

INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL 2015



Vivir es increíble®

# ÍNDICE

<b>I. Presentación del Informe</b>			
• Mensaje del Director General	5		
<b>II. Acerca de este Informe</b>			
• Alcance	7		
• Materialidad	8		
<b>III. Nuestra Empresa</b>	9		
• Empresas filiales	11		
• Historia	12		
• Misión, visión y valores	14		
• Declaración de Responsabilidad Social	15		
• Gobierno Corporativo y Consejo de Administración	16		
• Estructura organizacional	20		
• Estructura de la RSE	21		
• Cambios relevantes en la estructura			
• Fuerza de ventas			
• Red de oficinas	22		
• Productos y servicios	23		
• Proceso de negocio	28		
• Distribución de cartera	29		
• Alianzas estratégicas			
• Certificaciones, premios y reconocimientos	31		
<b>IV. Nuestro compromiso económico, rentabilidad con responsabilidad</b>			
• GNP en la economía mexicana	36		
• Participación en el mercado			
• Cifras relevantes	37		
• Criterios de inversión	38		
<b>V. Prevención y gestión integral de riesgos</b>			
• GNP Ética Empresarial	40		
• Prevención del lavado de dinero y financiamiento del terrorismo	41		
• Protección de datos personales y seguridad de la información	42		
• Plan Anual de Auditoría	43		
• Sistema de Control Interno	43		
• Cultura de seguridad integral			
• Gestión de riesgos	45		
<b>VI. Compromiso y diálogo social</b>			
• Lineamientos de comunicación	48		
• Medios de comunicación interna			
• Comunicación responsable	49		
• Diálogo con los grupos de interés	53		
• Participación en asociaciones	54		
• Participación en el fortalecimiento del sector e injerencia en la gestión pública			
<b>A. Compromiso con nuestros colaboradores</b>			
• Gestión del capital humano	56		
• Atracción de talento	58		
• Capacitación	61		
• Programas corporativos BAL	64		
• Gestión del desempeño			
• Compensaciones y prestaciones para el personal	66		
• Calidad de vida e integración de personal	68		

# ÍNDICE

<b>B. Compromiso con nuestros clientes</b>		<b>VIII. Iniciativas estratégicas de RSE en Centros Regionales</b>	
• Estudio de satisfacción y lealtad: clientes y representantes de los canales de distribución	75	• Noreste	96
• Atención a clientes	76	• Occidente	97
<b>C. Compromiso con nuestros proveedores</b>		• Noroeste	98
• Código de ética y conducta para proveedores	78	• Sureste	99
• Desarrollo de proveedores		<b>IX. Informe de verificación independiente</b>	101
• Cadena de valor	79	<b>X. Índice de contenido GRI G4</b>	105
<b>D. Compromiso con nuestra comunidad</b>		<b>Anexo: Estudio de materialidad</b>	111
• Desempeño social	81		
• Resultados acumulados de programas sociales	84		
<b>VII. Nuestro compromiso medioambiental</b>	88		
• Emisiones de CO <sub>2</sub>			
• Energía	89		
• Transporte	91		
• Agua			
• Papel	92		
• Gestión de residuos			
• Estrategias para la disminución de consumos y resultados obtenidos	93		
• Acciones en favor de la cultura ambiental	94		



# *I. Presentación del Informe*

• MENSAJE DEL DIRECTOR GENERAL

## MENSAJE DEL DIRECTOR GENERAL

---

G4-1, G4-2

*Apreciable lector:*

*Es para mí un orgullo presentar el séptimo Informe de Responsabilidad Social Empresarial de GNP, en el cual se reportan los principales resultados de la empresa en los tres ámbitos de la sostenibilidad: económico, social y medioambiental.*

*Con base en nuestra Declaración de Responsabilidad Social, cumplimos 12 años ya como Empresa Socialmente Responsable, tiempo en el que hemos tenido la oportunidad de impactar de manera positiva en la vida de muchas personas.*

*Nos llena de orgullo saber que con nuestro programa de acción social Gol por México, en 2015 se anotó el gol que llegó a la cifra de un millón de personas beneficiadas.*

*Con todas las acciones plasmadas en este Informe, contribuimos a hacer de este país un mejor lugar para que vivan las familias mexicanas. Sabemos que aún hay muchos retos y en GNP tenemos el firme compromiso de seguir trabajando por alcanzarlos.*

*Aprovecho para agradecer a todos aquellos que contribuyen a hacer de GNP una empresa comprometida con la responsabilidad social y con los 10 Principios del Pacto Mundial.*

*Te invito a compartir tus comentarios y sugerencias por medio de nuestro correo electrónico [rse@gnp.com.mx](mailto:rse@gnp.com.mx).*

**Mario Vela**  
**Director General**



## *II. Acerca de este Informe*

- ALCANCE
- MATERIALIDAD

## ALCANCE

G4-13, G4-17, G4-22, G4-23, G4-24, G4-25, G4-28, G4-29, G4-30, G4-32

El Informe de Responsabilidad Social Empresarial 2015 (IRSE) es el séptimo 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.

La información de responsabilidad social de este informe anual, presenta los resultados de las actividades que ha llevado a cabo GNP; en algunos casos se contabiliza también la participación de sus empresas filiales en las actividades de la empresa, siendo éstas: Médica Móvil, S.A. de C.V. (MMO), VALMEX Soluciones Financieras, S.A. de C.V. SOFOM E.N.R. (VALMEX), GNP Administración de Venta Masiva S.A. de C.V. (AVM) y Servicios Administrativos en Reclamaciones S.A. de C.V. (SAR).

El IRSE 2015 está elaborado de conformidad con la guía G4 del Global Reporting Initiative (GRI-G4) en su opción esencial, incluyendo los indicadores del suplemento para el sector financiero, y cuenta con el servicio de GRI Content Index.

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 en la República Mexicana del 1 de enero al 31 de diciembre de 2015. Fue elaborado en el periodo comprendido entre el mes de octubre de 2015 y marzo de 2016, y tiene como precedente el correspondiente al año 2014.

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 estuvo a cargo de la Dirección de Recursos Humanos y Servicios Administrativos y el visto bueno final de la Dirección General.

Este Informe ha sido verificado por un tercero independiente: Firma Social, S.C. (AuditaRSE), quien hizo una revisión del contenido e indicadores de desempeño para constatar que el informe contiene datos fidedignos y que se encuentran alineados al GRI. Como lo sugiere la Guía para Elaboración de Memorias de Sostenibilidad G4 del GRI, GNP elaboró un análisis de materialidad para determinar los asuntos relevantes a partir de los cuales se definió el contenido del presente informe. A raíz de ello, este año se reportan datos nuevos y se excluyen algunos otros menos relevantes, buscando continuar apegados al principio de comparabilidad. En las tablas y gráficas presentadas se ofrecen cifras comparativas de dos ejercicios distintos.

Con el fin de hacer más ligera la lectura de este informe, 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://web.gnp.com.mx).

# MATERIALIDAD

G4-18, G4-19, G4-20, G4-21, G4-24, G4-25, G4-26, G4-27, G4-50

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 la opinión y expectativas de los principales grupos de interés de GNP –accionistas, clientes, colaboradores, proveedores, reguladores, sector y sociedad, que fueron identificados y elegidos por ser los que más impacto tienen en la organización– a través de distintas fuentes de información:

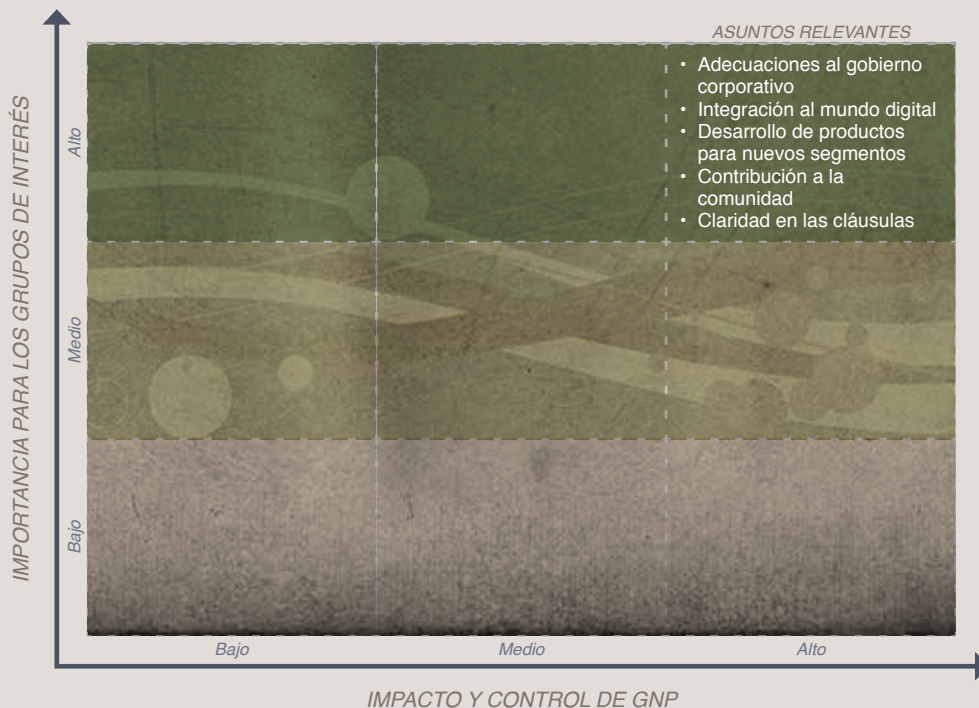
### **Fuentes directas:**

- Encuesta en línea a colaboradores
- Encuesta en línea a beneficiarios
- Entrevistas a profundidad a expertos en RSE
- Entrevistas a profundidad a proveedores
- Entrevistas a profundidad a clientes
- Entrevistas a profundidad a Directores de Agencia
- Entrevistas a profundidad a autoridades

### **Fuentes indirectas:**

- Asamblea Anual de Accionistas
- Evaluación de aseguradoras de CONDUSEF
- Artículos de prensa
- Estudio de opinión
- *Watchers*
- Análisis del sector

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 y se incluye en anexo el desglose del análisis.







## III. Nuestra Empresa

- *EMPRESAS FILIALES*
- *HISTORIA*
- *MISIÓN, VISIÓN Y VALORES*
- *DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL*
- *GOBIERNO CORPORATIVO Y CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN*
- *ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL*
- *ESTRUCTURA DE LA RSE*
- *CAMBIOS RELEVANTES EN LA ESTRUCTURA*
- *FUERZA DE VENTAS*
- *RED DE OFICINAS*
- *PRODUCTOS Y SERVICIOS*
- *PROCESO DE NEGOCIO*
- *DISTRIBUCIÓN DE CARTERA*
- *ALIANZAS ESTRATÉGICAS*
- *CERTIFICACIONES, PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS*

GNP es la empresa aseguradora mexicana de mayor renombre con 114 años de experiencia y solidez en el mercado nacional.

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

En el sector afianzador:

- 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, a través de su labor filantrópica apoyando al Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM).

En el sector agropecuario:

En años recientes Grupo BAL se ha diversificado hacia el sector agroindustrial con diversos proyectos. Sus actividades principales incluyen la producción lechera, la cría de ganado de engorda, equino y de lidia, así como la producción y comercialización de productos forrajeros y hortalizas.

En el sector energético:

Grupo BAL recientemente ingresó en nuevos sectores como la exploración y explotación de hidrocarburos a través de PetroBal, así como proyectos generadores de energía eléctrica en México a través de Energía Eléctrica BAL y, en específico, generación de energía eólica con Energía BAL.

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**

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 la Ciudad de México, 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 regulaciones de la Norma Oficial Mexicana vigente (NOM-034-SSA3-2013), al renovar su flotilla de ambulancias con nuevas unidades equipadas con la más alta tecnología para el manejo de pacientes en estado crítico, así como al mantener una alta profesionalización de su personal médico y paramédico por medio de un estricto programa de capacitación médica continua, respaldado por certificaciones otorgadas por asociaciones y organismos especializados en el ramo.

Durante 2015 en materia de atención médica prehospitalaria atendimos más de 10 mil llamadas de orientación médica

telefónica, cinco mil 800 consultas médicas a domicilio y seis mil 100 servicios de ambulancia, con lo que se obtuvo un índice neto de satisfacción del 95%.

### **VALMEX SOLUCIONES FINANCIERAS**

Es especialista en proveer soluciones de financiamiento especializado para todo tipo de equipo de transporte. El diseño de sus financiamientos está basado en las necesidades de nuestros clientes manejando esquemas en arrendamiento financiero, arrendamiento puro y crédito simple con garantía prendaria.

### **CRÉDITO AFIANZADOR (CASA)**

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

VALMEX y CASA, en conjunto con la implementación de políticas, buscan que la responsabilidad social y la sustentabilidad actúen como uno de los pilares de sus organizaciones y que esta forma institucional se transmita a cada uno de nuestros colaboradores, clientes y proveedores.

Promueven condiciones laborales favorables para tener una buena calidad de vida, desarrollando a cada empleado en el aspecto personal y profesional además de reconocer la equidad de género en todas sus áreas.

Para conocer más sobre las empresas filiales de GNP, visite las páginas web 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 consorcio empresarial de Grupo BAL, encabezado por Lic. Alberto Baillères.



2001

GNP celebra su primer centenario.

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

Lic. 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.

### 2015

Alejandro Baillères es promovido como Director Corporativo de Grupo BAL y se nombra a Mario Vela como Director General de GNP.



*Lic. Alberto Baillères, Presidente del Consejo de Administración de GNP, es distinguido con la medalla Belisario Domínguez, máxima condecoración que el Senado otorga a los ciudadanos más prominentes.*


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

G4-56

**Nuestra Misión:**

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

B  

**Nuestros 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

B  

**Tres dimensiones en tres etapas**  
(3 x 2 en 3)

Tres dimensiones  
 Documentación de procesos    Servicio regulador    Institución de vanguardia

con dos enfoques  
 a las personas    al negocio

en tres etapas

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

Lograr ser los mejores en 3 dimensiones con 2 enfoques en 3 etapas.

B  

## Estándar DE LIDERAZGO

**Orientación a las Personas**

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

**COLABORACIÓN**  
 Actúo en beneficio de GNP, más allá de mi propio área, soy un jugador de equipo.  
 Saludo 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**  
 Actúo lo que se necesita y me enfoco en asegurarme que esto suceda.  
 Respondo con soluciones prácticas en vez de quedarme enfocados 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, servilazo.  
 Escucho con plena atención lo que otros esperan y reacciono reflexionando que sus expectativas están entendidas.  
 Inspiro con mi actitud y acciones que vivir es increíble.

Vivir es increíble®  

# DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

G4-2

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.

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se entiende como “el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos los participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común”<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”<sup>2</sup> 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 y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE).

<sup>2</sup> Informe Brundtland de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo (ONU, 1987).



## GOBIERNO CORPORATIVO Y CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

La Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas (LISF), que entró en vigor en 2015, tiene como objetivo fortalecer el marco normativo de los sectores de seguros y de fianzas a través de un esquema de supervisión cuyo principal fin es el establecimiento de un régimen integral denominado Solvencia II, que está basado en tres pilares: solvencia (requerimientos cuantitativos), control (requerimientos cualitativos) y revelación de información.

Esto tuvo diversas implicaciones, entre las más relevantes podemos citar: modificaciones en la estructura y funciones en diversas áreas de la organización, ya que la nueva legislación establece que las instituciones deben disponer de un sistema de Gobierno Corporativo que garantice una gestión sana y prudente de su actividad cuya instrumentación y seguimiento será responsabilidad de su Consejo de Administración, que se conformará de al menos, las funciones de Administración Integral de Riesgos, Control Interno, Función Actuarial y Auditoría Interna, así como la integración de nuevas funciones y responsabilidades al Consejo de Administración y a los Comités de Auditoría, Inversiones y Reaseguro.

El Consejo de Administración de GNP se integra conforme a lo estipulado por la Ley del Mercado de Valores (LMV), así como por la LISF, 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 13 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, 15 entre 50 y 70, ocho de más de 70 años y un miembro presentó defunción.*



<b>PRESIDENTE ALBERTO BAILLÈRES</b>			
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>ALEJANDRO PAREDES</b> Director General de Área de Planeación y Evaluación de Técnica Administrativa BAL	(3)
<b>MAX MICHELLE †</b> Presidente Honorario del Consejo de El Puerto de Liverpool	(2)	<b>TOMÁS LOZANO</b> Notario Público No. 10 de la Ciudad de México	(D) (2)
<b>FERNANDO SENDEROS</b> Presidente del Consejo de Administración y del Comité Ejecutivo de Grupo Kuo y Dine	(2)	<b>EMILIO CARRILLO</b> Socio Fundador de Bufete Carrillo Gamboa, S. C.	(2)
<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>JOSÉ EDUARDO SILVA</b> Director General de Grupo Profuturo	(3)
<b>JUAN BORDES</b> Director Corporativo de Técnica Administrativa BAL	(A) (B) (C) (3)	<b>JUAN IGNACIO GIL</b> Director Canal Corredores y Gobierno 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>CARLOS A. ZOZAYA</b> Director de Área de Técnica Administrativa BAL	(3)
<b>ALEJANDRO BAILLÈRES</b> Director Corporativo de Técnica Administrativa BAL	(A) (C) (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>JOSÉ LUIS ALFONSO SIMÓN</b> Director General de Formas para Negocios	(2)	<b>RAÚL OBREGÓN</b> Socio Director de Alianzas, Estrategia y Gobierno Corporativo	(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)
<b>JOSÉ OCTAVIO FIGUEROA</b> Director Corporativo de Técnica Administrativa BAL	(A)(C) (3)	<b>MARIO ANTONIO VELA</b> Director General de Grupo Nacional Provincial	(3)
<b>Comisario</b>			
Propietario <b>GUILLERMO BABATZ</b>		Suplente <b>JORGE RICO</b>	
Secretario <b>GERARDO CARRETO</b>			

A) Comité Ejecutivo

B) Comité de Nominación, Evaluación y Compensación

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 2015, la estructura del Consejo de Administración no sufrió modificaciones, sin embargo, la Asamblea Anual Ordinaria realizó nuevos nombramientos. Se llevaron a cabo cuatro sesiones de Consejo, en las que se trataron, entre otros, 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 y se aprobaron diversos temas relacionados con la nueva normativa, tales como la definición y aprobación del Sistema de Gobierno Corporativo.

IV. Apegarse a las restricciones que establece la LISF de los casos en los que no podrán ser nombrados Consejeros. (Art. 56 fr. III).

En la sesión del Consejo de Administración celebrada el 28 de abril de 2015 se aprobó la Política para la Designación de Consejeros, Comisarios, Director General y de los Funcionarios con dos jerarquías inmediatas a este último, apegado a la nueva normatividad.

#### **PROCEDIMIENTO PARA DESIGNAR A LOS MIEMBROS DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN**

El Consejo de Administración es electo por la Asamblea General Ordinaria de Accionistas, por mayoría de votos, y está integrado por Consejeros Propietarios y Consejeros Independientes, quienes cumplen con los requisitos que señala el Art. 57 de la LISF. Los Consejeros Suplentes de los Consejeros Independientes tienen este mismo carácter.

En GNP se opera de acuerdo a la normatividad establecida en los Art. 56 al 62 de la LISF, que señala que en forma previa a su designación se debe evaluar y verificar el cumplimiento, entre otros aspectos:

- I. Las personas designadas que cuenten con calidad técnica, honorabilidad, historial crediticio satisfactorio, así como con amplios conocimientos y experiencia en materia financiera, legal o administrativa.
- II. Estarán obligados a abstenerse expresamente de participar en 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 que sea Consejero, 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 LISF.
- III. La mayoría de los Consejeros deberán ser mexicanos o extranjeros residentes en el territorio nacional.

#### **MECANISMOS DE AUDITORÍA Y PRÁCTICAS SOCIETARIAS**

La Sociedad cuenta con un Comité de Auditoría y Prácticas Societarias, el cual es integrado por tres 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 la Asamblea General Ordinaria de Accionistas del 28 de abril de 2015 se designó a Don Alberto Tiburcio como presidente de dicho Comité, y en la sesión del Consejo de Administración de la misma fecha se realizó la ratificación del Ing. Raúl Obregón y el nombramiento del Lic. Tomás Lozano como sus integrantes.

Este CAPS tiene a su cargo las funciones de auditoría definidas por la LISF y la LMV 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. La LISF establece que el Comité de Auditoría, con carácter consultivo, será el órgano responsable de vigilar el apego de la Institución a la normatividad interna definida por el Consejo de Administración, así como el cumplimiento de las disposiciones legales y administrativas aplicables. Sus principales funciones son:

- Dar seguimiento al cumplimiento de:



- a) Las políticas en materia de gobierno corporativo de la Institución, adoptadas por el Consejo de Administración, en términos de lo señalado en el artículo 69 de la LISF.
- b) Las actividades de auditoría interna y externa, así como las de control interno de la Institución, salvo que dichas actividades sean desarrolladas por un comité u órgano específico que reporte directamente al Consejo de Administración.
- c) Las disposiciones legales aplicables a la Sociedad.
- Deberá mantener informado al Consejo de Administración respecto del desempeño de sus actividades.

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.

## PROCEDIMIENTOS PARA EVITAR EL CONFLICTO DE INTERÉS

[G4-41](#)

Como parte del Sistema de Gobierno Corporativo, el Consejo de Administración de GNP debe definir e implementar las normas para evitar conflicto de intereses en la realización de

las operaciones de GNP, de conformidad con el Artículo 70 Fracción I inciso e) de la LISF, que establece que el Consejo de Administración tiene la obligación indelegable de definir y aprobar las normas para evitar conflictos de intereses entre las diferentes áreas de la Institución en el ejercicio de las funciones que tienen asignadas.

Para estos efectos, en el Consejo de Administración celebrado el 20 de octubre de 2014 fueron autorizadas las Normas para evitar el Conflicto de Intereses.

En este sentido, los candidatos a ser Consejeros Independientes de GNP tienen la obligación de manifestar si tienen conflicto de interés o tienen en su caso, intereses personales, patrimoniales o económicos con cualquiera de las personas que mantengan el control de la Institución o del Consorcio o Grupo Empresarial al que pertenezca la Institución, o el poder de mando en cualquiera de éstos, el cual queda anexo a su expediente que por disposición de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF) debe mantenerse en la Institución.

[G4-37](#), [G4-49](#), [G4-51](#), [G4-52](#), [G4-53](#), [G4-54](#), [G4-55](#)

Los mecanismos para comunicar recomendaciones o indicaciones al Consejo de Administración y las retribuciones se reportaron en el Informe anterior y no ha variado, por lo que en este documento no se reportan. Se encuentran disponibles en nuestra página web [gnp.com.mx](http://gnp.com.mx), en el área de Responsabilidad Social - Informe de RSE 2014, pág. 21 y 22.

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/docs-pub/infoanua/infoanua\\_610167\\_2014\\_1.pdf](http://bmv.com.mx/docs-pub/infoanua/infoanua_610167_2014_1.pdf)

## ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

---

*Director General*

**Mario Vela**

*Directores*

**Juan Ignacio Gil**

Canal Corredores y Gobierno

**Diego Velázquez**

Oficial de Cumplimiento

**Tonatiuh Gutiérrez**

Autos y Gastos Médicos

**Jaime García**

Auditoría Interna

**Germán Aguado**

Canal Masivo

**Héctor Anaya**

Servicio y Operaciones

**Enrique Ibarra**

Sistemas

**José Luis Gutiérrez**

Finanzas

**Jesús Zúñiga**

Administración Integral de  
Riesgos

## ESTRUCTURA DE LA RSE

*G4-35, G4-36, G4-37, G4-42, G4-45, G4-46, G4-47, G4-48, G4-49.*

El diseño y 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. Dentro de sus funciones está la de identificar y analizar los riesgos y oportunidades de carácter económico, ambiental y social. También se encargan del diálogo con los grupos de interés, de recoger sus opiniones y expectativas para presentarlas a los órganos superiores de gobierno e incorporarlas a la gestión de la empresa y al Informe de Responsabilidad Social. Para lograr los objetivos planteados se apoyan en otras áreas complementarias de acuerdo al tema que se trate.

