



INFORME DE  
RESPONSABILIDAD  
SOCIAL  
CORPORATIVA  
  
2017  
  
The  
WALT DISNEY  
Company



# ÍNDICE



3

**Un mensaje de nuestra ejecutiva**

4

**Cumplimiento de metas 2017**

5

**Nuestros compromisos de operar un negocio responsablemente**

Compromiso con el medio ambiente

Estándares Laborales Internacionales

Vida saludable

Prácticas en el lugar de trabajo

Filantropía estratégica y compromiso con la comunidad

13

**Nuestro compromiso de brindar felicidad y apoyo a quienes más lo necesitan**



15

**Nuestro compromiso con crear inspiración y brindar oportunidad**

18

**Mirada hacia el futuro**



19

**Tabla de datos y notas al pie de página**

21

**Premios y reconocimientos**



22

**Apéndices**

Informes & Transparencia  
Enfoques y políticas adicionales

Índice de Iniciativa de Reporte Global

# Un mensaje de nuestra ejecutiva

Walt Disney dijo una vez: “Nos sentimos responsables de todo lo que tenga el nombre de Disney”. Más de medio siglo después, todavía sentimos esa misma sensación de responsabilidad en relación con todo lo que hacemos. Independientemente de si hablamos de una película, un parque temático, una planta de energía alternativa o un cesto de reciclaje, en el país o alrededor del mundo, todo lo que lleva nuestro nombre posee nuestro compromiso de actuar éticamente, de crear contenidos y productos de forma responsable, de mantener lugares de trabajo respetuosos, de invertir en las comunidades, y de ser buenos cuidadores del medio ambiente.

Estos son valores tradicionales de larga data en Disney, y nos da satisfacción ver una conciencia creciente de su importancia en el mundo así como de su impacto. Además de la alta calidad y los precios justos, los consumidores prestan atención a otros factores al tomar decisiones de compra, entre los cuales se incluyen factores tales como la forma en que las empresas tratan a sus empleados, qué esfuerzos realizan para conservar energía y agua y para reducir los residuos, y su compromiso de mejora continua en relación con una buena ciudadanía corporativa y responsabilidad social efectiva. Los potenciales empleados observan los mismos factores, cada vez con mayor frecuencia, a la hora de elegir dónde poner su tiempo y esfuerzo. Como resultado, que a uno le vaya bien implica, cada vez más, hacer un bien, y nos sentimos orgullosos de la reputación que Disney ha ganado con esfuerzo como una de las empresas más admiradas del mundo, respetada por lo que creamos, por cómo nos comportamos e, igual de importante, por la integridad con la que operamos.

Hace diez años identificamos áreas de foco y de mejora hacia las cuales trabajamos para ser buenos ciudadanos corporativos del mundo. Publicamos nuestro primer informe que cubría el ejercicio 2008 e incluimos nuestro primer conjunto de metas ambientales. Desde entonces, hemos establecido y alcanzado diferentes metas adicionales con las cuales cubrimos nuevas áreas de oportunidades, hicimos mejoras significativas en todas nuestras áreas de compromiso y establecimos planes contundentes para cumplir las metas pendientes de aquí a 2020.

Además de los notables progresos realizados para alcanzar estas metas publicadas, y de los casi 350 millones de dólares anuales donados a obras de caridad este año, estamos muy orgullosos de la respuesta que brindaron nuestra compañía y nuestros empleados a la serie de desastres naturales sin precedente que arrasaron el mundo en el 2017, entre los cuales estuvieron los huracanes Harvey, Irma y María; los incendios históricos que afectaron grandes áreas de California; los terremotos en México y otros eventos trágicos que afectaron las vidas de miles de nuestros empleados, y que devastaron las comunidades en las que ellos viven, trabajan y juegan. Nuestra respuesta colectiva para cada una de estas tragedias fue rápida y eficaz, incluidas las donaciones de cerca de 5 millones de dólares a organismos de socorro mundial a través de contribuciones directas en efectivo, así como también mediante la igualación de las donaciones de dinero realizadas por nuestros empleados a través de nuestro programa de igualar regalos. Además, Disney|ABC Television organizó un Día nacional para donar, con el cual se recolectaron otros 15 millones de dólares para los esfuerzos de recuperación.

Con la mirada puesta en 2018 y más allá, puede esperar que Disney siga centrándose en los objetivos a largo plazo, con transparencia en nuestro progreso hacia el logro de esas metas, mientras buscamos satisfacer con eficacia las necesidades de nuestro negocio, de los consumidores y de los empleados en una época de rápida evolución y cambio incesante. Construiremos a partir de todos los programas descritos en este informe, con el enfoque renovado y puesto en llevar alegría y magia a las familias de todas partes, brindando apoyo a quienes lo necesitan, y creando inspiración y oportunidades para los que, como nosotros, quieren mejorar su mundo. La base de estos programas que ya están en curso refleja nuestros valores y legado como empresa, así como también el amplio alcance y los recursos de The Walt Disney Company.

Agradecemos su interés en nuestros esfuerzos para ser un buen ciudadano corporativo, y estamos orgullosos de compartir nuestros logros con ustedes. A medida que alcancemos nuestros objetivos, seguiremos buscando nuevas oportunidades para maximizar nuestro impacto positivo en el mundo que nos rodea.



*Christine McCarthy*

**Christine M. McCarthy**  
Vicepresidenta ejecutiva sénior  
y directora financiera, The Walt  
Disney Company

**La base de nuestros programas refleja nuestros valores y legado como empresa, así como también el amplio alcance y recursos de The Walt Disney Company.**

## Sobre nuestras metas

Creemos que nuestro trabajo para manejar una empresa honorable y socialmente responsable es una inversión a largo plazo que nos beneficia hoy en día, y que tiene el potencial de tener un impacto aún mayor en los niños y las familias alrededor del mundo durante las futuras décadas. Las metas son una importante herramienta que ayudan a guiar nuestras ambiciones y a medir nuestro progreso, y las evaluaremos periódicamente para controlar su adaptación con nuestra visión estratégica.

## Definiciones de metas

**Con base en el año fiscal de The Walt Disney Company, excepto cuando se especifique que la meta está reportada en relación con el año calendario.**

Todas las fechas de metas hacen referencia al cierre del ejercicio de The Walt Disney Company (que comienza en octubre y termina en septiembre), a menos que se especifique lo contrario. Por ejemplo, cuando una meta dice "Para 2017", nos referimos al final del año fiscal 2017, o a finales de septiembre de 2017.

## Dinámicos y sujetos a actualizaciones o cambios.

El establecimiento de objetivos y metas no es un proceso estático. Continuaremos evaluando la viabilidad y utilidad de estas metas.

## Son ambiciosas y alcanzables.

Algunas de estas metas representan nuestras aspiraciones exigentes. Hay momentos en los que, a pesar de nuestros esfuerzos, el mercado y otras condiciones pueden afectar nuestra capacidad de alcanzar estas metas.

## Sujetas a limitaciones de tiempo y orientadas al futuro.

Esta actualización contiene metas y objetivos a futuro. Las metas están sujetas a incertidumbre; su realización no está garantizada. También se pueden ajustar a medida que evolucionan las prioridades de negocios y los factores externos.

## Comparación de acumulado y anual.

A menos que se establezca lo contrario, los números de las metas son acumulativos desde el inicio del ejercicio 2013 hasta el final del ejercicio que se indica en la meta.



# 7 MIENTO DE METAS

## ENTORNO

Emisiones

 POR BUEN CAMINO

Desechos

 POR BUEN CAMINO

Agua

 POR BUEN CAMINO

## HORAS DE VOLUNTARIADO

Horas de VoluntEARS

 POR BUEN CAMINO

## VIDA SALUDABLE

Venta por mayor autorizada de venta de alimentos

 POR BUEN CAMINO

Publicidad global

 POR BUEN CAMINO

# NUESTROS COMPROMISOS DE OPERAR UN NEGOCIO RESPONSABLE- MENTE

Nos tomamos en serio nuestra obligación de llevar a cabo nuestro negocio de manera ética.



## COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

Nuestro compromiso con el medio ambiente se centra en usar los recursos con prudencia y proteger el planeta al realizar nuestro trabajo y desarrollar nuestro negocio. La escasez de recursos naturales y las amenazas a los ecosistemas y la biodiversidad son problemas ambientales graves. Estos desafíos demandan cambios fundamentales en el modo en que la sociedad, incluido el sector privado, usa los recursos naturales.

En reconocimiento de estos desafíos, Disney se ha comprometido con los siguientes objetivos de compromiso medioambiental a largo plazo:



**Lograr cero emisiones netas de gases de efecto invernadero.**



**Lograr cero residuos.**



**Conservar los recursos hídricos.**

# EMISIONES

## META

### POR BUEN CAMINO

- Para 2020 reducir las emisiones netas en un 50 % con respecto a los niveles totales de 2012.
- En 2017 redujimos nuestras emisiones netas en un 41 % con respecto a los niveles de 2012.



