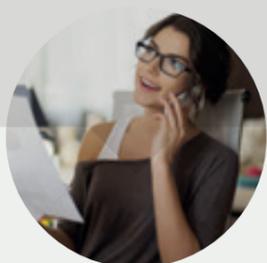
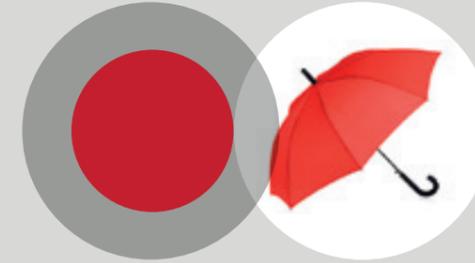


Responsabilidad
Social

Informe
Anual
2015

CONTENIDOS

1. Carta del presidente	4
2. Información general	8
2.1. ¿QUIÉNES SOMOS?	9
2.2. NUESTRA HISTORIA	9
2.3. MAPFRE EN EL MUNDO	10
2.4. MAPFRE EN MÉXICO	12
2.5. DESEMPEÑO EN CIFRAS	13
2.6. FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL	15
2.7. ORGANIGRAMA MAPFRE MÉXICO	16
2.8. GOBIERNO CORPORATIVO GRUPO MAPFRE	17
3. Nuestra Responsabilidad Social	18
3.1. LA NUEVA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL	19
3.2. MODELO DE CREACIÓN DE VALOR	21
3.3. LA INNOVACIÓN EN MAPFRE	22
3.4. MATERIALIDAD Y DIÁLOGO CON GRUPOS DE INTERÉS (STAKEHOLDERS)	23
3.5. COMPROMISOS INTERNACIONALES	30
3.6. FACTORES Y RIESGOS AMBIENTALES, SOCIALES Y DE GOBIERNO –ASG–	36
3.7. MEDIDAS DE PREVENCIÓN Y CUMPLIMIENTO	42
4. Nuestra dimensión social	48
4.1. COLABORADORES	49
4.2. CLIENTES	74
4.3. CADENA DE VALOR	80
4.4. ALIADOS COMERCIALES	84
4.5. SOCIEDAD	88
5. El Medioambiente en MAPFRE México	92
5.1. COMPROMISO CON EL MEDIOAMBIENTE Y LA SOSTENIBILIDAD	93
5.2. GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL Y ENERGÉTICA: MODELO SIGMAYE	95
5.3. ECOEFICIENCIA Y OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS	96
5.4. GESTIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO	102
5.5. PRESERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD	107
5.6. ACCIONES EN LA CADENA DE SUMINISTRO	108
5.7. RESULTADOS 2015 Y LÍNEAS DE ACTUACIÓN	109
6. Información complementaria	112
6.1. INFORMACIÓN GRI	113
6.2. PRINCIPIOS DE ELABORACIÓN DEL INFORME	113
6.3. ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI G4	115
6.4. INFORME DE VERIFICACIÓN EXTERNA	134





Carta del Presidente

Estimado lector,

Es motivo de gran satisfacción presentar por 7° año consecutivo el Informe anual de Responsabilidad Social de MAPFRE México 2015, sustentado en nuestros Valores Corporativos: Solvencia, Integridad, Vocación de Servicio, Innovación para el liderazgo y Equipo Comprometido; con un estricto apego a los más altos principios de ética que caracterizan a una empresa global como la nuestra

En MAPFRE México a lo largo de nuestros 72 años de trayectoria en el mercado asegurador mexicano, trabajamos día con día con el firme objetivo de generar un negocio rentable sin dejar de lado el compromiso social, asegurando así la sostenibilidad de nuestro desarrollo; alineando siempre nuestra estrategia a los parámetros globales, pero siendo conscientes de los desafíos e inquietudes particulares de nuestros grupos de interés.

Este informe, más que representar un balance anual, simboliza la oportunidad de compartir públicamente nuestros esfuerzos y logros obtenidos en la materia, porque han generado valor tanto de forma interna como externa.

Refiriéndome de manera particular a algunos, como son:

– A pesar de encontrarnos dentro de un sector competitivo, hemos avanzado 5 posiciones en el mercado asegurador ubicándonos en la posición número 5, con una cuota de mercado de 5.9%.

– Al cierre de diciembre de 2015 en MAPFRE México generamos una emisión total de 21,649 MP, lo que representó un excelente crecimiento del 63.4%, derivado de la captación de la cuenta de PEMEX mediante licitación pública nacional.

– El Código de Buen Gobierno, fue sustituido por un documento más completo: los Principios Institucionales, Empresariales y Organizativos de Grupo MAPFRE que establecen nuestra estructura como grupo: áreas corporativas globales, unidades de negocio, áreas territoriales, áreas regionales; así como nuestros órganos de gobierno.

– En julio de 2013 el Consejo de Administración de Grupo MAPFRE aprobó la nueva Política de Responsabilidad Social, en la que se determinan objetivos concretos que vinculan la Responsabilidad Social con nuestro negocio, la gestión de riesgos ambientales sociales y de gobierno y finalmente, con la creación de valor social, involucrando también a nuestros grupos de interés.

– Como parte de la nueva Política de Responsabilidad Social, establecimos compromisos concretos con los grupos de interés que tenemos identificados: colaboradores, proveedores, aliados comerciales (distribuidores), accionistas y sociedad.

– Responsabilidad Social y Ambiental, se fusionaron como uno de nuestros 3 pilares del Modelo de Creación de valor, lo que pone en evidencia la madurez de nuestro modelo en esa materia.

– Por primera vez en nuestro estudio de materialidad, incluimos a los aliados comerciales como uno de nuestros grupos de consulta; y aumentamos considerablemente el número de respuestas, en relación a 2014, de nuestros otros grupos de interés: colaboradores, clientes y proveedores.

– También, dentro de las modificaciones a nuestro estudio de materialidad, reorganizamos los indicadores GRIG4 en grupos, con el objetivo de vincularlos a las líneas y planes estratégicos del grupo, dando como resultado 29 nuevos temas materiales que incluyen los 124 indicadores de GRI G4.

– Durante 2015 dimos continuidad a programas que alentarán el desarrollo del talento en MAPFRE México con iniciativas orientadas a la innovación y fuertemente apalancadas en los valores y filosofía organizacional fortaleciendo los vínculos entre la empresa y nuestros colaboradores, como lo fue, la creación de la Oficina de Innovación sede en este año de las jornadas de innovación llevadas a cabo a nivel mundial.

– Nuestro compromiso con la población menos favorecida, nos llevó a que a finales del 2015 iniciáramos el proceso de evaluación para la comercialización de un producto tipo micro seguro que involucra 3 unidades de negocio: Vida, Accidentes y Enfermedades y Daños. Este combo de coberturas estará dirigido al mercado de Microcréditos, Micro-ahorro y Mercado abierto del segmento de la base de la pirámide.

– Con la finalidad de reforzar la relación con nuestros colaboradores comerciales desarrollamos nuevos canales de comunicación exclusivos, especializados y relacionados con temas de negocios entre los que podemos encontrar: la Gaceta MAPFRE Hoy y Broker Newsletter; desarrollando adicionalmente diversas iniciativas de integración con el fin de fortalecer lazos y obtener un negocio mucho más íntegro.

– Nuestro compromiso social es de suma importancia, quede la mano de Fundación MAPFRE nos ha llevado a participar en acciones que impulsan el desarrollo de nuestro país desde diversos aspectos. En este sentido y con la participación de nuestros colaboradores, se llevó a cabo la primera jornada de reforestación para la recuperación de una de las reservas naturales más importantes del centro del país: Sierra de Guadalupe ubicada en el Municipio de Coacalco

– Para el ejercicio de 2015 establecimos 4 grandes objetivos en materia ambiental, y que apoyados con la implementación de nuestro sistema de gestión, nos ayudarán a lograr los resultados y beneficios esperados, siendo éstos: reducción en un 5% del consumo de energía por m2, reducción en un 10% del consumo de papel por colaborador, incremento en un 10% del reciclado de papel por colaborador, y la reducción en un 5% del consumo de tóner por colaborador.

– Nuestros programas de gestión han logrado disminuir el impacto de los residuos en gran medida gracias al reciclaje que sustituye la destrucción o confinamiento de un gran número de residuos. Logrando para 2015, reciclar 28.7 Tons de

residuos, cada uno con un tratamiento específico de acuerdo a su clasificación y volumen.

– El papel representa uno de los insumos más utilizados dentro de nuestra organización, es por ello que hemos desarrollado diversos procesos e iniciativas para reducir su consumo; uno de ellos ha sido la implementación del plan de eficiencia y control de gasto en donde se ha reducido la impresión de pólizas e incluso eliminado los formatos impresos para ciertos ramos. Además en 2015, se incrementó notablemente la cantidad de papel reciclado llegando a una suma total de 35.47 Ton lo que significa \$540,270.00, elevando también el índice de papel reciclado por colaborador a un 60% más de lo esperado para el periodo.

– En Torre MAPFRE, contamos con Planta de Tratamiento de aguas residuales con una capacidad de 164,160 litros por día, que ayuda a abastecer el servicio interno del edificio, contribuyendo a que nuestro consumo de agua potable proveniente de la red pública disminuya considerablemente.

– A través de nuestras acciones y compromisos decidimos jugar un rol activo en la lucha contra el cambio climático, es por ello que mantenemos como eje rector para la reducción de emisiones el Plan Estratégico Corporativo de Eficiencia Energética y Cambio Climático con miras a 2020; dentro de las acciones alineadas al plan podemos destacar la implementación de la herramienta de impresión digital, un medio que facilita la gestión y entrega de pólizas y endosos para optimizar los tiempos de respuesta al ser enviados por medios electrónicos y, que evita en gran medida la impresión de documentos.

– Durante 2015 se ha desarrollado el inventario de la huella de carbono utilizando el estándar internacional ISO 14064. Esta nueva metodología se aplica por primera vez para las emisiones del Grupo a nivel global y la declaración del inventario se verifica mediante una entidad externa acreditada.

Los avances alcanzados en 2015 no sólo representan un logro corporativo que fortalece nuestra posición de liderazgo en el sector. Estos avances nos impulsan a tomar acciones concretas y tangibles que ratifican nuestro compromiso de velar por el bienestar de los mexicanos, cumpliendo así con nuestro objetivo de brindarles protección y seguridad.

Este reporte implica una autoevaluación, en la que analizamos nuestras prácticas de gestión teniendo en cuenta lo que espera cada uno de nuestros públicos de interés, guiándonos principalmente por nuestros valores de responsabilidad, ética y transparencia.

Este nuestro informe de Responsabilidad Social representa de manera contundente que la mayor valía de MAPFRE se encuentra en cada uno de sus colaboradores ya que cada uno de ellos, hace posible hacer de esta organización la *Aseguradora Global de Confianza*.

Muchas gracias!!



[G4-1]

02



Información general



2.1. ¿QUIÉNES SOMOS?

[G4-4, G4-5]

Somos la aseguradora global de confianza. Nuestra presencia en México abarca todo el territorio nacional donde contamos con más de 400 oficinas y más de mil colaboradores. Somos sede de la Región LATAM Norte (conformada por Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua, Panamá y República Dominicana) lo que nos ha permitido reforzar nuestro posicionamiento en el mercado.

Nuestro negocio abarca todos los ámbitos de la actividad aseguradora, reaseguradora, financiera, inmobiliaria y de servicio. En México hemos centrado nuestra actividad aseguradora en los ramos de Autos; Vida; Accidentes y Enfermedades; Daños; Fianzas y Seguros de crédito.

Además, estamos reconocidos como una de las Mejores Empresas para Trabajar en México por Great Place to Work,

contamos con el Distintivo Empresa Socialmente Responsable que otorga el Centro Mexicano para la Filantropía y estamos certificados bajo el Modelo Equidad de Género del Instituto Nacional de las Mujeres; lo cual nos convierte en una empresa global integral, confiable y consolidada.

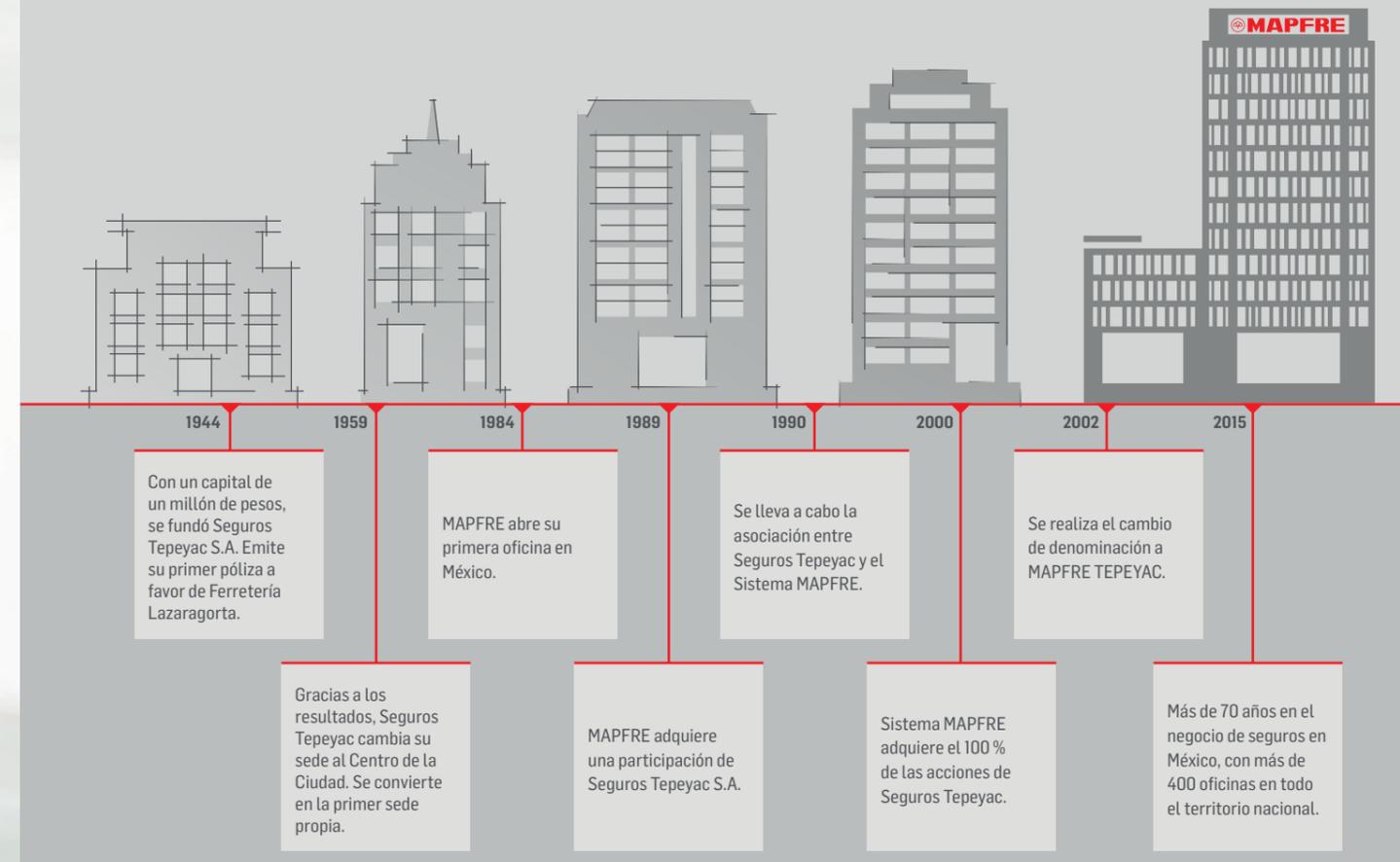
2.2. NUESTRA HISTORIA

[G4-3, G4-7]

En México hemos vivido un proceso evolutivo que inició en la década de los 90 cuando Seguros Tepeyac, aseguradora mexicana, decidió asociarse al Sistema MAPFRE a través de la venta del 49% de sus acciones.

Pero no fue hasta el año 2000 que MAPFRE adquirió el 100% de las acciones de Seguros Tepeyac, permitiéndonos emerger como MAPFRE México.

SUCESOS IMPORTANTES EN LA HISTORIA DE MAPFRE MÉXICO





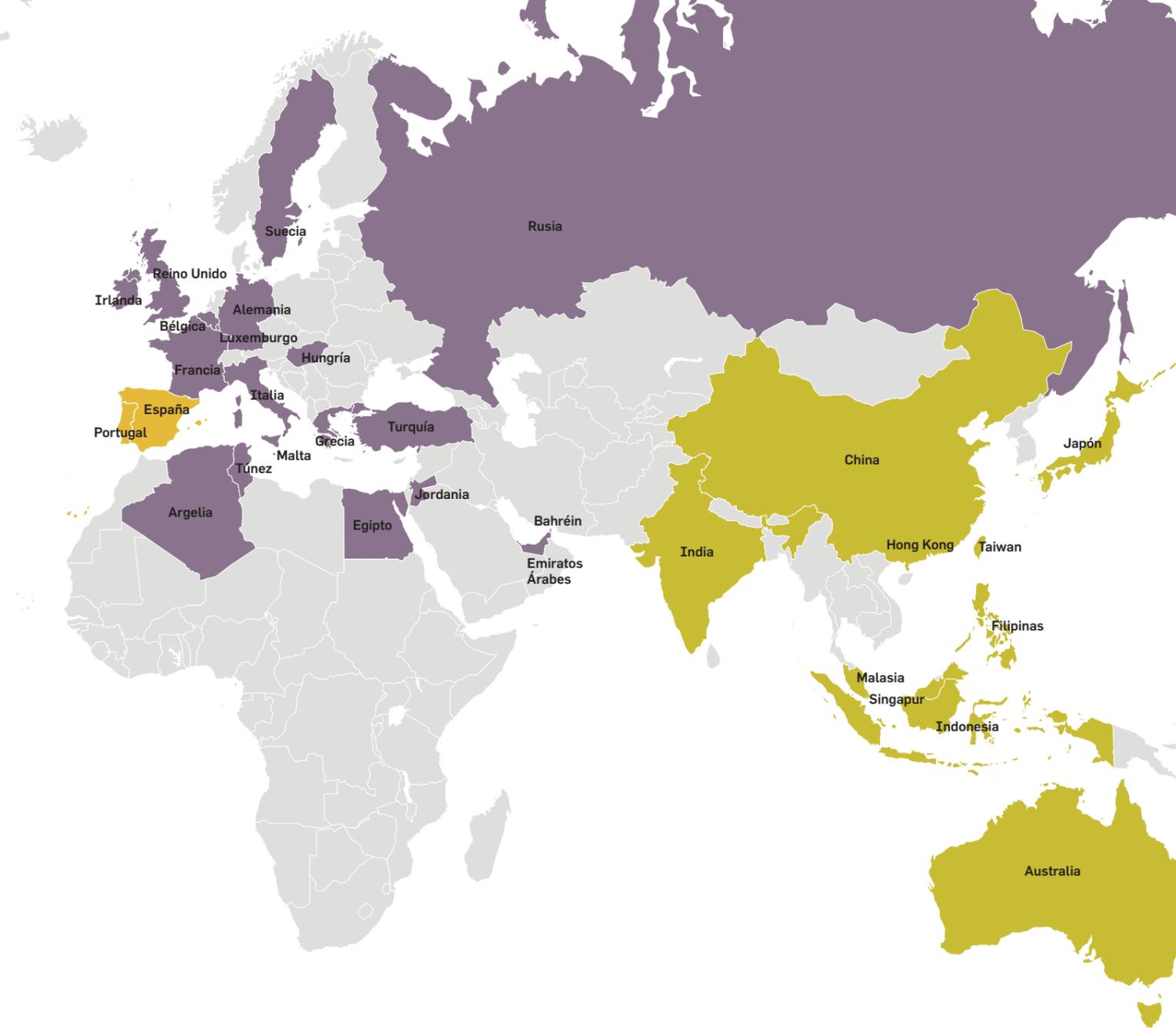
2.3. MAPFRE EN EL MUNDO [G4-3, G4-5, G4-6, G4-7 G4-8]

Nuestra base es la sociedad Holding MAPFRE S.A. con sede en España.

Somos la **décima** aseguradora en Europa y el segundo grupo asegurador en América Latina.

Como garantía de independencia y estabilidad institucional Fundación MAPFRE es la propietaria mayoritaria de acciones de MAPFRE.

Tenemos presencia en **51** países de los **cinco** continentes con más de **5 mil** oficinas propias en todo el mundo.



Cotizamos en las Bolsas de Madrid y Barcelona.

Contamos con **4** unidades de negocio:

- Seguros
- Asistencia
- Servicios y riesgos especiales
- Global Risks
- Reaseguro

Formamos parte de los índices IBEX 35, Dow Jones Stoxx Insurance, MSCI Spain, FTSE All-World Developed Europe Index, FTSE4Good y FTSE4Good IBEX.

2.4. MAPFRE EN MÉXICO

[G4-8]



17 oficinas territoriales	48 coordinaciones
209 oficinas delegadas	79 oficinas promotoras
94 oficinas delegadas	275 totales
66 oficinas directas	

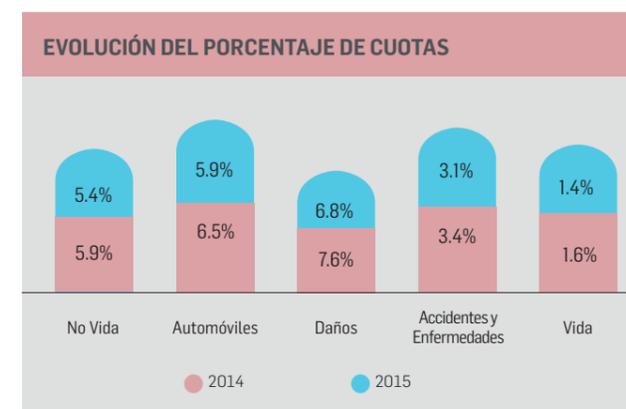
MAPFRE | MÉXICO

2.5. DESEMPEÑO EN CIFRAS

[G4-9, G4-EC1]

PORCENTAJE DE CUOTAS EN EL MERCADO MEXICANO				
SECTOR:	CRECIMIENTO DEL MERCADO	CRECIMIENTO MAPFRE MÉXICO	CUOTA DE MERCADO	RANKING
Autos	10.3	7.6	6.3	5
Daños	20.1	154.1	16.1	1
Accidentes y Enfermedades	5	12.6	3.6	7
Vida	9.1	45.5	2.2	11
No vida	11.8	68.3	8.9	4
*Total	10.6	64.2	5.9	5

*Al cuarto trimestre de 2015.



En MAPFRE México, seguimos siendo una compañía que presenta una solvente situación financiera.

Nuestro Grupo ha registrado crecimiento en sus ingresos acompañado por el fortalecimiento en su patrimonio. Con ello, hemos seguido consolidando nuestra posición en el mercado mexicano.

Al cierre de diciembre de 2015 en MAPFRE México generamos una emisión total de 22,051 MP, lo que representó un excelente crecimiento del 63.4%, derivado de la captación de la cuenta de PEMEX mediante licitación pública nacional con valor de 423 millones de dólares y vigencia bienal, el sector asegurador creció el 10.6%. Este crecimiento nos ha permitido ganar cuota de mercado en 1.9 puntos porcentuales, al pasar de 4.0% al 5.9%.

A pesar de un mercado mexicano sumamente competido hemos avanzado 5 posiciones en el mercado asegurador al pasar al número 5, con una cuota de mercado de 5.9%; en **No Vida** nos encontramos en el cuarto lugar y en el décimo primer en el ramo de **Vida**.



La aportación que realiza el holding a MAPFRE México a través del incremento en el patrimonio por 1,417 MP muestra la confianza que se tiene en nuestro país y nos ha permitido incursionar en la colocación de cuentas como PEMEX, el retorno de inversión por el aumento de capital se espera obtener a partir de 2016.

Después de cubrir los mínimos requeridos por las autoridades en cada una de las operaciones a riesgo, tenemos un margen de solvencia de 530.2 MP que representa el 19.3% de nuestro Capital Mínimo de Garantía requerido, el cual es de 2,744.9 MP.

Al cierre del ejercicio se tiene un sobrante en Cobertura de Reservas Técnicas de 448.1 MP.

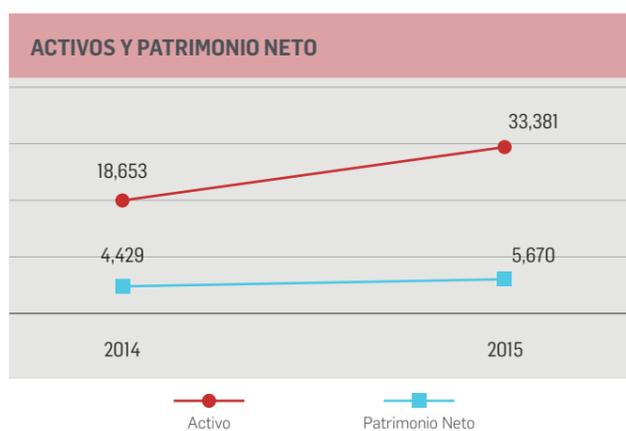
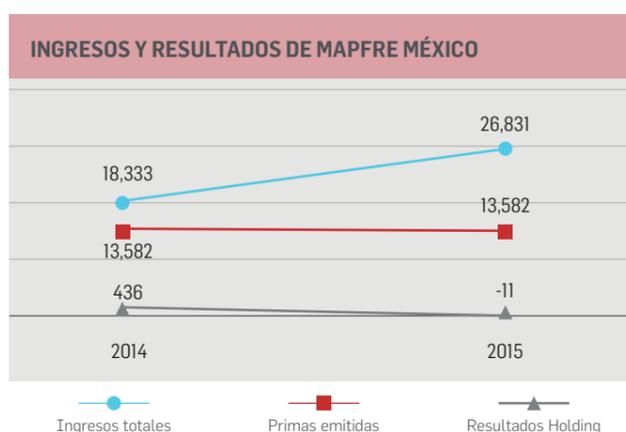
HISTÓRICO	2014	2015
INGRESOS TOTALES	18,333	26,831
Primas Emitidas	13,582	22,051
No Vida	11,224	18,641
Vida	2,358	3,410
Resultado de negocios no vida	263	-44
Resultado de negocios vida	82	-41
Resultado de otras actividades	0	0
Resultados antes de impuestos	345	-85
Resultados HOLDING antes de impuestos	436	-11

HISTÓRICO	2014	2015
ACTIVO	18,653	33,381
Inmovilizado	787	819
Inversiones	9,014	12,236
Provisiones técnicas del reaseguro cedido	3,779	8,517
Créditos	4,842	11,699
Cuentas de ajuste por periodificación	80	76
Efectivo en bancos y otros establecimientos	151	34

PASIVO	14,224	27,711
Provisiones técnicas	11,324	17,656
Provisiones para responsabilidades y gastos	411	455
Depósitos por reaseguro cedido	7	1
Deudas	2,482	9,599
Cuentas de ajustes por periodificación	0	0

PATRIMONIO NETO	4,429	5,670
Capital suscrito	100	1,517
Reservas patrimoniales	4,083	4,263
Resultados	246	-110

TOTAL PASIVO + CAPITAL	18,653	33,381
-------------------------------	---------------	---------------



2.6. FILOSOFÍA ORGANIZACIONAL

[G4-14, G4-56]

En MAPFRE México sabemos que la evolución de un país está en las manos de su gente, por ello consideramos como un reto permanente dar lo mejor de nosotros mismos teniendo la plena convicción de que la permanencia en el mercado de esta organización depende de la entrega y compromiso de cada uno de los que la conformamos, porque todos los días cada uno de nosotros escribe parte de esta gran historia.

Los principios y valores de MAPFRE a nivel global, son elementos esenciales que nos han permitido lograr el éxito y la sustentabilidad para nuestro negocio; y se encuentran definidos en nuestros Principios Institucionales, Empresariales y Organizativos a nivel Corporativo; los cuales, determinan la actuación de la empresa en todos los países en donde operamos.

VISIÓN

Ser la aseguradora global de confianza.

MISIÓN

Somos un equipo multinacional que trabaja para avanzar constantemente en el servicio y desarrollar la mejor relación con nuestros clientes, distribuidores, proveedores, accionistas y la sociedad.

VALORES

– **Solvencia.** Fortaleza financiera con rendimientos sostenibles. Diversificación internacional y afianzamiento en los distintos mercados.

– **Integridad.** La ética, guía de la conducta de toda persona. Orientación socialmente responsable en todas nuestras acciones.

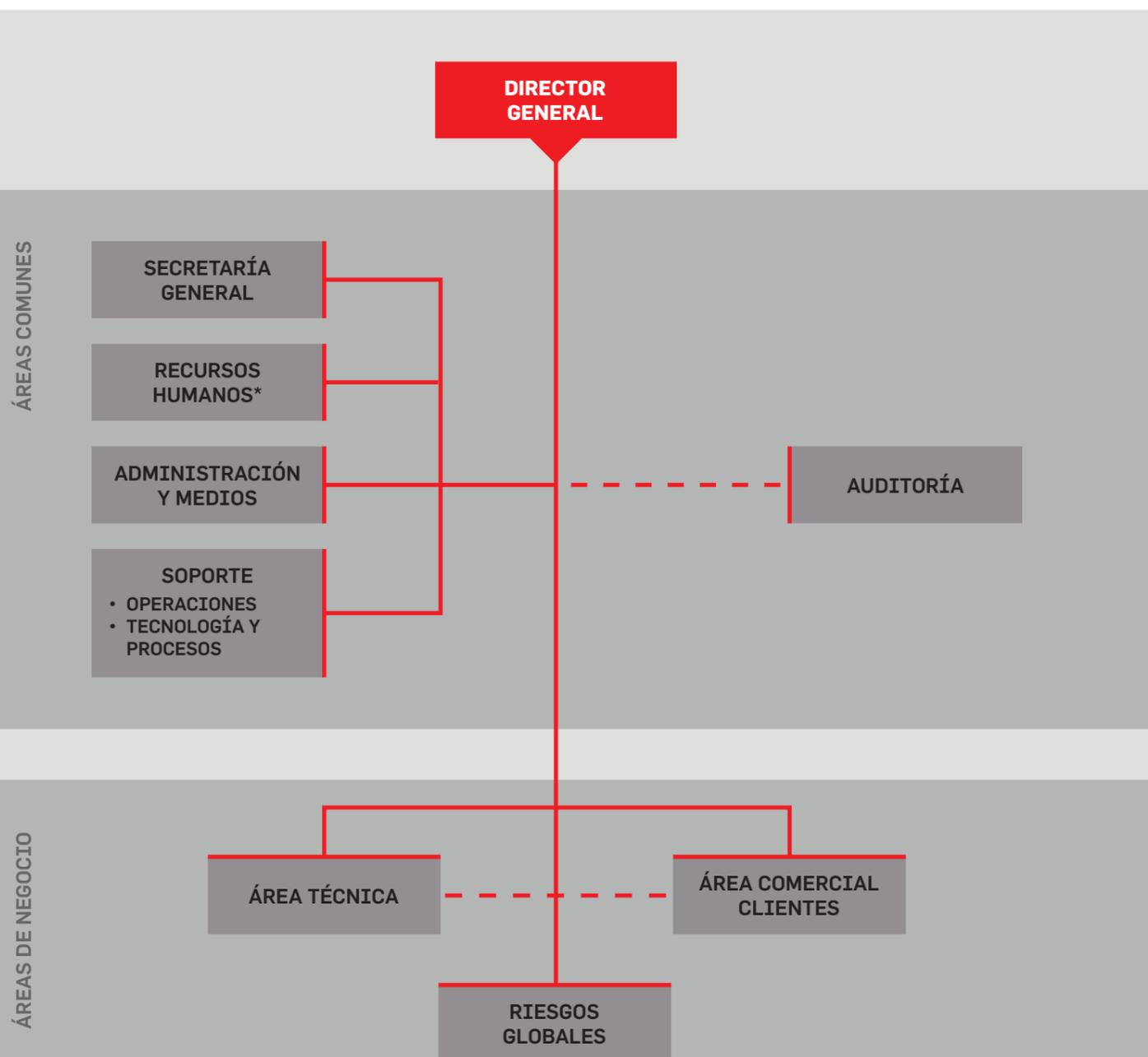
– **Vocación de servicio.** Búsqueda continua de la excelencia en el desarrollo de nuestra labor. Iniciativa permanente basada en la atención a clientes.

– **Innovación para el liderazgo.** Anhelos de progreso y mejora constante. Tecnología útil al servicio de los negocios y de sus metas.

– **Equipo comprometido.** Participación total del equipo en el proyecto MAPFRE. Capacitación y desarrollo, constantes de las capacidades y aptitudes del equipo.

2.7. ORGANIGRAMA MAPFRE MÉXICO

[G4-34]



* Las funciones de Responsabilidad Social dependen de la Dirección de Recursos Humanos.

2.8. GOBIERNO CORPORATIVO GRUPO MAPFRE

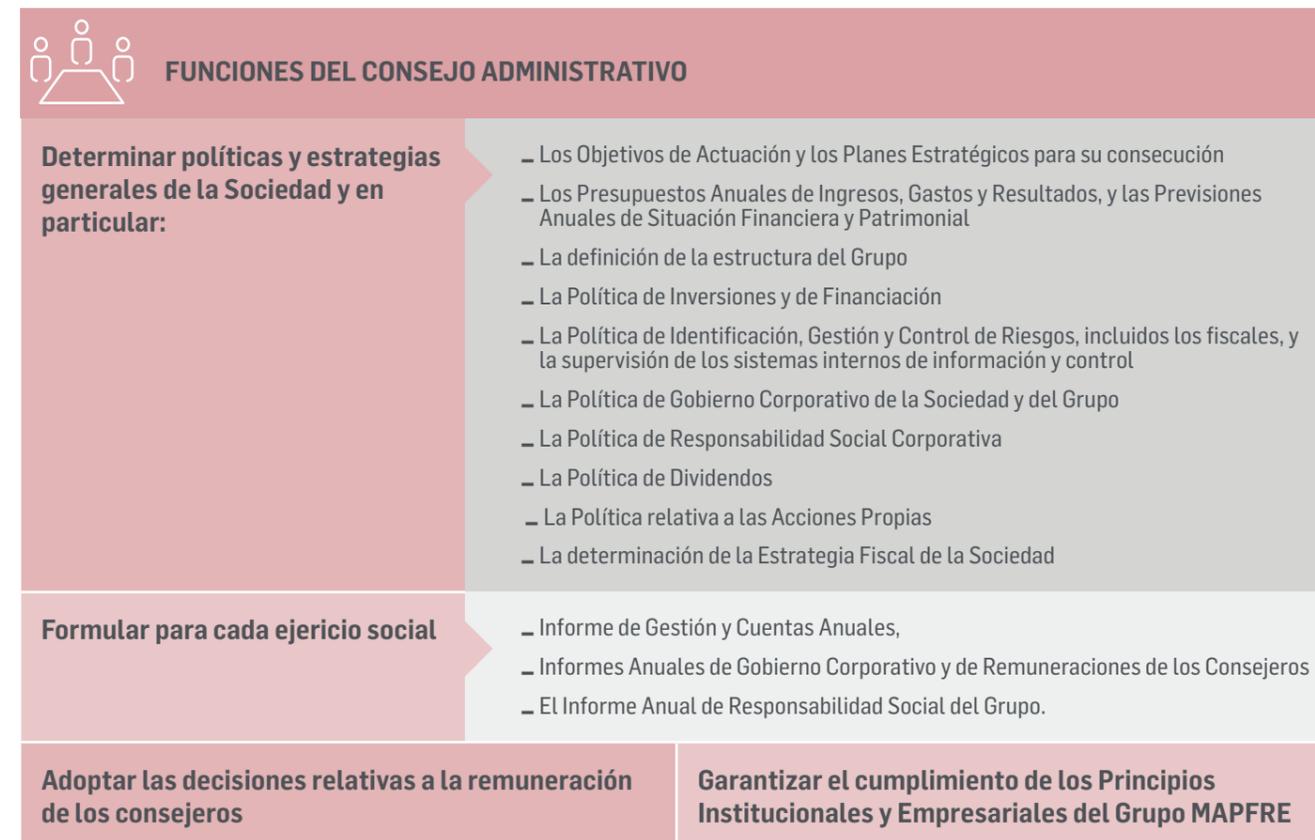
[G4-34, G4-38, G4-40, G4-48]

Para garantizar una adecuada gestión y control de la organización en cada uno de los países en los que operamos, todas las filiales nos hemos adherido a los Principios Institucionales, Empresariales y Organizativos de Grupo MAPFRE, que sustituyeron al Código de Buen Gobierno en 2015.

Adicionalmente, como MAPFRE México hemos integrado nuestros órganos de gobierno de acuerdo a lo que estipula La Ley General de Instituciones Mutualistas de Seguros, cumpliendo así con el marco legal nacional.

Los Principios Institucionales, Empresariales y Organizativos de Grupo MAPFRE establecen nuestra estructura como grupo: áreas corporativas globales, unidades de negocio, áreas territoriales, áreas regionales; así como nuestros órganos de gobierno.

El Consejo de Administración es el encargado de dirigir, administrar y representar a la sociedad de MAPFRE. El número de consejeros se determina a través de la Asamblea General Ordinaria de Accionistas y de acuerdo a las políticas y procedimientos del Consejo de Administración, nunca deberán ser menos de 5 ni más de 15, de los cuales, al menos un 25% deben ser independientes.



La composición actual del Consejo es de 18 miembros, de los cuales 5 son consejeros ejecutivos, 6 dominicales y 7 independientes. Para ampliar la información, pueden consultar la siguiente liga:

www.mapfre.com/corporativo-es/accionistas-inversores/inversores/gobierno-corporativo/



03



Nuestra Responsabilidad Social

En MAPFRE definimos nuestra Responsabilidad Social como "un compromiso voluntario y estratégico que implica procurar la consecución de nuestros objetivos empresariales, cumpliendo rigurosamente con nuestras obligaciones contractuales y legales, aplicando criterios de equidad y estabilidad en las relaciones con nuestros grupos de interés (stakeholders), contribuyendo así a la satisfacción de las necesidades presentes y futuras de la sociedad".

Durante 2015 hemos incorporado nuevas políticas y acciones que ponen de manifiesto la madurez de nuestro enfoque de Responsabilidad Social; la cual, se ve reflejada tanto en nuestro estudio de materialidad como en la nueva política de Responsabilidad Social y en nuestro modelo de creación de valor sostenible así como en la adhesión a nuevas iniciativas internacionales.

3.1. LA NUEVA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

[G4-56]

El 23 de julio de 2015 el Consejo de Administración de Grupo MAPFRE aprobó la nueva Política de Responsabilidad Social, en la que se determinaron objetivos concretos que vinculan la Responsabilidad Social con nuestro negocio, la gestión de riesgos ambientales sociales y de gobierno y finalmente con la creación de valor social, involucrando también a nuestros grupos de interés.

Esta nueva Política de Responsabilidad Social consta de 9 principios generales de actuación y 6 principios específicos que se relacionan con nuestros grupos de interés. El desarrollo y seguimiento de estos principios está a cargo del Comité de Responsabilidad Social Corporativa del grupo, quien reporta a su vez, al Consejo de Administración con sede en España.

Desde MAPFRE México, nos adecuamos al cumplimiento de estos principios porque reconocemos que a través de la Responsabilidad Social potencializamos nuestro negocio dentro del país.



OBJETIVOS

- _ Alcanzar el interés social y sus objetivos estratégicos.
- _ Gestionar la empresa desde los valores que deben estar presentes en cualquier proyecto empresarial que se desarrolle.
- _ Establecer relaciones estables y de equidad con los grupos de interés, principalmente, accionistas, colaboradores, proveedores, distribuidores, clientes y la sociedad.
- _ Gestionar los riesgos y oportunidades de negocio, asumiendo el impacto que genera en la sociedad y en el entorno.
- _ Transmitir el valor social de la empresa, en cada territorio, que concilia el valor de su actividad operativa con el valor de las actividades no lucrativas que se llevan a cabo.

