



INFORME DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL
2014





Índice

Carta del Director	3	3. Nuestra comunidad	21
Alcance del informe	4	• Fundación Voz MCM	21
I. Nuestro negocio	5	<i>Política de donativos</i>	22
• Servicios	6	<i>Campañas de donación</i>	24
• Mercados servidos	7	<i>Voluntariado corporativo</i>	26
• Estructura operativa	8	<i>Construyendo un Sueño</i>	27
• Filosofía corporativa	9	4. Nuestro planeta	27
• Ética y derechos humanos	10	• Reducción de consumos	27
• Satisfacción del cliente	11	• Compras responsables	32
• Estrategia de responsabilidad social	12	• Educación ambiental	33
2. Nuestra gente	14	Premios y reconocimientos	34
• Plantilla laboral	14	Tabla GRI	36
• Diversidad	15	Datos de contacto	44
• Clima laboral	15		
• Formación	19		
• Salud y seguridad	20		



Apreciables amigos:

Me siento honrado de dirigirme a ustedes para presentarles este primer ejercicio de información sobre nuestro desempeño social y ambiental.

En él encontrará la contribución que hacemos en MCMTelecom para impulsar la cultura corporativa de la responsabilidad social y el desarrollo sustentable, con el objetivo de construir un México mejor cada día.

Nuestros esfuerzos por integrar una gestión socialmente responsable como pilar de la estrategia de negocio de la empresa no son recientes, desde hace años apuntamos a consolidar nuestro desempeño económico y participación en el sector de las telecomunicaciones dando especial énfasis en la atención y satisfacción de todos nuestros grupos de interés.

En congruencia con esta visión, hemos desarrollado programas sociales y ambientales que han obtenido reconocimientos y posicionado nuestro liderazgo en un sector particularmente dinámico y con numerosos retos por delante.

Nos encontramos en una coyuntura para las telecomunicaciones que se anticipa como una oportunidad para impulsar el crecimiento del país. La reforma constitucional al sector, lanzada en 2013, y su legislación secundaria implementada a lo largo de 2014 destacan la importancia y necesidad de una competencia más pareja, que priorice el acceso a la mejor tecnología con precios competitivos.

Este panorama de mejor y más sana competencia se presenta como la mejor oportunidad para sumarnos al reto de la transparencia, entendiendo que ésta siempre abona al fortalecimiento de nuestro liderazgo.

Finalmente, quiero expresar mi profundo agradecimiento a todos quienes formamos parte de esta gran empresa y hacemos de MCM Telecom una empresa comprometida con la responsabilidad social.

Sinceramente,

Benito T. Ohara
Director General

El presente Informe de Responsabilidad Social Empresarial es el primero que presenta MCM Telecom y corresponde a las operaciones de la empresa en México, entre el periodo comprendido del 1 de enero al 31 de diciembre de 2014.

Para la realización de este reporte tomamos en cuenta la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad, versión G3, del Global Reporting Initiative (GRI) con un nivel de aplicación de B self declared. Asimismo, anticipamos que de manera anual llevaremos a cabo un ejercicio similar de información sobre nuestros desempeños social y ambiental.

En la recopilación de la información requerida para esta memoria contamos con la participación de las diferentes áreas y departamentos de MCM Telecom, bajo la coordinación de la Dirección. En el proceso de elaboración, redacción y diseño se contó con el acompañamiento y asesoría de Promotora ACCSE, SA de CV.

Este informe incluye la opinión de algunos de los grupos de interés más relevantes para MCM Telecom, como son nuestros empleados y clientes, cuyo bienestar y satisfacción medimos a través de encuestas diseñadas específicamente para ellos.

A ellos así como a nuestros accionistas, proveedores y demás partes interesadas les resultará de utilidad esta memoria para adentrarse e involucrarse con nuestra filosofía corporativa de capital humano, responsabilidad social y gestión ambiental.

Atendiendo nuestro compromiso con la transparencia, el presente informe así como los próximos reportes estarán disponibles para su consulta en nuestra página web: mcmtelecom.com.mx.



I. Nuestro Negocio

MCM Telecom es un operador telefónico mexicano dedicado 100% a las comunicaciones corporativas. Desde nuestros inicios, en 1996, nos hemos esforzado por hacer las cosas de manera diferente, con el firme propósito de impulsar la productividad y rentabilidad de nuestros clientes, a través de soluciones inteligentes, flexibles y confiables que se adapten a la operación de las empresas sin importar cuál sea su giro o tamaño.

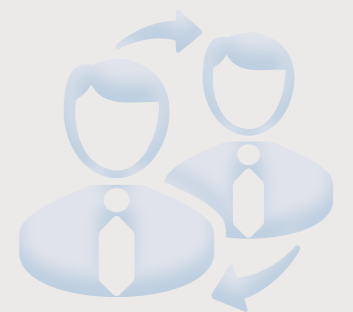
MCM Telecom continúa haciendo importantes inversiones para llevar a los edificios corporativos más relevantes de nuestro país la red más segura y redundante que hay en México.

El liderazgo tecnológico de MCM Telecom nos ha abierto la puerta para atender a más de 1,000 empresas e instituciones con el más alto nivel de exigencia. Nuestro trabajo es reconocido en América Latina por ofrecer soluciones únicas e innovadoras.

Además, somos la única empresa de telecomunicaciones en México que cuenta con el certificado de ISO 9001:2008 y el certificado ISO 27001:2005 en todos sus procesos, ratificando así nuestro compromiso con la calidad.

También contamos con el Distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR) desde 2012. MCM Telecom no quiere ser sólo un referente entre las empresas de telecomunicaciones, sino también procura generar impacto positivo en nuestra comunidad.

Ofrecemos productos y servicios con pleno respeto y cumplimiento de las legislaciones mexicanas vigentes, sin que registremos sanciones o multas por nuestro desempeño.





Servicios

MCM Telecom tiene la concesión del Bloque 9 de la banda de 23GHz con un total de espectro de frecuencia de 56MHz para el establecimiento de enlaces de microondas de punto a punto a nivel nacional.

En MCM Telecom proveemos servicios de telefonía IP (VoIP), de iSourcing, enlaces de banda ancha e internet para empresas.

Entre nuestros **servicios de telefonía IP** se encuentra Symphony, que es una plataforma de telecomunicaciones unificadas que opera en el centro de operaciones de MCM Telecom. Cuenta con más servicios que un conmutador tradicional y se encuentra en continua evolución. Está diseñado para empresas que buscan disminuir costos de operación y de infraestructura telefónica, acceder a aplicaciones de negocios, tener movilidad y mejorar sus telecomunicaciones en general de manera sencilla y con fácil administración.

Así como Symphony SIP, que se trata de líneas telefónicas de nueva generación que permitirán aprovechar al máximo su conmutador IP, mientras su empresa reduce los costos de sus telecomunicaciones simplificando su infraestructura telefónica. Con una misma interfaz SIP nuestros clientes pueden recibir desde 10 hasta 1,500 canales de voz sin preocuparse por el ancho de banda, adquisición de tarjetas TDM, olvidándose además de los problemas inherentes a señalización R2-MFC.

En **servicios de iSourcing** está nuestro iCenter, el centro de datos de MCM Telecom que ofrece la combinación ideal de espacio, energía, seguridad, ambiente, acceso redundante a Internet y telefonía, además de contar con personal experto y monitoreo las 24 horas.

También ofrecemos consultoría en tecnologías de la información, en particular en sistemas avanzados de seguridad y en redes.

En enlaces de banda ancha tenemos GigaLan y DataLan: enlaces metropolitanos dedicados que les permite conectar a

nuestros clientes como si fueran parte de una misma red local. Entregado en interfaz Gigabit Ethernet, le permite obtener desde 2Mbps hasta 1,000Mbps.

Y VPN / MPLS: enlaces nacionales confiables y seguros para conectar múltiples localidades para la transferencia simultánea de voz, datos y video. Estas conexiones pueden ser de hasta 100 Mbps en interfaz Ethernet dentro de nuestra red.

Finalmente, nuestro **servicio de internet de alto desempeño** es Inet, un acceso a Internet de alto desempeño, dedicado, seguro y de alta disponibilidad diseñado para corporativos y empresas que dependen de esta herramienta para sus aplicaciones de misión crítica. Entregado en interfaz Ethernet que permite incrementar la velocidad de su enlace de manera ágil desde 2Mbps hasta 1,000Mbps.

MCM Telecom posee y opera la red de fibra óptica más avanzada de la ciudad de México, cubriendo cientos de kilómetros a lo largo de las principales zonas corporativas. Desde enero de 2006 operamos en las cuatro zonas empresariales más importantes de Guadalajara y seis de Monterrey. Por medio de alianzas estratégicas tenemos la posibilidad de entregar servicios en el resto del país.

Las redes metropolitanas de MCM Telecom están basadas en múltiples anillos redundantes con tecnología Gigabit Ethernet, lo que se traduce en velocidad de transmisión, seguridad, redundancia, confiabilidad y facilidad de crecimiento.

Además, MCM Telecom tiene la concesión del Bloque 9 de la banda de 23GHz con un total de espectro de frecuencia de 56MHz para el establecimiento de enlaces de microondas de punto a punto a nivel nacional.



Mercados Servicios

MCM Telecom da atención a nivel nacional a través de sus oficinas en plazas estratégicas del país, como son las ciudades de México, Monterrey y Guadalajara.

En el Distrito Federal tiene sus oficinas centrales, ubicadas en Sierra Candela 11, piso 8, colonia Lomas de Chapultepec, delegación Miguel Hidalgo, CP 11000.

También en la Ciudad de México cuenta con otra oficina corporativa, con dirección en Avenida Santa Fe 505, Torre Corporativo Santa Fe, piso 4, oficina 400, colonia Cruz Manca, delegación Cuajimalpa, CP 05349.

Durante 2014 invertimos casi 1 millón de pesos en sus instalaciones para mejorar el concepto Blue Room en las oficinas de Santa Fe; además se renovó el mobiliario de las instalaciones para optimizar los lugares de trabajo con el fin de obtener mayores y mejores resultados en línea con la metodología del MCMWay, implementada por el área de calidad a través de las capacitaciones continuas.

Las oficinas en Monterrey se localizan en Batallón de San Patricio 111, Torre Comercial América, piso 16, oficina 1601, colonia Valle Oriente, municipio San Pedro Garza García, Nuevo León, CP 66269.

El centro de atención más reciente es el de Guadalajara, que está ubicado en la Calle Libertad 1920, piso 1, entre las calles Progreso y Colonias, en la colonia Americana, CP 44160.



El centro de atención más reciente se encuentra en Guadalajara, Jalisco





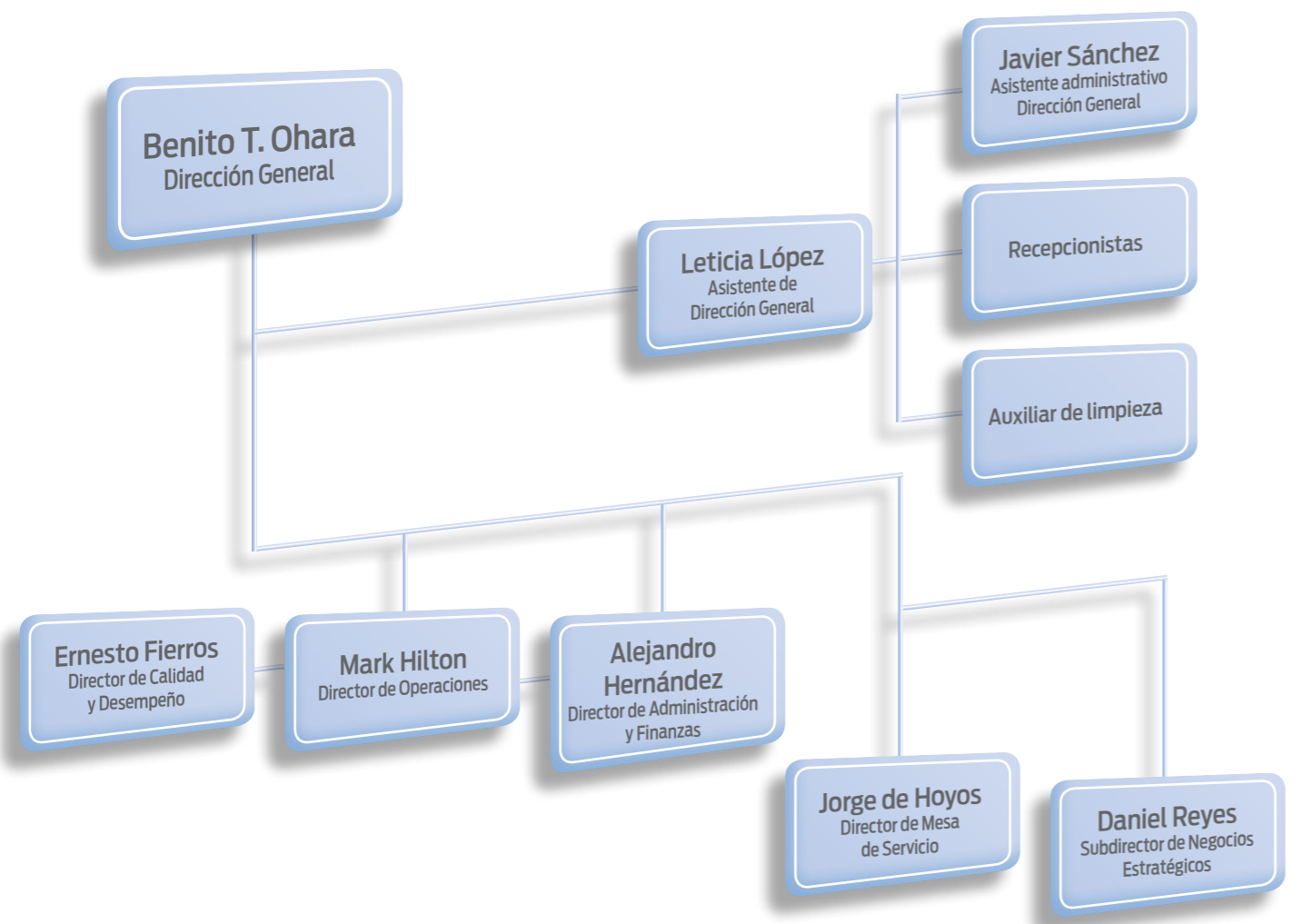
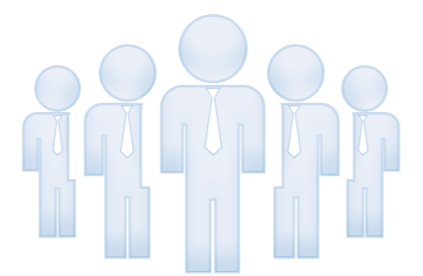
Estructura operativa

