



Informe de  
**Sustentabilidad**  
2021



# Tabla de Contenidos

<b>Contenido</b>	<b>2</b>	<b>Fundación Azteca</b>	<b>52</b>
Mensaje a los lectores	3	Modelo de Fundación Azteca	53
2021 en cifras	4	Nuestras aportaciones	54
<b>Perfil y estrategia</b>	<b>5</b>	<b>Protegemos nuestro entorno</b>	<b>64</b>
<i>Quiénes somos</i>	5	<i>Gestión ambiental</i>	65
<i>TV Azteca en el tiempo: 28 años creciendo</i>	7	<i>Energía</i>	68
<i>Sustentabilidad</i>	10	<i>Emisiones</i>	69
<i>Prosperidad Inluyente</i>	18	<i>Agua</i>	70
<b>Gobierno corporativo</b>	<b>19</b>	<i>Materiales</i>	71
<i>Gobernanza y liderazgo</i>	19	<i>Residuos</i>	71
<i>Consejo de Administración</i>	20	<b>Sobre este informe</b>	<b>73</b>
<i>Ética e integridad</i>	23	<i>Principios para la elaboración</i>	73
<b>Desempeño económico</b>	<b>31</b>	<i>Anexos</i>	75
<i>Datos financieros y operativos</i>	32	<i>Valor ambiental</i>	77
<i>Distribución del valor</i>	33	<i>Objetivos de Desarrollo Sostenible y aspectos materiales</i>	80
<i>Clientes</i>	33	<i>Índice GRI</i>	83
<i>Innovación</i>	34	<i>Índice SASB</i>	88
<i>Responsabilidad de contenido</i>	37	<i>Contacto</i>	89
<i>Ciberseguridad</i>	37		
<i>Cadena de valor</i>	38		
<i>Círculo de Proveedores</i>	39		
<b>Nuestra gente</b>	<b>40</b>		
<i>Nuestro talento</i>	41		
<i>Desarrollo y formación</i>	43		
<i>Diversidad e inclusión</i>	45		
<i>Calidad de vida y bienestar</i>	48		
<i>La salud y seguridad son primero</i>	50		
<i>Clima laboral</i>	51		

## Mensaje a los lectores

**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, que se traduce en: creación de valor económico, social y ambiental.

Las compañías de **Grupo Salinas** ofrecen productos y servicios de clase mundial —en los sectores comercial, financiero, de medios y telecomunicaciones— que fortalecen la calidad de vida de millones de familias, impulsan las condiciones de sus colaboradores y de la sociedad en su conjunto, y buscan reducir el impacto de su cadena de valor sobre el medio ambiente. En Grupo Salinas consideramos que todas nuestras empresas tienen éxito cuando están alineadas con las necesidades de las comunidades en las que operamos.

Bajo esta premisa, **TV Azteca** produce una variedad de contenidos, incluyendo series, realities, noticiarios, transmisiones deportivas, programas musicales, programas de concursos, talk shows y programas de variedades.

Creemos que nuestra capacidad para proporcionar una mezcla diversa de programación de calidad y para todos los niveles socio económicos del país, ha sido, y seguirá siendo, una fortaleza importante de la compañía.

Con pasión, entrega, audacia y corazón en el 2021, el equipo que integra **TV Azteca** ha superado expectativas y ha creado historia marcando cifras record en audiencia. Hacemos la diferencia en la creación y transmisión de contenido exclusivo en cada uno de los canales de que tenemos.

En este reporte reflejamos la ruta trazada en la evolución sustentable de la empresa, con acciones e iniciativas que demuestran nuestro compromiso con el desarrollo sostenible de México, en los ámbitos económicos, sociales y ambientales (ASG). Con experiencia, frescura, profesionalismo, hacemos la diferencia, marcamos el camino, estamos a la vanguardia y en el 2022 seguiremos siendo imparables.

Tenemos un sólido compromiso con el desarrollo y bienestar en todos los niveles de la sociedad. Bajo esta premisa, comunicamos que **Grupo Salinas** renueva su adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, que es la Iniciativa de Sustentabilidad Corporativa voluntaria más grande del mundo, enfocada en fortalecer las acciones en favor de los Derechos Humanos, Estándares Laborales, Medio Ambiente y Anticorrupción e impulsar la Agenda 2030, que promueve el desarrollo sostenible.

Mediante esta comunicación, expresamos nuestra intención de continuar con el firme apoyo y desarrollo de esos principios dentro de nuestra esfera de influencia. Nos comprometemos, como lo hemos hecho desde nuestra adhesión en 2018, 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.

# 2021

## En cifras

Azteca uno cuenta con los mejores formatos televisivos como MasterChef, Exatlón y Survivor.

Azteca 7 produce su propia ficción, tiene las mejores películas de Hollywood y el mejor deporte y comentaristas.

Nuestra fuerza informativa Azteca y ADN Noticias son referentes nacionales de ética, objetividad y veracidad.

12.9

Miles de millones de pesos en ventas netas

3,540

Colaboradores al cierre de 2021

91.5%

Del monto de compras fue destinado a proveedores nacionales

19,313  
tCO<sub>2</sub>e

Gases de efecto invernadero

84%

De la población es impactada por nuestros canales, es decir, **106 millones de mexicanos**

7,458

Horas de capacitación

4to  
Año

Consecutivo que le otorga Cemefi a TV Azteca el Distintivo Empresa Socialmente Responsable

30

Toneladas de residuos recolectados a través de Limpiemos México

\$1.4

Millones de pesos invertidos en capacitación

\$32.8

Millones de pesos invertidos en gestión ambiental

16,000

Árboles plantados en Un Nuevo Bosque

37,235

Horas de programación producidas por Azteca

\$642.1

Millones de pesos destinados a compras de insumos-Central de Compras

52%

De la energía consumida por TV Azteca al cierre de 2021 es renovable

# Perfil y estrategia

## Quiénes somos

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

Somos **TV Azteca, S.A.B. de C.V.**, uno de los dos productores de contenido en español para televisión a nivel global. Tenemos presencia en **México, Guatemala y Honduras**, donde ofrecemos programación de entretenimiento, noticias, deportes, música y series.

Operamos cuatro redes nacionales de televisión en México:

 **Azteca Uno:** dirigido a quienes toman decisiones en el hogar  
[www.aztecauno.com](http://www.aztecauno.com)

 **Azteca 7:** orientado a contenido familiar  
[www.azteca7.com](http://www.azteca7.com)

 **Adn 40:** canal informativo de televisión abierta disponible las 24 hrs  
[www.adn40.mx](http://www.adn40.mx)

 **Aa más +:** red de señales locales  
[www.amastv.com](http://www.amastv.com)

TV Azteca Digital opera varios de los portales y redes sociales más visitados de México

Además de nuestra oferta televisiva, TV Azteca es propietaria de un equipo de fútbol de primera división de la Federación Mexicana de Fútbol:

**Mazatlán FC**  
[www.mazatlanfc.com](http://www.mazatlanfc.com)



## Los principales logros en 2021 en términos de infraestructura fueron:

**5** foros convencionales

**2** foros virtuales

**290** estaciones locales

**509** transmisores y **963** señales

- Instalación de una nueva torre de transmisión de señales en la estación repetidora de Reynosa, Tamaulipas.
- Refuerzos a las torres de transmisión de las estaciones repetidoras de Mazatlán y Mérida.
- Instalación de enlaces de datos adicionales para la transmisión de las señales entre Control Maestro y las estaciones repetidoras de Monterrey y Guadalajara.
- Instalación de infraestructura para el envío de señales con contenido local a través de internet satelital.
- Renovación de la infraestructura para optimizar los recursos humanos.
- Actualización tecnológica para garantizar la continuidad operativa del sistema comercial de TV Azteca.
- Implementación de herramientas de colaboración necesarias para el home office y el trabajo remoto.
- Ampliación de la capacidad de los dispositivos para recibir conexiones VPN para usuarios.
- Actualización de la videoteca digital.



## Subsidiarias

### TV Azteca Guatemala

[www.azteca.com.gt](http://www.azteca.com.gt)

En 2008, TV Azteca llegó a Guatemala a través de una alianza con Latitud TV con el fin de brindar opciones de entretenimiento a miles de hogares guatemaltecos. Contamos con transmisores de radiodifusión en 17 ciudades de Guatemala y con comercialización de tres canales.



**SONY.**

**CBS**



### TV Azteca Honduras

[www.azteca.com.hn](http://www.azteca.com.hn)

En 2013, obtuvimos una licitación de 15 años para ofrecer el servicio de radiodifusión a través de un canal digital con cobertura en toda la República de Honduras. TV Azteca tiene presencia en el 91% de las cableras del país.

## Alianzas

En 2021 continuamos fortaleciendo nuestra red de alianzas con el objetivo de seguir enriqueciendo nuestra oferta de valor. Algunas de estas son:

### Disney

En 1998, establecimos un acuerdo exclusivo con Buena Vista International Inc., empresa filial de Walt Disney Company. En 2021 se optimizaron precios e inventario, así como vigencias flexibles.

### Sony

En 2009, se celebró un contrato de licencia exclusiva con CPT Holdings, Inc. (Sony) con la finalidad de transmitir diversos contenidos en sus canales. En 2021 se renegociaron pagos y se optimizó el precio e inventario por pases adicionales en algunos títulos.

### CBS

En 2021 logramos la negociación de contenido con inicio de vigencia en el mismo año.

### Warner

Este año se llevó a cabo una negociación exitosa para adquirir contenido con inicio de vigencia en 2021 y se optimizó el precio e inventario. En algunos títulos logramos establecer tope cambiario.

### RCN

Negociamos un tipo de cambio que queda topado en beneficio a TV Azteca.

### Gussi, Zima y Beverly Hills

Negociamos un pequeño paquete de películas que aportan valor al canal.

### Amazon Channels

En 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 México.





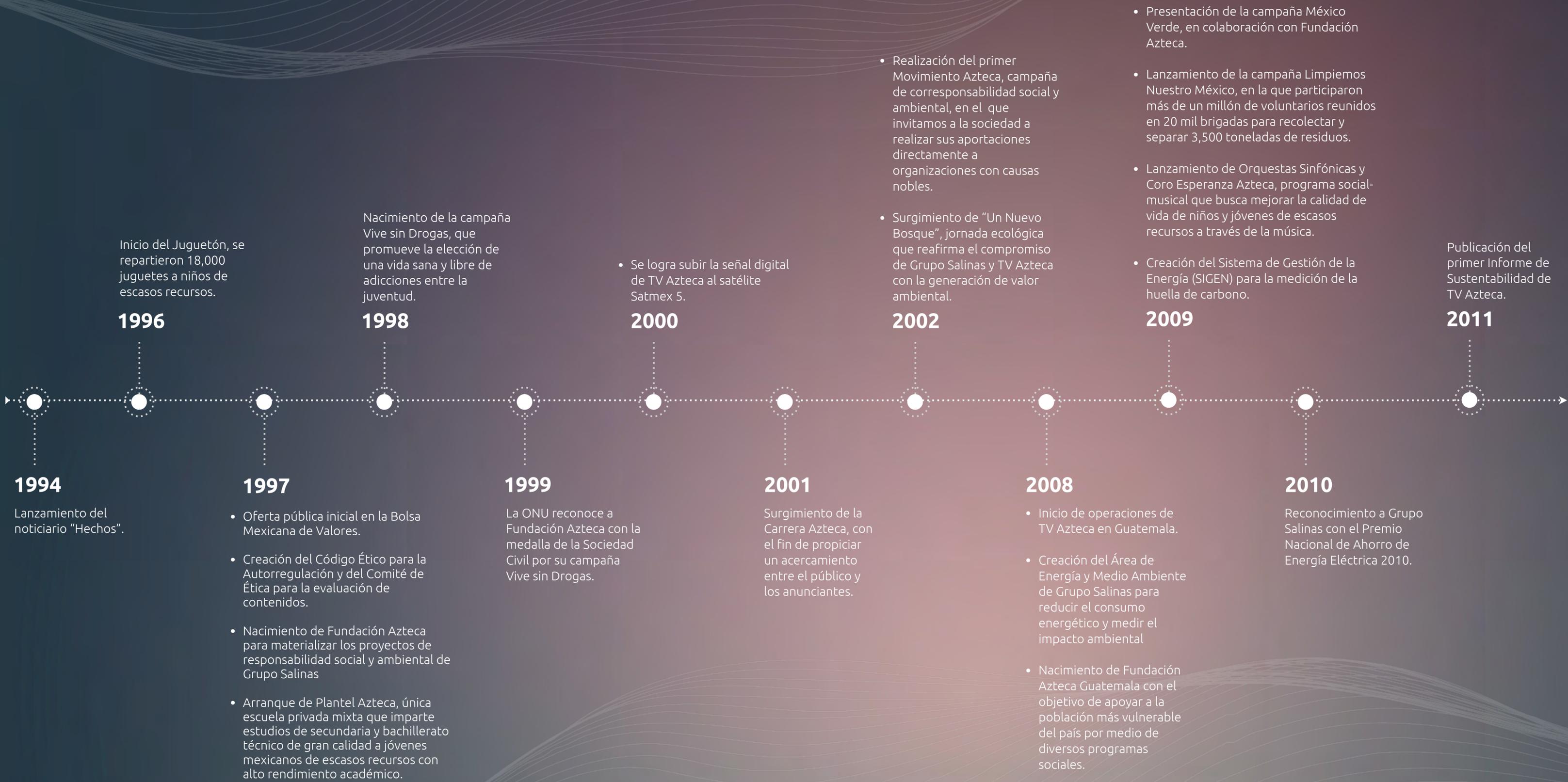
# 28 años creciendo

TV Azteca en el tiempo



## 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**

Inicio del Juguetón, 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.
- 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, que 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**

- 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**

- Surgimiento de "Un Nuevo Bosque", jornada ecológica que reafirma el compromiso de Grupo Salinas y TV Azteca con la generación de valor ambiental.
- Realización del primer Movimiento Azteca, campaña de corresponsabilidad social y ambiental, en el que invitamos a la sociedad a realizar sus aportaciones directamente a organizaciones con causas nobles.

**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.
- 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.



Integración de TV Azteca a la primera muestra S&P/ BMV IPC Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores.

**2013**

- Movimiento Azteca recibe el premio de la CIRT a la mejor campaña social de México.
- Siembra de más de 1.5 millones de árboles por medio de la iniciativa "Un Nuevo Bosque" liderada por TV Azteca Locales.

**2015**

- Lanzamiento de dos nuevos canales de televisión de cobertura nacional, reconocidos por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT): adn40 y a+.
- Obtención de la certificación Great Place to Work por parte de TV Azteca.
- Registro del Código Ético para la Autorregulación ante el Instituto Federal de Comunicaciones (IFT).
- Inicio de la segunda fase del proceso de Reinención de TV Azteca: la Evolución.
- Realización del Movimiento Azteca número 100 en beneficio de los damnificados tras los sismos de septiembre.

**2017**

- 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.

**2019**

**2012**

- Inicio de la utilización de energía renovable (eólica) en Grupo Salinas.
- Inicia el primer Movimiento Azteca Locales con el objetivo de apoyar una vez al año a 32 causas nobles distintas en todo el país.

**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 (CO<sub>2</sub>) 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.

**2016**

- Inicio de la Reinención de TV Azteca, con el objetivo de mantenerse a la vanguardia y ofrecer contenidos actuales de calidad.

**2018**

- 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.
- 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.

**2020**

- 2020 fue un año de transformación digital con el fin de mejorar procesos e impulsar cambios a nivel cultural en toda la compañía. Todo esto para enfrentar el año de grandes retos debido a la pandemia por COVID-19.
- La Transformación de TV Azteca siguió adelante de manera decidida respecto al cambio cultural y se puso énfasis en la televisión en vivo a partir del conocimiento y entendimiento de la audiencia.

**2021**

- TV Azteca realiza por primer año la evaluación de Standard & Poor's - Corporate Sustainability Assessment (CSA) ejercicio que contempla criterios específicos en materia de sustentabilidad para cada sector económico.
- TV Azteca al ser parte de Grupo Salinas, es signataria de Women Empowerment Principles (WEP's), que son un conjunto de buenas prácticas empresariales y corporativas cuyo fin es promover la igualdad entre mujeres y hombres en todas las áreas de gestión.



# Sustentabilidad

102-12

## Nuestro compromiso

Desde hace varios años, en TV Azteca estamos comprometidos con la sustentabilidad, pues buscamos impulsar de la creación de Prosperidad Incluyente, la transparencia en el liderazgo, mejorar la economía mexicana, tener un impacto social positivo y el cuidado del medio ambiente.

Entre las iniciativas voluntarias, marcos de referencia, estándares de reporte y calificadoras a las cuales nos adherimos se encuentran: los Principios del Pacto Mundial, los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030, Principios para el Empoderamiento de las Mujeres, los tres proyectos son de las Naciones Unidas; además reportamos bajo los estándares del **Sustainability Accounting Standards Board (SASB)**; el **Global Reporting Initiative (GRI)**; y la **evaluación anual de prácticas de sustentabilidad corporativa (CSA de S&P Global)**.





## Objetivos de Desarrollo Sostenible



Los 17 Objetivos tienen como propósito la creación de un mejor presente para salvaguardar el futuro de las generaciones por venir. Abarcan acciones en materia social, educativa, de inclusión y diversidad, empleo, uso responsable de los recursos naturales, acciones contra el cambio climático, fin de la pobreza, etc. Como compañía, nuestra contribución a los ODS es la siguiente:

### ODS 1. Fin de la pobreza

Red Social Azteca, iniciativa de Fundación Azteca, es una red de organizaciones de la sociedad civil a lo largo de todo el país que busca el desarrollo de capacidades y alianzas para generar valor social que se materialice en Prosperidad Incluyente.

### ODS 3. Salud y bienestar

Se realiza Movimiento Azteca, campaña mediática intensiva de corresponsabilidad social a través de la cual Fundación Azteca apoya a organizaciones y proyectos de la sociedad civil con el fin de alcanzar un mayor número de personas para generar conciencia y atraer recursos. Asimismo, en TV Azteca promovemos la salud de los colaboradores y sus familias mediante ferias de salud, servicios médicos y campañas de concientización y prevención respecto a enfermedades como el cáncer de mama.

### ODS 4. Educación de calidad

Plantel Azteca de Ciudad de México es la primera institución educativa privada a nivel secundaria y bachillerato tecnológico donde jóvenes, con alto rendimiento escolar y en situación social desfavorable, obtienen una educación gratuita de excelencia. Se implementa el Modelo de Intervención Educativa Azteca, cuyo eje rector es la autonomía en los procesos de aprendizaje a través de la incorporación de metodologías activas y ambientes digitales. La filosofía del modelo promueve los valores y una formación integral, así como el desarrollo de las competencias de los estudiantes mediante clases extracurriculares como robótica o inglés avanzado.

### ODS 5. Igualdad de género

TV Azteca cuenta con una Unidad de Género, área desde la cual los colaboradores pueden realizar consultas y presentar quejas. Esta área realiza conferencias y diversas actividades para fomentar la cultura de la equidad de género en la empresa.

### ODS 8. Trabajo decente y crecimiento económico

Llevamos Prosperidad incluyente mediante el trabajo digno para los colaboradores e impulsamos el crecimiento económico a través de la sana competencia, y la creación de nuevos negocios y mejores empleos. Creamos espacios y campañas educativas y de concientización que ponen al alcance de la población la información necesaria para mejorar sus competencias profesionales.

### ODS 9. Industria, innovación e infraestructura

Nuestros servicios son innovadores y seguros, nuestras tecnologías, amigables con el medio ambiente. Investigamos y creamos tecnologías que facilitan la accesibilidad por parte de nuestros clientes. Trabajamos en la innovación y transformación, además, en parte de nuestros sitios de transmisión de TV Azteca la energía proviene de fuentes renovables como la eólica o geotérmica.

### ODS 10. Reducción de las desigualdades

Trabajamos para reducir la desigualdad y que todos tengan la oportunidad de llevar una vida llena de posibilidades. Somos incluyentes económica y socialmente, contamos con espacios de trabajo donde todos tenemos las mismas oportunidades de crecimiento y libre de discriminación y, además, tenemos programas de inclusión financiera, becas, programas de capacitación, donativos, etc. Parte de los esfuerzos para reducir las desigualdades son el Plantel Educativo Azteca, algunos proyectos de Movimiento Azteca y la capacitación constante que damos a nuestros colaboradores para que desarrollen múltiples conocimientos y habilidades.

### ODS 12. Producción y consumo responsable

Fomentamos el uso responsable de los recursos naturales al cuidar que nuestras operaciones sean eficientes, utilizar materiales reutilizables y llevar a cabo acciones como apagado automático de luces para ahorrar energía y la instalación de filtros de agua para evitar la compra de agua embotellada.

Adoptamos medidas para combatir el cambio climático y sus efectos a través de la recolección y clasificación de basura, reforestación con iniciativas como Un Nuevo Bosque, Limpiemos México y Que Viva la Selva Lacandona, y promoción del uso de transporte amigable con el medio ambiente. También llevamos un monitoreo continuo de nuestras emisiones de gases de efecto invernadero y actuamos para reducirlas.

TV Azteca está comprometido a alinear su Gobierno Corporativo y todas sus acciones a las mejores prácticas de transparencia y anticorrupción de la legislación nacional aplicable y a los estándares internacionales.

Todas las operaciones y las acciones del grupo se desempeñan con integridad, transparencia y responsabilidad, con una sólida regulación interna a través de los siguientes principios:

- La convivencia debe basarse en leyes sencillas prácticas y comprensibles.
- Luchamos por el respeto absoluto a la legalidad y la transparencia.
- Repudiamos el uso de violencia como forma de presión para el cambio.
- Rechazamos la sobrerregulación porque genera trabas y burocracia innecesarias.

### Principios del Pacto Mundial

Al ser una empresa de Grupo Salinas en TV Azteca nos apegamos a los 10 principios que propone el Pacto Mundial para garantizar el respeto en materia de Derechos Humanos, los Estándares Laborales, el Medio Ambiente y Anticorrupción.



### Principios para el Empoderamiento de las Mujeres (WEP's por sus siglas en inglés)

Nos guiamos por los principios WEP's, que son un conjunto de buenas prácticas empresariales y corporativas cuyo fin es promover la igualdad entre mujeres y hombres en todas las áreas de gestión, así como revertir y erradicar el trato injusto que se ha dado a las mujeres en el ámbito de los negocios a través de 7 principios:

1. Promover la igualdad de género desde la dirección al más alto nivel.
2. Tratar a todas las mujeres y hombres de forma equitativa en el trabajo; respetar y defender los derechos humanos y la no discriminación.
3. Velar por la salud, bienestar y seguridad de todos los empleados.
4. Promover la educación, la formación y el desarrollo profesional de las mujeres.
5. Llevar a cabo prácticas de desarrollo empresarial, cadenas de suministro y mercadotecnia a favor del empoderamiento de las mujeres.
6. Promover la igualdad mediante iniciativas comunitarias y cabildeo.
7. Evaluar y difundir los progresos realizados a favor de la igualdad de género.

### Sustainability Accounting Standards Board (SASB)

En TV Azteca reportamos con base en los estándares SASB, conjunto de indicadores sectoriales propuestos por esta organización sin fines de lucro con la misión de apoyar a las empresas a identificar, gestionar y reportar los temas de sustentabilidad enfocados a temas financieros, de negocio y de relación con inversionistas.

### Global Reporting Initiative (GRI)

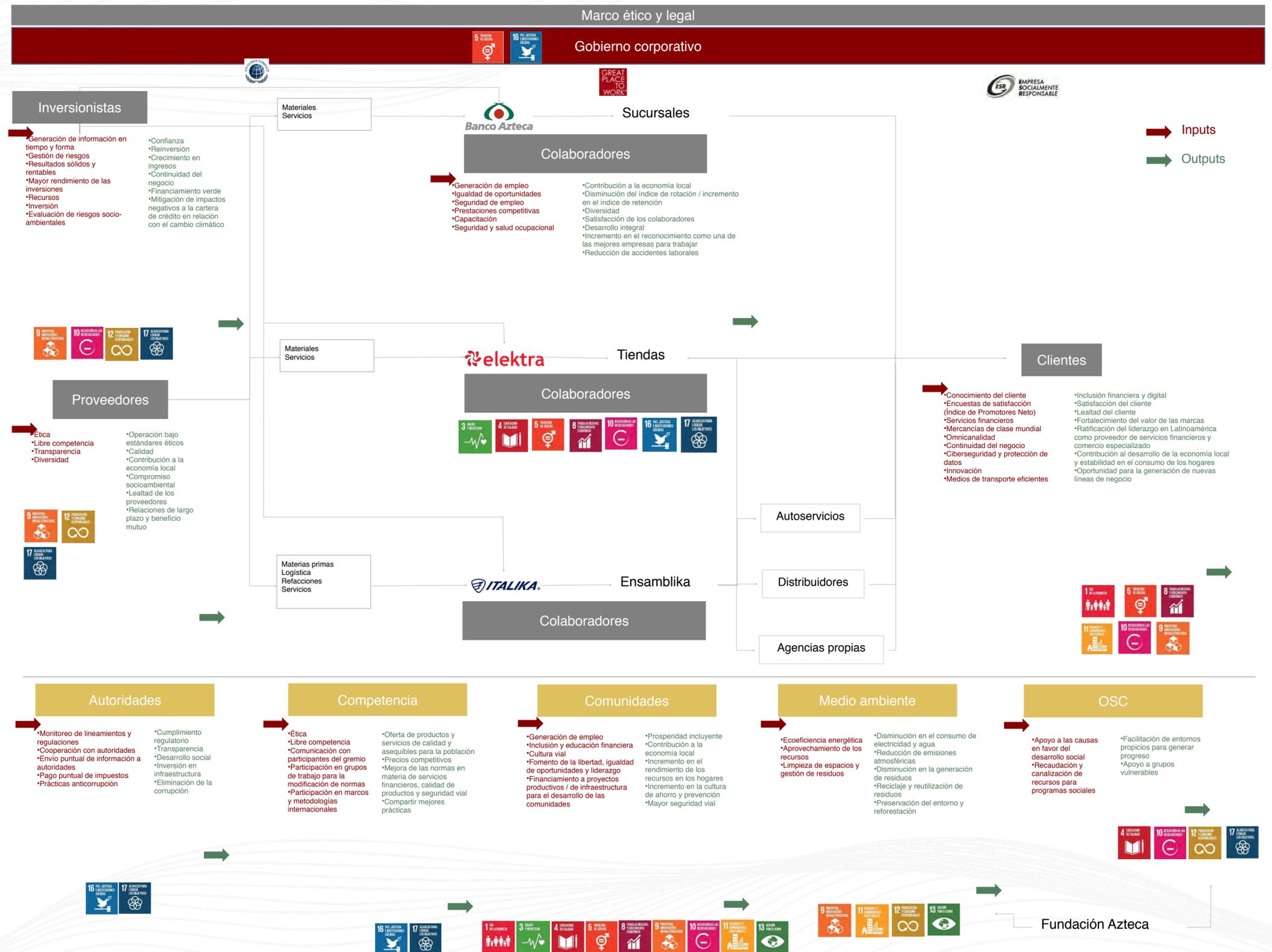
Nuestros informes de sustentabilidad están elaborados de conformidad con los estándares GRI —iniciativa voluntaria de reporte más relevante y extendida a nivel internacional— que propone guías para el reporte exhaustivo, transparente y eficiente de información empresarial relacionada con la sustentabilidad.