## CAMBIOS RELEVANTES EN LA ESTRUCTURA

*G4-13*

De acuerdo al plan estratégico de GNP se fortalece nuestra estructura mediante los siguientes cambios organizacionales:

- Ajuste en la estructura central de GNP
- Reforzamiento al área de Sistemas
- Red territorial
- Designación de Mario Vela como Director General de GNP

## FUERZA DE VENTAS

GNP al ser una empresa integral con participación en los principales ramos del mercado asegurador (Vida, Gastos Médicos Mayores, Automóviles y Daños), tiene una ventaja competitiva al desarrollar agentes profesionales integrales capaces de asesorar a nuestros clientes en cuanto a sus necesidades de protección.

Al tratarse de uno de nuestros principales canales de distribución, en 2015 trabajamos con el enfoque de fortalecer nuestra capacidad de atracción y desarrollo de agentes, integrando a nuestra estructura a más de 250 figuras comerciales, entre las que destacan Directores de Agencia, Gerentes de Desarrollo y Ejecutivos de Atracción de Talento.

Esta estrategia hará crecer de forma importante a nuestra fuerza productora, que está conformada por más de siete mil agentes a nivel nacional distribuidos en más de 150 Direcciones de Agencia.

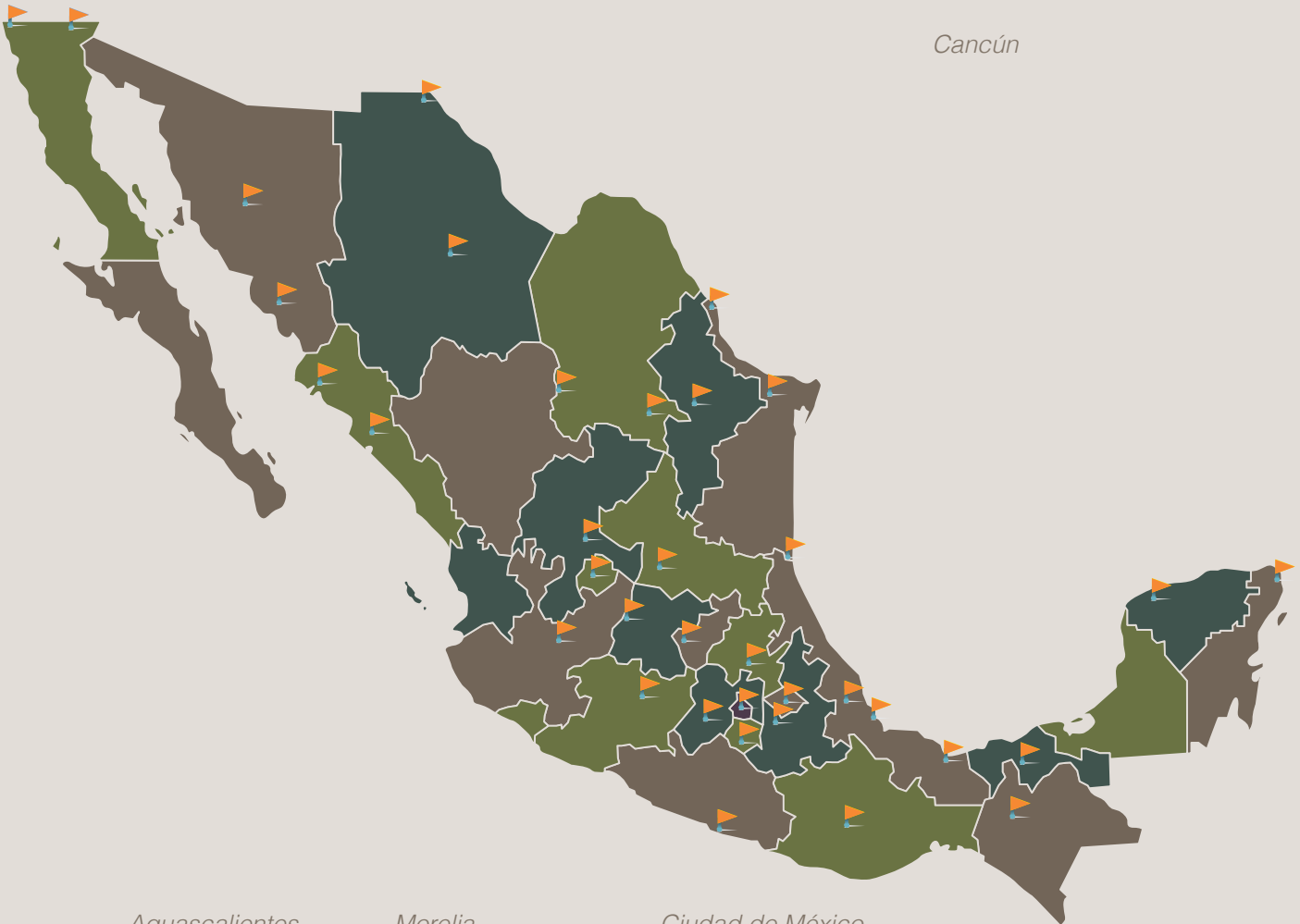
Con presencia en las 43 ciudades más importantes del país, GNP refrenda su compromiso de satisfacer las necesidades de protección, de prevención financiera y de servicios de salud de la sociedad mexicana. Actualmente alrededor del 52% de las primas totales de la compañía ingresan por medio de este conducto. Al cierre de 2015 se ingresaron un poco más de un millón de pólizas.



## RED DE OFICINAS

G4-6, G4-8, G4-FS13

<i>Tijuana</i>	<i>Culiacán</i>	<i>Monterrey</i>	<i>Jalapa</i>
<i>Mexicali</i>	<i>Cd. Juárez</i>	<i>Saltillo</i>	<i>Veracruz</i>
<i>Hermosillo</i>	<i>Chihuahua</i>	<i>Reynosa</i>	<i>Coatzacoalcos</i>
<i>Cd. Obregón</i>	<i>Torreón</i>	<i>Tampico</i>	<i>Villahermosa</i>
<i>Los Mochis</i>	<i>Nuevo Laredo</i>		<i>Mérida</i>
			<i>Cancún</i>



<i>Aguascalientes</i>	<i>Morelia</i>	<i>Ciudad de México</i>	
<i>Guadalajara</i>	<i>Querétaro</i>	<i>Cuernavaca</i>	<i>Puebla</i>
<i>San Luis Potosí</i>	<i>Pachuca</i>	<i>Acapulco</i>	<i>Oaxaca</i>
<i>León</i>	<i>Estado de México</i>	<i>Tlaxcala</i>	<i>Tuxtla Gutiérrez</i>

## PRODUCTOS Y SERVICIOS

*G4-7, G4-8, FS1, FS16*

La misión de GNP es satisfacer las necesidades de protección, prevención financiera y servicios de salud de la sociedad mexicana, por esta razón buscamos estar siempre a la vanguardia en nuestra oferta de productos, servicios y canales de distribución. A través de estudios de mercado y de la información que nos provee nuestra fuerza de ventas se diseñan nuevas formas de llevar esta protección a un número cada vez mayor de familias mexicanas.

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 del 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 plazo largo, 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.

Cumplimos cabalmente la nueva Ley de Instituciones de Seguros y Fianzas que entró en vigor en 2015, la cual está diseñada sobre el marco de Solvencia II. Nuestros análisis indican que nuestros productos, reservas, manejo de inversiones y de capital, se adaptan muy bien a lo que exige esta nueva ley; seguiremos atentos al desarrollo de la normatividad secundaria para que siempre estemos en cumplimiento total de ella.

### SEGUROS DE VIDA

En GNP tenemos como principal objetivo asegurar la tranquilidad y el bienestar de nuestros clientes, así como el de sus seres queridos. Por ello, trabajamos todos los días en ofrecer seguros de Vida que además de blindar su estabilidad financiera en situaciones difíciles, les permite contar con sólidos planes de ahorro, los cuales contribuyen al logro de sus objetivos; por ejemplo disfrutar la etapa de retiro, brindar educación a sus hijos o la construcción de un patrimonio.

#### Protección

- Temporal
- Privilegio
- Platino

#### Ahorro

- Dotal
- Vida a tus Sueños
- Impulsa

#### Protección y ahorro

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

#### 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

El mercado de ventas de automóviles ha crecido significativamente este año y las necesidades de protección de nuestros asegurados se encuentran en constante evolución, esta es la razón por la que nuestros productos y servicios se encuentran en un proceso de cambio constante.

En GNP sabemos que cada cliente es único, es por ello que nuestro producto base reconoce las características de los conductores, es decir, su edad y género, y las de sus vehículos, ya que aseguramos desde autos hasta camiones, en pocas palabras, todos los tipos de vehículos que circulan a nivel nacional:

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

Durante 2015 lanzamos al mercado Auto Elite, una nueva cobertura opcional que puede ser contratada tanto por clientes que tienen su cobertura básica con nosotros, como clientes que la tienen en otras compañías, a través de ésta, se ofrecen cinco beneficios:

1. Reparación en agencia
2. Sin pago de deducible en caso de pérdida total o robo
3. Auto sustituto hasta por 10 días

4. Ayuda para llantas y rines que se dañen a consecuencia de un bache o accidente
5. Reposición de las llaves del vehículo por robo o extravío

También hemos creado un producto que responde a la nueva oferta de transporte público y la necesidad de asegurar las unidades que dan un servicio de taxi particular, brindando protección al vehículo, a los pasajeros y a quien se desempeña como chofer privado.

No sólo tenemos productos nuevos, seguimos impulsando los más reconocidos, como Auto Más, seguro enfocado a los empleados que buscan la mejor protección con la comodidad de pago a través de descuento vía nómina. Para las empresas también tenemos la protección ideal, ya que contamos con productos que cubren las necesidades de todo tipo de flotilla sin importar su tamaño o composición.

Además, cumplimos 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, al incluir, sin costo adicional en todos los paquetes una póliza del Seguro Obligatorio de Responsabilidad Civil Vehicular que no sólo cubre la suma asegurada solicitada por ley sino superándola otorgando una protección base de tres millones de pesos.

Por último, para facilitar aún más la labor de los agentes GNP hemos diseñado herramientas para sus *smartphones*, tabletas o computadoras que les permiten cotizar, emitir, comparar, pagar y enviar pólizas en línea con mayor facilidad y velocidad.

### SEGUROS DE GASTOS MÉDICOS MAYORES

La salud de las personas es un pilar indiscutible del bienestar familiar, social y empresarial en México. GNP reconoce este reto y se compromete en proveer soluciones de protección integral a individuos y empresas de todo tamaño, ofreciendo una gama de productos que se adapta a sus necesidades particulares:

#### 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

Con el compromiso que nos caracteriza de ser una institución de vanguardia, en 2015 fortalecimos nuestro programa “En Causa” acercando a nuestros asegurados a tratamientos realizados por expertos, bajo protocolos terapéuticos avalados por instituciones internacionales dentro de un Centro de Excelencia. De esta forma, les brindamos una atención personalizada ante situaciones de salud que pueden impactar su calidad de vida y armonía familiar, acompañándolos en los momentos que más nos necesitan.

### Seguros para Empresas

- Línea Azul VIP
- Línea Azul Internacional
- Línea Azul Premier
- Siga (Seguro de Indemnización Garantizada por Accidente)

GNP mantiene su compromiso de mejorar la salud de los mexicanos y, por ende, el bienestar de las empresas, a través de:

1. Evaluación y prevención: medimos los factores de riesgo de nuestros asegurados y los concientizamos sobre la importancia de desarrollar hábitos saludables en su vida diaria. Para ello ofrecemos el programa de bienestar corporativo más completo del mercado, GNP Cuida Tu Salud, que brinda campañas de comunicación preventiva a las empresas, ferias de salud, así como plataformas digitales y redes sociales para los asegurados.
2. Manejo de enfermedades: brindamos acompañamiento y orientación por medio de programas diseñados para afrontar diversas eventualidades, tales como siniestros de alto impacto, atención extra-hospitalaria y padecimientos crónico-degenerativos.
3. Comunicación: ponemos a disposición de nuestros clientes, un plan de comunicación consistente de

materiales mensuales que informan a nuestros asegurados sobre los beneficios a los que tienen acceso gracias al seguro que les brinda su empresa.

### SEGUROS DE DAÑOS

GNP salvaguarda el patrimonio familiar y empresarial de nuestros asegurados, gracias a la gran variedad de productos que distinguen a su oferta. Fenómenos naturales como huracanes, inundaciones, actividad sísmica y volcánica, representan un riesgo siempre presente para edificaciones de todo tipo. Por otro lado, el giro de cada organización es un factor importante que define la propensión a determinados incidentes. Es por ello que GNP pone a disposición de nuestros clientes:

- Hogar Versátil
- Casa Más
- Poliempresa

Por otro lado, protegemos una diversidad de objetos materiales 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)

También ofrecemos 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

### PROTECCIÓN PARA TODOS

*G4-FS1, FS7, FS14, FS15*

En GNP tenemos el compromiso de respaldar la protección de todos los sectores de nuestra sociedad. Por ello nos hemos enfocado en crear opciones accesibles que mejoren la calidad de vida y protejan la vulnerabilidad de los sectores marginados de la población, cubriendo necesidades muy específicas a bajo costo y de fácil contratación.

Desde 2012 GNP incursionó en diferentes canales de distribución, como tiendas de conveniencia con tarjetas prepagadas de Gastos Médicos y Vida y en 2015 en canales de acceso rápido como tiendas departamentales y casetas automovilísticas que no sólo ofrecen protección de responsabilidad civil sino que ayudan a nuestros clientes a cumplir con un seguro obligatorio por Ley.

Por medio de esta oferta dirigida al nivel socioeconómico C+, C- y D+ con pagos pequeños a través de tarjeta de crédito, departamental o un mínimo pago, el mercado ha ido creciendo cada vez más y ganando popularidad:

### PÓLIZAS

Vida	Gastos Médicos	Autos
220	759	1,211

### SEGMENTO PYMES

Conscientes de las necesidades específicas de las PyMEs y de la importancia que éstas tienen para el crecimiento económico del país, GNP como empresa multiramo, impulsa una nueva oferta de valor integral para este segmento que contempla productos de Daños, Automóviles, Gastos Médicos y Vida con la finalidad de que las pequeñas y medianas empresas garanticen su estabilidad financiera frente a riesgos que vulneran su operación y permanencia.

Nuestros productos se adecúan a las necesidades y expectativas de cada PyME y los hemos implementado con procesos sencillos y prácticos para la contratación y el pago de coberturas en caso de siniestro.

### 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
- Hogar Versátil

#### 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

Nuestros clientes y sus necesidades son la premisa principal que tenemos en GNP para el desarrollo de nuevos productos. A través de la detección de sus necesidades y comportamiento, sumado al análisis de la situación económica actual podemos crear productos y generar calidad en el servicio.

Todo con la finalidad de generar nuevos modelos de venta que permitan a diferentes sectores de la población tener acceso a nuestros productos.



### NUEVAS TECNOLOGÍAS Y NUEVOS MERCADOS

Las últimas décadas han estado marcadas por cambios sin precedente en distintos ámbitos que han llevado a GNP a desarrollar nuevos productos para satisfacer nuevas necesidades.

Un cambio importante son las innovaciones tecnológicas. Actualmente en México, 87 de cada 100 personas tienen teléfono celular, y la mitad de estos dispositivos son inteligentes, es decir, tienen otras características aparte de la capacidad de hacer llamadas telefónicas, como navegar por la red, enviar y recibir correos electrónicos y editar documentos, por ejemplo.

Otra transformación importante es el que representa las nuevas estructuras familiares, las cuales se han diversificado de la tradicional, conformada por madre, padre e hijos, a otras como madres solteras y parejas sin hijos, por mencionar algunas.

La nueva generación de *millennials* es otro ejemplo de grupos de interés, que al igual que los anteriores, tienen gustos y necesidades diferentes.

El identificar estas necesidades y adaptar los productos y servicios para llenarlas es parte del compromiso de GNP con sus clientes. El área encargada del desarrollo de nuevos

productos es la Dirección de Marketing Estratégico y para hacerlo utiliza metodologías de investigación que permitan identificar las oportunidades para el desarrollo de productos innovadores y servicios que enriquecen la experiencia del cliente, y lo evalúa con estudios de mercado cuantitativos y cualitativos que le permiten detectar nuevos nichos de mercado así como necesidades insatisfechas de consumidores cada vez más exigentes.

Algunos ejemplos de nuevos productos y servicios de GNP son:

- Auto Elite
- Membresía Dental
- Chofer Privado
- Casa Más
- Haz Crecer tu Negocio
- Micro negocio Protegido
- Impulsa (Prima Única)
- Telematics para equipo pesado

### INFORMACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

En GNP estamos conscientes de que la información que contienen nuestros productos y servicios requieren de la mayor claridad posible. Por ello, ponemos especial atención para que las cláusulas de los contratos que firmamos con nuestros clientes sean sencillas y fáciles de entender.

La ley que regula la información que deben contener los documentos que emitimos al contratar una póliza es la Ley de Instituciones de Seguros y Fianzas, la Ley sobre el Contrato de Seguro y la Circular Única de Seguros y Fianzas. La entidad gubernamental reguladora es la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas. Asimismo estamos apegados al Código de Integridad y Ética Empresarial emitido por el Consejo Coordinador Empresarial, así como el Código de Ética y Conducta de GNP que incluyen aspectos relacionados con este tema.

En GNP contamos con Políticas para el Desarrollo y Registro de Productos, por medio de las cuales nos regimos para garantizar la mayor transparencia en la información. Las áreas de la empresa encargada de gestionarlo son las Líneas de Negocio dependiendo del ramo y canal a la cual está dirigido el producto o servicio (Corredores y Gobierno, Automóviles y Gastos Médicos, Canal Masivo o Agentes) y la evaluación de cumplimiento la realizan las áreas de Jurídico y de Oficialía de Cumplimiento.

En 2015 no tuvimos incumplimientos de la regulación relacionada con el desarrollo y registro de productos.

### **RECONOCIMIENTO CONDUSEF**

Con la finalidad de orientar, informar y mantener la transparencia entre aseguradoras y el público en general, la CONDUSEF, año con año realiza el Calificador de Seguros en donde se evalúan los productos de las diferentes aseguradoras del país.

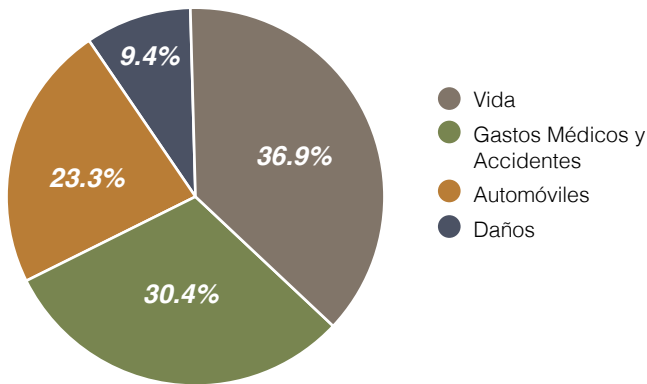
Es en esta importante evaluación en donde GNP destacó, obteniendo la máxima evaluación en el calificador del seguro básico estandarizado de automóviles.

## PROCESO DE NEGOCIO



## DISTRIBUCIÓN DE CARTERA

*G4-FS6, G4-FS7, G4-FS14*



## ALIANZAS ESTRATÉGICAS

*G4-6, G4-FS13*

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.

Utilizamos la estructura de personal y oficinas distribuidas estratégicamente en toda la República Mexicana, centralizando en la Ciudad de México las operaciones comerciales de atención del negocio internacional, logrando así 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 diversas redes y agrupaciones, destacando las siguientes:

### 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.

### INSUROPE

Red internacional con presencia mundial en más de 90 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 2015 GNP obtuvo el tercer 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 2016.

### **AIG GLOBAL BENEFITS NETWORK**

Antes ING Employee Benefits Global Network, es una 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 y recientemente Cleveland Clinic reconocida por la publicación Best Hospital de U.S. News como la opción hospitalaria mejor calificada en procedimientos de cardiología y cirugía de corazón.

De igual forma, iniciamos relaciones comerciales en el mercado europeo celebrando el primer convenio de pago directo con la Clínica de la Universidad de Navarra en Pamplona, España como uno de los más importantes centros de salud de España y Europa.

### **OTRAS ALIANZAS**

En alianza con el Centro Médico ABC dimos apertura al primer Centro Integral de Atención para enfermedades complejas (Centro de Excelencia), bajo un modelo diferenciado que concentra mejores prácticas internacionales en el ejercicio de medicina colegiada en el tratamiento de cáncer de mama como primer lanzamiento.

Logramos establecer relación comercial con los principales fabricantes y distribuidores de insumos de ortopedia a nivel nacional como Johnson & Johnson, Smith & Nephew y Medtronic.

Se llevaron a cabo con gran éxito el segundo Congreso de Médicos GNP y el quinto Congreso de Hospitales, dando forma a los Consejos Médicos por Especialidad y un Consejo General Hospitalario como mecanismos para socializar estrategias de mejoramiento en el servicio y contención de costos.

Iniciamos los primeros pasos hacia la conectividad con hospitales con el objetivo de simplificar los procesos en línea, tanto de revisión de facturas como de autorización de trámites.



## CERTIFICACIONES, PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

### ISO 9001

En GNP nos encargamos de mantener los más altos controles y estándares de calidad, lo cual nos ha permitido formar parte, por tercer año consecutivo, del selecto Club Internacional ISO. Como parte del proceso de seguimiento a la certificación en ISO 9001, se deriva una auditoría anual para garantizar que se cumple con las mejores prácticas en la gestión de nuestros procesos de negocio, en la cual se determina si el Sistema de Gestión de la Calidad (SGC) de GNP cumple los requisitos de la Norma de Referencia (ISO 9001:2008).

En donde es necesario, ejecutamos adecuaciones y mejoras en los procesos a través de un análisis objetivo que nos permite mejorar la calidad en las operaciones realizadas, implementando soluciones eficientes y rentables para incrementar la confianza de nuestros clientes, socios y aliados comerciales, alineando nuestros objetivos y políticas de calidad a nuestra Visión 2019.

El resultado del seguimiento de la auditoría realizada en 2015 se plasmó en el Informe de Auditoría, dando como resultado el mantenimiento del certificado.

Mantener este reconocimiento nos distingue de manera importante en el sector, ya que nos permite lograr un mejor desarrollo financiero al captar cuentas corporativas que están certificadas y que buscan productos con el mismo nivel de calidad que ellos ofrecen a sus clientes.

Este distintivo coloca a GNP en una ventaja competitiva dentro del sector asegurador, permitiendo responder a la demanda de nuestros grandes clientes y contribuyendo de manera significativa en las licitaciones y concursos en los que participa. Asimismo, aumenta la confianza y el grado de satisfacción de nuestros clientes, intermediarios, socios de negocio y consumidores en general y confirma la buena imagen de los productos que ofrecemos, logrando al mismo tiempo beneficios en la productividad, al mejorar la calidad en el desempeño de los empleados.

### NORMA MEXICANA PARA LA IGUALDAD LABORAL ENTRE MUJERES Y HOMBRES

El objetivo principal de la “Norma NMX-R-025-SCFI-2012 para la Igualdad Laboral entre Mujeres y Hombres”, es el de comprobar que las prácticas laborales de las organizaciones respetan la igualdad y la no discriminación, la previsión social, el clima laboral adecuado, la accesibilidad, la ergonomía y la libertad sindical.

GNP, como la primera aseguradora certificada en esta Norma, en 2015 es reconocida por cuarto año consecutivo, ampliando en esta ocasión la certificación de Plaza GNP (Ciudad de México), Puebla y Mérida, a la oficina de Guadalajara.

Años	2012	2013	2014	2015
Versión norma	2009		2012	
Puntos mínimos para obtener la certificación según la versión	GNP Plaza	GNP Plaza y Puebla	GNP Plaza, Puebla y Mérida	<b>GNP Plaza, Puebla, Mérida y Guadalajara</b>
	191/213	201	273	286
				<b>279</b>

### NORMA MEXICANA EN IGUALDAD LABORAL Y NO DISCRIMINACIÓN

En 2015 se llevó a cabo la presentación de la “Norma Mexicana NM-R025-SCFI-2015 en Igualdad Laboral y No Discriminación”, para la cual GNP recibió la invitación de la Presidencia de la República, así como de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, para formar parte del presidium, encabezado por el presidente de los Estados Unidos Mexicanos, Lic. Enrique Peña Nieto, para compartir la experiencia en la implementación de los instrumentos de certificación y reconocimiento, ya que GNP se ha distinguido por ser la primera empresa aseguradora que cuenta con los tres reconocimientos en los instrumentos que dan origen a esta esta nueva norma: Modelo de Equidad de Género, Institución Comprometida con la Inclusión y Norma Mexicana para la Igualdad Laboral entre Mujeres y Hombres, versión 2012.



