el maestro Raúl Delgado.

El programa Orquesta Sinfónica y Coros Esperanza Azteca se encuentra en un periodo de transición hacia una nueva etapa, pues durante 2019 la Secretaría de Educación Pública anunció la creación del Programa de Educación Musical y Orquestas Escolares dirigido a las escuelas públicas de educación básica, con la finalidad de promover el desarrollo integral a través de la enseñanza de las artes, en especial de la música. Por lo anterior, Fundación Azteca está formulando un nuevo programa basado en el mérito y talento, que estará dirigido a los mejores músicos mexicanos menores de 25 años, de cualquier escuela o programa musical en México y será lanzado en 2020.

Alianzas estratégicas:

- Secretaría de Educación Pública (SEP)
- *Global Leaders Program*
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)
- *Youth Orchestra of the Americas*

62 orquestas sinfónicas y coros infantiles y juveniles.

25 conciertos y eventos en **México, Estados Unidos, Panamá y Europa** durante 2019.

17,000 niños y jóvenes beneficiarios del programa en todo el país.

Educación Ambiental

Limpiemos Nuestro México

GRI 304: 103-1, 103-2, 103-3

304-3



A lo largo de 10 años, a través de este programa, Fundación Azteca ha generado valor ambiental y social al realizar una labor de sensibilización respecto a la gravedad de la contaminación por basu-

ra. Es un llamado a la acción permanente para lograr un objetivo claro: tener un México limpio, sostenible y comprometido con la protección del entorno y la biodiversidad.

Más de 5 millones de personas reunidas en la Jornada Nacional, a través de 101,412 brigadas.

25,412 toneladas de residuos sólidos recolectadas en la Jornada Nacional.

9 Jornadas con Causa en bosques, playas, selvas y ciudades durante 2019 y en alianza con diversos municipios.



“Desierto de los Leones Orgullosamente Limpio”

4,840 voluntarios participantes.

1,056 horas de voluntariado.

35.5 toneladas de basura recolectada.





En 2019, la iniciativa **Limpiemos Nuestra Guatemala** fue reconocida por el PNUD y la **Fundación Ciudades Conectadas** por su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

4,700 toneladas de basura recolectadas en la 9ª edición de Limpiemos Nuestra Guatemala, gracias a la participación de 602,190 voluntarios inscritos en 3,968 brigadas a nivel nacional.

Alianzas estratégicas:

- Grupo Bimbo
- ECOCE
- Morphoplast
- Liga MX
- Voit
- Municipios de: Calakmul, Escárcega, Xpujil, Santa Clara, San Luis Río Colorado, Ciudad del Carmen, Torreón, Zapopan, Rosarito, Oaxaca, Altamira y la Alcaldía de Cuajimalpa, en la CDMX

- Alinear el programa a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas, respetando, previniendo y fomentando iniciativas ambientales que favorezcan al medio ambiente y los recursos naturales.

Esta iniciativa se ha replicado en otros países. Tal es el caso de Limpiemos Nuestra Guatemala, iniciativa que fue reconocida en 2019 por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la Fundación Ciudades Conectadas, debido a su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Objetivos 2020:

- Generar alianzas y patrocinios con el sector público y privado que permitan la continuidad y crecimiento del programa, a fin de ser reconocido en toda Latinoamérica.
- Implementar en el sureste del país el Programa Permanente Ciudades Orgullosamente Limpias.

En su novena edición, Limpiemos Nuestra Guatemala se consolidó como el movimiento de limpieza más grande del país centroamericano, al reunir a empresas, autoridades y a la sociedad civil, con el objetivo de trabajar en equipo en la concientización con respecto a los efectos de la basura en el medio ambiente y en la salud pública, así como fomentar el hábito del reciclaje.



¡Que Viva la Selva Lacandona!



Su objetivo es crear conciencia sobre la importancia de la preservación de este ecosistema.

En el mes de febrero de 2019, 25 miembros de The Hispanic Federation –ONG con sede en los Estados Unidos enfocada en apoyar a las comunidades hispanas– viajaron a la Selva Lacandona y donaron USD\$20,000.

Así también, en marzo del mismo año, se llevó a cabo el programa Embajadores de la Selva, en el que especialistas impartieron formación sobre la importancia de su preservación a los niños que viajaron a la Selva Lacandona.

Alianzas estratégicas:

- Gobierno del Estado de Chiapas
- Secretaría de Medio Ambiente e Historia Natural de Chiapas
- Natura y Ecosistemas Mexicanos A.C.
- Dialogus
- KinCamp

Objetivos 2020:

- Contribuir a la sustentabilidad de los emprendimientos para la conservación de la Selva Lacandona.
- Aumentar el posicionamiento de la campaña a nivel nacional.

5 proyectos productivos para fomentar el desarrollo de los emprendimientos ecoturísticos de la región y evitar la deforestación; se contó con la participación de empresas capacitadoras de alto nivel.



Fortalecimiento de la vida comunitaria

Red Social Azteca



Su propósito es impulsar la inversión de impacto y crear e integrar capacidades en las organizaciones de la sociedad civil (OSC) para generar prosperidad incluyente.

Con el fin de crear capacidades, alianzas y sinergias entre estas instituciones, en 2019 se impartió el seminario "Educación e Innovación" a 50 OSC de la zona centro del país.

De igual forma, se realizó la primera Cumbre de Emprendimiento e Innovación Social a la que asistieron 700 OSC de México, donde fueron capacitadas en diversas metodologías para el emprendimiento sustentable con impacto.

Alianzas estratégicas:

- Afore Azteca
- Azteca Seguros
- Zurich Seguros
- British Council
- Make Sense
- Impact Hub CDMX
- Ashoka México

Objetivo 2020:

Consolidar la Cumbre de Emprendimiento e Innovación Social como un espacio relevante para el desarrollo de capacidades de las organizaciones de la sociedad civil y para el impulso de la inversión de impacto.

Movimiento Azteca (MOVA)



Se trata de una iniciativa de corresponsabilidad social y ambiental en la que participan Fundación Azteca y TV Azteca, además de otras organizaciones. Esta campaña exhorta a la sociedad en general a realizar aportaciones a diversas instituciones con causas concretas.

En 2019 se llevaron a cabo cinco Movimientos Azteca (MOVA), en los que se recaudaron más de \$130 millones de pesos en beneficio de diversas instituciones, como la Fundación IMSS, A.C., la Red Nacional para la prevención de la Discapacidad, I.A.P. (RENAPRED), la Red Nacional para la Prevención del Cáncer, A.C. (RENAPCAN), la Cruz Roja Mexicana y el Banco de Alimentos, entre otras causas locales. Los recursos recolectados posibilitaron:

- La adquisición de 3,026 sillas cama
- La realización de jornadas de prevención de cáncer y discapacidad en todo el país
- La difusión y apoyo a 30 causas que cuentan con diversos objetos sociales
- La adquisición de 60 ambulancias nuevas
- Una mejor alimentación para personas de escasos recursos

Alianzas estratégicas:

- Fundación IMSS, A.C.
- Red Nacional para la prevención de la Discapacidad, I.A.P. (RENAPRED)
- Red Nacional para la Prevención del Cáncer, A.C. (RENAPCAN)
- Cruz Roja Mexicana
- Banco de Alimentos

Objetivos 2020:

- Ampliar el número de patrocinadores y apoyos externos de las campañas de Movimiento Azteca.



948 horas de voluntariado.

4,155 beneficiarios de Red Azteca en todo el país.

Más de MXN\$130 millones recaudados en los 5 MOVA realizados en 2019; más de 4.3 millones de personas beneficiadas en el país.

En 110 MOVA han sido apoyadas alrededor de **344 organizaciones y más de 5.8 millones de personas:** niños, niñas, jóvenes, adultos y personas de la tercera edad.

MXN\$2,564,839,086.38 recaudados en 110 MOVA.

Vive sin Drogas



Es una campaña orientada a la promoción de la elección de una vida sana y libre de adicciones entre los jóvenes. El programa profundiza en diversos temas, como el consumo de drogas, el alcoholismo, el uso correcto de redes sociales, el tabaquismo, los trastornos alimenticios y el bullying, además de promover tanto el deporte, como actividades artísticas y culturales.

Alianzas estratégicas:

- El Sol de México
- Organización Editorial Mexicana
- TeleUrban
- Ómnibus de México
- Wippy TV

48,824 impactos directos en los eventos efectuados, cantidad 33% superior al resultado de 2018.