### Global Corporate Sustainability Assessment (CSA) de S&P Global

Para el reporte y gestión de los requerimientos de estándares internacionales en materia de sustentabilidad, TV Azteca toma en cuenta la evaluación anual de prácticas de sustentabilidad para compañías de Entretenimiento. Esta contempla criterios específicos para cada industria económica.

### Modelo de creación de valor

En línea con la ética corporativa que nos caracteriza, definimos un modelo de creación de valor que refleja las entradas y salidas de insumos de la compañía basadas en el beneficio mutuo y las alianzas estratégicas que mantenemos con nuestros grupos de interés. Este modelo nos permite trabajar en la definición y reforzamiento de las líneas de acción estratégicas necesarias para generar valor a largo plazo.





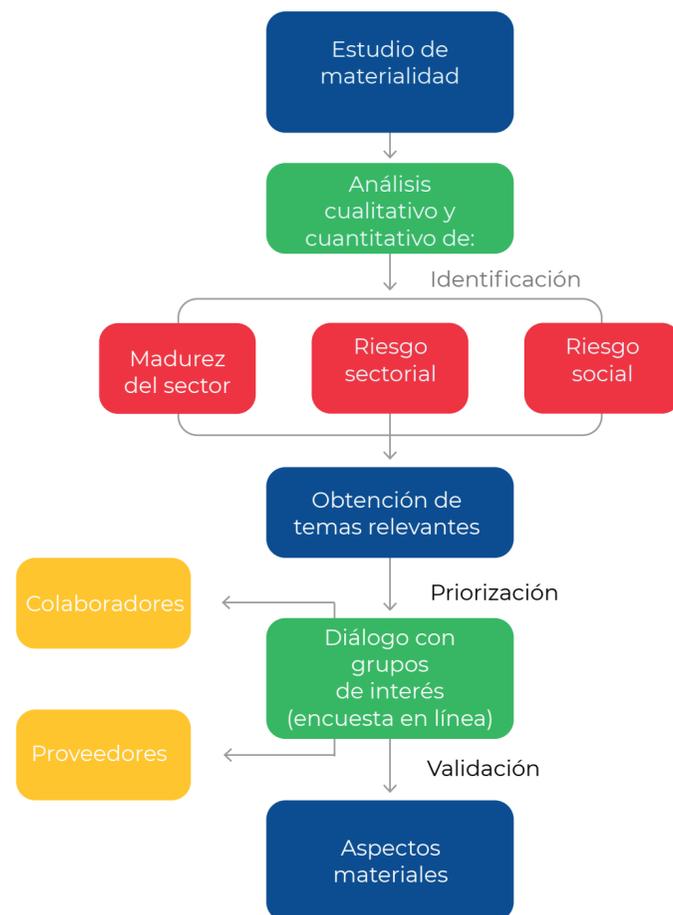
## Nuestros grupos de interés

102-40, 102-42, 102-43

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

# Materialidad

Año con año, TV Azteca monitorea y gestiona los temas más relevantes para sus operaciones de acuerdo con la industria, los estándares de sustentabilidad, la normativa sectorial y los intereses de sus grupos de interés. Para esto, tomamos en cuenta las pautas que marca nuestro estudio de materialidad, ejercicio periódico que realizamos en conjunto con un tercero independiente con el fin de identificar y abordar los aspectos materiales para la compañía. La metodología seguida, resumida brevemente, es la siguiente:



Para el estudio de materialidad que se considera en este informe, los temas relevantes fueron presentados a tres de sus grupos interés —colaboradores, proveedores y directivos— con el propósito de validar los aspectos materiales. La muestra estuvo conformada por 20 colaboradores y 168 proveedores. 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 desempeñar 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.**

Colaboradores		
Dimensión	Mayor Importancia	Menor Importancia
<b>Económica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ética e integridad</li> <li>Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)</li> <li>Gestión de riesgos</li> <li>Ciberseguridad</li> <li>Corrupción, soborno y transparencia</li> <li>Temas financieros</li> <li>Desarrollo de productos y servicios / responsabilidad sobre productos y contenidos</li> <li>Gestión de relaciones con clientes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gobierno corporativo</li> <li>Gestión de la marca</li> <li>Operaciones</li> </ul>
<b>Ambiental</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de recursos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Políticas ambientales / sistemas de gestión medioambiental</li> <li>Materiales</li> <li>Ecoeficiencia energética</li> <li>Gestión de los recursos hídricos</li> <li>Biodiversidad</li> <li>Cambio climático y otras emisiones atmosféricas</li> <li>Gestión de residuos</li> </ul>
<b>Social</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Desarrollo de capital humano</li> <li>Diversidad e igualdad de oportunidades</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de temas sociales</li> <li>Atracción y retención de talento</li> <li>Salud y seguridad ocupacional</li> <li>Derechos humanos</li> <li>Impacto social</li> <li>Estándares con proveedores</li> </ul>



**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.

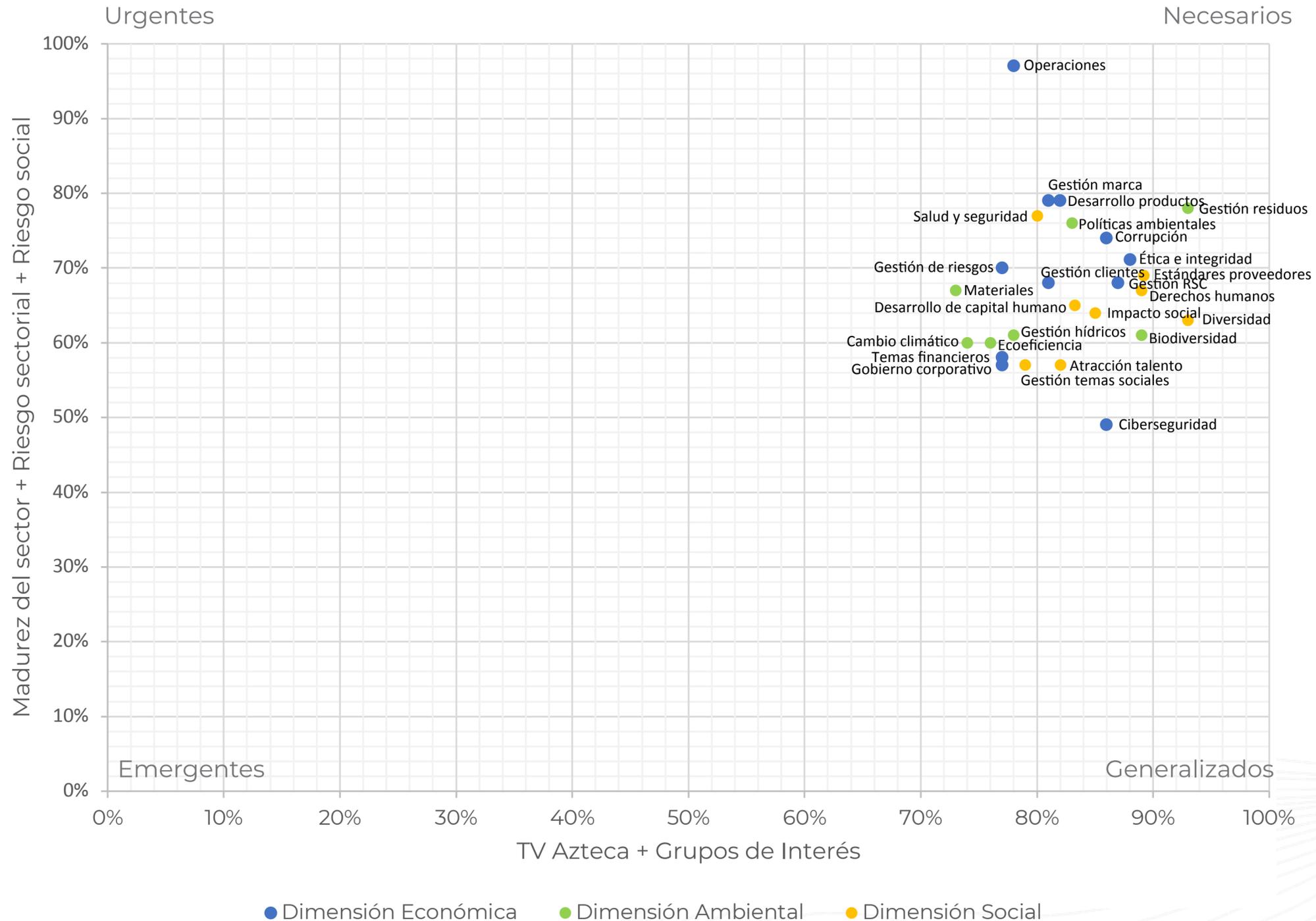
62.5% de los proveedores encuestados manifiestan que TV Azteca ha influido en la adopción de este tipo de programas por parte de sus empresas, especialmente por ser una compañía referente en materia de impacto social y protección del medio ambiente.

Proveedores		
Dimensión	Mayor Importancia	Menor Importancia
<b>Económica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)</li> <li>Ciberseguridad</li> <li>Ética e integridad</li> <li>Corrupción, soborno y transparencia</li> <li>Desarrollo de productos y servicios / responsabilidad sobre productos y contenidos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Temas financieros</li> <li>Operaciones</li> </ul>
<b>Ambiental</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Políticas ambientales / sistema de gestión medioambiental</li> <li>Gestión de los recursos hídricos</li> <li>Biodiversidad</li> <li>Cambio climático y otras emisiones atmosféricas</li> <li>Gestión de residuos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Materiales</li> <li>Ecoeficiencia energética</li> </ul>
<b>Social</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de temas sociales</li> <li>Desarrollo de capital humano</li> <li>Diversidad e igualdad de oportunidades</li> <li>Salud y seguridad ocupacional</li> <li>Derechos humanos</li> <li>Estándares con proveedores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Atracción y retención de talento</li> <li>Impacto social</li> </ul>



### Aspectos materiales para TV Azteca

102-46, 102-47



Una vez validados los aspectos materiales de TV Azteca para el periodo 2020-2021 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
Gestión de riesgos	GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización 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
Desarrollo de productos y servicios / responsabilidad sobre productos	GRI 201: Desempeño económico 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 GRI 302: Energía GRI 303: Agua y efluentes
Materiales	GRI 304: Biodiversidad GRI 305: Emisiones
Ecoeficiencia energética	GRI 306: Residuos
Gestión de recursos hídricos	GRI 307: Cumplimiento ambiental
Biodiversidad	
Cambio climático y otras emisiones atmosféricas	
Gestión de residuos	
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 GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades
Diversidad e igualdad de oportunidades	GRI 406: No discriminación GRI 408: Trabajo infantil
Derechos humanos	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

De igual manera, TV Azteca vinculó sus ODS prioritarios a sus aspectos materiales:

Aspectos materiales	ODS Prioritarios
<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)</li> <li>Desarrollo de capital humano</li> <li>Impacto social</li> <li>Atracción de talento</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)</li> <li>Temas financieros</li> <li>Impacto social</li> <li>Estándares con proveedores</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Operaciones</li> <li>Desarrollo de productos y servicios / responsabilidad sobre productos</li> <li>Desarrollo del capital humano</li> <li>Diversidad e igualdad de oportunidades</li> <li>Impacto social</li> <li>Atracción de talento</li> <li>Salud y seguridad ocupacional</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Impacto social</li> <li>Salud y seguridad ocupacional</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Gobierno corporativo</li> <li>Desarrollo de productos y servicios / responsabilidad sobre productos</li> <li>Diversidad e igualdad de oportunidades</li> <li>Impacto social</li> <li>Atracción de talento</li> <li>Gestión de temas sociales</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Gobierno corporativo</li> <li>Gestión de riesgos</li> <li>Ética e integridad</li> <li>Corrupción, soborno y transparencia</li> <li>Derechos humanos</li> <li>Diversidad e igualdad de oportunidades</li> <li>Gestión de temas sociales</li> </ul>	

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, los resultados obtenidos fueron los siguientes:



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

## Nuestra participación sectorial

102-13

En TV Azteca se promueve la libre competencia y la ética en todas las operaciones. Por ello, la compañía participa en las sesiones del Consejo Consultivo y Consejo Directivo, así como en los Comités de Nuevas Tecnologías y Radiodifusión de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión de México (CIRT).

Durante 2021, la CIRT presentó comentarios ante el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFETEL), con participación de TV Azteca, respecto a las siguientes consultas:

- Anteproyecto de Acuerdo mediante el cual el Pleno del IFETEL modifica los lineamientos para la acreditación de peritos publicados en el DOF el 20 de febrero de 2017 y modificados el 22 de marzo y 19 de junio de 2018.
- Consulta Pública sobre el Anteproyecto de Acuerdo mediante el cual se emiten las directrices generales para la presentación de información técnica, económica y programática por parte de los concesionarios del servicio de radiodifusión.
- Consulta Pública sobre el Anteproyecto de Disposición Técnica IFT-011-2021: Especificaciones Técnicas de los Equipos Terminales Móviles. Parte 3. Servicio de Radiodifusión Celular para la notificación de riesgo o situaciones de emergencia.

TV Azteca da seguimiento atento a los proyectos de leyes, cambios en legislación y nuevas disposiciones administrativas en las materias que impactan en sus actividades a fin de poder realizar las acciones necesarias para mantenerse en el cumplimiento del marco normativo aplicable a sus actividades. Además, la compañía aporta su experiencia, opiniones y análisis de los diversos puntos que se tocan en los espacios de la CIRT.

# Prosperidad Incluyente

Para Tv Azteca, la Prosperidad Incluyente es la **generación de valor y bienestar para millones de familias con base en una visión de negocio incluyente**. Las empresas se han convertido en **instituciones y agentes de cambio social**, ya que además de generar empleos y riqueza, son un importante medio para transformar a las comunidades en donde operan.

Debido a su gran influencia en la sociedad, las empresas deben ser reconocidas como actores fundamentales para la **creación de prosperidad incluyente a través de tres vertientes: economía, sociedad y medio ambiente**

## ● Valor económico:

El valor económico es un círculo virtuoso que se caracteriza por cuatro componentes innovación, inventiva, creatividad y competencia. Esto permite crear nuevos negocios, generar mejores empleos y así, transformar a la sociedad.

Se busca implementar un modelo de desarrollo incluyente para llevar bienestar a las familias de los países en los que opera y además fomentar la inclusión y el progreso de la sociedad.

## ● Valor Social:

Significa establecer entornos propicios para generar innovación y prosperidad y así, potenciar las capacidades en la sociedad.

## ● Valor Ambiental:

El valor ambiental para TV Azteca significa atenuar los impactos negativos al medio ambiente en la cadena de valor, promoviendo y creando conciencia ecológica entre los empleados, clientes y audiencias.





## Gobernanza y liderazgo

102-18, 102-19, 102-22, 102-23, 102-24, 102-25, 102-26, 102-28, 102-33, 102-36

Alineamos nuestro Gobierno Corporativo a las mejores prácticas internacionales y a la legislación nacional aplicable, buscando el progreso de la compañía y de los diferentes grupos de interés

En TV Azteca creemos que una de las claves para el éxito de una compañía es un gobierno corporativo responsable y con visión, por lo que contamos con un equipo de líderes quienes —gracias a su gran experiencia en la industria— guían a TV Azteca para alcanzar sus objetivos, impulsar la prosperidad incluyente y continuar generando el mejor contenido televisivo.



## Consejo de Administración

El máximo órgano de gobernanza de la compañía es el Consejo de Administración, cuyas funciones son establecer las estrategias operativas generales para TV Azteca, gestionar la sociedad, supervisar aspectos financieros, administrativos y jurídicos, dar seguimiento a los principales riesgos, garantizar un buen manejo de los recursos con los que cuenta la compañía y asegurar un buen desempeño en todos los ámbitos.

**En 2001 el Consejo se integró por 7 miembros ejecutivos, 3 miembros independientes y 2 consejeros suplentes. Cabe destacar que es un órgano independiente, como se establece en la cláusula vigésima séptima de los Estatutos Sociales de TV Azteca.**

También es el encargado de nombrar, elegir y destituir al Director General, así como aprobar transacciones, remociones o nombramiento de personal clave. El Consejo presenta 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 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.

El proceso de nombramiento y selección de los miembros del Consejo de Administración y sus Comités se realiza con base en los Estatutos Sociales de la compañía. Los miembros prestan sus servicios al Consejo por un periodo de, al menos, un año y son elegidos por los tenedores de las acciones de la empresa cada vez que se lleva a cabo una asamblea. El máximo de integrantes es de 21 y 25% deben ser consejeros independientes. Los propietarios de acciones de serie A tienen la facultad de elegir al 60% de los miembros; los propietarios de acciones de serie D-A / serie D-L, de al menos 10% del capital social con derecho a voto limitado, cuentan con la facultad de elegir a uno de los miembros.

Por otro lado, la cantidad de votos por acción es la siguiente:

- La serie **"A"**, voto pleno
- La serie **"D-A"**, voto limitado de conformidad a lo establecido en el artículo 113 de la Ley General de Sociedades Mercantiles.
- La serie **"D-L"**, voto limitado de conformidad a lo establecido en el artículo 113 de la Ley General de Sociedades Mercantiles.
- La serie **"L"**, con voto restringido para transformación de la sociedad, fusión y cancelación de registro de las acciones de la propia serie.

TV Azteca asegura la efectividad del Consejo de Administración y su alineación a los intereses de los accionistas al integrarlo de conformidad con sus Estatutos y procurando que cada miembro cumpla con los requisitos establecidos en los mismos. Esto permite a la empresa tener certeza del cumplimiento adecuado de las funciones de cada consejero. Por otro lado, para evaluar su desempeño constantemente el Consejo presenta su informe anual de actividades a la Asamblea de Accionistas, que lo evalúa y aprueba. Con el fin de mejorar el conocimiento colectivo y desempeño del Consejo, se llevan a cabo capacitaciones continuas de las áreas estratégicas.

Cabe destacar que para transmitir preocupaciones críticas al Consejo de la compañía existen diversos canales como el portal interno de Grupo Salinas, el Portal Socios de TV Azteca, correo electrónico, Honestel, un buzón de comunicación anónima, revistas internas y redes sociales.



En 2021, el Consejo de Administración de TV Azteca estuvo integrado de la siguiente forma:

Nombre	Cargo	Consejero desde
Ricardo Benjamín Salinas Pliego	Presidente del Consejo / Consejero Relacionado / Patrimonial	1993
Pedro Padilla Longoria	Consejero Relacionado	1993
Guillermo Eduardo Salinas Pliego	Consejero Relacionado	1998
Mario San Román Flores	Consejero Relacionado	2004
Luis Jorge Echarte Fernández	Consejero Relacionado	1999
Joaquín Arrangoiz Orvañanos	Consejero Relacionado	1998
José Ignacio Suarez Vazquez	Consejero Relacionado	2019
Francisco Javier Murguía Díaz	Consejero Independiente	2004
Ignacio Cobián Villegas	Consejero Independiente	2006
Sergio Manuel Gutiérrez Mugerza	Consejero Independiente	2000

\*100% de promedio de asistencia a sesiones del Consejo en 2021 y 25% de mínimo de asistencia requerida de todos los miembros.

El esquema de compensación es evaluado y aprobado por la Asamblea de Accionistas. 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. No existe un periodo máximo para el otorgamiento de compensación variable del Director General.

Algunos apuntes importantes respecto al Consejo y sus miembros: No existen miembros no ejecutivos y/o independientes con cuatro o menos mandatos adicionales en Consejos de otras compañías. Ninguna porción de la compensación del Director General es pagada en forma de dividendos o acciones y ni el Director ni los miembros ejecutivos de los Comités ostentan dividendos o acciones de la compañía. Por otra parte, TV Azteca no cuenta con requisitos específicos de propiedad de acciones para los mismos.





### El Comité de Auditoría y el de Integridad se conforman de la siguiente manera:

Comité de Auditoría		
Nombre	Cargo	Miembro desde
Francisco Javier Murguía Díaz	Consejero	2004
Ignacio Cobián Villegas	Consejero	2006
Sergio Manuel Gutiérrez Muguerra	Presidente del Comité	2000

Este comité apoya al Consejo en la toma de decisiones. Entre sus funciones se encuentran:

- Informar al Consejo sobre cualquier situación irregular, así como sobre las medidas correctivas sugeridas.
- Orientar al Consejo en el nombramiento, compensación y retención de algún despacho contable.
- Revisar los estados financieros y los sistemas de control y auditoría internos, 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.
- Supervisar el cumplimiento, por parte del Director General, de los acuerdos y disposiciones de la Asamblea de Accionistas y del Consejo de Administración.
- Sugerir la contratación de expertos independientes cuando sea requerido.
- Opinar sobre cada una de las operaciones que deban ser aprobadas por el Consejo cuando estas tengan un valor superior al 5% de los activos consolidados de la compañía de acuerdo con las cifras correspondientes al trimestre anterior inmediato.

Comité de Integridad	
Nombre	Miembro desde
América García Barrón	2021
Jorge Luis Zúñiga Montiel	2021
Fernando José Cabrera García	2021

En 2021, el Consejo de Administración aprobó su creación y es un órgano de administración intermedio y autónomo cuyo fin es implementar la ética y transparencia en todas nuestras prácticas, así como vigilar el cumplimiento de las legislaciones aplicables y estándares éticos.

Se conforma por tres miembros designados por la Asamblea de Accionistas y cuenta con el apoyo de un Director General de Cumplimiento para ejecutar y aplicar las políticas de combate de la corrupción.

El Comité de Integridad es responsable de diseñar, estructurar, implementar y evaluar el Programa de Ética, Integridad y Cumplimiento; de verificar que las operaciones y negocios de TV Azteca se desarrollen de forma íntegra; y, en general, atender y resolver cualquier asunto relacionado con el programa de integridad de la compañía, incluyendo cualquier violación al mismo y las sanciones correspondientes. Este Comité debe presentar un informe anual al Consejo de Administración.

**Nuestra prioridad para 2022 es complementar y sistematizar el Programa de Ética, Integridad y Cumplimiento con base en un análisis y evaluación de riesgos en materia de corrupción que puedan afectar a la x y sus operaciones.**



# Ética e Integridad

GRI 419: 103-1, 103-2, 103-3 102-16

En TV Azteca, basamos nuestras operaciones y toma de decisiones en los siguientes principios:

- **Derechos de propiedad:** Defendemos la efectiva promoción de los derechos de propiedad, en especial el derecho a la propiedad privada.
- **Libertad de mercado:** La economía responsable de mercado basada en la ley de oferta y demanda de contribuir al desarrollo sostenible.
- **Derechos del consumidor:** Apoyamos la libertad de consumo, rechazamos el proteccionismo y damos voz a los consumidores.
- **Modernización económica:** Creemos en la prosperidad que surge de la modernización de la economía. Rechazamos la excesiva regulación de la actividad económica.
- **Responsabilidad financiera y monetaria:** Deseamos una política financiera, monetaria y fiscal responsable por parte del Estado.
- **Democracia:** Entendemos la democracia como el ejercicio de la corresponsabilidad y no como la dictadura de las mayorías.
- **Conciencia ecológica:** Promovemos el respeto al medio ambiente y la cultura ecológica como base del desarrollo sostenible en el país.





## Nuestros Valores



### Comité de Ética

Nuestro Comité de Ética vigila el cumplimiento de nuestro Código y la adhesión a nuestros principios por parte de cada persona que relaciona con la compañía. Sesiona una vez a la semana para gestionar incidentes y tiene contacto directo con la dirección de cada área. Desde 1997, el Comité evalúa los contenidos de la programación de forma continua y emite recomendaciones al respecto. Asimismo, se encarga de formar en materia de autorregulación y valores.

### Anticorrupción

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

Desde sus inicios, TV Azteca estableció un proyecto de comunicación basado en la ética universal, en sus valores y tradiciones. Se decidió que el objetivo fundamental sería la producción del mejor contenido de habla hispana, no solo para entretener, sino para formar a la sociedad. Para nosotros, la formación es educar a la población en cuatro ámbitos: democracia, justicia, convivencia social y prosperidad económica.

Creemos firmemente que, para lograr esto, es necesaria la honestidad —base de las relaciones de confianza y respeto, y fundamental para el trabajo en equipo y la credibilidad. En nuestra compañía no hay lugar para la corrupción y rechazamos cualquier práctica fraudulenta. Como medio de comunicación, sabemos y asumimos nuestra responsabilidad de autorregulación y la ejercemos con apego a la libertad de expresión y al derecho a la información.

En 2021, TV Azteca contó con varias herramientas para gestionar sus acciones anticorrupción: la Política Anticorrupción, el Comité de Integridad, el Despacho de Seguridad de la Información, el Comité de Ética, el Código de Ética, la capacitación constante a nuestros colaboradores y Honestel. Para evaluar la efectividad de estas herramientas se realizan encuestas a colaboradores y, en el caso del DSI, este cuenta con un sistema de gestión certificado.

Nuestra Política Anticorrupción abarca los siguientes temas:

- Prohibición del soborno y la corrupción
- Pagos de facilitación
- Conflictos de interés
- Hospitalidad, viajes y viáticos
- Regalos y agradecimientos
- Denuncia
- Sanciones

## Las cualidades que nos caracterizan son:



### Código de Ética

Contamos con un Código de Ética, que establece el comportamiento esperado de todas las personas que interactúan con TV Azteca, este se determina con base en altos estándares de integridad y cumplimiento, además se encuentra registrado ante el Instituto Federal de Telecomunicaciones.

Entre los temas que abarca se encuentran la claridad y transparencia de la información, anticorrupción, libre competencia, prevención del fraude y lavado de dinero, la protección de datos personales, procesos de debida diligencia y el manejo de conflictos de interés. También dicta las directrices para la interacción con los grupos de interés, el respeto a los derechos humanos, etc.

Para conocer más acerca del Código de Ética de TV Azteca visite:

<https://tv-azteca-brightspot-lower.s3.amazonaws.com/5a/f8/83131e7c40e2bfa7cddf333b60e4/web-taz-21-vf1.pdf> (página 8)

**100% de nuestros colaboradores son capacitados en el conocimiento y seguimiento del Código de Ética**



### Prevención del conflicto de interés

102-25

Respecto a los conflictos de interés, TV Azteca los define como todo aquel hecho personal mediante el cual se vea afectado el beneficio de la compañía o exista algún interés que obstruya el desempeño de manera objetiva. También se consideran conflictos de interés los beneficios personales impropios que se reciban como consecuencia de la posición que ocupan dentro de la empresa los directivos o altos ejecutivos. Cuando se detecta un caso de esta índole, se debe dar aviso inmediato a algún superior y al Consejo de Administración para que sea este quien tome una decisión pertinente para mitigar cualquier impacto negativo para TV Azteca.

### Libre competencia

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

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

En nuestra compañía rechazamos las prácticas monopólicas y seguimos principios editoriales que respetan el libre mercado y la libre competencia. Además, seguimos las recomendaciones de la Comisión Federal de Competencia Económica (COFECE) y elaboramos una política de competencia, la cual se encuentra en proceso de revisión y dicta las normas a seguir por funcionarios, accionistas y colaboradores para no incurrir en ninguna práctica anticompetitiva.

### Protección de datos personales

GRI 418: 103-1, 103-2, 103-3

La privacidad y protección de datos personales es de vital importancia para TV Azteca, pues estamos convencidos de la importancia de retribuir la confianza que clientes y audiencias depositan en nosotros. Por ello, tratamos con el debido cuidado la información que nos proporcionan. Cumplimos plenamente con lo dispuesto por la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares.