### **EMPRESA INCLUYENTE “GILBERTO RINCÓN GALLARDO”**

En 2015 GNP obtiene por primera ocasión este reconocimiento, siendo la primera aseguradora Socialmente Responsable que lo recibe.

El Distintivo es una estrategia de la Secretaría del Trabajo y Previsión Social mediante la cual se reconoce a los centros de trabajo que aplican buenas prácticas laborales en igualdad de oportunidades, inclusión y desarrollo, sin discriminación hacia las personas en situación de vulnerabilidad, considerando como tal a los adultos mayores, personas con discapacidad, personas con VIH, personas de la comunidad lésbico, gay, bisexual, transexual, transgénero, travesti e intersexual (LGBTTTI) y personas liberadas.



### **EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE**

Por doceavo año consecutivo, GNP recibió por parte de la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial (AliaRSE) y del Centro Mexicano para la Filantropía, el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable, reconociéndonos como una empresa que demuestra su compromiso con la sociedad y el medio ambiente con acciones contundentes emprendidas durante el año. Cabe destacar que somos la empresa aseguradora con mayor trayectoria en este distintivo.

Sumado a este esfuerzo y con la finalidad de seguir compartiendo nuestra filosofía con empresas PyMEs, este año se integra a nuestra cadena de valor en el Distintivo ESR nuestro proveedor LOGEN, sumándose a SIJardinería, JGERROM y AMOS, quienes han formado parte de ella desde hace cuatro, tres y dos años, respectivamente.

### **EMPRESA FAMILIARMENTE RESPONSABLE**

GNP cuenta con este distintivo, promovido por la Secretaría de Trabajo y Previsión Social, que tiene como objetivo distinguir a los centros de trabajo que acrediten ser promotores de buenas prácticas laborales, incluyendo acciones y políticas para favorecer que el personal atienda y fortalezca sus responsabilidades y relaciones familiares.

### **ORGANIZACIÓN SALUDABLEMENTE RESPONSABLE**

Por cuarto año consecutivo el Consejo Empresarial de Salud y Bienestar (CESB) otorgó a GNP el reconocimiento Organización Responsablemente Saludable en la tercera etapa “Avance y Fortalecimiento” con más de tres mil colaboradores.

El RESR® y el Distintivo ORS® se otorgan de acuerdo con la Metodología Running Wellness® (MRW).



## 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 a la educación de todas las personas que de alguna manera colaboran en GNP, en 2015 mantuvimos el programa de apoyo para terminación de educación primaria y secundaria en alianza con el Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA), con la participación de 11 educandos, de los cuales, tres obtuvieron en este año reconocimiento de alfabetización, uno, certificado de primaria y tres de secundaria.

Cabe mencionar que las personas beneficiadas forman parte de la estructura organizacional de los proveedores de nuestra cadena de valor: SIJardinería y AMOS, integrándose también personas independientes que prestan el servicio de aseo de calzado dentro de las instalaciones de Plaza GNP.

Con ello, la empresa además de lograr los objetivos planteados, mantiene su reconocimiento como “Empresa Comprometida con la Educación de sus Trabajadores”.

10 de Diciembre del 2015

Moises Vicente Ciriaco  
mitesto es este

me siento feliz y contento por que  
estoy terminando la primaria y  
cuando me den mi certificado quiero  
mostrarcelos con orgullo amis hijos  
y darles las gracias GNP  
por su apoyo estado y gracias

**Emiliano Mejía Sampayo**

Mi nombre es Emiliano Mejía y no sabia leer y escribir hasta que gracias a Grupo Nacional Provincial (GNP) y Servicios Integrales de Jardinería (SIJ) que me dieron la oportunidad de estudiar mi vida a cambiado en el trabajo y en lo personal el estudiar hace que me sienta mejor con migo mismo ya que me siento un mejor ser humano y hace que me sienta competente para los problemas de la vida diaria ya que ahí estude la primaria y actualmente estoy cruzando la secundaria con el apoyo de personal de (GNP) , de el INEA y de servicios integrales de jardineria ahora estoy mejor en el trabajo gracias a todos saludos.



Mi nombre Octavio Hernández Robles  
cuando me empitaron la escuela  
como que no queria estudiar a hora yase  
escribir mas o menos las letras y  
leer tambien y mas o menos suma y resta  
tambien multiplicar mas o menos y  
pues muchas gracias a G.N.P. y  
la INEA y la asesora y la  
Señorita Fernanda tambien y  
Mi familia estan contentos tambien



### **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 en los servicios que prestan.

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 nueve años consecutivos y en cada una ha obtenido algún premio, ya sea por casos de éxito presentados o por el talento de los colaboradores de su Centro de Contacto. En 2015 no fue la excepción, obteniendo el reconocimiento de plata en la categoría “Mejor Estrategia de Servicio a Clientes/Ciudadano” con el caso “No hay opción: servicio inigualable para una institución de vanguardia”, así como el premio de bronce en la categoría de “Mejor Talento Humano Supervisor” para Madeleine V. Lara y plata en la categoría “Mejor Talento Humano Ejecutivo de Contacto Atención Ciudadana” para Cinthya I. Quintas.

### **RECONOCIMIENTO CAMPAÑAS SOCIALES**

- Caracol de Plata por la campaña “Fuera de la Cancha”.
- Reconocimiento IAB de bronce por la campaña “Fuera de la Cancha”
- Effie Social de Oro por la campaña “Amigo Secreto” a favor de la cultura de donación de órganos en México
- Reconocimiento Secretaría de Salud por la campaña “Amigo Secreto”



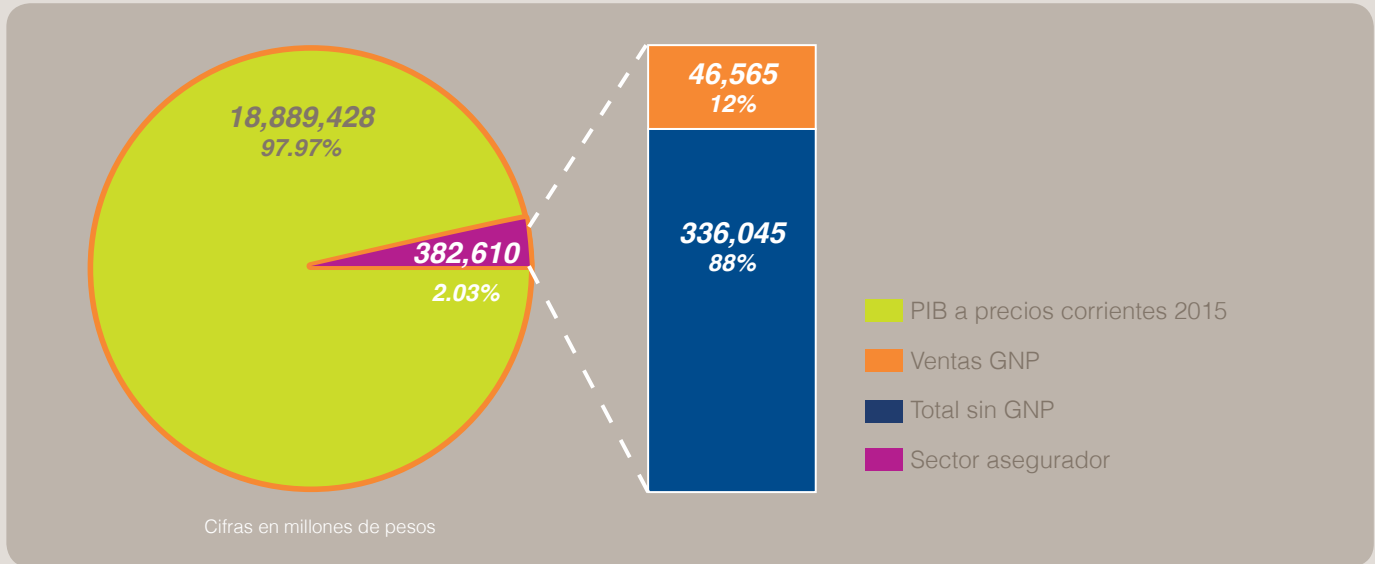


## *IV. Nuestro compromiso económico: rentabilidad con responsabilidad*

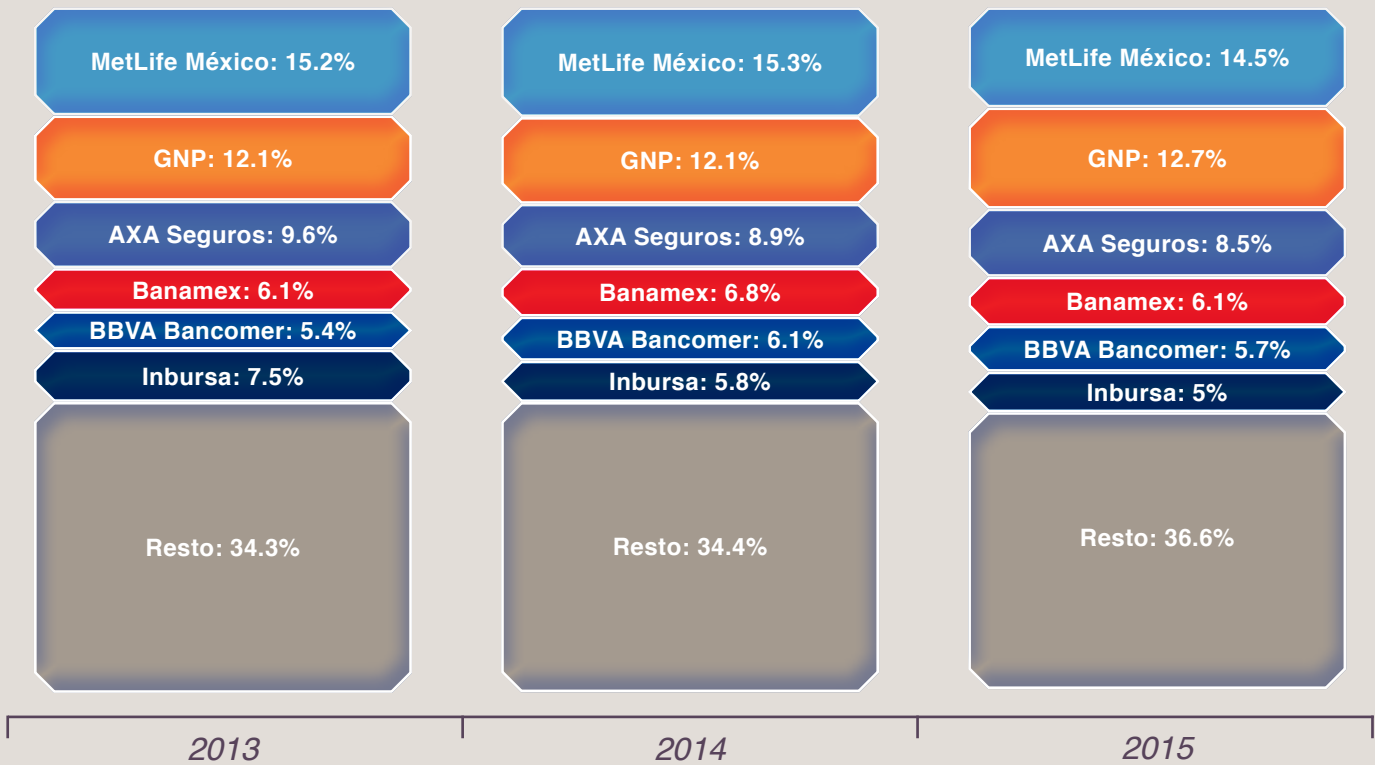
- GNP EN LA ECONOMÍA MEXICANA
- PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO
- CIFRAS RELEVANTES
- CRITERIOS DE INVERSIÓN

## GNP EN LA ECONOMÍA MEXICANA

G4-8





## PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO



## RANKING

Total	1er. Lugar		2do. Lugar		3er. Lugar	
Mercado Total	MetLife México		GNP		AXA Seguros	
10.3%	14.5%	4.7%	12.7%	15.4%	8.5%	5.2%
GMM Individual	GNP		AXA Seguros		Monterrey New York Life	
13.7%	31.7%	13.3%	21.4%	12.8%	14%	15.2%
GMM Colectivo	GNP		MetLife México		AXA Seguros	
-2.3%	22.1%	-22.8%	20.6%	0.9%	16%	9.5%
Vida Individual	MetLife México		Banamex		GNP	
7.4%	22%	2.2%	18.6%	-1.9%	15%	25.8%
Vida Grupo	MetLife México		Banorte		BBVA Bancomer	
11.3%	40.8%	7.7%	6.7%	9.3%	6.6%	18.1%
Autos	Qualitas		GNP		AXA Seguros	
10.4%	25.3%	12.4%	14.3%	26.1%	12.1%	-4.6%
Daños	Mapfre		Inbursa		AXA Seguros	
18.9%	15.3%	153.3%	9.9%	-21.2%	9.1%	11.4%

GNP ocupa el séptimo lugar en primas Vida Grupo y el quinto en Daños. Participando con el 3.4% y un decremento del 11.5% en Vida; en Daños crece 71.3% representando el 6% del ramo.

	Participación en el mercado
	Variación nominal en primas emitidas (Dic. 2015 vs. Dic. 2014)

## CIFRAS RELEVANTES

G4-9, G4-EC1

## VENTAS

Ramo	2014	2015	Variación (%)
Vida	14,333	17,199	20.00
Gastos Médicos y Accidentes	14,904	14,182	-4.85
Automóviles	8,601	10,847	26.11
Daños	2,562	4,388	71.28
<b>Total captación</b>	<b>40,400</b>	<b>46,616</b>	<b>15.39</b>
Fondos de administración	476	515	8.08
<b>Total captación más fondos en administración</b>	<b>40,876</b>	<b>47,130</b>	<b>15.30</b>

Cifras en millones de pesos

Las ventas reflejan un incremento respecto al año anterior de 15.39%, esto debido a que los ramos de Vida, Autos y Daños mantienen un buen crecimiento, el único ramo que se ve disminuido fue el de Gastos Médicos y Accidentes.

Balance	2014	2015
Activos	92,617	108,302
Pasivos	86,188	102,074
Capital	6,429	6,228

Patrimonio	2014	2015
Capital	6,429	6,228
Reserva catastrófica	434	507
<b>Total</b>	<b>6,863</b>	<b>6,735</b>

Cifras en millones de pesos

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

Gasto real	2014	2015
Gastos de adquisición	1,286	<b>1,431.3</b>
Gastos de administración	3,170.6	<b>3,263.4</b>
Otros gastos de operación	(767.6)	<b>(881.4)</b>
Depreciaciones y amortizaciones	160.7	<b>156.1</b>
Castigos	19.6	<b>14.8</b>
Derechos y otros productos sin pólizas	(857.1)	<b>(1,019.2)</b>
Otros ingresos	(90.8)	<b>(33.1)</b>
Total costo de operación	2,403	<b>2,382</b>
Gastos de ajuste	1,022.9	<b>1,091.8</b>
<b>Total</b>	<b>4,711.9</b>	<b>4,905.1</b>
<b>Retribución a empleados</b>		
Sueldos	941.60	<b>975.3</b>
Gratificaciones	646	<b>631.7</b>
Impuestos	260.2	<b>263.6</b>
<b>Total</b>	<b>1,847.8</b>	<b>1,870.6</b>
<b>Donativos</b>		
	9.9	<b>6.2</b>
<i>Cifras en millones de pesos</i>		

## MULTAS SIGNIFICATIVAS O SANCIONES IMPUESTAS POR LA AUTORIDAD

*G4-SO8*

Respecto al cumplimiento y análisis normativo de la compañía, en 2015 se registraron multas o sanciones impuestas por diversas autoridades, tales como la CONDUSEF y el Sistema de Administración Tributaria.

Año	Número de Multas	Importe
2013	21	\$662,573.79
2014	40	\$747,261.02
<b>2015</b>	<b>26</b>	<b>\$1,131,921.74</b>

## CRITERIOS DE INVERSIÓN

*G4-FS12*

GNP incorpora en su proceso de toma de decisiones de inversión el análisis del desempeño y compromiso ambiental, ético y social de las empresas en que invierte, de acuerdo a la Política de Inversión aprobada por el Consejo de Administración. Las inversiones son realizadas en instrumentos emitidos por el Gobierno Federal e instituciones que cumplen con lo establecido en la Política de Inversión y en apego con plazos y rendimientos adecuados a las obligaciones contraídas con los clientes y a la normatividad vigente.





## V. *Prevención y gestión integral de riesgos*

- GNP ÉTICA EMPRESARIAL
- PREVENCIÓN DEL LAVADO DE DINERO Y FINANCIAMIENTO DEL TERRORISMO
- PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES Y SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN
- PLAN ANUAL DE AUDITORÍA
- SISTEMA DE CONTROL INTERNO
- CULTURA DE SEGURIDAD INTEGRAL
- GESTIÓN DE RIESGOS

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.

G4-14, G4-EC2

De acuerdo a 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.

## GNP ÉTICA EMPRESARIAL

*G4-56, G4-57, G4-58, G4-HR3, G4-HR12, G4-SO4, G4-SO5, FS4*

Como empresa socialmente responsable, la cultura de ética y solvencia moral es nuestro principal objetivo, para lo cual se realiza anualmente una certificación ética que integra cinco cursos obligatorios para todos los colaboradores de GNP y empresas filiales:



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 colaboradores este año fue de 5,601.

Las certificaciones en los cursos de Código de Ética y Conducta, alcanzaron un avance del 91% y en el Canal de denuncia anónima 90%. El avance total de todas las certificaciones alcanzó el 88.5%.

### CERTIFICACIÓN CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA DESGLOSADO POR EMPRESA

Empresa	Total de colaboradores	Total de certificados	% del avance
AVM	131	125	95.42%
GNP	3,640	3,335	91.62%
MMO	164	152	92.68%
SAR	1,628	1,448	88.94%
VALMEX	38	38	100%
<b>Total</b>	<b>5,601</b>	<b>5,098</b>	<b>91.02%</b>

Base: 31 de julio 2015



## CERTIFICACIÓN CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA DESGLOSADO POR REGIÓN Y NIVEL

Región	Nivel Jerárquico				Total de certificados	Total de colaboradores	% de avance
	Funcionario	Gerente	Jefe de departamento	Operativo			
Cd. de México y alrededores	146	405	1,144	2,377	4,072	4,503	90.43%
Noreste	6	20	90	204	320	366	87.43%
Noroeste	1	10	32	102	145	149	97.32%
Occidente	6	26	89	230	351	366	95.90%
Sureste	3	12	56	239	210	217	96.77%
<b>Total</b>	<b>162</b>	<b>473</b>	<b>1,411</b>	<b>3,052</b>	<b>5,098</b>	<b>5,601</b>	<b>91.02%</b>

*Alcance: GNP y filiales*

Cabe mencionar que las normas implementadas por GNP para evitar la corrupción, la cual es una práctica no aceptada, es aplicada y monitoreada en todas las oficinas de servicio y centros de atención a nivel nacional.

Durante 2015 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.

## PREVENCIÓN DEL LAVADO DE DINERO Y FINANCIAMIENTO DEL TERRORISMO



*FS4*

Durante 2015 en GNP trabajamos en la mejora continua de los procesos de negocio, con la visión de fortalecer el cabal cumplimiento de las disposiciones que nos regulan en materia de prevención del lavado de dinero. Se adquirieron nuevas herramientas que robustecen los procedimientos que involucran el conocimiento de nuestros clientes, socios comerciales y empleados. A través de éstas, podemos calificarlos con mayor precisión, identificando oportunamente situaciones de riesgo que deban ser evitadas o mitigadas.

Adicionalmente, se han incorporado en nuestros procesos, las mejores prácticas propuestas por la autoridad, aplicables a los reportes de operaciones inusuales e internas preocupantes. Esta medida le permitirá a la propia autoridad, contar con reportes de mayor calidad y con información más precisa.

Asimismo, continuamos participando como miembros del Comité de Comunicación y Control de la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS) para que, en conjunto con las instituciones asociadas, intercambiemos conocimientos y experiencias que faciliten la comprensión y la aplicación de las disposiciones. Para fortalecer el conocimiento de los encargados de la detección y prevención del lavado de dinero, se participa en diversas conferencias impartidas por organizaciones nacionales e internacionales para conocer casuísticas y tipologías en la materia.

En GNP trabajamos en la creación de una cultura de cumplimiento integral. Para ello, se elaboró una campaña de comunicación interna 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 nuestras obligaciones. Estos esfuerzos tienen como fin reforzar el compromiso de todo el personal y de la fuerza de ventas en el cumplimiento de la regulación, así como en la importancia de coadyuvar con las autoridades en la lucha contra el lavado del dinero y financiamiento del terrorismo.

## PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES Y SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

Durante 2015, implementamos un proceso de mejora continua en materia de protección de datos, con acciones preventivas y de monitoreo. Se ejecutaron auditorías internas para detectar desviaciones que pudieran atentar los principios que rigen la protección de datos a través de un área especializada, dirigida por un Oficial de Protección de Datos que coordina a este equipo interdisciplinario. Dicha área proporciona asesoría y coordina la campaña de comunicación y de capacitación dirigida a todos los empleados y socios de negocio que traten los datos personales de nuestros clientes. Asimismo, vigila la correcta implementación de las 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 adición, GNP participa en la AMIS para que, en conjunto con las empresas del sector, se adopten las mejores prácticas en esta materia, lo que nos ha permitido mantenernos apegados a lo establecido en la normatividad que nos regula. Del mismo modo, personal del área participa en los talleres impartidos por el Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI), con el propósito de especializarse en los diferentes aspectos que conlleva la normatividad en la materia, obteniendo las certificaciones respectivas.

Con estas medidas, 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.

## PLAN ANUAL DE AUDITORÍA

*G4-SO3, FS9*

El Plan Anual de Auditoría 2015, aprobado por el Comité de Auditoría y Prácticas Societarias contempló la realización de 43 auditorías durante el año, las cuales se cumplieron en su totalidad.

Los procesos que fueron objeto de revisión son: siniestros GMM y Vida individual, suscripción autos flotilla y suscripción Vida individual, reaseguro, seguridad física del centro de cómputo, administración de servidores, administración de proyectos de infraestructura, análisis financiero, cumplimiento de disposiciones en materia de prevención del lavado de dinero, cumplimiento de la Ley de Protección de Datos Personales, contratación de servicios con terceros, 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.

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

## SISTEMA DE CONTROL INTERNO

*FS2*

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 2015, como parte del Sistema de Gobierno Corporativo, se elaboraron e implementaron políticas para cumplir con la nueva Ley de Instituciones de Seguros y Fianzas que entró en vigor el 4 de abril de 2015, dentro de las cuales se incluye la de control interno. Adicionalmente, se realizaron revisiones de control a las principales operaciones del negocio con la finalidad de evaluar el ambiente de control interno así como el proceso de autorización, aprobación, verificación y conciliación de las operaciones realizadas por la empresa.

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– continúan fortaleciéndose al interior de la empresa. Este año la sensibilización respecto de los valores llegó a mil 50 colaboradores mediante la obra de teatro titulada “El Principio de la Luz”. Los participantes, principalmente el equipo del área de Servicio y Operaciones, y los Gestores de Riesgo Operativo, vivieron de una manera muy didáctica cómo las decisiones pequeñas y bien orientadas de nuestro día a día constituyen la fortaleza de toda nuestra comunidad.



El resultado de este esfuerzo se recoge en el desarrollo de nuestros colaboradores que son mucho más conscientes de los riesgos e implicaciones de mediano y largo plazo que tienen nuestras decisiones del día a día, conciencia que les ayuda a desenvolverse adecuadamente en situaciones complejas en cada uno de sus distintos roles sociales.

