

ALI



INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

# 2014





ALI



INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

# 2014



# Índice



<b>I. Presentación del Informe</b>		
● Carta del Director General	7	
<b>II. Acerca de este Informe</b>		
● Alcance	9	
● Materialidad	10	
<b>III. Nuestra Empresa</b>		
● Empresas filiales	14	
● Historia	15	
● Misión, visión y valores	16	
● Declaración de Responsabilidad Social	18	
● Consejo de Administración	19	
● Estructura organizacional	24	
● Cambios relevantes en la estructura	25	
● Fuerza de ventas		
● Red de oficinas	26	
● Productos y servicios	27	
● Proceso de negocio	32	
● Distribución de cartera	33	
● Alianzas estratégicas		
● Certificaciones, premios y reconocimientos	35	
<b>IV. Nuestro compromiso económico, rentabilidad con responsabilidad</b>		
● GNP en la economía mexicana	39	
● Participación en el mercado		
● Cifras relevantes	40	
● Criterios de inversión	41	
<b>V. Prevención y gestión integral de riesgos</b>		
● GNP Ética Empresarial	43	
● Prevención del lavado de dinero y financiamiento del terrorismo	44	
● Protección de datos personales y seguridad de la información	45	
● Plan Anual de Auditoría		
● Sistema de Control Interno	46	
● Cultura de seguridad integral		
● Gestión de riesgos	48	
<b>VI. Compromiso y diálogo social</b>		
● Lineamientos de comunicación	51	
● Medios de comunicación interna		
● Publicidad responsable	53	
● Diálogo con los grupos de interés	58	
● Participación en Asociaciones	59	
● Participación en el fortalecimiento del sector e injerencia en la gestión pública		
<b>A. Compromiso con nuestros colaboradores</b>		
● Gestión del capital humano	61	
● Atracción de talento	63	
● Capacitación	65	
● Programas corporativos BAL	68	
● Gestión del desempeño		
● Compensaciones y prestaciones para el personal	70	
● Calidad de vida e integración de personal	72	
<b>B. Compromiso con nuestros clientes</b>		
● Estudio de satisfacción y lealtad: clientes y representantes de los canales de distribución	79	
● Atención a clientes		
<b>C. Compromiso con nuestros proveedores</b>		
● Código de Ética y Conducta para proveedores	82	
● Desarrollo de proveedores		
● Cadena de valor	83	
<b>D. Compromiso con nuestra comunidad</b>		
● Desempeño social	85	
● Resultados acumulados de programas sociales	91	
<b>VII. Nuestro compromiso medioambiental</b>		
● Emisiones de CO <sub>2</sub>	96	
● Energía		
● Transporte	97	
● Agua	100	
● Papel	101	
● Gestión de residuos		
● Estrategias para la disminución de consumos y resultados obtenidos	102	
● Acciones en favor de la cultura ambiental	103	
<b>VIII. Iniciativas estratégicas de RSE en Centros Regionales</b>		
● Occidente	105	
● Noreste	106	
● Sureste	107	
● Noroeste	108	
<b>IX. Informe de verificación independiente</b>		109
<b>X. Tabla de indicadores GRI</b>		112
<b>Anexo: Estudio de materialidad</b>		124



# I. Presentación del Informe

# Carta del Director General





Apreciable lector:

Me da muchísimo gusto presentar el sexto Informe de Responsabilidad Social Empresarial de GNP Seguros, en su edición 2014. En él encontrarás las actividades y resultados de la empresa en los ámbitos económico, social y medioambiental, los cuales contribuyen a construir un México mejor cada día.

Tras 11 años de ser una Empresa Socialmente Responsable, hemos consolidado nuestra estrategia de responsabilidad social para posicionarla en el centro de nuestro negocio, lo cual ha generado beneficios tanto para la empresa como para nuestros accionistas, clientes, colaboradores, proveedores y sociedad en general.

Nuestra labor a lo largo de estos años nos llena de orgullo al mantenernos como una institución comprometida con la sociedad, ya que a través de nuestros programas sociales hemos reforzado acciones y el compromiso que tenemos para ayudar a aquellos sectores que viven en condiciones desfavorables. Hemos trabajado a favor del medio ambiente para hacer de nuestro querido México un mejor entorno; estamos convencidos de que todas estas acciones nos brindarán mayor capacidad y solidez para seguir garantizando el bienestar de las familias mexicanas y así contribuir con el desarrollo del país.

Mil gracias a todas las personas que contribuyen a hacer de GNP una empresa comprometida con la responsabilidad social, te invito a compartir tus comentarios y sugerencias por medio de nuestro correo electrónico [rse@gnp.com.mx](mailto:rse@gnp.com.mx).

*Un abrazo!*

Alejandro Baillères  
Director General



## II. Acerca de este Informe





## Alcance

El Informe de Responsabilidad Social Empresarial 2014 (IRSE) es el sexto que publica Grupo Nacional Provincial, S.A.B. (GNP) en el cual se reporta el desempeño de la empresa en los tres ámbitos de la sostenibilidad: económico, social y ambiental.

El presente documento está alineado con la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad, tercera edición, del Global Reporting Initiative (GRI), mejor conocida como G3, así como con el suplemento para el sector financiero del propio GRI. Con miras al siguiente ciclo de reporte, se ha iniciado con la incorporación de algunos de los indicadores de la G4.

Asimismo, se han seguido los lineamientos de inclusión de asuntos relevantes y grupos de interés de las normas de Accountability AA1000, para determinar su contenido de acuerdo con los principios de relevancia, grado de inclusión y capacidad de respuesta.

El Informe abarca las operaciones de GNP Seguros en la República Mexicana del 1 de enero al 31 de diciembre de 2014. Fue elaborado en el periodo comprendido entre el mes de octubre de 2014 y marzo de 2015 y tiene como precedente el correspondiente al año 2013. La recopilación de la información corrió

a cargo del área de Relaciones Laborales y para su elaboración se contó con la asesoría de Promotora ACCSE, S.A. de C.V. El proceso de revisión se llevó a cabo por parte de la Dirección de Recursos Humanos y Servicios Administrativos y el visto bueno final, de la Dirección General.

Ha sido verificado por un tercero independiente: Firma Social, S.C., (AuditarSE) y fue sometido al proceso de determinación de su nivel de aplicación respecto de los lineamientos del GRI, obteniendo el nivel de aplicación máximo: A+.

La evolución entre un Informe y otro se expresa en la inclusión de indicadores GRI. No se ha modificado la presentación de ningún tipo de información con el propósito de apegarnos al principio de comparabilidad, ya que en las tablas y gráficas presentadas al menos se ofrecen cifras comparativas de dos ejercicios distintos.

Con el fin de hacer más ligera la lectura, en los casos en los que la información de un año a otro no haya variado, se referirá al lector al capítulo y página del Informe correspondiente donde podrá consultar este tema. Todos los informes están disponibles en la página web [gnp.com.mx](http://gnp.com.mx).



# Materialidad

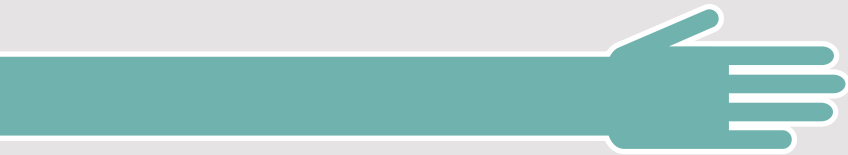
El análisis de materialidad consiste en establecer los asuntos que nuestros grupos de interés consideran más relevantes para integrarlos en la gestión de la empresa, así como para definir el contenido del presente Informe.

Para la realización del análisis de materialidad de este año se consultó a través de distintas fuentes de información la opinión y expectativas de los principales grupos de interés de GNP –accionistas, clientes, colaboradores, proveedores y sociedad– identificados y elegidos por ser los que más impacto tienen en la organización.

Los resultados del análisis de materialidad 2014 de GNP reflejan los asuntos más relevantes para el sector asegurador. A lo largo de este informe se amplía la información sobre las acciones que se llevaron a cabo durante el año para atender estas expectativas.

Fuentes directas	Fuentes indirectas
Encuesta a colaboradores	Asamblea Anual de Accionistas
Encuesta a proveedores	Evaluación de aseguradoras de CONDUSEF
Encuesta a beneficiarios	Artículos de prensa

Grupo de interés	Tema relevante
Colaboradores	Ética empresarial Apoyo a causas sociales
Proveedores	Ética empresarial Trato justo a proveedores
Beneficiarios	Ética empresarial Apoyo a causas sociales
Accionistas	Licitación pública de gastos médicos mayores para funcionarios
Clientes externos	Las expectativas son diferentes a la cláusula de la póliza contratada
Opinión pública	Pagos por daños de huracán Odile



**Colaboradores:** si bien la tendencia de la ética empresarial como tema relevante se mantuvo con relación al estudio de materialidad del año pasado, el apoyo a causas sociales se posicionó en segundo lugar, por encima del trabajo en equipo.

Entre los comentarios más frecuentes de los colaboradores está su aceptación por el formato USB del Informe, las cifras de participación en el mercado y el apartado de compromiso y diálogo social.

**Proveedores:** el tema de la ética empresarial también adquirió la posición número uno entre los proveedores a comparación del año pasado, que fue el de apoyo a causas sociales.

Entre los comentarios, los proveedores mencionan la excelente gestión de GNP en cuanto a proyectos y proveedores, así como el valor del trabajo en equipo.

**Beneficiarios de los programas sociales:** en esta primera consulta a beneficiarios, se pone de manifiesto que es también el tema de ética empresarial al que más importancia le dan, seguido del apoyo a causas sociales.

Entre otros temas, perciben como positivos el apoyo de GNP a las personas con discapacidad y su gestión de riesgos. Sin embargo, falta claridad sobre la manera en la que perciben que los programas de GNP los han beneficiado.

**Accionistas:** El asunto más relevante en 2014 fue el proceso de licitación pública del seguro de gastos médicos mayores para las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal, quedando como ganador GNP.

**Clientes:** De acuerdo a la evaluación realizada por CONDUSEF a las 15 aseguradoras con más de 200 controversias, el factor que más influyó en las bajas calificaciones fue que las expectativas de los clientes son diferentes a las cláusulas de la póliza contratada. El segundo factor es que el funcionamiento del deducible y el coaseguro no es claro y el tercero que no se tiene pleno conocimiento de sus obligaciones al contratar un seguro.

**Opinión pública:** El tema más mencionado en 2014 por las notas de prensa fue acerca de las reclamaciones ante aseguradoras de pagos por los daños causados al paso del huracán Odile por Baja California Sur.

A lo largo de este Informe se brinda la información sobre las acciones que se llevaron a cabo durante el año para atender estas expectativas.





# III. Nuestra Empresa



Grupo Nacional Provincial es la empresa aseguradora mexicana de mayor renombre con más de 113 años de experiencia y solidez en el mercado nacional.

GNP forma parte de Grupo BAL, uno de los conglomerados más importantes y diversificados del país, constituido por instituciones de gran prestigio:

En el sector asegurador y afianzador:

- Grupo Nacional Provincial, S.A.B.
- Crédito Afianzador, S.A., Compañía Mexicana de Garantías

En el sector de servicios médicos:

- Médica Móvil, S.A. de C.V.

En el sector de administración de fondos para el retiro y de pensiones:

- Grupo Profuturo, S.A.B. de C.V.
- Profuturo GNP, S.A. de C.V. Afore
- Profuturo GNP Pensiones, S.A. de C.V.

En el sector financiero:

- Valores Mexicanos Casa de Bolsa, S.A. de C.V.
- Valmex Soluciones Financieras, S.A. de C.V., SOFOM, E.N.R.

En el sector comercial:

- Grupo Palacio de Hierro, S.A.B. de C.V.
- Tane, S.A. de C.V.

En el sector industrial:

- Industrias Peñoles, S.A.B. de C.V.
- Fresnillo plc

En el sector educativo:

- Grupo BAL realiza una importante contribución a la educación y al desarrollo de profesionales preparados, a través de su labor filantrópica apoyando al Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM).

GNP es una empresa pública de capital mexicano listada en la Bolsa Mexicana de Valores bajo esa denominación.

Los segmentos de mercado en los que participamos son: seguros de vida, seguros de automóviles, seguros de gastos médicos mayores, seguros de daños y seguros básicos.



## Empresas filiales



### Médica Móvil, S.A. de C.V.

Brinda servicios de atención médica extra hospitalaria en México. Atiende cualquier evento de urgencia médica en el lugar de trabajo, en el domicilio o en cualquier ubicación en donde se encuentren los asegurados de GNP.

Cuenta con oficinas en el D.F., Monterrey y Guadalajara y con operaciones en 42 ciudades adicionales mediante la articulación de servicios por medio de una red de empresas de ambulancias calificadas.

Conscientes de la importancia de brindar una atención médica prehospitalaria oportuna, Médica Móvil, aliada por más de 20 años con GNP, se convirtió en una de las primeras empresas en certificarse con excelencia en las nuevas regulaciones de la Norma Oficial Mexicana vigente (NOM-237SSA1-2004), al renovar su flota de ambulancias con nuevas unidades equipadas con la más alta tecnología y estándares de calidad, así como al mantener una alta profesionalización de su personal médico y paramédico.



### VALMEX Soluciones Financieras, S.A. de C.V., SOFOM, E.N.R.

Es especialista en proveer soluciones de financiamiento. El diseño de sus productos está basado en las necesidades de nuestros clientes manejando esquemas de arrendamiento financiero, arrendamiento puro y crédito automotriz con garantía prendaria.



### Crédito Afianzador, S.A., Compañía Mexicana de Garantías (CASA)

Con el objetivo principal de proteger el patrimonio empresarial, otorga el servicio de afianzamiento.

En 2014, VALMEX y CASA participaron conjuntamente con GNP en actividades de apoyo a diversas comunidades, tales como el acopio de despensas y materiales diversos para las zonas afectadas por fenómenos naturales, así como en programas de becas y otros.

Para conocer más sobre las empresas filiales de GNP, la información se encuentra disponible en el Informe de Responsabilidad Social 2013 en la página 27, el cual se puede consultar en nuestra página web [gnp.com.mx](http://gnp.com.mx), en el área de Responsabilidad Social - Informe de RSE. O visite las páginas web de las empresas filiales en: [medicamovil.com](http://medicamovil.com), [avalmex.com.mx](http://avalmex.com.mx) y [creditoafianzador.com.mx](http://creditoafianzador.com.mx).



## Historia

1901

Se funda La Nacional, Compañía de Seguros sobre la Vida, S.A., por William B. Woodrow y Luis E. Neergaard.

1936

Nace Seguros La Provincial, S.A., empresa especializada en seguros de bienes. Algunos de sus accionistas fundadores también lo eran de La Nacional.

1969

Se concreta la primera alianza estratégica del medio asegurador mexicano al unirse La Nacional y La Provincial. De esta fusión surge Grupo Nacional Provincial, S.A. En ese momento ambas empresas constituyen una cartera de mil clientes.

1972

Las dos empresas de GNP se integran al conglomerado empresarial de Grupo BAL, encabezado por Don Alberto Baillères.

2001

GNP celebra su primer centenario.

2004

GNP inicia su programa social Gol por México para apoyar causas como la educación, nutrición, salud y vivienda, así como para beneficiar a personas de escasos recursos en comunidades rurales e indígenas.

2006

Alejandro Baillères es nombrado Director General de GNP por el Consejo de Administración.

2011

GNP celebra 110 años de operaciones y compromiso con México, consolidando su liderazgo como la aseguradora mexicana más importante del país, con presencia nacional y con opciones de protección frente a prácticamente cualquier tipo de riesgo.

2012

Don Alberto Baillères, Presidente del Consejo de Administración de GNP, recibe el premio Guerrero Azteca como Asegurador Distinguido, otorgado por la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), por su larga y fructífera trayectoria en el sector.

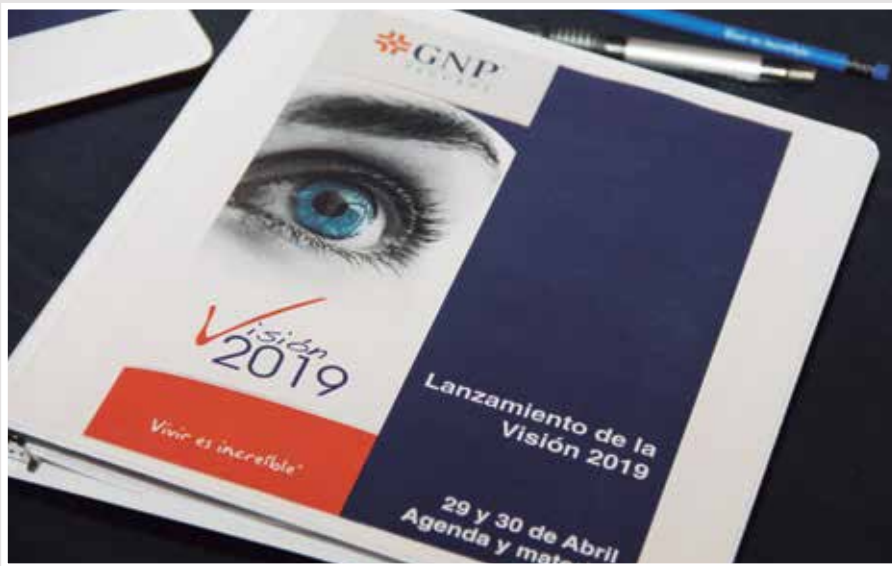
2013

La afamada revista británica Reactions nombra a GNP como la mejor aseguradora de México.

2014

GNP gana la licitación del seguro de gastos médicos mayores del Gobierno Federal que da cobertura a 320 mil trabajadores.

La historia completa de GNP se encuentra disponible en el Informe de Responsabilidad Social 2013 en la página 14 y 15, el cual se puede consultar en nuestra página web [gnp.com.mx](http://gnp.com.mx), en el área de Responsabilidad Social - Informe de RSE.



# Misión, visión y valores

## Misión

Satisfacer las necesidades de protección, de prevención financiera y de servicios de salud de la sociedad mexicana.

## Visión 2019

En 2014 nos dimos a la tarea de redefinir nuestra visión como compañía, lo cual implicó la realización de diversas actividades, entre las que destaca un amplio proceso de análisis, reflexiones y talleres de trabajo.

Durante esta redefinición también tomamos en cuenta los resultados de nuestra Encuesta de Desempeño Organizacional, en la que los colaboradores mencionaron qué era lo más importante a llevar a cabo para reenfocar el rumbo de nuestra organización.

La integración de estos elementos da como resultado el nacimiento de una visión fuerte que refleja nuestra dirección y nuestra esencia: la Visión 2019, que se dio a conocer a través de nuestro Director General a los colaboradores, fuerza productora, corredores, proveedores, accionistas, así como a todos aquellos que se relacionan con nuestra organización, mediante sesiones presenciales, la impresión de un libro y su publicación en la página web de la empresa.

Nuestra Visión 2019 consiste en lograr ser los mejores en 3 dimensiones con 2 enfoques (personas y negocio) en 3 etapas.

### Dimensiones

1. Crecimiento rentable
2. Servicio inigualable
3. Institución de vanguardia

### Etapas

1. Ganar mercado
2. Consolidar liderazgo de mercado
3. Marcar la pauta en la industria



## Valores

### Orientados al negocio

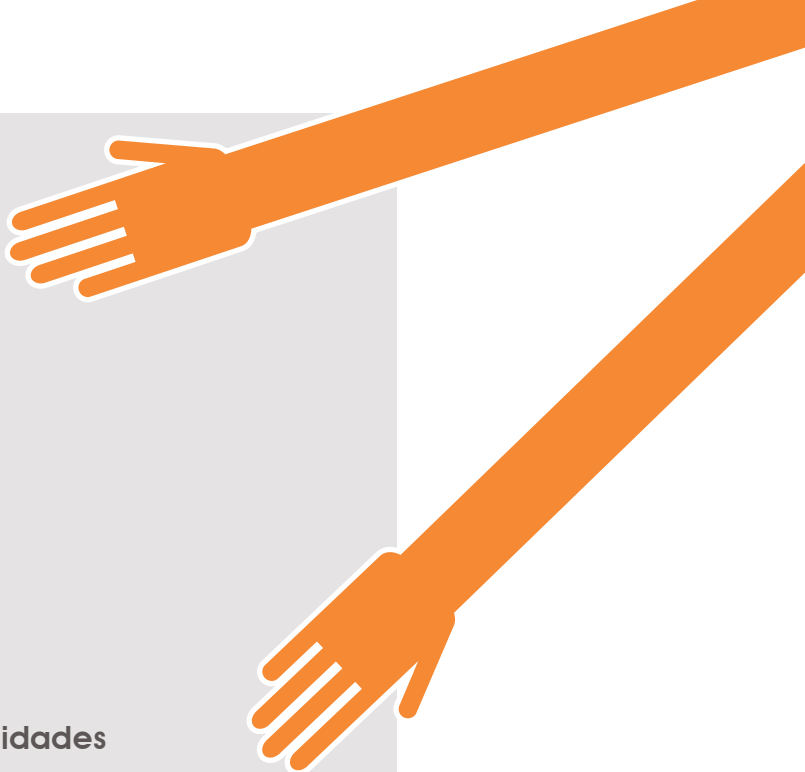
- Resultados
- Responsabilidad
- Innovación

### Orientados a las personas

- Integridad
- Colaboración
- Pasión y Lealtad

### Orientados al servicio

- Entendemos y anticipamos las necesidades de nuestros clientes y canales



## Estándar DE LIDERAZGO



### Orientación a las Personas

#### INTEGRIDAD

**Hago** lo que dije que haría, mostrando claramente una congruencia entre mis palabras y acciones.  
**Cuestiono** las acciones que no están alineados con nuestros valores o con los intereses de GNP, sin importar el nivel de la organización de dónde vengan.  
**Day, pido y recibo** retroinformación de manera constructiva, aún con respecto a temas difíciles.

#### COLABORACIÓN

**Actúo** en beneficio de GNP, más allá de mi propia área; soy un jugador de equipo.  
**Solicito y considero** con respeto los puntos de vista de otras personas.  
**Busco** activamente ayuda y apoyo para alcanzar resultados superiores.

#### PASIÓN Y LEALTAD

**Demuestro** mi compromiso con el éxito de GNP y con el de todos a mi alrededor, cumpliendo mi trabajo del día a día.  
**Celebro** el éxito e inspiro a otros a hacer lo mismo.  
**Enfrento** los problemas mostrando activamente tenacidad, persistencia y optimismo.



### Orientación al Negocio

#### RESULTADOS

**Pienso** en grande, enfocándome en obtener excelentes resultados y demostrando un alto desempeño.  
**Busco** continuamente el crecimiento, abriéndome siempre a diversas posibilidades.  
**Comprendo** profundamente y ejecuto con claridad mis objetivos y los de mi área.  
**Tomo** decisiones rápidas y oportunas a pesar de ser temas impopulares.

#### RESPONSABILIDAD

**Anticipo** lo que se necesita y me enfoco en asegurarme que esto suceda.  
**Proporciono** soluciones prácticas en vez de quedarme enfrascado en el problema.  
**Participo** activamente en mi crecimiento personal y profesional y en la formación y el desarrollo de mis pares y colaboradores.

#### INNOVACIÓN

**Reto** de forma abierta y constructiva ideas pre-establecidas; propongo enfoques mejores y/o alternativas distintas.  
**Reconozco** mis errores, aprendo de ellos y pongo en práctica nuevas ideas.  
**Capto** lo que está pasando en el mercado y lo integro en mis decisiones.



### Orientación al Servicio

**Respondo** a los intereses de mis clientes con una actitud de servicio: serviazgo.  
**Escucho** con plena atención lo que otros esperan y reacciono reflejando que sus expectativas están entendidas.  
**Inspiro** con mis actitudes y acciones que vivir es increíble.

# Declaración de Responsabilidad Social

En GNP asumimos nuestro compromiso con la responsabilidad social desde el origen, al ser una empresa cuya razón de ser consiste en satisfacer las necesidades de protección, de previsión financiera y de servicios de salud de todos los mexicanos. Este compromiso se encuentra plasmado en nuestra Política de Responsabilidad Social.

Asumimos la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como “la conciencia del compromiso y la acción de mejora continua medida y consistente, que hace posible a la empresa ser más competitiva, cumpliendo con las expectativas de todos sus participantes en particular y de la sociedad en lo general, respetando la dignidad de la persona, las comunidades en que opera y su entorno<sup>1</sup>”.

En GNP visualizamos nuestras acciones estratégicas atendiendo expectativas de un triple resultado –económico, social y ambiental–, por lo que hemos establecido lineamientos generales en función de este criterio tridimensional que rige nuestras acciones como empresa.

## Responsabilidad económica

En este ámbito, nuestra responsabilidad se circunscribe a la actuación ética, libre de cualquier práctica o conducta que sugiera discriminación, corrupción o cohecho. Además, es proactiva con los siguientes agentes involucrados:

- Clientes, para brindarles servicios financieros que garanticen su seguridad patrimonial.
- Colaboradores, para ofrecerles espacios laborales adecuados en un marco de respeto, desarrollo y superación.
- Fuerza productora, para brindarles un apoyo y una relación mercantil que se caracterice por su competitividad, transparencia e integridad.
- Socios y accionistas, para otorgarles certeza y seguridad financiera trascendente sobre su inversión, procurando maximizar sus beneficios en el corto, mediano y largo plazo.

- Proveedores, para entablar con ellos excelentes relaciones comerciales basadas en la transparencia y la honestidad, cumpliendo cabalmente con todos los compromisos adquiridos.

## Responsabilidad social

Las empresas, al igual que la sociedad, siempre son dinámicas. La competencia y las fuerzas del mercado exigen que una compañía se adapte a las circunstancias cambiantes. Hoy, la ciudadanía corporativa y el civismo empresarial forman parte del entorno de las empresas, y exigen de éstas una actitud responsable como entes integrantes de la sociedad a las que impone, en primera instancia, la obligación de observar un buen comportamiento corporativo.

## Responsabilidad ambiental

El desarrollo sustentable, entendido como “el desarrollo que satisface las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades” es una premisa fundamental para GNP.

En materia de operación, en GNP promovemos el uso eficiente y responsable de todos los recursos. Forma parte de nuestras responsabilidades voluntarias el superar la normatividad legal en materia ambiental en lo que respecta a tratamiento de aguas residuales, emisiones a la atmósfera, uso eficiente de la energía eléctrica, uso de tecnología y construcciones capaces de coexistir en armonía con el medio ambiente, entre otros.



<sup>1</sup> Definición realizada por el Centro Mexicano para la Filantropía.

# Consejo de Administración



El Consejo de Administración de GNP se integra conforme con lo estipulado por la Ley del Mercado de Valores (LMV), así como por la Ley General de Instituciones y Sociedades Mutualistas de Seguros (LGISMS) y siguiendo los lineamientos del Código de Mejores Prácticas Corporativas del Consejo Coordinador Empresarial, lo cual favorece la transparencia y rendición de cuentas de la organización.

El Consejo de Administración de GNP es el órgano superior de gobierno y está compuesto por 14 Consejeros Propietarios y 12 Suplentes, de los cuales 10 son Independientes. El 100% son hombres y la edad promedio es de 66 años: un Consejero entre 30 y 50 años, 16 entre 50 y 70, y nueve de más de 70 años.



Presidente			
Alberto Baillères			
Propietarios		Suplentes	
<b>Alberto Baillères</b> Presidente del Consejo de Grupo Nacional Provincial, Grupo Profuturo, Industrias Peñoles, Fresnillo plc, Grupo Palacio de Hierro y Tane	(A) (B) (C) (1)	<b>José Octavio Figueroa</b> Director General de Administración y Finanzas de Técnica Administrativa BAL	(A) (C) (3)
<b>José Luis Simón †</b> Presidente del Consejo de Formas y Sistemas Mexicanos, Formas para Negocios y Compañía Litográfica y Tipográfica América	(D) (2)	<b>Emilio Carrillo</b> Socio Fundador de Bufete Carrillo Gamboa, S.C.	(2)
<b>Max Michelle Suberville</b> Presidente Honorario del Consejo de El Puerto de Liverpool	(2)	<b>Tomás Lozano</b> Notario Público No. 10 del D.F.	(2)
<b>Fernando Senderos</b> Presidente del Consejo de Administración y del Comité Ejecutivo de Grupo Kuo y Dine	(2)	<b>Raúl Obregón</b> Socio Director de Alianzas, Estrategia y Gobierno Corporativo	(D) (2)
<b>Carlos Orozco</b> Director Corporativo de Técnica Administrativa BAL	(A) (B) (C) (3)	<b>José Eduardo Silva</b> Director General de Grupo Profuturo	(3)
<b>Norberto Augusto Domínguez</b> Patrono Presidente de Asociación Mexicana de la Cruz Blanca Neutral	(2)	<b>Luis A. Aguilar</b> Consultor Independiente	(2)
<b>Raúl Baillères</b> Gerente de Proyectos Especiales de Técnica Administrativa BAL	(3)	<b>Alejandro Paredes</b> Director General de Área de Planeación y Evaluación de Técnica Administrativa BAL	(3)
<b>Juan Bordes</b> Director Corporativo de Técnica Administrativa BAL	(A) (C) (3)	<b>Juan Ignacio Gil</b> Director de Seguros Corporativos de Grupo Nacional Provincial	(3)
<b>Arturo Manuel Fernández</b> Rector del Instituto Tecnológico Autónomo de México	(A) (B) (C) (3)	<b>Alejandro Hernández</b> Vicerrector del Instituto Tecnológico Autónomo de México	(3)
<b>Rafael Alfonso Mac Gregor</b> Director Corporativo de Técnica Administrativa BAL	(A) (C) (3)	<b>Carlos A. Zozaya</b> Director de Área de Técnica Administrativa BAL	(3)
<b>Alejandro Baillères</b> Director General de Grupo Nacional Provincial	(3)	<b>Andreas M. Raczynski</b> Asesor de la Presidencia de Grupo BAL	(3)
<b>Héctor Rangel</b> Presidente BCP Securities México	(2)		
<b>Alberto Tiburcio</b> Consultor Independiente	(D) (2)		
<b>Jaime Lomelín</b> Director Corporativo de Técnica Administrativa BAL	(A) (C) (3)	<b>Gabriel Kuri</b> Director General de Actividades Financieras de Técnica Administrativa BAL	(3)
Comisario			
Propietario		Suplente	
<b>Guillermo Babatz</b>		<b>Jorge Rico</b>	
Secretario			
<b>Gerardo Carreto</b>			

A) Comité Ejecutivo  
 B) Comité de Nominación, Evaluación y Compensaciones  
 C) Comité de Finanzas y Planeación  
 D) Comité de Auditoría y Prácticas Societarias

1) Consejero Patrimonial Relacionado  
 2) Consejero Independiente  
 3) Consejero Relacionado

Durante el ejercicio 2014, la estructura del Consejo de Administración no sufrió modificaciones, sin embargo, la Asamblea Anual Ordinaria realizó nuevos nombramientos y además se sustituyó al Secretario de Consejo. Se llevaron a cabo cuatro sesiones de Consejo, en las que se trataron asuntos relacionados con la información financiera de la empresa, su desempeño frente al mercado y la aprobación del Código de Ética y Conducta de la sociedad.

## Procedimiento para designar a los miembros del Consejo de Administración

La administración de GNP está a cargo de un Consejo de Administración electo por la Asamblea General Ordinaria de Accionistas, por mayoría de votos, y está integrado por 14 Consejeros Propietarios, de los cuales seis son Consejeros Independientes. Los Consejeros Suplentes de los Consejeros Independientes tienen este mismo carácter.

En GNP se opera de acuerdo a la normatividad establecida en la Disposición 17.1.1 de la Circular Única de Seguros, publicada en el Diario Oficial de la Federación el 13 de diciembre de 2010, que señala que en forma previa a su designación se deberán evaluar y verificar el cumplimiento, entre otros aspectos, de:

- I. La calidad o capacidad técnica, misma que se acredita con los títulos, certificados, diplomas o cualquier otro tipo de documento, en los que conste el reconocimiento de estudios técnicos o profesionales expedidos por instituciones educativas de nivel superior, públicas o privadas, nacionales o extranjeras. A falta de los documentos antes mencionados, se podrá incluir una opinión razonada suscrita por el responsable de integrar el expediente a que se refieren las Disposiciones, en la que se señale la forma en que se cercioraron de la calidad o capacidad técnica de la persona que corresponda.
- II. Honorabilidad.
- III. Historial crediticio satisfactorio o elegibilidad crediticia.

IV. Experiencia en materia financiera, legal o administrativa y, en su caso, prestigio profesional, acordes con el perfil del empleo o cargo que se pretenda conferir y según les resulte exigible, de conformidad con la LGISMS.

V. Cuando así proceda, que se encuentren libres de algún supuesto de restricción para desempeñar la función que se les habrá de encomendar.

## Mecanismos para comunicar recomendaciones o indicaciones al Consejo de Administración

El Director General proporciona datos e informes precisos para auxiliar al Consejo de Administración en la adecuada toma de decisiones.

Adicionalmente, GNP cuenta con un Comité de Finanzas y Planeación, el cual apoya al Consejo de Administración en la función de planeación y finanzas, en especial en la evaluación de la estrategia de largo plazo del negocio y de las principales políticas de inversión y financiamiento.

Sus principales funciones y responsabilidades son:

- a) Evaluar y sugerir las políticas de inversión y financiamiento de la empresa.
- b) Evaluar y sugerir los lineamientos generales del plan estratégico de la empresa.
- c) Opinar sobre las premisas del presupuesto anual y proponerlas al Consejo para su aprobación.
- d) Dar seguimiento a la implementación del plan estratégico y del presupuesto.
- e) Identificar los factores de riesgo a los que está sujeta la empresa y evaluar las políticas para su administración.



## Mecanismos de Auditoría y Prácticas Societarias

El Consejo de Administración constituyó un Comité de Auditoría y Prácticas Societarias, el cual es integrado por Consejeros Independientes y cuenta con la presencia del Comisario y del Auditor Externo de la Sociedad, quienes asisten en calidad de invitados con voz, pero sin voto.

En cumplimiento a la Ley del Mercado de Valores (LMV), en lo relativo a que el Consejo de Administración debe auxiliarse por un Comité de Auditoría y un Comité de Prácticas Societarias, en GNP, se conjuntaron en un solo Comité, denominado Comité de Auditoría y Prácticas Societarias (CAPS).

Este CAPS tiene a su cargo las funciones de auditoría y prácticas societarias definidas en la LMV, así como aquellas establecidas en el Código de Mejores Prácticas Corporativas.

El CAPS tiene la finalidad de apoyar al Consejo en la verificación del cumplimiento de la función de auditoría, asegurándose que las auditorías internas y externas se realicen con la mayor objetividad posible y que la información financiera sea útil, oportuna y confiable.

Sus principales funciones son:

- a) Recomendar al Consejo de Administración los candidatos para auditores externos de la Sociedad y las condiciones de contratación y alcance de los mandatos.
- b) Supervisar el cumplimiento de los contratos de auditoría y servir como canal de comunicación entre el Consejo de Administración y los auditores externos, así como asegurar la independencia y objetividad de estos últimos.
- c) Revisar el programa de trabajo, las cartas de observaciones y los reportes de auditoría e informar al Consejo de Administración sobre los resultados cuando surjan situaciones que así lo ameriten.

- d) Contribuir en la definición de los lineamientos generales del Sistema de Control Interno y evaluar su efectividad.
- e) Aprobar el presupuesto y los lineamientos generales del Programa de Auditoría Interna.
- f) Coordinar las labores del Auditor Externo, el Auditor Interno y el Comisario. Este Comité sesiona por lo menos cuatro veces al año.

Cabe mencionar que la Asamblea General de Accionistas, quien se reúne ordinariamente al menos una vez al año, es la instancia que aprueba el informe de actividades y operaciones del Consejo de Administración, incluyendo su opinión sobre el informe del Director General así como el dictamen del auditor externo. Asimismo, es quien aprueba la conformación del Consejo de Administración y la integración de nuevos consejeros propietarios y/o suplentes.

## Retribuciones

El Comité de Nominación, Evaluación y Compensaciones, tiene la misión de apoyar al Consejo de Administración en el cumplimiento de la función de evaluación y compensación del Director General y de los Directivos Relevantes. Sus principales funciones y responsabilidades son:

- Sugerir al Consejo de Administración procedimientos para proponer el nombramiento del Director General y de Directivos Relevantes.
- Proponer al Consejo de Administración los criterios para la evaluación del Director General y de los funcionarios de alto nivel.



- Analizar y aprobar la propuesta del Director General sobre la estructura y el monto de las remuneraciones de los principales ejecutivos de la empresa, así como las indemnizaciones y políticas de indemnización.

