

IMPULSANDO DESARROLLO MEDIANTE
conectividad

INFORME CORPORATIVO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL 2011



I. Introducción	
1.1. Mensaje del Director General	2
1.2. Acerca de este Informe	4
1.3. Acerca de América Móvil	5
1.3.1. Estructura corporativa y accionaria	8
1.4. Eventos relevantes durante el 2011	9
1.5. Un poco de nuestra historia	10
1.6. Los Diez Principios de Grupo Carso	11
1.7. Relación con nuestros grupos de interés	12
1.8. Inversión en infraestructura, nuestro principal logro	14
II. Gobierno Corporativo	16
III. Desempeño Económico	20
3.1. Contexto	20
3.2. Puntos sobresalientes	23
3.3. Suscriptores	25
3.3.1. Accesos totales	25
3.3.2. Suscriptores celulares	25
3.3.3. Accesos de línea fija	25
3.4. Resultados consolidados de América Móvil	26
IV. Desempeño Social	30
4.1. América Móvil y sus empleados	33
4.1.1. Capacitación y Desarrollo	34
4.1.2. Derechos Humanos y Discriminación	35
4.1.3. Salud y Seguridad en el Trabajo	35
4.2. América Móvil y el Gobierno	37
4.2.1. Asociaciones	37
4.2.2. Nuestra postura ante las Organizaciones	38
4.3. América Móvil y la competencia	39
4.4. América Móvil y la relación con sus Clientes	40
4.4.1. La seguridad de nuestros Clientes	40
4.4.2. Comunicación y Marketing	42
4.4.3. Privacidad del Cliente	44
4.4.4. Satisfacción del Cliente	44
4.4.5. Acciones para ser una empresa más competitiva	45
4.5. América Móvil y la Comunidad	49
4.5.1. Programas vinculados con nuestro negocio	49
4.5.2. Programas que enriquecen a nuestras comunidades	55
V. Desempeño Ambiental	60
5.1. Energía	63
5.2. Agua	64
5.3. Emisiones y desechos	64
5.4. Biodiversidad	67
5.5. Reducción de consumibles	70
5.6. Transporte	71
VI. Tabla de Reconocimientos	72
VII. Glosario	73
VIII. Tabla de Indicadores GRI	74

En América Móvil entendemos el papel fundamental que juegan las telecomunicaciones en esta era de conectividad en la que el contacto entre las personas y sociedades es cada vez más activo y dinámico. Comunicamos usuarios de más de **200 países** en todos los continentes conectando **300 millones de accesos** a través de servicios de voz, banda ancha, televisión de paga y línea fija. Nuestra constante inversión en infraestructura de vanguardia optimiza la cobertura y servicios de comunicación que ofrecemos a precios accesibles al cliente.

Como la **empresa líder en telecomunicaciones en Latinoamérica**, apoyamos su competitividad ante la comunidad global, misma que nos demanda mejoras continuas en nuestro desempeño económico, social y ambiental. En este Informe reportamos las acciones, objetivos y compromisos en torno a estos tres grandes temas y los retos que enfrentamos como empresa y como sociedad.



INTRODUCCIÓN

1.1. Mensaje del Director General



Estimados amigos:

Es muy satisfactorio para mí presentar el Informe Corporativo de Responsabilidad Social Empresarial de América Móvil 2011, con el que refrendamos el compromiso de informar a nuestros grupos de interés acerca del desempeño económico, social y medioambiental de la compañía en los países donde operamos.

En el presente documento se reportan los esfuerzos que realiza la empresa en materia de sustentabilidad en 18 países del continente americano, acción mediante la cual nos aseguramos de seguir por un camino de transparencia y rendición de cuentas.

Nuestra misión es lograr que la población de los países en donde tenemos presencia tenga acceso a servicios de comunicación con la más avanzada tecnología a precios asequibles. Buscamos crear un servicio universal, convencidos de que el rezago es inaceptable y que el tener acceso a este beneficio se verá traducido en mercados más dinámicos y competitivos.

En el 2011 alineamos nuestros esfuerzos para contribuir a la disminución de la brecha digital, a los acuerdos manifestados en el Reporte del 2010 de la Comisión de la Banda Ancha para el Desarrollo Digital, organismo formado por la Organización de las Naciones Unidas para las Tecnologías de la Información y la Comunicación, TIC, y la UNESCO.

Debido a que grandes compromisos requieren de grandes inversiones, en el 2011 el gasto en este rubro fue de aproximadamente 9.7 miles de millones de dólares, mismos que se destinaron a la expansión de la cobertura y capacidad de nuestras redes. Asimismo, con la incorporación de Telmex y Telmex Internacional a nuestras operaciones, la infraestructura de la compañía se ha convertido en una de las principales ventajas competitivas e importante catalizador para incrementar la penetración de servicios de voz, datos y video en la región.

Además de atender a las zonas más marginadas del continente, desde hace 11 años en América Móvil im-

“La Responsabilidad Social es parte fundamental de nuestra estrategia y filosofía, trabajamos con el objetivo de vincular la experiencia empresarial con la actividad social, lo cual nos compromete con cada uno de nuestros grupos de interés”.

plementamos una serie de iniciativas que nos permiten poner en práctica nuestra convicción de ayudar a las comunidades más desprotegidas con acciones de alto impacto en áreas fundamentales como la educación, salud, atención en desastres naturales, desarrollo humano y apoyo al deporte y la cultura.

En América Móvil creemos en los proyectos que benefician a un mayor número de personas. Siempre pioneros en adoptar las nuevas tecnologías en la región, fuimos los primeros en lanzar un eficaz sistema de pre-pago masificando los servicios de telefonía móvil.

De igual manera, hemos sido nosotros quienes antes que ninguno lanzamos la tecnología GSM y una red UMTS (3G), que al cierre del 2011 ya estaba disponible para más de 300 millones de personas en Latinoamérica y el Caribe, ampliando así el acceso a servicios de datos en áreas donde antes no habían sido posibles.

En la búsqueda constante de ofrecer soluciones innovadoras para comunicar a más personas, hemos ido sumándonos a iniciativas que promueven prácticas sustentables como un factor fundamental para la viabilidad del negocio, encontrando en la Responsabilidad Social una herramienta estratégica para lograrlo.

Bajo este enfoque, en América Móvil estamos trabajando para integrar la sustentabilidad en los diversos procesos de la organización y con ello, conseguir nuestra permanencia en el largo plazo, siempre apoyados por

el compromiso y profesionalismo de nuestros accionistas y empleados.

Aún cuando las TIC no generan un impacto significativo de Gases de Efecto Invernadero, GEI, en comparación a su contribución con el PIB mundial, en América Móvil reconocemos el reto que esto representa. En 2011, continuamos estableciendo importantes políticas ambientales a favor de la optimización de recursos y el uso de fuentes de energía limpia y renovable, que hacen que nuestras operaciones sean más sustentables y tengan un menor impacto negativo en el ecosistema.

Creemos firmemente que la sustentabilidad corporativa solo es posible con la participación conjunta de las empresas y sus grupos de interés, trabajando con una amplia visión y objetivos claros a largo plazo. Agradecemos a todos los miembros del Consejo, a nuestros accionistas, empleados, clientes y miembros de la comunidad por su apoyo y dedicación, los cuales hacen posible este ambicioso proyecto de generar más y mejor comunicación en el continente americano bajo una gestión responsable frente a nuestro entorno. ▶

Muchas gracias.

Daniel Hajj Aboumrada
DIRECTOR GENERAL DE AMÉRICA MÓVIL

1.2. Acerca de este Informe

Presentamos nuestro Informe de corporativo, autodeclarado en nivel “C” bajo metodología G3 del GRI. Reportamos las operaciones que tenemos en el continente americano y el Caribe.

Global Reporting Initiative, GRI, es la organización pionera a nivel mundial en establecer un marco metodológico comprensible, útil y práctico para el desarrollo de informes de sustentabilidad. Este marco permite a cualquier organización medir y reportar su desempeño económico, ambiental, social y de gobierno corporativo –las cuatro áreas clave de la sustentabilidad– a sus partes interesadas.

América Móvil presenta su Informe Corporativo de Responsabilidad Social Empresarial 2011 bajo la metodología G3 de GRI. Este es el segundo informe que publica la empresa.

El presente contiene las acciones y resultados obtenidos por la compañía en los ámbitos arriba mencionados, con la finalidad de demostrar y ratificar el compromiso que tenemos con la sus-

tentabilidad en los mercados en los que operamos. Debido a lo anterior, éste se tomará como base comparativa en reportes subsecuentes, para identificar el cumplimiento de objetivos y los avances sobre metas establecidas por la compañía en esta materia.

En este Informe se cubre el periodo del 1° de enero al 31 de diciembre de 2011 y es un reporte auto-declarado como nivel “C” bajo la metodología G3 de GRI. Comprende las operaciones que América Móvil tiene en el continente americano y el Caribe.

Asimismo, se considera una herramienta de gestión para la empresa, debido a que se trata del resultado de una autoevaluación profunda e importante que ayudará a la toma de decisiones para la mejora continua de nuestro desempeño en el futuro. ▶



1.3. Acerca de América Móvil



En América Móvil contamos con operaciones en **18 países** ofreciendo nuestros servicios a más de **800 millones** de personas.

América Móvil es la compañía líder de servicios de comunicación en América Latina y la tercera más grande del mundo en términos de suscriptores.

Es parte de Grupo Carso⁽¹⁾ y cuenta con operaciones en 18 países, en los cuales provee sus servicios a una población total de 800 millones de personas a través de marcas como Telcel, Telmex, Claro, Embratel, Net, Comcel, Porta y Tracfone, entre otras.

Somos líderes en participación de mercado en México, Colombia y Ecuador, y ocupamos el tercer lugar en Brasil. La siguiente tabla contiene un resumen de las principales marcas y servicios de América Móvil en cada una de sus operaciones.

En esta era de conectividad en donde el contacto y la participación cada

vez más activa entre las personas y las sociedades son esenciales, las telecomunicaciones juegan un papel central. Es por esto que en América Móvil hemos concentrado nuestros esfuerzos de inversión en infraestructura de vanguardia, en continua expansión, evolución y asequible para todos. De esta manera hacemos posible la comunicación de los usuarios con los habitantes de más de 200 países en todos los continentes del mundo.

Nuestra tecnología de punta conecta 300 millones de accesos de voz, banda ancha y televisión de paga, incluyendo 58 millones de accesos de líneas fijas. A través de éstos, los clientes se mantienen en contacto con amigos y familiares, impulsan el crecimiento de sus negocios, acceden a información valiosa, identifican oportunidades y mantienen su mundo bajo control. ▶

⁽¹⁾ Grupo Carso es uno de los conglomerados más importantes de América Latina. Controla y opera diversas empresas de los ramos industrial, comercial y de infraestructura y construcción, y también se encuentra en el sector automotriz. Para mayor información puede consultar: <http://www.carso.com.mx>

Subsidiarias y asociada de américa móvil a diciembre de 2011



País	Compañía	Negocio	Participación Accionaria	Método de Consolidación
1 Argentina	Claro Telmex ⁽¹⁾	Celular Fija	100% 97.3% ⁽²⁾	Consolidación Global Consolidación Global
2 Brasil	Claro Embratel ⁽¹⁾ Net	Celular Fija Cable	100.0% 97.6% 87.6%	Consolidación Global Consolidación Global Método de participación
3 Chile	Claro Telmex ⁽¹⁾	Celular Fija	100.0% 100.0%	Consolidación Global Consolidación Global
4 Colombia	Comcel Telmex	Celular Fija	99.4% 99.4%	Consolidación Global Consolidación Global
5 Costa Rica	Sercotel	Celular	100.0%	Consolidación Global
6 Ecuador	Porta Telmex ⁽¹⁾	Celular Fija	100.0% 100.0%	Consolidación Global Consolidación Global
7 El Salvador	Claro	Celular/Fija	95.8%	Consolidación Global
8 Estados Unidos	Tracfone	Celular	98.2%	Consolidación Global
9 Guatemala	Claro	Celular/Fija	99.3%	Consolidación Global
10 Honduras	Claro	Celular/Fija	100.0%	Consolidación Global
11 México	Telcel Telmex Sección Amarilla Telvista	Celular Fija Otra Otra	100.0% 93.3% 100.0% 96.98% ⁽³⁾	Consolidación Global Consolidación Global Consolidación Global Consolidación Global
12 Nicaragua	Claro	Celular/Fija	99.6%	Consolidación Global
13 Panamá	Claro	Celular	99.7%	Consolidación Global
14 Paraguay	Claro	Celular	100.0%	Consolidación Global
15 Perú	Claro Telmex ⁽¹⁾	Celular Fija	100.0% 99.6%	Consolidación Global Consolidación Global
16 Puerto Rico	Claro	Celular/Fija	100.0%	Consolidación Global
17 República Dominicana	Claro	Celular/Fija	100.0%	Consolidación Global
18 Uruguay	Claro	Celular	100.0%	Consolidación Global

⁽¹⁾ La participación accionaria de **Telmex Internacional** en donde América Móvil es dueña del 97.5%

⁽²⁾ **Telmex** es dueña del 2.66% restante de las acciones.

⁽³⁾ **América Móvil** es dueña directa del 45% y 51.98% a través de su subsidiaria Telmex y Carso Global Telecom.

* Al 31 de diciembre de 2011, América Móvil no tiene ninguna fusión con otras empresas.

La Responsabilidad Social es parte fundamental de nuestra estrategia y filosofía y por ello trabajamos con el objetivo de vincular la experiencia empresarial con la actividad social que nos compromete con cada uno de nuestros grupos de interés.

Tenemos muy claro a dónde queremos llegar y cómo hacerlo. Esto define la pauta del desempeño necesario para cubrir las expectativas propias y de nuestros grupos de interés, relacionados de manera directa e indirecta con la compañía.

El espíritu ético y socialmente responsable de América Móvil es la base de nuestra cultura organizacional, y está impreso en la visión, valores y misión de la corporación. Ésta, es lograr que la población de cada uno de los países en donde operamos tenga acceso a productos y servicios en telecomunicaciones de la más avanzada tecnología a precios accesibles, con la finalidad de acercar cada día más a las personas.

Los valores y principios bajo los cuales se rige nuestra conducta empresarial nos guían al tiempo que nos distinguen. Como parte del Grupo Carso, América Móvil cimenta su cultura corporativa en los siguientes preceptos:

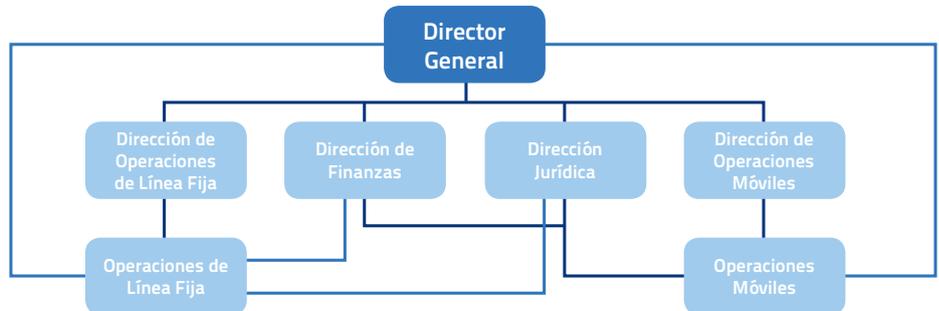
1. **Honestidad.** Ser honestos significa ser congruentes en nuestra forma de pensar y actuar.
2. **Desarrollo Humano y Creatividad Empresarial.** Fomentamos la creatividad empresarial como un medio para dotar a la sociedad de elementos suficientes con los cuales brindar respuestas decididas a los grandes problemas que aquejan a los países en los que participamos.
3. **Productividad.** Nos mantenemos comprometidos con la modernización, crecimiento, calidad, simplificación y optimización de nuestros procesos productivos.
4. **Respeto y Optimismo.** Estamos comprometidos con la creencia de que toda persona tiene un potencial ilimitado y la capacidad y el deseo intrínseco de triunfar.
5. **Legalidad.** Nuestra actividad se rige también por los mandamientos impuestos por la normatividad aplicable tanto a nivel empresa e industria como a nivel personal.
6. **Austeridad.** Nos conducimos de manera sobria y sin alardes.
7. **Responsabilidad Social.** Tenemos encomendada la noble tarea de comunicar. Ello nos reclama trabajar siempre en beneficio del desarrollo sustentable de las comunidades a quienes tenemos el honor de servir, incluso en áreas tan diversas como la educación, el medio ambiente, la salud, el deporte, el arte y la cultura. Es así como reafirmamos nuestro compromiso en la procuración del bienestar presente y futuro de las comunidades en donde operamos, conscientes que nuestra misión es inminentemente social. ▶

En América Móvil, la sustentabilidad es un proceso de mejora y un compromiso a largo plazo, en el que nuestro crecimiento económico debe contribuir al progreso social y tecnológico del entorno, siempre observando un profundo respeto por el medio ambiente.

A partir del 2011, América Móvil forma parte del **IPC Sustentable** de la **BMV**, cumpliendo con estándares internacionales de responsabilidad social y medio ambiente.

1.3.1. Estructura corporativa y accionaria

La estructura a nivel corporativo de América Móvil está conformada de la siguiente manera:



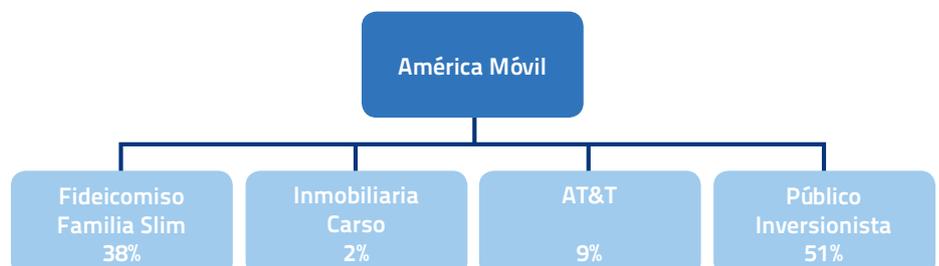
Las acciones de la compañía se cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (AMX A y AMX L), en Estados Unidos de América a través del New York Stock Exchange (AMX) y NASDAQ (AMOV) y en LATIBEX (XAMXL), Mercado de Valores Latinoamericanos en España.



En el 2011, América Móvil se incorporó al Índice Mexicano de Sustentabilidad de empresas listadas en la Bolsa Mexicana de Valores, llamado IPC Sustentable. La selección de las emisoras que integran el Índice fue realizada por dos instituciones calificadoras especializadas en responsabilidad social empresarial, Empowerment Responsible Investment, EIRIS, y la Universidad Anáhuac del Sur.

Para pertenecer a dicho Índice, cumplimos con los procedimientos de calificación basados en estándares internacionales relativos a la responsabilidad social y al medio ambiente.

La estructura accionaria de América Móvil se compone de la siguiente manera:



América Móvil es una sociedad anónima bursátil de capital variable constituida en México, con sede en Lago Zurich 245, Plaza Carso, Ciudad de México. 

Para mayor información puede consultar: www.americamovil.com

1.4. Eventos relevantes durante el 2011

1er. TRIMESTRE

- En enero, por medio de una licitación pública, América Móvil obtuvo una licencia para operar en Costa Rica. Se nos concedió el uso de espectro por un periodo de 15 años.
- En enero, se obtuvo la participación del 92% en Net Serviços, Brasil.



2do. TRIMESTRE

- En abril, adquirimos el 20% de las acciones de StarOne, empresa brasileña dedicada a prestar servicios satelitales. Nuestra subsidiaria Embratel es la propietaria del 80% restante de las acciones de StarOne.



3er. TRIMESTRE

- A través de la celebración de un contrato con Claxson Interactive Group, llevamos a cabo la adquisición del 100% de las acciones de DLA, Inc., que es la compañía líder en desarrollo, integración y entrega de soluciones de entretenimiento a la medida para plataformas de distribución digital en América Latina.



4to. TRIMESTRE

- En octubre lanzamos una oferta pública para adquirir todas las acciones de Telmex que estaban en manos de inversionistas minoritarios y/o en circulación.
- En noviembre Telcel llegó a un acuerdo con otros cuatro operadores de telefonía celular, en el cual se estableció una reducción del 25% en las tarifas de terminación móvil para el periodo 2011-2015.
- En noviembre adquirimos el 100% de Digicel Honduras, una empresa que ofrece servicios de telecomunicaciones móviles en ese país. Como parte de esta transacción, vendimos nuestra operación en Jamaica a una filial de Digicel Group Limited.
- Comenzamos a operar en Costa Rica ofreciendo servicios móviles de voz y datos en todo el país.
- Colocamos bonos de América Móvil por la cantidad de 2.4 miles de millones de dólares equivalentes en varios mercados.▶

1.5. Un poco de nuestra historia

En el año 2000, América Latina era una región en donde el acceso a servicios de telecomunicaciones estaba muy limitado debido tanto a factores socioeconómicos como históricos. En su mayoría, la población había atravesado un difícil periodo en la década de los 80 y los 90 como consecuencia de las crisis de deuda externa que surgieron en la segunda mitad de 1982, por lo que los niveles de inversión habían disminuido notablemente.

En el sector de telecomunicaciones se había generado una brecha *vis-à-vis* respecto a los países más desarrollados, los cuales continuaron la expansión de su penetración de línea fija y crecieron rápidamente sus plataformas celulares.

Como resultado, mientras que más de la mitad de la población en Estados Unidos de América y en Europa tenía acceso a servicios de comunicación al cierre del 2000, en América Latina la proporción era de tan solo una de cada siete personas.

Los países desarrollados se volvieron más eficientes, y por lo tanto más productivos, gracias a la mayor y más avanzada infraestructura en el sector que facilitó el contacto entre clientes y productores, mejoró la logística y abrió el Internet para un creciente grupo de negocios e individuos.

Sin embargo, el nuevo milenio trajo consigo una ola de cambio para América Latina en el campo de las telecomunicaciones con la llegada de América Móvil. La idea era que la telefonía celular podría cerrar la brecha existente respecto de los países desarrollados y que sería una gran oportunidad de negocio. Asimismo, era muy claro que lograr esto suponía grandes inversiones por parte de la empresa y una presencia regional que ayudara a generar economías de escala.