MCM Telecom desarrolla sus operaciones de manera estratégica y coordinada entre las diferentes direcciones que integran la compañía.

La Dirección General de la empresa se encarga de alinear los objetivos y funciones de cada una de las tres direcciones y una subdirección de MCM Telecom, para lo cual cuenta con el apoyo de la asistente de Dirección General.

Los directores de Operaciones, de Administración y Finanzas y de Mesa de Servicio así como el subdirector de Negocios Estratégicos dependen directamente de la Dirección General.

El organigrama de MCM Telecom se integra de la siguiente manera:



Filosofía corporativa

En MCM Telecom compartimos una misión, visión y valores corporativos en línea con la responsabilidad social, la innovación y el desarrollo sustentable.

MISIÓN:

Telecomunicaciones simples y eficientes que permitan incrementar su productividad con seguridad, innovación y valor.



VISIÓN:

Ser la mejor compañía de telecomunicaciones para sus clientes, colaboradores, proveedores e inversionistas.



VALORES:

- **Disciplina:** Enfocamos nuestros esfuerzos para alcanzar máxima eficiencia en cada proyecto en el que participamos.
- **Proactividad:** Somos positivos y tomamos la iniciativa.
- **Perseverancia:** Nos gusta ir adelante sin darnos por vencidos.
- **Responsabilidad:** Siempre cumplimos con nuestros compromisos.
- **Aprendizaje:** Nos gusta aprender algo nuevo todos los días y llevarlo a la práctica.
- **Innovación:** Incorporamos constantemente a nuestra oferta algo nuevo y funcional.





Ética y derechos humanos

MCM tiene como principio fundamental la ética, la transparencia y el respeto por sus clientes, empleados, inversionistas y proveedores, por lo que al interior de nuestra organización nos regimos por un Código de Ética.

Éste aplica a toda la comunidad MCM, incluyendo directores, empleados, trabajadores temporales, proveedores, clientes, consejeros, así como contratistas o consultores independientes que le prestan servicio.

El código promueve un ambiente laboral donde prevalecen el respeto, profesionalismo, dignidad y respeto pleno a los derechos humanos, además establece que cualquier conducta contraria debe ser denunciada para su investigación y sanción por parte del área de Recursos Humanos.

A todos quienes entran a la empresa así como a todos los niveles se les exige leer y comprender el código, con el objetivo de evitar conductas que puedan considerarse conflictos de interés que afecten tanto al personal como a la compañía.

En todas las actividades que realizan los integrantes de MCM a nombre de la

compañía, se les exige siempre anteponer los intereses de la empresa y permanecer alerta de cualquier actividad, interés o relación que pueda interferir con su capacidad de actuar según los mejores intereses de MCM y los clientes de la compañía.

El código establece algunas de las áreas en que pudieran surgir conflictos de interés, como inversiones, actividades comerciales externas, oportunidades corporativas e información privilegiada, así como las medidas a tomar en cada una.

Las sanciones aplicables por no seguir los lineamientos del Código de Ética, sus normas y recomendaciones podrán ser: amonestación verbal, amonestación por escrito, suspensión y despido justificado.

Para reportar cualquier violación al código, la empresa pone a disposición de sus integrantes un canal directo, confidencial y anónimo; los reportes de incumplimiento se reciben en el área de Recursos Humanos.

MCMTelecom no ha recibido ninguna queja ni denuncia relacionada con temas de derechos humanos, ni de parte de alguno de sus colaboradores ni proveedores.



PROVEEDORES

Los proveedores de MCM Telecom son seleccionados mediante un proceso de selección y evaluación, que atiende el cumplimiento de todas las normas y leyes vigentes y en línea con los valores corporativos de MCM Telecom.

Así, nuestros proveedores deben fomentar ambientes libres de discriminación y donde se respetan de manera plena los derechos humanos y la dignidad de todas las personas. Con ello refrendamos nuestro compromiso contra la explotación y el trabajo infantil o forzado a lo largo de toda nuestra cadena de valor.

Nuestros contratos son sujetos a revisiones y a la correspondiente rescisión en caso de encontrar situaciones o condiciones laborales que contradigan nuestra filosofía empresarial.

Para garantizar que la compra de equipos, insumos y servicios requeridos por MCM Telecom se dé en línea con los intereses de la empresa contamos con un Manual de Procedimientos que atiende nuestra área de Compras.

El manual identifica y establece las diferentes actividades a que deben enfocarse cada uno de quienes se encargan de los procesos de compra para la empresa y están en contacto con los proveedores de MCM Telecom.

Este evita conflictos de interés al interior de la empresa y garantiza el debido cumplimiento y satisfacción de los procesos de adquisición requeridos por MCM Telecom.



Satisfacción del cliente

En MCM Telecom nos comprometemos a mantener un nivel adecuado de satisfacción entre todos nuestros clientes, ofreciendo productos y servicios de calidad y vanguardia en el mercado.

La expectativa que como empresa generamos entre este grupo de interés resulta vital conocerla, para identificar posibles áreas de oportunidad que nos permitan fortalecernos entre sus preferencias.

De acuerdo con la Encuesta de Satisfacción aplicada en marzo de 2014 a nuestros clientes, 90% califica la calidad de nuestros servicios mejor o igual que la que ofrecen otros carriers, mientras que 66% considera que nuestra atención y solución de problemas después de la venta es mejor que la del mercado.

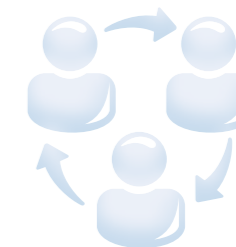
Además, 73% dijo que considera contratar otros servicios con MCM Telecom. La muestra incluyó 182 de nuestros 1,137 clientes, es decir, 16% del total.

Entre las motivaciones que nos mantienen en la preferencia de nuestros clientes, destacan: precios competitivos (28%), calidad en el servicio (22%) y atención personalizada (19%).

Gracias a todo ello hemos podido consolidar a MCM Telecom como un líder confiable dentro del sector de las telecomunicaciones, sin registros de incumplimientos de las regulaciones o normas vigentes, sean legales, en el ámbito de la salud o medio ambiente.

También nos guiamos bajo el amplio cumplimiento de las legislaciones en términos de privacidad de datos, sin que registremos quejas de nuestros clientes o sanciones aplicadas por alguna autoridad ante irregularidades en esta materia.

Nos comprometemos a mantener un nivel de satisfacción adecuado, ofreciendo a nuestros clientes, productos y servicios de calidad y vanguardia en el mercado.





Estrategia de Responsabilidad Social

La empresa se guía por una estrategia de responsabilidad social, definida por prioridades que rigen nuestras actividades y operaciones.

Entre estas prioridades se encuentran:

- Crear productos de interés para la sociedad a un buen costo y así generar empleo digno.
- Respetar los derechos humanos incluyendo (salud, bienestar, desarrollo humano y profesional), por tal motivo tenemos beneficios para nuestros colaboradores.
- Cumplir con rigor las leyes, cumpliendo con los contratos y compromisos adquiridos, estando al día de estos.
- Respetar el medio ambiente, colaborar con el reciclaje y donar ropa usada para otras personas.
- Involucrar a nuestros empleados en las campañas que llevamos a cabo, para fortalecer la responsabilidad social empresarial.

CALIDAD DE VIDA

La calidad de vida de nuestros empleados ocupa un lugar prioritario para la empresa, por eso hemos definido una agenda específica que atiende las expectativas de nuestros colaboradores en varios rubros.

» COMPENSACIONES

Las compensaciones que perciben nuestros colaboradores son:

- a. **Fija**, correspondiente al sueldo mensual establecido en el contrato
- b. **Variable**, que consiste en las comisiones ganadas por ventas en el período

Estas son pagadas los días 15 y último del mes, vía transferencia electrónica a una cuenta bancaria tramitada por la compañía. Las comisiones serán pagadas la segunda quincena del mes, de acuerdo con la política de comisiones vigente.

» BENEFICIOS

Aunado a las compensaciones mensuales se otorgan beneficios de acuerdo con la antigüedad del empleado.

1 a 6 meses

- Prestaciones de ley (15 días de aguinaldo, 6 días de vacaciones y 25% de prima vacacional).

6 meses

- Derecho a incorporarse a la póliza de gastos médicos mayores así como a la póliza de vida.

12 meses

- Derecho de disfrutar de 10 días de vacaciones el primer año laboral, aumentando 1 día en los siguientes 4 años y, a partir del sexto año, 2 días cada 5 años.
- Prima vacacional del 50% de los días de vacaciones otorgados, pagándose en la segunda quincena del mes de aniversario en la compañía.

18 meses

- Fondo de ahorro: se otorga la prestación de 13% de IOVSMG.
- Aguinaldo correspondiente a 30 días de sueldo.



Seguro de auto

A través de la póliza empresarial, nuestros empleados pueden asegurar al automóvil a precios especiales, que serán descontados vía nómina en los meses de diciembre y junio.

Gimnasio

MCM tiene un convenio con Acuatic Life, a través del cual la empresa cubre 56% del costo tanto de la inscripción como de las mensualidades, con lo que el empleado sólo asume un pago de 750 pesos de inscripción, que debe realizarse en el gimnasio, y de 398 pesos al mes, que son descontados vía nómina.

Salud

Fomentamos la salud de nuestros empleados a través del apoyo en check-up básico y la aplicación de vacunas; además tenemos convenios con ópticas para la obtención de lentes descontados vía nómina.

Programa Vida Responsable

En MCM Telecom estamos convencidos de la importancia que tiene la cultura financiera entre todos nuestros colaboradores, por lo que promovemos:

- Retiro laboral digno y suficiente
- Inversión en una vivienda familiar
- Beca educacional para los hijos.

Con todo esto, nuestros empleados alcanzan, a partir del año y medio de antigüedad en la compañía, beneficios que atienden su desarrollo y calidad de vida de manera integral.

MCM Telecom vive día a día la responsabilidad social, invitando a todos sus colaboradores a participar en sus campañas de:

- Cultura Financiera
- Salud
- Medio ambiente
- Vinculación con la comunidad

COMUNICACIÓN CON GRUPOS DE INTERÉS

- Para MCM Telecom, atender las expectativas y conocer las inquietudes y necesidades de todos sus grupos de interés es clave en el éxito conseguido, por ello pone un énfasis particular en la comunicación con sus partes interesadas, a través de canales específicos.
- La compañía mantiene comunicación abierta con clientes, empleados, proveedores, accionistas, comunidad en general y agentes reguladores a través de vías como el correo electrónico, mailing, boletín informativo, cuestionarios y buzón de quejas.





2. Nuestra Gente

Para MCM Telecom, sus empleados y públicos internos son grupos de interés prioritarios, es por ello que ha consolidado políticas encaminadas a su capacitación, desarrollo integral e igualdad de oportunidades.

Sabemos que invertir en la formación de nuestros empleados significa invertir en la propia empresa y redundar en un ambiente laboral más armónico, profesional, que retiene y aprovecha mejor el talento humano.