Para gestionar y proteger los datos, así como para evaluar la efectividad de nuestros mecanismos, contamos con el Departamento de Datos Personales —quien funge como responsable de los mismos y evalúa y atiende solicitudes de aclaración, rectificación, cancelación y oposición—, un sistema de gestión de los mismos, políticas de protección, canales de comunicación siempre abiertos, un aviso de privacidad revisado constantemente y una dirección de correo electrónico:

<https://www.datospersonalesgs.com.mx>

Además, contamos con el Sistema de Gestión de Seguridad de datos Personales (SGSDP) que se compone de 4 políticas internas obligatorias para todos los colaboradores:

1. Política de privacidad y sistema de gestión de seguridad de datos personales
2. Manual de atención a solicitud de derechos ARCO
3. Manual de requerimientos del INAI
4. Manual de remisiones y transferencia de datos personales

### Canales de comunicación y denuncia

102-17

**IDEAS:** 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.

**Cuéntanos:** 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.

**Honestel:** Medio de denuncia confidencial a través del cual los colaboradores, socios comerciales, proveedores y cualquier tercero hacen llegar quejas, reclamaciones y faltas al Código de Ética y Conducta a los principios, políticas y procedimientos del Programa de Ética, Integridad y Cumplimiento (PEIC), así como a las leyes aplicables.

En 2021 se creó el marco normativo con el objetivo de conciliar ante los conflictos humanos, dar claridad sobre cuales son las faltas graves y pecados capitales que atentan contra los valores, patrimonio e integridad de los colaboradores que forman parte del Grupo y que no son permitidos.

Los principales logros es el robustecimiento de los roles de atención dependiendo el tipo de incidencias, para que el área de Auditoría, Unidad de Género, Investigaciones especiales y Capital Humano atiendan. Creamos protocolos de atención para cada uno de ellos y desarrollamos mejoras a las herramientas que nos ayudan a conocer a los involucrados antes de cada investigación.

Temas denunciados Honestel		
Temas Denunciados	2020	2021
Acoso sexual	1	1
Deshonestidad	16	5
Robo	1	0
Conflicto de interés	0	0
Abuso de poder	17	32
Clima laboral	0	0
Incumplimiento a normas	0	0
Otros temas	43	36
<b>TOTAL DE DENUNCIAS RECIBIDAS</b>	<b>78</b>	<b>74</b>



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

## Gestión de riesgos

102-11, 102-15, 102-29, 102-30, 102-31

TV Azteca continúa avanzando en el proceso de transformación digital con el fin de seguir generando los mejores contenidos televisivos y ampliar la oferta digital. También busca impulsar un cambio cultura en la producción creativa para adaptarse a un público que utiliza de forma dinámica diversas plataformas cada vez más amplias y demandantes. En este proceso, la gestión de riesgos cobra especial importancia porque nos permite:

- Identificar los riesgos derivados de las actividades y mercado en el cual TV Azteca participa como los relacionados con el entorno nacional e internacional.
- Analizar el alcance de los riesgos identificados para sopesar la probabilidad de que se materialicen y prever su impacto en la compañía.
- Trazar planes o acciones para evitar, mitigar o contrarrestar los riesgos probables.
- En caso de que se materialicen, contar con los recursos para afrontarlos de forma exitosa.

Para prevenir los riesgos, el gobierno corporativo está respaldado por el área de Control Interno, la cual mantiene un estricto sistema de seguridad y respaldo de la información. Los responsables del sistema de control interno —basado en la actualización, observancia y cumplimiento de políticas, códigos y lineamientos— son el Director de Finanzas, el Consejo de Administración y el Comité de Auditoría. De ser necesario, el Consejo de Administración analiza los impactos, riesgos y oportunidades en las sesiones trimestrales. Asimismo, las áreas de Jurídico y Finanzas son regularmente capacitados en materia de gestión de riesgos.

**En términos de gestión de riesgos, la función del gobierno corporativo es dar seguimiento a aquellos a los que están expuestas la sociedad y personas morales asociadas a estas. Los factores de riesgo son identificados por medio del Comité de Auditoría y con base en la información presentada por el Director General, los auditores externos, los sistemas de contabilidad, control interno, auditoría interna, registros, archivo e información.**

Cada área de TV Azteca contempla, en sus políticas y sistemas de gestión, temas relacionados con riesgos en su campo de influencia, lo que se refleja en sus objetivos y metas. En la parte preventiva, el Despacho de Administración de Riesgos —cuyos directivos cuentan con una Certificación de Riesgos CRM (Certified Risk Management) lleva la contratación y renovación de los seguros y fianzas que requiere la compañía. Las áreas que, por su naturaleza, atienden en gran manera los riesgos son Seguridad de la Información y Protección Civil. Las áreas de Jurídico, Auditoría y Capital Humano cuentan con prácticas y acciones que les permiten monitorear y detectar riesgos para actuar de forma preventiva y correctiva.

Para evaluar los resultados del proceso de gestión de riesgos, la Dirección Jurídica de TV Azteca lleva a cabo revisiones continuas de las obligaciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, en materia electoral, juegos y sorteos, así como en las obligaciones bursátiles ante la Comisión Nacional Bancaria de Valores y la Bolsa Mexicana de Valores. Además, las políticas de todas las áreas de la compañía se revisan y actualizan de forma continua, así como las coberturas de riesgos —ya sea a través de fianzas o seguros que amparen las actividades de la empresa—, que se renuevan anualmente.

Con el fin de promover y robustecer la cultura de gestión de riesgos a lo largo de toda la compañía, TV Azteca ha adoptado una política de capacitación permanente de su personal a través de distintos cursos que imparte su portal interno. También se colocan comunicados sobre actividades de prevención de riesgos de seguridad, protección civil, seguridad de la información, entre otros en los medios internos de la empresa como Honestel, Cuéntanos o Ideas.



TV Azteca se apoya en un despacho de administración de riesgos cuya directora general es Sandra Enedina Gallegos Gallardo. En el Despacho de Administración de Riesgos se llevan a cabo diferentes actividades de mapeo de riesgos con los directores de las unidades de negocio, esto con el fin de identificarlos, detectar el grado de exposición y determinar planes de control y contención. Se busca establecer medidas de monitoreo y buscar los financiamientos correspondientes para trasladar los costos.

En 2021, los principales riesgos identificados para TV Azteca fueron los siguientes:

- La pandemia de COVID-19, continuó impactando en el comportamiento de la inversión publicitaria.
- La competencia por el presupuesto destinado a la publicidad se ha incrementado, porque ha crecido la participación de otros medios en el mercado publicitario como el internet y los circuitos cerrados en varias cadenas comerciales.
- La volatilidad del precio del dólar frente al peso mexicano, que impacta en los insumos y compromisos que se pagan en esta divisa.
- La creciente inflación que se reflejó en los resultados de la compañía.
- Los fenómenos meteorológicos que llegaron a afectar por breves periodos algunos de los sitios de transmisión, ocasionando cortes del suministro de energía eléctrica y, en algunos casos, los vientos, lluvias y tormentas dañaron algunos equipos, que fueron reparados y sustituidos con celeridad.
- Los riesgos asociados a temas de ciberseguridad también fueron tomados muy en cuenta.

Con base en el contexto macroeconómico y de la pandemia, la administración de TV Azteca ha implementado estrategias para afrontar los riesgos y consecuencias negativas, entre estas destacan la optimización de costos de producción y gastos de operación, así como:

01

*La adopción de medidas de ahorro de costos y gastos incluyen la creación de un comité de costos con objeto de mejorar los márgenes de utilidad. Actualmente todas las producciones y nuevos proyectos pasan por un análisis detallado de rentabilidad para autorizar su ejecución.*

02

*Aplazamiento de proyectos de capital no esenciales.*

03

*Revisión y evaluación del costo-beneficio de los contratos de derechos de exhibición que se mantienen suscritos.*

04

*Incentivación a la fuerza de ventas para llevar a cabo esfuerzos con el fin de retener clientes e incrementar la demanda de espacios publicitarios. Esto con el fin de generar un incremento en las comisiones sobre ventas.*

05

*Al evaluar los valores razonables de los activos y pasivos, la compañía consideró el grado de incertidumbre en el entorno económico al aplicar los datos y supuestos en los modelos seleccionados.*

06

*Renegociación de los contratos de arrendamiento de inmuebles, lo que resultó en algunas bajas y diferimiento en los flujos.*

Los logros y resultados, por otro lado, fueron:

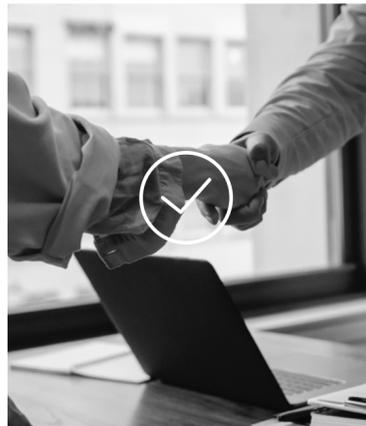
Mantenimiento de la rentabilidad de la empresa en el contexto de la pandemia, así como en un ambiente de alta inflación y devaluación del peso.



Renovación de los arrendamientos que permiten el uso de los inmuebles en los cuales se encuentran las estaciones televisoras locales y varios sitios de transmisión, lo cual mantiene la seguridad jurídica.



Se identificó al personal vulnerable y se elaboró un plan de trabajo con los líderes de las áreas para mitigar el riesgo de contagio. Se realizaron reportes semanales de los casos COVID y se monitorearon de cerca con apoyo del servicio médico y el área de Capital Humano. También se realizaron pláticas de asesoría y contención para apoyar a los colaboradores a afrontar la pandemia.



Renovación de las pólizas de seguros y fianzas que protegen las distintas actividades de la compañía.



Revisiones internas de protección civil y protección de datos personales, así como la vigilancia continua de las áreas por parte de Auditoría.



Como hemos mencionado, la pandemia continúa siendo una amenaza latente, por lo que seguimos acatando las indicaciones de las autoridades al respecto y mantenemos un enfoque preventivo. Continuamos implementando las siguientes medidas:

- Difusión de las medidas dictadas por la autoridad en nuestros canales de programación Azteca Uno, Ateca Siete, adn40 y a+.
- Brindamos información clara a los colaboradores respecto a las medidas de prevención y cuidado.
- Colocación de carteles y letreros informativos en las instalaciones y en el portal interno.
- Uso de tapetes sanitizantes, termómetros y expendedores de gel antibacterial
- Uso de cubrebocas obligatorio.
- Observación de la sana distancia e implementación del home office.
- Reducción del número de asistentes a las grabaciones en foros.
- Monitoreo y seguimiento constantes de los casos de contagio.



A continuación, se presentan algunos de los riesgos más relevantes para TV Azteca en los próximos 3-5 años

Descripción	¿Cómo fue identificado?	Impacto potencial en el negocio	Acciones de mitigación	Evidencias que sustenten los puntos anteriores Impacto potencial en el negocio
Pandemia de COVID-19 u otras epidemias, cuyas medidas de contención incluyen cuarentenas, lo que afecta la operación de la compañía.	Análisis interno de la empresa.	<i>Posibilidad de que tenga un efecto negativo en el negocio, posición financiera, resultado de la operación y flujo de efectivo de la compañía.</i>	TV Azteca continuará llevando a cabo esfuerzos para continuar con la operación del negocio de la forma más normal posible y siempre con un enfoque de precaución para salvaguardar la salud de nuestros colaboradores.	Reporte anual de TV Azteca, S.A.B. de C.V. que se presenta de acuerdo con las disposiciones de carácter general aplicables a las emisoras de valores y a otros participantes del mercado de valores, por el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2021.
La competitividad de la transmisión televisiva en México y el hecho de que la popularidad de los programas de televisión es un factor importante en las ventas de publicidad y este es muy susceptible a cambios.	Análisis interno de la empresa.	<i>Que TV Azteca no pueda asegurar que mantendrá o mejorará su participación en el mercado mexicano de publicidad y que sus precios se vean sujetos al actuar de la competencia. Así como el rezago ante los proveedores de televisión de paga y los servicios de streaming.</i>	TV Azteca adquiere la mejor tecnología para la creación, adquisición y transmisión de nuevos contenidos basados en las preferencias de las audiencias. Además, amplía su presencia en otras plataformas adicionales a la televisión abierta.	Reporte anual de TV Azteca, S.A.B. de C.V.
Cambios en las regulaciones de telecomunicaciones (TV Azteca se encuentra regulada por la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, así como por los lineamientos emitidos por el Instituto Federal de Telecomunicaciones, entre otros).	Análisis interno de la empresa.	<i>Cambios sustanciales en la legislación y regulación secundaria puedan impactar en la competitividad de una o más actividades de TV Azteca.</i>	Monitoreo permanente a las iniciativas de cambios de la legislación y a las consultas sobre proyectos con el fin de ser proactivos y, de ser el caso, adoptar medidas con antelación.	Reporte anual de TV Azteca, S.A.B. de C.V.
Riesgos relacionados con la realización de operaciones en México. Si el peso pierde valor frente al dólar, podría ser más difícil para TV Azteca afrontar algunas y otras obligaciones.	Análisis interno de la empresa.	<i>Debido a la importante relación económica entre México y Estados Unidos, si el peso se deprecia los resultados de TV Azteca pueden verse afectados.</i>	Mantener los compromisos en dólares de Estados Unidos en un nivel manejable. Continuar con la política de control de gastos.	Reporte anual de TV Azteca, S.A.B. de C.V.
Las fluctuaciones en la economía estadounidense o en la economía global, en general, pueden afectar la economía mexicana y, por lo tanto, las operaciones de TV Azteca.	Análisis interno de la empresa.	<i>A pesar de que México, Estados Unidos y otros gobiernos han tomado medidas para incrementar la liquidez en los mercados financieros, TV Azteca no puede predecir alguna crisis económica futura o su impacto.</i>	Mantenimiento de una revisión continua de los gastos para realizarlos de forma eficiente y consciente. Observancia permanente de los niveles de deuda de la empresa.	Reporte anual de TV Azteca, S.A.B. de C.V.
Las fluctuaciones desfavorables en las tasas de interés y la inflación podrían tener efectos negativos sobre TV Azteca, debido a que la cantidad de intereses puede aumentar respecto a sus pasivos y adeudos actuales y futuros.	Análisis interno de la empresa.	<i>La inflación podría dañar el poder adquisitivo del consumidor y, a su vez, perjudicar la capacidad de los anunciantes de TV Azteca para adquirir tiempo publicitario en sus canales.</i>	TV Azteca toma medidas para preservar su viabilidad financiera y operativa.	Reporte anual de TV Azteca, S.A.B. de C.V.
Riesgos relacionados con la industria de los medios de comunicación en México.	Análisis interno de la empresa.	<i>Podría incrementar aún más la popularidad de medios de comunicación alternos como sistemas de televisión de paga, contenidos audiovisuales bajo demanda, espectaculares, etc. Esto podría generar un impacto desfavorable en los ingresos por la transmisión de publicidad en televisión abierta.</i>	TV Azteca continúa enfocando esfuerzos en la evolución de la compañía de una empresa solo de contenido televisivo a una de generación de contenido premium multiplataforma.	Reporte anual de TV Azteca, S.A.B. de C.V.

**En cuanto a riesgos relacionados con el medio ambiente, TV Azteca, como empresa de Grupo Salinas, está suscrita a su Política de Cambio Climático, que identifica los efectos que este podría tener en las actividades de cada empresa y establece estrategias para gestionarlos. Asimismo, la empresa considera en su planeación presupuestal gastos asociados a la gestión ambiental con base en eventos pasados.**

[https://www.gruposalinas.com/sustentabilidad/content/documents/es/descargas/Politica\\_Cambio\\_Climatico.pdf](https://www.gruposalinas.com/sustentabilidad/content/documents/es/descargas/Politica_Cambio_Climatico.pdf)



Asimismo, en aquellos casos en los cuales ha habido afectaciones en nuestras instalaciones como consecuencia de fenómenos meteorológicos, tales como huracanes o inundaciones, se llevan a cabo acciones necesarias para no interrumpir el servicio o restaurarlo a la brevedad, siempre priorizamos la seguridad y cuidado de la salud de nuestros colaboradores. Cuando, por ejemplo, se presenta escasez de agua, sobre todo en sitios de transmisión alejados de los centros de población, se provee agua con pipas. Respecto a las fallas en la prestación del suministro de energía eléctrica, contamos con plantas de emergencia en diversas instalaciones de TV Azteca.

Entre las estrategias de gestión y prevención de los riesgos ambientales específicos que la compañía lleva a cabo se encuentran:

- **Energía**

- Utilizar tecnologías eficientes, sobre todo en equipos de iluminación y aire acondicionado.
- Revisar y actualizar los documentos rectores como la Política de Eficiencia Energética.
- Establecer los requisitos y certificaciones para la adquisición de cualquier material y/o servicio que tenga que ver con el consumo de energía.
- Evaluaciones de eficiencia energética en las instalaciones.
- Evaluar y mejorar los sistemas de medición del consumo energético.
- Fomentar e implementar tecnologías que apoyen a reducir el consumo de energía.

- **Emisiones**

- Monitorear el comportamiento de los indicadores ambientales y establecer metas de reducción a mediano y largo plazo.

- **Residuos**

- Extender la vida útil de los activos fijos y contar con un programa de reciclaje en cuanto esta termine.
- Revisar y actualizar la Política de Recolección de Residuos para mejorar los procesos de recolección y reciclaje.
- Mantener un sistema permanente de clasificación y tratamiento de residuos.

- **Agua**

- Promover e impulsar buenas prácticas en cuanto al uso del agua en las operaciones y así asegurar el uso de la menor cantidad de agua posible.
- Mobiliario ahorrador de agua.

Ahora, en cuanto a las oportunidades derivadas de estos riesgos se encuentran:

- Promocionar el conocimiento y conservación del medio ambiente y sus recursos.
- Impulsar el desarrollo y difusión de las tecnologías amigables con el medio ambiente en sus operaciones.
- Establecer comportamientos responsables en materia medioambiental, cumpliendo y haciendo cumplir las normas, políticas y procedimientos de preservación, además de reportar todo riesgo ambiental potencial.
- Transmitir una cultura de cuidado del medio ambiente a la cadena de valor.
- Crear estrategias para fomentar el uso de fuentes de energía renovables para las instalaciones.
- Reconocer las prácticas ambientales responsables en el día a día y lograr hacer partícipes de ellas a los colaboradores y sus familias.

En cuanto al diálogo con grupos de interés para adoptar o mejorar el enfoque de gestión de riesgos ambientales de TV Azteca, se llevan a cabo las siguientes medidas: Nuestros clientes son invitados a eventos a favor del medio ambiente organizados por la compañía, establecemos políticas respecto a nuestros proveedores como la adopción de bienes ecológicamente sustentables, de calidad y seguros. También nuestros proveedores deben cumplir y respetar la legislación, reglamentación, normatividad y/o convenios en materia ecológica y ambiental vigente.

El área de Compras considera como bases de su estrategia ambiental los 7 principios del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente:

- Responsabilidad ambiental
- Prevención
- Sustitución
- El que contamina paga
- Coherencia
- Cooperación
- Investigaciones científicas

En 2021 la inversión en gestión ambiental en TV Azteca fue de 32.8 millones de pesos

Aires acondicionados	\$235,534.56
Luminarias	\$446,017.82
Recolección de Basura	\$269,978.78
Uso de Suelo	\$11,441,167.94
Estacionamientos	\$4,992,670.18
Otras rentas (predial)	\$267,429.90
Licencias de Funcionamiento	\$1,018,129.23
Consumo de Agua	\$2,460,388.61
Mantenimiento de prevención (incluye sistema contra incendios, plantas de emergencia, cisternas, residuos peligrosos, pararrayos, tanques de gas y diesel, tierras físicas, desazolves, fumigación y UPS)	\$8,000,000.00
Presupuesto de Protección Civil para TVA	\$3,696,612
<b>TOTAL</b>	<b>\$32,827,929.02</b>



# Desempeño Económico

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

En **TV Azteca** generamos valor económico, social y ambiental, y creemos que la prosperidad debe ser incluyente. Entre las herramientas con las que contamos en 2021 para asegurarnos de que así sea y para mejorar nuestro desempeño económico se encuentran:

- Control de recursos: Mediante la aplicación de la Política de gastos/ costos, garantizamos el máximo aprovechamiento de nuestros recursos y analizamos la rentabilidad/ costo de oportunidad de cada elemento antes de autorizar su compra. Además, modificamos la Política de Compras para generar ahorros a gran escala y se realizaron reuniones periódicas con los Directivos para monitorear las áreas de oportunidad, disminuir gastos innecesarios y redefinir proyectos.
- Metas financieras: Realizamos un seguimiento puntual de cada unidad de negocio de TV Azteca para asegurar el cumplimiento de las metas y compromisos financieros.
- Flujo de efectivo: Se reforzó el control de las salidas de efectivo y reestructuramos las estrategias para el cumplimiento de pagos con apoyo de nuevas tecnologías trabajadas con Grupo Salinas.
- Innovación: Creamos e implementamos herramientas para crear soluciones que nos ayuden en la toma de decisiones y creación de KPI's adecuados para medir el rendimiento de cada unidad de negocio.
- Ventas: Creación de incentivos atractivos y que benefician a los clientes para incrementar la demanda y promover la inversión, así como las alianzas estratégicas basadas en la mentalidad ganar-ganar.



## Datos financieros y operativos

Indicadores financieros	Resultado 2020	Resultado 2021	Variación 2021 vs 2020
Ventas netas	\$10,291	\$12,876	25.1%
Costos	\$8,052	\$8,237	2.3%
Gasto de venta y administración	\$693	\$898	29.6%
Utilidad de operación antes de depreciación, amortización y otros gastos	\$1,546	\$3,650	136%
Activo total	\$26,769	\$27,205	1.6%
Pasivo total	\$25,637	\$25,538	0.4%
Capital contable	\$1,132	\$1,666	47.1%
Anticipos de anunciantes	\$4,566	\$3,915	14.3%
Inversión de capital	\$370	\$274	-25.9%
Impuestos y derechos	\$797	\$1,096	37.5%

\* Nota. Cifras en millones de pesos

Valor económico generado		Valor económico distribuido	
2020	2021	2020	2021
\$10,291	\$12,876	\$8,745	\$9,226
25.1%%		5.5%%	

- 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 2020 de TV Azteca: [www.irtvazteca.com.mx](http://www.irtvazteca.com.mx)

Indicador	Resultado 2020	Resultado 2021
Número de horas de programación producida	14,489	15,295
Número de horas de programación vendida	34,900	34,915
Porcentaje de horas de programación vendida	11%	13%

- Se toman en cuenta las horas de programación de los Canales Nacionales Azteca 1.1, Azteca 7.1., ADN40 y A+.
- Número de horas de programación vendida = (a) Horas susceptibles a ser comercializadas.
- % de Horas de Programación vendida = Porcentaje de tiempo comercializado.

### Análisis de resultados

En 2021, registramos un crecimiento en ventas de 25%, es decir \$2,585 millones de pesos contra los \$10,291 millones de pesos de 2020. Este incremento se debió a la reactivación económica gradual tras la terminación del confinamiento por la pandemia de COVID-19.

Los costos de programación, producción y transmisión para el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2021 incrementaron en un 2.3%, equivalente a \$275 millones, para alcanzar los \$8,327 millones vs. los \$8,052 millones de pesos registrados en 2020. El incremento es consecuencia de la reactivación de las actividades económicas tras los meses más críticos por la pandemia.

Los gastos de venta y administración incrementaron 30% respecto al año anterior y esto se debió a los honorarios por la contratación de servicios de asesorías, que fueron parcialmente compensados con la disminución en gastos de personal como medida adoptada para combatir los resultados negativos ocasionados por la pandemia.

Durante este año, TV Azteca recibió 94% de sus ingresos del mercado mexicano, 4% del mercado estadounidense y 2% gracias a ventas de programación a otros países. Los ingresos generados en el país provienen de clientes que anuncian sus productos en las programaciones de transmisión nacional de TV Azteca, así como de clientes locales que se anuncian regionalmente a través de las 38 estaciones locales. La publicidad nacional representó aproximadamente el 68% de las ventas totales netas en 2021. Consideramos que el desempeño de las ventas de publicidad nacional es una función de la actividad económica mexicana, particularmente de la demanda del consumidor.

### Responsabilidad fiscal

Con el fin de cumplir con todas nuestras obligaciones en materia fiscal llevamos a cabo las siguientes medidas:

- Se cuenta con un área especializada en materia fiscal que tiene como objetivo el debido cumplimiento de las obligaciones fiscales.
- Se tienen controles por grupos de compañías, donde se les da un seguimiento puntual a las obligaciones fiscales y se monitorean con base en la solicitud al SAT un reporte de cumplimiento de forma periódica.

Las empresas se encuentran dictaminadas para impuestos locales y federales por auditores externos que respaldan el cumplimiento de dichas obligaciones.



## Distribución del valor

### Nuestra estrategia

105-15

La televisión abierta sigue siendo un medio de difusión primario para llegar al mercado mexicano. Nuestro objetivo respecto a las audiencias es transmitir, mediante nuestras campañas corporativas y oferta de programación, los valores de TV Azteca y sus clientes. Es a través del área de Ventas que se informa de manera permanente sobre los resultados de audiencia de toda la programación, eventos especiales y solicitudes específicas de los anunciantes para hacer de conocimiento público nuestros logros, estrenos, dinámicas, convocatorias sociales, etc. Esto con la finalidad de mantener e incrementar la preferencia de nuestra audiencia y anunciantes.

Medimos la efectividad de nuestra estrategia de marca con un estudio de Brand equity y awareness que apoya a los responsables de cada submarca para establecer y monitorear desde y hacia dónde se está construyendo la imagen de TV Azteca. Adicionalmente, después de cada campaña solicitamos una investigación al área correspondiente para conocer el impacto en las audiencias. Por otro lado, nuestro programa de incentivos para colaboradores va de la mano con el cumplimiento de objetivos individuales a través de una evaluación anual que mide el desempeño y comportamiento de cada uno de los colaboradores.

Con el fin de que los colaboradores conozcan su rol en la construcción y fortalecimiento de la marca implementamos una de las campañas más significativas para TV Azteca: “Somos imparables”. Por medio de cápsulas proyectadas en diferentes espacios de las instalaciones de la televisora, se dieron a conocer veinte historias de crecimiento, superación, apoyo a nuestros colaboradores, sueños, experiencias, trayectorias, etc. “Somos imparables” nos permitió reforzar nuestros valores y el sentido de pertenencia después de un tiempo difícil a nivel global por la pandemia.

También existen varios cursos de inducción impartidos a todos los colaboradores de nuevo ingreso y pláticas de seguimiento para los empleados ya activos en cuanto al modelo de negocio y la cadena de valor de la compañía. Estos cursos muestran el papel que ejerce cada miembro de TV Azteca en el valor de la marca y marcan la pauta de lo que se espera de cada uno para cuidar la imagen de la televisora. Asimismo, en el portal interno se publican manuales de identidad para cada marca.

Cabe destacar que en 2021 continuamos con nuestra campaña “Cuidándote, nos cuidamos todos” contra el COVID-19 y proporcionamos información veraz y oportuna para invitar, tanto a colaboradores, como a clientes y audiencias a no bajar la guardia y continuar llevando a cabo las medidas sanitarias y de protección pertinentes.

