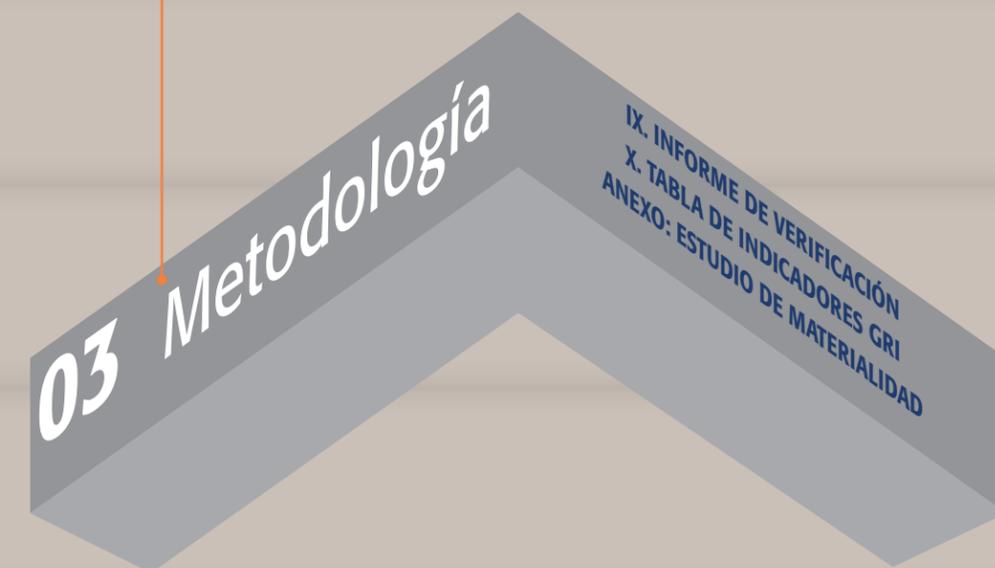




Vivir es increíble<sup>®</sup>

# Mapa del Informe



**Cómo leer este Informe de Responsabilidad Social Empresarial**

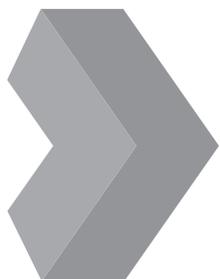
- La estructura del IRSE de GNP 2013, consta de tres bloques (identificados por color, número y categoría).
- Cada bloque está integrado por capítulos.
- Los capítulos se subdividen en temas.

# Índice



<b>Mapa del Informe</b>	2
<b>I. Presentación del Informe</b>	6
• Carta del Director General	7
<b>II. Acerca de este Informe</b>	8
• Alcance	9
• Materialidad	10
<b>III. Nuestra empresa</b>	12
• Historia	14
• Misión, visión y valores	16
• Declaración de Responsabilidad Social	17
• Consejo de Administración	18
• Estructura organizacional	19
• Cambios relevantes en la estructura	20
• Fuerza de ventas	20
• Red de oficinas	21
• Productos y servicios	22
• Distribución de cartera	26
• Empresas Filiales	27
• Alianzas estratégicas	28
• Certificaciones, premios y reconocimientos	30
<b>IV. Nuestro compromiso económico, rentabilidad con responsabilidad</b>	34
• GNP en la economía mexicana	35
• Participación en el mercado	35
• Cifras relevantes	36
• Criterios de inversión	36
<b>V. Prevención y gestión integral de riesgos</b>	37
• Código de Ética y Conducta para colaboradores	38
• Prevención del lavado de dinero y financiamiento al terrorismo	40
• Protección de datos personales	40
• Seguridad de la información	41
• Plan anual de auditoría	41
• Sistema de Control Interno	41
• Cultura de seguridad integral	42
• Gestión de riesgos	44
<b>VI. Compromiso y diálogo social</b>	46
• Lineamientos de comunicación	47
• Medios de comunicación interna	47
• Publicidad responsable	48
• Diálogo con los grupos de interés	54
• Participación en Asociaciones	54
• Participación en el fortalecimiento del sector e injerencia en la gestión pública	55