Obtención del Premio Nacional de Periodismo por parte de Vive sin Drogas, otorgado por el Club de Periodistas de México.

Objetivos 2020:

- Aumentar el número de patrocinadores de la campaña.
- Incrementar el número de impactos en cada una de las estrategias de comunicación.



Juguetón



Año tras año, Juguetón –la iniciativa de recolección de juguetes más grande del mundo– alegra a miles de niños en situaciones críticas. Este proyecto alcanza a escuelas, internados, comunidades indígenas, hospitales, casa hogar, comedores populares, guarderías, centros penitenciarios, centros de día para menores y albergues de migrantes.

Es la campaña de recolección de juguetes más grande e importante a nivel mundial, logrando reunir cerca de 17.5 millones de juguetes en su 24ª edición.

17.5 millones de juguetes recolectados en la 24ª edición de Juguetón.

Objetivo 2020:

Aumentar el número de participantes y la cantidad de juguetes recolectados para ampliar el alcance del programa.



Un Nuevo Bosque

gruposalinas.com.mx/es/un-nuevo-bosque

102-12



Iniciativa de reforestación permanente —y respaldada por la Comisión Nacional Forestal (CONAFOR)— que busca generar conciencia ecológica en la población mediante campañas, cápsulas informativas en medios digitales y de televisión, y seguimiento de las tareas de plantación.

Este proyecto reitera el compromiso de Grupo Salinas con la preservación del medio ambiente. Su objetivo principal es hacer labores de recuperación en zonas afectadas por la propia naturaleza o por acción humana.

17 años desde la fundación del programa

300 reforestaciones

33 ciudades en todo México



+6,000 hectáreas recuperadas

1.3 millones de voluntarios

6.3 millones de árboles

Caminos de la Libertad

caminosdelalibertad.com/

102-12



Iniciativa social de Grupo Salinas cuya importancia reside en ser un foro de transmisión de ideas y principios del Grupo en Iberoamérica, influyendo en la opinión pública nacional e internacional sobre la visión de algunos derechos humanos fundamentales, el estado de derecho, la libertad individual y civil, el libre comercio, la lucha contra la pobreza, la creación de riqueza y el valor social de los empresarios.

La Ciudad de las Ideas

ciudaddelasideas.com

102-12



Festival que reúne a mentes brillantes con el objetivo de empoderar a la sociedad mediante el conocimiento: es una celebración a la creatividad y curiosidad del ser humano. Su propósito es intercambiar puntos de vista, dialogar y generar un pensamiento crítico basado en el respeto, la pluralidad y la tolerancia.

La Ciudad de las Ideas pone en manos de los ciudadanos herramientas de transformación social que contribuyen a un México libre, seguro, respetuoso, responsable y próspero. A través de un foro de participación articulada que propone la creación de nuevas alternativas y un análisis crítico de cuestiones políticas y gubernamentales, esta iniciativa busca empoderar a la sociedad mediante:

- El conocimiento
- La libertad
- Las ideas
- El respeto a los derechos humanos
- El estado de derecho
- El buen liderazgo

En 2019 se llevó a cabo la 12ª edición de este foro, en la que se reunieron más de 60 personalidades de prestigio internacional, entre científicos, humanistas y líderes de opinión, quienes presentaron interesantes ponencias sobre diferentes temas, como ciencia, filosofía, negocios, arte y cultura.

Bajo el lema "This is Epic", participaron destacados personajes, como Rigoberta Menchú Tum, Premio Nobel de la Paz; Siddharta Mukherjee, ganador del premio Pulitzer; Sean Spicer, ex secretario de Prensa de la Casa Blanca en la Administración Trump; Maanasa Mendu, creadora de una herramienta capaz de transportar energía eléctrica a países en desarrollo; Nicolás Celis y Gabriela Rodríguez, productores de la película "Roma"; y Valeria Souza, científica mexicana especializada en ecología evolutiva, entre muchos otros.



Kybernus

kybernus.org

102-12



Este programa forma parte de la labor social de Grupo Salinas y se articula con una red nacional de liderazgos juveniles, plural e incluyente.

Las principales líneas de interés de los liderazgos Kybernus son:

- La participación ciudadana y la cultura cívica, por lo que impulsan iniciativas de colaboración entre la ciudadanía y el sector público, impactando directamente en el fortalecimiento de las instituciones y el empoderamiento de la juventud en los temas públicos, a través de paneles, capacitaciones y foros.
- El Estado de Derecho y la Cultura de la Legalidad, con un enfoque en el fortalecimiento del sistema de justicia, de la participación y del compromiso de la ciudadanía en el cumplimiento de las leyes.
- Los Derechos Humanos y la Cultura de Paz, promoviendo políticas públicas locales e impartiendo capacitación y sensibilización.

La importancia de Kybernus radica en que se trata de un medio de contribución de Grupo Salinas y de la sociedad en general a la erradicación de la violencia de género y la igualdad sustantiva de género en el ámbito público y privado.

En su segundo año de trabajo, la Red Nacional de Género Kybernus llevó a cabo el segundo encuentro nacional de Género, donde se determinó la agenda 2020. Asimismo, este organismo impulsó la “Ley Olimpia”, la cual fue aprobada en 16 estados y a nivel federal en México y que, entre otros aspectos, tipifica la violencia digital como un delito.

Este programa es también un impulsor de la innovación sostenible y la resiliencia en pro del desarrollo económico y del bienestar humano, pues durante 2019, desde las agendas locales de los Colectivos Kybernus, se promovieron causas de los líderes Kybernus asociadas a estos temas.

El enfoque de la mayor parte de las iniciativas desarrolladas se fundamentó en “pensar desde lo local para tener un impacto global”; una gran proporción se centró en: capacitaciones, mentoría de proyectos y difusión de historias de éxito.

Durante 2019, desde las agendas locales de los Colectivos Kybernus, **se impulsaron 57 iniciativas para la erradicación de la violencia de género** y la igualdad sustantiva de género en el ámbito público y privado.

A nivel local, en los 32 estados de la República Mexicana, **se desarrollaron 50 iniciativas** de sustentabilidad, 130 de emprendimiento y desarrollo empresarial, así como 15 de innovación y tecnología; todas ellas en alianza con actores estratégicos locales.



En 2019 se llevó a cabo la primera edición del Premio Kybernus al Valor Ciudadano, el cual surgió con el objetivo de reconocer el mérito de los ciudadanos a nivel local y nacional, cuyas acciones tienen un impacto positivo en la construcción de una sociedad justa, participativa, democrática y libre, orientada a generar entornos propicios para el desarrollo.

Los temas considerados por el Premio Kybernus al Valor Ciudadano 2019 fueron: Libertad y responsabilidad social; Estado de derecho y Cultura de la legalidad; Derechos Humanos y prevención de la violencia; Fortalecimiento de la sociedad civil; e Igualdad de oportunidades.

En esta primera edición se seleccionó un proyecto por estado y los creadores de las iniciativas se reunieron en la Ciudad de México para evaluar y elegir a un ganador nacional. El proyecto ganador fue proveniente del estado de Querétaro y se centra en brindar acceso a cirugías fetales y cardíacas.

500 aplicaciones al **Premio al Valor Ciudadano Kybernus;** entrega de 35 premios locales y 1 premio nacional.

2019 fue también el año en el que Kybernus y la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) firmaron un convenio de colaboración con el objetivo de generar prosperidad incluyente a través del desarrollo de acciones conjuntas en cuatro ejes rectores:

Vinculación y fortalecimiento de actividades de emprendimiento	Difusión de la importancia de la empresa en la creación de prosperidad	Impulso de programas de formación de capital humano	Programas de financiamiento desde el sector privado
<p>Busca apoyar iniciativas de emprendedores y crear nuevas empresas que atiendan las necesidades de la sociedad, con base en políticas públicas en las que primen el respeto a la equidad de género y la sustentabilidad como ejes de desarrollo.</p> <p>Se establecerán las acciones pertinentes para el fortalecimiento del sistema de incubación de la UNAM.</p>	<p>Para ello se desarrollarán contenidos y se abrirán espacios en diversos medios para posicionar la cultura del emprendimiento y, de esta manera, fomentar el desarrollo de más y mejores empresas.</p>	<p>Comprende considerar a la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM como un consultor externo potencial de los programas de liderazgo, emprendimiento, capacitación, formación de cultura organizacional y gestión de alto desempeño de Grupo Salinas.</p> <p>Asimismo, se impulsarán iniciativas de formación de capital humano a través de prácticas profesionales, estadías, bolsas de trabajo para pasantes, practicantes y Profesionistas de la Facultad.</p>	<p>Como parte de este eje, se prevé el diseño e impulso conjunto de un esquema de aceleración de empresas startups, creadas dentro y fuera de la UNAM. Para ello, se fomentarán programas de financiamiento del sector privado y se generarán cursos, herramientas y simuladores que ayuden a definir y gestionar exitosamente sus requerimientos de financiamiento.</p> <p>Los startups serán evaluados de conformidad con criterios técnicos y financieros para garantizar su permanencia y la de los emprendedores.</p>

Impulso de:

- **160 iniciativas** de participación ciudadana y cultura cívica
- 23 iniciativas referentes al **Estado de Derecho y Cultura de la Legalidad**
- 43 iniciativas en **Derechos Humanos y Cultura de Paz** a través de las agendas locales en 2019.