## Clientes

TV Azteca tiene un fuerte compromiso con sus clientes —agencias, socios, comerciales y anunciantes que adquieren espacios publicitarios durante la transmisión de contenidos y enfoca su investigación de mercado para conocer sus necesidades específicas tomando en cuenta factores como género, zona geográfica y preferencias de los consumidores. Posteriormente, creamos programación congruente con los segmentos a los que se dirigen, esto tomando en cuenta nuestra estrategia que maximiza el valor de las marcas de los anunciantes. Para garantizar el cumplimiento de objetivos, TV Azteca lleva a cabo un proceso de seguimiento a la fuerza de ventas.

Como sabemos, 2020 fue un año muy retador y uno de los sectores que más se vieron afectados fue el de las inversiones publicitarias; sin embargo, en 2021, TV Azteca presentó una gran recuperación y obtuvo resultados que superaron los de 2019 y 2020 juntos. Incentivamos e impulsamos la confianza de los clientes y la iniciativa privada nos sumó alrededor de 8 mil millones de pesos, por ejemplo. Además, este año trajo muchos eventos especiales como la Copa Oro, las Olimpiadas, las eliminatorias para el Mundial, el Superbowl, liguillas, peleas de box, etc. Estos eventos, por supuesto, son detonadores inmediatos de ventas. Sin duda, la televisión abierta tiene una influencia masiva, no solo en cuestión de ventas, sino también de *share*.

Sin el elemento presencial en las negociaciones —durante la cuarentena— fue un reto para TV Azteca mantener la cercanía con los anunciantes; sin embargo, se logró e incluso se reforzó este acompañamiento y calidad humana que nos distingue. Nuestros vendedores están altamente capacitados, tienen una visión integral del negocio y, a partir de esta, plantean propuestas para cada necesidad del cliente. Además, nuestra área de ventas cuenta con científicos de datos, pues el conocimiento de los comerciantes y audiencias permite que TV Azteca pueda ofrecer dinámicas y alianzas basadas en el ganar-ganar.

**Para nosotros es importante ofrecer a Azteca como un holding de media, que cuenta con todos sus contenidos en diversas plataformas y medios digitales. Queremos ofrecer omnicanalidad**

**Sabemos que la clave del éxito es la pluralidad de las categorías, por lo que esto se ha convertido en uno de los principales objetivos de TV Azteca**

**Buscamos fortalecer la imagen de nuestra marca como una unidad, mientras mantenemos contenidos diferenciados en distintas plataformas entre cuyos mensajes principales está el de no rendirse.**





## Innovación

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

Ante un contexto en el que las plataformas se multiplican y diversifican cada vez más, es necesario que la televisión se adapte a las nuevas condiciones con el fin de continuar liderando el ámbito del entretenimiento e información. Estamos conscientes de que, para esto, es fundamental ofrecer contenidos únicos, actualizados y competitivos que respondan a los intereses y necesidades de las audiencias.

Trabajamos por y para México. Nuestra prioridad es la familia mexicana, queremos que se sientan orgullosos de ver TV Azteca.

Innovar en la programación, producción, promoción y en la manera de conducir el negocio ha sido el camino para reinventar y transformar TV Azteca.

Por ello, en los últimos años se han ido incorporando nuevos formatos de producción para todas nuestras redes, así como cambios importantes en la programación de todos los canales, de forma que se ofrezca un portafolio complementario de contenidos para toda la familia. También se ha trabajado con el área de ventas para integrar ofertas comerciales 360 mediante las que los anunciantes puedan participar en la generación de una oferta diferenciada para los televidentes.

Nuestros logros hablan por nosotros:

**1** 106 millones de mexicanos fueron alcanzados por nuestros canales, quienes nos dedicaron aproximadamente 2 horas diarias.

**2** El 38% de los televisores encendidos durante el horario estelar sintonizaron los canales de TV Azteca.

**3** +100 millones de personas disfrutaron de la programación de Azteca Uno durante 2021.

**4** El programa matutino Venga la Alegría llegó a 7 de cada 10 personas en nuestro país, mientras que, en el horario estelar, Exatlón llegó a +60 millones de personas.

**5** Azteca 7 se ha posicionado como la casa de los mejores eventos, en 2021 fue visto por +100 millones de mexicanos, quienes hicieron que la pelea de Box de Saúl "Canelo" Álvarez vs. Caleb Plant fuera el programa más visto de la televisión del año.

**6** Azteca Deportes y Azteca 7 son los líderes indiscutibles en la transmisión de los partidos de la Selección Nacional y otros eventos deportivos.

**7** adn 40, el canal informativo más visto de México, fue sintonizado por 80 millones de mexicanos y a+ alcanzó a 76 millones de personas.

Como parte de la estrategia que inició en 2018 —cuyo propósito es consolidarse en 2023— continuamos en el camino de reducción de cierto material comprado para convertir la inversión que se hacía en adquisición de ciertos recursos en generación de producción propia. Nuestro objetivo es acelerar el retorno de inversión al generar, no solo para nuestros canales —38% del share—, sino también para diversas plataformas. Para lograrlo, TV Azteca tiene alianzas estratégicas con distintos estudios de producción y distribución como Acun Medya, Disney, Sony, Dopamine, HBO Max, Amazon, Universal, etc.

Para evaluar los resultados en materia de innovación y mejora de la oferta para clientes y audiencias en 2021, la compañía contó con dos herramientas principales:

- La primera corresponde a toda la información que se genera a través de los sistemas de medición Nielsen IBOPE y HR. Con estos datos se generan informes de evaluación trimestral, semestral y anual de cada uno de los canales.
- La segunda es un reporte desarrollado por el IFT (Instituto Federal de Comunicaciones). Este contiene información basada en la percepción del público en general sobre los medios de comunicación en México.

Los principales retos para TV Azteca en 2021 fueron mantener un equilibrio costo-rentabilidad para garantizar la continuidad de nuestra estrategia de promoción, producción y nuevas adquisiciones. Sumamos esfuerzos con el área de Ventas para innovar en las propiedades de comercialización con el fin de garantizar paquetes más atractivos, competitivos y de acuerdo con las nuevas formas de consumir contenido.

En marketing y promoción, Azteca 7 ganó Plata en los premios PromaX Award Latin America por la campaña "El oro es nuestro" en la categoría "Total Package Design". En Azteca 1 logramos la plata con la campaña "La Academia" en la categoría "Reality Promo".



## Audiencias

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

- 1 586 sitios de transmisión televisiva
- 2 28 estaciones locales en México, 2 estaciones en Guatemala y 1 en Honduras
- 3 21,940 horas de programación producida por Azteca Locales
- 4 143 espacios informativos

Con la finalidad de ofrecer los mejores contenidos a nuestra audiencia, TV Azteca destina parte de su capital humano y financiero a la investigación de mercados, el análisis de tendencias y el estudio de hábitos de consumo, los cuales garantizan el entendimiento de las preferencias televisivas de la sociedad mexicana y permiten desarrollar contenidos actuales de calidad.

A través de las respectivas herramientas de aprovechamiento de bases de datos, el personal del área de Audiencias realiza análisis preventivos y correctivos necesarios para alinear la estrategia de programación de la empresa a las necesidades de información y entretenimiento de los diversos segmentos poblacionales a los que nos dirigimos.

Los resultados de interacción con las audiencias se evalúan a través de los Objetivos y Resultados Clave (ORC's) como sistema de medición del trabajo conjunto de los empleados y de las contribuciones cuantificables que impulsan a la compañía. Se eligió la variable de *share* (participación de mercado) como el principal indicador para evaluar el desempeño de los canales y sus horarios específicos en relación con los televidentes y la industria. El porcentaje de *share* se calcula con base en los millones de personas con el televisor encendido en alguno de los canales de TV Azteca respecto a la competencia.

La estrategia del portafolio de canales de TV Azteca estableció una línea de entretenimiento e informativos en vivo para Azteca Uno, misma que se reforzó con una nueva entrega de los reality shows "Exatlón", "Survivor" y "La Voz". En Azteca 7 la audiencia encontró ficciones originales, así como una amplia gama de series y películas internacionales. Los contenidos ficcionales tuvieron su auge y existió una gran aceptación por parte de la audiencia mexicana, por lo que en 2021 Azteca 7 estrenó una nueva temporada del unitario "Lo que la gente cuenta" y estrenó "Un Día para Vivir".

Por otro lado, la audiencia de a+ recibió muy positivamente el regreso de las telenovelas clásicas a las pantallas de TV Azteca. Asimismo, adn40 se consolidó como el canal informativo de mayor relevancia entre el público mexicano.

**Alcanzamos la cifra récord de 40.5% de participación de mercado en el primer trimestre de 2021**

### Azteca Digital y redes sociales

En un mercado digital que es cada vez más volátil y competitivo; innovar es de suma importancia, y TV Azteca se ha consolidado como líder nacional, pues mantenemos gran alcance e interacción con la audiencia en nuestros medios digitales, y estamos a la cabeza de la selección y acceso a tecnología de punta. Durante 2021, crecimos mucho pese a la prevalencia de la pandemia y aumentamos nuestra red de usuarios y partners. Aprendimos a vivir y pensar como un startup, a tener una rápida capacidad de ajuste y adaptación.

Entre los cambios que implementamos este año se encuentran la transición de nuestra plataforma de video a Mediatream —más rápida y eficiente—; nuestra alianza con Data Business Partners, participantes muy relevantes en el mercado, que nos permite generar un mayor alcance y frecuencia de acceso de usuarios; la adaptación a nuevos ecosistemas de información como Costumer Data Platforms, mediante lo cual dejamos de depender de cookies de terceros; nuestra participación en el mercado de data —para poder ofrecer a los usuarios contenido de acuerdo con sus intereses—; también adoptamos nuevas redes sociales como Tik Tok.

**Llegamos a tener 40 millones de usuarios únicos, que representan el 50% del total del internet de México.**

Nuestros colaboradores tienen horarios híbridos y flexibles, y nuestra área trabaja con las mejores compañías de México, así como con todo TV Azteca y de forma muy cercana con el equipo comercial, y el de programación y producciones. Por supuesto, también apoyamos la difusión de los valores de la compañía, así como las iniciativas y programas de Fundación Azteca para magnificar su mensaje y que llegue al mayor número de personas posibles. También nos sumamos al esfuerzo conjunto de la compañía para cuidar el medio ambiente a través de la participación en campañas de limpieza, el reciclaje de materiales y el ahorro de energía consciente.

Nuestros retos son el corto tiempo con el que disponemos para crear estrategias debido a lo cambiante que es el mercado, así como la atracción y retención de talento comprometido y accesible. Nuestro objetivo para 2022 es el aumento y categorización de usuarios, y la implementación de Costumer Data Platforms.

- 1** Los editoriales en notas crecieron 34% respecto a 2020, estas representan el 70% de los contenidos en nuestros sitios.
- 2** Gracias al incremento de videos on-demand, el tiempo promedio por sesión en nuestros sitios aumentó y atrajimos a más usuarios.
- 3** 70% de nuestros videos en Azteca Digital son en vivo, los cuales son vistos por millones de personas diariamente.

*“En medio de un entorno cada vez más cambiante y diversificado, nos enorgullece poder decir que Azteca Digital se encuentra a la vanguardia y no escatima recursos para utilizar la mejor tecnología y proveer servicios eficientes y de gran calidad. Contamos — por ejemplo— con una nueva plataforma de video más ágil, un administrador de contenido clasificado como de los mejores a nivel mundial y nos encontramos en el mercado de data para incrementar cada vez más nuestro alcance. Queremos ofrecer la mejor experiencia a nuestros usuarios, por lo que hemos aprendido a vivir una nueva realidad y nos mantenemos flexibles, dinámicos, adaptables y altamente competitivos”.*

—Director de Azteca Digital

En 2021 dimos amplia cobertura a los temas relevantes para nuestras audiencias. Este año, los temas de discusión dejaron de centrarse únicamente en la pandemia, aunque existió un gran interés por las vacunas. Nuestras redes sociales apoyaron en la publicación de días, horarios y sedes de vacunación.

En temas de entretenimiento, la interacción se concentró en dos de nuestros principales programas: Exatlón y Survivor. También tuvimos grandes eventos deportivos como la Copa Oro y partidos de la Selección Mexicana. Adicionalmente, existió discusión respecto a muertes de celebridades y alrededor de las vidas personales de estas. En cuanto a noticias, tuvimos una gran cobertura de las elecciones de julio.

**Seguidores en redes sociales**

TV Azteca es trending los siete días de la semana, las plataformas digitales son un gran fuerte de nuestro negocio.

Red	2020	2021
Facebook	63.9	71.5
Twitter	14.3	13.8
Instagram	11.8	13.5
Suscriptores en YouTube	25.6	32.2

\* Nota. Cifras en millones

## Responsabilidad de contenido

En TV Azteca nos guiamos por altos estándares de ética e integridad y nuestro contenido lo refleja. Nos basamos en la libertad de expresión, en la transparencia con la población mexicana, en el entretenimiento de calidad, la veracidad informativa y el fomento de valores. Para nosotros las familias son muy importantes, por lo que nos enfocamos en transmitir un discurso de motivación y resiliencia. En TV Azteca no nos rendimos e impulsamos a que los mexicanos tampoco lo hagan.

En la compañía tenemos independencia editorial y contamos con políticas de responsabilidad de contenido que incluyen protección a la infancia, la manera en la que se representan temas sociales sensibles, violencia y conductas de riesgo relacionadas con las adicciones. Por otro lado, encauzamos nuestros esfuerzos en difundir los principios de la Prosperidad Incluyente, nuestras iniciativas sociales en beneficio de las comunidades y diversos proyectos de cuidado y preservación del medio ambiente.



## Ciberseguridad

**Confidencialidad, Integridad y Disponibilidad son los tres pilares del cuidado de la información en TV Azteca.**

Somos conscientes de la importancia de la seguridad de la información, por lo que contamos con una estrategia de ciberseguridad que se lleva a cabo a través del Despacho de Seguridad de la Información (DSI) —con participación del Consejo de Administración—, y cuyo director es Asgard León Ochoa. Dentro de las principales funciones del Despacho se encuentran:

- Analizar y evaluar posibles riesgos de seguridad.
- Identificar y ejecutar estrategias de protección de activos de información.
- Definir lineamientos que contribuyan al cuidado de la información.

El DSI está formado por un equipo de especialistas y expertos enfocado en la detección y solución de amenazas, vulnerabilidades y brechas de seguridad. Algunas de las herramientas y recursos con los que se cuentan son: sistemas de prevención de intrusos, tecnología de gestión de identidades para accesos lógicos, software para la protección de equipos de cómputo y dispositivos, herramientas de verificación de integridad de archivos, bloqueo y prevención de ataques a bases de datos y equipos sofisticados de monitoreo de seguridad.

El Despacho colabora con el CSIRT, que es un equipo de respuesta ante emergencias informáticas e implementa políticas enfocadas en la protección de activos de información y se asegura de la participación de todos en TV Azteca. Además, existe una campaña permanente de concientización y capacitación a equipos de trabajo sobre riesgos de ciberseguridad, dicha información se comparte a través de portales corporativos y medios físicos.

Se cuenta con una estrategia anual enfocada a la generación de ecosistemas seguros, protección de colaboradores y activos de información ante ciberataques, seguimiento e implementación de procesos de mejora y seguimiento periódico por parte del Chief Information Security Officer y expertos para garantizar el cumplimiento de objetivos y una gestión de riesgos eficaz. Todos estos recursos se evalúan sistemáticamente para detectar tempranamente cualquier tipo de riesgo.

Cabe destacar que, actualmente, el DSI y los equipos involucrados se apegan y cumplen con los marcos de referencia de controles de seguridad de la información de las certificaciones ISO 27001:2013, NIST-CSF y CIS20.

## Cadena de valor

GRI 204: 103-1, 103-2, 103-3, 102-9, 204-1

TV Azteca cuenta con el despacho de Central de Compras, que se especializa en la gestión de proveedores y que establece criterios de validación para cada fase del proceso de abastecimiento. La cadena de suministro es fundamental para la estrategia de sustentabilidad de TV Azteca, por ello, la compañía pone en marcha un minucioso proceso de selección de proveedores que fortalezcan su oferta de valor.

**77% de las compras realizadas en la CCS fueron automatizadas en 2020.**

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

### 1. Proceso de adquisiciones

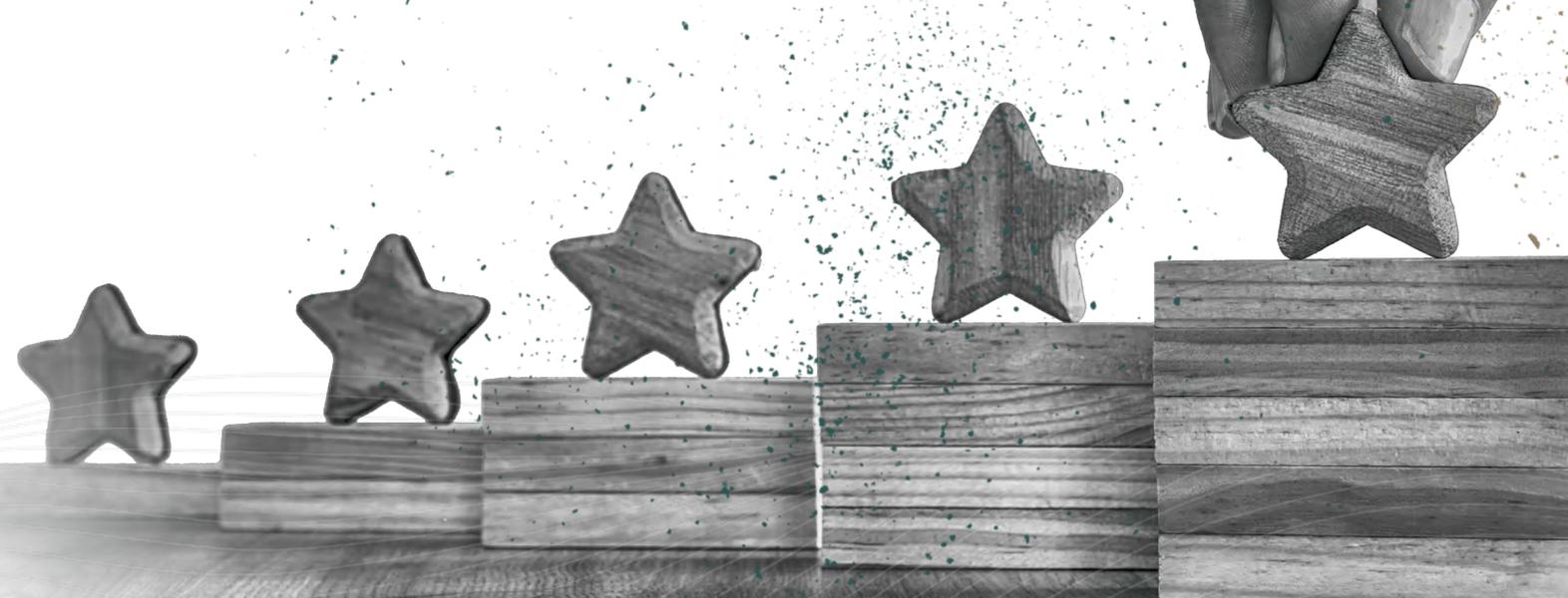
- a. Sistema de compras y licitaciones / subastas
- b. Políticas
  - i. Adjudicación de compra
  - ii. Entrega de materiales y servicios
  - iii. Asignación de pedidos
  - iv. Negociación de materiales y servicios
  - v. Liberaciones electrónicas

### 2. Selección de proveedores

- a. Módulo de Ciclo de Vida del Proveedor
  - i. Proceso de alta de proveedores
  - ii. Registro
  - iii. Procesos complementarios
  - iv. Evaluación de desempeño
  - v. Certificación
  - vi. Plataforma de atracción de proveedores
- b. Políticas
  - i. Ética de Proveedores
  - ii. Declaratoria de tener o no familiares o ex colaboradores en Grupo Salinas
  - iii. Acuerdo de confidencialidad
- c. Documentos de proceso
- d. Certificación
- e. Afianzadora
- f. Administración integral de riesgos

Entre las políticas con las que cuenta Central de Compras se encuentran las siguientes.

- **Compras Sustentables:** Incluye temas como uso de la energía, acciones contra el cambio climático, consumo de agua, impactos en la biodiversidad, contaminación, reducción de residuos y uso adecuado de los recursos. Este año se inició el proceso de creación de dos políticas relacionadas con la gestión ambiental: Responsabilidad Ambiental en Central de Compras y Gestión de Materiales.
- **Política Social para Proveedores:** Se incluyen temas como prevención del trabajo infantil o forzoso, no-discriminación e igualdad de oportunidades, derecho a la libertad de asociación, derecho a la negociación colectiva, eliminación de las horas excesivas de trabajo, derecho al salario mínimo y aumento de la remuneración y estándares de salud y seguridad.



## Círculo de Proveedores

GRI 414: 103-1, 103-2, 103-3, 414-1

La compañía cuenta con la Certificación Círculo de Proveedores, 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 de conformidad con los términos negociados.

Al cierre de 2020, TV Azteca contó con 519 proveedores.

\$642,121,769.63 de pesos destinados a compras en 2021.

91.5% del monto pagado a proveedores fue destinado a proveedores nacionales, 8.44% a proveedores extranjeros.

La Central de Compras evalúa constantemente las áreas legales y financieras de forma documental, pero también en sitio en temas operativos, de procesos, infraestructura, controles de calidad, planeación estratégica, servicio al cliente, capacitación, seguridad y salud industrial, medio ambiente, entre otros.

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. Los aspectos evaluados en ambos criterios son los siguientes:

Criterio ambiental	Criterio social
Cumplimiento de los requisitos de seguridad, ambiente, salud e higiene aplicables.	Programas de participación activa con sectores vulnerables.
Cumplimiento y vigencia de las licencias de medio ambiente que corresponden.	Inversiones sociales.
Proceso para el manejo de distintos tipos de desechos.	Actividades filantrópicas y sociales que forman parte de la estrategia empresarial.
Inspecciones de seguridad, salud e higiene.	Compromisos sociales públicos
	Indicadores medibles de logros sociales.
	Existencia de actividades sociales enfocadas al cuidado del medio ambiente.
	Inclusión de programas o esquemas de desarrollo humano y profesional entre los colaboradores y sus familias.

Durante 2020, 77 proveedores presentaron incumplimientos respecto a los criterios establecidos y se implementó un esquema de consultoría externa, con una empresa especializada, para apoyar a los proveedores a subsanar aquellos hallazgos o incumplimientos a través de un proceso esquemático de análisis.

A continuación las cinco categorías con mayor representación:

2021		
	Número de proveedores	Desglose de gasto (%)
Servicios Generales	144	13.50%
Tecnología	32	3.11%
Mercadeo	69	81.06%
Equipamento Oficinas	32	1.34%
Construcción oficinas y sucursales	23	23.99%

Monto total pagado a proveedores	
2021	
Total (MXN)	\$642,121,769.63
% a proveedores locales	91.56%
% a proveedores extranjeros	8.44%

Proveedores que han pasado el filtro de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales y sociales

A. El número / porcentaje de nuevos proveedores evaluados y seleccionados de acuerdo con los criterios ambientales y sociales

	2021
Número de proveedores con CEERTIFICACIÓN CÍRCULO DE PROVEEDORES	233
Número de nuevos proveedores dentro de CÍRCULO DE PROVEEDORES	450

B. El número de proveedores evaluados en temas ASG en CÍRCULO DE PROVEEDORES

	2021
Criterio social	336
Participación en eventos de compromiso social	86
Donaciones a causas sociales	86
Criterio Ambiental	160
Observancia normativa y control	323
Responsabilidad ambiental	80

# Nuestro Talento

GRI 401: 103-1, 103-, 103-2, 401-1

En TV Azteca buscamos la excelencia y el profesionalismo, por lo que atraemos y retenemos al mejor talento. Buscamos profesionales apasionados, con experiencia y cuya visión sea congruente con la de la compañía. Además, uno de nuestros propósitos es ser uno de los mejores lugares para trabajar, así que contamos con diversas herramientas para registrar y dar seguimiento a las aplicaciones de cada candidato con el fin de contratar al personal adecuado de acuerdo con lo requerido por cada vacante. Nuestra intención es la mejora constante en indicadores como rotación, satisfacción y productividad.

Las áreas encargadas del proceso de contratación y los pasos a seguir son los siguientes:

- Formador de equipo / Revisión del esquema y requerimientos de la vacante
- Atracción de talento / Búsqueda y evaluación de candidatos
- Formador de equipo / Atracción de talento / Selección de candidatos
- Capital Humano / Atracción de talento / Realización de oferta e integración del expediente
- Módulo de contratación / Firma del contrato





## Al cierre de 2020, TV Azteca contó con:

**3,540** Colaboradores

**1,239** Mujeres

**2,301** Hombres

Entre las herramientas con las que cuenta la compañía para atraer talento se encuentran:

Proceso y políticas de Atracción de Talento de Grupo Salinas.

Curso de Atracción de Talento para corporativos de Grupo Salinas.

Guía de Entrevista por Comportamiento para identificar a los candidatos que mejor se apeguen a lo requerido por TV Azteca.

Portales de empleo.

### Desglose de plantilla por tipo de contrato y género

Indicador	2021
Número total de colaboradores por contrato permanente	3,293
Hombres	2,146
Mujeres	1,147
Número total de colaboradores por contrato Temporal	247
Hombres	155
Mujeres	92
Número total de colaboradores por outsourcing	178

### Desglose de plantilla por puesto y edad

Puesto en la organización	Grupo de Edad	2021	
		Mujeres	Hombres
Directivos	< 30 años	0	0
	30 - 50 años	30	82
	50 < años	6	36
Mandos medios (Gerencias)	< 30 años	8	8
	30 - 50 años	113	161
	50 < años	14	40
Puestos Administrativos	< 30 años	107	90
	30 - 50 años	223	227
	50 < años	25	48
Puestos Operativos	< 30 años	199	314
	30 - 50 años	369	939
	50 < años	45	199



### Desglose de plantilla por puestos directivos

Indicador	2021
Número total de directivos en la empresa	154
Número de Directivos de Área que son originarios de los países donde opera la empresa y que desempeñan sus funciones en ese lugar.	133
Número total de mujeres que ocupan cargos directivos en la empresa (máximo dos niveles a partir del CEO).	36
Número total de colaboradores con cargos directivos con funciones de generación de ingresos (por ejemplo, ventas).	37
Número total de mujeres con cargos directivos con funciones de generación de ingresos (por ejemplo, ventas).	8
Número total de colaboradores con puestos gerenciales (primer nivel).	316
Número total de mujeres que ocupan cargos gerenciales en la empresa (primer nivel).	129

### Nuevas contrataciones y rotación de colaboradores

Indicador	2021
Número total de nuevas contrataciones durante el año (total de altas)	488
Número de nuevas contrataciones de hombres	262
Número de nuevas contrataciones de mujeres	226
Número de nuevas contrataciones de personas menores de 30 años de edad	256
Número de nuevas contrataciones de personas en el rango de 30 a 50 años de edad	218
Número de nuevas contrataciones de personas mayores de 50 años de edad	14
Número total de bajas durante el año	922
Número total de trabajadores al comienzo del año	101
Número total de trabajadores al finalizar el año	163

488

Nuevas contrataciones en 2021

253

Colaboradores se encuentran sindicalizados, es decir, 7.68% de nuestra plantilla.