# Índice



<b>A) Compromiso con nuestros colaboradores</b>	58
• Gestión del capital humano	59
• Atracción de talento	61
• Capacitación	63
• Programas corporativos BAL	67
• Gestión del desempeño	68
• Compensaciones y prestaciones al personal	69
• Calidad de vida e integración del personal	70
<b>B) Compromiso con nuestros clientes</b>	76
• Estudio de satisfacción y lealtad: clientes y representantes de los canales de distribución	77
• Atención a clientes	77
<b>C) Compromiso con nuestros proveedores</b>	78
• Código de Ética y Conducta para proveedores	79
• Desarrollo de proveedores	79
• Cadena de valor	79
<b>D) Compromiso con nuestra comunidad</b>	80
• Desempeño social	81
• Programas sociales	82
<b>VII. Nuestro compromiso medioambiental</b>	92
• Agua	93
• Energía	93
• Papel	94
• Transporte	95
• Gestión de residuos	97
• Estrategias para la disminución de consumos y resultados obtenidos	98
• Acciones en favor de la cultura ambiental	99
<b>VIII. Iniciativas estratégicas de RSE en Centros Regionales</b>	101
• Occidente	102
• Noreste	103
• Sureste	104
• Noroeste	105
<b>IX. Informe de verificación</b>	106
• Declaración del nivel de aplicación GRI <i>Checked</i>	109
<b>X. Tabla de indicadores GRI</b>	110
<b>Anexo: Estudio de Materialidad</b>	120

# I. Presentación del Informe



# Carta del Director General



Apreciable lector:

Para mí es un gusto enorme presentar nuestro *Quinto Informe de Responsabilidad Social Empresarial*: un ejercicio de rendición de cuentas proactivo que brinda información relevante a todos nuestros grupos de interés y nos ayuda a acrecentar nuestra cultura de responsabilidad social.

Este documento atiende los *Principios del Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas*, refrendando nuestro compromiso de apoyo continuo a esta iniciativa global de respeto a los derechos humanos y laborales, así como de cuidado del medio ambiente y combate a la corrupción.

A su vez implica la madurez de reportar consistentemente nuestra gestión económica, social y ambiental. Por este motivo nos sentimos orgullosos de la contribución que hacemos a nuestro querido México, lo cual nos permite ser una empresa rentable y socialmente responsable.

Hoy en todo GNP vivimos de manera cotidiana la responsabilidad social. Las distintas plazas y localidades de nuestra compañía desarrollan día a día una gestión ética, de cuidado ambiental y de compromiso social, y lo hacen con gran entusiasmo. Por eso contamos con el reconocimiento de *Empresa Familiarmente Responsable*, con el certificado de *Institución Comprometida con la Inclusión* y con la recertificación en el *Modelo de Equidad de Género*, todo ello integrado en un sistema de gestión que además nos certifica en la *Norma para la Igualdad Laboral entre Mujeres y Hombres*. Además, la diversidad y la inclusión laboral de personas con discapacidad motriz se ha integrado ya en el ADN de nuestra empresa: ¡hoy vivimos increíblemente la grata experiencia de ser incluyentes!

Te agradezco mucho el tiempo que dediques a consultar este Informe y, sobre todo, te agradeceré enormemente los comentarios y sugerencias que nos hagas al respecto por medio de nuestro correo electrónico [rse@gnp.com.mx](mailto:rse@gnp.com.mx).

*Un abrazo!*

Alejandro Baillères  
Director General



# II. Acerca de este Informe



## ALCANCE

Con el *Informe de Responsabilidad Social Empresarial 2013* (IRSE) llegamos al quinto año en el que reportamos nuestro desempeño de manera puntual y transparente en tres grandes ámbitos: económico, social y ambiental.

El presente documento está alineado con la Guía para la *Elaboración de Memorias de Sostenibilidad*, tercera edición, del *Global Reporting Initiative* (GRI), mejor conocida como G3, así como con el suplemento para el sector financiero del propio GRI.

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 nuestras operaciones en la República Mexicana durante el ejercicio 2013, fue elaborado entre el mes de noviembre de 2013 y marzo de 2014 y tiene como precedente el correspondiente al año 2012. Ambos están disponibles en la página web [gnp.com.mx](http://gnp.com.mx). Ha sido verificado por un tercero independiente: Firma Social, S.C., (AuditaRSE) y en su elaboración se contó con la asesoría de Promotora ACCSE, S.A. de C.V.