Como resultado de la escisión de Telmex se crea América Móvil en el año 2000, con una posición financiera muy sólida que le permitió expandir su presencia

en el continente americano y realizar las inversiones pertinentes para construir redes con la más avanzada tecnología para llevar el servicio a todas las personas que no tenían acceso a sistemas de comunicación.

En sus inicios, América Móvil estaba integrada únicamente por cuatro operaciones. En primer lugar estaba Telcel, nuestro operador móvil en México; Telgua, un proveedor guatemalteco de telefonía fija y móvil; Conecel en Ecuador, ofreciendo servicios inalámbricos; y Tracfone, un revendedor de tiempo aire en Estados Unidos de América que operaba bajo un modelo de prepago. En total, se tenía una base de clientes de poco más de 10 millones, de los cuales la gran mayoría estaban en México.

La presencia de América Móvil fue cada vez más fuerte en la región a través de adquisiciones, y en algunos casos arrancando operaciones desde cero. Ahora, la empresa opera en 18 países del continente americano y el Caribe.

Implementamos el mismo modelo de negocio en cada uno de ellos, el cual se basa en realizar importantes inversiones para incrementar la cobertura y la capacidad de las redes y para adoptar nuevas tecnologías. Esto, aunado a un intenso esfuerzo comercial, suscitó el mayor aumento en la penetración de las telecomunicaciones que la región había experimentado. Comprometiendo los recursos necesarios, logramos transformar diametralmente este mercado.

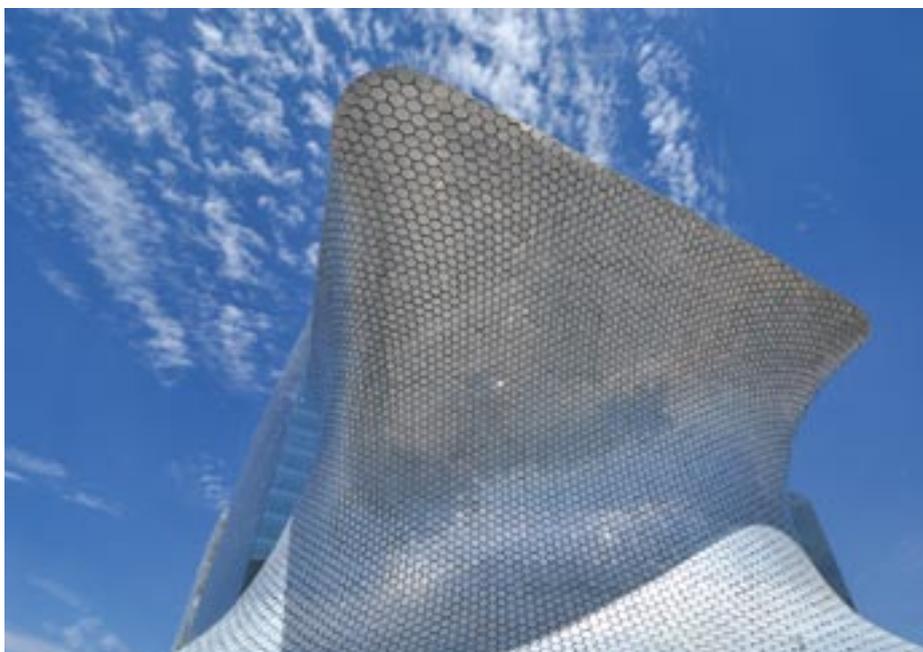
Asimismo, la desventaja que existía entre varios países latinoamericanos respecto de los más desarrollados se ha acortado sustancialmente, por lo menos en cuanto al servicio de voz. Las grandes disparidades en materia de telecomunicaciones que prevalecieron durante mucho tiempo se han disminuido significativamente, nivelando así el terreno competitivo y permitiendo que los países en los que operamos sean más eficientes y prósperos. ■

A diez años de nuestra creación, 2 de cada 5 usuarios de móviles en América Latina, son nuestros clientes.

1.6. Los diez principios de Grupo Carso

América Móvil, como parte del Grupo Carso, se rige bajo los 10 principios empresariales que su fundador, el Ingeniero Carlos Slim, ha transmitido a todos sus colaboradores, familiares, personal y equipo de trabajo en todas las empresas que conforman el grupo:

1. Estructuras simples, organizaciones con mínimos niveles jerárquicos, desarrollo humano y formación interna de las funciones ejecutivas. Flexibilidad y rapidez en las decisiones. Operar con las ventajas de la empresa pequeña que son las que hacen grandes a las grandes empresas.
2. Mantener la austeridad en tiempos de vacas gordas fortalece, capitaliza y acelera el desarrollo de la empresa, asimismo evita los amargos ajustes drásticos en las épocas de crisis.
3. Siempre activos en la modernización, crecimiento, capacitación, calidad, simplificación y mejora incansable de los procesos productivos. Incrementar la productividad, competitividad, reducir gastos y costos guiados siempre por las más altas referencias mundiales.
4. La empresa nunca debe limitarse a la medida del propietario o del administrador. No sentirnos grandes en nuestros pequeños corralitos. Mínima inversión en activos no productivos.
5. No hay reto que no podamos alcanzar trabajando unidos con claridad de los objetivos y conociendo los instrumentos.
6. El dinero que sale de la empresa se evapora. Por eso reinvertimos las utilidades.
7. La creatividad empresarial no sólo es aplicable a los negocios, sino también a la solución de muchos de los problemas de nuestros países que se reflejan a través de las Fundaciones del Grupo.
8. El optimismo firme y paciente siempre rinde sus frutos.
9. Todos los tiempos son buenos para quienes saben trabajar y tienen con qué hacerlo.
10. Nuestra premisa es y siempre ha sido tener muy presente que nos vamos sin nada, que sólo podemos hacer las cosas en vida y que el empresario es un creador de riqueza que administra temporalmente. ▶



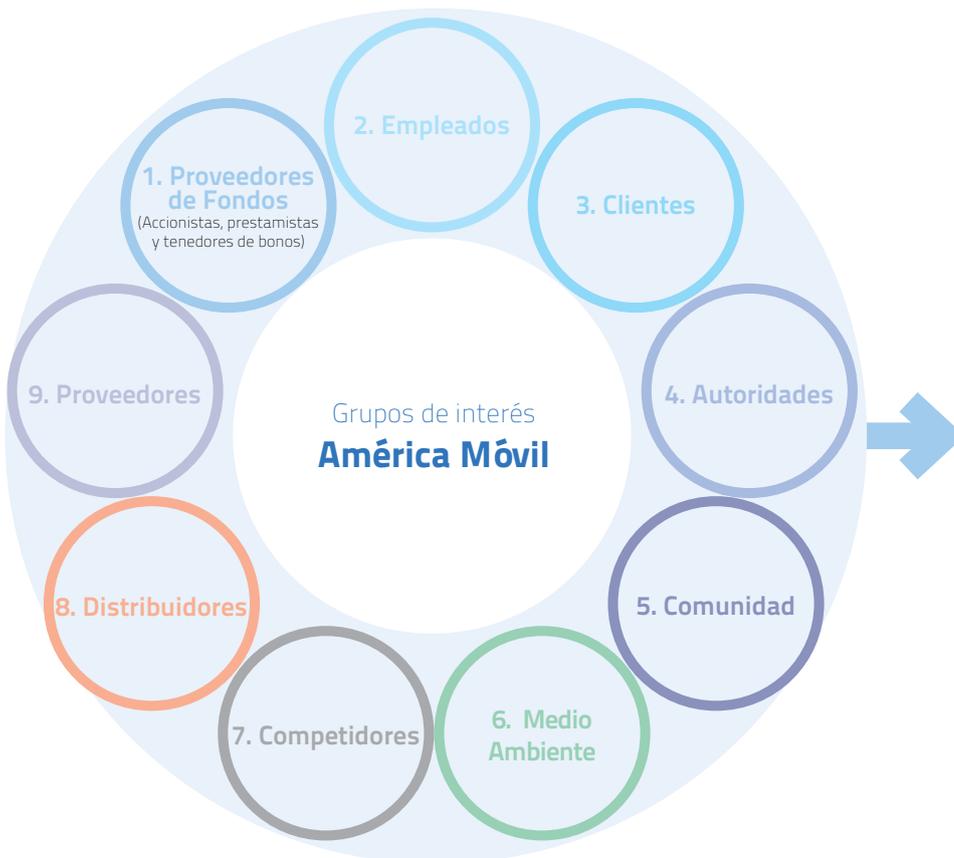
1.7. Relación con nuestros grupos de interés

En América Móvil reafirmamos el compromiso con el desarrollo y bienestar de nuestros grupos de interés mediante la creación constante de canales de comunicación eficientes que nos permitan mantener un diálogo sostenido y efectivo con ellos.

Nuestro gran objetivo es conocer y analizar los impactos positivos y negativos generados por las operaciones

que tiene la compañía frente a cada uno de estos grupos, ya que creemos firmemente que el crecimiento de la misma depende del valor que generamos y compartimos con ellos.

Es por ello que América Móvil se ha dado a la tarea de analizar cuáles son sus principales grupos de interés, definiendo los siguientes nueve como tales:



Nuestras áreas de acción

Desarrollo económico

Desarrollo social

Desarrollo ambiental



Al ser una empresa comprometida con la responsabilidad social reconocemos que nuestras actividades impactan el desarrollo económico, social y ambiental de los países donde operamos y por ello impulsamos iniciativas en estas tres áreas de acción en beneficio de nuestros grupos de interés; buscando al mismo tiempo mejorar nuestro desempeño sustentable. ▶

1.8. Inversión en infraestructura, nuestro principal logro

La brecha digital se define como la separación que existe entre las personas (comunidades, estados, países) que utilizan las Tecnologías de Información y Comunicación, TIC, como una parte rutinaria de su vida diaria y aquellas que no tienen acceso a las mismas y que aunque las tengan no saben cómo utilizarlas.⁽²⁾

Disminución de la brecha digital

La brecha digital está íntimamente relacionada con las dificultades de acceso que enfrenta la población ubicada en los sectores de mayor marginación socio-económica. Estas limitaciones son evidentes cuando se analizan las carencias en el desarrollo y la expansión de la infraestruc-

tura en telecomunicaciones y otras tecnologías.

Ejemplos importantes de reducción de brecha digital son las redes de Telcel y Telmex en México. Las inversiones que Telcel realiza en todo el territorio han permitido que las redes de última generación y los servicios que ofrece estén disponibles para más del 90% de

90%

de las zonas habitadas de México cuentan con redes de última generación. Ninguna compañía en México ofrece esta cobertura.



⁽²⁾ "La Brecha Digital: Mitos y Realidades", Arturo Serrano Santoyo, Evelio Martínez Martínez, México, 2003, Editorial UABC, 175 páginas, ISBN 970-9051-89-x <http://www.brechadigital.org/>



Contribuimos al estrechamiento de la brecha digital a través de nuestro servicio de cobertura que opera en todas las comunidades de los países en donde trabajamos.

las zonas habitadas del país y en más de 200 mil poblaciones, 60 mil de ellas de menos de 5 mil habitantes. Ninguna otra compañía en México ofrece esta cobertura.

Por su parte, la red de fibra óptica local y de larga distancia de Telmex abarca 135,876 kilómetros, llega a más del 90% de la población, enlaza a las principales ciudades del país, conecta a México con otros 30 países por medio de cableado submarino, e incluye troncales secundarias y anillos de transmisión adicionales en todo el territorio, diseñados para evitar el congestionamiento de la red. Además, el tráfico de larga distancia internacional de Telmex puede transportarse a través de sistemas de transmisión de microondas y satelitales.

Otro ejemplo destacable es Embra-tel, que siendo el proveedor líder de soluciones satelitales en Brasil, ha ampliado sustancialmente la cartera de servicios de telecomunicaciones que ofrece a sus clientes incluyendo televisión, datos, Internet, educación a distancia y telefonía en regiones no cubiertas por las redes terrestres. Cuenta con la red de transmisión de datos más grande de Brasil y la red de

larga distancia más grande de América Latina, la cual se complementa con sistemas de microondas con un alcance total de 16,254 kilómetros en áreas donde es difícil instalar cableado de fibra óptica. Además cuenta con cinco satélites para prestar servicios en regiones remotas del país.

Es así como contribuimos al estrechamiento de la brecha digital, haciendo una de sus directrices principales la cobertura del servicio en todas las comunidades de los países donde operamos. Esta meta nos ha impulsado a focalizar nuestras labores en tres factores principales: el desarrollo de la infraestructura a través de una alta inversión en capacidad, la implantación y modernización de la banda ancha, y una variada y atractiva oferta comercial accesible para todos los sectores de la población.

En todos los países donde estamos presentes, hemos dejado una huella impulsora en el sector de las telecomunicaciones, lo que se ha traducido en la creación de mercados más dinámicos y competitivos que han hecho de éste un servicio básico, provechoso y eficiente en la vida de las personas. ▶

GOBIERNO corporativo

La compañía promueve la transparencia en sus acciones corporativas así como en sus procesos financieros, comerciales y operativos.

El entorno de negocios de América Móvil es dinámico, cambiante y exigente, por lo que debe encontrarse siempre preparada para tomar decisiones rápidas y efectivas que beneficien los intereses propios y los de sus grupos de interés.

El Consejo de Administración es el órgano de gobierno de más alto nivel, está conformado por 17 miembros de los cuales 10 son internos (patrimoniales y/o relacionados) que representan el 59% del total, mientras que el resto son independientes. Todos los miembros del Consejo son hombres, aunque es importante mencionar que en 2011 se nombró a una mujer como Consejera Suplente. Dentro de este órgano la edad del 43% de los miembros oscila entre los 30 y 50 años, mientras que el 57% restante es mayor a los 50 años.

El Consejo de Administración cuenta con el apoyo de tres Comités: Comité Ejecutivo, Comité de Auditoría y Prácticas Societarias y el Comité de Operaciones en Puerto Rico y los Estados Unidos de América.

Nos preocupamos porque las decisiones tomadas y las acciones que lleven a cabo nuestros directivos diariamente se apeguen a los principios de cultura corporativa establecidos en el Código de Ética de la compañía. Este documento se encuentra en estricta observancia de las normas fundamentales de gobierno

corporativo, así como aquellas regulaciones tanto nacionales e internacionales relacionadas con la corrupción y anti-soborno, y fomenta y coadyuva con el desarrollo ético de nuestras operaciones y relaciones con todos los grupos de interés que intervienen en nuestra actividad empresarial.

Cada una de nuestras empresas opera con integridad y observa estrictamente dicho Código, así como los que cada operación emite para sus necesidades específicas.

Aunque el Código de Ética actual es efectivo, buscamos mejorar su contenido para el año 2012, al tiempo que implementaremos una estrategia efectiva de socialización a través de sesiones de capacitación y revisiones periódicas con nuestros empleados y otras partes interesadas. Este hecho constituye la reafirmación de la filosofía, valores y principios fundamentales que han sustentado el crecimiento, consolidación y proyección de la compañía.

Nuestras 18 operaciones cuentan con controles internos en cada una de sus áreas operativas, mismos que establecen las políticas internas de funcionamiento y supervisión. Dichos controles son revisados periódicamente con el propósito de actualizarlos y adecuarlos a las necesidades reales de las distintas áreas corporativas, princi-

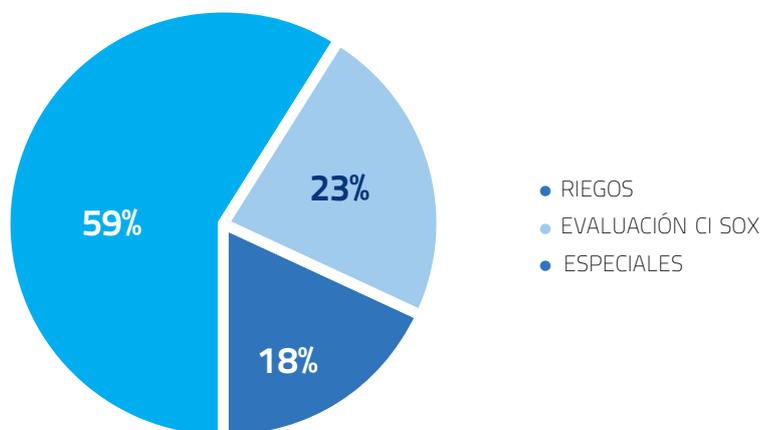


palmente el área de Auditoría, a través de auditorías especiales.

Asimismo, por ser una empresa pública cuyos valores se encuentran registrados ante la Comisión de Valores de los Estados Unidos de América (*U.S. Securities and Exchange Commission*, por sus siglas en inglés), América Móvil tiene la obligación de realizar revisiones bajo

el alcance de la Ley Sarbanes Oxley⁽³⁾, y lo hace constantemente bajo una metodología corporativa que revisa el Flujo de Información Financiera de todas las operaciones de la compañía.

El área de Auditoría coordina los departamentos correspondientes de nuestras 18 operaciones y enfoca sus esfuerzos principalmente en lo siguiente:



1. **Auditoría de Riesgos**, la cual incluye la revisión de los diferentes procesos operativos de cada empresa, revisando la integridad de las operaciones y su funcionamiento. Esto se basa en una evaluación de Riesgos de Negocios que se hace anualmente a nivel local y corporativo, la cual determina las áreas que se van a auditar a través del año calendario. Dichas auditorías están enfocadas principalmente a las áreas de Operaciones, Servicio al Cliente, Recursos Humanos, Ingeniería e Implantación.
2. **Auditoría SOX**, basada en los requerimientos de la Ley Sarbanes Oxley, antes mencionada, mediante la cual se revisa anualmente el Proceso de Información Financiera que, bajo estrictos controles, valida que la información financiera pública sea veraz. Dicho proceso se realiza obligatoriamente tanto por el área de Auditoría Interna como a través de auditores externos. La metodología para estas revisiones es desarrollada por el área de Auditoría Corporativa y se replica en todas las operaciones de la compañía.
3. **Auditorías Especiales**, que tienen la finalidad de apoyar a las distintas áreas de la empresa para revisiones específicas de algún proceso o actividad. También se incluyen aquellas en las que es necesario determinar algún quebranto patrimonial por fraude. Se aplican técnicas de auditoría forense para determinar el grado de implicación de la(s) persona(s) y/o empleados en actividades fraudulentas. Se trabaja en coordinación con las áreas de Jurídico y Recursos Humanos.

⁽³⁾ Ley Sarbanes Oxley, título oficial en inglés es *Sarbanes-Oxley Act of 2002*. Pub. L. No. 107-204, 116 Stat. 745, ley estadounidense del 30 de julio de 2002. Su finalidad principal es monitorear a las empresas que se encuentran registradas ante la Comisión de Valores de los Estados Unidos (por sus siglas en inglés la "U.S. Securities and Exchange Commission") evitando que sus acciones sean alteradas de manera dudosa, para prevenir fraudes y riesgo de bancarrota protegiendo al inversionista.

En el **100% de nuestras operaciones** se designan áreas responsables de supervisar, investigar y detectar posibles debilidades de control en los procesos operativos en cuanto a políticas, aseguramiento de ingresos y prevención de fraude.

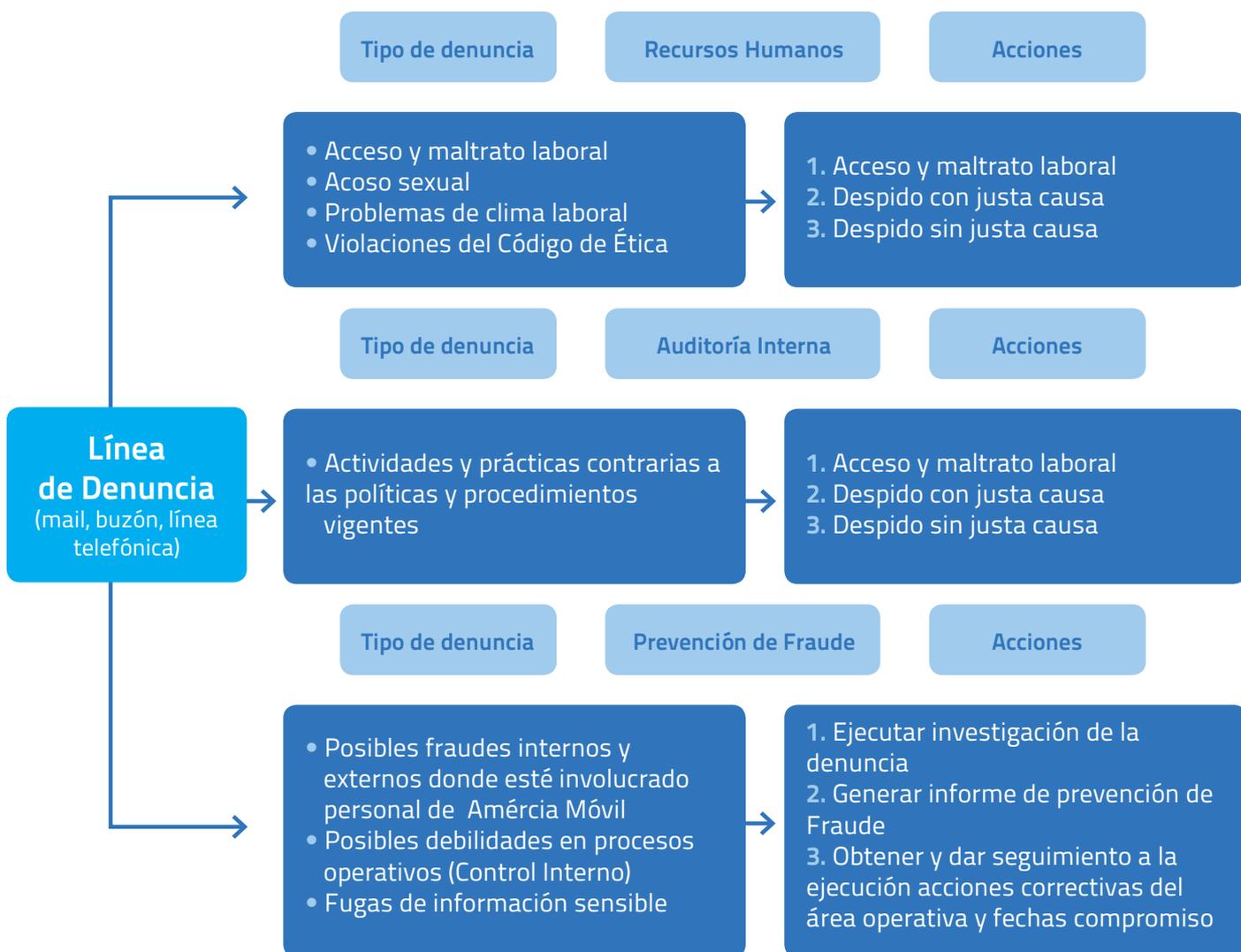


Conforme a nuestro Código de Ética, cualquier imputación o presunta violación al mismo, será investigada por el órgano de control interno al que América Móvil le confiera esa responsabilidad. En el 100% de nuestras operaciones se designan áreas responsables de supervisar, investigar y detectar posibles debilidades de control en los procesos operativos en cuanto a políticas, aseguramiento de ingresos y prevención de fraude. Actualmente, nuestros procesos para atacar actos de corrupción se encuentran en el esquema de la siguiente página.