4 nuevas Redes Nacionales

Kybernus especializadas con 188 participantes:

- Género
- Sustentabilidad
- Emprendimiento
- Derechos Humanos de Cultura de Paz



Acción Monarcas



Algunas de las principales acciones sociales desarrolladas por Monarcas Morelia en 2019 fueron:

Juguetón

- Participación en la recolección de juguetes con la participación de Súper y Mini Monarca en diferentes eventos organizados por la televisora local, además de estar presentes en la entrega de juguetes en conjunto con TV Azteca Michoacán.
- Donación de 600 Juguetes a la televisora local.
- Donación de 3 jerséis autografiados a TV Azteca Nacional.
- Donación de 500 cortesías para partido.
- 10,000 personas beneficiadas aproximadamente.

Carrera Atlética “Corre con Alma” de la Asociación Mexicana de Ayuda a Niños con Cáncer (AMANC)

- 50 niños beneficiados aproximadamente.
- 1,200 inscritos en esta edición, en la que se participó con la asistencia de Súper y Mini Monarca a los eventos de la Asociación.

Limpiemos Nuestro México

- Participación con empleados del Club y Fuerzas Básicas en la recolección de basura y desechos alrededor del Estadio Morelos. Las brigadas estuvieron integradas por más de 200 personas.
- 3,000 personas beneficiadas aproximadamente.

Visitas especiales a escuelas y fundaciones

- Recepción, en el estadio, de niños de diferentes escuelas en visitas guiadas en días de entrenamiento y partidos femeniles.
- Visitas a escuelas públicas en la Ciudad de México para realizar dinámicas con Súper y Mini Monarca.
- 4,000 personas beneficiadas aproximadamente.

Actividades con Kansas City Southern de México

- Recolección de juguetes a cambio de cortesías para el estadio. Los juguetes se entregaron en colonias vulnerables de nuestra ciudad, beneficiando a 500 personas.
- Campaña de concientización “Alto Total”, volanteo y entrega de materiales en cruceros del Tren para evitar accidentes con el cruce del mismo.
- Recolección de cobijas. Intercambio de cobijas nuevas por cortesías para el estadio. Las cobijas se entregaron en colonias vulnerables de nuestra ciudad, beneficiando a 500 personas.



Valor ambiental

GRI 301, 302, 303, 305, 306, 307: 103-1, 103-2, 103-3

102-11, 301-1, 301-2, 302-1, 302-3, 302-4, 303-1, 303-2, 303-4, 303-5, 305-1, 305-2, 305-4, 305-5, 306-2, 306-4



Principios 7, 8, 9

Gestión ambiental

Para TV Azteca, la preservación del medio ambiente es fundamental, por lo que cuenta con el área de Energía y Medio Ambiente, especializada en temas medioambientales y de eficiencia energética para la generación de soluciones. También es responsable de asegurar el cumplimiento de la normativa ambiental, con el fin de contribuir a la estrategia de sustentabilidad y al buen uso de recursos naturales.

A partir del desarrollo del Sistema de Gestión de Energía (SIGEN) por parte del área de Energía y Medio Ambiente, se cuenta con la información referente a los consumos de energía de las empresas que conforman Grupo Salinas. De esta forma, es posible evaluar el desempeño de la compañía mediante las siguientes actividades:

- Analizar el consumo de energía eléctrica a través de un comparativo mensual contra los consumos históricos.
- Auditar los inmuebles representativos para crear modelos de mitigación ambiental.
- Elaborar el reporte para el Registro Nacional de Emisiones de acuerdo con la Ley General de Cambio Climático.
- Medir el éxito de las campañas de comunicación generadas.
- Monitorear mensualmente la generación y ganancias de residuos entregados para reciclaje.

- Llevar a cabo auditorías internas de seguimiento.
- Detectar oportunidades de mejora en los parámetros establecidos por la normatividad en términos de infraestructura, salud, protección civil y medio ambiente.

Gracias al SIGEN son posibles la identificación del comportamiento del consumo de los inmuebles, el seguimiento a las actividades y objetivos que la Dirección de Energía plantea, la recopilación de datos de forma manual y la generación de avisos y alertas sobre eventos relevantes sobre el consumo.

Asimismo, las licencias ambientales tramitadas por las empresas de Grupo Salinas involucran el monitoreo de emisiones a la atmósfera, generación y tratamiento de residuos peligrosos, impacto ambiental, riesgos y descarga de aguas residuales.



TV Azteca cumple con los estándares de calidad de agua y manejo de residuos **ISO 9001:2015**, sistema de gestión de riesgos en los Sistemas de Gestión de la Calidad e **ISO 14001:2015**, sistema de gestión para la mejora del ciclo de vida de los bienes, la gestión de riesgos y la mejora del desempeño ambiental.

El proceso de Transformación de TV Azteca y el cumplimiento de su Visión 2020 implican el fortalecimiento de las acciones en beneficio del entorno, por ello, en 2019 la compañía ratificó su compromiso con la generación de valor ambiental a través de iniciativas y estrategias que disminuyan su huella ambiental y que aseguren un futuro próspero para las futuras generaciones.

Es de destacar que, en búsqueda de cumplir con su compromiso medioambiental, Grupo Salinas y TV Azteca se han sumado a diferentes iniciativas de protección de la biodiversidad o se encuentran en proceso de hacerlo, entre las que se pueden mencionar:

- Conservación directa de la biodiversidad. TV Azteca, a través de un convenio con el Centro de Investigaciones Biológicas y Acuícolas de Cuernavaca de la Universidad Autónoma Metropolitana, se ha comprometido a proteger al ajolote mexicano (*Ambystoma mexicanum*) –especie en peligro de extinción–, brindando un santuario en sus instalaciones en la CDMX. Se planea proteger a más especies en corporativos de Grupo Salinas. Además, desde 2013 y a través de Fundación Azteca, Grupo Salinas ha promovido la preservación de la Selva Lacandona, apoyando actividades ecoturísticas y proyectos sustentables como: El Canto de La Selva, Campamento Tamandúa, Selvaje, Casa del Morpho y el Restaurante Bellavista.
- Conservación de la biodiversidad y mejora del ambiente. Los programas de reforestación, como Un Nuevo Bosque, implican la conservación y mejoramiento de suelos, retención de agua en suelos, secuestro de CO₂ de la atmósfera y emisión de oxígeno, así como reducción de la temperatura local donde se plantan los árboles. A pesar de que su valor económico no se ha calculado, estos beneficios ambientales sin duda contribuyen a la conservación de especies, al saneamiento del agua, al incremento de servicios ambientales y a la mitigación del cambio climático.

Energía

La energía eléctrica es un recurso fundamental para las empresas de Grupo Salinas, por lo que TV Azteca se encuentra sujeta a diversas normas que garantizan el uso adecuado de este insumo y el ahorro de energía. El cumplimiento de estas normas asegura la seguridad del personal, de las operaciones y el éxito de la estrategia de sustentabilidad de la compañía.

- NOM-001-SEDE-2012, seguridad para instalaciones eléctricas.
- NOM-031 y 031-ENER-2012, eficiencia energética y parámetros mínimos para iluminación LED.
- NOM-025STPS-2008, condiciones de iluminación para centros de trabajo.
- NMX-AA-164-SCFI-2013, criterios ambientales mínimos para edificaciones sustentables.
- Registro Nacional de Emisiones / Ley General de Cambio Climático, reporte anual de niveles de emisiones de CO₂ y gases de efecto invernadero (GEI).