Plantilla laboral

Al cierre de 2014, contábamos con una plantilla laboral integrada por 327 empleados, distribuidos en todos los niveles desde directivos hasta operativos.

El compromiso es ofrecer puestos de empleo de calidad, con posibilidad de desarrollo y beneficios integrales, que

nos permita mantener nuestra tasa anual de rotación de personal en los niveles actuales de 1.6% e ir disminuyendo en los próximos años.

Nuestras políticas de contratación no discriminan por ningún tipo de condición y aplican los mismos procedimientos para cualquier nivel jerárquico al interior de la empresa, incluyendo los cargos directivos.

Al interior de la empresa existe un ambiente de respeto y cordialidad, donde se garantiza el pleno respeto de los derechos humanos y la igualdad de oportunidades para todos.

A lo largo del ejercicio que se reporta registramos 4 permisos por maternidad así como 8 por paternidad.

Los permisos de maternidad consisten en 42 días antes y 42 días después de la fecha de nacimiento y los de paternidad en 5 días después de la fecha de nacimiento o adopción.

Asimismo, nuestra tasa de ausentismo laboral fue de 3.64%, como lo muestra la siguiente tabla:

MCM TELECOM	
PROMEDIO DE AUSENTISMOS ANUAL	
Permisos	71
Paternidad	40
Fallecimiento	4
Ausencia	351
Incapacidad	433
Total	899
Empleados	247
Tasa Ausencia	3.64%

Cabe destacar que ningún caso de fallecimiento estuvo relacionado con causas de trabajo o riesgos laborales.



Diversidad

MCM Telecom está en favor de la igualdad de oportunidades y trabaja de manera continua para favorecer la diversidad al interior de la organización.

Nuestra plantilla de empleados se integraba a finales del año pasado por 250 hombres y 77 mujeres, lo que significa que hay una mujer por cada tres hombres.

La empresa no excluye ni discrimina por ningún tipo de situación, creencia, raza ni ideología y manifiesta públicamente su compromiso por la igualdad de oportunidades.

327
empleados
al cierre de 2014

Plantilla laboral:
250
hombres
77
mujeres

Clima laboral

En MCM Telecom contamos con un ambiente organizacional agradable, que promueve e incentiva el desarrollo profesional.

De acuerdo con la Encuesta de Clima Organizacional, realizada el año pasado, a 99% de los empleados les gusta su trabajo, 83% acepta tener definidas las funciones y responsabilidades de su cargo y 88% acepta que le gustaría seguir laborando en su departamento.

Para 91% de los empleados, las relaciones interpersonales son cordiales y abiertas entre los compañeros de su equipo de trabajo mientras que para 71% también lo son entre los miembros de la organización; 65% dice recibir en forma oportuna la información que requiere para su trabajo.

Al interior de la organización existe un gran reconocimiento al interior de los equipos de trabajo, ya que 99% de los colaboradores considera que su jefe escucha las ideas y propuestas del equipo para mejorar el trabajo.

Para 88% de los empleados, su jefe toma en cuenta sus ideas y opiniones para mejorar el trabajo mientras que 84% considera que su jefe lo orienta y es facilitador para cumplir con los encargos asignados. Además, para 81% su jefe en conjunto con el empleado acuerdan las expectativas sobre su desempeño laboral y a 75% su jefe le da retroalimentación sobre su desempeño.

En los temas relacionados con la organización es donde existe el mayor reto. Para 58% de los empleados, los eventos de convivencia cumplen con el objetivo de lograr acercamiento entre el personal de la empresa, mientras que 33% opina lo contrario y 9% no contestó.

88%
empleados
piensan que su jefe toma en cuenta sus ideas y opiniones

Respecto de si la organización se interesa por el futuro profesional de sus empleados, al definir planes de desarrollo como capacitación o planes de carrera, 45% estuvo de acuerdo y otro 45% en desacuerdo, mientras que 10% no contestó.

La mayoría de los empleados (54%) está de acuerdo en que cuando hay una vacante, primero se busca dentro de la misma organización al posible candidato, aunque 35% se dijo en desacuerdo y 11% no contestó.

Ante la posibilidad de un trabajo similar en sueldo aunque con beneficios mayores, 49% dice que lo tomaría y sólo 42% permanecería en la empresa. No contestó 9%.

Ocho de cada 10 trabajadores (81%) dice entender de manera clara los objetivos de la empresa, mientras que 11% dice no entenderlos y 8% más no contestó.

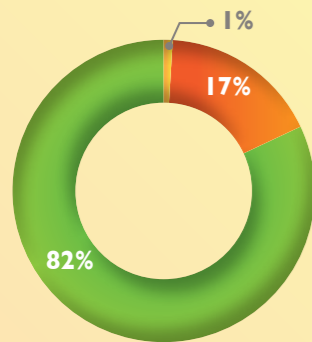
Para 86% de los trabajadores su trabajo es satisfactorio, pues aceptan que al término de la jornada se sienten satisfechos de lo que han hecho y 79% consideran que su área de trabajo es un buen lugar para trabajar y 83% dice que le gustaría seguir trabajando en su departamento.

En cuanto a la pregunta de qué estoy haciendo para mejorar el clima laboral, las respuestas más frecuentes fueron trabajo en equipo (21%), actitud positiva (21%) y mejorar la comunicación (13%).

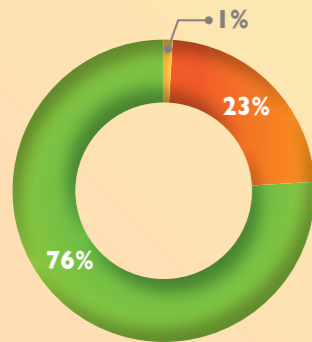


SOBRE LAS CONDICIONES DE TRABAJO

1. ¿EL AMBIENTE FÍSICO Y LA SEGURIDAD EN MI SITIO DE TRABAJO, ES ADECUADO?



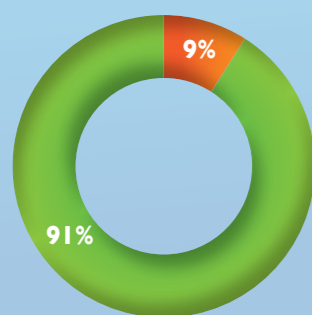
2. ¿Cuento con el equipo y herramientas necesarias para ejecutar mi trabajo?



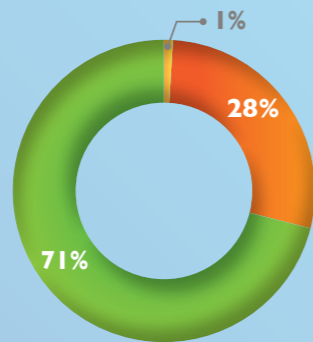
SOBRE LAS RELACIONES INTERPERSONALES EN EL TRABAJO

1. LAS RELACIONES INTERPERSONALES SON CORDIALES Y ABIERTAS:

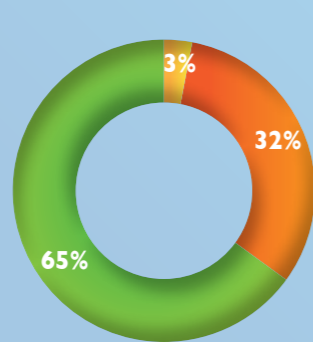
A) ENTRE LOS COMPAÑEROS DE MI EQUIPO DE TRABAJO



B) ENTRE LOS MIEMBROS DE LA ORGANIZACIÓN

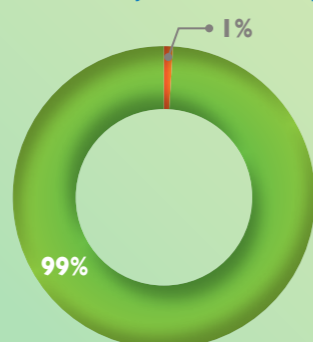


2. ¿RECIBO EN FORMA OPORTUNA LA INFORMACIÓN QUE REQUIERO PARA MI TRABAJO?

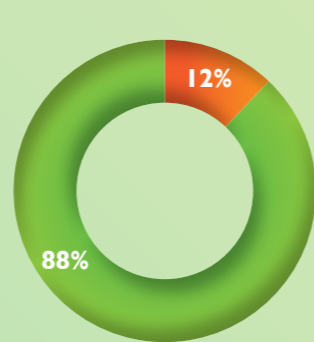


SOBRE LIDERAZGO

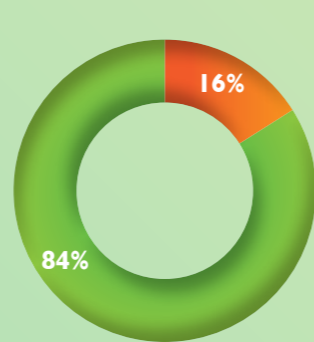
1. ¿MI JEFE ESCUCHA MIS IDEAS Y PROPUESTAS PARA MEJORAR EL TRABAJO?



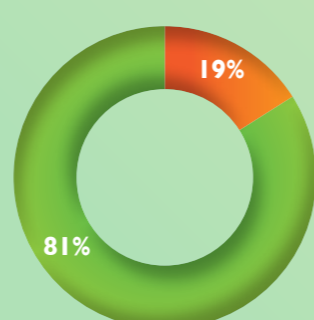
2. ¿MI JEFE TOMA EN CUENTA MIS IDEAS U OPINIONES PARA MEJORAR EL TRABAJO?



3. ¿MI JEFE ME ORIENTA Y ES FACILITADOR PARA CUMPLIR CON MI TRABAJO?

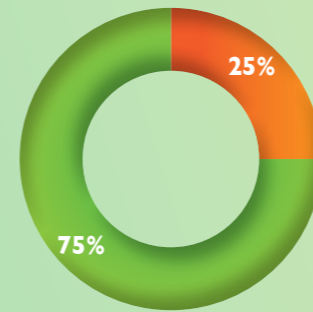


4. ¿MI JEFE Y YO ACORDAMOS LAS EXPECTATIVAS SOBRE MI DESEMPEÑO?



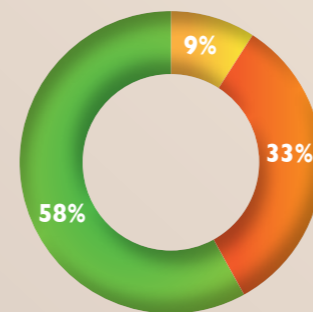
● No contestó ● Acuerdo ● Desacuerdo

5. ¿MI JEFE ME DA RETROALIMENTACIÓN DE MI DESEMPEÑO?

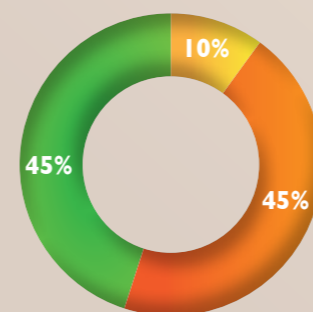


SOBRE LA ORGANIZACIÓN

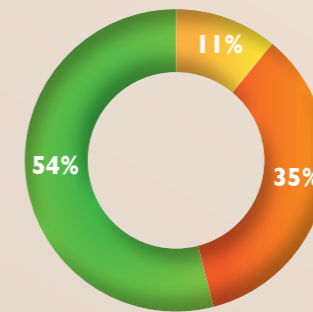
1. ¿LOS EVENTOS DE CONVIVENCIA CUMPLEN CON EL OBJETIVO DE LOGRAR EL ACERCAMIENTO Y CONVIVENCIA ENTRE PERSONAL DE LA EMPRESA?



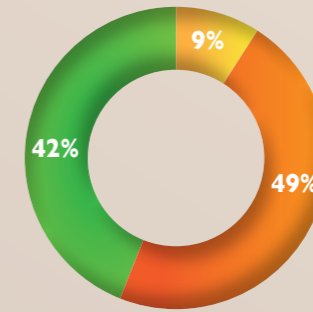
2. ¿LA ORGANIZACIÓN SE INTERESA POR MI FUTURO PROFESIONAL AL DEFINIR PLANES DE DESARROLLO PARA MI (CAPACITACIÓN, PLAN DE CARRERA, ETC.)?



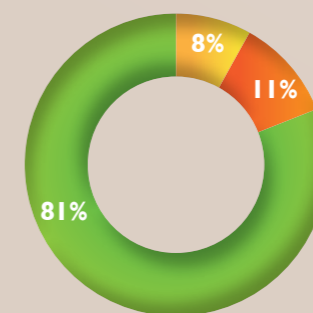
3. ¿CUÁNDO HAY UNA VACANTE, PRIMERO SE BUSCA DENTRO DE LA MISMA ORGANIZACIÓN AL POSIBLE CANDIDATO?



4. ¿NO ME IRÍA DE MI EMPRESA AUNQUE ME OFRECERAN UN TRABAJO PARECIDO CON SUELDOS Y BENEFICIOS MAYORES?