Contamos con empleados que tienen amplios conocimientos en políticas y procedimientos anticorrupción y han obtenido las certificaciones *Certified Internal Auditor*, *CIA*, *Certified Information Systems Auditor*, *CISA*, Gestión de Riesgo y Control Interno, Seguridad Informática y Análisis de Matrices de Riesgo. En las operaciones de los Estados Unidos de América y Chile se ha capacitado al 100% de los empleados en estos procedimientos. ▶

Retos 2012:

- Crear herramientas que ayuden a detectar fugas de información sensible de forma interna para evitar el mal uso de la misma.
- Aunque gran parte de nuestras operaciones cuentan con un Comité de Ética activo y en funciones, no todas lo tienen debidamente establecido. Estamos trabajando para que en un periodo de dos años, todas nuestras operaciones cuenten con esta regulación debidamente integrada a sus procesos a fin de complementar nuestras políticas anticorrupción.
- Lograr capacitación integral en puestos con nivel de mando, en temas de anticorrupción y fraude.



NOTA: Todos los países cuentan con líneas de denuncia anónimas que a su vez se reciben en el área de Auditoría Corporativa de América Móvil. Adicionalmente, cualquier denuncia puede ser presentada a través de la cuenta de correo electrónico: lineadedenuncia@americamovil.com



DESEMPEÑO **económico**

3.1. Contexto

En América Móvil estamos comprometidos con los clientes para ofrecer nuevos servicios y paquetes múltiples, al tiempo que continuamos efectuando inversiones en nuestras redes con el fin de optimizar su cobertura y acceder a nuevas tecnologías.

Creando firmemente en que el fortalecimiento del desempeño económico redunda en los beneficios de los clientes, cimentamos nuestra estrategia en los siguientes tres pilares:

- Proximidad con los clientes y habilidad para tomar ventaja de las oportunidades que se presenten para penetrar nuevos mercados con una gran variedad de productos y servicios de telecomunicaciones.
- Continuar con el crecimiento de los ingresos y utilidades, controlando costos a través de la integración de nuestras operaciones y replicando las mejores prácticas en toda la región.
- Ofrecer servicios convergentes asegurando su calidad y optimizando la atención y el cuidado de nuestros clientes.



47.6 mil
millones de dólares
de ingresos

43.4 mil
millones de dólares,
en gasto en inversión
acumulada

300
millones accesos de
voz, banda ancha
y TV de paga

3era.
empresa más grande
del mundo en términos
de suscriptores

36%
de los ingresos totales
vienen por datos fijos
y móviles



De acuerdo a los rankings globales, América Móvil es la segunda empresa más grande del mundo (excluyendo China) medida en términos de accesos y la tercera en términos de suscriptores; ocupa el séptimo lugar en ingresos, el sexto en EBITDA (*Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization*, por sus siglas en inglés) y el primer lugar en términos de generación de flujo libre de efectivo.

El 2011 finalizó en el marco de una volatilidad financiera y endeudamiento que prevaleció en los mercados mundiales, particularmente en Europa. Sin embargo, la nueva crisis financiera no afectó mayormente la situación económica en América Latina, la cual se mantuvo en buena forma a pesar de la fuerte depreciación de las monedas de varios países.

Aún así, poco antes del cierre del año, América Móvil hizo una oferta para adquirir el 40% restante de las acciones de Telmex de las que aún la empresa no era dueña, ya que en 2010 se había adquirido el 60%. Como resultado de la oferta y de compras subsecuentes, se logró incrementar la participación accionaria en Telmex a un 97.2%.

Con esto terminó un periodo de dos años de transformación para la empresa, durante el cual se adquirieron sustancialmente todas las acciones de Telmex y Telmex Internacional, ambas entidades con operaciones de línea fija únicamente. Como consecuencia, nos convertimos en una empresa que ofrece servicios de telecomunicaciones integrados en la mayoría de los países en donde tenemos presencia. En Brasil, se incrementó la participación de Net Serviços de 35% a 92% y recientemente se realizó la oferta pública de adquisición total de la compañía.

En cuanto al perfil financiero de América Móvil, el actual es muy distinto al de años atrás. Nuestros

ingresos son aproximadamente el doble y la participación de los ingresos de voz móvil disminuyó a 41%, mientras que los ingresos derivados de voz fija se incrementaron en un 18%. Los ingresos por datos, fijos y móviles, ahora representan el 36% de los ingresos totales. Los de TV de paga, que no eran parte de nuestro portafolio hace dos años, representan alrededor del 8% del total por servicios. Es importante destacar que desde el punto de vista geográfico, Brasil incrementó su participación de 20% a 31%, igualando prácticamente al mercado mexicano.

Las inversiones y adquisiciones que ha hecho la compañía a través de los años nos han provisto de una infraestructura que ninguna otra empresa en el mercado regional puede empatar, permitiéndonos contar con una amplia cobertura móvil, con una gran capacidad en las redes de transporte y con una plataforma de TV de paga, *Internet Protocol TV* (IPTV, por sus siglas en inglés), cable y satélite, capaz de soportar el rápido crecimiento de los años venideros.

Podemos afirmar que como resultado de los servicios prestados y de las actividades cotidianas de la empresa se ha generado un mayor desarrollo económico en la región. Algunos ejemplos son:

- Apoyar en la consolidación de Latinoamérica como una zona económica más competitiva a nivel mundial, reduciendo la brecha que existe respecto de los países desarrollados.
- Crear eficiencia en torno a los costos de transacción de millones de familias latinoamericanas que hoy están conectadas a las redes de América Móvil, gracias a los servicios de comunicaciones y el acceso a la información de manera oportuna. ▶

Apoyamos en la consolidación de América Latina para hacerla una zona más competitiva, reduciendo la **brecha digital** que existe respecto de los países desarrollados.

3.2. Puntos sobresalientes



América Móvil terminó diciembre de 2011 con 300 millones de accesos, de los cuales 242 millones fueron suscriptores móviles, 7.4% más que el año anterior, y 58 millones de accesos de línea fija que aumentaron 12.3% en el periodo.

En octubre de 2011 se modificó la metodología para reportar los clientes activos en México, Colombia y Ecuador. Dado que excluimos de las estadísticas de suscriptores aquellas líneas que no han tenido ninguna recarga de tiempo aire durante el periodo de churn (tasa de desconexión de suscriptores), nuestras adiciones netas para el cuarto trimestre de 2011 fueron tan solo 304 mil, elevando el total del año a 16.7 millones.

En el segmento de postpago, añadimos 1.6 millones de suscriptores en el cuarto trimestre de 2011, con lo que el total para el año fue de 6.1 millones. Nuestra base de suscriptores de postpago creció 20.5% en 2011.

A tipos de cambio constantes, los ingresos de datos móviles crecieron 27% seguidos de los ingresos de banda an-

cha fija en 15%, mientras que los ingresos de televisión de paga mostraron un incremento anual de 48%. Todas las líneas de servicios en el bloque de América del Sur experimentaron un sólido crecimiento de ingresos.

La utilidad neta bajó a 16.3 miles de millones de pesos mexicanos debido

242

millones suscriptores
móviles

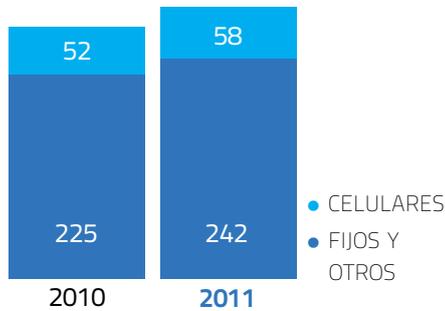
58

millones
accesos de línea fija

América Móvil adquirió el 40% de las acciones restantes de Telmex de las que aún no era dueña.

Total de suscriptores

(millones)



a la depreciación del peso en el último trimestre y el aumento de la deuda neta que se llevó a cabo durante el año para financiar la adquisición de acciones de Telmex, Telmex Internacional, Net Serviços y StarOne, así como nuestras recompras de acciones propias, trajo consigo un aumento importante en los costos integrales de financiamiento.

Nuestra deuda neta se elevó a 321 mil millones de pesos en diciembre de 2011, de 207 mil millones al cierre de 2010 para ayudar a financiar 70 mil millones de pesos de compra de acciones y 54 mil millones de pesos en recompra de acciones propias. El flujo de efectivo generado por nuestras

operaciones fue más que suficiente para cubrir gastos de inversión de 121 mil millones de pesos y el pago de dividendos por 17 mil millones.

La convergencia tecnológica está impulsando la creación de redes integradas de fibra que unen las plataformas en una misma. En 2011, continuando con la integración de éstas y anticipándonos a lo que pensamos será una creciente demanda por servicios de datos en nuestra región de operaciones, aumentamos de manera importante nuestro gasto en inversión, el cual se incrementó en casi un 50% con respecto del 2010, el equivalente a aproximadamente 10 mil millones de dólares. Esperamos que en los próximos tres años este nivel de inversión se mantenga cercano a los nueve mil millones de dólares.

Gasto de Inversión Acumulado

(miles de millones de dólares)



Estos recursos están siendo canalizados a la construcción de anillos de fibra en las principales ciudades, a la creación de enlaces de fibra-al-nodo para mejorar la capacidad de transporte de las radiobases, a la expansión de la red de transporte, que ahora enlaza a varios países, y al desarrollo de un cable submarino. ▶

3.3. Suscriptores

3.3.1. Accesos totales

Terminamos diciembre con 300 millones de accesos, 8.3% más que en 2010. Esta cifra incluye 242 millones de suscriptores móviles, 30 millones de líneas fijas, 15 millones de accesos de banda ancha y 13 millones de suscripciones de TV de paga. En América del Sur, el número de líneas fijas creció 18.6% año con año y los accesos de banda ancha 27.7%. Nuestro negocio de TV de paga registró un incremento anual del 33.1%.

3.3.2. Suscriptores celulares

América Móvil terminó diciembre del 2011 con 242 millones de suscriptores móviles, 7.4% más que a finales de 2010. Esta cifra refleja el impacto de un cambio en la metodología para reportar suscriptores activos en México, Colombia y Ecuador. El cambio de la metodología descrita anteriormente resultó en desconexiones netas de 2.3 millones, 2.4 millones y 151 mil en México, Colombia y Ecuador, respectivamente.

Al final del año, nuestra base de suscriptores estaba compuesta por 65.7 millones de éstos en México, 60.4 millones en Brasil, 28.8 millones en Colombia y 19.6 millones en Argentina. También tuvimos 19.8 millones de clientes en los Estados Unidos, 18.5 millones en América Central y el Caribe, y alrededor de 11 millones en Ecuador y Perú.

3.3.3. Accesos de línea fija

Los accesos de línea fija incluyen banda ancha, TV y línea fija. Estos accesos superaron los 58 millones para diciembre de 2011, 12.3% más que el año anterior. En América del Sur crecieron 26.4%. La televisión de paga fue el segmento de mayor crecimiento con un incremento anual

Suscriptores celulares a diciembre de 2011 (en miles)			
País	Dic'11	Dic'10	Var. %
Argentina, Paraguay y Uruguay	20,744	19,637	5.6%
Brasil	60,380	51,638	16.9%
Centroamérica ⁽²⁾ y el Caribe	18,524	17,417	6.4%
Chile	5,537	4,871	13.7%
Colombia	28,819	29,264	-1.5%
Ecuador	11,057	10,624	4.1%
Estados Unidos	19,762	17,749	11.3%
México	65,678	64,138	2.4%
Perú	11,254	9,686	16.2%
Total⁽¹⁾ Líneas Celulares⁽³⁾	241,755	225,024	7.4%

⁽¹⁾ Incluye el total de suscriptores en todas las compañías en donde América Móvil tiene un interés económico; no considera las fechas en las que las compañías empezaron a consolidar. Los datos históricos no incluyen recientes adquisiciones.

⁽²⁾ Centroamérica incluye Panamá y Costa Rica en todas las tablas.

⁽³⁾ Millones de suscriptores

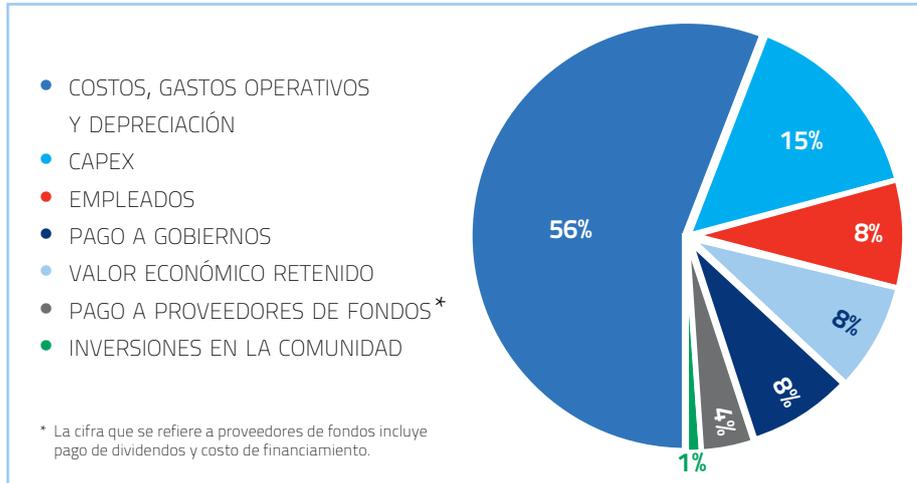
de 33.1%, con accesos de banda ancha expandiéndose en 15.6% y el número de líneas fijas en 3.4%. Al final del periodo, tuvimos 23.6 millones de accesos en Brasil, 22.8 millones en México, 5.8 millones en América Central y el Caribe, y 3.5 millones en Colombia. ▶

Accesos de Líneas Fijas al 31 de diciembre 2011 (en miles)			
País	Dic'11	Dic'10	Var. %
Argentina, Paraguay y Uruguay	306	216	41.4%
Brasil	23,588	18,606	26.8%
Centroamérica ⁽²⁾ y el Caribe	5,781	5,374	7.6%
Chile	1,030	850	21.1%
Colombia	3,549	2,988	18.8%
Ecuador	174	108	60.8%
México	22,766	22,951	-0.8%
Perú	690	436	58.3%
Total⁽¹⁾ Líneas Fijas	57,884	51,529	12.3%

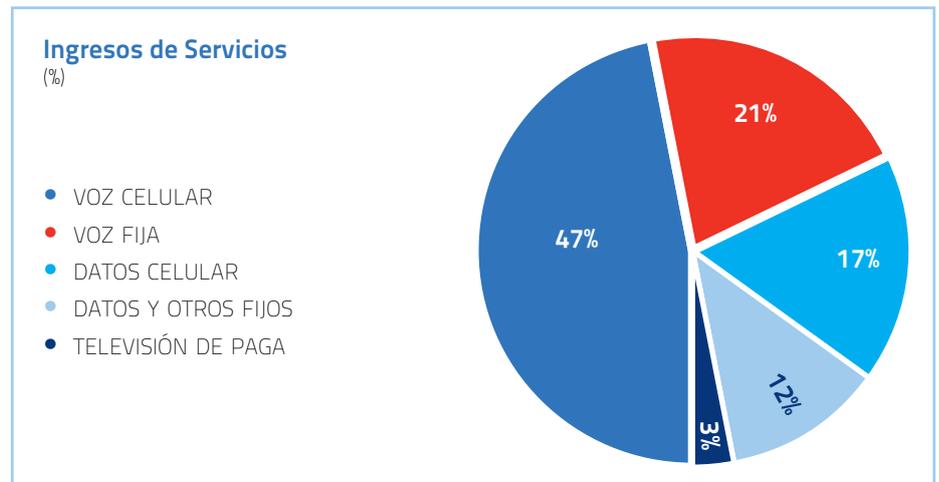
⁽¹⁾ Incluye Telefonía Fija, Banda Ancha y Televisión incluyendo DTH.

3.4. Resultados consolidados de América Móvil

Durante el 2011 América Móvil generó ingresos equivalentes a 47.6 mil millones de dólares que se distribuyeron de la siguiente manera:



El EBITDA de 252.6 miles de millones de pesos en 2011 fue 1.6% mayor al del año anterior, con fuertes incrementos en los países andinos que ayudaron a compensar pequeñas disminuciones en algunos otros países, incluyendo México y Brasil (derivados, en parte, de la reducción de las tarifas de interconexión en México y a los costos asociados al crecimiento de nuestra base móvil y de TV de paga en Brasil). El EBITDA registró un impacto, tanto por los costos de adquisición de suscriptores que permanecieron altos en el segmento móvil y de TV de paga, así como por los gastos relacionados con nuestro vasto programa de inversiones, ya que no todos los gastos se capitalizan.



A pesar de la incertidumbre financiera experimentada a nivel mundial en 2011, el tono de los mercados de América Latina siguió siendo fuerte a lo largo del fin de año incluso ante lo que parecía ser una disminución de la actividad económica en la mayor parte del bloque sudamericano. En América Móvil, se registró un aumento anual de 13.0% en adiciones brutas de suscriptores móviles –alcanzando un récord en Brasil de casi 10 millones y en México con 9.1 millones– y continuamos mostrando un buen desempeño en el segmento de postpago en todas las operaciones.

47.6
mil millones de dólares en
ingresos durante 2011

+ 13%
suscriptores móviles en 2011

ESTADO DE RESULTADOS **américa móvil** (NIIF)

(millones de pesos mexicanos)

	Ene-Dic 11	Ene-Dic 10	Var.%
Ingresos de Servicio	602,762	555,421	8.5%
Ingresos de Equipo	62,394	56,623	10.2%
Ingresos Totales	665,156	612,044	8.7%
Costo de Servicio	195,531	171,276	14.2%
Costo de Equipo	95,063	85,534	11.1%
Gastos Comerciales, Grales y de Administración	118,814	103,373	14.9%
Otros	3,145	3,157	-0.4%
Total Costos y Gastos	412,552	363,340	13.5%
EBITDA	252,604	248,704	1.6%
% de los Ingresos Totales	38.0%	40.6%	
Depreciación y Amortización	93,997	91,207	3.1%
Participación de Utilidades	4,043	4,120	-1.9%
Utilidad de Operación	154,563	153,377	0.8%
% de los Ingresos Totales	23.2%	25.1%	
Intereses Netos	13,951	12,972	7.5%
Otros Gastos Financieros	-8,178	12,001	-168.1%
Fluctuación Cambiaria	22,382	-5,734	n.m.
Costo Integral de Financiamiento	28,155	19,239	46.3%
Impuesto sobre la Renta y Diferidos	40,439	36,652	10.3%
Utilidad (Pérdida) antes de Resultados	85,968	97,485	-11.8%
Asociadas e interés minoritario			
<i>menos</i>			
Resultado en Asociadas	1,924	1,652	16.5%
Interés Minoritario	-5,271	-7,782	32.3%
Utilidad (Pérdida) Neta	82,622	91,355	-9.6%

BALANCE GENERAL **américa móvil** (NIIF)

(millones de pesos mexicanos)

	Dic 11	Dic 10	Var.%
Activo Corriente			
Bancos e Inversiones Temporales	83,364	114,069	-26.9%
Cuentas por Cobrar	132,751	98,486	34.8%
Otros Activos Circulantes	14,261	13,206	8.0%
Inventarios	34,141	26,082	30.9%
	264,517	251,842	5.0%
Activo No corriente			
Activo Fijo Neto	466,087	411,820	13.2%
Inversiones en Asociadas	54,218	50,539	7.3%
Activo Diferido			
Crédito Mercantil (Neto)	73,038	70,919	3.0%
Intangibles	41,538	49,053	-15.3%
Activo Diferido	70,459	57,295	
Total Activo	969,857	891,469	8.8%
Pasivo corriente			
Deuda a Corto Plazo**	32,759	9,039	262.4%
Cuentas por Pagar	179,614	146,158	22.9%
Otros Pasivos Corrientes	56,501	49,455	14.2%
	268,874	204,652	31.4%
Pasivo no corriente			
Deuda a Largo Plazo	372,099	312,083	19.2%
Otros Pasivos a Largo Plazo	33,243	38,698	-14.1%
	405,343	350,780	15.6%
Patrimonio	295,640	336,037	-12.0%
Total Pasivo y Patrimonio	969,857	891,469	8.8%

**Incluye porción circulante de deuda a largo plazo.

DEUDA FINANCIERA **américa móvil***

(millones de dólares)

	Dic 11	Dic 10
Deuda Denominada en Pesos	5,313	114,069
Bonos	5,309	98,486
Bancos y otros	4	13,206
Deuda Denominada en Dólares	13,601	11,930
Bonos	11,998	9,250
Bancos y otros	1,603	2,679
Deuda Denominada en Otras Monedas	10,024	7,695
Bonos	8,694	6,003
Bancos y otros	1,329	1,692
Total Activo	28,938	25,987

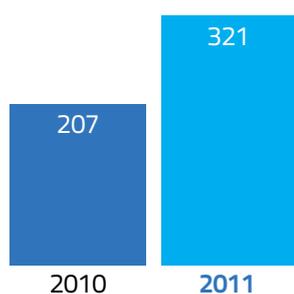
*La tabla no incluye el efecto de los *forwards* y derivados utilizados para cubrir nuestro riesgo cambiario.