Además, este año, GNP tuvo una participación destacada del Comité de Prevención de Crisis de Grupo BAL, promoviendo aprendizajes, sinergias y mejores prácticas en materia de prevención de crisis; en este rol acompañó a algunas de las empresas hermanas del Grupo en el diseño y desarrollo de sus propias metodologías para incorporar en su gestión prácticas de vanguardia en este tema.

Con este mismo espíritu de prevención, en 2015 se llevó a cabo el segundo Simulacro de Crisis de GNP con un grupo de directores de primer nivel. Este fue un ejercicio de reflexión 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

GNP tiene instaladas y debidamente registradas ante la Secretaría del Trabajo y Previsión Social 16 comisiones de seguridad e higiene que representan al 100% de los colaboradores, integradas por un total de 207 colaboradores de la empresa, los cuales reciben capacitación constante en la materia.

G4-LA5

Asimismo, contamos con un grupo de 354 brigadistas a nivel nacional. En 2015 fueron capacitados 269 empleados en los siguientes temas:

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



Tema	2014		2015	
	Colaboradores	Proveedores	Colaboradores	Proveedores
Protección civil	598	243	<b>464</b>	<b>85</b>
Higiene y seguridad	88	0	<b>147</b>	<b>60</b>
<b>Total</b>	<b>686</b>	<b>243</b>	<b>611</b>	<b>145</b>

## RALLY DE BRIGADAS

En el marco de los Juegos Deportivos y Culturales BAL 2015 con Causa Social se llevó a cabo el 5° Rally de Brigadas.

En este evento los participantes mostraron sus habilidades en la atención de emergencias simuladas de incendio, búsqueda y rescate, primeros auxilios y rescate en rappel, y este año se incorporó la demostración de destreza y resistencia de bombero.

El evento contó también con la presencia de autoridades de Protección Civil del Gobierno del Distrito Federal, además de la participación activa de Médica Móvil y como invitado especial el Grupo de Búsqueda y Rescate Canino de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

## TARDES DE VERANO

Este programa del Club Deportivo recibió a 70 niños que participaron en el taller de prevención “Porque me quiero, me cuido”. En este taller, los hijos de nuestros colaboradores aprenden de manera muy didáctica procedimientos de emergencia pero, sobre todo, a prevenir accidentes en el hogar.

# GESTIÓN DE RIESGOS

*G4-2, FS2*

## 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 Administración Integral de Riesgos supervisa el cumplimiento estricto de las políticas y procedimientos correspondientes.

Durante el proceso de implementación de la Ley de Instituciones de Seguros y Fianzas, así como de su normativa secundaria, GNP ha mantenido una colaboración directa con la autoridad, aportando su experiencia en el manejo de modelos de riesgo de capital y participando en los distintos análisis de impacto cuantitativo y cualitativo.

Durante el año, el peso mexicano registró una depreciación significativa frente al dólar estadounidense ante la expectativa de un incremento en la tasa de interés de la Reserva Federal y la caída en el precio del petróleo. Como respuesta a dicha expectativa, las tasas de mediano y largo plazo mostraron ligeros incrementos en el periodo con una alta volatilidad intermedia, mientras que la tasa de interés de corto plazo (tasa de interés de referencia) se mantuvo en un objetivo de 3% como parte de la política monetaria del Banco de México. El impacto hacia GNP fue moderado gracias a una vigilancia oportuna en el flujo del negocio, así como 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 ayuda a operar bajo un apetito de riesgo, alineado con la estrategia del negocio y en consecuencia nos permite cumplir con la Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas.

Durante 2015, continuamos con el despliegue del modelo de gestión de riesgo operativo a lo largo de la organización. Se han implementado 170 Gestores de Riesgo los cuales actúan como “sensores” y reportan las incidencias que se presentan en las operaciones que realizan, que pueden derivar en pérdidas.

Se concluyó la implementación del sistema informático de Enterprise Risk Management (ERM), que nos permite:

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

Simultáneamente se refuerza la cultura de riesgo operativo en toda la organización a través de campañas de comunicación.

de código postal o, con mayor exactitud, por sus coordenadas de longitud y latitud.

## G4-EC2 RIESGOS NATURALES

Aunque el fenómeno que más preocupa a la población mexicana es el riesgo de un terremoto derivado del sismo de 1985, la República Mexicana se encuentra expuesta a una diversidad de riesgos hidrometeorológicos cuya ocurrencia se ha observado ser más frecuente en los últimos años y ha producido daños económicos de grandes dimensiones, como ya lo han demostrado huracanes e inundaciones.

Es por eso que GNP, preocupado por el bienestar de sus asegurados, ha realizado un trabajo especial para medir los principales riesgos a los que se encuentran expuestos (erupción volcánica, sismo, granizo, huracán, inundación y tsunamis) utilizando modelos especiales diseñados para estimar los daños ocasionados ante los eventos expuestos.

Para determinar el peligro es necesario conocer, por cada bien asegurado, el valor asegurable del inmueble, sus características constructivas (tipo de techo, muros, número de pisos, fecha de construcción, etc.) y su localización geográfica, ya sea a través

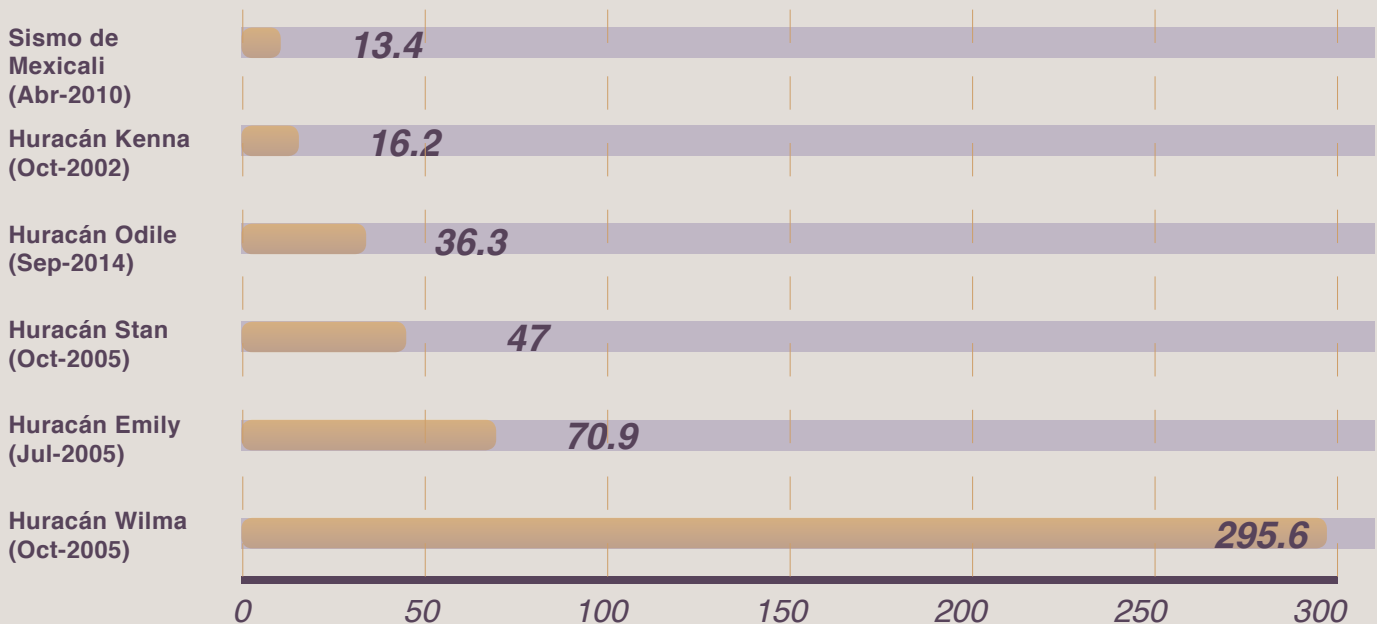
## G4-EC2 MECANISMOS DE TRANSFERENCIA DE RIESGOS NATURALES

El crecimiento de una economía como la mexicana requiere de sistemas 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. Debido al desarrollo económico del país, cada vez existen más bienes expuestos a este tipo de fenómenos.

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 hemos hecho frente en los últimos años están el terremoto de Mexicali, el huracán Alex en 2010 y los huracanes Ingrid y Manuel en 2013.

## EVENTOS CATASTRÓFICOS





## *VI. Compromiso y diálogo social*

- LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN
- MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERNA
- COMUNICACIÓN RESPONSABLE
- DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS
- PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES
- PARTICIPACIÓN EN EL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR E INJERENCIA EN LA GESTIÓN PÚBLICA

## LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN

A lo largo de más de 114 años de historia, GNP ha fortalecido su compromiso en contribuir al desarrollo de México, brindando protección y respaldo financiero a las familias mexicanas e impulsando acciones específicas para continuar fortaleciendo una cultura de prevención financiera y de salud que mejoren su calidad de vida en diferentes ámbitos.

Por ello, nuestra línea de comunicación se enfoca siempre en generar mensajes positivos que celebren la vida y permitan que un mayor número de personas se identifiquen con nuestra filosofía empresarial: "Vivir es increíble", que representa la manera en cómo creemos que debemos vivir, de forma increíble. Lo anterior ha permitido que todas nuestras acciones de comunicación tengan un impacto trascendente en la generación de acciones que contribuyan a la formación de un mejor país.

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERNA

A través de las herramientas de comunicación mantenemos informados a nuestros colaboradores sobre los temas y actividades relevantes de la organización; para ello, utilizamos distintos canales:

**Sesión de Enfoque Líderes GNP:** reunión en la que el Director General comparte con su equipo ejecutivo y de gerentes los resultados de negocio, cambios en la organización, iniciativas estratégicas e información del sector.

**Junta de Cascada:** evento en que el responsable de cada Dirección transmite a todo su equipo la información que le fue compartida durante la Sesión de Enfoque Líderes GNP. A criterio del funcionario se aprovecha la reunión para revisar temas específicos del área.

**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.

**Día de la Visión:** sesión anual celebrada de forma simultánea a nivel nacional en la que se presentan resultados y avances de la compañía de cara a la Visión 2019. Se realizan dinámicas de integración para que todos los colaboradores de la empresa interactúen y vivan los valores de nuestra Visión.

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:

Medios electrónicos	Medios impresos
Enlace: portal de intranet	Banners y pendones
Contacta TV: pantallas electrónicas	Acrílicos Contacta: posters
Pantallas de inicio	Revista Vive GNP
Segmentación web para ajustadores	Volantes: dípticos, trípticos o flyers
Biométricos: pantallas micro LCD en control de accesos	
iPad En Ruta: tabletas en el transporte del personal	
Comunicados digitales: correo electrónico	
Bus: herramienta web del área de Gastos Médicos Mayores	
Audio ambiental: mensajes de audio	





## COMUNICACIÓN RESPONSABLE

### CULTURA DE PREVENCIÓN

En GNP nuestra responsabilidad social se refleja en todas nuestras acciones de comunicación. Este año nos enfocamos en continuar fortaleciendo una cultura de previsión financiera, prevención social y de salud y acciones de responsabilidad social. Con base en estos tres ejes hemos generado una comunicación integral que sensibiliza a las familias mexicanas sobre el entorno económico – social actual y las medidas a considerar para que éste no afecte su estabilidad económica ni el logro de sus metas a futuro.

A la fecha hemos emitido más de 38 comunicados a medios de comunicación externa, poniendo a disposición de todos los públicos información que contribuye con el fomento de una cultura de prevención integral, siendo uno de los temas principales la previsión de salud y la responsabilidad social, ambos pilares fundamentales de una sociedad sana e incluyente.

## CAMPAÑA AMIGO SECRETO GNP IMPULSA REGISTRO HISTÓRICO EN EL CENATRA: 10,000 PERSONAS SE HAN REGISTRADO EN 2015

*Aún cuando en México se realizan trasplantes de órganos, tejidos y células desde 1963, de acuerdo con datos del Centro Nacional de Trasplantes (CENATRA), actualmente cerca de 20 mil personas se encuentran en espera de un órgano o tejido que pueda salvar y/o mejorar su calidad de vida, por ello impulsar la cultura de donación de órganos es clave.*

*Con esta convicción, GNP continúa impulsando su campaña Amigo Secreto generando un efecto multiplicador de conciencia social sobre la importancia de ser donador y compartir esta decisión con la familia. Actualmente GNP invita a portar la pulsera distintiva de donador de órganos, a la fecha ya son más de 17 mil personas que la han recibido, contribuyendo así a construir una cultura que facilite que en México se lleven a cabo más trasplantes de órganos.*

*Toda persona que desee obtener la pulsera de donador de órganos, sólo tiene que:*

- a. Registrarse en [amigosecretognp.com](http://amigosecretognp.com) en la sección “Quiero ser amigo secreto”.*
- b. Completar el registro oficial en el Registro Nacional de Donadores Voluntarios, la liga de registro llegará automáticamente por correo electrónico.*
- c. Si ya se es un Amigo Secreto, sólo hay que ingresar el correo con el que se realizó el registro y solicitar la pulsera, que se entregará sin ningún tipo de costo.*

*Según datos del Centro Nacional de Trasplantes CENATRA, la campaña Amigo Secreto GNP (noviembre 2014 a la fecha) ha contribuido a incrementar el Registro Nacional de Donadores Voluntarios de manera histórica ya que tan sólo en 2015 se registraron más de 10 mil personas, lo que representa el doble del promedio anual del Registro del CENATRA desde su creación en 2006. Cabe resaltar que más de 80% de los registros en el CENATRA se reflejaron durante los meses de junio, julio y agosto, periodo en el que inicia la segunda etapa de la campaña Amigo Secreto de GNP.*

*Asimismo se reportó que el 31% de los donadores voluntarios inscritos fueron hombres y 69% mujeres, siendo las edades de mayor participación en ambos casos de 18 a 30 años. Por otra parte, los estados con mayor número de donadores inscritos, acumulando 58% del total de las personas registradas son:*

Estado	Donadores	%
Distrito Federal	2,598	26%
Estado de México	1,568	16%
Guanajuato	575	6%
Nuevo León	527	5%
Sonora	493	5%

*“Amigo Secreto GNP busca fomentar acciones concretas en materia de donación de órganos en nuestro país; impulsar el cambio de percepción del tema y reforzar la valiosa labor que realizan organizaciones de diferentes ámbitos. Por ello el Día Nacional de la Donación y Trasplantes de Órganos en México, es un momento clave para que como sociedad e individualmente hagamos conciencia sobre la importancia de tomar la decisión a favor de la donación de órganos y compartirla con la familia, brindando así la oportunidad a miles de personas en espera de un órgano o tejido de recuperar la salud y/o mejorar su calidad de vida”, comentó Rosenda Martínez, directora de Comunicación e Imagen Corporativa de GNP.*

*En los últimos siete años cerca de nueve mil personas han regalado vida a través de la donación de órganos. El número de donadores resulta muy bajo comparado con las más de 19 mil personas que esperan un trasplante, lo que resalta la importancia de fortalecer la cultura de donación de órganos para prolongar la esperanza o mejorar la calidad de vida de los miles de mexicanos en espera de un trasplante.*

*Por lo anterior, en GNP buscamos promover una cultura de prevención y preservación de la salud, en esta ocasión a través del fomento de una cultura de la donación de órganos como un regalo que puede cambiar la vida y estado de salud de un gran número de personas.*

*Entre los principales resultados, se incrementó considerablemente el número de donadores inscritos en el Registro Nacional: de 2013 a 2014 hubo un incremento de 256% en el número de personas inscritas como donadores de órganos en los registros del CENATRA.*

*En noviembre y diciembre de 2014 se inscribieron cinco mil 444 personas, lo que representa el 69% del total del año, mientras en el mismo periodo de 2013 sólo se inscribieron 347, representando el 15% del total de ese año. Este periodo coincidió con el lanzamiento de la campaña Amigo Secreto de GNP.*

*Después de este resultado, GNP continuó impulsando la campaña Amigo Secreto con el fin de generar un efecto multiplicador de conciencia social que resaltara la importancia de ser donador y compartir esta decisión con la familia. Invitando a quienes se inscribieran como donadores a portar la pulsera distintiva de donador de órganos. Hoy suman más de 17 mil personas portando su decisión de ser donadores.*

## UN SEGURO DE GASTOS MÉDICOS MAYORES, ALIADO DE LA SALUD DE LAS MUJERES EN CUALQUIER MOMENTO DE SU VIDA

*La mujer tiene rol protagónico en la vida económica, política y social de nuestro país; como madres, empresarias, investigadoras, líderes sociales y jefas de familia, las mujeres han ganado espacios de participación con una mayor actividad que requiere de nuevas formas de protección de sus derechos, particularmente el del cuidado de su salud.*

*Actualmente, 49% de la cartera de Gastos Médicos Mayores de GNP ha sido contratada por mujeres, entre otras cosas por la atención integral en las distintas etapas de la vida como en el inicio de su etapa productiva, en el momento en que se convierten en madre y posteriormente frente al riesgo de padecimientos que afectan a las mujeres principalmente en su edad adulta como el cáncer de mama y el cáncer cérvico-uterino.*

*El cáncer de mama representa el 16% de todos los cánceres femeninos, sin embargo, el 95% de los casos son curables si se detectan en las primeras etapas de la enfermedad, por ello es fundamental impulsar medidas de detección oportuna que permitan a las mujeres recibir el tratamiento adecuado con oportunidad incrementando sus posibilidades de superar la enfermedad y mejorar su calidad de vida.*

*En este sentido, GNP desarrolló el Programa de Acompañamiento Integral para pacientes con cáncer, el cual tiene diversos beneficios como la realización de una prueba de detección molecular que permite evaluar de forma fidedigna el mejor tratamiento para cada etapa de este padecimiento, además de proveer asistencia médica y psicológica a las pacientes y familiares. De acuerdo con la*

*estadística arrojada por la práctica de pruebas moleculares, 6 de cada 10 casos detectados en etapa I y II, no requieren quimioterapia, por lo que su tratamiento puede ser hormonal con resultados satisfactorios.*

*“Es fundamental difundir los hábitos saludables que ayudan a reducir el riesgo de padecer cáncer de mama o detectarlo oportunamente, este tipo de cáncer es el de mayor incidencia en México, 70% de los casos se presenta en mujeres entre 30 y 59 años de edad, de los cuales 60% son detectados en etapas avanzadas”, destacó el Dr. Alejandro Chías, Subdirector Médico de GNP.*

*De acuerdo con estadísticas de GNP, 56% de las mujeres que han reportado el padecimiento de cáncer de mama, se encuentran entre los 35 y 54 años de edad. En promedio se reportan alrededor de mil 500 casos de cáncer de mama anualmente en su cartera de seguros médicos; sólo durante 2014 se recibieron más de mil 770 casos de este padecimiento, lo que ha representado un costo superior a los 180 millones de pesos, equivalente a un costo promedio por caso de 100,000 pesos, cantidad que podría poner en riesgo la estabilidad financiera familiar.*

*Se ha identificado que de 5 a 10% de los casos a nivel mundial son de origen hereditario, mientras que el 90% se deben a factores de nuestro entorno. Por ello es importante incorporar hábitos saludables a nuestra rutina diaria, tales como: no fumar, tener un consumo moderado de alcohol, comer al menos cinco porciones de frutas y verduras al día, hacer 150 minutos de ejercicio a la semana –lo que equivale a media hora al día– y mantener un peso adecuado.*

## DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

*G4-26, G4-27, FS5*

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	> Encuesta de Desempeño Organizacional	Anual
	> Encuesta de Materialidad para Detección de Asuntos Relevantes	Anual
	> Sesión de Enfoque Líderes GNP	Trimestral
Clientes	> Estudio de satisfacción y lealtad	Permanente
Proveedores	> Encuesta de Materialidad para Detección de Asuntos Relevantes	Anual
Representantes de los canales de distribución	> Estudio de satisfacción y lealtad	Permanente
Autoridades regulatorias	> Consultas, encuentros y juntas de trabajo	Permanente a través de la CNSF, CNBV y la CONDUSEF
	> Encuesta de Materialidad para Detección de Asuntos Relevantes	Anual
Organizaciones sindicales	> Negociaciones contractuales y/o salariales	Anual
	> Encuesta de Materialidad para Detección de Asuntos Relevantes	Anual
Empresas filiales	> Encuentros y juntas de trabajo	Permanente
Empresas aseguradoras y asociaciones del sector	> Encuentros y juntas de trabajo	Permanente a través de la participación en la AMIS
Beneficiarios de programas sociales y sociedad civil	> Gol por México	Permanente
	> Encuesta de Materialidad para Detección de Asuntos Relevantes	Anual

## PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES

*G4-15, G4-16*

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 Vela, Director General de GNP.

Adicionalmente, tenemos participación importante dentro del Colegio Nacional de Actuarios A.C. (CONAC), en el que Jesús Zúñiga, Director de Administración Integral de 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 2015, 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 Contabilidad de Seguros. Con esto, 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.

Con esto 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

*G4-15, G4-16*

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.

# A) Compromiso con nuestros colaboradores

- *GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO*
- *ATRACCIÓN DE TALENTO*
- *CAPACITACIÓN*
- *PROGRAMAS CORPORATIVOS BAL*
- *GESTIÓN DEL DESEMPEÑO*
- *COMPENSACIONES Y PRESTACIONES PARA EL PERSONAL*
- *CALIDAD DE VIDA E INTEGRACIÓN DE PERSONAL*



## 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, en forma estandarizada, 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 G4-9, G4-10, G4-11, G4-LA1, G4-LA12

En 2015, nuestra plantilla laboral estuvo conformada por un total de tres mil 676 colaboradores, de los cuales el 51% fueron mujeres y 49% hombres y el 28.5% personal sindicalizado. Con relación a 2014, la plantilla se decrementó en un 1.37%. 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 es una empresa grande.

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

Dirección	Mujer	Hombre	Total	No. Sindicalizado	Sindicalizado	Total
Administración Integral de Riesgos	15	11	26	26	0	26
Automóviles y Gastos Médicos	141	116	257	250	7	257
Canal Agentes	126	97	223	219	4	223
Canal Corredores y Gobierno	204	204	408	374	34	408
Canal Masivo	31	42	73	73	0	73
Dirección General	36	36	72	72	0	72
Dirección Médica Móvil	1	0	1	1	0	1
Finanzas	58	28	86	86	0	86
Planeación, Desarrollo y Jurídico	137	111	248	248	0	248
Recursos Humanos y Servicios Administrativos	87	68	155	133	22	155
Servicio y Operaciones	995	1,020	2,015	1,034	981	2,015
Sistemas	42	79	112	112	0	112
<b>Total</b>	<b>1,873</b>	<b>1,803</b>	<b>3,676</b>	<b>2,628</b>	<b>1,048</b>	<b>3,676</b>

Diferencia salarial promedio: .14%

G4-LA13



### COMPOSICIÓN DE PERSONAL DESGLOSADO POR GÉNERO Y EDAD

Rangos de edad	Mujer	Hombre	Total
18 a 30 años	692	657	1,349
31 a 40 años	671	652	1,323
41 a 50 años	381	348	729
Más de 50 años	129	146	275
<b>Total</b>	<b>1,873</b>	<b>1,803</b>	<b>3,676</b>

### COMPOSICIÓN DE PERSONAL DESGLOSADO POR REGIÓN Y GÉNERO

Región	Mujer	Hombre	Total
D.F. y alrededores	1,481	1,525	3,006
Noreste	113	91	204
Noroeste	75	39	114
Occidente	114	100	214
Sureste	90	48	138
<b>Total</b>	<b>1,873</b>	<b>1,803</b>	<b>3,676</b>

### COMPOSICIÓN DE PERSONAL DESGLOSADO POR NIVEL Y GÉNERO

Nivel	Mujer	Hombre	Total
Funcionario	48	172	220
Gerente	258	263	521
Jefe de departamento	603	506	1,109
Operativo	964	862	1,826
<b>Total</b>	<b>1,873</b>	<b>1,803</b>	<b>3,676</b>

### COMPOSICIÓN DE PERSONAL DE LAS FILIALES DE GNP

Empresa	Total
AVM	793
MMO	168
SAR	1,768
VALMEX	38
<b>Total</b>	<b>3,280</b>

### COMPOSICIÓN DE PERSONAL DESGLOSADO POR NIVEL Y REGIÓN

Nivel	D.F. y alrededores	Noreste	Noroeste	Occidente	Sureste	Total
Funcionario	202	7	2	7	2	220
Gerente	449	22	13	23	14	521
Jefe de departamento	908	57	32	68	44	1,109
Operativo	1,447	118	67	116	78	1,826
<b>Total</b>	<b>3,006</b>	<b>204</b>	<b>114</b>	<b>214</b>	<b>138</b>	<b>3,676</b>

## ATRACCIÓN DE TALENTO



Durante 2015 se trabajó sobre un total de dos mil 214 solicitudes de cobertura de posiciones de nueva creación, eventuales, proyectos y rotación natural para las diferentes áreas administrativas de GNP y sus empresas filiales (SAR, AVM, MMO, VALMEX), con la participación de tres mil 284 candidatos, de los cuales el 57% fueron hombres y el 43% mujeres.