Nuestra estrategia para alcanzar nuestro objetivo a largo plazo de tener cero emisiones de gases de efecto invernadero está ordenada según la siguiente jerarquía: evitar las emisiones, reducir las emisiones a través de la eficiencia, sustituir combustibles de alto contenido de carbono por alternativas de bajo contenido de carbono, buscar tecnologías alternativas, utilizar créditos de carbono certificados para las emisiones restantes. Si bien estamos enfocados en la mejora de los activos existentes, también incluimos la sostenibilidad en nuevos proyectos integrando la evaluación y la selección de soluciones sostenibles en el proceso de financiamiento de capital.

Nuestro sector de Parques Temáticos y Resorts ha mantenido sus emisiones en el nivel de 2012, a través de medidas eficaces que permiten crecimiento y expansión sin aumentar las emisiones.<sup>1</sup> Por ejemplo, en Walt Disney World Resort, la conversión de la flota de autobuses de transporte de huéspedes a diésel renovable hecho de aceite de cocina usado y residuos alimenticios no consumibles significó una reducción de las emisiones de la flota a la mitad. En 2017, Disneyland Paris compró la mitad de su electricidad de fuentes renovables. El destino más nuevo, Shanghai Disney Resort, se inauguró con muchas medidas eficientes, pioneras de otras ubicaciones; dos edificios recibieron la calificación China Green Building Evaluation.

En Walt Disney World Resort, la conversión de la flota de autobuses de transporte de huéspedes a diésel renovable redujo las emisiones de la flota a la mitad.

Gracias al apoyo brindado a proyectos para la reducción de emisiones de carbono en el mundo, hemos evitado la liberación de 3,5 millones de toneladas métricas equivalentes de CO<sub>2</sub> (igual a las emisiones generadas por el consumo de electricidad anual de medio millón de hogares) en el período comprendido entre 2012 y 2017, para ayudar a cumplir nuestra meta de reducción de emisiones.



En el proyecto de carbono de Alto Mayo en Perú apoyado por Disney, los esfuerzos de conservación permitieron que los agricultores participaran de una cooperativa de comercio justo de café orgánico.

Además de la inversión financiera, conectamos la cooperativa con los mercados internacionales y ofrecemos el café de mezcla especial en restaurantes selectos de la firma en parques Disney en Estados Unidos.



<sup>1</sup> Nuevo crecimiento en Walt Disney Parks y Resorts que incluye Pandora – The World of AVATAR, trabajo de expansión en Polynesian Village Resort de Disney y Copper Creek Villas & Cabins en Wilderness Lodge de Disney, y el nuevo desarrollo del complejo ESPN Wide World of Sports Complex y Disney Springs; el Lodge Disney Explorers en Hong Kong Disneyland, el anexo Team Disney, el Plaza Inn en Disneyland Resort y la experiencia Iron Man Experience en Hong Kong Disneyland; Ratatouille: The Adventure en Disneyland Paris y las nuevas oficinas; y el inicio de la construcción de Star Wars: Galaxy's Edge en Walt Disney World y Disneyland Resort.

# DESECHOS

## META

### POR BUEN CAMINO

- Para 2020 lograr que un 60 % de los residuos sean desviados de los rellenos sanitarios y la incineración.
- En 2017 logramos una tasa de desviación de residuos operacionales del 46 %, generados por nuestros Parques Temáticos y Resorts, ESPN, Studios y las ubicaciones de nuestras oficinas.

Para lograr nuestras metas de desvío de residuos, Disney presta atención a la jerarquía de gestión de residuos de: programas de reducción, reutilización, reciclaje, compostaje, residuos transformados en energía de forma no térmica y de forma térmica. El desarrollo de un programa sólido de reciclaje es una prioridad en nuestros Parques Temáticos y Resorts. Por ejemplo, nos enfocamos en el uso de señalización clara para los miembros del elenco, así como en aumentar la cantidad de materiales recogidos que pueden procesarse para el reciclaje. La gestión de residuos alimenticios también es una prioridad; nuestros Parques Temáticos y Resorts evitaron que se tiraran a rellenos sanitarios o se incineraran dos veces más desechos de alimentos en 2017 que en 2013. Si bien la meta se centra en residuos operacionales, también evitamos tirar residuos de construcción, y logramos que el 92 % de los residuos generados en los proyectos de construcción informados en 2017 no se arrojaran a rellenos sanitarios ni se incineraran.

## PRODUCCIÓN

El galardón [2017 Environmental Media Awards](#) reconoció seis películas de The Walt Disney Company, entre las que se incluyen dos de las películas de Marvel Studios, *Pantera Negra* y *Thor: Ragnarok*, como así también *Star Wars: Los Últimos Jedi* y las películas de la marca Disney *La bella y la Bestia*, *Nacido en China*, y *Piratas del Caribe: La venganza de Salazar*.

Disney|ABC Televisión ha aumentado el reciclaje de elementos del escenario, y ha donado más de 2100 elementos de producciones de ABC Studios, Disney Channel y Freeform.

## LA HUELLA DE NUESTROS PRODUCTOS

Nos esforzamos por minimizar la huella que dejamos con productos a través de una serie de esfuerzos. Nuestra [Iniciativa de envasado inteligente](#), una herramienta de diseño innovadora, líder en la industria, que ayuda a mejorar el desempeño ambiental del envasado y a crear una mejor experiencia para los consumidores, recibió el premio [2017 Environmental Leader Project of the Year](#). Hemos incluido a nuestros mejores licenciatarios y proveedores, y hemos compartido la herramienta para que puedan aplicar los principios de diseño a sus paquetes.

Seguimos invirtiendo en la implementación de nuestra [Política de uso y abastecimiento de papel](#), que guía la selección de papel a través de la compañía.

## AGUA

### META



### POR BUEN CAMINO

**Para 2018** mantener el consumo de agua potable en los niveles de 2013 en las ubicaciones existentes. Desarrollar planes de conservación de agua para las nuevas ubicaciones.

**En 2017** mantuvimos el consumo de agua en niveles de 2013, y logramos una disminución de 1,8 % en el uso del agua respecto del año anterior. Shanghai Disney Resort está desarrollando un Plan de conservación de agua.

En Disney reconocemos que el agua es un recurso preciado para nuestras operaciones y para las comunidades en las que trabajamos. Gestionamos el agua en nuestras operaciones actuales con la medición de la huella de agua de Disney, conservando el agua y marcando la transición de las operaciones a agua no potable, siempre que sea posible. Desde 2013, nuestras instalaciones corporativas utilizan agua regenerada para riego y torres de refrigeración para reducir el consumo de agua potable.



En 2017, nuestros Parques Temáticos y Resorts redujeron el uso del agua potable en 129 millones de galones en comparación con el año anterior

... lo cual es suficiente para llenar el acuario de The Seas with Nemo & Friends en Epcot

**22 veces**



# ESTÁNDARES LABORALES INTERNACIONALES

Después de 20 años de controlar las condiciones de trabajo en las fábricas que hacen nuestros productos de consumo, nos mantenemos firmes en nuestro compromiso de comprender y abordar las condiciones de trabajo de la cadena de valor.

Seguimos desarrollando la capacidad de nuestros licenciatarios y proveedores de productos de consumo, asociándonos con organizaciones externas y apoyando la innovación en el control y la mejora de la cadena de valor.

Mantenemos prácticas que nos ayudan a prevenir, identificar y mitigar el riesgo. Estas políticas y enfoques, que van desde la política de [Países permitidos para la producción](#) a nuestros [manuales del programa y código de conducta de Estándares Laborales Internacionales](#), guían nuestras empresas y establecen normas para nuestros proveedores y licenciatarios.

Además, invertimos en innovación a largo plazo para identificar y resolver mejor los problemas laborales de la cadena de valor. El [Programa de inversión en la cadena de valor](#) proporciona apoyo financiero y de otro tipo a organizaciones no gubernamentales,

organismos de las Naciones Unidas y otros grupos para proyectos innovadores y de impacto que buscan crear mejoras extensibles y a largo plazo en las condiciones de trabajo y el empoderamiento de los trabajadores en mercados de abastecimiento clave. En 2017, nuestros socios incluyeron a Better Work, una iniciativa conjunta de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y la Corporación Financiera Internacional (IFC, por sus siglas en inglés), el Centro Internacional de Formación de la OIT, MicroBenefits, y Responsible Sourcing Network.



En una fábrica en Shenzhen, China, los trabajadores inspeccionan productos de la marca Disney para verificar su calidad.