En cuanto a nuestra relación con proveedores, durante el 2011 aumentamos la inversión local en materiales, bienes y servicios en 8 puntos porcentuales con respecto al 2010, apoyando así el desarrollo de las empresas constituidas en el territorio donde América Móvil tiene presencia.

Reiteramos que en los rubros específicos referentes a dispositivos móviles e infraestructura celular, no existen fabricantes en el mercado local de este tipo de insumos, por lo que la inversión se debe realizar a proveedores extranjeros a fin de contar con las soluciones de tecnología de punta a nivel mundial que requiere el negocio. ▶

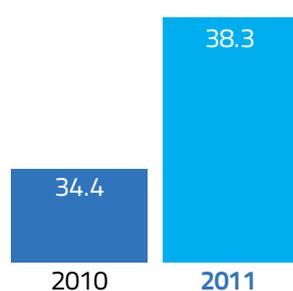
Deuda neta

(miles de millones)



Utilidad de Operación

(miles de millones)



Aumentamos **8%** nuestra inversión local en materiales, bienes y servicios respecto a la de 2010. Apoyando así el desarrollo de las empresas constituidas en los países donde operamos.



DESEMPEÑO **social**

En América Móvil contribuimos con la forma en que se comunica la sociedad y comunidades en donde operamos, ofreciendo a los consumidores un acceso de calidad a los servicios que se prestan a través de sus redes de telecomunicaciones. En muchas comunidades, la tecnología móvil es la única alternativa de comunicación disponible. Nuestra compañía facilita el acceso a los beneficios que ésta trae consigo.

La banda ancha es para nosotros el motor de innovación en la prestación de servicios y satisfacción de necesidades para toda la población tanto urbana como rural. Es también la oportunidad para el acceso masivo a servicios de datos en áreas donde otras tecnologías no se han hecho disponibles. **Capacidad, Cobertura y Penetración**, son los ejes del impulso de inversión en estas tecnologías, y por ello hemos centrado nuestros esfuerzos en el desarrollo de un conjunto de servicios que llegue a todos los sectores de la población.

**471**

millones de dólares
de inversión en la
comunidad

83.7%

de suscriptores
móviles son de
prepago

37 horas

promedio de
capacitación anual por
empleado

4,182

sitios públicos de WiFi

173,088

cirugías gratuitas a
las poblaciones más
marginadas

19,553

becas entregadas
a través de
Fundación Telmex

“Aunque la banda ancha es un medio para un fin, y no un fin en sí misma, las tecnologías de la información y la comunicación, TIC, y la banda ancha pueden ayudar a generar empleo, crecimiento, productividad y, en última instancia, competitividad económica a largo plazo ... la integración de la banda ancha para todos traerá consigo un inmenso cambio económico y social, ... y eso servirá para cambiar las reglas del juego en la lucha contra los crecientes costos de la atención de salud, la educación digital para todos y la mitigación de los efectos del cambio climático.”⁽⁴⁾

La oferta comercial de América Móvil se distingue por ofrecer una amplia gama de planes diseñados para atender las necesidades de toda la población facilitando el alcance a los segmentos de usuarios de estratos sociales más limitados. En los últimos años hemos disminuido nuestras tarifas en beneficio de los usuarios con una aceleración mayor que el promedio de la región.

Congruente con esta idea, otorgamos un subsidio al equipo terminal del usuario final (al dispositivo móvil), y gracias a éste millones de usuarios de recursos limitados tienen acceso a lo que hoy se considera como una de las pocas limitantes para obtener o acceder a los servicios móviles. Resultado de esta iniciativa, se ha alcanzado cerca de un 100% de penetración del servicio de telefonía móvil (teledensidad), contribuyendo al beneficio social y al desarrollo de la región.

Asimismo, los ciudadanos con un ingreso menor que se enfrentan a estas dificultades, se apoyan en gran medida en la funcionalidad del prepago, misma modalidad que permite controlar el gasto, recibir llamadas locales sin costo alguno y obtener un aparato telefónico a un costo minúsculo, muchas veces cercano a cero.



En 1996, Telcel lo introduce en México por medio del sistema Ficha Amigo y Amigo Kit, revolucionando así el mercado mundial al ofrecer un acceso “fácil y rápido” a la telefonía celular, lo que permite que la tasa de adopción penetre a diferentes estratos sociodemográficos.

Al conjuntarse la maduración del sistema de prepago y la entrada en vigor de la modalidad de cobro “El que Llama Paga”, en 1999 se inicia el crecimiento exponencial de la telefonía celular en México y ha sido detonador de un modelo de negocio exitoso presente en todas las subsidiarias de América Móvil en el continente americano y el Caribe.

Representa tal importancia para la empresa que se estima que un 83.7% de los suscriptores totales de telefonía celular de las marcas Claro, Comcel, Telcel y Tracfone, están suscritos a esta modalidad. ▶



El prepago es un modelo de negocio introducido por primera vez a nivel mundial por América Móvil. Hoy en día, este modelo es utilizado por la mayoría de las empresas de telefonía celular en el mundo.

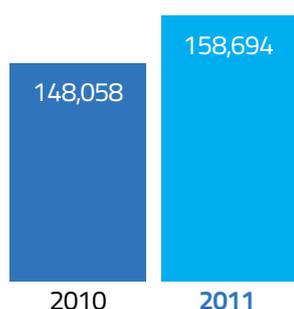
⁽⁴⁾ Declaración de 2010 sobre Integración de la Banda Ancha para todos, Nueva York, 19 de septiembre de 2010, Comisión de la Banda Ancha para el Desarrollo Digital, Declaración a los líderes mundiales que asisten a la Cumbre “Objetivos del Milenio” 2010 en la Sede de las Naciones Unidas http://www.broadbandcommission.org/Reports/Report_2.pdf

4.1. América Móvil y sus empleados

En América Móvil, nuestros empleados son el motor de la empresa y el grupo de interés primordial. Está en nuestros más altos intereses brindarles una atención permanente, adecuada y oportuna para que laboren en las mejores condiciones de trabajo y se sientan satisfechos de su labor en la compañía.

En 2011 mantuvimos nuestra participación en 18 países, teniendo el mayor número de empleados concentrados en Brasil y México, y generando un total de 158,694 fuentes de empleo, lo que representa un 7% adicional a las del 2010.

Total de empleados en la empresa (empleados)



Del total de empleados en la empresa, el 93% trabaja jornada completa y el 93% tiene un contrato permanente. La empresa tiene una rotación anual del 8%.

En todos los países en los que América Móvil tiene operaciones, existen regulaciones de los gobiernos con respecto al salario mínimo. Sin embargo, el salario inicial estándar o salario de entrada que se paga a nuestros empleados es en promedio un 34.5% mayor al mínimo establecido, y el salario promedio es un 205.6% arriba del salario inicial.

Tomando en cuenta el total de las operaciones de la compañía en todos sus niveles, la distribución de género es de 59% hombres y 41% mujeres. En la siguiente tabla se muestra dicha distribución por región:

País	Femenino	Masculino
Argentina	45%	55%
Brasil	48%	52%
Chile	42%	58%
Colombia	43%	57%
Costa Rica	39%	61%
Ecuador	45%	55%
El Salvador	30%	70%
Estados Unidos	43%	57%
Guatemala	25%	75%
Honduras	33%	67%
México	36%	64%
Nicaragua	40%	60%
Panamá	54%	46%
Paraguay	52%	48%
Perú	43%	57%
Puerto Rico	36%	64%
República Dominicana	40%	60%
Uruguay	49%	51%

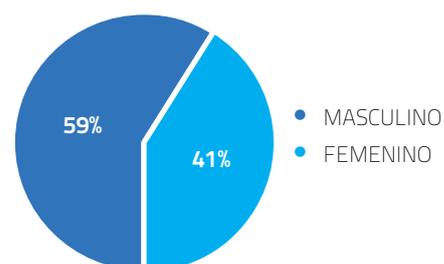
En cuanto a la distribución por edad, el 57% de la plantilla laboral está en una edad productiva entre los 30 y 50 años de edad, 33% tiene menos de 30 años y 10% tiene arriba de 50 años.

Asimismo, contamos con un equipo directivo con diversas características de nacionalidad, edad, sexo y nivel de especialidad para dirigir nuestras operaciones en los países en los que tenemos actividades, considerando siempre al factor humano como primordial en el éxito.

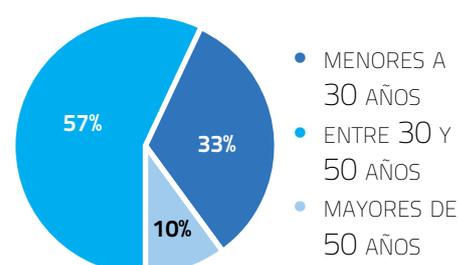
Existen políticas definidas y prácticas comunes para la contratación de residentes locales, con lo cual podemos afirmar que el 75% de la plantilla de Altos Directivos proviene de la comunidad local en la cual opera.

La plantilla de Alta Dirección de cada país está conformada por el Director General y sus directivos de primer nivel.

Distribución por género (%)



Distribución por edad (%)





4.1.1. Capacitación y Desarrollo

El desarrollo profesional y la capacitación de nuestros empleados son considerados como uno de los elementos clave para que éstos puedan incrementar sus conocimientos y desarrollar competencias para optimizar su desempeño. De igual manera, para la preparación en nuevas oportunidades de carrera que se generen dentro de la propia compañía.

Durante el año 2011, se estima un promedio de 37 horas de capacitación por empleado, el cual contempló a directivos y personal con y sin mando, abordando principalmente temas para el desarrollo de competencias laborales y conocimiento técnico.

País	% Directivos provenientes de la comunidad local
Argentina ⁽¹⁾	71
Brasil	72
Chile	88
Colombia	77
Costa Rica	30
Ecuador	79
El Salvador	100
Estados Unidos	100
Guatemala	55
Honduras	69
México	96
Nicaragua	61
Panamá	69
Perú	78
Puerto Rico	67
República Dominicana	67
Total	75%

⁽¹⁾ Argentina consolida la información de Uruguay y Paraguay.

Todos los datos antes mencionados muestran el compromiso que tenemos hacia nuestro principal grupo de interés. Consideramos a nuestros empleados como pieza fundamental dentro de la empresa y reconocemos su contribución a constituir lo que América Móvil representa a nivel local y mundial.

Decididos a buscar su calidad de vida, tomamos como base los beneficios fundamentales que parten de la legislación de cada país en el que operamos y los complementamos gradualmente hasta volverlos altamente competitivos. Dentro de estas prestaciones adicionales a la ley que ofrecemos, destacan los planes de apoyo por gastos médicos mayores, tarifas preferenciales en productos y/o servicios de la empresa, apoyos económicos extras al salario, licencias adicionales a las vacaciones y campañas recreativas o de activación física, entre otras.

Ante situaciones de despido, América Móvil apoya al personal realizando el pago de indemnizaciones tomando como base la legislación vigente de cada país.

La evaluación de desempeño es una práctica común para las operaciones de América Móvil, ya que para cada una de ellas es importante identificar el nivel de cumplimiento de las metas establecidas durante cada periodo. Reportar en forma ininterrumpida el desempeño laboral, además de permitir la retroalimentación sobre los logros obtenidos, favorece la mejora continua.

Los principales objetivos de esta evaluación son:

- Identificar fortalezas y áreas de oportunidad para mejorar el desempeño laboral individual.
- Generar programas de capacitación y desarrollo para fortalecer el potencial de cada persona.
- Promover el desarrollo de cada empleado tomando como base el dominio de sus competencias.

La tabla de la siguiente página muestra el porcentaje de los empleados retroalimentados este 2011, por país y por empresa, a través de la evaluación de desempeño.

Al final del año 2011, aproximadamente el 60% del personal recibió retroalimentación y reiteramos nuestro compromiso de seguir trabajando para elevar este porcentaje.

4.1.2. Derechos Humanos y Discriminación

En América Móvil hemos mantenido una postura de apertura en cuanto a la libertad de los empleados para asociarse. Representativo de esto es que el 57% del personal se encuentra cubierto por un contrato colectivo.

Un sistema de comunicación interno fluido y oportuno permite al personal estar actualizado en temas relevantes que favorecen la transmisión de la estrategia y el modelo corporativo. Por ello, es necesario fomentar la comunicación de eventos relacionados con cambios organizacionales significativos que pueden afectar su trabajo diario considerando periodos mínimos. Un ejemplo de esto es Claro Brasil, que presenta como parte de su contrato colectivo un tiempo de pre-aviso de 90 días mínimo.

Prestamos especial atención al tema de equidad de género con el fin de no incurrir en desigualdades entre hombres y mujeres. Uno de nuestros objetivos principales en esta materia es lograr el equilibrio de salarios entre ambos. Para conseguirlo, seguimos de cerca los principios fundamentales del Convenio N° 100 de la Organización Internacional del Trabajo, OIT, en donde se hace referencia a la “igualdad de remuneración entre la mano de obra masculina y la mano de obra femenina por un trabajo de igual valor”.

Asimismo, somos conscientes de los principios fundamentales de los Derechos Humanos y nos encontramos en una continua búsqueda para el fortalecimiento de la conducta ética de la totalidad del personal.

Para América Móvil, todas las personas merecen el mismo trato, independientemente de su sexo, edad, nivel jerárquico, o cualquier otra característica o convicción personal. Para ello hemos definido reglas y normas básicas que sirven de guía para el comportamiento del empleado con la finalidad de respetar a cada individuo y valorar sus diferencias. De esta manera hemos podido construir un lugar de trabajo en el que los empleados cuentan con experiencias de desarrollo favorables y diversas.

De conformidad con la legislación existente en cada país en donde se tienen operaciones, y con el soporte de la Declaración Universal de los Derechos Humanos y los Convenios 29, 87, 88, 105, 138 y 182 de la OIT, América Móvil no realiza restricciones a la libertad de asociación y omite riesgos potenciales de incidentes por explotación de menores y/o episodios de trabajo forzado o no consentido.

4.1.3. Salud y Seguridad en el Trabajo

En América Móvil es trascendental la salud y seguridad de nuestros empleados. Es por esto que reafirmamos nuestro compromiso de adoptar cada vez más y mejores prácticas y medidas de acción preventiva adecuadas a la naturaleza de los riesgos detectados en el trabajo, con un enfoque claro de prevención de riesgos laborales. Asimismo, nos esforzamos por proporcionar un medio ambiente laboral adecuado con condiciones de trabajo justas para todo el personal.

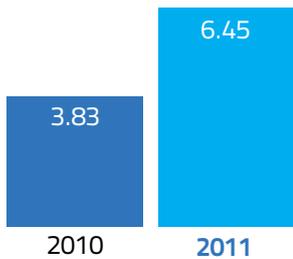
Ha sido detectado que la instalación de infraestructura, tanto para el negocio de telefonía fija como para el de telefonía móvil, puede llegar a ser peligroso, por lo que siempre tomamos las mayores precauciones posibles con la finalidad de minimizar los accidentes.

País	% de personal retroalimentado
Argentina ⁽¹⁾	100
Brasil (Claro)	100
Brasil (Embratel)	98.00
Brasil (Net)	22.45
Chile	67.51
Colombia	64.00
Costa Rica	No aplica
Ecuador (Concel)	100
Ecuador (Ecutel)	100
El Salvador	23.11
Estados Unidos (Tracfone)	100
Guatemala	23.78
Honduras	No aplica
México	87.29
Nicaragua	17.58
Panamá	No aplica
Perú	38.00
Puerto Rico	100
República Dominicana	100

⁽¹⁾ Argentina consolida la información de Uruguay y Paraguay.



Empleados representados (%)

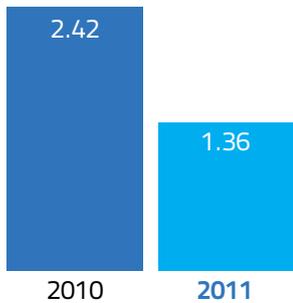


En las operaciones de la empresa, el 6.45% del total de los empleados integran los comités, comisiones y brigadas que son responsables de promover las políticas y prácticas de salud y seguridad. Las Comisiones Mixtas de Salud y Seguridad funcionan por centros de trabajo y en algunos casos funcionan a nivel empresa.

En el 2011 la tasa de accidentes laborales fue de 1.36 eventos diarios, mientras que la tasa de días perdidos por accidentes y enfermedades profesionales fue de 48.96. Finalmente, la tasa de ausentismo fue de 718.53 personas por día.

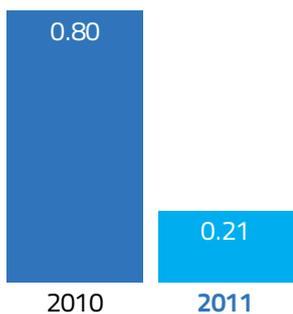
La tasa de enfermedades profesionales por día fue de 0.21 empleados. Lamentablemente, sufrimos el acontecimiento de 1 víctima mortal este 2011.

Tasa de accidentes (%)



En esta genuina preocupación por la salud y seguridad laboral, en América Móvil promovemos la educación y formación de nuestros empleados para prevenir y controlar los riesgos a los que están expuestos, no sólo por enfermedades graves, sino también en

Tasa de enfermedades profesionales (%)



aquellas situaciones que puedan presentarse por desastres e imprevistos. Los programas que se promueven para estos fines así como el asesoramiento y tratamiento, incluyen los siguientes temas:

- Capacitación en primeros auxilios.
- Trabajo en alturas.
- Promoción de programas de salud proporcionados por las instituciones de seguridad social.
- Prevención de accidentes y enfermedades ocupacionales.
- Campañas de vacunación.
- Programas para prevenir cáncer de mama y cervicouterino, así como enfermedades de transmisión sexual.
- Prevención de lesiones osteomusculares.
- Exámenes médicos.
- Charlas de nutrición.
- Prevención de enfermedades cardiovasculares.
- Prevención de diabetes.

Estos programas no solo están dirigidos hacia los empleados de la compañía, sino que algunos también se hacen extensivos a sus familiares. ▶



4.2. América Móvil y el Gobierno

Las empresas de América Móvil, preocupadas por actuar en el marco de la legalidad y contribuir al desarrollo económico de los países en donde operan, cumplen en su totalidad con las legislaciones locales y contribuyen activamente con las economías nacionales. Mantenemos una comunicación estrecha entre los representantes de la empresa con los diferentes representantes de los gobiernos, organismos reguladores y autoridades de control con la finalidad de asegurar que las operaciones se encaminen en beneficio de nuestros clientes y puedan responder a las exigencias legales, tributarias y sociales que le correspondan.

En general, buscamos apoyar reformas de próxima generación que capitalicen los esfuerzos de liberación del mercado, pero que a la vez atiendan las realidades de las localidades en donde ofrecemos nuestros servicios. La demanda de la tecnología conlleva un diseño dinámico de políticas públicas, donde la contribución de los operadores de telecomunicaciones es clave. Por esta razón, además de pertenecer a las organizaciones empresariales y sectoriales correspondientes en cada país donde operamos, somos miembro activo de las siguientes asociaciones de la industria, así como en diferentes organismos internacionales por medio de los cuales se busca la estandarización y desarrollo de las TIC.

4.2.1. Asociaciones

GSMA

La GSMA representa a más de 800 operadores móviles del ecosistema GSM de 219 países y territorios en el mundo.

Adicional a esto, más de 200 proveedores y fabricantes de equipos apoyan sus iniciativas como miembros asociados a la misma.

América Móvil participa como *Full Member*, categoría exclusivamente abierta a los operadores que cuenten con una licencia para prestar servicios móviles GSM. En el 2011, la empresa ocupó una posición dentro del Consejo Directivo y participó activamente, manteniéndose en contacto con otros actores de la industria en los diferentes grupos de trabajo mediante los cuales se llevaron a cabo proyectos especializados estratégicos, así como en el grupo de interés regional GSMA LA, el cual se ha centrado especialmente en el tratamiento de cuestiones técnicas, comerciales y regulatorias de interés para la comunidad de operadores regionales y de sus proveedores. La empresa participa activamente en diversos comités que tratan temas importantes para el sector como: Políticas Públicas, Banca Móvil, Roaming y Seguridad y Prevención de Fraude, entre otros.

4G AMERICAS (antes 3G Américas)

Es la Asociación que tiene como misión promover, facilitar y abogar por la implantación de la familia de tecnologías móviles de banda ancha del 3GPP en todo el ecosistema – que incluye redes, servicios, aplicaciones y dispositivos conectados en forma inalámbrica – en las Américas. América Móvil participa en esta Asociación desde enero del 2002 bajo la calidad de Miembro General y actualmente ostenta una posición dentro de la Junta Directiva. Nuestra afiliación es muestra de la voluntad de la empresa para apoyar a la organización en la promoción y el fomento de las tecnologías GSM, EDGE, HSPA y LTE en las Américas.

CITEL: Comisión Interamericana de Telecomunicaciones

Establecida por la Asamblea General de la Organización de Estados Americanos, OEA, en 1994, es el organismo asesor intergubernamental de telecomunicaciones de más alto nivel en la región latinoamericana.

Buscamos apoyar reformas de próxima generación que capitalicen los esfuerzos de liberación del mercado, pero que a la vez atiendan las realidades de las localidades en donde operamos.



La participación de América Móvil es bajo la calidad de “Miembro Asociado” tanto del Comité Consultivo I (Telecomunicaciones /TIC), como del Comité Consultivo II (Radiocomunicaciones incluyendo Radiodifusión), calidad que se adquirió desde el mes de Junio del 2010. Es así que a través de dichos Comités Consultivos se trabaja en:

- La coordinación de las normas necesarias para facilitar el despliegue de infraestructuras y el suministro de servicios de telecomunicaciones.
- La armonización de las frecuencias radioeléctricas para reducir el costo de la prestación de servicios inalámbricos.
- La elaboración de estrategias nacionales para el desarrollo de las telecomunicaciones, con el objetivo de contribuir al desarrollo económico y social de la región.