9 PRINCIPIOS GENERALES PARA CUMPLIR CON LOS OBJETIVOS

- 1 Cumplimiento de los Compromisos Internacionales
- 2 Cumplimiento de las Leyes y normas nacionales e internacionales
- 3 Mantenimiento de prácticas de gobierno corporativo
- 4 Comunicación y diálogo con todos los grupos de interés
- 5 Compromiso con la transparencia
- 6 Compromiso con los Derechos Humanos
- 7 Responsabilidad Fiscal
- 8 Conservación y promoción del Medio Ambiente
- 9 Promoción de la responsabilidad social

6 PRINCIPIOS ESPECIFICOS PARA CUMPLIR CON LOS OBJETIVOS RELACIONADOS CON:

- 1 Colaboradores
- 2 Clientes y asegurados
- 3 Proveedores
- 4 Distribuidores/ mediadores
- 5 Accionistas
- 6 Sociedad

MECANISMOS DE DESARROLLO, SEGUIMIENTO Y CONTROL

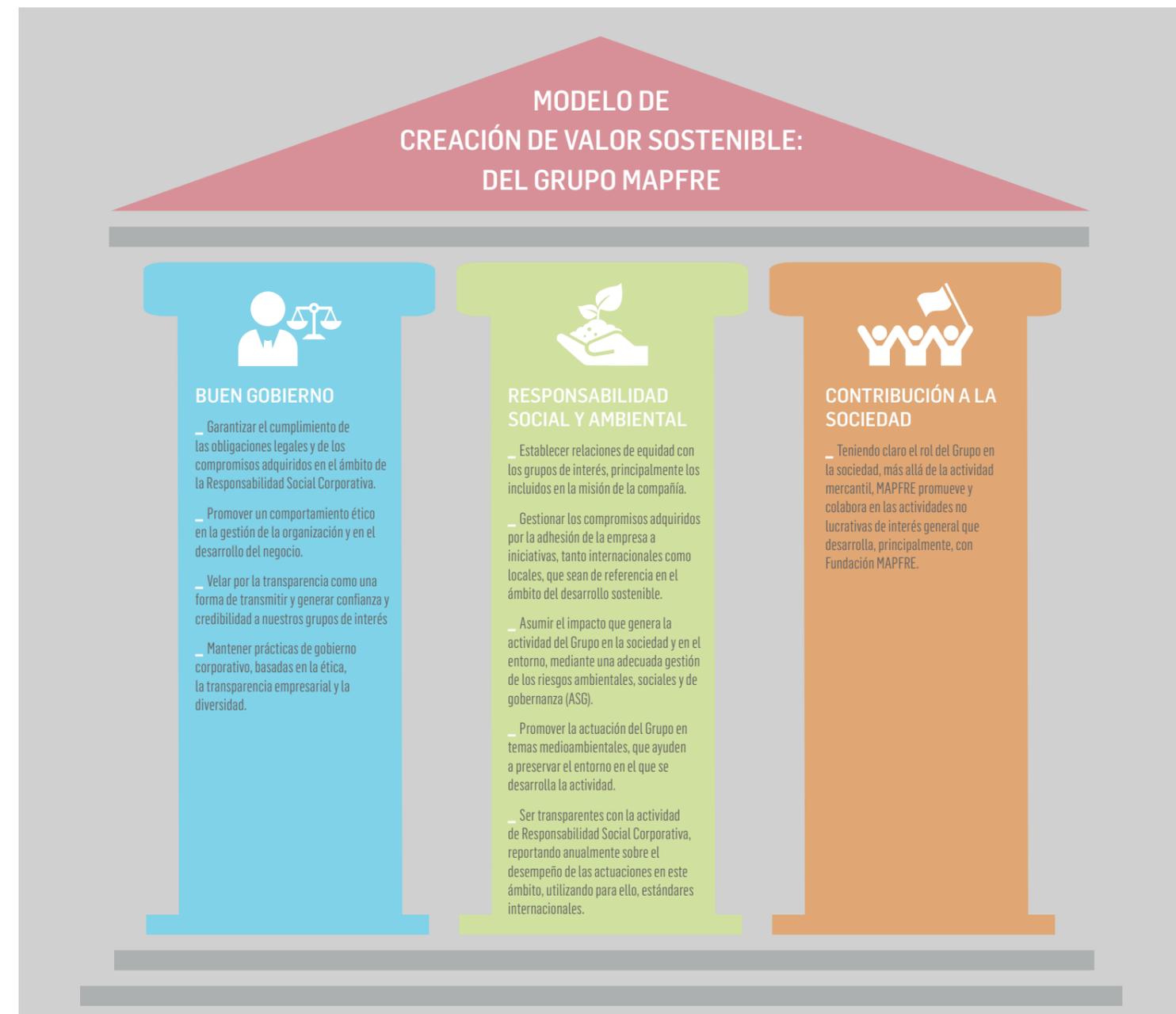
- _ Comité Corporativo de Responsabilidad Social Corporativa
- _ Consejo de Administración (órgano delegado)

Fuente: www.mapfre.com

3.2. MODELO DE CREACIÓN DE VALOR

Con el ánimo de seguir evolucionando y como parte de la alineación a la nueva Política de Responsabilidad Social y la adhesión a los Principios Institucionales, Empresariales y Organizativos de Grupo MAPFRE; nuestro modelo de creación de valor se ha modificado: además de incorporar a

la Responsabilidad Social y ambiental como uno de nuestros pilares del modelo de creación de valor, hemos añadido nuevos compromisos, los cuales, se pueden apreciar en el siguiente esquema.

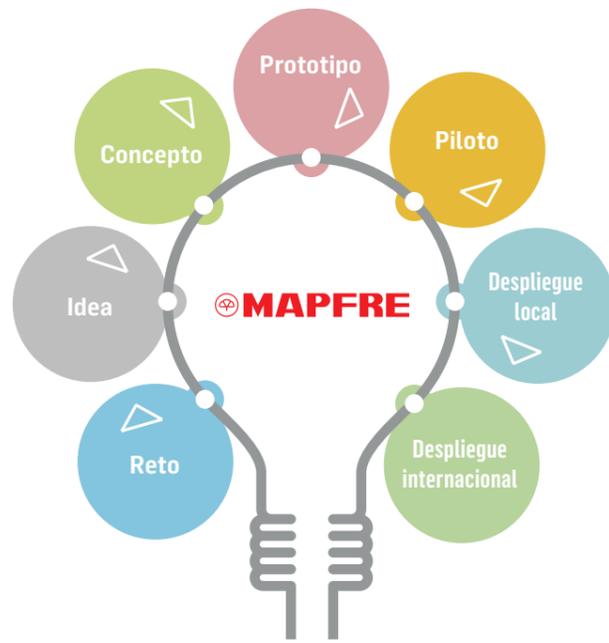


3.3. LA INNOVACIÓN EN MAPFRE

La innovación es un tema que ha adquirido suma relevancia en la creación de valor sostenible de Grupo MAPFRE y forma parte de nuestros valores empresariales y nuestra filosofía organizacional.

Nuestro modelo de innovación pone especial énfasis en desarrollar la creatividad de nuestros colaboradores y fidelizar a nuestros clientes al ofrecerles mejores productos y servicios; contribuyendo así, al crecimiento del negocio.

Con el objetivo de brindar soporte y dirección a las ideas de nuestros colaboradores para el desarrollo de proyectos con enfoque al cliente, creamos en 2015 la oficina de innovación en MAPFRE México con las siguientes funciones:



1.
Activar la innovación estableciendo un marco de actuación a nivel local para el desarrollo de propuestas de valor.

2.
Formar Innoagentes, es decir, colaboradores que fungen como embajadores de la Innovación en MAPFRE México, provenientes de todas las áreas de la organización: comerciales, unidades de negocio y áreas staff.

3.
Identificar retos estratégicos de negocio con enfoque al cliente.

4.
Identificar soluciones innovadoras dentro de la organización.

5.
Conducir la generación de ideas y proyectos.

6.
Brindar acompañamiento y soporte metodológico para el desarrollo de proyectos innovadores.

Gracias al trabajo realizado en nuestra oficina de innovación a lo largo del año, hemos logrado un mejor entendimiento de las necesidades de nuestros clientes, lo que ha dado paso al surgimiento de diferentes iniciativas, tales como:

– El Emisor Multiplataforma de Autos que facilita la cotización y configuración de los productos individuales de la Unidad de Automóviles brindando mayor rapidez en la emisión y respuesta al cliente.

– El Programa de Recompensas Color MAPFRE que busca generar confianza con nuestros agentes, otorgándoles

beneficios para incentivar su labor comercial. Este programa recibió un premio a la innovación en 2015 en la 4ª Cumbre Anual de Seguros Masivos en Miami.

Finalmente, para reconocer los avances de la oficina de innovación en México, fuimos seleccionados por la Dirección Corporativa de Innovación como sede de las Jornadas Anuales de Innovación en el mes de noviembre, en donde participaron países como: Alemania, Estados Unidos, Perú, Panamá, Brasil y China, entre otros; para compartir sus experiencias en el tema.

3.4. MATERIALIDAD Y DIÁLOGO CON GRUPOS DE INTERÉS (STAKEHOLDERS)

[G4-18, G4-19, G4-20, G4-21, G4-24, G4-25, G4-26, G4-27, G4-58]

Para reforzar nuestro compromiso con los requerimientos del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G4, dimos continuidad con el estudio de materialidad efectuado en 2014. Para 2015, procedimos a reorganizar los indicadores GRI en grupos, con el objetivo de vincularlos a las líneas y planes estratégicos del grupo (Ver el esquema "Fases del estudio de materialidad"), dando como resultado 29 nuevos temas que incluyen los 124 indicadores de GRI G4.

En este periodo incluimos a los aliados comerciales dentro de las consultas realizadas para el estudio de materialidad a nuestros otros grupos de interés (colaboradores, clientes y proveedores); pidiéndoles a todos ellos que evaluaran la importancia, así como la percepción de cada uno de estos 29 temas (Ver matriz de materialidad), dando como resultado 4 niveles de impacto:

a) Temas TOP Materiales: aquellos temas en que la valoración de los grupos de interés internos (MAPFRE México) y externos es alta.

b) Temas con Alta Relevancia Externa: aquellos temas en que la valoración de los grupos de interés externos ha sido alta, pero la valoración de MAPFRE México ha sido baja.

c) Temas con Alta relevancia Interna: aquellos temas en que la valoración de los grupos de interés externos ha sido baja, pero la valoración de MAPFRE México ha sido alta.

d) Temas No Materiales: Aquellos temas en los que tanto la valoración de MAPFRE México como la valoración externa de los grupos de interés ha sido baja.

Otro de los puntos importantes a destacar en nuestro último estudio de materialidad, es haber aumentado el número de participación en las consultas realizadas a nuestros grupos de interés en relación al 2014, lo que nos permite demostrar un mayor acercamiento hacia ellos para conocer la percepción e importancia sobre temas claves para nuestro negocio.

GRUPO DE INTERÉS	PARTICIPACIÓN DE USUARIOS	
	2014	2015
Colaboradores	221	1,036
Clientes	202	4,112
Proveedores	52	324
Aliados comerciales	ND	500

FASES DEL ESTUDIO DE MATERIALIDAD

Fase 1.
Diálogo y @ con los grupos de interés internos

– Agrupación de los 124 indicadores GRI G4 en 29 temas en función de las líneas y planes estratégicos del Grupo.

Fase 2.
Consulta con los grupos de interés

– A través de encuestas online donde se les preguntó la importancia y percepción de los 29 temas.
– Se incluyeron por primera vez a los aliados comerciales en la consulta.

Fase 3.
Presentación de resultados

– Las respuestas se agruparon en 4 niveles: temas top materiales, temas con alta relevancia externa, temas con alta relevancia interna y temas no materiales.

MATRIZ DE MATERIALIDAD DE MAPFRE MÉXICO



MATERIALES

- 1 Conocer la satisfacción de los clientes
- 2 Garantizar la privacidad de los datos de los clientes
- 3 Reducir las emisiones al medio ambiente
- 4 Promover la diversidad, igualdad y la no discriminación dentro de la empresa
- 5 Garantizar la estabilidad y seguridad en el empleo
- 6 Promover medidas de Prevención de Riesgos Laborales (PRL) y salud en la empresa
- 7 Generar beneficios económicos sostenibles
- 8 Contar con productos y servicios diseñados para generar un beneficio social
- 9 Controlar los vertidos de residuos al medio ambiente
- 10 Contar con códigos éticos y mecanismos de denuncia
- 11 Garantizar la formación y capacitación de los colaboradores

RELEVANTES EXTERNOS

- 12 Luchar contra la corrupción, el blanqueo de capitales y el fraude
- 13 Respetar y proteger los Derechos Humanos fundamentales
- 14 Facilitar información y etiquetado de los productos y servicios
- 15 Contar con mecanismos formales de reclamación que garanticen el cumplimiento normativo

RELEVANTES INTERNOS

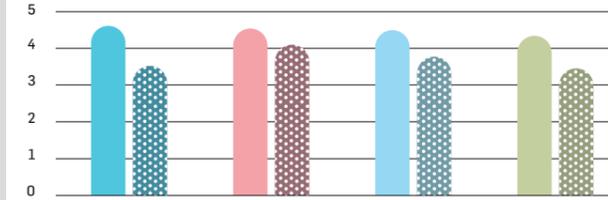
- 16 Apostar por directivos procedentes de la comunidad local donde la empresa opera
- 17 Contar con políticas y procedimientos para evaluar los riesgos sociales y medioambientales
- 18 Contar con políticas y procedimientos sobre la retribución de los órganos de gobierno
- 19 Garantizar la transparencia y la correcta gestión en la estructura de los órganos de gobierno
- 20 Contratar servicios con proveedores locales
- 21 Realizar evaluaciones de las prácticas laborales de los proveedores

NO MATERIALES

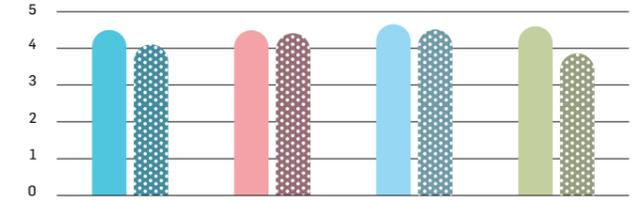
- 22 Contar con procesos de auditoría social y ambiental
- 23 Realizar evaluaciones en materia de Derechos Humanos a los proveedores
- 24 Controlar los impactos en la biodiversidad
- 25 Realizar evaluaciones ambientales a los proveedores
- 26 Conocer los impactos sociales y ambientales sobre los productos y servicios
- 27 Realizar evaluaciones de impacto social a los proveedores
- 28 Disponer de inversiones, controlar los gastos y resolver las reclamaciones significativas de carácter ambiental
- 29 Realizar evaluaciones de impacto en las comunidades locales en las que opera la empresa

IMPORTANCIA Y PERCEPCIÓN SOBRE LOS ASUNTOS MATERIALES DE ACUERDO A LAS VALORACIONES DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

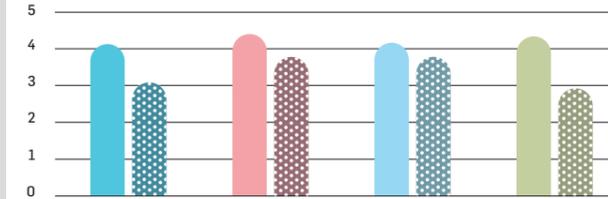
1. Conocer la satisfacción de los clientes



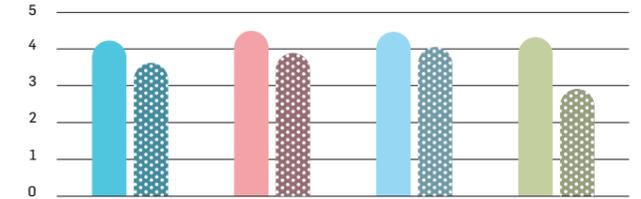
2. Garantizar la privacidad de los datos de los clientes



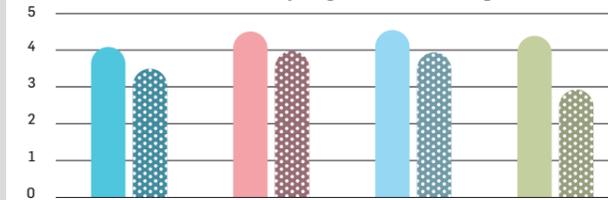
3. Reducir las emisiones al medio ambiente



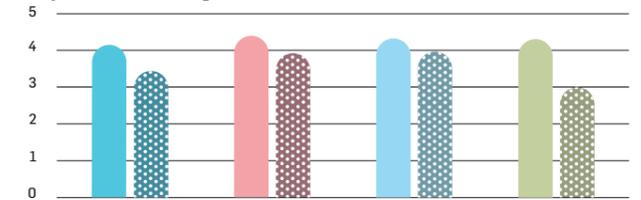
4. Promover la diversidad, igualdad y la no discriminación dentro de la empresa



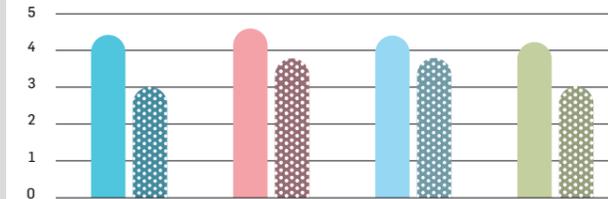
5. Garantizar la estabilidad y seguridad en el empleo



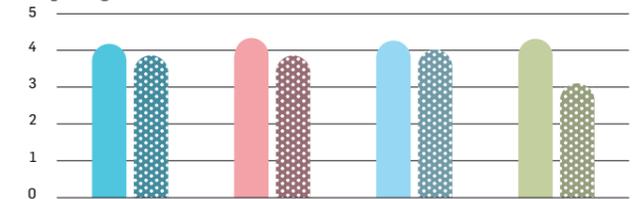
6. Promover medidas de Prevención de Riesgos Laborales (PRL) y salud en la empresa



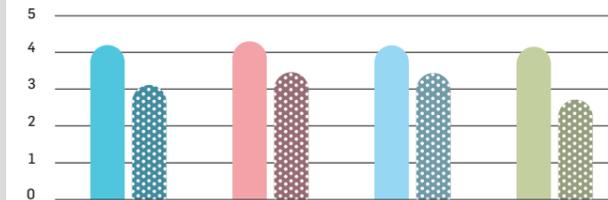
7. Generar beneficios económicos sostenibles



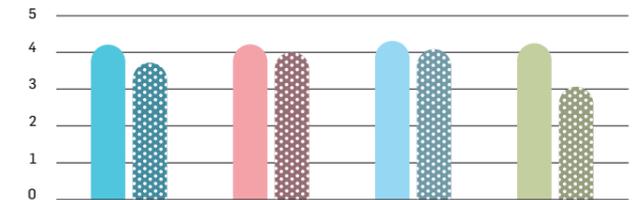
8. Contar con productos y servicios diseñados para generar un beneficio social



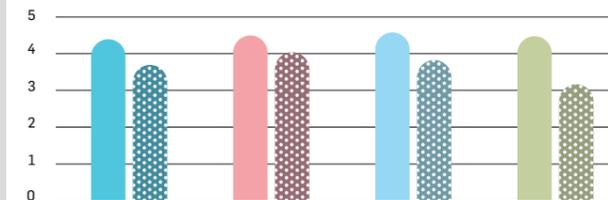
9. Controlar los vertidos de residuos al medio ambiente



10. Contar con códigos éticos y mecanismos de denuncia



11. Garantizar la formación y capacitación de los colaboradores



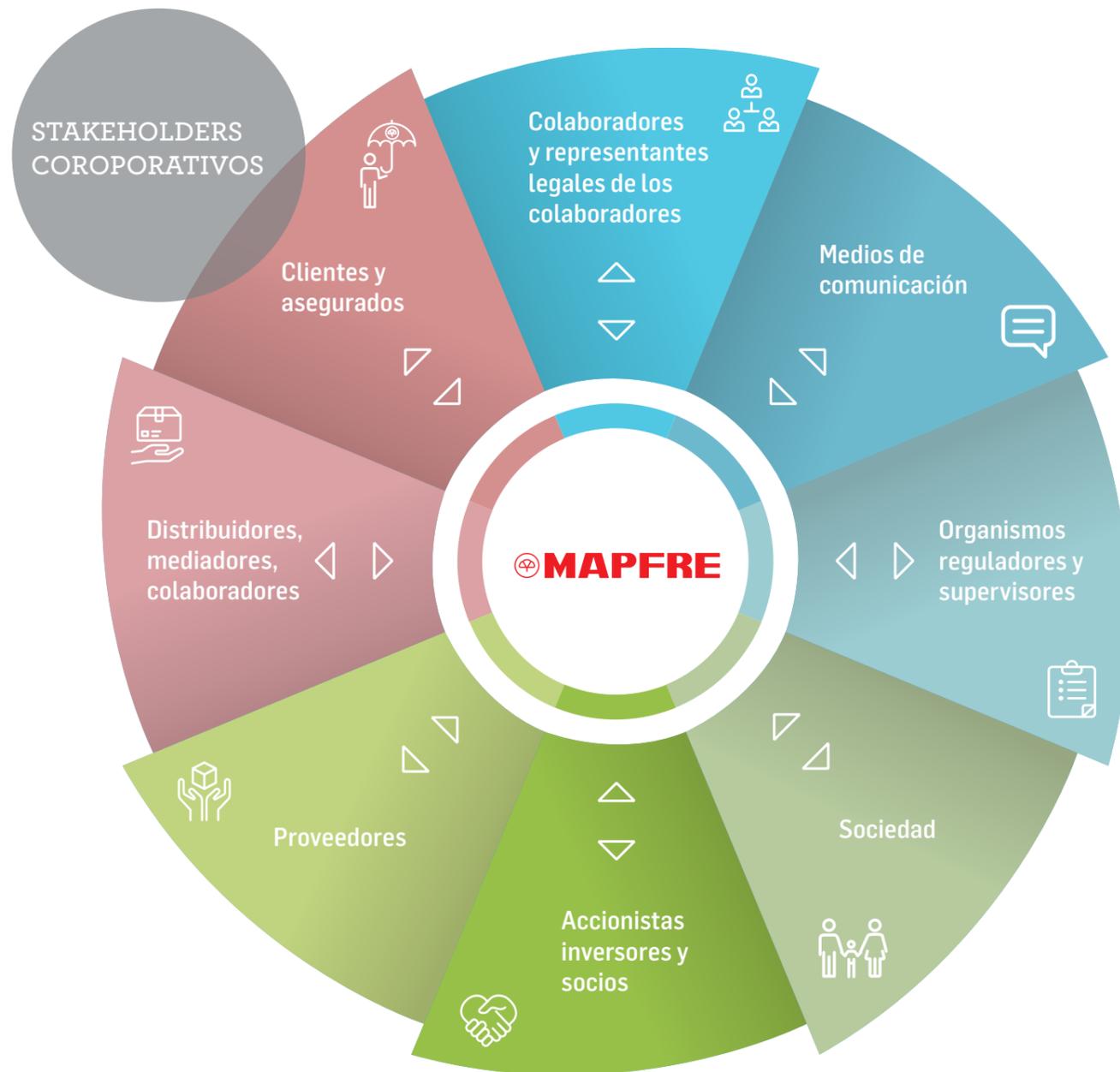
IMPORTANCIA: Aliados comerciales (Cyan), Proveedores (Pink)
 PERCEPCIÓN: Aliados comerciales (Dotted Cyan), Proveedores (Dotted Pink)

IMPORTANCIA: Colaboradores (Light Blue), Clientes (Light Green)
 PERCEPCIÓN: Colaboradores (Dotted Light Blue), Clientes (Dotted Light Green)

3.4.1. Relación y diálogo con los grupos de interés

Dialogar con nuestros grupos de interés es una cuestión fundamental para nuestro negocio, porque sabemos que una buena relación a largo plazo, se construye con el conocimiento

e intercambio mutuo. Por esta razón tenemos identificados a 8 grupos de interés con los que establecemos contacto continuo para conocer sus expectativas y nuestras áreas de mejora; y conscientes de que cada grupo es distinto, desarrollamos diferentes canales de comunicación con cada uno de ellos.



Colaboradores: intranet, portal interno, correo electrónico; newsletters; encuestas de clima laboral (GPTW); buzón de sugerencias, blogs, foros; reuniones de objetivos; talleres de Cultura Organizacional, boletín MiMAPFRE, canal de denuncias.

Representantes legales de los colaboradores: reuniones periódicas, comités, buzones.

Contacto directo con medios de comunicación, sala de prensa web, perfiles específicos en redes sociales.

Web Corporativa MAPFRE México; informes de Responsabilidad Social; buzones: exprésate/contactános; canales de denuncia y redes sociales Web Corporativa, Fundación MAPFRE México.

Oficinas físicas, call center, portal MAPFRE y oficina MAPFRE internet, encuestas de satisfacción, newsletter, quejas y reclamaciones, envíos postales, redes sociales, publicidad, patrocinios, estudio corporativo de materialidad, app móviles, WhatsApp y Zona Aliados.

Servicio telefónico al accionista, información web específica: "Accionistas e inversores", Junta General de Accionistas, boletines semestrales de actividades, correo electrónico, reuniones presenciales y teleconferencias, webcast.

Directamente o a través de asociaciones empresariales, locales e internacionales.

Zona Aliados MAPFRE, newsletter específicos, planes de formación, plataforma online mediadores, folletos comerciales, carteles de campañas, revistas especializadas, programas formativos y de capacitación, reuniones comerciales con los canales de venta; redes sociales.

Plataformas web, portales específicos, plataformas telefónicas propias y concertadas, boletines y revistas específicas, grupos de trabajo, redes sociales, reuniones y convenciones; encuestas internas y correo electrónico.

En el marco de la nueva política de Responsabilidad Social, establecimos compromisos concretos con nuestros grupos de interés para fortalecer nuestra relación, los cuales se mencionan a continuación.

PRINCIPIOS ESPECÍFICOS DE ACTUACIÓN DE LA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	
GRUPO DE INTERÉS	COMPROMISOS
COLABORADORES	<ul style="list-style-type: none"> a) Consolidar una cultura de respeto a las personas y comportamientos favorables y abiertos a la diversidad ante cualquiera de los grupos de interés de la compañía. b) Garantizar el derecho a la igualdad efectiva de oportunidades y de trato de todos los colaboradores que les permita, sin excepción, poder desarrollarse personal y profesionalmente. c) Evitar cualquier tipo de discriminación laboral en los ámbitos del acceso al empleo, promoción, clasificación profesional, formación, retribución, conciliación de la vida laboral y familiar y personal y demás condiciones laborales. d) Contribuir a mantener entornos laborales libres de acoso y comportamientos violentos u ofensivos hacia los derechos y dignidad de las personas, garantizando que, si se produjeran, se dispone de los procedimientos adecuados para tratar el problema y corregirlo. e) Alcanzar un nivel óptimo en la seguridad laboral consiguiendo un entorno de trabajo que permita a los profesionales de MAPFRE desarrollar su trabajo en las mejores condiciones físicas, psíquicas y de bienestar. f) Promover el establecimiento de condiciones retributivas que garanticen un salario digno, reconociendo el desempeño y la contribución de los colaboradores en los resultados de la empresa. g) Ofrecer a los colaboradores la oportunidad de canalizar y desarrollar su lado más solidario a través del Voluntariado Corporativo, de conformidad con el Plan General de Voluntariado de MAPFRE
CLIENTES Y ASEGURADOS	<ul style="list-style-type: none"> a) Prestar un asesoramiento honesto y una información completa sobre las características y cualidades de los productos y servicios de MAPFRE, previa a la contratación. b) Prestar un servicio accesible y de calidad en el plazo acordado, realizando un seguimiento de la experiencia del cliente, mediante encuestas que midan su satisfacción y por otros medios y sistemas que permitan una escucha activa y permanente del cliente en todos aquellos procesos y operaciones en los que éste se relaciona con la compañía. c) Mantener la debida confidencialidad en el tratamiento de sus datos. d) Gestionar y resolver sus reclamaciones en el plazo más breve posible. e) Mantener canales de comunicación adecuados y eficientes utilizando para ello, los medios que mejor se adapten. f) Innovar de forma permanente en productos y en servicios de valor añadido, facilitando y fomentando el acceso del mayor número de colectivos al seguro. g) Respetar y cumplir las normas que regulan las actividades de comunicación y marketing asumiendo los códigos voluntarios que dan transparencia y veracidad a dichas acciones.

PRINCIPIOS ESPECÍFICOS DE ACTUACIÓN DE LA POLÍTICA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA	
GRUPO DE INTERÉS	COMPROMISOS
PROVEEDORES	<ul style="list-style-type: none"> a) Además de poner el foco en la eficiencia y en la calidad de los productos y/o servicios que prestan los proveedores de MAPFRE, adoptar prácticas responsables que generen valor mutuo. b) Procurar que la cadena de valor cumpla con los principios y valores de MAPFRE, con el Código Ético y de Conducta y con los principios establecidos en esta política c) Garantizar que se cumplen en el Grupo tanto la Norma Corporativa de Compras como las Directrices Generales del Modelo y Políticas de gestión de proveedores de servicios.
DISTRIBUIDORES/ MEDIADORES	<ul style="list-style-type: none"> a) Mantener un diálogo permanente a través de las estructuras comerciales y plataformas específicas creadas a tal efecto. b) Procurar procesos de selección y remuneración que permitan valorar las habilidades y competencias profesionales, así como otros aspectos de interés para asegurar la calidad del servicio que prestan. c) Implantar un modelo de formación adaptado a las necesidades de cada distribuidor, teniendo especial atención en la capacitación orientada al cumplimiento de la estrategia y valores de MAPFRE y la Política de Responsabilidad Social Corporativa.
ACCIONISTAS	Promover la participación informada de los accionistas en las juntas generales dando a todos ellos un trato semejante.
SOCIEDAD	<ul style="list-style-type: none"> a) Asumir el impacto que su actividad genera en la sociedad, evaluando y gestionando los riesgos no financieros, éticos, de gobernanza, de reputación, sociales y medioambientales y aquellos relacionados con los Derechos Humanos. b) Comprometerse con aquellas iniciativas o actividades sociales que benefician a la sociedad. MAPFRE considera que sus ámbitos de acción social prioritaria son: la discapacidad, la prevención de accidentes y la seguridad vial, el fomento de la cultura aseguradora, la promoción de la salud, el medio ambiente y el voluntariado corporativo. Trabajar en estrecha colaboración con Fundación MAPFRE, la cual desarrolla sus actividades de conformidad con lo establecido por su Patronato y sus estatutos sociales c) Considerar que también desde la línea de patrocinios que promueve, de conformidad con el Manual Corporativo de Patrocinios, contribuye con el desarrollo de actividades que repercuten en beneficio de la sociedad

3.5. COMPROMISOS INTERNACIONALES

[G4-15, G4-HR3, G4-HR4, G4-HR5, G4-HR6, G4-HR8, G4-HR9, G4-HR10, G4-SO3, G4-SO4, G4-SO5, FS5]

Desde MAPFRE México, apoyamos las iniciativas internacionales a las que se encuentra adherido el grupo con el objetivo de contribuir al desarrollo sostenible. Tal es el caso de los Principios del Pacto Mundial, cuyas áreas de actuación han sido integradas a la nueva Política de Responsabilidad Social.

Anualmente MAPFRE reporta el progreso de estos principios, hecho que nos ha permitido obtener nuevamente el "nivel Advanced" de cumplimiento, esta información puede consultarse en la página web oficial de Pacto Mundial www.globalcompact.org

La siguiente tabla muestra la correlación entre los principios del Pacto Mundial y los indicadores GRI G4 sobre los que se reporta información.

PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	INDICADORES GRI G4	
DERECHOS HUMANOS		
1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.	Desempeño social – Inversión: G4-HR1, G4-HR2 – No discriminación: G4-HR3 – Evaluación de proveedores en materia de derechos humanos: G4-HR10, G4-HR11 – Libertad de asociación y negociación colectiva: G4-HR4 – Trabajo infantil: G4-HR5 – Trabajos forzados: G4-HR6 – Medidas de seguridad: G4-HR7 – Derechos de la población indígena: G4-HR8 Desempeño económico: G4-EC5	– Relaciones entre los colaboradores y la dirección: G4-LA4 – Salud y seguridad en el trabajo: G4-LA5- G4-LA8 – Diversidad e igualdad de oportunidades: G4-LA12 – Igualdad de retribución entre mujeres y hombres: G4-LA13 – Salud y seguridad del cliente: G4- PR1, G4-PR2 – Privacidad del cliente: G4-PR8
2. Evitar la complicidad en la violación de los derechos humanos.	Desempeño social – Inversión: G4-HR1, G4-HR2 – No discriminación: G4-HR3 – Evaluación de proveedores en materia de derechos humanos: G4-HR10, G4-HR11 – Libertad de asociación y negociación colectiva: G4-HR4 – Trabajo infantil: G4-HR5	– Trabajos forzados: G4-HR6 – Medidas de seguridad: G4-HR7 – Derechos de la población indígena: G4-HR8 – Evaluación: G4-HR9 – Mecanismos de reclamación en materia de Derechos Humanos: G4-HR12

PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	INDICADORES GRI G4	
DERECHOS LABORALES		
3. Apoyar y respetar la libertad de asociación y filiación y, el reconocimiento efectivo a la negociación colectiva.	Desempeño social – Relaciones entre los colaboradores y la dirección: G4-LA4 – Inversión: G4-HR1, G4-HR2	– Libertad de asociación y negociación colectiva: G4-HR4
4. Eliminar toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.	Desempeño social – Inversión: G4-HR1, G4-HR2 – Trabajos forzados: G4-HR6	– Evaluación de proveedores en materia de derechos humanos: G4-HR10, G4-HR11
5. Erradicar el trabajo infantil.	Desempeño social – Inversión: G4-HR1, G4-HR2 – Libertad de asociación y negociación colectiva: G4-HR4	– Trabajo infantil: G4-HR5 – Evaluación de proveedores en materia de derechos humanos: G4-HR10, G4-HR11
6. Eliminar la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.	Desempeño social – Empleo: G4-LA1, G4-LA2 – Diversidad e igualdad de oportunidades: G4-LA12 Desempeño económico: G4-EC6	– Inversión: HR1, G4-HR2 – No discriminación: G4-HR3
MEDIO AMBIENTE		
7. Aplicar enfoques orientados al desafío de la protección medioambiental.	Desempeño económico: G4-EC2	Desempeño medioambiental – Emisiones, vertidos y residuos: G4-EN19 – Productos y servicios: G4-EN27, G4-EN28 – General: G4-EN31
8. Fomentar una mayor responsabilidad ambiental.	Desempeño medioambiental – Materiales: G4-EN1, G4-EN2 – Energía: G4-EN3 - G4-EN7 – Agua: G4-EN8 - G4-EN10 – Biodiversidad: G4-EN11 - G4-EN14 – Emisiones: G4-EN15 - G4-EN21 – Efluentes y residuos: G4-EN22 - G4-EN24 Desempeño social – Etiquetado de productos y servicios: G4-PR3, G4-PR4	– Productos y servicios: G4-EN27, G4-EN28 – Cumplimiento normativo: G4-EN29 – Transporte: G4-EN30 – General: G4-EN31

PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL	INDICADORES GRI G4	
9. Facilitar el desarrollo y la divulgación de medios tecnológicos respetuosos con el medio ambiente.	Desempeño medioambiental – Materiales: G4-EN2 – Energía: G4-EN5 - G4-EN7 – Agua: G4-EN10	– Emisiones, vertidos y residuos: G4-EN19 – Productos y servicios: G4-EN27, G4-EN28 – General: G4-EN31
ANTICORRUPCIÓN		
10. Lucha contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo la extorsión y el soborno.	Desempeño social – Lucha contra la corrupción: G4-SO3 - G4-SO5 – Comunidades locales: G4-SO2 - G4- G4-SO4	– Política Pública: G4-SO5 - G4-SO6

Este compromiso con el Pacto Mundial ha permitido trabajar a MAPFRE en la iniciativa de Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), promovida también por Naciones Unidas y que recientemente sustituyeron a los Objetivos de Desarrollo del Milenio. En 2016 trabajaremos en identificar aquellos ODS en los que la compañía pueda contribuir de forma activa y compartiremos los datos en el próximo informe.

Otra de las iniciativas de Naciones Unidas a las que MAPFRE se encuentra adherido desde 2012 y es miembro fundador, son los Principios para la Sostenibilidad en Seguros (PSI). Estos principios fueron creados por el Programa Ambiental de Naciones Unidas (UNEPI) y promueven aspectos medioambientales como el cambio climático, gestión del agua y la contaminación; aspectos sociales como la inclusión financiera, derechos humanos, riesgos para la salud derivados del desarrollo y el envejecimiento de la población; y aspectos de gobierno corporativo: cumplimiento de la regulación, gestión ética, conflictos de intereses y transparencia.

Dichos aspectos son conocidos como factores ASG (ambientales, sociales y de gobierno) y han sido diseñados con la finalidad de incorporarlos a la gestión del negocio. A principios de 2013, Fundación MAPFRE elaboró la versión en español de los PSI en colaboración con la Secretaría de UNEP para ampliar la difusión de los principios, anteriormente el documento sólo estaba en inglés y portugués.

La siguiente tabla muestra los PSI y cómo MAPFRE trabaja en su integración en el negocio, así como también, los indicadores GRI G4 asociados a dichos principios:



PRINCIPIOS PARA LA SOSTENIBILIDAD EN SEGUROS	LOCALIZACIÓN EN EL INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE MAPFRE 2015
<p>1 Integrar en el proceso de toma de decisiones las cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza (cuestiones ASG) pertinentes a la actividad de seguros.</p>	<p>Carta del Presidente</p> <p>MAPFRE y la Responsabilidad Social Corporativa</p> <ul style="list-style-type: none"> – Nueva Política de Responsabilidad Social Corporativa – El modelo de creación de valor sostenible – La relación con los grupos de interés: materialidad – Compromisos con el desarrollo sostenible: <ul style="list-style-type: none"> Internacionales: <ul style="list-style-type: none"> • Pacto Mundial de Naciones Unidas – ODS • UNEFI – PSI • Adhesión a la Declaración del Sector Seguros de la ONU; • Firma del compromiso "Paris Pledge por Action (COP21)". • Signataria de los programas de Carbon Disclosure Program; Water Disclosure y Carbon Action Locales: <ul style="list-style-type: none"> • Integración en el Grupo Español de Crecimiento Verde; Firma de la Declaración de Barcelona; Firma del Pacto por la Biodiversidad; Adhesión a la Iniciativa "un millón de compromisos por el clima". – Factores y riesgos ambientales, sociales y de gobierno (ASG) – Medidas de prevención y cumplimiento <p>Dimensión Social de MAPFRE</p> <ul style="list-style-type: none"> – MAPFRE y sus colaboradores: política de empleo; diversidad, inclusión e igualdad de oportunidades; gestión del talento; política de compensaciones y de reconocimiento; bienestar y conciliación; clima organizaciones y reputación interna; comunicación interna; representación legal de los colaboradores, voluntariado corporativo – MAPFRE y sus clientes: innovación; canales de comunicación; calidad; reclamaciones y quejas – MAPFRE y sus distribuidores: selección y formación – MAPFRE y sus proveedores: relación con proveedores y sistemas de apoyo, criterios de selección y de relación; homologación; fidelización y evaluación de la calidad del servicio; formación – MAPFRE y sus accionistas: FTSE4good y FTSE4Good Ibox y Carbon Disclosure Project (CDP) <p>Dimensión medioambiental de MAPFRE:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Compromiso de MAPFRE con el Medio Ambiente y la Sostenibilidad. – Sistema Integrado de Gestión Ambiental, Energético y de Huella de Carbono. – Estrategia de MAPFRE para la Mitigación y Adaptación al Cambio Climático. – Preservación de la Biodiversidad. <p>Información complementaria: Índice de contenido GRI G4</p>

PRINCIPIOS PARA LA SOSTENIBILIDAD EN SEGUROS

2 Colaborar con los clientes y socios comerciales para concienciar sobre las cuestiones ambientales, sociales y de gobernanza, gestionar el riesgo y desarrollar soluciones.

3 Colaborar con los gobiernos, los reguladores y otros grupos de interés fundamentales, con el fin de promover una acción amplia en toda la sociedad sobre los temas ambientales, sociales y de gobernanza.

4 Rendir cuentas y mostrar transparencia, divulgando de manera pública y periódica los avances en la aplicación de estos los Principios.

LOCALIZACIÓN EN EL INFORME ANUAL DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE MAPFRE 2015

MAPFRE y la Responsabilidad Social Corporativa

- Factores y riesgos ambientales, sociales y de gobierno (ASG): La importancia de convertir los riesgos en oportunidades de negocio

Dimensión Social de MAPFRE:

- MAPFRE y sus clientes: innovación; canales de comunicación; calidad;
- MAPFRE y sus distribuidores: selección y formación
- MAPFRE y sus proveedores: relación con proveedores y sistemas de apoyo, criterios de selección y de relación; homologación; fidelización y evaluación de la calidad del servicio; formación

Dimensión medioambiental de MAPFRE:

- Compromiso de MAPFRE con el Medio Ambiente y la Sostenibilidad.
- Actuaciones realizadas 2015: Cálculo y reporte de la huella de carbono de productos y servicios para compañías de la cartera de MAPFRE, reducción de requisitos energéticos en productos y servicios, evaluación del impacto ambiental de la organización por clientes.
- Cambio Climático: Iniciativas con Proveedores, Productos y Servicios.

Información complementaria: Índice de contenido GRI G4

MAPFRE y la Responsabilidad Social Corporativa

- Compromisos con el desarrollo sostenible:

Internacionales:

- Pacto Mundial de Naciones Unidas – ODS
- UNEFI – PSI
- Adhesión a la Declaración del Sector Seguros de la ONU;
- Firma del compromiso "Paris Pledge for Action (COP21)".
- Signataria de los programas de Carbon Disclosure Program; Water Disclosure y Carbon Action

Locales:

- Integración en el Grupo Español de Crecimiento Verde; Firma de la Declaración de Barcelona; Firma del Pacto por la Biodiversidad; Adhesión a la Iniciativa "un millón de compromisos por el clima".