Nos relacionamos con una amplia gama de organizaciones externas para aprender y compartir nuestros avances. Algunos ejemplos de 2017 incluyen:

- Contribuir en la publicación *Business Actions Against Forced Labor* del Foro de Bienes de Consumo.
- Participar con el programa Better Work de la OIT/IFC en su iniciativa piloto en Egipto.
- Apoyar a la OIT en su exploración inicial de una Red de negocios sobre trabajo forzoso y trata de personas
- Publicar nuestra primera declaración de conformidad con la Ley de Esclavitud Moderna del Reino Unido
- Participar en el Foro de las Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos
- Continuar presidiendo el Comité de asuntos laborales y responsabilidad empresarial de los Estados Unidos Consejo para los Negocios Internacionales



# VIDA SALUDABLE

Disney se ha comprometido a crear fomentar generaciones más saludables haciendo que tener una vida sana sea divertido y simple. Este compromiso se cumple de muchas maneras, entre ellas: nuestra [Política de Guías Nutricionales](#) que define nuestro enfoque en relación con la promoción de alimentos, el ícono [Disney Check](#) que proporciona una herramienta fácil y rápida para ayudar a las familias a identificar alimentos más nutritivos, y la integración de mensajes saludables inspiradores en nuestro contenido y medios de comunicación.

En 2017, logramos seguir cumpliendo nuestras metas en torno a licencias y publicidad en América del Norte, y tuvimos progresos significativos en las metas globales. Disneyland Paris presentó el Disney Check en los menús, con lo cual señala opciones de comida saludable para niños.

El contenido que inspira a niños y familias a vivir con un estilo de vida saludable es esencial para el Compromiso de Disney de vivir de forma saludable. Esto incluye

contenido breve y largo, juegos digitales y eventos en vivo. Por ejemplo, Disney Channels WorldWide creó por primera vez contenido original sobre vida sana con DuckTales, Doc McStuffins, Bizaardvark, Andi Mack y Atrapada en el medio que se transmitió a nivel mundial y a través de la aplicación digital y las plataformas de medios sociales. En el Reino Unido, Disney se asoció con Change 4 Life en su campaña "10 Minute Shake-up" por cuarto año. Gracias al poder de los personajes de Disney y la narración, la campaña atrajo e inspiró a más de 2 millones de niños de entre 3 y 11 años a realizar la cantidad de ejercicio diario recomendada por el gobierno.



## META



### POR BUEN CAMINO

Para 2020 aumentar a 85 % el porcentaje de las ventas de alimentos comercializados al por mayor bajo licencia a nivel mundial que cumplen con nuestros estándares nutricionales, y continuar manteniendo el cumplimiento de nuestra meta del 85 % en América del Norte.

En 2017 el 79 % de los alimentos al por mayor comercializados bajo licencia a nivel mundial cumplió con nuestros estándares nutricionales globales. América del Norte cumplió con la meta.



### POR BUEN CAMINO

Para 2020 globalmente, sólo los anuncios publicitarios de alimentos y bebidas que cumplan con los estándares nutricionales de Disney podrán aparecer en plataformas de medios de comunicación dirigidas a los niños que pertenezcan a Disney o que cuyo espacio publicitario Disney controle.

En 2017 cumplimos con este objetivo en los Estados Unidos. Seguimos avanzando hacia lograr este objetivo a nivel mundial.

# PRÁCTICAS EN EL LUGAR DE TRABAJO



Disney · PIXAR

**Monsters, Inc.**  
Celebramos y fomentamos la curiosidad, la innovación y las ideas de todos en Disney. Tener una cultura de seguridad, respeto e inclusión para las personas de la empresa es fundamental para innovar y para tener éxito. Una medida de nuestro compromiso con una cultura inclusiva es el índice de igualdad corporativa de HRC, en el cual Disney ha recibido una calificación del 100 %, durante los últimos 12 años, en relación con la igualdad de trabajo de la comunidad LGBT. Además, creemos que los empleados que dedican tiempo a las comunidades y las causas que les interesan se involucran más en el lugar de trabajo.

## Grupos de Recursos para Empleados (ERG)

En Disney, celebramos y apoyamos las experiencias únicas de cada individuo, y alentamos a todos a que sean auténticos en el trabajo. Nuestros 36 Grupos de Recursos para Empleados (ERG, por sus siglas en inglés) alrededor del mundo apoyan la inclusión, reconociendo las perspectivas de todos los empleados, como también sus culturas y aportes al negocio. Por ejemplo, en el Reino Unido e Irlanda, el ERG "Women@Disney" de más de 300 miembros y liderado por empleados fomenta el autodesarrollo, el trabajo en red y las oportunidades de tutoría. En China, los empleados lanzaron un ERG que se enfoca en la comunidad LGBT.



En julio de 2017, Disney se asoció con Out & Equal para realizar un Instituto de Igualdad en Londres. Asistieron representantes de todo el Reino Unido y otros países.

## Iniciativa global del lugar de trabajo y de las mujeres

La Iniciativa global del lugar de trabajo y de las mujeres es un grupo interno con líderes y expertos provenientes de todas partes de la compañía, que se centra en: patrocinio, desarrollo de liderazgo, comunicación y rendición de cuentas. El grupo fue clave para la creación de las políticas de trabajo flexible de Disney y para la identificación de oportunidades de desarrollo y colaboraciones para mujeres, que ayudan a la empresa a reclutar y contratar a más mujeres de alto potencial en diferentes campos, incluido el de tecnología.



## Veteranos

A través de nuestra [iniciativa Heroes Work Here](#) que comenzó en 2012, hemos contratado a casi 9000 veteranos en toda nuestra empresa y hemos ayudado a otros 15 000 veteranos a encontrar empleos fuera de Disney. Además, Disney apoya a organizaciones que ayudan a veteranos y a sus familias, y ha dado apoyo de financiamiento y de medios de comunicación para organizaciones, entre ellas Blue Star Families, The Mission Continues, Student Veterans of America, y más. En 2017, expandimos nuestro programa Heroes Supply Here y aumentamos el gasto en negocios propiedad de veteranos.



## META

### POR BUEN CAMINO

Para 2020 aportar más de 5 millones de horas de trabajo de servicio comunitario de parte de los empleados mediante el programa Disney VoluntEARS.

En 2017 Disney VoluntEARS proporcionó más de 486 600 horas de servicio voluntario en forma de habilidades, tiempo y esfuerzo. Desde 2012, Disney VoluntEARS aportó un total de casi 3,4 millones de horas de servicio.



## Voluntariado de empleados

Los empleados de Disney y los miembros del elenco brindan su tiempo, a través de nuestro programa VoluntEARS, a las comunidades en las que viven y trabajan. Además de nuestro programa VoluntEARS, los empleados alrededor del mundo apoyaron organizaciones sin fines de lucro de las comunidades con su tiempo o su dinero. Disney igualó estos montos a través de los programas Employee Giving.



## Comprometidos con nuestros talentos

*Elena de Ávalor* ejemplifica cómo Disney se compromete con las diversas comunidades, y crea historias memorables con diversos talentos delante y detrás de la cámara.

La serie, que se estrenó en julio de 2016, ha sido aclamada por la National Hispanic Media Coalition como mejor serie animada en los premios Impact de 2017.

La escritora principal y coproductora ejecutiva, Silvia Olivas, alumna del programa de escritura de Disney|ABC, lidera el equipo de escritura.



*Moana* y *Coco* ejemplifican cómo los equipos creativos de Disney se centran en el desarrollo de historias auténticas que reflejan y hacen partícipes a nuestra diversa comunidad mundial. Miembros del equipo de producción, entre ellos Taika Waititi (*Moana*) y Adrian Molina (*Coco*), como también expertos externos, brindaron dirección y puntos de vista durante el proceso creativo, y fueron socios clave en hacer que la película fuera relevante y auténtica, y que mostrara las islas del Pacífico y la cultura mexicana, respectivamente.

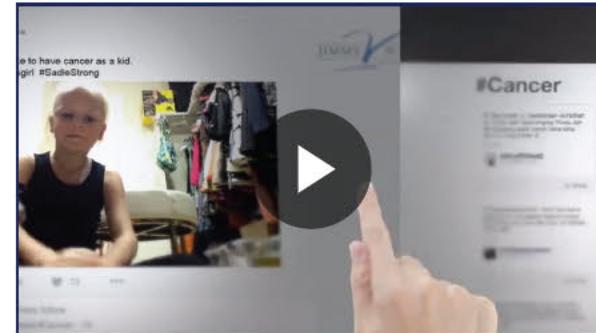


# FILANTROPÍA ESTRATÉGICA Y COMPROMISO CON LA COMUNIDAD

En 2017, Disney realizó donaciones por 348.6 millones de dólares en forma de dinero en efectivo y en especie. A través de estas contribuciones apoyamos una gama de programas y organizaciones que generan cambios duraderos y positivos en el mundo. Enfocamos nuestras donaciones especialmente a las áreas de apoyo a la comunidad (incluido el voluntariado), conservación, desarrollo de habilidades del siglo XXI y vida saludable, con el énfasis puesto en poblaciones marginadas y diversas. Por ejemplo, durante los desastres naturales antes mencionados de 2017, Disney ayudó a dar alivio a los necesitados con la donación de casi 5 millones de dólares para apoyar a organizaciones sin fines de lucro que brindaron ayuda a las zonas afectadas del mundo.