En 2019, **el consumo de electricidad de TV Azteca fue de 65.4 GWh**, del cual 27% provino de fuentes renovables

El consumo total de energía de TV Azteca este año fue de **251,395 GJ** y la intensidad energética fue de 247,734 kWh

Gracias a las iniciativas en favor de la conservación y la eficiencia, en 2019 se registró una reducción del consumo energético de **78,214 GJ**

En 2019 **la eficiencia** en equipos de iluminación **añadió 19%** y en equipos de aire acondicionado 12%

Cabe destacar que el consumo de energía eléctrica de 2015 a 2019 de TV Azteca se redujo 25% debido al cambio de la transmisión analógica a digital, así como a la renovación de equipos de iluminación LED, aires acondicionados eficientes y rediseños eléctricos, considerando además que la inyección de energía renovable disminuyó 16%.

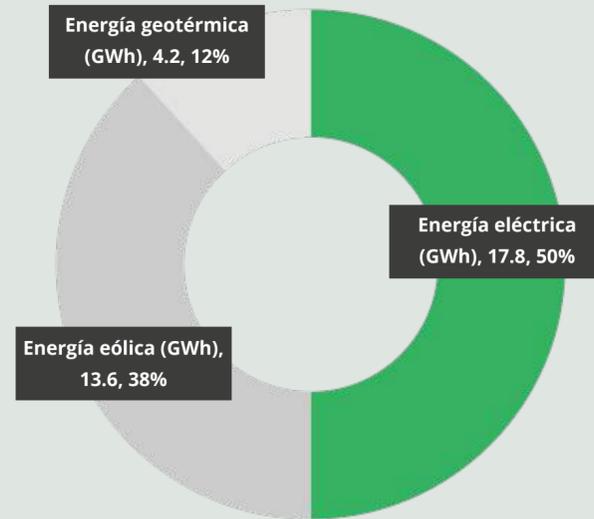
Para calcular los consumos de energía, TV Azteca se basa en la metodología internacional desarrollada por la *Efficiency Valuation Organization (EVO)*, que mide y garantiza los ahorros energéticos, reduce costos y sistematiza el proceso de verificación del desempeño energético. Al igual que el resto de las empresas de Grupo Salinas, TV Azteca cuenta con el *Seasonal Energy Efficiency Ratio (SEER)* y el *Integrated Energy Efficiency Ratio (IEER)*, los cuales calculan la eficiencia de los equipos.



Consumo de combustible

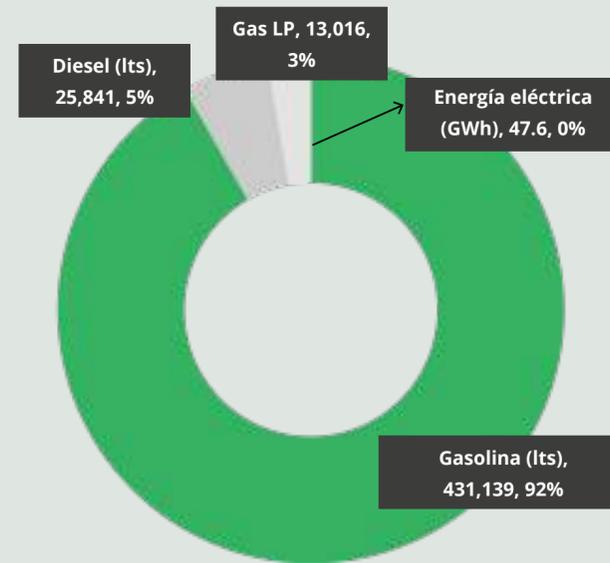
Fuentes renovables

- Energía eléctrica (GWh)
- Energía eólica (GWh)
- Energía geotérmica (GWh)



Fuentes no renovables

- Gasolina (Its)
- Diesel (Its)
- Gas LP
- Energía eléctrica (GWh)



Objetivos para 2020

- No aumentar el consumo de energía eléctrica no-renovable de TV Azteca, la cual se ha mantenido estable desde 2017, con un promedio de 48 GWh por año. En 2019 disminuyó 3.7 GWh (de 51.3 en 2018 a 47.6 GWh en 2019).
- Aumentar la inyección de energía renovable. En 2019, ésta aumentó 4.3 GWh respecto a 2018 (de 13.5 a 17.8 GWh).

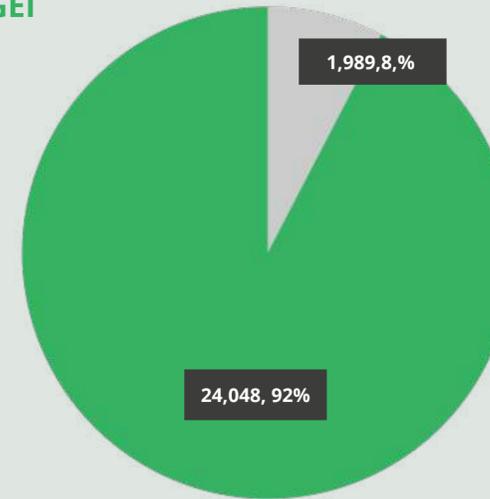
Emisiones

Desde 2010 se implementaron diferentes iniciativas para la reducción de gases de efecto invernadero (GEI) como:

- Utilización de tecnologías de iluminación (LED) y aires acondicionados que favorecen la optimización en el consumo, eficiencia energética y reducción de emisiones indirectas.

Emisiones GEI (tonCO₂eq)

- Alcance 1
- Alcance 2



Nota:

Los gases incluidos en el cálculo son CO₂, CH₄, N₂O, HFC, PFC, SF₆ y NF₃. Los cálculos de emisiones de GEI provienen de los consumos de combustibles y energía eléctrica reportados ante el RENE, metodología en la cual el volumen de cada combustible se multiplica por un factor de emisión y por su Potencial de Calentamiento Global. Cada tipo de gas tiene un propio factor. Para mayor información consulte <https://www.gob.mx/semarnat/acciones-y-programas/registro-nacional-de-emisiones-rene>

En 2019, TV Azteca reportó una disminución de 14,243 tonCO₂eq respecto a 2015

Este año, las iniciativas de reducción de emisiones de GEI fueron:

- Utilización de nuevos equipos, transmisores más eficientes y menos aire acondicionado.
- Campañas de comunicación para fomentar el apagado de luces, equipos de cómputo y aire acondicionado cuando no se estén utilizando.

Asimismo, gracias al programa Limpiemos Nuestro México se evitó que más de 70,000 toneladas de CO₂ fueran liberadas al medio ambiente y gracias al programa Un Nuevo Bosque —a través del cual TV Azteca plantó 221,340 árboles con la ayuda de 22 mil voluntarios— se capturaron más de 4,400 toneladas de CO₂ de la atmósfera y se evitó la liberación de más de 53 mil.

Objetivos para 2020

- Reducir las emisiones de Alcance 2 al incrementar la participación de energías renovables y disminuir la energía provista por CFE. Estas acciones disminuyeron de 2018 a 2019 en más de 1800 tCO₂e.
- Reducir las emisiones directas al disminuir el uso de combustibles fósiles. Estas acciones lograron la disminución de más de 1800 tCO₂e de 2018 al 2019.

Agua

TV Azteca mantiene un fuerte compromiso con el ahorro de recursos y, mediante el uso consciente y diversas campañas de comunicación para la reducción en el consumo de agua, se evita su desperdicio por fugas y uso inadecuado.

El agua consumida por TV Azteca en la Ciudad de México es provista al 100% por el Sistema de Aguas de la Ciudad de México (SAC-MEX) para uso en sanitarios, riego, comedores, sistemas de enfriamiento y despachadores/purificadores de agua potable en pisos.

La calidad microbiológica del agua en cisternas y filtros de agua se analiza mensualmente en laboratorios certificados. Se analizan mesófilos aerobios, coliformes fecales y cloro residual. Las cisternas se mantienen siempre al 90% de su capacidad.

89,414 m³ de agua consumidos por TV Azteca en 2019

40m³ de agua reciclada por TV Azteca este año

El consumo de agua en corporativos está contabilizado a partir de las lecturas de los recibos de agua y los metros cúbicos comprados en pipas de agua. Para obtener el consumo de agua de la geografía, se consideró el consumo per cápita de las sucursales de TV Azteca a partir del uso de sanitarios y lavamanos —descarga de 4.8 litros en sanitarios y 1 litro en lavamanos—, el consumo por limpieza —de 3 a 5 cubetas diarias de 17 litros cada una—, así como el uso de sanitarios por clientes visitantes.