## Procedimientos para evitar el conflicto de interés

Los Consejeros de GNP tienen conocimiento de lo establecido en el inciso f) fracción VII del Artículo 29 de la LGISMS:

“La administración de la Institución de Seguros estará encomendada a un Consejo de Administración y a un Director General, en sus respectivas esferas de competencia... Los Consejeros estarán obligados a abstenerse expresamente de participar en la deliberación y votación de cualquier asunto que implique para ellos un conflicto de interés. Asimismo, deberán mantener absoluta confidencialidad respecto

de todos aquellos actos, hechos o acontecimientos relativos a la Institución de Seguros de que sean Consejeros, así como de toda deliberación que se lleve a cabo en el Consejo, sin perjuicio de la obligación que tendrá la institución de proporcionar toda la información que le sea solicitada al amparo de la presente Ley”.

En este sentido, GNP cuenta con cartas firmadas bajo protesta de decir verdad de cada uno de los Consejeros, en las que se manifiesta lo estipulado en la Disposición 17.1.7 de la Circular Única de Seguros, la cual menciona que las Instituciones deberán integrar un expediente para cada persona designada para ocupar el empleo o cargo correspondiente a Consejeros, Comisarios, Contralor Normativo, Director General o su equivalente, y de funcionarios que ocupen cargos con las dos jerarquías inmediatas inferiores a las de este último según corresponda, en el que consten un documento suscrito por el interesado bajo protesta de decir verdad, manifestando que no tiene conflicto de intereses o interés opuesto al de la Institución que lo designa, ni con aquellas que formen parte del grupo financiero al que la misma pertenezca.



Se pueden consultar las políticas y criterios contables aprobados por el Consejo de Administración, la ficha curricular de los Consejeros, los honorarios y remuneraciones a Consejeros y principales funcionarios de GNP, y otra información sobre el Consejo de Administración en el Informe Anual a la Bolsa Mexicana de Valores disponible en [bmv.com.mx/infoanua/infoanua\\_522924\\_2013\\_1.pdf](http://bmv.com.mx/infoanua/infoanua_522924_2013_1.pdf)

# Estructura organizacional

Director General  
**Alejandro Baillères**

## Directores

**Juan Ignacio Gil**  
Seguros Corporativos

**Héctor Anaya**  
Sistemas, Servicio y Operaciones

**Gabriel Corvera**  
Jurídico

**Mario Vela**  
Seguros de Personas

**José Antonio Rojo**  
Marketing Estratégico

**Carlos Zozaya**  
Sistemas

**Patricio Margain**  
Sector Público

**Miguel Linares**  
Análisis

**Alejandro Noriega**  
Recursos Humanos y Servicios  
Administrativos

**Tonatiuh Gutiérrez**  
Seguros de Automóviles

**Jesús Zúñiga**  
Inversiones y Riesgos

**Germán Aguado**  
Seguros Masivos

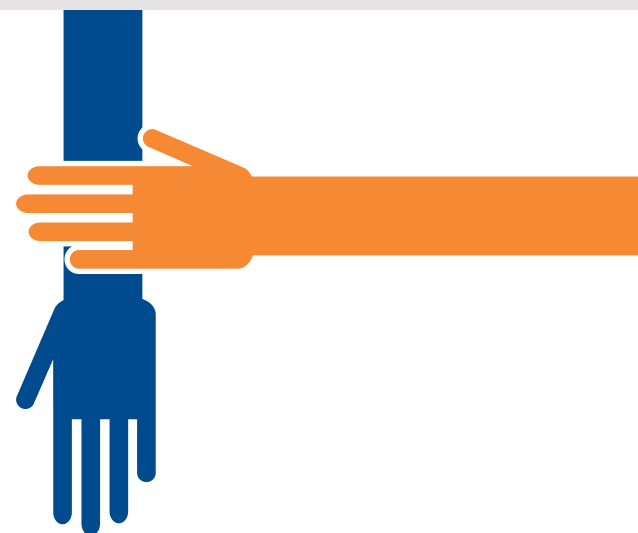
**José Luis Gutiérrez**  
Finanzas

**Diego Velázquez**  
Contralor Normativo

**Jaime García**  
Auditoría Interna

La gestión de la estrategia de responsabilidad social de GNP recae principalmente en dos áreas: Recursos Humanos y Servicios Administrativos y Comunicación e Imagen Corporativa, las cuales reportan directamente a la Dirección General. Para lograr los objetivos planteados se apoyan en otras áreas complementarias de acuerdo al tema que se trate.





## Cambios relevantes en la estructura

A través del lanzamiento de nuestra Visión 2019, estamos fortaleciéndonos con acciones que nos permitirán mantenernos como una empresa líder en el sector asegurador, consolidándonos como una institución de vanguardia, encaminada al crecimiento rentable con un servicio inigualable, motivo por el cual se llevó a cabo un ajuste en la estructura central de GNP.

## Fuerza de ventas

En Seguros de Personas nuestro principal canal de distribución está conformado por los agentes de seguros que ofrecen a nuestros clientes productos de vida, gastos médicos, autos y hogar. A través de su labor de prospección y venta, que está respaldada por un sólido esquema de certificación, ellos preparan planes de protección y previsión financiera adecuados a las necesidades específicas de cada cliente.

GNP cuenta con más de siete mil agentes distribuidos en toda la República Mexicana, organizados en 132 Direcciones de Agencia que están presentes en las 43 ciudades más importantes del país. Nuestras Direcciones de Agencia tienen la misión de atraer, desarrollar y retener a los agentes de seguros. Son el eslabón clave entre GNP y nuestra fuerza de ventas.

Dado que la compra de un seguro es una de las decisiones financieras más importantes de nuestros clientes, durante 2014 nos enfocamos en fortalecer las estructuras de selección y desarrollo de más y mejores agentes para obtener el liderazgo en el mercado.

Actualmente alrededor del 50% de las primas totales de la compañía ingresan por medio de este conducto. Al cierre de 2014 se ingresaron un total de 818 mil pólizas.

# Red de oficinas





## Productos y servicios

Nuestro compromiso con la protección, prevención financiera y servicios de salud de la sociedad mexicana nos incentiva a renovar continuamente la oferta de productos y servicios que ofrecemos.

Nuestra empresa desarrolla sus productos sobre la base de las necesidades del cliente. A través de estudios de mercado y de la información que nos provee nuestra fuerza de ventas, se diseñan productos con condiciones y precios enfocados al mercado objetivo, con la obligación de cumplir con las garantías de rentabilidad y solvencia suficientes para la sana operación del seguro.

En el desarrollo de productos y la valuación de las reservas correspondientes, GNP se apega a los estándares de práctica del Colegio Nacional de Actuarios, institución que a su vez toma en cuenta las recomendaciones de la Asociación Internacional de Actuarios. Adicionalmente, a través de la educación continua de su personal y la investigación activa de nuevas tendencias a través de nuestros reaseguradores, mejoramos constantemente la valuación de nuestros precios y obligaciones.

Ya emitidas las pólizas, GNP permanentemente valida operar con las reservas suficientes para cubrir todas las obligaciones con los clientes y los gastos administrativos relacionados con ellas; en el caso de los seguros a largo plazo, adicionalmente se cuida que la moneda, liquidez y rendimiento de los activos que respaldan las reservas, sea el adecuado para garantizar la solvencia de la empresa en el largo plazo y el cumplimiento de todo lo establecido en los contratos de seguro.

Considerando que en México nos encontramos en medio de la transición a una nueva ley que entrará en vigor en abril de 2015, la cual está diseñada sobre el marco de Solvencia II, análisis propios indican que nuestros productos, reservas, manejo de inversiones y de capital, se adaptan muy bien a lo que exige esta nueva normativa y estamos en el proceso de hacer los ajustes necesarios para que, cuando entre la ley en vigor, estemos en total cumplimiento de ella.

Cabe mencionar que en el desarrollo de la normativa secundaria, GNP ha estado muy cerca de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas apoyándolos para que los esfuerzos realizados resuelvan la problemática del mercado, cuidando al mismo tiempo que las exigencias de solvencia sean las adecuadas para garantizar la protección de los intereses de los asegurados.



## Seguros de Vida

En GNP estamos comprometidos con el bienestar de nuestros clientes y sus familias. Por ello desarrollamos seguros de vida que, además de brindarles un respaldo económico en los momentos más difíciles, ofrecen esquemas de ahorro que les permiten alcanzar metas específicas, como la educación de sus hijos, el retiro o la generación de un patrimonio familiar. Nuestros productos son los siguientes:

### Protección

- Temporal
- Privilegio
- Platino

### Ahorro

- Dotal
- Vida a tus Sueños

### Protección y ahorro

- Ordinario de Vida
- Trasciende
- Vida Inversión
- Visión Plus
- Privilegio Universal
- Platino Universal
- Vida Total
- Vida

### Educación

- Profesional

### Retiro

- Proyecta
- Proyecta Afecto al Art. 218
- Consolida Tu Plan Personal de Retiro
- Consolida Total
- Elige

### Multiestrategia

- Capitaliza

### Seguros para Empresas

- Vida Grupo para empleados de empresas y gobierno
- Deudor
- Escolar
- Seguro de Separación Individualizada

## Seguros de Automóviles

GNP ha fortalecido el seguro de automóviles, considerando las características del conductor y del vehículo, ofreciendo empaquetamientos que se adaptan a las necesidades de los clientes, además de integrar a todos los autos y pick ups de hasta 3.5 toneladas en un solo producto, cubriendo todos los tipos de vehículos que circulan en nuestro país:

- Residentes
- Blindados
- Importados
- Fronterizos
- Legalizados
- Clásicos
- Antiguos (con más de 20 años de antigüedad)
- Flotillas

Además, desarrollamos Auto Más, un producto enfocado a los empleados de dependencias de gobierno, salud, educación y privadas con beneficios que reconocen su bajo riesgo.

Para una mejor promoción y venta del seguro de autos individual, trabajamos en nuevas herramientas en línea para nuestros agentes, permitiéndoles cotizar desde su *smartphone* o computadora con mayor facilidad y velocidad.

Para empresas, mejoramos nuestra oferta de valor, integrando valor convenido a nuestras opciones de indemnización para todo tipo de unidades, con lo que el cliente conoce con cuánto se indemnizará su unidad durante toda la vigencia de la póliza.

Para camiones y equipo pesado ofrecemos nuevas coberturas como: asistencia vial y cero deducible en pérdida total por daños materiales. También, mejoramos la indemnización para la cobertura de ayuda para pérdidas totales y ofrecemos la reducción del deducible en robo total al contar con dispositivo satelital.

Por último, cumpliendo con la nueva ley que obliga a todos los vehículos que circulan por caminos y puentes federales a tener un seguro de responsabilidad civil contra daños a terceros, hemos incluido sin costo adicional en todos los paquetes la póliza del Seguro Obligatorio de Responsabilidad Civil Vehicular, no sólo cubriendo la suma asegurada solicitada sino superándola otorgando una protección base de tres millones de pesos.

# Seguros de Gastos Médicos Mayores

Cumpliendo con nuestro compromiso de protección a la población mexicana, GNP ofrece una gama de productos que se adapta a las diferentes necesidades de nuestros clientes. Nuestras opciones ofrecen cobertura médica al alcance de una familia y las opciones más variadas para cumplir los requerimientos de las empresas más grandes del país, a través de:

## Seguros Individuales

- Línea Azul VIP
- Línea Azul Internacional
- Línea Azul Alta Especialidad
- Vínculo Mundial
- Línea Azul Premium
- Línea Azul Platino
- Línea Azul Flexible
- Línea Azul Esencial
- Línea Azul Versátil
- Conexión Línea Azul

## Seguros para Empresas

- Línea Azul VIP
- Línea Azul Internacional
- Línea Azul Premier
- Siga (Seguro de Indemnización Garantizada por Accidente)
- Seguros de Gastos Médicos Mayores para empleados de empresas y dependencias de gobierno.

GNP ha continuado con su tarea de ofrecer programas que complementan el seguro de gastos médicos. Con la filosofía de "Yo me hago cargo" acompañamos a los asegurados para obtener los mejores beneficios a través de nuestros servicios de experiencia mejorada:

- 1. Salud *concierge*:** línea telefónica única con asesores especializados que asesoran a nuestros clientes en todo el proceso de su reclamación, con el objetivo de garantizarles la mejor experiencia posible de servicio.
- 2. Gestión integral de enfermedades:** protocolos médicos de acompañamiento y seguimiento personalizado que brindan apoyo a nuestros asegurados y a sus familiares, en padecimientos de alto impacto, como: cáncer, enfermedades crónicas degenerativas, neurológicas y cardiovasculares.

- 3. Centro de programación de medicamentos:** unidad especializada en compra de medicamentos al mejor costo, así como la programación de su entrega a domicilio, garantizando la mejor experiencia de servicio.
- 4. Centro de programación de servicios auxiliares:** equipo enfocado en la adquisición de insumos extra hospitalarios con el cumplimiento de la garantía del mejor costo y servicio.
- 5. Gestión integral proactiva:** servicio de programación de cirugías y/o tratamiento médico a través de salud *concierge*, que facilita la negociación anticipada de honorarios médicos y gastos hospitalarios para obtener la más alta calidad al mejor precio, con el fin de administrar eficientemente la suma asegurada disponible.

Adicionalmente y porque nos interesa la salud de los empleados, la salud financiera de las empresas y la salud de los mexicanos, continuamos con nuestra campaña de prevención de enfermedades, a través de GNP Cuida tu Salud, el mejor programa corporativo para la prevención de salud del mercado. El programa se adapta a las necesidades de las empresas mexicanas, ofreciendo:

- 1. Evaluador de riesgos:** a través de pruebas sencillas, se mide el estado general de la salud de la compañía y factores de riesgo de los empleados. El empleado recibe un reporte personalizado y la empresa recibe un reporte general sobre el estado de la salud de sus empleados.
- 2. Portal GNP Cuida tu Salud:** una página web con distintas herramientas interactivas y personalizadas para cada usuario, diseñadas para ayudar a hacer conciencia de la importancia de prevenir y cuidar la salud.
- 3. Seguimiento a la población que presenta enfermedades crónicas degenerativas:** es posible mejorar la calidad de vida de las personas con estos padecimientos y del mismo modo disminuir considerablemente el gasto en salud asociado. El programa incluye: contacto con el médico tratante, seguimiento telefónico con el asegurado, visitas periódicas de especialistas, toma de muestras de laboratorio y envío de medicamentos.
- 4. Campaña de comunicación para la empresa:** con un diseño personalizado, se genera una campaña de comunicación y prevención de enfermedades para la empresa, se incluyen pláticas de especialistas y expos de la salud.



## Seguros de Daños

GNP ofrece una gran variedad de productos con el objetivo de proteger el patrimonio de nuestros asegurados, tanto familiar como empresarial. Este patrimonio no sólo se ve afectado por numerosos riesgos naturales, como: huracanes, inundaciones, actividad sísmica y volcánica, también, estamos expuestos a diversas afectaciones por la actividad misma de las empresas, los traslados, los materiales y maquinaria utilizada, entre otros. Es por ello, que GNP pone a disposición de nuestros clientes:

- Polifam
- Hogar Más
- Poliempresa

De igual manera protegemos diversos objetos mediante los ramos de:

- Incendio (edificios, contenidos y pérdidas consecuenciales)
- Diversos Misceláneos (robo de contenidos, cristales, anuncios luminosos, dinero y/o valores)
- Diversos Técnicos (equipo electrónico, equipo contratistas, rotura de maquinaria, calderas y recipientes sujetos a presión, obra civil y montaje)
- Transporte (terrestre, aviación y embarcaciones)

Asimismo, también se ofrece una amplia gama de opciones ante riesgos básicos como la Responsabilidad Civil:

- Responsabilidad Civil General
- Responsabilidad Civil Familiar
- Responsabilidad Civil Viajero
- Responsabilidad Civil Estancias Infantiles
- Responsabilidad Legal Servidores Públicos

## Línea Accesible

Como aseguradora, es nuestro deber desarrollar una cultura en materia de seguros que nos permita valorar la protección que éstos nos ofrecen al enfrentarnos a situaciones que pongan en riesgo nuestra estabilidad económica.

Por ello, GNP ofrece a las familias mexicanas este apoyo de bajo costo a través de tres productos de su Línea Accesible:

- **Vida individual:** cubre por \$100,000, \$200,000 o \$300,000 en caso de que el asegurado llegara a fallecer a consecuencia de una enfermedad o accidente.
- **Gastos médicos:** otorga una indemnización diaria por hospitalización, sin importar si es atendida en hospitales públicos o privados; además, ofrece una suma asegurada si se diagnostica alguna enfermedad grave.
- **Automóviles:** protege hasta por \$250,000 para cubrir los daños ocasionados a terceros.

Una necesidad importante por atender es la de generar un ahorro de largo plazo que permita cumplir metas y proyectos. GNP ofrece Vida Más, que otorga protección por fallecimiento, con un costo que va desde \$50 quincenales, y permite a los asegurados hacer aportaciones sin monto mínimo.

GNP tiene un gran compromiso con México y con su gente, por ello, a través de la Línea Salud GNP, con una prima que va desde \$38 mensuales, previene a sus asegurados del desequilibrio económico que puede traer consigo una hospitalización o el diagnóstico de una enfermedad como cáncer, otorgando una suma asegurada para hacer frente a los gastos derivados de situaciones como éstas.

## Protección para todos

Es primordial para GNP continuar con el enfoque de crear cultura del seguro en la población mexicana, resaltando siempre los beneficios e importancia de contar con la protección de un seguro, y sabemos que debemos crear diferentes opciones para llegar a todos los niveles.

Es por ello que ponemos diferentes alternativas al alcance del segmento de la población que se encuentra desamparado y que tiene una amplia oportunidad de mercado para la inclusión de seguros de bajo costo (desde \$99 anuales), así como fácil contratación al tener distintos alcances de cobertura.

A través de modelos innovadores de venta en tiendas de conveniencia, por medio de tarjetas prepagadas ofreciendo productos en los ramos de vida, gastos médicos y autos ponemos al alcance de todos opciones de protección, estos productos están enfocados al nivel socioeconómico Cm, C- y D+.

Con lo anterior, cada vez más el mercado ha ido creciendo y ganando popularidad:

PÓLIZAS		
VIDA	GASTOS MÉDICOS	AUTOS
264	662	1,427

## Segmento PyMEs

Las PyMEs son un sector determinante para el desarrollo económico de nuestro país, para GNP son un segmento primordial que no sólo representa una oportunidad de negocio sino una oportunidad para contribuir al crecimiento de México. Por esta importancia, hemos innovado en la oferta de valor con lanzamientos de productos y un plan de carrera dirigido a nuestros asesores en seguros.

GNP tiene la convicción de que un seguro se traduce en solidez financiera y certidumbre operativa para las PyMEs, por ello basa su estrategia en tres pilares claves:



- Beneficios diseñados a la medida de las necesidades de cada tipo de negocio integrando todos los tipos de coberturas: daños, autos, gastos médicos y vida.
- Prácticos y fáciles procesos en la contratación y pago de las coberturas.
- Red de asesoría más amplia y especializada.

## Portafolio de Productos

### Daños

- Micronegocio Protegido
- Negocio Protegido
- Responsabilidad Civil General
- Responsabilidad Civil Viajero
- Transporte de Mercancías
- Equipo de Contratistas
- Obra Civil
- Embarcaciones Menores de Placer

### Automóviles (flotillas de 1 a 200 unidades)

- Residentes
- Fronterizos
- Legalizados
- Antiguos y Clásicos
- Blindados

### Vida (grupos de 5 hasta 250 personas)

- Automático
- Flexible

### Gastos Médicos Mayores (grupos de 5 hasta 250 personas)

- Línea Azul VIP
- Línea Azul Internacional
- Línea Azul Premier
- Respaldo Hospitalario
- Seguro por Hospitalización

### Accidentes Personales

- SIGA Productivo
- SIGA Escolar
- SIGA Deportista
- SIGA Profesional
- SIGA Temporal

## Criterios para el desarrollo de un producto

GNP tiene como premisa principal mantenerse a la vanguardia en la creación y desarrollo de nuevos productos con la finalidad de proteger a todos los sectores de la población, poniendo especial énfasis en aquellos que se encuentran desatendidos.

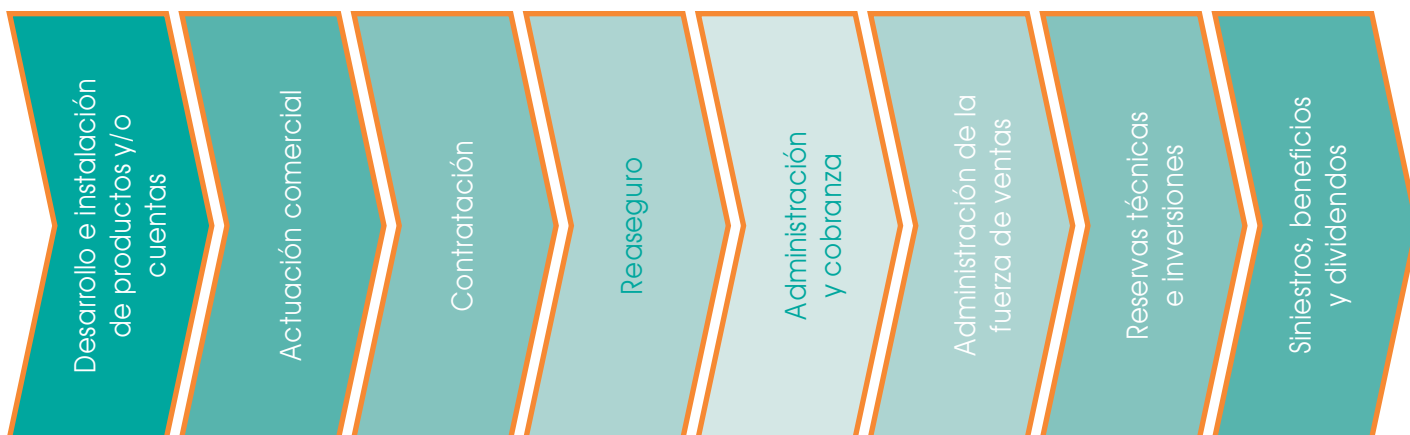
Para ello, es muy importante escuchar "la voz del cliente", lo que nos permite entender sus necesidades de protección así como la mejor manera de hacerles llegar nuestra oferta de servicios a un número cada vez mayor de personas.

## Reconocimientos CONDUSEF

Anualmente CONDUSEF, a través del calificador de seguros, evalúa diferentes productos con la finalidad de dar a conocer al público la transparencia y calidad de la información que los clientes reciben.

Durante 2014, se evaluó el seguro básico estandarizado de vida y de automóviles. En ambos casos, GNP fue la compañía aseguradora mejor evaluada del sector, obteniendo la máxima calificación en el ramo de autos.

## Procesos de negocio

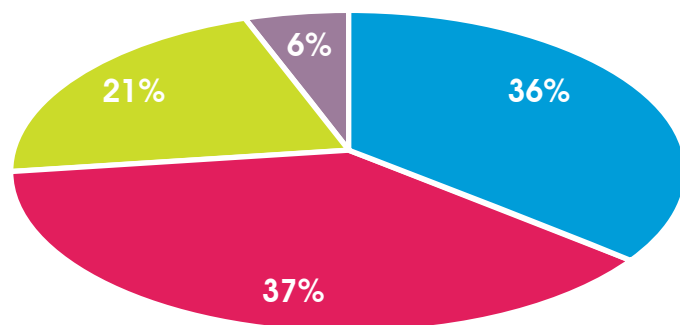




## Distribución de Cartera

RAMO	VENTAS
Vida	14,333
Gastos Médicos y Accidentes	14,904
Automóviles	8,601
Daños	2,562

Cifras en millones de pesos.



## Alianzas estratégicas

GNP satisface las necesidades de aseguramiento de clientes multinacionales con operaciones en México, utilizando nuestra relación comercial con los principales corredores de seguros a nivel mundial, y a través de nuestros convenios de cooperación firmados con reconocidas redes internacionales integradas por compañías aseguradoras y reaseguradores de primer nivel en Estados Unidos, Canadá, Europa y Asia, que atienden negocios en un mercado de seguros cada vez más globalizado.

Utilizando la estructura de personal y oficinas distribuidas estratégicamente en toda la República Mexicana, centralizando en nuestras oficinas ubicadas en la frontera norte del país las operaciones comerciales de atención del negocio internacional, logramos el óptimo enlace con las compañías que forman parte de estas redes.

Nuestro alto compromiso de servicio y atención, ha posicionado a GNP como el único socio en México de International Network of Insurance (INI) y de la Red Internacional de Aseguradoras (RIDA).

Actualmente GNP se encuentra asociado con las siguientes redes:

### International Network of Insurance (INI)

Esta prestigiada red agrupa a las principales compañías de seguros en más de 90 países, con la finalidad de ofrecer una solución de aseguramiento para clientes que tienen subsidiarias en diferentes naciones. Con sede en Bélgica, INI proporciona a sus socios una plataforma que nos permite ofrecer una amplia gama de control de riesgos y seguros de daños a clientes internacionales, compartiendo valores, misión y una visión multinacional.

### Red Internacional de Aseguradoras (RIDA)

Como socios fundadores de RIDA, formamos parte de la principal Red Internacional de Aseguradoras Latinoamericanas, permitiéndonos potenciar nuestras capacidades para otorgar servicios y proteger los activos de clientes empresariales con operaciones multinacionales en México, Centroamérica y Sudamérica. Cada una de las aseguradoras socias de esta red es líder en su país en el mercado de seguros y son capaces de proporcionar soluciones altamente profesionales de aseguramiento integral.

Por otra parte, actualmente en el mundo existen ocho redes internacionales en beneficios para empleados, que proveen de beneficios diferenciados a clientes multinacionales. GNP, desde hace más de 20 años, cuenta con convenios de cooperación firmados con dos de ellas cuyo fin principal es satisfacer las necesidades del mercado global.

## Multinational Benefits Association (INSUROPE)

Red internacional con presencia en más de 80 países y conformada por las aseguradoras más importantes y sólidas a nivel mundial.

El propósito fundamental es coordinar esfuerzos de suscripción e implementación de programas mundiales de beneficios para empleados en los ramos de gastos médicos y vida para subsidiarias de empresas multinacionales establecidas en nuestro país. Desde 2008 GNP forma parte del Comité Ejecutivo de INSUROPE representando a México y América Latina.

En 2014 GNP obtuvo el segundo lugar en ventas nuevas de los planes internacionales de beneficios para empleados a nivel global y ocupó de manera simultánea el primer lugar a nivel continente Americano, recibiendo ambos reconocimientos por parte de INSUROPE en su reunión anual de ventas de 2015.

## ING Employee Benefits Global Network

Asociación de aseguradoras especializada en programas de *pools* en los ramos de vida y gastos médicos mayores, cuyo propósito es dar cobertura y soluciones diferenciadas a subsidiarias de empresas multinacionales establecidas en nuestro país.

Establecida en Bruselas y con presencia mundial en 83 países, ha sido socio comercial de GNP desde 1980.

## GNP Internacional

GNP se mantiene como la única aseguradora que ofrece a sus clientes de cobertura internacional el acceso a una red de pago directo con casi un millón de proveedores médicos en los Estados Unidos de Norteamérica, quienes, a través de la nueva tarjeta internacional GNP, identifican a nuestros asegurados y les otorgan los servicios como a un asegurado local, al reconocer a GNP como aseguradora de acreditada solvencia con respaldo financiero también en los Estados Unidos de Norteamérica.

## Internacionales

Merecen especial mención las alianzas de negocio que GNP mantiene con Centros de Salud de Excelencia en los Estados Unidos de Norteamérica como es el caso de Clínica Mayo tanto en su complejo de Rochester, como en el de Arizona, Baptist Health System en la Florida, Methodist y St. Luke en Texas.

## Otras alianzas

Se llevó a cabo con gran éxito el primer Congreso de Médicos GNP en Puerto Vallarta, Jalisco con la participación de importantes representantes y líderes de opinión en las diversas especialidades, con quienes se puso en marcha el proyecto de Consejos Consultivos Médicos por especialidad a nivel nacional como un mecanismo de comunicación permanente entre GNP y la comunidad médica, para garantizar mejores niveles de servicio a todos nuestros clientes.

De igual forma se llevó a cabo el cuarto Congreso de Hospitales GNP con la participación de los principales grupos hospitalarios del país, donde se refrendaron compromisos de apoyo y colaboración para lograr un objetivo en común: "que nuestros clientes vivan una experiencia de servicio inigualable".

De manera conjunta con los principales laboratorios farmacéuticos del país dimos forma al primer foro de actualización sobre los últimos avances en materia de medicamentos para enfermedades de alto impacto dirigida a médicos GNP.

Hemos iniciado con los principales grupos hospitalarios y comunidades médicas un ejercicio de conectividad que nos permita garantizar experiencias de servicio inigualables para clientes de GNP dentro de los hospitales con ingresos y altas express bajo un control de costos vía gastos esperados por procedimiento.





# Certificaciones, premios y reconocimientos

## ISO 9001

Como parte del proceso de certificación en ISO 9001, obtenido en 2013, se deriva un seguimiento para garantizar que se cumplen con las mejores prácticas en la gestión de todos nuestros procesos, a través de una auditoría anual, en donde se determina si el Sistema de Gestión de Calidad de GNP cumple los requisitos de la Norma de Referencia (ISO 9001:2008).

El seguimiento de la auditoría realizada, se plasmó en el Informe de Auditoría de Certificación presentado en noviembre de 2014, dando como resultado el mantenimiento del certificado.

Al ejecutar adecuaciones y mejoras en los procesos a través de su análisis objetivo, nos permite mejorar la calidad en las operaciones realizadas implementando soluciones más eficientes y rentables, con lo que incrementamos permanentemente la confianza en las relaciones con nuestros clientes, socios y aliados comerciales.

Desde luego esto es una ventaja competitiva que nos permite tener éxito en nuestros negocios.

Hemos trabajado en conjunto para cumplir y cubrir las expectativas de nuestros clientes, al considerar su opinión y analizarla para entender sus necesidades, a su vez nuestro Sistema de Gestión de Calidad nos permite otorgar un mejor servicio a nuestros asegurados, logrando así un mejor posicionamiento en los estándares del sector asegurador. Nuestro compromiso como empresa socialmente responsable ha incrementado la confianza en GNP de nuestros clientes, intermediarios, socios de negocio y consumidores en general,

confirmando la buena imagen de los productos que ofrecemos, así como de los servicios que brindamos.

Es por eso que en GNP mantenemos los más altos controles y estándares de calidad, que nos permiten por segundo año consecutivo ser la única Institución del sector asegurador, que cuenta con todos sus procesos dentro del selecto Club Internacional ISO 9001.

## Norma Mexicana para la Igualdad Laboral entre Mujeres y Hombres

Este instrumento de certificación ante la Secretaría de Trabajo y Previsión Social, considera principalmente prácticas y acciones que están destinadas a fomentar la igualdad y la inclusión laboral, permitiendo la realización plena de mujeres y hombres.

GNP como la primera aseguradora certificada en esta Norma, en 2014 es reconocida por tercer año consecutivo al mejorar sus prácticas laborales y contribuir a la visión de la empresa, ampliando la certificación de Plaza GNP a las oficinas de Puebla y Mérida, obteniendo los siguientes puntajes:

	2012	2013	2014
PUNTOS MÍNIMOS REQUERIDOS	PLAZA GNP	PLAZA GNP Y PUEBLA	PLAZA GNP, PUEBLA Y MÉRIDA
	201	273	286



## Institución Comprometida con la Inclusión

Desde hace más de 11 años, GNP realiza acciones contra la discriminación y a favor de la inclusión, siendo la primera aseguradora reconocida como Institución Comprometida con la Inclusión por el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED), participando y contribuyendo fervientemente a generar trabajo digno en la población con discapacidad, convirtiéndose en una empresa accesible, tanto al interior como al exterior de sus instalaciones.

Como Empresa Socialmente Responsable comprometida con la inclusión laboral al cierre de 2014 contamos con 88 empleados con discapacidad motriz, visual y auditiva.

Para celebrar el "Día Internacional de las Personas con Discapacidad", se llevaron a cabo una serie de actividades con el fin de reconocer el trabajo, esfuerzo y compromiso de todos los empleados con discapacidad que laboran en la empresa, sensibilizando al resto del personal sobre la discapacidad.

Adicionalmente, en 2014 se concluyeron los trabajos de accesibilidad con la construcción de 21 rampas, un sendero accesible y el acondicionamiento de los lugares de trabajo, en el caso especial de los empleados con discapacidad visual, se ha colocado a cada uno de ellos, pantallas más grandes y un *software* especial con la finalidad de apoyar sus labores.



## Empresa Socialmente Responsable

Nuestro compromiso con la responsabilidad social nos ha llevado a que en 2014 recibiéramos el distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR) por 11 años consecutivos, lo que nos convierte en la empresa aseguradora con mayor trayectoria en este distintivo. Con el fin de compartir esta filosofía con empresas PyMEs, este año invitamos a dos proveedores, AMOS y JGERROM, para ser distinguidos con el ESR como cadena de valor de GNP.

## Empresa Familiarmente Responsable

GNP mantiene el reconocimiento de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social como Empresa Familiarmente Responsable por su sistema de ética laboral integrado por tres grupos de prácticas laborales: conciliación trabajo y familia, equidad de género y atención y prevención de la violencia laboral y el hostigamiento sexual.

## Empresa Saludablemente Responsable

Al ser una empresa líder en la construcción del movimiento de salud y bienestar en México, así como promover y apoyar con iniciativas y/o programas que ayudan a mejorar la salud y bienestar de sus colaboradores, GNP fue reconocida en 2014, por tercer año consecutivo, por la Secretaría de Salud del Distrito Federal como Empresa Saludablemente Responsable, reconocimiento otorgado por el Gobierno del Distrito Federal y el Consejo Empresarial de Salud y Bienestar.



## Premio al Mejor Informe de Responsabilidad Social

Cada año, la revista especializada en responsabilidad social líder en el mercado, Ganar-Ganar, reconoce a aquellas empresas que se destacaron por la comunicación de su RSE en distintas categorías. En 2014 GNP recibió el premio en la categoría de Mejor Informe de Responsabilidad Social gracias a que su informe cumple con los más altos estándares de calidad en la materia.

## Empresa Comprometida con la Educación

Con el objetivo de ampliar el espectro de atención en el desarrollo de nuestros proveedores, estrechar lazos con ellos y contribuir al desarrollo de todas las personas que de alguna manera colaboran en GNP, este año lanzamos el programa de apoyo para terminación de educación primaria y secundaria en alianza con el Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA).

Este programa consiste en la inscripción formal ante la Secretaría de Educación Pública (SEP) de todas las personas interesadas o educandos, capacitación y acreditación de voluntarios como asesores educativos, realización de círculos de estudio y asesoría para presentación de exámenes modulares.

Durante 2014 el programa integró: seis asesores educativos, cuatro educandos en alfabetización, dos educandos en primaria y cinco educandos en secundaria.

Cabe mencionar que las personas beneficiadas forman parte de la estructura organizacional de tres proveedores, sin embargo también se integraron personas independientes que prestan el servicio de aseo de calzado dentro de las instalaciones de nuestro edificio corporativo Plaza GNP.

Con ello, la empresa además de lograr los objetivos planteados, fue distinguida por el INEA con el reconocimiento como "Empresa Comprometida con la Educación de sus Trabajadores".

## Reactions Awards Latin America

Desde 2008 los Reactions Awards efectúan dos entregas de premios anuales –en Gran Bretaña y a nivel global–, y a partir de 2013 se realizó también la entrega para América Latina.

En la edición 2014 de estos premios, GNP Seguros recibió dos reconocimientos: como "La Mejor Aseguradora en México" por segundo año consecutivo y por "La Mejor Campaña de Publicidad de América Latina", esto gracias a su plataforma de comunicación Vivir es increíble, presente en todas sus campañas de publicidad y que está enfocada en resaltar lo valioso de cada momento, creando así una filosofía de amor a la vida.

## Premio Nacional de Excelencia en la Relación Empresa – Cliente y Centros de Contacto

Reconocimiento que se otorga a las instituciones y/o áreas de interacción con clientes/ciudadanos que se distinguen por su excelencia.