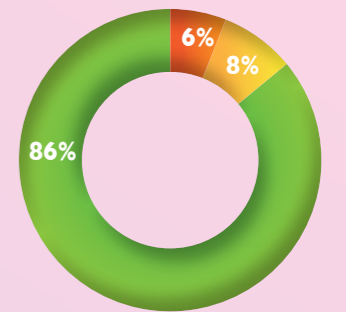
5. ¿ENTIENDO DE MANERA CLARA LOS OBJETIVOS DE LA EMPRESA?



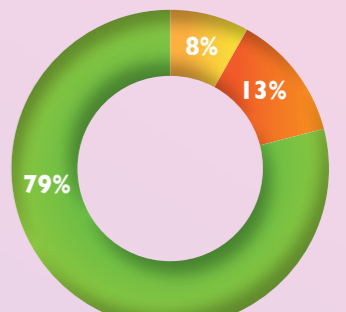
● No contestó ● Acuerdo ● Desacuerdo

EN GENERAL

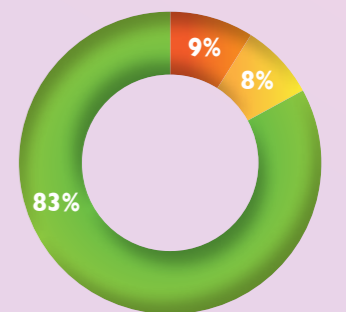
1. ¿SALGO DEL TRABAJO SINTIÉNDOME SATISFECHO DE LO QUE HE HECHO ?



2. ¿MI ÁREA DE TRABAJO, ES UN BUEN LUGAR PARA TRABAJAR?



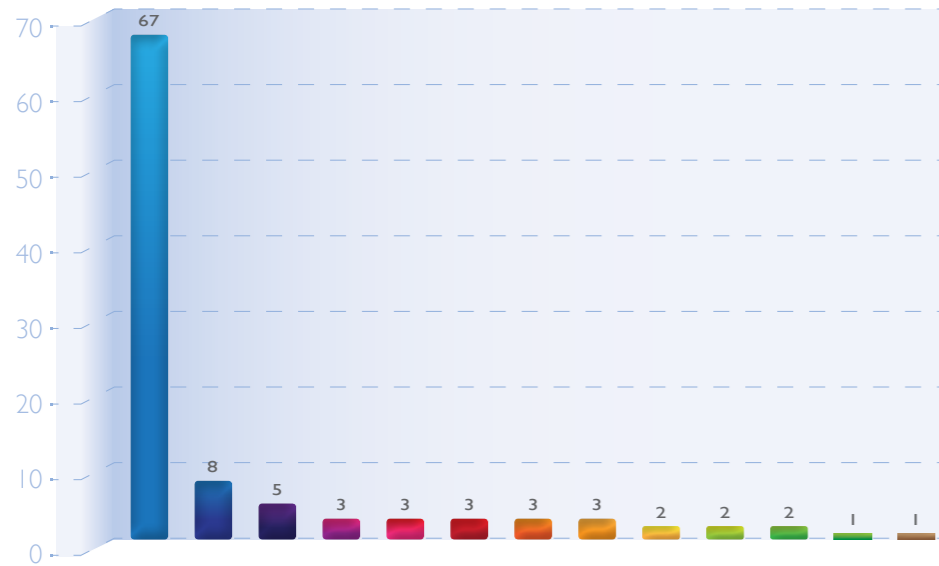
3. ¿ME GUSTARÍA SEGUIR TRABAJANDO EN MI DEPARTAMENTO?





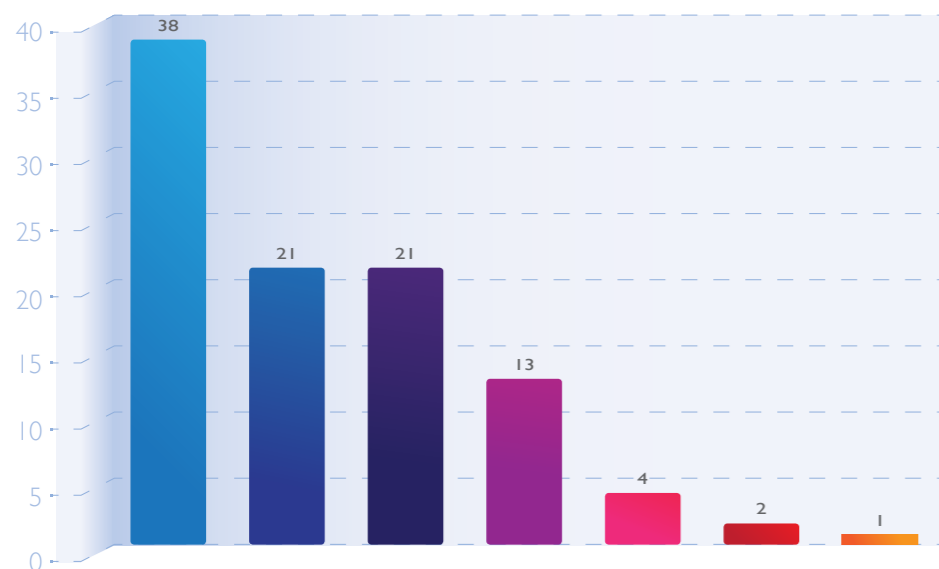
Formación

¿ALGÚN OTRO COMENTARIO QUE QUISIERA COMPARTIR ?



1	No contestó
2	Plan de carrera
3	Muebles viejos, alfombra sucia, equipos lentos, espacios reducidos de trabajo
4	No hay equidad, respeto al trabajo
5	Mejorar la actitud de los mandos medios
6	Seguimiento al cumplimiento de prestaciones, aumento de salario
7	Compañeros cordiales
8	Motivación
9	Eventos realizados
10	Poner más atención a las áreas operativas
11	Elaborar un roll entre áreas o compañeros para salir

¿QUÉ ESTOY HACIENDO PARA MEJORAR EL CLIMA LABORAL?



1	No contestó
2	Trabajo en equipo
3	Actitud positiva
4	Mejorar la comunicación
5	Conciencia y compromiso
6	Participación en las actividades de integración
7	Eficientando los procesos

La capacitación y formación de nuestro personal significa una inversión y no un gasto para MCMTelecom. Durante 2014 destinamos casi 900,000 pesos en certificaciones y cursos para nuestros colaboradores.

A este esfuerzo se suma la capacitación ofrecida al interior de MCMTelecom, que contabilizó un total de 400 horas para el personal de los diferentes niveles de la organización.

A nivel gerencial se impartieron 25 horas de capacitación a un empleado; lo mismo que a nivel supervisor/coordinador; a nivel ejecutivo, 12 personas recibieron 25 horas de capacitación cada una, mientras que a nivel de consultor fueron dos las personas que recibieron 25 horas de capacitación.

INTEGRACIÓN ENTRENAMIENTO Y CAPACITACIÓN	
CONCEPTO	TOTAL
Certificaciones	186,792.37
Cursos de Administración	13,000.00
Cursos de Aseguramiento	8,440.00
Cursos de Calidad	68,500.00
Cursos de Dirección	350,809.65
Cursos de Finanzas	52,748.68
Cursos de Idiomas	27,070.73
Cursos Jurídico	32,975.17
Cursos de mantenimiento de la red	17,448.20
Cursos de nivel Técnico	49,080.48
Cursos de Nóminas	3,600.00
Cursos de Planeación	40,460.19
Cursos de R.H.	17,350.00
Cursos de Sistemas	31,053.60
Gran total	899,329.07

APOYO EN ESTUDIOS

MCMTelecom mantiene un convenio de colaboración con la Universidad TecMilenio, para apoyar a los empleados que busquen continuar o concluir sus estudios.

El convenio consiste en el otorgamiento de precios preferenciales con esa Universidad para iniciar, continuar o concluir licenciaturas ingenierías, maestrías o doctorados.

Los precios preferenciales son aplicables a nivel nacional y el beneficio no es sólo para los empleados sino también para sus familiares.

Uno de los compromisos adicionales por parte de MCMTelecom es admitir a los alumnos de la Universidad TecMilenio para que puedan llevar a cabo sus prácticas profesionales y vincularse al ámbito y la experiencia laboral.



Capacitación al personal **400** horas





Salud y Seguridad

El ambiente de salud y seguridad que aprecian nuestros empleados al interior de la empresa es el adecuado para el grueso de ellos.

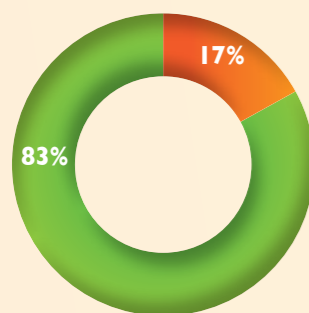
En nuestra encuesta 2014 de Clima organizacional, 82% de total respondieron que el ambiente físico y la seguridad en su sitio de trabajo es el adecuado, contra 17% que respondió que no lo es. Apenas 1% no respondió a la pregunta.

A la pregunta de si cuentan con el equipo y herramientas necesarias para ejecutar su trabajo, 76% de los empleados consideró que sí, contra 23% que respondió en sentido negativo. Otro 1% no emitió respuesta.

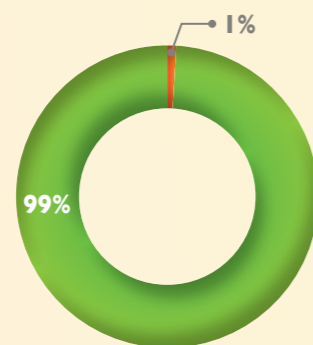
Estos resultados nos comprometen a seguir trabajando en favor de la salud y seguridad de todos nuestros colaboradores, un tema prioritario para nuestra agenda interna.

SOBRE MI TRABAJO

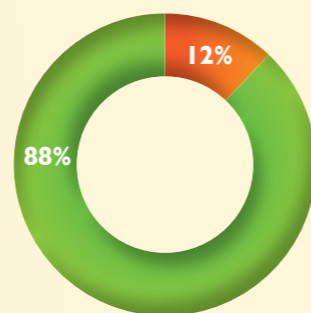
1. ¿TENGO DEFINIDAS LAS FUNCIONES DE MI PUESTO Y LOS LÍMITES DE MIS RESPONSABILIDADES?



2. ¿MI ÁREA DE TRABAJO, ES UN BUEN LUGAR PARA TRABAJAR?



3. ¿ME GUSTARÍA SEGUIR TRABAJANDO EN MI DEPARTAMENTO?



3. Nuestra Comunidad

Fundación Voz MCM

En MCMTelecom establecemos un fuerte compromiso social en favor de los grupos que más lo necesitan.

Entendemos que el desarrollo de las comunidades donde operamos es una responsabilidad compartida y trabajamos con una visión sostenible y de largo plazo, para alcanzar una sociedad más justa e inclusiva.

Nuestra labor social se rige a través de Fundación Voz MCM, una asociación sin fines de lucro que apoya a varias instituciones de asistencia privada a través de recursos económicos y en especie.

Nació en 2008 por iniciativa del director general de MCMTelecom y de sus colaboradores, con el objetivo de apoyar diversas causas sociales, de manera efectiva.

Desde entonces, la asociación ha apoyado anualmente a más de 15 instituciones de asistencia privada con donativos económicos, en especie y ayuda de voluntariado.

La **misión** de VOZ MCM es fomentar el altruismo entre los colaboradores de MCM Telecom, promoviendo su participación en acciones que ayuden a mejorar su entorno y beneficien a las personas en condición desfavorable.

Su **visión** es canalizar recursos y acciones para mejorar la sociedad actual, a través del fomento de acciones solidarias de parte de los colaboradores y clientes de MCM Telecom.

Los **valores** que rigen el actuar de Voz MCM son compromiso, respeto, honestidad y solidaridad.

Para canalizar los recursos a organizaciones de la sociedad civil (OSC), Voz MCM toma en cuenta los siguientes ejes de trabajo:

» EDUCATIVO

El apoyo está dirigido a organizaciones que se dediquen a combatir el rezago educativo en nuestro país y que brinden a las personas una oportunidad para mejorar su calidad de vida través del uso de internet y nuevas tecnologías.

» MARGINACIÓN Y POBREZA

El apoyo está dirigido a organizaciones que trabajen en el combate a la pobreza y marginación.



» ASISTENCIA TEMPORAL

El apoyo está dirigido a las organizaciones que trabajan para proteger las personas en estado de desprotección o desventaja física y social, hasta lograr en la medida que sea posible su incorporación a la vida plena y productiva.