Disney es, hace muchos años, partidario de organizaciones de becas que les permiten a los estudiantes de alto rendimiento perseguir sus sueños y ganarse una educación universitaria. Desde 2014, Disney ha brindado más de 4 millones de dólares para apoyar becas administradas por los fondos [American Indian College Fund](#), [The Asian & Pacific Islander American Scholarship Fund](#), [Hispanic Scholarship Fund](#), [Student Veterans of America](#) y [UNICEF](#). Este año, la empresa concedió una subvención para My Brother's Keeper Alliance para apoyar el trabajo de la organización con niños y jóvenes de color.



## ESPN y la Fundación V para la Investigación del Cáncer

2017 fue un año récord de recaudación de fondos, ya que ESPN recaudó más de 9 millones de dólares para la Fundación V para la Investigación del Cáncer durante la semana V en diciembre 2016 y el día de ESPY en julio de 2017.

## Conservación de la naturaleza

En Disney, tenemos una larga historia de protección del planeta. En 2017, el [Fondo de Conservación de Disney \(DCF, por sus siglas en inglés\)](#) otorgó más de 8 millones de dólares en donaciones a organizaciones sin fines de lucro líderes que trabajan en todo el mundo para proteger la vida silvestre y que proporcionan experiencias para inspirar un amor permanente por la naturaleza en la gente joven. El DCF reconoció a 15 personas en 14 países como "[Héroes de la Conservación de Disney](#)" por su pasión, coraje y tenacidad en la lucha contra algunos de los mayores retos que enfrentan la vida silvestre y los entornos naturales.



Para celebrar la apertura de *Pandora: The World of Avatar* en Animal Kingdom de Disney, lanzamos [Connect to Protect](#), una aventura dentro del parque interactiva y móvil para los clientes, y lanzamos un compromiso de hasta 1 millón de dólares para proteger y restaurar los hábitats de 10 especies de animales en peligro.

Por tercer año, The Walt Disney Company, incluidos Disney|ABC Televisión y ESPN, colaboraron con la National Recreation and Park Association en [Meet me at the Park](#), una campaña que otorgó 20 000 dólares en becas a proyectos de parque de 16 comunidades para conectar a los niños con la naturaleza, promover una vida sana y proporcionar acceso a los deportes.

# NUESTRO COMPROMISO DE BRINDAR FELICIDAD Y APOYO A QUIENES MÁS LO NECESITAN

proporcionar comodidad y felicidad a las familias con hijos que enfrentan enfermedades graves. A través de momentos de alegría podemos proporcionar experiencias memorables que solo Disney puede alcanzar.

## ES DE NIÑOS

Historia de apoyo a hospitales de niños, que se inició con Walt Disney en la década de 1930, quien visitaba a los niños hospitalizados acompañado por animadores y personajes de Disney. Experiencias Disney únicas que son llevadas a cabo gracias a los recursos: nuestros miembros del reparto de personajes. Por ejemplo, en el Reino Unido, se donaron más de 10 millones de libras esterlinas para tratar Ormond Street Hospital (GOSH); además, se creó un jardín al entorno del hospital.



Nuestros queridos personajes y talentos, de todas nuestras marcas, generosamente donan su tiempo y recursos para sacarles sonrisas a los niños en hospitales de niños alrededor del mundo. A través de un evento organizado por *Star Wars: Force for Change*, los personajes de *Star Wars* visitaron el hospital para niños Children's Hospital Los Angeles (CLA) para llevar a los niños y las familias desde el hospital a una galaxia muy, muy lejana. Desde que comenzó *Fuerza para el Cambio*, *Star Wars* se ha incorporado a incontables eventos en hospitales de niños en todo el mundo. Y a través de nuestra colaboración con la fundación Starlight Children's Foundation, anunciamos que se iban a entregar batas de hospital temáticas de *Star Wars* a miles de pacientes en todo el país.



En el evento temático de *Star Wars*, The Walt Disney Company Australia y Nueva Zelanda enviaron paquetes de atención a hospitales pediátricos a través del programa Hospital Care Packages.

En 2017, Disney terminó tres habitaciones terapéuticas recreativas de Disney Fun House en China, en los hospitales de niños en Pekín, Cantón y Chengdú, como parte de nuestro compromiso para construir 50 en toda China para 2022.

Somos el único estudio en mostrar películas de estreno en hospitales de niños, les brindamos películas de The Walt Disney Studios a 45 hospitales de niños en los Estados Unidos a través del programa Disney Movie Moments. Tenemos una iniciativa similar con hospitales de niños en Australia, y, en el Reino Unido e Italia, colaboramos con MediCinema para ofrecer proyecciones de películas.

Enviamos paquetes de atención Disney a 445 hospitales en América del Norte, llenos de DVDs, juegos y juguetes para brindar entretenimiento a los niños y a las familias que se enfrentan a una enfermedad grave.



Los personajes de *Star Wars* visitaron a los niños y familias en el hospital pediátrico Florida Hospital for Children, donde presentamos las batas temáticas de *Star Wars*.



Ironman visita a un paciente en el Hospital Tulane para niños.

## CONCEDER DESEOS

Disney cumple más de 10 000 deseos al año, y lo hace trabajando con organizaciones destinadas a conceder deseos alrededor del mundo, sin costo para la familia. Desde el primer deseo en 1980, Disney y Make-A-Wish® han otorgado juntos más de 120 000 deseos transformadores para niños con condiciones médicas mortales. Hoy en día, los deseos relacionados con Disney siguen siendo los más populares, según Make-A-Wish. Y, en 2017, volvimos a realizar nuestra exitosa campaña #shareyouears más adelante en el año, en apoyo de Make-A-Wish.

En 2017, tuvimos el honor de cumplir con el [primer deseo en Shanghai Disney Resort](#) concedido por una organización que concede deseos en esta ciudad.



Shanghai Disney Resort recibió al primer niño al que se le cumplió un deseo en Make-A-Wish Shanghai: Yuanbao de siete años de edad y su familia.

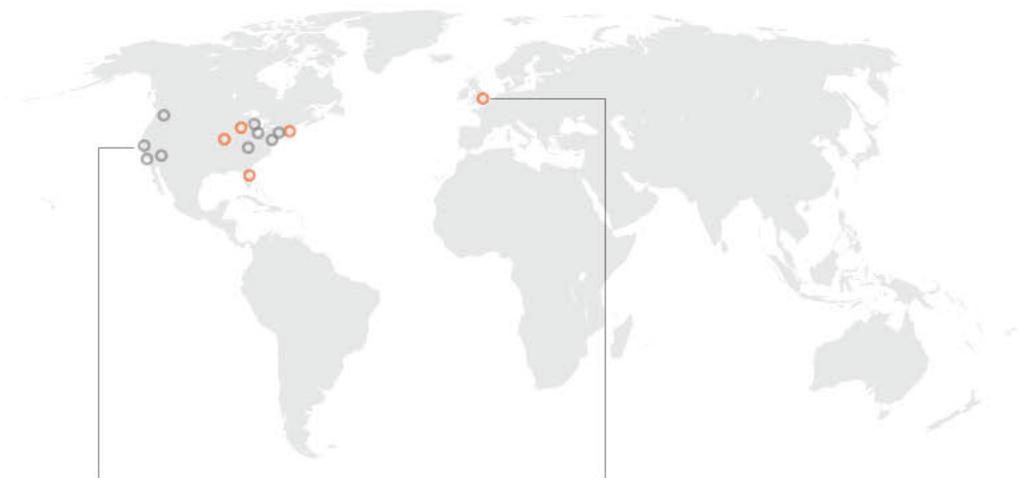
# NUESTRO COMPROMISO CON CREAR INSPIRACIÓN Y BRINDAR OPORTUNIDAD

Sabemos que la inspiración solo puede realizarse plenamente si se le da una oportunidad de florecer. Queremos inspirar la posibilidad para que los jóvenes creen el futuro que imaginan y celebrarlos a lo largo de su viaje.