80

Vacantes fueron cubiertas por candidatos internos en 2021 aproximadamente

Nota. El número promedio de días para cubrir vacantes es de 25 días

Durante 2021 continuamos trabajando desde un enfoque de precaución ante el COVID-19 y el riesgo de contagio, por lo que, además de implementar todas las medidas necesarias y de impulsar campañas de salud y vacunación, hicimos una labor de contención, trabajamos con el ánimo de los colaboradores para mitigar su preocupación e impulsarlos a seguir adelante pese a las adversidades. Nos interesa mucho el bienestar físico y emocional de nuestro equipo, queremos que se sientan seguros y que sepan que cuentan con nosotros.

Este año tuvimos retos en materia de atracción de talento, pues existía mucho temor de salir a trabajar. Ante esto, reforzamos nuestras medidas de sanitización y control de contagios, también llevamos a cabo una campaña, tanto interna, como externa —“TV Azteca es imparable”— para motivar a nuestra gente y hacerles saber que juntos podemos salir adelante.

**“TV Azteca es imparable. Estamos comprometidos con nuestro equipo y con México. No hemos dejado de apoyar a nuestra gente y, durante tiempos difíciles, hemos sido un referente de información, diversión y entretenimiento para la población. Sabemos que unidos saldremos adelante y es esto lo que transmitimos a nuestros colaboradores y audiencias. Somos tenaces y resilientes, imparables”.**

- Directora de Capital Humano de TV Azteca -



## Desarrollo y formación

GRI 402, 404: 103-1, 103-2, 103-3, 404-1, 404-2, 404-3

Año con año, el área de aprendizaje de la Dirección de Capital Humano forma y prepara a nuestro personal con el fin de reforzar sus habilidades profesionales, mejorar su desempeño y aumentar su nivel de productividad, así como generar actitudes positivas que fomenten la consecución de resultados.

Para cumplir con los objetivos que nos propusimos, la capacitación se gestionó mediante la publicación mensual de la oferta de cursos en el portal corporativo, el refuerzo de la comunicación corporativa y la posibilidad de inscribirse a cursos de interés en el portal de la compañía.

Las etapas de la capacitación son las siguientes:

Etapa de la capacitación					
	Inducción	Normativa	Entrenamiento para el puesto	Habilidades y conocimientos	Formador de Equipo
<b>Dirigido a</b>	Dirigida al nuevo colaborador.	Dirigida a todos los colaboradores	Dirigida a los colaboradores que requieren habilitación o actualización de sus habilidades y conocimientos necesarios para el ejercicio de sus funciones.	Dirigida a todos los colaboradores de TV Azteca	Dirigida a los Formadores de Equipo y mandos medios que se encuentren en proceso de desarrollo para ocupar posiciones de formador.
<b>Descripción</b>	Busca acortar el tiempo de adaptación y aprendizaje de las nuevas funciones en TVA y que los nuevos ingresos tengan un buen comienzo en la organización.	Busca transmitir conocimientos para el cumplimiento de políticas y procedimientos de Grupo Salinas y TV Azteca.	Busca mejorar el desempeño y proporcionar a los colaboradores las herramientas y técnicas que se van a utilizar en el trabajo.	Busca desarrollar habilidades y comportamientos, con el fin de mejorar su comunicación, relación con los demás, manejo de conflictos, entre otros	Busca desarrollar comportamientos que promuevan un liderazgo efectivo, que mejoren sus relaciones y conversaciones con sus colaboradores.





Entre los programas más relevantes de formación y desarrollo se encuentran:

**Semillero de Talento Azteca Educación:** En 2021 se trabajó en preparar —mediante 2,000 horas de capacitación en temas técnicos— a los 153 becarios del programa Jóvenes Construyendo el Futuro para proporcionarles conocimientos que contribuyan a su consideración para vacantes de la empresa.

**Capacitación técnica:** Se trabajó en desarrollar las habilidades digitales de los equipos de trabajo y en mejorar la visión del negocio digital. También se trabajó en temas técnicos operativos propios del giro del negocio.

**Formador de Equipo:** Se impartió capacitación a líderes con personal a su cargo con la finalidad de reforzar sus nueve funciones:

- Reclutar y seleccionar
- Capacitar al equipo de trabajo
- Proveer herramientas
- Definir objetivos
- Evaluar, conversar y retroalimentar
- Volver a capacitar
- Motivar
- Compensar
- Mantener y promover

**En TV Azteca, nuestros líderes son Formadores de Equipos cuyo propósito es crear grupos de profesionales eficientes, talentosos y comprometidos que sepan trabajar en conjunto. Los Formadores buscan el bienestar, satisfacción, desarrollo y reconocimiento de los colaboradores a su cargo y, en 2021, se capacitó a 369.**

Con el fin de evaluar los resultados en términos de desarrollo, aplicamos encuestas de satisfacción respecto a cada curso impartido para recabar la opinión de cada colaborador, sus necesidades, sus inquietudes y la utilidad de la información recibida.

Cabe destacar que TV Azteca proporciona acompañamiento a colaboradores que salen de la empresa, se les apoya con el diseño de su currículum, se les asesora sobre el uso de páginas de empleo y, a los que se retiran por jubilación, se les asegura la finalización del trámite en tiempo y forma.

Además, alineados a nuestro compromiso con la calidad, llevamos a cabo evaluaciones de desempeño que nos permiten mantenernos en el camino para alcanzar nuestros objetivos y resultados clave, así como gestionar promociones y reducir la rotación en las áreas. Durante 2021, 2,287 colaboradores, es decir, 82% de la plantilla de colaboradores participó en la evaluación de desempeño

Programas de capacitación				
Nombre / temática	Perfiles	Número de participantes	Número de horas	Presencial / Digital
Producción	Personal de producciones	450	60	Digital
Desarrollo de softskills para Formadores de Equipo	Formadores de equipo de TVA y futuros formadores	200	30	Digital
Diplomado digital	Equipos de Digital	250	36	Digital
Softskills generales	Cualquier colaborador de TVA	400	80	Digital



Total de horas y colaboradores capacitados				
Puesto en la organización	2020		2021	
	Número participantes	Horas	Número participante	Horas
Directivos	0	60	20	60
VP's	0	0	0	0
Mandos medios	180	1260	200	1600
Puestos administrativos	300	2310	330	2560
Puestos operativos	680	4760	750	6000
<b>Total</b>	<b>1,160</b>	<b>8,390</b>	<b>1,300</b>	<b>10,220</b>

### Jóvenes Construyendo el Futuro

Entre los programas de atracción de talento y formación con los que contó TV Azteca en 2021 se encuentra el Programa Jóvenes Construyendo el Futuro, iniciativa gubernamental mediante la cual se busca integrar a jóvenes en el trabajo formal. El gobierno proporciona una plataforma que vincula a los jóvenes interesados con las empresas registradas en el programa y les otorga una beca mensual hasta por 12 meses, así como seguro social.

- 48

**Colaboradores participantes en el programa en 2021.**
- 86

**Personas beneficiarias de Jóvenes Construyendo el Futuro.**
- 9

**Contrataciones de becarios en TV Azteca.**

Entre las áreas, funciones y actividades que los becarios llevan a cabo se encuentran: recursos humanos, monitoreo, asistencia, noticias, reclutamiento y selección, vestuario.

Por otro lado, con el fin de evaluar los resultados en términos de desarrollo, aplicamos encuestas de satisfacción respecto a cada curso impartido para recabar la opinión de cada colaborador, sus necesidades, sus inquietudes y la utilidad de la información recibida.

Cabe destacar que TV Azteca proporciona acompañamiento a colaboradores que salen de la empresa, se les apoya con el diseño de su currículum, se les asesora sobre el uso de páginas de empleo y, a los que se retiran por jubilación, se les asegura la finalización del trámite en tiempo y forma.

Además, alineados a nuestro compromiso con la calidad, llevamos a cabo evaluaciones de desempeño que nos permiten mantenernos en el camino para alcanzar nuestros objetivos y resultados clave, así como gestionar promociones y reducir la rotación en las áreas. Durante 2021, 2,287 colaboradores, es decir, 82% de la plantilla de colaboradores participó en la evaluación de desempeño.

## Diversidad e inclusión

GRI 405, 406, 412: 103-1, 103-2, 103-3, 405-1, 406-1

Para nuestra compañía, la diversidad e inclusión son de vital importancia, pues estamos convencidos de que son elementos que enriquecen profundamente nuestra perspectiva y toma de decisiones. En TV Azteca no toleramos ningún tipo de discriminación y fomentamos, ante todo, el respeto a los derechos humanos y la sana convivencia, así como la igualdad de oportunidades para todos los colaboradores.

Además, con el fin de luchar contra la violencia de género y el acoso sexual, Grupo Salinas tiene la Unidad de Género, que cuenta con un protocolo de atención cuando se presenta algún tipo de incidente de este tipo en nuestros espacios laborales. La Unidad está diseñada desde la perspectiva de género y también se enfoca en la atención y protección de minorías.

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



Entre las principales funciones de la Unidad se encuentran: Dar atención y seguimiento a denuncias presentadas; generar estrategias de comunicación para prevenir conductas de violencia a nivel Grupo Salinas; generar documentos informativos para orientar a colaboradores en temas relacionados a violencia de género, acoso sexual e inclusión; elaboración del informe anual de actividades.

### Principios de la Unidad de Género

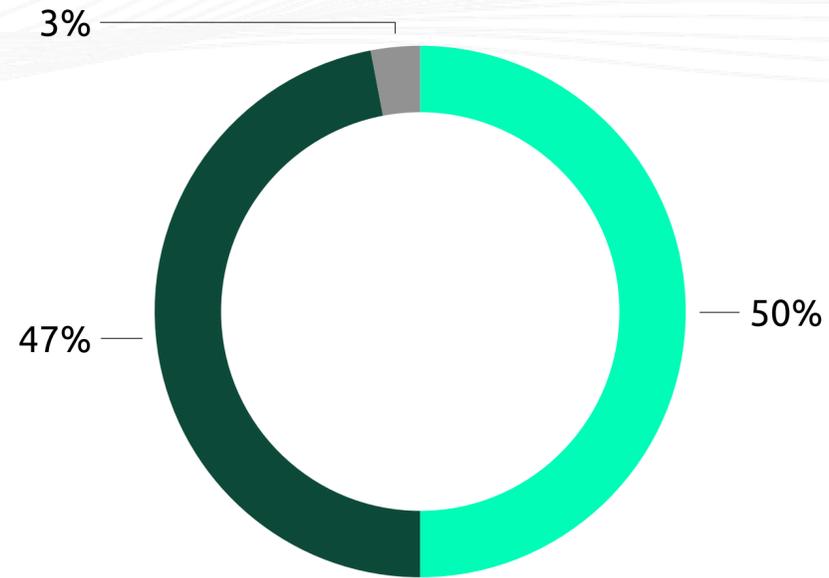


Nos apegamos estrictamente a la legislación aplicable y también a estándares internacionales en materia de derechos humanos y equidad de género. Entre los principales instrumentos normativos aplicables y sobre los cuales se basa el protocolo de actuación de la Unidad de Género se encuentran:

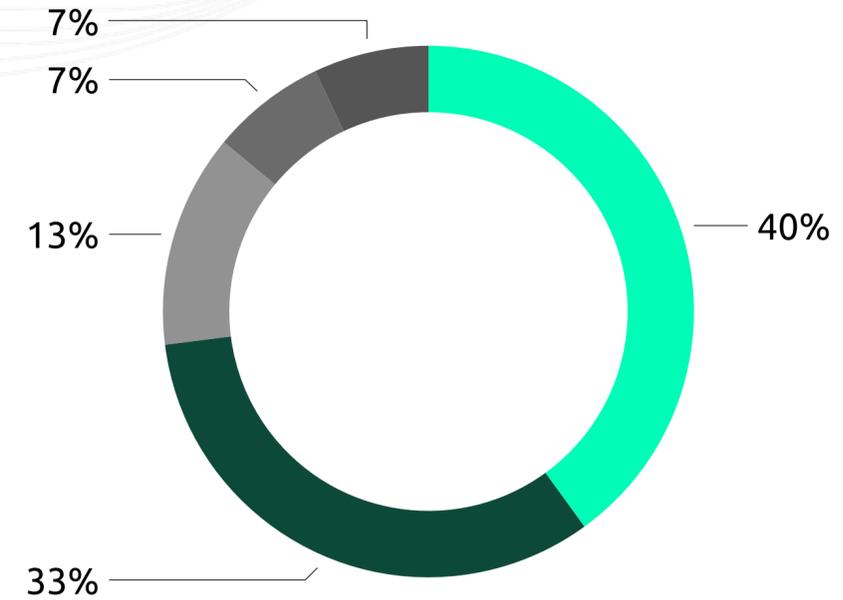
- Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación contra la Mujer
- Convención Interamericana para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia Contra la Mujer “Convención De Belem Do Para”
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
- Ley Federal del Trabajo
- Ley Federal para Prevenir y Eliminar la Discriminación
- Ley General de Acceso de las Mujeres a una Vida Libre de Violencia
- Ley General de Víctimas
- NMX 025 en Igualdad Laboral y No Discriminación
- Norma Oficial Mexicana NOM-035-STPS-2018, Factores de Riesgo Psicosocial en el Trabajo-Identificación, Análisis y Prevención
- Normas y reglamentos internos de Grupo Salinas

32

Quejas presentadas a la Unidad de Género en TV Azteca durante 2021



● No corresponde a la UDG ● Acoso sexual ● Agosto



● Comprobados (6) ● Cierre anticipado (5)  
 ● No comprobados (2) ● Se remitieron (1)  
 ● Abiertos (1)

40% de los casos se comprobaron y se aplicaron las sanciones correspondientes. Únicamente 13% de los casos no fueron comprobados. El porcentaje restante corresponden a casos cerrados anticipadamente, remitidos a otra instancia o que continúan abiertos.

**Nivel de violencia**

Tipo de sanción	Medio	Alto	Total
Baja Laboral		3	3
Acta administrativa	2		2
Bloqueo Instalaciones		1	1
<b>TOTAL</b>			<b>6</b>

- 81%** De las personas señaladas en los casos son hombres
- 19%** De las personas señaladas en los casos son mujeres
- 75%** De los casos de gravedad alta se han sancionado con la baja laboral de la persona señalada.
- 100%** De los casos de gravedad media se han sancionado con actas administrativas.



## Calidad de vida y bienestar

403-3, 403-6

Para TV Azteca, el bienestar y calidad de vida de los colaboradores es muy importante, así como el buen balance de la vida laboral y la vida personal. Por ello, día a día trabajamos para ofrecer los mejores beneficios, programas y alternativas a nuestro equipo. Entre los eventos llevados a cabo en 2021 se encuentran:

Descripción	Beneficiados	Descripción	Beneficiados
<b>Clases fitness</b> de <i>cross training</i> , <i>kick boxing</i> e <i>insanity</i> .	370 beneficiados	<b>Servicio de Dentista Prodentix</b> Se brindan tratamientos dentales a precios especiales dentro de las instalaciones de la compañía.	961 pacientes atendidos
<b>Mini Olimpiadas</b> Dinámicas de competencia en las modalidades de carrera de velocidad y básquetbol.	125 participantes	<b>Mi Fiel Amigo</b> Programa de adopción de mascotas, consejos de cuidado y ventas especiales.	-
<b>Copa Socios TV Azteca</b> Torneo corporativo de fútbol.	335 jugadores y 3 equipos	<b>Semana de la Salud</b> Campaña de prevención, promoción y protección de la salud del colaborador (examen de la vista y venta de armazones, espirometrías, venta de productos sanitizantes, toma de glucosa, triglicéridos y colesterol total, audiometría y lavado de oídos). <ul style="list-style-type: none"> <li>3 semanas ofreciendo 21 servicios</li> <li>15 proveedores con precios especiales</li> <li>13 servicios gratuitos</li> <li>8 servicios con costo y extensivo para familiares</li> </ul>	787 socios atendidos
<b>Torneo de Boliche</b>	20 equipos mixtos con 89 participantes	<b>Medidas de Prevención COVID-19</b> Herramientas de consulta y orientación como la aplicación Salud GS y módulos de aplicación de pruebas.	Todos los colaboradores
<b>Torneo de Básquetbol</b>	6 equipos en categoría varonil	<b>Programa Socio Verde</b> Plan de recolección de residuos en Corporativo y campaña de reciclaje de papel, pilas y electrónicos.	-
<b>Ventas corporativas</b> Venta especial por el Día del Niño Bazar del Día de la Madre Bazar del Día del Padre Venta por el regreso a clases Bazar Navideño	25 proveedores \$1,187,828 pesos en ventas	<b>Noches Tema</b> Dinámica semanal en la que se organiza una convivencia temática (pistolas láser, karaoke, billar, autocinema, etc.).	15-20 colaboradores asistentes por noche
<b>Monstruitos de 10</b> Programa que promueve la participación de hijos de colaboradores con un alto desempeño académico para obtener un kit escolar.	100 socios 84 kits entregados	<b>Fiesta de Fin de Año</b> Celebración en la cual se llevó a cabo la rifa de un automóvil y en la cual se entregaron kits de calendario, tarjetas de regalo y mochila.	4,195 kits entregados
<b>Día del Niño</b> Dinámica a nivel Grupo en la cual se entregan regalos a hijos de colaboradores.	25 premios para socios de TV Azteca	<b>Rifa – Rally Navideño</b> Rally organizado en modalidad presencial o virtual y rifa de una Italika TC-250 y más de 100 premios.	-
<b>Día de las Madres</b> Iniciativa en la que se realiza una rifa y se dan regalos a mamás socias (joyeros y kits de belleza).	450 mamás		
<b>Día del Padre</b> Entrega de regalos mediante un desafío a cumplir para participar en una rifa.	1,300 socios 400 premios		
<b>Día de la Secretaria</b> Se dan regalos a secretarias (kits de difusores de esencias).	112 kits regalados		
<b>Servicio de Farmacia</b> Se realizan ventas de productos a precio especial y existen promociones semanales, mensuales y quincenales.	-		
<b>Tienda Socio TV Azteca</b> Se venden artículos promocionales de la compañía y de Grupo Salinas.	\$214,336 pesos en ventas acumuladas		



## Beneficios y compensaciones

401-2, 401-3, 402-1

Contamos con el apoyo del Despacho de Compensación para asegurar una retribución justa para todos nuestros colaboradores, la cual es determinada mediante encuestas de mercado y estudios de equidad. Entre los beneficios sociales otorgados a los colaboradores se encuentran los siguientes:

Prestación o beneficio	Descripción y a qué tipo de colaboradores aplican
Seguro de vida	A todos los colaboradores
Cobertura por incapacidad e invalidez	Aquellos colaboradores en IMSS (Confianza)
Permiso parental	A todos los colaboradores
Previsión para la jubilación	Aquellos dados de alta en IMSS (Confianza) aquellos que trabajaron antes del 1º de julio de 1997.
Aguinaldo	Aquellos colaboradores en IMSS (Confianza) y Asimilados
Prima Vacacional	Aquellos colaboradores en IMSS (Confianza) y Asimilados
Bono Anual	Únicamente Gerentes y Directores en Confianza
Vales de Despensa	Aquellos colaboradores en IMSS
SGMM	Únicamente Gerentes y Directores en Confianza, Asimilados, Comisionista, Honorario
Check Up	Únicamente Directores
Automóvil	Únicamente Directores
Comedor	A todos los colaboradores, depende de su esquema se hace descuento vía nómina o se paga en efectivo
Transporte Interno	A todos los colaboradores
Descuentos en los Servicios del Grupo	A todos los colaboradores, depende de su esquema se hace descuento vía nómina o se paga en efectivo
Ferías de la Salud	A todos los colaboradores
Servicio de Farmacia	A todos los colaboradores
Enfermería	A todos los colaboradores
Medicina Tradicional China	A todos los colaboradores con costo preferencial
Masaje Relajante	A todos los colaboradores, se presentan una vez a la semana sin costo
Servicio de estética	A todos los colaboradores
Servicio de boleto	A todos los colaboradores
Servicio de tintorería	A todos los colaboradores
Lactario	A todos los colaboradores

**En 2021, 3 mujeres y 8 hombres ejercieron su derecho a baja por maternidad y paternidad; el 100% conservaron su empleo y se reincorporaron una vez finalizado el periodo estipulado.**

De igual forma, tenemos dos esquemas de jubilación:

- Empezar a cotizar antes de 1997 y se otorga una pensión de acuerdo al número de semanas cotizadas (mínimo 500 semanas).
- De acuerdo con la ley actual, se debe contar con un mínimo de 1,250 semanas cotizadas y, de acuerdo al ahorro generado, el IMSS realiza depósitos parciales o un depósito total.

Por otro lado, para TV Azteca es importante el tiempo de sus colaboradores, pues creemos que las relaciones laborales deben estar basadas en el respeto mutuo. Por esto, contamos con un tiempo mínimo de anticipación promedio para informar a colaboradores sobre cambios que impacten en sus actividades, por ejemplo:

- **Bajas:** Dependiendo de la circunstancia o motivo, se notifica el mismo día.
- **Cambio de líderes o jefes directos:** Se avisa con dos semanas de anticipación.
- **Cambio de actividades:** De una a dos semanas de anticipación dependiendo del cambio de funciones.
- **Aumento de sueldo:** Se avisa una vez que se haya autorizado.

Cabe destacar que, debido a la pandemia de COVID-19, continuamos llevando a cabo las medidas necesarias para cuidar la salud y seguridad de nuestros colaboradores mediante acciones como el cambio de reuniones presenciales por reuniones vía remota; mantenimiento de los esquemas de compensación vigentes sin ningún tipo de reducción salarial; comunicación de las medidas de higiene necesarias para evitar contagios.



## La salud y seguridad son primero

GRI 403: 103-1, 103-2, 103-3

403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-9, 403-10

**Reiteramos nuestro compromiso con la salud y seguridad de nuestro equipo. Brindamos apoyo, acompañamiento y orientación a nuestros colaboradores con el fin de promover su bienestar y el de sus familias.**

Las herramientas con las que contamos para gestionar este tema son medios impresos, digitales y campañas. Además, evaluamos mediante encuestas y entrevistas la calidad y áreas de oportunidad de dichos servicios. Para identificar los riesgos o peligros relacionados con el trabajo se llevan a cabo las siguientes acciones:

- Por medio de Protección Civil se verifica que los empleados utilicen el equipo adecuado en las situaciones requeridas.
- Identificar áreas de riesgo y difícil acceso.
- Se detecta, mediante consultas médicas, al personal cuya salud es vulnerable o que esté expuesto a determinados riesgos debido a enfermedades crónicas degenerativas o discapacidades.
- Se detectan áreas de uso común, sus factores de riesgo y las medidas para resolver estos problemas (como señalizaciones).

Garantizamos la calidad de estos procesos a través de la capacitación continua de nuestro personal. Nuestros colaboradores, por otra parte, cuentan con líneas de comunicación para reportar riesgos o peligros relacionados con el trabajo como: el área de Capital Humano, Honestel, Cuéntanos o Seguridad Corporativa. Los pasos a seguir para conocer los incidentes se basan en una primera investigación e interrogatorio del área y personas involucradas en el incidente para analizar lo ocurrido y proporcionar las soluciones necesarias. Asimismo, lanzamos convocatorias para que los colaboradores participen en las Brigadas de Seguridad.

Los servicios de salud con los que cuenta la compañía que ayudan a identificar y eliminar peligros o riesgos son:

- Consultorio médico
- Lactario
- Servicio de nutriólogo
- Salud GS (app de servicios en línea con especialistas médicos y beneficios)
- Servicio de tanatología y psicología
- SPA
- Jornadas de salud dos veces al año dentro de las instalaciones
- Kilotón, reto de salud para bajar de peso
- Campañas continuas de salud que se comunican en diferentes medios internos para prevenir enfermedades como la hipertensión, diabetes, gastritis, COVID-19, etc.
- Jornadas de vacunación contra la influenza, hepatitis o neumococo.
- Detección de COVID-19 mediante pruebas de antígenos y PCR
- Consultorio dental
- Servicio de laboratorio clínico en Corporativo a precios especiales
- Farmacia con productos de higiene y medicamentos a precios accesibles
- Paquete de compensaciones con IMSS o Seguro de Gastos Médicos Mayores según el esquema de contratación

Nos aseguramos de la calidad de este tipo de servicios mediante la evaluación de las mejores opciones de proveedores tomando en cuenta el precio, calidad y servicio. También nos asesoramos con expertos en la materia y colaboramos en el sector salud público y privado.

**Impartimos 2 veces al año cursos de primeros auxilios, contra incendios y del buen actuar en caso de sismos.**

Las áreas de TV Azteca involucradas en la gestión de la salud y seguridad ocupacional son Seguridad Corporativa, Mantenimiento e Inmuebles, Bienestar, Servicio Médico, Protección Civil y, principalmente, Capital Humano. Estas llevan reuniones de manera esporádica para discutir los temas necesarios.

Algunos de nuestros indicadores en materia de salud y seguridad ocupacional se enumeran a continuación.

Número de víctimas mortales como resultado de enfermedades relacionadas con el trabajo	0
Número de casos confirmados de enfermedades profesionales presentados en 2021	162
Principales tipos de enfermedades profesionales	- Lesiones del túnel carpían - Dorsalgias - Contracturas musculares - Colitis tensional - Ansiedad - Ojos secos
Tasa de absentismo	2.30

Como sabemos, los riesgos por enfermedad causada por el coronavirus siguen estando latentes, por lo que llevamos a cabo acciones concretas para prevenir contagios:

- Trabajo remoto
- Restricción en el uso de áreas comunes
- Se proporcionaron caretas y cubrebocas a colaboradores
- Toma de temperatura al ingreso de las instalaciones
- Valoración médica de casos sospechosos
- Aislamiento de pacientes sospechosos y confirmados
- Aplicación de pruebas de antígenos y PCR
- Difusión de información oportuna y verídica
- Apoyo psicológico
- Sanitización en áreas de uso común
- Seguimiento de la salud de los pacientes positivos
- Difusión y apoyo para que los colaboradores se vacunen
- Apoyo psicológico

## Clima laboral

Uno de nuestros grandes propósitos en cuestión de talento y recursos humanos es brindar a todas las personas que trabajan con nosotros un buen clima laboral y un entorno seguro en el cual desempeñarse profesionalmente. Para esto, llevamos a cabo diversas acciones que fomentan el respeto, el trabajo en equipo, el reconocimiento y la cordialidad entre los colaboradores, por ejemplo:

- Reconocimiento de trayectoria: Evento realizado para reconocer a 122 socios de TV Azteca que cumplen 20 años en la compañía. Se entrega una llave de bronce y un diploma y se cuenta con la presencia del Vicepresidente del Consejo de Administración de Grupo Salinas.
- Aniversario laboral: Se envían correos electrónicos a los socios de TV Azteca, y sus jefes directos, que cumplen un año de trabajar en la empresa.
- Felicitaciones de cumpleaños: Se felicita a los colaboradores el día de su cumpleaños a través de varios medios corporativos como correos electrónicos, portal corporativo, videos, y se les hace un regalo.

**La antigüedad promedio de nuestros colaboradores en la compañía es de 7.2 años**

Consideramos relevante fomentar la horizontalidad en nuestros equipos de trabajo e impulsar la diversidad de opiniones, el trabajo conjunto y el diálogo continuo. Por ello, capacitamos y certificamos a líderes que son más que "jefes", son Formadores de Equipos. Profesionales altamente calificados y que toman en cuenta los talentos, habilidades y retos de cada colaborador para formar un equipo diverso, incluyente y productivo. En 2021 se certificó a 123 personas, de las cuales 81 tienen personal a su cargo.