Además, fue sometido al proceso de determinación de su nivel de aplicación respecto de los lineamientos del GRI, obteniendo el nivel de aplicación máximo: A+ GRI *Checked*.

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

Debido a que la información del Consejo de Administración (Gobierno Corporativo) no ha variado, en el capítulo referente a este tema se sugiere al lector consultar la página web [gnp.com.mx](http://gnp.com.mx) y dirigirse al área de Responsabilidad Social-Informe de RSE, en donde puede consultar toda la información relativa al tema en el Informe 2012, de la página 29 a la 35.



## MATERIALIDAD

El proceso para determinar la materialidad y definir los asuntos relevantes en la gestión de la empresa y el contenido del presente Informe, se definió atendiendo los indicadores del GRI y el suplemento para el sector financiero. Se consideraron además los comentarios y expectativas de colaboradores y proveedores surgidos a través de consultas anónimas y en línea.

Asimismo, se consideró la retroalimentación de la empresa tras verificar el Informe de 2012 y se realizaron consultas a fuentes secundarias.

Los requerimientos de información detectados a través de esta retroalimentación se refieren a:

ASUNTO	NIVEL DE ATENCIÓN
AUTOMATIZAR, A TRAVÉS DE UNA BASE DE DATOS, EL PROCESO DE GESTIÓN QUE SE UTILIZA PARA LA RECOLECCIÓN Y VALIDACIÓN DE LA INFORMACIÓN QUE SE INCLUYE EN EL INFORME, A FIN DE EVITAR EL ESTAR RECURRIENDO A LOS CORREOS ELECTRÓNICOS RECIBIDOS PARA SU CONSULTA Y CONTROL. CON ELLO SE OPTIMIZARÁN LOS TIEMPOS Y ACTIVIDADES QUE SE ESTABLEZCAN PARA SU ELABORACIÓN Y SEGUIMIENTO.	COMPLETO EN PERIODO DE PRUEBA PILOTO
EXPLICAR LAS VARIACIONES SIGNIFICATIVAS QUE AFECTEN LA COMPARABILIDAD DE LOS INDICADORES CON CAMBIOS SIGNIFICATIVOS.	COMPLETO

Por su parte, los resultados de las encuestas realizadas al personal y proveedores arrojan que:

- El 54.7% del personal considera la calidad del Informe como excelente, y el 43.27% la evalúa como buena.
- El 52.3% del personal calificó como muy interesante el contenido del Informe, el 45.1% lo evaluó como interesante y sólo el 2.5% como poco interesante.
- El 62.5% de los proveedores considera la calidad del Informe como excelente, y el 37.5% la evalúa como buena.
- El 62.5% de los proveedores calificó como muy interesante el contenido del Informe, el 37.5% lo evaluó como interesante y ningún proveedor como poco o nada interesante.

Asimismo, los asuntos identificados como relevantes en la gestión de la empresa se definieron partiendo de una gráfica de materialidad planteada en un plano cartesiano o gráfica de dos ejes, que considera hasta cinco puntos de valoración (importancia vs. desempeño) en los temas identificados como relevantes.

### VALORACIÓN DEL PERSONAL IRSE 2012

Atendiendo el principio de comparabilidad del propio GRI, la consulta hecha al personal se realizó bajo los mismos parámetros, dando como resultado la siguiente tabla comparativa.



GRÁFICA DE MATERIALIDAD 2011 VS. 2012				
TEMA	NIVEL DE IMPORTANCIA <sup>1</sup> (EJE "Y")		NIVEL DE DESEMPEÑO <sup>2</sup> (EJE "X")	
	2011	2012	2011	2012
TRABAJO EN EQUIPO	4.39	4.62	4.36	4.53
ÉTICA EMPRESARIAL	4.51	4.74	4.49	4.62
PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RIESGOS	4.39	4.58	4.43	4.54
TRATO JUSTO A PROVEEDORES	4.25	4.51	4.32	4.43
APOYO A CAUSAS SOCIALES	4.33	4.47	4.45	4.62
ECOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE	4.44	4.63	4.51	4.63

Los resultados de la tabla anterior nos demuestran que el personal ratifica la ética empresarial como el tema más importante para ellos y, de igual manera, la gestión de la ecología y el medio ambiente como el tema en el que perciben un mejor desempeño de la empresa.