Otras asociaciones y/o organizaciones sectoriales importantes en las que nuestras operaciones participan activamente son: Cámara de Informática y Comunicaciones de la República Argentina, CICOMRA, Asociación Chilena de Telefonía Móvil, ANTELMO, Sindicato Nacional de Empresas de Telefonía y de Servicios Móviles Celulares y Personal, SINDITELEBRASIL, Cámara Colombiana de Informática y Teleco-

municaciones, CCIT, y en la Asociación Mexicana de Internet, AMIPCI.

4.2.2. Nuestra postura ante las Organizaciones

Retomando lo anterior, es así como en América Móvil con una participación activa en las asociaciones mencionadas, contribuimos al desarrollo de las telecomunicaciones promoviendo políticas públicas que incentiven la inversión en infraestructura, el uso eficiente y liberación del espectro radioeléctrico, la convergencia de servicios, y otros temas medulares de las telecomunicaciones en beneficio de los usuarios y el desarrollo social.

América Móvil no tiene afiliación ideológica, política ni partidista alguna pero respeta el derecho de sus grupos de interés de colaborar cívicamente en asociaciones profesionales sin fines de lucro y en organismos ciudadanos que promuevan el ejercicio legal y responsable de los derechos políticos. Las políticas internas de Grupo Carso prohíben a América Móvil y a sus operaciones efectuar cualquier aportación financiera y/o en especie a partidos políticos, individuos o instituciones relacionadas con fines políticos, o financiamiento de campañas de elección popular. ▶

Contribuimos al desarrollo de las telecomunicaciones promoviendo políticas públicas que incentiven la inversión en infraestructura y la convergencia de servicios, en beneficio de los usuarios y el desarrollo social.

4.3. América Móvil y la competencia

El 100% de nuestras operaciones se enfrentan a una fuerte competencia por parte de otros operadores tanto celulares como de telefonía fija, así como de parte de empresas que ofrecen otros servicios de telecomunicaciones, incluyendo servicios de cable, radiolocalización, llamadas troncales e Internet. En los últimos años los competidores se han incrementado como resultado del desarrollo de nuevas tecnologías, productos y servicios y nuevas licitaciones de espectro radioeléctrico.

En México, la Comisión Federal de Competencia, COFECO, mantiene abiertos cuatro procedimientos administrativos independientes en contra de Telcel, y ocho en contra de Telmex por presuntas prácticas monopólicas relativas. En cada una de estas investigaciones, la COFECO ha determinado que dichas empresas se han visto involucradas en esas conductas habiéndole impuesto la terminación inmediata de presuntas conductas anticompetitivas, así como multas significativas en algunos casos.⁽⁵⁾

Ambas empresas están comprometidas en demostrar que el éxito de sus operaciones no es atribuible al ejercicio de dichas prácticas monopólicas por lo que, a fin de mantener la flexibilidad para adoptar políticas de mercado competitivas, en su momento ha realizado las impugnaciones necesarias y mantiene el fiel compromiso de aminorar la litigiosidad del sector siempre buscando el beneficio de sus usuarios.

En el 2009, en Colombia, la Comisión de Regulación de Comunicaciones, CRC, autoridad responsable de la regulación y vigilancia del sector de las telecomunicaciones, emitió una serie de resoluciones en las que determinó que Comcel ostenta una posición

dominante en el mercado relevante de voz saliente móvil.

Las regulaciones impuestas a Comcel fueron implementadas en ese mismo año, sin ningún efecto material para la empresa. Además, en septiembre de 2011 la CRC inició un procedimiento administrativo para imponer nuevas medidas de regulación a Comcel, el cual sigue esforzándose porque su oferta comercial se mantenga lo más flexible posible en beneficio de sus usuarios.

Las operaciones de América Móvil están sujetas a un considerable nivel de regulación por parte de los gobiernos en los países donde operamos ya que nuestro principal negocio es la prestación de servicios de telecomunicaciones concesionados que son considerados de interés público. Los contratos de concesión, licencias, construcción, operación, venta, reventa e interconexión relacionados con los sistemas de telecomunicaciones en América Latina, están regulados en distintas medidas por las autoridades gubernamentales con jurisdicción sobre nuestras operaciones.

América Móvil se distingue por competir vigorosa y exitosamente en todos los mercados donde opera gracias al alto nivel de inversión, y la cobertura y calidad de sus redes, servicios y tarifas.

Además, somos reconocidos por nuestra innovación en servicios y tecnologías, la capacidad para predecir los distintos factores competitivos que afectan a la industria de las telecomunicaciones y la manera como respondemos ante los mismos, incluyendo los cambios en las preferencias de los consumidores, las tendencias demográficas, la situación económica y las estrategias de precios de nuestros competidores. ▶

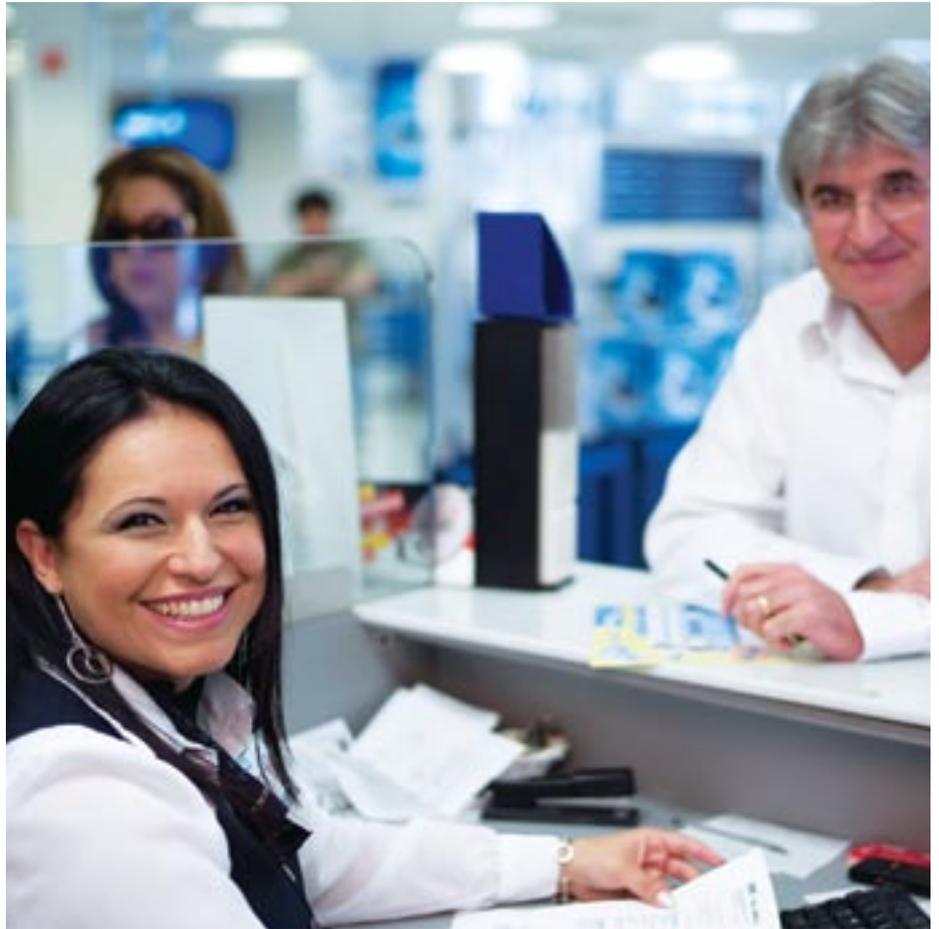
América Móvil se distingue por competir vigorosa y exitosamente en todos los mercados donde opera, gracias al alto nivel de inversión y cobertura, calidad de sus redes, servicios y tarifas.



⁽⁵⁾ Dentro de estas multas significativas, cabe mencionar aquella multa de abril de 2011 en la que la COFECO impuso a Telcel un monto de \$11,989 millones, por su presunta reincidencia en la comisión de prácticas monopólicas relativas. Dicho monto resulta tan significativo porque de acuerdo con la ley, en caso de reincidencia, las multas pueden ser equivalentes al doble de la multa aplicable a la primera infracción, al 10% de su total de activos o al 10% de su total de ventas durante el año anterior, lo que resulte más alto. Telcel impugnó dicha resolución, lo que hizo que sus efectos se suspendieran. Con la intención de cancelar dicha multa, Telcel ha hecho una serie de importantes compromisos en materia de precios que terminan por beneficiar al usuario, los cuales fueron respaldados y autorizados por la COFECO en marzo de 2012, revocando así la multa en comento.

4.4. América Móvil y la relación con sus Clientes

Nuestros clientes son el eje rector de nuestra actividad, por ellos invertimos en infraestructura, talento humano, diseñamos servicios innovadores y trabajamos de la mano con nuestros proveedores para otorgarles más y mejores beneficios.



Nuestros clientes son el eje rector de nuestra actividad como empresa, por ellos, en América Móvil invertimos en infraestructura y en talento humano, diseñamos servicios innovadores y trabajamos de la mano con nuestros proveedores para brindar servicios que les otorguen los mejores beneficios.

Ofrecemos servicios que cumplen con los más altos estándares de seguridad y cuidamos la privacidad de la información que nos confían nuestros usuarios. Medimos permanentemente sus niveles de satisfacción y generamos acciones para cumplir sus expectativas.

Es fundamental para nosotros que a través de estos esfuerzos logremos tener una mayor vinculación con nuestros clientes y así mantener con ellos una relación cercana y duradera.

4.4.1. La seguridad de nuestros Clientes

Las telecomunicaciones, y sobre todo las tecnologías inalámbricas, se han convertido en parte integral de la vida cotidiana de las sociedades en el mundo. Su crecimiento ha resultado en un beneficio notable para toda la población al comunicar e integrar a más personas, potenciar oportunidades de trabajo y de negocios y brindar acceso a más fuentes de información, mejorando así la calidad de vida de las personas.

El desarrollo de las telecomunicaciones se ve forzosamente acompañado del despliegue de las redes que soportan los distintos servicios. La existencia de esta infraestructura (antenas de radiodifusión, de telefonía móvil, de radio convencional, de televisión, etc.) ha propiciado ciertas inquietudes

infundadas sobre posibles efectos en la salud de las personas, a causa de las Radiaciones No Ionizantes, RNI, que emiten dichas antenas.

Hasta el día de hoy, no existen pruebas científicas que comprueben los riesgos de exposición a las radiofrecuencias. Incluso, la Organización Mundial de la Salud, OMS, precisó: “Teniendo en cuenta los muy bajos niveles de exposición y los resultados de investigaciones reunidos hasta el momento, no hay ninguna prueba científica convincente de que las débiles señales de radiofrecuencias procedentes de las estaciones de base y de las redes inalámbricas tengan efectos adversos en la salud”.

En América Móvil adoptamos medidas muy estrictas para que los proveedores de equipos cumplan con los estándares y niveles máximos permitidos de RNI establecidos por la Comisión Internacional de Protección contra la Radiación No Ionizante, ICNIRP⁽⁶⁾, tanto nacionales e internacionales, en pro de la salud y seguridad de las comunidades donde instalamos nuestra infraestructura.

La masificación de la telefonía móvil en Latinoamérica ha traído consigo algunos fenómenos de carácter delictivo, como es el caso del tráfico de equipos terminales móviles. Este problema se dimensiona cuando se toma en cuenta que dichos equipos son re-vendidos en el mercado negro tanto local como internacional, hecho que incrementa en gran medida el estímulo por la comisión tanto del robo del equipo, como de las acciones delictivas que se pueden cometer con ellos. Además, se suma el impacto negativo que este negocio fraudulento constituye para la seguridad de los clientes.

Para combatir este problema, una de las medidas más importantes que hemos tomado ha sido promover la

firma de convenios entre operadores de intercambio de información de terminales móviles robadas. En nuestras operaciones de la Región Andina, Sudamérica y Centroamérica, así como en México y Brasil, tenemos ya firmados este tipo de convenios en donde los operadores móviles intercambian la información de equipos que se han reportado como robados, con el fin de bloquear el servicio y evitar la activación de dichos equipos.

En México, en marzo de 2010, Telcel y su competidora Telefónica, anunciaron junto con el Presidente del Consejo Ciudadano de Seguridad Pública y Procuración de Justicia del Distrito Federal que a partir de esa fecha comenzaba la operación de un sistema cuyo objetivo es contribuir a crear una sociedad más segura a través del bloqueo de terminales celulares reportadas como robadas. Este esfuerzo responde al compromiso de Telcel en su carácter de empresa socialmente responsable, al contribuir desde sus ámbitos de competencia a generar un ambiente más seguro para la sociedad mexicana.

Asimismo, este trabajo conjunto entre empresas, gobierno y organizaciones no gubernamentales representa un gran avance no solo en la lucha contra la inseguridad y delincuencia, sino que es muestra de la efectividad con que la sociedad civil y la iniciativa privada pueden contribuir y trabajar juntos para hacer frente a un problema social que desafortunadamente se ha ido incrementando en los últimos años.

Promovemos la firma de convenios entre operadores para el intercambio de información de terminales móviles robadas, con el fin de contribuir a la creación de una sociedad más segura.

Retos 2012:

- Impulsar el intercambio de bases de datos de terminales robadas a nivel regional, a fin de evitar el mercado negro internacional de dichos equipos.
- Cooperar con la concientización de los ciudadanos sobre la importancia de denunciar el robo y extravío de sus equipos terminales móviles y no adquirirlos en establecimientos no autorizados.
- Promover con los gobiernos de la región la implementación de medidas diseñadas en conjunto con los operadores de telecomunicaciones para resolver el problema de robo de celulares.

⁽⁶⁾ Organización no gubernamental, formalmente reconocida por la OMS.

Por otra parte, toda la información que proporcionamos a nuestros clientes sobre los productos y servicios que comercializamos es transparente, completa y oportuna, con el objetivo de que éstos tengan información precisa sobre los impactos medioambientales del producto y/o servicio que están adquiriendo.

Los productos y servicios que América Móvil ofrece, se apegan completamente a los estándares, normas y regulaciones locales e internacionales.

Es por esto, que el área de Compras de América Móvil trabaja en conjunto con sus proveedores para brindar información detallada de los equipos y sus funcionalidades, con el objetivo de lograr que el 100% de los dispositivos móviles cumplan con la información de la [Tabla 1](#):

Tabla 1	Descripción
Empaque	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación del producto: modelo, Identidad Internacional de Equipo Móvil (IMEI, por sus siglas en inglés) y número de serie. • Procedencia. • Funcionalidades. • Contenido del empaque. • Aviso de cumplimiento con lineamientos de exposición a radiofrecuencia.
Información adicional dentro del empaque	<ul style="list-style-type: none"> • Garantía del fabricante. • Manual de operación. • Contenido con respecto a sustancias que pueden tener impacto medioambiental. • Manual de utilización segura del producto o servicio. • Manual de uso de SIM card. • Contactos de soporte técnico. • Guía de servicio (eliminación apropiada y reciclaje).

Tabla 2	Descripción
Empaque	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de producto: modelo y número de serie. • Procedencia y país de fabricación. • Contenido del empaque. • Aviso de fragilidad para maniobra o manejo.
Información adicional dentro del empaque	<ul style="list-style-type: none"> • Manual de operación. • Recomendaciones del manejo e instalación. • Manual de uso de SIM o <i>SmartCard</i> (Servicio TV).

Dicha área también vigila que el 100% de los proveedores de módems y decodificadores de televisión cumplan con la información en la [Tabla 2](#).

4.4.2. Comunicación y Marketing

En América Móvil promovemos nuestra imagen y marcas entre los consumidores a través del desarrollo de diversas estrategias de mercadotecnia diseñadas de acuerdo a las necesidades de comunicación de nuestros clientes de servicios fijos y móviles, de todos los segmentos, desde Personas hasta Corporaciones. Nuestras soluciones convergentes nos permiten ofrecer productos y servicios elaborados a la medida del Cliente.

Todas nuestras operaciones cuentan con marcas prestigiosas que incrementan su visibilidad a través de campañas publicitarias en medios masivos y patrocinios y eventos deportivos y culturales, entre los que destaca la música.

Rockcampeonato Telcel es la plataforma de música independiente de mayor credibilidad y aceptación por los jóvenes en México, debido a que libera su creatividad y pasión por la música.

A lo largo de 7 ediciones anuales hemos logrado mantener un espacio de preferencia en el cual, tan sólo en 2011, impactamos a más de 135,000 jóvenes de manera presencial y a más de 3 millones remotamente a través de 9 festivales. Esto nos ha llevado a explorar la posibilidad de iniciar este proyecto en Colombia en el 2012, y a partir del 2013, replicarlo a otros países en los que tenemos presencia.

Un patrocinio de gran valor para la compañía es el automovilismo, el cual es apoyado a través de nuestras marcas Telmex, Telcel, Claro, Comcel y Embratel, impulsando el talento de jóvenes pilotos en 7 categorías de

automovilismo internacional mediante los equipos de Escudería Telmex y Equipo Telcel. Los pilotos han conseguido participar en 26 campeonatos nacionales e internacionales, y obtener 218 victorias en las principales pistas del mundo, 435 podios, 181 *pole-positions* y 11 sub-campeonatos.

Somos una empresa que por nuestra naturaleza 100% regional, conoce mejor que nadie a sus clientes. Por ello, uno de nuestros objetivos es transmitir con orgullo las raíces, arte, historia, cultura y tradiciones de cada región en donde operamos. Nos esforzamos en desarrollar campañas y productos que agreguen valor y contribuyan al crecimiento integral de las personas, respetando y fomentando la dignidad y los derechos humanos de los diferentes grupos de la sociedad, incluyendo y defendiendo la igualdad de los sectores más vulnerables. Estos son los principios que dan valor y personalidad a cada una de nuestras marcas.

En 2011, nuestros esfuerzos en materia de mercadotecnia para la parte de telefonía móvil se concentraron principalmente en enfatizar y promover que nuestra red 3G es una de las mejores del mundo, mostrando sus ventajas para prestar nuevos servicios de valor agregado y banda ancha móvil. Adicionalmente, se lanzaron nuevas modalidades de planes que contribuyen a la economía de los clientes. En la parte de soluciones fijas el mensaje estuvo enfocado en las necesidades específicas de los diferentes segmentos de mercado a los que atendemos. En el segmento de Personas se impulsó la comercialización de banda ancha, televisión por suscripción y servicios de voz, así como ofertas empaquetadas de doble y triple play. En el segmento Empresas nos focalizamos en servicios de banda ancha y voz, mientras que en el Mercado Corporativo se impulsaron ofertas de servicios integrales y de valor agregado.



También contamos con innovadores planes de lealtad que brindan importante beneficios a nuestros clientes.

Logros obtenidos:

- Sergio “Checo” Pérez, logró llegar en el 2011 a la Fórmula 1 después de treinta años de ausencia de un piloto mexicano en ésta, la máxima categoría del automovilismo a nivel mundial.
- Esteban Gutiérrez ha sido el piloto más joven en ganar un campeonato de GP3 a los 17 años de edad, obteniendo este título en la primera temporada de esta categoría en 2010.
- Germán Quiroga ha logrado ser el primer tri-campeón en la NASCAR México.
- Guillermo “Memo” Rojas, ha conseguido ser el primer latinoamericano en obtener el tri-campeonato de la Grand-Am Series.



100%

de nuestras operaciones promueve un manejo adecuado de los datos personales de los clientes.

4.4.3. Privacidad del Cliente

El respeto a la privacidad de nuestros clientes es prioritario, así como elemento clave en el éxito de América Móvil. El 100% de las operaciones promueve un manejo adecuado de los datos personales de los clientes en apego a nuestras políticas internas y normativas locales aplicables de cada país, en su caso. En América Móvil contamos con una política estricta e inquebrantable de no proporcionar este tipo de información a terceros que no se encuentren autorizados para ello, siendo el cliente el único que puede tener acceso a su propia información.

Nuestras bases de datos se encuentran resguardadas bajo sistemas de informática modernos, seguros y confiables. También, se cuenta con un software tipo cortafuegos (*firewall*, como comúnmente se conoce en inglés), cuya función principal es filtrar, controlar, monitorear y limitar periódicamente los accesos a dichas bases de datos y evitar su mal uso.

En relación a la privacidad de los clientes se registraron muy pocas reclamaciones. Uno de los principales retos es mantener y reforzar la confianza y satisfacción de éstos, capacitando integralmente a todos los empleados en la materia a fin de poder innovar los mecanismos de seguridad y protección de datos.

En 2011, la compañía no tuvo multas significativas por incumplimiento de la normativa de suministro y uso de productos en ninguna de sus operaciones.

4.4.4 Satisfacción del Cliente

En América Móvil nos enfocamos en conocer, comprender y satisfacer las necesidades que demandan nuestros clientes. Para lograrlo realizamos de manera mensual y anual en todos los países donde operamos, estudios continuos de satisfacción a través de consultores externos.

Adicionalmente, medimos niveles de satisfacción por unidades de negocio, lo cual nos permite conocer las expectativas de nuestros clientes a corto, mediano y largo plazo. Para obtener una medición uniforme y estandarizada a lo largo de toda la región, homologamos la medición de nuestros indicadores en Argentina, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, México, Paraguay, Perú, Puerto Rico, República Dominicana y Uruguay. **Tipo de estudio.**

El principal objetivo de dichos estudios es identificar la dinámica de las operaciones, el nivel de satisfacción general y por atributos que valora el cliente de acuerdo a su experiencia de marca y nuestras oportunidades de crecimiento. De esta manera, conocemos las preferencias y expectativas de los mercados a los que servimos.