Las iniciativas a nivel operacional para el ahorro y uso responsable del agua incluyen:

- El seguimiento de bitácoras para medir la eficacia de las campañas de concientización.
- El monitoreo para la detección de fugas en inodoros, grifos y cisternas.
- La utilización de inodoros de conformidad con la NOM-009-CO-NAGUA-2001 de cuatro litros por descarga.
- La implementación de purificadores de agua en corporativos, que impacta positivamente en diversos ámbitos, como son: la

mejora en la calidad de vida de los colaboradores al brindarles acceso a agua potable y siempre disponible; la optimización de recursos económicos; el rechazo al uso de plásticos; la reducción de las emisiones desencadenadas por el tráfico vial, derivado del transporte de garrafrones; el ahorro del espacio en bodegas.

- La revisión mensual del estado físico de medidores, tuberías y dispositivos.
- El análisis certificado de la calidad del agua de cisternas y despachadores de agua, con el objetivo de que cumplan con las normas oficiales requeridas, como:
 - NADF-015-AGUA-2009, límites máximos permisibles de contaminantes en las descargas de aguas residuales de procesos y servicios al sistema de drenaje y alcantarillado de la CDMX, provenientes de las fuentes fijas.

- NOM-092-SSA1-1994, análisis de agua. Método para la cuenta de bacterias aerobias en placa.
- NMX-AA-042-SCFI-2015, análisis de agua. Enumeración de organismos coliformes totales, organismos coliformes fecales (termotolerantes) y *Escherichia coli*-método del número más probable en tubos múltiples.
- NMX-AA-108-SCFI-2001, calidad del agua. Determinación de cloro libre y cloro total.

Objetivos para 2020

Descartando cualquier anomalía que pueda ocurrir en el suministro de agua o en la red hidráulica de TV Azteca, la meta es mantener el mismo consumo (promedio de 80,000 m³ anuales) o al menos no sobrepasar este umbral de manera significativa (más del 5%).



Materiales

Derivado de la naturaleza del negocio, los materiales utilizados por TV Azteca para la operación son las siguientes:

- 235 piezas de aire acondicionado
- 29 piezas de iluminación
- 768 piezas de material de empaque

Residuos

TV Azteca cuenta con un manual interno para la clasificación de los residuos sólidos, con un programa de separación de residuos en todo los corporativos y con campañas de educación ambiental. Las cuatro categorías de residuos son: orgánicos, inorgánicos, reciclables y peligrosos.

Asimismo, existen lineamientos en materia de gestión de residuos que las empresas de Grupo Salinas, incluyendo TV Azteca, deben cumplir, entre los que se encuentran:

- NOM-017-STPS-2008, equipo de protección personal, uso y manejo en los centros de trabajo.
- NOM-002-STPS-2010, condiciones de seguridad, prevención y protección contra incendios en los centros de trabajo.
- NOM-005-STPS-1998, condiciones de seguridad e higiene en los centros de trabajo para el manejo, transporte y almacenamiento de sustancias químicas.
- NOM-006-STPS-2014, manejo y almacenamiento de materiales, condiciones de Seguridad y salud en los centros de trabajo.
- NOM-052-SEMARNAT-2005, procedimiento para identificar residuos peligrosos.
- NOM-161-SEMARNAT-2011 y su modificación, criterios para clasificar a los Residuos de Manejo Especial.
- NADF-024-AMBT-2013, criterios y especificaciones técnicas bajo los cuales se debe realizar la separación, clasificación, recolección selectiva y almacenamiento de los residuos del Distrito Federal.
- NOM-055-SEMARNAT-2003, requisitos que deben reunir los sitios que se destinarán para un confinamiento controlado de residuos peligrosos previamente estabilizados.
- NOM-087-SEMARNAT-SSA1-2002, clasificación y especificaciones de manejo de residuos peligrosos biológico-infecciosos para la protección y salud ambiental.

- NOM-054-SEMARNAT-1993, procedimiento para determinar la incompatibilidad entre dos o más residuos peligrosos.
- ISO 9001:2015, Sistema de Gestión de Calidad.
- ISO 14001:2015, Sistema de Gestión Ambiental.
- NMX-AA-164-SCFI-2013, criterios ambientales mínimos para edificaciones sustentables.

El servicio de recolección de residuos está a cargo de proveedores que cumplen con estándares sociales, ambientales y de calidad. Para asegurar que la cadena de valor es responsable, existen requerimientos que es necesario cumplir en las solicitudes de cotización para la recolección de residuos y limpieza.

Los programas de reciclaje en los corporativos se han centrado en el papel triturado, el cartón, el aluminio, el PET, el PEAD y las películas de plástico. Se han establecido alianzas entre TV Azteca y otras unidades de negocio de Grupo Salinas para reutilizar parte de estos residuos en proyectos sociales de Fundación Azteca, convirtiéndolos en artículos como cobijas, abrigos, libretas, papel de baño, toallas de manos, etc. que serán de utilidad para diversas causas.

El área de Energía y Medio Ambiente garantiza que se ejecuten los servicios de recolección para reciclaje, mientras que las áreas de mantenimiento gestionan los residuos sólidos urbanos, los peligrosos y los de manejo especial.

2,206 toneladas de residuos generados por TV Azteca en 2019, de las cuales 106 fueron enviadas a reciclaje

Se registraron 18 toneladas de residuos peligrosos entregados al proveedor para su tratamiento adecuado. Las pilas de plomo ácido se recuperan en un 85% para producir plomo, plástico y compuestos de azufre. De los sólidos contaminados no flama- bles se recuperó el 25% de los confinables, metales y plásticos. De los sólidos contaminados flamables se recuperó el 50% para combustible alterno y confinables. De los líquidos contaminados se recuperó el 35% en agua y confinables. De los solventes mezclados se recuperó el 50% en solventes y combustible alterno.



Asimismo, TV Azteca —a través de Grupo Salinas— cuenta con políticas internas que tienen que ver directamente con maximizar el aprovechamiento de los recursos energéticos y el manejo de residuos:

- Centralización y pago de servicios de energía eléctrica: procedimientos para asegurar los pagos de energía eléctrica.
- Ahorro de energía en los puntos de venta: política aplicada al funcionamiento de centros comerciales y los procedimientos para aprovechar al máximo la energía eléctrica.
- Eficiencia energética: acciones para optimizar el uso de electricidad, sin afectar el confort y operación de los inmuebles.
- Ahorro de energía (centros de distribución): política aplicada al funcionamiento de centros de distribución y los procedimientos para darle el mejor uso a la energía eléctrica.
- Recolección de residuos sólidos: Define las actividades involucradas en la separación y recolección de residuos en corporativos.

De igual manera, a través del programa Limpiemos Nuestro México, en 2019 se recolectaron más de 25,400 toneladas de basura gracias al esfuerzo de más de 5 millones de voluntarios, con lo que se evitó la liberación de más de 70,000 toneladas de CO2 al ambiente.

Objetivos para 2020

- La meta es continuar con los esfuerzos de separación de residuos con el fin de incrementar el porcentaje de los materiales reciclados y disminuir el volumen de los que se van a vertedero.
- Innovar los procesos internos de manejo de materiales en conjunto con los socios; por ejemplo, con el aprovechamiento integral de la madera y con la sinergia del reciclaje hacia programas sociales (tejiendo por México, Regreso a Clases, Juguetón, etc.).

En 2019, el monto invertido por TV Azteca en el **tratamiento de residuos, emisiones y restauración** fue de MXN\$553,961. De igual manera, la compañía invirtió MXN\$2,225 millones de pesos en **Protección Civil** y MXN\$952,289 en **equipos ahorradores**.

Sobre este Informe

102-46, 102-54

Este año, TV Azteca, S.A.B. de C.V. presenta su 8° informe de Sustentabilidad, el cual muestra los resultados de su desempeño económico, social, ambiental y operacional durante el periodo comprendido entre el 1° de enero y el 31 de diciembre de 2019.

Por tercera ocasión, este reporte ha sido elaborado de conformidad con los Estándares GRI: opción Esencial y continúa reportando la información relativa al Suplemento Sectorial para Medios (MSS).

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

Los montos contenidos en el presente Informe se encuentran reportados en pesos mexicanos (MXN/MN), a menos que el cálculo se especifique en otra divisa.