Medimos el compromiso de los colaboradores con TV Azteca a través de la aplicación de una encuesta de satisfacción o Índice de Promotores Netos. En 2021, registramos que 57.6% de los colaboradores encuestados estuvieron satisfechos con la compañía y son promotores de la misma.

	Participantes	Promotores	Pasivos	Detractores	IPN
2020	1,528	1,008	381	139	56.87%
2021	2,086	1,203	505	378	39.56%

	IPN 2019	IPN 2020	IPN 2021
TV Azteca	9,817	1,528	2,086



# Fundación Azteca

GRI 413: 101-1, 103-2, 103-3

203-1, 413-1

[www.fundacionazteca.org](http://www.fundacionazteca.org)

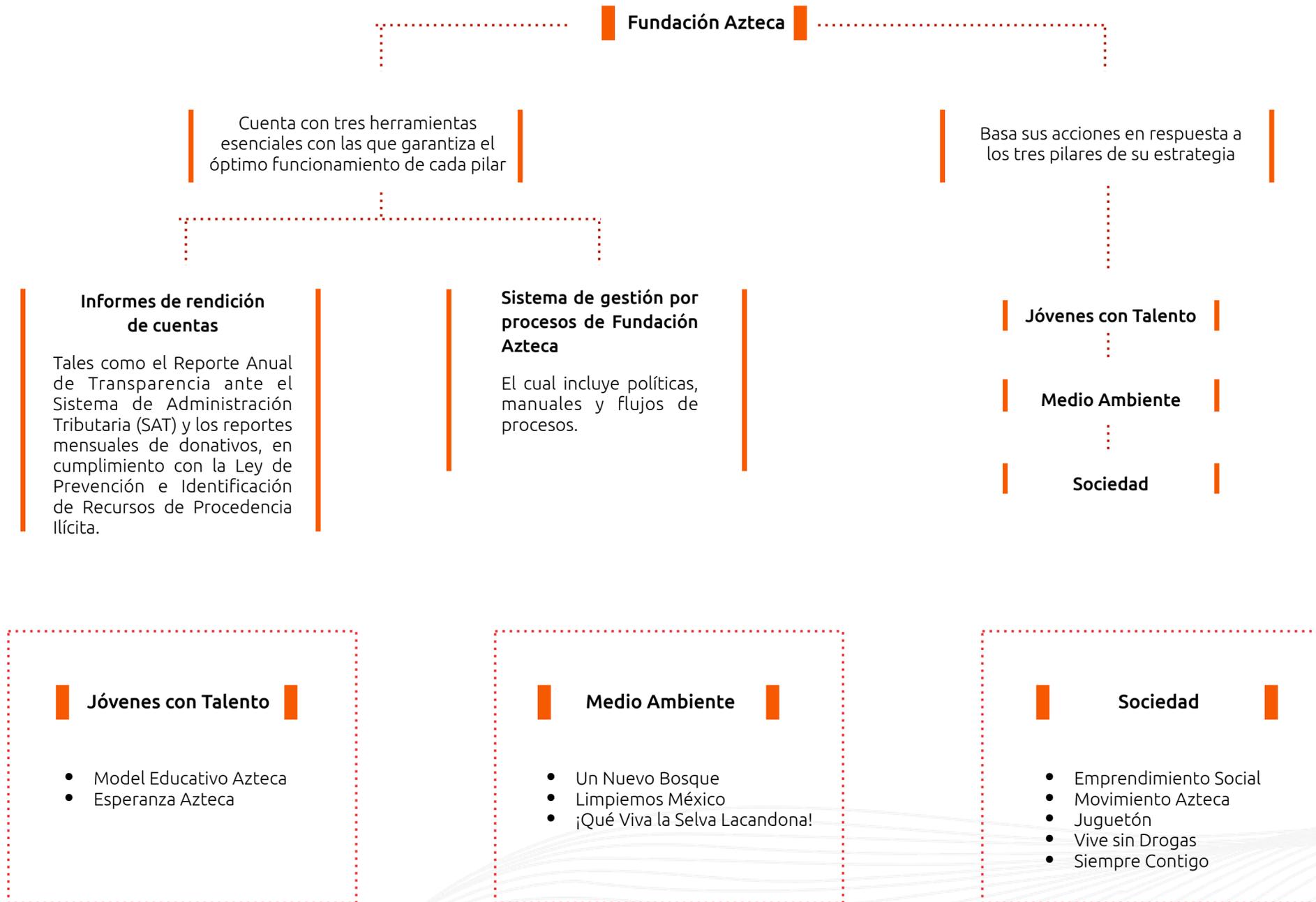
Facebook: FundaciónAzteca

Instagram: fundacionazteca

Twitter: @FundacionAzteca

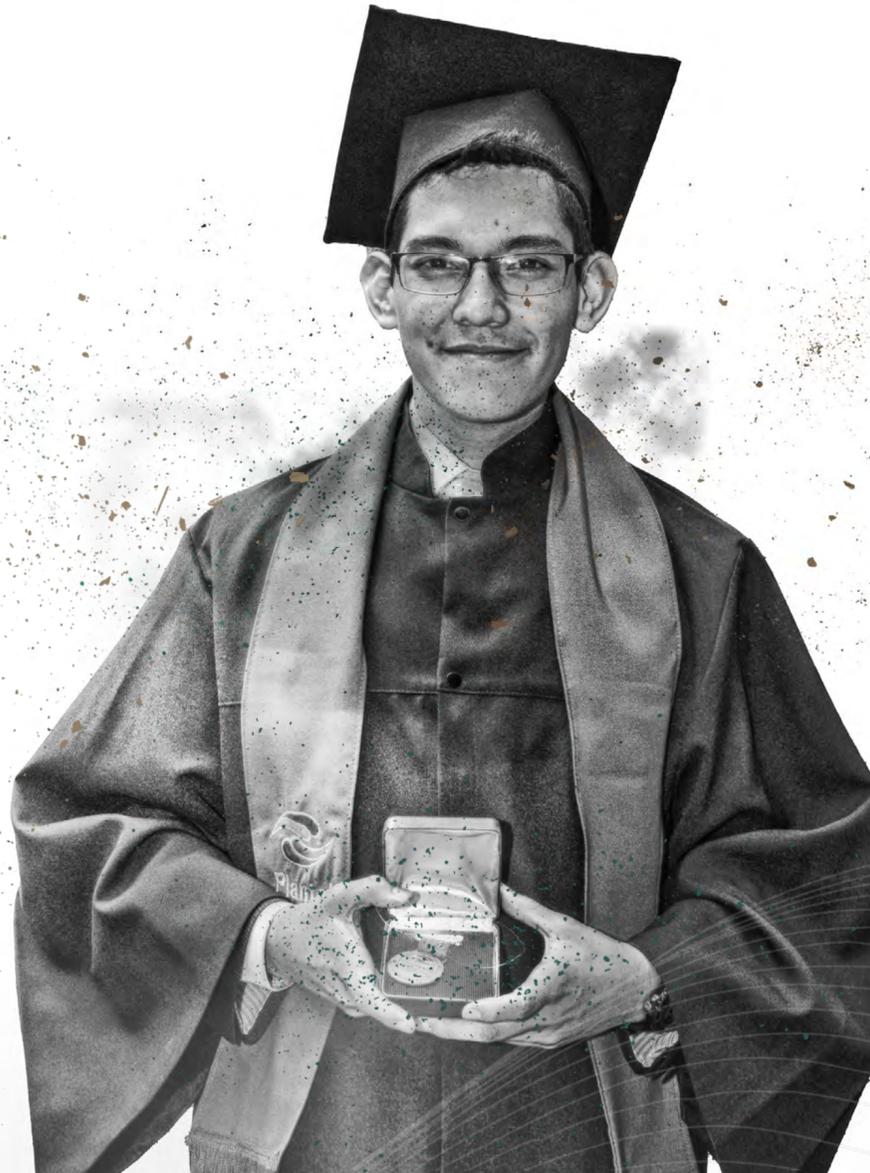
Fundación Azteca es el principal brazo social de Grupo Salinas que, desde hace 20 años y mediante programas de gran alcance e impacto y numerosas alianzas en los sectores público y privado, contribuye al desarrollo social, ambiental y educativo del país. Esta organización lleva a cabo todas las acciones de responsabilidad social de Grupo Salinas. Su objetivo es mejorar las condiciones de vida de las comunidades en las que tiene presencia y contribuir al desarrollo de México.

# Modelo de Fundación Azteca



## Jóvenes con Talento

Este pilar brinda las herramientas y habilidades para la formación de futuros líderes. Lo integran programas educativos para potenciar el talento, promover la cultura del mérito y la libertad



### Modelo Educativo Azteca

Promueve la consciencia social a través del impulso de la curiosidad y el pensamiento crítico, lo que permite a los estudiantes innovar para crear soluciones a las necesidades de nuestra sociedad. Nos mantenemos actualizados con el objetivo de ofrecer las mejores herramientas en materia educativa. Esto siempre en el marco de la libertad, estado de derecho, cultura del mérito y trabajo en equipo.

Nuestro Modelo identifica y potencia el talento mediante los siguientes seis componentes:

- **Habilidades para la vida:** Desarrollo de habilidades sociales y emocionales de los estudiantes con talleres dirigidos a alumnos, profesores y padres.
- **Ambientes digitales:** Implementación y uso de tecnología en las actividades de enseñanza y aprendizaje.
- **Mejora de los programas académicos:** Fortalecimiento del contenido del programa de educación nacional, por ejemplo: el inglés como segunda lengua, simulación del sistema de la Organización de las Naciones Unidas, robótica, ofimática, arte y lectura.
- **Comunidad Educativa Azteca:** Mentorías, prácticas profesionales, admisión y becas de universidades; seguimiento de egresados y apoyo en el mercado laboral; relación con la comunidad fomentando la empatía, responsabilidad social y vinculación empresarial.
- **Libertad, innovación y emprendimiento** como base del desarrollo económico.
- **Personalización de la educación:** Capacitación continua a profesores para la mejora de la enseñanza y la identificación de las fortalezas e intereses de cada uno de los alumnos.

El Modelo Educativo Azteca se implementó a nivel secundaria y preparatoria en un plantel privado de la Ciudad de México hace 23 años. Este primer plantel ha graduado a 13 mil estudiantes, los cuales tuvieron la oportunidad de continuar sus estudios profesionales en las mejores universidades del país. En 2017 nos expandimos a lo largo de la República Mexicana.

Hoy, después de cinco años, nuestro Modelo Educativo se implementa en 9 planteles y alberga a los estudiantes más talentosos y comprometidos. Asimismo, proveemos capacitación constante al equipo docente de cada uno de nuestros planteles para garantizar el máximo aprovechamiento académico.



2,784

Estudiantes inscritos en el ciclo escolar 2021-2022; 63% de secundaria y 37% de preparatoria

189

Estudiantes graduados en julio de 2021, de los cuales 86% continuó sus estudios universitarios en agosto del mismo año.

5

Plantes inaugurados en agosto de 2021, lo que significó el aumento de la matrícula en un 53%

+9K

Jóvenes atendidos en 7 estados del país.

Para poder realizar nuestro trabajo de forma eficiente, requerimos de voluntades. Sabemos que las alianzas multiplican el alcance y hacen posible que podamos beneficiar a más alumnos día con día.

Agradecemos el apoyo de los gobiernos de los estados de: México, Guanajuato, Hidalgo, Puebla, Tlaxcala y Yucatán, quienes contribuyeron con las instalaciones, cuerpo docente de cada plantel estatal y recursos para la implementación de las diversas actividades que componen nuestro programa y que repercuten, no solo en el alumnado, sino en los docentes y padres de familia.

Paralelamente la iniciativa privada también se ha sumado a nuestro trabajo; Grupo Terton, Crossopt México, Yeto Comunicaciones, Prutech Solutions, Soriano-Ariza & Asociados y Sertres del Norte apoyaron el financiamiento de materiales para robótica, así como para la renovación y mantenimiento del equipo tecnológico y las certificaciones de habilidades de los alumnos.

La Fundación Wadhvani impartió talleres, cursos y herramientas digitales para el desarrollo de habilidades gerenciales y de empleabilidad a egresados de preparatoria.

MINU coadyuvó en la mejora del equipamiento tecnológico, así como la implementación de un proyecto de aprendizaje para 350 jóvenes y docentes enfocado en fortalecer temas sociales, cívicos y de desarrollo sostenible.

Por otro lado, en 2021 y con el propósito de involucrar a todo Grupo Salinas, iniciamos el plan de mentorías para nuestros alumnos. Altos directivos de nuestra compañía participaron como mentores de los estudiantes con el objetivo de motivarlos en la construcción de un proyecto de vida personal y profesional ético y con potencial de impacto para la sociedad mexicana.

157 directivos de Grupo Salinas participaron en la primera generación de mentorías para nuestros alumnos, quienes transmitieron su experiencia y conocimiento al 30% de los estudiantes de preparatoria de los planteles Ciudad de México, Puebla, Hidalgo y León. Durante las mentorías se realizaron diversas sesiones virtuales donde trabajaron los temas de autoconocimiento y temperamento, comunicación asertiva y manejo de conflictos, misión y pasión personal, emprendimiento y proyecto de vida.

Estamos muy satisfechos con el éxito que ha tenido esta iniciativa, ya que además de aportar valor profesional, logramos involucrar a Grupo Salinas. Para la segunda generación, aumentó la participación de mentores en un 43%



## Esperanza Azteca

En 2009 creamos este programa cuyo propósito es transformar a la juventud mexicana mediante la música y brindarles herramientas para encontrar su pasión y desarrollar relaciones constructivas en ambientes sanos y creativos. Para ello, Fundación Azteca de Grupo Salinas desarrolló una metodología transformadora a través de la cual se enseña música a niños y jóvenes que no tienen experiencia previa por medio de prácticas grupales impartidas por maestros especialistas en cada instrumento y voz. Así, logramos resultados sorprendentes en corto tiempo y plasmando los aprendizajes en conciertos de gran calidad e impacto, lo anterior bajo un ambiente de aprendizaje colaborativo que genera alto sentido de responsabilidad y pertenencia.

El quehacer práctico colectivo es el eje del desarrollo integral de este modelo de aprendizaje, que propicia el desarrollo de conocimientos, habilidades y actitudes caracterizadas por valores como el trabajo en equipo, la disciplina, la lealtad, la honestidad, la excelencia y el respeto.

Durante los primeros 10 años, el programa logró conformar 62 orquestas estatales y se impactó a más de 30 mil niños en todo el país. Gracias a su gran éxito, en 2019 la Secretaría de Educación Pública convirtió este programa en política pública asumiendo el control de nuestras orquestas.

En 2020, reinventamos el programa a través de tres componentes:

- Sinfónica Azteca: una plataforma de crecimiento profesional para los mejores músicos de nuestro país.
- Instituto Superior de Música Esperanza Azteca (ISMEA): Universidad que brinda la posibilidad de cursar la licenciatura en música de la mano de prestigiados maestros.
- Orquestas y Coros de Niños y Jóvenes

Para realizar este programa, el Gobierno del Estado de Puebla nos otorgó el uso de La Constancia Mexicana en la capital del estado. Este edificio histórico y emblemático ha sido la sede de nuestro instituto desde entonces.

Cabe destacar que, debido a la pandemia, en Sinfónica Azteca tuvimos que impartir las clases de forma virtual, las cuales consistieron en master classes de instrumento, sesiones de dirección coral y de teóricas orquestales.

En el mes de junio, nuestros alumnos se reunieron en La Constancia Mexicana para una residencia artística. Durante la misma, participaron en diversos ensayos con el director de orquesta Paolo Bortolameolli, Director Asociado de la Filarmónica de Los Ángeles y un equipo pedagógico musical de primer nivel conformado por: Jorge Risi, destacado violinista uruguayo; Paul Cortese, violista del Conservatorio del Liceu de Barcelona; Sebastian Aleksandrowicz, principal oboe de la Ópera Nacional de Polonia; Mark Hampson, trombonista de la Mahler Chamber Orchestra; además de maestros del ISMEA. La residencia terminó con dos conciertos presenciales.

La iniciativa privada conservó algunas de nuestras orquestas. Actualmente, el Patronato de Esperanza Azteca en Ciudad Juárez apoya a tres orquestas locales para niños y jóvenes bajo el modelo e instrumentos de Fundación Azteca de Grupo Salinas. Asimismo, y con el apoyo de Audi, en San José Chiapa, Puebla, contamos con una orquesta conformada por 82 estudiantes de diferentes municipios del mismo estado.

También contamos con la valiosa colaboración de la Orquesta de las Américas, una academia de líderes musicales de orquesta sinfónica de 18 a 30 años, que representa a más de 25 países del hemisferio occidental. Ellos nos apoyaron con la selección de los jóvenes músicos que conforman actualmente la Sinfónica Azteca. A través de esta alianza, se generó un proyecto educativo de clases virtuales en las cuales estudiantes del ISMEA e integrantes de la Sinfónica Azteca recibieron tutoriales impartidos por músicos maestros provenientes de las principales instituciones del mundo.

Nuestro trabajo también se vio fortalecido con el apoyo de Armonico Consort, del Reino Unido, uno de los coros y Academias de Dirección Coral más renombrados del mundo, quienes instruyeron a 12 directores corales. Paralelamente, se impartieron diversas clases a los estudiantes de dirección coral del ISMEA.

117

**Alumnos inscritos al Instituto Superior de Música Esperanza Azteca durante el primer semestre de 2021.**

327

**Solicitudes para la primera edición de la Sinfónica Azteca, de las cuales solo 70 de las mejores fueron recibidas.**



## Medio Ambiente

En Fundación Azteca trabajamos para cuidar nuestro entorno y concientizar sobre la importancia de esto. Mediante programas de educación trabajamos en preservar el medio ambiente y en extender prácticas de Sustentabilidad.

Además de las reforestaciones, hemos impartido en nuestros planteles y en el Modelo Educativo Azteca talleres de educación y conciencia ambiental. Creemos firmemente que es nuestro deber sensibilizar a la sociedad sobre la importancia del cuidado de nuestros bosques, procurando la integración de la población por medio de la sana convivencia y la colaboración.

### Un Nuevo Bosque

En el año 2000, y con el fin de proteger el medio ambiente, creamos el programa Un Nuevo Bosque en colaboración con la Comisión Nacional Forestal (CONAFOR). Mediante este programa hemos llevado a cabo 650 jornadas de reforestación y concientización en zonas urbanas y periurbanas de México. CONAFOR, además de brindarnos los árboles, da asesoría técnica y selecciona los predios para ser reforestados, supervisa las plantaciones y se asegura de su supervivencia.

A lo largo de 22 años, a nuestras jornadas se han sumado 2 millones de voluntarios y se han reforestado 51 mil hectáreas en los 32 estados del país, equivalente a 30 mil estadios de futbol

16k

De árboles plantados en 1,123 hectáreas de 26 estados de la Republica en 2021

29

Reforestaciones gracias a 4,200 voluntarios





## Limpiemos México

En la misma línea de concientización y sensibilización por el medio ambiente, desde 2003, implementamos un plan de acción a través de Limpiemos México. Con este, nos hemos dado a la tarea de limpiar diversas zonas contaminadas, con lo que hemos logrado recolectar 250 mil toneladas de basura, las cuales —a su vez— han sido recicladas y reutilizadas.

A lo largo de 18 años, se han sumado a nuestras jornadas poco más de 50 millones de voluntarios de la sociedad civil y colaboradores de Grupo Salinas, quienes junto con sus familias han contribuido a un México más limpio en beneficio de nuestra sociedad y el medio ambiente.

9

**Hornadas de limpieza en 9 estados de la República**

30

**Toneladas de residuos recolectados con el apoyo de 2,120 voluntarios**

Como parte del interés por crecer y renovarnos, junto con la industria Mexicana de Coca-Cola, reinventamos nuestro programa Limpiemos México a través de la campaña #MundoSinResiduos, la cual no solo genera conciencia por el reciclaje y la reutilización, sino que, además, crea e impulsa retos ambientales innovadores y creativos en comunidades para promover la economía circular de la zona.

Además de nuestro trabajo de limpieza, entregamos cobijas elaboradas con los envases de PET recuperados y concientizamos a la población sobre la importancia del reciclaje y la reutilización. Cada una de las cobijas entregadas están elaboradas con 56 botellas de plástico recicladas.

**A través del Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de las Familias (DIF) de Puebla, voluntarios de Grupo Salinas y la Organización Civil Ojos de la Sierra se entregaron 500 cobijas hechas con PET; con ello, se beneficiaron 12 comunidades ubicadas en las faldas del volcán Popocatepetl en el estado de Puebla. De igual forma, en Jalisco entregamos de 200 cobijas a la Comunidad Wixárika, ubicada en la sierra norte del estado**

A través de los años, ECOCE ha sido un aliado de nuestro programa Limpiemos México. Durante las jornadas de limpieza de 2021, ECOCE participó en la recolección y separación de residuos. Grupo Bimbo también ha sido un aliado recurrente de Limpiemos México. En 2021, y en apoyo a la organización "Reforestamos México", contribuyó con la entrega de reconocimientos a emprendimientos forestales.



## ¡Qué Viva La Selva Lacandona!

Concurso abierto fundado en 2003 cuyo objetivo es concientizar a niños y jóvenes sobre la importancia de cuidar la naturaleza. Por medio de dibujos y ensayos, los concursantes plasman ideas para la conservación de la Selva Lacandona.

**A lo largo de 19 años, +650 niños y jóvenes de todo el país han vivido la experiencia de conocer la selva Lacandona en compañía de expertos biólogos**

Debido a la pandemia, este programa se suspendió temporalmente y para 2022 lo reinventamos, esta vez solicitamos a los participantes un proyecto ambiental creativo e innovador en beneficio de su comunidad.

## Guardianes ambientales

Desde 2020, y en alianza con diversas organizaciones de la sociedad civil, desarrollamos el proyecto Guardianes Ambientales para la conservación de especies de vida silvestre.

**En 2021, por medio de diversos talleres, jóvenes de la comunidad ejidal Estación Salado en San Luis Potosí se capacitaron en la conservación del Perrito Llanero y el Águila Real. Asimismo, se enlistaron 11 voluntarios de comunidades rurales de San Luis Potosí para las brigadas de monitoreo y tareas de conservación de ambas especies.**

A través del apoyo de Grupo Filoa se impartieron 12 talleres de capacitación sobre ecología, distribución de las especies y técnicas de monitoreo y conservación en el estado de San Luis Potosí. Vida Silvestre A.C, organización reconocida a nivel nacional e internacional, brindó el monitoreo para la conservación de las especies en campo.





## Sociedad

A través de la generación de capacidades, profesionalización del quehacer social y multiplicación de alianzas, en Fundación Azteca fortalecemos el trabajo de las organizaciones civiles y emprendedores sociales para juntos potenciar el beneficio para los mexicanos y tener un mayor alcance.

### Emprendimiento Social

En Fundación Azteca de Grupo Salinas profesionalizamos la labor social de los emprendedores sociales y las organizaciones de la sociedad civil y, con ello, potencializamos la prosperidad incluyente dentro del sector social para ayudar a crear proyectos económicamente viables, multiplicadores y de verdadero alcance y beneficio. Buscamos que los emprendimientos fomenten la sostenibilidad.

En alianza con el Consejo Británico y Banco Azteca desarrollamos el programa Active Citizens: Emprendimiento Social por México, el cual tiene como objetivo impulsar el emprendimiento social para crear soluciones innovadoras a problemas sociales y ambientales y que estas, a su vez, contribuyan a la reactivación económica del país.

**20 proyectos de emprendimiento fueron seleccionados para el taller de facilitadores de Active Citizens. En 2021, se replicaron y transmitieron los conocimientos y habilidades de estos emprendimientos a 606 organizaciones de la sociedad civil.**

Paralelamente, realizamos la Cumbre de Emprendimiento e Innovación Social, la cual congrega a líderes y especialistas en temas de emprendimiento social, organizaciones de la sociedad civil y actores del sector público y privado de renombre, quienes comparten sus conocimientos y experiencias. De igual forma, se reconocen las iniciativas sociales y ambientales más innovadoras y sostenibles, al tiempo que se establecen alianzas multiplicadoras entre todos los participantes.

### En 2021 llevamos a cabo, en formato híbrido, la 3ª Cumbre de Emprendimiento e Innovación Social en el Centro de Innovación, Emprendimiento y Negocios del Gobierno del Estado de Puebla.

Debido a la pandemia no pudimos realizar el evento de forma usual, pero, a pesar de esto, contamos con la participación de 200 asistentes presenciales y alcanzamos a +80,000 personas a través de la transmisión por Facebook Live

Durante el evento, se entregaron los premios del Programa Active Citizens, Emprendimiento Social por México:

- Mejor Proyecto de Emprendimiento Social: Guardianes de Saberes y Sabores.
- Totalplay al mejor Desarrollo Tecnológico en Emprendimiento: Muevetex.
- Totalplay Prosperidad Incluyente: Hacer Común.
- Reforestamos México y Bimbo al mejor Emprendimiento Forestal tres categorías:
  - Ideas, organizaciones que inician con emprendimientos forestales.
  - Fase inicial, emprendimientos que ya cuentan con un producto o servicio.
  - MIPYMES del Bosque, reconocimientos a emprendimientos forestales consolidados.
- Reto de reciclaje y reutilización de residuos "Por un Mundo sin Residuos" del programa Limpiemos México: Sílice, Sacando Espuma y Taller Fotográfico.
- Premio a cuatro ganadores del 2º Reto Fotográfico de Naturaleza "Aves de México Embajadoras de Nuestra Biodiversidad".

A la Cumbre se sumó la Comunidad Mexicana de Fotógrafos de Naturaleza, quienes brindaron la difusión de los retos de fotografía de naturaleza en diversas comunidades. Asimismo, Elektra participó con nosotros con el apoyo a los emprendimientos ambientales Movimiento Raíz e INANA.



## Movimiento Azteca

Concurso abierto fundado en 2003 cuyo objetivo es concientizar a niños y jóvenes sobre la importancia de cuidar la naturaleza. Por medio de dibujos y ensayos, los concursantes plasman ideas para la conservación de la Selva Lacandona.

Durante 20 años, por medio de Movimiento Azteca, hemos hecho un llamado a la sociedad para unirse por una buena causa. En este programa de concientización, damos a conocer las causas y principales resultados de organizaciones que hacen un gran trabajo por México. Creemos que “la unión hace la fuerza” y así lo hemos constatado.

Con el apoyo de TV Azteca, aliados y la gente que confía en nuestro trabajo hemos podido realizar 115 Movimientos que, además, han logrado recaudar apoyo para beneficiar a diversas organizaciones de la sociedad civil. También damos a conocer su trabajo social, logrando con ello que más personas se sumen a la causa. “A México lo construimos todos”, este es el corazón de este programa

En 2021, con el objeto de generar conciencia, inspirar cambios y destinar recursos para asegurar el futuro de nuestros bosques, impulsando las capacidades y el talento de diversas comunidades, se realizó el Movimiento Azteca 113 a favor de “Reforestamos México”.