Dimensión medioambiental de MAPFRE:

- Compromiso de MAPFRE con el Medio Ambiente y la Sostenibilidad.
- Sistema Integrado de Gestión Ambiental, Energético y de Huella de Carbono.
- Cultura Medioambiental.

Información complementaria: Índice de contenido GRI G4

Informe Anual de Responsabilidad Social de MAPFRE 2015

www.mapfre.com

En 2015, dentro del marco de los PSI, MAPFRE se adhirió al compromiso general de la industria aseguradora de apoyo a la Reducción del Riesgo de Desastres de Naciones Unidas (United for disaster resilience), con el objetivo de difundir los compromisos del grupo destinados tanto a construir mecanismos de supervivencia frente a desastres como a promover la sostenibilidad social, económica y ambiental.

También, durante la pasada Conferencia sobre Cambio Climático (COP 21) celebrada en París, MAPFRE se suscribió al compromiso "Paris Pledge for Action" que invita a las organizaciones a tomar medidas inmediatas (antes de la entrada en vigor del acuerdo de París en 2020) para combatir al cambio climático y sus consecuencias, construyendo mecanismos destinados a la resiliencia. En este marco,

MAPFRE ratificó su compromiso para reducir sus emisiones de gases de efecto invernadero y contribuir de esta forma, a un límite de temperatura del planeta por debajo de los 2°C.

Asimismo, MAPFRE es signataria de los Programas Carbon Disclosure, Water Disclosure y Carbon Action pertenecientes a la Iniciativa Climate Disclosure Project (CDP). Como resultado de estos compromisos a nivel global, MAPFRE ha sido incluida en la A-List Global, por haber logrado la máxima calificación (A) en cuanto a desempeño en mitigación y adaptación al cambio climático.

El siguiente cuadro muestra los compromisos voluntarios asumidos por Grupo MAPFRE.

COMPROMISOS VOLUNTARIOS ASUMIDOS POR MAPFRE



Firma de la **Declaración Medioambiental del Sector Asegurador del Programa Ambiental de las Naciones Unidas (UNEP)**.



Adhesión al **Pacto Mundial de Naciones Unidas**.



Signatario de los **Principios para la Sostenibilidad en Seguros (PSI)** de la Iniciativa Financiera del Programa Ambiental de las Naciones Unidas.



Signatario de los Programas "Carbon Disclosure", "Water Disclosure" y "Carbon Action" del Climate Disclosure Project (CDP), formando parte de las 113 compañías a nivel mundial incluidas en la **A-List Global**, por haber logrado la máxima calificación (A) en cuanto a desempeño en mitigación y adaptación al cambio climático, y transparencia de la información reportada.

COMPROMISOS VOLUNTARIOS ASUMIDOS POR MAPFRE



Certificación del Sistema Integrado de Gestión Medioambiental y Energética conforme a estándares internacionales ISO 14001 e ISO 50001.

Cálculo y verificación de la huella de carbono conforme a la Norma ISO 14064.



Firma de Declaración de Naciones Unidas en apoyo a la reducción del riesgo de desastres del sector seguros, que promueve el conocimiento y la definición de estrategias y mecanismos que contribuyan a la construcción de comunidades y economías más sostenibles.



Adhesión a la iniciativa "Un Millón de Compromisos por el Clima", promovida por ECODES y el Ministerio de Medio Ambiente, Alimentación y Agricultura, con la que MAPFRE difundió su compromiso de reducir un 20% nuestras emisiones de gases de efecto invernadero a 2020.



Firma del compromiso "Paris Pledge for Action", como signatarios de los Principios de Aseguramiento Sostenible (PSI), ratificando nuestro compromiso para lograr un escenario climático en el que el aumento de temperatura quede limitado por debajo de los 2°C, tomando medidas de forma inmediata para reducir nuestras emisiones de gases de efecto invernadero.

3.6. FACTORES Y RIESGOS AMBIENTALES, SOCIALES Y DE GOBIERNO –ASG–

[G4-2, G4-14, G4-15, G4-45, G4-47, G4-EC2, G4-HR5, G4-HR6, FS4, FS9, FS10, FS11]

En reconocimiento del impacto que genera nuestra actividad en el entorno y la sociedad, tenemos integrados los aspectos ambientales, sociales y de gobierno (ASG) en nuestra toma de decisiones; ya que esto nos permite gestionar riesgos y desarrollar y promover un negocio más responsable, que nos ayuda a generar confianza en nuestros grupos de interés.

En 2015, actualizamos la tabla de factores ASG que reportamos para el informe 2014, tomando como referencia los temas materiales que se encuentran en nuestra matriz de materialidad.

TABLA DE FACTORES ASG DE MAPFRE

FACTORES Y CRITERIOS ESPECÍFICOS

AMBIENTALES

- Cambio climático
- Eco-eficiencia: optimización de recursos
- Preservación de la biodiversidad y la degradación de los ecosistemas
- Contaminación

SOCIALES

Derechos Laborales

- Empleo
- Igualdad y no discriminación
- Inclusión de colectivos vulnerables o de riesgo
- Formación y desarrollo profesional
- Salario digno
- Conciliación de la vida laboral y personal
- Gestión del talento interno y atracción del talento externo

Seguridad y Salud

- Prevención: accidentes, bajas laborales, etc.
- Salud: envejecimiento de la población, promoción de entornos saludables y programas globales
- Seguridad: garantizar un entorno laboral seguro y confiable

Responsabilidad con los clientes:

- Marketing responsable
- Canales de reclamación y seguimiento
- Seguridad y privacidad de los datos de carácter personal
- Cartera de productos y servicios:
 - Innovación: productos diseñados para generar un beneficio social y ambiental
 - Cuestiones demográficas: envejecimiento de la población
- Tecnología: nuevos entornos de conocimiento y colaboración, nuevos sistemas, nuevos riesgos y nuevos productos
- Promover cultura aseguradora

Cadena de valor (proveedores, subcontratas, etc.)

- Política y procedimientos de compras integrados: selección, homologación y contratación incorporando criterios de responsabilidad social y medioambientales
- Análisis y evaluación: derechos laborales, seguridad y salud, derechos humanos, medio ambiente

GOBIERNO

Ética, Integridad y principios:

- Órganos de gobierno:
 - Liderazgo del Consejo
 - Anticorrupción y soborno
 - Transparencia fiscal
 - Reglamentos/ Códigos Éticos y de Conducta: seguimiento, cumplimiento, evaluación, mecanismos de denuncia (internos y externos) transparencia
- Protección de los derechos de los accionistas

3.6.1. Análisis de riesgos ASG

La identificación, medición, vigilancia, gestión y mitigación de los riesgos del grupo recae en los órganos de gobierno que se encuentran conformados por el Consejo de Administración, la Comisión Delegada, el Comité de Auditoría y el Comité de Riesgos y Cumplimiento. Para llevar a cabo el análisis de riesgos, en MAPFRE México nos basamos en dos políticas:

– Política de Gestión de Riesgos del Grupo, donde se establecen las bases, los principios y el modelo general de actuación para la gestión de riesgos, a fin de integrarlos como parte de los procesos de toma de decisiones en la organización para contribuir a la preservación de la solvencia y fortaleza financiera del Grupo.

– Política de la Función de Cumplimiento del Grupo (actualizada en diciembre de 2015), que establece como objetivo principal, minimizar la probabilidad de que se materialice el riesgo legal y de incumplimiento, estableciendo para ello mecanismos de prevención y control eficaces, fomentando la formación del personal en la materia y promoviendo una cultura ética y de cumplimiento en toda la organización.

Durante 2015, como resultado de la adopción de Solvencia II, se aprobaron diferentes políticas en materia de riesgos, entre las que se encuentra:

– **Apetito al riesgo**, que es el marco global de actuación sobre el riesgo que el Grupo está dispuesto a asumir, incluyendo los tipos de riesgo y los límites aplicables a éstos.

– **Gestión de Activos y Pasivos**, de **Riesgo de Liquidez** y de **Riesgo Operacional**, que establecen los principios básicos y el marco general de actuación en materia.

Por su parte, los factores ASG son administrados de forma transversal a través de los riesgos estratégicos y de gobierno corporativo; los riesgos operacionales; los riesgos legales y de incumplimiento; y los riesgos de seguridad y medio ambiente.

En MAPFRE México, tenemos identificados los siguientes tipos de riesgos:

– **Riesgos estratégicos y de Gobierno Corporativo.** Incluye: riesgos de ética empresarial y de Gobierno Corporativo, de estructura organizativa, de alianzas, fusiones y adquisiciones derivados del entorno regulador y el de competencia. El Comité de Ética es el encargado de controlar y supervisar estos riesgos; y se gestionan se través de las Normas de Actuación Ética, el Código de Buen Gobierno y el Código Ético y de Conducta.

– **Riesgos operacionales.** Incluye: pérdidas reales y potenciales derivadas de la inadecuación o fallos en los procesos, el personal y los sistemas internos, o la ocurrencia de acontecimientos externos. La Política de Gestión del Riesgo Operacional aprobada en 2015 establece el marco de actuación para los riesgos operacionales.

– **Riesgos de mercado.** Incluye la volatilidad de los precios correspondientes a las carteras de inversiones y valuación de nuevas inversiones.

– **Riesgos de crédito.** Incluye: el incumplimiento de las contrapartes por préstamos o inversiones mediante la determinación de las probabilidades de incumplimiento.

– **Riesgos de liquidez.** Incluye dos vertientes: Liquidez por Bursatilidad y por Descalce de Activos y Pasivos. En este tipo de riesgos se vigila el nivel de bursatilidad de las inversiones mediante la métrica de la duración modificada las brechas entre activos y pasivos.

En la siguiente tabla se mencionan aquellos aspectos que tienen relación con los factores ASG agrupados por las áreas de riesgos de MAPFRE:



NOMBRE	DESCRIPCIÓN
ACTUARIAL	Inadecuación o fallos producido por: <ul style="list-style-type: none"> – la incorrecta definición de la política de reaseguro y los derivados de su incumplimiento – la inapropiada tarificación de productos y revisión de tarifas
JURÍDICA	Inadecuación o fallos producido por: <ul style="list-style-type: none"> – el desconocimiento o no aplicación de la normativa legal, fiscal o específica de la actividad o por la realización de operaciones al margen de las leyes que gobiernan en los países – la no existencia de contratos mantenidos en la entidad, errores en su formalización/elaboración, no revisión de los mismos – la incorrecta gestión de las reclamaciones y quejas y de operaciones sospechosas y obligatorias de blanqueo de capitales
TECNOLÓGICA	Inadecuación o fallos producido por: <ul style="list-style-type: none"> – una inconsistente red tecnológica y líneas de comunicación (RCCM, ADSL telefónicas, fax, LAN/WAN, etc.) – una deficiente seguridad y protección de los sistemas tecnológicos y aplicaciones informáticas existentes, así como en el acceso (passwords) o encriptación de datos – la inexistencia de aplicaciones (software), la falta de adaptación de éstas a las necesidades de las áreas, e insuficiente integración entre las distintas aplicaciones
PERSONAL	Inadecuación o fallos producido por: <ul style="list-style-type: none"> – la falta de formación, experiencia y capacitación de los empleados de la compañía o la no adaptabilidad del personal a la visión, misión y valores de la entidad. Se incluyen aspectos relacionados al dimensionamiento de los departamentos
COLABORADORES	Inadecuación o fallos producido por: <ul style="list-style-type: none"> – la falta de formación, experiencia y capacitación de la estructura comercial de la compañía o de los profesionales externos contratados por la entidad – la no adaptabilidad de la red comercial o profesionales externos a la visión, misión y valores de la entidad – el insuficiente dimensionamiento de la estructura comercial o profesionales externos colaboradores
PROCEDIMIENTOS	Inadecuación o fallos producido por: <ul style="list-style-type: none"> – un inconsistente diseño de políticas, procedimientos, planes y normativa interna de cada uno de los procesos de gestión – la incorrecta ejecución de los anteriores
INFORMACIÓN	Inadecuación o fallos producido por: <ul style="list-style-type: none"> – una incorrecta comunicación o transacción de la información – la falta de confidencialidad en el tratamiento de la misma – la insuficiencia o no fiabilidad, ni veracidad de la información
FRAUDE	Inadecuación o fallos producido por: <ul style="list-style-type: none"> – la falta de herramientas y procedimientos para detectar y prevenir acciones fraudulentas realizadas tanto por personas ajenas a la organización como por personas pertenecientes a la misma

NOMBRE	DESCRIPCIÓN
MERCADO	Inadecuación o fallos producido por: <ul style="list-style-type: none"> – el desconocimiento del mercado en el que se opera – la incapacidad de reacción ante los cambios que se producen en los mercados – el deterioro de la imagen de la entidad ante la sociedad y los mercados
BIENES MATERIALES	Inadecuación o fallos producido por: <ul style="list-style-type: none"> – la falta de medios técnicos y materiales (se incluye hardware) – la inapropiada gestión y protección de los activos

3.6.2. Control de riesgos

El modelo de control de riesgos de MAPFRE contempla el análisis dinámico de los procesos de las diferentes unidades de negocio: se monitorean los controles establecidos, la adecuada respuesta al riesgo, la evaluación de la efectividad de dichos controles y el establecimiento de medidas correctivas, en su caso. A través de la herramienta Riskm@p, se identifican las oportunidades de mejora en la eficiencia de las operaciones, en la integridad de la información y en el cumplimiento de normativas en cada una de las sociedades del Grupo.

En febrero de 2015 se aprobó el Manual de Administración de Riesgos que informa al Consejo de Administración de forma continua sobre los riesgos a los que, a nivel individual y agregado, pueda estar expuesta la Institución, así como sobre las interdependencias de dichos riesgos.

En MAPFRE México, el riesgo se concentra en la cobertura mediante la suscripción de contratos de seguro, así como en los activos que cubren sus obligaciones; es decir, los riesgos suscripción, mercado, crédito, liquidez de las inversiones, descalce, concentración, cambiario, tecnológico, reputacional así como el riesgo operativo y de procesos que pueden convertirse en un riesgo legal ya que podrían ocasionar pérdidas para la Institución y en consecuencia, un desequilibrio en su sano funcionamiento.

Ante lo cual, contamos con diferentes mediadas de previsión controladas por las áreas de Seguridad, Tecnología, Gestión Integral de Riesgos y la Dirección de Administración y Finanzas, dichas medidas permiten que cada colaborador perciba un entorno laboral seguro en el que su desempeño no se vea afectado.

– Protección del medio ambiente. Impulsamos el respeto del medio ambiente en los procesos de negocio a través del análisis, evaluación y reducción de consumos (energéticos, agua, combustible de equipos de emergencia, papel y consumibles). Apegados a la legislación local contamos con un plan de manejo de residuos en el que se busca reducir, reutilizar y reciclar papel, tóner y electrónicos. También aseguramos el envío a disposición final de residuos de manejo especial y peligroso. En 2015, mantuvimos la certificación ISO 14001 en las instalaciones de Torre MAPFRE.

– Seguridad de las personas. La Dirección de Seguridad y Medio Ambiente (DISMA) administra los riesgos y daños que puedan afectar a las personas que trabajan en las instalaciones de MAPFRE México. Como parte de la Política de Salud y Bienestar y de Prevención de los Riesgos Laborales hemos creado brigadas de emergencia relacionadas con la prevención y combate de incendios; de evacuación, búsqueda y rescate; y de primeros auxilios para monitorear y controlar los riesgos que pueden afectar a nuestros colaboradores.

– Seguridad en las instalaciones. Contamos con planes de emergencia y protección civil que son comunicados a todos nuestros colaboradores y que son evaluados anualmente por las autoridades mexicanas. Además contamos con sistemas fijos y portátiles de protección contra incendio (Red de hidrantes, sistema de detección de incendios, sistema fijo de extinción de fuego a base de agua: srpinklers, sistema móvil de protección contra incendios: extintores de PQS y CO2 y sistemas de extinción automática mediante agentes limpios: Novec 1230). La configuración de los sistemas, así como el equipamiento deben cumplir con normatividad local, así como con estándares europeos y americanos.

– Seguridad de la información. Nos apoyamos en estándares internacionales para la gestión externa de la información como la ISO/IEC27001 que nos brinda políticas, normativas estándares y procedimientos para preservar la seguridad perimetral, la seguridad del ambiente operativo, la seguridad de las aplicaciones y la seguridad de usuarios. Esto nos permite cumplir con la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP) que establece la obligación de ofrecer un aviso de privacidad a toda entidad o persona que obtenga información. El aviso de privacidad de MAPFRE México puede ser consultado en: <http://www.mapfre.com.mx/privacidad-y-seguridad>

3.6.3. Gestión de riesgos

Durante 2015, desarrollamos 6 proyectos significativos para la Gestión de Riesgos:

1. Implementación de una oficina de proyectos a fin de dar seguimiento al cumplimiento de los nuevos requerimientos normativos.
2. Coordinación de la realización de los diferentes Estudios de Impacto Cualitativo y Cuantitativo efectuados por la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas, con el objetivo de evaluar el grado de implementación del sistema de gobierno corporativo y revelación de información; así como, el nivel de capitalización y solvencia de la Compañía.
3. Actualización del Manual de riesgos, incorporando los nuevos requerimientos normativos y parámetros de medición de riesgos.
4. Seguimiento de Mapas de riesgo para la valoración de los riesgos operacionales; analizando en cada proceso, los tipos de riesgo afectados y su impacto económico.
5. Monitorización de riesgos cuyo objetivo es dar seguimiento puntual de los mapas de riesgos, así como, una nueva valoración de los planes de acción y medidas correctoras que pudieran modificarse o implementar para la obtención de un nuevo factor de criticidad.
6. Monitoreo y evaluación del Sistema de Control Interno mediante la aplicación de metodologías y cuestionarios, que incluye lo referente a la información financiera (SCIIF), buscando una mejora continua en el tiempo.



Operaciones y Medios

El entorno informático se encuentra protegido desde el punto de vista económico a través de una póliza de seguro; y anualmente se realizan análisis de coberturas y montos.

Continuidad de negocio

El proceso de gestión de la continuidad se activa ante la ocurrencia de un desastre, para minimizar el impacto y recuperar/restablecer los procesos críticos de Negocio/Servicio en el menor tiempo posible. El modelo se compone de varias fases, durante al año 2015 se concluyó con:

- Conocimiento de la organización
- Identificación Escenarios de Crisis
- Estrategias de Recuperación
- Manual de Gestión de Crisis
- Plan de Pruebas
- Procedimiento de Actualización y Mantenimiento del Plan

3.7. MEDIDAS DE PREVENCIÓN Y CUMPLIMIENTO

[G4-57, G4-58, G4-HR2, G4-HR6, G4-HR7, G4-HR8, G4-SO3, G4-SO4]

Para prevenir, detectar y erradicar conductas irregulares que puedan generar un impacto negativo en la empresa, MAPFRE pone a disposición de los colaboradores un conjunto de procedimientos, protocolos y otros documentos de referencia, que sirven de guía para determinar el comportamiento que se espera de todos aquellos que trabajan o colaboran con nosotros.

Las políticas, normativas, procedimientos, protocolos y los documentos de referencia que se encuentran a disposición de nuestros colaboradores, para asegurar su actuación ética y responsable conforme los principios y valores de la organización, se enlistan a continuación.

POLÍTICAS

- Principios Institucionales, Empresariales y Organizativos
- Política de Responsabilidad Social Corporativa
- Política de Diversidad e Igualdad de Oportunidades
- Código Ético y de Conducta
- Política de Auditoría Interna
- Política de Control Interno
- Política Medioambiental y Energética
- Política de Seguridad de la Información
- Política de Salud y Bienestar y de Prevención de Riesgos Laborales

NORMAS, PROTOCOLOS Y REGLAMENTOS

- Norma Corporativa de Compras
- Norma de Gastos
- Norma de Uso de Internet
- Norma sobre Seguridad de la Información
- Normas de Prevención de Blanqueo de Capitales
- Protocolo para la Prevención y el Tratamiento del Acoso

OTROS DOCUMENTOS DE REFERENCIA

- Nuevo posicionamiento estratégico MAPFRE
- Planes de Prevención
- Aspectos Básicos sobre Ley Orgánica de Protección de Datos

3.7.1. Comité de Ética

Es el encargado de asegurar la aplicación del Código de Ética y Conducta, que sienta las normas de conducta que deben regir el comportamiento y actuación entre nuestros colaboradores y su relación con terceros y es de carácter obligatorio. Esta relación debe estar basada en el respeto mutuo entre todas las personas; el compromiso con su trabajo y con la empresa; la responsabilidad, la solidaridad y la cooperación; y la integridad y el respeto a la legalidad, con la finalidad de generar un entorno laboral confiable que permita el desarrollo personal y profesional, de respeto a los derechos humanos y laborales básicos, libre de explotación de cualquier naturaleza, intimidación, acoso y discriminación.

El Comité está compuesto por miembros de la Alta Dirección del Grupo y tiene funciones consultivas, resolutivas, de vigilancia y de promoción del Código. Este Comité informa anualmente a la Comisión Delegada sobre la actividad desarrollada en el ejercicio. Además cuenta con un canal de denuncias y consultas éticas para que cualquier colaborador, sin importar su lugar de trabajo pueda realizar consultas o posibles denuncias sobre el Código.

PRINCIPALES CONTENIDOS: CÓDIGO ÉTICO Y DE CONDUCTA

1. Relaciones con y entre los empleados:

- Derechos laborales
- Compromiso, eficiencia y desarrollo profesional
- Respeto a las personas
- Igualdad de oportunidades y no discriminación
- Conciliación de la vida laboral y personal
- Prevención de Riesgos Laborales
- Protección y uso apropiado de los bienes de la empresa
- Confidencialidad de la información y protección de datos de carácter personal

2. Relaciones con terceros:

- Marca e imagen de la empresa
- Calidad del servicio, atención al cliente y competencia leal
- Relación con proveedores
- Relación con los socios
- Conflictos de intereses
- Anticorrupción y soborno

3. Responsabilidad Social:

- Política de actuación
- Política medioambiental
- Transparencia de la información

4. Cumplimiento del Código de Ética y Conducta:

- Comité de Ética: competencias, composición y régimen de funcionamiento

3.7.2. Canal de Denuncias Financieras y Éticas

MAPFRE tiene establecidos dos tipos de canales, uno para las denuncias financieras y contables y otro para las consultas y denuncias éticas que se encuentran disponibles en español, portugués y turco.

– **Canal de Denuncias Financieras y Contables.** A través de un buzón electrónico accesible desde www.mapfre.com/CDF los colaboradores pueden comunicar de forma confidencial al Comité de Auditoría de MAPFRE, S.A., las irregularidades financieras y contables de potencial trascendencia que adviertan en el seno de la empresa.

– **Canal de Consultas y Denuncias Éticas.** A través del buzón electrónico www.mapfre.com/Etica permite al colaborador comunicar de manera confidencial al Comité de Ética cualquier duda sobre la aplicación del Código, o que observe una situación que pudiera suponer un incumplimiento o vulneración de cualquiera de los principios y normas éticas o de conducta establecida en el mismo.

3.7.3. Medidas de protección de los colaboradores frente al acoso moral y sexual en el trabajo

En el año 2015, el Consejo de Administración aprobó una Política de Respeto a las Personas, en la que manifiesta expresamente que el respeto hacia los demás debe ser un elemento básico de la conducta de los colaboradores.

Los principios generales de la política, son los siguientes:

1. Contribuir a mantener un entorno laboral libre de acoso y comportamientos violentos u ofensivos hacia los derechos y dignidad de las personas y garantizar que si se produjeran, se dispone de los procedimientos adecuados para tratar el problema y corregirlo.

2. Rechazar cualquier manifestación de acoso, ya sea moral, sexual, psicológico o de cualquier otra índole, así como cualquier comportamiento violento u ofensivo hacia los derechos y dignidad de las personas, y considera como un principio básico de actuación de la organización el respeto a las personas y a su dignidad.

En cualquier momento, los colaboradores tienen derecho a presentar denuncias contra cualquier manifestación de acoso moral y sexual. Durante este ejercicio no se reportaron denuncias por acoso en México. Cabe destacar que durante 2015, se llevó a cabo la aplicación de la encuesta de Acoso y Hostigamiento bajo el formato aprobado por el Instituto Nacional de las Mujeres, obteniendo resultados que favorecen la cultura de la transparencia, respeto y compañerismo.

Adicional al cumplimiento de la Política de Respeto a las Personas, en MAPFRE México nos encontramos certificados bajo el Modelo Equidad de Género también del Instituto Nacional de las Mujeres, hecho que pone en evidencia nuestro interés en promover e implementar acciones que garanticen el respeto y la igualdad de oportunidades.

3.7.4. Cumplimiento

El Grupo asume permanentemente el compromiso institucional de conducir todas sus actividades y negocios conforme a estrictos cánones de comportamiento ético y tolerancia cero con el incumplimiento normativo. Bajo esta premisa, persigue la consecución de un entorno global de cumplimiento, incluyendo tanto las leyes y demás disposiciones normativas, como las reglas y estándares internos y externos.

En MAPFRE México nos apegamos a la Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas (LISF), a la Circular Única de Seguros y Fianzas (CUSF) emitidas por la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF); así como a los lineamientos del proyecto de implementación de la Normativa de Solvencia II. Esto conlleva a fortalecer el marco normativo de los sectores de seguros y de fianzas en materia de solvencia, estabilidad y seguridad, conforme a los estándares y mejores prácticas internacionales.

3.7.5. Control Interno

En 2015 se aprobó la nueva Política de Control Interno de MAPFRE, que actualiza los procedimientos y metodologías del Grupo para involucrar a todas las personas a la mejora de la operativa interna, fomentando el control de los riesgos potenciales que pueden afectar a la consecución de los objetivos estratégicos establecidos.

MAPFRE ha adoptado para la implantación del Sistema de Control Interno el modelo COSO, referencia en el ámbito internacional en materia de control interno y gestión de riesgos dentro de las organizaciones.

La política de Control Interno para MAPFRE México tiene como objetivo establecer las normas, procedimientos y directrices principales que deben llevarse a cabo al interior de la compañía, así como definir formalmente las pautas generales del Modelo de Gobierno adecuado para mantener un sistema en óptimo.

Esta política se integra por un responsable de la Operación del Sistema de Control Interno; un responsable del manual, una coordinación de Control Interno y por las áreas soporte como la Alta Dirección, Recursos Humanos, Auditoría Interna, Departamentos de Organización y Procesos.

En esta política se especifican los principios básicos para clarificar la responsabilidad de todos nuestros colaboradores, fomentando el control sobre los riesgos potenciales que puedan afectar a la consecución de los objetivos estratégicos, mejora de la operativa interna, incrementando su capacidad para gestionar riesgos que pudieran presentarse, así como identificando posibles errores o deficiencias en los procesos y estructuras.

En MAPFRE México impartimos 117 horas de formación sobre normas de control interno, con lo cual damos continuidad al proceso de culturización sobre este importante tema.

3.7.6. Prevención del Blanqueo de Capitales

MAPFRE mantiene una vigilancia permanente para detectar y poner en conocimiento de los organismos correspondientes cualquier operación sospechosa de realizarse con el objetivo de "blanquear" recursos procedentes de actividades delictivas. Para ello, tiene establecidos los medios humanos y organizativos adecuados, cuya actuación está supervisada por el Comité de Prevención de Blanqueo de Capitales del Grupo, todo ello, de conformidad con las previsiones de la Ley 10/2010 y de su Reglamento de desarrollo.

En MAPFRE México los lineamientos a seguir respecto a la identificación y conocimiento de los clientes, así como los

criterios para detectar posibles operaciones relacionadas con el lavado de dinero y el financiamiento al terrorismo están marcados por las Disposiciones en Materia de Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento al Terrorismo emitidas por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Para reforzar estos lineamientos en MAPFRE México impartimos más de 2 mil horas de formación a más de mil colaboradores sobre Prevención y Detección de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita durante 2015.

3.7.7. Prevención del Fraude y la Corrupción

Existen diversos procedimientos para luchar contra el fraude, entendido como todo acto realizado por acción u omisión, de manera intencionada y contraria a la verdad, en la contratación del seguro, en la declaración del siniestro o



en la acreditación del daño causado, y durante la tramitación del mismo, con ánimo de obtener un enriquecimiento injusto de la aseguradora. En este ámbito, MAPFRE colabora con las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad e implanta escenarios de alerta temprana de situaciones anómalas potencialmente fraudulentas, mediante la utilización de herramientas informáticas homologadas a nivel corporativo.

En septiembre de 2015 nuestra área de Control del fraude en México se integró a la Dirección de Seguridad y Medio Ambiente, con el objetivo de brindar mayor transparencia a nuestras gestiones, permitiendo con ello, un impacto positivo en el ahorro y cuidado de los recursos económicos de la empresa así como también el diseño de una cultura corporativa con nuestros colaboradores por medio de la concientización anti fraude.

Buscamos que otras compañías del sector puedan replicar nuestro modelo, porque lo que presentamos nuestro caso ante la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros.

Como resultado de nuestros esfuerzos en el tema, hemos sido reconocidos por segundo año consecutivo en el Concurso Nacional Contra el Fraude organizado por la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS); y en 2016 encabezaremos la Presidencia del Comité de Fraudes en dicha asociación.

En cuanto a nuestros colaboradores, impulsamos y propagamos "la ética laboral y profesional" con la finalidad de que desempeñen sus funciones dentro de la Institución con un sentido de responsabilidad personal y social. En 2015 impartimos 16 horas de formación a los colaboradores relacionadas con la lucha contra el fraude y la corrupción.

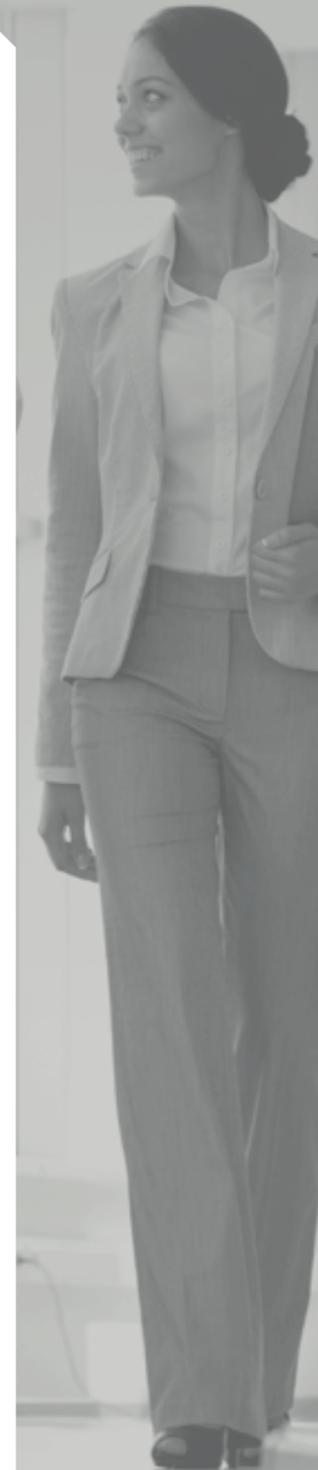
3.7.8. Auditorías de Responsabilidad Social

La Dirección General de Auditoría Interna ha realizado 129 trabajos especiales en 2015 sobre diferentes aspectos vinculados a la responsabilidad social en el conjunto del Grupo. Dichos trabajos versan sobre aspectos tales como recursos humanos, control interno, prevención del blanqueo de capitales, servicio de atención al cliente, gestión de reclamaciones, prevención contra fraudes, revisión del cumplimiento ético y social y del Informe de Responsabilidad Social Corporativa.

Adicionalmente en MAPFRE México estamos certificados bajo el Modelo Equidad de Género del Instituto Nacional de las Mujeres y obtuvimos por octavo año consecutivo el Distintivo Empresa Socialmente Responsable otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía, así como el reconocimiento Great Place to Work por ser una de las Mejores Empresas para Trabajar en México.

A continuación un resumen de la formación recibida en los temas aquí comentados:

CURSO	2014		2015	
	Nº DE COLABORADORES	HORAS TOTALES	Nº DE COLABORADORES	HORAS TOTALES
Código de ética y conducta	2,171	1,202	1,151	1,151
Blanqueo de capitales	729	1,458	1,090	2,128
Control interno	39	39	117	117



04



Nuestra dimensión social



4.1. COLABORADORES

[G4-HR4, G4-HR5, G4-HR6]

El factor humano tiene un valor muy significativo para MAPFRE México porque son las personas quienes hacen crecer a la organización. Nuestros colaboradores, son pieza clave para obtener los mejores resultados, por ello, buscamos generar un ambiente de compromiso y respeto mutuo, libre de ofensas, intimidación, acoso o discriminación que garantice la seguridad y la estabilidad en el empleo; y al mismo tiempo, represente una plataforma en la que cada colaborador encuentre el espacio para desarrollar y potencializar su talento.

Nos apegamos a la legislación laboral nacional y a los convenios de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) para promover prácticas de trabajo digno y erradicar el trabajo infantil así como el trabajo forzoso. Mantenemos también, una línea de máximo respeto de los derechos en materia sindical y de negociación colectiva a través del Reglamento Interior del Trabajo. Lo anterior, nos ha permitido mantenernos en el mercado como una organización competitiva y confiable que centra su compromiso en el desarrollo de las capacidades y habilidades de cada uno de nuestros más de 1,800 colaboradores.

Bajo esta lógica, en 2015 seguimos impulsando actividades y programas que acordes con nuestros valores y filosofía organizacional, permiten el crecimiento profesional de cada uno de los que conformamos esta organización, tal es caso de la oficina de innovación a través de la cual nuestros colaboradores tienen la oportunidad de convertirse en innoagentes y participar en proyectos con enfoque al cliente, al tiempo en que viven uno de nuestros valores: la innovación.

Pero para poder adentrarnos a este importante Grupo de Interés, definamos la función del área de Recursos Humanos:

En MAPFRE México, sabemos que la correcta gestión del talento permite garantizar los niveles de productividad requeridos; entendido como gestión del talento, su atracción, desarrollo, evaluación y retención mediante planes de carrera que permitan al colaborador alinear voluntariamente su plan de vida y carrera a la estrategia organizacional de MAPFRE, cuyo fundamento se encuentra sustentado por una Filosofía Organizacional que transmite sus principios y valores organizacionales tanto en teoría como en práctica, generando con ello congruencia y por ende credibilidad en una gestión empresarial en la que, con la aportación y compromiso de todos (as) se busca un posicionamiento de MAPFRE en el mercado trascendiendo con ello al paso del tiempo.

Para lograr lo anterior, el área de Recursos Humanos ha concentrado sus esfuerzos en dos líneas de trabajo base, es decir:

- La equidad interna que genera en el colaborador un sentimiento de seguridad y transparencia, permitiéndole con ello concentrarse en el desempeño de sus responsabilidades ofreciendo lo mejor de sí mismos, cumpliendo de esta manera con la razón de existir del área de Recursos Humanos: la productividad a través de equipos comprometidos.
- Esta productividad, se traduce también en la reducción de costos de formación y niveles de rotación, incremento de resultados, contribución al posicionamiento de la marca en el mercado y generación constante de procesos en busca de la mejora continua.

RECURSOS HUMANOS - MAPFRE MÉXICO



4.1.1. Compensaciones y Organización [G4-9, G4-10]

ORGANIZACIÓN (PLANTILLA DE COLABORADORES POR GÉNERO, EDAD Y NIVEL)

Durante 2015, dimos la bienvenida a los nuevos colaboradores que se incorporaron a MAPFRE México, alcanzando una plantilla total de 1,836 personas de las cuales, el 54% son hombres y el 46% son mujeres, gracias a lo cual, logramos mantenernos en la misma línea de equidad de género respecto a 2014.

	2014		2015	
	N° DE COLABORADORES	PORCENTAJE	N° DE COLABORADORES	PORCENTAJE
Hombres	950	54%	999	54%
Mujeres	802	46%	837	46%
TOTAL	1,752	100%	1,836	100%

Para crear un ambiente de trabajo diversificado e incluyente, es muy importante que convivan diferentes generaciones en nuestra organización, de esta forma, cada grupo puede retroalimentarse y aprovechar las mejores habilidades cada uno.

A continuación la distribución de nuestra plantilla por rango de edad:

	2014		2015	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
<30 años	263	242	263	232
30 a 39 años	420	364	471	406
40 a 49 años	203	158	206	168
50 o más	64	38	59	31
TOTAL	950	802	999	837

POLÍTICA DE COMPENSACIONES

A nivel global, nuestra política de compensaciones establece los lineamientos generales sobre la retribución que debe darse a cada colaborador; en términos generales las líneas base a seguir son las siguientes:

- Puesto de trabajo que ocupa cada colaborador,
- Equidad interna,
- Flexibilidad y adaptabilidad a los distintos colectivos y circunstancias del mercado y
- Alineación con la estrategia.

Estos principios demuestran no sólo el compromiso que tenemos para garantizar un pago justo para todos nuestros colaboradores; sino que además, son acordes a las prácticas del Grupo a nivel global.

Con respecto a la compensación mínima salarial, nos complace compartir que en este periodo la hemos superado en un 231%, esto permite posicionarnos como una empresa que otorga los mejores beneficios a sus colaboradores.

SALARIO MÍNIMO DE ENTRADA EN MAPFRE	SALARIO MÍNIMO EN MÉXICO	% INCREMENTO SALARIO MAPFRE CON RESPECTO AL MÍNIMO EN EL PAÍS
\$6,946	\$2,103	231%

Para otorgar estos beneficios, revisamos anualmente los salarios y evaluamos las modificaciones a los tabuladores con base en estudios de competitividad salarial, e incrementos generales determinados por indicadores económicos externos, así como los límites presupuestales o estrategia de compensaciones que se defina.

En cuanto al incremento salarial individual, tomamos en cuenta el desempeño del colaborador, así como su desarrollo profesional, las promociones alcanzadas en la empresa y la desviación de la retribución de la persona. En el siguiente esquema se muestran las escalas del tabulador salarial de acuerdo a los grupos de talento.



4.1.2. Planeación de RR.HH [G4-10, G4-LA1, G4-LA3, FS4]

POLÍTICA DE EMPLEO

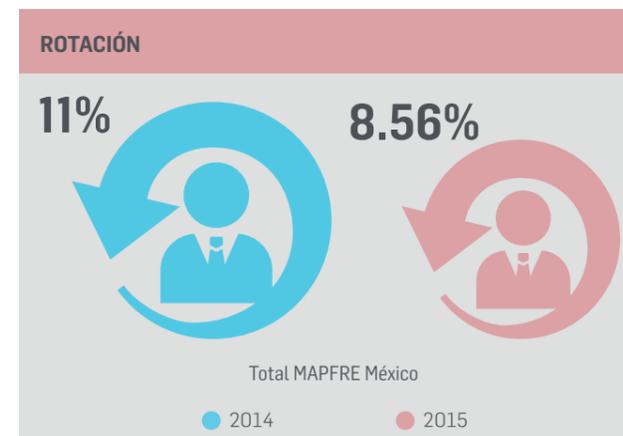
De acuerdo a nuestro estudio de materialidad 2015, uno de los temas top materiales para nuestro negocio es:

"Garantizar la estabilidad y seguridad en el empleo"

Dicho tema, se incorpora en nuestra política de empleo, asegurando su cumplimiento a través de la contratación fija (contratos por tiempo indeterminado) frente a la temporal (contratos por sustituciones por maternidad, proyectos temporales y picos en cargas de trabajo). Como resultado de ello, en 2015 establecimos contratos por tiempo indeterminado a un 98% de nuestra plantilla laboral.

CONTRATACIÓN	FIJOS		TEMPORALES		TOTAL	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
2014	920	791	30	9	950	800
2015	974	827	25	10	999	837

Un aspecto que es importante resaltar durante este periodo, es la disminución del porcentaje de rotación a un 8.56% en comparación con el 11% que reportamos en 2014. Este hecho pone en evidencia que los nuevos colaboradores que ingresan a MAPFRE México han decidido aprovechar las oportunidades de crecimiento que ofrece nuestra empresa.



Consideramos que existen diversas razones por las cuales un colaborador deja de pertenecer a una organización hecho que en un sentido nos permite no solo enriquecer nuestro proceso de captación de talento sino que también lleva a identificar las áreas de oportunidad que como en toda entidad existen. En la siguiente tabla se presenta el desglose de las razones por las cuales se dieron procesos de baja durante el 2015.

MOTIVO	NÚMERO DE BAJAS			
	2014		2015	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
Renuncias Voluntarias	101	72	85	72
Despedidos	14	10	57	25
Excedencias	51	25	0	0
Jubilaciones	0	0	3	0
Prejubilaciones	0	0	0	0
Fallecimientos	0	0	3	1
Invalideces	0	0	0	1

Con respecto a las incapacidades por maternidad, parte para impedir que un suceso tan significativo en la vida de las mujeres se convierta en un motivo de baja laboral en nuestras colaboradoras, fomentamos una serie de prácticas que han permitido que el 90% de ellas, se reincorporen a sus actividades laborales tras haber cumplido con el periodo de incapacidad correspondiente.