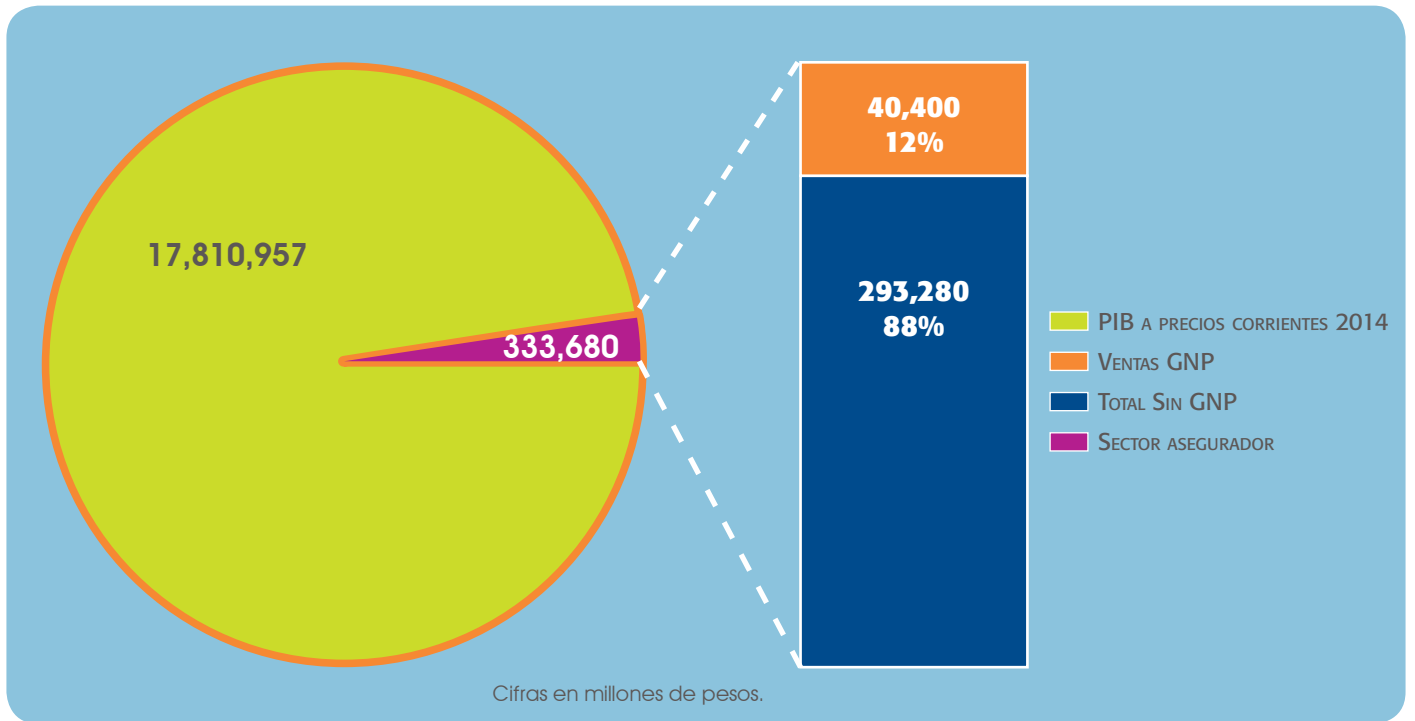
El premio reconoce casos de éxito de empresas públicas y privadas con operaciones en la República Mexicana, así como el talento que tenga un desempeño sobresaliente, es auditado por la firma PWC y auspiciado por ALOIC, Canieti, IFC y Secretaría de Economía.

GNP ha participado durante ocho años consecutivos y en cada participación ha obtenido algún premio, ya sea por casos de éxito presentados o por el talento de los colaboradores de su Centro de Contacto y este año no fue la excepción, obteniendo el reconocimiento de plata en la categoría al "Mejor Talento Humano".

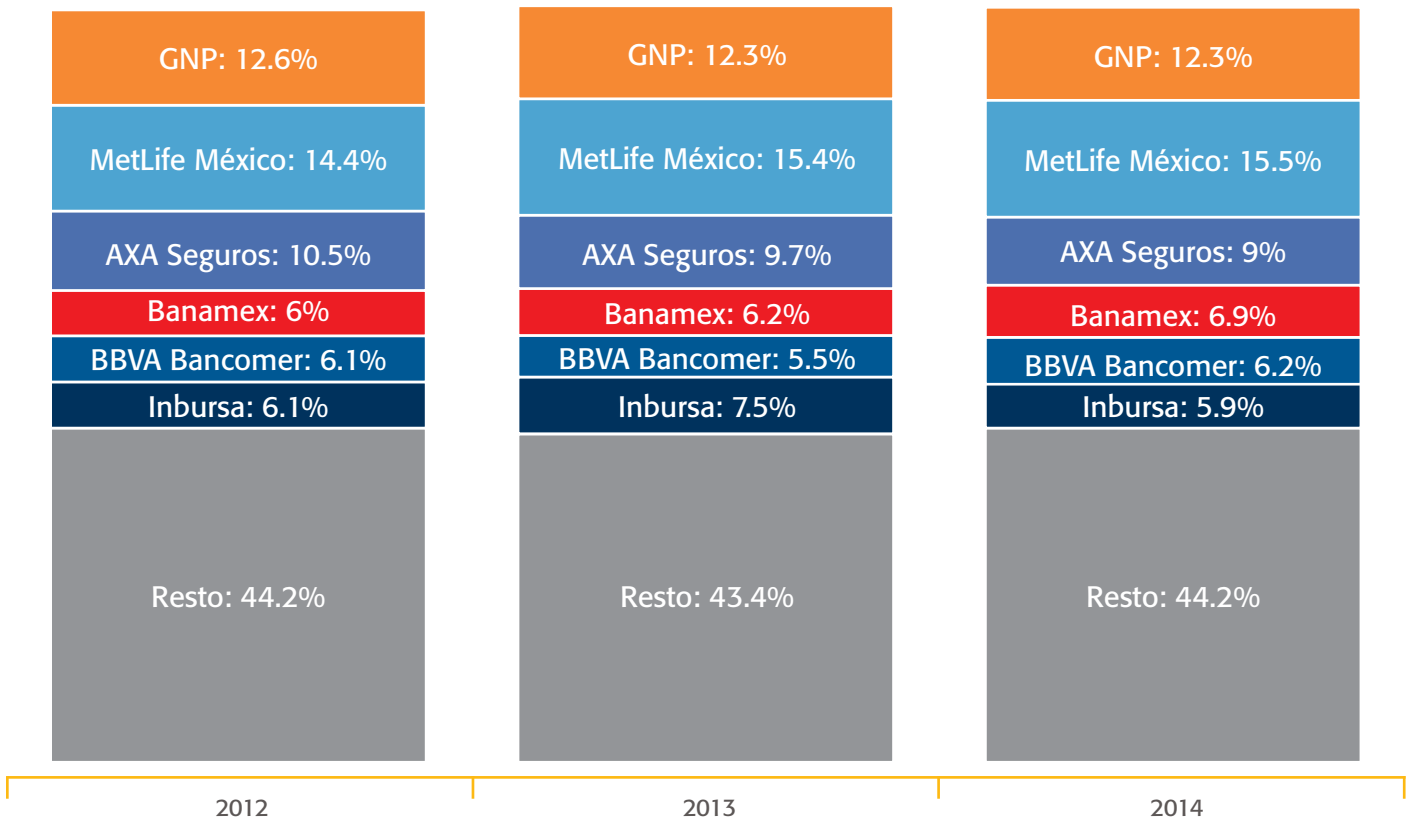


## IV. Nuestro compromiso económico, rentabilidad con responsabilidad

# GNP en la economía mexicana



## Participación en el mercado



## Ranking

TOTAL	PRIMER LUGAR		SEGUNDO LUGAR		TERCER LUGAR	
Mercado Total	MetLife México		GNP		AXA Seguros	
2.3	15.3	1.5	12.1	2.7	8.9	-6.4
GMM Individual	GNP		AXA Seguros		Monterrey New York Life	
1	31.8	7.4	21.6	1.8	13.8	6
GMM Colectivo	GNP		Metlife México		AXA Seguros	
12.6	27.2	47.2	19.3	-3.4	14.2	4.6
Vida Individual	Metlife México		GNP		Monterrey New York Life	
1.3	23.1	-12.6	12.8	11.3	12.8	4.1
Vida Grupo	Metlife México		Banorte		GNP	
3.3	42.1	22.3	6.9	-2.9	4.2	-56.9
Autos	Quálitas		AXA Seguros		GNP	
-0.7	24.8	9.5	14	-15.7	12.5	0.1
Daños*	Inbursa		AXA Seguros		Banorte	
3	14.9	12.6	9.7	-4	9.5	67.7

\* GNP ocupa el noveno lugar de ventas de daños con una participación de 4.2% y un decremento de 4%.

- No incluye PEMEX.
- Cifras en porcentaje.

Participación en el mercado.

■ Variación real de primas emitidas (diciembre 2014 vs diciembre 2013).



## Cifras relevantes

### Ventas

RAMO	2013	2014	% VARIACIÓN
Vida	14,660	14,333	-2.23
Gastos Médicos y Accidentes	11,502	14,904	29.58
Automóviles	8,296	8,601	3.68
Daños	2,564	2,562	-0.08
<b>Total captación</b>	<b>37,022</b>	<b>40,400</b>	<b>9.13</b>
Fondos de administración	1,090	476	-56.32
<b>Total captación más fondos en administración</b>	<b>38,112</b>	<b>40,876</b>	<b>7.25</b>

Cifras en millones de pesos.

Las ventas reflejan un incremento respecto al año anterior de 9.1%, esto debido a que los ramos de gastos médicos y accidentes y autos mantienen un buen crecimiento que se ve disminuido por los ramos de vida y daños.



BALANCE	2013	2014
Activos	81,189	92,617
Pasivos	74,974	86,188
Capital	6,215	6,429

PATRIMONIO	2013	2014
Capital	6,215	6,429
Reserva catastrófica	403	434
<b>Total</b>	<b>6,618</b>	<b>6,863</b>

Cifras en millones de pesos.

El resultado del ejercicio 2014 fue de 223 mdp.

Por ser una empresa aseguradora, no tiene deuda con bancos u otras instituciones, por lo que el patrimonio es propio.

GASTO REAL	2013	2014
Gastos de adquisición	1,037.6	1,286
Gastos de administración	3,048.2	3,170.6
Otros gastos de operación	(930.2)	(767.6)
Depreciaciones y amortizaciones	185.5	160.7
Castigos	2.3	19.6
Derechos y otros productos sin pólizas	(811.5)	(857.1)
Otros ingresos	(306.4)	(90.8)
Total costo de operación	2,118.1	2,403
Gastos de ajuste	1,023.6	1,022.9
<b>Total</b>	<b>4,179.3</b>	<b>4,711.9</b>

RETRIBUCIÓN A EMPLEADOS	2013	2014
Sueldos	899.4	941.6
Gratificaciones	583.9	646
Impuestos	233.7	260.2
<b>Total</b>	<b>1,717</b>	<b>1,847.8</b>

DONATIVOS	
2013	2014
7.8	9.9

Cifras en millones de pesos.

## Multas significativas o sanciones impuestas por la autoridad

Respecto al cumplimiento y análisis normativo de la compañía, en 2014 se registraron 40 multas o sanciones impuestas por diversas autoridades, tales como la CONDUSEF y el Sistema de Administración Tributaria.

Año	IMPORTE
2012	959.5
2013	662.6
2014	747.3

Cifras en miles de pesos.

## Criterios de inversión

Grupo Nacional Provincial realiza inversiones en instrumentos emitidos por el Gobierno Federal y por empresas e instituciones con un adecuado riesgo crediticio y reputacional, con plazos y rendimientos adecuados a las obligaciones contraídas con los clientes, apegándose a la Política de Inversión y a la normatividad vigente; sesionando un Comité Consultivo de Inversiones al menos una vez al mes, donde se determinan las mejores decisiones de inversión. El área de inversiones da seguimiento anual a la información que proporcionan las empresas objeto de inversión, que cuentan con certificación como Empresa Socialmente Responsable o que apoyan alguna actividad de responsabilidad social.





## V. Prevención y gestión integral de riesgos

# GNP Ética Empresarial

En GNP llevamos a la práctica actividades de prevención con las que cumplimos y superamos los requerimientos de las normas mexicanas aplicables al giro de la empresa en cada una de las regiones de la República Mexicana en las que tenemos presencia.

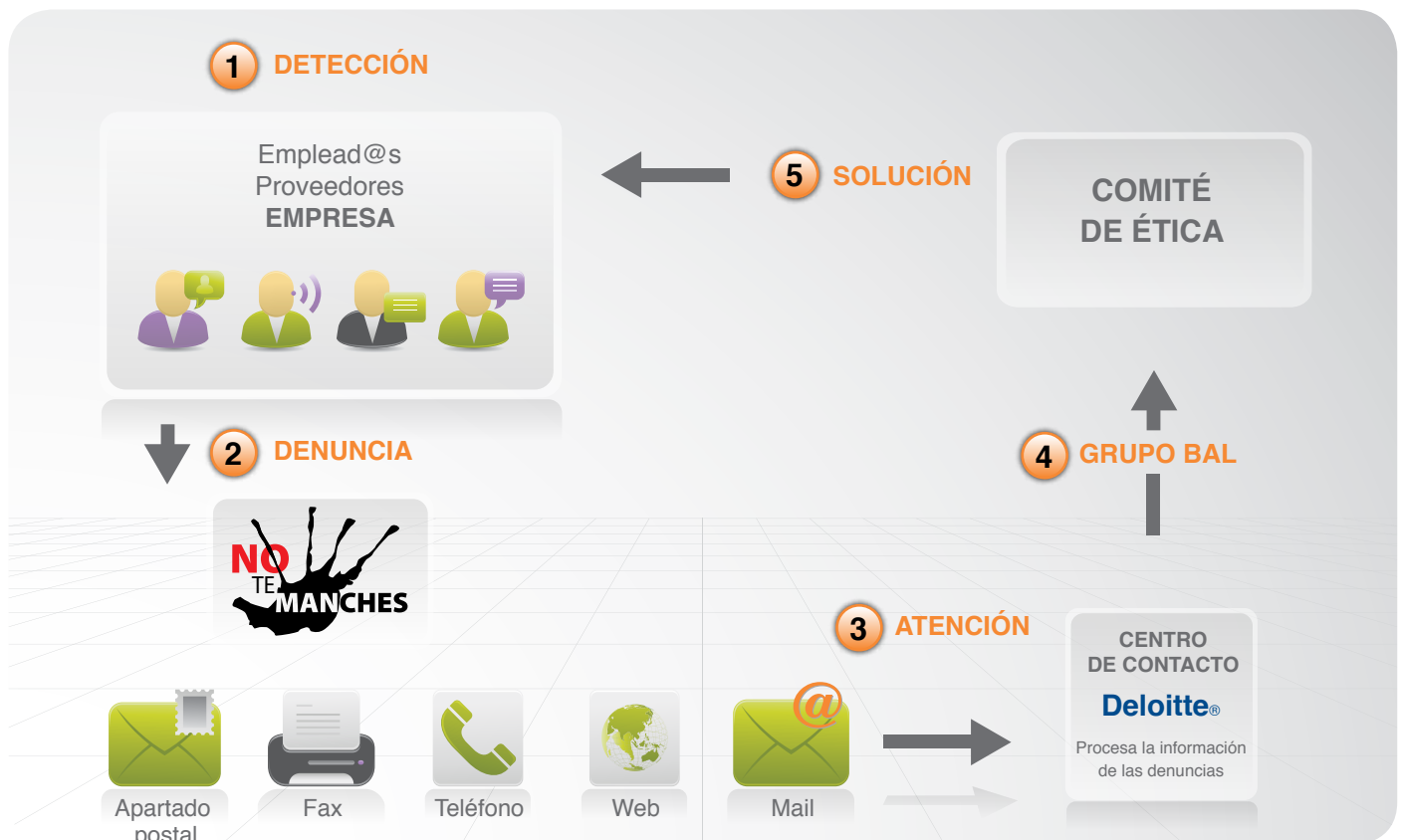
De acuerdo con nuestra experiencia, con la correcta aplicación de las Normas Oficiales Mexicanas contribuimos a mejorar las condiciones de seguridad en nuestras instalaciones y en los sitios donde, conforme a las leyes, reglamentos y normatividad aplicable en materia de prevención de riesgos, hemos podido implementar un sistema de gestión integral en beneficio de la población que labora o concurre en dichos inmuebles. Nuestras prioridades de protección son: el personal, el patrimonio, nuestro entorno y la imagen.

En 2014 se implementa el proceso de certificación anual "GNP Ética Empresarial", obligatorio para todos los colaboradores de GNP y empresas filiales. Este proceso incluye la certificación en cinco temas:

1. Código de Ética y Conducta
2. Canal de denuncia anónima "No te manches"
3. Prevención del lavado de dinero
4. Protección de datos personales
5. GNP Responsabilidad Social Empresarial

El alcance de los cursos de certificación es de 29 mil 385 certificaciones y al cierre del año se concluyeron 22 mil 523, con un porcentaje de avance del 83%.

Respecto a la certificación en el Código de Ética y Conducta y en el canal de denuncia anónima "No te manches", el avance fue del 92% y 88% respectivamente, con un proceso abierto para el 100% de los colaboradores a nivel nacional.



CERTIFICACIÓN CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA DESGLOSADO POR EMPRESA			
EMPRESA	TOTAL COLABORADORES	TOTAL CERTIFICADOS	% AVANCE
GNP	3,672	3,457	94
SAR	1,404	1,209	86
Valmex	38	38	100
Médica Móvil	165	143	87
AVM	598	584	98
<b>Total</b>	<b>5,877</b>	<b>5,431</b>	<b>92</b>



Base: 31 mayo 2014.

CERTIFICACIÓN CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA DESGLOSADO POR REGIÓN Y NIVEL							
REGIÓN	NIVEL				TOTAL CERTIFICADOS	TOTAL COLABORADORES	% AVANCE
	FUNCIONARIO	GERENTE	JEFE DE DEPARTAMENTO	OPERATIVO			
D.F. y alrededores	174	419	1,151	2,445	4,189	4,564	92
Occidente	5	21	87	318	431	453	95
Noreste	7	21	87	241	356	385	92
Sureste	3	12	57	221	293	305	96
Noroeste	2	13	35	112	162	170	95
<b>Total</b>	<b>191</b>	<b>486</b>	<b>1,417</b>	<b>3,337</b>	<b>5,431</b>	<b>5,877</b>	<b>92</b>

Alcance: GNP y filiales.



## Prevención del lavado de dinero y financiamiento del terrorismo

El plan de comunicación del proceso de certificación se desarrolló con base en las siguientes estrategias:

- Identificación de las certificaciones obligatorias anuales.
- Diferencias para dar cumplimiento a cada certificación.
- Promoción de las certificaciones de forma integral.
- Fomento del cumplimiento.
- Comunicación y difusión del canal de denuncia anónima a todos los colaboradores, así como a clientes, proveedores y empresas filiales.
- Alusión al “instinto” del personal para detectar conductas no deseadas y llamar a la acción “teniendo el valor” de denunciar.

Durante el 2014 no se detectó ninguna situación que haya originado algún acto de corrupción por parte de los colaboradores de GNP, hacia sus clientes, proveedores, intermediarios o autoridades competentes.

Durante 2014, en GNP trabajamos para reforzar los procesos de negocio, orientándolos a dar cabal cumplimiento a las actuales disposiciones en materia de prevención del lavado de dinero, por ejemplo, los procedimientos que involucran la identificación del cliente al momento del pago de siniestros.

Adicionalmente, GNP continuó participando como miembro del Comité de Comunicación y Control de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), en la mesa de negociación conformada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP) y la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF), en la que se han evaluado las mejores prácticas aplicables a los reportes de operaciones inusuales e internas preocupantes, así como las reformas al artículo 400 Bis del Código Penal Federal, ambos documentos se concluyeron en 2014 y, actualmente se está trabajando en la implementación de las mejores prácticas acordadas en estas mesas.



Seguimos trabajando en la creación de una cultura de cumplimiento, para ello se elaboró una campaña de comunicación y se institucionalizó la certificación anual tanto con nuestros colaboradores como con nuestros agentes a través de un curso didáctico que facilita el entendimiento de las disposiciones en materia de prevención del lavado de dinero, con el fin de reforzar el compromiso de todo el personal y de los intermediarios para asegurar el cumplimiento de la regulación y coadyuvar con las autoridades en la lucha contra el lavado de dinero y financiamiento al terrorismo.

Durante 2014 se realizó la campaña de comunicación dirigida a todos los niveles de la organización para la implementación de acciones que permiten proteger la información propia de GNP, así como de sus clientes, intermediarios, colaboradores y prestadores de servicios.

En este mismo año se actualizaron las políticas en materia de seguridad de la información y cumplimos con los requerimientos establecidos en la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares y su Reglamento. En este periodo no tuvimos ninguna queja por el uso de información por parte de nuestros clientes.\*

## Protección de datos personales y seguridad de la información

Como parte del desarrollo de sus operaciones, GNP tiene implementadas políticas, procedimientos y mecanismos de control que le permiten mantener una seguridad razonable respecto a la integridad, confidencialidad y disponibilidad de la información privilegiada; así como de los datos personales de sus clientes, intermediarios, proveedores, colaboradores y demás personas con las cuales conserva alguna relación de negocio.

En GNP garantizamos la privacidad de los datos personales que nos fueron proporcionados y facilitamos los medios para que el titular de éstos ejerza su derecho a decidir de manera libre e informada sobre el uso que GNP dará a los datos recabados. Para ello, contamos con un área encabezada por un Oficial de Protección de Datos Personales.

## Plan Anual de Auditoría

El Plan Anual de Auditoría 2014, aprobado por el Comité de Auditoría y Prácticas Societarias contempló la realización de 34 auditorías durante el año, las cuales se cumplieron en su totalidad.

Los procesos que fueron objeto de revisión son contratación GMM individual, siniestros GMM (pago directo, y reembolso), autos turista, proveedores TI, emisión y recepción de CFDI, cumplimiento de disposiciones en materia de prevención del lavado de dinero, retiros y rescates vida individual, pago de comisiones, entre otros.

La orientación de dichas auditorías consistió en evaluar los riesgos significativos y controles asociados, la eficiencia de los procesos, el cumplimiento de la normatividad interna y externa, y la eficacia de los controles que mitigan los principales riesgos de la compañía.



\* Para conocer más sobre las funciones y gestión de la protección de datos personales y seguridad de la información, la información se encuentra disponible en el Informe de Responsabilidad Social 2013 en la página 40 y 41, el cual se puede consultar en nuestra página web [gnp.com.mx](http://gnp.com.mx), en el área de Responsabilidad Social - Informe de RSE.



## Sistema de Control Interno

GNP tiene establecido un sistema eficaz y permanente de contraloría interna, el cual está diseñado para proporcionar una seguridad razonable en el cumplimiento de los objetivos en materia de: eficiencia y eficacia de las operaciones, custodia y salvaguarda de activos, confiabilidad de la información financiera y cumplimiento de las leyes y regulaciones.

Durante 2014, se diseñaron e implementaron tableros de control para monitorear las principales operaciones que se ejecutan en las oficinas foráneas; se fortalecieron controles para la autorización, aprobación, verificación y conciliación de las operaciones realizadas por la empresa en los principales procesos.

Los resultados y recomendaciones derivados de la función de contraloría interna son notificados a los responsables de las áreas operativas y auditoría interna para su seguimiento.

GNP considera que todo el personal de la organización tiene responsabilidades en dicho sistema. Por eso cada año los colaboradores realizan la certificación del Código de Ética y Conducta. Adicionalmente, durante todo el año, GNP mantiene programas de comunicación y capacitación que permiten mejorar la cultura de control al interior de la institución.

## Cultura de seguridad integral

Los pilares de la seguridad en GNP -autoevaluación, corresponsabilidad, prevención y compromiso- se fortalecieron sustancialmente en 2014 con las pláticas de sensibilización y valores en las que participaron mil 158 colaboradores del área de Sistemas, Servicio y Operaciones de todos los niveles y de todas las oficinas, las cuales forman parte del programa En Confianza, y constituyen sólo una de las acciones orientadas a minimizar los riesgos puesto-persona en el marco del cumplimiento a las regulaciones de Solvencia II.

Este impulso a la cultura de seguridad integral se caracterizó por ser una reflexión profunda de valores que no solamente tienen cabida en una empresa, también en el seno de las familias de nuestros colaboradores que buscan ser ejemplo para las generaciones que nos siguen.

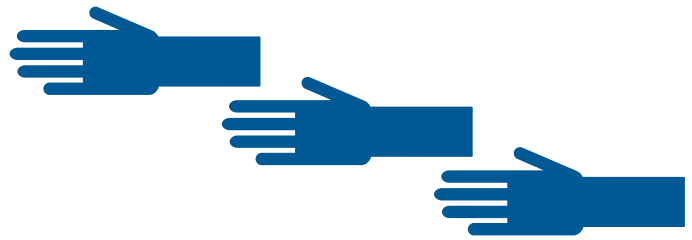
Además de hablar de valores, estas sesiones de sensibilización reforzaron los conceptos de autoprotección personal y familiar, y, en el caso de las oficinas foráneas, concentraron su análisis y recomendaciones en el entorno de cada localidad.

El resultado de esta labor se ve reflejado en las habilidades que adquiere el personal para desenvolverse adecuadamente en situaciones complejas, ya que el foco está en la prevención de los riesgos a los que están expuestas las personas en su día a día en cada uno de sus distintos roles sociales.

También este año, GNP mantuvo su participación en diversos comités de intercambio entre las empresas de Grupo BAL, promoviendo aprendizajes, sinergias y mejores prácticas en materia de ética empresarial, prevención de riesgos, seguridad integral y protección civil.



Con este mismo espíritu de prevención, en 2014 se llevó a cabo el primer Simulacro de Crisis de GNP con un grupo de directores de primer nivel, que los llevó a reflexionar sobre los riesgos a que está expuesto el personal en general y la afectación potencial a los clientes en caso de materializarse algunos de los riesgos previstos.



## Seguridad e higiene y protección civil

En nuestros centros de trabajo tenemos instaladas y debidamente registradas ante la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, seis comisiones de seguridad e higiene que representan al 100% de los colaboradores, integradas por un total de 80 colaboradores de la empresa, los cuales reciben capacitación constante en la materia.

GNP cuenta con un grupo de 550 brigadistas a nivel nacional integrado por empleados y proveedores. En 2014 fueron capacitados 929 empleados y proveedores en los siguientes temas:

- Evacuación de inmuebles
- Primeros auxilios
- Prevención y combate contra incendio
- Certificación de guardavidas
- Prevención de accidentes en el hogar

## Rally de brigadas

En el marco de los Juegos Deportivos y Culturales BAL 2014 con Causa Social se llevó a cabo el 4° rally de brigadistas, el cual tuvo un 33% de incremento en la participación de brigadistas y del 23% de asistentes con relación a 2013.

En este evento los asistentes pudieron observar a sus compañeros desempeñarse en la atención de emergencias simuladas de incendio, evacuación por sismo, aplicación de primeros auxilios por accidentes y malestar súbito, extracción de víctimas en espacios confinados y prácticas de rappel.

El evento contó también con la presencia de autoridades de Protección Civil de la Secretaría de Gobernación, del Gobierno del Distrito Federal y de la Delegación Coyoacán, además de contar con la participación activa de Médica Móvil.

TEMA	2013		2014	
	COLABORADORES	PROVEEDORES	COLABORADORES	PROVEEDORES
Protección civil	585	234	598	243
Higiene y seguridad	120	0	88	0
<b>Total</b>	<b>705</b>	<b>234</b>	<b>686</b>	<b>243</b>



## Tardes de verano

Este programa del Club Deportivo recibió a 72 niños de diferentes edades, a quienes se les impartió la plática "Porque me quiero, me cuido". Con el apoyo de especialistas en protección civil, se compartieron materiales audiovisuales, actividades didácticas y procedimientos de emergencia a los hijos de nuestros colaboradores, promoviendo en ellos la cultura de prevención de accidentes y recomendaciones muy sencillas para que sepan qué hacer en caso de accidentes.

# Gestión de riesgos

## Riesgos financieros

Con el fin de cuidar la rentabilidad y solvencia, GNP ha instrumentado un sistema de administración de riesgos responsable de vigilar, controlar, gestionar y optimizar los riesgos a los que se encuentra expuesta la institución, a través de metodologías y procedimientos para su identificación, seguimiento y control, así como de reportes dirigidos a los niveles directivos y a los responsables de dichos riesgos para su manejo óptimo. Particularmente, de manera diaria se vigila que los riesgos financieros se mantengan por debajo de los límites aprobados por el Consejo de Administración, y mensualmente el Comité de Riesgos supervisa el cumplimiento estricto de las políticas y procedimientos correspondientes.

En vísperas de la implementación de la Ley de Instituciones de Seguros y Fianzas en abril de 2015, junto con su normativa secundaria, vale la pena destacar que GNP ha mantenido una colaboración directa con la autoridad, aportando la experiencia que ha tenido en el manejo de modelos de riesgo de capital y participando en los distintos análisis de impacto cuantitativo y cualitativo.

Durante el año, las tasas de largo plazo mostraron una tendencia a la baja y alta volatilidad, derivada de diversos factores económicos y políticos que afectaron el ritmo esperado de recuperación a nivel mundial. Por su parte, el Banco de México en junio de 2014 redujo la tasa de referencia como parte de su política monetaria, lo que disminuyó la rentabilidad de las inversiones de corto plazo. Para terminar el año, durante las presiones en el precio del petróleo, así como la política monetaria estadounidense, dieron origen al fortalecimiento del dólar respecto a la mayoría de las monedas, en particular el peso mexicano se devaluó 9%. El impacto hacia GNP fue moderado gracias al cuidado que se tiene en la optimización de las inversiones considerando plazos y monedas acorde a sus obligaciones y una baja exposición a riesgos de contraparte. En este mismo sentido, los límites de exposición al riesgo se mantuvieron dentro de los niveles autorizados por el Consejo de Administración.

## Riesgo operativo

El modelo de gestión de riesgo operativo de GNP, nos permitirá operar bajo un apetito de riesgo alineado con la estrategia del negocio y, adicionalmente, prepararnos para cumplir con la nueva Ley de Instituciones de Seguros y Fianzas.

Durante 2014, iniciamos la implementación del modelo de gestión de riesgo operativo en los procesos críticos de la organización, en donde a través de talleres, se capacita a los responsables de la operación en las actividades que tienen que realizar como parte de este modelo.

Se han definido gestores de riesgos para cada uno de los procesos críticos, los cuales actúan como sensores y reportan las incidencias que se presentan en las operaciones que realizan.

Se adquirió el sistema informático de Enterprise Risk Management (ERM), el cual estamos implementando para la gestión del riesgo operativo. Esta herramienta nos permitirá:

- Generar reportes de riesgo
- Cuantificar los riesgos
- Evaluar los riesgos y controles
- Analizar escenarios
- Definir indicadores clave de riesgos
- Registrar los eventos de pérdida

Adicionalmente, se lanzó la campaña de riesgo operativo, la cual es difundida a todos los colaboradores de la organización a nivel nacional, con lo que estamos fomentando la cultura en esta materia.

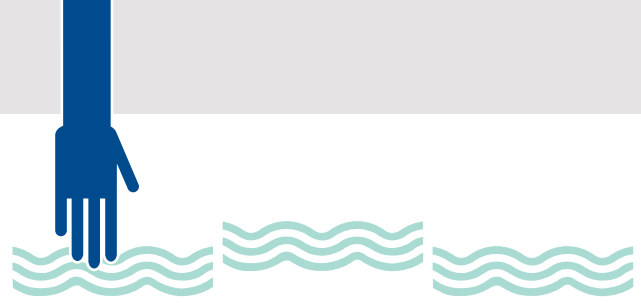
## Riesgos naturales

Las catástrofes naturales han dejado huellas imborrables tanto a la población como a la economía del país en el que se presentan; todos los países están expuestos a este tipo de eventos, tal vez unos más que otros, pero el riesgo sigue latente.

GNP, preocupado por el bienestar de sus clientes ante estos riesgos naturales, valúa las posibles pérdidas con la ayuda de sistemas expertos especialmente diseñados para estimar los daños ocasionados por un eventual fenómeno catastrófico que afecte a la República Mexicana.







Los fenómenos naturales que los sistemas pueden evaluar, tanto en lo que se refiere al peligro como a riesgo son los siguientes:

- Erupción volcánica
- Sismo
- Granizo
- Huracán
- Inundación y lluvia
- Tsunami

Para determinar el peligro, nuestros sistemas necesitan conocer, por cada bien asegurable, el valor de los bienes asegurados, sus características constructivas (tipo de techos, muros, número de pisos, etc.) y su localización geográfica, ya sea a través de código postal o con mayor exactitud, por sus coordenadas de longitud y latitud.

## Mecanismos de transferencia de riesgos naturales

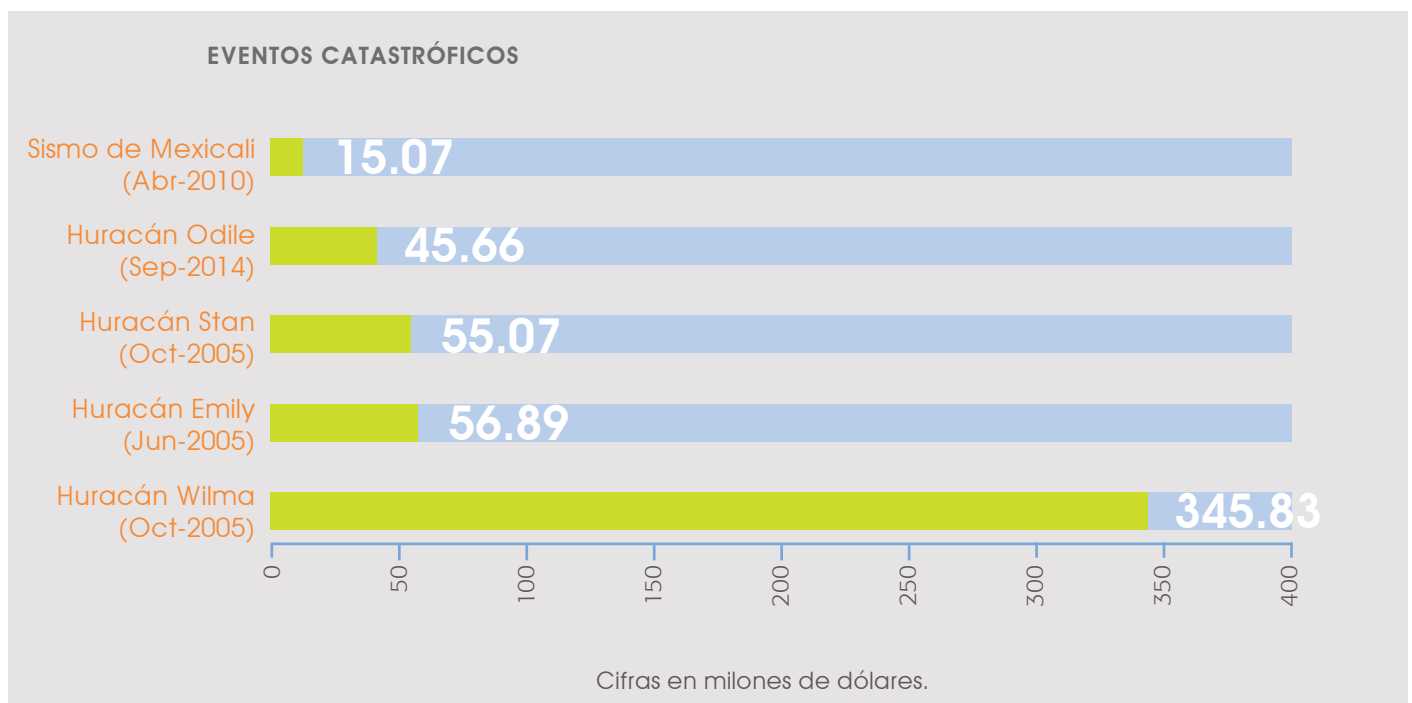
El crecimiento de una economía como la mexicana requiere de mecanismos que permitan un sano desarrollo de sus principales actores mediante mecanismos de transferencia

de riesgos naturales. Nuestro país está expuesto a los principales riesgos de la naturaleza: terremotos y huracanes.

En fechas recientes, y por el desarrollo económico del país, existen cada vez más bienes expuestos a este tipo de fenómenos. La tarea de GNP es proveer de seguros a las empresas, organizaciones e individuos para que ante una catástrofe puedan subsistir y continuar con sus actividades lo mejor posible.

La tendencia de aumento en la frecuencia y el costo de las catástrofes naturales, es un reto para la industria del seguro. En GNP estamos a la vanguardia en el conocimiento de los sistemas expertos que nos permiten otorgar este tipo de garantías. Hemos contribuido activamente en el desarrollo de estos sistemas, ya que el entendimiento de los mismos nos permite otorgar mejores servicios a nuestros clientes.

Entre los eventos más importantes a los que GNP ha hecho frente en los últimos nueve años, cubriendo y respaldando a nuestros asegurados, se encuentra el huracán "Odile", el cual afectó en 2014 a uno de los centros turísticos más importantes de México, Los Cabos San Lucas. Éste ha sido uno de los fenómenos meteorológicos más relevantes en cuanto a pérdidas económicas, desde 2005.





# VI. Compromiso y diálogo social





## Lineamientos de comunicación

En GNP, nuestro principal compromiso es contribuir con el desarrollo del país brindando no sólo protección y respaldo financiero a las familias mexicanas, sino también, fortaleciendo a través de acciones puntuales una cultura de prevención tanto financiera como de salud que les permita a todos tener una mejor calidad de vida.

Parte fundamental de nuestras acciones se basa en nuestra comunicación, la cual está enfocada en transmitir de manera ética mensajes positivos alineados a los valores organizacionales de GNP que contribuyen con la formación de una sociedad mexicana sana, incluyente y responsable.