**Con este Movimiento se apoyó a 18 emprendimientos forestales y la plantación de 335,267 árboles en ocho estados del país.**

El Movimiento Azteca 114 lo realizamos en colaboración con Fundación IMSS con el objetivo de concientizar y recaudar fondos para la adquisición de sillas-cama que permiten el descanso digno a quienes acompañan a sus pacientes hospitalizados. Con lo recaudado, se compraron 1,678 sillas-cama.

**Desde 2014 hemos participado con esta causa; a lo largo de siete años, hemos instalado 23 mil sillas-cama, beneficiando a más de 25 millones de personas acompañantes de enfermos.**

**En participación conjunta con la Cruz Roja Mexicana, llevamos a cabo el Movimiento Azteca 115 mediante el cual se realizó la adquisición de 41 ambulancias de primer nivel, las cuales permiten salvaguardar la salud y la vida de los mexicanos.**

Los tres Movimientos Azteca que pudimos realizar a lo largo del 2021, contaron con el apoyo invaluable de Grupo Bimbo, Fundación IMSS, Afore XXI Banorte, Cruz Roja Mexicana y Totalplay.

## Juguetón

Este programa nació en 1995 con la intención de sensibilizar a la sociedad, instituciones y empresas sobre la importancia de construir una comunidad solidaria. A lo largo de 27 años, Juguetón ha regalado 258 millones de juguetes a niños de todo el país en situación de vulnerabilidad el Día de Reyes.

**En 2021, se entregaron juguetes a 464 escuelas, internados, casas hogar, comunidades indígenas, hospitales, guarderías, comedores comunitarios, cárceles, albergues y refugios de día. Participaron 497 empresas y aliados estratégicos que han sumado esfuerzos para la donación de juguetes, distribución y entrega.**

Contamos con el apoyo de Grupo Salinas, Marina Armada de México, Secretaría de la Defensa Nacional, Secretaría de Seguridad Pública y la Procuraduría General Judicial de la Ciudad de México. Paralelamente, la Lotería Nacional imprimió 60 mil cachitos del Sorteo a favor del Juguetón.

## Vive Sin Drogas

Vive sin Drogas es una campaña emblemática de Fundación Azteca de Grupo Salinas que busca educar y promover una vida sana y libre de adicciones. Desde 1998, llevamos un mensaje sobre las consecuencias del uso y abuso del alcohol y otras sustancias, trastornos alimenticios y violencia en todos sus géneros.

La difusión de nuestra campaña se realiza por medio de:

- Cápsulas y reportajes en televisión
- Posts y videos en redes sociales
- Eventos
- Imágenes y posters en pantallas publicitarias

Hoy, Vive Sin Drogas ha impactado directamente a 790 mil personas, a través de 590 campañas de comunicación.

11

Eventos presenciales y 24 transmitidos virtualmente en nuestras redes sociales con 66 mil asistentes

+5.4M

Visualizaciones de las campañas.

45 M

Millones de personas fueron alcanzadas mediante las pantallas publicitarias.

Vive Sin Drogas es la campaña más importante de prevención y concientización sobre el uso y abuso de drogas y otras sustancias. Para la campaña 2021, la organización Editorial Mexicana nos brindó difusión en pantallas espectaculares en todo el país. Asimismo, Mercadeo 3 otorgó presencia en espectaculares y banners en centros comerciales.

Vive Sin Drogas también contó con la difusión de Teleurban en el transporte público de la Ciudad de México, Estado de México, Puebla, Guadalajara y Cancún.

## Siempre Contigo

Siempre Contigo es un programa de Grupo Salinas y Fundación Azteca que surgió con la intención de apoyar a las comunidades más afectadas por la pandemia de COVID-19. Con el tiempo, decidimos ampliar nuestro programa para brindar apoyo más allá de la contingencia sanitaria. Así, Siempre Contigo ya es un programa permanente y por medio del cual podemos ser parte de la mejora de vida de quien más lo necesita.

Durante las inundaciones que afectaron el estado de Tabasco, Siempre Contigo colaboró con la Fundación Caninos 911 y en la Ciudad de México con la organización Milagros Caninos.

A través de las organizaciones Reinserta, Juventud Luz y Esperanza y Casa Hogar Elder, se entregaron 13,371 prendas de vestir a personas en situación vulnerable y se otorgaron tres becas para preparatoria a través de Fundación Becar.

De igual forma, en materia educativa se apoyó con equipo de cómputo al proyecto de promoción de la lectura itinerante La Combiteca, implementado en el estado de Chiapas. Apoyamos en conjunto con Fundación "Apadrina una Escuela" en la Ciudad de Monterrey, Nuevo León, la rehabilitación de dos escuelas primarias.

Particularmente Ninfa Salinas Sada, como cabeza de este programa, otorgó diversos apoyos entre los que destacan: operación quirúrgica para extirpar un tumor a un joven adolescente de Tijuana; dos trasplantes de riñón; cuatro operaciones a niños para poder recuperar la vista; adquisición de equipos auditivos para dos niñas pequeñas de la Ciudad de Mérida; apoyo para el tratamiento de un paciente con cáncer; un trasplante de corazón; y diversos estudios de encefalogramas.



**+\$38.3**

**Millones de pesos  
invertidos en el programa**

## A Quien Corresponda

Único programa social de la televisión mexicana que durante 31 años de transmisiones ininterrumpidas ha extendido y atendido las inquietudes del público en general. Funciona como un furo de expresión para las familias mexicanas y su objetivo es ayudar, orientar e informar a la sociedad mediante la investigación, exposición, seguimiento y resolución de casos. Siempre apegado a los Objetivos de Desarrollo Sostenible, A Quien Corresponda busca un futuro estable enfocado en tres objetivos:

- Pobreza

El programa atiende las deficiencias en las necesidades básicas del público televidente para darles apoyo, tanto en especie, como en el ámbito legal. En 31 años, han sido canalizados más de 1,695,250 casos y se han brindado más de 300,000 asesorías legales. También se les apoya en materia educativa.

- Salud

Este objetivo se atiende por medio de jornadas básicas y entrega de donativos. Al día de hoy, 2,370,000 personas han sido beneficiadas a través de entregas masivas de donativos en especie.

- Calidad de vida

A Quien Corresponda tiene el propósito de orientar al público con el fin de que tengan una calidad de vida digna, tanto a nivel personal, como familiar. La OMS define la calidad de vida como la percepción del individuo sobre su posición en la vida y dentro del contexto cultural y sistema de valores en el que vive.

Como se mencionó, los ejes de acción principales del programa son:

- La atención de denuncias y peticiones
- Procuración de justicia
- Asesoría jurídica
- Donaciones
  - En 2021 fueron atendidos 13,990 casos, se dieron apoyos económicos, se consiguió apoyo para cirugías, donativos de medicamentos y prótesis a quienes lo requerían.
  - Se realizaron jornadas de salud y entregas masivas.
  - Los viernes se dieron citas con instituciones y organizaciones que resolvieron dudas vía telefónica sobre temas médicos.
  - Se reactivaron campañas de entregas especiales como "Día de las Madres" y "Abuelón", que se vieron afectadas durante 2020 por la pandemia.
  - La campaña "Venciendo al COVID" siguió apoyando a quien lo necesitaba y se activó el programa Plan Contra Desastres Naturales, cuyo apoyo consistió en ropa, sueros, productos de sanitización e higiene personal a todas las familias afectadas por las lluvias, inundaciones y deslaves que se vivieron en diferentes regiones del país durante el año.

**Mediante la canalización de casos a las autoridades correspondientes (en 2021 se canalizaron más de 7,500 casos a 200 instancias gubernamentales, instituciones, fundaciones y asociaciones civiles. 16,000 mensajes recibidos por WhatsApp fueron canalizados).**

**El programa trabaja de manera conjunta con diferentes despachos jurídicos que dan atención en casetas, mediante correo electrónico, vía telefónica y en sus despachos. A lo largo de 2021 se brindaron 10,500 asesorías jurídicas vía telefónica y 945 en casetas durante los meses de mayo a noviembre.**

	Productos y/o piezas	Equivalente monetarios
Casos atendidos mediante acuses de entrega	13,990	\$1,801,033.31
Apoyos Económicos	16	\$18,610.00
Cirugías varias	7	\$198,530.00
Medicamentos	115	\$146,314.60
Oficios canalizados	78	\$2,077,973.00
Prótesis	2	\$151,000.00
Día de las Madres	492	\$462,120.00
Abuelón	446	\$1,283,207.90
Venciendo al Covid (Ferrero)	7,001	\$14,099,681.55
Venciendo al Covid (Apoyo Médico)	121,610	\$7,605,046.00
Apoyo damnificados	22,501	\$10,240,568.00
Soporte Médico	257	\$298,829.80

# Protegemos nuestro entorno

Para TV Azteca, el cuidado y preservación del medio ambiente son sumamente importantes, por lo que varios de nuestros programas e iniciativas tienen estos como propósito. Internamente, contamos con el área de Energía y Medio Ambiente, que se asegura de que se cumpla la normativa ambiental y cuya especialidad son temas medioambientales y de eficiencia energética. Esta gestión tiene cuatro pilares fundamentales:

**Energía:** Todas las empresas de Grupo Salinas cumplen con políticas internas de ahorro y eficiencia energética, las cuales, a su vez, cumplen con normas ambientales establecidas en la ley.

**Residuos:** Todas las empresas reciclan residuos, contratan servicios de recolección de basura y residuos peligrosos.

**Agua:** Todas las empresas reciben agua de la red municipal en sus corporativos y oficinas, usan filtros para suministrar agua potable a sus empleados y usan agua tratada para riesgo de áreas verdes, el cual es nocturno.

**Emisiones:** Todas las empresas de grupo que generan más de 25,000 tCO<sub>2</sub>e al año reportan sus emisiones a la SEMARNAT a través de la COA (Cédula Operación Anual).

# Protegemos Nuestro Entorno





## Gestión ambiental

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

Nuestro Sistema de Gestión de Energía (SIGEN) nos permite contar con la información relacionada a los consumos energéticos de las empresas de Grupo Salinas, los cuales son la base para evaluar el desempeño de la compañía en términos ambientales. Las actividades que se llevan a cabo son las siguientes:

- Auditoría de los inmuebles representativos para crear modelos de mitigación ambiental.
- Elaboración del reporte para el Registro Nacional de Emisiones de acuerdo con la Ley General de Cambio Climático.
- Monitoreo mensual de la generación de residuos entregados para reciclaje.
- Auditorías internas de seguimiento.
- Detección de oportunidades de mejora en los parámetros establecidos por la normatividad en términos de infraestructura, salud, protección civil y medio ambiente.

**En cada foro se ahorra 25% en aire acondicionado, hasta 40% de energía —8% solo gracias a las pantallas LED—.**

### Estrategias internas

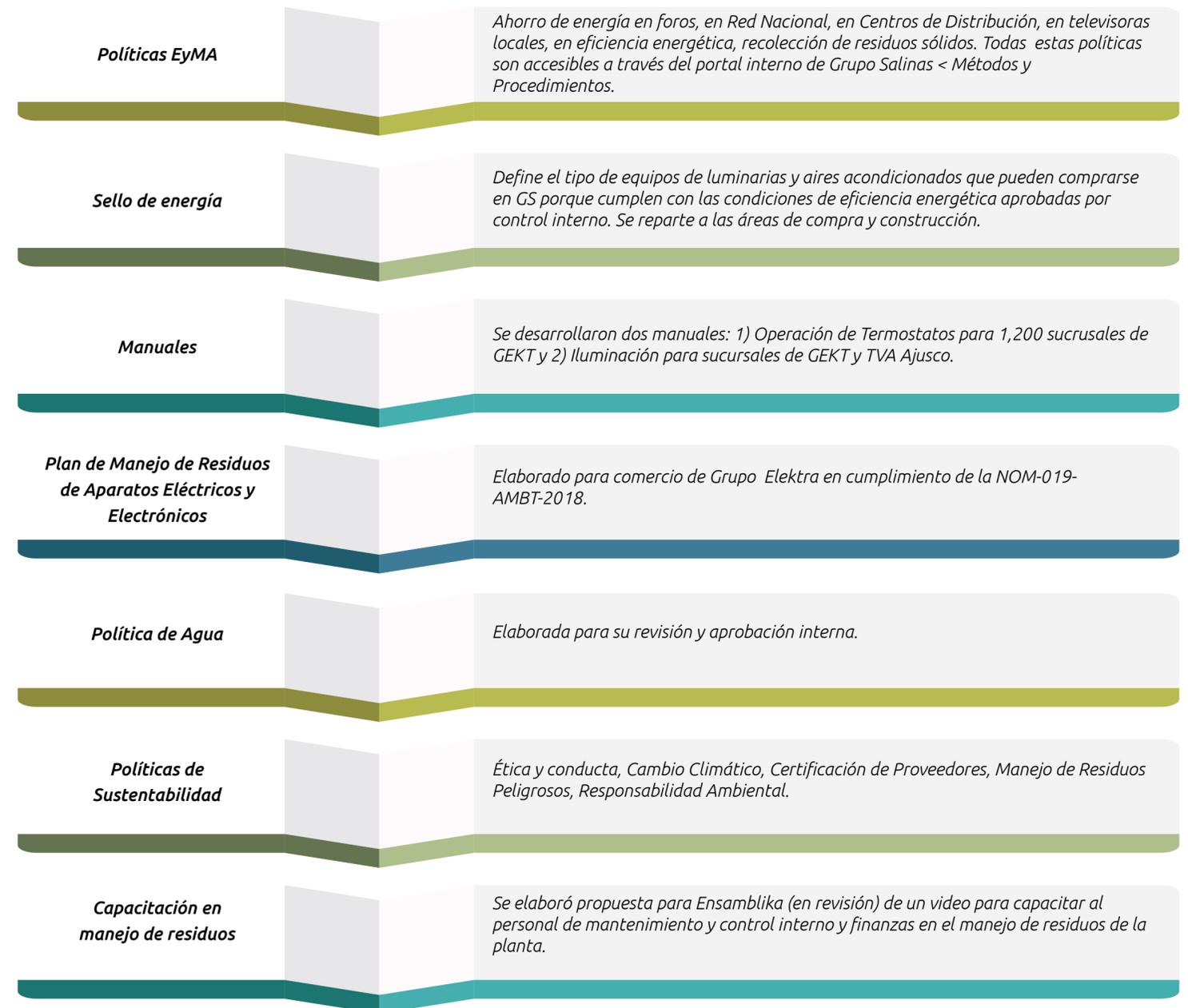
1. **Comunicación y educación ambiental:** Anualmente se generan 24 campañas y 12 infografías que contienen información educativa sobre agua, residuos, energía, emisiones de GEI y cambio climático, las cuales se distribuyen a nivel nacional a través de portales y medios internos, así como en las redes sociales de Familia Socio, con esto se alcanza a más de 40,000 socios anualmente. En 2021 se lanzó una campaña dentro de TV Azteca en todos los medios (portales, pantallas, acrílicos, mailing, comunicado Zeus, tabloide, newsletter) para controlar desperdicio de energía y enfatizar las buenas prácticas (no conectar aparatos ajenos a las actividades del empleado, apagar computadoras al término de la jornada, apagar luces y proyectores de las salas cuando no estén en uso, mantener aires acondicionados a 24° C, etc.).
2. **Capacitaciones de Fundación Azteca:** Recientemente se publicó un curso de medio ambiente en el portal de Recursos Humanos.
3. **Emprendimientos de eficiencia energética:** Continuamente se actualizan equipos de aire acondicionado y luminarias que consumen 29% menos que los equipos tradicionales; se han hecho capacitaciones a nivel nacional para manejo de termostatos con ahorros de \$11.8 MDP y 7.3 GWh; se actualiza continuamente el sello de energía.
4. **Consumo eficiente de agua:** Todo el mobiliario de Grupos Salinas en corporativos y geografía tiene WC y lavabos ahorradores (62% de ahorro comparado con equipos tradicionales). Corporativos cuentan con filtros de agua potable (31% de ahorro con respecto a garrafrones de agua).
5. **Manejo de residuos:** Todos los corporativos tienen un plan de separación de residuos, con lo cual se logró reciclar más de 600 toneladas de materiales (PET, aluminio, cartón, cable, papel, pilas, madera y chatarra). Los Centros de Distribución reciclaron más de 100 toneladas (playo, PET, madera, cartón). De manera general, Grupo Salinas recicló más de 10,000 toneladas en 2021, con ganancias de más de \$12 MDP.
6. **Cumplimiento de normatividad:** Las áreas administrativas y de medio ambiente de Grupo Salinas revisan políticas, licencias y normas, para cumplir con la ley y prevenir sanciones. Actualmente, las empresas mandan informes a la Bolsa Mexicana de Valores y a inversionistas, reportan emisiones de GEI a la SEMARNAT y regulan sus residuos con las secretarías de medio ambiente.
7. **Empresa Socialmente Responsable:** 12 empresas de Grupo Salinas han obtenido distintivos de ESR otorgado por Cemefi, algunas desde hace 6 años, lo cual implica cumplir con regulaciones ambientales.
8. **Programas de Bienestar en corporativos:** A través de estos programas se han recolectado 435 kg de pilas alcalinas en corporativos, más de 100 kg de tapas de plástico para donativos a salud, más de 350 kg de papel para reciclaje y más de 2,500 kg de equipos electrónicos, de los cuales 53% se recuperó para reciclaje.



**Estrategias externas:**

1. **Nuevo Bosque:** Durante 2021 se reforestaron predios en 26 estados, 16,000 árboles, 1,123 hectáreas y 4,200 voluntarios. En general el programa ha funcionado desde hace 19 años y se han plantado 7,118,000 árboles con 2,523,372 voluntarios en 51,123 hectáreas. Mediante esto se han capturado 4,503,220 tCO<sub>2</sub>e, con un valor de mercado de \$152 MDP y se han producido 12,008,586 toneladas de oxígeno.
2. **Limpiemos México:** Durante 2021 se realizaron 9 jornadas de limpieza a nivel nacional, apoyados con 2,120 voluntarios y recolectando 30 toneladas de residuos. El programa inició hace 18 años y ha juntado más de 250,000 toneladas de basura de calles y áreas verdes del país con más de 50 millones de voluntarios.
3. **Selva Lacandona:** Es un programa de concientización de la importancia de las selvas mexicanas que inició hace 11 años y ha logrado que 650 personas sean instruidas en el tema por biólogos expertos.
4. **Guardianes Ambientales:** Es un proyecto creado en 2020 para impulsar la conservación de especies de vida silvestre junto con Vida Silvestre A.C. En 2021 se impartieron 12 talleres de ecología, distribución de especies y técnicas de monitoreo y conservación en SLP, logrando involucrar a 11 voluntarios para monitoreo de especies a largo plazo.
5. **Premio Iberoamericano al Liderazgo Social:** En 2021, la OEI (Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura) y el Centro Ricardo B. Salinas Pliego reconocieron el mérito y los liderazgos sociales locales y nacionales de jóvenes latinoamericanos para inspirar a la sociedad. Se reconocieron más de 18 proyectos de índole ambiental, incluyendo educación ambiental, limpieza de zonas urbanas y rurales, reciclaje de residuos, tratamiento de agua y captación pluvial.

Entre las herramientas con las que cuenta el Área de Energía y Medio Ambiente para elaborar sus programas e iniciativas se encuentran:



**Logros en materia ambiental 2021**

1. TV Azteca realizó una campaña de reducción de consumo de papel que resultó en los siguientes ahorros (agua evitada por fabricación de papel y emisiones de CO<sub>2</sub> evitadas):

	2020	2021	Ahorro
Papel comprado (ton)	11.18	8.15	3.03
Agua virtual (m3)	23,905.18	17,433.04	6,472.14
tCO <sub>2</sub> e	102.79	74.96	27.83

2. TV Azteca disminuyó su consumo de energía eléctrica no renovable (2.4 GWh menos que en 2020) y aumentó la energía renovable (2.4 GWh más que en 2020) y, por lo tanto, generó ahorros (\$ 3,770,369) respecto al año anterior:

Energía eléctrica	Años				
	2017	2018	2019	2020	2021
Importe total (MXN)	\$121,906,121	\$139,774,085	\$152,135,327	\$134,383,511	\$130,613,142
No Renovable (GWh)	45.8	51.3	47.6	32.9	30.5
Renovable (GWh)	17.7	13.5	17.8	31.1	30.5

3. TV Azteca disminuyó su consumo de agua en un 10.5 % respecto a 2020.

	2017	2018	2019	2020	2021
m <sup>3</sup>	73,408	186,574	89,414	59,690	53,425

Con el fin de identificar y mitigar los riesgos medio ambientales, TV Azteca cuenta con un área de Protección Civil con programas para contingencias ambientales que incluye verificación de equipos y capacitación de personal y voluntarios. En 2021 se contó con un presupuesto de \$18,483,060 de pesos, de los cuales \$7,941,099 fueron destinados a recarga y mantenimiento de extintores, el resto fue para gastos administrativos del departamento que incluye también el pago a proveedores para cursos de capacitación, salarios, amortización de vehículos, papelería, etc.

Los corporativos, además, cuenta con un sistema contra incendios y protocolos de evacuación de edificios, así como gabinetes de bomberos que se revisan semanalmente, así como botes de arena en sótanos y estacionamientos para prevención de incendios. Se cuenta también con plantas de emergencia para reactivar el servicio eléctrico en caso de falla. Se cuenta con cisternas para almacenamiento de agua con revisión y lavado anual, bodegas de residuos peligrosos, pararrayos validado anualmente por el proveedor, verificación de tanques de gas y diésel cada 5 años y tierras físicas con revisión anual. También fumigación mensual.





# Energía

GRI 302: 103-1, 103-2, 103-3, 302-1, 302-4

TV Azteca se encuentra sujeta a normas que garantizan el uso adecuado de este recurso, así como el ahorro de energía. El cumplimiento de las siguientes normas garantiza 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-025-STPS-2008 – condiciones de iluminación para centros de trabajo
- NMX-AA-164-SCFI-2013 – criterios ambientales mínimos para edificaciones sustentables
- Registro Nacional de Emisiones / Ley General de Cambio Climático – reporte anual de niveles de emisiones de CO<sub>2</sub> y GEI, principalmente debido a que la mayor parte de dichas emisiones son derivadas del consumo de energía requerido para la operación de la televisora.

30.4 GWh de energía no renovable consumidos en 2021; 7.5% menos que el año anterior.

32.4 GWh de energía renovable consumida en 2021 por TV Azteca; 4.3% más que en 2020.

+\$130 millones 600 mil pesos destinados al consumo de energía de este año.

## Consumo de combustible

Fuentes renovables

Fuentes no renovables

En 2021, TV Azteca redujo su consumo de gasolina (3,615 l) y diésel (3,975 l) y, aunque aumentó su consumo de gas licuado (17,147 l), disminuyó 42% sus emisiones totales de CO<sub>2</sub>.

	2020	2021	Diferencia
Gasolina	471,502.00	467,887.00	3,615.00
Diésel	39,073.00	35,098.00	3,975.00
Gas LP	2,851.00	19,998.00	-17,147.00

29% de ahorro energético con la implementación de aire acondicionado y luminarias más eficientes, en los cuales se invirtieron +\$321 millones de pesos

+11 GWh de energía eléctrica ahorrados y 5,000 tCO<sub>2</sub>eq no generadas gracias a la capacitación sobre manejo de termostatos en +1,200 puntos de venta.

52% de la energía utilizada por TV Azteca en 2021 es renovable (32.4 GWh más respecto a 2020)

120 GWh más de energía renovable utilizada en las empresas de Grupo Salinas, lo cual evitó la generación de 51,000 tCO<sub>2</sub>eq.

# Emisiones

GRI 305\_ 103-1, 103-2, 103-3, 305-1, 305-2, 305-5

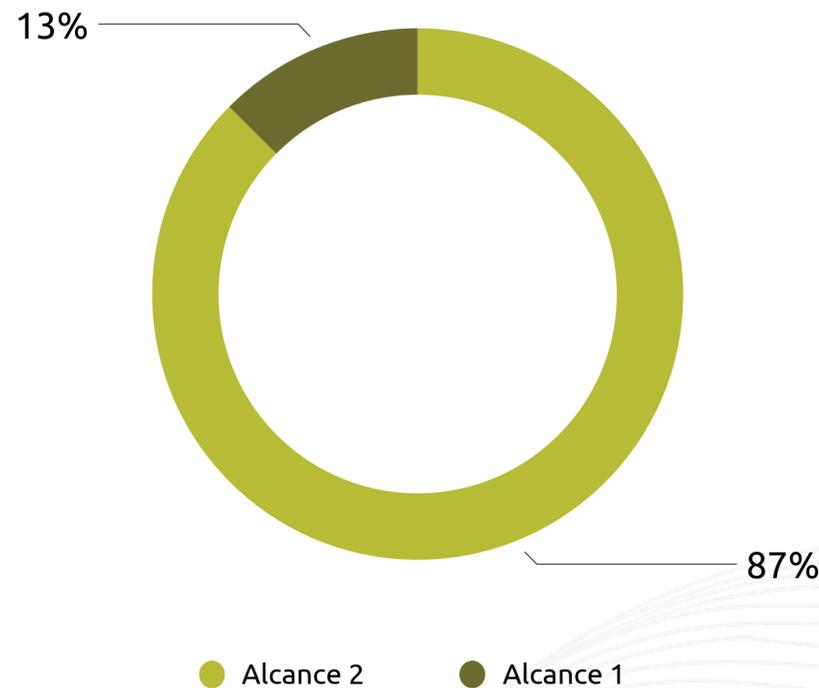
A lo largo del tiempo hemos implementado diferentes iniciativas para la reducción de gases de efecto invernadero (GEI) como:

- Uso de tecnologías de iluminación LED y aire acondicionado que favorecen la optimización de consumo, ecoeficiencia energética y reducción de emisiones.
- Uso de gases refrigerantes ecológicos de tipo R407, R410A y R507 para el aire acondicionado, los cuales no afectan la capa de ozono.
- Mitigación de GEI mediante campañas como Un Nuevo Bosque.

Nota:

- Los gases incluidos en el cálculo son CO<sub>2</sub>, CH<sub>4</sub>, N<sub>2</sub>O, HFC.
  - Sólo se reportan PFC (incluido el SF<sub>6</sub>) en caso de generarse por fugas en subestaciones eléctricas.
- Los cálculos de emisiones de GEI provienen de los consumos de combustibles, energía eléctrica, recarga de extintores de CO<sub>2</sub> y gases refrigerantes 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 más información consulte <https://www.gob.mx/semarnat/acciones-y-programas/registro-nacional-de-emisiones-rene>

42% menos emisiones de GEI en 2021 vs. 2020.



19,313.83 tCO<sub>2</sub>e es la estimación anual de la reducción de emisiones de TV Azteca durante 2021.

2021	tCO <sub>2</sub> e evitado
Energías renovables	13,724.66
Residuos	61.53
Agua	74.90
Papel	27.83
Reducciones 2020-2021*	5,425.27

\*Incluye reducción de combustibles, energía eléctrica y CO<sub>2</sub> evitado por reciclaje de residuos.



## Agua

GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 303-1, 303-2, 303-5

Estamos conscientes de la importancia del ahorro de los recursos naturales y, mediante el uso adecuado y campañas de comunicación, buscamos evitar cualquier tipo de desperdicio de agua. El agua que utiliza la compañía es provista por el Sistema de Aguas de la Ciudad de México (SACMEX) para uso en sanitarios, riego, comedores, sistemas de enfriamiento y despachadores / purificadores de agua potable en pisos. Cada mes se hacen pruebas de limpieza en las cisternas para monitorear la calidad del agua en un laboratorio certificado.