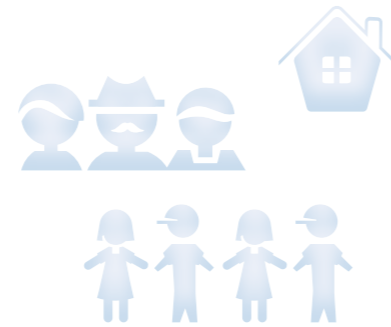
Otros criterios de selección establecen que la OSC beneficiada:

- Trabaje con niños, jóvenes, adultos mayores o grupos vulnerables en situación de pobreza o exclusión social
- Se ubique cerca de las oficinas de MCM Telecom
- Esté legalmente constituida y sea donataria autorizada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público
- Permita, a través del proyecto a apoyar, el involucramiento de los colaboradores de MCM Telecom en acciones de voluntariado

El impacto esperado de la Fundación es lograr cambios en las condiciones o calidad de vida de los beneficiarios de la OSC beneficiada; se prevé que el nivel de impacto directo sea visible en un plazo de tres a cinco años de haber apoyado a la institución.

El uso adecuado de los recursos está garantizado por una serie de requisitos institucionales que Voz MCM exige presentar a la institución a apoyar, como son:

- Acta constitutiva
- Plan estratégico
- Organigrama
- Planilla del personal
- Estados financieros
- Plan de trabajo



POLÍTICA DE DONATIVOS

La Política de donativos de Voz MCM establece las bases para hacer más eficientes y transparentar la obtención, el manejo y la asignación de donativos únicos o recurrentes, ya sea a través de instituciones asistenciales o de manera directa, independientemente de su naturaleza: económico, en especie o en voluntariado.

La recaudación de fondos se lleva a cabo mediante campañas dirigidas a los colaboradores y donadores internos y externos, de acuerdo con los lineamientos marcados dentro del Programa Anual de Campañas de Voz MCM y del documento Promoción Financiera de Voz MCM.

La recaudación de donativos se realiza de acuerdo al Programa Anual de Donativos, que aprueba el Comité de Filantropía.

Tratándose de donativos económicos, como apoyo adicional a la institución elegida, MCM Telecom aporta una cantidad igual a la donada por los empleados de la empresa.

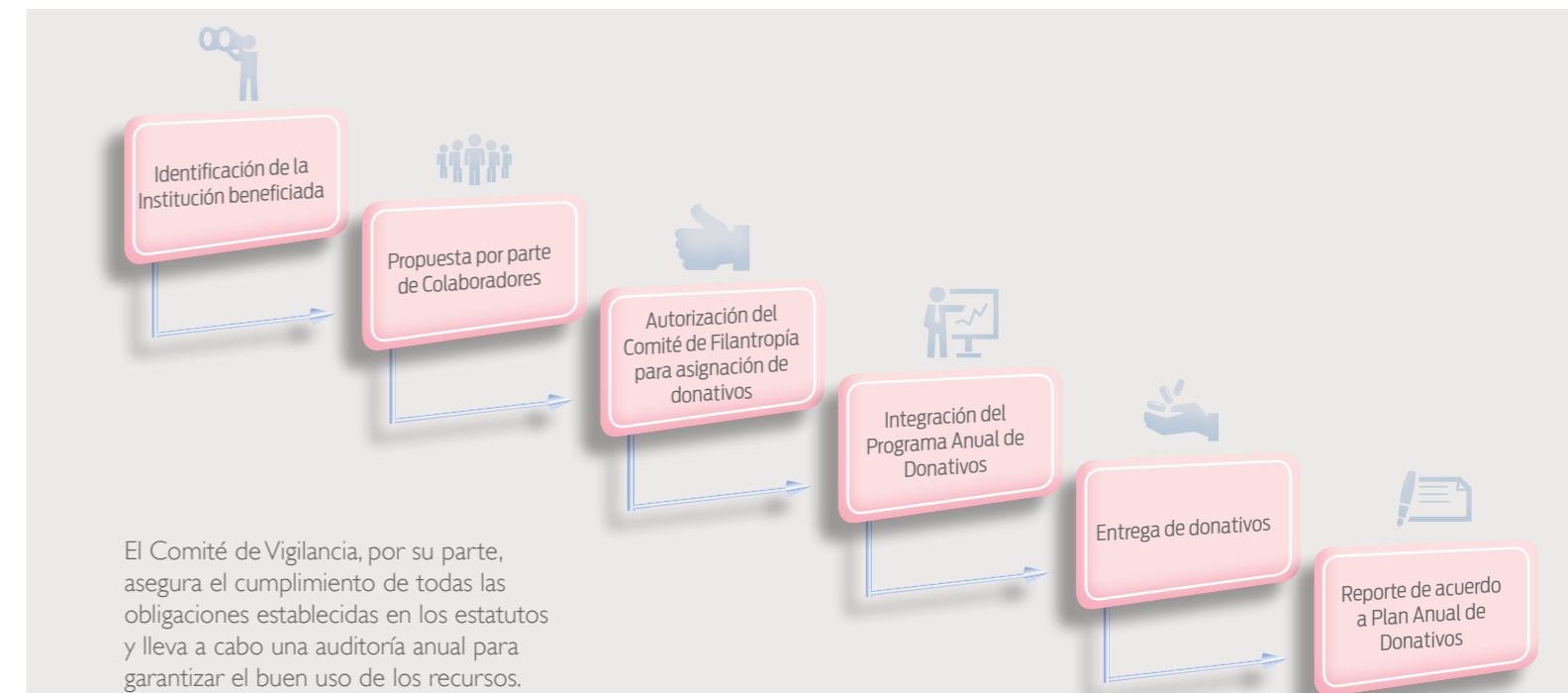
El otorgamiento de donativos se realiza atendiendo las siguientes condiciones:

El Comité de Filantropía aprueba la asignación de recursos.

1. El otorgamiento de donativos económicos se realiza a instituciones legalmente constituidas. Sólo podrá realizarse a personas físicas cuando el Comité de Filantropía así lo apruebe.
2. Cuando se trate de acciones emergentes, el Presidente podrá autorizar donativos de bajo monto, debiendo enterar de inmediato al Comité de Filantropía para su aprobación final.
3. Al entregar un donativo, deberá en todos los casos solicitarse a la institución beneficiaria un reporte de la aplicación del recurso asignado, y ésta a su vez deberá entregarlo.

4. Para el otorgamiento de un donativo se debe de conocer cuál es la razón de ser de la institución receptora, su orientación y los fines que persigue, todo esto como antecedente para retroalimentación a los benefactores.
5. Los donativos se clasificarán como únicos o recurrentes de acuerdo al Programa Anual de Donativos de Voz MCM.
6. Las donaciones realizadas se harán a nombre de la Asociación Voz MCM, AC.
7. Cuando se realicen donativos en conjunto con terceros, estos se efectuarán haciendo mención de la participación de Voz MCM.

8. Toda donación realizada debe de estar soportada y documentada, haciendo mención del tipo de donación, institución, monto y cualquier otro dato relevante.
9. Cuando un colaborador proponga a una institución para realizarle una donación, éste debe de presentar al Comité una breve explicación que justifique la solicitud de apoyo.
10. Voz MCM, en apoyo al cuidado y conservación del medio ambiente, se compromete a no destinar sus donativos en campañas que afecten o contribuyan al deterioro de los recursos naturales y del medio ambiente.
11. Todos los donativos se llevan a cabo mediante el flujo establecido a continuación:





CAMPAÑAS DE DONACIÓN

A través de Voz MCM, convocamos a nuestros empleados a participar en las campañas de donación que tenemos a lo largo de todo el año, con el objetivo de recaudar recursos económicos y en especie que contribuyan a la labor de la Fundación.

Entre los donativos en especie que acopiamos en nuestras campañas destacan ropa y cobijas, alimento, útiles escolares, juguetes y botiquines.

Las campañas de recaudación realizadas a lo largo de 2014, junto con los resultados obtenidos en cada una se enlistan en el siguiente cuadro:

2014			
FECHA	ACCIÓN	BENEFICIADOS	RESULTADO
Enero	Entrega de donativos en especie recaudados en la campaña de 2013 en MCM.	<ul style="list-style-type: none"> Cenáculo de Guadalupe, AC Casa de la Asistencia de la Tercera Edad San Antonio de Pádua, AC 	<ul style="list-style-type: none"> 1 Despensa de alimento enlatado, leche, arroz y frijol Botellas de agua 1 Lote de ropa, calzado y juguetes
Febrero	Difusión y entrega de folleto contra el cáncer infantil a colaboradores de MCM.	Casa de la Amistad de Niños con Cáncer, IAP	Conocimiento de la prevención del cáncer en niños.
Marzo	Invitación a colaboradores de MCM a formar parte del programa Donador Recurrente.	Voz MCM, AC	Se incorporaron 5 colaboradores al programa.
Abril	Recolección y entrega de donativos en especie: Piñatas, para el Día del Niño.	Luz de Vida, AC	3 Piñatas y dulces.
		Centro El Recobro, AC	<ul style="list-style-type: none"> 1 Lote de ropa 1 Lote de medicamentos 1 Piñata y dulces
Mayo	Invitación a colaboradores de MCM a incluirse en el programa de donativos de PTU.	Voz MCM, AC	<ul style="list-style-type: none"> Recaudación total: \$ 57,542.18 Colaboradores: \$28,771.09 MCM Telecom: \$28,771.09
Junio	Venta de playeras y quinielas.	Familia en pobreza extrema (Programa Construyendo).	Quinielas: 93 Camisetas: 400 Total: \$80,000.00 Construcción de una casa (Dic. 2014)
Julio	Rifa con Causa de boletos para el partido de fútbol: América vs. Atlético de Madrid.	Unidos por la Montaña, AC/ Estela Nicolás Toribio.	Total: \$2,450.00
	Colecta de ropa, cobijas y calzado usado con los colaboradores de MCM.		Donaciones de colaboradores.
Agosto	Entrega de silla de ruedas.	Unidos por la Montaña, AC/ Estela Nicolás Toribio.	Silla de ruedas. Carriola.
	Entrega de donativos de ropa, cobijas y calzado.	<ul style="list-style-type: none"> Casa de la Amistad de Niños con Cáncer, IAP Casa Hogar Esperanza de una Nueva Vida, IAP 	7 bolsas grandes de ropa, cobijas y calzado.
Septiembre	Colecta de víveres para los afectados de BCS, por el huracán Odille.	<ul style="list-style-type: none"> Afectados BCS. 	Lote de artículos de primera necesidad.
Octubre	Difusión de la campaña Donador Recurrente.		Se sumaron 4 donadores recurrentes.
Noviembre	Apoyo a MCM para adquirir artículos de aseo, juguetes y ropa nuevos.		Elaboración de paquetes para 14 instituciones.
Diciembre	Apoyo a MCM para adquisición, empaque y entrega de artículos.	14 instituciones de apoyo a grupos vulnerables.	Ropa: \$42,000.00 Juguetes: \$55,000.00 Productos de higiene: \$19,000.00
	Entrega de donativos, recaudados por el programa Donador Recurrente.	18 instituciones de apoyo a grupos vulnerables.	Apoyo: \$101,400
	Campaña Invernal de ropa y cobijas.	<ul style="list-style-type: none"> Cenáculo de Guadalupe, AC (Ropa de niños y niñas) Institución por definir 	Lote de ropa para niña y niño.
	Rifa de playera NASCAR.	Voz MCM, AC	Participación: 50 colaboradores Ingreso: \$1,000.00

A lo largo del ejercicio 2014, nuestros colaboradores participaron activamente en las campañas de donación económica, alcanzando una recaudación superior a los 94,000 pesos.

Las aportaciones de nuestros colaboradores se distribuyeron de la siguiente manera:

2014	
PROGRAMA	APORTACIÓN
Donador Recurrente	\$57,800
PTU	\$33,750
Rifa	\$3,250
Total	\$94,100

El recurso económico obtenido por la valiosa aportación de nuestros empleados, duplicada a su vez por MCM Telecom, nos permitió apoyar en 2014 a un total de 18 instituciones con aportaciones económicas. A todas ellas se entregaron 5,000 pesos, a excepción de La Casa de la Sal, la cual recibió 16,400 pesos.

En el siguiente cuadro se enlistan las instituciones apoyadas, tanto con aportaciones económicas como en especie, a lo largo de 2014.