La importancia de llevar a cabo este proceso radica en realizar un correcto análisis de los resultados obtenidos,

Tipo de estudio	Frecuencia	Metodología
Estudios de Satisfacción del Cliente	Mensual y/o Anual	Estudios cualitativos y cuantitativos para las diferentes Unidades de Negocio: Fijo, Móvil, Internet y TV de paga, y para los distintos segmentos de Mercado: Mercado Masivo y Corporativo. Se mide la satisfacción del usuario con el servicio brindado por las diferentes compañías, así como la atención al cliente en los diferentes puntos de contacto. Se realiza a través de encuestas telefónicas y/o encuestas cara a cara utilizando la metodología de muestreo aleatorio simple probabilístico y/o por cuotas.
Estudios de Imagen de Marca	Mensual y Anual	Estudios cualitativos y cuantitativos para las diferentes Unidades de Negocio: Fijo, Móvil, Internet y TV de paga, y para los distintos segmentos de Mercado. Se evalúa el desempeño de la marca entre la población con la finalidad de definir estrategias locales y regionales que nos permitan ser competitivos en los distintos mercados. Se realiza a través de encuestas telefónicas y/o encuestas cara a cara utilizando la metodología de muestreo aleatorio simple probabilístico y/o por cuotas.

el cual nos permite dar enfoque al Plan de Innovación Permanente que existe en la empresa. En 2011, dicho plan puso en marcha acciones para consolidar la expansión y modernización de la infraestructura, el desarrollo e innovación de productos y la mejora continua de procesos de negocio y atención a clientes. En este rubro en específico implementamos las siguientes mejoras:

- Renovación de la plataforma de autogestión web.
- Nuevo modelo de capacitación de asesores.
- Mejora de tiempos de atención al cliente en solicitud de ajustes.
- Medición de nivel de resolución por producto para detectar los procesos de trabajo que requieren cambio y agilizar procesos.
- Diversificación de medios de atención a través de redes sociales.
- Mayor capacidad de atención de tráfico en Centros de Atención Telefónica.
- Implementación de niveles de prioridades en el IVR.
- Cajeros Automáticos: a través de este medio los clientes podrán realizar las siguientes transacciones:
 - a) Pagos en efectivo de consumo celular para usuarios Postpagos.
 - b) Recargas electrónicas para clientes Prepago y Postpago.
- Soporte Data Center: capacitación y certificación ITIL de personal ECC y Soporte Corporativo.

4.4.5. Acciones para ser una empresa más competitiva

Derivado de nuestro interés en responder las solicitudes y observaciones provenientes de nuestros clientes y fieles a la estrategia del negocio, en América Móvil desarrollamos acciones, programas y prácticas en todas nuestras subsidiarias que nos permiten ser una empresa más competitiva, acercarnos más a las necesidades



de nuestros clientes y diferenciarnos claramente de las otras empresas de telecomunicaciones.

La mayoría de estos programas y acciones están orientados a reducir la brecha digital existente en aquellas poblaciones con menor ingreso económico. Las acciones que desarrollamos se enfocan en los siguientes rubros:

- Modernización de la Red.
- Financiamiento para dispositivos móviles y computadoras.
- Innovación tecnológica.
- Mayor velocidad de banda ancha.
- Sitios públicos de WiFi.
- Cobertura por unidad de negocio (zonas urbanas y rurales).
- Soluciones y servicios convergentes como impulsores de productividad y crecimiento local.

En América Móvil sabemos la importancia que tiene la consolidación de nuestras operaciones locales a través de las nuevas tecnologías e innovación permanente; por ello, hemos implementado diversos programas que enriquecen nuestros productos y servicios, entre los que destacan:

Modernización de la Red

En los últimos 21 años, Telmex México se ha modernizado y actualizado transformándose de una compañía que exclusivamente ofrecía telefonía fija, para convertirse en la empresa líder en servicios de telecomunicaciones de México y proporcionar servicio al 90% de la población del país. Para lograrlo, el 73.4% de la inversión realizada en el 2011 fue destinada a proyectos en las plataformas de datos, conectividad y redes de transmisión, así como para proyectos de crecimiento e infraestructura.

Las líneas fijas pasaron de 5.4 millones en 1990 a 15.6 millones en 2011. Los volúmenes de tráfico de larga distancia se incrementaron 5.1 veces, y la red de fibra óptica totalizó 128.3 mil kilómetros, consolidándose como una de las redes más modernas y confiables a nivel mundial.

De 1990 a 2011, Telmex ha invertido 33 mil millones de dólares en su expansión y modernización, así como en el cambio de la cultura digital y en la adopción, desarrollo e impulso a la tecnología de información.

En el caso de nuestra empresa NET en Brasil, en el 2010 se realizó la construcción de la red híbrida Fibra+Coaxial de alta capacidad, moderna y flexible, con una inversión de 310 millones de dólares. Esta red fue diseñada para ciudades con muy poca oferta de Internet y está dirigida principalmente a los segmentos de Personas y PyMes. Hasta el 2011, tras un año de haber puesto en marcha este proyecto, se han visto beneficiadas 11 millones de personas, lo

que equivale a 1.1 millones de hogares. Con lo que respecta a la telefonía móvil en Argentina, Uruguay y Paraguay se consolidó el despliegue de la Red 3G y en Perú se hicieron inversiones significativas para dar mayor flexibilidad del tráfico, calidad, seguridad y mayor capacidad de la red de transmisión de datos; beneficiando a más de 25 millones de personas, clientes de Claro Perú.

Para Claro, en El Salvador, realizamos el cambio de centrales con una inversión de 500 millones de dólares, lo que incrementó la confiabilidad, capacidad y eficiencia en el servicio que otorgamos. Para fines del 2011 fueron atendidas 2,338 ciudades y beneficiadas 5.7 millones de personas.

Financiamiento de dispositivos móviles y computadoras

A través de todas nuestras marcas de telefonía móvil, se otorgan financiamientos a los dispositivos móviles lo que permite tener mayor acceso a la innovación con equipos de alto costo para que nuestros usuarios gocen de mejor conectividad. Esto beneficia principalmente a usuarios con recursos limitados.

Un ejemplo de esto es en Claro Puerto Rico en donde se otorgaron 14,778 equipos de alto costo con financiamiento por parte de la empresa.

Asimismo, se promueve la venta de computadoras bajo un esquema de financiamiento a mediano plazo. Este tipo de programas permiten al usuario comprar un equipo de cómputo con pagos periódicos, algunos cargados directamente a sus recibos telefónicos. La oferta se ha conformado por una amplia variedad de PC's, laptops, tablets y netbooks.

Innovación Tecnológica

En Telmex México, la evolución en la forma de operar la red ha pasado de la conmutación analógica y digital de circuitos a la conmutación digital de paquetes de datos, entrando así en

En El Salvador, a través de la subsidiaria Claro, realizamos el cambio de centrales con una inversión de 500 millones de dólares.

la era de la convergencia hacia una red de datos “todos IP”. Esta red de datos maneja servicios multimedia con transporte basado en el Protocolo de Internet, y además permite una diferenciación en el tipo de información que se transporta, dando paso al manejo de una calidad de servicio diferenciada.

Telmex cuenta con la red de datos IP/MPLS más moderna y confiable en México y con una capacidad de conexión en más de 140 ciudades, teniendo así la cobertura más amplia de todo el país. Esta red es la base tecnológica sobre la cual se desarrollan los servicios de nueva generación que involucran soluciones de voz, datos y video en un ambiente convergente.

De la misma manera trabajamos en Argentina, Colombia, Ecuador, El Salvador, Perú y Puerto Rico implementando la tecnología HSPA+ que permite mejorar la experiencia de los usuarios respecto a la velocidad de navegación en módems y equipos móviles.

Asimismo, en Brasil se implementó la red flexible para atender mercados de grandes empresas con fibra óptica.

Mayor velocidad de banda ancha

Con una inversión de 241,200 dólares durante el 2011, en Claro Nicaragua se realizó el suministro de conectividad de banda ancha a escuelas públicas de bajos recursos. El objetivo de este programa es reducir la brecha tecnológica que existe en el sector educativo del país, así como fortalecer la calidad de la educación mediante el uso de las TIC.

Gracias a esta iniciativa se han beneficiado más de 67 escuelas públicas en Nicaragua, más de 10,000 docentes del Sistema Educativo del país y más de 240,000 estudiantes en total.

Sitios públicos de WiFi

Telmex continuó impulsando la disponibilidad de cobertura de *hot spots* (lugares donde se tiene acceso gratui-



to a través de la red Infnitum) como un valor agregado sin costo para los clientes de su red Infnitum. Al cierre de 2011, se ofrecían servicios WiFi en 4,182 sitios públicos, tales como aeropuertos, universidades, restaurantes, plazas comerciales, hoteles y parques, que entre otros, se suman a más de 1,300 sitios en los Estados Unidos de América y más de 200,000 que existen en el mundo.

En Honduras, a través de Claro se instalaron sitios públicos de WiFi en los kioscos de aeropuertos y en 30 ciudades del país, beneficiando así a 400,000 hondureños.

Cobertura por unidad de negocio, zonas urbanas y rurales

En Claro Nicaragua se realizaron 2 proyectos especiales de cobertura: la instalación de teléfonos públicos en comunidades rurales del país, y la selección y capacitación de personas para la administración y operación de los teléfonos públicos instalados.

+4 mil
sitios públicos ofrecen el
servicio de **WiFi** al cierre de
2011 en México.

A través de nuestro servicio de **TV de paga**, en Guatemala y Nicaragua llegamos a las comunidades con **modalidades de prepago** y **recargas electrónicas** que les dan accesibilidad a éstos.



Los beneficios abarcan 150 comunidades rurales en las que indirectamente se favorece a más de 100,000 habitantes, entre los que se encuentran los encargados de la administración del teléfono y la población en general.

Soluciones y servicios convergentes como impulsor de productividad y crecimiento local

En Embratel Brasil, se llevaron a cabo 2 proyectos especiales: uno de cobertura de TV de paga y el otro llamado “Socio tecnológico para llevar la tecnología a comunidades carentes”. En ambos programas se realizan acciones conjuntas con el gobierno del Estado de Río de Janeiro.

A través de estos programas se ofreció una suscripción del servicio de TV de paga con la misma calidad del servicio digital, pero con casi 60% de descuento en el precio mensual por año. Al término del plazo de promoción, el precio tiene un aumento gradual hasta llegar al precio de tabla. Esto permite a los usuarios el acceso a tecnología digital (señal DTH) y a canales reconocidos. Con estas acciones se beneficia a aproximadamente 200,000 personas que viven en 20 zonas pacificadas (zonas antes controladas por los narcotraficantes) en la ciudad del Río de

Janeiro. Actualmente, estos programas cuentan con 17,000 suscriptores, gracias a la inversión que la compañía realizó por 600,000 dólares.

Como un caso de éxito para América Móvil, en República Dominicana se implementó el proyecto de Conectividad Rural de Banda Ancha, cuyo objetivo es la instalación de la infraestructura necesaria que permita satisfacer las necesidades de Internet de banda ancha, telefonía residencial y centros de llamadas e Internet para los usuarios de las comunidades rurales del país.

Este proyecto tiene como objetivo identificar e incentivar, principalmente, la participación de pequeños emprendedores locales o de localidades vecinas para que instalen centros desde los cuales se brinde acceso a Internet al público, así como el servicio de llamadas telefónicas. Asimismo, pretende enseñar a la población rural sobre el uso de las computadoras, el acceso a Internet y el buen manejo de la información que provee en las TIC, así como dar a conocer los beneficios que brindará el contar con este tipo de servicios tanto a nivel personal como laboral. A diciembre del 2011, se habían puesto en servicio 489 localidades de las 506 que abarca el proyecto. ▶

En República Dominicana se implementó el proyecto de Conectividad Rural de Banda Ancha, cuyo objetivo es la instalación de la infraestructura necesaria que permita satisfacer las necesidades de usuarios en comunidades rurales del país.

4.5. América Móvil y la Comunidad



4.5.1. Programas vinculados con nuestro negocio

En América Móvil entendemos que la acción social que realizamos debe estar estrechamente vinculada con nuestro negocio. Es por esto que hemos desarrollado programas que nos permiten mantener una relación cercana con las comunidades buscando su bienestar a través de la inclusión tecnológica y el correcto uso de la tecnología en momentos de especial necesidad.

Estos programas se orientan hacia tres áreas fundamentales:

1. Comunicación en situaciones de emergencia: que incluye las emergencias sanitarias, los desastres naturales y la ayuda humanitaria.

Ante situaciones de emergencia que generan grandes catástrofes, las telecomunicaciones se convierten en un recurso indispensable y en un factor de ayuda efectiva e inmediata en cada una de las fases del evento. Conscientes de esta situación, en América Móvil

ponemos en marcha acciones para la atención de emergencias orientadas a asegurar la pronta recuperación de los servicios de telecomunicaciones, a salvaguardar la integridad de la población y a establecer el plan de ayuda humanitaria.

En todas las operaciones de América Móvil, nuestros clientes pueden acceder de forma gratuita a los servicios de emergencia y asistencia de cada país.

Además, destaca el programa SMS Solidarios el cual opera en toda la región para facilitar el apoyo y asistencia de las poblaciones afectadas en caso de emergencias sanitarias y/o desastres naturales.

a. Emergencias Sanitarias:

Cuando se localiza una emergencia sanitaria, Claro Brasil está preparado para realizar envíos de SMS Solidarios a los clientes de la empresa. Este programa inició en 2010 y al cierre de 2011 ha beneficiado aproximadamente a 24 millones de

+11

mil mensajes SMS gratuitos fueron enviados de Perú a Japón con la **campaña de apoyo** después del terremoto.

En Puerto Rico se llevó a cabo una colecta de comestibles y materiales de primera necesidad para los damnificados de Haití. También se donaron líneas telefónicas para el telemaratón local de recolección de fondos.

personas quienes han sido informadas sobre enfermedades, sus síntomas y formas de prevención de las mismas en ese país.

b. Desastres Naturales:

Telmex México ha implantado procesos específicos para la prevención y atención de situaciones de crisis causadas por desastres naturales como son los huracanes, terremotos e incendios, en donde la seguridad y la continuidad de los servicios en las redes de telecomunicación es la prioridad principal.

Al ocurrir un desastre natural, Telmex México pone en operación el Plan de Prevención y Atención a Contingencias, por medio del cual se ejecutan una serie de procesos orientados a salvaguardar la integridad tanto del personal como de los bienes e intereses de la empresa y sus clientes, asegurar la pronta recuperación de los servicios, enfrentar eficientemente las situaciones de emergencia, y establecer el plan de ayuda humanitaria pertinente.

En Perú, Claro está preparada para brindar comunicación a través de información respecto del uso de medios de comunicación alternos en caso de terremotos o algún otro desastre natural.

En marzo de 2011 se facilitó la comunicación de peruanos con familiares en Japón, luego del terremoto ocurrido en ese país. Se enviaron en total 11,783 SMS gratuitos de Perú a Japón en los días de la campaña de apoyo.

También se realizó el Operativo Semana Santa 2011, el cual consistía en el préstamo de equipos móviles para proveer servicios de comunicación a organismos de socorro (Defensa Civil, Centro Operaciones de Emergencia, Cruz Roja) que brindan asistencia a la población durante ese periodo vacacional.

En Panamá se apoyó a la Brigada de Cruz Roja para que lograra comunicarse en las áreas de difícil acceso por las inundaciones que ocurrieron durante el 2011. En esta campaña se habilitaron 30 líneas de prepago con recarga de \$10.00 dólares para apoyar a la búsqueda de personas desaparecidas por las inundaciones en Darien, Chiriquí y Bocas del Toro. Adicional a esto, se habilitaron códigos de mensajes de texto para donaciones a la Cruz Roja Panameña.

c. Ayuda Humanitaria:

En México, cuando ocurre un desastre natural, Fundación Telmex llega oportunamente a los lugares afectados para ofrecer ayuda humanita-

62.8

toneladas de **ayuda humanitaria** entregadas en México, durante eventos en el 2011.



ria. Esta ayuda consiste en otorgar despensas, agua potable, cobertores y colchonetas, plantas potabilizadoras de agua y plantas generadoras de luz, entre otros apoyos, a las poblaciones necesitadas. Asimismo, se envían vehículos, camiones y helicópteros, cubriendo así algunas de las carencias de comunicación que se presentan en situaciones de esta naturaleza. A través de este programa, al cierre de 2011 se entregaron 62.8 toneladas de ayuda humanitaria, 94 plantas potabilizadoras de agua y 5.1 millones de litros de agua potabilizada.

En Brasil, a través de nuestra empresa Claro, se lleva a cabo la campaña Solidaridad de Ropa de Invierno, que tiene por objetivo recaudar donaciones de ropa de invierno (mantas, suéteres, pantalones, zapatos y calcetines) para entregarlo a las personas sin hogar y más necesitadas de ese país. Este programa inició en el año 2009, y para el 2011 ha beneficiado a 2,000 poblaciones brasileñas mediante la recolección de 2,013 piezas y 107 kilogramos de alimentos donados para instituciones y personas de diversas regiones del país.

En Puerto Rico se llevó a cabo una colecta de comestibles y materiales de primera necesidad para los damnificados de Haití. Por otro lado, se donaron líneas telefónicas para el telemaratón local de recolección de fondos.

2. Inclusión digital: estos programas incluyen los proyectos especiales de cobertura, el programa de socio tecnológico para llevar tecnología a comunidades remotas, y el programa de Aulas Digitales.

a. Proyectos Especiales de Cobertura:

En Nicaragua se lanzaron 2 proyectos importantes en 2011, que fueron la instalación de teléfonos públicos en comunidades rurales, y la selección y capacitación de personas para la administración y operación de los



teléfonos públicos instalados. Ambos proyectos brindan grandes beneficios. Algunos de ellos son:

- La disponibilidad del servicio de telefonía pública en 300 comunidades rurales, ya que antes de este programa los pobladores de esas comunidades debían caminar hasta 17 kilómetros para tener acceso a un teléfono público.
- La generación de una fuente de ingresos para 300 familias campesinas mediante una nueva modalidad de negocios en zonas rurales.
- La aceleración del intercambio de bienes y servicios, aproximando a los productores a los centros comerciales municipales, departamentales y nacionales a través del servicio de telefonía, entre otros.

Con estos proyectos han sido beneficiados cerca de 150 comunidades rurales alcanzando más de 100,000 habitantes.

b. Socio tecnológico para llevar la tecnología a comunidades remotas, se trabaja en acciones conjuntas con Organizaciones Gubernamentales y/o no Gubernamentales:

En Nicaragua se implementaron 2 proyectos de este tipo. El primero

El programa **Aula Digital** impulsa el aprendizaje y desarrollo integral de la comunidad escolar.



En Ecuador se llevó a cabo la donación de 40 computadoras a escuelas para reducir la brecha tecnológica y facilitar el acceso al conocimiento y al aprendizaje.

de ellos consistió en la instalación de estaciones de telefonía celular (BTS) en 7 comunidades rurales del país, mayores a 1,000 habitantes y la coordinación con autoridades e instituciones municipales en donde se permitió la disponibilidad del servicio de telefonía celular. Igualmente, se fomentó la productividad y desarrollo local al facilitar el intercambio de bienes y servicios, aproximando a los productores a los centros comerciales municipales, departamentales y nacionales a través del servicio de telefonía.

El segundo se basó en la instalación y suministro del servicio DTH a zonas estratégicas de Nicaragua, beneficiando directamente a 500 familias en 5 municipios rurales, así como a la población en general.

3. Educación: Estamos convencidos de que a través de programas educativos soportados por la aplicación de las TIC, se pueden brindar importantes oportunidades para el bienestar social y el desarrollo sostenible de las comunidades. América Móvil ha im-

plementado las siguientes iniciativas bajo este enfoque:

a. Programa de Aulas Digitales:

En México, el Aula Digital Telmex es un espacio educativo que se crea al interior de espacios públicos que impulsan el aprendizaje y el desarrollo integral de la comunidad escolar: alumnos, maestros, directivos y padres de familia. Es un espacio en el que se propicia el aprendizaje y el desarrollo de habilidades a partir de la realización de proyectos, la integración de distintas disciplinas, el trabajo colaborativo y la incorporación de la tecnología.

En Telmex, como parte del compromiso que tiene la empresa para desarrollar la educación y la cultura digital, se han llevado a cabo distintas iniciativas, tanto educativas como de acceso a conectividad, que permiten que un número cada vez mayor de personas se integren a la nueva Era Digital.

Los programas y acciones realizados por la empresa van desde el nivel preescolar hasta el posgrado y han beneficiado a más de 2.8 millones de estudiantes, maestros y padres de familia.

El programa incluye las Casas, Aulas y Bibliotecas Digitales Telmex, así como el Programa de Acompañamiento Educativo. Entre los principales resultados de este programa podemos destacar:

- Más de 300 talleres y 249 mil 691 actividades educativas.
- En Casas Telmex se cuenta con 52 mil 350 niños, jóvenes y adultos inscritos.
- El 90% de los padres de familia evalúan satisfactoriamente la oferta educativa.

b. Casa Telmex:

Es un moderno espacio de desarrollo educativo integral ubicado en Méxi-

co en zonas urbanas de escasos recursos económicos, dedicado a la formación de niños, jóvenes, maestros y padres de familia en ciencia y tecnología, valores universales y apreciación estética, con las mejores prácticas pedagógicas complementarias a la educación escolarizada. Brinda estos servicios de manera gratuita.

c. Biblioteca Digital Telmex:

Es un proyecto que consiste en dotar a niños y niñas de educación básica con equipos de cómputo como la computadora XO, una computadora portátil adaptada a las necesidades y características de la población infantil, y la computadora *ClassmatePC* (CMPC por sus siglas en inglés) la cual es un dispositivo móvil de aprendizaje personal desarrollado para apoyar la enseñanza e introducir a los niños en el conocimiento de una computadora. De esta manera apoya no solamente a los alumnos en su educación sino también a los maestros con herramientas y asesoría para integrar los equipos a sus prácticas educativas cotidianas.