## DESARROLLO DE LOS JÓVENES



Hemos trabajado para dotar a esta nueva generación con las habilidades, la confianza y las herramientas necesarias para crear el futuro que imaginan. Por ejemplo, nuestro programa Disney Musicals in Schools construye programas sostenibles de teatro en escuelas primarias públicas que a menudo carecen de recursos suficientes. Más allá de las alegrías de contar una historia sobre el escenario, el teatro musical fomenta la creatividad, la colaboración, la comunicación, la resolución de problemas, la empatía y mucho más. Proporcionando materiales de rendimiento y desarrollo profesional a profesores participantes de forma gratuitamente, Disney Musicals in Schools ha ayudado a más de 21 000 estudiantes, 600 profesores y 200 escuelas en 13 ciudades.



En 2017, Disney Musicals in Schools se lanzó en cuatro nuevas ciudades de Estados Unidos: Omaha, Boston, Madison y Orlando, con lo cual se presentó el teatro musical a más de 1000 estudiantes que participaron en el primer musical.

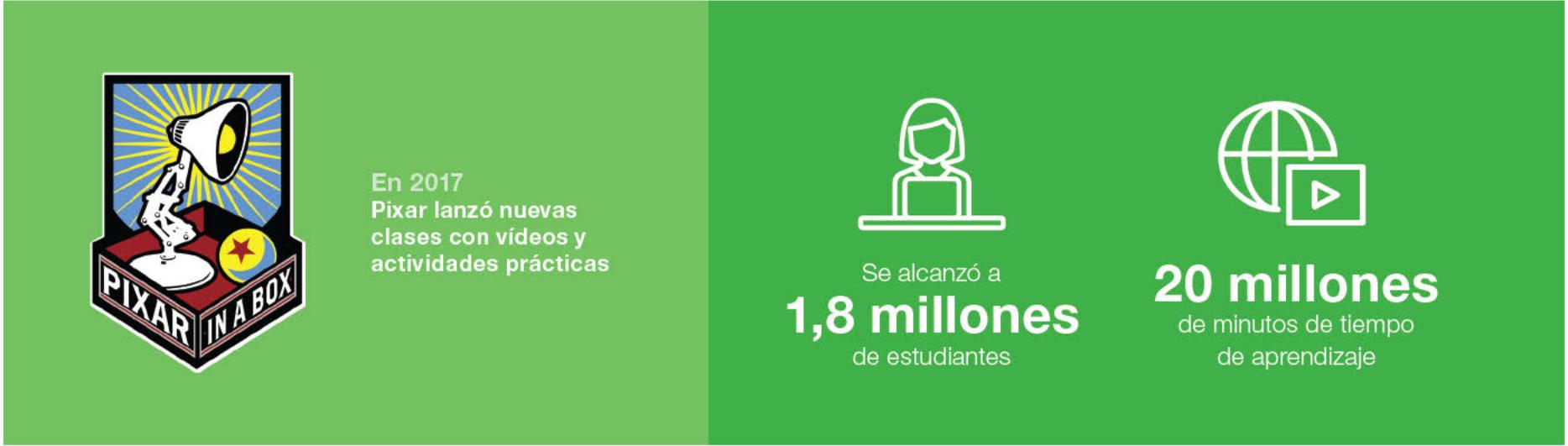
En el 2018, Disney Musicals in Schools lanzará su primer programa internacional con Eastside Charitable Trust en Londres, junto con programas en los Estados Unidos en Louisville, West Palm Beach, Chicago y Los Ángeles.

Disney Musicals in Schools se ha puesto en marcha en estas ciudades de los Estados Unidos:

Nueva York	Cleveland	<b>Nuevo en</b>
Nashville	East Lansing	<b>2017:</b>
Las Vegas	Área de la	<b>Omaha</b>
Seattle	Bahía de San	<b>Boston</b>
Costa Mesa	Francisco	<b>Madison</b>
Newark		<b>Orlando</b>

**Pixar in a Box** es una colaboración entre Pixar Animation Studios y Khan Academy, patrocinado por Disney, que ofrece un vistazo detrás de escena de cómo los artistas de Pixar les dan vida a las historias. Los cineastas de Pixar ofrecen clases gratuitas sobre todo tipo de temas, desde narrativa a cómo animar bolas saltarinas, utilizando temas aprendidos en la escuela, entre los que se incluyen las matemáticas, las ciencias, las ciencias de la computación y las humanidades.

Además de su biblioteca existente, en 2017, Pixar lanzó nuevas clases con videos y actividades prácticas que explican los conceptos de la narración para estudiantes de todas las edades. Más de 1,8 millones de estudiantes fueron alcanzados, y se grabaron casi 20 millones de minutos de tiempo de aprendizaje.



En 2017 Pixar lanzó nuevas clases con videos y actividades prácticas

Se alcanzó a **1,8 millones** de estudiantes

**20 millones** de minutos de tiempo de aprendizaje



Disney es un partidario de larga data de Boys and Girls Club. Como patrocinador nacional del programa Joven del año de Boys and Girls Clubs of America, ayudamos a despertar la inspiración, y a brindar herramientas para futuros líderes brillantes de diversos orígenes. La invitada de honor del año pasado, Jocelyn Woods, recibió el premio Radio Disney Music Awards 2017 **Hero for Change** por su increíble liderazgo para representar a los adolescentes de su comunidad.



Elissa Margolis, vicepresidenta sénior de Responsabilidad Social Corporativa de Disney, felicita a Carlos Polanca (derecha) por recibir el reconocimiento National Youth of the Year de Boys and Girls Clubs of America 2017.



La competencia de jóvenes The Afro-Academic, Cultural, Technological & Scientific Olympics (ACT-SO, por sus siglas en inglés) de la Asociación Nacional para el Progreso de las Personas de Color (NAACP, por sus siglas en inglés) es llevada a cabo por las estructuras locales de NAACP, y culmina con una conferencia nacional cada verano. Disney brindó contenido inspiracional, entre los cuales se encontró un [taller con un Imaginator](#) para estudiantes interesados en el diseño y la dirección de cine.



Disney, junto con Big Brothers Big Sisters Australia, creó una innovadora [herramienta de tutoría electrónica](#), que ayuda a la organización a superar el reto de ofrecer tutoría a pesar de las grandes distancias.

# INSPIRAR AL FUTURO

Tenemos la capacidad inusual de inspirar a los niños del mundo para crear el futuro que imaginan.



Alice Parker, fotografiada por Kate T. Parker, como parte de la campaña de fotografía mundial #DreamBigPrincess. Alice es miembro del equipo de fútbol The Blasters que se enfoca en el trabajo en equipo y la tenacidad.

Por ejemplo, Dream Big, Princess es un esfuerzo de toda la compañía para animar a los niños en todo el mundo a soñar a lo grande, destacando momentos inspiradores de historias de princesas de Disney. En 2017, lanzamos #DreamBigPrincess, una campaña global de fotografía que mostró imágenes motivadoras tomadas por fotografías de niñas y mujeres reales del mundo. Gracias a que se involucraron con las fotos en las redes sociales, familias y aficionados ayudaron a Disney a donar 1 millón de dólares a Girl Up, un programa de desarrollo de liderazgo para niñas, organizado por la Fundación de las Naciones Unidas. Las fotos resultantes más destacadas, tanto profesionales como tomadas por usuarios, fueron exhibidas en la sede de las Naciones Unidas en Nueva York.



En América Latina, Disney se asoció con la organización mundial Ashoka para promover habilidades de liderazgo entre las niñas, y una cultura de igualdad, respeto e inclusión. A través de la campaña de los medios sociales #SoyPrincesaSiendoYo y la beca Compromiso Disney, la Asociación buscó apoyar a emprendedores sociales locales, y fomentar habilidades de liderazgo entre las jóvenes de México, Brasil, Colombia y Chile.



El legado de Disney se basó en cuentos creativos e inspirados. Cada año, Disney|ABC Television y Disney Publishing colaboran con First Book en la plataforma múltiple "Magic of Storytelling" para celebrar los placeres de la lectura e incluir a las familias y a los aficionados para ayudar a Disney a donar hasta 1 millón de libros a los niños que más lo necesitan. A través de una larga relación con First Book, Disney ha donado más de 61 millones de libros a los niños que más lo necesitan, animándolos a leer y crear las historias del futuro. En todo el mundo, Disney celebra la narración de diferentes maneras. En Australia, por ejemplo, Disney donó 22 000 libros para niños a la Indigenous Literacy Foundation.



Desde 2014, ESPN ha construido un portafolio filantrópico enfocado en los deportes, que posibilita el acceso al deporte a más de 1 millón de jóvenes de comunidades marginadas. En 2017, ESPN, con organizaciones aliadas, desarrolló siete espacios seguros que repercutieron en cerca de 36 000 personas/jóvenes, y les permitió practicar deportes; esto incluyó dos espacios construidos con love.futbol y Partners of Americas, con lo cual se alcanzó a más de 2700 jóvenes en [Brasil](#) y [México](#).