En 2021 se realizaron 4 campañas sobre el cuidado del agua en portales de todas las empresas de Grupo Salinas. A lo largo del año se publicaron 24 campañas de educación ambiental en los portales de todas las empresas y 12 infografías en redes sociales de Familia Socios. Por otro lado, 18 corporativos han instalado filtros de agua para consumo humano que ahorran 31% del costo respecto a garrafones.

La Torre Grupo Salinas recicla unos 10 m<sup>3</sup> diarios de agua residual con un ahorro aproximado de 2,600 m<sup>3</sup> al año. Además, Montes Urales 450 y la Torre captan alrededor de 330 m<sup>3</sup> de agua al año. En cuanto a saneamiento por reforestación, se calcula que gracias a Nuevo Bosque y la plantación de 7,118,000 árboles desde 2002, hemos contribuido con la captación de 84,275,235 m<sup>3</sup> de agua pluvial.

Paralelamente, los proyectos *paperless* de Grupos Salinas ahorraron más de 1.2 millones de m<sup>3</sup> de agua al evitar la producción de 580 toneladas de papel. TV Azteca dejó de utilizar 3.03 toneladas de papel, lo cual evitó el uso de 6,472 m<sup>3</sup> de agua.

**59,025 m<sup>3</sup> de agua consumidos por TV Azteca en 2021.**

El consumo de agua en corporativos se contabiliza a partir de las lecturas de los recibos de agua y 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 —1 a 5 cubetas diarias de 16 litros cada una—, así como el uso de duchas en estaciones de Red Nacional, los 365 días del año.

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-CONAGUA-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 garrafones; 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.



## Biodiversidad

GRI 304: 103-1, 103-2

Como se ha mencionado a lo largo del informe, TV Azteca lleva a cabo diversas acciones a favor de la preservación del medio ambiente, entre ellas, la conservación de la biodiversidad. Con Limpiemos Nuestro México y Un Nuevo Bosque impulsamos, mediante la reforestación y restauración del entorno, el cuidado de las especies endémicas. Por otro lado, el programa ¡Qué Viva La Selva Lacandona! apoya actividades ecoturísticas y proyectos sustentables como El Canto de la Selva, Campamento Tamandúa, Selvaje, Casa del Morpho y el Restaurante Bellavista. Estos apoyan indirectamente la protección de especies de flora y fauna.

**Nuestros proyectos paperless evitan la tala de 53 mil árboles, lo cual contribuye a la conservación de la flora y fauna.**

## Residuos

GRI 306: 103-1, 103-2, 103-3, 306-1, 306-2, 306-3

Para la compañía, el correcto manejo de residuos es una parte fundamental de nuestra gestión ambiental. Entre los lineamientos que seguimos en la materia se encuentran:

### Leyes federales:

- Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente

### Leyes locales:

- Ley General para la Prevención y Gestión Integral de Residuos
- Ley Federal de Responsabilidad Ambiental
- Ley de Residuos Sólidos del Distrito Federal
- Reglamento de la Ley de Residuos Sólidos del Distrito Federal
- Ley Ambiental de Protección a la Tierra en el Distrito Federal

### Normas:

- **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 deberá realizar la separación, clasificación, recolección selectiva y almacenamiento de los residuos del Distrito Federal.
- **NOM-083-SEMARNAT:** Protección ambiental-especificaciones para la selección del sitio, diseño, construcción, operación, monitoreo, clausura y obras complementarias de un sitio de disposición final de Residuos Sólidos Urbanos y de Manejo Especial.
- **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.
- **NOM-058-SEMARNAT-1993:** Requisitos para la operación de un confinamiento controlado de residuos peligrosos.
- **NADF-012-AMBT-2015:** Condiciones y especificaciones técnicas para el manejo integral de grasas y aceites de origen animal y/o vegetal residuales en la CDMX.
- **NOTA:** Los recolectores de residuos en CDMX adicionalmente deben cumplir con las siguientes regulatorias: Registro y Autorización de establecimientos mercantiles y de servicios para el Manejo Integral de Residuos sólidos urbanos y de manejo especial que operen y transiten en la CDMX (permiso RAMIR, SEDEMA), NADF-024-AMBT-2013, NOM-083-SEMARNAT-2003, NOM-161-SEMARNAT-2011, NADF-007-RNAT-2013, NADF-012-AMBT-2015, NADF-020-AMBT-2011, NADF-024-AMBT-2013.
- **NADF-012-AMBT-2015:** establece las condiciones y especificaciones técnicas para el manejo integral de grasas y aceites de origen animal y/o vegetal residuales en el territorio de la ciudad de México.



**2,604 toneladas de residuos generados por TV Azteca en 2021, de las cuales 648.8 fueron recicladas, usadas o vendidas —esto equivale a la no-generación de 1,875 tCO<sub>2</sub>e.**

**3.03 menos toneladas de consumo de papel en 2021 vs. 2020, lo que evitó la generación de 27.8 tCO<sub>2</sub>e.**

Las iniciativas que seguimos para la gestión integral de residuos y los principales resultados de 2021 son los siguientes:

**Corporativo:**

Contamos con políticas internas para la clasificación de residuos sólidos, así como un programa de separación de residuos en corporativos y campañas de educación ambiental. Las cuatro categorías de residuos que manejamos para el público son: orgánicos, inorgánicos, PET y aluminio. Además, el personal de mantenimiento separa los residuos sólidos urbanos (papel, cartón, aluminio, PET y PEAD), los de manejo especial (chatarra, madera, plástico charol y otros) y los peligrosos (balastras, sólidos y líquidos contaminados). Todos estos residuos son reciclables en su mayoría, excepto los orgánicos e inorgánicos no reciclables.

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 solicitados en las licitaciones de recolección de residuos y limpieza.

**Residuos (kg)**

	TV Azteca
Cartón	10,631
PET	1,061
Aluminio	373
HDPE	23
Archivo mixto	1,963
Cable	0
Periódico	540
Chatarra	23,680
Madera	593,448
Pilas	90

# Sobre este informe

## Principios para la elaboración

Este año, TV Azteca, S.A.B. de C.V. presenta su 10º informe de Sustentabilidad, el cual muestra los resultados de su desempeño económico, social, ambiental y operacional durante el periodo comprendido entre el 1º de enero y el 31 de diciembre de 2021. P

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







# Anexos

## Valor económico

### Cumplimiento

Desglose de las contribuciones de TV Azteca a las siguientes causas durante el periodo comprendido entre 2016-2021.

	Monto 2016	Monto 2017	Monto 2018	Monto 2019	Monto 2020	Monto 2021
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 2016-2021.

	Monto 2016	Monto 2017	Monto 2018	Monto 2019	Monto 2020	Monto 2021
Multas o demandas judiciales por corrupción	0	0	0	0	0	0
Número de multas o demandas judiciales	0	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	MXN\$0.00
Porcentaje de los ingresos	0%	0%	0%	0%	Ninguno0%	Ninguno0%



## 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%	TV Azteca 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 <a href="https://www.tvazteca.com/politicas.html">https://www.tvazteca.com/politicas.html</a> para prospectos, clientes y usuarios de la Institución a nivel nacional.
Uso de la información recolectada	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.
Posibilidad de que los clientes decidan la manera en que su información sea recolectada, usada, retenida y procesada	100%	El consentimiento se obtiene en todo momento, salvo las reglas del consentimiento tácito contempladas en la LFPDPPP.
Que el consentimiento no sea obtenido	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.
Disponibilidad de la opción de objeción	100%	El aviso de privacidad integral del sitio web lo menciona en la sección denominada "Identidad y Domicilio del Responsable", disponible en <a href="https://www.tvazteca.com/politicas.html">https://www.tvazteca.com/politicas.html</a> para prospectos, clientes y usuarios de TV Azteca a nivel nacional.
Si la opción consentimiento es requerida	100%	El aviso de privacidad integral del sitio web lo menciona en la sección denominada "Con quién se comparten los Datos Personales", disponible en <a href="https://www.tvazteca.com/politicas.html">https://www.tvazteca.com/politicas.html</a> para prospectos, clientes y usuarios de TV Azteca a nivel nacional.
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 "Medio y Procedimiento para ejercer el Derecho de acceso, rectificación, cancelación y oposición ("Derechos ARCO") y Revocación del Consentimiento", disponible en <a href="https://www.tvazteca.com/politicas.html">https://www.tvazteca.com/politicas.html</a> para prospectos, clientes y usuarios de TV Azteca a nivel nacional.
Solicitar que sus datos se transfieran a otros proveedores de servicios	100%	Se mantienen por 10 años, de conformidad con lo establecido por el artículo 115 de la Ley de Instituciones de Crédito.
Política de divulgación de terceros (entidades públicas y privadas)	100%	El aviso de privacidad integral del sitio web lo menciona en la sección denominada "Conservación y Seguridad de los Datos Personales".
Solicitar que sus datos sean corregidos	100%	
Solicitar que sus datos sean eliminados	100%	
Tiempo en que sus datos son conservados en archivos corporativos	100%	
La manera en que la información es protegida	100%	



## Valor ambiental

Energía							
Indicador para TV Azteca	Unidad de medida	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Consumo total de energía de fuentes no renovables	GWh	46	45.8	51.3	47.6	32.9	30.48
Consumo total de energía renovable	GWh	20.6	17.7	13.5	17.8	31.1	32.45
Costo total del consumo de energía. Seleccione (como referencia, el año anterior se respondió Costos):  <ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos</li> <li>• Costos, netos de ingresos</li> <li>• Costos y depreciación, netos de ingresos</li> </ul>	Pesos mexicanos (MXN)	N/A	\$121,906,121	\$139,774,085	\$152,135,327	\$134,383,511	\$130,613,142
Cobertura de los datos	Porcentaje	N/A	0.19	0.21	0.23	0.21	0.20



Emisiones								
Indicador para TV Azteca	Unidad de medida	2016	2017	2018	2019	2020	2021	¿Cuál fue la meta para el cierre de 2021?
Emisiones directas (Alcance 1)	tonCO <sub>2</sub> eq	4,005	3,570	2,086	1,989	2,087.35	1,852.76	2,890
Cobertura de los datos (como porcentaje del denominador)	Para el cálculo fue considerado como denominador 25,000 t de CO <sub>2</sub> equivalente, establecido como límite mínimo para las empresas objeto.	N/A	14.28	8.344	7.956	8.3494	7.41104	11.56
Emisiones indirectas (Alcance 2)	tonCO <sub>2</sub> eq	24,899	30,225	29,121	24,048	16,618.04	12,890.42	20,109
Cobertura de los datos (como porcentaje del denominador)	Para el cálculo fue considerado como denominador 25,000 t de CO <sub>2</sub> equivalente, establecido como límite mínimo para las empresas objeto.	N/A	120.9	116.484	96.192	66.47216	51.56168	80.436
Intensidad de emisiones GEI	tCO <sub>2</sub> e/No. ubicaciones	N/A	127.52	109.11	99.01	63.47	49.97	50



Agua								
Indicador para TV Azteca	Unidad de medida	2016	2017	2018	2019	2020	2021	¿Cuál fue la meta para el cierre de 2021?
Consumo total de agua	m <sup>3</sup>	73,408	73,408	186,574	89,414	59,690	59,025	79,900
Porcentaje del agua consumida en corporativos	%	88	89	95	93	91	88	90
Volumen total de agua reciclada o reutilizada	m <sup>3</sup>	N/D	N/D	20	43	40	37	40

Residuos								
Indicador para TV Azteca	Unidad de medida	2016	2017	2018	2019	2020	2021	¿Cuál fue la meta para el cierre de 2021?
Peso total de todos los residuos generados (peligrosos y no peligrosos)	ton	1,000	1,500	1,795	2,206	2,074.6	2,604	2,500
Residuos sólidos urbanos	ton	N/A	1,375	1,719	2,082	2,040	1,978.8	2,000
Residuos enviados a reciclaje	ton	19	19	33	106	20.6	20	20
Residuos peligrosos generados y procesados	ton	14	14	16	18	13.57	10.31	11



# Objetivo de Desarrollo Sostenible y aspectos materiales

ODS			
Aspectos materiales	ODS Prioritario	Metas específicas de los ODS	Metas 2022 TV Azteca
<p>Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)</p> <p>Desarrollo de capital humano</p> <p>Impacto social</p> <p>Atracción de talento</p>	<p><b>4 EDUCACIÓN DE CALIDAD</b></p>	<p>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.</p>	<p>Impartir educación de calidad a niños y jóvenes de escasos recursos a través del Plantel Azteca.</p> <p>Mantener al menos 11,000 alumnos graduados y continuar con al menos 2,100 alumnos becados en el plantel Ciudad de México.</p> <p>Continuar con el programa Becas Generación Bicentenario y aumentar el número de estudiantes apoyados.</p> <p>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.</p>
		<p>Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)</p> <p>Temas financieros</p> <p>Impacto social</p> <p>Estándares con proveedores</p>	<p><b>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</b></p>
<p>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.</p>	<p>Dar seguimiento a las metas establecidas para cada aspecto material de TV Azteca en vinculación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.</p> <p>Identificar los temas en los que las metas fueron alcanzadas para el establecimiento de nuevas metas a 2025.</p>		
<p>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.</p>	<p>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.</p>		
<p>17.13 Aumentar la estabilidad macroeconómica mundial, incluso mediante la coordinación y coherencia de las políticas.</p>	<p>Publicar la estrategia fiscal de TV Azteca.</p>		
<p>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.</p>	<p>Dar seguimiento a las metas establecidas para cada aspecto material de TV Azteca en vinculación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.</p>		
<p>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.</p>	<p>Participación de TV Azteca en foros que aborden la agenda 2030.</p>		
<p>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.</p>	<p>Llevar a cabo un estudio de riesgos ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG, por sus siglas en inglés).</p>		



**ODS**

Aspectos materiales	ODS Prioritario	Metas específicas de los ODS	Metas 2022 TV Azteca
<p>Operaciones</p> <p>Desarrollo de productos y servicios / responsabilidad sobre productos</p> <p>Desarrollo del capital humano</p> <p>Diversidad e igualdad de oportunidades</p> <p>Impacto social</p> <p>Atracción de talento</p> <p>Salud y seguridad ocupacional</p>		<p>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.</p> <p>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</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>8.6 Reducir la proporción de jóvenes que no están empleados y no cursan estudios ni reciben capacitación.</p> <p>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.</p>	<p>Continuar llevando a cabo el programa Trainees y contratar a al menos el 50% de los jóvenes capacitados.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>Ofrecer oportunidades de empleo a mujeres y hombres en igualdad de condiciones.</p> <p>Continuar llevando a cabo el programa Trainees y contratar a al menos el 50% de los jóvenes capacitados.</p> <p>Reforzar el Programa Jóvenes Construyendo el Futuro.</p> <p>Continuar implementando programas de salud y seguridad ocupacional, y disminuir la tasa de accidentes en el trabajo.</p>
<p>Impacto social</p> <p>Salud y seguridad ocupaciona</p>		<p>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.</p> <p>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.</p>	<p>Continuar promoviendo el programa "Vive sin drogas".</p> <p>Continuar impulsando programas de vacunación, nutrición y campañas de salud para colaboradores de TV Azteca.</p>



ODS

Aspectos materiales	ODS Prioritario	Metas específicas de los ODS	Metas 2022 TV Azteca
<p>Gobierno corporativo</p> <p>Desarrollo de productos y servicios / responsabilidad sobre productos</p> <p>Diversidad e igualdad de oportunidades</p> <p>Impacto social</p> <p>Atracción de talento</p> <p>Gestión de temas sociales</p>		<p>5.1 Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo.</p> <p>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.</p> <p>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.</p> <p>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.</p>	<p>Ofrecer oportunidades de empleo a mujeres y hombres en igualdad de condiciones.</p> <p>Ofrecer oportunidades de empleo a mujeres y hombres en igualdad de condiciones.</p> <p>Reportar y aumentar el número de cargos directivos ocupados por mujeres. Continuar con al menos 25% de cargos directivos ocupados por mujeres.</p> <p>Incrementar el número de colaboradores capacitados y sensibilizados en cuestiones éticas que incluyen equidad de género. Llevar a cabo al menos 10 proyectos a nivel nacional sobre equidad de género. (Kybernus)</p>
<p>Gobierno corporativo</p> <p>Gestión de riesgos</p> <p>Ética e integridad</p> <p>Corrupción, soborno y transparencia</p> <p>Derechos humanos</p> <p>Diversidad e igualdad de oportunidades</p> <p>Gestión de temas sociales</p>		<p>16b. Promover y aplicar leyes y políticas no discriminatorias en favor del desarrollo sostenible.</p> <p>16.3 Promover el estado de derecho en los planos nacional e internacional y garantizar la igualdad de acceso a la justicia para todos.</p> <p>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.</p> <p>16.5 Reducir considerablemente la corrupción y el soborno en todas sus formas.</p> <p>16.6 Crear a todos los niveles instituciones eficaces y transparentes que rindan cuentas.</p> <p>16.7 Garantizar la adopción en todos los niveles de decisiones inclusivas, participativas y representativas que respondan a las necesidades.</p> <p>16.10 Garantizar el acceso público a la información y proteger las libertades fundamentales, de conformidad con las leyes nacionales y los acuerdos internacionales.</p>	<p>Ofrecer oportunidades de empleo a mujeres y hombres en igualdad de condiciones.</p> <p>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)</p> <p>Capacitar al 100% de los colaboradores de TV Azteca en gestión de riesgos.</p> <p>Ampliar la capacitación a los colaboradores de TV Azteca en cuestiones éticas.</p> <p>Continuar publicando el Informe de Sustentabilidad con un enfoque en la mejora continua y considerando las opiniones de los grupos de interés.</p> <p>Publicar la política de diversidad y género aplicable para el Consejo de Administración de TV Azteca.</p> <p>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)</p>



# Índice GRI

Contenidos GRI Standards	Descripción	Página / Respuesta directa
<b>GRI 101: FUNDAMENTOS</b>		
<b>GRI 102: CONTENIDOS GENERALES</b>		
<b>1. Perfil de la organización</b>		
102-1	Nombre de la organización	5
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	5
102-3	Ubicación de la sede	5
102-4	Ubicación de las operaciones	5
102-5	Propiedad y forma jurídica	5
102-6	Mercados servidos	5
102-7	Tamaño de la organización	5-6,41
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	40-42
102-9	Cadena de suministro	38-39
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	Durante 2021 no existieron cambios en la cadena de suministro.
102-11	Principio o enfoque de precaución	26-30
102-12	Iniciativas externas	10-12
102-13	Afiliación a asociaciones	17
<b>2. Estrategia</b>		
102-15	Impactos, riesgos y oportunidades principales	26-30
<b>3. Ética e integridad</b>		
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	23-26
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	25-26
<b>4. Gobernanza</b>		
102-18	Estructura de gobernanza	19-22
102-19	Delegación de autoridad	20
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
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	21
102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	20
102-25	Conflictos de intereses	25
102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	20-22
102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	14-17
102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	26-30
102-36	Proceso para determinar la remuneración	21
<b>5. Participación de los grupos de interés</b>		
102-40	Lista de grupos de interés	13
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	12-13
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	13
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	14-15
<b>6. Prácticas para la elaboración de informes</b>		
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema	14-16, 73-74
102-47	Lista de temas materiales	16
102-48	Reexpresión de la información	Durante 2021 no existió ninguna reexpresión de información.
102-49	Cambios en la elaboración de informes	No existieron cambios en la elaboración del Informe.
102-50	Periodo objeto del informe	1 de enero a 31 de diciembre de 2021.
102-51	Fecha del último informe	Anual
102-52	Ciclo de elaboración de informes	Anual
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	90
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	73
102-55	Índice de contenidos GRI	102-55, 84-87
102-56	Verificación externa	Para el informe de este año se prescindió de la verificación externa



# Índice GRI

Contenidos GRI Standards	Descripción	Página / Respuesta directa
<i>GRI 201: Desempeño económico</i>		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	31-32
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	31-32
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	31-32
201-1	Valor económico directo generado y distribuido	32
<i>GRI 202: Presencia en el mercado</i>		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	33-36
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	33-36
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	33-36
<i>GRI 203: Impactos económicos indirectos</i>		
203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	52-63
203-2	Impactos económicos indirectos significativos	52-63
<i>GRI 204: Prácticas de adquisición</i>		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	38-39
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	38-39
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	38-39
204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	39
<i>GRI 205: Anticorrupción</i>		
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
205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	24
<i>GRI 206: Competencia desleal</i>		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	25
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	25
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	25
206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	Durante 2021, TV Azteca no tuvo ninguna sanción relacionada con el incumplimiento de la normativa en materia de libre competencia



# Índice GRI

Contenidos GRI Standards	Descripción	Página / Respuesta directa
<b>GRI 302: Energía</b>		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	68
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	68
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	68
302-1	Consumo energético dentro de la organización	68
304-4	Reducción del consumo energético	67-68
<b>70</b>		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	70
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	70
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	70
303-1	Interacciones con el agua como recurso compartido	70
303-5	Consumo de agua	70
<b>GRI 304: Biodiversidad</b>		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	71
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	71
<b>GRI 305: Emisiones</b>		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	69
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	69
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	69
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	69
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	69
305-5	Reducción de las emisiones de GEI	69
<b>GRI 306: Residuos</b>		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	71-72
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	71-72
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	71-72
<b>GRI 307: Cumplimiento ambiental</b>		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	65-66
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	65-66
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	65-66
307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	En 2021 TV Azteca no tuvo ningún incumplimiento de la normativa ambiental
<b>GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores</b>		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	39
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	39
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	39



# Índice GRI

Contenidos GRI	Descripción	Página / Respuesta directa
<b>GRI 401: Empleo</b>		
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
401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	49
<b>GRI 402: Relaciones trabajador-empresa</b>		
402-1	Plazo de aviso mínimos sobre cambios operacionales	49
<b>GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo</b>		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	50-51
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	50-51
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	50-51
403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	50-51
403-3	Servicios de salud ocupacional	50-51
403-4	Participación de los trabajadores, consulta y comunicación sobre salud y seguridad ocupacional	50-51
403-5	Formación de trabajadores en seguridad y salud laboral	50-51
403-6	Promoción de la salud del trabajador	50-51
403-7	Prevención y mitigación de impactos en seguridad y salud ocupacional vinculado con las relaciones comerciales	50-51
403-9	Lesiones relacionadas con el trabajo	50-51
403-10	Mala salud relacionada con el trabajo (incluyendo víctimas mortales)	50-51
<b>GRI 404: Formación y enseñanza</b>		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	43-45
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	43-45
<b>GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades</b>		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	45-47
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	45-47
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	45-47
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	41
<b>GRI 406: No discriminación</b>		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	45-47
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	45-47
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	45-47
<b>GRI 408: Trabajo infantil</b>		
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.
<b>GRI 409: Trabajo forzoso y obligatorio</b>		
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
<b>GRI 412: Evaluación de los derechos humanos</b>		
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.



# Índice GRI

Contenidos GRI Standards	Descripción	Página / Respuesta directa
<b>GRI 413: Comunidades locales</b>		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	52-63
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	52-63
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	52-63
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	52-63
<b>GRI 414: Evaluación social de los proveedores</b>		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	39
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	39
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	39
<b>GRI 415: Política pública</b>		
415-1	Contribuciones a partidos y/o representantes políticos	No existió ninguna contribución a ningún partido político.
<b>GRI 416: Salud y seguridad de los clientes</b>		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	Durante el periodo de reporte no existieron casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de los clientes y audiencias
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Durante el periodo de reporte no existieron casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de los clientes y audiencias
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Durante el periodo de reporte no existieron casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de los clientes y audiencias
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
<b>GRI 417: Marketing y etiquetado</b>		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	34
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	34
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	34
417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	En 2021 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 2021 no existieron incumplimientos en materia de publicidad o información sobre los contenidos que TV Azteca distribuyó.
<b>GRI 418: Privacidad del cliente</b>		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	25
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	25
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	25
418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	En 2021 no existieron reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente o pérdida de datos.
<b>GRI 419: Cumplimiento socioeconómico</b>		
103-1	Explicación del tema material y su cobertura	23-26
103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	23-26
103-3	Evaluación del enfoque de gestión	23-26
419-1	Incumplimiento de las leyes y normativa en los ámbitos social y económico	TV Azteca se apega a la legislación aplicable, por lo que en el periodo de reporte no existió incumplimiento alguno en términos sociales y económicos.



# Índice SASB

Tema	Métrica	Categoría	Unidad de medida	Código de métrica	Número de revisión	Página / Respuesta directa
Huella Ambiental de Operaciones	<ol style="list-style-type: none"> <li>Consumo energético total</li> <li>Porcentaje de electricidad proveniente de una red</li> <li>Porcentaje de energía renovable</li> </ol>	Cuantitativa	Gigajoules (GJ) Porcentaje (%)	TC-TL-130a.1	TC-TL:02; TC-TL:03	68
Privacidad de Datos	Descripción de políticas y prácticas relacionadas con publicidad responsable y privacidad del cliente	Discusión y Análisis	N/A	TC-TL-220a.1	N/A	34-37
	Monto total de pérdidas como resultado de procedimientos legales asociados con la privacidad del cliente	Cuantitativa	MXN	TC-TL-220a.3	N/A	\$0 MXN
	<ol style="list-style-type: none"> <li>Número de demandas por faltas a la privacidad del cliente</li> <li>Número de clientes cuya información fue requerida</li> <li>Porcentaje de clientes cuya información fue compartida</li> </ol>	Cuantitativa	Número Porcentaje (%)	TC-TL-220a.4	TC-TL:05	En 2021 no existieron demandas por faltas a la privacidad del cliente
Seguridad de Datos	<ol style="list-style-type: none"> <li>Número de violaciones a la seguridad de los datos</li> <li>Porcentaje de clientes cuya información personal fue comprometida</li> <li>Número de clientes afectados</li> </ol>	Cuantitativa	Número Porcentaje (%)	TC-TL-230a.1	TC-TL:06	<ol style="list-style-type: none"> <li>En 2021 no existieron violaciones a las seguridad de los datos.</li> <li>Ningún cliente</li> <li>Ningún cliente</li> </ol>
	Descripción del abordaje para identificar y gestionar los riesgos en protección de datos, incluyendo el uso de estándares de ciberseguridad de terceros	Discusión y Análisis	N/A	TC-TL-230a.2	TC-TL:07	37
Gestión del Ciclo de Vida del Producto	<ol style="list-style-type: none"> <li>Materiales recuperados a través de programas de reutilizado, porcentaje de materiales recuperados que fueron: <ul style="list-style-type: none"> <li>Reutilizados</li> <li>Reciclados</li> <li>desechados</li> </ul> </li> </ol>	Cuantitativa	Toneladas (ton) Porcentaje (%)	TC-TL-440a.1	N/A	71-72
Competencia y Libre Internet	Monto total de pérdidas como resultado de procedimientos legales asociados con regulaciones contra la competencia desleal	Cuantitativa	MXN	TC-TL-520a.1	N/A	\$0 MXN

## Contacto

- Para obtener mayor información sobre este informe o temas de Sustentabilidad en **TV Azteca** comunícate con:
- **César Cano García**  
Director de Sustentabilidad  
[ccano@gruposalinas.com.mx](mailto:ccano@gruposalinas.com.mx)
- Periférico Sur 4121,  
Col. Fuentes del Pedregal, C.P. 14141  
Ciudad de México