Nivel	GNP	SAR	AVM	MMO	VALMEX	Total
Gerente	89	10	13	1	0	113
Jefe de departamento	223	235	11	2	2	473
Operativo	527	1,007	74	17	3	1,628
<b>Total</b>	<b>839</b>	<b>1,252</b>	<b>98</b>	<b>26</b>	<b>5</b>	<b>2,214</b>

Para GNP resulta importante contar con lineamientos de atracción de talento que nos permitan identificar día a día candidatos con las mejores competencias para las posiciones vacantes, por lo que estamos en continuo reforzamiento de nuestros procesos apoyándonos de diferentes pruebas y herramientas como: Wonderlic, Human Side, Midot, IPV, Assessment Center, entre otras, para afianzar el proceso de selección del mejor candidato.

El crecimiento constante del negocio nos ha llevado a continuar explotando las diferentes fuentes de reclutamiento. Internamente nuestra principal fuente de reclutamiento es Apúntate y de manera externa contamos con bolsas de empleos virtuales: OCC, Búmeran, Zona Jobs, entre otras, así como con estrategias con universidades, ferias de reclutamiento, juntas de intercambio de cartera, volanteo, banners y pósters.

### 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 (SAR, AVM, MMO y VALMEX) visualizan las plazas de nivel operativo, jefes de departamento y gerencias en la compañía, permitiendo de manera continua el crecimiento personal y profesional, esto alineado a nuestros valores, competencias, habilidades y desempeño.



Preocupados por estar siempre apegados a las necesidades de GNP, durante este año nos renovamos con políticas enfocadas a favorecer la diferenciación de talento y la especialización de nuestras áreas. Confiamos en nuestra gente, por lo que buscamos impulsarla generando mayores oportunidades.

Durante 2015 creamos un vínculo entre el jefe solicitante de la posición y el empleado interesado en la plaza, logrando una corresponsabilidad para el seguimiento de su postulación; obteniendo una mejor interacción y transparencia en el proceso interno de reclutamiento, reforzando el compromiso con cada uno de los finalistas.

En 2015 se llevaron a cabo 762 publicaciones en esta herramienta, de las cuales, el 84% se cubrieron a través de la promoción interna de colaboradores de GNP y filiales, convirtiendo a Apúntate en la principal fuente de reclutamiento para GNP.



Fuente	Gerente	Jefe de departamento	Operativo	Total
Apúntate GNP	66	166	276	508
Apúntate filial	2	4	128	134
Total externo	9	37	74	120
<b>Total vacantes</b>	<b>77</b>	<b>207</b>	<b>478</b>	<b>762</b>

*Alcance: GNP y filiales*

### CONTRATACIÓN DE PERSONAL CON DISCAPACIDAD

En este sentido, GNP contrató en 2015 a la primera persona invidente, quien se integró al Centro de Contacto en donde haciendo sinergia con el equipo ha ayudado a mejorar el ambiente laboral, dando un nuevo concepto al trabajo en equipo.

Durante 2015 se incorporaron 24 personas, sumando con ello 120 contrataciones de personal con discapacidad desde el inicio del proyecto y 83 activos al cierre de 2015, de las cuales 16 han sido promovidas.



**MOVIMIENTOS DEL PERSONAL****CAMBIO LATERAL**

Nivel	Mujer	Hombre	Total
Funcionario	1	13	14
Gerente	13	12	25
Jefe de departamento	26	25	51
Operativo	13	17	30
<b>Total</b>	<b>53</b>	<b>67</b>	<b>120</b>

**PROMOCIONES**

Nivel	Mujer	Hombre	Total
Funcionario	5	16	21
Gerente	29	31	60
Jefe de departamento	74	66	140
Operativo	89	93	182
<b>Total</b>	<b>197</b>	<b>206</b>	<b>403</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	5	6	3	14
Gerente	3	7	3	0	13
Jefe de departamento	39	19	3	0	61
Operativo	246	55	10	1	312
<b>Total</b>	<b>288</b>	<b>86</b>	<b>22</b>	<b>4</b>	<b>400</b>

**ALTAS DE PERSONAL DESGLOSADAS POR NIVEL Y GÉNERO**

Nivel	Género		Total
	Mujer	Hombre	
Funcionario	3	11	14
Gerente	3	10	13
Jefe de departamento	31	30	61
Operativo	131	181	312
<b>Total</b>	<b>168</b>	<b>232</b>	<b>400</b>

**ALTAS DE PERSONAL DESGLOSADAS POR NIVEL Y REGIÓN**

Nivel	Región					Total
	Cd. de México y alrededores	Occidente	Noreste	Noroeste	Sureste	
Funcionario	14	0	0	0	0	14
Gerente	12	0	0	1	0	13
Jefe de departamento	50	2	3	0	6	61
Operativo	245	15	25	12	15	312
<b>Total</b>	<b>321</b>	<b>17</b>	<b>28</b>	<b>13</b>	<b>21</b>	<b>400</b>

## BAJAS DE PERSONAL

Nivel	Lamentada	Deseada	Defunción	Jubilación	Total
Funcionario	15	8	0	1	24
Gerente	43	20	1	2	66
Jefe de departamento	60	60	2	5	127
Operativo	151	113	1	3	268
<b>Total</b>	<b>269</b>	<b>201</b>	<b>4</b>	<b>11</b>	<b>485</b>

## HORAS EXTRA

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, disminuyendo en un 20% el total de horas extras laboradas de un año a otro.

Año	Horas extra laboradas	Monto pagado al personal
2013	171,986	17,517,164
2014	115,553	12,265,935
<b>2015</b>	<b>92,745</b>	<b>10,738,597</b>

## CAPACITACIÓN

El objetivo primordial de capacitación es la implementación de programas y procesos formativos que fomenten e impulsen el crecimiento de las personas, impactando 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 plataforma tecnológica de vanguardia que nos permite gestionar el conocimiento, así como los planes individuales de capacitación. A través de ella todos nuestros colaboradores obtienen conocimiento de forma homologada a nivel nacional.



GNP cuenta con una oferta educativa dividida en categorías, cada una de éstas enfocada en las necesidades de cada colaborador para facilitar la gestión del conocimiento:

1. Cursos institucionales
2. Cursos para el desarrollo de habilidades
3. Cursos para el uso de herramientas (excel, word, power point, entre otros)

Esta oferta educativa nos permite estar permanentemente capacitados en temas que impactan en los objetivos estratégicos de la compañía, así como en los comportamientos, reforzando así aspectos de desarrollo de nuestro personal.

### **CAPACITACIÓN PRESENCIAL**

La capacitación presencial en GNP tiene rumbo y objetivos claros según las necesidades de cada área, debido al diseño y elaboración de cédulas de capacitación. Durante 2015 se impartieron 324 temas presenciales, entre los cuales destacan:

**Seminario de habilidades gerenciales:** continuando con el esfuerzo de GNP en proporcionar a sus colaboradores las herramientas que les permitan desarrollar al máximo su potencial dentro de la empresa se creó este seminario que busca que los gerentes tomen decisiones más alineadas a los valores de nuestra empresa, establezcan estrategias, políticas y medios para desempeñar mejor su función y se comuniquen más asertivamente; a través de módulos presenciales que permiten mayor interacción.

**Programa de inducción a GNP:** en GNP es fundamental contar con colaboradores apasionados que brinden un servicio inigualable sin importar el área en la que se incorporen; para lograr un verdadero sentido de pertenencia en cada uno de ellos se imparte un taller que con el apoyo de diferentes ejercicios estructurados y dinámicas, se les da a conocer a los colaboradores de nuevo ingreso la filosofía, valores, beneficios y conceptos fundamentales en la organización.

**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 que terminó en 2015 participaron 20 funcionarias.

### **Certificación técnica y de productos de canal corredores:**

su objetivo es el de asegurar que los ejecutivos de venta y áreas relacionadas con el negocio como: Suscripción Corporativa PyMEs, Ingeniería, Oferta de Valor PyMEs, Línea de Producción, Siniestros, Call Center, Quejas y Servicio cuenten con el conocimiento técnico y de productos de los cuatro ramos.

**Programa de negocios:** el objetivo es promover una cultura de negocios e innovación de procesos entre nuestros colaboradores, que nos permita que sus decisiones estén basadas en incrementar el valor del portafolio de negocios de la empresa en sus distintas categorías: estratégica, financiera, técnica, eficiencia operativa y excelencia. En 2015 contamos con la participación de 63 colaboradores en Plaza GNP.

### **CONOCER**

GNP como centro de evaluación, en conjunto con el Consejo Nacional de Normalización y Certificación (CONOCER), dio continuidad al proceso de evaluación de conocimientos, habilidades y actitudes de asesores de servicio automóvil; otorgando certificados con validez oficial a nivel nacional con la finalidad de acreditar la competencia en su función.

En 2015 se recertificó en el Estándar de Competencia 73: "Atención de colisión en cruce a los usuarios de seguros de autos" a un total de 143 asesores de servicio automóvil a nivel nacional; 43 colaboradores pertenecen al Distrito Federal y zona Metropolitana y 100 forman parte de las oficinas foráneas.

### **BECAS DE LICENCIATURA**

Anualmente en GNP se otorgan becas de licenciatura a través de programas académicos para promover, apoyar y contribuir al fortalecimiento y desarrollo del personal operativo sindicalizado, este esfuerzo nos ayuda a robustecer el crecimiento profesional y organizacional. En 2015 se pagaron becas a 44 colaboradores sindicalizados.

## COMISIÓN MIXTA DE CAPACITACIÓN, ADIESTRAMIENTO Y PRODUCTIVIDAD

Parte de la estrategia de capacitación es fortalecer e incrementar las acciones, 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	2013	2014	2015
Empleados GNP y filiales	6,482	6,150	<b>6,444</b>
Empleados capacitados	5,801	5,950	<b>5,690</b>
Porcentaje (%)	89	97	<b>88</b>
Eventos/persona	20,375	28,530	<b>30,524</b>
Cursos promedio/persona	3.5	4.8	<b>5.3</b>
<b>Total de horas</b>	<b>103,367</b>	<b>89,067</b>	<b>105,313</b>
Horas promedio/persona	18	15	<b>18.5</b>

*Alcance: GNP y filiales*

## ESTADÍSTICAS DE CAPACITACIÓN POR GÉNERO

Género	Empleados capacitados	Eventos/persona	Horas	Horas promedio/persona
Mujer	2,800	15,500	52,972	20
Hombre	2,890	15,024	52,341	18
<b>Total</b>	<b>5,690</b>	<b>30,524</b>	<b>105,313</b>	<b>18.50</b>

## ESTADÍSTICAS DE CAPACITACIÓN POR NIVEL

Nivel	Empleados capacitados	Eventos/persona	Horas	Horas promedio/persona
Funcionario	208	995	5,091.5	24
Gerente	528	3,065	15,014	28
Jefe de departamento	1,663	9,563	43,558	26
Operativo	3,423	16,901	41,649	12
<b>Total</b>	<b>5,690</b>	<b>30,524</b>	<b>105,313</b>	<b>18.50</b>

## ESTADÍSTICAS DE CAPACITACIÓN POR TEMA

Tema	2013	2014	2015
E-learning	159	147	<b>183</b>
Presenciales	184	90	<b>323</b>
<b>Total</b>	<b>341</b>	<b>237</b>	<b>506</b>

## COACHING DE ALTO IMPACTO

El programa de coaching en GNP cada año requiere de nuevos esfuerzos, buscando cubrir las necesidades de la compañía y aportando en la cultura y la vivencia de los valores. En este año el reto fue generar sesiones más aterrizadas a las necesidades de cada equipo de trabajo, siendo un proceso relevante de acompañamiento ante un entorno cambiante.

En 2015 se impartieron sesiones de coaching a 171 funcionarios, con ocho sesiones individuales y ocho grupales, con lo cual se cubrió una población aproximada de 900 colaboradores. Se cubrieron un total de 1,867 sesiones de coaching: 1,083 individuales y 784 grupales.

Se tuvieron cuatro sesiones con 10 Direcciones de Agencia, dirigidas a los equipos de la fuerza de ventas en las distintas regiones a nivel nacional, contribuyendo 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 séptimo año consecutivo "Un día contigo" con el fin de fortalecer nuestra cultura de servicio. Participaron



220 funcionarios, 61 gerentes y 17 becarios BAL e ITAM, quienes por un día tuvieron la oportunidad de conocer y vivir las funciones de un puesto de atención a clientes directos o intermediarios.

Se visitaron 12 puestos y se incluyeron tres procesos clave para los Directores:

1. Autos clientes
2. Autos proveedores
3. Gastos Médicos Mayores / Vida

## 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. En 2015 se recibió la 19ª generación

con seis becarios sumando un total de 96 jóvenes talentosos que han formado parte de este programa.

**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.

**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 el 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 2015 se tuvo la participación de 92 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 2015 concluyó la cuarta generación y dio inicio la quinta generación, con 42 ejecutivos, provenientes de las diferentes empresas del Grupo.



# GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

*G4-LA11*

## PROCESO DE REVISIÓN DE TALENTO

Una parte fundamental de nuestro Programa de Transformación es el Proceso de Revisión de Talento. Su objetivo 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 y los comportamientos mostrados por cada individuo en el periodo a evaluar, de esta forma se asigna una calificación y con base en ésta se establecen una serie de acciones de desarrollo.

Al final cada evaluado, en una sesión individual con su jefe, recibe retroinformación de acuerdo a los comentarios y expectativas acordadas por los miembros del comité.

Por octavo año consecutivo, en 2015 se llevó a cabo el proceso de revisión de talento, evaluando aproximadamente a mil 700 colaboradores (jefes de departamento, gerentes y funcionarios).

En seguimiento a las evaluaciones de revisión de talento de funcionarios, en 2015 se generaron 160 planes individuales de desarrollo que tienen como objetivo fortalecer competencias y habilidades enfocadas al desempeño.

## PROCESO DE REVISIÓN: INSUMOS

Durante la última revisión de talento para jefes de departamento se llevaron a cabo las siguientes acciones:

- Se incorporó la autoevaluación de desempeño, el cual es un ejercicio de evaluación personal que permite al colaborador plasmar sus principales contribuciones, talentos y áreas de oportunidad realizados en el año. Su objetivo es dar a conocer la percepción del evaluado sobre su propio comportamiento y resultados.

- Se implementó la herramienta Sharepoint, plataforma virtual donde los miembros de los comités de revisión de talento pueden revisar los insumos de cada evaluado (contrato de desempeño, reporte MAPEL, ficha de retroinformación del año anterior y autoevaluación de desempeño). Este esfuerzo ayudó a agilizar las sesiones y por lo tanto, disminuir el tiempo de duración de las mismas.

Estas mejoras permitieron continuar fortaleciendo una cultura distintiva de desempeño.

## EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO DEL PERSONAL OPERATIVO

Cada año se lleva a cabo la evaluación del desempeño para el personal operativo y jefes de departamento, mediante un formato estandarizado en el que se califican cinco indicadores con una escala de cinco rangos, además de los compromisos acordados y las áreas de oportunidad detectadas. En ella participan todos los empleados que tengan una antigüedad mínima de seis meses en la compañía.

Participación en la evaluación de desempeño

2013	2014	2015
93.9%	98.5%	<b>95.6%</b>

## 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 2015 logramos una participación del 94% (4,906 colaboradores) obteniendo un índice de satisfacción de 77%, igual al de 2014.

## COMPENSACIONES Y PRESTACIONES PARA EL PERSONAL

G4-EC3, G4-LA2, G4-LA8

Cada año se realiza el estudio salarial, este año se tomó como muestra a 44 empresas de diferentes sectores. El resultado del análisis realizado por Towers Watson en 2015 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).

Prestación	Descripción	Gasto 2015
Vales de despensa	Porcentaje de sueldo mensual, con base en el nivel, adicional a los vales fijos de \$580 mensuales: Funcionarios 1%, Gerentes y JD <sub>1</sub> 3%, Operativos 15%. Como parte del aguinaldo, a niveles operativos se les paga un 12% del sueldo más cinco días.	81,151,158.00
Fondo de ahorro	13% del sueldo mensual con el tope de 10 SMGM <sub>2</sub> de la Ciudad de México.	84,702,267.57
Aguinaldo	45 días de sueldo para funcionarios, gerentes y JD y 40 para niveles operativos.	112,336,501.71
Prima de vacaciones	15 días de sueldo.	39,999,431.00
Bono de beneficios	Bono de 24 días para funcionarios y 9 para gerentes, pagadero en agosto y 24.2 para operativos y JD pagadero en julio.	55,552,906.28
Cuota obrera IMSS	Subsidio del 100%.	29,493,840.85
Uniformes	Uniformes ejecutivos para niveles operativos y jefes de departamento: son cinco trajes y la campaña dura dos años.	10,737,573.00
Ayuda de gastos por defunción	Ayuda de 90 DSMB <sub>3</sub> de la Ciudad de México para niveles operativos y jefes de departamento.	463,711.50
Ayuda de gastos por alumbramiento	Un mes de sueldo para las empleadas.	1,319,348.00
Ayuda por nacimiento	Ayuda de 20 DSMB de la Ciudad de México para niveles operativos y jefes de departamento.	319,656.00
Ayuda por matrimonio	Ayuda de 20 DSMB de la Ciudad de México para niveles operativos y jefes de departamento.	140,901.00
Consultas médicas	Plan que incluye consultas y descuentos en estudios de gabinete y laboratorio, en clínicas de Vitamédica.	844,559.58
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.	1,523,528.97
Ayuda para lentes (anual)	Aplica para empleados operativos y JD; son 15 DSMB de la Ciudad de México.	1,038,071.28
Check up	Beneficio para funcionarios cada dos años.	509,820.33
<b>Total</b>		<b>420,133,275.07</b>

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

■ Prestaciones a las que tiene derecho el personal eventual.

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

Prestación	Descripción	Gasto 2015
Préstamo a corto plazo	Tiene un plazo de pago de un año y una tasa de 12% anual.	<b>66,361,717.42</b>
Préstamo extraordinario	Para personal sindicalizado, tiene un plazo de pago de un año y no causa interés.	<b>6,266,932.06</b>

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**

*G4-EC3*

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

Es nuestro programa de bienestar corporativo que tiene como objetivo la prevención de enfermedades crónico-degenerativas que afectan a nuestra población, tales como: hipertensión arterial, diabetes, dislipidemia y síndrome metabólico.

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

Buscamos promover el cambio de tres hábitos de vida:

- Alimentación saludable y cuidado del peso
- Actividad física constante
- Evitar consumo de tabaco y alcohol

Con estos cambios, podemos disminuir en un 50% el riesgo de enfermedades como diabetes, cáncer, hipertensión y otros problemas cardiovasculares, además de enfermedades pulmonares.

Al día de hoy, más de 16 mil 721 asegurados de más de 20 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 353 personas que han participado activamente en el programa GNP Cuida tu Salud, identificando una reducción de más del 30% en el nivel de riesgo, 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, herramientas digitales como la página *web gnpseudatusalud.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.

Adicionalmente, con el fin de promover el autocuidado para una vida más saludable, en 2015 llevamos a cabo las siguientes actividades:

**Campaña del tamizaje a nivel nacional:** consistió en la toma de peso, talla, presión arterial, medición de cintura y prueba capilar, con la que se obtuvieron los indicadores de glucosa, colesterol y triglicéridos de tres mil 63 colaboradores a nivel nacional.

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

	GNP	SAR	MMO	AVM	VALMEX	Total
<b>Ultrasonidos</b>	650	118	22	19	6	815
Colaboradoras	558	99	21	19	6	703
Familiares	92	19	1	0	0	112
<b>Mastografías</b>	382	45	17	12	3	459
Colaboradoras	226	16	4	9	2	257
Familiares	156	29	13	3	1	202
<b>Total de estudios</b>	<b>1,032</b>	<b>163</b>	<b>39</b>	<b>31</b>	<b>9</b>	<b>1,274</b>

**Campaña contra el cáncer de próstata:** 85 colaboradores se realizaron su estudio de antígeno prostático.

**Campaña de prevención de enfermedades:** 109 colaboradores se realizaron su estudio de hemoglobina glucosilada y 115 pruebas de azúcar en sangre.



**Campaña del Día Mundial de la Lucha contra la Obesidad y Diabetes:** se difundió información relacionada con el cambio de hábitos para la prevención de la obesidad y la diabetes, con el objetivo de generar conciencia y fomentar una buena alimentación, para ello se llevaron a cabo activaciones físicas en donde participaron más de dos mil colaboradores en Plaza GNP y área metropolitana.

#### **EXPO SALUD Y BIENESTAR GNP CUIDA TU SALUD**

Por segundo año consecutivo, GNP presentó Expo Salud y Bienestar 2015, con el objetivo de sensibilizar a la población a conocer su estado de salud y detectar a tiempo los riesgos que tienen de padecer alguna de las cuatro enfermedades crónicas de mayor incidencia en México: diabetes, enfermedades cardiovasculares, pulmonares y cáncer.

Se 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 las enfermedades mencionadas.

Durante este segundo año se realizaron un total de mil 198 estudios preventivos que consistieron en peso, talla, presión

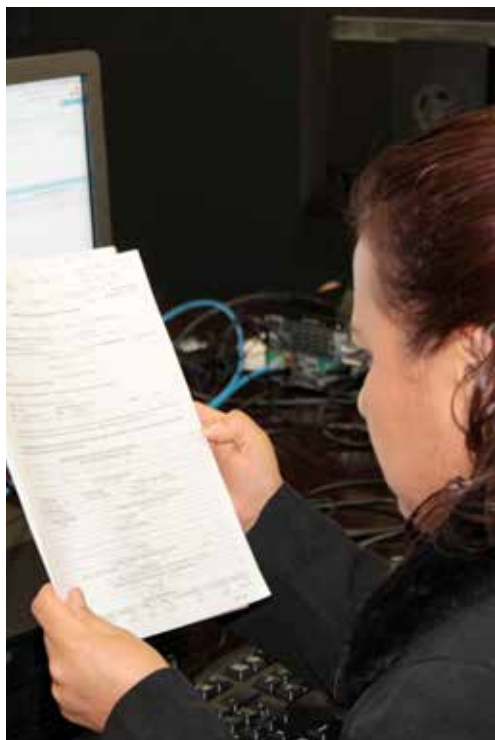
arterial, prueba capilar de glucosa, colesterol y triglicéridos, de manera adicional se realizaron un total de 173 ultrasonidos mamarios y se regalaron más de 300 cupones para toma de mastografía sin costo alguno.

Con esta participación se busca abrir espacios dedicados a sensibilizar a la población sobre la importancia de conocer su estado de salud y así tomar acciones oportunas para reducir riesgos y llevar hábitos de vida más saludables.

Este evento 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.

#### **ATENCIÓN MÉDICA AL PERSONAL**

En la enfermería de Plaza GNP se atendieron a dos mil 265 personas, 19% menos que en 2014. Este indicador, entre otros, son un reflejo de que el programa GNP Cuida tu Salud orientado a los colaboradores sigue dando frutos positivos.



### INCAPACIDADES Y AUSENTISMO

En 2015 se registraron 15,640 días de incapacidad, un 15% menos que en 2014. Los accidentes de trabajo se incrementaron 20.83% 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 2015 se reportaron 285 eventos de siniestralidad en la flota de vehículos utilitarios destinados al área de ajustes, lo que representa el 83% de los eventos totales de la flota de autos utilitarios. Para reducir este porcentaje, en 2015 se inició con la implementación de la capacitación en manejo defensivo.