Nuestra línea de comunicación tiene como principal objetivo generar y difundir mensajes positivos de México, contribuyendo así a la construcción de un mejor país, un país con visiones positivas en el que los mexicanos se identifiquen con nuestro *slogan* "Vivir es increíble", porque creemos en la vida, como todos creen en ella, como todos quieren que sea: increíble.

## Medios de comunicación interna

A través de ellos mantenemos informados a nuestros colaboradores sobre los temas y actividades relevantes de la organización. Utilizamos distintos canales:

**Junta de Funcionarios:** reunión en la que el Director General comparte con su equipo ejecutivo los resultados de negocio, cambios en la organización, iniciativas estratégicas e información del sector.

**Líderes de Transformación:** estrategia de comunicación bidireccional entre la Dirección General y la organización. Se llevan a cabo reuniones mensuales con algunos ejecutivos de la compañía, quienes a su vez sostienen sesiones mensuales posteriores en las que comparten información de mercado, cultura y estrategia de negocio con grupos conformados por integrantes de distintas áreas.

**Charla con AB:** chat mediante el cual los colaboradores tienen la oportunidad de conversar con nuestro Director General y directores invitados en tiempo real, sobre cualquier tema relacionado con la organización que sea de su interés, además de expresar sus inquietudes.

**Platica Con...:** iniciativa que tiene la finalidad de reconocer a los colaboradores con alto desempeño, acercándolos a los directores para sostener un diálogo abierto y dinámico en un ambiente diferente. De esta forma pueden conocerlos tanto en el aspecto personal como profesional.

**Lanzamiento Visión 2019:** sesión en la que el Director General realizó el lanzamiento oficial de la Visión 2019, ante Directores Corporativos de Grupo BAL, Directores Generales de las empresas del Grupo y todos los funcionarios de GNP. Expuso los antecedentes y procesos para generarla, así como lo que GNP pretende lograr a través de la misma. Asimismo, nuestro Director visitó las plazas de Monterrey, Tijuana y Guadalajara para replicar el lanzamiento y compartir la experiencia con los colaboradores de estas sedes.

**Sesiones de cascada Visión 2019:** reunión en la que el director de cada área realizó con su equipo de colaboradores el lanzamiento de la Visión, para garantizar que todos conocieran la estrategia y establecieran compromisos para el cumplimiento de las metas planteadas, además de transmitir los mensajes que el Director General expuso.

Durante 2014, con motivo del lanzamiento de la Visión 2019, en tan sólo tres semanas se realizaron un total de 44 sesiones de cascada, con las que se llegó a más de cinco mil 450 colaboradores.

Adicional a estas prácticas, contamos con medios electrónicos e impresos que también nos ayudan a difundir la información de interés para los colaboradores en todo GNP.

Durante 2014 redujimos los medios impresos en colaboración con el ahorro de papel e incorporamos más medios electrónicos para un mayor alcance e impacto.

MEDIOS ELECTRÓNICOS	MEDIOS IMPRESOS
Intranet: portal Enlace	Banners
Pantallas electrónicas	Posters en acrílicos
Pantallas de inicio	Revista Vive GNP
Segmentación web para ajustadores	
Pantallas en control de accesos a oficinas GNP	
Tabletas en el transporte del personal	
Correo electrónico	

## Visión 2019



# Publicidad responsable



## Cultura de prevención

Para GNP la responsabilidad social constituye uno de sus valores institucionales más importantes y el pilar de todas las acciones de la empresa, lo que ha permitido ampliar su alcance llegando no sólo a asegurados, colaboradores y fuerza productora sino también a todos los mexicanos, principalmente a aquellos en situaciones más vulnerables.

En 2014, nuestra estrategia de comunicación se enfocó en fortalecer una cultura de prevención en tres ejes principales: previsión financiera, prevención social y de salud y acciones de responsabilidad social. Estos tres ejes fueron la base para generar una comunicación integral que nos permitiera sensibilizar a las familias mexicanas

sobre el entorno económico-social actual e informarles sobre las medidas a considerar que pueden disminuir el impacto de éstos en su calidad de vida, protegiendo su patrimonio, estabilidad económica y apoyando el logro de sus metas en todas sus etapas de vida

Al momento se han emitido más de 35 boletines a medios de comunicación externa, cuyos temas están alineados a fomentar una cultura de prevención integral. Al igual que en 2013, un tema prioritario en 2014 fue el de la previsión de salud, el cual continuamos reforzando dado que es uno de los más importantes pilares de la sociedad mexicana.



## Campaña Fuera de la Cancha

En el mundial: humor, futbol, twitter y beneficio social se conjugan en la campaña de GNP Seguros con Jis y Trino.

Con motivo del Mundial de Futbol 2014 GNP lanzó su campaña “Las mejores historias del Mundial se viven *#FueradelaCancha*”, la cual arrancó con un *spot* publicitario que refleja cómo se viven las grandes historias, increíbles, diferentes y humanas; historias que van más allá de los marcadores de futbol, historias que se viven *#FueradelaCancha*, dicho *spot* tuvo presencia en cine, televisión y actualmente se puede disfrutar en el canal de *Youtube* GNP Seguros donde lleva ya más de un millón 864 mil vistas.

Con esta campaña, GNP ofreció una alternativa diferente y divertida para disfrutar del Mundial, lo cual se logró con la participación de los “moneros” hechos cronistas deportivos, Jis y Trino y que se complementó con la participación de los tuiteros usuarios de esta red social (Twitter), quienes actuaron como jugadores estrella de 31 de los partidos más importantes que se transmitieron vía *streaming* de audio en *fueradelacancha.com* y donde se registraron cerca de 11 mil visitas diarias.

*#FueradelaCancha* fue una campaña con causa social que consistía en la donación de dos o más operaciones de trasplantes de córneas, al inicio de cada partido una donación ya era segura y la segunda se daba al llegar a la meta de dos mil tuits que usaran el *hashtag* *#FueradelaCancha*, dependiendo de la respuesta de los tuiteros las donaciones podían incrementar.

Al finalizar las transmisiones de partidos se alcanzaron un total de 80 mil 733 tuits que lograron 71 operaciones de trasplantes de córnea que se realizarán en el Hospital de la Luz, fundación especializada en el cuidado y tratamiento de los ojos, que apoya a personas de escasos recursos.

La contribución de los tuiteros en cada transmisión, fue reconocida y premiada, pues al terminar cada partido Jis y Trino seleccionaron un tuit para convertirlo en un cartón original, mismo que se le hizo llegar físicamente al ganador.

Los beneficios con causa social durante el Mundial fueron más allá, pues con el programa “Gol por México”, por cada gol se sumaron tres operaciones de cataratas, las cuales acumularon 591 cirugías y cada gol de la Selección Mexicana destinó 50 becas para la carrera de Técnico Optometrista, dando un total de 250 becas.

*#FueradelaCancha* impulsó una iniciativa más, pues a través del Programa de Inclusión Laboral GNP 2014, se dio la bienvenida a 11 personas con discapacidad visual, quienes se integraron al equipo de colaboradores en diversas áreas como Call Center y Administración.

Estas acciones fueron las que hicieron del Mundial de Futbol 2014 una increíble experiencia que nos dejó vivir las mejores historias *#FueradelaCancha*.



## Campaña Gira por tu Salud

Conocer las medidas de prevención y detección oportuna de enfermedades graves es clave para reducir riesgos, por ello GNP recorrió diferentes Estados a través de la "Gira por tu Salud", la cual llevó unidades médicas para que el público en general se realizara de forma gratuita un *check up* básico que les permitió conocer su estado general de salud, así como algunas recomendaciones para mejorar su estado físico, el alcance de este programa a nivel nacional fue de tres mil 863 beneficiados.

Esta gira recorrió las ciudades de Guadalajara, Monterrey, Puebla, Querétaro y Distrito Federal, en donde además de realizar estudios médicos gratuitos de medición de peso y talla, niveles de glucosa, colesterol y triglicéridos, presión arterial y electrocardiogramas, difundió a través de medios de comunicación y redes sociales información clave sobre tres hábitos saludables: actividad física constante, alimentación balanceada y dejar de fumar, los cuales pueden reducir el riesgo de padecer cuatro de las enfermedades de mayor incidencia en México: cáncer, diabetes, enfermedades cardiovasculares y pulmonares.

Esta gira es uno de los esfuerzos que realiza GNP a través de su programa GNP Cuida tu Salud, el cual está enfocado en identificar a tiempo los riesgos de salud a los que están expuestas las personas, lo que permite tomar acciones inmediatas para disminuir el riesgo de padecer enfermedades graves, mejorando la calidad de vida no sólo de manera personal sino en su ámbito familiar y social.

Actualmente, más de 15 mil asegurados de más de 10 empresas de los sectores financiero, farmacéutico y de consumo, han participado en el programa GNP Cuida tu Salud, por medio de la aplicación de estudios clínicos y evaluaciones médicas. Los aspectos que el programa toma en cuenta para valorar el estado de salud de las personas son: índice de masa corporal (IMC), presión arterial, niveles de colesterol, glucosa y triglicéridos, así como antecedentes hereditarios y hábitos de vida.

Con base en estos resultados GNP realizó un análisis de variación del nivel de riesgos en la salud, específicamente de dos mil personas que han participado activamente en el programa GNP Cuida tu Salud, identificando una reducción de más del 30% en el nivel de riesgo, esto gracias a la aplicación y seguimiento de herramientas de comunicación al interior de las empresas –diseñadas especialmente de acuerdo a los hallazgos encontrados en los estudios de cada empresa–, medios digitales como la página web [gnpcuidatusalud.com](http://gnpcuidatusalud.com) y Facebook GNP Cuida tu Salud y documentos personalizados vía correo electrónico con información puntual de acuerdo a cada patología y el nivel de riesgo de la misma.



UN REGALO  
PUEDE CAMBIAR  
LA VIDA DE ALGUIEN

Entra a [amigosecretognp.com](http://amigosecretognp.com)  
y entérate cómo.

Vivir es increíble



UN REGALO  
PUEDE CAMBIAR  
LA VIDA DE ALGUIEN

Entra a [amigosecretognp.com](http://amigosecretognp.com)  
y entérate cómo.

Vivir es increíble



## Campaña Navidad

Para esta campaña GNP decidió enfocarse en sensibilizar que “un regalo puede transformar la vida de alguien” y ese regalo todos podemos darlo, a través de una campaña de difusión enfocada totalmente a responsabilidad social, impulsando la cultura de donación de órganos en México, tomando como motivo especial la época decembrina.

Los dos ejes de información principales de la campaña son:

- Información sobre la cultura de donación en México.
- Registro de donadores, canalizando al prospecto al registro oficial a través del Centro Nacional de Trasplantes (CENATRA) con la finalidad de tener la mayor transparencia posible, o bien invitarlo a imprimir su tarjeta de donador.

# GNP Seguros impulsa la cultura de donación de órganos en México a través de su campaña: Amigo Secreto

La donación de órganos es el acto de dar un órgano, tejido o células de sí mismo a otra persona que lo necesita para mejorar su salud. En México se realizan trasplantes desde 1963, sin embargo y a pesar de tener más de 50 años de realizar esta práctica, actualmente México ocupa a nivel mundial el lugar 42 de 84 países en donación de órganos, muestra de que aún falta un largo camino por recorrer en la cultura de donación de órganos.

De acuerdo con datos del Centro Nacional de Trasplantes (CENATRA), actualmente existen más de 19 mil personas de entre 1 y 80 años en espera de un trasplante, de los cuales 43% son mujeres y 57% son hombres; las edades con mayor número de personas en espera son entre 21 y 30 años con 22%.

Los órganos con mayor demanda son el riñón y la córnea, que representan el 58% y 38% respectivamente del total de las personas en lista de espera. Por otro lado, los Estados con mayor número de personas en la lista son: Jalisco con 26%, Distrito Federal con 24% y Nuevo León con 10.8%.



Ante este reto nacional y como parte de los esfuerzos de responsabilidad social que GNP Seguros lleva a cabo a favor del desarrollo del país, ha creado la campaña Amigo Secreto con la que busca impulsar la cultura de donación de órganos en México, tomando como motivo especial la época decembrina para tratar este tema tan importante, potenciando así la sensibilización en torno a la cultura de donación.

La campaña Amigo Secreto GNP se enfoca en transmitir que la donación de órganos es un regalo que puede transformar la vida de alguien, ésta integra la creación de un portal de internet *amigosecretognp.com* en el que toda persona:

1. Obtendrá información de valor para tomar una decisión con un mayor conocimiento.
2. Podrá materializar su deseo por medio de una tarjeta simbólica, que lo lleva a dar el primer paso: decidir ser un donador de órganos.
3. Accesos directos a secciones clave para el Registro Oficial en el Centro Nacional de Trasplantes.

La donación de órganos se vuelve necesaria en caso de padecimientos crónicos degenerativos cuya consecuencia es la insuficiencia de algún órgano. Durante los últimos 4 años, GNP ha recibido 173 casos de trasplante de órganos, lo que ha generado un costo total de 39.5 millones de pesos. La distribución de los casos:

Tipo de trasplante	% de casos
Córnea	55
Riñón	18
Médula	14
Tendón	10
Hígado	2
Músculo	1

En los últimos siete años en México se han realizado 41 mil 906 trasplantes, de los cuales el 52% han sido de riñón, 46% de córnea y el 2% restante corresponden a hígado y corazón.

“GNP tiene una participación de mercado cercana al 30% en seguros de Gastos Médicos, consideramos esto una gran responsabilidad que nos motiva a desarrollar programas que contribuyan a mejorar la calidad de vida en el tema de salud de toda la sociedad, como lo hemos hecho desde años atrás con diferentes acciones; en los últimos meses, realizando más de cuatro mil estudios gratuitos de *check up* básico a la población en general y hoy buscando construir una cultura que integre de manera natural la donación de órganos como una decisión consciente y responsable de vida”, comentó Rosenda Martínez, directora de Comunicación e Imagen Corporativa de GNP Seguros.

La difusión de la campaña Amigo Secreto se realizó en diversos medios masivos de comunicación e internet. La información completa sobre cómo ser parte de “Amigo Secreto” está disponible en *amigosecretognp.com*



## Diálogo con los grupos de interés

Además de los medios de comunicación interna y externa, en GNP hemos establecido otros mecanismos de diálogo que nos permiten relacionarnos con nuestros grupos de interés de manera bidireccional.

MECANISMOS DE DIÁLOGO Y VINCULACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS		
GRUPO DE INTERÉS	MECANISMO DE DIÁLOGO	FRECUENCIA
Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuesta de Desempeño Organizacional</li> <li>Encuesta de Materialidad para Detección de Asuntos Relevantes</li> <li>Charla con AB</li> <li>Líderes de transformación</li> </ul>	Anual Anual Semestral Mensual
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudio de satisfacción y lealtad</li> </ul>	Permanente
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuesta de Materialidad para Detección de Asuntos Relevantes</li> </ul>	Anual
Representantes de los canales de distribución	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estudio de satisfacción y lealtad</li> </ul>	Permanente
Autoridades regulatorias	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consultas, encuentros y juntas de trabajo</li> </ul>	Permanente a través de la CNSF, CNBV y la CONDUSEF
Organizaciones sindicales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Negociaciones contractuales y/o salariales</li> </ul>	Anual
Empresas filiales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuentros y juntas de trabajo</li> </ul>	Permanente
Empresas aseguradoras y asociaciones del sector	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuentros y juntas de trabajo</li> </ul>	Permanente a través de la participación en la AMIS
Beneficiarios de programas sociales y sociedad civil	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gol por México</li> </ul>	Cada jornada de los torneos de fútbol de 1ª División
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vivir es increíble ayudando a los demás</li> <li>Encuesta de Materialidad para Detección de Asuntos Relevantes</li> </ul>	Semanal Anual

## Participación en Asociaciones

GNP, como empresa socialmente responsable, tiene como objetivo trascendental contribuir activamente en el desarrollo de la sociedad mexicana, y por eso siente completa empatía por la misión y espíritu del Consejo de la Comunicación, al formar parte de su Patronato. Esta organización de la iniciativa privada tiene como objetivo promover ideas, valores, actitudes y costumbres para construir una mejor sociedad.

La participación de GNP se realiza a través de una cuota anual y con la difusión de los mensajes del Consejo de la Comunicación entre sus clientes y colaboradores, así como con la participación activa y permanente a través de representantes de alto nivel en sus diversos Comités.

Asimismo, GNP, como empresa aseguradora mexicana, forma parte de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS), cuyo objetivo es el de promover el desarrollo del sector, representar sus intereses ante instituciones públicas y privadas, así como proporcionar apoyo técnico a sus asociados. Actualmente el Presidente de esta Asociación es Mario Antonio Vela, Director de Seguros de Personas en GNP.

Cabe resaltar que la activa participación de funcionarios de GNP en los trabajos relacionados con la Nueva Ley de Instituciones de Seguros y Fianzas, ha sido motivo de reconocimiento por parte de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas, tanto dentro de la AMIS como por la aportación en reuniones bilaterales con la mencionada Comisión, de elementos muy útiles para el robustecimiento de la Fórmula General y de otros aspectos de la mencionada Ley.

Adicionalmente, tenemos participación importante dentro del Colegio Nacional de Actuarios A.C. (CONAC), en el que Jesús Zúñiga, Director de Inversiones y Riesgos de GNP y José Luis Lobera, Director Técnico de Seguros Corporativos de GNP, forman parte de su Consejo Consultivo. Su objetivo primordial es aportar a los diferentes sectores de la sociedad trabajo e información de la más alta calidad y utilidad.

Durante 2014, dentro de la Asociación Actuarial Internacional (AAI), funcionarios de la empresa representaron a México en diversos comités: José Luis Lobera es miembro del Comité de Asesoría y Asistencia; Jesús Zúñiga es miembro del Comité de la Sección de Vida (IAALS por sus siglas en inglés) del Comité de

Estándares de Práctica y del de Contabilidad de Seguros. Con ésto, la profesión actuarial mexicana muestra su grado de avance, se mantiene al tanto de la evolución del conocimiento en el mundo y participa para garantizar el prestigio de la profesión y para que el punto de vista de México se incorpore en los desarrollos de la AAI.

De este modo se demuestra el compromiso de GNP con la generación y difusión de conocimiento sobre la administración de riesgos en nuestro país y en el mundo.

También participamos en:

- Asociación Mexicana de Actuarios (AMA)
- Centro de Experimentación y Seguridad Vial México (CESVI)
- Asociación Mexicana en Dirección de Recursos Humanos (AMEDIRH)
- Museo Interactivo de Economía (MIDE)
- Fundación Mexicana para la Salud (FUNSALUD)

## Participación en el fortalecimiento del sector e injerencia en la gestión pública

GNP es una empresa comprometida con el desarrollo del sector en el que participa y con la sana competencia, pues entiende que sólo a través de un sector asegurador sólido podrá generar beneficios para todos sus grupos de interés.

GNP participa activamente en diversos comités y grupos de trabajo de la CNSF, la CONAC, CONDUSEF, IFAI y AMIS, entre otras.



Para conocer más sobre la participación de GNP en el fortalecimiento del sector y gestión pública, la información se encuentra disponible en el Informe de Responsabilidad Social 2013 en la página 55, 56 y 57, el cual se puede consultar en nuestra página web [gnp.com.mx](http://gnp.com.mx), en el área de Responsabilidad Social - Informe de RSE.



# A. Compromiso con nuestros colaboradores

# Gestión del capital humano

Una de las principales fortalezas que hacen de GNP una organización humana son las personas que con su trabajo diario contribuyen a lograr la misión de esta empresa. Implementamos prácticas laborales apegadas a los más estrictos estándares internacionales como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y la Organización Internacional del Trabajo, siempre considerando la legislación nacional.

## Reglamento Interior de Trabajo

Fomentando el derecho a la negociación colectiva y la representación sindical, en GNP atendemos la normatividad laboral que salvaguarda los derechos de todo el personal. Por ello contamos con un Reglamento Interior de Trabajo formulado de común acuerdo por los integrantes de la Comisión Mixta y de acuerdo con la Ley.

Este documento contiene un conjunto de disposiciones para los empleados en el desarrollo de sus actividades, tales como ausentismos y retardos, permisos, formas de pago, uniformes, seguridad e higiene y medidas disciplinarias.

## Manual de Procedimientos Laborales

En este documento se conjuntan todos los procedimientos organizacionales que detallan la manera en la que operamos estandarizadamente respecto de las prestaciones y beneficios que otorga la empresa, entre los cuales se encuentran los mecanismos de ascenso, la atención de conflictos, ayudas especiales, descansos y permisos, créditos, préstamos personales, apoyos educativo y de salud, entre otros.

## Plantilla laboral

En 2014, nuestra plantilla laboral estuvo conformada por un total de tres mil 727 colaboradores, de los cuales el 51.3% fueron mujeres y 48.7% hombres, el personal sindicalizado representa el 29.7%. Con relación a 2013, la plantilla se incrementó en un 1.02%.

De acuerdo a la clasificación del Sistema de Información Empresarial Mexicano (SIEM) de la Secretaría de Economía, con base en el sector y número de empleados, GNP Seguros es una empresa grande.

**COMPOSICIÓN DEL PERSONAL DESGLOSADO POR ADSCRIPCIÓN, GÉNERO Y NATURALEZA DE LA PLAZA**

DIRECCIÓN	MUJER	HOMBRE	TOTAL	No SINDICALIZADO	SINDICALIZADO	TOTAL
Análisis de Dirección General	61	72	133	133	0	133
Dirección General	34	33	67	67	0	67
Finanzas	56	34	90	90	0	90
Inversiones y Riesgos	29	26	55	55	0	55
Jurídico	29	17	46	46	0	46
Marketing Estratégico	47	44	91	90	1	91
Medica Móvil	1	2	3	3	0	3
Recursos Humanos y Servicios Administrativos	95	65	160	137	23	160
Sector Público	36	36	72	71	1	72
Seguros de Automóviles	100	82	182	174	8	182
Seguros Corporativos	166	185	351	318	33	351
Seguros Masivos	23	24	47	47	0	47
Seguros de Personas	140	103	243	240	3	243
Sistemas, Servicio y Operaciones	1,095	1,092	2,187	1,146	1,041	2,187
<b>Total</b>	<b>1,912</b>	<b>1,815</b>	<b>3,727</b>	<b>2,617</b>	<b>1,110</b>	<b>3,727</b>

Diferencia salarial promedio: .2%.

COMPOSICIÓN DE PERSONAL DESGLOSADO POR GÉNERO Y EDAD			
RANGOS DE EDAD	MUJER	HOMBRE	TOTAL
18 a 30 años	745	675	1,420
31 a 40 años	673	654	1,327
41 a 50 años	368	342	710
más de 50 años	126	144	270
<b>Total</b>	<b>1,912</b>	<b>1,815</b>	<b>3,727</b>

COMPOSICIÓN DE PERSONAL DESGLOSADO POR NIVEL Y GÉNERO			
NIVEL	MUJER	HOMBRE	TOTAL
Funcionario	46	177	223
Gerente	262	270	532
Jefe de departamento	584	498	1,082
Operativo	1,020	870	1,890
<b>Total</b>	<b>1,912</b>	<b>1,815</b>	<b>3,727</b>

COMPOSICIÓN DE PERSONAL DESGLOSADO POR REGIÓN Y GÉNERO			
REGIÓN	MUJER	HOMBRE	TOTAL
D.F. y alrededores	1,527	1,542	3,069
Noreste	115	92	207
Noroeste	66	40	106
Occidente	116	97	213
Sureste	88	44	132
<b>Total</b>	<b>1,912</b>	<b>1,815</b>	<b>3,727</b>

COMPOSICIÓN DE PERSONAL DE LAS FILIALES DE GNP			
EMPRESA	MUJER	HOMBRE	TOTAL
Administración de Venta Masiva (AVM)	295	356	651
Médica Móvil (MMO)	44	118	162
Servicios Administrativos en Reclamaciones (SAR)	642	934	1,576
VALMEX Soluciones Financieras	11	23	34
<b>Total</b>	<b>992</b>	<b>1,431</b>	<b>2,423</b>



COMPOSICIÓN DE PERSONAL DESGLOSADO POR NIVEL Y REGIÓN						
NIVEL	D.F. Y ALREDEDORES	NORESTE	NOROESTE	OCCIDENTE	SURESTE	Total
Funcionario	204	7	2	7	3	223
Gerente	461	21	14	23	13	532
Jefe de departamento	889	54	28	68	43	1,082
Operativo	1,515	125	62	115	73	1,890
<b>Total</b>	<b>3,069</b>	<b>207</b>	<b>106</b>	<b>213</b>	<b>132</b>	<b>3,727</b>



# Atracción de talento



## Apúntate

En GNP estamos comprometidos con el crecimiento y desarrollo profesional de nuestros colaboradores. Por esta razón contamos con "Apúntate", la herramienta institucional consolidada que favorece y garantiza el cumplimiento de nuestro compromiso a nivel nacional. A través de esta herramienta los colaboradores de GNP y sus empresas filiales (AVM, VALMEX, SAR y Médica Móvil) visualizan las plazas de nivel operativo, jefes de departamento y gerencias en la compañía, que permiten de manera continua el crecimiento personal y profesional, ésto alineado a nuestros valores, competencias, habilidades y desempeño.

Preocupados por estar siempre alineados a las necesidades, durante este año nos renovamos con políticas que se enfocan y favorecen la diferenciación de talento y la especialización de nuestras áreas. Confiamos en nuestro talento, por lo que buscamos impulsarlo generando mayores oportunidades.

En 2014 se publicaron 705 plazas, de las cuales, 76% se cubrieron a través de la promoción interna de colaboradores de GNP y filiales, lo que representa un incremento del 31% con relación al año anterior.

TIPO DE FUENTE	NIVEL			
	GERENTE	JEFE DE DEPARTAMENTO	OPERATIVO	TOTAL
Apúntate GNP	66	154	212	432
Apúntate Filial	1	14	91	106
<b>Total Externo</b>	<b>9</b>	<b>45</b>	<b>113</b>	<b>167</b>
<b>Total Vacantes</b>	<b>76</b>	<b>213</b>	<b>416</b>	<b>705</b>

Alcance: GNP y filiales.

## Contratación de personal con discapacidad

Este año, en la búsqueda del mejor talento mexicano y con la finalidad de fortalecer el programa de inclusión, incorporamos como fuentes de reclutamiento a las fundaciones FHADI, Paralife, Teletón y Fundación Once.

El trabajo en conjunto con las fundaciones, tiene la intención de mejorar la atención a los aspirantes, realizando además, sesiones de sensibilización con el personal para incrementar la concientización sobre las capacidades de nuestros nuevos colaboradores.

Con el objetivo de adaptarnos a las necesidades de cada postulante, acondicionamos nuestros procesos y herramientas de selección. Durante 2014 se realizaron 88 contrataciones de personal con discapacidad.

## Movimientos del personal

CAMBIO LATERAL			
NIVEL	MUJER	HOMBRE	TOTAL
Funcionario	4	8	12
Gerente	8	17	25
Jefe de departamento	27	26	53
Operativo	12	11	23
<b>Total</b>	<b>51</b>	<b>62</b>	<b>113</b>

PROMOCIONES			
NIVEL	MUJER	HOMBRE	TOTAL
Funcionario	5	7	12
Gerente	40	29	69
Jefe de departamento	59	67	126
Operativo	81	81	162
<b>Total</b>	<b>185</b>	<b>184</b>	<b>369</b>



## Cambios en la estructura

ALTAS DE PERSONAL DESGLOSADAS POR NIVEL Y EDAD					
NIVEL	Años				TOTAL
	18-30	31-40	41-50	MÁS DE 50	
Funcionario	0	1	3	0	4
Gerente	3	9	6	0	18
Jefe de departamento	72	18	3	0	93
Operativo	233	57	7	1	298
<b>Total</b>	<b>308</b>	<b>85</b>	<b>19</b>	<b>1</b>	<b>413</b>

ALTAS DE PERSONAL DESGLOSADAS POR NIVEL Y GÉNERO			
NIVEL	GÉNERO		TOTAL
	MUJER	HOMBRE	
Funcionario	0	4	4
Gerente	6	12	18
Jefe de departamento	53	40	93
Operativo	152	146	298
<b>Total</b>	<b>211</b>	<b>202</b>	<b>413</b>



ALTAS DE PERSONAL DESGLOSADAS POR NIVEL Y REGIÓN						
NIVEL	REGIÓN					TOTAL
	D.F. Y ALREDEDORES	OCCIDENTE	NORESTE	NOROESTE	SURESTE	
Funcionario	4	0	0	0	0	4
Gerente	17	0	0	1	0	18
Jefe de departamento	82	1	3	2	5	93
Operativo	246	10	25	10	7	298
<b>Total</b>	<b>349</b>	<b>11</b>	<b>28</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>413</b>

BAJAS DE PERSONAL					
NIVEL	LAMENTADA	DESEADA	DEFUNCIÓN	JUBILACIÓN	TOTAL
Funcionario	9	8	0	1	18
Gerente	18	26	0	4	48
Jefe de departamento	60	47	0	6	113
Operativo	101	71	1	5	178
<b>Total</b>	<b>188</b>	<b>152</b>	<b>1</b>	<b>16</b>	<b>357</b>



## ÍNDICE DE ROTACIÓN POR GÉNERO Y REGIÓN

GÉNERO	REGIÓN					TOTAL
	D.F. Y ALREDEDORES	OCCIDENTE	NORESTE	NOROESTE	SURESTE	
Mujer	7.5%	5.2%	7%	10.6%	3.4%	7.3%
Hombre	12%	5.2%	12%	15%	25%	12%
<b>Total</b>	<b>9.8%</b>	<b>5.2%</b>	<b>9.2%</b>	<b>12.3%</b>	<b>10.6%</b>	<b>9.6%</b>

## Horas extras

En GNP nos preocupamos por el equilibrio entre la vida familiar y laboral de todo nuestro personal. Por ello, nos esforzamos cada vez más en reducir las jornadas extra que se laboran dentro de la empresa. Sin embargo, la fluctuante demanda del mercado y el dinamismo de la empresa, en ocasiones nos obliga a prestar nuestros servicios más allá de nuestra jornada oficial.

AÑO	HORAS EXTRAS LABORADAS	MONTO PAGADO AL PERSONAL
2012	143,746	13.9
2013	171,986	17.5
2014	115,553	12.3

Cifras en millones de pesos.

1. Cursos institucionales
2. Cursos de habilidades
3. Cursos técnicos
4. Cursos para el uso de herramientas (sistemas)

Esta oferta educativa nos permite estar permanentemente capacitados respecto de los temas que tienen injerencia en las actividades de la compañía, así como en aspectos de desarrollo personal.

## Capacitación presencial

A raíz de la creación de las cédulas de desarrollo, la capacitación se encuentra más focalizada. Por lo tanto, durante 2014 se impartieron 90 temas presenciales, entre los cuales destacan:

**Taller de estilos de liderazgo para jefes de departamento:** su objetivo es el de desarrollar líderes a lo largo de la organización para que obtengan mayor conciencia sobre los estilos de liderazgo y tengan las herramientas para liderar efectivamente. Se realizaron 22 talleres con sedes en D.F., Guadalajara, Monterrey, Mérida y Puebla con una participación de mil 155 jefes de departamento.

**Programa de inducción a GNP:** para GNP es indispensable que sus colaboradores tengan conocimiento de la cultura institucional, por lo que este programa tuvo una transformación en 2014, en el que se desarrolló un taller que por medio de diferentes ejercicios estructurados y dinámicas, les da a conocer a los colaboradores de nuevo ingreso la filosofía, valores, beneficios y conceptos fundamentales en la organización.

Es importante destacar que los encargados de impartir el taller son colaboradores internos que conocen a profundidad la cultura GNP, lo que nos permite fomentar el sentido de pertenencia y compromiso con la empresa y con la sociedad mexicana. El alcance en 2014 fue de 550 colaboradores.

## Capacitación

Tenemos como objetivo implementar programas y procesos formativos que propicien el crecimiento de las personas e impacten en el logro de las tres dimensiones de la Visión 2019: crecimiento rentable, servicio inigualable e institución de vanguardia.

## Centro de Aprendizaje Virtual (CAV)

El CAV es una herramienta tecnológica de vanguardia que nos permite gestionar el conocimiento y dar seguimiento a los Planes de Capacitación Individuales. A través de ella generamos conocimiento para que se transmita de forma homologada a todos nuestros colaboradores a nivel nacional.

Se cuenta con una oferta educativa dividida en cuatro categorías para facilitar al usuario la gestión del conocimiento:



**Mujeres impactando su mundo cruzando el umbral:** el objetivo es desarrollar a través de una experiencia vivencial de dos años, una identidad auténtica, el uso de talentos, valores personales para liderar, la toma de decisiones conscientemente y el dar, pedir y recibir retroinformación. En la primera generación participan 20 de funcionarias.

**Programa de sustentabilidad para seguros corporativos:** se desarrolla con la finalidad de contar con un equipo de ventas de alto desempeño que brinde resultados superiores de negocio y fortalezca continuamente las capacidades de sus colaboradores. Se capacitaron a 164 funcionarios, gerentes y ejecutivos a nivel nacional, certificándose además 18 instructores internos y finalizando el desarrollo de las cédulas de capacitación de gerentes y ejecutivos de ventas.

**Programa de finanzas y negocios:** se crea con la finalidad de tener un mejor entendimiento de las variables más importantes del negocio en nuestra industria y en particular de nuestra organización, así como de los conceptos de mercado, financieros y técnicos, es impartido por gerentes y funcionarios de GNP y en 2014 tuvo la participación de 158 colaboradores en D.F., Guadalajara y Monterrey.

## Becas de licenciatura

Para promover, apoyar y contribuir al fortalecimiento y desarrollo del personal operativo sindicalizado, anualmente otorgamos becas de licenciatura a través de programas académicos que robustecen el crecimiento profesional y organizacional. En 2014 se pagaron 268 becas a 34 colaboradores sindicalizados.

## Comisión Mixta de Capacitación, Adiestramiento y Productividad

Parte de la estrategia de capacitación es robustecer las acciones para reforzar, a través de un equipo de trabajo con mayor alcance dentro de la organización, el esquema de la Comisión Mixta de Capacitación, Adiestramiento y Productividad integrada por representantes sindicales y las áreas de Relaciones Laborales y Capacitación.

Su objetivo es apoyar en la detección de necesidades de capacitación que propicien el crecimiento de las personas e impacten en el logro de las tres dimensiones de la Visión 2019.

Sus principales funciones son:

- Facilitar el correcto uso del Centro de Aprendizaje Virtual como el medio institucional de capacitación.
- Dar seguimiento al cumplimiento de los planes y programas definidos.



ESTADÍSTICAS DE CAPACITACIÓN			
REPORTE DE CAPACITACIÓN	2012	2013	2014
Empleados GNP y filiales	5,860	6,482	6,150
Empleados capacitados	4,752	5,801	5,950
Porcentaje (%)	81	89	97
Eventos/persona	14,818	20,375	28,530
Cursos promedio/persona	3.1	3.5	4.8
<b>Total de horas</b>	<b>91,040</b>	<b>103,367</b>	<b>89,067</b>
Horas promedio/persona	19	18	15

Alcance: GNP y filiales.

ESTADÍSTICAS DE CAPACITACIÓN POR GÉNERO				
GÉNERO	EMPLEADOS CAPACITADOS	EVENTOS/ PERSONA	HORAS	HORAS PROMEDIO/ PERSONA
Mujer	2,809	13,991	43,097	15.3
Hombre	3,141	14,539	45,970	15
<b>Total</b>	<b>5,950</b>	<b>28,530</b>	<b>89,067</b>	<b>15</b>

ESTADÍSTICAS DE CAPACITACIÓN POR NIVEL				
NIVEL	EMPLEADOS CAPACITADOS	EVENTOS/ PERSONA	HORAS	HORAS PROMEDIO POR PERSONA
Funcionario	215	881	4,468	20.7
Gerente	529	2,354	9,222	17.4
Jefe de departamento	1,613	8,503	37,815	23.4
Operativo	3,593	16,792	37,562	10.2
<b>Total</b>	<b>5,950</b>	<b>28,530</b>	<b>89,067</b>	<b>15</b>

ESTADÍSTICAS DE CAPACITACIÓN POR TEMA			
TEMA	2012	2013	2014
E-learning	173	159	147
Presenciales	208	184	90
<b>Total</b>	<b>381</b>	<b>343</b>	<b>237</b>

## Coaching de alto impacto

El programa de *coaching* cada año se fortalece y continúa apuntalando los valores y fundamentos de nuestra cultura, adicionalmente ante un entorno cambiante sigue siendo un proceso relevante de acompañamiento para nuestros funcionarios y sus equipos naturales de trabajo.