Cabe destacar que adicionalmente, nuestros colaboradores, ya sean hombres o mujeres, cuentan con días de descanso ante la llegada de un nuevo miembro en la familia. Durante 2015, el 6% de nuestras colaboradoras ejerció este derecho, siendo en el caso de los hombres del 4%. Los detalles se encuentran en la siguiente tabla:

TIPO DE BENEFICIO	INCAPACIDAD POR MATERNIDAD, DÍAS DE DESCANSO Y LLEGADA DE UN NUEVO MIEMBRO DE LA FAMILIA		
	INCAPACIDAD POR MATERNIDAD	SEIS DÍAS DE DESCANSO POR MATERNIDAD	CINCO DÍAS DE DESCANSO POR PATERNIDAD
	FEMENINO	FEMENINO	MASCULINO
Colaboradores con derechos	645	645	615
Colaboradores que lo disfrutaron	33	33	29
Colaboradoras reincorporados después de la incapacidad	30	No aplica	No aplica

RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN

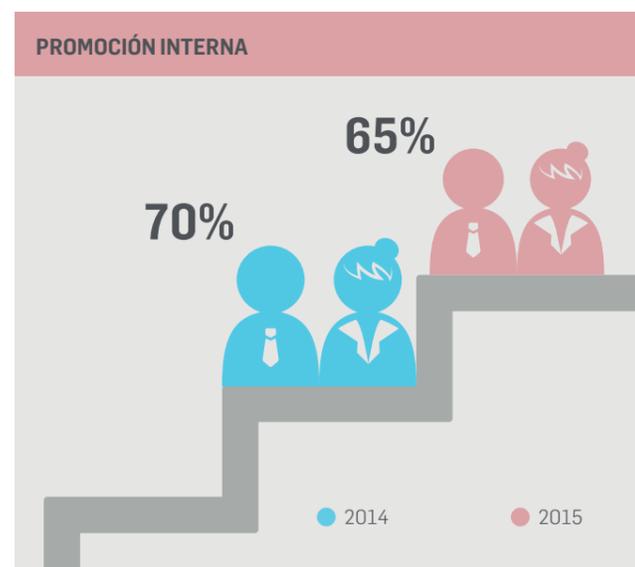
En MAPFRE México, la política de Recursos Humanos, fundamentada en el Código de Ética y Conducta, es la base de nuestro proceso de reclutamiento y selección. El éxito de este proceso radica en lograr la compatibilidad entre el candidato y el puesto de trabajo adecuado; y para identificar los perfiles de los candidatos adecuados tomamos en cuenta sus conocimientos, experiencia, habilidades y formación.

Al paso de los años, hemos mantenido nuestro reclutamiento y selección de personal como un proceso de mejora continua, a través del cual, promovemos la permanencia de MAPFRE México en el mercado como una organización desarrolladora de talento.

Para que la selección de los candidatos sea un proceso transparente, seguro y confiable, nos apoyamos en diversas fuentes y herramientas, las cuales se muestran a continuación:

Fuentes de reclutamiento internas

En MAPFRE México damos prioridad al crecimiento y desarrollo profesional de nuestra plantilla de talento, siendo la promoción interna una de las fuentes de reclutamiento más poderosas con la que actualmente contamos. Todas las plazas vacantes disponibles son publicadas en nuestra intranet y gracias a ello, hemos superado en más del 65% nuestro indicador de promoción interna.

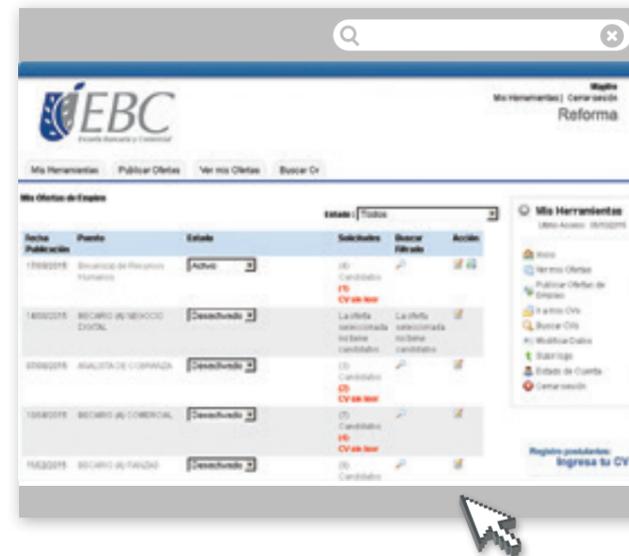


Este logro se alcanzó gracias a diferentes estrategias, una de ellas el proyecto de comunicación sobre la promoción interna y la atracción de talento llevada a cabo a través de medios electrónicos como los mails, portal Mi MAPFRE y el Boletín NotiSalud medios a través de los cuales, enviamos a todos nuestros colaboradores, las vacantes disponibles.

Fuentes de reclutamiento externas

Como parte de nuestro compromiso con la sociedad en cuanto al ofrecimiento de oportunidades a talentos cuyo perfil sea acorde a la filosofía de MAPFRE, en México, publicamos y compartimos nuestras vacantes a través de los siguientes canales:

- Bolsas de trabajo en universidades
- Grupos de intercambio del sector asegurador
- Bolsas de trabajo por internet
- LinkedIn
- Ferias de reclutamiento



Herramientas de Reclutamiento

Si bien es cierto que la atracción de talento es un aspecto fundamental del área de Recursos Humanos, la colocación y ubicación de las habilidades de una persona en el puesto que corresponde es esencial para el éxito de nuestro proceso de retención de capital humano, es por ello que contamos con herramientas de Reclutamiento y Selección de personal que aunadas con las entrevistas por competencias nos permiten llevar a cabo esta importante labor dentro del procesos de contratación de personal.

A continuación la descripción de cada una de ellas:

- **Psycowin.** Identifica la compatibilidad del postulante con las necesidades del puesto, a través de una evaluación que considera 5 competencias de liderazgo y 8 competencias institucionales.
- **Assessment Center Comercial.** Evalúa los perfiles encaminados a brindar un mejor Servicio al Cliente: Empuje e Iniciativa, Influencia, Persistencia, Manejo de frustración, relaciones interpersonales, Persuasión, Imagen Personal y en determinados perfiles Orientación al Desarrollo.

- **Assessment Center Institucional.** Dirigido a posiciones claves y/o críticas dentro de la organización a través de 3 tipos de competencias:

- **Estratégicas.** Orientación al cliente, Compromiso e Innovación.
- **De nivel de puesto.** Liderazgo, Orientación a Resultados, Dirección y Desarrollo de Personas, Planificación, Trabajo en Equipo, Pensamiento Analítico, Resolución de Problemas.
- **De familia de puesto.** Impacto e Influencia, Iniciativa, Análisis y Toma de Decisiones, Orientación al Orden y calidad, Conocimientos del Negocio y Flexibilidad.

- **Saville.** Herramienta innovadora, que ayuda a tener una predicción acertada y con excelente validez del desempeño laboral de los candidatos; así como de la capacidad para evaluar y explorar de forma detallada la adaptación de éstos a la cultura de MAPFRE. Está enfocada a puestos contemplados para el Programa de Movilidad Internacional y el Programa de Desarrollo Directivo.

A través del ejercicio de la política de Integración de Personal, en MAPFRE México, reiteramos la importancia de observar elementos de competencia, conocimiento, experiencia, formación y de actitud para la selección de nuestra plantilla.



PROCESO DE SELECCIÓN

Modelo de Competencias

Nuestro Modelo de Competencias nos ha permitido gestionar el talento de nuestros colaboradores con la finalidad de brindarles oportunidades de crecimiento teniendo como referencia la misión, visión y valores corporativos. De esta forma, la gestión de los Recursos Humanos se vuelve estratégica, transparente y efectiva, siempre orientada a los objetivos clave de la organización.

Con la implementación de este modelo hemos logrado que todos los procesos estratégicos, como la integración de nuevos colaboradores, su capacitación y la evaluación del desempeño, se vuelvan más eficientes al trabajar con base en comportamientos observables, disminuyendo con ello la subjetividad en estos importantes procesos y obteniendo beneficios como:

- Disminución de la curva de aprendizaje de los colaboradores que se incorporan a la compañía.
- Disminución de la rotación sustentada en un adecuado plan de desarrollo personal.
- Mayor eficiencia en recursos y tiempo invertido en procesos formativos la capacitación.
- Agilidad en el proceso de promoción interna y movilidad.
- Procesos de reclutamiento, selección e inducción de Colaboradores, basados en aspectos totalmente cuantificables
- Detección precisa de necesidades formativas y de desarrollo en la Institución.
- Se constituye como fuente de información indispensable para el sistema de evaluación del desempeño del colaborador

TALENTO Y DESARROLLO

Para crecer en conjunto con nuestros colaboradores hemos implementado diversos programas que abren oportunidades de desarrollo profesional. Cada uno de estos programas

cuenta con criterios específicos que permiten a nuestros dar a nuestra plantilla de personal las diferentes opciones a las cuales pueden aplicar. El desarrollo de nuestros colaboradores se lleva a cabo a través del área de Formación.

Sistema de gestión del desempeño y talento

La gestión del desempeño se ha fortalecido como actividad esencial para promover el talento y la mejora continua en nuestros Colaboradores. A través de la Evaluación de Desempeño los Líderes, cuentan con la posibilidad de medir y mejorar los resultados estratégicos, alinear los objetivos individuales a la estrategia de la organización.

- Vincular la Evaluación del desempeño a programas de desarrollo interno.
- Contar con bases objetivas para definir incrementos salariales.
- Mejorar la comunicación Líder- Colaborador.
- Fortalecer los procesos de promoción interna.
- Identificar Altos Potenciales y optimizar su desarrollo.
- Identificar talento con desempeño a desarrollar para apoyarlos en sus procesos de mejora.



Evaluación del desempeño

Este proceso inicia con la definición y asignación de objetivos Líder-Colaborador, lo que permite tener un foco específico sobre el cual se debe trabajar de manera permanente durante el periodo establecido.

Como segundo paso, el líder evalúa y da seguimiento al logro de objetivos por parte de sus colaboradores, para que en su caso, pueda tomar medidas correctivas; por último, se lleva a cabo la evaluación anual, donde el líder y el colaborador se reúnen para valorar el logro de los objetivos, en esta sesión el líder indica a su colaborador las fortalezas y áreas de oportunidad identificadas.

Los colaboradores que tienen resultados sobresalientes tanto en su evaluación de competencias como en su evaluación del desempeño, son los colaboradores que denominamos de alto potencial y alto talento; y como recompensa, obtienen la oportunidad de participar en programas específicos que permiten su desarrollo tanto profesional como laboral.

Programas de desarrollo

LÍDER MAPFRE

Para fortalecer las habilidades de los Líderes MAPFRE, lanzamos en 2015 el Programa Nuevo Modelo del Líder MAPFRE, donde participaron el 100% de los líderes. Este programa busca ofrecer al líder los elementos necesarios para lograr los resultados que le son asignados en su rol como Líder, involucrando y fomentando el desarrollo de sus colaboradores.

Aunado a lo anterior, este programa busca fortalecer dos habilidades fundamentales del líder: La supervisión y el



coacheo, habilidades indispensables que no solo permiten el desarrollo del líder sino también el del colaborador. El desarrollo de este Taller está dividido en 3 módulos, mismos que a continuación se describen:

El **Módulo 1** se enfocó a la supervisión y a las acciones para proveer al líder de las habilidades que le den efectividad en el logro de metas como: definir objetivos, delegar y dar seguimiento a las actividades y proyectos

El **Módulo 2** tuvo como objetivo capacitar al Líder en temas importantes como las creencias, los juicios y los paradigmas y cómo influyen en las relaciones con los colaboradores.

El **Módulo 3** trata del Coaching y la forma en que el líder lo debe aplicar para complementar sus funciones de supervisión.



MOVILIDAD INTERNA

Con el objetivo de mantener el sentido de pertenencia de nuestros colaboradores y como una opción de desarrollo para su carrera profesional, a nivel global MAPFRE cuenta con cuatro programas de movilidad en los países en los que opera.

- Equipos globales: enfocado a profesionales con más de cinco años de experiencia, con dominio en dos de los tres idiomas corporativos, alto nivel de desempeño, formación superior y un perfil definido de habilidades globales para desarrollar una carrera multinacional en distintos países, adquiriendo mayor nivel de responsabilidades.

– Movilidad interna internacional: permite identificar las vacantes que se producen en cualquier país, otorgando a los colaboradores la oportunidad de participar en el proceso de selección y construir su propio desarrollo.

– Movilidad temporal: orientado a la transferencia de conocimientos dentro de un proyecto específico o por requerimiento de un país.

– Trainees o Becarios: enfocado a perfiles junior incorporados para responder a las necesidades de negocio.

BECARIOS MAPFRE

Este programa arrancó a nivel corporativo en 2007 con la finalidad de que estudiantes de los últimos semestres de nivel licenciatura y/o recién egresados puedan ocupar las vacantes existentes en MAPFRE México tras un periodo de formación de 6 a 12 meses dentro de la empresa.

Al cierre de 2015, realizamos 156 contrataciones en México, de las cuales, 14 corresponden al nuevo Programa de Becarios Trainees Comerciales.

Además, firmamos 4 convenios con universidades, adicionales a los que ya tenemos, para llevar a cabo nuestro proceso de reclutamiento para el Programa de Becarios MAPFRE. Estas universidades son: la Universidad Mexicana, la Universidad Tecnológica Americana, el Tecnológico de Estudios Superiores de Huixquilucan y el Tecnológico de Estudios Superiores Tlalnepantla.



PROGRAMA MASTERS

Nuestro Programa Masters tiene como propósito ser el semillero para el surgimiento de los futuros líderes de MAPFRE. A través de este programa de formación se busca desarrollar el potencial de nuestros colaboradores para su crecimiento dentro de la empresa, en 2015 concluyó la segunda generación de este programa con un total de 75 participantes.

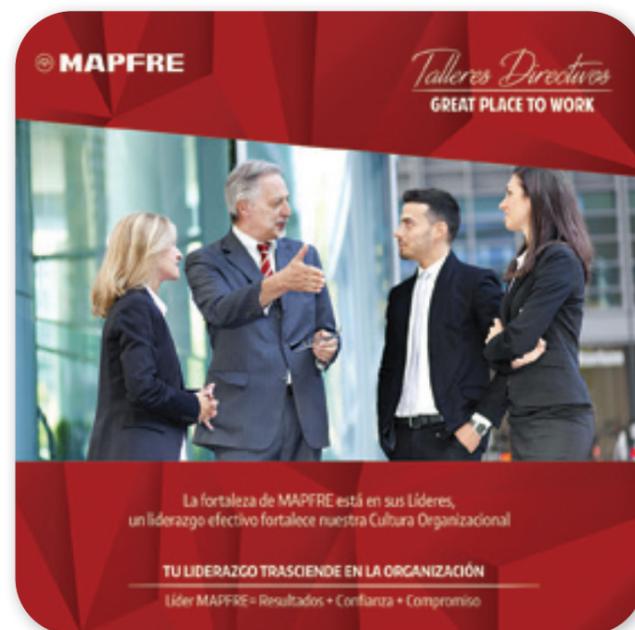
El Programa Masters, se enfoca al desarrollo de dos niveles organizacionales:

– **Plan de Carrera para Coordinadores:** Desarrollándolos para ocupar posiciones como Responsables.

– **Plan de Carrera para Operativos:** Desarrollándolos para ocupar posiciones como Coordinadores.

TALLERES DIRECTIVOS GREAT PLACE TO WORK

Nuestros directivos en MAPFRE con apoyo de Great Place to Work desarrollaron talleres que propiciaran un espacio que les permitieran consolidar el Modelo Institucional de Liderazgo a través de una serie de módulos en donde se alineara a los directores con los principios y filosofía organizacional que se toman en cuenta para valorar a las mejores empresas para laborar en México como lo son: credibilidad, respeto, imparcialidad, orgullo y compañerismo.



4.1.3. Diversidad e igualdad de oportunidades

[G4-LA4, G4-LA12, G4-LA13]

“Promover la diversidad, igualdad y la no discriminación dentro de la empresa”

La igualdad, la diversidad y la no discriminación son principios básicos recogidos desde lo interno en MAPFRE México y es por eso que forman parte de los temas materiales relevantes para 2015. Atendiendo cada uno de ellos desde diferentes iniciativas y acciones específicas que ayudan a mantener el firme compromiso de la empresa con sus colaboradores pero también con la sociedad y con los temas que, para ésta se vuelven cada vez más relevantes con el paso del tiempo.

Durante las últimas décadas se ha producido un notable avance en la atención que reciben las personas con discapacidad. Sin embargo, todavía se encuentran importantes dificultades y obstáculos para su desarrollo efectivo y real como ciudadanos de pleno derecho.

De acuerdo con datos de la Organización Mundial de Salud, en el mundo hay más de mil millones de personas con algún tipo de discapacidad (15% de la población mundial).

Así, cualquier modelo empresarial socialmente responsable debe tener en cuenta la dimensión de la discapacidad, porque además de ser un tema relevante a nivel sociedad, dentro de los diferentes grupos de interés de las empresas encontramos personas con discapacidad: colaboradores, clientes, proveedores, accionistas e inversores.

El elemento de responsabilidad social queda además reforzado por el hecho de que las iniciativas de esta naturaleza constituyen una ventaja competitiva indudable para las empresas; reportan interesantes oportunidades de negocio, refuerzan la imagen de la compañía, mejoran la calidad de vida de las personas, atraen y fidelizan talento.



En el año 2015, el Consejo de Administración de Grupo MAPFRE aprobó la Política Global de Diversidad e Igualdad de Oportunidades que garantiza, por un lado, el derecho a la igualdad efectiva de oportunidades y de trato de todos los colaboradores; y por otro, evitar cualquier tipo de discriminación laboral en los ámbitos del acceso al empleo, promoción, clasificación profesional, formación, retribución, conciliación de la vida laboral y familiar y personal y demás condiciones laborales.

PROGRAMA GLOBAL DE DISCAPACIDAD

¿Qué es la Inclusión Laboral?

El término inclusión laboral se encuentra vinculado a las oportunidades de trabajo que brinda la empresa a personas que cuentan con algún tipo de discapacidad.

La inclusión laboral permite a las Personas con Discapacidad desarrollar su autonomía, autoestima, crecimiento profesional y personal, además aporta beneficios para toda la comunidad, ya que promueve la cohesión social y permite la implementación de un modelo de desarrollo inclusivo, armónico e integral.

Inclusión Laboral en MAPFRE México

En MAPFRE México valoramos la diversidad de todas las personas que integran la compañía. Las distintas características generacionales, culturales y de género no solo enriquecen las organizaciones, sino que también contribuyen a su crecimiento y potencian la innovación y la creatividad.

Por lo anterior, en MAPFRE México, tenemos el compromiso de proveer un entorno de trabajo adecuado en el que se respeten las políticas de igualdad establecidas y se valore la diversidad sin ningún tipo de discriminación por razón de sexo, raza, ideología, religión, orientación sexual, edad, nacionalidad, discapacidad o cualquier otra condición personal, física o social.

Dicho compromiso se cristaliza en el 2015 con nuestro "Programa de Inclusión Social y Laboral" en donde nos comprometemos a incluir en plantilla a personas con discapacidad promoviendo su desarrollo profesional, personal y calidad de vida. Nuestro plan de trabajo para 2016 se sustenta en un programa de sensibilización que incluye la creación de un inventario, la definición de puestos, el reclutamiento y la selección culminando con la contratación de esos talentos porque en MAPFRE México, somos conscientes de que nuestra grandeza está en nuestra gente concluyendo con esto que la discapacidad no es sinónimo de incapacidad.

A nivel global, MAPFRE establece acciones cuya contribución se vea reflejada en:

1. La generación de una cultura en la que la discapacidad no se observe como una circunstancia cuya ocurrencia puede darse en cualquier momento
2. La mejora de la calidad de vida a través de la accesibilidad física y tecnológica, para las personas con discapacidad que trabajan en MAPFRE,
3. El desarrollo de productos y servicios dirigidos a este colectivo.

EQUIDAD DE GÉNERO

Aunque la igualdad y la equidad de género tienden a tomarse como sinónimos, la primera se refiere a que hombres y mujeres tienen los mismos derechos y oportunidades; mientras que la equidad de género está enfocada en brindar un trato imparcial entre hombres y mujeres de acuerdo a sus necesidades respectivas.

En reconocimiento a la promoción de la equidad de género dentro de nuestra organización, estamos certificados por el Modelo Equidad de Género del Instituto Nacional de las Mujeres, acción que fortalece nuestra filosofía organizacional cuya base es la confianza, confianza en saber que somos parte

de un concepto empresarial en el que cualquier conducta inapropiada no tiene cabida en nuestra cultura organizacional.

A continuación el desglose de nuestra plantilla por estructura organizacional:

NIVEL DE PUESTO	DIRECCION		JEFES Y MANDOS		TÉCNICOS	
	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES	HOMBRES	MUJERES
2014	25	1	124	123	450	269
2015	41	6	160	161	555	385

El modelo de equidad de género ha transformado la visión de MAPFRE México identificando las actitudes sexistas y de desigualdad entre hombres y mujeres en los distintos ámbitos de convivencia, motivando al cambio cultural entre los colaboradores y grupos de interés y fomentando la denuncia de acciones discriminatorias, hostigamiento y acoso o menosprecio.



El fundamento normativo de nuestro Modelo de Equidad de Género se basa en:

- Manual de equidad de género. Tiene como objetivo propiciar a través de la mejora continua el fortalecimiento, implementación e incremento de acciones que disminuyan las brechas laborales que puedan existir entre hombres y mujeres, favoreciendo no sólo la igualdad de oportunidades sino también una cultura laboral basada en el trato igualitario, eliminando la discriminación, sea cual fuera la causa que la pudiera originar.

- Prevención y tratamiento del acoso. La meta es establecer las políticas de operación que contribuyan al mantenimiento de un entorno laboral libre de acoso y hostigamiento, definiendo el procedimiento para evitar estas situaciones, garantizando que en caso de que se produjera, se dispone de los mecanismos adecuados para tratar el problema y corregirlo.

- Auditorías internas al sistema equidad de género. Tiene como objetivo establecer las políticas y procedimientos para dar cumplimiento a los requisitos del Modelo de Equidad de Género establecido por INMUJERES.

ACOSO Y HOSTIGAMIENTO

Durante este 2015 se llevó a cabo la aplicación de la encuesta de Acoso y Hostigamiento el resultado obtenido, demostró que contamos con una cultura laboral acorde a la filosofía de la organización, en donde aseguramos que nuestros colaboradores disfruten de un ambiente de trabajo teniendo como fundamento el respeto, la libertad y la transparencia.

CANALES DE APELACIÓN

Para asegurar el cumplimiento de los Derechos Humanos a través de la aplicación del Código de ética y conducta en MAPFRE México contamos con un canal de consulta y denuncias conocido como "Sistema de Actuación ética", donde se informa de manera confidencial y con total garantía, sobre cualquier situación que suponga el incumplimiento o transgresión de los principios y normas éticas de actuación; hecho que manifiesta nuestra preocupación por el bienestar de nuestros colaboradores.

Este Canal de Consultas y Denuncias es accesible a todos los colaboradores a través del buzón electrónico <https://www.mapfre.com.mx/seguros-mx/particulares/paginas/actuacion-etica.jsp>

IGUALDAD DE RETRIBUCIÓN

[G4-HR3, G4-LA13]

La remuneración en MAPFRE México es analizada a través de los resultados obtenidos en la Matriz de Méritos, sin importar género, nivel jerárquico o cualquier otra característica que pudiera resultar discriminatoria o exclusiva. Con ello aseguramos que no exista discriminación por género en el tabulador de nuestros colaboradores.

4.1.4. Formación

[G4-LA9, G4-LA10, G4-LA11, G4-LA13]

La búsqueda de talento es parte medular en MAPFRE México, sin embargo formar a cada uno de estos talentos es un punto clave desde los valores de la organización, es por eso que la formación de nuestros colaboradores se vuelve uno de los ejes rectores para el desarrollo no solo de ellos mismos sino también para la compañía.

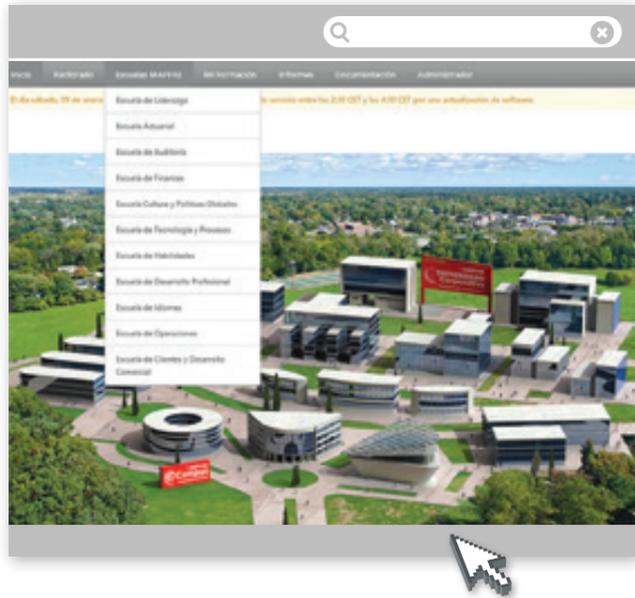
UNIVERSIDAD MAPFRE

La Universidad MAPFRE está conformada por diversas escuelas de conocimiento, en las que buscamos certificar a nuestros colaboradores en áreas específicas con la finalidad de contar con equipos especializados y de alto rendimiento. Entre los programas de desarrollo se encuentran:

Escuela de Liderazgo. Tiene como fin aportar a nuestro primer nivel directivo en todo el mundo los conocimientos, las técnicas de gestión empresarial y las habilidades necesarias potenciando la visión estratégica, el liderazgo y la dirección y desarrollo de personas.

Escuela Actuarial. Tiene por objetivo dotar a los equipos de actuarios de todas las entidades y países de MAPFRE, la formación e información adecuadas para el óptimo desempeño de esta función, que es esencial para nuestro negocio.





desempeño, teniendo especial relevancia la formación relacionada con las tres competencias estratégicas de MAPFRE: orientación al cliente, innovación y compromiso.

Escuela de Desarrollo Profesional. Tiene como propósito contribuir al desarrollo profesional de los colaboradores, pre-directivos y directivos del Grupo, aportando conocimientos, técnicas de gestión empresarial, y habilidades necesarias para el desarrollo de personas.

Escuela de Idiomas. Tiene como propósito facilitar el acceso de los colaboradores al conocimiento de idiomas, como vehículo de vital importancia para la comunicación entre todos los profesionales, colaboradores y clientes de MAPFRE en el mundo, siendo prioritaria la formación en los tres idiomas corporativos de MAPFRE: español, inglés y portugués.

Escuela de Operaciones. Dotar a los colaboradores de los conocimientos y habilidades necesarios para llevar a MAPFRE a un estado de Excelencia Operativa, basada en el adecuado balance entre la eficiencia operativa y la experiencia del cliente, sin olvidar el soporte imprescindible para las capacidades requeridas en la Transformación Digital, tanto en la relación con el cliente, como en la ejecución de tareas y procesos internos.

Escuela de Clientes y Desarrollo Comercial. Proporcionar formación focalizada en el Cliente y en el Modelo MAPFRE de Desarrollo Comercial que permita conocer mejor a los clientes y los mercados donde MAPFRE opera; potenciar nuestra Red Comercial ayudando a los equipos comerciales, delegados, agentes y colaboradores a incrementar las ventas, de forma eficiente y ampliar nuestros Canales de Distribución.

Escuela de Estrategia. Su finalidad es dar a conocer la estrategia y objetivos de MAPFRE en todo el mundo y fomentar el alineamiento estratégico de todas las entidades y personas para hacer posible la consecución de los objetivos y metas del Grupo MAPFRE a nivel global.

Escuela de Reaseguro. El objetivo de la Escuela de Negocio Reasegurador es proporcionar una formación especializada sobre este negocio y su técnica tanto a los equipos de reaseguro de MAPFRE como a otros colectivos que requieran tener conocimientos en esta materia.

Escuela de Auditoría. Su objetivo es aportar a todos los profesionales de las áreas de auditoría de MAPFRE en el mundo, los conocimientos necesarios para el desarrollo de la función de auditoría interna, así como compartir las herramientas de gestión establecidas y las mejores prácticas.

Escuela de Finanzas. Tiene por objetivo proporcionar a todos los colaboradores de las áreas financieras de MAPFRE los conocimientos necesarios para una adecuada gestión financiera y de riesgos, gestión clave en el crecimiento de MAPFRE.

Escuela Cultura y Políticas Globales. Se centra en la formación a todos los colaboradores sobre la cultura MAPFRE, nuestra Visión, Misión y Valores, las políticas globales de la empresa y los programas de bienvenida.

Escuela de Tecnología y Procesos. Proporciona a los profesionales de Tecnología y Procesos de MAPFRE, los conocimientos necesarios para afrontar todos los retos que nos plantea la globalización: Estandarización de Herramientas y Procesos, Modelo Gobierno y Transformación Digital.

Escuela de Habilidades. Tiene como objetivo facilitar entre todos los colaboradores de MAPFRE el desarrollo de habilidades y competencias que permitan mejorar su

MODELO GLOBAL DE FORMACIÓN

"Garantizar la formación y capacitación de los colaboradores"

Reforzando la importancia de la formación de nuestros colaboradores, la encontramos como otro de los temas materiales Top principales para MAPFRE México. A través de nuestro Modelo Global de Formación, aseguramos la continuidad operativa y calidad de nuestra organización, brindando capacitación a nuestros colaboradores, tanto presencial como a distancia, en tres ejes:

– **Transversal.** Son programas de contenido general sobre la cultura y la estrategia de la empresa.

– **Comercial.** Se conjuntan herramientas de gestión, capacitación en productos y desarrollo de habilidades comerciales, incrementando y actualizando el nivel de profesionalismo de los colaboradores.

– **Técnica.** Son programas especializados cuya finalidad es proporcionar a los colaboradores las herramientas necesarias para el óptimo desempeño de su puesto actual.

A continuación se muestran las horas invertidas en 2015 en programas de formación en sus 3 ejes; este año se tuvo el foco en generar una mayor alineación de los colaboradores a la cultura y estrategia de la empresa y en dotarlos de herramientas para elevar su nivel de compromiso con la empresa y ayudarlos a mejorar su nivel de profesionalismo.

HORAS DE FORMACIÓN SEGÚN LA CLASIFICACIÓN		
	2014	2015
	N° DE HORAS	N° DE HORAS
Técnica	11,280	7,821
Comercial	13,819	14,067
Transversal	33,909	42,053
TOTAL	59,008	63,940.5

LA FORMACIÓN DE LOS NUEVOS COLABORADORES

En MAPFRE México, contamos con un proceso de inducción a la compañía que permite hacer sentir a sus nuevos colaboradores como si estuviesen en casa.

El programa de Inducción es la punta de lanza a través de la cual MAPFRE además de reforzar sus valores, visión y misión, otorga los principios básicos de la actividad aseguradora a través de los siguientes cursos:

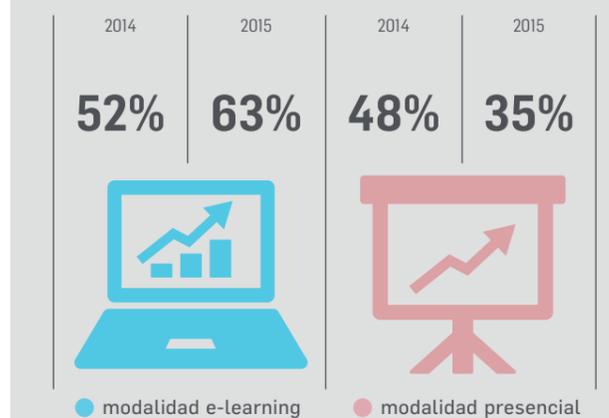
- Prevención y detección de operaciones con recursos de procedencia ilícita,
- Seguridad de la información,
- Código de ética y de conducta,
- Normas de control interno.

Los nuevos colaboradores saben que a través del programa de Inducción, MAPFRE México confirma el compromiso formativo que adquiere con cada uno de ellos desde el primer momento de iniciada la relación laboral.

Las modalidades a través de las cuales MAPFRE México imparte sus programas formativos son:

- Presencial
- E-learning

EVOLUCIÓN DE CURSOS EN LÍNEA





– Desarrollo de líderes y dirigentes no solo para la organización sino también para la sociedad

Con respecto al colaborador, éste se beneficia puesto que:

- Crece su conocimiento o habilidad acerca de un tema específico
- Logra sus metas individuales más fácilmente
- Toma decisiones más acertadas y resuelve mejor los problemas
- Incrementa su autoestima y satisfacción laboral al resolver o prevenir incidentes
- Se prepara para desempeñar tareas más complejas y acceder a puestos superiores

Así mismo, en MAPFRE México sabemos que la formación además de cumplir con su labor de capacitar al individuo, incrementa la motivación del personal y mejora el clima laboral; permitiendo estar a la vanguardia de los procesos y usos de la tecnología, mejorando con ello nuestra imagen reputacional.

En MAPFRE México, cuidamos nuestro proceso formativo para que su ejecución se lleve a cabo de manera correcta logrando con ello un retorno de inversión tanto a corto como a largo plazo, obteniendo mayores beneficios al concentrar el conocimiento obtenido mediante una adecuada administración del mismo, como se puede observar en la siguiente tabla:

	INVERSIÓN EN FORMACIÓN	
	2014	2015
Costos directos en formación en moneda local.	\$8,283,313.75	\$8,783,465.87
Costos indirectos en formación en moneda local.	\$466,464.42	\$5,216,534.13

Como se puede observar ambas modalidades han jugado un papel muy importante para permitir al colaborador aprovechar los diferentes programas que la organización ha desarrollado.

Cabe destacar que los programas formativos tienen características particulares de acuerdo al nivel de responsabilidad otorgada, por lo que a continuación se presenta la tabla resumen que por perfil de colaborador se ha impartido.

	HORAS DE FORMACIÓN DE ACUERDO AL PERFIL DE LOS COLABORADORES			
	2014		2015	
	N° DE HORAS	ASISTENCIA	N° DE HORAS	ASISTENCIA
Directivos	2,366	364	3,079	211
Jefes	18,844	4,052	21,753.5	4,427
Técnicos	27,116	6,592	27,887	7,969
Administrativos	10,566.5	3,742	11,221	5,061
TOTAL	58,892.5	14,750	63,940.5	17,668

En MAPFRE sabemos que una de las mejores maneras de incrementar la productividad en una organización y por ende de la sociedad, es la inversión en nuestro capital intelectual observando con ello ventajas para la Organización como:

- Colaboradores con un desempeño adecuado,
- Fortalecimiento en la relación empresa-colaborador
- Mejora en la comunicación entre los grupos de trabajo

4.1.4.1. SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO [G4-LA8]

"Promover medidas de Prevención de Riesgos Laborales (PRL) y salud en la empresa"

La salud y la prevención de riesgos laborales forman parte de nuestras políticas de actuación por lo que se atiende de manera primordial y es parte fundamental de los temas materiales.

Los principios generales que se establecen en nuestra Política de Salud y Bienestar y Prevención de Riesgos Laborales, son:

1. Conseguir un entorno de trabajo saludable y de bienestar que permita a todos los colaboradores desarrollar su trabajo en las mejores condiciones físicas, psíquicas y sociales.
2. Alcanzar un nivel óptimo en la seguridad laboral más allá del mero cumplimiento de la normativa en materia de prevención de riesgos laborales.

Prevención

En MAPFRE México velamos por un entorno laboral saludable, sabiendo que la seguridad se refiere a la protección de la persona frente a las adversidades del medio ambiente creadas o no por el mismo, por lo que significa una obligación para nosotros que todos nuestros colaboradores cuenten con información básica para reaccionar ante un evento de emergencia, es por esto que en el portal Mi MAPFRE se disponen todas las normas y procedimientos generales de actuación, tales como:

- Normas para prevención de incendios.
- Normas de actuación ante un incendio.
- Puntos de reunión.

- Normas de actuación en caso de sismo.
- Normas de actuación en caso de detección de paquete sospechoso.
- Normas de actuación para emergencia médica.
- Procedimiento de revisión de edificios posterior a un sismo.
- Reporte del estado físico de instalaciones posterior a un sismo.

Asimismo, el 100% de nuestros colaboradores se encuentra representando por una Comisión Mixta de Seguridad e Higiene y la Unidad Interna de Protección Civil, quienes tienen a cargo el control y asesoría en programas de salud y seguridad en el trabajo. Tanto la Comisión, como la Unidad Interna están conformados por personal de la organización, encontrándose bajo la coordinación y supervisión del área de Seguridad y Medio Ambiente de MAPFRE México.

Los datos referentes al número de accidentes laborales y horas perdidas se presentan en el siguiente cuadro:

	TASA DE ACCIDENTES Y ABSENTISMO	
	HOMBRES	MUJERES
N° de accidentes laborales	43	35
N° de horas perdidas por accidentes laborales	5,840	7,488



Salud total

Siguiendo con el compromiso de cuidar de su bienestar, mantenemos a la vanguardia el programa "Salud Total" que busca obtener un equilibrio entre la vida laboral y personal de nuestros colaboradores, promoviendo una vida más sana a través de tres pilares fundamentales: físico, social y psicológico.

Las estrategias que desarrollamos durante el 2015 fueron:

– **Atención Psicológica.** Servicio de ayuda psicológica a nivel nacional.

– **Atención Nutricional.** El programa ofrece al colaborador y a su familia directa la facilidad de contar con asesoría de una nutrióloga profesional dentro de las instalaciones de MAPFRE México, para lograr la meta ya sea individual o familiar. Este servicio también se otorga vía telefónica y remota a nivel nacional.

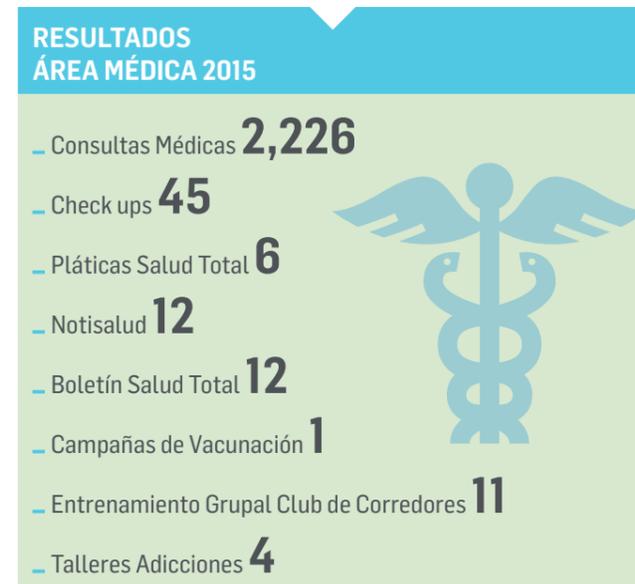
– **Club de Corredores.** Esta iniciativa se concentra en lograr un entrenamiento físico en forma en equipo, llevando un control cercano de tiempos, mejoras y consejos de expertos para realizar de la mejor manera una actividad física.

– **Pláticas "Yo me propongo".** Estas pláticas se llevan a cabo de forma presencial y se transmiten vía remota mensualmente en los comedores de nuestras instalaciones a nivel nacional abordando temas de interés común para nuestros colaboradores como: nutrición, salud cardíaca, entrenamiento físico, lectura inteligente, etc.



– **Taller de prevención de adicciones.** En este programa se tratan temas como los riesgos que las adicciones representan para la familia, formas de comunicación, prevención familiar y cómo aumentar la confianza en el lazo entre padres e hijos.

Algunas de las cifras alcanzadas en materia de salud durante 2015, se muestran a continuación:



4.1.4.2. CONCILIACIÓN VIDA LABORAL Y PERSONAL [G4-EC3; G4-LA2]

La conciliación entre la vida personal y laboral de los colaboradores es fundamental para un desempeño adecuado ya que además de lograr un equilibrio físico y mental, permite al colaborador mantener un nivel óptimo en su labor diaria sin entorpecer las actividades que permiten gozar de su tiempo libre.

Acorde a nuestros principios y valores, en MAPFRE México ofrecemos a nuestros colaboradores diferentes beneficios, los cuales, reflejan nuestro compromiso en generar un ambiente óptimo de trabajo. La lista de beneficios se muestra en la siguiente tabla:

TIPO DE BENEFICIO	2014	2015
Sistemas de previsión social privado	1,205	1,260
Seguro de vida	1,205	1,260
Descuentos en seguros de la Compañía	1,205	1,260
Premios de natalidad / nupcialidad	617	645
Premios de permanencia de la empresa	620	684
Préstamos	1,011	1,260
Plan de pensiones	1,205	1,260

Adicional a los beneficios ya mencionados, llevamos a cabo eventos de integración que nos permiten fomentar la convivencia con nuestros colaboradores, entre los más importantes encontramos:

MAPFRE JR'S 2015

En este periodo, 105 jóvenes de entre 14 y 20 años participaron en el programa MAPFRE Junior's 2015 que se desarrolló del 13 al 31 de julio a nivel nacional.