Comcel Colombia se sumó al esfuerzo con el programa de recurso tecnológico Computadores para Educar en conjunto con el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, cuyo objetivo es brindar acceso a las TIC a instituciones educativas públicas del país, mediante el reacondicionamiento, ensamble y mantenimiento de equipos, así como promover su uso y aprovechamiento significativo en los procesos educativos a través de la implementación de estrategias de acompañamiento educativo y apropiación de TIC.

Por su parte, también Brasil enfrenta importantes retos educativos, por lo que se puso en marcha el Proyecto de Educación Embratel, cuyo principal objetivo es promover la

inclusión digital en el desarrollo social, proporcionando TIC en escuelas públicas ubicadas en zonas de bajo desarrollo.

d. Telmex Hub:

TelmexHub es un punto de encuentro que genera conocimiento a partir de la participación activa de la comunidad en México. Es un lugar físico y virtual para jóvenes y adultos, donde la colaboración es el principal valor. Ésta se activa a través de la oferta de talleres, cursos, pláticas y conferencias que la misma comunidad de TelmexHub promueve.

Se dispone de un lugar de acceso gratuito a los usuarios, que cuenta con el servicio de préstamo de equipo de cómputo, distintas áreas equipadas con mobiliario y todo lo necesario para llevar a cabo videoconferencias, sesiones de trabajo, y torneos de videojuegos. Con una conexión a Internet de alta velocidad (10gb/s.), TelmexHub puede albergar a 300 usuarios simultáneamente y hasta 150 conectados vía ethernet.

e. Aldea Digital:

Por tercer año consecutivo se llevó a cabo el evento Aldea Digital en México, un encuentro de innovación



300

usuarios simultáneamente
conectados a través de
TelmexHub.





tecnológica donde los asistentes buscan compartir sus gustos, intereses y conocimientos de tecnología abarcando cada una de sus ramas, además de disfrutar de banda ancha para conectarse a Internet.

f. Cursos en Línea:

Los cursos en línea permiten el autoaprendizaje de las TIC y la correcta integración del conocimiento en la vida personal y profesional del estudiante. Actualmente se ofrece Internet para principiantes, lecciones sobre editor de texto, hoja de cálculo y presentaciones, correo electrónico, Linux y lenguaje web.

g. TV PontoCom:

Es un canal de televisión en Brasil a través de Internet con una programación cultural y educativa las 24 horas del día, producido por centros de excelencia en diferentes áreas del conocimiento y eventos culturales. Su contenido está enfocado en presentar diversos temas relacionados con las áreas de cultura, salud, educación y servicios sociales.

h. Biblioteca Digital Multimedia:

Este programa ofrece contenido digital producido por reconocidas instituciones educativas de Brasil como el Ministerio de Educación, Ministerio de Cultura, la Fundación Biblioteca Nacional, Biblioteca Andrade, Centro Cultural São Paulo, Minas PUC, Río PUC, Itaú Cultural, entre otras.

i. Ponto Comunidade:

El proyecto Ponto Comunidade de Brasil ofrece a las personas la oportunidad de tener su “identidad digital” a través del uso de Internet y correo electrónico. El objetivo de este proyecto es contribuir a la educación formal de niños y niñas, jóvenes, adultos y ancianos, y proporcionar herramientas para la inclusión digital de los grupos socialmente marginados, ayudándoles a organizar, planificar y ejecutar proyectos.

j. 123Alô! La voz de los niños y adolescentes:

Es una adaptación brasileña de los servicios que ofrece *Childline* o *Childhelpline* dirigidos a niños y adolescentes, cuyo objetivo es garantizar su derecho a la comunicación e información. Este proyecto es apoyado por el Instituto Embratel, que cubre por completo los costos de los enlaces para ofrecer un servicio gratuito a todos los usuarios, lo que permite la expresión de sus dudas, la búsqueda de información y de orientación, así como proveer una herramienta para movilizar y fortalecer las redes de defensa y promoción de los derechos de los niños y adolescentes.

k. Académica, Innovación Tecnológica para la Educación Superior:

Este programa a través de su portal de acceso, enlaza a Universidades e Instituciones de Educación Superior, tanto públicas como privadas, en una comunidad digital generadora de conocimiento, investigación e innovación a través del uso de la tecnología. Esta comunidad digital ofrece el acceso libre y gratuito a contenidos, prácticas innovadoras, proyectos educativos, digitalización y hospedaje de acervos educativos especializados, además de encuentros académicos presenciales y en línea, así como programas de formación y postgrado con el Instituto Tecnológico de Teléfonos de México, INTELMEX IT, en un entorno de trabajo académico-colaborativo que fomenta el desarrollo de contenidos



123Alô! La voz de los niños y adolescentes, es una adaptación de los servicios que ofrece Childline o Childhelpline en Brasil, dirigidos a niños y adolescentes, cuyo objetivo es garantizar su derecho a la comunicación e información.



A través de talleres y cursos se apoya a distintas instituciones con el programa Educación Inicial.

en coordinación con las instituciones educativas. En este proyecto se integra la participación de una comunidad conformada por estudiantes, docentes e investigadores que promueven la vinculación con los sectores productivos.

4.5.2. Programas que enriquecen a nuestras comunidades

Adicional a nuestra labor fundamental de otorgar los servicios de telecomunicación a las zonas más marginadas de América Latina y emprender una estrecha vinculación con nuestros diferentes grupos de interés, es importante mencionar que hace 11 años, en América Móvil desarrollamos una serie de iniciativas que nos permiten llevar a la práctica la convicción de ayudar a las comunidades más desprotegidas con acciones de alto impacto en áreas fundamentales como la educación, la salud, la cultura y el deporte.

1. Fundación Telmex

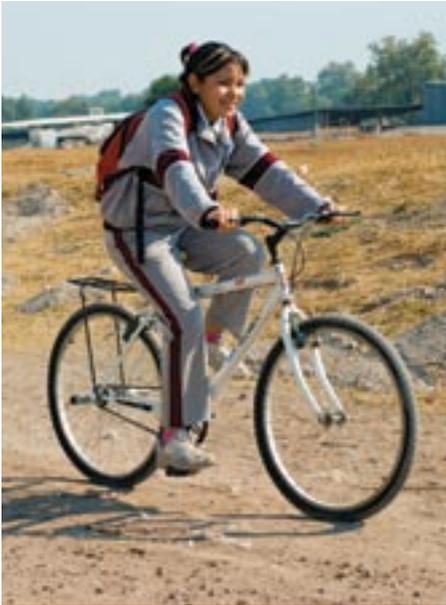
Fundación Telmex ha desarrollado diversos programas educativos para apoyar el desarrollo social de México, entre los que destacan:

a. Becas:

Una condición indiscutible para enfrentar con éxito la globalización mundial es la preparación académica de calidad. Por ello, Fundación Telmex fortalece permanentemente sus programas orientados a la educación de los jóvenes mexicanos. De 1996 a 2011, a través de la Fundación se han otorgado 246,365 becas, de las cuales 19,553 fueron entregadas tan solo en el 2011.

b. Instituciones apoyadas con equipo de cómputo:

Se donan frecuentemente equipos de cómputo a escuelas primarias, así como a otras instituciones públicas y privadas de zonas rurales y urbanas. Hasta la fecha se han beneficiado 746 instituciones a través de la donación de 132,665 equipos en total.



+37

mil bicicletas donadas a estudiantes de primaria y secundaria en el 2011.

c. Ayúdame a Llegar:

La Fundación dona bicicletas a estudiantes de primaria y secundaria de todo el país que tienen que caminar dos o más horas para ir de su casa a la escuela. A través de este esfuerzo se han donado un total de 292,964 bicicletas en el periodo de 1996 a 2011, de las cuales 37,470 fueron otorgadas en el 2011. Este programa también opera en Centroamérica.

d. Ver Bien para Aprender Mejor:

Fundación Telmex dona lentes a estudiantes de primaria y secundaria de todo el país con problemas de agudeza visual para que tengan un mejor desempeño académico. Desde 1996 la Fundación ha donado un total de 127,750 lentes.

e. Educación Inicial:

El objetivo de este programa es apoyar a instituciones públicas y a familias mexicanas a mejorar la labor educativa que realizan maestros, adultos cercanos y padres de familia, formándolos como agentes educativos a través de talleres y cursos.

Un ejemplo de ello es la Copa Telmex que se ha llevado a cabo en México y Colombia. En México, la Copa Telmex, es el torneo amateur de fútbol más grande del mundo y de toda la historia del fútbol. El mayor orgullo para América Móvil es constatar que los jóvenes que han participado en Copa Telmex han recibido beneficios físicos, sociales, psicológicos, vocacionales, recreativos y personales. Hoy Copa Telmex trasciende el deporte y se concentra en los valores fundamentales de dignidad y confianza, logrando que los jóvenes experimenten un sentimiento de control personal y esperanza en su futuro, mejorando su calidad de vida.

Por su parte, Claro Perú desde hace cuatro años desarrolla un Torneo Interescolar de Fútbol 7 para niños y niñas de 7 a 14 años de edad, bajo la supervisión del ex futbolista Jaime Drago. La Copa Claro se lleva a cabo en 18 ciudades del Perú y trabaja en la formación y estimulación de valores como la solidaridad, el compañerismo y el trabajo en equipo, por lo que representa una gran oportunidad para la mejora en la calidad de vida de nuestros niños.

2. Deporte

Doce años atrás, la Fundación Telmex decidió utilizar el deporte como una herramienta para la resolución de problemas sociales, la integración de grupos marginales y la prevención de adicciones y conductas antisociales.

3. Salud

La OMS establece que “el goce del grado máximo de salud que se pueda lograr es uno de los derechos fundamentales de todo ser humano sin distinción de raza, religión, ideología po-

Copa Telmex, el torneo amateur de fútbol más grande del mundo y de toda la historia del fútbol.



lítica o condición económica o social”. El derecho a la salud contempla generar las condiciones para alcanzarla en su estado óptimo y esas condiciones comprenden la disponibilidad garantizada de servicios de salud, condiciones de trabajo saludables y seguras, vivienda adecuada y alimentos nutritivos.

En América Móvil, a través de la Fundación Telmex, hemos desarrollado en México los siguientes programas relacionados con el área de salud:

a. Cirugía Extramuros:

Programa que beneficia a la población más marginada del país con cirugías gratuitas. La atención médica que se brinda se centra en las especialidades de Ortopedia, Oftalmología, Cirugía Plástica y Reconstructiva, así como Cirugía General. Desde 1996 se han realizado 793,590 cirugías a través de este programa, de las cuales 173,088 se llevaron a cabo en el 2011.

b. Donación y Trasplante de Órganos y Tejidos:

Programa que apoya a la población en general, pero en especial a aquellos



de escasos recursos financieros que requieran de un órgano o un tejido, con la posibilidad de seguir con vida o de mejorarla sustancialmente a través de una cirugía de trasplantes, así como fomentar la cultura de donación de órganos. Desde el 2001, a través de este programa se han realizado 7,111 trasplantes de órganos y tejidos. De éstos, 402 se efectuaron en el 2011.

+173

mil cirugías extramuros, benefician a la población más marginada con este programa implementado desde 1996.



A través del programa “Donación y Trasplante de Órganos y Tejidos” se han realizado **7,111 trasplantes** en México, de los cuales 402 se efectuaron en el 2011.

+55

mil sillas de ruedas

donadas de 2007 al 2011.



c. Amanece:

Este programa tiene como objetivo disminuir la mortalidad materna y neonatal en México, y detectar oportunamente malformaciones o problemas de salud durante la gestación. Por medio de la Fundación, hasta el 2011 se habían donado 2,564 equipos médicos de alta tecnología.

d. Dulce Nutritivo:

A través de este programa se donan bolsas de caramelo suave de diversos sabores, enriquecidos con ingredientes como proteínas, sodio, fibra dietética, contenido energético, azúcares, hierro y zinc, en beneficio de niños, mujeres embarazadas y adultos mayores de diversas zonas del país, especialmente zonas rurales. Por sus características nutrimentales, el consumo de este dulce es recomendable para niños, a quienes ayuda a tener un crecimiento sano y equilibrado, y consecuentemente un mejor aprendizaje escolar y desempeño en general. En 2011 se

entregaron 1,290 mil bolsas de un kilogramo de dulce, con lo que en el periodo de 1996 a 2011 se llegó a un total de 12,383 mil bolsas donadas.

e. Sillas de Ruedas:

Consiste en la donación de sillas de ruedas en beneficio de personas de escasos recursos con problemas de movilidad, así como a hospitales e instituciones de asistencia para que puedan brindar una mejor atención. Del año 2007 al 2011 se ha donado un total de 55,125 sillas.

f. Justicia social:

Otro rubro importante de apoyo a la comunidad es el de justicia social. Ejemplo de esto, América Móvil a través de Fundación Telmex en México y en colaboración con la Fundación Mexicana de Reintegración Social y el respaldo de Fianzas Guardiana Inbursa S.A., otorga fianzas sociales para apoyar a aquellas personas privadas de su libertad por la comisión de

delitos menores y que por ley tienen derecho a fianza, pero no cuentan con los recursos para pagarla. En el 2011 se entregaron 5,443 fianzas sociales que se suman a las 91,059 que se han otorgado desde 1995.

Por el especial cuidado que debemos tener frente al tema de justicia social, se han establecido ciertos requisitos indispensables para aquellas personas factibles a recibir este apoyo, los cuales se describen a continuación:

- Ser primodelincuente.
- Que se trate de delitos no graves.
- Monto de la fianza hasta por \$10,000 pesos mexicanos.
- Que la familia se responsabilice junto con el interno en el proceso de cambio.
- Que el interno esté dispuesto a colaborar en su proceso de readaptación y de cambio de conducta.
- Que la persona carezca de recursos económicos.

4. Cultura

En Ecuador, con el objetivo de promover la cultura y arte en diferentes ciudades, durante el 2011 se llevaron a cabo tres programas: apoyo al Museo Municipal Guayaquil en Miniatura, a obras de teatro, y a ferias culturales. El número total de beneficiados fue de

3,200 personas mediante una inversión de 31,000 dólares.

Asimismo, Nicaragua llevó a cabo el programa Apoyo al Teatro Nacional Rubén Darío, el cual tiene como objetivo apoyar activamente a la cultura y el talento nacional, desarrollando nuevos proyectos culturales que generen valor. Se realizaron 180 eventos culturales aproximadamente, con una inversión de 100,000 dólares.

a. Acción Social por la Música:

Es un programa de entrenamiento musical dirigido a niños y adolescentes de comunidades cuyos miembros han cometido faltas graves por la recurrencia de hambre, violencia y exposición al crimen. El programa funciona a través de la creación de grupos comunitarios, como el de la Ciudad de Río de Janeiro en donde más de 800 personas desarrollan actividades musicales de diferentes tipos. Los beneficiados reciben apoyo integral a través de asistencia psicológica, social, alimentos e insumos básicos.

Esta iniciativa fue puesta en marcha por la ONG Acción Social por la Música, la cual opera hace 15 años y Embratel ayuda donando y reciclando las lonas utilizadas para publicidad convirtiéndolas en carpetas para partituras y fundas para los instrumentos musicales.▶

Acción Social por la Música, programa patrocinado por el Instituto Embratel en Brasil, cuenta con programas de práctica musical dirigido a niños y adolescentes de comunidades de escasos recursos.



+800

niños y adolescentes de distintas comunidades en Río de Janeiro desarrollan actividades musicales.



DESEMPEÑO ambiental

En América Móvil estamos comprometidos con el desarrollo sustentable, la protección del medio ambiente y la reducción de cualquier impacto negativo de nuestras operaciones en el entorno.

Como empresa socialmente responsable y que ejerce una política ambiental consistente en la optimización de recursos, la mitigación de impactos y la promoción de una cultura ambiental, hemos desarrollado diversas iniciativas para lograr establecer las mejores prácticas ambientales y con ello, contribuir con el cuidado del planeta. Éstas van desde las operaciones propias de negocio, hasta la generación de sinergias con autoridades locales que mejoren el comportamiento ambiental de la empresa en su conjunto y contribuyan a una gestión ambiental más eficiente.

Debido a que los aspectos ambientales asociados a la actividad de la empresa se centran en su red, ponemos especial atención en los procesos de implantación y ampliación de infraestructura, buscando que el impacto ambiental por estas actividades sea cada vez menor y redunden en el objetivo de ofrecer un mejor servicio y mayor cobertura en las comunidades donde operamos.



6.6 mil

millones de KJ fue el ahorro obtenido del consumo total de energía

105.5 mil

millones de KJ generados por el uso de fuentes alternas de energía

612 mil

celulares y accesorios reciclados

648 mil

dólares se han invertido en programas de conservación a través de la Alianza WWF-Telcel

Acciones en pro del planeta se reflejarán en los años por venir en las **18 operaciones** de América Móvil como parte de un compromiso irrevocable con el medio ambiente.

En consistencia con la globalidad de las operaciones, en América Móvil nos distinguimos por el apego a los más altos estándares internacionales en materia de protección al ambiente, el compromiso en el cumplimiento de la legislación vigente en cada país, y el control de nuestra huella ambiental durante todos los procesos, tales como construcción de infraestructura para la ampliación de red, y la instalación de antenas en zonas urbanas, tramos carreteros, montañas y zonas rurales.

Con esta vocación responsable, la compañía destaca en el entorno regional no sólo por las importantes inversiones que realiza para fortalecer la red que da servicio a más de 300 millones de personas en todo el continente, sino también por su colaboración para que el avance tecnológico contribuya al equilibrio natural. En América Móvil tenemos la convicción de que es impostergable aprovechar las grandes

ventajas que nos aportan las tecnologías de la información, TIC, en el uso y cuidado de los recursos naturales.

Sabemos que en la actualidad, frenar el deterioro ambiental implica –necesariamente– cambios en nuestra conducta, por lo que la tecnología se convierte en un útil apoyo en la contribución para evitar daños en nuestro entorno.

Cada día, las empresas se mueven más hacia un enfoque de gestión ambiental que incluye soluciones bajas en carbono y eficiencia en sus procesos operativos. América Móvil se suma a esta iniciativa global, consciente del papel que las TIC pueden desempeñar para promover una sociedad más amigable con el medio ambiente.

Telcel, operación de América Móvil en México, a través de la Alianza WWF-Telcel, ha demostrado su interés y compromiso con la conservación de los recursos naturales y el desarrollo sustentable en ese país. Además, de forma voluntaria ha decidido llevar más allá su compromiso y explorar acciones concretas y ambiciosas de reducción de emisiones de Gases de Efecto Invernadero, GEI, para combatir el cambio climático a través de cambios operativos internos y en su cadena productiva.

Acciones en pro del planeta se reflejarán en los años por venir en las 18 operaciones de América Móvil como parte de un compromiso irrevocable con el medio ambiente.▶



5.1. Energía

Como parte de nuestro compromiso medioambiental, en América Móvil impulsamos acciones que incrementan el uso de fuentes de energía limpia y renovable, y contribuyen a que las operaciones de la empresa sean más sustentables y tengan un menor impacto negativo en el ecosistema.

En 2011, el uso de fuentes alternas de energía (renovables y no renovables) generó más de 105.5 mil millones de KJ (95.5 mil millones de KJ provenientes de energía no renovable y 10 mil millones de KJ de energía renovable).

El total de consumo de energía reportado en el 2011 es de 9.1 billones de KJ. El objetivo para los próximos años será reducir nuestro consumo a través de diversas iniciativas como las que hemos implementado en años anteriores, pero de manera más contundente.

Para hacer una reducción en los consumos de energía en el 2011, se implementaron iniciativas como la renovación de infraestructura, cambio de equipos de alumbrado, tecnología de LED y cambio de equipos de aire acondicionado, entre otras, con lo que se obtuvo un ahorro de cerca de 6.6 mil millones de KJ (.07% del total del consumo de energía en el 2011).

Como resultado de la implementación de fuentes de energía renovable (paneles solares, sistemas de generación a base de hidrógeno o etanol, entre otras), logramos reducir la demanda de energía eléctrica en 6.2 mil millones de KJ. Estas fuentes de energía alternativa renovable se implementaron principalmente en las radiobases en México y en Estados Unidos de América.

Otras acciones que hemos implementado en las 18 operaciones de América Móvil para reducir los consumos de energía y la emisión de gases de CO₂ a

la atmósfera, son las que se describen a continuación:

- Campañas de concientización para el uso racional de la energía.
- Programas de apagado de alumbrado y aire acondicionado.
- Instalación de detectores ultrasónicos para el encendido y apagado del alumbrado.
- Automatización de los equipos eléctricos para evitar fallas en los consumos.

Kilo Jules (KJ)	Consumo
9,118,580,745,528.00	Consumo total de energía en 2011.
95,556,183,048.00	Consumos generados con energía no renovable.
10,033,120,944.00	Consumos generados con energía renovable (Paneles solares, celdas de hidrógeno, etc.) (0.04% de ahorro).
6,609,534,404.00	Ahorro de energía debido a mejoras de eficiencia en los equipos (0.8% de ahorro).

Paneles Solares:

Como parte de nuestras iniciativas globales, en América Móvil impulsamos el uso de paneles solares para aprovechar la radiación natural del sol y con ello generar energía propia para darle funcionamiento a las radiobases. Con esta acción buscamos incrementar el uso de fuentes de energía limpias y renovables que contribuyan con la sustentabilidad de las operaciones de la empresa.

Sin embargo, sabemos que actualmente no contamos con sistemas que nos permitan contabilizar, medir y reportar con precisión nuestros consumos totales. Es por esto que la compañía se encuentra en un periodo de análisis de buenas prácticas de sus distintas operaciones, para que en el año 2013 contemos con lineamientos institucionales en cuanto a las mediciones del consumo y las iniciativas de ahorro para toda la región. ▶

Como parte de nuestras iniciativas globales, impulsamos el uso de paneles solares.



5.2. Agua

Los consumos de agua del 2011 fueron de 4,215,301 m³ provenientes de fuentes municipales, cifra que representa el punto de partida para iniciar el conteo de los ahorros en el próximo ciclo de lectura.▶

5.3. Emisiones y desechos

Debido a nuestro compromiso con el desarrollo sustentable, hemos incluido el tema de la sustentabilidad de manera transversal en la planeación estratégica basándonos en las siguientes consideraciones:

- Minimización de riesgos.
- Necesidad de desarrollar ventajas competitivas y promoción de nuevos nichos y oportunidades de negocio.
- Posibilidad de generar valor a partir de logros crecientes en materia de eficiencia en el uso de la energía, materiales y logística.