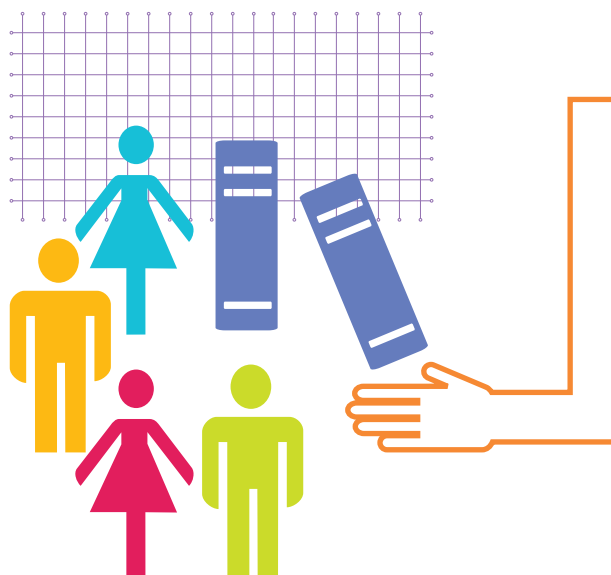
En 2014 se impartieron sesiones de *coaching* a 153 funcionarios, con ocho sesiones individuales y ocho grupales, con lo cual se cubrió una población aproximada de 950 colaboradores.

Se tuvieron cuatro sesiones con Directores de Agencia, en las que se cubrieron un total de 10 equipos de la fuerza de ventas en las distintas regiones a nivel nacional. Esto ayuda a cubrir las retadoras metas de ventas que se tienen en la actualidad en GNP.

## Día del Servicio: Un día contigo

Se llevó a cabo por sexto año consecutivo cuyo fin es fortalecer la cultura de servicio. Participaron 213 funcionarios, 54 gerentes y 21 becarios BAL e ITAM, quienes por un día vivieron las funciones de un puesto de atención a clientes directos o intermediarios.

Se visitaron 12 puestos y se incluyeron tres procesos clave: ramo autos clientes, ramo autos proveedores y gastos médicos mayores/vida, convirtiéndose en una gran experiencia para los participantes.





## Programas Corporativos BAL

Por parte del Corporativo BAL contamos con distintos programas que contribuyen a atraer jóvenes talentos y a reconocer a aquellos colaboradores cuya trayectoria ha sido destacada. Estos programas son:

**Programa de becarios sobresalientes BAL:** creado con el objetivo de atraer y retener jóvenes con alto potencial de desarrollo que se proyecten a puestos ejecutivos dentro de las distintas empresas de Grupo BAL y así dar inicio a su desarrollo profesional. A lo largo de 18 años se han integrado a nuestras filas 90 jóvenes talentosos.

**Programa de *trainees* GNP-ITAM:** busca incorporar como becarios en proyectos estratégicos a estudiantes del ITAM con alto potencial de desarrollo para ocupar posiciones en la empresa. A más de cinco años de su creación, el programa ha contado con 82 *trainees*.

**Semana BAL:** dirigido a colaboradores de nivel medio (subdirectores y gerentes), con una labor destacada y potencial en las diferentes organizaciones de Grupo BAL. El fin es fomentar un sentido de orgullo y pertenencia y que se percaten que en todo el Grupo se mantiene una característica uniforme: la preocupación y cuidado por el factor humano y la búsqueda para dar el mejor servicio a los clientes. En 2014 se tuvo la participación de 87 colaboradores de las diferentes empresas de Grupo BAL.

**Programa directivo BAL:** este programa contribuye a la consolidación de un gran equipo alineado, cohesivo y crítico que asegure hacer frente a los retos que plantean cada uno de nuestros negocios. Busca reforzar cuatro grandes pilares: entorno, gestión del negocio, potencial personal y visión de país. En 2014 concluyó la tercera generación y dio inicio la cuarta generación, con 42 ejecutivos, provenientes de las diferentes empresas del Grupo.

## Gestión del desempeño

### Proceso de revisión de talento

El objetivo del proceso de revisión de talento es identificar, discutir y acordar las necesidades de desarrollo para cada evaluado, así como determinar las recompensas y consecuencias apropiadas, con base en su desempeño.

Dentro de este proceso se establecen sesiones donde se revisan los resultados obtenidos por cada individuo durante el periodo a evaluar, así como los comportamientos mostrados para alcanzar los mismos, de esta forma se asigna una calificación y se identifican las áreas que necesitan ser reforzadas.

Los resultados de las sesiones permiten acordar una serie de acciones de desarrollo con base en el desempeño para cada evaluado. Al final cada evaluado recibe la retroinformación acordada por los miembros del comité en una sesión individual con el jefe del mismo.

Como cada año, en 2014 se llevó a cabo el proceso integral de revisión de talento, evaluando comportamientos y resultados en más de mil 600 colaboradores (jefes de departamento, gerentes y funcionarios).

En seguimiento a las evaluaciones de revisión de talento de funcionarios (*roll up*) y con la finalidad de apoyar al desarrollo de competencias y áreas de oportunidad, en 2014 se generaron 190 planes individuales de desarrollo que apoyan a fortalecer competencias enfocadas al desempeño.



## Proceso de revisión: comportamientos

Durante la última revisión de talento (RT), específicamente en el área de comportamientos, se implementaron cambios en el método de evaluación de los diferentes niveles involucrados (jefaturas de departamento, gerencias y funcionarios):

**Jefaturas de departamento:** se aplicó una encuesta 360° que permitió homologar la aplicación, lograr mayor objetividad en su medición y mejorar su calidad como insumo para el proceso de RT.

### Gerencias y funcionarios:

- Se rediseñó MAPEL (medición del apego al estándar de liderazgo) para asegurar la objetividad en las respuestas y para ofrecer una oportunidad para el desarrollo individual de los colaboradores.
- MAPEL contó con un formato claro y fácil de llenar, con una combinación de preguntas y ejemplos.
- Permitted al evaluador identificar de una forma fácil y objetiva el nivel del cumplimiento de cada valor del estándar de liderazgo del empleado así como su comparación vs sus pares.

Estas mejoras, permitieron continuar fortaleciendo una cultura distintiva de desempeño.

## Evaluación del desempeño del personal operativo

Adicionalmente a la revisión de talento de jefes de departamento, gerentes y funcionarios, anualmente se lleva a cabo la evaluación del desempeño del personal operativo, mediante un formato estandarizado en el que se califican 10 indicadores con una escala de cuatro letras, además de acordarse compromisos para las áreas de oportunidad detectadas en este proceso.

En esta evaluación participan todos los colaboradores de nivel operativo que tengan una antigüedad mínima de seis meses en la compañía.

PARTICIPACIÓN EN LA EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO		
2012	2013	2014
94.73%	93.94%	98.49%

## Encuesta de Desempeño Organizacional

Esta encuesta es un instrumento de gran valor para GNP y sus empresas filiales, pues nos proporciona información para detectar fortalezas y áreas de oportunidad en la construcción de una cultura distintiva de desempeño.

En la aplicación de 2014 logramos una participación del 88% (cuatro mil 470 colaboradores) y un índice de satisfacción del 77% frente al 78% de 2013.



# Compensaciones y prestaciones para el personal



Cada año se realiza el estudio salarial, que toma como muestra a 40 empresas de diferentes sectores. El resultado del análisis realizado por Towers Watson en 2014 indica que las prácticas de mercado y la posición competitiva de GNP son superiores al promedio.

Adicionalmente, el salario mínimo de GNP es más del doble del Salario Mínimo General Vigente (SMGV) y superior al Salario Mínimo Bancario (SMB). En 2014 el incremento salarial fue del 3.5% con respecto al año anterior.

PRESTACIÓN	DESCRIPCIÓN	GASTO 2014
Vales de despensa	Porcentaje de sueldo mensual, con base en el nivel, adicional a los vales fijos de \$556 mensuales: Funcionarios 1%, Gerentes y JD <sup>1</sup> 3%, Operativos 15%. Como parte del aguinaldo, a niveles operativos se les paga un 12% del sueldo más cinco días.	78,497,238.14
Fondo de ahorro	13% del sueldo mensual con el tope de 10 SMGM <sup>2</sup> del D.F.	80,697,316.46
Aguinaldo	45 días de sueldo para funcionarios, gerentes y JD y 40 para niveles operativos.	117,248,759.51
Prima de vacaciones	15 días de sueldo.	38,436,814.00
Bono de beneficios	Bono de 24 días para funcionarios y nueve para gerentes, pagadero en agosto y 24.2 para operativos y JD pagadero en julio.	53,812,464.62
Cuota obrera IMSS	Subsidio del 100%.	28,752,994.05
Uniformes	Uniformes ejecutivos para niveles operativos y jefes de departamento: son cinco trajes y la campaña dura dos años.	9,185,075.00
Ayuda de gastos por defunción	Ayuda de 90 DSMB <sup>3</sup> del D.F. para niveles operativos y jefes de departamento.	572,301.45
Ayuda de gastos por alumbramiento	Un mes de sueldo para las empleadas.	1,506,656.00
Ayuda por nacimiento	Ayuda de 20 DSMB del D.F. para niveles operativos y jefes de departamento.	294,730.20
Ayuda por matrimonio	Ayuda de 20 DSMB del D.F. para niveles operativos y jefes de departamento.	173,608.20
Consultas médicas	Plan que incluye consultas y descuentos en estudios de gabinete y laboratorio, en clínicas de MediAccess.	1,477,155.00
Ayuda deportiva	Plaza GNP cuenta con instalaciones deportivas; club con alberca semiolímpica y canchas de fútbol, tenis y multifunciones. A las oficinas foráneas se otorga ayuda para inscripción a actividades deportivas.	1,510,000.00
Ayuda para lentes (anual)	Aplica para empleados operativos y JD; son 15 DSMB del D.F.	780,973.50
Check up	Beneficio para funcionarios cada dos años.	422,561.77
<b>Total</b>		<b>412,178,377.79</b>

Prestaciones a las que tiene derecho el personal eventual.

1. Jefatura de departamento.
2. Salario Mínimo General Mensual.
3. Días de Salario Mínimo Bancario.



Adicionalmente, GNP otorga como prestación a sus colaboradores préstamos a corto plazo y extraordinarios:

Préstamo a corto plazo	Tiene un plazo de pago de un año y una tasa de 12% anual.	65,018,773.26
Préstamo extraordinario	Para personal sindicalizado, tiene un plazo de pago de un año y no causa interés.	5,438,899.25

Así como seguros o beneficios en la contratación de los mismos:

Seguro de Vida Básico	Suma asegurada de 24 meses de sueldo.
Seguro de Vida Opcional	Suma asegurada de 12 meses de sueldo, subsidio del 50%.
Seguro Polifam (Póliza Familiar)	Seguro de inmuebles, se tiene derecho hasta dos pólizas con costos preferenciales.
Seguro de Automóvil	Se pueden asegurar autos con tarifa única que tiene un costo preferencial.
Seguro de Gastos Médicos Mayores	Plan para niveles de JD, gerentes y funcionarios.

Los empleados sindicalizados, además de lo anterior, tienen acceso a becas para el financiamiento de licenciatura y estímulos escolares para sus hijos, las cuales son administradas por la Sección Sindical GNP.

## Plan de Ahorro y Formación Patrimonial "GNP SUMA"

Con el objetivo de que los colaboradores desarrollen un mayor sentido de prevención y protección, para que al término de su vida laboral puedan mantener el nivel y calidad de vida al que están acostumbrados, ofrecemos el "Plan de ahorro y formación patrimonial (GNP SUMA)".

Este programa consiste en que el empleado, de manera voluntaria acumule los recursos económicos necesarios durante los años de su vida laboral activa en la empresa y de acuerdo con su capacidad e interés, para que sean administrados a través de su asignación en cuentas individuales.



Para conocer más sobre el "Plan de ahorro y formación patrimonial (GNP SUMA)" la información se encuentra disponible en el Informe de Responsabilidad Social 2013 en la página 70, el cual se puede consultar en nuestra página web [gnp.com.mx](http://gnp.com.mx), en el área de Responsabilidad Social - Informe de RSE.



## Calidad de vida e integración del personal

### GNP Cuida tu Salud

GNP Cuida tu Salud es nuestro programa de bienestar corporativo que tiene como objetivo la prevención de enfermedades crónico degenerativas que afectan a nuestra población, como son: hipertensión, diabetes, dislipidemia y síndrome metabólico.

Mediante pruebas de detección oportuna damos recomendaciones que nos permiten promover un cambio de cultura y hábitos personales y del entorno. También proporcionamos citas subsecuentes para mejorar el control de los casos particulares con un enfoque personalizado de manera trimestral o semestral.

Buscamos promover el cambio de tres hábitos de vida:

- Mejora tu alimentación
- Haz ejercicio
- Deja de fumar

Con estos cambios en los hábitos de vida se logra disminuir hasta en un 50% el riesgo de enfermedades como diabetes, cáncer, problemas cardiovasculares y enfermedades pulmonares.

En 2014 continuamos con el seguimiento a 95 colaboradores de GNP y de sus empresas filiales con enfermedad crónico degenerativa y con alto riesgo de padecer alguna de las enfermedades mencionadas, llevando a cabo las siguientes actividades:

1. Toma de muestras de laboratorio y signos vitales
2. Exploración física e historia clínica
3. Atención personalizada
4. Asesoría telefónica

Adicionalmente, con el fin de promover el autocuidado para una vida más saludable, en 2014 llevamos a cabo las siguientes actividades:

**Campaña de tamizaje a nivel nacional:** consistió en una toma capilar de sangre, con la que se obtuvieron los indicadores de glucosa, colesterol y triglicéridos, medidas de cintura, talla, peso y presión arterial de tres mil 417 colaboradores.

**Campaña contra el cáncer de próstata:** 332 colaboradores se realizaron su estudio de antígeno prostático.

**Campaña contra el cáncer de mama:** para promover una mayor conciencia de prevención se realizaron más de mil 300 estudios de mastografías y ultrasonidos mamarios entre las colaboradoras y sus familiares.

**Campaña de vacunación contra la influenza estacional:** se llevó a cabo con la aplicación de 200 vacunas entre los colaboradores.

**Campaña del Día Mundial de la Lucha contra la Obesidad:** se difundió información sobre esta enfermedad en nuestro país y se promovió una alimentación saludable por medio de una degustación de colaciones bajas en calorías y nutritivas, participando más de dos mil colaboradores en Plaza GNP y área metropolitana.

**Campaña del Día Mundial de la Lucha contra la Diabetes:** se invitó a todo el personal a nivel nacional a activarse físicamente, promoviendo ejercicios que se pueden realizar en el lugar de trabajo y en cualquier momento, contando con la participación de más de cinco mil colaboradores.





## Atención médica al personal

En la enfermería de Plaza GNP se atendieron dos mil 801 colaboradores, 18% menos que en 2013. Esto es un reflejo de que el programa GNP Cuida tu Salud orientado a los colaboradores está impactando positivamente en su salud.



## Incapacidades y ausentismo

En 2014 se registraron 18 mil 419 días de incapacidad, un 15% más que en 2013. Asimismo, los accidentes de trabajo disminuyeron un 53% respecto al año anterior.

Uno de los principales riesgos de trabajo en GNP es el accidente automovilístico por parte de los asesores de servicio automóvil. En 2014 se reportaron 232 eventos de siniestralidad en la flota de vehículos utilitarios destinados al área de ajustes. Para reducir este porcentaje, se implementará para 2015 la capacitación en manejo defensivo.

Adicionalmente a las ausencias registradas por incapacidades, en 2014 se registraron dos mil 543 días de ausencias injustificadas y 93 días de permisos sin goce de sueldo.

Por otra parte, los colaboradores de GNP tienen derecho a seis días económicos por maternidad y cinco por paternidad conforme a lo establecido en la ley, otorgándose 314 días económicos a 59 colaboradoras y 215 a 47 colaboradores por nacimiento de hijos.

INCAPACIDADES 2014							
INCAPACIDAD	PLAZA GNP	EDO. DE MÉXICO	MONTERREY	GUADALAJARA	MEXICALI	MÉRIDA	TOTAL
Enfermedad general	8,765	730	233	271	154	43	10,196
Riesgos de trabajo en trayecto	317	0	7	28	1	0	353
Accidentes de trabajo	351	92	0	0	1	0	444
Maternidad	5,445	0	630	672	420	259	7,426
<b>Total en días</b>	<b>14,878</b>	<b>822</b>	<b>870</b>	<b>971</b>	<b>576</b>	<b>302</b>	<b>18,419</b>
<b>Importe (\$)</b>	<b>8,034,764.07</b>	<b>430,604.01</b>	<b>438,257.61</b>	<b>681,254.62</b>	<b>282,516.11</b>	<b>171,625.11</b>	<b>10,039,021.53</b>

ACCIDENTES DE TRABAJO	PLAZA GNP	EDO. DE MÉXICO	MONTERREY	GUADALAJARA	MEXICALI	TOTAL
2013	16	17	2	2	1	38
2014	15	7	0	0	2	24



## Comedor de Plaza GNP

Como parte de la filosofía de GNP Cuida tu Salud, se implementó la estación de ¡Arma tu ensalada!, para incentivar a los colaboradores a comer más vegetales, frutas y verduras. Asimismo, promovemos la cultura gastronómica y artesanal de los diferentes estados de la República Mexicana, y con ello una mayor variedad de platillos en el menú, ofreciendo en la última semana de cada mes platillos y artesanías relacionados.

Este año apoyamos a nuestro proveedor del comedor, AMOS, para postularse al Distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR). Dentro de las principales acciones que tomaron fueron:

- Actualización de reglamentos, código de conducta, manuales de uso de uniformes, manejo de basura, entre otros.
- Actualización de medios hacia el comensal, buzón de quejas, correo electrónico, encuesta de satisfacción y difusión en las pantallas de la empresa.
- Se abrieron cursos de cocina saludable dirigido a colaboradores comensales, donde el mayor valor es aprender a cocinar de una manera nutritiva, con porciones y técnicas adecuadas para la salud.

## Club deportivo, eventos y actividades de activación física

El club deportivo se caracteriza por contar con actividades innovadoras que buscan la integración entre las diferentes áreas de la empresa y oficinas en el interior de la República. En 2014 contamos con más de 50 eventos de integración, festivos e institucionales, a nivel nacional, entre los que destacan la serie de torneos interdirecciones en las siguientes disciplinas:

EVENTO	DISCIPLINA	PARTICIPACIÓN TOTAL	HOMBRES	MUJERES
Torneos Interdirecciones	Futbol Femenil	132	N/A	132
	Atletismo	174	88	86
	Futbol Varonil	510	510	N/A
	Natación	105	55	50
	Tenis	79	45	34
	Basquetbol	126	93	33
	Voleibol	104	66	38
Total		1,230	857	373

En estos torneos, el 40% de los participantes son mujeres y el 60% son hombres. Dichas actividades ayudan a detectar talentos y hacer extensiva la invitación a conformar las diferentes selecciones de GNP que participan en Juegos Bancarios y Juegos Deportivos y Culturales BAL.

En 2014 se inauguró el primer Torneo de Interdirecciones de Atletismo, mismo que se realizó en las instalaciones de Villa Olímpica en la ciudad de México en un ambiente de camaradería y gran entusiasmo.

Torneo Nacional de Parejas de Dominó: en 2014 reunió a 284 colaboradores a nivel nacional, con 10 parejas finalistas representantes de cada oficina, quienes se reunieron en Guadalajara para la gran final, en un ambiente de convivencia entre sedes a nivel nacional.

Otros eventos y festividades que sin duda convocaron a la familia en diferentes momentos son la Rosca de Reyes, Día de la Familia, Torneo Patrio, Día de Muertos, y el tradicional Día del Pavo.

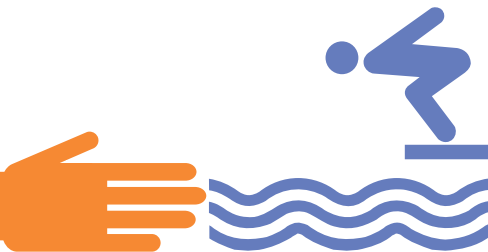
En el interior de la República, continuamos con los talleres de yoga, donde los colaboradores y familiares tienen la oportunidad de vivir y adentrarse en el mundo de la yoga y relajación.



## Actividades deportivas incluyentes

El año 2014 quedará marcado por los proyectos de inclusión, ya que por primera vez se tuvo la participación de 28 personas con discapacidad motriz en las actividades de: interdirecciones, atletismo, basquetbol en Juegos Bancarios, carrera en silla en los Juegos Deportivos y Culturales BAL y, además, tres personas con discapacidad visual utilizan el servicio del centro de acondicionamiento físico.

Esto motivó a que en diciembre se inaugurara un elevador dentro del Club Deportivo, lo cual ha facilitado aún más la asistencia de nuestros entusiastas colaboradores.



## Juegos Deportivos y Culturales BAL 2014 con Causa Social

En 2014 se cumplió el 5° aniversario de los Juegos Deportivos y Culturales BAL con Causa Social, los cuales estuvieron llenos de grandes sorpresas.

La inauguración tuvo lugar en las instalaciones de Plaza GNP, sede de estos juegos, los cuales se celebraron del 1 de junio al 6 de julio. En total se contó con la participación de mil 192 atletas en las diferentes disciplinas, tales como basquetbol, voleibol, futbol, natación, tenis, tenis de mesa y tocho, en las ramas femenil y varonil; los cuales obtuvieron 448 Medallas por la Educación.

En el marco del 5° aniversario, se llevó a cabo el "Sábado Cultural", dentro del cual se realizó el primer concurso de música romántica, con dos géneros: balada y mariachi, demostrando el gran talento que existe entre los colaboradores de Grupo BAL deleitando al público más exigente. Además se contó con el tradicional concurso de fotografía, con el tema "Nuestro México" y con el de poesía romántica. La participación total en este evento fue de 178 colaboradores de Grupo BAL.



## Carrera BAL

En esta edición contamos con nuevas actividades tales como la Gran Carrera en Silla, que se celebró el día de la clausura, y las carreras de de 5K y 10K en Guadalajara y Monterrey.

Otro evento que cabe destacar fue la carrera 5K y 10K en la ciudad de México, que se llevó a cabo en el Circuito Gandhi-Reforma con la participación de cinco mil corredores.

## Expo BAL

El día de la inauguración de los Juegos Deportivos y Culturales BAL se realizó la Expo BAL, que consistió en un pabellón con la exhibición y presentación de las empresas que integran Grupo BAL. En 2014 se llevó a cabo la tercera edición, contando con mil 800 visitas.





## Reconocimiento por años de servicio

Cada año reconocemos a aquellos colaboradores que cumplen 10, 15, 20, 25, 30 y 35 años de antigüedad en la empresa. En 2014 se reconoció a 289, de los cuales, 63 cumplieron más de 25 años, quienes recibieron de manos de nuestro Director General su merecido reconocimiento.

RANGOS DE ANTIGÜEDAD	MUJER	HOMBRE	TOTAL
0 a 3 años	733	768	1,501
4 a 7 años	151	146	297
8 a 11 años	83	84	167
12 a 15 años	138	118	256
16 a 19 años	112	63	175
20 a 24 años	49	32	81
25 a 29 años	14	3	17
30 a 35 años	293	271	564
36 años o más	339	330	669
<b>Total</b>	<b>1,912</b>	<b>1,815</b>	<b>3,727</b>

## Palco Estadio Azteca

Como parte del reconocimiento a los esfuerzos excepcionales de los colaboradores, a lo largo del año, los invitamos a disfrutar de distintos eventos en el palco deportivo de GNP en el Estadio Azteca de la ciudad de México.

En 2014 se recibieron 261 invitados para presenciar partidos de fútbol profesional y eventos musicales: 117 asistieron por reconocimiento y 144 por invitación. Con ésto, promovemos la sana convivencia entre colaboradores, agentes, clientes y proveedores.





## B. Compromiso con nuestros clientes





## Estudio de satisfacción y lealtad: clientes y representantes de los canales de distribución

Consultar la satisfacción de nuestros clientes nos permite identificar factores críticos que afectan la experiencia del usuario, con el fin de conocer la percepción que tienen del servicio recibido, identificar áreas de oportunidad en los “momentos de verdad” (aquellos posteriores a la compra donde requiere atención de GNP), así como continuar el monitoreo constante de nuestros procesos.

Este estudio, que toma cada vez más fuerza e impacto en la compañía, impulsa la toma de decisiones de forma más ágil y enfocada a mejorar nuestro servicio de manera constante. Los resultados en 2014 fueron los siguientes:

RAMO	ENCUESTAS	RESULTADO (% DE SATISFACCIÓN)
Autos	36,000	61
Intermediarios	13,000	49
Gastos Médicos Mayores	16,000	74 en promedio

Cada año aumenta el número de encuestas, en especial en aquellos nichos en los que se ha detectado mayor volumen de reclamaciones. En consecuencia, se establecieron acciones para robustecer las bases de datos utilizadas en el contacto de los asegurados de GMM con el fin de escuchar la mayor cantidad de opiniones y entender las áreas de oportunidad en los servicios de este ramo. Como resultado, escuchamos la voz de los asegurados que vivieron una experiencia de reembolso, programación de cirugía o reporte hospitalario.

Asimismo, reconocemos que el servicio brindado a los representantes de los canales de distribución es importante ya que en algún momento se refleja en la atención al cliente, por ello también hemos dado seguimiento semana a semana a los agentes, lo que ha permitido detectar desviaciones y ejercer acciones correctivas sobre todo en los aspectos de facilidad de los procesos y disminución de los tiempos de respuesta.

## Atención a clientes

Para impulsar nuestra meta y posicionarnos como una empresa de vanguardia con servicio inigualable dentro del sector asegurador en México, mantuvimos esfuerzos constantes en lo que se refiere al acercamiento con nuestros clientes, a través de distintos medios:

**Conect@ GNP:** tanto el portal exclusivo para clientes como la aplicación móvil cumplieron su segundo año de existencia con gran aceptación entre nuestros usuarios, ya que desde su lanzamiento y hasta la fecha tenemos más de siete millones de visitas y más de 30 mil descargas de la aplicación.

**Línea GNP:** tras la estabilización del menú telefónico, se trabajó fuertemente en mejoras constantes a la atención brindada por los ejecutivos, con capacitación constante. Al cierre de 2014 atendimos más de dos millones 460 mil llamadas, y la satisfacción de los usuarios cerró en 85%.



**@GNPServicio:** se mejoró la interacción con nuestros clientes a través de las redes sociales, facilitando nuevas herramientas para que reporten o den seguimiento a sus siniestros a través de Facebook y Twitter, cerrando el año con más de dos mil clientes atendidos.

**Revista digital Viviendo GNP:** tras escuchar las solicitudes de nuestros asegurados y gracias a la buena aceptación que ha tenido entre nuestros públicos, la edición Viviendo GNP se incorporó en octubre a la era digital, con un rediseño completo, más interactivo, fácil de navegar y compartir por artículo en redes sociales o correo electrónico. Además se puede leer en una computadora, celular o tableta.

**Base de datos de clientes:** la información de nuestros clientes continúa segura en apego a la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares, así como a las solicitudes emitidas por la CONDUSEF derivadas del Registro Público de Usuarios Personas Físicas, también conocido como REUS. Adicionalmente, está dando frutos en dos sentidos principales:

- Eficientar tiempos de operación en lo que se refiere a la emisión de pólizas, al permitirnos mejorar la identificación de clientes.
- Fortalecer estrategias de negocio que resulten en beneficios económicos para la compañía y mayor protección a la sociedad mexicana, derivadas de rigurosos análisis a la información y la implementación de tendencias en la minería de datos.

## Unidad Especializada para la Atención de Usuarios (UNE)

Este año, CONDUSEF presentó el Buró de Entidades Financieras, el cual contiene información acerca de su comportamiento, así como de los productos y servicios que ofrecen y los derechos y obligaciones de cada una de las partes, lo que puede ser de gran utilidad para los usuarios de servicios financieros.

GNP estableció el compromiso de enviar de manera permanente información de sus productos y tarifas, su operación, así como los datos de la unidad especializada en la que se pueden atender las controversias.

En 2014 la UNE atendió:

CONCEPTO	2012	2013	2014
Llamadas de servicio de atención telefónica	100,228	90,754	40,634
Reclamaciones	1,872	1,892	2,325
Solicitud de información por parte de la AMIS	1,689	1,977	1,962

Los canales que GNP ha promovido para la captación de aclaraciones y quejas direccionan a nuestros clientes a las ventanas de atención y resolución a primer contacto, lo que provoca la disminución de llamadas en el call center. Por otro lado, la CONDUSEF ha llevado a cabo acciones para otorgar mayores facilidades a los usuarios, lo cual se refleja en un mayor número de casos.







## C. Compromiso con nuestros proveedores



En GNP vemos a nuestros proveedores no sólo como socios de negocios sino como una extensión de nuestros servicios y portadores de nuestra filosofía. Contamos con una red de dos mil 14 proveedores que fortalecen nuestra cadena de valor dentro y fuera de México.

TIPO PROVEEDOR	NÚMERO	MONTO PAGADO
Extranjero	52	128
Nacional	1,962	4,531
<b>Total</b>	<b>2,014</b>	<b>4,659</b>

Monto pagado en millones de pesos.

**Nota:**

De los mil 962 proveedores nacionales, 319 tienen una facturación mayor a un mdp cada uno y 24 un volumen de facturación mayor a cien.

De los 52 proveedores extranjeros, 17 tienen una facturación mayor a un mdp cada uno y ninguno alcanza un volumen de facturación mayor a cien. Asimismo, el 48% son provenientes de Estados Unidos y el restante 52% de Europa y Canadá, por lo que no son vulnerables a incurrir en actividades que violen los derechos humanos y laborales de sus empleados.

## Código de Ética y Conducta para proveedores

El Código de Ética y Conducta para proveedores es un documento que forma parte integral del contrato que suscribe cada uno de dichos prestadores y sirve como mecanismo de guía para la observación de conductas éticas alineadas a los valores de la empresa.

Todos nuestros proveedores, particularmente en materia de seguridad, vigilancia y protección civil,

firman y se adhieren a nuestro Código de Ética y Conducta. En 2014 lo suscribieron 160 personas, para completar un grupo conformado por 411, recibiendo a su vez capacitación sobre cómo aplicarlo.

## Modelo de gestión de proveedores

El modelo de gestión con el que GNP administra su red de proveedores busca permear nuestros valores y filosofía en todos los colaboradores y accionistas que forman parte de nuestra plantilla de prestadores de servicios.

Este modelo permite contar con proveedores certificados, los cuales tienen acceso a diferentes beneficios y reconocimientos en función de su desempeño en indicadores clave, con el objetivo de lograr la satisfacción total de los clientes y con ello contribuir a incrementar la calidad de los servicios que se prestan en el país.

Dentro de las certificaciones con las que cuentan nuestros proveedores están las de índole medioambiental, con lo cual garantizamos que cumplan con las legislaciones en la materia y tengan prácticas ecológicas en sus actividades. Ejemplo de ello son nuestros proveedores de papelería, quienes cuentan con la certificación otorgada por el Forest Stewardship Council (FSC), organización que avala que la materia prima con la que se elaboran los productos proviene de madera controlada y certificada.

## Desarrollo de proveedores

Estamos convencidos de que nuestra red de proveedores constituye una extensión más de GNP, mediante la cual

se brinda una serie de productos y servicios a nuestros asegurados y clientes. Conscientes de ello, hemos trabajado en desarrollarlos con la finalidad de permear nuestros principios, filosofía e imagen, estableciendo una relación de negocio a largo plazo con un enfoque de socio de negocio para vivir la filosofía de GNP, lo que permite ser un diferenciador en el mercado en imagen y servicio

En 2014 contamos con 10 talleres para la reparación de vehículos siniestrados con servicio exclusivo y diferenciado para asegurados de GNP, distribuidos en las ciudades de Guadalajara, Monterrey, Puebla, León, Mérida y D.F., bajo un concepto de alta orientación al servicio y a la calidad en la reparación. Hemos apoyado a estos proveedores con capacitación, metodología

de trabajo, asesoría en imagen y asesoría para la certificación CESVI CMX-9000 con base en la norma ISO9000-2008, logrando la certificación de siete talleres.

Estos talleres forman parte de una nueva cadena de talleres llamada Pasión F1 y Premium F1 marca perteneciente a GNP. El desarrollo de estos talleres comenzó en 2011, y actualmente sus procesos garantizan reparaciones oportunas con la más alta calidad mediante la estandarización, orden, limpieza, disciplina y profesionalismo de parte de su personal. Con estos proveedores se ha logrado establecer una relación comercial de largo plazo que nos permite transmitir al cliente un alto grado de satisfacción.



## Cadena de valor

Congruentes con nuestro compromiso de difundir la responsabilidad social entre los grupos de interés, desde hace tres años becamos a dos proveedores para participar en el proceso de obtención del Distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR). La beca incluye asesoría por parte de profesionales en la materia en la preparación de su postulación y la inscripción al Distintivo ESR.

Las dos empresas PyMEs seleccionadas en 2014 para formar parte de nuestra cadena de valor fueron JGERROM, quien provee servicios de mantenimiento y construcción y AMOS, que presta servicios de comedor desde hace varios años en la empresa.

Asimismo, el primer proveedor apoyado en la obtención de su Distintivo ESR, SIJardinería, también gozó de la orientación de GNP y su empresa consultora, sin embargo el proceso de obtención del Distintivo corrió por su cuenta y en estricto apego a la convocatoria de la propia organización que otorga este distintivo.

### AMOS, un proveedor comprometido con la responsabilidad social

“Como empresa mexicana y de gente entusiasta, nos enorgullece formar parte de la cadena de valor de GNP, lo cual nos ha permitido enfrentar el reto de ser una empresa socialmente responsable y cumplirlo día a día.

GNP nos ha impulsado para ser mejores y dar el máximo de cada uno de nosotros mediante lo aprendido, conscientes de que podemos aportar acciones que permitan conservar nuestro país en un entorno de buen ambiente y con calidad para las generaciones futuras.

Infinitas gracias GNP.”

Lic. Rafael de los Ríos y Lic. Rocío Pérez  
AMOS Alimentos



## D. Compromiso con nuestra comunidad



## Desempeño social

### Gol por México

En 2014 Gol por México, cumple 10 años apoyando acciones encauzadas a beneficiar a los sectores de la sociedad mexicana que viven en condiciones desfavorables, convirtiendo cada gol anotado en apoyo: en materia de educación, nutrición, vivienda, salud, medio ambiente y acciones especiales. A partir del torneo de Clausura 2014, Gol por México destina cada jornada de los partidos de primera división transmitidos por Televisa a una causa en particular, y el público decide al estado que se beneficiará, dando su voto en la sección de Gol por México dentro de *televisadeportes.com*

GNP en alianza con Fundación Televisa, ha logrado participar activamente en conjunto con fundaciones especializadas entre las que destacan: Únete, Béalos, Un Kilo de Ayuda, Construyendo, Alianzas que Construyen, Fondo para los Niños de México, FUCAM, Pronatura, entre otras; a través de las cuales se canaliza correctamente los recursos económicos que se transforman en apoyo integral y eficiente a comunidades que más lo necesitan.

Orgullosamente GNP a lo largo de 10 años de Gol por México, ha logrado beneficiar a miles de mexicanos, a la fecha ya son 985 mil personas y se han reforestado zonas protegidas con 309 mil árboles.

Cumplimos así cuatro objetivos fundamentales:

1. Respalda a las familias en condiciones vulnerables.
2. Permitir que se asignen los recursos necesarios al Estado que la gente elige, involucrándola para que sea parte de Gol por México.

3. Impulsar a las instituciones involucradas a que adquieran un compromiso público para hacer entrega del apoyo.
4. Lograr dar visibilidad a problemas de nuestra sociedad que requieren atención.

Gol por México sensible a la necesidad de apoyar en otras causas ha destinado torneos y jornadas a diferentes causas:

**Goles Rosas:** por cuarto año consecutivo, Gol por México se unió a los esfuerzos de detección oportuna de cáncer de mama en octubre de cada año, destinando una jornada completa en favor de esta causa. Así, cada gol anotado representó la donación de 25 mastografías para mujeres de comunidades indígenas de Oaxaca, lo que permitió que 225 mujeres de bajos recursos tuvieran la oportunidad de detectar a tiempo cualquier riesgo, sumando un total de mil 525 beneficiadas.

**Acciones Especiales:** derivado de los desastres que provocó el Huracán Odile en Baja California Sur, se destinó una jornada completa para apoyar al reequipamiento de escuelas afectadas por el huracán, logrando beneficiar a tres mil 907 alumnos.

**Penalti por México:** en febrero y agosto de 2014 se llevaron a cabo la temporada 12 y 13 de Penalti por México, con lo que se benefició a 130 jóvenes más de comunidades indígenas con becas durante tres años, para que puedan concluir sus estudios de nivel medio superior. A lo largo de seis años se ha alcanzado un total de 845. El programa continúa apoyando a jóvenes de comunidades indígenas Mazahuas, Tarahumaras, de Oaxaca y Chiapas.



## Nutrición: paquetes nutricionales

Un buen régimen alimenticio ayuda a evitar problemas de salud y enfermedades para nuestras futuras generaciones, por ello cada día más familias reciben apoyos alimentarios en las comunidades más vulnerables de todo el país a través de nuestro programa Gol por México en su vertiente de Nutrición, el cual se apoya en el Programa Integral de Nutrición desarrollado por Un Kilo de Ayuda.