La intención de este programa es fomentar la cultura del trabajo en los jóvenes mexicanos durante el verano, a través de su incorporación al campo profesional donde sus padres o hermanos mayores desempeñan sus labores.

Las funciones de los participantes se asignan de acuerdo al área que haya sido seleccionada para ellos y cumplen con acciones que su jefe inmediato les indique. El programa ha tenido una gran acogida durante varios años, porque los

jóvenes brindan su apoyo durante su periodo vacacional, reciben una compensación económica y tienen la oportunidad de conocer cómo es el trabajo de su familiar.

Este programa brinda la oportunidad, a cada miembro participante, de adquirir aprendizajes útiles tanto en el ámbito personal como profesional descubriendo en un ambiente profesional habilidades y talentos clave para el desarrollo individual. Además ayuda a enriquecer y fortalecer las relaciones y lazos de nuestros colaboradores con sus familias.

Concurso de Dibujo

Para celebrar el Día del Niño, en MAPFRE México invitamos a las niñas y niños familiares de nuestros colaboradores para participar en el Concurso Infantil de Dibujo que se lleva a cabo cada año en el mes de abril. Los dibujos ganadores se integran en el calendario que se distribuye anualmente a todos los colaboradores de la empresa. En el 2015 participaron 222 niños y niñas.

Eventos de integración: Torneo Nacional de Boliche

Una de las actividades de integración y esparcimiento más queridas y esperadas por nuestros Colaboradores es el Torneo de Boliche, que en 2015 tuvo la participación de 342 Colaboradores a nivel Nacional. El Torneo dura 11 semanas consecutivas y permite a los colaboradores 1 vez a la semana, disfrutar de un rato de sana competencia y convivencia.



Torneo Nacional de Boliche



Día Internacional contra el Cáncer



MAPFRE JR'S 2015



Dona un juguete



Comida de fin de año para colaboradores

Baby Kit

Para nuestros Colaboradores el nacimiento de un hijo/hija es un momento especial y trascendente, por ello, MAPFRE se une por primer año y de cerca a las familias de sus Colaboradores entregando un paquete de Bienvenida a la Familia MAPFRE a las mamás y papás que celebran un nacimiento.

Este año se entregaron 50 paquetes a nivel nacional y nos sentimos muy felices de ser parte de este gran acontecimiento.

Ocasiones especiales: Comida de fin de año para colaboradores

Es un evento que se organiza anualmente para celebrar el cierre de un año más en compañía de todos los colaboradores de MAPFRE México, en donde disfrutan de una deliciosa comida y pasan un buen rato de convivencia.

Convenios Corporativos

Durante el año, se realizan a nivel nacional y local diferentes convenios de descuento con Restaurantes, Clubes deportivos, Laboratorios Médicos, Hospitales, Universidades, Tiendas departamentales y distintos establecimientos de servicios, mismos que les ofrecen a nuestros colaboradores la oportunidad de obtener un descuento especial por pertenecer a la empresa.

CONVENIOS CORPORATIVOS

Salud

- **Chopo 35%** de descuento en análisis de laboratorio.
- **Biomédica 20%** de descuento en análisis de laboratorio.
- **Lapi 50%** de descuento en análisis de laboratorio.
- **Dental City 20%** de descuento en procedimientos dentales.
- **Dental Asoociates 20%** de descuento en procedimientos dentales.
- **Lux 15%** de descuento en armazones y lentes.
- **Devlyn 15%** de descuento en armazones y lentes.
- **Sports World** Costo preferencial para colaboradores y familiares.
- **Sport City** Costo preferencial para colaboradores y familiares.
- **Energy Fitness** Costo preferencial para colaboradores y familiares.
- **Smart Fit** Costo preferencial para colaboradores y familiares.
- **Acuática Nelson Vargas** Costo preferencial para colaboradores y familiares.
- **Bikram Yoga 20%** de descuento en membresía.

Recreación

- **Cinépolis** Costo preferencial.
- **Sam's** precio preferencial en membresía.
- **Cotsco** precio preferencial en membresía.
- **Granja las Américas 15%** de descuento en entrada general.
- **African Safari 20%** de descuento en entrada general.
- **Kidzania 15%** de descuento en entrada general.
- **Six Flags** 145 pesos de descuento en entrada general.

Educación

- **Petit Guardería 50%** de descuento en inscripción.
- **Baby Care Center 10%** de descuento.
- **Gymboree 35%** de descuento.
- **Nido Montessori 20%** de descuento.
- **Kinder Kare 10%** de descuento.
- **Impulso Pedagógico 20%** de descuento.
- **Advenio 20%** de descuento.
- **Baby's Place 20%** de descuento.
- **Koku Guardería 20%** de descuento.
- **Colegio Victoria Tepeyac 10%** de descuento.
- **Instituto Boston 10%** de descuento.
- **Escuela Mexicana Americana 10%** de descuento.
- **Universidad del Valle de México 20%** de descuento.
- **Tec Monterrey 15%** de descuento.
- **Universidad Anáhuac 20%** de descuento.
- **Unitec 10%** de descuento.
- **Colegio Anglo Americano 20%** de descuento.

Guarderías

Gastronomía

- **Chilis 15%** de descuento.
- **Sushi Itto 10%** de descuento.
- **Aire Paz 10%** de descuento.
- **El Globo 10%** de descuento.
- **Ihop 10%** de descuento.
- **Olive Garden 15%** de descuento.
- **La Destilería 20%** de descuento.
- **El lugar del Mariachi 15%** de descuento.
- **Carl's Junior 10%** de descuento.
- **Cielito Lindo 10%** de descuento.
- **Garat Café 10%** de descuento.
- **La Mera Mera 10%** de descuento.
- **Brasileirísimo 10%** de descuento.
- **Los Remedios 10%** de descuento.
- **La Cueva del León 10%** de descuento.
- **California 10%** de descuento.

Bazar navideño

Es un evento dirigido tanto a colaboradores como a sus familias, la organización se lleva a cabo dentro de las instalaciones de MAPFRE México, en donde participan diversos proveedores que ofrecen productos como adornos navideños, regalos para toda la familia, alimentos de temporada, juguetes.

Ventas Corporativas

En 2015 se realizaron más de 18 ventas corporativas con productos como ropa infantil, zapatos, perfumes, bolsas, artículos de hogar, lentes, boletos de teatro y conciertos, mochilas, juguetes didácticos, artículos de belleza, útiles escolares, joyería, productos de consumo alimenticio y de repostería entre otros.

4.1.5. La innovación en los colaboradores

La innovación es un tema que ha adquirido suma relevancia en la creación de valor sostenible de Grupo MAPFRE y forma parte de nuestros valores empresariales y nuestra filosofía organizacional.

Nuestro modelo de innovación pone especial énfasis en desarrollar la creatividad de nuestros colaboradores y fidelizar a nuestros clientes al ofrecerles mejores productos y servicios; contribuyendo así, al crecimiento del negocio.

Con el objetivo de brindar soporte y dirección a las ideas de nuestros colaboradores para el desarrollo de proyectos con enfoque al cliente, creamos en 2015 la oficina de innovación en MAPFRE México con las siguientes funciones:

Para poder dar paso al desarrollo de proyectos innovadores con enfoque al cliente, surgió el concepto de innoagentes. Los innoagentes, son aquellos colaboradores que pertenecen a las Áreas Comerciales, Unidades de Negocio y Áreas Staff y que han demostrado tener habilidades dentro de la organización para desarrollar proyectos a los retos estratégicos de MAPFRE México.

En 2015 definimos 11 competencias deseables de un innoagente, entre las que destacan: la innovación, el compromiso, la autonomía, el liderazgo y el enfoque a resultados, por mencionar algunos; esto nos permitió seleccionar a 39 colaboradores para participar en la oficina de innovación.

1 Activar la innovación estableciendo un marco de actuación a nivel local para el desarrollo de propuestas de valor.

3 Identificar retos estratégicos de negocio con enfoque al cliente.

5 Conducir la generación de ideas y proyectos.

2 Formar Innoagentes (Conformados por las áreas comerciales, unidades de negocio y áreas staff) para la participación en proyectos

4 Identificar soluciones innovadoras dentro de la organización.

6 Brindar acompañamiento y soporte metodológico para el desarrollo de proyectos innovadores.



¿Que es un Innoagente?

Los **innoagentes** identifican necesidades dentro de la organización y funcionan como catalizadores al desarrollar proyectos que respondan a los retos estratégicos de MAPFRE.

Son colaboradores de MAPFRE que actúan como embajadores de la **innovación**.

Competencias: Sinergia, Flexibilidad, Compromiso, Innovación, Autonomía, Enfoque a resultados, Liderazgo.

A lo largo del 2015, hemos logrado un mejor entendimiento de las necesidades de nuestros clientes, lo que ha dado paso al surgimiento de diferentes iniciativas, tales como:

- El Emisor Multiplataforma de Autos que facilita la cotización y configuración de los productos individuales de la Unidad de Automóviles brindando mayor rapidez en la emisión y respuesta al cliente.
- El Programa de Recompensas Color MAPFRE, una de las iniciativas más importantes de MAPFRE México para este año, que representa un gran orgullo por ser el primer programa de lealtad de gran valor dentro del sector asegurador cuyo objetivo es la generación de confianza con nuestros agentes, otorgándoles beneficios para incentivar su labor comercial.

Emisor Multiplataforma Autos

La cotización y emisión es más ágil.
Próximamente

¡Recompensas Color MAPFRE tiene para ti un maravilloso regalo!

Si de los primeros en mandar un correo con tus datos de contacto a recompensasalados@mapfre.com.mx y dices: ¿Por qué quieres ganar el premio? Si tu respuesta es original obtendrás un Certificado de Estancia en el Hotel Fiesta Americana Grand Los Cabos por 1 noche para 2 personas.

Comunícate con nosotros y déjate consentir por Recompensas Color MAPFRE.

Este programa recibió un premio a la innovación en 2015 en la 4ª Cumbre Anual de Seguros Masivos en Miami.

Finalmente, para reconocer los avances de la oficina de innovación en México, fuimos seleccionados por la Dirección Corporativa de Innovación como sede de las Jornadas Anuales de Innovación en el mes de noviembre, en donde participaron países como: Alemania, Estados Unidos, Perú, Panamá, Brasil y China, entre otros; para compartir sus experiencias en el tema.

4.1.6. Desarrollo Organizacional

CLIMA Y CULTURA

El Desarrollo Organizacional, no es un concepto que se pueda definir con facilidad, ya que es un término utilizado para llevar a cabo el cambio planeado, basado en valores organizacionales y humanos, que pretenden mejorar la eficacia y productividad de las organizaciones impactando con ello de manera directa el bienestar de los colaboradores.

En otras palabras, el Desarrollo Organizacional se refiere a cambios planificados en la organización que se concentran en la calidad de las relaciones humanas líderes, colaboradores y organización, pero la transformación de una organización en nuestros días debe ser tomado como un proceso cotidiano, sobrevivir es reinventarse constantemente. La transformación organizacional hoy no sólo implica trabajar en los procesos operativos, es necesario también hacer transformaciones culturales que permitan atraer, retener y desarrollar a los más brillantes y talentosos del mercado.

Los líderes de las organizaciones son los responsables de crear las condiciones fundamentales para que cada uno de los colaboradores se sume a los modelos de cambio requeridos. Los líderes deben comprender que para transformar su organización es necesario liberar el potencial de sus colaboradores obteniendo de esta forma lo mejor de cada uno de ellos, crear entornos en los que los colaboradores se transformen en la mejor versión de sí mismos, donde crezcan profesional pero también personalmente. Climas laborales donde los líderes no sólo atiendan al desarrollo de su equipo de colaboración sino que lo fomentan cotidianamente; es decir, asumir el rol que les toca, desempeñando en la organización las siguientes competencias culturales:

1. Buscar la equidad como único diferenciador en su desempeño, con reglas claras y transparentes hace que todos los colaboradores entienden cómo pueden crecer dentro de la organización.
2. Apoyar en situaciones de emergencia personal.
3. Crear condiciones básicas para equilibrar su vida profesional y personal

4. Agradecer. Tomar un tiempo para agradecer cotidianamente el trabajo de los colaboradores, permite crear lazos con ellos, que los colaboradores sepan que conocemos lo que hacen y cómo se desempeñan, permite desarrollar modelos de desempeño eficaces para la organización.

Estas 4 competencias culturales facilitan la transformación al interior de la organización. La gente cuidada, que se siente valorada y desarrollada, no sólo se adapta al cambio constante, sino que propone y genera cambios desde dentro.

RANKING INTER-ÁREAS

Esta iniciativa nació en 2015 como una medida para canalizar todas las ideas y propuestas de nuestros colaboradores para implementarse de manera interna a corto y mediano plazo. A través del Ranking Inter-áreas, buscamos no solo la participación activa de nuestros colaboradores para la construcción de un clima laboral favorable mediante la atención de aquellos temas de mayor interés para los que formamos parte de la organización, sino también la implicación en las líneas estratégicas que la organización implementa para la consecución de sus objetivos esto a través de un canal de comunicación directa entre la alta dirección y quienes viven, respiran y transpiran el clima laboral en su día con día, quien mejor que los colaboradores en todos sus niveles organizacionales para proponer mejoras en esos aspectos que viven y perciben día con día hasta ahora en



un sentido de manera pasiva. Implicarse en estos temas fortalece otro de nuestros principios y valores organizaciones, el trabajo en equipo, porque sabemos que los resultados de MAPFRE México, no pertenecen solo a una persona o grupo de personas sino al esfuerzo y compromiso de todos los que formamos parte de ella, por estas razones es que el Ranking Inter-áreas rompe paradigmas mostrando una nueva cara del colaborador que no solo espera sino que también propone, aporta mejora el entorno en el que se desenvuelve diariamente abanderando con ello un concepto empresarial del cual a partir de este momento se sabe protagonista.

El Ranking Inter-áreas tuvo como primeros resultados la recepción de más de 200 ideas de como podemos mejorar nuestro clima laboral no solo a nivel local sino a nivel nacional para posteriormente poder exportar estas mismas ideas buscando un alcance a nivel internacional.

Esta estrategia no solo refuerza sino que nos permite recordar que el mayor descubrimiento del hombre no es la rueda sino la organización un grupo de personas trabajando en armonía para alcanzar un objetivo en común. Fragmento tomado del libro: Más allá del desempeño de Scott Keller

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y EL COLABORADOR

Interesados en contribuir a la sociedad y el medio ambiente llevamos a cabo en 2015, nuestra primera jornada de reforestación con la meta de recuperar la reserva ecológica más importante del Valle de México, la Sierra Guadalupe, a través de la cual se reforestaron 500 m² a través de la plantación de 520 árboles.



Primera Jornada de Reforestación

ALGUNOS TESTIMONIOS DE NUESTROS COLABORADORES:

"Ésta es una valiosa oportunidad para poder no solo salir de la rutina sino también contribuir con nuestro medio ambiente ayudándolo a mantenerse vivo, que a una ciudad como la nuestra es lo que hace falta". Ricardo Juárez.

"Cuando tú haces algo como esto, le tomas más valor a la naturaleza y te preocupas más por cuidar tu medio ambiente". Elsa Caballero.

"El poder contribuir a la construcción de un mejor futuro para nuestros hijos, amigos y en general para todos los que habitamos en este planeta es una sensación por demás agradable". Eduardo Ramos.

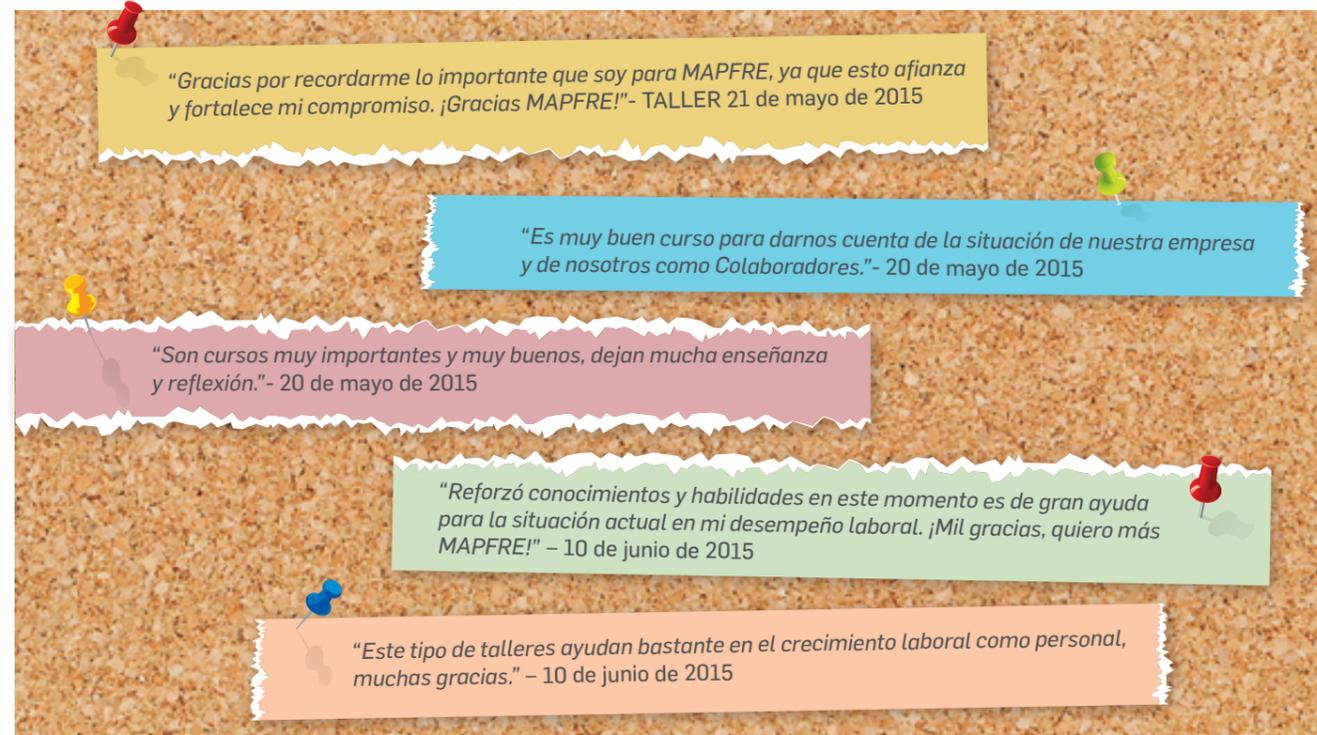
TALLERES DE CULTURA ORGANIZACIONAL

Los talleres de cultura organizacional, se han convertido al paso de los años en el espacio a través del cual la Organización, los líderes y los colaboradores en general se reencuentran con el concepto empresarial con el que hace determinado tiempo se comprometieron, llegando además a una reflexión individual sobre el grado de compatibilidad entre lo que promueve la organización como valores organizacionales y los valores de cada uno de los que forman parte de esta organización. Los talleres de cultura



organizacional se llevaron a cabo este año teniendo como temática fundamental el enterar a los colaboradores sobre las principales acciones que la organización lleva a cabo en aras de mantener un clima laboral basado en la confianza y compromiso de cada uno de los actores de este proceso empresarial. "Entérate Como Mapfre Trabaja Para Ti"

TESTIMONIALES TALLER DE CULTURA ORGANIZACIONAL 2015



4.1.7. Comunicación institucional

[G4-LA4]

El objetivo de contar con un sistema efectivo de comunicación institucional es satisfacer las necesidades de comunicación a nivel nacional y en toda la organización; relacionadas con la filosofía empresarial, valores, programas estratégicos, productos, eventos empresariales, vida cotidiana, noticias del sector tanto nacionales como internacionales, en una palabra todo lo que sucede a nuestro alrededor, porque mantenernos informados nos mantendrá atentos, listos para actuar y anticiparnos a las exigencias de nuestro mercado.

En MAPFRE México, se cuenta con canales de comunicación que permiten mantener informados en ambos sentidos a los Colaboradores con lo que puedan estar enterados de la información que se genera alrededor de la empresa, así como participar a través de opiniones, puntos de vista, testimonios, textos originales, etc.

PORTAL MI MAPFRE, canal de comunicación más recurrente a través del cual se dan a conocer desde las noticias del sector asegurador hasta anuncios clasificados, la aplicación es sumamente amigable y fácil de operar.

COMUNICADOS INSTITUCIONALES, cuya vía de difusión es el correo electrónico; a través de este medio nuestros líderes dan a conocer las acciones, estrategias a seguir en determinado momento por la empresa, e información general que nos impacta favorablemente tanto laboral como personalmente. Por ejemplo:



COMITÉ TERRITORIAL:

Reuniones efectuadas a Nivel Nacional en cada sede Regional, en las cuales se tiene como objeto generar la adecuada retroalimentación acerca de la Gestión Comercial logrando con ello la generación de compromisos y estrategias efectivas y oportunas dentro de la red comercial. Participan: Director Regional de Metropolitanas, Directores y Responsables y Coordinadores Territoriales.

– **Sesiones de Retroalimentación proceso de Gestión del desempeño.** Al finalizar el proceso de evaluación del desempeño, los colaboradores que tienen personal a su cargo llevan a cabo una sesión de retroalimentación con su equipo de trabajo, este momento es el ideal para establecer planes de acción que comprometen de manera bilateral al líder y al colaborador para lograr desarrollar habilidades necesarias que permitan el desarrollo laboral y profesional de todos.

– **Sesiones de Retroalimentación encuesta de clima.** Estas sesiones de trabajo buscan dar a conocer a los colaboradores a todos los niveles los resultados de la encuesta de clima laboral con la finalidad de llevar a cabo un proceso de reflexión y análisis que nos permita definir las líneas de acción a seguir durante el siguiente año.

– **Política de Puertas Abiertas.** Es una decisión institucional que nos ha permitido flexibilizar las relaciones interpersonales entre los colaboradores y la alta dirección. Esta decisión ha permitido llevar las relaciones interpersonales en el ámbito de trabajo, en forma más amena, informal y desestructurada.

– **Juntas y trato con Directores.** La manera de desarrollar los proyectos en MAPFRE México, es multidisciplinaria, por lo que involucra a todos los niveles estructurales de la compañía, lo que propicia que en una reunión de trabajo lo mismo se encuentren Directores Ejecutivos, Responsables (Subdirectores), Coordinadores (Gerentes) y operativos, trabajando en un mismo proyecto, rebotando ideas, compartiendo y aclarando cuestiones de impacto laboral a nivel sector y de manera particular a nivel local.

– Este año se desarrolló un canal interno exclusivo para dar a conocer a los colaboradores de manera semanal todo lo referente a las noticias generadas en un lapso de una semana nos referimos a **MAPFRE HOY**, una gaceta electrónica cuyas ventajas en cuanto a la prontitud de nuestro proceso de comunicación permite saber los temas de mayor interés de

La comunidad MAPFRE, logrando sacar datos estadísticos a través de los cuales llegamos a los temas de mayor interés por parte de nuestros colaboradores.

Adicional a la comunicación semanal a través de **MAPFRE HOY**, se desarrollan **Campañas de comunicación interna** para reforzar algún concepto o proyecto importante de la compañía y se desarrolla una comunicación integral en todos nuestros canales a nivel nacional.



4.2. CLIENTES

[G4-8]

Somos una empresa que se mantiene a la vanguardia, en gran medida gracias a la relación con nuestros clientes ya que nos permite mantener un proceso de mejora continua para fortalecer y profesionalizar nuestra red comercial mediante una filosofía organizacional que ayuda a hacernos conscientes de la dinámica de servicio y desarrollo de productos que atienden a las necesidades de cada sector del mercado asegurador nacional.

CONTEXTO DE MERCADO

Nuestra cobertura ha crecido exponencialmente para 2015 registrando más de 8 millones de clientes a nivel nacional; lo que significaría un gran reto para cualquiera, para nosotros en MAPFRE México significa una oportunidad inigualable de mantener e incrementar nuestros altos estándares de productos y servicios, y de reforzar nuestros compromisos con nuestros usuarios.

CONTRATACIÓN	NÚMERO DE CLIENTES POR TIPO DE NEGOCIO					
	2014			2015		
	CLIENTES	PÓLIZAS	SINIESTROS	CLIENTES	PÓLIZAS	SINIESTROS
Automóviles	431,406	614,727	323,160	497,750	679,506	340,471
Hogar	20,936	27,136	12,261	20,628	25,132	3,232
Salud	59,807	61,899	175,506	69,055	71,042	181,600
Empresas	35,556	50,851	3,095	18,912	41,187	8,996
Vida no Masivo	7,010,880	3,098,678	15,144	7,428,084	3,782,666	17,068
Otros (aviones)	217	223	34	159	322	25
Fianzas	5,708	15,135	51	5,296	16,092	51

Entendiendo los nuevos retos y oportunidades que se presentan con la evolución anual positiva es que MAPFRE a nivel mundial modificó su estructura organizacional alineando la estrategia para mantener una visión global y común de la organización, así como las diferentes características de las regiones en donde opera, es así como nace el área de Negocios y Clientes con áreas regionales que reportan a una Dirección Corporativa.

4.2.1. Productos

La innovación constante y el desarrollo de nuevos productos son resultado de este compromiso constante de MAPFRE México por ofrecer a sus usuarios además de un servicio integral, especializado y de máxima calidad, una cartera renovada de productos que atiendan a sus demandas y sugerencias; destacando:

AUTOS	
Seguro de AutoGAP	Consiste en pagar un valor adicional al cliente en caso de que su vehículo sufra una pérdida total.
Seguro obligatorio	Incluye la cobertura de responsabilidad civil necesaria para cumplir la legislación y circular en caminos, vías y puentes federales.
Seguro obligatorio Santander	Ofrece cobertura de responsabilidad civil necesaria para cumplir la legislación y circular en caminos, vías y puentes federales, diseñada específicamente para el negocio de Autocompara Santander.

VIDA	
COBERTURA	DESCRIPCIÓN
1. Anticipo por diagnóstico de Enfermedad Terminal	Se otorga el 50% de la suma asegurada de fallecimiento como anticipo en efectivo ante el diagnóstico
2. Infarto	En caso de que se diagnostique este padecimiento se entregará una suma adicional a la contratada en la cobertura de fallecimiento
3. Diagnóstico de Cáncer	En caso de que se diagnostique este padecimiento se entregará un anticipo en efectivo de la suma asegurada

PRODUCTOS Y SERVICIOS DE ALTO CONTENIDO SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL

En MAPFRE México reconocemos la necesidad de desarrollar productos innovadores con alto contenido social y medio ambiental que respondan a la tendencia global, que favorezcan a sectores de la población con menos recursos y que aporten positivamente al cambio climático y al ahorro de energías, por lo que decidimos ampliar la oferta de productos con coberturas básicas y primas reducidas, productos relacionados con el desarrollo sostenible y gestión de riesgos ambientales, como por ejemplo:

NÚMERO DE CLIENTES POR TIPO DE NEGOCIO				
RAMO	PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	Nº POLIZAS	2015
Daños	Gasolinera Segura	La cobertura opera siempre y cuando dicha contaminación sea súbita.	2,043	40,174,657.13
Autos	Responsabilidad Civil Ecológica	En el producto de automóviles, dentro de los riesgos que pueden ser de amparados bajo convenio expreso, MAPFRE puede amparar la responsabilidad civil del asegurado por daños al medioambiente o daños por contaminación, causados por la carga que transporta el Vehículo asegurado.	176	102,657.27

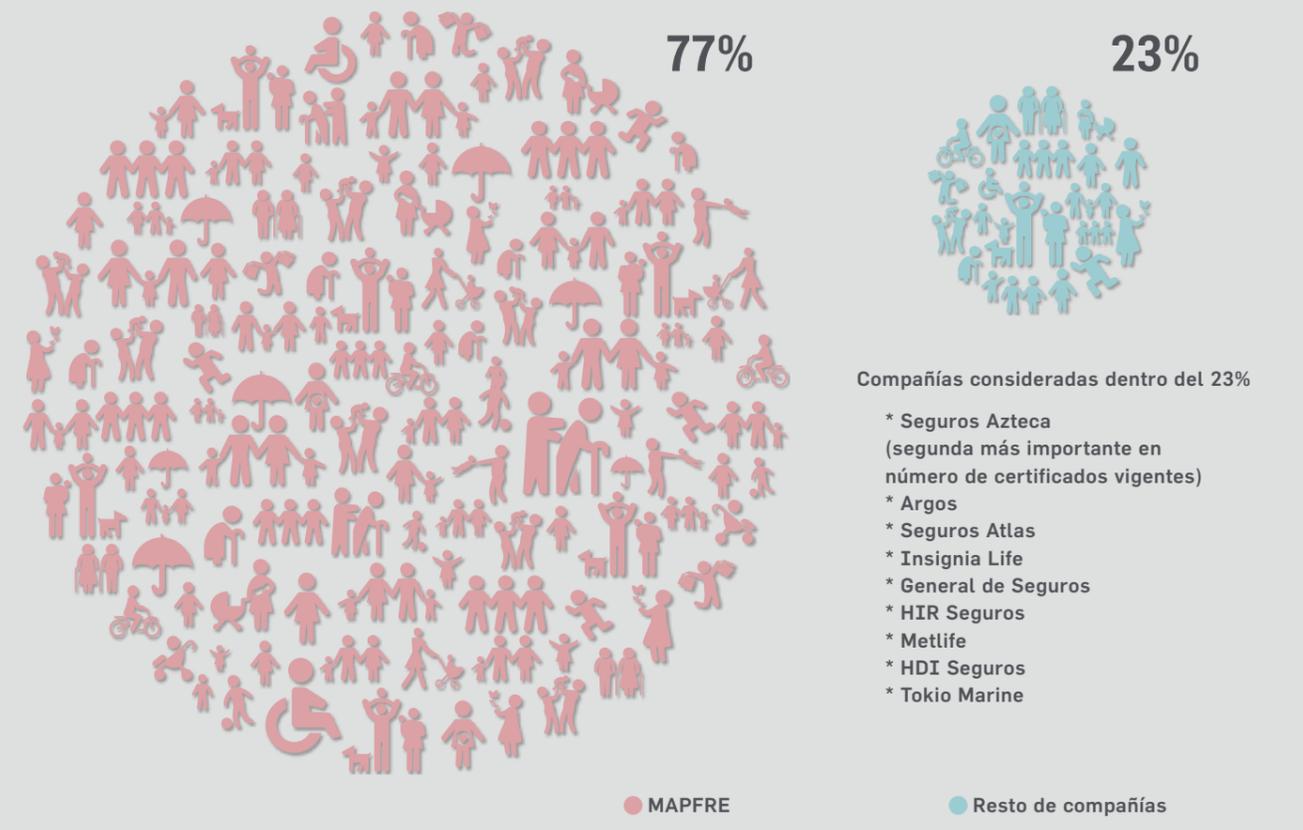
4.2.2. MAPFRE México en MICROSEGUROS

“Contar con productos y servicios diseñados para generar un beneficio social”

Atendiendo a los temas principales identificados en el análisis de materialidad 2015 y manteniendo siempre un compromiso activo con segmentos de la población menos favorecidos en MAPFRE México llevamos a cabo acuerdos de distribución con entidades enfocadas al Microcrédito, que cuentan con la infraestructura adecuada para lograr atender directamente las necesidades financieras de la base de la población.

De acuerdo al reporte trimestral que genera la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) al cierre de diciembre, 2015 ha sido un año importante para MAPFRE México en tema de Microseguros, ya que logramos confirmar el liderato en el rubro al obtener un incremento del 13.75% en el número de certificados vigentes mientras que el mercado reportó un decremento del 10%.

MAPFRE MÉXICO EN MICROSEGUROS



En cuanto al impacto que ha tenido MAPFRE México a nivel social, al cierre de este año contamos con poco más de 6.6 millones de asegurados y beneficiamos a poco más de 14,700 familias a las que hemos indemnizado por algún fallecimiento; a través de un procedimiento simplificado de indemnización para lograr pagar en horas lo que antes pagábamos en días, con esto conseguimos ayudarles oportunamente en un momento tan difícil.

DESARROLLO DE CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Respondiendo en todo momento a las necesidades de nuestros usuarios en el área de productos correspondiente a Microseguros, a finales de 2015 iniciamos con el proceso de evaluación para poder comercializar un producto de este tipo que involucrará 3 ramos: Vida, Accidentes y Enfermedades y Daños. Este combo de coberturas estará dirigido al mercado

de Microcréditos, Microahorro y Mercado abierto del segmento de la base de la pirámide. Con ellos buscaremos cubrir: El fallecimiento del titular o de cualquier miembro de la familia, las intervenciones quirúrgicas, una renta hospitalaria en caso de accidente o enfermedad y apoyarles en caso de un desastre natural.

Tenemos la expectativa de comenzar su comercialización en un piloto durante el tercer trimestre del 2016.

CANALES DE COMUNICACIÓN CLIENTE

La comunicación con nuestros clientes ha sido fundamental para la permanencia y evolución del negocio, por lo que hemos establecido diversos canales para continuar fomentando el diálogo con ellos, como lo son:

Atención personalizada de la RED: En MAPFRE México contamos con una amplia red de oficinas a nivel nacional, y celebramos acuerdos de distribución y atención con firmas bancarias y SOFOLES. Además, disponemos de personal altamente calificado para dar respuesta a los clientes que requieren una atención especializada: industrias, sector agrario, productos de ahorro, etc.

Portal externo: Contamos con cotizadores que permiten la emisión en línea de los seguros de autos, motos, básicos y hogar. Durante todo el año se actualizan los contenidos y las secciones para mantener al día toda la información dentro de nuestro portal.

Portal "Soluciones MAPFRE": Este portal es un centro de contacto único, para atender a clientes y aliados (agentes de seguros) y brindarles respuestas efectivas.

TECNOLOGÍA EN MAPFRE

Redes Sociales

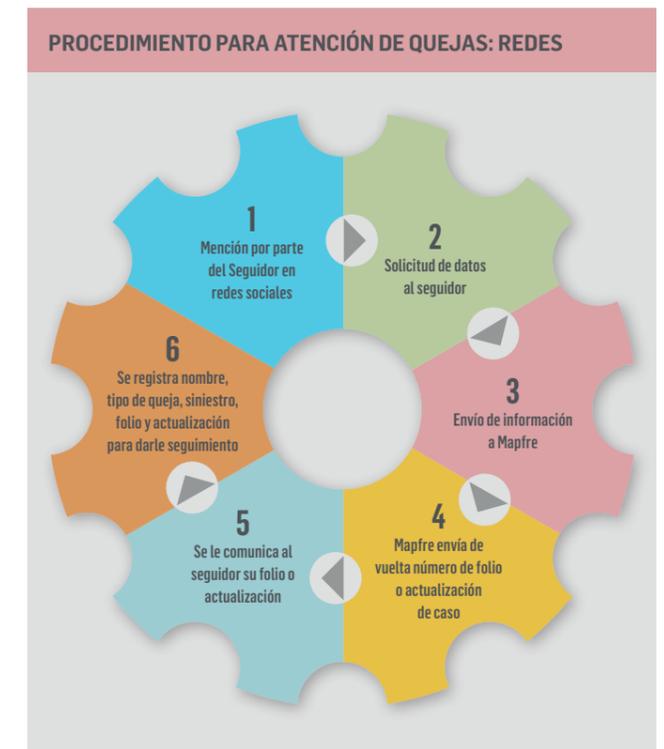
En pleno conocimiento de la importancia de mantener una comunicación bidireccional con nuestros usuarios en MAPFRE México entendemos el cambio radical que ha representado el uso de redes sociales en el comportamiento de nuestros clientes, es por ello que incursionar en medios web se volvió vital para otorgar una respuesta efectiva, con la prontitud necesaria y sin olvidarse de la calidad que caracteriza siempre nuestros servicios.

Estos nuevos canales han servido no solo como una herramienta de apoyo para clientes sino también para poder comunicar mensajes que recalcan nuestro interés en las personas, y brindar información y productos útiles para mejorar la calidad de vida de los individuos.

REDES SOCIALES. CANALES DE COMUNICACIÓN		
RED SOCIAL	CONTENIDOS	SEGUIDORES
Facebook	Información de algún producto / cobertura Datos de interés	104,624
:@MAPFREMexico	Información de cobertura y datos de interés	13,078
:@MAPFRE_Resp_MX	Solamente brinda seguimiento a quejas	402
MásQueSeguros	Información de una unidad de negocio por día	4,266 usuarios por mes (promedio)

Gracias a estos medios hemos logrado un promedio de 2,431 interacciones con usuarios mediante Facebook y un total de 11,800 menciones en Twitter. Logrando también ser un canal de escucha y respuesta efectiva ya que las redes comprenden uno de los vínculos en donde la gente busca el primer contacto al tener dudas, comentarios o quejas y nos permite dar atención fuera de horarios de oficina.

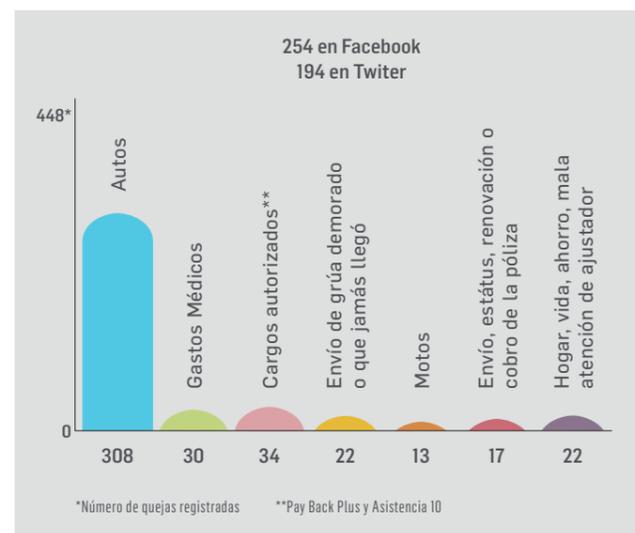
El proceso de recepción de quejas por este medio se ilustra de la siguiente forma:



Gracias a estas plataformas para 2015 en promedio al en MAPFRE México gestionamos 5,733 dudas, comentarios y quejas en redes sociales distribuyéndose de la siguiente forma:



Siendo para este año los temas de mayor incidencia en quejas: Autos y Cargos no autorizados



Plataformas telefónicas

Adicional a nuestras opciones web, contamos con una red de atención telefónica que nos permite dar una atención más especializada y puntual a nuestros usuarios.

En respuesta al constante incremento de volumen durante el año 2015 en el Contact Center SI24 (Servicios integrales 24) se implementó la cabina unificada, la cual mantiene los niveles de atención y servicio óptimos para atender en tiempo y forma las necesidades diarias de nuestros asegurados y agentes.

Sabiendo que la calidad en el servicio es primordial, se ha establecido la metodología Sextante como base de los procesos en el Contact Center. Sextante analiza los comportamientos y cumplimientos del representante durante su interacción con el cliente para asegurar total satisfacción y excelencia en el servicio recibido. La metodología sextante rompe con los modelos estándar de Contact Center respecto a medición de calidad, asegurando:



– Empatía en las interacciones telefónicas.

– Coaching enfocado en cada una de las sesiones de retroalimentación.

– Rápida identificación de puntos clave de servicio en los que se tenga un área de oportunidad.

La metodología Sextante lleva ya 3 años activa en el Contact Center sensibilizando cada una de las interacciones hacia mejores prácticas y un constante desarrollo del servicio al cliente.

Adicional al Contact Center SI24 en MAPFRE México mudaremos a la plataforma corporativa de telefonía lo cual nos permitirá comunicarnos en una forma efectiva mejor entre todos los centros de contacto de la red.

4.2.3. Fidelización y Calidad en MAPFRE

Cumpliendo con la satisfacción de las necesidades y solicitudes de nuestros clientes en MAPFRE México contamos con 3 nuevas acciones que nos ayudan a mantener la fidelidad de los mismos:

– **Lanzamiento de Nuevos Productos.** Como por ejemplo el nuevo Uso Servicio Privado de Transporte de Personas, el cual se liberó desde el primero de mayo de 2015, y que fue específicamente diseñado para ofrecer a los conductores de unidades Uber los paquetes de MAPFRE.

– **Campaña de meses sin intereses para pagar pólizas de Automóviles.** La campaña de pago a 6 y 12 meses sin intereses se extendió hasta el 31 de diciembre de 2015.

– **Renovación Automática.** Actualmente se garantizó respetar el costo de la vigencia anterior con el uso de esta herramienta.

Para asegurarnos que mantenemos clientes satisfechos con nuestros productos y servicios en MAPFRE México contamos con el indicador de Retención que representa los clientes con los cuales contaba MAPFRE México al cierre de un periodo, y con cuántos de ellos aún permanecen al cierre del periodo analizado, en este caso Noviembre 2015.