Adicionalmente a las ausencias registradas por incapacidades, en 2015 se registraron dos mil 337 días de ausencias injustificadas y 48 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 348 días económicos a 61 colaboradoras y 233 a 51 colaboradores por nacimiento de hijos.

*G4-LA3, G4-LA6, G4-LA7*

### INCAPACIDADES

Tipo de incapacidad	Plaza GNP	Estado de México	Monterrey	Guadalajara	Mexicali	Mérida	Total
Enfermedad general	6,259	318	247	351	95	87	7,357
Riesgo de trabajo en trayecto	447	81	-	85	13	-	626
Accidente de trabajo	329	157	-	65	14	-	565
Maternidad	4,855	-	756	882	599	-	7,092
<b>Total en días</b>	<b>11,890</b>	<b>556</b>	<b>1,003</b>	<b>1,383</b>	<b>721</b>	<b>87</b>	<b>15,640</b>
Importe (\$)	6'264,513.31	301,373.42	508,712.05	723,817.99	407,933.57	29,328.64	8'235,678.98

Accidentes de Trabajo	Plaza GNP	Estado de México	Guadalajara	Mexicali	Total
2014	15	7	0	2	24
<b>2015</b>	<b>14</b>	<b>11</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>29</b>

### COMEDOR DE PLAZA GNP

En 2015, en conjunto con el concesionario del comedor de Plaza GNP, se implementó la iniciativa de Talleres de Cocina Saludable, la cual tuvo gran aceptación por parte de los empleados y la cual se suma a promover la filosofía de GNP Cuida tu Salud. Con ella se invita e incentiva a los colaboradores, no sólo a comer de una forma saludable, sino a adquirir los secretos y conocimientos básicos de nutrición y cocina saludable, lo que marca la diferencia y sentido entre alimentar y comer.

Al cierre de 2015 se contó con tres generaciones donde 54 empleados finalizaron el taller.

Por otra parte, con la finalidad de promover la cultura gastronómica y artesanal de los estados de la República Mexicana, nuevamente en 2015 se contó con gran variedad de platillos para los colaboradores, y en la última semana de cada mes tuvimos la presencia de diferentes estados: Jalisco, Michoacán, Oaxaca, Guerrero, Estado de México, entre otros.

### CLUB DEPORTIVO: EVENTOS Y ACTIVIDADES DEPORTIVAS A NIVEL NACIONAL

A lo largo de 2015 contamos con más de 47 eventos de integración, festivos e institucionales a nivel nacional, entre los que destacaron la serie de Torneos Interdirecciones (fútbol soccer, voleibol, basquetbol, natación, tenis, ping pong, ajedrez y atletismo) en las ramas femenil y varonil, logrando reunir a mil 339 colaboradores.

Asimismo, se organizaron eventos y festividades que sin duda convocaron a la familia en diferentes momentos, como la Rosca de Reyes, el Día de la Familia, el Torneo Patrio y el Día de Muertos, lo cual refrenda nuestro eslogan "Vivir es increíble".

**Torneo Nacional de Parejas de Dominó:** en 2015, Monterrey fue la sede anfitriona de la gran final de la novena edición del torneo.

Este torneo se caracteriza principalmente por reunir a participantes de las diferentes oficinas a lo largo de la República Mexicana en torneos eliminatorios, con una

participación de 182 parejas, lo cual significó un incremento del 22% en relación al 2014, de las cuales 10 obtuvieron su pase a la gran final en Monterrey.

**Talleres de yoga:** los talleres de yoga diamante son una serie de cursos prácticos y teóricos que pueden disfrutar tanto los colaboradores como sus socios indirectos. Los temas están particularizados a la región donde se imparte ya que en su práctica influye la altura, el clima, la ubicación, y otras características específicas.

Están orientados a buscar el equilibrio energético que necesita nuestro cuerpo para estar en armonía y en consecuencia saludable. Además, es un acercamiento a la práctica de actividades deportivas en las sedes de GNP en el interior de la República. En 2015 se impartieron en Puebla, Veracruz, Mexicali y Hermosillo.

**Juegos Bancarios:** se llevaron a cabo del 11 de abril al 20 de junio con duración de 10 fines de semana. Se contó con la participación de 151 colaboradores de GNP ocupando el lugar 23 de 55 instituciones bancarias y financieras. Cabe mencionar la participación del equipo de fútbol femenil, que en su segunda participación subió a la categoría premier obteniendo medalla de bronce.



## VI JUEGOS DEPORTIVOS Y CULTURALES BAL 2015 CON CAUSA SOCIAL

Por sexto año consecutivo, GNP tuvo el orgullo de ser la sede de estos juegos que se celebraron del 31 de mayo al 5 de julio en Plaza GNP.

En esta edición participaron mil 244 atletas en las diferentes disciplinas, tales como basquetbol, voleibol, futbol, natación, tenis, tocho, ping pong y ajedrez en las ramas femenil y varonil.



En las actividades del Sábado Cultural participaron 213 personas en rubros como canto en su género de balada y mariachi, poesía y fotografía, destacando grandes talentos.

### CUADRANGULAR DE FRESNILLO

El día 12 de septiembre se realizó este evento con 188 participantes en las disciplinas de: voleibol femenil (Fresnillo, Saucito, GNP, ITAM), basquetbol varonil (Fresnillo, Saucito, GNP y Profuturo) y futbol varonil y femenil (Fresnillo, Saucito, ITAM y GNP). Estuvo presente la banda de guerra para entonar el Himno Nacional y la tradicional Marcha de Zacatecas.



## AMPLIANDO LA HUELLA

### *Carrera BAL 5 Y 10 K Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara*

*Tres ríos naranjas inundaron lugares emblemáticos en las ciudades de México, Monterrey y Guadalajara. Las playeras fluorescentes distinguieron a los colaboradores de BAL, así como a sus familiares y amigos.*

*En la Ciudad de México, Paseo de la Reforma, fue el escenario donde seis mil corredores participaron en la carrera de 5 y 10 K, en un ambiente de fiesta deportiva, todos se reunieron en el punto de salida y meta ubicada frente a la icónica escultura de la Diana Cazadora.*

*En la ciudad de Monterrey, el Parque Fundidora fue el escenario para más de dos mil 400 corredores. En su tercera edición, colaboradores, amigos y familiares regios dieron cita en el arco de salida y meta ubicado frente al Horno No.3.*

*Finalmente, en la ciudad de Guadalajara se reunieron en el circuito aledaño al Estadio Omnilife, más de 980 corredores de grupo BAL, integrados principalmente por Palacio de Hierro, Profuturo y GNP.*



### RECONOCIMIENTO POR AÑOS DE SERVICIO

En 2015 se otorgaron 275 reconocimientos a colaboradores que cumplieron 10, 15, 20, 25, 30, 35 y 40 años de antigüedad en la empresa; 84 personas cumplieron más de 25 años, destacando la entrega de Lupita Cerón por 40 años de servicio en el área de Operaciones.

### PALCO ESTADIO AZTECA

Con el ánimo de promover la sana convivencia entre colaboradores, agentes, clientes y proveedores, así como reconocer desempeños distintivos de los colaboradores, en el palco deportivo de GNP en el Estadio Azteca de la Ciudad de México, se recibió a 234 invitados durante 2015 para presenciar partidos de fútbol profesional y eventos musicales, de los cuales 108 asistieron por reconocimiento y 126 por invitación.

### RECONOCIMIENTO POR AÑOS DE SERVICIO

Rangos de Antigüedad	Mujer	Hombre	Total
0 a 3 años	682	733	1,415
4 a 7 años	384	374	758
8 a 11 años	248	235	483
12 a 15 años	166	149	315
16 a 19 años	101	102	203
20 a 24 años	107	96	203
25 a 29 años	120	73	193
30 a 35 años	54	34	88
36 años o más	11	7	18
<b>Total</b>	<b>1,873</b>	<b>1,803</b>	<b>3,676</b>



## B) Compromiso con nuestros clientes

- ESTUDIO DE SATISFACCIÓN Y LEALTAD: CLIENTES Y REPRESENTANTES DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN
- ATENCIÓN A CLIENTES



# ESTUDIO DE SATISFACCIÓN Y LEALTAD: CLIENTES Y REPRESENTANTES DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN

G4-PR5

El servicio inigualable que busca GNP solo puede ser logrado a través de mantener un intrínseco compromiso con nuestros clientes e intermediarios.

Es así que a través de métodos cualitativos y cuantitativos escuchamos sus opiniones desde hace casi diez años, con el afán de encontrar oportunidades valiosas que nos permitan guiar a nuestra empresa hacia un futuro sólido y rentable en beneficio de la sociedad mexicana.

Los resultados en 2015 fueron los siguientes:

Ramo	Número de encuestas	Resultado (% de satisfacción)
Autos	21,031	62
Intermediarios	12,970	53
Gastos Médicos Mayores	16,977	74

Gracias a los resultados obtenidos, cada una de las áreas de negocio ha logrado dar seguimiento puntual a aquellos procesos cuya expectativa suele ser más trascendente para sus públicos, e identificar las mejoras a considerar, así como la urgencia de cada una de ellas.

En el caso específico de los canales de distribución de GNP, estamos conscientes de que son ellos quienes día a día mantienen el contacto con los asegurados, por lo que son un foco de influencia vital que coadyuva a prevenir aquellos factores que nos restan capacidades competitivas, además de definir las áreas de fortalezas sobre las cuales apoyar las estrategias futuras.

**NO IMPORTA SI CREES QUE NO NECESITAS UN SEGURO, LOS #AGENTESGNP SIEMPRE TE EXPLICARÁN LOS BENEFICIOS.**

**Amarás tenerlos cerca.**

**Vivir es increíble®**

**GNP SEGUROS**

## ATENCIÓN A CLIENTES

Fortalecer la relación con nuestros asegurados no es una tarea fácil; sin embargo, nos llena de emoción encontrar nuevas formas de acercarnos a ellos y mejorar las interacciones entre la empresa y clientes, pues entendemos que cada vez que se acercan a nosotros, buscan sentirse respaldados.

Seguimos consolidando los siguientes canales:

**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 dos millones de visitas y más de 71 mil descargas de la aplicación.

**Línea GNP:** nuestro número único de atención y servicio a clientes logró canalizar más de tres millones 300 mil llamadas en 2015, superando en un 34% al año anterior. Adicionalmente, nuestros usuarios nos indicaron un 87% de satisfacción con la claridad del menú telefónico y la atención del ejecutivo.

**@GNPServicio:** el reporte o seguimiento a siniestros a través de *Facebook* y *Twitter* ha sido un éxito, pues nos permitió atender casi cuatro mil clientes en 2015, superando incluso nuestros propios estándares en años anteriores y los del mercado.

**Revista digital Viviendo GNP:** siempre en busca de compartir a través de internet temas de interés general para nuestros asegurados, Viviendo GNP recibió más de 33 mil visitas e incorporó una videogalería, a fin de facilitar el consumo de videos, medio que permite mensajes más amigables y comprensibles para los internautas.

### UNIDAD ESPECIALIZADA PARA LA ATENCIÓN DE USUARIOS (UNE)

La CONDUSEF este año comenzó un programa de instalación de módulos en diversas estaciones del Metro en la Ciudad de México como parte del Programa de Educación Financiera, donde se brinda el servicio de asesoría financiera, consulta

y recepción de quejas. Lo anterior se reflejó en el aumento de trámites ingresados a esta Unidad Especializada de manera directa y en la disminución de las llamadas de atención telefónica.

GAPRI

En 2015 la UNE atendió:

Concepto	2013	2014	2015
Llamadas de servicio de atención telefónica	90,754	40,634	31,589
Reclamaciones	1,892	2,325	4,609
Solicitud de información por parte de la AMIS	1,977	1,962	2,575

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. 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

- *CÓDIGO DE ÉTICA PARA PROVEEDORES*
- *DESARROLLO DE PROVEEDORES*
- *CADENA DE VALOR*



G4-12

En GNP vemos a nuestros proveedores no sólo como socios de negocio sino como una extensión de nuestros servicios y portadores de nuestra filosofía. Contamos con una red de 1,838 proveedores que fortalecen nuestra cadena de valor dentro y fuera de México.

Tipo Proveedor	Número	Monto Pagado
Extranjero	52	94
Nacional	1,786	4,120
Total	1,838	4,214

*Monto pagado en millones de pesos*

- De los 1,786 proveedores nacionales, 311 tienen una facturación mayor a un millón de pesos cada uno y 42 un volumen de facturación mayor a cien facturas.
- De los 52 proveedores extranjeros, 17 tienen una facturación mayor a un millón de pesos cada uno y ninguno alcanza un volumen de facturación mayor a cien facturas.
- El 75% de proveedores extranjeros son provenientes de Estados Unidos y el restante 25% de Europa, Australia, Brasil y Canadá.

## CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA PARA PROVEEDORES

G4-HR7

Es un documento que forma parte integral del contrato que suscribe cada uno y sirve como mecanismo 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 2015 lo suscribieron 70 personas, para completar un grupo conformado por 481, 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.

## CADENA DE VALOR

Congruentes con nuestro compromiso de difundir la responsabilidad social entre los grupos de interés, desde hace cuatro años becamos a dos proveedores de manera anual para participar en el proceso de obtención del Distintivo 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 2015 para formar parte de nuestra cadena de valor fueron AMOS Alimentos y LOGEN.



México D.F., a 22 de diciembre del 2015

**GRUPO NACIONAL PROVINCIAL**

**PRESENTE.**

**Asunto: Fomento de Responsabilidad Social**

Para LOGEN ha sido muy satisfactorio ser invitados por **Grupo Nacional Provincial** para participar en el proceso de evaluación para obtener el distintivo como Empresa Socialmente Responsable.

Creemos que el fomento que GNP hace de la Responsabilidad Social con nuestra empresa refleja una cultura organizacional que valora a las personas y a la sociedad bajo la certeza de que eso no está separado de una lógica de negocio que permita generar crecimiento y ganancias económicas. Compartimos firmemente esa creencia pues en LOGEN siempre hemos buscado trabajar en un ambiente justo para nuestros colaboradores y clientes, además de contribuir a transformar nuestro país en un mejor lugar para las generaciones venideras.

Para LOGEN, el fomento de la Responsabilidad Social de GNP es motivo de admiración y respeto, y nos motiva a reforzar en nuestra propia cultura organizacional los aspectos relacionados con Responsabilidad Social.

Sin más por el momento, nos despedimos agradeciendo enormemente habernos motivado a buscar obtener el distintivo de Empresa Socialmente Responsable.

Atentamente,

Lic. Pablo Zapain Márquez  
Socio Director

**LOGEN S.A. DE C.V.**

Matamoros # 23, Col. del Carmen Coyoacán, CP 04100, México, D.F. Tel. +52 (55) 3098-9300 Fax +52 (55) 3098-9327  
[www.logen.com.mx](http://www.logen.com.mx)

# D) Compromiso con nuestra comunidad

- DESEMPEÑO SOCIAL
- PROGRAMAS SOCIALES





GNP tiene la firme convicción de que México es un país grandioso, con grandes oportunidades, por ello cada una de las acciones que realiza es generada con el compromiso de contribuir con el desarrollo del país. Desde 2004, a través de la creación del programa Gol por México, ha logrado beneficiar a más de un millón de mexicanos en materia de salud, educación, nutrición y medio ambiente. Por otro lado, a través del programa Vivir es increíble ayudando a los demás, se ha logrado beneficiar a más de 160 organizaciones sociales que benefician a personas en situación vulnerable.

Dentro de GNP, todos los colaboradores contribuyen a generar estas acciones a favor de México, siendo el área responsable de gestionar los programas sociales la Dirección de Comunicación e Imagen Corporativa.

## DESEMPEÑO SOCIAL

### GOL POR MÉXICO

Hace 11 años comenzó la historia que cambiaría la vida de miles de personas gracias al programa Gol por México, impulsado por la alianza de GNP, Fundación Televisa y Televisa Deportes, un proyecto marcado por la unidad del trabajo en equipo de estas instituciones, además de los equipos de fútbol mexicano que con su garra y pasión se convierten en piezas fundamentales del programa a favor de la educación, salud, nutrición, vivienda, medio ambiente y acciones especiales en nuestro país.

Gol por México destina cada jornada de los partidos de primera división transmitidos por Televisa a una causa en particular, y el público decide el estado que se beneficiará, dando su voto en la sección de Gol por México dentro de *televisadeportes.com*.

La pasión de los futbolistas y compromiso en la cancha, juegan un papel muy importante para Gol por México. Cada gol hecho con pasión y que se grita desde las tribunas, trae consigo a miles de familias beneficiadas con mejores oportunidades de desarrollo.

Gracias al compromiso de los aliados del programa y al apoyo de la sociedad que contribuye activamente en cada partido,

en la jornada 16 del Torneo de Apertura 2015 en el encuentro América vs. Toluca, se anotó el gol que llegó al millón de personas beneficiadas.

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

Son cientos de anotaciones las que lograron ser una oportunidad para brindar mejores condiciones de vida para los mexicanos; más de 593 mil estudiantes beneficiados con computadoras, acceso a internet, becas y bibliotecas escolares, más de 269 mil niños y familias apoyadas con seguimiento nutricional, 20 mil 890 familias que cuentan con una vivienda digna, 176 mil personas apoyadas en casos de desastres naturales, además de la atención que se ha brindado a diversas causas de salud entre las que destacan: mastografías gratuitas, trasplante de córnea y riñón, operación de cataratas, aparatos auditivos y prótesis, así como seguimiento médico y dental que ha apoyado a más de siete mil 800 personas.

Gol por México, sensible a la necesidad de apoyar, ha destinado torneos y jornadas a las siguientes causas:

**Goles Rosas:** Gol por México destinó una jornada completa en favor de la detección oportuna de cáncer de mama en octubre. Cada gol anotado representó la donación de 25 mastografías para mujeres de comunidades indígenas del estado de Oaxaca, lo que permitió que 425 mujeres de bajos recursos tuvieran la oportunidad de detectar a tiempo cualquier riesgo. A lo largo de cinco años suman un total de mil 950 beneficiadas.

**Penalti por México:** en febrero y octubre de 2015 se llevaron a cabo las temporadas 14 y 15 de este programa, con lo que se benefició a 260 jóvenes de comunidades indígenas con becas durante tres años, para que puedan concluir sus estudios de nivel medio superior. A lo largo de siete años se ha alcanzado un total de mil 105 jóvenes beneficiados por este programa.

**Medio ambiente:** por su parte, la Selección Mexicana también ha tenido una gran contribución, ya que sus 237 goles a lo largo de estos siete años se han transformado en programas de reforestación favoreciendo al medio ambiente, lo que nos ha permitido plantar 326 mil árboles.

#### **Nutrición: paquetes nutricionales**

A través de nuestro programa Gol por México en su vertiente de nutrición, cada día más familias reciben apoyos alimentarios en las comunidades más vulnerables de todo el país, el cual se apoya en el Programa Integral de Nutrición desarrollado por Un Kilo de Ayuda.

En el mes de junio, colaboradores de la familia GNP de las oficinas de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas fueron testigos de las diversas mediciones realizadas a los niños beneficiados de la comunidad Bochojbo Alto, en el municipio Zinacantán, San Cristóbal, para constatar el avance que han registrado en términos de talla, peso, capacidades motrices e intelectuales, además de hacer entrega de los paquetes nutricionales.

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 461 mil paquetes nutricionales que han beneficiado a más de 53 mil 825 niños en situación de desnutrición y sus familias.



#### **Educación: aula de medios**

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 mayo se realizó la entrega de un aula de medios en la escuela Primaria Luis Pasteur en Metepec, Estado de México, donde colaboradores de Plaza GNP participaron en este evento.

Para instalar cada aula de medios, contamos con el apoyo de "Únete" nuestra fundación aliada en materia de educación, la cual se encarga de habilitar las aulas otorgadas por Gol por México que constan de 15 computadoras con servicio de internet, soporte técnico los 365 días del año, capacitación a profesores y diplomado en línea para profesores a través de Béalos.

Con esta entrega se han beneficiado 395 mil 487 alumnos que les permitirá estar mejor preparados y lograr sus metas.

#### **Vivienda: autoconstrucción**

Gol por México facilita el acceso a una vivienda digna para las familias más vulnerables en México, mejorando así su calidad de vida.

La selección de beneficiarios se realiza de acuerdo a los siguientes criterios:

- Se benefician a familias de cualquier tipo: tradicionales, monoparentales, abuelos-nietos, etc.
- Ingresos menores a 2.5 salarios mínimos.
- Sin propiedades.

La construcción se realiza con materiales de calidad, las viviendas no comparten paredes, tienen posibilidad de crecimiento horizontal y vertical.

En apoyo a esta causa, el último fin de semana de agosto, colaboradores del área de Finanzas y familiares, se dieron cita en el municipio de Atlatlahucan Morelos, para apoyar en la construcción de una vivienda para la Sra. Susana Rodríguez y su familia. Con esta jornada hemos logrado beneficiar a 9 mil 130 personas con vivienda digna.

### Salud: atención médica y dental

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

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 (ChildFund).

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

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

A través de este programa se han logrado beneficiar más de mil 400 niños.

### Medallas por la Educación

Durante la sexta edición de los Juegos Deportivos y Culturales BAL con Causa Social 2015, más de mil 200 colaboradores contribuyeron a transformar 501 medallas en becas. Gracias a su esfuerzo y compromiso y a través del programa Medallas por la Educación, hemos logrado beneficiar a más de mil 600 jóvenes y maestros de escasos recursos quienes podrán continuar con su preparación académica.

### Vivir es increíble ayudando a los demás

Este programa cumplió ya tres años brindando a las organizaciones sociales una plataforma de difusión que les permita darse a conocer y tener un mayor acercamiento con públicos que fomenten su crecimiento y maximicen el impacto de sus acciones.

Desde su inicio, hemos apoyado a 168 instituciones a nivel nacional, beneficiando diferentes causas en favor de los sectores más vulnerables de nuestro país. Para nosotros es fundamental continuar con esta labor de apoyo, sumando cada vez a más organizaciones sociales y extendiendo su labor en beneficio de las personas que más lo necesitan.