Principios para la elaboración del informe

El Informe de Sustentabilidad 2019 de TV Azteca es un ejercicio comunicativo claro, puntual y preciso basado en los siguientes principios y criterios.

Contexto de sostenibilidad

TV Azteca mantiene su compromiso con el proceso de Transformación —como parte de la Evolución de la compañía—, así como con la generación de valor económico, social y ambiental. En 2019, la compañía continúa alineándose a los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas y a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), llevando a cabo el mapeo de las iniciativas con las cuales contribuye hacia el logro de la Agenda 2030 y los aspectos materiales de la compañía.

Materialidad

TV Azteca reconoce la importancia e impacto de sus operaciones en distintos ámbitos y, por ello, se concentra en la gestión de aquellos temas relevantes que fueron identificados en el estudio de materialidad 2019 y validados a través del diálogo con grupos de interés. De esta manera, implementa acciones que llevan a la compañía a fortalecer su estrategia de sustentabilidad.

Participación de los grupos de interés

En 2019, TV Azteca actualizó su estudio de materialidad y realizó un diálogo con dos grupos de interés —colaboradores y proveedores—. Así, en el presente informe se consideran las opiniones de ambos grupos, validando los aspectos materiales y fortaleciendo el proceso de mejora continua, tanto en el nivel de información requerida por todos los stakeholders, como en su estrategia de sustentabilidad.

Exhaustividad

En el presente informe se presentan de manera exhaustiva los resultados del desempeño de TV Azteca en términos económicos, sociales, ambientales y de gobierno corporativo, así como la cobertura de los mismos de manera clara.

Anexos

Vinculación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y aspectos materiales

Aspectos materiales	ODS Prioritarios	Metas específicas de los ODS	Metas 2020 TV Azteca
Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) Desarrollo de capital humano Impacto social Atracción de talento		4.7 Garantizar que todos los estudiantes adquieran los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible, en particular mediante la educación para el desarrollo sostenible y la adopción de estilos de vida sostenibles, los derechos humanos, la igualdad entre los géneros, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural y de la contribución de la cultura al desarrollo sostenible, entre otros medios.	Impartir educación de calidad a niños y jóvenes de escasos recursos a través del Plantel Azteca. Mantener al menos 11,000 alumnos graduados y continuar con al menos 2,100 alumnos becados en el plantel Ciudad de México. Continuar con el Modelo de Aprendizaje Colaborativo y mantener al menos 42,703 estudiantes y 1,636 docentes beneficiados en 464 escuelas en Puebla. Continuar con el programa de becas México de 10 y dar apoyo a al menos 50 alumnos universitarios de excelencia. Continuar con el programa Becas Generación Bicentenario y aumentar el número de estudiantes apoyados. Continuar con la iniciativa Robótica para incentivar el interés de niños y jóvenes por la ciencia y tecnología, y apoyar a al menos 10 equipos en concursos y campeonatos nacionales e internacionales.
Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) Temas financieros Impacto social Estándares con proveedores		17.1 Fortalecer la movilización de recursos internos, con el fin de mejorar la capacidad nacional para recaudar ingresos fiscales y de otra índole. 17.9 Aumentar el apoyo internacional a la ejecución de programas de fomento de la capacidad eficaces y con objetivos concretos en los países en desarrollo a fin de apoyar los planes nacionales orientados a aplicar todos los Objetivos de Desarrollo Sostenible. 17.10 Promover un sistema de comercio multilateral universal, basado en normas, abierto, no discriminatorio y equitativo en el marco de la Organización Mundial del Comercio, incluso mediante la conclusión de las negociaciones en el marco del Programa de Doha para el Desarrollo. 17.13 Aumentar la estabilidad macroeconómica mundial, incluso mediante la coordinación y coherencia de las políticas. 17.16 Mejorar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible, complementada por alianzas entre múltiples interesados que movilicen e intercambien conocimientos, especialización, tecnología y recursos financieros, a fin de apoyar el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en todos los países, particularmente los países en desarrollo. 17.17 Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las alianzas. 17.19 Aprovechar las iniciativas existentes para elaborar indicadores que permitan medir los progresos en materia de desarrollo sostenible y complemente el producto interno bruto, y apoyar la creación de capacidad estadística en los países en desarrollo.	Publicar la estrategia fiscal de TV Azteca. Dar seguimiento a las metas establecidas para cada aspecto material de TV Azteca en vinculación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Identificar los temas en los que las metas fueron alcanzadas para el establecimiento de nuevas metas a 2025. Fortalecimiento de la nueva cultura de Central de Compras, a fin de reducir costos, fomentar el trabajo en equipo, negociar con proveedores de materiales amigables con el medio ambiente y con altos estándares de calidad, así como llevar a cabo los procesos de selección y evaluación de forma transparente. Publicar la estrategia fiscal de TV Azteca. Dar seguimiento a las metas establecidas para cada aspecto material de TV Azteca en vinculación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Participación de TV Azteca en foros que aborden la agenda 2030. Llevar a cabo un estudio de riesgos ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG, por sus siglas en inglés).
Operaciones Desarrollo de productos y servicios / responsabilidad sobre productos Desarrollo del capital humano Diversidad e igualdad de oportunidades Impacto social Atracción de talento Salud y seguridad ocupacional		8b. Para 2020, desarrollar y poner en marcha una estrategia mundial para el empleo de los jóvenes y aplicar el Pacto Mundial para el Empleo de la Organización Internacional del Trabajo. 8.2 Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación, centrándose en los sectores con gran valor añadido y un uso intensivo de la mano de obra 8.3 Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de empleos decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación y alentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, entre otras cosas mediante el acceso a servicios financieros. 8.5 Lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos los hombres y mujeres, incluidos los jóvenes y las personas con discapacidad, y la igualdad de remuneración por trabajo de igual valor. 8.6 Reducir la proporción de jóvenes que no están empleados y no cursan estudios ni reciben capacitación. 8.8 Proteger los derechos laborales y promover un entorno de trabajo seguro y protegido para todos los trabajadores, incluidos los trabajadores migrantes, en particular las mujeres migrantes y las personas con empleos precarios.	Continuar llevando a cabo el programa Trainees y contratar a al menos el 50% de los jóvenes capacitados. Facilitar contenido de calidad, educativo y con información confiable para los todos los sectores de la población a través de la modernización tecnológica y la innovación en el sector televisivo. Facilitar contenido de calidad, educativo y con información confiable para los todos los sectores de la población a través de la modernización tecnológica y la innovación en el sector televisivo. Ofrecer oportunidades de empleo a mujeres y hombres en igualdad de condiciones. Continuar llevando a cabo el programa Trainees y contratar a al menos el 50% de los jóvenes capacitados. Reforzar el Programa Jóvenes Construyendo el Futuro. Continuar implementando programas de salud y seguridad ocupacional, y disminuir la tasa de accidentes en el trabajo.

Anexos

Vinculación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y aspectos materiales