RAMO	VIGENTES DICIEMBRE 2014	CLIENTES PERMANENTES NOVIEMBRE 2015	PORCENTAJE DE PERMANENCIA
VIDA NO MASIVO	56,867	43,716	76.87
AYE	52,047	36,304	69.75
DAÑOS	49,323	32,564	66.02
AUTO	462,401	235,870	51.00

4.2.4. Reclamaciones y quejas

De acuerdo a nuestro estudio de materialidad 2015, otro de los temas top materiales para nuestro negocio es:

“Contar con códigos éticos y mecanismos de denuncia”

Es por ello que a nivel global MAPFRE tiene el compromiso de atender las reclamaciones o quejas que sus clientes y asegurados independientemente del lugar en donde se encuentren, por lo que ha implementado canales internos para la defensa de los derechos de los usuarios, velando así por mantener la confianza y mejor atención.

En México Soluciones MAPFRE se implementó como un órgano no directivo el cual garantiza la atención y resolución de las inquietudes de nuestros asegurados.

Soluciones MAPFRE continúa en el Top 10 de Aseguradoras de acuerdo a la CONDUSEF.

QUEJAS Y RECLAMACIONES RESUELTAS	QUEJAS Y RECLAMACIONES PENDIENTES	TOTAL	QUEJAS Y RECLAMACIONES RECIBIDAS	PENDIENTES A/A	TOTAL
8,295	353	8,648	8,886	118	9,004
Diferencia					-356
Pendientes A/a (No agregadas a quejas/reclamaciones resueltas)					118
Sugerencias (No agregadas a quejas y reclamaciones resueltas)					239

Las respuestas que se han brindado a las quejas y sugerencias ingresadas por este medio, han servido para modificar el procedimiento de escalamiento de una queja. Esta modificación entro en vigor a partir del mes de Enero de 2015, de esta forma se proporciona un mejor tiempo de respuesta no solo a nuestros clientes, sino también a nuestros aliados y colaboradores.

PRINCIPALES CUESTIONES QUE LOS CLIENTES HAN TRANSMITIDO A MAPFRE

- Costos de las renovaciones
- Dudas en políticas de suscripción
- Homologación criterios de suscripción
- Tarifas poco competitivas en algunas zonas
- Cambios en el producto / tarifas de pick-ups

Transmitidas en:

Consejos consultivos bimestrales y trimestrales según territorial

RESPUESTAS EMITIDAS PARA MEJORAR EL SERVICIO

- Renovación automática con incremento mínimo.
- Circulares internas para homologar criterios de suscripción. (Se anexan)
- Implementación de estrategias de descuentos por zonas

4.2.5. Innovación en conocimiento del cliente

“Conocer la satisfacción de los clientes”

Así como desarrollamos canales de comunicación vía remota para mantener la calidad en nuestros servicios, tenemos presente que la innovación es base en nuestra filosofía organizacional y es por eso que como parte de nuestros temas top materiales encontramos el conocer la satisfacción de nuestros clientes, basados en esto y con la firme convicción de acercarnos cada vez más a nuestros usuarios y cumplir con sus expectativas, decidimos ir más allá para identificar sus necesidades, escucharlos y poder desarrollar productos que cada vez se adapten mejor a estos requerimientos y estilos de vida.

Hemos desarrollado propuestas de valor a través de proyectos conducidos bajo el Service Design Thinking obteniendo información de calidad a través de entrevistas/encuestas, focus groups, brainstorming, etc. Entre los que podemos destacar:

– **Workshops con colaboradores internos:** Colaboradores participan en un workshop para el planteamiento y detección de necesidades del cliente.



– Workshops con clientes consumidores y distribuidores:

Se contacta a clientes con apoyo del área de Business Intelligence y la base de datos de clientes R.U.C (Repositorio único de Clientes); estos clientes participan en diferentes workshops para plantear y detectar necesidades (insights).

– **Customer Journey's:** Gracias a la interacción con Clientes en MAPFRE México hemos logrado elaborar customer journey's con síntesis de Necesidades desde diversos puntos de vista (comportamiento, cognitivo, Material, económico) que nos brindan información para desarrollar Proyectos y estrategias más acertivas.

4.3. CADENA DE VALOR

[G4-EN32 ; G4-EN33; G4-LA15; G4-HR4; G4-HR5; G4-HR6 ;G4-HR11 ; G4-SO10; G4-FS1]

En MAPFRE México no sólo cuidamos la calidad de los productos y servicios que nos ofrecen nuestros proveedores, sino que también ponemos especial atención a la integridad de sus prácticas empresariales porque ello repercute directamente en la entrega final de productos de alto valor a los consumidores.

Para nosotros es de suma importancia asegurar la transparencia, igualdad de trato y la objetividad en la selección de nuestros proveedores. Todas las contrataciones que realizamos están basadas en el Código Ético y de Conducta, la Norma Corporativa de Compras y la Nueva Política de Responsabilidad Social. Estas normas establecen los parámetros para la gestión de la relación con los proveedores tanto de servicios de negocio como de soporte en cualquier parte del mundo.



4.3.1. Tipo de proveedores

[G4-EC9]

Hemos definido tres categorías de proveedores según el tipo de servicio que brindan a la empresa:

PROVEEDORES DE BIENES Y SERVICIOS	
De carácter general	<p>Especialistas en:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Abastecimiento de materiales y mobiliario de oficina. – Papelería e impresos, – Servicios de correo, mensajería, valijas. – Servicios de gestión documental y archivo. – Compras de marketing.
Específicos de actividad operativa	<p>Relacionados con atención de siniestros:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Reparaciones de automóviles y hogar – Prestación de servicios sanitarios, servicios de atención en carretera, etc. <p><i>Gestionados por las unidades de negocio respectivas de acuerdo con las normas generales que establece la Dirección Jurídica.</i></p>
Tecnológicos	<p>Proveedores de:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Hardware – Software – Comunicaciones <p><i>Se relacionan con MAPFRE a través de la Dirección Ejecutiva de Tecnología.</i></p>

En total en 2015 en MAPFRE México tuvimos: 11,150 proveedores que significan una inversión que asciende a 278 MDP representados de la siguiente forma:

	NÚMERO DE PROVEEDORES POR TIPO DE SERVICIO		INVERSIÓN EN MONEDA NACIONAL 2015
	2014	2015	
Bienes y servicios de carácter general	1,604	2,072	\$112,501,805.99
Bienes y servicios específicos	12,796	9,023	\$153,122,579.01
Bienes y servicios tecnológicos	60	55	\$12,841,840.10
Total			\$278,466,225.10

4.3.2. Canales de relación y sistemas de apoyo

[G4-HR4, G4-HR6, G4-HR7]

Mantenemos una relación directa con nuestros proveedores, organizada a través de distintos medios y canales como lo son las plataformas web, los portales específicos, las plataformas tecnológicas y las redes sociales. Estas relaciones se gestionan desde distintas áreas de la empresa según se requiera por el tipo de proveedor, y comprenden básicamente 3 grandes áreas de la empresa como son Compras, Operaciones y Tecnología.

En MAPFRE trabajamos para que nuestros proveedores se conviertan en verdaderos embajadores de la marca a través de la relación que desarrollan con nuestros clientes y de su capacidad de servicio. Es por esto que se desarrolló la iniciativa Proveedores de Servicio MAPFRE, que tiene como objetivo hacernos más competitivos y diferentes a través de nuestros servicios y el aprovechamiento de las mejores prácticas en diferentes mercados, mediante un modelo global de gestión y relación con proveedores de servicios de prestaciones.

Este modelo se apalanca de la creación mutua de valor y el principal interés es prestar un servicio que supere las expectativas de nuestros clientes gracias a la máxima calidad de servicio y a sus 3 pilares fundamentales: el compromiso bidireccional, la categorización de proveedores y el modelo de contribución común, en el cual MAPFRE aumenta sus compromisos hacia el proveedor a medida que éste demuestre su compromiso en la prestación de un servicio excelente.

Adicional contamos con sistemas que nos ayudan a profesionalizar la gestión de nuestros proveedores como el AMA (Aplicación Mundial de Asistencia), el SIGMA PLUS, el Sistema de compras web, que permite realizar la compra directa con algunos de los proveedores generales y tecnológicos.

Aplicación Mundial de Asistencia (AMA), sistema de gestión	SIGMA PLUS, sistema de apoyo
Sirve para el seguimiento del servicio, costo y facturación de percances, a través de la plataforma operativa llamada FUTURA	Permite llevar un control preciso de los pagos a través de las autorizaciones y cargos a los departamentos correspondientes de manera electrónica

4.3.3. Criterios de selección

[G4-LA14]

La selección de nuestros proveedores se apega al procedimiento de integración de personal y del

Código de Ética, a partir de los siguientes criterios:

BASES	RELACIONES	COMISIONES
<p>Criterios técnicos, profesionales y económicos que:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Respondan a las necesidades e intereses de la organización. – Cumplan con las normas internas de selección y contratación establecidas. 	<p>No establecer relaciones con proveedores que infrinjan la ley o los principios básicos del Código.</p>	<p>No aceptar/recibir u ofrecer:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Cantidades en concepto de comisiones o gratificaciones – Regalos o favores de cualquier otra naturaleza por actuaciones que esté realizando en nombre de la Organización (Salvo los regalos de cortesía de valor simbólico o de carácter publicitario, de acuerdo con lo establecido en las normas internas de contratación y gastos).

Convencidos del profesionalismo e integridad ética de nuestros proveedores esperamos que asuman su compromiso con nosotros evitando conflictos de interés, extorsión, soborno o cualquier otra forma de corrupción o práctica de competencia desleal, o contraria a los Derechos Humanos, (principalmente laborales y de seguridad y salud en el trabajo) o al respeto del medio ambiente, tanto en su actividad como en el desempeño del servicio que prestan.

Para contratar a nuestros proveedores, contamos con bases en la Norma Corporativa de Compras, en donde se incorporan también las fases que deben seguirse en el proceso de contratación:



Con el fin de promover las buenas prácticas en las relaciones con nuestros proveedores incluimos aspectos relacionados con el medio ambiente cuya base se encuentra en nuestra Política Medioambiental y de Energía. Los proveedores de servicios ambientales se encuentran en un proceso de evaluación permanente que garantiza la continuidad y capacidad de servicio. El cumplimiento de dichas medidas es objeto de auditoría por parte de la Dirección General de Auditoría Interna de MAPFRE.

4.3.4. Formación

[G4-HR10]

Manteniendo nuestro firme compromiso de mejora con nuestra gente, en MAPFRE México contamos con diferentes proyectos de capacitación técnica y de calidad para proveedores con la finalidad de brindar servicios de la mejor calidad a nuestros asegurados.

HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES

Para garantizar las capacidades y el cumplimiento de sus compromisos, nuestros proveedores tienen como requisito obligatorio, su homologación, ésta se valora mediante un análisis donde se considera la solidez y fiabilidad de cada empresa, desde el punto de vista financiero/solvente hasta el técnico.

REQUISITOS BÁSICOS PARA PROVEEDOR HOMOLOGADO

1. Apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.
1. Contar con una actuación en mercado compatible con los principios éticos de MAPFRE.
2. Realizar toda actividad cumpliendo la legislación regulatoria vigente.
3. Cumplir al día con sus obligaciones laborales.
4. Asegurar la prevención de riesgos laborales y obligaciones tributarias.

CAUSAS DE NO HOMOLOGACIÓN DE PROVEEDORES

- Negarse a firmar o incumplir
1. Cláusulas de protección de datos,
 2. Tratamiento de datos de proveedores,
 3. Carta de compromiso medioambiental y energético,
 4. Cláusula de igualdad para proveedores,
 5. Declaración de relación de contratistas, accionistas o personas vinculadas con el proveedor, que puedan tener con personas vinculadas a MAPFRE,
 6. Cláusula de responsabilidad social.

4.3.5. Calidad

[G4-HR4, G4-HR5, G4-HR6, G4-HR9, G4-HR11, G4-SO10]

Las visitas de inspección por parte de personal especializado a nuestros proveedores y el seguimiento, son la base de la estrategia de gestión de calidad en MAPFRE que se complementa con el monitoreo del cumplimiento del servicio a través de las encuestas de satisfacción a nuestros asegurados y la revisión de indicadores de calidad como por ejemplo plazos de ejecución, tarifas, entre otros.

En MAPFRE México exigimos a nuestros proveedores 4 estándares de calidad básicos:

ESTÁNDARES DE CALIDAD PARA PROVEEDORES

- 1. Tiempo de respuesta**
Tiempo transcurrido entre la comunicación de solicitud del servicio al proveedor y su contacto con el asegurado
- 2. Tiempo invertido**
Tiempo transcurrido en la prestación del servicio
- 3. Certificaciones**
Obtención de certificaciones de calidad
- 4. Transparencia**
En la gestión del servicio realizado por el proveedor y en la información dada a la compañía.

El cumplimiento de los proveedores se ve recompensado mediante la rapidez de pagos y la renovación de convenios, lo que se traduce en una baja rotación. Cuando un proveedor deja de cooperar con MAPFRE o se da de baja, en general, se debe a algún incumplimiento en las obligaciones o la no adaptación a los requerimientos de la organización.

4.4. ALIADOS COMERCIALES

[G4-LA; G4-LA10; G4-HR2 ; G4-12]

Nuestra red comercial está compuesta por más de 200 oficinas en todo el territorio nacional, de las cuales 66 son directas y 209 son delegadas. Para distribuir nuestros productos nos apoyamos en un amplio número de aliados comerciales que está en constante crecimiento y que en su función de agentes o corredores desempeñan un papel relevante en la atención a nuestros asegurados y en la comercialización de nuestras operaciones.

RED COMERCIAL	2014	2015
Agentes	13,888	15,978
Corredores	831	877
TOTAL	14,719	16,855

La distribución de los productos la gestionamos de manera transversal a través de diferentes medios y procesos con la finalidad de proporcionar a nuestros clientes el mayor número de opciones para establecer contacto y relación.

4.4.1. Comunicación con los aliados

En MAPFRE México sabemos que la comunicación y el diálogo con la red comercial son esenciales para mantener relaciones a largo plazo. Gracias a la información, capacitación y entrenamiento, así como la actualización sobre las innovaciones de productos; hemos incrementado la lealtad entre ambas partes; y como reflejo de esta buena relación con nuestros aliados comerciales alcanzamos una tasa de retención del 62.45%.

Contamos con un portal en donde se brinda información de los productos y sus coberturas, campañas de promoción y se da acceso a herramientas de cotización y emisión de pólizas, para que nuestros aliados cuenten con información de primera mano para el soporte de sus actividades comerciales.

En 2015 desarrollamos dos nuevos canales de comunicación con los aliados:

1. Gaceta MAPFRE Hoy para aliados (agentes). Es un canal especializado con temas relacionados a negocios, exclusivo para Aliados donde la información se actualiza de forma semanal.



2. Newsletter de Bróker. Canal exclusivo con enfoque a nuestros Brokers con un tono de comunicación ejecutivo con contenido editorial y de actualización de manera trimestral con temas relevantes del sector asegurador.

Adicional y con la finalidad de reforzar la relación entre ambas partes recibimos información por parte de nuestros colaboradores comerciales principalmente a través de comités territoriales con áreas técnicas y staff, las recomendaciones recibidas para 2015 se centraron principalmente en:

- Mejora en tiempos de respuesta y operación
- Evaluación de tarifas y condiciones de productos

4.4.2. Campañas comerciales

Atendiendo al interés por mantener buenos lazos con la red comercial e impulsar la relación con nuestros aliados en MAPFRE México llevamos a cabo campañas que nos ayuden a fortalecer vínculos que darán como resultado una mayor integración en el negocio.

Entre las campañas realizadas en 2015, destacan:

CAMPAÑAS COMERCIALES	
EVENTO	¿QUÉ ES?
CAI 2015	El lanzamiento del Cuaderno Anual de Incentivos es el evento Kick off del año, en el cual se hace la presentación del cuaderno anual en donde nuestros aliados encontraran los incentivos que se prepararon para ellos en el 2015, durante este evento los asistentes disfrutaron de una TedTalk de los 101 un secretos de la labor que tiene un agente.
CONVENCIÓN ESTELAR NUEVA ORLEANS 2015	En 2015 se llevó a cabo la Convención Estelar Nueva Orleans 2015, a cual asistieron 353 personas en la que se encontraban los agentes que cumplieron con los objetivos del CAI 2014 así como funcionarios de MAPFRE. Durante el evento tuvieron la oportunidad de convivir, compartir experiencias y pasar un buen rato celebrando sus logros y los de la empresa. Los asistentes tuvieron la oportunidad de conocer los puntos más importantes de la ciudad y vivir toda una experiencia con un Mardi Gras hecho especialmente para ellos. En la cena de clausura se le entregó un reconocimiento al Premio MAPFRE 2015 que este año fue para Carlos Arroyo por su maravillosa trayectoria en donde se le entregó la estatuilla Factor Humano que fue creada para reconocer la Fidelidad, Honestidad, Entrega, Integridad y Trayectoria de nuestros mejores Agentes.
SEMINARIO VIDA TOP 50	El Seminario de Vida Top 50, hecho especialmente para los agentes del ramo de vida, quienes asisten son los 50 agentes con mejores ventas en prima de dicho ramo. En 2015 los aliados y funcionarios de MAPFRE asistieron a la ciudad de Acapulco en donde tuvieron diferentes talleres y actividades recreativas que ayudan y motivan sus actividades diarias.
SEMINARIO TOP 30 DAÑOS	El Seminario de Top 30 daños, hecho especialmente para los agentes del ramo de daños es el primer año que se lleva a cabo durante el 2015. Los asistentes junto con funcionarios disfrutaron de un fin de semana lleno de aprendizaje y talleres para reforzar su trabajo así como paseos y actividades recreativas en la ciudad de Puerto Vallarta.
COCTEL DE AGENTES	El coctel de agentes es un evento que se realiza todos los años para cerrar el año con nuestros aliados. Se llevó a cabo en el Lienzo Charro de Constituyentes en donde se vivió una fiesta cien por ciento mexicana con juegos y comida típica
RECOMPENSAS COLOR MAPFRE	En 2015 se implementó una iniciativa innovadora que se canalizó como un programa de lealtad para nuestros Aliados posicionándolos por 4 segmentos diferentes y permitiéndoles ganar más de sus propias comisiones dándoles una atención personalizada y el calor que se merecen.

CAMPAÑAS COMERCIALES

EVENTO ¿QUÉ ES?

COPIA DE GOLF MAPFRE

Copa de Golf MAPFRE es un torneo que tiene como meta ayudar a 6 asociaciones sin fines de lucro, y este 2015 se celebró su edición No. 19.

Las 19 ediciones que lleva MAPFRE organizando este torneo junto con las asociaciones son el más grande testigo del éxito del mismo, que año con año, con un espíritu altruista, ha logrado generar conciencia en los participantes del torneo y en sus patrocinadores; beneficiando a quienes más lo necesitan.

Las fundaciones beneficiadas son:

- Fundación CMR
- Fundación Díaz Perches
- Fundación Junior League de México
- Fundación Mano Amiga de Chalco
- Fundación Renovación Sumando Esfuerzos
- Fundación Nutre un Niño

Gracias a la buena participación se logró recaudar la cantidad de: \$4,442,163.91 que ayudará a todas las buenas causas de las fundación.

Este año celebraremos la 20 edición de la Copa de Golf MAPFRE y juntos sigamos ayudando y rebasemos la meta que nos hemos trazado.



Así como trabajamos por establecer un vínculo con nuestros aliados, también los hacemos partícipes de nuestra cultura organizacional y es por eso que fomentamos una cultura ecológica con ellos, a través de la impresión digital en el portal Zona Aliados en la gestión y entrega de pólizas y endosos de los ramos de Gastos Médicos Individual, Accidentes Personales y Productos Indemnizatorios, con la finalidad de optimizar los tiempos de respuesta al ser enviados por medios electrónicos y que se logren consultar en cualquier momento por portales.



Copa de Golf MAPFRE

4.4.3. Selección y Formación

Para seleccionar aliados comerciales acordes al perfil de MAPFRE México, utilizamos al igual que con nuestros colaboradores, el Procedimiento de Integración de Personal. El propósito de este protocolo es evaluar la eficiencia comercial y la competencia profesional de los candidatos a través de un análisis del perfil psicométrico.

Los participantes se integran a un proceso de assessment center en el que se valoran las competencias establecidas para el puesto. Se obtiene un perfil de acuerdo a una escala de calificación y se identifican áreas fuertes y áreas de oportunidad del participante.

La información de los candidatos se entrega al área cliente y se toma la decisión de seleccionar a los candidatos más adecuados para el puesto basados en 4 criterios: perfil competencial, formación académica, trayectoria laboral y logros.

Una vez que se obtiene el visto bueno en estas pruebas se aplican los criterios de la legislación local para dar de alta a los agentes de la Red Comercial de MAPFRE México.

Posteriormente, ayudamos a nuestros aliados comerciales a profesionalizarse y les difundimos también nuestra cultura organizacional mediante un apartado de cursos y talleres que contribuyen en el desarrollo de su carrera. Estos cursos y talleres pueden ser virtuales o presenciales y se agrupan en tres ámbitos principalmente:

- **Corporativo:** información orientada a transmitir la política, cultura, estrategia y valores de la compañía.
- **Técnico:** orientada al conocimiento de los procesos de las distintas áreas del Grupo y novedades legislativas.
- **Comercial:** dirigida a proporcionar conocimientos sobre productos, herramientas, habilidades y técnicas de venta.

En 2015 la formación se distribuye de la siguiente forma:

TIPO DE FORMACIÓN	FORMACIÓN DE ALIADOS			
	Nº DE PERSONAS		Nº DE HORAS	
	2014	2015	2014	2015
Corporativo presencial	1,553	281	27,609	942
Corporativo multimedia	1,392	13	6,300	25
Técnico presencial	531	447	9,337	1,413
Técnico multimedia	373	77	1,943	281
Comercial presencial	469	9,870	11,984	31,571
Comercial multimedia	433	356	1,834	1,151

En 2015 los esfuerzos en formación se vieron más enfocados en el área comercial, adicional a esto contamos con un programa de formación específica para nuevos colaboradores comerciales con un incremento significativo de participación en horas sumando un total de 35,244 horas con 10,991 participantes.

4.4.4. Acuerdos de Distribución

[64-12]

Gracias a la buena relación que hemos logrado con nuestros aliados comerciales, nuestra red se ha mantenido en crecimiento, siendo una de las de mayores en extensión en América Latina. Al cierre de 2015 contamos con 275 oficinas distribuidas en toda la República y más de 400 contratos, buscando acercarnos a nuestros clientes para ofrecerles un servicio de calidad.

Para consolidar e impulsar los acuerdos de distribución, tomamos diferentes medidas entre las que destacan:

- La renovación de oferta de productos
- Mejoras y correcciones a la operación
- La atención de siniestros

Durante 2015, firmamos dos nuevos acuerdos:

NOMBRES COMERCIALES	FECHA	DESCRIPCIÓN	PUNTOS DE VENTA
Cajas Populares	Septiembre	Venta de seguros de gastos funerarios en entidades de financiamiento para personas de recursos limitados	5
Click Seguros	Noviembre	Venta de productos de accidentes mediante telemarketing	1

4.5. SOCIEDAD

[G4-15; G4-16]

4.5.1. Reconocimientos

Durante 2015 se ha reconocido nuestra labor en gestión empresarial, calidad en el servicio y contribución a la sociedad.

Contamos con diversos distintivos y reconocimientos que respaldan la ardua labor que en MAPFRE realizamos para ofrecer los productos y servicios de calidad que esperan de nosotros nuestros usuarios.

Entre los reconocimientos a nivel local y grupo podemos destacar:



Premio a la Innovación por el Proyecto Colores MAPFRE



Premios LATAM – Automóviles, Salud e Innovación Madrid



Distinción de "Mejores Empresas para Trabajar"



Reconocimiento de "Mejores Empresas para Trabajar" - América Latina

Premio Innvation in Partnership de la cuarta Cumbre Anual de Seguros Masivos América Latina 2015	Reconocimiento por CONDUSEF entre las aseguradoras mejor evaluadas
Premio websites del año 2015 en el sector asegurador para MAPFRE y VERTI otorgado por MetrixLab	MAPFRE entre las empresas más responsables y con mejor gobierno corporativo (MERCOS)
Reconocimiento como empresa "Nivel Avanzado" otorgado por el Pacto Mundial de Naciones Unidas por cuarto año consecutivo.	Reconocimiento como la entidad más atractiva del sector asegurador otorgado en los Randstad Awards 2015.
BB MAPFRE galardonada como empresa Top Employer otorgado por el Instituto Internacional de Certificación (Top Employer Institute). Este certificado reconoce a aquellas empresas que alcanzan la excelencia en las condiciones laborales que ofrecen a sus colaboradores.	
InsureandGo galardonada en los british travel Awards en la categoría best travel insurance Provider (Mejor Proveedor de seguros de viaje).	MAPFRE firma la declaración del sector seguros de naciones Unidas en apoyo a la reducción del riesgo de desastres.
Top Car MAPFRE 2015 reconoce a los mejores de la industria del automóvil en México	Premio por el proyecto Marco Global de Internet por SDL y Fecron
MAPFRE ASISTENCIA recibe el premio de innovación y Excelencia corporate liveWire.	MAPFRE galardonada por los 15 años de Liderazgo Reputacional en los premios ABC que reconoce a las empresas incluidas en el MERCOS.
MAPFRE ASISTENCIA, Premio a la Excelencia de la revista Acquisition international.	BB MAPFRE se incorpora a la Junta directiva de Psi (Principios de sostenibilidad en el seguro), una propuesta global de las naciones Unidas para el Medio Ambiente y la iniciativa Financiera.

4.5.2. Asociaciones

Participamos en Cámaras y Organismos Empresariales con el objetivo de buscar constantemente mejoras, identificar coincidencias y explorar propuestas alternativas y solución a problemas relacionados con la industria.

1. Centro de experimentación y Seguridad Vial (CESVI)
2. Asociación Mexicana de instituciones de Seguros (AMIS)
3. Asociación Latinoamericana de Seguro Agropecuario (ALASA)
4. Instituto Mexicano de ejecutivos de Finanzas (IMEF)
5. Asociación Mexicana en dirección de Recursos humanos (AMEDIRH)
6. Asociación de Compañías Afanzadoras de México (AFIANZA)
7. Servicios especializados de Vehículos, Volkswagen (SEVASA)
8. Comité de oficina Coordinadora de Riesgos Asegurados (OCRA)
9. Colegio nacional de Actuarios (CONAC)
10. Asociación Mexicana Automovilística
11. Asociación de Seleccionadores de Riesgos en el Seguro de Personas (ASERP)
12. Instituto Mexicano de Contadores Públicos (IMCP)
13. Funcionario del Sector Asegurador (FUSA)
14. Endeavor Universidad de las Américas Puebla
15. Consejo Agropecuario de Jalisco
16. Club Rotario Toluca Suroeste
17. Club LídeRS empresas Líderes en Responsabilidad Social
18. Fideicomiso institucional en Relación a la Agricultura - (FIRA)
19. Asociación de Bancos de México - (ABM)
20. Nacional Financiera (NAFIN)
21. Secretaría de Agricultura, Ganadería, desarrollo Rural, Pesca y Alimentación - (ASARPA)
22. Asociación Mexicana de Actuarios – (AMA)
23. Asociación Latinoamericana de Suscriptores Marítimos – (ALSUM)
24. Asociación internacional de Actuarios – (AIA)
25. Asociación Mexicana de la industria Automotriz, A.C.

4.5.3. Programas de acción social

Las acciones más destacadas para MAPFRE México al cierre de 2015 las podemos observar en el siguiente cuadro resumen:

MAPFRE MÉXICO	JORNADA DE REFORESTACIÓN	Participar en la recuperación de la reserva natural más importante del Valle de México en Sierra de Guadalupe con apoyo del gobierno a través de Ayuntamiento municipal, Secretaría de Medio Ambiente y Gobierno estatal Reforestación de 500m2, +100 colaboradores participantes
	TORNEO DE GOLF	Ayudar a 6 grandes asociaciones que apoyan a niños en situaciones vulnerables contando con la participación de empresarios, proveedores, agentes, corredores, colaboradores y jugadores Iniciativa "Juega Ayudando, Ayuda Jugando" +150 patrocinadores, meta recaudada \$4'442,163.91
	VOLUNTARIADO	Promover una cultura de participación, sensibilización e integración social dentro de la compañía y apoyar a grupos vulnerables 55 actividades realizadas por Programa de voluntarios México es coordinado por la Fundación MAPFRE México con actividades en más de 7 ciudades
FUNDACIÓN MAPFRE	ACCIÓN SOCIAL	Mejorar las condiciones de vida de las personas y grupos más desfavorecidos 7 Proyectos basados en: nutrición infantil, educación niños y jóvenes y el desarrollo de la comunidad En 2015 se creó Comunidad MAPFRE-UP para apoyo a la comunidad a través de educación, salud, actividad física y alimentación
	CULTURA	Desarrolla actividades con especial atención a las artes y sus diversas manifestaciones 2 Proyectos basados en educación y arte En 2015 se llevó a cabo: Exposición Retratos. Colecciones Fundación MAPFRE exposición de fotografía
	PREVENCIÓN Y SEGURIDAD VIAL	Prevenir y reducir los índices de accidentalidad y las lesiones ocasionadas por el tráfico de vehículos 6 Proyectos basados en concienciación de niños y jóvenes, educación e información oportuna y salud
	PROMOCIÓN DE LA SALUD	Mejorar la salud y la calidad de vida de las personas 2 Proyectos basados en educación y concienciación de adultos mayores y profesionales, generación de hábitos en niños
	SEGURO Y PREVISIÓN SOCIAL	Promover e impulsar el conocimiento del seguro y la previsión social y difundir la cultura aseguradora 4 Proyectos basados en entrega de información veraz y oportuna, el uso de tecnología para la formación

Si quieres conocer más información sobre los proyectos de Fundación MAPFRE México entra aquí:
<https://www.fundacionmapfre.mx/mexico/es-mx/>

Fundación MAPFRE: https://www.fundacionmapfre.org/fundacion/es_es/

05



El Medioambiente en MAPFRE México

5.1. COMPROMISO CON EL MEDIOAMBIENTE Y LA SOSTENIBILIDAD

[G4-en27, FS1, FS3, FS9]

En MAPFRE México reconocemos tanto el impacto de nuestra actividad empresarial en el medio ambiente, como todas las implicaciones que derivan de la mismas, es por eso que, desde los objetivos estratégicos del negocio, implementamos medidas en esta materia, generando una cultura ambiental interna y ambientes equilibrados y responsables en todos los lugares en los que operamos; en todos los lugares en donde operamos; alimentando con ello la generación de valor para nuestros clientes y sociedad en general.

Teniendo en mente los retos ambientales que enfrentamos tanto interna como externamente, desde 2004 Grupo MAPFRE desarrolló e hizo pública la Política Medioambiental que atiende temas como la prevención de la contaminación y el cuidado del medio ambiente con el fin de contribuir con el adecuado desarrollo y progreso social.

En MAPFRE México, asumimos esta Política haciéndola extensiva también a nuestra cadena de valor mediante criterios de evaluación y riesgo ambiental. Además, hemos adaptado a nivel local diversas iniciativas que forman parte del Plan Estratégico Medioambiental y el Programa Nacional de Medio Ambiente, misma que fue revisada y renovada en 2014, en dicha actualización se incorporaron la gestión del cambio climático y la preservación de la biodiversidad, adicionales a los criterios ya establecidos de gestión energética. Para 2015 se ratifican estas adiciones a la política, confirmando algunos cambios dentro de nuestros 3 pilares base de actuación.



LOS PILARES DE NUESTRA POLÍTICA MEDIOAMBIENTAL



INTEGRACIÓN DEL MEDIOAMBIENTE EN EL NEGOCIO

- Integración de criterios medioambientales en los procesos de análisis de riesgos y en la toma de decisión de operaciones de inversión, así como en la cadena de suministro, en la gestión de inmuebles y otros que puedan ejercer impactos ambientales, energéticos y/o relacionados con el cambio climático.
- Desarrollo de productos y servicios que contribuyan a la mejora de la gestión del riesgo medioambiental, del consumo sostenible de energía y de la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero.



GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL

- Cumplimiento de la legislación vigente de aplicación, así como de otros compromisos adquiridos de forma voluntaria, y adopción de medidas para la mejora continua a través del desarrollo de un Sistema Integrado de Gestión Medioambiental, Energética y de Cambio Climático.
- Utilización de los recursos de manera racional para reducir la huella ambiental, mediante el control de los mismos, minimizando los consumos de agua, papel y energía, reduciendo la generación de residuos y favoreciendo su reciclado. Esto se consigue, a través, entre otros, de la implantación de buenas prácticas medioambientales, energéticas y eco-eficientes, así como de la promoción del consumo de energías renovables y compensación de emisiones de gases de efecto invernadero.



PROMOCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD MEDIOAMBIENTAL EN LA SOCIEDAD

- Fomento de la cultura y la conciencia medioambiental entre el personal, al que proporcionará la formación necesaria en cada caso, concebida como responsabilidad de todos sus colaboradores; lo que conlleva la necesidad de que todos y cada uno de ellos desarrollen sus actividades de acuerdo a las normas y procedimientos medioambientales existentes.
- Recursos a disposición de los colaboradores, para que participen en el logro de los objetivos de MAPFRE en relación a la gestión medioambiental, a la eficiencia energética y a los procesos de mitigación y adaptación al cambio climático, contribuyendo al desarrollo sostenible.
- Desarrollo de actuaciones para lograr una mayor concientización de la sociedad en aspectos ambientales, energéticos y de cambio climático, a través de actividades de educación, sensibilización y divulgación, así como con la integración de dichos aspectos en nuestra cadena de valor.
- Contribución a la investigación, al desarrollo y a la difusión del conocimiento científico y tecnológico que tiene como finalidad la preservación del medio ambiente y la biodiversidad, de los recursos energéticos y la respuesta frente al cambio climático, así como participación en organismos y foros nacionales e internacionales en los que se promueva y apoye el desarrollo de iniciativas en tal sentido.



Este refuerzo en las acciones en temas ambientales ha dado resultados que suman positivamente tanto los objetivos de esta materia como los adicionados con el Plan Estratégico Corporativo de Eficiencia Energética y Cambio Climático a 2020, que tiene como compromiso de reducción del 20% de las emisiones de gases de efecto invernadero respecto a 2013 a nivel Corporativo.

5.2. GESTIÓN MEDIOAMBIENTAL Y ENERGÉTICA: MODELO SIGMAYE

[G4-en31, FS2, FS4, FS11]

México es uno de los países pioneros en la implantación del modelo medioambiental corporativo, cuya gestión se estructura a través del Sistema Integrado de Gestión Medioambiental y Energética (SIGMAYE), que ayuda a nivel global a prevenir y gestionar los potenciales efectos de nuestras actividades sobre el medio ambiente, asegurando la correcta gestión energética de las mismas.

EL SIGMAYE se crea bajo los estándares internacionales de gestión ambiental y energética cumpliendo los requisitos establecidos en las normas ISO 14001, ISO 50001 e ISO 14064, con el fin de determinar directrices claras y precisas para poder gestionar de la mejor forma los temas relacionados en cuanto a energía y medio ambiente. Este Sistema de Gestión es un sistema integrado que homologa procedimientos, manuales y registros para el seguimiento de los aspectos ambientales y energéticos de MAPFRE México, para el cumplimiento de la legislación local y los objetivos estratégicos.



5.3. ECOEFICIENCIA Y OPTIMIZACIÓN DE RECURSOS

[G4-en1]

La gestión de los residuos constituye uno de los primeros indicadores a revisar en los estándares bajo los que nos encontramos alineados en MAPFRE México, es por ello que forma parte de nuestros objetivos primordiales en materia medioambiental. Ayudando así a reiterar nuestro compromiso por lograr una sociedad mayormente orientada a la sostenibilidad.

Para este propósito se llevan a cabo las siguientes acciones:



La documentación de estas acciones se puede encontrar en el Programa Ambiental y Energético, en el cual quedan plasmados los objetivos y metas de MAPFRE así como los medios necesarios para alcanzarlos.

Para lograr los resultados y beneficios esperados mediante la implementación del sistema de gestión en 2015, MAPFRE México, ha establecido 4 grandes objetivos:

<p>1. ↓5% Consumo de energía por m²</p>	<p>2. ↓10% Consumo de papel por colaborador</p>
<p>3. ↑10% Reciclado de papel por colaborador</p>	<p>4. ↓5% Consumo de tóner por colaborador</p>

5.3.1. Optimización de Recursos

[G4-en23]

En MAPFRE México sabemos que para ser competitivo hay que apostarle a la sostenibilidad ya que cada vez más grupos de interés lo exigen y no solo a entidades regulatorias sino también a las instituciones privadas; por lo que esto se ha vuelto un elemento transcendental para asegurar la operación en el largo plazo. Pero, ¿cómo asegurar que los esfuerzos realizados verdaderamente están valiendo la pena? ¿Cómo saber que están orientados a la sostenibilidad?, a continuación algunas respuestas.

CERTIFICACIÓN LEED

Al identificar la importancia en generar estrategias que construyan mejoras desde todos los puntos de contacto, y sabiendo que hoy en día más y más clientes exigen de sus proveedores bienes y servicios que no atenten contra la integridad del medio ambiente. Ser una organización "verde" o en pro de la ecología / medio ambiente, se ha convertido en estrategia clave para ser competitivo por lo que decidimos poner manos a la obra desde el interior de la casa, compromiso reflejado en la ocupación de un edificio con certificación LEED (Leadership in Energy & Environmental Design), una certificación creada en 1998, por el Consejo de la Construcción Verde de Estados Unidos, y que establece un conjunto de normas y estrategias que guían la edificación y operación de edificios hacia la sostenibilidad. Evaluando aspectos relacionados al consumo energético, uso y manejo de recursos naturales, calidad del medio ambiente interior, y selección de materiales.

En MAPFRE México sabemos que la certificación LEED permite además, la generación de ahorros económicos, ya que se estima que cumplir con los estándares marcados, tiene los siguientes beneficios:

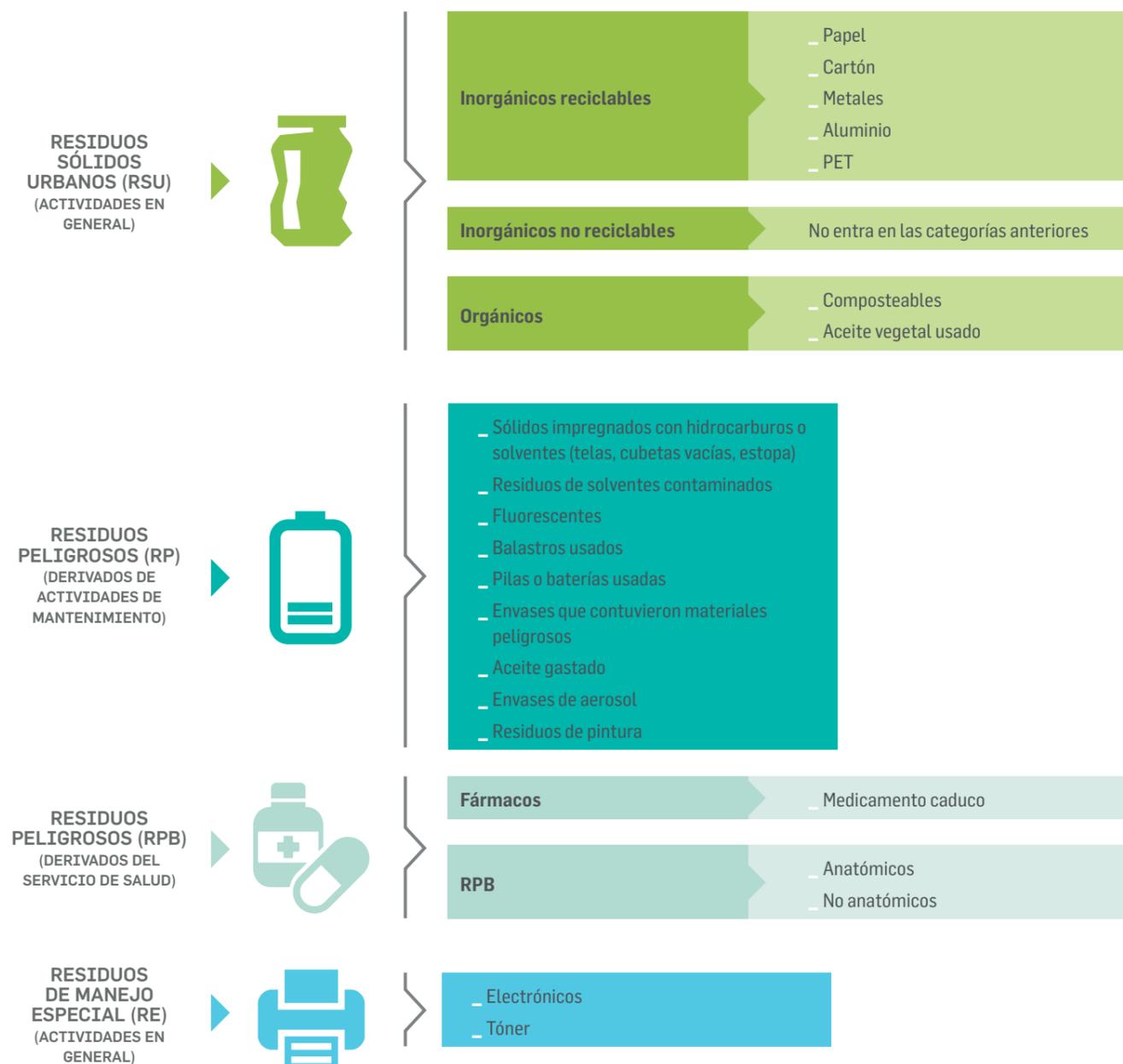
- Disminución entre un 30 y 70% en consumo de energía,
- Baja de 30 a 50% en uso de agua, y
- Descenso de residuos de hasta un 90%.