## RESULTADOS ACUMULADOS PROGRAMAS SOCIALES

G4-15, G4-16, G4-EC7, G4-EC8, G4-FS10, G4-SO1

Programa	Causa	Institución aliada	Descripción	Tiempo de apoyo	Resultados Acumulados
<b>Gol por México</b>	Educación	Fundación Televisa Únete	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.  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, solidarizándonos ante catástrofes que han afectado a otros países.	11 años	1,065,122 personas beneficiadas
	Salud	Bécalos Venga y Oiga			
	Nutrición	Fondo para Niños de México			
	Vivienda	Un Kilo de Ayuda Alianzas que Construyen Construyendo			
	Penalti por México	Bécalos Fundación Pro Mazahua	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.	7 años	1,105 becas
	Educación (Becas por 3 años)	Fundación Tarahumara Fundación Comunitaria Oaxaca			
Gol por México Verde	Fundación Televisa	Extensión de 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.	7 años	326,000 árboles	
Medio ambiente (Reforestación)	Pronatura México				
Goles Rosas (Mastografías para mujeres Mazahuas)	FUCAM	Por quinto año consecutivo se destinó toda una jornada para Goles Rosas en favor de la detección oportuna de cáncer en la mujer en el mes de octubre, nos unimos al Día Mundial de Lucha contra el Cáncer de Mama, cada gol significó 25 mastografías para mujeres Mazahuas.	5 años	1,950 beneficiadas	
Copa Oro	Fundación Televisa Bécalos	Gol por México contó con presencia en la Copa Oro 2011, 2013 y en 2015 tuvo participación también en Copa América apoyando la causa de educación por medio de Bécalos, otorgando becas de nivel medio superior y superior por cada gol de la Selección Mexicana.	3 años	730 becas	
Copa América					
<b>Nuestro México del Futuro</b>	Movimiento Social	Bécalos Venga y Oiga	Movimiento social que pertenece a todos los mexicanos, el cual logró reunir 11,350,697 millones de 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.	4 años	4,477 beneficiados 12,580 árboles plantados 288 esquinas accesibles
	Educación	Asociación Mexicana de Lucha Contra el Cáncer			
	Salud Medio ambiente	Pronatura México			
<b>Esquinas Accesibles</b>	Accesibilidad	Nuestras Realidades	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.	2011 2012	336 esquinas en las 16 delegaciones 125,462 personas con discapacidad motriz 66,158 personas con discapacidad visual

Programa	Causa	Institución aliada	Descripción	Tiempo de apoyo	Resultados Acumulados
<b>Medallas por la Educación</b>	Educación Nivel medio superior Superior Docentes	Fundación Televisa Bécalos	<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 donó 50 becas.</li> <li>• Por cada medalla de plata se donó 10 becas.</li> <li>• Por cada medalla de bronce se donó 5 becas</li> </ul>	3 años	2,963 becas para maestros 147 becas por tres años para jóvenes de comunidades indígenas 3,110 total becas
			<p>Juegos Deportivos y Culturales BAL 2012 a 2015. 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>		480 becas para maestros 547 becas para estudios de nivel medio superior 617 becas para estudios de nivel superior 1644 total becas
			<p>Seminarios Fuerza de Ventas Seminario de Directores de Agencia 2012 y 2013 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>		66 becas para maestros 66 becas por tres años para jóvenes de comunidades indígenas 132 total becas
<b>TOTAL DE BECAS</b>					3,509 becas para maestros 213 becas por tres años para jóvenes de comunidades indígenas 547 becas para estudios de nivel medio superior 617 becas para estudios de nivel superior 4,866 total becas
<b>Conductor Responsable</b>	Cultura de prevención	Secretaría de Comunicaciones y Transportes	<p>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.</p>	6 años	493,240
<b>Vivir es Increíble, ayudando a los demás</b>	Donativos en función de las necesidades de las diferentes fundaciones	Televisa Programa de Unicable MoJoe	<p>Programa social que apoya GNP, 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.</p> <p>Adicional se canalizan recursos a diferentes fundaciones semanalmente.</p> <p>La difusión es a través del programa MOJOE (Unicable) conducido por Montserrat Olivier y Yolanda Andrade.</p>	3 años	168 fundaciones beneficiadas

Programa	Causa	Institución aliada	Descripción	Tiempo de apoyo	Resultados Acumulados
<b>Otros Apoyos</b>	<b>Construcción y rehabilitación de Canchas Múltiples</b>	Primarias: Rafael Ramírez, Mataxhi, 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
	Educación Salud Desarrollo	Francisco I. Madero, San Francisco, Edo. de México			
	<b>Corazoles en Puebla 2011</b>	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
	Arte Cultura Desarrollo infantil				
	<b>Cruz Roja Mexicana</b>	Cruz Roja Mexicana	Donativo Huracán Alex (2010) Electrocardiograma (2011) Donativo (2012)	Única vez	N/A
	Salud				
	<b>Consejo de la Comunicación</b>	Consejo de la Comunicación	Apoyo directo a las campañas del Consejo para financiar la producción y difusión de las mismas.	11 años	N/A
Participación social Valores y hábitos de la sociedad mexicana					
<b>Asociación Gilberto</b>	Asociación Gilberto	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	8 años	N/A	
Educación Capacitación					
<b>Apoyo operación córnea</b>	APEC Asociación para Evitar la Ceguera en México	Trasplante córnea (Francisco Javier Cárdenas Melchor) Cirugía anillos ambas córneas (Leopoldo Guadalupe Sánchez)	Única vez	2 beneficiados por cirugías de córnea	
<b>Campaña de detección oportuna de cáncer de mama</b>	Fundación Luis Pasteur	En el mes de octubre se llevó a cabo una activación especial en la red social de <i>Twitter</i> . La mecánica consistió en donar un estudio de mastografía a mujeres de escasos recursos por cada <i>retweet</i> otorgado, además de difundir una infografía donde se explica el método de autoexploración para la detección oportuna de cáncer de mama.	Única vez	3,685 mujeres beneficiadas con mastografías	
	FUCAM	3ra. 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 consta de dos fases: caminata guiada en el cerro del Tepozteco para la recaudación de fondos y la Unidad Móvil Especializada ofreció a mujeres del municipio, estudios gratuitos de mastografías.	3 años	1,590 mujeres beneficiadas con mastografías	
<b>Total de beneficiados</b>				<b>1,768,387</b>	
<b>Total de árboles plantados</b>				<b>338,580</b>	
<b>Total de esquinas accesibles</b>				<b>624</b>	



## VII. *Nuestro compromiso medioambiental*

- EMISIONES DE CO<sub>2</sub>
- ENERGÍA
- TRANSPORTE
- AGUA
- PAPEL
- GESTIÓN DE RESIDUOS
- ESTRATEGIAS PARA LA DISMINUCIÓN DE CONSUMOS Y RESULTADOS OBTENIDOS
- ACCIONES EN FAVOR DE LA CULTURA AMBIENTAL

## 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>	2015
Emisiones directas (gas LP, diésel y autos utilitarios)	<b>3,947.75</b>
Emisiones indirectas (electricidad y viajes en avión)	<b>9,789.84</b>
Total del CO <sub>2</sub> (toneladas)	<b>13,737.59</b>

*Alcance: Oficinas de GNP a nivel nacional*

## ENERGÍA

### CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

El consumo de energía eléctrica de 2015 en GNP fue de 18,247,070 kw/h, el cual representa un gasto de \$31,904,615. Cabe señalar que 10,575,275 kw/h (57.95%), corresponden a la interconexión de energía eléctrica generada en el Parque Eólico del Espinal en Oaxaca y es administrada por la empresa Peñoles del Grupo BAL.

Año	Consumo [kw/h]	Consumo [mj]	Emisiones indirectas de CO <sub>2</sub> [ton. métricas] <sub>1</sub>	Variación <sub>2</sub>
2013	19,200,596	69,122,145	9,888	-
2014	18,287,495	65,834,982	9,418	-4.96
<b>2015</b>	<b>18,247,070</b>	<b>65,689,452</b>	<b>9,397</b>	<b>-4.97</b>

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 (2013)

### CONSUMO DE DIÉSEL

GNP cuenta con los sistemas de respaldo de energía necesarios para garantizar la continuidad de servicios, a través de grupos electrógenos (plantas de emergencia), los cuales, están conformados por un motor de combustión interna a diésel y un generador eléctrico, que en conjunto abastecen electricidad ante una falla o ausencia de energía por parte de la compañía suministradora local (CFE).

De igual forma y como ESR, nos hemos dado a la tarea de incrementar los estándares de calidad y servicio eléctrico, razón por la cual, en 2015, en relación al año anterior se dieron de baja dos plantas de emergencia contando al cierre del año con 24 equipos activos, generando así un beneficio sustancial en la minimización de la huella de carbono.

Año	Consumo (lts)	Emisiones directas de CO <sub>2</sub> (ton. métricas)	Variación
2013	21,025	56.83	
2014	18,130	48.58	-14.51%
<b>2015</b>	<b>15,200</b>	<b>40.73</b>	<b>-28.33%</b>

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

2. Respecto al año base (2013)

### CONSUMO DE GAS LP

En el corporativo de Plaza GNP, contamos con un Club Deportivo, del cual hacen uso los colaboradores 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 para 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 de 2015 fue de 174,882 lts, que implican una generación directa de 0.337 ton métricas de CO<sub>2</sub>, un 11.72% más en relación con el 2013.

Año	Consumo [lts]	Consumo [mj]	Emisiones indirectas de CO <sub>2</sub> [ton. métricas]	Variación
2013	180,877	4,336,498	0.349	-
2014	186,638	4,473,712	0.360	3.16%
<b>2015</b>	<b>174,882</b>	<b>4,844,892</b>	<b>0.337</b>	<b>11.72%</b>

1. Factor de conversión Gas 1.93 kg CO<sub>2</sub> x m<sup>3</sup> (WBCSD)  
2. Respecto al año base (2013)

El total de energía consumida en 2015 fue de 70,534,344 megajoules.

## TRANSPORTE

G4-EN4, G4-EN30

### AUTOS UTILITARIOS

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 flota, 166 unidades a nivel nacional, y para mayo de 2016 se sustituirá el 20%, correspondiente a 127 unidades. Con esto, el promedio de antigüedad de nuestra flota es de un año, con lo que reducimos sus emisiones contaminantes al máximo.

### TABLA DE CONSUMO DE COMBUSTIBLE Y EMISIÓN DE CO<sub>2</sub>

Descripción	2013	2014	2015
Autos en operación	547	580	<b>649</b>
Propios	170	12	<b>215</b>
Arrendados	377	568	<b>434</b>

Km recorridos (25 mil por unidad)	13,675,000	14,500,000	<b>16,225,000</b>
Emisiones directas de CO <sub>2</sub> (toneladas)	3,008.50	3,190	<b>3,569.50</b>
Consumo de combustible (miles de litros)	1,498	1,457	<b>1,628</b>
Emisiones directas de CO <sub>2</sub> por combustible (toneladas)	4,029.62	3,919.33	<b>4,379.32</b>

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.

Con la implantación de los dispositivos satelitales y análisis de la ocupación, se optimizaron 13 unidades, lo cual ayudó a implantar seis *pools* más. Actualmente contamos con un total de 23 *pools* a nivel nacional, y así ampliamos los beneficios a más usuarios que necesitan un auto para realizar asuntos de trabajo.

Con el fin de mejorar este servicio e incrementar la disponibilidad de operación y seguridad de las unidades, se instalaron 112 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 adecuado de las unidades.

### GNP EN RUTA: TRANSPORTE DE PERSONAL

GNP en Ruta sigue mejorando para ofrecer un servicio que atienda las necesidades de nuestros colaboradores, por lo que en 2015 se capacitó a los choferes en: servicio al cliente, los nuevos reglamentos de tránsito y medidas de seguridad.

La difusión del uso y políticas del servicio se da por medio de nuestra intranet y en cursos de inducción a colaboradores de nuevo ingreso.

En 2015 lanzamos una campaña de comunicación para

promocionar los nuevos beneficios como:

- Promoción 2x1
- Pase Anual
- Hoy Sí circulas con GNP en Ruta
- GNP en Ruta, versión libre
- Red GNP en Ruta
- ¿Qué opinas de GNP en Ruta?
- Musicoterapia

Este servicio también se utiliza para el transporte de personal a eventos especiales de actividades institucionales.

Durante 2015 el servicio de GNP en Ruta realizó 81,090 traslados que representa un incremento de 19.85% 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	1,135	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	Total
Porcentaje de ocupación de rutas	52
Porcentaje de ocupación de servicio especial de transporte	66
<b>Total</b>	<b>52</b>

## AVENTONES EN RUTA GNP

Este programa nos ha permitido sensibilizar a los colaboradores en temas de movilidad al compartir el auto con un compañero de trabajo, con lo que además de contribuir al fortalecimiento de la convivencia entre los colaboradores, disminuimos 18,981 kg de emisiones de CO<sub>2</sub>.

Usuarios registrados	Aventones publicados	Trayectos confirmados	CO <sub>2</sub> ahorrado (kg)	Porcentaje de participación
1,031	295	23,324	18,981	29.1

## VIAJES EN AVIÓN

GNP ha tomado mayor conciencia de los viajes de negocio y los beneficios de estructurar políticas alineadas a las estrategias del mercado que nos permitan optimizar la movilidad de los colaboradores sin dejar de atender la operación.

Realizamos esfuerzos de planeación de los viajes en áreas estratégicas y enviamos recomendaciones y sugerencias para lograr una mejor gestión, lo que nos permitió una reducción del 3.3% en relación al año anterior, habiéndose expedido el siguiente número de boletos:

2013	2014	2015
2,903	3,124	3,020

## 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. Estamos estableciendo mayores controles sobre este tema, buscando generar una mayor conciencia que permita que el rendimiento de nuestros consumos de agua sea mucho más eficiente año con año para preservar este vital líquido.

En 2015 continuamos disminuyendo nuestro consumo de agua con una variación del 12% con relación al año anterior.

Periodo	M <sup>3</sup> consumidos <sup>(1)</sup>
2013	92,554 <sup>(2)</sup>
2014	61,459 <sup>(3)</sup>
<b>2015</b>	<b>53,984 <sup>(4)</sup></b>

1. Alcance: Inmuebles de Cerro de las Torres, Basalto, en Coyoacán, y Porvenir, en Tláhuac.  
 2. El 58% de esta cifra corresponde a agua tratada.  
 3. El 47% de esta cifra corresponde a agua tratada.  
 4. El 45% de esta cifra corresponde a agua tratada.

## CAPTACIÓN Y TRATAMIENTO DE AGUA

En las 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 2015 el consumo de agua tratada en Plaza GNP fue de 31,225 m<sup>3</sup>, y de 34 m<sup>3</sup> en el inmueble de GNP Amores.

## PAPEL

G4-EN1

### CONSUMO Y MANEJO DE PAPEL

Para continuar disminuyendo el consumo de papel, en 2015 GNP ha sumado a sus procesos nuevas tecnologías como la digitalización, la gestión documental y la facturación electrónica.

La difusión y campañas de comunicación orientadas a concientizar a los usuarios en imprimir sólo lo necesario y mandar de forma electrónica correos, documentos y folletos entre otros ayudan a tener un uso más consciente del papel.

La tendencia del consumo de papel en nuestras instalaciones continúa a la baja. En 2015 consumimos 6.44% menos en comparación con el año anterior.

Consumo	2013	2014	2015
Millares	25,953	21,475	<b>20,092</b>
Cajas	5,191	4,295	<b>4,018</b>
Peso total	114,193	94,490	<b>88,405</b>

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

GNP, como empresa comprometida con el cuidado y la preservación del medio ambiente, así como de las futuras generaciones, refuerza año con año su compromiso consciente y congruente, recolectando y enviando a plantas de reciclaje por medio del proveedor Gruver (Grupo Verde en Reciclaje y Educación S.A. de C.V.) el papel y cartón utilizados en nuestra operación.

Tipo de papel/ cartón	Toneladas		
	2013	2014	2015
Hoja blanca	11	28.8	<b>19</b>
Hoja de color	1.9	8.2	<b>5.5</b>
Cartón		4.8	<b>2.9</b>
<b>Total</b>	<b>17.7</b>	<b>39.9</b>	<b>25</b>

En el 2015 GNP llevó a cabo la destrucción de 3,555 cajas del archivo general (con manifiesto de destrucción segura de información) mediante procesos amigables con el medio ambiente. Esta acción permitió el reciclaje de 28.6 ton de papel destruido para su aprovechamiento en actividades cotidianas, disminuyendo así la tala de árboles.

## GESTIÓN DE RESIDUOS

#### RECOLECCIÓN DE PILAS

Continuamos fomentando el deshecho responsable de pilas con nuestro programa de recolección, el cual consiste en la instalación de contenedores especiales en puntos estratégicos de nuestras oficinas centrales para que empleados, proveedores y visitantes puedan depositar las baterías caducas.

Estos deshechos son recogidos por un proveedor especializado que es el encargado de garantizar que reciban un tratamiento y disposición adecuados.

En 2015 se recolectaron 305.95 kg de pilas con un acumulado de 882.2 kg en el programa.

Tipo de pila	Kilos por desperdicio	Metales recuperados
Salinas	46.5	15.19% zinc y carbón
Alcalinas	259	84.65% zinc y hierro
De mercurio	0.45	0.14% mercurio, zinc y hierro

#### RECOLECCIÓN DE PET

México es el país líder de recolección de PET de América, con un 62% de residuos de envases recuperados. En alianza con ECOCE, organización líder de reciclado de PET, en GNP hemos establecido un programa para promover el acopio de envases de PET y sensibilizar a nuestro personal sobre la importancia de su reciclaje.

En 2015 logramos recolectar 1,711 kg de PET con la ayuda y participación de nuestros colaboradores de 10 oficinas a nivel nacional.

## RECOLECCIÓN DE RESIDUOS NO PELIGROSOS

De la basura generada anualmente, 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).

En Plaza GNP, se tiene instalado un contenedor de desechos con capacidad de 30 m<sup>3</sup>. Dentro de las responsabilidades del proveedor recolector de basura, está la de separar y reciclar los desechos generados, cumpliendo con los lineamientos ambientales de la ciudad.

## ESTRATEGIAS PARA LA DISMINUCIÓN DE CONSUMOS Y RESULTADOS OBTENIDOS

*G4-EN6, G4-EN19*

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

Derivado de diversas incidencias que afectaron la operación del Centro de Cómputo, se determinó la necesidad de actualizar la infraestructura que ya contaba con más de 20 años de antigüedad, lo que nos permitió volver más eficiente la operación y disminuir el gasto asociado por consumo de energía.

Adicionalmente, hemos implementado estrategias de mejora continua, renovación tecnológica, mantenimiento correctivo y atención de emergencia; encaminadas a preparar, validar y estar en cumplimiento del estado físico y operacional de la infraestructura de Plaza e inmuebles GNP acorde a lo indicado en la ISO-50001, teniendo como resultado el mejoramiento de las salas de fuerza del edificio central, edificio sur y centro de contacto.

## MONTO DE INVERSIÓN PARA PROYECTOS AMBIENTALES

*G4-EN31*

Concepto	Monto
Sustitución de 78 mini UPS para servicios de site de datos a nivel nacional	0.533
Renovación tecnológica de equipo UPS y alimentador principal del edificio sur	0.449
Limpieza y descontaminación de cámara plena (piso falso) del centro de cómputo	0.200
Puesta a punto de enfriadores en Plaza GNP	0.864
Puesta a punto de chiller del inmueble de GNP Amores	0.141
Sistema del aire acondicionado de Cd. Juárez	0.156
Actualización de módulos de control de plantas de emergencia a nivel nacional	0.365
Instalación de planta de emergencia en Guadalajara	0.543
Cambio de tablero general en León	0.065
Mantenimiento de transformadores a nivel nacional	0.447
Bancos de baterías UPS a nivel nacional	0.679
Sistema de aire acondicionado GNP Amores	0.055
Sistema de aire acondicionado Mérida	0.329
Sistema de aire acondicionado Cd. Obregón	0.367
Sistema de aire acondicionado Veracruz	0.262
Up grade del centro de cómputo, cambio de equipos de aire acondicionado y eléctricos	92.074
<b>Total</b>	<b>97.529</b>
<i>Cifras en millones de pesos</i>	

## ACCIONES EN FAVOR DE LA CULTURA AMBIENTAL

### ECOFERIA DE SUSTENTABILIDAD

En 2015 llevamos a cabo la quinta edición de la EcoFeria de Sustentabilidad (EFS) en el Distrito Federal, un evento que les brinda a los colaboradores la oportunidad de conocer productos y servicios de empresas innovadoras comprometidas con el medio ambiente.

Esto se traduce en un doble beneficio en el que, 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 80 expositores y la visita de dos mil 500 personas, entre colaboradores y familiares, un 64% más en comparación con el año anterior. Participaron nuevamente tres expositores con discapacidad.

Cabe hacer mención que adicionalmente en 2015, por primera ocasión se llevaron a cabo EcoFerias en las oficinas de Mérida y Mexicali y por segunda ocasión en Guadalajara, contando con la participación de 30 proveedores y la visita de 350 personas.

De manera paralela, lanzamos dos campañas:

**1ª Campaña de acopio de residuos electrónicos y eléctricos:** en donde participaron los empleados depositando un artículo en los contenedores y tomándose una foto, que tenían que enviar como evidencia para recibir un vale que podía canjearse durante la EFS por una bolsa ecológica.

**Sin bolsa y sin moñitos:** invitamos tanto a colaboradores como a expositores a que realizaran sus compras en la EFS y en otros sitios, sin empaques, bolsas y envolturas, utilizando su bolsa ecológica, con el fin de disminuir desechos.

### 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 \$1,721,000.

### 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, 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 (R 410) en equipos de aire acondicionado.





## VIII. Iniciativas estratégicas de RSE en Centros Regionales

- NORESTE
- OCCIDENTE
- SURESTE
- NOROESTE

## NORESTE

### DÍA DE LA FAMILIA

En marzo, con motivo del Día de la Familia se invitó a los hijos de los colaboradores de la oficina Monterrey a pasar un día en la oficina de papá o mamá, para divertirse, convivir, aprender y conocer el lugar donde trabajan. Se realizó un recorrido por las instalaciones, se organizaron varias actividades con referencia al trabajo de sus papás y hubo función de cine, contando con la participación de 60 niños.



### TALLER DE RISOTERAPIA

Se llevó a cabo en abril en la oficina de Monterrey con la intención de que los colaboradores vivieran la experiencia de los cambios que genera vivir con una mejor actitud, a través de la risa y la alegría y cómo somos capaces de contagiarla a los demás, creando un entorno positivo, con técnicas sencillas de aplicación diaria, participando más de 70 colaboradores.

### LABOR SOCIAL EN CASA HOGAR

Gracias a la generosidad económica y en especie de los colaboradores de la oficina de Monterrey, se organizó una fiesta para celebrar el Día del Niño en la Casa Hogar Arcoiris de Jesús beneficiando a 60 niños, donde hubo piñata, show, concursos, premios, merienda, dulces y regalos, además de entregarles ropa, zapatos y juguetes. Estos niños en su mayoría son hijos de los internos del reclusorio.



### EVENTOS DE INTEGRACIÓN CON CAUSA

Se organizaron varias actividades de integración entre los colaboradores de las oficinas de Noreste, torneo de boliche en Torreón, torneo de voleibol en Cd. Juárez y fiesta mexicana en Monterrey, con la finalidad de fomentar una cultura de convivencia, integración, diversión y trabajo en equipo, lo cual impacta positivamente en su desarrollo personal y profesional. Se contó con la participación de 250 colaboradores en estos eventos.

### CONFERENCIA “MITOS Y REALIDADES DEL CÁNCER DE MAMA”

En la oficina de Monterrey nos sumamos a la concientización e información del cáncer de mama a través de esta conferencia impartida por el reconocido mastólogo, el Dr. Homero Lozano Enríquez, con la finalidad de obtener excelentes resultados mediante la prevención. Se impartieron dos conferencias donde participaron más de 100 colaboradoras.



### **DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD**

En Monterrey, para conmemorar este día, y concientizar a los colaboradores del tema, se realizaron diferentes actividades donde participaron más de 60 empleados. Se realizó la conferencia “La familia y la sociedad no son ajenos a la discapacidad”, taller de sensibilización para el personal a través de distintas dinámicas vivenciales y la donación de cinco sillas de ruedas a la Asociación “Unidos somos Iguales”.

### **LABOR SOCIAL EN ASILO**

Para cerrar el año se visitó el asilo Casa Hogar de la Misericordia donde se beneficiaron más de 50 personas de la tercera edad con la entrega de cobertores para el frío, en un ambiente de calidez, empatía, sensibilización y conciencia, pero sobre todo de agradecimiento por parte de los ancianos; gracias a la generosidad y apoyo de los colaboradores de Monterrey fue posible llevar a cabo esta noble causa.



### **CONCURSO DE CATRINAS**

Con el objetivo de revivir, preservar las tradiciones mexicanas y fomentar la convivencia e integración se llevó a cabo el concurso de catrinas, donde participaron 25 colaboradores.

## OCCIDENTE

### **ENTREGA DEL INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

Con la finalidad de realizar la entrega de 220 Informes de Responsabilidad Social Empresarial en las oficinas de Guadalajara, se llevó a cabo una dinámica que consistió en presentar un nuevo compromiso hacia la empresa, escribiéndolo en un Post-it y pegándolo de manera simbólica. De esta manera invitamos a cada colaborador a reflexionar en algún valor que le hiciera falta aplicar en sus labores y su desempeño.

### **CONCURSO DE DIBUJO INFANTIL**

En 2015 se llevó a cabo el primer Concurso de Dibujo Infantil en la oficina de Guadalajara. Se recibieron 19 dibujos de niños con el tema “Cuida tu planeta”. Se contó con cuatro categorías y se entregó a todos los niños un reconocimiento. A los dibujos premiados se les obsequió un juguete el Día del Niño.



## NOROESTE



### PLÁTICA SOBRE CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

En las oficinas de Mexicali y Tijuana se impartió una conferencia orientada a fomentar en la sociedad una adecuada toma de conciencia sobre la protección del medio ambiente para un futuro sostenible. Se contó con la participación de 67 colaboradores.

### RECICLAJE

Durante ya más de cuatro años se ha mantenido el programa de reciclaje de papel en oficina Mexicali. En 2015 por primera ocasión se recibieron libros y cuadernos escolares que los hijos de los colaboradores dejan de utilizar una vez concluido el ciclo escolar para su reciclaje.