En julio, colaboradores de la familia GNP de las oficinas de Mérida tuvieron la oportunidad de vivir la experiencia de Gol por México, donde en compañía de personal de Fundación Televisa y de Un Kilo de Ayuda se realizaron pruebas para conocer el estado general de salud y entrega de paquetes nutricionales a niños beneficiados en la Comunidad de UKA Mérida, Yucatán.

Los asistentes por parte de la familia GNP fueron testigos de las diversas mediciones realizadas a los menores para constatar el avance que han registrado en términos de talla, peso, capacidades motrices e intelectuales.

Cabe mencionar que la metodología utilizada para registrar el progreso de los niños en contra de la desnutrición, está basada en tres pilares: intervención, medición y cambio de conductas, ejecutados a su vez a través de seis acciones:

- **Vigilancia nutricional:** toma de peso bimestral y toma de talla semestral.
- **Detección de anemia:** tratamiento correctivo de hierro para la anemia.
- **Educación nutricional:** capacitación a las familias para fomentar el uso adecuado de los alimentos en beneficio de la nutrición de los niños.
- **Entrega de paquetes nutricionales:** catorcenalmente se proporciona un paquete nutricional que cubre los requerimientos básicos de los niños.

- **Evaluación del neurodesarrollo/ estimulación temprana:** se evalúa a niños de 12, 18 y 24 meses de edad en las áreas cognitiva, psicomotora, social, emocional y lenguaje. Adicionalmente, se fomentan en ellos técnicas de estimulación temprana.

- **Agua segura:** se impulsa el uso de agua segura y de prácticas higiénicas.

Gracias a Gol por México cada gol destinado a esta causa beneficia a 25 niños con paquetes nutricionales entregados catorcenalmente durante dos años y medio aproximadamente, hoy suman cuatro millones 279 mil 500 paquetes nutricionales que han beneficiado a más de 50 mil 300 niños en situación de desnutrición y sus familias.

## Educación: aula de medios

La falta de recursos económicos se ha convertido en la principal causa de deserción escolar. GNP es una empresa comprometida con la formación de los niños y jóvenes de México y cree firmemente que la educación es uno de los pilares que sostienen al mismo.

En octubre se realizó la entrega de un aula de medios en la escuela Secundaria General No. 4 en Boca del Río, Veracruz, donde colaboradores de este estado fueron testigos del evento, donde una vez más mostraron el compromiso de GNP con el desarrollo de nuestro país.

Para instalar cada aula de medios, contamos con el apoyo de nuestra fundación aliada "Únete", la cual se encarga de habilitar las aulas otorgadas por Gol por México que constan de:



- 15 computadoras
- Servicio de internet
- Soporte técnico los 365 días del año
- Capacitación a profesores
- Diplomado en línea para profesores a través de Bécalos

Con esta entrega se han beneficiado 331 mil 583 alumnos que sin duda reforzará su interés por el estudio y permitirá alcanzar un mejor rendimiento escolar para estar mejor preparados y así poder atender las necesidades de su familia y comunidad.

## Vivienda: autoconstrucción

GNP preocupado por la calidad de vida de los mexicanos, facilita el acceso a una vivienda digna para las familias más vulnerables en México, mejorando así su calidad de vida.

El modelo en el que se basa la entrega de viviendas, considera los siguientes elementos distintivos:

- Trabajo de voluntariado 100% para la construcción de viviendas en jornadas de tres días.
- Convocatoria pública a población objetivo.
- Selección de beneficiarios de acuerdo a tres criterios:
  - ✱ Se benefician a familias de cualquier tipo: tradicionales, monoparentales, abuelos-nietos, etc.
  - ✱ Ingresos menores a 2.5 salarios mínimos.
  - ✱ Sin propiedades.
- Construcción con materiales de calidad, las viviendas no comparten paredes, tienen posibilidad de crecimiento horizontal y vertical.
- Viviendas de 38 m<sup>2</sup> en lotes de 70 a 90 m<sup>2</sup>.

En apoyo a esta causa, en diciembre, colaboradores y familiares de Morelos y la ciudad de México se dieron cita para la construcción de viviendas en Atlatlahucan,

Morelos, para las familias más desprotegidas de esta zona. Con esta jornada hemos logrado beneficiar a ocho mil 995 personas con vivienda digna.

## Salud: atención médica y dental

GNP se preocupa por integrar a su programa de Gol por México la atención médica y dental para niños de escasos recursos, ya que la salud es un tema prioritario para la sociedad mexicana y las acciones deben estar encaminadas a la prevención de enfermedades.

Cada gol destinado a esta causa se traduce en apoyo a cinco niños durante seis años con apoyo de nuestra fundación aliada Fondo para Niños de México.

En junio, colaboradores de la empresa visitaron la organización comunitaria Niños Unidos de Tetitla I.A.P. en el Estado de México, para presenciar las dinámicas que se llevan a cabo con los niños para dar seguimiento a sus tratamientos médicos y dentales, además de conocer los programas integrales de estimulación temprana.

El programa contempla una atención integral a los niños mediante tres sesiones que cubren sus necesidades de salud física y mental:

- **Bunko:** acción para acercar a los niños a la lectura.
- **PEO:** programa de estimulación temprana.
- **Consultas** dentales y médicas.

## Medallas por la educación

Por tercer año consecutivo, este programa transforma la constancia y entrega de cada uno de los participantes de los Juegos BAL en beneficios a favor de la educación en México.



A través de esta dinámica, que inició en 2011, cada medalla obtenida por los deportistas se ha convertido en una beca para que jóvenes y maestros de escasos recursos puedan continuar con su preparación académica.

Durante esta quinta edición de los Juegos Deportivos y Culturales BAL con Causa Social 2014, los resultados obtenidos en las distintas disciplinas generaron 139 medallas de oro, 126 de plata y 113 de bronce lo que da un total de 378, más las 18 de la Carrera en silla de ruedas y las 32 de la Carrera BAL D.F., 10 de la Carrera BAL Monterrey y 10 de la Carrera BAL Guadalajara, este año conseguimos 448 medallas.

Con estos resultados, hemos logrado beneficiar a más de mil jóvenes y maestros de diferentes partes del país; gracias a la pasión, entrega y compromiso de nuestros deportistas.

## Esquinas accesibles

Sensibles y comprometidos con el fomento de una cultura incluyente, GNP en alianza con Fundación Nuestras Realidades, inauguró el primer Sendero Accesible del Distrito Federal, que permite unir a dos colonias aledañas a través de un camino adecuado en el que podrán trasladarse con mayor seguridad personas con discapacidad temporal o permanente.

La construcción de este sendero cumple con la Norma Arquitectónica del Manual de Accesibilidad de la ciudad de México, que sumado a las 21 esquinas accesibles ubicadas en los alrededores, contribuye con la seguridad y fácil traslado de los transeúntes de la delegación Coyoacán convirtiendo a la zona en una ruta 100% accesible.

La construcción de estas 21 esquinas accesibles sumadas a las 336 construidas en las 16 delegaciones del Distrito Federal da un total de 357 esquinas accesibles, contribuyendo activamente en la construcción de una ciudad incluyente.

## Vivir es increíble ayudando a los demás

Este programa cumple dos años de crear un vínculo entre las personas y la responsabilidad social, apoyando a diferentes fundaciones y organizaciones que generan acciones concretas a favor de los sectores más vulnerables de nuestro país.

Este proyecto que nace con el principal objetivo de incrementar la credibilidad y la confianza hacia las organizaciones sociales comprometidas con el desarrollo y bienestar de la sociedad mexicana, tiene la intención de dar a conocer las causas que apoyan estas organizaciones así como la forma en cómo logran sus objetivos y canalizan sus recursos, esto a través de un programa de televisión de paga.

A la fecha, Vivir es increíble ayudando a los demás ha apoyado a 120 organizaciones sociales tanto en difusión como con un donativo en especie que cubre sus necesidades más inmediatas.

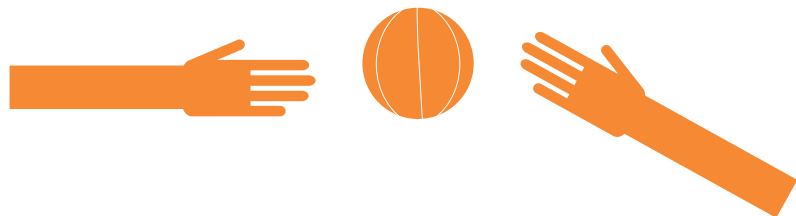
Entre las principales causas sociales a las que se enfocan estas organizaciones se encuentran: salud, atención integral a personas de escasos recursos, educación, desarrollo social y económico y otros programas específicos como: inclusión laboral, arte y cultura, derechos humanos y civiles, medio ambiente, inclusión social, vivienda y filantropía y voluntariado.

A partir de septiembre la convocatoria se abrió a las organizaciones y/o fundaciones del interior de la República, por lo que los alcances del programa incrementarán considerablemente apoyando a un mayor número de personas de todo el país.





## Apoyo a Selección de Basquetbol de los niños Triquis de Oaxaca



Como parte de nuestro compromiso con una sociedad incluyente que brinde a todos las mismas oportunidades, GNP se sumó a un proyecto especial que demuestra en toda su esencia que Vivir es increíble apoyando a la Selección de Basquetbol de los niños Triquis de Oaxaca, impulsándolos a continuar conquistando sus sueños y poniendo en alto el nombre de México a nivel mundial.

La primera aventura juntos sucedió durante la Copa Infantil México-Americana que se celebró el pasado mes de Diciembre de 2014 en Los Ángeles, California en donde poniendo en práctica las tácticas y estrategias de sus entrenamientos y formación integral, tanto deportiva, como académica y de valores, la selección de niños Triquis del estado de Oaxaca se convirtió en campeón quedando en el primer sitio.

Los Triquis son un pueblo indígena que se sitúa al noroeste del Estado de Oaxaca. En esta comunidad la Asociación DAR A.C. ha impulsado un programa para lograr un mejor futuro a los niños de las regiones de Oaxaca que viven en situaciones de adversidad: limitaciones económicas, físicas o afectivas para que se desarrollen psicológicamente sanos y exitosos.

La Asociación DAR A.C. ha estado dedicada a apoyar el esfuerzo y talento de los niños y adolescentes resilientes (personas que logran un bienestar superando las adversidades en las que se encuentra su vida), reconociendo su alto desempeño académico, deportivo y/o artístico-cultural a través de actividades como: mentalidad triunfadora, detección y desarrollo de fortalezas y debilidades en los niños, actitud positiva, aceptación de la persona, motivación, autoconfianza y solución de vida, entre otras.





## Acciones de detección oportuna de cáncer de mama

En México una de cada 10 mujeres es propensa de padecer cáncer de mama, sin embargo existen hábitos que pueden reducir considerablemente el riesgo de padecer esta enfermedad crónico degenerativa que anualmente pone en riesgo la vida de millones de mujeres en todo el mundo.

GNP promueve la adopción de hábitos de vida saludables y la revisión médica periódica para reducir el riesgo de padecer esta enfermedad o bien detectarla a tiempo para recibir el tratamiento adecuado de manera oportuna.

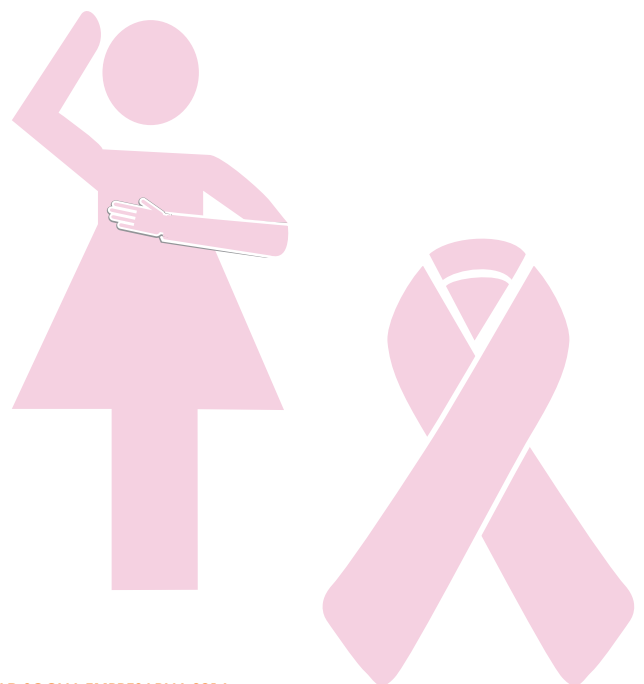
En 2014 GNP participó en Expo Salud 2014, en donde realizó, además de estudios de *check up* básico (medición de peso y talla, niveles de colesterol, triglicéridos y glucosa y presión arterial), estudios de detección oportuna de cáncer de mama, sumando más de 290 ultrasonidos mamarios y la canalización a la Fundación Luis Pasteur de más de 265 mujeres para estudios de mastografías.

Durante la expo, también promovió hábitos saludables que pueden contribuir a reducir el riesgo de padecer cáncer de mama entre los que se encuentran:

- Llevar una buena alimentación, consumiendo alimentos naturales y bajos en grasa.
- Realizar actividad física constante, lo que permite la liberación de estrógenos.
- Descanso, dormir de 7 a 8 horas permite al cuerpo recuperarse del cansancio y estrés diario.
- Evitar el consumo de cigarro y alcohol.

Por otro lado, el 19 de octubre, Día Mundial de Lucha contra el Cáncer de Mama, GNP lanzó una campaña en Twitter invitando a los usuarios a sumarse a la donación de estudios de detección oportuna de cáncer de mama para mujeres de escasos recursos. El mensaje "Hoy Día Mundial vs el cáncer de mama por cada RT donaremos un estudio a mujeres de bajos recursos". El resultado fueron más de mil 200 mujeres beneficiadas.

Como parte del fortalecimiento de la comunicación de medidas de detección oportuna de cáncer de mama, se subió a Twitter un video explicativo de cómo las mujeres pueden realizar la autoexploración, fomentando la revisión periódica como la mejor forma de combatir esta enfermedad.



# Resultados acumulados de programas sociales

PROGRAMA	CAUSA	INSTITUCIÓN ALIADA	DESCRIPCIÓN	TIEMPO DE APOYO	RESULTADOS ACUMULADOS
Gol por México	Educación Salud Nutrición Vivienda	Fundación Televisa Únete Bécalos Venga y Oiga Fondo para Niños de México Un Kilo de Ayuda Alianzas que Construyen Construyendo	Programa social que apoya GNP con el objetivo de favorecer acciones encauzadas a beneficiar a los sectores de la sociedad mexicana que viven en condiciones desfavorables, contribuyendo así con el desarrollo de México en cuatro causas primordiales: nutrición, salud, educación y vivienda.  Gol por México contribuye activamente con acciones especiales en aquellos momentos en los que nuestro país necesita que todos unamos esfuerzos para enfrentar los estragos de desastres naturales, incluso este tipo de acciones van más allá de nuestras fronteras, ya que este programa se ha solidarizado ante catástrofes que han afectado a otros países.	10 años	985,000 personas beneficiadas
	Penalti por México Educación (Becas por 3 años)	Bécalos Fundación Pro Mazahua Fundación Tarahumara Fundación Comunitaria Oaxaca	Extensión del programa Gol por México que nació en 2008 y brinda becas para educación a jóvenes de comunidades indígenas en Oaxaca, Mazahuas y Tarahumaras, a través de tiros penales de personalidades del medio artístico y deportivo, al portero del Club América.	6 años	845 becas
	Gol por México Verde  Medio ambiente (Reforestación)	Fundación Televisa  Pronatura México	Extensión del programa Gol por México que nació en 2008 y contribuye a la reforestación de los principales bosques del país por medio de los goles de la Selección Mexicana en partidos transmitidos por Televisa, en 2011 esta causa también se incluyó a través de un equipo de primera división en el torneo regular.	6 años	309,000 árboles
	Goles Rosas (Mastografías para mujeres Mazahuas)	FUCAM	Por cuarto año consecutivo se destinó toda una jornada para Goles Rosas en favor de la detección oportuna de cáncer en la mujer, en octubre, nos unimos al Día Mundial de Lucha contra el Cáncer de Mama, cada gol significó 25 mastografías para mujeres Mazahuas.	4 años	1,525 beneficiadas
	Copa Oro Educación (Becas por 3 años)	Fundación Televisa  Bécalos	Gol por México contó con presencia en la Copa Oro 2011 y 2013, apoyando la causa de educación por medio de Bécalos, otorgando becas de nivel medio superior y superior por cada gol de la Selección Mexicana.	2 años	530 becas
Nuestro México del Futuro	Movimiento Social Educación Salud Medio Ambiente	Bécalos  Venga y Oiga  Asociación Mexicana de Lucha Contra el Cáncer  Pronatura México	Movimiento social que pertenece a todos los mexicanos, el cual logró reunir 11 millones 350 mil 694 visiones positivas sobre el México que queremos vivir. Todas estas visiones se compilaron en un libro que plasma la voz de todos los mexicanos en lo que será Nuestro México del Futuro, el cual se entregó a los candidatos a la presidencia 2012.  Dando continuidad al movimiento se mantiene la difusión a través de redes sociales con noticias e información positiva para nuestro país.	3 años	4,477 beneficiados  12,580 árboles plantados  288 esquinas accesibles

PROGRAMA	CAUSA	INSTITUCIÓN ALIADA	DESCRIPCIÓN	TIEMPO DE APOYO	RESULTADOS ACUMULADOS
Esquinas Accesibles	Accesibilidad	Nuestras Realidades	<p>Construcción de esquinas accesibles con las especificaciones técnicas necesarias para permitir una plena movilidad segura y cómoda para las personas que viven con algún tipo de discapacidad temporal o permanente, o quienes utilizan sillas de ruedas, bastón o algún otro tipo de apoyo para recobrar su capacidad motriz. Tienen una pendiente máxima de 8 grados, y a diferencia de algunas otras que ya existen en el D.F., no es sólo una rampa sino que prácticamente toda la estructura permite el acceso a las banquetas. Además cuenta con bordes para que las personas invidentes puedan detectarlas a tiempo y usarlas de forma segura.</p>	3 años	<p>357 esquinas en las 16 delegaciones</p> <p>1 sendero accesible</p> <p>145,428 personas con discapacidad motriz</p> <p>66,158 personas con discapacidad visual</p>
Medallas por la Educación	Educación (nivel medio superior, superior y docentes)	Fundación Televisa Béalos	<p>En apoyo a la educación, surge Medallas por la Educación en los Juegos Panamericanos 2011 a través de la siguiente mecánica: todas las medallas logradas por los deportistas mexicanos se tradujeron en becas para maestros:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Por cada medalla de oro se donaron 50 becas.</li> <li>• Por cada medalla de plata se donaron 10 becas.</li> <li>• Por cada medalla de bronce se donaron 5 becas.</li> </ul>	4 años	<p>2,963 becas para maestros</p> <p>147 becas por tres años para jóvenes de comunidades indígenas</p> <p>3,110 total becas</p>
			<p>Juegos Deportivos y Culturales BAL 2012, 2013 y 2014</p> <p>La mecánica consistió en convertir el esfuerzo de todos los participantes en becas, por lo que:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las medallas de bronce se convirtieron en becas para maestros.</li> <li>• Las medallas de plata significaron becas para estudios de nivel medio superior.</li> <li>• Las medallas de oro se tradujeron en becas para estudio de nivel superior.</li> </ul> <p>En 2014 se sumaron a la dinámica de Medallas por la Educación las medallas otorgadas durante la Carrera BAL en México D.F., Guadalajara y Monterrey.</p>		<p>360 becas para maestros</p> <p>387 becas para estudios de nivel medio superior</p> <p>416 becas para estudios de nivel superior</p> <p>1,143 total becas</p>
			<p>Seminarios Fuerza de Ventas</p> <p>Seminario de Directores de Agencia 2012 y 2013</p> <p>A lo largo del seminario se otorgaron medallas en diferentes actividades, donde:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Por cada medalla de oro se donó 1 beca.</li> <li>• Por dos medallas de plata se donó 1 beca.</li> <li>• Por tres medallas de bronce se donó 1 beca.</li> </ul> <p>Villa Olímpica 2012</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Los agentes reconocidos por antigüedad y por mejores prácticas, recibieron medallas que representan la donación de becas para maestros.</li> <li>• Los agentes campeones a nivel nacional del torneo de vida, de GMM, vida noveles y de autos, recibieron medallas que representan una beca por tres años para jóvenes de comunidades indígenas en nivel medio superior.</li> </ul>		<p>66 becas para maestros</p> <p>66 becas por tres años para jóvenes de comunidades indígenas</p> <p>132 total becas</p>
			<p>Total de becas</p>		<p>3,389 becas para maestros</p> <p>213 becas por tres años para jóvenes de comunidades indígenas</p> <p>387 becas para estudios de nivel medio superior</p> <p>416 becas para estudios de nivel superior</p> <p>4,405 total becas</p>

PROGRAMA	CAUSA	INSTITUCIÓN ALIADA	DESCRIPCIÓN	TIEMPO DE APOYO	RESULTADOS ACUMULADOS
<b>Conductor Responsable</b>	Cultura de prevención	Secretaría de Comunicaciones y Transportes	Consiste en compartir a través de medios impresos, digitales y redes sociales información clara y concisa para los conductores sobre las medidas de seguridad que les ayudarán a prevenir accidentes, mantener en buen estado su automóvil y hacer uso correcto de su seguro de auto.	5 años	469,250
<b>Vivir es Increíble, ayudando a los demás</b>	Donativos en función de las necesidades de las diferentes fundaciones	Televisa Programa de Unicable MoJoe	Programa social que apoya GNP, con el principal objetivo de incrementar la credibilidad y la confianza hacia las organizaciones sociales comprometidas con el desarrollo y bienestar de la sociedad mexicana.  Adicional se canalizan recursos a diferentes fundaciones semanalmente.  La difusión es a través del programa MoJoe (Unicable) conducido por Montserrat Olivier y Yolanda Andrade.	1 año	120 Fundaciones beneficiadas
<b>Otros apoyos</b>	Construcción y rehabilitación de canchas múltiples Educación Salud Desarrollo	Primarias: Rafael Ramírez, Mataxhi, Edo. de México  Francisco I. Madero, San Francisco, Edo. de México	Construcción y rehabilitación de espacios que benefician a niños y a la comunidad en general fomentando así actividades deportivas que permiten mejorar la educación, salud y el desarrollo. La actividad física mejora la habilidad del niño para aprender, aumenta su concentración, su asistencia a clase y rendimiento en general.	Única vez	Alumnos contemplados en Aulas de Medios Gol por México
	Corazoles en Puebla 2011 Arte Cultura Desarrollo infantil	Grupo Voluntario Mexicano Alemán	Proyecto con motivo de su 20 aniversario y con el principal objetivo de recaudar fondos que les permitan garantizar la perdurabilidad de su organización. Es una campaña que engloba arte, cultura y responsabilidad social.	Única vez	Niños de 0 a 8 años, Casa del Sol
	Salud	Cruz Roja Mexicana	Donativo Huracán Alex (2010). Electrocardiógrafo (2011). Donativo (2012).	Única vez	N/A
	Participación social Valores y hábitos de la sociedad mexicana	Consejo de la Comunicación	Apoyo directo a las Campañas del Consejo para financiar la producción y difusión de las mismas.	10 años	N/A
	Educación Capacitación	Asociación Gilberto	La asociación tiene como finalidad mejorar la vivienda, la restitución de fuentes de trabajo, educación y capacitación para el trabajo de personas económicamente débiles, resultado de fenómenos meteorológicos.	7 años	N/A
	Apoyo operación córnea	Asociación para Evitar la Ceguera en México (APEC)	Trasplante córnea (Francisco Javier Cárdenas Melchor). Cirugía de anillos en ambas córneas (Leopoldo Guadalupe Sánchez).	Única vez	2 beneficiados por cirugías de córnea



PROGRAMA	CAUSA	INSTITUCIÓN ALIADA	DESCRIPCIÓN	TIEMPO DE APOYO	RESULTADOS ACUMULADOS
Otros apoyos	Campaña de detección oportuna de cáncer de mama	Fundación Luis Pasteur	En octubre se llevó a cabo una activación especial en la red social de Twitter. La mecánica consistía en donar un estudio de mastografía a mujeres de escasos recursos por cada <i>retweet</i> otorgado, además de difundir una infografía en la que se explica el método de autoexploración para la detección oportuna de cáncer de mama.	Única vez	N/A
		FUCAM	1° Campaña de Detección Temprana de Cáncer de Mama en Tepoztlán, Morelos, en alianza con el Estado de Morelos, DIF Estatal y organismos, de la sociedad civil, brigada que constó de dos fases: caminata guiada en el cerro del Tepozteco el domingo 6 de octubre para la recaudación de fondos de 210 mastografías, el punto de encuentro fue el Campamento Scout Meztiitla y el 7, 8 y 9 de octubre, la Unidad Móvil Especializada ofreció a mujeres del municipio estudios gratuitos de mastografías, resultado de la participación ciudadana durante la caminata.	Única vez	70 mujeres beneficiadas con mastografías
	Selección de Basquetbol de los Niños Triquis de Oaxaca	Fundación Dar A.C.	Como parte de nuestro compromiso con una sociedad incluyente que brinde a todos las mismas oportunidades, GNP apoya a la Selección de Basquetbol de los niños Triquis de Oaxaca, impulsándolos a continuar conquistando sus sueños y poniendo en alto el nombre de México a nivel mundial.  La Selección de Basquetbol ha sido impulsada por la fundación Dar A.C., la cual ha estado dedicada a apoyar el esfuerzo y talento de los niños y adolescentes resilientes (personas que logran un bienestar superando las adversidades en las que se encuentra su vida), reconociendo su alto desempeño académico, deportivo y/o artístico-cultural a través de actividades que les permiten un crecimiento personal y profesional.	A partir de 2014	N/A
				Total de beneficiados	1,565,322
				Total de árboles plantados	321,580
				Total de esquinas accesibles	645



## VII. Nuestro compromiso medioambiental



## Emisiones de CO<sub>2</sub>

En GNP estamos comprometidos a reducir nuestra huella de carbono, y con ello, contribuir a detener el cambio climático que está afectando al planeta.

Para ello, realizamos el cálculo y monitoreo de nuestras emisiones de CO<sub>2</sub> de acuerdo al Protocolo de Gases de Efecto Invernadero (GEI).

De acuerdo con este protocolo, GNP se ubica en la categoría de "Organizaciones basadas en oficinas", para cuyo cálculo se deben tomar en cuenta los siguientes consumos:

- **Emisiones directas de CO<sub>2</sub>**: uso de combustibles.
- **Emisiones indirectas de CO<sub>2</sub>**: consumo de electricidad y viajes de negocios.

Con base en la guía para el cálculo de gases de efecto invernadero, en GNP emitimos las siguientes cantidades:

EMISIONES DE CO <sub>2</sub>	2014
Emisiones directas (gas LP, diésel y autos utilitarios)	3,598.79
Emisiones indirectas (electricidad y viajes en avión)	9,827.67
<b>Total del CO<sub>2</sub> (toneladas)</b>	<b>13,426.47</b>

## Energía

### Consumo de energía eléctrica

En GNP buscamos constantemente iniciativas innovadoras para seguir reduciendo nuestro consumo de energía eléctrica. Esto lo estamos logrando con la automatización de nuestras oficinas, lo cual hemos venido haciendo progresivamente a nivel nacional.

Con el fin de comenzar a utilizar energía generada por fuentes limpias y renovables, este año iniciamos en Plaza GNP con la interconexión de energía eléctrica generada en el Parque Eólico del Espinal, en Oaxaca, el cual tiene una producción de 80 MW y es administrada por la empresa Peñoles de Grupo BAL.

Nuestro consumo de energía eléctrica en 2014 en todas nuestras oficinas a nivel nacional fue de 18,287,495 kw/h, generando un gasto de \$39,573,478.

Año	CONSUMO (kw/h)	CONSUMO (MJ)	EMISIONES INDIRECTAS DE CO <sub>2</sub> (TON. MÉTRICAS) <sup>1</sup>	VARIACIÓN <sup>2</sup>
2012	20,424,743	73,529,074.8	10,515.74	
2013	19,200,596	69,122,145.6	9,885.30	- 5.99%
2014	18,287,495	65,834,982	9,418.05	-10.43%

1. Factor de conversión de 0.515 kg de CO<sub>2</sub> x kw/h. Publicado por el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD).

2. Respecto al año base (2012).



# Transporte

## Consumo de diésel

En GNP contamos con un total de 26 plantas de emergencia a nivel nacional, las cuales nos ayudan a garantizar el servicio y operación en nuestras oficinas. Dichas plantas de emergencia operan con combustible diésel y en 2014 consumieron 18 mil 130 litros, los cuales generaron 48.58 toneladas métricas de CO<sub>2</sub>, el 18.2% menos en relación con 2012.

Año	CONSUMO (LTS)	CONSUMO (MJ)	EMISIONES DIRECTAS DE CO <sub>2</sub> (TON. MÉTRICAS) <sup>1</sup>	VARIACIÓN <sup>2</sup>
2012	22,172	809,453	59.42	
2013	21,025	767,579	56.83	- 5.17%
2014	18,130	652,680	48.58	-18.2%

1. Factor de conversión diésel 2.68 kg CO<sub>2</sub> x lts (WBCSD).

2. Respecto al año base (2012).

## Consumo de Gas LP

En el corporativo de Plaza GNP, contamos con un club deportivo, del cual pueden hacer uso los empleados y familiares directos. Además, año con año se organizan competencias con las diferentes empresas del Grupo BAL. En dicho club, calentamos el agua por medio de una caldera que utiliza como combustible Gas LP y así poder garantizar el servicio de agua caliente en las regaderas, el servicio de vapor y una buena temperatura en la alberca.

El consumo de gas LP en 2014 fue de 186,638 litros, que implican una generación directa de 0.360 toneladas métricas de CO<sub>2</sub>, un 2.75% menos en relación con 2012.

Año	CONSUMO (LTS)	CONSUMO (MJ)	EMISIONES DIRECTAS DE CO <sub>2</sub> (TON. MÉTRICAS) <sup>1</sup>	VARIACIÓN <sup>2</sup>
2012	191,928	4,601,444	0.370	
2013	180,877	4,336,498	0.349	-5.75%
2014	186,638	4,473,712	0.360	-2.75%

1. Factor de conversión gas 1.93 kg CO<sub>2</sub> x m<sup>3</sup> (WBCSD).

2. Respecto al año base (2012).

El total de energía consumida en 2014 fue de 70,961,374 megajoules.

## Autos utilitarios

En 2011 se modificó la política de renovación de autos utilitarios de cinco a tres años, o 120 mil km, lo que permite contar con una flotilla moderna, menos contaminante y con mayor seguridad para los usuarios, además de contar con la alternativa de adquirir la unidad mediante un descuento quincenal.

Conscientes de la importancia de reducir la contaminación de aire ocasionada por el uso del automóvil, GNP realizó en abril la renovación del 29% de su flotilla, 160 unidades a nivel nacional, y para mayo de 2015 se sustituirá el 23%, correspondiente a 138 unidades más. Con esto, el promedio de antigüedad de nuestra flotilla es de dos años, con lo que reducimos sus emisiones contaminantes al máximo.

TABLA DE CONSUMO DE COMBUSTIBLE Y EMISIÓN DE CO <sub>2</sub>			
CONCEPTO	Años		
	2012	2013	2014
Autos en operación	510	547	580
Propios	170	170	12
Arrendados	340	377	568
Km recorridos (25 mil por unidad)	12,750,000	13,675,000	14,500,000
Emisiones directas de CO <sub>2</sub> (ton. métricas) <sup>2</sup>	2,805	3,008	3,190
Consumo de combustible (miles de litros)	1,281	1,493	1,454
Emisiones directas de CO <sub>2</sub> por combustible (ton. métricas) <sup>1</sup>	3,445	4,016	3,911

1. Factor de conversión de gasolina: 2.69 kg CO<sub>2</sub> x lts (WBCSD).

2. Factor de conversión de vehículos: 0.22 kg CO<sub>2</sub> x km (WBCSD).



## Pool de autos utilitarios

Al ser el automóvil una herramienta de trabajo indispensable para muchos de nuestros colaboradores, hemos implantado el modelo de *pool* de autos. La aplicación de esta práctica la realizamos bajo parámetros de cuidado del medio ambiente, ya que son utilizados solamente en horarios de trabajo y pernoctando dentro de las instalaciones, incluyendo fines de semana.

Actualmente tenemos un total de 16 *pool's* a nivel nacional, y así ampliamos los beneficios a más usuarios que necesitan un auto para realizar asuntos de trabajo. Contamos con dos *pool's* especiales para reforzar las actividades del personal del área de ventas:

- 20 autos del *pool* de agentes empleados.
- 12 autos para las agencias de ventas especializadas en seguros (AVES).

Con el fin de mejorar este servicio e incrementar la disponibilidad de operación y seguridad de las unidades, se instalaron 104 dispositivos de rastreo satelital que nos brindan los siguientes beneficios:

- Ubicación física de las unidades en línea a través de computadora o teléfono móvil.
- Mayor disponibilidad de las unidades, asignadas en tiempo real y considerando la entrada y salida de pernocta.
- Oportunidad en el mantenimiento preventivo y correctivo, con base en las alertas que el sistema envía del escaneo de las unidades.
- Control de kilometraje y consumo de gasolina para el rendimiento adecuados de las unidades.

## GNP en Ruta: transporte de personal

Es un servicio muy apreciado por el personal que lo ocupa, ya que otorga grandes beneficios de seguridad, costos, comodidad y convivencia.

En 2014 adicionamos una ruta a Tláhuac, con lo cual sumamos siete destinos que cubren puntos estratégicos conectados con el sistema de transportes colectivos. Esto beneficia al medio ambiente al dejar de usar automóviles o transporte público por parte de nuestros colaboradores.

Este servicio también se utiliza para el transporte de personal a eventos especiales de actividades institucionales, como: eventos de Gol por México, Carrera a la Basílica, Fiesta de Fin de Año, juntas de planeación, entre otros.

Durante 2014 el servicio de GNP en Ruta realizó 67,662 traslados que representa un incremento de 11% respecto al año pasado.





RUTA	ORIGEN	KM POR DÍA	DIÉSEL KM/LT	RENDIMIENTO DIÉSEL/VUELTA	VUELTAS POR DÍA	RENDIMIENTO DE DIÉSEL/DÍA	KM MENSUALES	RENDIMIENTO DIÉSEL/MES
1	Puebla	17	3	5	3	16	1135	355
2	Xochimilco	12	3	4	2	8	528	165
3	Constitución	11	3	3	3	10	726	227
4	Tacubaya	11	10	1	2	2	502	53
5	Oceanía	19	4	5	2	11	827	236
6	Tláhuac	20	3	6	2	13	880	275
7	Copilco	11	4	3	2	6	475	136

ESTADÍSTICAS POR SERVICIO	ENE	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
Porcentaje ocupación de rutas (%)	48	49	49	49	50	51	45	51	55	54	52	45
Porcentaje ocupación servicio especial (%)	62	88	67	71	89	74	67	52	94	80	79	69
<b>Total</b>	<b>49</b>	<b>49</b>	<b>49</b>	<b>49</b>	<b>50</b>	<b>51</b>	<b>45</b>	<b>51</b>	<b>55</b>	<b>54</b>	<b>53</b>	<b>45</b>



## Aventones en Ruta GNP

GNP implementó este programa como una solución de transporte. Mediante él, los colaboradores tienen la opción de compartir su automóvil de manera ocasional o recurrente con sus compañeros de trabajo, encontrándose coincidencias a través de una página web en donde se publican y consultan las diferentes opciones, horarios y rutas de aventones.

Entre los principales beneficios, encontramos: ser una nueva alternativa de transporte seguro, la reducción de emisiones de CO<sub>2</sub> al ambiente, la disminución del tráfico, tiempos de recorrido y de costos asociados al transporte, como mantenimiento, casetas y gasolina.

Al participar en este programa, adicionalmente los colaboradores tienen acceso a un sistema de recompensas que promueve un mayor uso de los aventones y una conciencia ecológica con suma de acciones verdes, obteniendo puntos por cada acción a favor del medio ambiente.

En 2014 se ha fortalecido el programa de aventones por medio de campañas de comunicación interna, con un mayor registro de participación: más del 20% del personal. Incrementando así los aventones confirmados en un 35% en promedio respecto al año pasado. Con esta acción contribuimos con la disminución de 8,463 kg de emisiones de CO<sub>2</sub>.



## Viajes en avión

El número de viajes en avión se ha incrementado en los últimos dos años debido a la apertura de nuevas oficinas a nivel nacional y a la diversificación de atención al mercado en diferentes líneas de negocio.