Aspectos materiales	ODS Prioritarios	Metas específicas de los ODS	Metas 2020 TV Azteca
Impacto social Salud y seguridad ocupacional		3.5 Fortalecer la prevención y el tratamiento del abuso de sustancias adictivas, incluido el uso indebido de estupefacientes y el consumo nocivo de alcohol.	Continuar promoviendo el programa "Vive sin drogas".
		3.8 Lograr la cobertura sanitaria universal, incluida la protección contra los riesgos financieros, el acceso a servicios básicos de salud de calidad y el acceso a medicamentos y vacunas inocuos, eficaces, asequibles y de calidad para todos.	Continuar impulsando programas de vacunación, nutrición y campañas de salud para colaboradores de TV Azteca.
Gobierno corporativo Desarrollo de productos y servicios / responsabilidad sobre productos Diversidad e igualdad de oportunidades Impacto social Atracción de talento Gestión de temas sociales		5.1 Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo.	Ofrecer oportunidades de empleo a mujeres y hombres en igualdad de condiciones.
		5.2 Eliminar todas las formas de violencia contra todas las mujeres y las niñas en los ámbitos público y privado, incluidas la trata y la explotación sexual y otros tipos de explotación.	Ofrecer oportunidades de empleo a mujeres y hombres en igualdad de condiciones.
Gobierno corporativo Gestión de riesgos Ética e integridad Corrupción, soborno y transparencia Derechos humanos Diversidad e igualdad de oportunidades Gestión de temas sociales		5.5 Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública.	Reportar y aumentar el número de cargos directivos ocupados por mujeres. Continuar con al menos 25% de cargos directivos ocupados por mujeres.
		5c. Adoptar y fortalecer políticas acertadas y leyes aplicables para promover la igualdad de género y el empoderamiento de todas las mujeres y las niñas a todos los niveles.	Incrementar el número de colaboradores capacitados y sensibilizados en cuestiones éticas que incluyen equidad de género. Consolidar la Unidad de Género de TV Azteca. Llevar a cabo al menos 10 proyectos a nivel nacional sobre equidad de género. (Kybernus) Continuar llevando a cabo el Encuentro Feminista de mujeres Jóvenes Líderes Kybernus y contar con al menos 30 mujeres participantes Promover, a través de la programación y las herramientas de comunicación disponibles para TV Azteca, proyectos que fomenten el empoderamiento de la mujer y la equidad de género. Continuar llevando a cabo el Encuentro Feminista de mujeres Jóvenes Líderes Kybernus y contar con al menos 30 mujeres participantes
Gobierno corporativo Gestión de riesgos Ética e integridad Corrupción, soborno y transparencia Derechos humanos Diversidad e igualdad de oportunidades Gestión de temas sociales		16b. Promover y aplicar leyes y políticas no discriminatorias en favor del desarrollo sostenible.	Ofrecer oportunidades de empleo a mujeres y hombres en igualdad de condiciones.
		16.3 Promover el estado de derecho en los planos nacional e internacional y garantizar la igualdad de acceso a la justicia para todos.	Llevar a cabo al menos 1,200 actividades para el fortalecimiento de la sociedad civil, el estado de derecho, la igualdad de oportunidades y la libertad. (Kybernus)
		16.4 De aquí a 2030, reducir significativamente las corrientes financieras y de armas ilícitas, fortalecer la recuperación y devolución de los archivos robados y luchar contra todas las formas de delincuencia organizada.	Capacitar al 100% de los colaboradores de TV Azteca en gestión de riesgos.
		16.5 Reducir considerablemente la corrupción y el soborno en todas sus formas.	Ampliar la capacitación a los colaboradores de TV Azteca en cuestiones éticas.
		16.6 Crear a todos los niveles instituciones eficaces y transparentes que rindan cuentas.	Continuar publicando el Informe de Sustentabilidad con un enfoque en la mejora continua y considerando las opiniones de los grupos de interés. Mantener los medios de contacto / asesoría ética y seguir disminuyendo el número de denuncias y consultas relativas a derechos humanos.
		16.7 Garantizar la adopción en todos los niveles de decisiones inclusivas, participativas y representativas que respondan a las necesidades.	Publicar la política de diversidad y género aplicable para el Consejo de Administración de TV Azteca.
Gobierno corporativo Gestión de riesgos Ética e integridad Corrupción, soborno y transparencia Derechos humanos Diversidad e igualdad de oportunidades Gestión de temas sociales		16.10 Garantizar el acceso público a la información y proteger las libertades fundamentales, de conformidad con las leyes nacionales y los acuerdos internacionales.	Llevar a cabo al menos 1,200 actividades para el fortalecimiento de la sociedad civil, el estado de derecho, la igualdad de oportunidades y la libertad. (Kybernus)

Valor económico

Cumplimiento

Desglose de las contribuciones de TV Azteca a las siguientes causas durante el periodo comprendido entre 2014 y 2019

	Monto 2014	Monto 2015	Monto 2016	Monto 2017	Monto 2018	Monto 2019
Lobbying, representación de intereses o similar	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00
Campañas políticas locales, regionales o nacionales	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00
Asociaciones comerciales o grupos de exención de impuestos	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00
Otros	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguno	Ninguno
Totales	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00
Porcentaje de los ingresos (%)	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Anticorrupción

Desglose de demandas judiciales o multas por corrupción contra TV Azteca durante el periodo 2015-2019

Multas o demandas judiciales por corrupción	Monto 2015	Monto 2016	Monto 2017	Monto 2018	Monto 2019
Número de multas o demandas judiciales	0	0	0	0	0
Monto total de las multas o demandas judiciales	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00
Porcentaje de los ingresos	0%	0%	0%	0%	0%

Honestel

Indicadores clave de desempeño de Honestel en TV Azteca

Denuncias comprobadas	Denuncias no comprobadas	Denuncias investigadas	Denuncias cerradas	Efectividad	Denuncias recibidas	Anonimato
57	28	8	85	67%	93	31%

Protección de datos personales

Mecanismos de protección de la privacidad dados a conocer a los clientes por parte de TV Azteca

Mecanismo	Cobertura (porcentaje de clientes que han sido informados)	Descripción del mecanismo o proceso
Naturaleza de la información capturada	100%	TVAzteca informa a sus clientes sobre la naturaleza de la información recabada y su uso, a través del aviso de privacidad integral del sitio web, en la sección denominada "Datos Personales que serán sometidos a tratamiento", disponible en https://www.tvazteca.com/politicas.html
Uso de la información recolectada	100%	para prospectos, clientes y usuarios de la Institución a nivel nacional.
Posibilidad de que los clientes decidan la manera en que su información sea recolectada, usada, retenida y procesada	100%	La aceptación del Aviso de Privacidad es opcional para los prospectos, clientes y usuarios, por lo que siempre se muestra previo al tratamiento de los datos personales, aunado a que en todo momento pueden hacer valer sus derechos ARCO.
Que el consentimiento no sea obtenido	100%	El consentimiento se obtiene en todo momento, salvo las reglas del consentimiento tácito contempladas en la LFPDPPP.
Disponibilidad de la opción de objeción	100%	El Aviso de Privacidad –físico o electrónico– contiene casillas que otorgan al prospecto, cliente y usuario la posibilidad de oponerse al tratamiento de sus datos personales con respecto a las finalidades secundarias.
Si la opción consentimiento es requerida	100%	
Solicitud de acceso a los datos en nombre de la empresa	100%	El aviso de privacidad integral del sitio web lo menciona en la sección denominada "Identidad y Domicilio del Responsable", disponible en https://www.tvazteca.com/politicas.html para prospectos, clientes y usuarios de TV Azteca a nivel nacional.
Solicitar que sus datos se transfieran a otros proveedores de servicios	100%	El aviso de privacidad integral del sitio web lo menciona en la sección denominada "Con quién se comparten los Datos Personales", disponible en https://www.tvazteca.com/politicas.html
Política de divulgación de terceros (entidades públicas y privadas)	100%	para prospectos, clientes y usuarios de TV Azteca a nivel nacional.
Solicitar que sus datos sean corregidos	100%	El aviso de privacidad integral del sitio web lo menciona en la sección denominada "Medio y Procedimiento para ejercer el Derecho de acceso, rectificación, cancelación y oposición ("Derechos ARCO") y Revocación del Consentimiento", disponible en https://www.tvazteca.com/politicas.html
Solicitar que sus datos sean eliminados	100%	para prospectos, clientes y usuarios de TV Azteca a nivel nacional.
Tiempo en que sus datos son conservados en archivos corporativos	100%	Se mantienen por 10 años, de conformidad con lo establecido por el artículo 115 de la Ley de Instituciones de Crédito.
La manera en que la información es protegida	100%	El aviso de privacidad integral del sitio web lo menciona en la sección denominada "Conservación y Seguridad de los Datos Personales".

Valor ambiental

Energía

Indicador para TV Azteca	Unidad de medida	2015	2016	2017	2018	2019
Consumo total de energía de fuentes no renovables	GWh	65	46	45.8	51.3	47.6
Consumo total de energía renovable	GWh	21	20.6	17.7	13.5	17.8
Intensidad energética	KWh/sitio al año	N/A	N/A	N/A	N/A	247,734

*No existió una expansión proyectada para 2019; sin embargo, se planeó mantener el consumo de energía estable y dentro del 1% de variación, lo cual se mantiene para 2020.

Emisiones

Indicador para TV Azteca	Unidad de medida	2015	2016	2017	2018	2019
Emisiones directas (Alcance 1)	tonCO ₂ eq	9,431	4,005	3,570	2,086	1,989
Emisiones indirectas (Alcance 2)	tonCO ₂ eq	29,785	24,899	30,225	29,121	24,048
Intensidad de emisiones GEI	CO ₂ /unidad, producto, servicio o venta	N/A	N/A	N/A	N/A	99

*Para 2019 la meta de emisiones totales producidas fue de 27,200 tonCO₂eq, considerando una disminución del 7% proporcional al año anterior y 36% contra el año base (2015). Dicha meta se cumplió y fue rebasada por 4.4%. Para 2020 la meta será de 27,400 tCO₂eq, considerando un incremento del 5% —respecto a la meta de este año—; sin embargo, se incluirán emisiones de Alcance 3.