Disney apoyó un programa para mejorar la calidad de la educación musical en escuelas primarias en la China rural. En 2017, el programa ayudó a mejorar las aulas de música, aprovechó los recursos musicales de Disney para actualizar el plan de estudios de música, brindó formación para profesores de música y les ofreció campamentos de verano temáticos de música a los niños.



# MIRADA HACIA EL FUTURO

El legado de The Walt Disney Company de producir contenido responsable y de alta calidad, y de trabajar con integridad no es solo una parte de nuestro ADN, sino un factor clave para lograr ganancias importantes para nuestros accionistas.

Este compromiso de trabajar de forma ética, y de inspirar a niños y familias es una gran parte de por qué estoy tan emocionada de ser la nueva líder de nuestros esfuerzos de responsabilidad social corporativa. Durante mi trayectoria de 12 años con The Walt Disney Company, siempre he estado orgullosa del trabajo que hicimos para proteger nuestro planeta, para promover el voluntariado, y para fomentar lugares de trabajo diversos y respetuosos, por nombrar unos pocos ejemplos, pero lo que hacemos es mucho más profundo.

No somos una empresa que se conforma con los logros del pasado. Siempre estamos buscando maneras de asegurar que tendremos un impacto positivo y que impondremos cambios en nuestras prácticas según sea necesario. Siempre que sea posible, anclamos estos esfuerzos en el contexto social y ambiental general. Por ejemplo, reconocemos la importancia de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas con las sociedades de todo el mundo y los usamos para informar nuestras propias políticas, prácticas y compromisos.

Cuando pensamos en el futuro, buscamos nuevas formas de tener un mayor impacto dentro de nuestras comunidades entregando comodidad, felicidad, inspiración y oportunidades a familias en todo el mundo. No podemos hacer este trabajo solos, y sabemos que se requiere un equipo de héroes para poder marcar la diferencia. Me siento realmente inspirada por los miles de voluntarios VoluntEARS de nuestra empresa, y también por aquellos que alzan la voz por sus comunidades todos los días. Ser una pequeña parte de esta pasión y dedicación es lo que hace que este trabajo sea tan gratificante.

Esta es una responsabilidad que no me tomo a la ligera, y estoy deseosa de compartir nuestro progreso y establecimiento de objetivos en estas páginas durante muchos años.

Gracias.



**Elissa Margolis**  
Vicepresidente sénior  
The Walt Disney Company

# TABLA DE DATOS

AÑO FISCAL **2017<sup>1</sup>** **2016** **2015**

## Compromiso con el medio ambiente

Emisiones directas <sup>2,3,9</sup> (Toneladas métricas de CO <sub>2</sub> e)	843 275	866 797	853 805
Emisiones indirectas <sup>2,3,9</sup> (Toneladas métricas de CO <sub>2</sub> e)	1 041 639	912 518	917 247
Emisiones directas e indirectas combinadas <sup>2,3</sup> (Millones de toneladas métricas de CO <sub>2</sub> e)	1,88	1,78	1,77
Créditos de carbono retirados <sup>4,5</sup> (Toneladas métricas de CO <sub>2</sub> e)	804 859	685 706	626 519
Emisiones netas (Millones de toneladas de CO <sub>2</sub> e) <sup>2,3,4,5</sup>	1,04	1,09	1,14
Energía total (MWh) <sup>6,9</sup>	5 847 058	5 517 380	5 501 841
Porcentaje total de residuos desviados de los rellenos sanitarios y de la incineración (toneladas) <sup>7</sup>	46 %	45 %	49 %
Uso de agua (miles de millones de galones de agua potable) <sup>8,9</sup>	6,91	7,04	6,99

## Filantropía estratégica

Donaciones corporativas (efectivo, millones de dólares estadounidenses) <sup>10</sup>	\$104,5	\$101,0	\$95,5
Donaciones corporativas (donaciones en especie, millones de dólares estadounidenses) <sup>10</sup>	\$244,1	\$301,1	\$237,8
Horas de VoluntEARS	486 600	542 800	592 000

## Lugares de trabajo

Empleados a nivel mundial <sup>11,12,13</sup>	180 154	178 985 <sup>14</sup>	169 237
Porcentaje de minorías (empleados de los EE. UU.) <sup>12</sup>	42,8 %	40 %	40 %
Porcentaje de minorías (nivel gerencial en los EE. UU.) <sup>12</sup>	25,3 %	24,4 %	23,5 %
Porcentaje femenino (empleados a nivel mundial) <sup>12</sup>	52,9 %	52,7 %	52,5 %
Porcentaje femenino (nivel gerencial, a nivel mundial) <sup>12</sup>	43,2 %	43 %	44 %
Gasto directo total con empresas propiedad de mujeres y de minorías (millones de dólares estadounidenses) <sup>14</sup>	\$432,7	\$478,6	\$513,7
Cursos ofrecidos (único) <sup>15</sup>	19 400	17 300	12 800
Cantidad de cursos tomados <sup>15</sup>	1 027 800	1 025 200	1 023 000

AÑO FISCAL **2017** **2016** **2015**

## Cadena de valor: presencia de las instalaciones

Número total de instalaciones que fabrican productos de la marca Disney Durante el año fiscal <sup>16,17</sup>	37 500	34 200	30 200
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------	--------	--------

## Cadena de valor: Porcentaje de hallazgos identificados a ser remediados<sup>18,19,20,21,22</sup>

Trabajo infantil	1 %	1 %	3 %
Trabajo no voluntario	1 %	1 %	3 %
Coerción y/o acoso	0 %	0 %	2 %
No discriminación	1 %	1 %	3 %
Libertad de asociación	1 %	1 %	2 %
Salud y seguridad: fábrica	85 %	86 %	89 %
Salud y seguridad: residencia	3 %	4 %	13 %
Remuneración: salario mínimo	8 %	9 %	16 %
Remuneración: salario por horas extras	11 %	13 %	20 %
Remuneración: horas extras	63 %	61 %	63 %
Remuneración: beneficios sociales	59 %	59 %	61 %
Protección del medio ambiente	33 %	36 %	39 %
Otras leyes	25 %	28 %	29 %
Subcontratación	3 %	5 %	16 %
Monitoreo y cumplimiento	10 %	11 %	18 %
Publicación	4 %	5 %	9 %

## Vida saludable

Porcentaje de ventas de alimentos comercializados al por mayor, bajo licencia de Disney, en relación con los alimentos cotidianos que cumplen con los estándares nutricionales de Disney

Global	79 %	70 %	67 %
América del Norte <sup>23</sup>	Cumple con la meta del 85 %	Cumple con la meta del 85 %	Cumple con la meta del 85 %