INSTITUCIÓN	APOYO		
	ECONÓMICO	EN ESPECIE	IMPACTO
Ayuda y Solidaridad con las niñas de la Calle, IAP	N/A	Ropa nueva, juguetes (MCM a nombre de los clientes).	88 niñas y jóvenes de 4 a 20 años de edad.
Casa de la Amistad para Niños con Cáncer, IAP	\$ 5,000	Juguetes y ropa nueva (MCM a nombre de los clientes).	663 niños y jóvenes.
Casa de la Sal, AC	\$ 16,400	Juguetes y ropa nueva de niños y niñas (MCM a nombre de los clientes).	95 niñas, 72 niños y familiares.
Casa Hogar Esperanza de una Nueva Vida, IAP	\$ 5,000	Ropa de medio uso, artículos de limpieza y aseo (MCM a nombre de los clientes).	20 personas: 10 mujeres y 10 hombres.
Casa Hogar Patronato de Apoyo Social (PAS), AC	\$ 5,000	Juguetes y ropa nueva (MCM a nombre de los clientes).	50 niñas y niños de entre 4 y 20 años.
Fortaleza, Centro de Atención Integral a la Mujer, IAP	\$ 5,000	Juguetes, ropa nueva para niños y utensilios de aseo y limpieza (MCM a nombre de los clientes).	25 niñas y niños de 0 a 8 años.
Fundación Hogar Dulce Hogar, IAP	\$ 5,000	Juguetes y ropa nueva (MCM a nombre de los clientes).	45 menores de 2 a 12 años: 26 niñas y 19 niños.
Fundación San Felipe de Jesús	\$ 5,000	Juguetes y ropa nueva (MCM a nombre de los clientes).	120 niñas y niños de 2 a 18 años.
Hogar Rafael Guizar y Valencia, IAP	\$ 5,000	Juguetes y ropa nueva de niñas (MCM a nombre de los clientes).	86 niñas de 4 a 18 años.
Internado Infantil Guadalupano, AC	N/A	Juguetes y ropa nueva (MCM a nombre de los clientes).	90 niños varones de 6 a 14 años.
Orfanatorio La Rosa, AC	\$ 5,000	N/A	30 niñas de entre 4 y 19 años.
Luz de Vida, AC	\$ 5,000	Piñatas y dulces para la kermés de 2014. Juguetes y ropa nueva (MCM a nombre de los clientes).	140 menores de 25 años: 70 mujeres y 70 hombres.





Ministerios de Amor, AC	N/A	Juguetes y ropa nueva (MCM a nombre de los clientes).	400 niños distribuidos en 7 casas, 2 en la Ciudad de México y el resto en el interior del país.
Ser Humano, AC	\$ 5,000	Juguetes y ropa nueva (MCM a nombre de los clientes).	31 niñas y 34 niños.
Cenáculo de Guadalupe, AC	\$ 5,000	Ropa de medio uso, juguetes y productos de limpieza (MCM a nombre de los clientes).	60 niños entre 5 y 18 años.
Centro de Acompañamiento y Recuperación de Desarrollo Integral, AC	\$ 5,000	N/A	Población fluctuante de acuerdo a pacientes.
Fundación Dar y Amar, IAP	\$ 5,000	N/A	Niños y adolescentes hasta 18 años.
Programa Niños de la Calle, AC	\$ 5,000	N/A	173 niños en su programa de albergue y centros de día.
Aldeas Infantiles	N/A	Juguetes y ropa nueva (MCM a nombre de los clientes).	72 niñas y niños.
Hogar Infantil Marsh, AC	\$ 5,000	N/A	Casa hogar para 75 menores.
Casa Hogar María Madre, IAP	\$ 5,000	N/A	Casa hogar para ancianos.
Cielo, AC (Monterrey)	\$ 5,000	N/A	Centro integrador y emprendedor.

VOLUNTARIADO CORPORATIVO



Una línea estratégica de nuestras iniciativas de responsabilidad social es involucrar a nuestros colaboradores de manera que participen y se involucren de manera activa en los proyectos, fomentando su sensibilización y conciencia social.

Uno de los criterios que tomamos en cuenta para apoyar a instituciones sociales a través de Fundación Voz MCM es, justamente, que el proyecto a apoyar permita la participación de nuestros colaboradores.

También realizamos jornadas de rehabilitación y cuidado del medio ambiente, como limpieza de áreas verdes y jornadas de reforestación en el Corredor Palmas, en Lomas de Chapultepec V sección y en Lomas de Chapultepec III sección.

Atendiendo este compromiso con la sociedad, MCM Telecom se ha hecho cargo de un camellón de Avenida Paseo de las Palmas, con el objetivo es mantenerlo limpio, con buena visión y seguro, para lo cual contamos con un rol de limpieza y cuidado en el cual se quita todo objeto desechable que obstaculicé la visión o el paso, se genera la limpieza de las plantas, se quita la

hierba que impide el libre crecimiento de las plantas y se retiran ramas caídas de los árboles así como hojas secas.

La finalidad de MCM con mantener esta zona es preservar las áreas verdes en la Ciudad de México que cada vez son menos, además con el compromiso de mantenerla en un estado sano para que tenga funcionalidad.



CONSTRUYENDO UN SUEÑO

Durante 2014, MCM Telecom desarrolló el programa Construyendo un Sueño, gracias al cual una familia logró tener hogar digno con la unión del esfuerzo de los colaboradores de la empresa.

La idea surgió cuando el Comité de Vinculación con la Comunidad se propuso la meta de que la empresa construyera una casa para una familia de escasos recursos, sin embargo la respuesta obtenida por parte de empleados, clientes y proveedores superó todas las expectativas.

El programa cuenta con el respaldo de la organización de la sociedad civil Construyendo, la cual impulsa la solidaridad en el voluntariado a través de proyectos de construcción en beneficio de la población más vulnerable.

Para la ejecución de Construyendo un Sueño, MCM Telecom contribuye con los recursos económicos y humanos necesarios para construir la casa de una familia que la organización designa.

Para lograr la meta de recaudación se lanzó la campaña "Compra una playera con causa y participa", enmarcada en la fiebre mundialista, la cual consistió en invitar a los empleados a adquirir una playera del Mundial y hacer extensiva la invitación a clientes y proveedores. Por cada playera vendida, MCM Telecom aportó la misma cantidad para donar todo a Construyendo.

En total se vendieron 600 playeras, con un costo de 200 pesos cada una, lo que permitió recaudar 120 mil pesos, que MCM Telecom duplicó para Construyendo.

La campaña "Compra una playera con causa y participa", que incluyó tanto a empleados como a clientes y proveedores, recaudó un total de \$375,026.40 que permitió construir el sueño de una familia de tener su propia casa.



En solidaridad con la causa y de manera paralela, el Comité de Calidad de Vida organizó la Quiniela del Mundial MCM, por medio de la cual la empresa donó una cantidad adicional a los premios de los ganadores.

Con todos los esfuerzos, el programa logró recaudar un total de 375,026.40 pesos, que fueron depositados a la cuenta de Fundación Voz MCM para asegurar la transparencia en su manejo.

Con este proyecto, MCMTelecom logró un doble beneficio: por una parte, contribuir a mejorar la calidad de vida de una familia y, por el otro, dar la oportunidad a los empleados de vivir una experiencia muy enriquecedora ayudando a otros.

Entre los resultados obtenidos gracias a Construyendo un Sueño hemos identificado los siguientes:

- Mejora de la comunicación interna
- Sensibilización social del personal y sus familias
- Reconocimiento por parte del personal hacia la empresa, incrementando el orgullo de pertenencia
- Participación del personal desde el diseño y planteamiento del programa hasta la construcción de la casa

- Mejora del clima laboral
- Trabajo en equipo, dentro y fuera de la empresa
- Desarrollo de liderazgo
- Integración familiar y satisfacción colectiva por contribuir a mejorar la calidad de vida de una familia y una comunidad
- Un sueño construido: el hogar donde ahora habitan Rafaela y su familia.



4. Nuestro Planeta

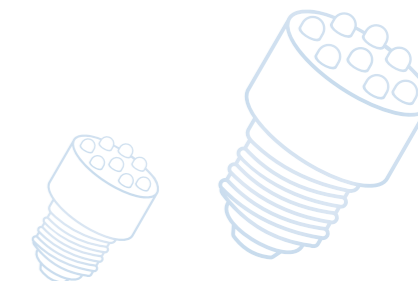
MCMTelecom es una empresa comprometida con la conservación del medio ambiente y con la mitigación del impacto de sus operaciones, pues quienes laboramos al interior de esta organización entendemos que cuidar el planeta en que vivimos es una corresponsabilidad compartida.

En línea con esta filosofía de eficiencia y sustentabilidad, desarrollamos una serie de iniciativas con el objetivo de reducir el consumo de los recursos naturales, sensibilizar sobre la importancia de cuidar el medio ambiente e incentivar las compras responsables.



Reducción de consumos

Para mitigar el impacto ambiental que generan nuestras operaciones trabajamos en varios frentes, como la reducción del consumo de energía, agua y papel; la adecuada separación y aprovechamiento de los desechos, y la disminución de nuestras emisiones contaminantes.



ILUMINACIÓN

En la oficina matriz de MCM, ubicada en Lomas Chapultepec en la Ciudad de México, se realizó la sustitución de luminarias tradicionales de 50 watts por luminarias tipo LED, las cuales consumen 4 watts.

En los dos pisos del edificio que ocupa el corporativo así como en la planta baja se implementaron tales acciones.

En el piso 8 se sustituyeron 54 pizas cuyo consumo anterior sumaba 2,700 watts, por luminarias LED que consumen únicamente 216 watts, mientras que en el piso 7 se cambiaron 49 piezas que consumían 2,450 watts por luminarias LED que consumen sólo 196 watts.

En la planta baja se sustituyeron 6 piezas con un consumo anterior de 300 watts por luminarias LED que ahora consumen 24 watts.



Consumo energético disminuyó de **5,450** watts a **436** watts

Todas estas ventajas dan como resultado un alto nivel de fiabilidad, que nos permiten optimizar los gastos y programas de mantenimiento.

Además, en nuestro Centro de Datos, ubicado en la oficina matriz, reemplazamos 72 lámparas fluorescentes por 56 lámparas tipo LED de 25 watts, manteniéndose los adecuados niveles de iluminación de más de 500 luxes en promedio.

AIRE ACONDICIONADO

En los primeros meses de 2014 adquirimos una unidad de aire acondicionado de precisión, la cual nos permitió sustituir tres unidades de aire acondicionado de tecnología antigua, extremadamente ruidosas y que utilizaban un gas refrigerante actualmente discontinuado por sus condiciones nocivas a la atmósfera.

Esta nueva unidad de aire acondicionado, cuenta con tecnología de punta que incluye entre sus características importantes:

- A) Compresores digitales tipo tonillo en configuración "tandem" que permiten ahorrar energía; ya que por su funcionamiento hacen que el sistema arranque de manera parcial en función de la cantidad de calor a disipar; con lo cual se optimiza su funcionamiento y reduce el consumo de energía.
- B) Ventiladores ecológicos, con motor de conmutación electrónica que ofrece un menor consumo de energía, alta eficiencia con cargas parciales, regulación de velocidad por control electrónico y baja emisión de ruido.
- C) Uso de gas refrigerante R410 ecológico, el cual hace posible el funcionamiento con valores de impacto extremadamente

bajos, y gracias a sus características termodinámicas se distingue por su inherente alta eficiencia.

D) Condensadora con control electrónico microprocesador y ventiladores tipo axial con motores de velocidad variable que generan un nivel de ruido muy reducido.

Esta actualización tecnológica en nuestros equipos de aire acondicionado de precisión contribuyó a que alcanzáramos una reducción de 2% en el consumo de energía respecto del año pasado.

Durante 2014, nuestro consumo en oficinas registró 3,099.829 megavatios-hora (MWh), contra los 3,166.203 MWh alcanzados en 2013.

La reducción más significativa, sin embargo, la obtuvimos en el tema de la demanda (carga conectada simultáneamente durante un periodo de tiempo), donde durante el mes de diciembre, en el horario punta, tuvimos una reducción de 7.5% o 366 kilowatts (kW) respecto de diciembre del 2013 (395 kW).

Todo esto ha permitido que nuestra demanda facturable disminuya y, aunado a los ajustes a la baja en las tarifas eléctricas, hemos reducido nuestra facturación por concepto energía y demanda eléctrica.

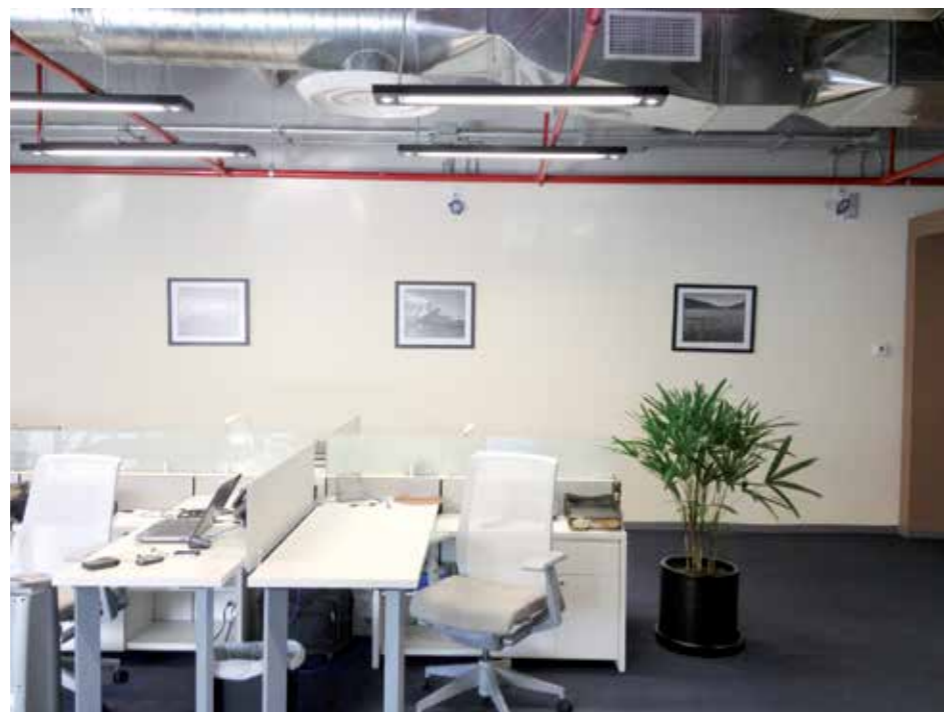


En total, el consumo energético se redujo desde 5,450 watts a sólo 436 watts.