Durante el 2011 en América Móvil, junto con algunos de nuestros proveedores, llevamos a cabo iniciativas que fueron implementadas en algunas de las subsidiarias para mitigar los impactos ambientales más significativos debido a nuestra operación, como las que se describen a continuación:

Materiales:

- Reducción en el tamaño de tarjetas prepago para utilizar menor cantidad de materiales.
- Reducción del tamaño de cajas de cartón para empaques de celulares.
- Baterías de celulares más eficientes para reducir el consumo de energía.
- Ahorro de energía utilizando lámparas LED y ahorrativas.
- Utilizar láminas traslúcidas para aprovechar la iluminación natural.
- Implementación del uso de paneles solares en los sitios de celda para sustituir los motogeneradores.
- Utilización de equipos alternos que son manuales, dentro de bodegas en lugar de utilizar montacargas para materiales livianos a fin de ahorrar combustible.
- Uso racional de combustible para montacargas, pues se utiliza exclusivamente para labores de carga y descarga.

145

puntos para acopio de **residuos electrónicos** a través del programa “Yo reciclo, Yo soy Claro”.





Llevamos a cabo iniciativas que mitigan el impacto ambiental con el **ahorro de energía** utilizando lámparas LED.

- Implementación de la política de ahorro de energía eléctrica en los edificios administrativos y comerciales.
- Uso adecuado de los aires acondicionados, solamente durante el día.
- Iniciativa de cambiar las facturas físicas a electrónicas.
- Elección de proveedores con compromiso ecológico.

emisiones de Gases de Efecto Invernadero. Anteriormente, el personal laboraba en cuatro edificios diferentes situados en distintos puntos de la ciudad y, con esta nueva sede se reubicaron en un único edificio con resultados importantes en materia de ahorro energético.

Agua:

- Los servicios sanitarios en las oficinas están diseñados para el uso eficiente del agua.

Reciclaje:

- Reciclaje de papel y madera.
- Los equipos electrónicos y celulares inservibles no se destruyen, se venden a empresas recicladoras.
- Las baterías se venden a recicladoras autorizadas por el ente local regulatorio correspondiente.

Modificación de los patrones de los consumidores a unos más responsables:

- Motivar a los clientes a la compra de recargas electrónicas.

Asimismo, con la reubicación de las oficinas corporativas de América Móvil a Plaza Carso en la Ciudad de México, la empresa redujo sus



612,081

piezas entre **equipos celulares, baterías y accesorios** fueron acopiados durante 2011.



Para continuar mitigando las emisiones de GEI en el futuro, hemos considerado poner en marcha las siguientes acciones:

1. **Eficiencia en el uso del parque vehicular** – ahorro de combustible (gasolina).
2. **Eficiencia energética en inmuebles** – reducción en el consumo de energía eléctrica.
3. **Innovación tecnológica** – reducción en el consumo de energía eléctrica.
4. **Energías renovables** – disminución en el consumo de diesel (plantas de emergencia) e implementación de energías renovables en la matriz energética de América Móvil.

Al asumir un compromiso ambiental en la cadena de valor, en América Móvil brindamos opciones eco-eficientes para el desecho y reutilización de teléfonos celulares y sus accesorios realizando de forma permanente, campañas de

reciclaje en la mayoría de nuestras operaciones. Dicha acción consiste en la ubicación de contenedores de reciclaje en Centros de Atención a Clientes, Distribuidores Autorizados y oficinas corporativas en los distintos países; y con colaboración de proveedores locales se envían a reciclar todos los materiales recolectados.

Un ejemplo de esto es el programa “Yo reciclo, Yo soy CLARO”, el cual se implementó desde el 2010 en Perú, y busca educar a la población respecto a la disposición responsable de los celulares, baterías y accesorios en desuso, de cualquier marca u operador. Para este fin, Claro ubicó 145 puntos para el acopio de este tipo de residuos electrónicos, distribuidos en Centros de Atención al Cliente a nivel nacional, supermercados y estaciones de servicio. Tan sólo en el 2011 se acopiaron para su correcta disposición, 17,917 piezas entre equipos celulares, baterías y accesorios. ▶

País	Acopio en unidades	
	Celulares	Accesorios
Argentina	12,924	13,200
Centro América	172,422	0
Colombia	18,802	85,187
Ecuador	0	50,484
México	54,252	180,153
Perú	11,446	6,471
República Dominicana	4,162	2,578
Subtotal	274,008	338,073
Total	612,081	

5.4. Biodiversidad

El deterioro ambiental es evidente, preocupante y creciente. Hace poco más de 20 años, la diversidad de especies en el planeta se estimaba entre 5 y 50 millones. Al día de hoy el registro que se tiene es de 1.4 millones en todo el globo terráqueo. Bajo este contexto, la riqueza natural de América Latina constituye un privilegio y un enorme potencial para su desarrollo, al tiempo que también representa una gran responsabilidad ante nuestra sociedad y el mundo entero. México, Brasil y Colombia son países del continente americano que junto con China e Indonesia, comparten el quinto sitio de naciones con la mayor biodiversidad y riquezas naturales de todo el planeta.

Para nosotros en América Móvil la biodiversidad del continente es un aspecto primordial. Por ello, nuestro crecimiento a lo largo de toda la región se lleva a cabo apegado a un compromiso con el entorno, respetando a las especies animales y vegetales más vulnerables o en peligro de extinción.

Para llevar señal de comunicación fija y móvil a las miles de poblaciones del continente, tenemos especial cuidado en la instalación de nuestras estaciones radioeléctricas, respetando las áreas naturales protegidas y evitando afectaciones a las especies de la región en general y, en particular, a las enlistadas en el inventario del estado global de conservación de las especies vegetales y animales desarrollado por la Lista Roja de la Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza y los Recursos Naturales, UICN.

No existen especies en peligro de extinción que estén afectadas por los proyectos de América Móvil; por el contrario, a través de cada una de nuestras operaciones se llevan a cabo programas de apoyo para su control y supervivencia.

En México, a través de la Alianza WWF–Telcel, se trabaja para la pro-

tección y conservación de los bosques de la Reserva de la Biósfera Mariposa Monarca en los estados de México y Michoacán, una región única en el planeta debido a que año con año es anfitriona de uno de los fenómenos más extraordinarios de la naturaleza: la hibernación de las mariposas Monarca que migran desde Canadá y Estados Unidos de América. Los objetivos principales de este programa son ayudar a conservar los bosques donde hiberna la mariposa Monarca, mejorar las condiciones de vida de las comunidades locales y difundir la importancia de este patrimonio único de la humanidad.

Esta Reserva posee una superficie de 56,259 hectáreas y se localiza en las montañas del Sistema Volcánico Transversal en México. Sus bosques son templados y predominan las masas arbóreas de oyamel, pino, pino-encino, encino y cedro.

Telcel también apoya el programa para la conservación del jaguar en México, donde su meta es garantizar la existencia de las poblaciones de esta especie en el país a largo plazo.

+56

mil hectáreas de superficie protegidas en la **Reserva de la Biósfera Mariposa Monarca** en los estados de México y Michoacán, a través de la Alianza WWF–Telcel.

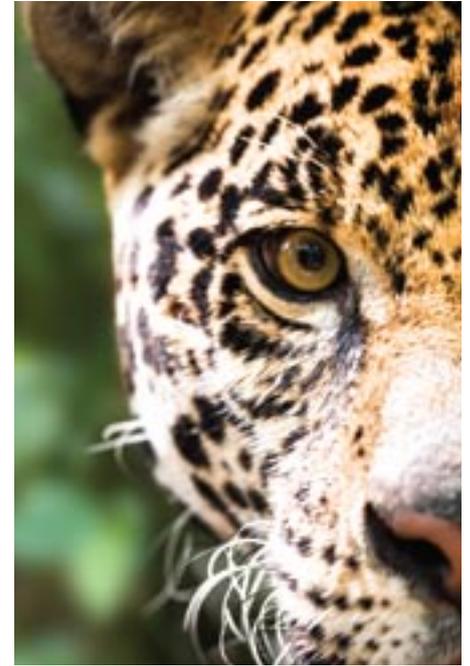


Los proyectos apoyados por la Alianza WWF-Telcel, son el Programa de Conservación de la Mariposa Monarca, el Programa Integral de Protección de Especies Marinas en el Mar de Cortés en México y el Programa de Conservación del Jaguar en México.

Algunos datos relevantes son:

- En 2009 se desarrolló el CENJAGUAR en 15 sitios de México, para determinar la situación actual y el tamaño poblacional del jaguar.
- En 2011, la Alianza WWF-Telcel invirtió más de 647,800 dólares en programas de conservación.
- En 2011 se realizó el VI Simposio “El Jaguar Mexicano en el siglo XXI”, que en su informe final documentó avances y resultados del monitoreo nacional de la especie en las distintas regiones del país en donde habita.
- Con la aportación de estos recursos se han implementado diversas TIC que van desde la comunicación satelital de especies, hasta su monitoreo día con día para prevenir impactos ambientales negativos.

Otro proyecto en el cual se está trabajando es el Programa Integral para la Conservación de Especies Marinas en Peligro de Extinción en el Mar de Cortés y la Península de Baja California, con el compromiso de ser un actor fundamental en la conservación de este espacio natural para beneficio de las comunidades que lo rodean.



Esta Alianza ha permitido estudiar, proteger y conservar 15 especies pertenecientes a 3 grupos de fauna marina: tiburones, ballenas y tortugas marinas, enfocando sus esfuerzos en ciencia e investigación, capacitación y educación a comunidades y fortalecimiento a grupos de investigación y sociedad civil local.

Por su parte, Brasil lleva a cabo el Proyecto Pié de Pincha en el

647,800

dólares invertidos en programas de conservación con la **Alianza WWF-Telcel** durante 2011.



río Igapó-Açu, el cual promueve actividades de cuidado y liberación de tortugas endémicas de la zona.

Aunque sabemos que las actividades que realiza la empresa no generan impactos significativos en la biodiversidad de espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, América Móvil se asegura de contar con estándares ambientales que se apeguen a las normativas locales y realiza una estricta observancia de la legislación ambiental.

Sin embargo nuestro esfuerzo no termina ahí. Estamos conscientes de la contaminación visual que genera la instalación de nuestras radiobases. Para disminuir el impacto y evitar la afectación en el comportamiento de las aves y sus ciclos naturales de vida, se han tomado medidas de camuflaje de dichas instalaciones para tener una presencia discreta o más uniforme con el entorno.

En América Móvil tenemos sumo cuidado de no generar interrupciones en los hábitats naturales de las regiones en donde operamos.

Ejemplo de ello es que la mayoría de las radiobases ubicadas dentro de estas áreas, tienen una medida promedio de 10 x 10 metros (este dato se refiere a Áreas Naturales Protegidas, ANP's, terrestres solamente), lo que representa un mínimo porcentaje de ocupación que no afecta a estas áreas ni a las especies animales que habitan en ellas.

Con la finalidad de implementar programas específicos de gestión de impactos, en América Móvil contamos con diversas iniciativas para maximizar la eco-eficiencia de las operaciones y minimizar su huella ecológica. Algunas de estas iniciativas se describen a continuación:

- Utilización de materiales y consumibles más amigables con el medio ambiente para todas las operaciones de la empresa.
- Disminución del ruido en los generadores eléctricos mediante la instalación de cabinas insonoras.
- Incremento de la instalación de paneles solares en las radiobases.
- Implementación de programas de respuesta inmediata para emergencias ambientales. ▶



Para la instalación de nuestras radiobases se han tomado medidas de camuflaje para tener una presencia discreta o más uniforme con el entorno.

La Alianza WWF-Telcel

En el 2003, Telcel estableció una alianza estratégica con la sección México del Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF por sus siglas en inglés), una de las organizaciones medioambientales independientes de mayor experiencia en el mundo, con presencia en más de 100 países, la cual tiene el objetivo de cuidar, proteger y conservar el medio ambiente.

Desde ese año, la Alianza comenzó a trabajar en tres proyectos manteniendo una inversión constante, en donde se ha aportado, más allá de los recursos económicos que resultan indispensables para operar dicha alianza, la infraestructura e innovación tecnológica al servicio de la conservación natural.

Los proyectos son el Programa de Conservación de la Mariposa Monarca, el Programa Integral de Protección de Especies Marinas en el Mar de Cortés en México y el Programa de Conservación del Jaguar en México.

Tras 8 años de labor se han obtenido excelentes resultados en su tarea de apoyo al medio ambiente y a la conservación natural.

5.5. Reducción de consumibles

En nuestra operación diaria llevamos a cabo prácticas para reducir el uso de insumos y consumibles e involucramos a empleados, clientes y proveedores en esta iniciativa.

Algunas de estas acciones son:

- Reducción del uso de impresiones en papel.
- Utilización de cartón reciclado para empaques de celulares.
- Recargas de celulares electrónicas que suplen el uso de tarjetas “raspables”.
- Facturación electrónica.
- Mantenimiento de la flota vehicular para su uso más eficiente.

Adicionalmente, promovemos la adopción de nuevas tecnologías de comunicación y conectividad que favorecen la comunicación a distancia y con ello la reducción de la huella ecológica de nuestros clientes. Las TIC y los sistemas de comunicación juegan un papel fundamental en esta misión.

Los servicios de Internet, videoconferencia, telepresencia, teleconferencia, teletrabajo y teleeducación, contribuyen a disminuir el desplazamiento de personas y, en consecuencia, las emisiones de gases contaminantes. Con la infraestructura existente, a lo largo del año se realizan múltiples audio y videoconferencias que conectan de manera local, nacional o internacional a diversos grupos de trabajo.

Con todo ello, además del ahorro económico que representan estas acciones, el impacto en el negocio ha sido muy favorable en productividad y en la reducción de emisiones, combustibles, energía, traslados y viajes.

En América Móvil no se reportaron muchas significativas por incumplimiento de la normativa ambiental durante el periodo cubierto por el presente informe. ▶

Los servicios de Internet, videoconferencia, telepresencia, teleconferencia, teletrabajo y teleeducación, contribuyen a disminuir el desplazamiento de personas y, en consecuencia, las emisiones de gases contaminantes.



5.6. Transporte



En América Móvil promovemos soluciones tecnológicas para reducir los impactos ambientales relacionados con el transporte de productos y otros bienes y materiales.

En América Móvil promovemos soluciones tecnológicas para reducir los impactos ambientales relacionados con el transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para realizar nuestras actividades, así como del transporte del personal.

Hemos definido iniciativas importantes para reducir el consumo de recursos en transporte y logística, algunos ejemplos son los siguientes:

- Compra de vehículos más pequeños con motores diesel para disminuir la emisión de gases e incrementar el rendimiento de combustible.
- Mantenimiento preventivo de los vehículos para optimizar su rendimiento.
- Utilización de medios electrónicos para evitar viajes.
- Selección de proveedores que tengan camiones en buen estado.
- Utilización del equipo para videoconferencias y videollamadas a nivel nacional, disminuyendo de esta manera el traslado de personal.
- Optimización de la logística en el traslado de productos a manera de minimizar la cantidad de movimientos de las unidades vehiculares.▶



TABLA DE reconocimientos

País	Reconocimiento
Argentina	Certificación en Calidad, ISO 9001:2008.
Brasil	Certificación Internacional Socio Gold de CISCO.
	Certificación en el Sistema de Gestión Ambiental, ISO 14001.
	Certificación de calidad para los productos y servicios que ofrece la empresa, ISO 17025.
	Certificación en Calidad, ISO 9001:2008.
Colombia	Certificación en Calidad, ISO 9001:2008.
Ecuador	Certificación en Calidad, ISO 9001:2008.
Honduras	Premio Extra a la Mejor Imagen Publicitaria 2011.
	Premio Aurum de Empresa Socialmente Responsable.
	Premio UNITEC por ser una de las 10 marcas más admiradas por los hondureños.
México (Telmex)	Premio Proveedor Estrella 2010.
	En el estudio Brandz que realiza la compañía Milward Brown, Telmex aparece dentro del ranking del Top 100 en el sitio 66.
	Reconocimiento de Conversus del IPN a Telmex y Fundación Carlos Slim por su invaluable labor en la divulgación del conocimiento científico en nuestro país.
	Reconocimiento de ExpoManagement a Telmex por su impulso al desarrollo, la formación y la actualización de ejecutivos y emprendedores de México.
	5° record Guinness por Copa Telmex.
	Certificado de Calidad Ambiental a Telmex a 89 instalaciones de la Empresa.
	Décimo año consecutivo con Distintivo Empresa Socialmente Responsable, ESR.
México (Telcel)	Segundo año con Distintivo Empresa Socialmente Responsable, ESR.
	En el estudio Brandz que realiza la compañía Milward Brown, Telcel se ubicó en el sitio 76 dentro del top 100 que incluye a las marcas más valiosas del mundo.
	La marca más confiable de Rearders Digest en la categoría de Telecomunicaciones.
	Certificación en Calidad, ISO 9001:2008.
Perú	2do. Lugar en la campaña “Recíclame, cumple tu Papel 2011”, organizado por la Fundación para el Desarrollo Solidario (FUNDADES), recolectando 33,564.60 kilos de papel.

GLOSARIO

- 4G Américas.** Asociación del sector de telecomunicaciones.
- AMIPCI.** Asociación Mexicana de Internet.
- ANP.** Área Natural Protegida.
- ANTELMO.** Asociación Chilena de Telefonía Móvil.
- BMV.** Bolsa Mexicana de Valores.
- New York Stock Exchange.** Bolsa de Nueva York.
- NASDAQ.** Mercado de Valores de Estados Unidos de América.
- LATIBEX.** Mercado de Valores Latinoamericanos en España.
- Brecha Digital.** Distinción entre aquellas sociedades que tienen acceso a Internet y las que no.
- CCIT.** Cámara Colombiana de Informática y Telecomunicaciones.
- Churn.** Tasa de desconexión de suscriptores. Es el número de clientes desconectados durante un periodo dado dividido entre los clientes iniciales en ese mismo periodo. La cifra es un cálculo que muestra la tasa de desconexión mensual.
- CIA.** Auditoría interna certificada.
- CICOMRA.** Cámara de Informática y Comunicaciones de la República Argentina.
- CISA.** Certified Information Systems Auditor.
- CITEL.** Comisión Interamericana de Telecomunicaciones.
- COFECO.** Comisión Federal de Competencia.
- Computadora Classmate PC.** Dispositivo móvil de aprendizaje personal.
- Computadora XO.** Computadora portátil adaptada a las necesidades y características de la población infantil.
- Conmutador MGW.** Mobile Gateway, es un equipo de conmutación más pequeño que permite un uso más eficiente de los recursos de transmisión.
- Conmutador MSS.** Mobile Swicht Center Server System, sistema de conmutador de nueva generación.
- CRC.** Comisión de Regulación de Comunicaciones.
- EBITDA.** Ingresos antes de intereses, impuestos, depreciación y amortizaciones.
- ECC.** Código de corrección de errores.
- EDGE.** Tecnología móvil.
- Emisiones GEI.** Gases de efecto invernadero.
- FEMTOS.** El término completo es FEMTO CELDA que se refiere a equipos de Estaciones Radiobase de dimensiones y capacidad pequeñas que funcionan por medio de transmisión vía Internet.
- Fibra+Coaxial.** Red híbrida de alta capacidad, moderna y flexible.
- GRI.** Global Reporting Initiative.
- GSM.** Sistema Global para las comunicaciones Móviles.
- GSMA.** Asociación para el Sistema Global para las comunicaciones Móviles.
- HSPA.** Paquete de acceso de alta velocidad.
- ICNIRP.** Comisión Internacional de Protección contra la Radiación No Ionizante.
- IMEI.** Identidad Internacional de Equipo Móvil.
- IMS.** Servidor de mapas de Internet.
- INTELMEX IT.** En un entorno de trabajo académico colaborativo.
- IP.** Protocolo de Internet.
- IP/MPLS.** Red de datos.
- IPN.** Instituto Politécnico Nacional.
- ITIL.** Biblioteca de infraestructura de tecnologías de información.
- IVR.** Unidad de respuesta de voz.
- Kj.** Kilojoules unidad de energía.
- LTE.** Long Term Evolution, tecnología de última generación.
- NIIF.** Normas Internacionales de Información Financiera.
- Nodos Core de IMS.** Subsistema Multimedia IP.
- OEA.** Organización de Estados Americanos.
- OIT.** Organización Internacional del Trabajo.
- OMS.** Organización Mundial de la Salud.
- RNI.** Radiaciones No Ionizantes.
- SOX.** Ley Sarbanes-Oxley.
- TIC.** Tecnologías de la Información y Comunicación.
- UICN.** Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza y los Recursos Naturales.
- WWF.** Fondo Mundial para la Naturaleza.

tabla de indicadores GRI

Código del Indicador	Descripción del Indicador	Página
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.	26
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	33
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	29
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas	33 y 34
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.	52-59
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	63
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	63
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	63
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.	63
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	63
EN8	Captación total de agua por fuentes.	64
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.	67
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.	69
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	67

Código del Indicador	Descripción del Indicador	Página
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	69
EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	67
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	70
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	66
EN28	Costo de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	70
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.	71
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	33
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	33
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.	34
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	35
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	35
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que esta representado en comités de seguridad y salud conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	36
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	36
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.	36
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	34

Código del Indicador	Descripción del Indicador	Página
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.	34
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	35
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	16 y 33
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	35
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	19
HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueden correr importantes riesgos y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	35
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	35
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	35
S01	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.	45-52
S02	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	17
S03	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización.	18
S04	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	19
S05	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	37
S06	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	38
S07	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia y sus resultados.	39
S08	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	39

Código del Indicador	Descripción del Indicador	Página
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.	41
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.	42
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	44
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.	40
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	44
PR9	Costo de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	44



Lago Zurich 245, Plaza Carso, Ciudad de México, México.

www.americamovil.com