En 2014 continuamos con los esfuerzos para fomentar un correcto y mejor aprovechamiento de los mismos, implantando acciones de control presupuestal y recomendaciones a los usuarios en cuanto a su planeación y organización de viajes, disminuyendo en 4% el incremento en relación al periodo anterior (2012 vs 2013).

BOLETOS EXPEDIDOS	2012	2013	2014
Total	2,590	2,903	3,124

Nota: Del total de viajes en 2014, 3 mil 48 fueron nacionales y 76 internacionales.

## Agua

### Consumo de agua

Como parte esencial de los recursos naturales no renovables y con una creciente escasez a nivel mundial, en GNP consideramos importante crear conciencia sobre el ahorro y la no contaminación del agua. Sin lugar a dudas, todavía tendremos que establecer mayores controles sobre este tema, para que el rendimiento de nuestro consumo de agua sea mucho más eficiente año tras año para preservar este vital líquido.

En comparación con el año anterior, nuestro consumo de agua disminuyó un 34% debido a que el aumento del año pasado se derivó principalmente de una fuga



en nuestras instalaciones de Plaza GNP lo que ocasionó un mayor consumo en el agua tratada.

PERIODO	M <sup>3</sup> CONSUMIDOS <sup>1</sup>
2012	75,146 <sup>2</sup>
2013	92,554 <sup>3</sup>
2014	61,459 <sup>4</sup>

1. Alcance: Inmuebles de Cerro de las Torres, Basalto, en Coyoacán, y Porvenir, en Tláhuac.

2. El 46% de esta cifra corresponde a agua tratada.

3. El 58% de esta cifra corresponde a agua tratada.

4. El 47% de esta cifra corresponde a agua tratada.

## Captación y tratamiento de agua

En nuestras instalaciones de Plaza GNP contamos con un tanque de tormentas para el almacenamiento del agua pluvial, en el que recolectamos hasta 3,000 m<sup>3</sup> en cada evento de lluvia para evitar la saturación de la red del drenaje exterior, y con lo que se impide la inundación de las áreas aledañas a nuestras instalaciones.

Continuamos con la utilización de agua tratada para el riego de áreas verdes, así como para los W.C. y mingitorios. Ésta, antes de ser utilizada, pasa por un sistema de filtrado que nos ayuda a reducir el color, olor y las bacterias. Con esta acción hemos reducido considerablemente nuestro consumo de agua potable. En 2014 utilizamos 28,983 m<sup>3</sup> de agua tratada en el inmueble de Plaza GNP y 852 m<sup>3</sup> en el inmueble de GNP Amores.

## Papel

### Consumo y manejo de papel

GNP continúa en 2014 con sus procesos y disminución en el consumo de papel dándole continuidad a diversas y nuevas acciones, lo que nos ha permitido reducir 17% con relación a 2013 continuando con una tendencia hacia la baja en el consumo por lo que se refiere a los últimos tres años.

Con ésto refrendamos nuestro compromiso y conciencia con el cuidado de la naturaleza, buscando constantemente el uso racional del papel.

CONSUMO	2012	2013	2014
Millares	32,760	25,953	21,475
Cajas	6,552	5,191	4,295
Peso total	144,144	114,193	94,490

Cabe mencionar que nuestros proveedores de insumos de papelería e impresos, cuentan con certificaciones medioambientales como la de madera controlada del Forest Stewardship Council (FSC) y la norma de calidad medioambiental ISO14001, entre otras.

## Reciclaje de papel y cartón

Este año continuamos con nuestro esfuerzo en el tema de reciclaje de papel, convirtiéndonos en promotores del cuidado del medio ambiente.

Año tras año nos damos a la tarea de recolectar el papel usado así como el cartón, el cual es enviado a plantas de reciclaje por medio del proveedor Gruver (Grupo Verde en Reciclaje y Educación S.A. de C.V.).

TIPO	2012	2013	2014
Hoja blanca	7.5	11	28.8
Hoja de color	2.7	1.9	8.2
Cartón	6.3	4.8	2.9
<b>Total</b>	<b>16.5</b>	<b>17.7</b>	<b>39.9</b>

Adicionalmente, en 2014 GNP llevó a cabo la destrucción de 8,382 cajas del archivo general (con manifiesto de destrucción segura de información) mediante procesos amigables con el medio ambiente. Esta acción permitió el reciclaje de 70,946 kg de papel destruido para su aprovechamiento en actividades cotidianas, disminuyendo así la tala de árboles.

## Gestión de residuos

### Recolección de pilas

Las pilas son una fuente de energía altamente perjudicial, ya que en su mayoría están compuestas por metales pesados que, al ser liberados al medio ambiente, producen serios problemas de contaminación, sobre todo del agua.

Con el objetivo de contribuir a que las pilas caducas no se conviertan en fuentes contaminantes de nuestro suelo y se desechen de manera responsable, desde 2013 GNP instaló dentro de sus oficinas de la zona metropolitana contenedores especiales, los cuales son manejados por un proveedor especializado que brinda un tratamiento y disposición adecuados a las pilas.

La recolección de 2014 ascendió a 252.42 kg, con un acumulado de 576.25 kg en los dos años del programa.

TIPO DE PILA	KILOS POR DESPERDICIO	METALES RECUPERADOS
Salinas	59.6	23.61% zinc y carbón
Alcalinas	191	75.66% zinc y hierro
De mercurio	1.82	.72% mercurio, zinc y hierro

## Recolección de PET

En México, principal consumidor de bebidas embotelladas, consumimos alrededor de 800 mil toneladas de PET al año, esta cantidad implica casi 7% del total mundial.

Tomando en cuenta que una botella de PET tarda hasta 500 años en degradarse y que sólo el 20% se recicla, resulta imprescindible no sólo reducir su demanda sino fomentar una cultura del reciclado de este plástico tan contaminante.

Para sumarse a este gran movimiento del reciclaje de PET, GNP desde hace tres años estableció una alianza con la prestigiada asociación ECOCE, quien impulsa una cultura ecológica al promover el acopio masivo de envases y empaques, y sensibilizar sobre la importancia del reciclaje.

En 2014 GNP recolectó 3,651 kg de PET. Estos resultados se lograron gracias a la conciencia y participación de nuestros colaboradores de 15 oficinas a nivel nacional.

## Recolección de residuos no peligrosos

En nuestra oficina matriz de Plaza GNP contamos con un contenedor y compactador con capacidad de 30 m<sup>3</sup> para almacenar la basura compactada. De toda la basura que generamos anualmente dentro de nuestras oficinas, el 85% es basura inorgánica (papel, cartón, PET, aluminio, etc.) y el 15% es basura orgánica (residuos de alimentos, hojas de los árboles y pasto). El proveedor que realiza el retiro de los residuos se encarga de separar y reciclar los desechos que generamos cumpliendo con los lineamientos ambientales del Estado.

# Estrategias para la disminución de consumos y resultados obtenidos

Nuestros esfuerzos por generar iniciativas que contribuyan a disminuir nuestra huella de CO<sub>2</sub> este año dio los siguientes resultados:

**Cambio de equipos de aire acondicionado en el Centro de Aprendizaje y en el Edificio Norte de Plaza GNP:** logramos un mayor confort para los usuarios del edificio, reducción de fallas en el sistema de aire acondicionado del edificio y mayor eficiencia que nos permitirá un ahorro de 30% de energía.

**Instalación de paneles solares y luminarias de LED, para el alumbrado del estacionamiento principal de Mexicali y del acceso 1 de Plaza GNP:** logramos una mejor iluminación en el acceso principal, creando un ambiente más seguro, un ahorro del 100% de energía eléctrica, un sistema autónomo y programable y el cumplimiento de la NOM 025 para el alumbrado exterior.

**Instalación de pararrayos en los edificios de Plaza GNP:** logramos garantizar la seguridad del personal que labora en Plaza GNP contra impactos de rayos, proteger los equipos de daños y fallas de operación a causa de una descarga atmosférica y cumplir con la norma de seguridad NOM-022-STPS-2008 para áreas de trabajo.

MONTO DE INVERSIÓN PARA PROYECTOS AMBIENTALES	
CONCEPTO	MONTO
Cambio de equipos de aire acondicionado en el Centro de Aprendizaje y Edificio Norte de Plaza GNP	2.321
Instalación de paneles solares y luminarias de LED, en estacionamiento principal de Mexicali	0.261
Instalación de paneles solares y luminarias de LED, en el acceso 1 de Plaza GNP	0.341
Instalación de pararrayos en los edificios de Plaza GNP	0.435
<b>Total de inversión</b>	<b>3.358</b>

Cifras en millones de pesos.



## Acciones en favor de la cultura ambiental

### EcoFeria de Sustentabilidad

En 2014 llevamos a cabo la cuarta edición de la EcoFeria de Sustentabilidad en el Distrito Federal, un evento que les brinda a los colaboradores la oportunidad de conocer variados productos y servicios de empresas innovadoras comprometidas con el medio ambiente.

Esto se traduce en un doble beneficio donde, por una parte, apoyamos a pequeñas y medianas empresas, así como a emprendedores independientes, y por el otro, promovemos hábitos de vida más saludables y enriquecedores.

En este año contamos con la participación de 97 expositores, casi un 40% más en comparación con el año anterior, y la visita de mil 600 personas, entre colaboradores y familiares. En esta ocasión participaron tres expositores con discapacidad.

El Sindicato de GNP se encargó de la realización de talleres y actividades con los niños que asistieron y que tuvieron la oportunidad de aprender sobre reciclaje.

### Campañas de reforestación

Para contribuir a la preservación de la biodiversidad en nuestro país, GNP continúa con el mantenimiento y conservación de 28,023.60 m<sup>2</sup> de áreas verdes públicas perimetrales a nuestras oficinas, así como de 29,813.66 m<sup>2</sup> dentro de nuestras oficinas de GNP a nivel nacional, sumando un total de 57,837.26 m<sup>2</sup> de áreas verdes que conservamos anualmente con un gasto de \$1,827,799.80.

### Cumplimiento de la legislación ambiental

Hasta la fecha, GNP nunca ha sido sujeto de alguna sanción por cuestiones ambientales, ya que busca dar cumplimiento con la legislación ambiental.

Además de todos los esfuerzos e iniciativas descritas anteriormente, todos los productos utilizados para limpieza, jardinería y fumigación son biodegradables. De igual manera, en servicios de mantenimiento a equipos, el proveedor especialista retira los materiales sobrantes (papel, aceites, baterías, solventes, material eléctrico, entre otros) para canalizarlos a empresas dedicadas al reciclado y/o confinamiento de esos productos.

Actualmente seguimos incrementando el uso del refrigerante ecológico (R410) en equipos de aire acondicionado.





## VIII. Iniciativas estratégicas de RSE en Centros Regionales





## Occidente

### Entrega del Informe de Responsabilidad Social Empresarial

A la par de la entrega de 220 Informes de Responsabilidad Social Empresarial en las oficinas de Guadalajara, con la finalidad de incrementar la conciencia ambiental, se llevó a cabo el reforzamiento de la campaña de recolección de pilas y una campaña de reciclado de papel, recaudándose 300 kg.

### Labor social en Casa Hogar Ejército de Salvación

Por tercer año consecutivo se llevó a cabo en Guadalajara una posada con causa en la que cien colaboradores de GNP y empresas filiales donaron juguetes nuevos y material didáctico como rompecabezas, libros de colorear y juegos de mesa a 87 niños en situación de desamparo.

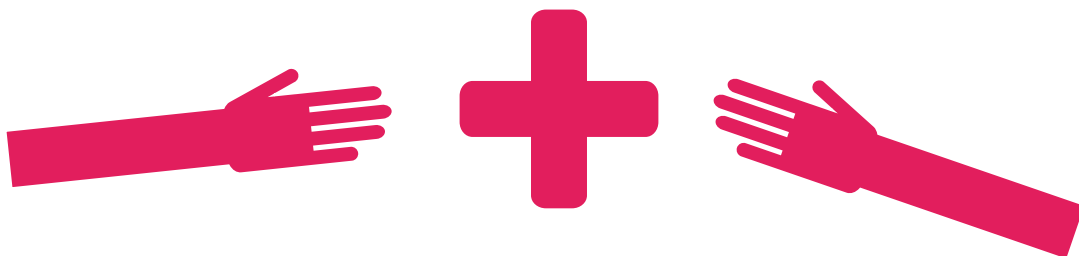
### Centro de acopio por el huracán Odile

En septiembre se instaló en la oficina de Guadalajara un centro de acopio de ayuda a las víctimas del huracán Odile en Baja California, recaudándose 200 kg entre artículos de higiene, pañales y alimentos no perecederos, entregándose a la Cruz Roja Mexicana.

### Actividades de inclusión laboral

En 2014 continuamos con la contratación de personal con discapacidad motriz, contando al cierre del año con cuatro colaboradores.

Con motivo del "Día Internacional de las Personas con Discapacidad" llevamos a cabo dos pláticas de sensibilización e información sobre la cultura de inclusión y diferentes actividades vivenciales impartidas por personas con discapacidad, en las que participaron 30 colaboradores.





## Noreste

### Campaña de recolección de libros

Con la finalidad de disminuir el rezago escolar, contribuir al desarrollo académico y promover el hábito de la lectura entre los niños, 60 colaboradores de la oficina de Monterrey llevaron a cabo una campaña de recolección y entrega de 350 libros para la escuela "Mariano Abasolo", ubicada en el municipio de Zuazua, Nuevo León. Esta acción benefició a 400 niños.

### Campaña de ropa de invierno y zapatos

Con la intención de apoyar a las personas de escasos recursos de la colonia Granjas del Mirador en el municipio de Zuazua, Nuevo León, 120 colaboradores de la oficina de Monterrey recaudaron y entregaron 850 kg de ropa de invierno y zapatos, beneficiando a cien familias.

### Clase especial de spinning

Participaron 30 colaboradores y se llevó a cabo en noviembre en el Planet GYM de Monterrey, con el objetivo de promover el ejercicio, así como los hábitos saludables a través de la campaña "Actívate" durante la Semana de la Salud contra la Obesidad y la Diabetes.





## Sureste

### Capacitación en protección civil

En esta ocasión el programa estuvo dirigido a los hijos de nuestros colaboradores.

Buscando crear conciencia en materia de protección civil para hacer frente a alguna contingencia de emergencia, proporcionando los conocimientos básicos para la prevención, combate contra incendios y primeros auxilios.

La familia considerada como la base de una sociedad es un buen medio a través del cual podemos crear una cultura de seguridad, pues al estar preparados, a su vez contribuyen a generar conciencia entre la comunidad que los rodea.

Se contó con la participación de 25 niños y adolescentes entre las edades de 5 a 17 años.

### Evento de integración con causa

Con la finalidad de promover entre los colaboradores y las diversas áreas actividades de integración, convivencia y activación física, que impacten en el bienestar personal y laboral, en 2014 se realizaron cuatro eventos deportivos y recreativos en las oficinas de Mérida, Villahermosa y Puebla, a los que asistieron un total de 105 colaboradores.

Fue un evento con causa, en el que además de participar en las diferentes actividades que se llevaron a cabo en Telchac Puerto, Yucatán, todos los participantes, 50 colaboradores, llevaron a cabo de manera voluntaria la limpieza de la playa, recolectando un total de 20 kg de basura entre vasos, platos, botellas de plástico, llantas, entre otros, contribuyendo así con el cuidado del medio ambiente.



### Labor social en Comedor

#### Mano Amiga

En 2014 los colaboradores de Mérida tomaron la iniciativa de pintar de manera voluntaria el comedor infantil "Mano Amiga", el cual atiende con desayunos y comidas a 50 niños de escasos recursos.

### Labor social en Comedor y Asilo de Ancianitos Gratuito Congra A.C. Veracruz

En 2014, los colaboradores de la oficina de Veracruz apoyaron al comedor y asilo de 65 ancianos con víveres como pañales, gel antibacterial, papel de baño, ropa, cobijas, frijol, arroz, café, entre otros.

### Torneo de basquetbol sobre sillas de ruedas

El Centro de Rehabilitación y Educación Especial (CREE), con sede en Mérida, convocó a empresas de la localidad que se destacan como empresas socialmente incluyentes a participar en el torneo de tercias de basquetbol sobre silla de ruedas, teniendo una participación de 15 representantes de GNP, actividad que permitió la sensibilización de los participantes respecto al programa de inclusión laboral que implementa actualmente GNP.



## Noroeste

### Labor social en Escuela Flores Magón

Con la recuperación del PET recolectado en la oficina de Mexicali durante 2013, se llevó a cabo la compra de 20 cubetas de pintura para la Escuela Flores Magón, organizándose una cuadrilla de 20 colaboradores de la oficina que apoyaron a pintar la escuela. Con esta actividad se refuerza la sensibilización del personal en el apoyo a la comunidad como ESR.

### Entrega del Informe de Responsabilidad Social Empresarial

Para enmarcar la entrega colaboradores de los ejemplares del IRSE, se lleva a cabo en la oficina de Mexicali pláticas de concientización sobre el cuidado del medio ambiente con la participación de 45 personas, las cuales despertaron gran interés entre el personal y al mismo tiempo el compromiso con su ciudad, ya que investigaciones revelan que Mexicali no es la ciudad más poblada del país, ni la que más basura genera, pero sí la que tiene los niveles de contaminación del aire más altos.

### Reciclaje de papel

En 2014 se reciclaron 670 kg de papel, realizando el esfuerzo de recolección a través de la Asociación Civil, Mexicali Ambiental.

### Reciclaje de pilas

En octubre se dio inicio a la campaña de reciclaje de pilas con apoyo de la Secretaría de Protección al Ambiente del Estado, quienes se encargan de darle el tratamiento adecuado. Con esta campaña se concientiza al personal del impacto que genera el tirar las pilas a la basura y se les invita a depositar no sólo las pilas que se desechan en la oficina sino también lo que se desecha en casa.

### Eventos de integración

Buscando fortalecer lazos entre las oficinas de Tijuana y Mexicali, en 2014 sumamos entusiasmo, recursos, energía y compañerismo para realizar el evento de integración de ambas oficinas en el rancho Ojai en Tecate, donde se llevaron a cabo diferentes actividades recreativas, deportivas y de cultura general, contando con la participación de 40 colaboradores.

Adicionalmente, ambas oficinas organizaron un torneo de béisbol, llevándose a cabo tres partidos, alternando la sede entre Mexicali y Tijuana, con una participación de 30 colaboradores.

En Mexicali se llevó a cabo un emotivo festejo para las mamás de la oficina en el Día de las Madres, organizado 100% por los caballeros de esta sede.

Promoviendo la convivencia entre compañeros se llevó a cabo en Mexicali un torneo relámpago de basquetbol, donde participaron ocho equipos con tres integrantes cada uno.

Y en la oficina de Hermosillo se organizó un torneo de boliche, en el que participaron 18 colaboradores.



## IX. Informe de verificación independiente



México, D.F. a 24 de febrero de 2015.

## INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE

**Al H. Consejo de Administración de Grupo Nacional Provincial, S.A.B.  
Presente**

AuditaRSE, (Firma Social S.C.) ha realizado, a petición del Grupo Nacional Provincial, S.A.B., (GNP), una verificación independiente de su **Informe de Responsabilidad Social Empresarial 2014**.

### ALCANCE

El alcance de la verificación consistió en la revisión del contenido e indicadores de desempeño presentados en el informe de referencia. Las opiniones contenidas en el documento verificado y su elaboración son responsabilidad de Grupo Nacional Provincial, S.A.B., (GNP).

### INDEPENDENCIA

Nuestro trabajo consiste en emitir una opinión responsable sobre la fiabilidad de la información contenida, mediante la obtención de evidencias adecuadas y suficientes para tal objetivo.

### METODOLOGÍA DE VERIFICACIÓN

Nuestra revisión tomó como base los estándares (ISAE 3000), las normas de Accountability AA1000 y la metodología del Global Reporting Initiative (GRI G3) para la realización de reportes de sustentabilidad, considerando la inclusión del suplemento para el Sector Financiero del propio GRI.

La verificación fue realizada en las oficinas corporativas de GNP ubicadas en Av. Cerro de las Torres No. 395, Colonia Campestre Churubusco, México D.F., C.P. 04200, llevándose a cabo las siguientes revisiones:

- Físicas, mediante observación *in situ* de los esfuerzos descritos en el reporte.
- Testimoniales, a través de entrevistas con el personal para conocer la gestión y la profundidad de los programas de trabajo de sostenibilidad.
- Documentales. Examinamos, sobre bases muestrales, los datos e información contenidos en el informe a través de:
  - Verificación de la existencia de evidencias externas o internas que respaldan la información presentada.

Firma Social, S.C. Tel. (01) 55 5281 8016 [contacto@auditarse.com.mx](mailto:contacto@auditarse.com.mx)  
Paseo de la Reforma 250 Torre B Piso 10 Oficina 9  
Col. Juárez, C.P. 06600, México, D.F.





- Revisión de los sistemas, procesos y procedimientos de recopilación, de consolidación y de reporte de datos;
  - Verificación de la consolidación de los datos e información que se presenta de manera agregada.
- Validación a la consistencia de la información presentada en el informe 2014 respecto al informe 2013 y el seguimiento a programas e indicadores relevantes.

## RECOMENDACION

Durante el proceso de verificación que realizamos al Informe de Responsabilidad Social 2014 de GNP, pudimos apreciar y constatar el esfuerzo sostenido en la promoción y difusión de la Responsabilidad Social dentro de la empresa como con sus diversos grupos de interés.

En nuestra opinión, consideramos conveniente empezar a realizar las adecuaciones necesarias a sus planes y actividades de recopilación y presentación de información, tendientes a aplicar la versión G4 del GRI en su próximo informe.

## CONCLUSIONES

Al no contar con evidencia que haga notar diferencias y contradicciones de la información, consideramos que, el **Informe de Responsabilidad Social Empresarial de GNP**, contiene datos fidedignos y éstos representan de manera coherente y razonable los resultados para el período informado.

En nuestra calidad de Verificadores Independientes declaramos que, el **Informe 2014 de Grupo Nacional Provincial, S.A.B., (GNP)** corresponde a un nivel **A+**, de acuerdo al nivel de aplicación referido en la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad (G3) y la inclusión del Suplemento para el Sector Financiero del Global Reporting Initiative.

**Dr. Guillermo Cruz Reyes**  
AuditaRSE  
Socio Director

**C.P. Guillermo Suárez Soriano**  
AuditaRSE  
Asociado Senior



# X. Tabla de indicadores GRI



INDICADOR GRI		ESTATUS 2014
<b>ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>		
1.1	Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la responsabilidad social para la organización y su estrategia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carta del Director General, p.7</li> </ul>
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carta del Director General, p.7</li> <li>• Declaración de Responsabilidad Social, p.18</li> <li>• Gestión de riesgos, p.48</li> </ul>
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>		
2.1	Nombre de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grupo Nacional Provincial, S.A.B. (GNP Seguros)</li> </ul>
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuestra Empresa, p.12</li> <li>• Productos y servicios, p.27</li> </ul>
2.3	Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos (joint ventures).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Empresas Filiales, p.14</li> <li>• Estructura organizacional, p.24</li> <li>• Alianzas estratégicas, p.33</li> </ul>
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Av. Cerro de las Torres #395, Col. Campestre Churubusco, Coyoacán, México, D.F. 04200</li> </ul>
2.5	Número de países en los que opera la organización y nombre de los países en los que desarrolla actividades significativas o los que sean relevantes específicamente con respecto a los aspectos de sostenibilidad tratados en la memoria.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Red de oficinas, p.26</li> <li>• Alianzas estratégicas, p.33</li> </ul>
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuestra Empresa, p.12</li> </ul>
2.7	Mercados servidos: incluyendo el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes/beneficiarios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Red de oficinas, p.26</li> <li>• Productos y servicios, p.27</li> <li>• GNP en la economía mexicana, p.39</li> </ul>
2.8	Dimensiones de la organización informante, incluido:	
	Número de empleados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plantilla laboral, p.61</li> </ul>
	Ventas netas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cifras relevantes, p.40</li> </ul>
	Capitalización total, desglosada en términos de deuda y patrimonio neto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cifras relevantes, p.40</li> </ul>
	Cantidad de productos o servicios prestados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cifras relevantes, p.40</li> </ul>
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alcance del Informe, p.9</li> <li>• Nuestra Empresa, p.12</li> <li>• Cambios relevantes en la estructura, p.25</li> </ul>
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Certificaciones, premios y reconocimientos, p.35</li> </ul>
<b>PARÁMETROS DE LA MEMORIA</b>		
3.1	Periodo cubierto por la información contenida.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Alcance del Informe, p.9</li> </ul>
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 2013</li> </ul>
<b>PERFIL DE LA MEMORIA</b>		
3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Anual</li> </ul>
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• María Fernanda del Moral Durán rse@gnp.com.mx</li> </ul>



INDICADOR GRI		ESTATUS 2014
<b>ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA</b>		
3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria.	• Materialidad, p.10
3.6	Cobertura de la memoria.	• Alcance del Informe, p.9
3.7	Limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	• Alcance del Informe, p.9
3.8	La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	• Alcance del Informe, p.9 • Empresas Filiales, p.14 • Alianzas estratégicas, p.33
3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.	• Alcance del Informe, p.9
3.10	Descripción del efecto que puedan tener los cambios de información pertenecientes a memorias anteriores, junto con las razones que los han motivado.	• Alcance del Informe, p.9
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	• Alcance del Informe, p.9
<b>ÍNDICE DEL CONTENIDO GRI</b>		
3.12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria.	• Tabla de indicadores GRI, p.113
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria.	• Alcance del Informe, p.9 • Informe de verificación independiente, p.110
<b>GOBIERNO</b>		
4.1	Estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	• Consejo de Administración, p.19
4.2	Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	• Consejo de Administración, p.19
4.3	Número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	• Consejo de Administración, p.19
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	• Al ser GNP una empresa pública, se atiene a lo establecido en la Ley del Mercado de Valores en lo referente a derechos de los accionistas de las sociedades anónimas bursátiles (Ley del Mercado de Valores, Art.49). • Mecanismos para comunicar recomendaciones o indicaciones al Consejo de Administración, p.21
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	• Consejo de Administración, Retribuciones, p.22

INDICADOR GRI		ESTATUS 2014
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	• Consejo de Administración, Procedimiento para evitar el conflicto de interés, p.23
4.7	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	• Consejo de Administración, Procedimiento para designar miembros del Consejo de Administración, p.21
4.8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	• Misión, visión y valores, p.16
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	• Consejo de Administración, Mecanismos para comunicar recomendaciones o indicaciones al Consejo de Administración, p.21
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	• Consejo de Administración, Mecanismos de Auditoría y Prácticas Societarias, p.22
<b>COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS</b>		
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	• Prevención y gestión integral de riesgos, p.42
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	• Presentación del Informe, p.5 • Participación en Asociaciones, p.59 • Participación en el fortalecimiento del sector e injerencia en la gestión pública, p.59 • Compromiso con nuestra comunidad, p.84
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya como miembros a nivel de organización.	• Participación en Asociaciones, p.59 • Participación en el fortalecimiento del sector e injerencia en la gestión pública, p.59
<b>PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>		
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	• Materialidad, p.10 • Diálogo con los grupos de interés, p.58
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	• Materialidad, p.10
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	• Materialidad, p.10 • Diálogo con los grupos de interés, p.58
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	• Materialidad, p.10 • Diálogo con los grupos de interés, p.58



## II. Indicadores de desempeño

Leyenda:

• DISPONIBLE

N/A: NO APLICA

N/D: NO DISPONIBLE

### Desempeño Económico

INDICADOR GRI		ESTATUS 2014
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.	• Cifras relevantes, p.40
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.	• Cifras relevantes, p.40
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	• Prevención y gestión integral de riesgos, p.42 • Gestión de riesgos, riesgos naturales, mecanismos de transferencia de riesgos naturales, p.48
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	• Compensaciones y prestaciones al personal, p.70 • Plan de Ahorro y Formación Patrimonial "GNP SUMA", p. 71
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	• N/A. GNP no recibe ayudas financieras de ninguna esfera de gobierno.
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	• Compensaciones y prestaciones al personal, p.70
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	• Compromiso con nuestros proveedores, p.81
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	• Atracción de talento, p.63
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	• Compromiso con nuestra comunidad, p.84 • Resultados acumulados de programas sociales, p.91
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	• Resultados acumulados de programas sociales, p.91





## Desempeño Medioambiental

INDICADOR GRI		ESTATUS 2014
<b>MATERIALES</b>		
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consumo de energía eléctrica, p.96</li> <li>Consumo de agua, p.100</li> <li>Consumo y manejo de papel, p.101</li> </ul>
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reciclaje de papel y cartón, p.101</li> </ul>
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consumo de diésel, p.97</li> <li>Consumo de gas LP, p.97</li> <li>Transporte, p.97</li> </ul>
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consumo de energía eléctrica, p.96</li> <li>Viajes en avión, p.100</li> </ul>
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Emisiones de CO<sub>2</sub>, p.96</li> <li>Consumo de energía eléctrica, p.96</li> <li>Estrategias para disminución de consumos y resultados obtenidos, p.102</li> </ul>
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>N/A. Los productos financieros que ofrece GNP a sus clientes no consumen energía.</li> </ul>
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Estrategias para disminución de consumos y resultados obtenidos, p.102</li> </ul>
EN8	Captación total de agua por fuentes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Consumo de agua, p.100</li> <li>Captación y tratamiento de agua, p.101</li> </ul>
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	<ul style="list-style-type: none"> <li>N/A. GNP tiene sus oficinas en terrenos urbanos que se abastecen de agua a través de los sistemas hidráulicos suministrados por los distintos niveles de gobierno.</li> </ul>
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Captación y tratamiento de agua, p.101</li> </ul>
<b>BIODIVERSIDAD</b>		
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>N/A. GNP tiene sus oficinas en suelos urbanos debidamente reglamentados por la autoridad local.</li> </ul>
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>N/A. GNP tiene sus oficinas en suelos urbanos debidamente reglamentados por la autoridad local, por lo tanto no hay impactos significativos a la biodiversidad.</li> </ul>
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gol por México Verde, p.85</li> <li>Campañas de reforestación, p.103</li> </ul>
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>N/A. GNP tiene sus oficinas en suelos urbanos debidamente reglamentados por la autoridad local, por lo tanto no hay impactos significativos a la biodiversidad.</li> </ul>



INDICADOR GRI		ESTATUS 2014
EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. GNP tiene sus oficinas en suelos urbanos debidamente reglamentados por la autoridad local, por lo tanto no hay impactos significativos a la biodiversidad.</li> </ul>
<b>EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUO</b>		
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Emisiones de CO<sub>2</sub>, p.96</li> <li>• Consumo de energía eléctrica, p.96</li> <li>• Consumo de diésel, p.97</li> <li>• Consumo de gas LP, p.97</li> <li>• Transporte, p.97</li> </ul>
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. Al ser una empresa de servicios, sin procesos de manufactura, la única conversión aplicable por consumos de combustible y electricidad es la de dióxido de carbono CO<sub>2</sub>.</li> </ul>
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estrategias para disminución de consumos y resultados obtenidos, p.102</li> </ul>
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. No hay emisiones de estas sustancias.</li> </ul>
EN20	NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. No hay emisiones de estas sustancias.</li> </ul>
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. El vertimiento se hace a través del drenaje público, y no se consideran residuos peligrosos.</li> </ul>
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reciclaje de papel y cartón, p.101</li> <li>• Recolección de pilas, p.101</li> <li>• Recolección de PET, p.102</li> <li>• Recolección de residuos no peligrosos, p.102</li> </ul>
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. No hubo derrames de esta naturaleza.</li> </ul>
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. No se generan este tipo de residuos.</li> </ul>
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. No se generan este tipo de vertidos y no se opera en áreas de alto valor de biodiversidad.</li> </ul>
<b>PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>		
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. Las pólizas de seguros que se comercializan, por su naturaleza de protección patrimonial o financiera, no tienen impactos ambientales por su uso.</li> </ul>
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. Las pólizas de seguros que se comercializan, por su naturaleza de protección patrimonial o financiera, no requieren material de embalaje más allá del papel en el que se llegan a imprimir las pólizas, el cual, por medidas de seguridad, debe ser usado en una sola ocasión cada vez.</li> </ul>

INDICADOR GRI		ESTATUS 2014
<b>CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b>		
EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	• Cumplimiento de la legislación ambiental, p.103
<b>TRANSPORTE</b>		
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	• Transporte, p.97
<b>GENERAL</b>		
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	• Monto de inversión para proyectos ambientales, p.102

## Desempeño Social

INDICADOR GRI		ESTATUS 2014
<b>EMPLEO</b>		
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	• Plantilla laboral, p.61
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	• Plantilla laboral, p.61 • Movimientos del personal, p.63 • Índice de rotación por género y región, p.65
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	• Compensaciones y prestaciones al personal, p.70
<b>RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES</b>		
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	• Plantilla laboral, p.61
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	• Se cumple con lo dispuesto en la Ley Federal del Trabajo y conforme a lo convenido en el Contrato Colectivo de Trabajo; instrumentos que garantizan la comunicación oportuna y pertinente hacia todo el personal respecto a cambios organizativos o decisiones que les afecten.
<b>SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO</b>		
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	• Seguridad e higiene y protección civil, p.47
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	• Incapacidades y ausentismo, p.73
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	• GNP Cuida tu Salud, p.72

INDICADOR GRI		ESTATUS 2014
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Compensaciones y prestaciones al personal, p.70</li> <li>• GNP Cuida tu Salud, p.72</li> <li>• Atención médica al personal, p.73</li> </ul>
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estadísticas de capacitación, p.67</li> </ul>
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Becas de licenciatura, p.66</li> </ul>
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión del desempeño, p.68</li> </ul>
<b>DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES</b>		
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consejo de Administración, p.19</li> </ul>
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diferencia salarial promedio, p.61</li> <li>• Compensaciones y prestaciones para el personal, p.70</li> </ul>
<b>PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO</b>		
HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Criterios de inversión, p.41</li> </ul>
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Código de Ética y Conducta para proveedores, p.82</li> </ul>
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GNP Ética Empresarial, p.43</li> </ul>
<b>NO DISCRIMINACIÓN</b>		
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GNP Ética Empresarial, p.43</li> </ul>
<b>LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS</b>		
HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a la libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Norma Mexicana para la Igualdad Laboral entre Mujeres y Hombres, p. 35</li> <li>• Reglamento interior de trabajo, p.61</li> </ul>
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No hay actividades identificadas que conlleven un riesgo de esta naturaleza, sin embargo GNP está adherido a El Pacto Mundial y respeta y promueve los derechos de la infancia, apegándose al principio 5 del propio Pacto.</li> <li>• Además, ha establecido dos herramientas que obligan a sus colaboradores y proveedores a conducirse con ética, lo cual implica la erradicación del trabajo infantil:</li> <li>• GNP Ética Empresarial, p.43</li> <li>• Código de Ética y Conducta para proveedores, p.82</li> </ul>





INDICADOR GRI		ESTATUS 2014
<b>TRABAJOS FORZADOS</b>		
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No hay actividades identificadas que conlleven un riesgo de esta naturaleza, sin embargo GNP está adherido a El Pacto Mundial y respeta y promueve los derechos laborales apeándose al principio 4 del propio Pacto.</li> <li>• Además, ha establecido dos herramientas que obligan a sus colaboradores y proveedores a conducirse con ética, lo cual implica respetar las jornadas de trabajo bajo condiciones armónicas y de desarrollo mutuo:</li> <li>• GNP Ética Empresarial, p.43</li> <li>• Código de Ética y Conducta para proveedores, p.82</li> </ul>
<b>PRÁCTICAS DE SEGURIDAD</b>		
HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Código de Ética y Conducta para proveedores, p.82</li> </ul>
<b>DERECHOS DE LOS INDÍGENAS</b>		
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No se han reportado incidentes de esta naturaleza</li> </ul>
<b>COMUNIDAD</b>		
SO1	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La entrada de personal no interfiere con las actividades de las comunidades en donde se tienen operaciones. Todas las oficinas de la empresa se encuentran ubicadas en zonas urbanas, con vialidades accesibles y adecuadas para el transporte público y particular.</li> <li>• Resultados acumulados programas sociales, p.91</li> </ul>
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan anual de auditoría, p.45</li> </ul>
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prevención del lavado de dinero y financiamiento al terrorismo, p.44</li> <li>• GNP Ética Empresarial, p.43</li> </ul>
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• GNP Ética Empresarial, p.43</li> </ul>
<b>POLÍTICA PÚBLICA</b>		
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación en el fortalecimiento del sector e injerencia en la gestión pública, p.59</li> </ul>
SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En GNP no se hacen aportaciones a partidos políticos.</li> </ul>
<b>COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL</b>		
SO7	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No se reportaron acciones de esta naturaleza.</li> </ul>
SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Multas significativas o sanciones impuestas por la autoridad, p.41</li> </ul>



INDICADOR GRI		ESTATUS 2014
<b>SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE</b>		
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos y servicios, p.27</li> <li>• Unidad Especializada para la Atención de Usuarios (UNE), p.80</li> </ul>
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No se reportan incidentes de esta naturaleza. Los productos patrimoniales y financieros que oferta GNP, no ponen en riesgo la salud y la seguridad de las personas durante su ciclo de vida.</li> </ul>
<b>ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>		
PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lineamientos de comunicación, p.51</li> </ul>
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No existen incumplimientos de esta naturaleza.</li> </ul>
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos y servicios/Servicios de Experiencia Mejorada, p.29</li> <li>• Compromiso con nuestros clientes, p.78</li> </ul>
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación en el fortalecimiento del sector e injerencia en la gestión pública, p.59</li> </ul>
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No existen incumplimientos de esta naturaleza.</li> </ul>
<b>PRIVACIDAD DEL CLIENTE</b>		
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No se presentaron reclamaciones de esta naturaleza.</li> <li>• Protección de datos personales, p.45</li> </ul>
<b>CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b>		
PR9	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Multas significativas o sanciones impuestas por la autoridad, p.41</li> </ul>



## Indicadores GRI suplemento financiero

INDICADOR GRI		ESTATUS 2014
<b>IMPACTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>		
FS1	Políticas con componentes específicos sociales y ambientales aplicados a las líneas de negocio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos y Servicios, p.27</li> <li>• Línea Accesible, p.30</li> </ul>
FS2	Procedimientos para evaluar y proteger las líneas de negocio en cuanto a riesgos ambientales y sociales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistema de Control Interno, p.46</li> <li>• Gestión de riesgos, p.48</li> </ul>
FS3	Procesos para monitorear la implementación y el cumplimiento de los requerimientos ambientales y sociales incluidos en acuerdos y transacciones con clientes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Si bien en los "Criterios de Inversión", se establecen los lineamientos de aquellas empresas en las que GNP invierte, esto no aplica para la relación GNP-cliente.</li> </ul>
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"> <li>• GNP Ética Empresarial, p.43</li> <li>• Prevención del lavado de dinero y financiamiento al terrorismo, p.44</li> </ul>
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"> <li>• Diálogo con los grupos de interés, p.58</li> <li>• Compromiso con nuestra comunidad, p.84</li> </ul>
FS6	Desglose de la cartera para cada línea de negocio, por región específica, tamaño (grande, PyME, microempresa) y sector.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Distribución de cartera, p.33</li> </ul>
FS7	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio social específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Línea Accesible, p.30</li> <li>• Distribución de cartera, p.33</li> </ul>
FS8	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para ofrecer un beneficio medioambiental específico por cada línea de negocio desglosado por objetivos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. La empresa no cuenta con productos de este tipo.</li> </ul>
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"> <li>• Plan anual de auditoría, p.45</li> </ul>
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"> <li>• Resultados acumulados de programas sociales, (Institución aliada) p. 91</li> </ul>
FS11	Porcentaje de activos sujetos a análisis positivo o negativo social o ambiental.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. No se hacen análisis de los activos de la empresa bajo estos criterios debido a que, al ser una empresa no manufacturera y ubicar sus oficinas en suelos urbanos debidamente reglamentados, se considera poco relevante el impacto social o ambiental que puedan ocasionar las operaciones de la misma.</li> </ul>
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.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Criterios de inversión, p.41</li> </ul>
FS13	Accesibilidad en zonas de baja densidad de población o lugares desfavorecidos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Red de oficinas, p.26</li> </ul>
FS14	Iniciativas para mejorar el acceso de los colectivos desfavorecidos a los servicios financieros.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Línea Accesible, p.30</li> </ul>
FS15	Políticas para el diseño y venta de productos y servicios financieros, de manera razonable y justa.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Línea Accesible, p.30</li> <li>• Criterios para el desarrollo de un producto, p.32</li> </ul>
FS16	Iniciativas para fomentar los conocimientos financieros por tipo de beneficiario.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Productos y servicios/Servicios de Experiencia Mejorada, p.29</li> <li>• Compromiso con nuestros clientes, p.78</li> </ul>



# Anexo: Estudio de Materialidad 2014

# Encuesta de Materialidad a Colaboradores



UNIVERSO	
GÉNERO	PORCENTAJE
Mujeres	49.7%
Hombres	50.3%
1,546 respuestas	

¿ENCONTRASTE FÁCILMENTE LA INFORMACIÓN QUE BUSCABAS?		
Sí	No	No BUSCABA UNA INFORMACIÓN EN ESPECÍFICO
70.6%	3.7%	25.7%
1,546 respuestas		

EN GENERAL LA CALIDAD DEL INFORME TE PARECIÓ:				
MUY BUENO	BUENA	REGULAR	MALO	PÉSIMO
40.4%	56.3%	2.8%	0.3%	0%
1,546 respuestas				

¿HAY ALGÚN DATO QUE ESPERABAS QUE GNP REPORTARA Y NO REPORTÓ?		
Sí	No	No BUSCABA UNA INFORMACIÓN EN ESPECÍFICO
2.7%	70.6%	26.7%
1,546 respuestas		

CON RELACIÓN AL INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE GNP DEL AÑO ANTERIOR, ENCUENTRAS ÉSTE:			
HA MEJORADO	No HA CAMBIADO	HA EMPEORADO	No CONOZCO EL INFORME ANTERIOR
81.1%	10.4%	0.4%	8.1%
1,546 respuestas			

- ¿CUÁL?**
- Número y monto de siniestros pagados de todos los ramos.
  - Número de empleados con capacidades diferentes, y qué áreas y perfiles están cubriendo.
  - Acciones específicas destinadas al medio ambiente.
  - Información general del resto de las empresas de Grupo BAL.
  - Eventos sociales dentro de la compañía, próximos arranques, metas, etc.
  - Prospecciones y mejoras. Mayor detalle de los programas de apoyo al colaborador tanto sindicalizado como no sindicalizado.