Con este tipo de cambio iluminación se sigue contando con un nivel de iluminación adecuado, reduciendo más de 90% el consumo de energía, sólo con esos focos.

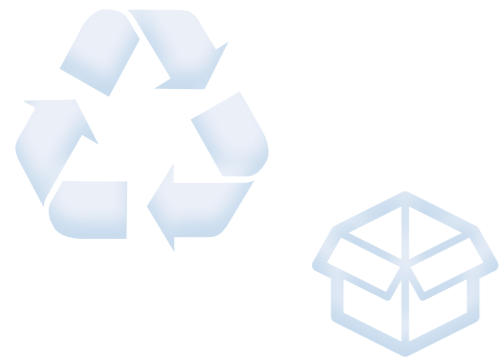
Entre las ventajas del alumbrado tipo LED sobre otras tecnologías, como la fluorescente o incandescente, destacan:

- Tiene una vida útil 10 veces mayor que la de los focos dicroicos, con lo que se logra un ahorro mayor al ya no estar comprando más focos por daños
- El calor generado optimiza el sistema de aire acondicionado, ya que es mínimo en comparación con el que generan los focos tradicionales
- Registra un bajo consumo de energía
- No contiene mercurio, el cual es muy nocivo para el medio ambiente
- No genera campos electromagnéticos ni ruido eléctrico hacia las líneas de distribución



COMPORTAMIENTO DE ENERGÍA Y DEMANDA DE MCM CORPORATIVO SIERRA CANDELA EN FUNCIÓN DE FACTURACIÓN DE CFE 2013 VS. 2014

Mes/ Año	ENERGÍA (kWh)				DEMANDA (kW)			F.P.	DEMANDA FACT	\$
	BASE	INTERMEDIO	PUNTA	TOTAL	BASE	INTERMEDIO	PUNTA			
Ene-13	90100	140800	34400	265300	393	386	386	0.9556	388	\$473,869.43
Feb-13	87700	130600	31000	249300	395	404	392	0.9546	396	\$433,263.00
Mar-13	98600	143800	33400	275800	398	400	392	0.9529	395	\$464,442.12
Abr-13	87200	160200	20800	268200	400	416	409	0.953	412	\$456,073.00
May-13	91200	160700	15700	267600	391	388	383	0.95	385	\$473,756.32
Jun-13	88100	154200	14200	256500	384	388	384	0.9542	386	\$449,997.11
Jul-13	85400	162300	16500	264200	377	383	380	0.9504	381	\$452,928.80
Ago-13	86200	161200	15600	263000	379	377	374	0.9525	376	\$449,621.24
Sep-13	92600	147900	14100	254600	376	378	371	0.956	374	\$425,927.54
Oct-13	85846	158379	19146	263371	379	377	374	0.9526	376	\$469,073.58
Nov-13	92355	142422	33355	268132	385	380	380	0.9691	381	\$494,132.90
Dic-13	96500	140200	33500	270200	382	392	395	0.9617	395	\$507,075.04
Ene-14	92900	143900	34100	270900	397	400	393	0.9642	396	\$514,144.43
Feb-14	90400	138700	34100	263200	412	409	407	0.9623	409	\$516,144.26
Mar-14	95500	141900	33300	270700	401	420	421	0.962	421	\$507,606.72
Abr-14	84500	153100	19500	257100	388	389	378	0.9676	382	\$469,437.54
May-14	90000	155000	14700	259700	379	373	369	0.9695	372	\$454,366.77
Jun-14	88000	150800	14700	253500	383	380	381	0.9686	375	\$449,923.34
Jul-14	85800	161200	16200	263200	377	373	366	0.969	369	\$439,952.00
Ago-14	88900	155800	14600	259300	370	374	369	96.73	371	\$474,334.71
Sep-14	86100	147500	14500	248100	378	388	367	0.9691	374	\$448,711.00
Oct-14	80600	149800	19100	249500	360	369	359	0.9671	362	\$439,952.57
Nov-14	90596	127903	29691	248190	378	387	366	0.9689	373	\$443,040.59
Dic-14	87829	135467	33143	256439	378	387	366	0.969	373	\$452,837.66



PAPEL

En cada uno de los pisos de MCM Telecom hemos colocado cajas con el fin de que en ellas se depositen las hojas y el papel que ya no será utilizado y que pueda reciclarse, como una forma de sensibilizar a nuestros colaboradores en la cultura e importancia del reciclaje.

Contamos con una máquina trituradora de papel, en la que depositamos la papelería confidencial de los trabajadores que contenga datos personales, por ejemplo, con el fin de que no se haga mal uso de dichos documentos así como de incrementar la cantidad de papel para reciclar.

Los colaboradores de MCM han mostrado un amplio nivel de participación en esta iniciativa, e incluso aportan papelería de sus casas que permite acopiar mayor volumen de papel a reciclar.

En sanitarios, registramos un consumo de 432 rollos de papel durante el año que se reporta, así como de 432 paquetes de toallas de papel en el comedor y 1,440 paquetes de Sanitas, las cuales se utilizan para secar las manos. Además, consumimos 384 paquetes de servilletas durante el año.



SEPARACIÓN DE DESECHOS

En línea con el máximo aprovechamiento de todos los recursos, en MCM Telecom tenemos la política de separar la basura en orgánica e inorgánica, ya que esto brinda la oportunidad de recuperar materiales que puedan tener un segundo uso.

La separación de desechos también redundará en el incremento de la vida útil de los rellenos sanitarios y contribuye a mejorar el medio ambiente.

REUTILIZACIÓN DE ELECTRÓNICOS

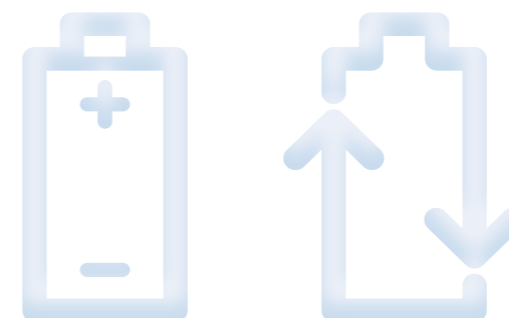
Preocupados por la correcta disposición del equipo electrónico, a lo largo del año acopiamos material para entregarlo In Cycle Electronics México SA de CV, garantizando las condiciones que permitieran el correcto transporte hasta su destino final.

El equipo fue recibido por In Cycle, que garantizó el reciclaje de 100% de los desechos recibidos, descritos a continuación:

#	DESCRIPCIÓN	No. PIEZAS	NETO KG
1	Adaptador Bluetooth USB	1	0.14
2	Archivo muerto		2.00
3	Auricular		39.00
4	Bocina		0.06
5	Breakage		140.12
6	Cable 30%		13.00
7	Cable Mix		22.00
8	Cámara		37.00
9	Celulares	2	0.50
10	Conectores		0.08
11	CPU	3	25.00
12	Diademas	6	1.00
13	Electrodoméstico		16.00
14	Eliminador	9	21.00
15	Fierro		3.00
16	Fuente de poder "Dell"	1	2.00
17	Impresora		94.00

18	Jumper J2320	1	9.00
19	Manos libres	13	4.00
20	Micrófono		2.00
21	Monitor	1	14.00
22	Mouse		0.26
23	Multipath switch DX2030	3	14.00
24	Plástico		7.00
25	Router PWCBRV204	2	2.00
26	Servidor		368.00
27	Switch		1,052.00
28	Switch2901FC	2	2.00
29	Switch Cisco ATA186	83	32.00
30	Switch SMC 6121PL2	1	5.00
31	Tarjeta		0.36
32	Tarjeta Juniper JX-2EI-RJ48-S	1	0.50
33	Teclado		1.00
34	Teléfono alámbrico LG Nortel	24	17.00
35	Teléfonos		148.00
36	Teléfonos Astra 551	17	37.00
37	Teléfonos Lucen6408D01A	16	26.00
38	Teléfonos Policom IP320	2	3.00
	Total	189	2,165.04

El material fue separado, identificado y empaquetado en cumplimiento de la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente y de la normatividad ambiental vigente en San Luis Potosí, sede de la empresa recicladora



TRANSPORTE

Contamos con un total de 59 unidades de transporte operativo, que cumplen con todos los trámites y regulaciones vigentes.

Atendiendo el compromiso de mantener una flotilla vigente y adecuada para nuestras operaciones, sólo 9 del total de las unidades tienen más de 10 años de antigüedad, siendo modelos 2004 o anteriores.

La mayoría de nuestros vehículos (70% o 41 unidades) corresponden a modelos 2010 en adelante, mientras que el resto (9 unidades) son de los años 2005 a 2009.

Preocupados por disminuir nuestras emisiones contaminantes, revisamos los viajes que realizan nuestros colaboradores tanto a destinos nacionales como internacionales, con miras a disminuirlos en el mayor número posible.

Durante 2014, la empresa cubrió en tiempo y forma a una multa vehicular aplicada contra una de nuestras unidades, la cual fue conducida a exceso de velocidad. La sanción correspondió a 5 días de salario mínimo, de acuerdo con lo que establece la ley. Adicional a ese incumplimiento normativo no registramos ningún otro caso similar.

A todos nuestros conductores y empleados les hacemos saber la importancia de respetar los ordenamientos vigentes en materia de conducción vehicular, no sólo si se trata de unidades de la empresa sino en su vida cotidiana.

En materia de vuelos realizados por nuestros empleados, en 2014 se realizaron 52 con destinos nacionales y 4 más a destinos internacionales.

Esto equivalió a una emisión de 12,659 kilogramos de CO₂, de las cuales 9,955.4 kilos correspondieron a los vuelos nacionales y 2,704.2 a los internacionales.

La mayoría de los desplazamientos a destinos nacionales se trató de visitas a las tres ciudades donde MCM Telecom tiene operaciones: Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara. Sólo tres vuelos nacionales tuvieron destino distinto: Culiacán, Ixtapa y Mérida.

En el caso de los vuelos internacionales se realizó uno a Chicago y tres más a Madrid.



Compras responsables

Desde 2011, MCM Telecom estableció su Política de Compras para disponer oportunamente de los insumos, materiales y servicios necesarios para la operación de la compañía, a precios competitivos con proveedores que respeten el medio ambiente, la dignidad humana y con niveles de calidad adecuados.

La selección de proveedores, además de tomar en cuenta aspectos como precio del producto requerido, plazo de entrega, calidad y garantía, incluye normas y criterios específicos de responsabilidad social.

Se procura desarrollar alianzas con proveedores que actúen responsablemente frente al medio ambiente y/o de la comunidad local y no se compran insumos de proveedores de dudosa procedencia que no demuestren conducta clara, transparencia en sus procesos o que no funcionen dentro de un marco de ética.

MCM Telecom se compromete a mantener lealtad y ética hacia los proveedores desarrollando controles administrativos dentro de la empresa para evitar actos antiéticos.

Además, promovemos con nuestros proveedores una relación ganar-ganar que permita el desarrollo de alianzas de largo plazo.



Para cada proceso de adquisición, el departamento encargado de las compras busca al menos tres proveedores que cumplan con criterios de calidad y que en sus procesos respeten la ley, la dignidad de sus trabajadores y el medio ambiente además de que practiquen el comercio justo.

Además de verificar que los proveedores cumplan con los requisitos establecidos, el departamento encargado de realizar las compras también lleva un registro de los que cumplen y el grado en que lo hacen, lo que permite en futuras compras favorecer a los que tienen mejores cumplimientos.

Los proveedores también son invitados a cursos de empresas socialmente responsables, como un beneficio mutuo.

Preocupados por el medio ambiente, durante 2014 destinamos casi 100,000 pesos en compras ecológicas que nos permitieron construir nuestro jardín



Vertical en el interior del edificio corporativo Lomas Candela, entre el 28 de octubre y el 11 de noviembre de 2014.