# NOTAS AL PIE DE LA TABLA DE DATOS

1. El ejercicio de Disney generalmente comprende desde el domingo más cercano al 1.º de octubre hasta el sábado más cercano al 30 de septiembre.
2. El límite de la meta de gases de efecto invernadero (GEI) de Disney incluye bienes propios y operados (como Walt Disney Parks y Resorts, Disney Cruise Line y los espacios comerciales), activos arrendados (como tiendas y oficinas de Disney) como también producciones (películas, televisión, obras de teatro y ESPN).
3. Las emisiones de gases de efecto invernadero se miden y se calculan de acuerdo con los principios que se establecen en el “Estándar Corporativo de Contabilidad y Reporte, edición revisada 2004” del protocolo de gases de efecto invernadero (GHG Protocol) del Instituto de Recursos Mundiales (World Resources Institute, WRI) y del Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (World Business Council for Sustainable Development, WBCSD).
4. Los créditos de carbono son de proyectos desarrollados de acuerdo con normas reconocidas (por ejemplo, Climate Action Reserve, Verified Carbon Standard, Gold Standard, etcétera). Todos los créditos son verificados por revisores independientes acreditados. Los certificados de retiro para los créditos de carbono pueden encontrarse en nuestro [sitio web](#).
5. Los instrumentos contractuales y los factores de emisión de origen específico se utilizan en el cálculo de retiro de crédito y de emisiones netas para reflejar de buena manera las operaciones comerciales de Disney. Con estos ajustes, las emisiones directas e indirectas combinadas de Disney son de 1,84 millones de toneladas métricas de CO<sub>2</sub>e.
6. La energía total incluye electricidad, gas natural, agua fría, agua caliente, vapor, energía renovable y combustibles.
7. La desviación incluye operaciones de reciclaje, compost, donaciones, artículos vendidos y liquidados, artículos enviados a los archivos, energía térmica proveniente de desechos, y energía no térmica proveniente de desechos. Los residuos incluyen la incineración y los rellenos sanitarios operativos sin recuperación de energía. Las instalaciones incluyen los Parques Temáticos y Resorts, ESPN, las empresas propias y Pixar. Se excluyen todas las propiedades alquiladas, Disney Stores y centros de distribución, las estaciones de televisión, las estaciones de Radio Disney y todos los materiales de construcción.
8. El límite de la meta de agua de Disney incluye bienes propios y operados (Parques Temáticos y Resorts, Disney Cruise Lines, espacios comerciales propios, estudios y ESPN). El consumo de agua de Disney Stores y de los activos alquilados está excluido de la meta. Los datos correspondientes a Disneyland Shanghai no están incluidos en este valor ya que no fue parte de la línea de base de 2013.
9. Los datos fueron actualizados respecto a la Tabla de Datos de Ciudadanía Corporativa 2016 a fin de reflejar las correcciones efectuadas como consecuencia de las revisiones internas.
10. Las donaciones corporativas en efectivo incluyen aportes corporativos realizados por el fondo de conservación Fondo para la Conservación de Disney. Las donaciones en especie se refieren a cualquier contribución no monetaria conformada por elementos tangibles o no tangibles. Las donaciones pueden incluir, entre otros, valores estimados de artículos, entradas a parques temáticos, comida, tiempo de transmisión de servicio público (PSA), apariciones de personajes/talentos, y otras ayudas caritativas. El PSA se mide de diferentes maneras en nuestras plataformas de medios de comunicación, debido a las diferencias relacionadas con la distribución, la audiencia televisiva, la programación, las disponibilidades, los precios, la demanda del mercado y otras variables. Por ejemplo, el PSA se mide, en algunos casos, según un precio de venta promedio dentro de un período determinado. En otros casos, el valor depende del valor promedio del patrocinio, según las diferentes franjas horarias. Por estos motivos, no utilizamos un único método para medir el PSA. En el ejercicio 2016, hubo un aumento significativo en el valor y el volumen de las donaciones de libros debido a una mayor liquidación de inventario a través de donaciones de caridad. En el ejercicio 2017, las donaciones de libros cayeron de nuevo al nivel normal, lo cual dio como resultado una disminución del valor informado de donaciones en especie.
11. Las estadísticas de empleados reflejan nuestra base de empleados al final de cada año fiscal. La gerencia incluye el nivel gerencial y categorías superiores. Al finalizar el año fiscal 2017, había aproximadamente 199 000 empleados de The Walt Disney Company.
12. Las cifras relacionadas con la diversidad de los empleados a nivel global incluyen a todos los empleados en nuestro sistema SAP. Este valor excluye a los empleados de Pixar y Disneyland Paris; incluye los pagos a empleados eventuales dentro de los últimos 60 días, pero no incluye a los empleados que se contratan por el día ni a los empleados contratados mediante contrato.
13. La apertura de Shanghai Disney Resort en el ejercicio 2016 contribuyó al aumento en el número total de empleados desde el ejercicio 2015.
14. Nuestra actualización incluye solo aquellas empresas con propietarios diversos, cuyos negocios controlados y operados estén certificados por el Consejo Nacional de Desarrollo de Proveedores Minoritarios (NMSDC, por sus siglas en inglés), el Consejo Nacional de Emprendimientos de Mujeres (WBENC, por sus siglas en inglés), la RED de Líderes de Negocios en EE. UU. (USBLN, por sus siglas en inglés), la Cámara de Comercio Nacional Gay y Lesbiana, y el Departamento de Asuntos de los Veteranos de los Estados Unidos.
15. En cuanto a los datos sobre capacitaciones, las cifras representan a todos los empleados de *D Learn*, pero no incluyen a los empleados por contrato ni a los empleados de Pixar y Disneyland Paris. Los participantes pueden asistir a más de una capacitación. La capacitación incluye cursos en línea, clases y formación en el lugar de trabajo.
16. Los datos incluyen las instalaciones activas en cualquier momento durante el año fiscal, redondeado a la centena más cercana.
17. El aumento en las instalaciones correspondiente a los ejercicios 2016 y 2017 refleja tanto un negocio en expansión, como también un método de cuenta actualizado debido a la adopción de la nueva plataforma de datos en el año 2015.
18. Disney utiliza los Indicadores de Gobernabilidad del Banco Mundial (World Bank’s Governance Indicators, WGI) como recurso principal para identificar y comparar áreas de riesgo, y determinar dónde centrar nuestros requisitos y recursos de control. Por favor, consulte nuestra [Política de países permitidos para la producción](#).
19. El Programa de Estándares Laborales Internacionales (ILS, por sus siglas en inglés) busca una mejora continua y sostenible en las condiciones de trabajo en las instalaciones de producción de productos de la marca Disney. Todas las violaciones del código de conducta identificadas en instalaciones activas como resultado de auditorías o evaluaciones deben corregirse o remediarse dentro de los plazos y en la forma establecida por el programa ILS como condición para seguir usando las instalaciones para la producción de productos de la marca Disney.
20. La cadena de valor para productos de la marca Disney experimenta fluctuaciones rutinarias en las instalaciones activas. En 2017, aproximadamente el 24 % de nuestras instalaciones totales fueron nuevos productores de productos de la marca Disney, lo cual complica cualquier comparación interanual.
21. En 2015, el grupo de Estándares Laborales Internacionales migró a un nuevo sistema de gestión de datos, dando como resultado una serie de cambios en la manera en que se agregan y registran los datos. Este nuevo sistema nos proporciona una comprensión más precisa y en tiempo real de las condiciones laborales dentro de la cadena de valor extendida para productos de la marca Disney, pero, como resultado, los datos de 2015, 2016 y 2017 presentados aquí no son directamente comparables con años anteriores.
22. Las reducciones en los resultados de estas categorías son el resultado de nuestros continuos esfuerzos para trabajar con licenciatarios y proveedores comprometidos a cumplir con los requisitos del programa de ILS de Disney.
23. El cálculo de América del Norte (incluye Estados Unidos y Canadá) excluye acuerdos contractuales anteriores al año 2006, y se alinea con las clasificaciones de la industria en evolución para los productos que contribuyen a la alimentación de los niños. Seguimos evaluando las clasificaciones de la industria en evolución a nivel internacional.

DICIEMBRE  
DE 2016

**Campaña de Recursos Humanos del Índice de igualdad corporativa** ☺

FEBRERO DE 2017

**Compañías más Respetables del Mundo** ☺

**Compañías más Admiradas** ☺

MARZO DE 2017

**Compañía Humanitaria del Año 2017** ☺

ABRIL DE 2017

**Premios Emmy diurnos 2016-2017** ☺

Anuncio promocional destacado  
- Imagen: Mes de la Historia  
Afroamericana: Héros eternos "Be Inspired - The Clinton 12", Disney XD/  
Disney|ABC

MAYO DE 2017

**Entre los mejores lugares de trabajo elegidos por LinkedIn** ☺

**Top 50 de Diversity Inc** ☺

# PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS



JUNIO DE 2017

**Morning Consult: Disney está entre los Empleadores más Admirados en 2017** ☺  
en múltiples generaciones

**Reconocimientos Halo** ☺  
"Hour of Code" y "Share Your Ears"

JULIO DE 2017

**Los Premios Humanitarios del Deporte** ☺

AGOSTO DE 2017

**Los premios Telley**

- Anuncios de servicios públicos contra el hostigamiento ☺
- Magic of Storytelling ☺

**Premio al Mejor Empleador de China** ☺

SEPTIEMBRE DE 2017

**Índice de Sustentabilidad Dow Jones: índice de América del Norte.**

**Premios Green Seal de EMA** ☺

OCTUBRE DE 2017

**Premio por las 10 Mejores Innovaciones en Diversidad e Inclusión 2017** ☺

**Advancing Justice - LA: Premio de Impacto Corporativo** ☺

**Asociación de Negocios Asiáticos Premio Corporación del Año** ☺

# APÉNDICES

## INFORMES & TRANSPARENCIA

A menos que se indique lo contrario, todos los datos y la información que se incluyen en este Informe de desempeño corresponden a esfuerzos realizados durante el año fiscal 2017, que comenzó el domingo 2 de octubre de 2016 y concluyó el sábado 30 de septiembre de 2017.

Este informe representa nuestros impactos, avances y resultados que refieren a la responsabilidad social y ambiental. Los datos de rendimiento se presentan a lo largo de este informe, y estamos comprometidos con la mejora, la exactitud y la sofisticación continuas de nuestros informes de responsabilidad social y ambiental. Para ello, nuestra función de informes corporativos, que también gestiona los informes y datos financieros de Disney, recoge y valida los datos. Cuando es necesario, proporcionamos detalles sobre la metodología de la escala, el alcance y la recopilación de datos. Nos encargamos de explicar las suposiciones o las estimaciones clave que se utilizaron en el desarrollo de las estadísticas. El informe anual, junto con las historias y el contenido de nuestro sitio web y los medios de comunicación social, proporcionan una visión general de nuestros esfuerzos de responsabilidad social y ambiental.