CON RELACIÓN A INFORMES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE OTRAS EMPRESAS, ENCUENTRAS ÉSTE:			
MEJOR	IGUAL	PEOR	No CONOZCO OTROS INFORMES
45.2%	5.6%	0.2%	49%
1,546 respuestas			

FAVOR DE INDICAR QUE TAN DE ACUERDO/EN DESACUERDO ESTÁS EN CADA UNO DE LOS SIGUIENTES COMPONENTES:					
	EL INFORME DENOTÓ CALIDAD	EL CONTENIDO DEL INFORME ES MUY INTERESANTE	LA INFORMACIÓN PRESENTADA TIENE UN ALTO NIVEL DE CREDIBILIDAD	FUE ÚTIL LA ENTREGA DEL INFORME EN USB	EL DISEÑO DEL INFORME ES ATRACTIVO
Totalmente de acuerdo	44.2%	38.6%	42%	62.6%	54.8%
De acuerdo	52.3%	54.7%	51.4%	30.9%	40.3%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	2.8%	6.2%	5.8%	4.4%	4.1%
Desacuerdo	0.5%	0.4%	0.7%	1.8%	0.6%
Totalmente en desacuerdo	0.2%	0.2%	0.1%	0.3%	0.1%
1,546 respuestas					

- Más información sobre el apoyo a comunidades.
- Estado actual de la compañía de forma general.
- Cuánta gente se vio beneficiada por todos los programas como Gol por México.
- Datos sobre su nivel de salario respecto a las demás empresas del ramo y en el mercado laboral en general; número de plazas desaparecidas y niveles diluidos en escalafón para promoción laboral.
- La tasa de crecimiento con respecto a años anteriores.
- Integrar información del mercado para tener referencias de nuestros principales competidores.
- En el Informe hablan del número de personas que se encuentran activas en la empresa, tanto en GNP, filiales y Sindicato, pero faltó detallar el número de las personas por nivel y sus prestaciones.
- Información de otras aseguradoras.
- Más relevancia a la operación en caso de desastres.
- El monto que se gastó en todos los programas que incluyen el Informe.
- Información de empleados (comparativos de ingresos, prestaciones, plantilla).
- Qué causas existen y no hemos apoyado, (por ejemplo, a organizaciones como los orfanatos).
- Reporte de metas alcanzadas y no alcanzadas.
- Las actividades que se realizan en las plazas foráneas.
- Información deportiva.
- Análisis de riesgo en los Centros de Remates de las localidades (impacto al daño ecológico).
- No vi información relativa a los equipos de SAR y la estrategia que se busca seguir con ellos en los próximos años.
- Ser más específicos en los cursos técnicos que se dan al personal.
- La mecánica para concursar en las vacantes y cursos o diplomados de temas actuales para la empresa.

#### ¿QUÉ SE TE HIZO MÁS RELEVANTE O DE UTILIDAD?

- Las estadísticas presentadas.
- La historia de GNP.
- Los grupos de interés, Misión, Visión, Valores y Declaración de Responsabilidad Social.
- El informe de las prestaciones a los empleados
- Los programas sociales en los que participa GNP.
- La información de los controles internos como el lavado de dinero y prevención de terrorismo.
- Temas de inclusión y ecología en los que GNP realiza un gran papel.
- Las certificaciones que tiene GNP ante la sociedad.
- Los programas de participación social.
- La información acerca de la reforestación y apoyo a viviendas.
- El apartado de Compromiso y Diálogo Social.
- El estado de resultados, el compromiso con nuestra comunidad.
- El ahorro de papel.
- Cifras de participación en el mercado.
- Estructura organizacional, capacitación y Foro de Inteligencia Colectiva.
- Las estadísticas de empleados, eso me interesó mucho.

#### MARCA AQUELLOS QUE CONSIDERES COMO LOS TRES PUNTOS MÁS FUERTES DEL INFORME.

FOTOGRAFÍAS	34.6%	CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	<b>68%</b>
GRÁFICAS Y ESQUEMAS	<b>52.8%</b>	CANTIDAD DE INFORMACIÓN	13.5%
INFORMACIÓN TÉCNICA	29%	VERACIDAD DE LA INFORMACIÓN	<b>42.1%</b>
INFORMACIÓN NARRATIVA	20.5%	DISEÑO	39.5%
<b>1,546 respuestas</b>			

#### MARCA AQUELLOS QUE CONSIDERES COMO LOS TRES PUNTOS MÁS DÉBILES DEL INFORME.

FOTOGRAFÍAS	39.8%	CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	8.3%
GRÁFICAS Y ESQUEMAS	34.2%	CANTIDAD DE INFORMACIÓN	<b>67.7%</b>
INFORMACIÓN TÉCNICA	<b>51.4%</b>	VERACIDAD DE LA INFORMACIÓN	12.6%
INFORMACIÓN NARRATIVA	<b>56.1%</b>	DISEÑO	30%
<b>1,546 respuestas</b>			



### ¿QUÉ USO LE DARÁS AL INFORME?

CONSULTA FRECUENTE	HOJEARLO	LEERLO UNA VEZ	NO LE VE UTILIDAD
23.2%	30.9%	45.3%	0.6%
1,546 respuestas			

### CALIFICA AMBAS DIMENSIONES EN UNA ESCALA DE 1 A 5, DONDE 5 ES LA CALIFICACIÓN MÁS ALTA.

ÁREA O TEMA	IMPORTANCIA PARA USTED (1-5)	DESEMPEÑO DE GNP (1-5)
Trabajo en equipo	4.70	4.02
Ética empresarial	4.76	4.45
Prevención y gestión de riesgos	4.48	4.20
Trato justo a proveedores	4.22	3.92
Apoyo a causas sociales	4.11	4.60
Ecología y medio ambiente	4.53	4.45
Orientación al cliente interno	4.51	3.93
Orientación al cliente externo	4.61	4.11
1,546 respuestas		

- Me gustaría que también se diera apoyo a causas y a casos de los mismos colaboradores de la empresa, ya que hay muchas historias y problemas de familiares o de gente muy cercana a los empleados de GNP. Es maravilloso ayudar a la sociedad en general, pero también sería increíble que la empresa desarrollara un programa de Goles con Causa para su misma familia.
- Si bien nuestro acercamiento a clientes finales es a través de intermediarios, deberíamos tener un mejor enfoque para conocer a nuestros clientes a través de herramientas de CRM y nuevas tecnologías de BigData y Cloud. Si no conocemos a nuestros clientes no tendremos pista de hacia dónde deberemos de enfocar nuestros productos y servicios.
- El Informe es muy completo, solamente que a veces se utilizan términos muy técnicos que no alcanzamos a entender, sería bueno utilizar terminología más simple para comprenderlo mejor.
- Incluir ligas o referencias para consulta de información más detallada.
- Excelente la idea de presentarlo en USB.
- Los proveedores de GNP son clave en la gestión más operativa de GNP, su opinión y experiencia deben ser tomados en cuenta.
- Tratar de resumirlo un poco más y que sea 100% digital.

### COMENTARIOS Y RECOMENDACIONES ADICIONALES

- Me parece que debe estar mejor estructurado y con un diseño más simple que permita una consulta más amigable.
- Es importante seguir utilizando los medios electrónicos, es más práctico, y pensado ecológicamente, no contaminamos con papel y todo el proceso que genera la creación en un medio impreso, y de esta manera salvamos árboles.
- En la parte de orientación al cliente interno no se da la importancia requerida.
- Que las gráficas sean más explicativas, ya que en varias ocasiones no logro entender las estadísticas.



# Encuesta de Materialidad a Proveedores



TAMAÑO DE LA EMPRESA		
OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Micro: de 2 a 10 empleados	5.8%	1
Pequeña: de 11 a 25 empleados	23.5%	4
Mediana: de 51 a 100 empleados	11.7%	2
Grande: más de 100 empleados	58.8%	10
Pregunta respondida		17
Pregunta omitida		4

- ▶ 47% de proveedores del sector servicios.
- ▶ 53% de otros sectores: IT, tecnología y servicios, automotriz, protección civil y seguridad.

¿PERCIBE USTED A GNP COMO UNA EMPRESA QUE SE PREOCUPA POR SU ENTORNO?		
OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Sí	100%	17
No	0%	0
Pregunta respondida		17
Pregunta omitida		4

LOS TEMAS QUE USTED VE ENLISTADOS EN EL EXTREMO IZQUIERDO CORRESPONDEN A LOS ASUNTOS RELEVANTES IDENTIFICADOS POR GNP EN UN EJERCICIO PREVIO. EVALÚE LA IMPORTANCIA QUE TIENE EL TEMA PARA USTED. EL RANGO DE CALIFICACIÓN ES (1-5), EN DONDE 1 ES LO MÁS BAJO Y 5 LO MÁS ALTO.	
OPCIONES DE RESPUESTA	VALORACIÓN MEDIA
Trabajo en equipo	4.47
Ética empresarial	4.59
Prevención y gestión de riesgos	4.18
Trato justo a proveedores	4.53
Apoyo a causas sociales	4.29
Ecología y medio ambiente	4.29
Productos accesibles a personas de bajos ingresos	3.82

LOS TEMAS QUE USTED VE ENLISTADOS EN EL EXTREMO IZQUIERDO CORRESPONDEN A LOS ASUNTOS RELEVANTES IDENTIFICADOS POR GNP EN UN EJERCICIO PREVIO. POR FAVOR, INDIQUE EL DESEMPEÑO QUE USTED CONSIDERA QUE TIENE GNP EN CADA TEMA. EL RANGO DE CALIFICACIÓN ES (1-5), EN DONDE 1 ES LO MÁS BAJO Y 5 LO MÁS ALTO.	
OPCIONES DE RESPUESTA	VALORACIÓN MEDIA
Trabajo en equipo	4.31
Ética empresarial	4.63
Prevención y gestión de riesgos	4.25
Trato justo a proveedores	4.13
Apoyo a causas sociales	4.63
Ecología y medio ambiente	4.63
Productos accesibles a personas de bajos ingresos	3.63

## ELIJA UN TEMA QUE CALIFICÓ COMO "MUY POSITIVO" E INDIQUE ¿POR QUÉ LO CONSIDERA COMO TAL?

- Apoyo a causas sociales, Gol por México, ayuda a las personas más vulnerables.
- El trabajo en equipo es el que me parece más importante, ya que es la base principal de cada una de las empresas para seguir creciendo, y el avance y desarrollo de las mismas.
- Distribución de cartera.
- Campaña de vacunación, ya que le preocupa la salud y bienestar de su gente.
- Trabajo en equipo, de esta manera se pueden dar mejores resultados a beneficio de ambas partes.
- Ética empresarial, por la forma de laborar y de proteger a los empleados y proveedores que laboran dentro de sus instalaciones, en donde siempre se tiene como objetivo el tener valores firmes; de ser justos y emprendedores.
- Ética empresarial en la gestión de proyectos y proveedores.
- Carrera y eventos BAL: excelente gestión, organización y dinamismo.



### ELIJA UN TEMA QUE CALIFICÓ COMO “MUY NEGATIVO” E INDIQUE ¿QUÉ TENDRÍA QUE MEJORAR GNP?

- Los productos accesibles a personas de bajos recursos, es el que me parece que GNP debe de poner más atención, ya que estas personas son las que deberían de aprender que tener un soporte detrás de ellos les permite estar más tranquilos y desenvolverse más.
- Seriedad y experiencia.
- Productos accesibles a personas de bajos ingresos.
- Tener una visión basada en precio para la contratación de los servicios sin llevar a cabo un análisis de costo total de propiedad que muestre los beneficios directos e indirectos.
- No tengo evidencias sobre el tema de prevención y gestión de riesgos.
- Evento de seguridad, mejorar su difusión.

### EN GENERAL, LA CALIDAD DEL INFORME LE PARECIÓ:

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Excelente	58.8%	10
Buena	35.2%	6
Regular	5.8%	1
Mala	0%	0
<b>Pregunta respondida</b>		<b>17</b>
<b>Pregunta omitida</b>		<b>4</b>

### CON RELACIÓN CON EL INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE GNP DEL AÑO ANTERIOR, ENCUENTRA ÉSTE:

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Mejor	64.7%	11
Igual	5.8%	1
Peor	0%	0
No conozco el Informe anterior	29.4%	5
<b>Pregunta respondida</b>		<b>17</b>
<b>Pregunta omitida</b>		<b>4</b>

### CON RELACIÓN CON INFORMES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE OTRAS EMPRESAS, ENCUENTRA ÉSTE:

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Mejor	64.7%	11
Igual	23.5%	4
Peor	0%	0
No conozco otros Informes	11.7%	2
<b>Pregunta respondida</b>		<b>17</b>
<b>Pregunta omitida</b>		<b>4</b>

### EL CONTENIDO DEL INFORME LE PARECIÓ:

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Muy interesante	35.2%	6
Interesante	64.7%	11
Poco interesante	0%	0
Nada interesante	0%	0
<b>Pregunta respondida</b>		<b>17</b>
<b>Pregunta omitida</b>		<b>4</b>

### CONSIDERA QUE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA EN EL INFORME TIENE:

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Bastante credibilidad	41.1%	7
Suficiente credibilidad	58.8%	10
Poca credibilidad	0%	0
No tiene credibilidad	0%	0
<b>Pregunta respondida</b>		<b>17</b>
<b>Pregunta omitida</b>		<b>4</b>

### ¿ENCONTRÓ FÁCILMENTE LA INFORMACIÓN QUE BUSCABA?

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Sí	100%	17
No	0%	0
<b>Pregunta respondida</b>		<b>17</b>
<b>Pregunta omitida</b>		<b>4</b>



### ¿HAY ALGÚN DATO QUE ESPERABA QUE GNP REPORTARA Y NO REPORTÓ?

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Sí	0%	0
No	94.2%	16
¿Cuál?: Participación en el mercado	5.88%	1
Pregunta respondida		17
Pregunta omitida		4

### ¿QUÉ SE LE HIZO MÁS RELEVANTE O DE UTILIDAD?

- Distribución de la cartera.
- Apoyo a causas sociales y ecología.
- Estructura organizacional y posicionamiento de mercado.
- Relevancia en el mercado nacional
- El compromiso y diálogo social.
- Trato justo a proveedores.
- Sus consumos de gasolina.

### EL DISEÑO LO CONSIDERA:

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Excelente	64.7%	11
Bueno	29.4%	5
Regular	5.8%	1
Malo	0%	0
Pregunta respondida		17
Pregunta omitida		4

### MARQUE AQUELLOS QUE CONSIDERE LOS TRES PUNTOS MÁS FUERTES DEL INFORME.

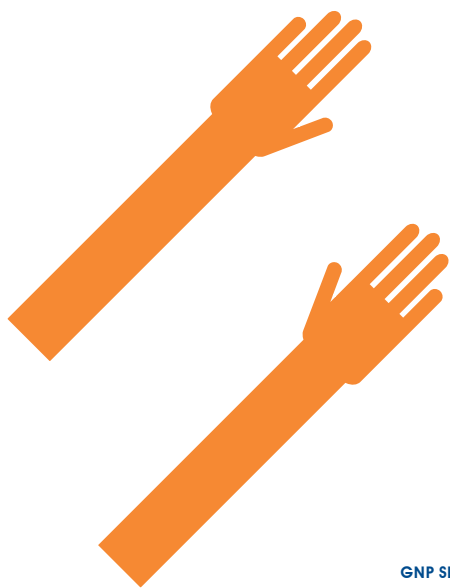
OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Fotografías	41.1%	7
Gráficas y esquemas	70.5%	12
Información técnica	23.5%	4
Información narrativa	17.6%	3
Calidad de la información	82.3%	14
Cantidad de información	17.6%	3
Veracidad de la información	29.4%	5
Diseño	35.2%	6
Pregunta respondida		17
Pregunta omitida		4

### MARQUE AQUELLOS QUE CONSIDERE LOS TRES PUNTOS DÉBILES DEL INFORME.

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Fotografías	35.2%	6
Gráficas y esquemas	5.8%	1
Información técnica	52.9%	9
Información narrativa	47%	8
Calidad de la información	5.8%	1
Cantidad de información	64.7%	11
Veracidad de la información	0%	0
Diseño	17.6%	3
Pregunta respondida		17
Pregunta omitida		4

### ¿QUÉ USO LE DARÁ AL INFORME?

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Documento de consulta	88.2%	15
Hojearlo	5.8%	1
Leerlo una vez	5.8%	1
No le ve utilidad	0%	0
Pregunta respondida		17
Pregunta omitida		4



# Encuesta de Materialidad a Beneficiarios

SEXO		
OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Femenino	78.5%	11
Masculino	21.4%	3
Pregunta respondida		14
Pregunta omitida		1

CATEGORÍA DE EDAD		
OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
16-20 años	0%	0
21-29 años	14.2%	2
30-39 años	28.5%	4
40-49 años	35.7%	5
50-59 años	21.4%	3
60 o más años	0%	0
Pregunta respondida		14
Pregunta omitida		1

¿PERCIBE USTED A GNP COMO UNA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE?		
OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Sí	100%	11
No	0%	0
Pregunta respondida		11
Pregunta omitida		4

EVALÚE LA IMPORTANCIA QUE TIENE EL TEMA PARA USTED. EL RANGO DE CALIFICACIÓN ES (1-5), EN DONDE 1 ES LO MÁS BAJO Y 5 LO MÁS ALTO.	
OPCIONES DE RESPUESTA	VALORACIÓN MEDIA
Ética empresarial	4.5
Prevención y gestión de riesgos	4
Apoyo a causas sociales	4.2
Ecología y medio ambiente	4.3

EVALÚE EL DESEMPEÑO QUE TIENE EL TEMA PARA USTED. EL RANGO DE CALIFICACIÓN ES (1-5), EN DONDE 1 ES LO MÁS BAJO Y 5 LO MÁS ALTO.

OPCIONES DE RESPUESTA	VALORACIÓN MEDIA
Ética empresarial	4.2
Prevención y gestión de riesgos	4.3
Apoyo a causas sociales	4.3
Ecología y medio ambiente	4

ELIJA UN TEMA QUE CALIFICÓ COMO "MUY POSITIVO" E INDIQUE ¿POR QUÉ LO CONSIDERA COMO TAL?

- Apoyo a causas sociales, porque al apoyar a causas sociales o grupos vulnerables de nuestra sociedad, por parte de empresas socialmente responsables, poco a poco van siendo equitativas las oportunidades que todo ser humano debe gozar.
- Es una empresa que se interesa en el apoyo a las personas con discapacidad.
- Se considera a GNP como una empresa con un importante desempeño en la prevención y gestión de riesgos, ya que ha implementado diversas acciones y medidas con este fin.
- GNP es una empresa con una excelente ética, que además realiza actividades relevantes para la comunidad en diversas áreas de interés.



**ELIJA UN TEMA QUE CALIFICÓ COMO “MUY NEGATIVO” E INDIQUE ¿QUÉ TENDRÍA QUE MEJORAR GNP?**

- Como recomendación, formar redes o equipos entre instituciones y empresas que permitan el bienestar y mejora de los grupos vulnerables.
- El apoyo a causas sociales es muy significativo, sin embargo, el proceso de donación fue lento. Entiendo que particularmente en 2014 hubo un cambio de estrategia; pero éste entorpeció el desempeño de la donación. Por otro lado, no se notificó a la asociación sobre la transmisión de la entrevista televisiva.
- El apoyo a causas sociales que es nuestro rubro; realmente no ha habido un gran acercamiento. Falta más interés por ayudar.
- Ecología y medio ambiente: desconozco las actividades que GNP apoya en este rubro.

**¿USTED RECIBE AYUDA DE LOS PROGRAMAS SOCIALES DE GNP?**

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Sí	66.7%	6
No	33.3%	3
Pregunta respondida		9
Pregunta omitida		6

**¿PUEDE INDICAR CUÁLES SON ESOS PROGRAMAS?**

- Apoyo a causas sociales
- Vivir es increíble
- Donativo en especie

**¿CÓMO LE HAN BENEFICIADO ESOS PROGRAMAS?**

- Para mejorar la atención a nuestros beneficiarios.
- Con donativos en especie.
- Con equipo.
- Donativo en especie (abarrotes 280 piezas).
- Donaciones en especie en el ámbito de material de comunicación.
- Nos ayudó a contar con equipo para continuar con las actividades y lograr los objetivos de nuestra asociación civil.

**¿CÓMO CREE QUE ESOS PROGRAMAS LO PUEDAN AYUDAR MÁS? ¿QUÉ LES MEJORARÍA?**

- A través de los programas podemos trascender y ejecutar proyectos productivos que permitan mejorar la calidad de vida de los beneficiarios.
- Me encantaría tener difusión en el programa Mojoe de nuestros pequeños hermanos, hacer un reportaje en las instalaciones.
- Con apoyos y contactos de la gente que trabaja en GNP.
- Que sea un apoyo fijo.
- La ayuda fue muy positiva para el programa. El único detalle fue la falta de comunicación sobre la transmisión de la entrevista realizada al director en medios de comunicación.

**DE ACUERDO A SU EXPERIENCIA CON GNP, ¿CUÁL ES EL SENTIDO DE COMPROMISO QUE TIENE CON LA COMPAÑÍA?**

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Ayudaría a GNP en otros programas como voluntario permanente	22.2%	2
Le gustaría trabajar en GNP o que algún familiar lo hiciera	33.3%	3
Recomendaría a GNP como una empresa buena	66.6%	6
Brindaría su confianza a GNP como su empresa aseguradora	44.4%	4
Asistiría a convocatorias de GNP para eventos o acciones sociales y ambientales	88.8%	8
Ninguno	0%	0
Otro (especifique)	11.11%	1
Pregunta respondida		9
Pregunta omitida		6



**A RAÍZ DE LOS APOYOS QUE HA RECIBIDO DE GNP, ¿CONSIDERA USTED QUE HA CAMBIADO Y HA TENIDO ALGUNA MEJORÍA EN SU VIDA DIARIA EN LOS SIGUIENTES ASPECTOS?**

OPCIONES DE RESPUESTA	Sí	No	TOTAL
Familiar	20%	80%	5
Personal	50%	50%	6
Laboral	100%	0%	8
Pregunta respondida			8
Pregunta omitida			7

**¿SE SIENTE PROTEGIDO POR GNP?**

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Sí	33.3%	3
No	66.6%	6
Pregunta respondida		9
Pregunta omitida		6

**¿TIENE COMUNICACIÓN CON GNP?**

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Sí	50%	5
No	50%	5
Pregunta respondida		10
Pregunta omitida		5

**¿ÉSTA ES?**

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Buena	71.4%	5
Mala	0%	0
Regular	28.5%	2
Pregunta respondida		7
Pregunta omitida		8

**EN GENERAL, LA CALIDAD DEL INFORME LE PARECIÓ:**

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Excelente	57.4%	4
Buena	42.8%	3
Regular	0%	0
Mala	0%	0
Pregunta respondida		7
Pregunta omitida		8

**CON RELACIÓN AL INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE GNP DEL AÑO ANTERIOR, ENCUENTRA ÉSTE:**

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Mejor	37.5%	3
Igual	12.5%	1
Peor	0%	0
No conozco el informe anterior	50%	4
Pregunta respondida		8
Pregunta omitida		7

**CON RELACIÓN A INFORMES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE OTRAS EMPRESAS, ENCUENTRA ÉSTE:**

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Mejor	37.5%	3
Igual	12.5%	1
Peor	12.5%	1
No conozco otros informes	37.5%	3
Pregunta respondida		8
Pregunta omitida		7



### EL CONTENIDO DEL INFORME LE PARECIÓ:

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Muy interesante	28.5%	2
Interesante	42.8%	3
Poco interesante	14.2%	1
Nada interesante	14.2%	1
Pregunta respondida		7
Pregunta omitida		8

### CONSIDERA QUE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA EN EL INFORME TIENE:

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Bastante credibilidad	28.5%	2
Suficiente credibilidad	57.1%	4
Poca credibilidad	0%	0
No tiene credibilidad	14.2%	1
Pregunta respondida		7
Pregunta omitida		8

### ¿ENCONTRÓ FÁCILMENTE LA INFORMACIÓN QUE BUSCABA?

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Sí	62.5%	5
No	37.5%	3
Pregunta respondida		8
Pregunta omitida		7

### ¿HAY ALGÚN DATO QUE ESPERABA QUE GNP REPORTARA Y NO REPORTÓ?

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Sí	14.2%	1
No	85.7%	6
¿Cuál?: Participación en el mercado	5.88%	1
Pregunta respondida		7
Pregunta omitida		8

### ¿QUÉ SE LE HIZO MÁS RELEVANTE O DE UTILIDAD?

- La historia de GNP y la forma como colabora con la sociedad.
- Prevención de riesgos y compromiso social.
- Reclamaciones y quejas, utilidades.

### EL DISEÑO LO CONSIDERA:

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Excelente	37.5%	3
Bueno	50%	4
Regular	12.5%	1
Malo	0%	0
Pregunta respondida		8
Pregunta omitida		7

### MARQUE AQUELLOS QUE CONSIDERE LOS TRES PUNTOS MÁS FUERTES DEL INFORME.

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Fotografías	42.8%	3
Gráficas y esquemas	71.4%	5
Información técnica	14.2%	1
Información narrativa	0%	0
Calidad de la información	71.4%	5
Cantidad de información	14.2%	1
Veracidad de la información	28.5%	2
Diseño	57.1%	4
Pregunta respondida		7
Pregunta omitida		8



MARQUE AQUELLOS QUE CONSIDERE LOS TRES PUNTOS DÉBILES DEL INFORME.		
OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Fotografías	0%	0
Gráficas y esquemas	14.2%	1
Información técnica	57.1%	4
Información narrativa	71.4%	5
Calidad de la información	14.2%	1
Cantidad de información	71.4%	5
Veracidad de la información	28.5%	2
Diseño	0%	0
Pregunta respondida		7
Pregunta omitida		8

¿QUÉ USO LE DARÁ AL INFORME?		
OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Documento de consulta	42.8%	3
Hojearlo	14.2%	1
Leerlo una vez	42.8%	3
No le ve utilidad	0%	0
Pregunta respondida		7
Pregunta omitida		8

## Asamblea Anual de Accionistas 2014

El 22 de abril de 2014 se llevó a cabo la Asamblea Ordinaria Anual de Accionistas, en la cual se trataron los siguientes asuntos relevantes:

- Designación y ratificación de Consejeros.
- Remuneraciones de Consejeros.
- Proceso de licitación pública del seguro de Gastos Médicos Mayores para las dependencias y entidades de la Administración Pública Federal.
- Cambio de proveedor en el extranjero para sus asegurados de los planes Línea Azul Internacional y Línea Azul VIP (poco más de 30 mil asegurados).

## Evaluación de aseguradoras de CONDUSEF 2013

En 2014 la CONDUSEF publicó su estudio "Desempeño de las aseguradoras" en cuanto a la atención a usuarios de 2013. Entre los asuntos más relevantes se encuentran:

• Del 100% de acciones de defensa que se registraron, 5% fueron de aseguradoras.

• Las acciones de defensa se desglosan en las siguientes categorías:

- Asesorías (48.4%)
- Controversias (49.4%)
- Dictamen (1.8%)
- Arbitraje (1%)
- Solicitud de defensa (.2%)
- Defensa legal (.2%)

• En cuanto a controversias, el Top-10 de casos presentados por aseguradora son:

1. Seguros BBVA Bancomer
2. Grupo Nacional Provincial
3. Zurich Santander Seguros
4. Metlife
5. Ace Seguros
6. Seguros Banamex
7. Quálitas
8. AXA Seguros
9. Mapfre Tepeyac
10. Seguros Inbursa

• En cuanto a causas, el Top-10 de casos presentados son:

1. Incumplimiento del contrato.
2. Cancelación no atendida de póliza no contratada.
3. Cancelación del contrato por la aseguradora.
4. Inconformidad con la reparación del bien afectado.
5. Inconformidad con el monto de la indemnización.
6. Aclaración del pago de la póliza.
7. Solicitud de cancelación del contrato no atendida.
8. Inconformidad con el tiempo para el pago de la indemnización.
9. Información sobre el estatus que guarda el contrato.
10. Inconformidad con el monto de la prima.

● **La evaluación de la gestión electrónica entre las 15 aseguradoras con más de 200 controversias fue la siguiente:**

1. Seguros Inbursa (8.35)
2. Grupo Nacional Provincial (7.94)
3. Mapfre Tepeyac (7.61)
4. Seguros Banamex (7.32)
5. Zurich Santander Seguros (7.30)

● **La evaluación del índice de controversias entre las 15 aseguradoras con más de 200 controversias fue la siguiente:**

1. ABA Seguros (6.62)
2. Axa Seguros (5.83)
3. Quálitas (5.59)
4. Grupo Nacional Provincial (5.29)
5. Seguros Banorte Generali (5.12)

● **Los factores de la baja calificación de controversias de las aseguradoras fueron:**

**1. Usuario:**

- Las expectativas son diferentes a las cláusulas de la póliza contratada.
- El funcionamiento del deducible y el coaseguro no es claro.
- No se tiene pleno conocimiento de sus obligaciones al contratar un seguro.

**2. Institución:**

- Existe una mala asesoría por parte de los agentes de seguros.
- La información proporcionada por la aseguradora no es clara o precisa, en cuanto a exclusiones o preexistencias.
- Incumplimiento de las condiciones pactadas en la póliza.

● **La evaluación del índice de sanción entre las 15 aseguradoras con más de 200 controversias fue la siguiente:**

1. Seguros Banamex (10)
2. Seguros Monterrey New York Life (10)
3. Seguros Argos (9.96)
4. Seguros BBVA Bancomer (9.93)
5. Ace Seguros (9.93)
6. ABA Seguros (9.93)
7. AXA Seguros (9.93)
8. HSBC Seguros (9.82)
9. Quálitas (9.75)
10. Metlife (9.42)
11. Grupo Nacional Provincial (9.38)

● **Los principales motivos en materia de imposición de multas que se presentaron en este sector son:**

- No presentar informe detallado y razonado en la audiencia de conciliación.
- No presentarse a la audiencia.
- No cumplir con el Informe Trimestral de la UNE.

● **La calificación final del desempeño de las aseguradoras en cuanto a la atención a usuarios fue:**

- ABA Seguros (7.92)
- AXA Seguros (7.60)
- Grupo Nacional Provincial (7.54)
- Quálitas (7.40)
- Seguros Banamex (7.31)

## Artículos de prensa 2014

Se analizaron las notas de prensa en las que aparece GNP en 2014, en los cinco principales periódicos del país, tomando en cuenta tanto apariciones positivas como negativas. Los resultados se resumen en los siguientes temas relevantes:

**1. Positivas:**

- GNP incrementa oferta para las PyMEs.
- GNP aliviará planes de retiro carga fiscal de reforma hacendaria.
- GNP Seguros emite tips a vacacionistas.
- GNP Seguros, a través de sus programas sociales ha beneficiado a más de 1.5 millones de personas y sigue trabajando para la sociedad mexicana.
- Aseguradoras ven mejoría económica.

**2. Negativas:**

- Las reclamaciones ante aseguradoras de pagos por los daños causados al paso del huracán Odile por Baja California Sur ascienden a 14 mil 700 millones de pesos.
- Compañías aseguradoras no difunde el Seguro Básico Estandarizado de Automóvil, diseñado para brindar la protección mínima necesaria y fomentar la penetración de los seguros para vehículos particulares.
- El fraude de Oceanografía afecta confianza al sector financiero.
- Nuevas disposiciones para eliminar cláusulas abusivas de bancos y aseguradoras.