Agua

Indicador para TV Azteca	Unidad de medida	2015	2016	2017	2018	2019
Consumo total de agua	m ³	77,683	73,408	73,408	186,574	89,414
Porcentaje del agua consumida en corporativos	%	86	N/A	N/A	N/A	93
Volumen total de agua reciclada o reutilizada	m ³	N/A	N/A	N/A	N/A	43

*La meta para 2019 fue destinar 40m³ de agua para riego, lo cual fue cumplido. Para 2020, la meta consiste en mantener esta cantidad.

Residuos

Indicador para TV Azteca	Unidad de medida	2015	2016	2017	2018	2019
Peso total de todos los residuos generados (peligrosos y no peligrosos)	ton	1,462	1,000	1,500	1,795	2,206
Residuos sólidos urbanos	ton	N/A	N/A	N/A	N/A	2,082
Residuos enviados a reciclaje	ton	N/A	19	19	33	106
Residuos peligrosos generados y procesados	ton	29.2	14	14	16	18

*La meta para 2019 fue de 2,150 ton y fue establecida considerando un aumento en el número de contenedores instalados por el proveedor en corporativos (donde se genera casi el 90% de los residuos de grupo TV Azteca), aumentando el peso de residuos reciclables en un 10% con respecto al año anterior y considerando un peso promedio de 10 ton de residuos peligrosos. Para 2020, la meta es de 2,165 ton, considerando un 10% en el peso de residuos reciclables y sin modificación del resto de los residuos.

Índice GRI

Contenidos GRI Standards	Descripción	Página / Respuesta directa
GRI 101: FUNDAMENTOS		
GRI 102: CONTENIDOS GENERALES		
Perfil de la organización		
102-1	Nombre de la organización	4
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	4
102-3	Ubicación de la sede	4
102-4	Ubicación de las operaciones	4
102-5	Propiedad y forma jurídica	4
102-6	Mercados servidos	4
102-7	Tamaño de la organización	5
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	34-35
102-9	Cadena de suministro	28-31
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	En 2019 no existieron cambios significativos en la cadena de suministro.
102-11	Principio o enfoque de precaución	10
102-12	Iniciativas externas	10-12
102-13	Afiliación a asociaciones	10-12
Estrategia		
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	8
102-15	Impactos, riesgos y oportunidades principales	8-23
Ética e integridad		
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	24-25
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	26-27
Gobernanza		
102-18	Estructura de gobernanza	21-23
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	21-23
102-21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	14-17
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	21-23
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	22
102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	22
102-25	Conflictos de intereses	22
102-27	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	21-22
102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	22-23
102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	20-23
102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	23
102-35	Políticas de remuneración	22
102-36	Proceso para determinar la remuneración	22
Participación de los grupos de interés		
102-40	Lista de grupos de interés	13
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	12-15
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	12-15
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	16-18
Prácticas para la elaboración de informes		
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	4
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	62-69

102-47	Lista de temas materiales	16
102-48	Reexpresión de la información	No existió reexpresión de la información durante 2019.
102-49	Cambios en la elaboración de informes	No existieron cambios en la elaboración del Informe.
102-50	Periodo objeto del informe	2019
102-51	Fecha del último informe	2018
102-52	Ciclo de elaboración de informes	Anual
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	70
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	62
102-55	Índice de contenidos GRI	67-69
102-56	Verificación externa	Para el informe de este año se prescindió de la verificación externa.
GRI 201: Desempeño económico		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	19-20
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	19-20
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	19-20
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	19
GRI 202: Presencia en el mercado		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	5-7
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	5-7
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	5-7
GRI 203: Impactos económicos indirectos		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	41-52
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	41-52
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	41-52
203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	41-52
203-2	Impactos económicos indirectos significativos	41-52
GRI 204: Prácticas de adquisición		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	28-31
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	28-31
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	28-31
204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	29
GRI 205: Anticorrupción		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	24
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	24
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	24-25
205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	24-27
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	24-27
GRI 206: Competencia desleal		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	18
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	18
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	18
206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopolísticas y contra la libre competencia	Durante 2019, TV Azteca no tuvo ninguna sanción relacionada con el incumplimiento de la normativa en materia de libre competencia.
GRI 207: Impuestos		
207-4	Reporte de impuestos por país	19
GRI 301: Materiales		
301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	60

Índice GRI

GRI 302: Energía		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	58
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	58
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	58
302-1	Consumo energético dentro de la organización	58-59
302-3	Intensidad energética	58-66
304-4	Reducción del consumo energético	58
GRI 303: Agua y efluentes		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	60
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	60
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	60
303-1	Interacciones con el agua como recurso compartido	60
303-5	Consumo de agua	60
GRI 304: Biodiversidad		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	47-49, 58
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	47-49, 58
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	47-49, 58
304-3	Hábitats protegidos o restaurados	58
GRI 305: Emisiones		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	59
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	59
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	59
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	59
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	59
305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	66
305-5	Reducción de las emisiones de GEI	59
GRI 306: Efluentes y residuos		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	60-61
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	60-61
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	60-61
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	60-61
306-3	Derrames significativos	Por la naturaleza del negocio de TV Azteca, no existen derrames significativos.
306-4	Transporte de residuos peligrosos	60-61
306-5	Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías	Por la naturaleza del negocio, no existen afectaciones a ningún cuerpo hidrológico por vertidos de agua o escorrentías.
GRI 307: Cumplimiento ambiental		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	57-58
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	57-58
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	57-58
307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	En 2019 TV Azteca no tuvo ningún incumplimiento de la normativa ambiental.
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	28-31
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	28-31
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	28-31
GRI 401: Empleo		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	34-35

103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	34-35
GRI 402: Relaciones trabajador-empresa		
401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	35
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	41
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	41
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	41
403-1	Sistema de gestión de seguridad y salud laboral	41
403-3	Servicios de salud ocupacional	38
403-6	Promoción de la salud del trabajador	38
GRI 404: Formación y enseñanza		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	36
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	36
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	18, 39-40
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	39-40
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	39-40
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	22
GRI 406: No discriminación		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	34-35
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	34-35
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	34-35
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva		
407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	No existen operaciones o proveedores en los que el derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva corra algún riesgo.
GRI 408: Trabajo infantil		
408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	No existen operaciones o proveedores en los que exista riesgo de trabajo infantil.
GRI 409: Trabajo forzoso y obligatorio		
409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	No existen operaciones o proveedores en los que exista riesgo de trabajo forzoso u obligatorio.
GRI 412: Evaluación de los derechos humanos		
412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	En los procesos de adquisiciones se llevan a cabo evaluaciones a proveedores en materia de derechos humanos. TV Azteca no cuenta con evaluaciones internas.
GRI 413: Comunidades locales		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	41-42
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	41-42
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	41-42
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	42-56
GRI 414: Evaluación social de los proveedores		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	28-31
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	28-31
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	28-31

Índice GRI

GRI 415: Política pública		
415-1	Contribuciones a partidos y/o representantes políticos	No existió ninguna contribución a ningún partido político.
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	31-33
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	31-33
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	31-33
416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	31-33
416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	Durante el periodo de reporte no existieron casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de los clientes y audiencias.
GRI 417: Marketing y etiquetado		
417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	En 2019 no existieron incumplimientos en materia de publicidad o información sobre los contenidos distribuidos por TV Azteca.
417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	En 2019 no existieron incumplimientos en materia de publicidad o información sobre los contenidos que TV Azteca distribuyó
GRI 418: Privacidad del cliente		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	24-25, 65
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	24-25, 65
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	24-25, 65
GRI 419: Cumplimiento socioeconómico		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	24-25
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	24-25
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	24-25
419-1	Incumplimiento de las leyes y normativa en los ámbitos social y económico	TV Azteca se apeg a la legislación aplicable, por lo que en el periodo de reporte no existió incumplimiento alguno en términos sociales y económicos.

Contacto

102-53

Para obtener mayor información sobre este informe o temas de sustentabilidad en TV Azteca comunícate con:

César Cano García

Gerente de Sustentabilidad
ccano@gruposalinas.com.mx

Periférico Sur 4121,
Col. Fuentes del Pedregal, C.P. 14141
Ciudad de México