Adicionalmente, en Mexicali y Tijuana se lleva a cabo la recolección de pilas, las cuales se entregan a la Secretaría del Medio Ambiente, quien se encarga de darle el tratamiento adecuado.



### PLÁTICA SOBRE CÁNCER DE MAMA

A través de la fundación Mujeres que Viven, se impartió una plática sobre la importancia de la autoexploración y el cómo llevarla a cabo. En ella tuvimos la participación de 30 colaboradoras.

### CONFERENCIA SOBRE DETECCIÓN OPORTUNA DE CÁNCER

Durante esta conferencia se habló sobre los diferentes tipos de cáncer, cómo detectarlos oportunamente, mitos y realidades. Se contó con una participación de 60 colaboradores.

### EVENTOS DE INTEGRACIÓN

Por segundo año se reunió a las oficinas de Tijuana y Mexicali en la ciudad de Tecate, para llevar a cabo un evento de integración con actividades recreativas y deportivas.

Por otra parte, en la oficina de Mexicali se formaron equipos para un encuentro amistoso de voleibol en las instalaciones de GNP.

Y en la oficina de Hermosillo con la finalidad de fomentar la convivencia familiar entre los colaboradores se realizó un torneo de boliche.

La participación de estos eventos fue de 75 colaboradores.



### VISITA A ESTACIÓN DE BOMBEROS

Para celebrar el Día del Niño se organizó una visita a la estación de bomberos de Mexicali por parte de los niños de GNP, donde se les explicó la noble labor que realizan, el uso de las mangueras y la forma en que se maneja una bombera. Contamos con la participación de 18 niños.



### DÍA INTERNACIONAL DE LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD

En Mexicali, para conmemorar este día, se llevó a cabo una plática impartida por una persona débil visual, quien dio testimonio de vida con la finalidad de crear conciencia entre el personal, buscando la prevención.

## SURESTE

### EVENTOS DE INTEGRACIÓN CON CAUSA

Con la finalidad de promover actividades de integración, convivencia y activación física que impacten en el bienestar personal y laboral entre los colaboradores y áreas, en 2015 se realizaron actividades deportivas y recreativas de fútbol, voleibol y rally en Mérida, Puebla, Veracruz, Villahermosa y Cancún, así como un torneo de boliche en Mérida y Puebla y un torneo de dominó en Puebla, Veracruz y Mérida, contando con la participación de más de 180 colaboradores.



### VOLUNTARIADO EN APOYO AL MEDIO AMBIENTE

En 2015 los colaboradores de Mérida, de manera voluntaria para fomentar la cultura y cuidado del medio ambiente, llevaron a cabo la limpieza del Cenote Cuzamá, en donde se recogieron botellas de cristal y plástico, vasos, platos desechables, latas, ayudando a mantener limpios los alrededores y los cenotes, viviendo una increíble actividad del cuidado de nuestras bellezas naturales.

### DÍA DE LA FAMILIA: BICI RUTA

Conmemorando el Día de la Familia, se realizó la bici ruta en Mérida, con el objetivo de activarse y continuar fomentando el hábito de cuidar la salud a través del deporte, 25 colaboradores y familiares participaron en bicicleta recorriendo el bello Paseo de Montejo y la zona del centro de la ciudad.



Adicionalmente, con esta acción se concientiza y fomenta entre los ciudadanos el cuidado y preservación del medio ambiente.



## *IX. Informe de verificación independiente*



México, D.F. a 23 de febrero de 2016.

## INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE

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

Firma Social S.C. (AuditaRSE), a petición del Grupo Nacional Provincial, S.A.B., (GNP), ha realizado una verificación independiente de su **Informe de Responsabilidad Social Empresarial** correspondiente al año 2015.

### ALCANCE

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

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

### ESTÁNDARES Y PROCESOS DE VERIFICACIÓN

Nuestra revisión tomó como base los estándares ISAE 3000, las normas de Accountability AA1000 y la metodología del Global Reporting Initiative (GRI) en su versión G4 para la realización de reportes de sustentabilidad, considerando en este caso el nivel de aplicación Esencial, así como 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 la validación y análisis de los aspectos 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 muestras de 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.
  - 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 respecto al informe anterior y el seguimiento a programas e indicadores relevantes.

Las siguientes tablas detallan los indicadores y enfoques de gestión revisados:

#### Indicadores

G4 - 1	G4 - 17	G4 - 33	G4 - 49	G4-EN2	G4-LA6	G4-SO4
G4 - 2	G4 - 18	G4 - 34	G4 - 50	G4-EN3	G4-LA7	G4-SO5
G4 - 3	G4 - 19	G4 - 35	G4 - 51	G4-EN4	G4-LA8	G4-SO8
G4 - 4	G4 - 20	G4 - 36	G4 - 52	G4-EN5	G4-LA9	G4-PR5
G4 - 5	G4 - 21	G4 - 37	G4 - 53	G4-EN6	G4-LA10	FS-1
G4 - 6	G4 - 22	G4 - 38	G4 - 54	G4-EN15	G4-LA11	FS-2
G4 - 7	G4 - 23	G4 - 39	G4 - 55	G4-EN16	G4-LA12	FS-4
G4 - 8	G4 - 24	G4 - 40	G4 - 56	G4-EN17	G4-LA13	FS-5
G4 - 9	G4 - 25	G4 - 41	G4 - 57	G4-EN18	G4-HR7	FS-6
G4 - 10	G4 - 26	G4 - 42	G4 - 58	G4-EN30	G4-HR12	FS-7
G4 - 11	G4 - 27	G4 - 43	G4 - EC1	G4-EN31	G4-PR1	FS-9
G4 - 12	G4 - 28	G4 - 44	G4 - EC2	G4-LA1	G4-PR3	FS-10
G4 - 13	G4 - 29	G4 - 45	G4 - EC3	G4-LA2	G4-PR4	FS-12
G4 - 14	G4 - 30	G4 - 46	G4 - EC7	G4-LA3	G4-SO1	FS-13
G4 - 15	G4 - 31	G4 - 47	G4 - EC8	G4-LA4	G4-SO2	FS-14
G4 - 16	G4 - 32	G4 - 48	G4-EN1	G4-LA5	G4-SO3	FS-15
						FS-16



### Enfoques de Gestión

ECONOMICO	MEDIOAMBIENTAL	SOCIAL
*Desempeño económico *Presencia de mercado *Consecuencias económicas indirectas	*Energía *Agua *Emisiones *Transporte *Materiales	*Prácticas laborales *Derechos humanos *Sociedad *Responsabilidad de productos *Capacitación y educación *Proveedores *Comunidades locales *Cumplimiento regulatorio *Lucha contra la corrupción

### CONCLUSIONES

En el proceso de verificación que realizamos a éste Informe, hemos podido confirmar las acciones permanentes que realiza GNP para atender su compromiso de Responsabilidad Social tanto dentro de la empresa como con sus diversos grupos de interés.

Al no contar con evidencia que haga notar diferencias y contradicciones de la información, consideramos que, el **Informe de Responsabilidad Social Empresarial de GNP 2015**, contiene datos fidedignos y éstos representan de manera coherente y razonable los resultados para el período informado de acuerdo al nivel de aplicación Esencial referido en la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad (G4) del Global Reporting Initiative, así como la inclusión del Suplemento para el Sector Financiero del mismo GRI.

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

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



## *X. Índice de contenido GRI G4*



# ÍNDICE DE CONTENIDO GRI G4 PARA LA OPCIÓN ESENCIAL DE CONFORMIDAD CON LA GUÍA G4

Contenidos básicos generales		
Contenidos básicos generales	Página/ Respuesta directa	Verificación externa ✓
<b>Estrategia y análisis</b>		
G4-1	Carta del Director General p.5	✓
G4-2	Carta del Director General p.5 Declaración de Responsabilidad Social p.15 Gestión de riesgos p.45	✓
<b>Perfil de la organización</b>		
G4-3	Grupo Nacional Provincial, S.A.B. (GNP Seguros)	✓
G4-4	Nuestra Empresa p.10 Productos y servicios p.23	✓
G4-5	Av. Cerro de las Torres #395, Col. Campestre Churubusco, Coyoacán, México, D.F. 04200	✓
G4-6	Red de oficinas p.22 Alianzas estratégicas p.29	✓
G4-7	Nuestra Empresa p.10 Productos y servicios p.23	✓
G4-8	Productos y servicios p.23 GNP en la economía mexicana p.36 Red de oficinas p.22	✓
G4-9	Plantilla laboral p.56 Cifras relevantes p.37	✓
G4-10	Plantilla laboral p.56	✓
G4-11	Plantilla laboral p.56	✓
G4-12	Compromiso con nuestros proveedores p.78	✓
G4-13	Alcance del Informe p.7 Cambios relevantes en la estructura p.21	✓
G4-14	Prevención y gestión integral de riesgos p.40	✓
G4-15	Participación en asociaciones p.54 Participación en el fortalecimiento del sector e injerencia en la gestión pública p.54 Resultados acumulados de programas sociales p.84	✓
G4-16	Participación en asociaciones p.54 Participación en el fortalecimiento del sector e injerencia en la gestión pública p.54 Resultados acumulados de programas sociales p.84	✓
<b>Aspectos materiales y cobertura</b>		
G4-17	Alcance del Informe p.7	✓
G4-18	Materialidad p.8	✓
G4-19	Materialidad p.8	✓
G4-20	Materialidad p.8	✓

G4-21	Materialidad p.8	✓
G4-22	Alcance del Informe p.7	✓
G4-23	Alcance del Informe p.7	✓
<b>Participación de los grupos de interés</b>		
G4-24	Alcance del Informe p.7 Materialidad p.8	✓
G4-25	Alcance del Informe p.7 Materialidad p.8	✓
G4-26	Materialidad p.8 Diálogo con los grupos de interés p.53	✓
G4-27	Materialidad p.8 Diálogo con los grupos de interés p.53	✓
<b>Perfil de la memoria</b>		
G4-28	Alcance del Informe p.7	✓
G4-29	Alcance del Informe p.7	✓
G4-30	Alcance del Informe p.7	✓
G4-31	María Fernanda del Moral Durán rse@gnp.com.mx	✓
G4-32	Alcance del Informe p.7	✓
G4-33	Informe de verificación independiente p.101	✓
<b>Gobierno</b>		
G4-34	Gobierno Corporativo y Consejo de Administración p.17	✓
G4-35	Estructura de la RSE p.21	✓
G4-36	Estructura de la RSE p.21	✓
G4-37	Estructura de la RSE p.21 Mecanismos para comunicar recomendaciones o indicaciones al Consejo de Administración p.19	✓
G4-38	Gobierno Corporativo y Consejo de Administración p.17	✓
G4-39	Gobierno Corporativo y Consejo de Administración p.17	✓
G4-40	Procedimiento para designar a los miembros del Consejo de Administración p.18	✓
G4-41	Procedimientos para evitar el conflicto de interés p.19	✓
G4-42	Estructura de la RSE p.21	✓
G4-43	Mecanismos de Auditoría y Prácticas Societarias p.18	✓
G4-44	Mecanismos de Auditoría y Prácticas Societarias p.18	✓
G4-45	Estructura de la RSE p.21	✓
G4-46	Estructura de la RSE p.21	✓
G4-47	Estructura de la RSE p.21	✓
G4-48	Estructura de la RSE p.21	✓
G4-49	Estructura de la RSE p.21 Mecanismos para comunicar recomendaciones o indicaciones al Consejo de Administración p.19	✓
G4-50	Materialidad p.8	✓

G4-51	Retribuciones p.19			✓
G4-52	Retribuciones p.19			✓
G4-53	Retribuciones p.19			✓
G4-54	Retribuciones p.19			✓
G4-55	Retribuciones p.19			✓
<b>Ética e integridad</b>				
G4-56	Misión, visión y valores p.14 GNP Ética Empresarial p.40			✓
G4-57	GNP Ética Empresarial p.40			✓
G4-58	GNP Ética Empresarial p.40			✓
<b>Contenidos básicos específicos</b>				
Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página/ Respuesta directa	Omisiones		Verificación externa ✓
<b>Categoría: Desempeño social</b>				
<b>Subcategoría: Sociedad</b>				
<b>Aspecto: Comunidades locales</b>				
G4-DMA	Compromiso con nuestra comunidad p.81			
G4-SO1	Resultados acumulados de programas sociales p.84			✓
G4-SO2	Compromiso con nuestra comunidad p.81			✓
Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página/ Respuesta directa	Omisiones		Verificación externa ✓
<b>Subcategoría: Responsabilidad sobre productos</b>				
<b>Aspecto: Etiquetado de los productos y servicios</b>				
G4-DMA	Información de productos y servicios p.27			
G4-PR3	Información de productos y servicios p.27			✓
G4-PR4	Información de productos y servicios p.27			✓
G4-PR5	Estudio de satisfacción y lealtad p.75			✓
Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página/ Respuesta directa	Omisiones		Verificación externa ✓
<b>Suplemento del sector financiero</b>				
G4-DMA	Criterios para el desarrollo de un producto p.26			
FS1	Productos y Servicios p.23 Protección para todos p.25			✓
FS2	Sistema de Control Interno p.43 Gestión de riesgos p.45			✓
FS3	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.			
FS4	Prevención del lavado de dinero y financiamiento al terrorismo p.41 GNP Ética Empresarial p.40			✓

FS5	Compromiso con nuestra comunidad p.81 Diálogo con los grupos de interés p.53	✓
FS6	Distribución de cartera p.29	✓
FS7	Protección para todos p.25 Distribución de cartera p.29	✓
FS8	La empresa no cuenta con productos de este tipo.	✓
FS9	Plan anual de auditoría p.42	✓
FS10	Resultados acumulados de Programas Sociales p.84	✓
FS11	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.	
FS12	Criterios de inversión p.38	✓
FS13	Red de oficinas p.22 Alianzas estratégicas p.29	✓
FS14	Protección para todos p.25 Distribución de cartera p.29	✓
FS15	Protección para todos p.25 Criterios para el desarrollo de un producto p.26	✓
FS16	Productos y servicios p.23	✓
<b>Aspectos no materiales e indicadores adicionales</b>		
<b>Contenidos básicos específicos</b>		
<b>Categoría: Economía</b>		
<b>Aspecto: Desempeño económico</b>		
G4- EC1	Cifras relevantes p.37	✓
G4-EC2	Prevención y gestión integral de riesgos p.40 Riesgos naturales p.46 Mecanismos de transferencia de riesgos naturales p.46	✓
G4-EC3	Compensaciones y prestaciones al personal p.66 Plan de Ahorro y Formación Patrimonial "GNP SUMA" p.67	✓
G4-EC4	GNP no recibe ayudas financieras de ninguna esfera de gobierno.	
<b>Aspecto: Consecuencias económicas indirectas</b>		
G4-EC7	Compromiso con nuestra comunidad p.81	✓
G4-EC8	Resultados acumulados de programas sociales p.84	✓
<b>Categoría: Medio ambiente</b>		
<b>Aspecto: Materiales</b>		
G4-EN1	Consumo y manejo de papel p.91	✓
G4-EN2	Reciclaje de papel y cartón p.92	✓
<b>Aspecto: Energía</b>		
G4-EN3	Consumo de energía eléctrica p.88 Consumo de gas LP p.88 Consumo de diésel p.88	✓
G4-EN4	Transporte p.89 Viajes en avión p.91	✓
G4-EN5	Consumo de energía eléctrica p.88 Consumo de gas LP p.88 Consumo de diésel p.88	✓

G4-EN6	Consumo de energía eléctrica p.88 Estrategias para disminución de consumos y resultados obtenidos p.93	✓
G4-EN7	Los productos financieros que ofrece GNP a sus clientes no cuentan con requisitos energéticos.	
<b>Aspecto: Emisiones</b>		
G4-EN15	Emisiones de CO <sub>2</sub> p. 88	✓
G4-EN16	Emisiones de CO <sub>2</sub> p. 88	✓
G4-EN17	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> ).	✓
G4-EN18	Emisiones de CO <sub>2</sub> p. 88	✓
G4-EN19	Emisiones de CO <sub>2</sub> p.88 Estrategias para disminución de consumos y resultados obtenidos p.93	✓
G4-EN20	No hay emisiones de estas sustancias.	
G4-EN21	No hay emisiones de estas sustancias.	
<b>Aspecto: Transporte</b>		
G4-EN30	Transporte p.89 Viajes en avión p.91	✓
<b>Aspecto: General</b>		
G4-EN31	Monto de inversión para proyectos ambientales p.93	✓
<b>Categoría: Desempeño social</b>		
<b>Subcategoría: Prácticas laborales y trabajo digno</b>		
<b>Aspecto: Empleo</b>		
G4-LA1	Plantilla laboral p.56	✓
G4-LA2	Compensaciones y prestaciones al personal p. 66	✓
G4-LA3	Incapacidades y ausentismo p.70	✓
<b>Aspecto: Relaciones entre los trabajadores y la Dirección</b>		
G4-LA4	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>Aspecto: Salud y seguridad en el trabajo</b>		
G4-LA5	Seguridad e higiene y protección civil p.44	✓
G4-LA6	Incapacidades y ausentismo p.70	✓
G4-LA7	Incapacidades y ausentismo p.70	✓
G4-LA8	Compensaciones y prestaciones al personal p. 66	✓
<b>Aspecto: Capacitación y educación</b>		
G4-LA9	Estadísticas de capacitación p.63	✓
G4-LA10	Estadísticas de capacitación p.63	✓
G4-LA11	Gestión del desempeño p.65	✓
<b>Aspecto: Diversidad e igualdad de oportunidades</b>		
G4-LA12	Gobierno Corporativo y Consejo de Administración p.17 Plantilla laboral p.56	✓

<b>Aspecto: Igualdad de retribución entre mujeres y hombres</b>		
G4-LA13	Diferencia salarial promedio p.56	✓
<b>Subcategoría: Derechos humanos</b>		
<b>Aspecto: No discriminación</b>		
G4-HR3	GNP Ética Empresarial p.40	
<b>Aspecto: Medidas de seguridad</b>		
G4-HR7	Código de Ética y Conducta para proveedores p.78	✓
<b>Aspecto: Mecanismos de reclamación en materia de derechos humanos</b>		
G4-HR12	GNP Ética Empresarial p.40	✓
<b>Aspecto: Lucha contra la corrupción</b>		
G4-SO3	Plan anual de auditoría p.42	✓
G4-SO4	GNP Ética Empresarial p.40	✓
G4-SO5	GNP Ética Empresarial p.40	✓
<b>Aspecto: Cumplimiento regulatorio</b>		
G4-SO8	Multas significativas o sanciones impuestas por la autoridad p.38	✓
<b>Subcategoría: Responsabilidad sobre productos</b>		
<b>Aspecto: Salud y seguridad de los clientes</b>		
G4-PR1	Productos y servicios p.23 Unidad Especializada para la Atención de Usuarios (UNE) p.23	✓
G4-PR2	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.	
<b>Aspecto: Comunicaciones de mercadotecnia</b>		
G4-PR6	GNP no vende productos o servicios de esta naturaleza.	
G4-PR7	No existen incumplimientos de esta naturaleza.	



## *ANEXO: Estudio de materialidad*

Los temas más relevantes por grupo de interés analizado son:

Grupo de interés	Tema relevante
Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contribución a la comunidad</li> <li>• Trabajo en equipo</li> <li>• Premios y reconocimientos</li> </ul>
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo para el desarrollo de proveedores</li> <li>• Fortalecimiento de la relación empresa/proveedor</li> <li>• Apoyo a causas sociales</li> </ul>
Beneficiarios	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lucha contra la corrupción</li> <li>• Apoyo a causas sociales</li> <li>• No discriminación</li> </ul>
Accionistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Resultados financieros</li> <li>• Adecuaciones del gobierno corporativo para cumplir las disposiciones de la nueva ley</li> </ul>
Clientes externos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Precios bajos</li> <li>• Integración al mundo digital</li> <li>• Desarrollo de productos para nuevos segmentos</li> </ul>
Opinión pública	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Prioridad al precio de los seguros</li> <li>• Letras chiquitas en sus cláusulas</li> </ul>
Autoridades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplimiento de procesos y alineación a estándares</li> <li>• Satisfacción al cliente</li> <li>• Gestión de reclamaciones</li> </ul>
Sector	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovación en productos y servicios a nuevos sectores</li> <li>• Utilización de la tecnología</li> <li>• Nuevas regulaciones al sector</li> </ul>

## COLABORADORES

Los colaboradores siguen situando la contribución a la comunidad como su principal interés dentro de las acciones socialmente responsables de GNP.

Entre los comentarios más frecuentes de los colaboradores destaca su interés por la información relacionada con premios y reconocimientos, la participación de GNP en el mercado y la inclusión laboral.

En cuanto al formato del Informe, están muy satisfechos con su versión electrónica y piden que ya no se imprima.

## PROVEEDORES

Los proveedores destacan la importancia de la labor que ha hecho GNP para apoyarlos en su desarrollo y la obtención de certificaciones.

Mencionan que han mejorado su relación con GNP y esperan que así continúe.

Reconocen la labor de GNP en el ámbito social, en especial el apoyo a causas sociales.



## **BENEFICIARIOS**

El principal interés de los beneficiarios es el apoyo de GNP a causas sociales; muchos de ellos han participado en los programas de la empresa reconociendo un impacto positivo en sus vidas o en la de sus organizaciones.

Sugieren que estos apoyos no sean aislados sino que haya una continuidad o un compromiso a más largo plazo.

Otro tema mencionado por los beneficiarios es el de la lucha contra la corrupción. Consideran que GNP puede trabajar mucho en este tema y que es prioritario.

Finalmente también mencionan el tema de la no discriminación como uno de gran importancia y reconocen la labor que ha realizado GNP para incorporar a personas con discapacidad.

## **ACCIONISTAS**

Uno de los temas más relevantes para los accionistas fue el de los resultados financieros de GNP en 2015, seguido de los nuevos nombramientos y modificaciones al gobierno corporativo de la empresa para poder cumplir con las disposiciones de la nueva ley.

## **CLIENTES EXTERNOS**

Una de las áreas de oportunidad mencionadas por los clientes es el de mantener los precios bajos para poder abarcar sectores menos favorecidos.

Otro tema mencionado es el de la integración de GNP al mundo digital a través de las apps.

También se mencionó como área de oportunidad el desarrollo de productos para nuevos segmentos como diabéticos, jóvenes, etc.

## **OPINIÓN PÚBLICA**

El estudio de opinión realizado en 2014 muestra que los usuarios de seguros siguen dando prioridad al precio como principal atributo, seguido de la cobertura y el servicio.

Un tema mencionado por algunas notas de prensa así como por los watchers es el de las “letras chiquitas” en sus

cláusulas, donde las empresas aseguradoras se aprovechan del desconocimiento de los contratantes de ciertas cláusulas, calificadas como abusivas.

## **AUTORIDADES**

Las autoridades mencionan que su principal interés con relación a GNP es su cumplimiento de procesos y alineación a estándares. La consideran una empresa sólida y con gran tradición, respaldada por un grupo empresarial de mucha trayectoria.

Los reguladores están en constante seguimiento del desempeño de la empresa en cuanto a la satisfacción al cliente, para lo cual se establecen calificadores de calidad. En las publicadas este año, GNP se encontró en los tres primeros lugares.

Los reguladores monitorean el número de reclamaciones presentadas contra la empresa y su gestión. En este sentido, GNP también es mencionada como la que más reclamaciones recibe.

## **SECTOR**

En la agenda de la Convención de Aseguradores de México de 2015 se trataron ciertos temas prioritarios tales como la innovación en productos y servicios a nuevos sectores, especialmente los que se desprenden de nuevas estructuras familiares y nuevas generaciones.

Otro tema prioritario es la utilización de la tecnología tanto para ofrecer nuevos servicios como la distribución de los ya existentes.

Finalmente un tema que se trató fue el de las nuevas regulaciones al sector derivadas de Solvencia II y las implicaciones para las aseguradoras en términos de reservas, controles y transparencia.



Grupo Nacional Provincial S.A.B.  
Oficinas Corporativas  
Av. Cerro de las Torres No. 395,  
Campestre Churubusco, 04200, D.F.  
Tel: 5227 3999  
**gnp.com.mx**



**EMPRESA  
SOCIALMENTE  
RESPONSABLE**