La certificación que Torre MAPFRE ostenta, es una de las estrategias que permite una mejora global de impacto medioambiental que nos ayuda a fortalecer nuestro compromiso por hacer de este concepto empresarial un elemento más de mejora no solo del sector en el que nos desenvolvemos sino en la sociedad en general.

GESTIÓN DE RESIDUOS

Con respecto a la gestión de residuos, en MAPFRE México hemos dispuesto de cuatro clasificaciones de residuos, que se alinean con la normatividad local y que consideran también, la segregación adecuada, depósito, almacenamiento y disposición final.

CLASIFICACIÓN DE RESIDUOS



De acuerdo a la tipología de los residuos su destino final se determina de la siguiente forma:

– **RSU Reciclables:** se depositan en forma separada, según su procedencia, en los contenedores especiales y almacenados en áreas especiales, habilitadas por la empresa.

• **RSU Inorgánicos no reciclables y orgánicos:** son depositados directamente en los contenedores de residuos orgánicos e inorgánicos

– **RP Derivados de actividades de mantenimiento:** se depositan en forma separada, según su composición y clasificación, y almacenan temporalmente en contenedores especiales para posteriormente entregarlos a un gestor autorizado, quien tendrá la responsabilidad de destruirlos o confinarlos, según se establezca en la normatividad correspondiente.

– **RPB Derivados del sector salud:** se colocan en depósitos especiales y se entregan al gestor autorizado para su disposición final.

– **RE Actividades en general:** estos residuos son manejados en forma independiente, ya que se han definido programas específicos para el reciclaje de los equipos electrónicos desechos, así como para los cartuchos de tóner.

Nuestros programas de gestión han logrado disminuir el impacto de los residuos en gran medida gracias al reciclaje que sustituye la destrucción o confinamiento de un gran número de residuos.



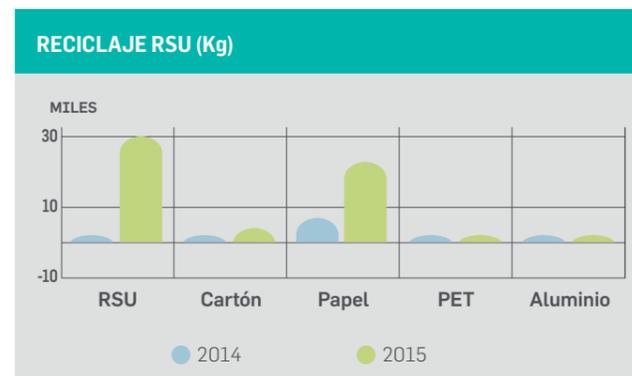
PLAN DE MANEJO DE RESIDUOS NO PELIGROSOS

Cada tipo de residuo debe tener un tratamiento diferente, es por ello que de acuerdo a su clasificación y volumen de generación ajustamos el método de manejo para gestionarlos de manera mucho más eficiente.



La generación de este tipo de residuos en 2015 se distribuye de la siguiente forma:

KG	2014	2015
RSU	989	2,8721
Cartón	996	3020
Papel	4,634.85	19,959.79
PET	996	1,061
Aluminio	214	175



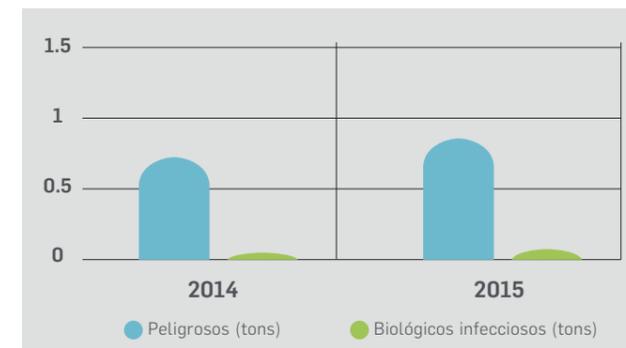
PLAN DE MANEJO DE RESIDUOS PELIGROSOS

El plan de disposición de residuos peligrosos de MAPFRE México se desarrolla en estricta línea con la legislación local dada la naturaleza de estos residuos; considerando la identificación, el embalaje, la separación y el almacenamiento conforme la clasificación del residuo para su apropiada disposición final.

Como medida para lograr una gestión segura y eficaz, los residuos peligrosos son entregados a gestores externos acreditados por las autoridades correspondientes para su transporte y disposición final.

RESIDUOS PELIGROSOS

	2014	2015
Peligrosos (tons)	0.642	0.830
Biológicos infecciosos (tons)	0.003	0.016



Para 2015 logramos gestionar 0.846 toneladas de residuos peligrosos dándoles el mejor tratamiento para asegurar la correcta disposición final, lo que significa que del total de residuos generados, el 100% se envían a disposición final cumpliendo con la normatividad aplicable.



GESTIÓN DEL CONSUMO DE PAPEL Y APARATOS ELECTRÓNICOS

[G4-en2]

El papel representa uno de los insumos más utilizados dentro de nuestra organización, es por ello que hemos desarrollado diversos procesos e iniciativas para reducir su consumo, siendo la reducción del consumo y el incremento del reciclaje del mismo, dos de nuestros principales objetivos planteados para 2015.

Entre las iniciativas para lograr la reducción podemos encontrar métodos de digitalización para poder disminuir el papel consumido en procesos de facturación o impresión de pólizas, la colocación de consolas para reciclaje y destrucción de documentos confidenciales, cerca de multifuncionales con el fin de tener recordatorios constantes para nuestros colaboradores contando incluso con impresoras programadas con sistemas de medición por colaborador y configuradas para la impresión a doble cara para poder tener un mejor y mayor control en el consumo de papel, explotando el gran potencial de reducción que este insumo representa.





Impresión digital

Respondiendo a nuestro compromiso con el cuidado del medio ambiente la mayoría de nuestras iniciativas van encaminadas a cumplir con este objetivo de manera responsable y en beneficio de la conservación, la promoción del ahorro y la eficiencia energética.

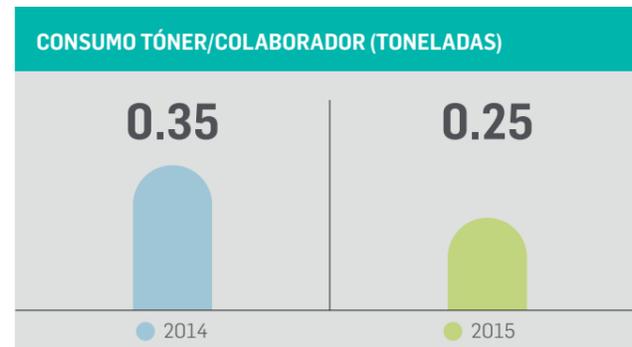
Lo anterior, nos llevó a desarrollar una herramienta que permitirá nuestros aliados poder visualizar, imprimir, guardar y mandar por correo electrónico, toda la producción de diferentes ramos, en los periodos que el aliado lo requiera.

Esta iniciativa brinda los medios necesarios para la entrega de la impresión digital, y ayuda con la fácil gestión y entrega de pólizas y endosos de los ramos de Gastos Médicos Individual, Accidentes Personales y Productos Indemnizatorios, con la finalidad de optimizar los tiempos de respuesta al ser enviados por medios electrónicos y que se logren consultar en cualquier momento a través de nuestros portales.

Con estos esfuerzos MAPFRE México está contribuyendo e innovando de manera significativa a la conservación del medio ambiente, al dejar de utilizar gran cantidad de papel, salvando así una gran cantidad de árboles y cooperando con la conservación de especies.

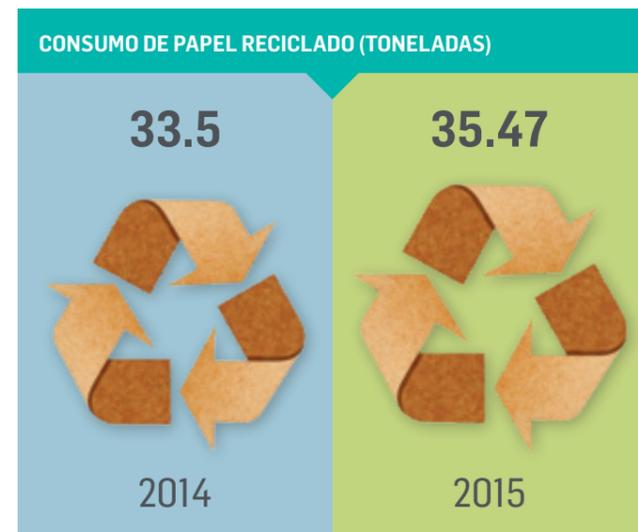
RESIDUOS DE MANEJO ESPECIAL

En este periodo reportamos un consumo de 0.25 tóner/ colaborador lo que equivale al 76% del objetivo planteado para el periodo reportado. Adicionalmente se completó la implementación del sistema de control de impresión que se tenía pendiente del 2014, llegando de esta forma a la implementación de dicho sistema en el 100% de los equipos considerados.



Este año se planteó un objetivo de reducción anual del 10% el consumo de papel por colaborador, alcanzando en la primera revisión (marzo 2015), una reducción de 6.87 kg, lo que corresponde a 27% del objetivo, esto se debe a la implementación del plan de eficiencia y control de gasto en donde se han eliminado los formatos impresos para las pólizas de accidentes y enfermedad y se ha reducido la impresión de pólizas de la Unidad de automóviles.

Sabemos también que en 2015 se ha incrementado notablemente la cantidad de papel reciclado llegando a una suma total de 35.47 Ton lo que significa \$540,270.00, elevando también el índice de papel reciclado por colaborador a un 60% más de lo esperado para el periodo.

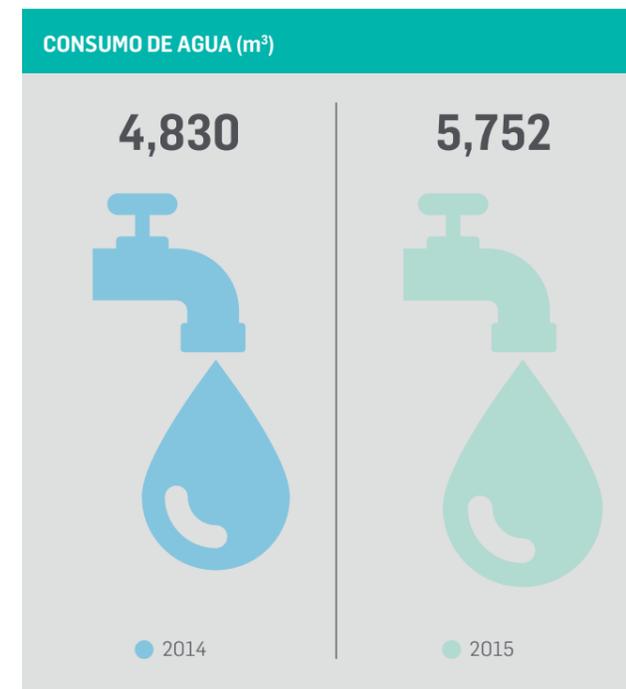


5.3.2. Consumo de agua

[G4-en8, G4-en9]

Derivado de la actividad empresarial que llevamos a cabo, el mayor impacto en materia de consumo de agua se registra en nuestras oficinas administrativas y los servicios que éstas requieren. Para atender este tema se han llevado a cabo medidas de eco-eficiencia en los servicios para garantizar la gestión óptima de este recurso, como por ejemplo:

- Mejoras en instalaciones sanitarias: Llaves ahorradoras de agua, mingitorios secos y WC ecológicos con mínima descarga de agua.
- Programa permanente de revisión y reparación de fugas hidráulicas y sanitarias.



Cabe aclarar, que el aumento en el consumo de agua se debe a los siguientes factores:

1. Arrendamientos celebrados en el 2015 en Torre MAPFRE
2. Incremento de plantilla de personal.

5.3.3. Emisiones y vertidos

[G4-en10, G4-en22, G4-en26]

Como uno de los temas principales en el estudio de materialidad 2015 es:

“Controlar los vertidos de residuos al medio ambiente”

Al ser una organización de talla mundial todos los programas en materia ambiental se regulan constantemente; es por ello que se somete periódicamente el control ambiental de nuestras instalaciones a programas de mantenimiento que cumplen con parámetros definidos y aseguran el cumplimiento de las legislaciones, esto nos permite monitorear las emisiones atmosféricas y la descarga de aguas residuales a través de nuestro sistema de gestión SIGMAYE.

En MAPFRE México no realizamos vertidos directos a cuerpos receptores desde ninguna de nuestras instalaciones, sin embargo, contamos con un control estricto que cumple con la normatividad local respecto al vertido de agua residual sanitaria a la red pública, cumpliendo con los parámetros de descarga y cubriendo la cuota a la autoridad local correspondiente para su posterior tratamiento.

– **Harinas, Grasas y Aceites:** Contamos con recipientes especiales (bidones) en donde se depositan todos los sobrantes de aceite y grasa que se utilizan para freír alimentos.

Para los sobrantes de harina se destinan bolsas para finalmente depositar éstas en la basura.

– **Mermas comestibles en grandes cantidades:** Los contenedores de basura orgánica reciben todos los restos de comida.

– **Sólidos inorgánicos:** Contamos con botes de basura inorgánica para el depósito de estos desechos.

– **Productos químicos:** Son residuos que se manejan de forma especial evitando que se desechen en el drenaje o basura doméstica. Ejemplos comunes: alcohol, ácido, amoníaco, anti-incrustantes, sosa cáustica, cera para pisos, desinfectantes, limpiadores, aceites, lubricantes, anti congelantes.

– **Aguas Jabonosas:** Hacemos uso de productos biodegradables para limpieza y no se vierten directamente al desagüe.

Fortaleciendo nuestro compromiso con el medio ambiente nos mantenemos alineados a las acciones establecidas por nuestro proceso de control de vertidos, con lo que logramos evitar afectaciones en la operación siguiendo estrictamente los requerimientos legales de descarga; en Torre MAPFRE, contamos con Planta de Tratamiento de aguas residuales con una capacidad de tratamiento de 164,160 litros por día, que ayuda a abastecer el servicio interno del edificio, contribuyendo a que nuestro consumo de agua potable proveniente de la red pública disminuya considerablemente.

5.3.4. Derrames y Fugas

[G4-en20, G4-en24]

El uso de refrigerantes para los sistemas de aire acondicionado, está dispuesto conforme la normatividad local para evitar emisiones de SAOs (Sustancias Agotadoras de la Capa de Ozono). La gestión de estas sustancias se basa en la operación eficiente del edificio, es por ello, que como parte del mantenimiento periódico de nuestras instalaciones, contamos también con inspecciones periódicas de mantenimiento a los equipos que forman parte de los sistemas de aire acondicionado para asegurar su correcto funcionamiento.

Durante 2015 no registramos eventos referentes a derrames o fugas significativas en los establecimientos e instalaciones gestionados por MAPFRE México.



5.4. GESTIÓN DEL CAMBIO CLIMÁTICO

[G4-EN6, G4-EN7, G4-EC2, FS2]

“El cambio climático es un cambio de clima atribuido directa o indirectamente a la actividad humana, que altera la composición de la atmósfera mundial y que se suma a la variabilidad natural del clima observada durante períodos de tiempo comparables”.

Fuente: Convención Marco de las Naciones Unidas para el Cambio Climático – UNFCCC.

La lucha contra el cambio climático se ha vuelto tema prioritario para la gran mayoría de nuestros grupos de interés, cada vez es mayor la demanda hacia todo tipo de organizaciones para que participen en la mitigación de esta problemática manteniéndose como actores activos en la transformación global hacia una economía baja en carbono.

Es por ello que en MAPFRE, a través de nuestras acciones y compromisos decidimos jugar un rol activo en esta materia; siendo conscientes de los retos y riesgos que implica la transformación, desarrollamos una estrategia a largo plazo que contribuya paulatinamente al cambio.

Este compromiso se ve reflejado en nuestros temas top materiales teniendo entre los principales compromisos para 2015:

“Reducir las emisiones al medio ambiente”

En este sentido, se ha desarrollado y aprobado desde 2014, el Plan Estratégico Corporativo de Eficiencia Energética y Cambio Climático con miras a 2020, siendo éste el eje rector en materia energética para conseguir los objetivos de reducción de emisiones de CO₂eq en el grupo. La implementación del Plan Estratégico tiene como motor la integración de las diferentes áreas especializadas dentro de MAPFRE, al constituir y coordinar grupos de trabajo enfocados a la obtención de los resultados esperados en la temporalidad establecida, estos grupos de trabajo corporativos se conforman a partir de 3 enfoques “Eficiencia Energética”, “Análisis de Riesgos de Sostenibilidad” y “Adaptación y mitigación al Cambio Climático”.



En el Plan Estratégico de Eficiencia Energética y Cambio Climático 2014-2020 se definen los planes de actuación a seguir en el corto, mediano y largo plazo para lograr ahorros de emisiones de gases invernadero, entre las que podemos destacar:

1. OFICINAS ECO-EFICIENTES

Con objeto de mejorar el desempeño energético de las oficinas directas de la red comercial de MAPFRE, se desarrollan herramientas específicas para el control de la facturación energética de las oficinas de la red comercial, con esto logramos dar seguimiento y priorización de actuaciones y comparación interna de consumos.

Destacando la implementación de la herramienta de impresión digital para MAPFRE México en donde se brinda un medio que facilita la gestión y entrega de pólizas y endosos de los ramos de Gastos Médicos Individual, Accidentes Personales y Productos Indemnizatorios, con la finalidad de optimizar los tiempos de respuesta al ser enviados por medios electrónicos lo que además permite poder llevar a cabo consultas en cualquier momento a través de dichos portales evitando con ello impresiones innecesarias.

2. SENSIBILIZACIÓN DE COLABORADORES.

Contamos con campañas de comunicación interna en las que se exhorta a los colaboradores a participar de manera activa en acciones específicas para el cuidado del medioambiente como el día internacional del reciclaje, la hora del planeta, etc., a través de estos materiales buscamos la culturización

y concientización de todos los que participamos en este concepto empresarial, permitiendo con ello la preparación de agentes de cambio que permitan la difusión de una filosofía organizacional basada en el bien común.

Este año podemos destacar la campaña de reforestación 2015 en donde contamos con más de 100 participantes reforestando 500m² de una de las reservas naturales más importantes del Valle de México: Sierra de Guadalupe.

Adicional a la difusión y en línea con el compromiso de formación de nuestros colaboradores, en MAPFRE México nos parece de suma importancia que las personas, que derivado de sus funciones estén involucradas en temas ambientales, reciban capacitación específica por lo que como parte del programa de formación 2015, se impartieron cursos como: manejo de residuos electrónicos, aguas residuales, separación de residuos, manejo de RPBI's y atención de emergencias ambientales que incluyó un simulacro de control de derrames.



3. INTEGRACIÓN DE LA HUELLA DE CARBONO EN EL MODELO CORPORATIVO SIGMAYE

Durante 2015 se ha desarrollado el inventario de la huella de carbono utilizando el estándar internacional ISO 14064. Esta nueva metodología se aplica por primera vez para las emisiones del Grupo a nivel global y la declaración del inventario se verifica mediante una entidad externa acreditada.

5.4.1. Huella de carbono MAPFRE México

MAPFRE México se alinea a las directrices del grupo para el cálculo de la huella de carbono con base al estándar ISO 14064, lo que ha permitido mejorar la veracidad y trazabilidad de la información reportada, sistematizando la información requerida y el cálculo, a través de "Credit 360", "SharePoint" y "Aqua", como soporte documental y de la gestión del inventario de GEI.

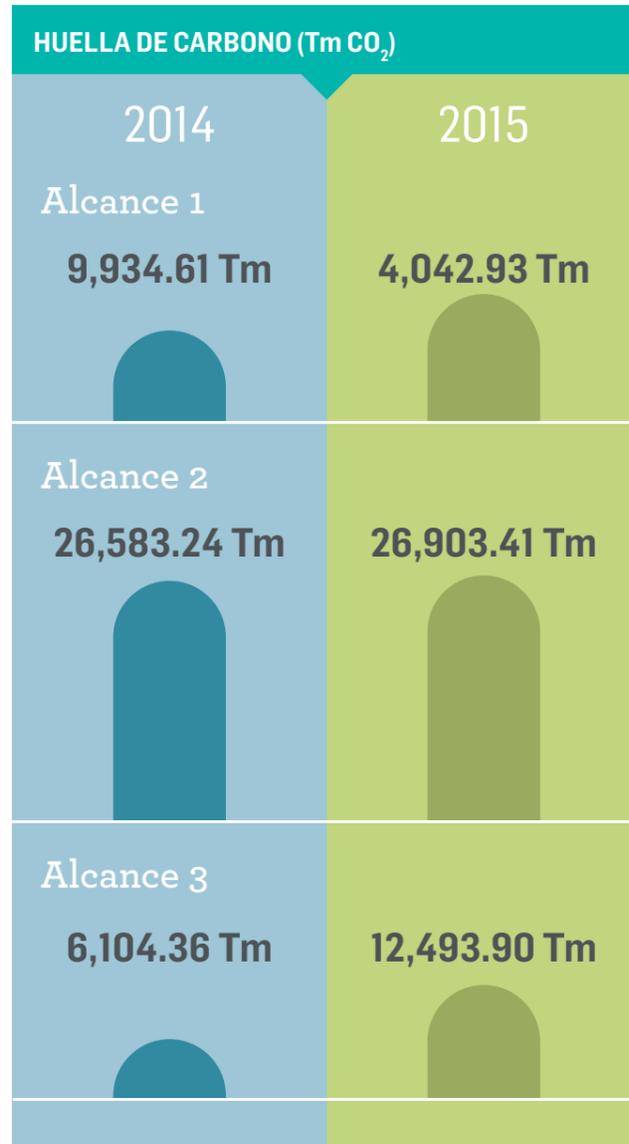
MAPFRE define, cuantifica y evalúa la huella de carbono derivada de su actividad.

La huella de Carbono incluye tanto las emisiones directas, asociadas a las actividades que son controladas por la organización, como aquellas emisiones indirectas, que no siendo generadas en fuentes controladas por la compañía, son consecuencia de las actividades de la misma.

Se definen tres alcances, con base tanto en el Protocolo GHG* como en la norma ISO 14064:

ALCANCE 1
Emisiones directas de GEI. Son las emisiones de GEI controladas por la propia organización: combustión en calderas, hornos, maquinaria, vehículos, procesos, emisiones fugitivas de equipos o instalaciones.
ALCANCE 2
Emisiones indirectas derivadas de la generación consumo de energía eléctrica, originado por las actividades que llevan a cabo en el interior de sus establecimientos (vapor, agua caliente, etc.).
ALCANCE 3
Son el resto de las emisiones indirectas, asociadas a la cadena de producción de bienes y servicios. Son consecuencia de las actividades de la empresa, pero ocurren en fuentes que no son propiedad ni están controladas por la empresa.

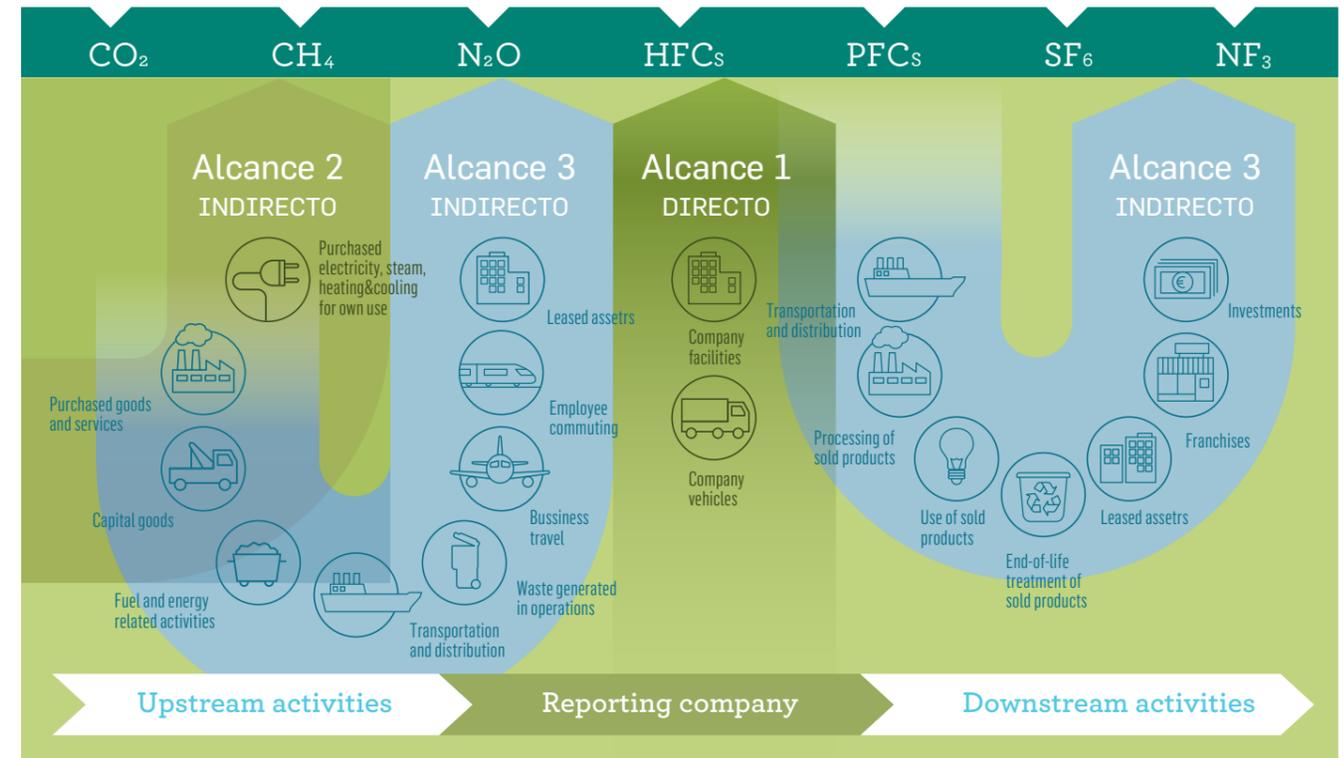
* El Protocolo de Gases de Efecto Invernadero (GHG Protocol) es la herramienta internacional más utilizada para el cálculo y comunicación del Inventario de emisiones.



2013 y 2014: Datos para España e Internacional: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, EEUU, México, Puerto Rico, Turquía.

2015: Datos para España e Internacional: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, EEUU, México, Puerto Rico, Turquía, El Salvador, Nicaragua, Honduras, Panamá, Guatemala, Ecuador, República Dominicana, Paraguay, Uruguay, Perú, Venezuela, Portugal, Filipinas y Malta.

Los alcances para la clasificación de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) contempladas en el inventario se muestran en el siguiente gráfico:



Fuente gráfico GHG Protocol

Estimación de emisiones de CO₂eq conforme a los alcances 1 y 2 en México:

ALCANCE 1

En MAPFRE México nos preocupamos en la aplicación de programas de mantenimiento y control, cuyo objetivo es asegurar que el rendimiento de las instalaciones susceptibles de generar emisiones a la atmósfera sea óptimo para poder reducir su impacto y que además estas instalaciones cumplan los parámetros que establece la normativa.

(G4-EN3)

CONSUMO DE COMBUSTIBLE					
ENERGÉTICO	2014	2015	ENERGÉTICO	2014	2015
Gasolina (l*)	662,112	622,503	Diesel (l*)	1,236	3,750
Gasolina (GJ)	21,331	21,667	Diesel (GJ)	44	130

(G4-EN30)

EMISIONES POR CONSUMO DE COMBUSTIBLES EN tonCO ₂ eq		
ENERGÉTICO	2014	2015
Gasolina y diesel	1,482	1,415.161*

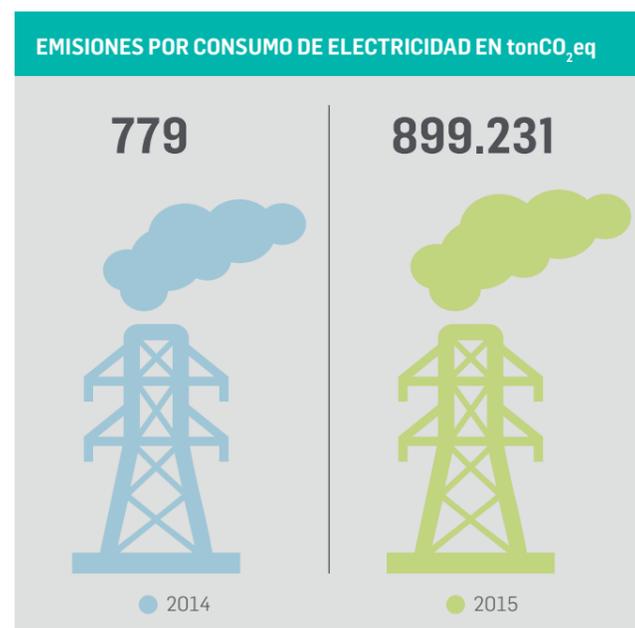
* Se tienen en cuenta las emisiones producidas por los vehículos que consumen gasolina (1,414.04 ton CO₂eq) y las emisiones producidas por el diésel consumido en las plantas de emergencia (1.12 ton CO₂eq)

Para los datos de transporte de personal, nos encontramos en proceso de implementación con nuestro proveedor, por lo que nuestro compromiso para el siguiente periodo es contar con la información cuantitativa correspondiente. Esta alianza con el proveedor forma parte de una iniciativa eco-eficiente que ayuda a asumir un fuerte compromiso en temas de emisión.

ALCANCE 2

En MAPFRE México evaluamos el efecto de los programas e iniciativas de ahorro de energía tanto individuales como agrupadas gracias a que realizamos el seguimiento de los consumos.

CONSUMO DE ELECTRICIDAD		
ENERGÉTICA	2014	2015
Electricidad (MWh)	1,559	1,707
Electricidad (GJ)	5,612	6,145



[G4-EN15, G4-EN16, G4-EN19]

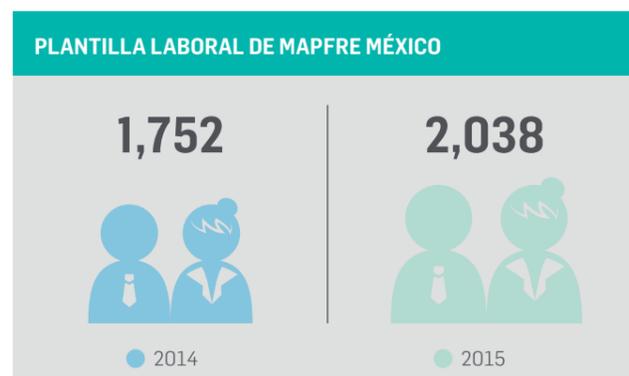
Con relación a las estimaciones anteriores, las emisiones por alcance 1 y 2 se desglosan de la siguiente forma:

EMISIONES TOTALES DE CO ₂ eq (TON)		
EMISIONES	2014	2015
Alcance 1	1,482	1,415
Alcance 2	779	899
TOTAL	2,261	2,314

[G4-EN5, G4-EN18]

INTENSIDAD DE ENERGÍA Y CARBONO

Al 31 de diciembre de 2015, la plantilla laboral de MAPFRE México, se conformó por 2,038 colaboradores y en el año 2014 por 1,752 colaboradores. En este contexto, se calculó la intensidad energética y de carbono por colaborador.



INTENSIDAD ENERGÉTICA

Con respecto al consumo energético, la intensidad se desglosa en la siguiente tabla por consumos de gasolina y electricidad.

INTENSIDAD EN GJ/COLABORADOR		
EMISIONES	2014	2015
Combustibles	12.2	11.6
Electricidad	3.2	3.13
TOTAL	15.4	14.77



INTENSIDAD DE CARBONO

La intensidad en términos de emisiones de CO₂eq se desglosa derivado de los consumos de gasolina y electricidad como sigue:

INTENSIDAD EN tonCO ₂ eq/COLABORADOR		
EMISIONES	2014	2015
Alcance 1	0.85	0.69
Alcance 2	0.44	0.44
TOTAL	1.3	1.13

En línea con nuestra estrategia dictada a través de la Política Medioambiental, desarrollamos iniciativas sostenibles para satisfacer las necesidades energéticas de la organización con la finalidad de respaldar y responder al firme compromiso, hecho desde corporativo y vuelto realidad con acciones locales, ante el cambio climático consiguiendo resultados a nivel social y económico.

Dentro de las medidas adoptadas, podemos destacar las siguientes iniciativas:

– Acciones verdes en MAPFRE en dónde se invita a los colaboradores a ser parte del cambio y participar con pequeñas acciones diarias que harán una gran diferencia en conjunto como, el cuidar el uso de energía en sus espacios de trabajo.



– Campaña "La Hora del Planeta" sigue siendo un referente institucional, y un compromiso a nivel global que incentiva a los colaboradores a participar en acciones que generan un cambio ambiental.



5.5. PRESERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

[G4-EN11, G4-EN12, G4-EN13, G4-EN14]

Como organización somos conscientes de la importancia de la biodiversidad y del impacto que tiene la actividad humana frente a la misma por lo que a pesar de no tener centros de trabajo ubicados en espacios protegidos o en áreas de alta diversidad no protegidas llevamos a cabo jornadas de concientización interna para generar juicios de valor sobre nuestra contribución a la preservación y conservación de la vida en el planeta.

Protección de la biodiversidad

Tal es el interés sobre este tema que supone uno de los nuevos compromisos asumidos en la Política Medioambiental del Grupo, siendo una de las directrices que fijará objetivos de actuación a corto, medio y largo plazo, con la puesta en marcha de campañas de sensibilización entre la comunidad para la conservación de especies y su hábitat natural.



5.6. ACCIONES EN LA CADENA DE SUMINISTRO

[G4-EN32, G4-EN33]

En MAPFRE México hacemos partícipes de nuestros compromisos a todos y cada uno de los involucrados en nuestras actividades, es por ello que los proveedores son evaluados considerando criterios ambientales, respetando así los lineamientos establecidos desde la estrategia medioambiental del grupo.

La evaluación y control de proveedores, así como la política de adquisición de nuevos productos, aunque es de aplicación del área de Compras, cada usuario la conoce y la aplica en caso de ser necesario.

A la firma de contrato, nuestros proveedores hacen suyo el compromiso de asumir como propios los compromisos medioambientales que MAPFRE a nivel global ha contraído, logrando con ello sumarlos a una cadena virtuosa de acciones que impacta favorablemente a nuestra sociedad.



En 2015 participamos en la primera jornada de reforestación corporativa, llevada a cabo en una de las reservas naturales más importantes del valle de México, siendo ésta la primera de las acciones que se pongan en marcha para resaltar el interés de MAPFRE México en contribuir positivamente con la sociedad y su medio ambiente.



5.7. RESULTADOS 2015 Y LÍNEAS DE ACTUACIÓN

[FS4, FS11]

Como lo hemos descrito, en MAPFRE México establecemos anualmente objetivos encaminados a gestionar de una forma más eficiente los impactos ambientales derivados del desarrollo de nuestras actividades para minimizarlos. Estos objetivos deben ser aprobados en el Comité de Seguridad y Medio Ambiente local, y son trasladados a los Comités Regionales de Seguridad y Medio Ambiente para su cumplimiento.

Para 2015 nuestros objetivos y metas a cumplir son:

OBJETIVO	META	CUMPLIMIENTO	
		FECHA	ESTADO
REDUCIR UN 5% CONSUMO DE ENERGÍA POR m² Consumo estimado 2014: 146.93 KW/m ² Objetivo 2015: 139.58 KW/m ² 1ª revisión: ND (Se solicitan indicadores a inmuebles que no tienen los datos disponibles en kW/h) 2ª revisión: 165,48 kW/m ²	Control mensual del consumo de energía.	feb-16	100%
	Desarrollo del indicador y análisis de su evolución.	feb-16	100%
	Seguimiento y análisis de evolución del sistema de control de iluminación.	feb-16	100%
	Mejoras en sistema de control de iluminación.	feb-16	50% Las mejoras al sistema se pospusieron por ajuste presupuestal.
	Distribuir material de sensibilización de uso responsable de la energía (Campaña de comunicación vía Intranet y correo electrónico).	feb-16	100% Campaña TEO Hora del Planeta.

OBJETIVO	META	CUMPLIMIENTO	
		FECHA	ESTADO
REDUCIR UN 10% EL CONSUMO DE PAPEL POR EMPLEADO Consumo/empleado estimado Dic. 2014: 27.99 kg Objetivo Dic. 2015: 25.19 kg 1ª revisión: 6.87 kg, lo que corresponde a 27% del objetivo. 2ª revisión: En 2015 se consideran los datos de ASISTENCIA.	Control de consumo de papel desarrollo del indicador en base a consumo de papel y análisis de su evolución.	feb-16	100%
	Control de consumo de papel formatos impresos, desarrollo del indicador en base a consumo de papel y análisis de su evolución.	feb-16	0% Se desestimó esta meta por tipo de datos disponibles
	Llevar a cabo reunión con responsable de compras para revisar: *Que no se generen grandes cantidades de stock de formatos impresos. *Si es posible realizar formatos electrónicos. *Propuestas para el control de consumo de formatos impresos.	feb-16	50% Se eliminaron formatos impresos para pólizas de accidentes y enfermedad y se redujo la impresión de pólizas de la Unidad de automóviles
	Distribuir material de sensibilización de consumo de papel a empleados (Incluir personal externo).	feb-16	0%
INCREMENTAR UN 10% EL RECICLADO DE PAPEL POR EMPLEADO Reciclado estimado a Dic. 2014: 2.17 kg/empleado Objetivo a Dic. 2015: 2.39 kg/empleado 1ª revisión: 0.62 kg/empleado, lo que equivale a 28.5% del objetivo 2ª revisión: 3.16 kg/empleado.	Incluir a nivel corporativo mensaje de "no imprimir" en la firma de los correos.	feb-16	100%
	Control de la cantidad de papel reciclado mediante solicitud de datos al gestor de papel (ON SITE).	feb-16	100%
	Diseño del indicador y análisis de su evolución.	feb-16	100%
	Colocar consolas junto a las impresoras multifuncionales. Las consolas llevarán la leyenda: "deposita aquí tu papel para reciclar", "destrucción segura de documentos".	feb-16	100%
	Campaña refuerzo del uso de "Bolsa Recicla" (comunicación vía Intranet y por e-mail, incluyendo cartel "Bolsa Recicla").	feb-16	0% Actualmente está en desarrollo una estrategia de comunicación para reforzar la segregación correcta de residuos
	Campaña de refuerzo del reciclaje y rehuso de papel (distribución de material de sensibilización a empleados vía Intranet y correo electrónico).	feb-16	100% Campaña TEO Día del Reciclaje

OBJETIVO	META	CUMPLIMIENTO	
		FECHA	ESTADO
REDUCIR UN 5% EL CONSUMO DE TÓNER POR EMPLEADO Consumo 2014: 0.35 tóner/empleado Objetivo 2015: 0.33 tóner/empleado 1ª revisión: 0.25 tóner/empleado, lo que equivale a 76% del objetivo Se deberá reforzar campaña de sensibilización sobre el consumo de tóner.	Distribuir material de sensibilización de consumo de tóner a empleados (Incluir personal externo) campaña de comunicación vía internet y correo electrónico.	feb-16	0%



Información complementaria

6.1. INFORMACIÓN GRI

¿Qué es el Global Reporting Initiative (GRI)?

- Una organización internacional independiente que surgió con la finalidad de crear una base metodológica para elaborar informes en materia de Responsabilidad Social.
- Una de las guías más utilizadas a nivel mundial para la elaboración y presentación de informes de Responsabilidad Social.
- Reconocida como un modelo estándar de comunicación de información, para todas aquellas empresas o instituciones adheridas al Pacto Global de Naciones Unidas.

¿Qué información se reporta?

Económica

Se reportan aspectos relacionados con el desempeño económico, presencia en el mercado, consecuencias económicas indirectas, prácticas de adquisición.




Medio Ambiente

Se reportan aspectos relacionados con materiales, energía, agua, biodiversidad, emisiones, efluentes y residuos, productos y servicios, cumplimiento regulatorio, transporte, entre otros.




Desempeño Social

Contempla aspectos relacionados con prácticas laborales y trabajo digno, derechos humanos, sociedad y responsabilidad sobre productos.