Un jardín vertical es un muro vegetal que puede ser utilizado en distintas construcciones tanto interiores como exteriores, que permite cambiar el entorno común reverdeciendo las paredes y maximizando los espacios; integrando la vegetación y la arquitectura de forma natural, mejorando el entorno urbano, la calidad de vida de las personas, y finalmente obteniendo beneficios ambientales, todo de una manera sustentable e innovadora.

Entre los diferentes sistemas de jardines verticales disponibles en el mercado, MCM selecciono la opción de mini garden, el cual a diferencia de otros sistemas ofrece múltiples ventajas, tales como:

- Es un sistema modular autoportable y automontable de nulo mantenimiento.



Campañas ambientales

- Máxima durabilidad de 10 años garantizados.
- Sistema de riego inteligente, cada 15 días se apertura la válvula de riego de manera automática.
- Permite plantas de mayor tamaño
- Estructura para contener las plantas, esta no se rompe al incrementar el tamaño de la planta.
- Uso interior y/o exterior.

De esta manera MCM, busca contribuir en la creación de un entorno más amigable dentro del área de trabajo así como fomentar la cultura de respeto y cuidado al medio ambiente.

Tanto al interior como exterior de la empresa promovemos mensajes y campañas de cuidado del medio ambiente, destacando la responsabilidad que cada persona tiene en hacer de este planeta un mejor lugar para vivir.

En el marco del Día Mundial del Medio Ambiente, que se conmemora el 5 de junio, se invitó a todos quienes visitaban las instalaciones del corporativo a escribir mensajes de reflexión para detener el cambio climático.

Entre los mensajes más compartidos estuvieron: compartir el automóvil, recuperar agua de la regadera con una cubeta y no comprar agua embotellada.

En la sensibilización de nuestros colaboradores ponemos un énfasis particular; en el entendido de que es clave para alcanzar nuestros objetivos ambientales.





5. Premios y reconocimientos

Como parte del reconocimiento a su cultura de responsabilidad social empresarial, MCM Telecom ha obtenido premios y certificaciones que respaldan su desempeño y logros alcanzados hasta el momento.

Durante 2014, la empresa obtuvo por tercer año consecutivo el Distintivo ESR, que entregan el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial (AliARSE). El reconocimiento fue recibido por Alejandro Hernández Bringas.

Además, el programa Vida Responsable, que permite fomentar el ahorro y la inversión entre los colaboradores de la compañía, consiguió el Reconocimiento a las Mejores Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial 2014, en la categoría Calidad de Vida en la Empresa.



El programa de Vida Responsable pretende sensibilizar a sus colaboradores en materia de finanzas personales, así como para fomentar en ellos una cultura de ahorro para construir un patrimonio y lograr sus objetivos de vida. A través de este fondo de inversión, MCM proporciona de 16 a 30% adicional a su personal para incrementar el monto de su inversión, las opciones de inversión son para: retiro laboral, adquisición/liquidación de vivienda y becas estudiantiles.

Este reconocimiento fue recibido por Nizet Flores en noviembre de 2014, durante el Seminario Internacional de Mejores Prácticas, realizado en Mérida, Yucatán.

MCM Telecom cuenta también con la recertificación en Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001:2008, emitida por el organismo certificador QS México.

Además, cabe destacar que nuestra empresa es la única dentro del sector de telecomunicaciones en México que cuenta con certificaciones de calidad en todos sus procesos de desarrollo, venta, implementación y mantenimiento de soluciones de telecomunicaciones.

MCM obtuvo Reconocimiento a las Mejores Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial 2014, en la categoría Calidad de Vida en la Empresa gracias al programa Vida Responsable, que permite fomentar el ahorro y la inversión entre los colaboradores de la compañía.





6. Tablas GRI

Indicador GRI	Página	Localización en el Informe / Comentarios
I. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS		
1.1 Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización.	3	Carta del Director
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	3 5	Carta del Director Nuestro negocio
2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
2.1 Nombre de la organización.	-	Portada
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.	5 6	Nuestro negocio Servicios
2.3 Estructura operativa de la organización.	7	Estructura operativa
2.4 Localización de la sede principal de la organización.	7	3ª de forros/Mercados servidos
2.5 Número de países en los que opera la organización.	5 6 7	Nuestro negocio Servicios Mercados servidos
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	5	Nuestro negocio
2.7 Mercados servidos.	7	Mercados servidos
2.8 Dimensiones de la organización informante, incluido:		
• Número de empleados.	13	Plantilla laboral
• Ventas netas.		
• Capitalización total, desglosada en términos de deuda y patrimonio neto.	5	
• Cantidad de productos o servicios prestados.	7	Mercados servidos
2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización, incluidos:	NA	
• La localización de las actividades o cambios producidos en las mismas, aperturas, cierres y ampliación de instalaciones; y		



• Cambios en la estructura del capital social y de otros tipos de capital, mantenimiento del mismo y operaciones de modificación del capital (para organizaciones del sector privado).	ND	
2.10 Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	45	Premios y reconocimientos
3. PARÁMETROS DE LA MEMORIA		
PERFIL DE LA MEMORIA		
3.1 Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	4	Alcance del Informe
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiere).	4	Alcance del Informe
3.3 Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	4	Alcance del Informe
3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	36	Datos de contacto
ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA		
3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria, incluido:		
• Determinación de la materialidad.	4	Alcance del Informe
• Prioridad de los aspectos incluidos en la memoria.	4	Alcance del Informe
• Identificación de los grupos de interés que la organización prevé que utilicen la memoria.	4	Alcance del Informe
3.6 Cobertura de la memoria.	4	Alcance del Informe
3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	4	Alcance del Informe
3.8 La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos.	4	Alcance del Informe
3.9 Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.		
3.10 Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión.	4	Alcance del Informe
3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	4	Alcance del Informe
ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI		
3.12 Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria.	37	Tabla de Indicadores GRI
VERIFICACIÓN		
3.13 Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria.	NA	
4. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
GOBIERNO		
4.1 La estructura de gobierno de la organización.	7	Estructura operativa
4.2 Ha de indicarse si el Presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	ND	
4.3 En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.		
4.4 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	ND	
4.5 Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	ND	



4.6 Procedimientos implementados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	10	
4.7 Procedimiento de determinación de la composición, capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno y sus comités, incluida cualquier consideración sobre el sexo y otros indicadores de diversidad.	ND	
4.8 Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	9	Filosofía corporativa
4.9 Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	ND	
4.10 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	ND	
COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS		
4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	40	Estrategia de responsabilidad social
4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	10 16 17	Calidad de vida Apoyo en estudios Nuestra comunidad
4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.		
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
4.14 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.		Encuesta de clima laboral
4.15 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.		
4.16 Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	40	Comunicación con grupos de interés
4.17 Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	ND	

5. ENFOQUE DE GESTIÓN E INDICADORES DE DESEMPEÑO		
DIMENSIÓN ECONÓMICA		
INDICADORES DEL DESEMPEÑO ECONÓMICO		
Aspecto: Desempeño Económico		
EC1 Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	ND	
EC2 Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	ND	
EC3 Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	10	Calidad de vida
EC4 Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	ND	

Aspecto: Presencia En El Mercado		
EC5 Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	10	Calidad de vida
EC6 Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	ND	
EC7 Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	14	Plantilla laboral
Aspecto: Impactos Económicos Indirectos		
EC8 Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	21	Campañas de donación
EC9 Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	21	Campañas de donación
DIMENSIÓN AMBIENTAL		
INDICADORES DE DESEMPEÑO AMBIENTAL		
Aspecto: Materiales		
EN1 Materiales utilizados, por peso o volumen.	32	
EN2 Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	ND	
Aspecto: Energía		
EN3 Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	29	Comportamiento de energía y demanda
EN4 Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	ND	
EN5 Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	27	Reducción de consumos
EN6 Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	28-30	Iluminación/Aire acondicionado
EN7 Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	27	Reducción de consumos
Aspecto: Agua		
EN8 Captación total de agua por fuentes.	NA	
EN9 Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	NA	
EN10 Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	NA	
Aspecto: Biodiversidad		
EN11 Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	NA	
EN12 Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	NA	
EN13 Hábitats protegidos o restaurados.	NA	
EN14 Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	N/A	



EN15 Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	NA	
Aspecto: Emisiones, Vertidos y Residuos		
EN16 Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.		
EN17 Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	ND	
EN18 Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	27	Reducción de consumos
EN19 Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	NA	
EN20 NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	NA	
EN21 Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	NA	
EN22 Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	30	Reutilización de electrónicos
EN23 Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	NA	
EN24 Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	NA	
EN25 Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	NA	
Aspecto: Productos y Servicios		
EN26 Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	27	Reducción de consumos
EN27 Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	NA	
Aspecto: Cumplimiento Normativo		
EN28 Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	34	Transporte
Aspecto: Transporte		
EN29 Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	31	Transporte
Aspecto: General		
EN30 Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	27	Reducción de consumos
DIMENSIÓN SOCIAL		
INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA DEL TRABAJO		
Aspecto: Empleo		
LA1 Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato, por región y por sexo.	13	Nuestra gente
LA2 Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	13	Nuestra gente

LA3 Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	10	Calidad de vida
LA15 Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.		
ASPECTO: RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES		
LA4 Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	NA	
LA5 Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	NA	
ASPECTO: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO		
LA6 Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud en el trabajo.	16	Salud y seguridad
LA7 Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	14-15	
LA8 Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	15	Formación
LA9 Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	10 16	Calidad de vida Salud y seguridad
ASPECTO: FORMACIÓN Y EDUCACIÓN		
LA10 Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	15	Formación
LA11 Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	15	Formación
LA12 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional desglosado por sexo.		
ASPECTO: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES		
LA13 Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	ND	
ASPECTO: IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN ENTRE MUJERES Y HOMBRES		
LA14 Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	ND	
DERECHOS HUMANOS		
INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE DERECHOS HUMANOS		
Aspecto: Prácticas de Inversión y Abastecimiento		
HR1 Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	ND	
HR2 Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.		



HR3 Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	NA	
Aspecto: No Discriminación		
HR4 Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	ND	
Aspecto: Libertad de Asociación y Convenios Colectivos		
HR5 Operaciones y proveedores significativos identificados en los que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda ser violado o pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	ND	
Aspecto: Explotación Infantil		
HR6 Operaciones y proveedores significativos identificados que conllevan un riesgo significativo de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición efectiva de la explotación infantil.	NA	
Aspecto: Trabajos Forzados		
HR7 Operaciones y proveedores significativos identificados como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado u obligatorio, y las medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.	10	Ética y derechos humanos
Aspecto: Prácticas de Seguridad		
HR8 Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	ND	
Aspecto: Derechos de los Indígenas		
HR9 Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	NA	
Aspecto: Evaluación		
HR10 Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	ND	
ASPECTO: MEDIDAS CORRECTIVAS		
HR11 Número de quejas relacionadas con los derechos humanos que han sido presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales.	10	Ética y derechos humanos
SOCIEDAD		
Aspecto: Comunidades Locales		
SO1 Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	17	Nuestra comunidad
SO9 Porcentaje de las operaciones con importantes repercusiones negativas reales o potenciales en las comunidades locales.	NA	
SO10 Medidas de prevención y de mitigación aplicadas en las operaciones con importantes repercusiones negativas reales o potenciales en las comunidades locales.	NA	
Aspecto: Corrupción		
SO2 Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	ND	
SO3 Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	ND	

SO4 Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	ND	
Aspecto: Política Pública		
SO5 Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	ND	
SO6 Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	NA	
Aspecto: Comportamiento de Competencia Desleal		
SO7 Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopólicas y contra la libre competencia, y sus resultados.		ND
Aspecto: Cumplimiento Normativo		
SO8 Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	34	Transporte
RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS		
INDICADORES DEL DESEMPEÑO DE LA RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS		
ASPECTO: SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE		
PR1 Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	ND	
PR2 Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	12	Satisfacción del cliente
Aspecto: Etiquetado de Productos y Servicios		
PR3 Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	NA	
PR4 Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	NA	
PR5 Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	12	Satisfacción del cliente
Aspecto: Comunicaciones de Marketing		
PR6 Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	ND	
PR7 Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	ND	
Aspecto: Privacidad del Cliente		
PR8 Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	12	Satisfacción del cliente
Aspecto: Cumplimiento Normativo		
PR9 Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	5 12	Nuestro negocio Satisfacción del cliente



7. Contacto

» PARA CUALQUIER ASUNTO RELACIONADO CON ESTE INFORME, PUEDE CONTACTAR A LETICIA LÓPEZ, QUIEN SE DESEMPEÑA EN MCM TELECOM CON EL CARGO DE ASISTENTE DE DIRECCIÓN, AL TELÉFONO 5350 0004 O AL CORREO ELECTRÓNICO: llopez@mcmtelecom.com.mx





Sierra Candela 11, piso 8, Col. Lomas de Chapultepec,
Del. Miguel Hidalgo, CP 11000
Tel. (52 55) 5230 0004

www.mcmtelcom.com.mx