En este informe, también compartimos ejemplos de esfuerzos de este último año de los cuales estamos orgullosos, y que estén en línea con nuestra misión y la apoyen. Estos ejemplos no son exhaustivos del trabajo que sucede todos los días en The Walt Disney Company. Si quiere estar al día con los esfuerzos de responsabilidad social corporativa de Disney, conozca más en nuestro [sitio web corporativo](#) y síganos en Twitter [@DisneyCSR](#).

## PRIORIZACIÓN DE PROBLEMAS

La priorización de problemas es parte integral de nuestras actividades de planificación estratégica en toda la empresa, incluido nuestro enfoque de responsabilidad social y ambiental. Revisamos y analizamos nuestro enfoque en relación con temas prioritarios de manera continua a través de la planificación de negocios, las relaciones externas y las evaluaciones de las condiciones actuales y futuras de nuestra empresa.

Nuestra evaluación de temas clave busca conducir nuestras prioridades de políticas y de estrategias de responsabilidad social y ambiental, nuestros programas y apoyo filantrópico, y nuestras acciones de negocios y dirección. Evaluamos problemas en múltiples dimensiones, entre las cuales se incluye la relación de cada problema o su impacto en la gestión de riesgos, en la mejora de la marca y la reputación, en la satisfacción de las expectativas de las partes interesadas, en la forma que se da al entorno de políticas y en cómo afecta a la sociedad. Nuestra evaluación de estos factores se lleva a cabo en colaboración regular con nuestras unidades de funciones internas y de negocio, como así también con las perspectivas de las partes interesadas externas, incluidos los clientes y los consumidores.

Si bien esta actualización detalla muchos asuntos críticos, no es un paneo general de todos los temas de importancia para nuestro negocio o sociedad, sino que más bien prioriza un conjunto de áreas de interés común para nuestros grupos de interés y se centra en los aspectos más destacados del año fiscal. Entendemos que la gama de cuestiones que afectan a la sociedad y a nuestra empresa está en constante evolución, y vamos a seguir perfeccionando cómo definimos, identificamos e informamos estas cuestiones.

## ENFOQUES Y POLÍTICAS ADICIONALES

Creemos que actuar de manera ética y con respeto por los derechos humanos es esencial para nuestra capacidad de operar y hacer crecer nuestros negocios alrededor del mundo. Nos esforzamos por entablar negocios con honestidad e integridad y por cumplir la ley en todos los lugares donde trabajamos. Nos comprometemos con diferentes políticas y prácticas relativas al medio ambiente, sociales y de gobierno que promueven el funcionamiento reflexivo y ético de nuestro negocio. Estas políticas son proporcionadas a través de nuestro [sitio web](#) e incluyen, entre otros:

### El aspecto medioambiental

[La política ambiental](#)

[La gestión de productos químicos en productos de consumo](#)

[La política de uso y abastecimiento de papel](#)

[El uso de animales vivos en espectáculos](#)

### El aspecto social

[Declaración respecto a la Ley de Transparencia en cadenas de valor de California](#)

[Código de Conducta para Fabricantes](#)

[Política de minerales de sangre](#)

[Declaración respecto a la política de Derechos Humanos](#)

[Pautas de alimentación](#)

[Limitación para fumar en películas](#)

[Declaración de transparencia respecto de la Ley de esclavitud moderna del Reino Unido](#)

### El aspecto de gestión

[Pautas de gestión corporativa](#)

[Países permitidos para la producción](#)

[Donación política y la participación en la formulación de políticas públicas](#)

[Estándares de conducta comercial](#)

# ÍNDICE DE INICIATIVA DE REPORTE GLOBAL

Esta actualización hace referencia a las directrices de G4. La Guía de elaboración de memorias de sostenibilidad G4 de la Iniciativa de Reporte Global brinda un conjunto integral de indicadores sobre los efectos económicos, ambientales y éticos del desempeño de una empresa.

## 1. Estrategia y análisis

- G4-1** Declaración del encargado de la toma de decisiones de mayor rango
- Mensaje de nuestra ejecutiva (p. 12)

## 2. Perfil de la organización

- G4-3 — G4-16** Perfil de la organización
- Informe anual/Formulario 10-K
  - Página web de The Walt Disney Company

- G4-10** Fuerza de trabajo según la modalidad de contratación, contrato, región y género
- Tabla de datos (p. 19)

Modalidad de contratación	Global	EE. UU.
Casual por temporada	8 %	9 %
Casual permanente	20 %	23 %
Tiempo completo	71 %	68 %

- G4-11** Porcentaje del total de empleados cubiertos por acuerdos de negociación colectivos
- Todos los niveles de gestión por conjunto gremial de EE. UU: 57% cubierto por acuerdos de negociación colectivos

## 3. Aspectos y límites significativos identificados

- G4-18 — G4-19** Aspectos y límites significativos identificados
- Apéndices: Presentación de informes (p. 22)

## 4. Compromiso con los grupos de interés

- G4-24 — G4-27** Compromiso con los grupos de interés
- Con frecuencia tenemos un diálogo continuo con los grupos de interés, entre los cuales se encuentran empleados, socios comerciales, organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, y consumidores. Consideramos que trabajar con los grupos de interés nos permite mejorar nuestra capacidad para identificar oportunidades, abordar problemas y encontrar soluciones a algunos de nuestros desafíos más importantes.
- Participación de grupos de interés externos en la cadena de valor responsable

## 5. Perfil de informes

- G4-28 — G4-32** Perfil de informes
- Apéndices: Presentación de informes (p. 22)
  - Sitio web corporativo – Sección de informes anteriores
  - Comuníquese con nosotros

## 6. Gestión

- G4-34** Estructura de gestión
- Sitio web de Gestión Corporativa
  - Informe anual/Formulario 10-K
  - Declaración de representación
  - Estándares de conducta comercial
  - Ética global y cumplimiento

## 7. Ética e integridad

- G4-56** Declaraciones de misión, códigos de conducta y principios, y códigos de ética
- Políticas y enfoques (p. 22)
  - Estándares de conducta comercial
  - Código de Ética y Conducta Comercial para Directores
  - Ética global y cumplimiento
  - PDF de política fiscal del Reino Unido

## 8. Aspecto económico

- G4-EC9** Proporción de gasto en proveedores locales en lugares significativos de las operaciones
- Tabla de datos (p. 19)

## 9. Indicadores de desempeño medioambiental

- G4-EN3 — G4-EN23** Indicadores de desempeño medioambiental
- Compromiso con el medio ambiente (p. 5)
  - Tabla de datos (p. 19)
  - Infografía: Compromiso con el medio ambiente de Disney
  - Compromiso con el medio ambiente

- G4-EN27** Grado de mitigación de impacto de las repercusiones ambientales causadas por productos y servicios
- Iniciativa de embalaje inteligente
  - Política de reciclaje de bolsas Disney
  - Compromiso con el medio ambiente

## 10. Prácticas laborales y ética del trabajo

- G4-LA2 — G4-LA12** Lugares de trabajo de Disney
- Prácticas del lugar de trabajo (p. 10)
  - Trabajo en Disney
  - Tabla de datos (p. 19)

- G4-LA14 — G4-LA16** Normas laborales en la cadena de valor
- Estándares Laborales Internacionales (p. 8)
  - Cadena de valor responsable
  - Tabla de datos (p. 19)
  - Políticas y enfoques

## 11. Derechos Humanos

- G4-HR1 — G4-HR11** Derechos Humanos
- Política de Derechos Humanos
  - Estándares Laborales Internacionales (p. 8)
  - Tabla de datos (p. 19)
  - Programa de inversión en la cadena de valor
  - Políticas y enfoques

## 12. Responsabilidad sobre los productos

- G4-M2 — G4-M4** Creación de contenido
- Metas relacionadas con las pautas de alimentación (p. 9)
  - Estándares de conducta comercial
  - Política de privacidad de Disney
  - Código de Conducta para Fabricantes
  - Políticas y enfoques (p. 22)
  - Seguridad online de Disney: Niños
  - Vida saludable (p. 9)

## Seguridad y salud del cliente

- G4-PR1** Seguridad y salud del cliente
- Vida saludable (p. 9)
  - Políticas y enfoques
  - Seguridad de los productos
  - Política de limpieza saludable

## Comunicaciones de marketing

- G4-PR6 — G4-PR7** Comunicaciones de marketing
- Vida saludable (p. 9)
  - Políticas y enfoques

## 13. Sociedad

- G4-SO4 — G4-SO11** Sociedad
- Gestión corporativa
  - Estándares de conducta comercial
  - Estándares Laborales Internacionales (p. 8)
  - Informe anual/Formulario 10-K
  - Políticas y enfoques

# The *WALT DISNEY* Company

Los invitamos a ponerse en contacto con nosotros:

 @DisneyCSR

 [TheWaltDisneyCompany.com](http://TheWaltDisneyCompany.com)