6.2. PRINCIPIOS DE ELABORACIÓN DEL INFORME

[G4-17, G4-18, G4-20, G4-21, G4-22, G4-23, G4-31, G4-32, G4-33]

Alcance y perfil

El presente reporte anual corresponde al séptimo Informe de Responsabilidad Social de MAPFRE México referente al ejercicio del año 2015. El alcance de la información incluye datos a nivel grupo y local (México), indicando en cada caso la referencia correspondiente. Los datos que se presentan a través de los capítulos del informe, en algunos temas muestran comparaciones respecto a nuestro desempeño plasmado en las memorias correspondientes al 2013 y 2014.

El Informe anual de Sustentabilidad destaca el desempeño de MAPFRE México en los ámbitos económico, social y ambiental siguiendo la metodología del Global Reporting Initiative GRI en su versión G4, así como indicadores del complemento sectorial de Servicios Financieros, teniendo en cuenta las pautas requeridas para visualizar los impactos más significativos para la compañía y nuestros grupos de interés, logrando tener más que un reporte, una herramienta efectiva de gestión.

El objetivo de este documento es dar a conocer valiosa a nuestros grupos de interés. Como parte de nuestro compromiso, nos mantenemos firmes en la estrategia de Responsabilidad Social y hacemos públicos los avances en los compromisos establecidos en años anteriores, así como la implementación y mejora de prácticas actuales en pro de un desarrollo sostenible de la organización.

Fiabilidad y verificación

Respondiendo a la transparencia que nos caracteriza como grupo, anualmente contamos con diferentes reportes, uno a nivel grupo validado por las oficinas corporativas de MAPFRE España y otro a nivel local responsabilidad de cada país. Al formar parte de un grupo contamos con un proceso especializado para la obtención y recopilación de datos de Responsabilidad Social, una herramienta informática de gestión de datos llamada SYGRIS.

Para el caso de MAPFRE México la información presentada en el documento es verificada en 2 tiempos. Primero, se consolidan los datos de forma local mediante SYGRIS para, posteriormente ser validada por la Comisión Directiva correspondiente. Segundo se realiza una auditoría sobre lo reportado en el documento que corre a cargo de un tercero, para este periodo la firma encargada de realizar la revisión fue KPMG, quien nos entrega un informe de Verificación Independiente de carácter limitado y que se encuentra anexo al final de este capítulo.

Nuestras memorias correspondientes a los 6 años anteriores se encuentran disponibles en el sitio web de MAPFRE México www.mapfre.com.mx, conforme los principios de Transparencia y Rendición de Cuentas.

Claridad, precisión y exhaustividad

Para facilitar al lector la ubicación de contenidos se incluye un índice de contenido general, mientras que, para la ubicación de indicadores o temas específicos, se incluye el índice de contenidos de acuerdo a GRI y el suplemento del sector financiero.

Para la realización del informe se han tenido en cuenta los principios clave de comparabilidad, precisión y equilibrio para reportar los datos relevantes del desempeño de forma trazable y coherente en cuanto a la actuación responsable de MAPFRE México y la sustentabilidad de la organización.

Periodicidad y comparabilidad

Cumpliendo con el esquema de reporte anual, este Informe corresponde al periodo del 1 de enero a 31 de diciembre de 2015. Respecto a la información cuantitativa expresada en los

diferentes capítulos se mencionan las referencias de cálculo de indicadores y metodología utilizados para su obtención. Solo en casos extraordinarios, se clarifica la inclusión de nuevos factores que pudieran alterar los datos nuevos o históricos en la sección correspondiente del informe.

Equilibrio

El reporte refleja las acciones positivas del desempeño de MAPFRE México, así como los retos y obstáculos enfrentados en la acción y que nos sirven como referente de identificación de temáticas que requieren mayor atención en nuestra estrategia de gestión y que, formarán parte de los objetivos y expectativas a superar en los siguientes periodos.

Continuando con el compromiso con el desarrollo sostenible este informe da respuesta a los 11 temas materiales considerados relevantes para MAPFRE México y sus grupos de interés (colaboradores, clientes, aliados y proveedores).

Por otra parte, existen aspectos relevantes cuya información no se presenta completa en este Informe, por estar desarrollada e incluida en otros informes, tal es el caso de la información publicada por la Fundación MAPFRE México, quien publica su información en: <https://www.mapfre.com.mx/seguros-mx/sobre-mapfre-mexico/fundacion-mapfre/>

Capacidad de respuesta

En respuesta al gran interés del grupo por mantener un diálogo activo con nuestros grupos de interés mantenemos los canales de retroalimentación abiertos respecto al contenido de este informe para las personas interesadas en consultar o complementar la información. Agradecemos sus comentarios y sugerencias a través de los siguientes medios:

Dirección Ejecutiva de Recursos Humanos:
ekassian@mapfre.com.mx

Coordinación de Desarrollo organizacional:
rmagdaleno@mapfre.com.mx

Portal:
www.mapfre.com.mx

6.3. ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI G4



Contenidos básicos generales

INDICADORES GRI4		PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)
 Estrategia y análisis		
G4-1	Inclúyase una declaración del responsable principal de las decisiones de la organización (la persona que ocupa el cargo de director ejecutivo, presidente o similar) sobre la importancia de la sostenibilidad para la organización y la estrategia de esta con miras a abordarla.	– Carta del Director Pág. 4
G4-2	Describe los principales efectos, riesgos y oportunidades.	– C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Factores y riesgos ambientales, sociales y de gobierno –ASG–, Pág. 36, 37, 38, 39, 40, 41
 Perfil de la organización		
G4-3	Nombre de la organización.	– C.2 Información general; Nuestra historia, Pág. 9 – C.2 Información general; MAPFRE en el mundo, Pág. 10, 11
G4-4	Marcas, productos y servicios más importantes.	– C.2 Información general; Quiénes somos, Pág. 9 – Información general; MAPFRE en el mundo, Pág. 11
G4-5	Lugar donde se encuentra la sede central de la organización.	– C.2 Información general; Quiénes somos, Pág. 9 – C.2 Información general; MAPFRE en el mundo, Pág. 10, 11
G4-6	Indique en cuántos países opera la organización y nombre aquellos países donde la organización lleva a cabo operaciones significativas o que tienen una relevancia específica para los asuntos relacionados con la sostenibilidad que se abordan en la memoria.	– C.2 Información general; MAPFRE en el mundo, Pág. 10, 11
G4-7	Describe la naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.	– C.2 Información general; Nuestra historia, Pág. 9 – C.2 Información general; MAPFRE en el mundo, Pág. 10, 11
G4-8	Indique de qué mercados se sirve (con desglose geográfico, por sectores y tipos de clientes y destinatarios).	– C.2 Información general; MAPFRE en el mundo, Pág. 12 – C.2 Información general; MAPFRE en México Pág. 10, 11 – C.4 Nuestra dimensión social; Clientes, Pág. 74
G4-9	Determine la escala de la organización: a. Número de empleados; b. Número de operaciones; c. Ventas netas; d. Capitalización; e. Productos que se ofrecen.	– C.2 Información general; Desempeño en cifras, Pág. 13, 14 – C.4 Nuestra dimensión social; Colaboradores, Compensaciones y Organización, Pág. 50

INDICADORES GRI4		PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)
G4-10	a. número de empleados por contrato laboral y sexo; b. número de empleados fijos por tipo de contrato y sexo; c. tamaño de la plantilla por empleados, trabajadores externos y sexo; d. tamaño de la plantilla por región y sexo; e. indique si una parte sustancial del trabajo de la organización lo desempeñan trabajadores por cuenta propia reconocidos jurídicamente, o bien personas que no son empleados ni trabajadores externos, tales como los empleados y los trabajadores subcontratados de los contratistas; f. comunique todo cambio significativo en el número de trabajadores.	– C.4 Nuestra dimensión social; Colaboradores, Compensaciones y Organización, Pág. 50 – C.4 Nuestra dimensión social; Colaboradores, Planeación de RR.HH, Pág. 51, 52, 53, 54, 55, 56
G4-11	Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos.	No aplica
G4-12	Describe la cadena de suministro de la organización.	– C.4 Nuestra dimensión social; Aliados comerciales, Pág. 84 – C.4 Nuestra dimensión social; Aliados comerciales, Acuerdos de distribución, Pág. 87
G4-13	Comunique todo cambio significativo que haya tenido lugar durante el periodo objeto de análisis en el tamaño, la estructura, la propiedad accionarial o la cadena de suministro de la organización	– C.2 Información general; Organigrama MAPFRE México, Pág. 16
G4-14	Indique cómo aborda la organización, si procede, el principio de precaución.	– C.2 Información general; Filosofía organizacional, Pág. 15 – C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Factores y riesgos ambientales, sociales y de gobierno –ASG–, Pág. 36, 37, 38, 39, 40, 41
G4-15	Elabore una lista de las cartas, los principios u otras iniciativas externas de carácter económico, ambiental y social que la organización suscribe o ha adoptado.	– C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Compromisos internacionales, Pág. 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37 – C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Factores y riesgos ambientales, sociales y de gobierno –ASG–, Pág. 36, 37, 38, 39, 40, 41 – C.4 Nuestra dimensión social; Sociedad, Pág. 88, 89
G4-16	Elabore una lista con las asociaciones (por ejemplo, las asociaciones industriales) y las organizaciones de promoción nacional o internacional a las que la organización pertenece.	– C.4 Nuestra dimensión social; Sociedad, Pág. 88, 89
Aspectos materiales y cobertura		
G4-17	a. Elabore una lista de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes. b. Señale si alguna de las entidades que figuran en los estados financieros consolidados de la organización y otros documentos equivalentes no figuran en la memoria.	

INDICADORES GRI4		PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)
G4-18	a. Describa el proceso que se ha seguido para determinar el contenido de la memoria y la cobertura de cada aspecto. b. Explique cómo ha aplicado la organización los Principios de elaboración de memorias para determinar el contenido de la memoria.	– C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Materialidad y diálogo con grupos de interés (stakeholders), Pág. 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29
G4-19	Elabore una lista de los aspectos materiales que se identificaron durante el proceso de definición del contenido de la memoria.	– C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Materialidad y diálogo con grupos de interés (stakeholders), Pág. 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29
G4-20	Indique la cobertura de cada aspecto material dentro de la organización.	– C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Materialidad y diálogo con grupos de interés (stakeholders), Pág. 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29
G4-21	Indique el límite de cada aspecto material fuera de la organización.	– C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Materialidad y diálogo con grupos de interés (stakeholders), Pág. 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29 – C.6 Información Complementaria, Pág. 113, 114
G4-22	Describe las consecuencias de las reformulaciones de la información de memorias anteriores y sus causas.	– C.6 Información Complementaria, Pág. 113, 114
G4-23	Señale todo cambio significativo en el alcance y la Cobertura de cada aspecto con respecto a memorias anteriores.	– C.6 Información Complementaria, Pág. 113, 114
Participación de grupos de interés		
G4-24	Elabore una lista de los grupos de interés vinculados a la organización.	– C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Materialidad y diálogo con grupos de interés (stakeholders), Pág. 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29
G4-25	Indique en qué se basa la elección de los grupos de interés con los que se trabaja.	– C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Materialidad y diálogo con grupos de interés (stakeholders), Pág. 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29
G4-26	Describe el enfoque de la organización sobre la Participación de los grupos de interés; por ejemplo, la frecuencia con que se colabora con los distintos tipos y grupos de partes interesadas, o señale si la participación de un grupo se realizó específicamente en el proceso de elaboración de la memoria.	– C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Materialidad y diálogo con grupos de interés (stakeholders), Pág. 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29
G4-27	Señale qué cuestiones y problemas clave han surgido a raíz de la participación de los grupos de interés y describa la evaluación hecha por la organización, entre otros aspectos mediante su memoria. Especifique qué grupos de interés plantearon cada uno de los temas y problemas clave.	– C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Materialidad y diálogo con grupos de interés (stakeholders), Pág. 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29
Perfil de la memoria		
G4-28	Periodo objeto de la memoria	2015

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)
G4-29 Fecha de la última memoria	2014
G4-30 Ciclo de presentación de memorias	Anual
G4-31 Facilite un punto de contacto para solventar las dudas que puedan surgir sobre el contenido de la memoria.	– Dirección ejecutiva de recursos Humanos: ekassian@mapfre.com.mx – Coordinación de desarrollo organizacional: rmagdaleno@mapfre.com.mx – C.6, Información complementaria, Pág. 114
G4-32 a. Indique qué opción «de conformidad» con la Guía ha elegido la organización. b. Facilite el Índice de GRI de la opción elegida. c. Facilite la referencia al informe de verificación externa, si lo hubiere.	– Exhaustiva – C.6, información complementaria, Pág. 113, 114
G4-33 a. Describa la política y las prácticas vigentes de la organización con respecto a la verificación externa de la memoria. b. Si no se mencionan en el informe de verificación adjunto a la memoria de sostenibilidad, indique el alcance y el fundamento de la verificación externa. c. Describa la relación entre la organización y los proveedores de la verificación. d. Señale si el órgano superior de gobierno o la alta dirección han sido partícipes de la solicitud de verificación externa para la memoria de sostenibilidad de la organización.	– C.6 Información complementaria, Pág. 113, 114
 Gobierno	
G4-34 Describa la estructura de gobierno de la organización, sin olvidar los comités del órgano superior de gobierno. Indique qué comités son responsables de la toma de decisiones sobre cuestiones económicas, ambientales y sociales.	– C.2 Información general; Organigrama MAPFRE México, Pág. 16 – C.2 Información general; Gobierno corporativo grupo MAPFRE, Pág. 17
G4-35 Describa el proceso mediante el cual el órgano superior de gobierno delega su autoridad en la alta dirección y en determinados empleados para cuestiones de índole económica, ambiental y social.	– Informe anual de Gobierno Corporativo (iaGC). (www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/)
G4-36 Indique si existen en la organización cargos ejecutivos o con responsabilidad en cuestiones económicas, ambientales y sociales, y si sus titulares rinden cuentas directamente ante el órgano superior de gobierno.	Principios Institucionales, Empresariales y Organizativos de Grupo MAPFRE (https://www.mapfre.com.mx/seguros-mx/sobre-mapfre-mexico/quienes-somos/)
G4-37 Describa los procesos de consulta entre los grupos de interés y el órgano superior de gobierno con respecto a cuestiones económicas, ambientales y sociales. Si se delega dicha consulta, señale a quién y describa los procesos de intercambio de información con el órgano superior de gobierno.	– Informe anual de Gobierno Corporativo (iaGC). (www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/)
G4-38 Describa la composición del órgano superior de gobierno y de sus comités.	– C.2 Información general; Gobierno corporativo grupo MAPFRE, Pág. 17

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)
G4-39 Indique si la persona que preside el órgano superior de gobierno ocupa también un puesto ejecutivo. De ser así, describa sus funciones ejecutivas y las razones de esta disposición.	– Informe anual de Gobierno Corporativo (iaGC). (www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/)
G4-40 Describa los procesos de nombramiento y selección del órgano superior de gobierno y sus comités, así como los criterios en los que se basa el nombramiento y la selección de los miembros del primero.	– C.2 Información general; Gobierno corporativo grupo MAPFRE, Pág. 17
G4-41 Describa los procesos mediante los cuales el órgano superior de gobierno previene y gestiona posibles conflictos de intereses. Indique si los conflictos de intereses se comunican a las partes interesadas.	– Informe anual de Gobierno Corporativo (iaGC). (www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/)
G4-42 Describa las funciones del órgano superior de gobierno y de la alta dirección en el desarrollo, la aprobación y la actualización del propósito, los valores o las declaraciones de misión, las estrategias, las políticas y los objetivos relativos a los impactos económico, ambiental y social de la organización.	Principios Institucionales, Empresariales y Organizativos de Grupo MAPFRE (https://www.mapfre.com.mx/seguros-mx/sobre-mapfre-mexico/quienes-somos/)
G4-43 Señale qué medidas se han tomado para desarrollar y mejorar el conocimiento colectivo del órgano superior de gobierno con relación a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	– Informe anual de Gobierno Corporativo (iaGC). (www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/)
G4-44 a. Describa los procesos de evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con el gobierno de los asuntos económicos, ambientales y sociales. Indique si la evaluación es independiente y con qué frecuencia se lleva a cabo. Indique si se trata de una autoevaluación. b. Describa las medidas adoptadas como consecuencia de la evaluación del desempeño del órgano superior de gobierno en relación con la dirección de los asuntos económicos, ambientales y sociales; entre otros aspectos, indique como mínimo si ha habido cambios en los miembros o en las prácticas organizativas.	– Informe anual de Gobierno Corporativo (iaGC). (www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/)
G4-45 a. Describa la función del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social. Señale también cuál es el papel del órgano superior de gobierno en la aplicación de los procesos de diligencia debida. b. Indique si se efectúan consultas a los grupos de interés para utilizar en el trabajo del órgano superior de gobierno en la identificación y gestión de los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	– C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Factores y riesgos ambientales, sociales y de gobierno –ASG–, Pág. 36, 37, 38, 39, 40, 41
G4-46 Describa la función del órgano superior de gobierno en el análisis de la eficacia de los procesos de gestión del riesgo de la organización en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales.	– Informe anual de Gobierno Corporativo (iaGC). (www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/)
G4-47 Indique con qué frecuencia analiza el órgano superior de gobierno los impactos, los riesgos y las oportunidades de carácter económico, ambiental y social.	– C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Factores y riesgos ambientales, sociales y de gobierno –ASG–, Pág. 36, 37, 38, 39, 40, 41

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)
G4-48 Indique cuál es el comité o el cargo de mayor importancia que revisa y aprueba la memoria de sostenibilidad de la organización y se asegura de que todos los Aspectos materiales queden reflejados.	– C.2 Información general; Gobierno corporativo grupo MAPFRE, Pág. 17
G4-49 Describa el proceso para transmitir las preocupaciones importantes al órgano superior de gobierno.	Principios Institucionales, Empresariales y Organizativos de Grupo MAPFRE (https://www.mapfre.com.mx/seguros-mx/sobre-mapfre-mexico/quienes-somos/)
G4-50 Señale la naturaleza y el número de preocupaciones importantes que se transmitieron al órgano superior de gobierno; describa asimismo los mecanismos que se emplearon para abordarlas y evaluarlas.	– Informe anual de Gobierno Corporativo (iaGC). (www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/)
G4-51 a. Describa las políticas retributivas para el órgano superior de gobierno y la alta dirección. b. Relacione los criterios relativos al desempeño que afectan a la política retributiva con los objetivos económicos, ambientales y sociales del órgano superior de gobierno y la alta dirección.	Principios Institucionales, Empresariales y Organizativos de Grupo MAPFRE (https://www.mapfre.com.mx/seguros-mx/sobre-mapfre-mexico/quienes-somos/)
G4-52 Describa los procesos para determinar la remuneración. Indique si se recurre a consultores para determinar la remuneración y si estos son independientes de la dirección. Señale cualquier otro tipo de relación que dichos consultores en materia de retribución puedan tener con la organización.	– Informe anual de Gobierno Corporativo (iaGC). (www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/)
G4-53 Explique cómo se solicita y se tiene en cuenta la opinión de los grupos de interés en lo que respecta a la retribución, incluyendo, si procede, los resultados de las votaciones sobre políticas y propuestas relacionadas con esta cuestión.	Principios Institucionales, Empresariales y Organizativos de Grupo MAPFRE (https://www.mapfre.com.mx/seguros-mx/sobre-mapfre-mexico/quienes-somos/)
G4-54 Calcule la relación entre la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente.	– Informe anual de Gobierno Corporativo (iaGC). (www.mapfreggrupo.com/corporativo/accionistas/)
G4-55 Calcule la relación entre el incremento porcentual de la retribución total anual de la persona mejor pagada de la organización en cada país donde se lleven a cabo operaciones significativas con el incremento porcentual de la retribución total anual media de toda la plantilla (sin contar a la persona mejor pagada) del país correspondiente.	Principios Institucionales, Empresariales y Organizativos de Grupo MAPFRE (https://www.mapfre.com.mx/seguros-mx/sobre-mapfre-mexico/quienes-somos/)
 Ética e integridad	
G4-56 Describa los valores, los principios, los estándares y las normas de la organización, tales como códigos de conducta o códigos éticos.	– C.2 Información general; Filosofía organizacional, Pág. 15 – C.3 Nuestra Responsabilidad Social; La nueva política de Responsabilidad Social, Pág. 19, 20

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)
G4-57 Describa los mecanismos internos y externos de asesoramiento en pro de una conducta ética y lícita, y para los asuntos relacionados con la integridad de la organización, tales como líneas telefónicas de ayuda o asesoramiento.	– C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Medidas de prevención y cumplimiento, Pág. 42, 43, 44, 45, 46
G4-58 Describa los mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización, tales como la notificación escalonada a los mandos directivos, los mecanismos de denuncia de irregularidades o las líneas telefónicas de ayuda.	– C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Materialidad y diálogo con grupos de interés (stakeholders), Pág. 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29 – C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Medidas de prevención y cumplimiento, Pág. 42, 43, 44, 45, 46

Contenidos básicos específicos

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)
 Desempeño económico	
G4-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.	– C.2 Información general; Desempeño en cifras, Pág. 13, 14
G4-EC2 Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	– CC.3 Nuestra Responsabilidad Social; Factores y riesgos ambientales, sociales y de gobierno –ASG–, Pág. 36, 37, 38, 39, 40, 41 – C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Gestión del cambio climático, Pág. 102, 103, 104, 105, 106, 107
G4-EC3 Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	– C.4 Nuestra dimensión social; Colaboradores, Formación, conciliación vida laboral y personal, Pág. 65, 66, 67
G4-EC4 Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	– No aplica
 Presencia en el mercado	
G4-EC5 Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas	
G4-EC6 Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollan operaciones significativas	– Capítulo 4. MAPFRE y sus Empleados.: Diversidad generacional Pág. 67

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	
 Consecuencias económicas indirectas		
G4-EC7	Desarrollo e impacto de la inversión en infraestructuras y los tipos de servicios.	– No aplica
G4-EC8	Impactos económicos indirectos significativos y alcance de los mismos.	– No aplica
 Prácticas de adquisición		
G4-EC9	Porcentaje del gasto en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales.	– C.4 Nuestra dimensión social; Cadena de valor, Tipo de proveedores, Pág. 81
 Materiales		
G4-EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	– C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Ecoeficiencia y optimización de recursos, Pág. 96, 97, 98, 99
G4-EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales reciclados.	– C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Gestión del consumo de papel y aparatos electrónicos, Pág. 99, 100
 Energía		
G4-EN3	Consumo energético interno, desglosado por fuentes primarias.	– C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Huella de Carbono MAPFRE México, Pág. 105
G4-EN4	Consumo energético externo, desglosado por fuentes primarias.	
G4-EN5	Intensidad energética.	– C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Huella de Carbono MAPFRE México, Pág. 106
G4-EN6	Reducción del consumo energético.	– C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Gestión del cambio climático, Pág. 102, 103, 104, 105, 106, 107
G4-EN7	Reducciones de los requisitos energéticos de los productos y servicios.	– C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Gestión del cambio climático, Pág. 102, 103, 104, 105, 106, 107
 Agua		
G4-EN8	Captación total de agua según la fuente.	– C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Consumo de agua, Pág. 101
G4-EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	– C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Consumo de agua, Pág. 101, 102

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)	
G4-EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	– C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Emisiones y vertidos, Pág. 101
 Biodiversidad		
G4-EN11	Instalaciones operativas propias, arrendadas, gestionadas que sean adyacentes, contenga o estén ubicadas en áreas protegidas y áreas no protegidas de gran valor para la biodiversidad.	– C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Preservación de la biodiversidad, Pág. 107, 108
G4-EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad de áreas protegidas o áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, los productos y los servicios.	– C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Preservación de la biodiversidad, Pág. 107, 108
G4-EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	– C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Preservación de la biodiversidad, Pág. 107, 108
G4-EN14	Número de especies incluidas en la lista roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones, según el nivel de peligro de extinción de la especie.	– C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Preservación de la biodiversidad, Pág. 107, 108
 Emisiones		
G4-EN15	Emisiones directas de gases de efecto invernadero.	– C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Huella de Carbono MAPFRE México, Pág. 106
G4-EN16	Emisiones indirectas de gases de efecto invernadero al generar energía.	– C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Huella de Carbono MAPFRE México, Pág. 106
G4-EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero.	
G4-EN18	Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero.	– C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Huella de Carbono MAPFRE México, Pág. 106
G4-EN19	Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.	– C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Huella de Carbono MAPFRE México, Pág. 106
G4-EN20	Emisiones de sustancias que agotan el ozono.	– C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Optimización de recursos, Derrames y Fugas, Pág. 102
G4-EN21	NOX, SOX y otras emisiones atmosféricas significativas	
 Efluentes y residuos		
G4-EN22	Vertido total de de aguas, según su calidad y destino	– C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Emisiones y vertidos, Pág. 101, 102

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)
G4-EN23 Peso total de los residuos, según tipo y método de tratamiento	– C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Ecoeficiencia y optimización de recursos, Optimización de recursos, Pág. 96, 97, 98, 99
G4-EN24 Número y volumen totales de los derrames significativos	– C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Optimización de recursos, Derrames y Fugas, Pág. 102
G4-EN25 Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	
G4-EN26 Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de las masas de agua y los hábitats relacionados afectados significativamente por vertidos y escorrentía procedentes de organización.	– C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Optimización de recursos, Emisiones y vertidos, Pág. 101, 102
 Productos y servicios	
G4-EN27 Grado de mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.	– C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Compromiso con el medio ambiente y la sostenibilidad, Pág. 93
G4-EN28 Porcentaje de los productos vendidos y sus materiales de embalaje que se recuperan al final de su vida útil, por categorías de productos.	
 Cumplimiento regulatorio	
G4-EN29 Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa ambiental.	
 Transporte	
G4-EN30 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.	– C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Gestión Medioambiental y energética: Modelo SIGMAYE, Pág. 95
 General	
G4-EN31 Desglose de los gastos y las inversiones ambientales.	– Capítulo 5. MAPFRE y el medioambiente: SYGMAYE. Ecoeficiencia Pág. 185

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)
 Evaluación ambiental de los proveedores	
G4-EN32 Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios ambientales.	– C.4 Nuestra dimensión social; Cadena de valor, Pág. 80, 81, 82, 83 – C.4 Nuestra dimensión social; Cadena de valor, Criterios de selección, Pág. 82 – C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Acciones en la cadena de suministro, Pág. 108, 109
G4-EN33 Impactos ambientales negativos significativos, reales y potenciales, en la cadena de suministro, y medidas al respecto.	– C.4 Nuestra dimensión social; Cadena de valor, Pág. 80, 81, 82, 83 – C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Acciones en la cadena de suministro, Pág. 108, 109
 Mecanismo de reclamación en materia ambiental	
G4-EN34 Número de reclamaciones ambientales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	
 Empleo	
G4-LA1 Número y tasa de contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo etario, sexo y región.	– C.4 Nuestra dimensión social; Colaboradores, Planeación de RR.HH, Pág. 51, 52, 53, 54, 55, 56
G4-LA2 Prestaciones sociales para los empleados a jornada completa que no ofrecen a los empleados temporales o a media jornada, desglosadas por ubicaciones significativas de actividad.	– C.4 Nuestra dimensión social; Colaboradores, Formación, conciliación vida laboral y personal, Pág. 65, 66, 67
G4-LA3 Índices de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.	– C.4 Nuestra dimensión social; Colaboradores, Planeación de RR.HH, Pág. 51, 52, 53, 54, 55, 56
 Relaciones entre los trabajadores y la dirección	
G4-LA4 Plazos mínimos de preaviso de cambios operativos y posible inclusión de estos en convenios colectivos.	– C.4 Nuestra dimensión social; Colaboradores, Diversidad e igualdad de oportunidades, Pág. 57, 58, 59 – C.4 Nuestra dimensión social; Colaboradores, Comunicación institucional, Pág. 73, 74
 Salud y seguridad en el trabajo	
G4-LA5 Porcentaje de trabajadores que está representado en comités formales de seguridad y salud conjuntos para dirección y empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)
G4-LA6 Tipo y tasa de lesiones, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región y por sexo.	
G4-LA7 Trabajadores cuya profesión tiene una incidencia o un riesgo elevado de enfermedad.	
G4-LA8 Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales en los sindicatos.	– C.4 Nuestra dimensión social; Colaboradores, Formación, Salud y seguridad en el trabajo, Pág. 63, 34
 Capacitación y educación	
G4-LA9 Promedio de horas de capacitación anuales por empleado, desglosado por sexo y por categoría laboral.	– C.4 Nuestra dimensión social; Colaboradores, Formación, Pág. 59, 60, 61, 62
G4-LA10 Programas de gestión de habilidades de formación continua que fomentan la empleabilidad de los trabajadores y les ayudan a gestionar el final de sus carreras profesionales.	– C.4 Nuestra dimensión social; Colaboradores, Formación, Pág. 59, 60, 61, 62 – C.4 Nuestra dimensión social; Aliados comerciales, Pág. 84
G4-LA11 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	– C.4 Nuestra dimensión social; Colaboradores, Formación, Pág. 59, 60, 61, 62
 Diversidad e igualdad de oportunidades	
G4-LA12 Composición de los órganos de gobierno y desglose de la plantilla por categoría profesional y sexo, edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	– C.4 Nuestra dimensión social; Colaboradores, Diversidad e igualdad de oportunidades, Pág. 57, 58, 59
 Igualdad de retribución entre mujeres y hombres	
G4-LA13 Relación entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional y por ubicaciones significativas de actividad.	– C.4 Nuestra dimensión social; Colaboradores, Diversidad e igualdad de oportunidades, Pág. 57, 58, 59 – C.4 Nuestra dimensión social; Colaboradores, Diversidad e igualdad de oportunidades, Igualdad de retribución, Pág. 59 – C.4 Nuestra dimensión social; Colaboradores, Formación, Pág. 59, 60, 61, 62
 Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores	
G4-LA14 Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a las prácticas laborales.	– C.4 Nuestra dimensión social; Cadena de valor, Criterios de selección, Pág. 82
G4-LA15 Impactos negativos significativos, reales y potenciales, en las prácticas laborales en la cadena de suministro, y medidas al respecto.	– C.4 Nuestra dimensión social; Cadena de valor, Pág. 80, 81, 82, 83

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)
 Mecanismos de reclamación sobre las prácticas laborales	
G4-LA16 Número de reclamaciones sobre prácticas laborales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	
 Inversión	
G4-HR1 Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyen cláusulas de derechos humanos o que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	
G4-HR2 Horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados capacitados.	– C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Medidas de prevención y cumplimiento, Pág. 42, 43, 44, 45, 46 – C.4 Nuestra dimensión social; Aliados comerciales, Pág. 84
 No discriminación	
G4-HR3 Número de casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	– C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Compromisos internacionales, Pág. 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37 – C.4 Nuestra dimensión social; Colaboradores, Diversidad e igualdad de oportunidades, Igualdad de retribución, Pág. 59
 Libertad de asociación y negociación colectiva	
G4-HR4 Identificación de centros y proveedores significativos en los que la libertad de asociación y el derecho de acogerse a convenios colectivos pueden infringirse o estar amenazados, y medidas adoptadas para defender estos derechos.	– C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Compromisos internacionales, Pág. 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37 – C.4 Nuestra dimensión social; Colaboradores, Pág. 49 – C.4 Nuestra dimensión social; Cadena de valor, Pág. 80, 81, 82, 83 – C.4 Nuestra dimensión social; Cadena de valor, Canales de relación y sistemas de apoyo, Pág. 81 – C.4 Nuestra dimensión social; Cadena de valor, calidad, Pág. 83
 Trabajo infantil	
G4-HR5 Identificación de centros y proveedores con un riesgo significativo de casos de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición de la explotación infantil.	– C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Compromisos internacionales, Pág. 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37 – C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Factores y riesgos ambientales, sociales y de gobierno –ASG–, Pág. 36, 37, 38, 39, 40, 41 – C.4 Nuestra dimensión social; Colaboradores, Pág. 49 – C.4 Nuestra dimensión social; Cadena de valor, Pág. 80, 81, 82, 83 – C.4 Nuestra dimensión social; Cadena de valor, calidad, Pág. 83

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)
 Trabajo forzoso	
G4-HR6 Centros y proveedores con un riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso, y medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso.	<ul style="list-style-type: none"> - C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Compromisos internacionales, Pág. 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37 - C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Factores y riesgos ambientales, sociales y de gobierno -ASG-, Pág. 36, 37, 38, 39, 40, 41 - C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Medidas de prevención y cumplimiento, Pág. 42, 43, 44, 45, 46 - C.4 Nuestra dimensión social; Colaboradores, Pág. 49 - C.4 Nuestra dimensión social; Cadena de valor, Pág. 80, 81, 82, 83 - C.4 Nuestra dimensión social; Cadena de valor, Canales de relación y sistemas de apoyo, Pág. 81 - C.4 Nuestra dimensión social; Cadena de valor, calidad, Pág. 83
 Medidas de seguridad	
G4-HR7 Porcentaje del personal de seguridad que ha recibido capacitación sobre las políticas o procedimientos de la organización en materia de derechos humanos relevantes para las operaciones.	<ul style="list-style-type: none"> - C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Medidas de prevención y cumplimiento, Pág. 42, 43, 44, 45, 46 - C.4 Nuestra dimensión social; Cadena de valor, Canales de relación y sistemas de apoyo, Pág. 81 o Pág. 83 Formación
 Derechos de la población indígena	
G4-HR8 Número de casos de violación de los derechos humanos de los pueblos indígenas y medidas adoptadas.	<ul style="list-style-type: none"> - C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Compromisos internacionales, Pág. 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37 - C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Medidas de prevención y cumplimiento, Pág. 42, 43, 44, 45, 46
 Evaluación	
G4-HR9 Número y porcentaje de centros que han sido objeto de exámenes o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.	<ul style="list-style-type: none"> - C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Compromisos internacionales, Pág. 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37 - C.4 Nuestra dimensión social; Cadena de valor, calidad, Pág. 83
 Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos	
G4-HR10 Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos.	<ul style="list-style-type: none"> - C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Compromisos internacionales, Pág. 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37 - C.4 Nuestra dimensión social; Cadena de valor, calidad, Pág. 83

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)
G4-HR11 Impactos negativos significativos en materia de derechos humanos, reales y potenciales, en la cadena de suministro y medidas adoptadas.	<ul style="list-style-type: none"> - C.4 Nuestra dimensión social; Cadena de valor, Pág. 80, 81, 82, 83 - C.4 Nuestra dimensión social; Cadena de valor, calidad, Pág. 83
 Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos	
G4-HR12 Número de reclamaciones sobre derechos humanos que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	
 Comunidades Locales	
G4-S01 Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.	
G4-S02 Centros de operaciones con efectos negativos significativos, posibles o reales, sobre las comunidades locales.	
 Lucha contra la corrupción	
G4-S03 Número y porcentaje de centros en los que se han evaluado los riesgos relacionados con la corrupción y riesgos significativos detectados.	<ul style="list-style-type: none"> - C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Compromisos internacionales, Pág. 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37 - C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Medidas de prevención y cumplimiento, Pág. 42, 43, 44, 45, 46
G4-S04 Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.	<ul style="list-style-type: none"> - C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Compromisos internacionales, Pág. 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37 - C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Medidas de prevención y cumplimiento, Pág. 42, 43, 44, 45, 46
G4-S05 Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas.	<ul style="list-style-type: none"> - C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Compromisos internacionales, Pág. 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37
 Política Pública	
G4-S06 Valor de las contribuciones políticas, por país y destinatario.	
 Prácticas de competencia desleal	
G4-S07 Número de demandas por competencia desleal, prácticas monopolísticas o contra la libre competencia y resultado de las mismas.	

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)
 Cumplimiento regulatorio	
G4-S08 Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.	
 Evaluación de la repercusión social de los proveedores	
G4-S09 Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social.	
G4-S010 Impactos negativos significativos y potenciales para la sociedad en la cadena de suministro, y medidas adoptadas.	-C.4 Nuestra dimensión social; Cadena de valor, Pág. 80, 81, 82, 83
 Mecanismos de reclamación por impacto social	
G4-S011 Número de reclamaciones sobre impactos sociales que se han presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.	
 Salud y seguridad de los clientes	
G4-PR1 Porcentaje de categorías de productos y servicios significativos cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.	
G4-PR2 Número de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, desglosados en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	
 Etiquetado de los productos y servicios	
G4-PR3 Tipo de información que requieren los procedimientos de la organización relativos a la información y el etiquetado de sus productos y servicios, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos que están sujetas a tales requisitos.	
G4-PR4 Número de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, desglosados en función del tipo de resultado.	

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)
G4-PR5 Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.	
 Comunicaciones de Mercadotecnia	
G4-PR6 Venta de productos prohibidos o en litigio.	
G4-PR7 Número de casos de incumplimiento de la normativa o los códigos voluntarios relativos a las comunicaciones de mercadotecnia, tales como la publicidad, la promoción y el patrocinio, desglosados en función del tipo de resultado.	
 Privacidad de los clientes	
G4-PR8 Número de reclamaciones fundamentadas sobre la violación de la privacidad y la fuga de datos de los clientes.	
 Cumplimiento regulatorio	
G4-PR9 Costo de las multas significativas por incumplir la normativa y la legislación relativas al suministro y el uso de productos y servicios.	

Indicadores GRI suplemento financiero

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)
 Impacto de productos y servicios	
G4-FS1 Políticas con componentes específicos sociales y ambientales aplicados a las líneas de negocio.	-C.4 Nuestra dimensión social; Cadena de valor, Pág. 80, 81, 82, 83 -C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Compromiso con el medio ambiente y a sostenibilidad, Pág. 93
G4-FS2 Procedimientos para evaluar y proteger las líneas de negocio en cuanto a riesgos ambientales y sociales.	-C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Gestión Medioambiental y energética: Modelo SIGMAYE, Pág. 95. -C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Gestión del cambio climático, Pág. 102, 103, 104, 105, 106, 107
G4-FS3 Procesos para monitorizar la implementación y el cumplimiento de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos y transacciones con clientes.	-C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Compromiso con el medio ambiente y a sostenibilidad, Pág. 93

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)
G4-FS4 Procesos para mejorar la competencia de la plantilla a la hora de implementar las políticas y procedimientos sociales y ambientales aplicables a las líneas de negocio.	<ul style="list-style-type: none"> -C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Factores y riesgos ambientales, sociales y de gobierno –ASG–, Pág. 36, 37, 38, 39, 40, 41 -C.4 Nuestra dimensión social; Colaboradores, Planeación de RR.HH, Pág. 51, 52, 53, 54, 55, 56 -C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Gestión Medioambiental y energética: Modelo SIGMAYE, Pág. 95 -C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Resultados 2015 y líneas de actuación, Pág. 109, 110, 111
G4-FS5 Interacciones con clientes, inversores y socios en cuanto a los riesgos y oportunidades en temas sociales y de medio ambiente.	<ul style="list-style-type: none"> -C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Compromisos internacionales, Pág. 30, 31, 32, 33, 34, 35, 36, 37
 Cartera de producto	
G4-FS6 Desglose de la cartera para cada línea de negocio, por región específica, tamaño y sector.	
G4-FS7 Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio social específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos.	
G4-FS8 Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos.	
 Auditoría	
G4-FS9 Cobertura y frecuencia de las auditorías para evaluar la implementación de las políticas ambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos.	<ul style="list-style-type: none"> -C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Factores y riesgos ambientales, sociales y de gobierno –ASG–, Pág. 36, 37, 38, 39, 40, 41 -C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Compromiso con el medio ambiente y a sostenibilidad, Pág. 93
 Gestión activa de la propiedad	
G4-FS10 Porcentaje y número de compañías en la cartera con las que se ha interactuado en asuntos sociales o medioambientales.	<ul style="list-style-type: none"> -C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Factores y riesgos ambientales, sociales y de gobierno –ASG–, Pág. 36, 37, 38, 39, 40, 41
G4-FS11 Porcentaje de activos sujetos a análisis positivo o negativo social o ambiental.	<ul style="list-style-type: none"> -C.3 Nuestra Responsabilidad Social; Factores y riesgos ambientales, sociales y de gobierno –ASG–, Pág. 36, 37, 38, 39, 40, 41 -C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Gestión Medioambiental y energética: Modelo SIGMAYE, Pág. 95 -C.5 Nuestra dimensión medioambiental, Resultados 2015 y líneas de actuación, Pág. 109, 110, 111

INDICADORES GRI4	PÁGINA / INFORMACIÓN (OMISIÓN)
G4-FS12 Políticas de voto aplicadas relativas a asuntos sociales o ambientales para entidades sobre las cuales la organización tiene derecho a voto o asesor en el voto.	
 Comunidad	
G4-FS13 Accesibilidad en zonas de baja densidad de población o lugares desfavorecidos.	
G4-FS14 Iniciativas para mejorar el acceso de los colectivos desfavorecidos a los servicios financieros.	
 Salud y seguridad del cliente	
G4-FS15 Políticas para el diseño y venta de productos y servicios financieros, de manera razonable y justa.	
 Comunicaciones de marketing	
G4-FS16 Iniciativas para mejorar la alfabetización y educación financiera según el tipo de beneficiario.	



RESPONSABILIDAD
SOCIAL
INFORME ANUAL
2015