## VALORACIÓN DE LOS PROVEEDORES IRSE 2012

TEMA	IMPORTANCIA PARA USTED (1-5)	DESEMPEÑO DE GNP (1-5)
TRABAJO EN EQUIPO	4.50	4.43
ÉTICA EMPRESARIAL	4.86	4.86
PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RIESGOS	4.75	4.86
TRATO JUSTO A PROVEEDORES	4.63	4.57
APOYO A CAUSAS SOCIALES	4.88	4.86
ECOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE	4.63	4.86

Resulta interesante ver que el tema que los proveedores consideran más importante es el apoyo a las causas sociales. Por otro lado, el tema en el que perciben mejor desempeño organizacional por parte de GNP lo empatan en el apoyo a las causas sociales, ecología y medio ambiente, prevención y gestión de riesgos, y ética empresarial.

Cabe destacar que el tema que más les atañe, el trato justo a los proveedores, lo califican como el cuarto más importante para ellos y como el penúltimo en cuanto a desempeño por parte de GNP. Sin duda, esto deja a la empresa una tarea insoslayable para buscar mejorar esa percepción.



<sup>1</sup> El rango de calificación va de 1 a 5, donde 1 es lo más bajo y 5 lo más alto. El universo de respuestas corresponde a 143 colaboradores de GNP.  
<sup>2</sup> *Ibidem*.

# III. Nuestra Empresa





**GNP** FORMA PARTE DE **GRUPO BAL**, UNO DE LOS CONSORCIOS PRIVADOS Y MÁS DIVERSIFICADO DE COMPAÑÍAS MEXICANAS INDEPENDIENTES DE GRAN PRESTIGIO, ENTRE LAS CUALES SE ENCUENTRAN:

**DIVISIÓN AGROPECUARIA, GRUPO PALACIO DE HIERRO (TIENDAS DEPARTAMENTALES), GRUPO PROFUTURO (AFORE Y PENSIONES), FRESNILLO PLC E INDUSTRIAS PEÑOLES (SECTOR MINERO), TANE (PLATERÍA), VALORES MEXICANOS CASA DE BOLSA (SERVICIOS FINANCIEROS).**

**GNP** ES UNA EMPRESA PÚBLICA DE CAPITAL MEXICANO LISTADA EN LA **BOLSA MEXICANA DE VALORES** BAJO ESA DENOMINACIÓN.

# HISTORIA



GNP es reconocida por primera ocasión como Empresa Socialmente Responsable por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) y es certificada por el Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES) dentro del Modelo de Equidad de Género.

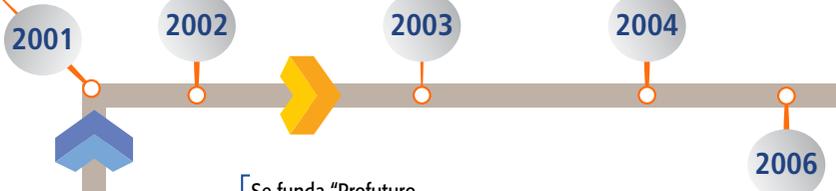
GNP retoma el liderazgo y se consolida como la empresa número uno en ventas dentro del sector asegurador mexicano.

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



La calificadora de crédito de contraparte y de solidez financiera Standard & Poor's otorga a GNP, por primera ocasión, la calificación de mxAA+ en escala nacional.

GNP celebra su primer centenario. La calificadora A.M. Best le otorga, por primera ocasión, la calificación de "A" Excelente.



Se inaugura el edificio Plaza GNP. Se adquiere la empresa Médica Móvil, S.A., para ampliar los servicios de GNP a sus asegurados de Gastos Médicos.

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.

Se coloca la primera piedra del edificio de La Nacional en la esquina de Avenida Juárez y San Juan de Letrán, que luego sería el primer rascacielos construido en la ciudad de México.

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

1994

1969

1930

1901

1996 Se funda "Profuturo GNP, S.A. de C.V. Afore", subsidiaria especializada en la administración de fondos para el retiro.

1972 Las dos empresas de GNP se integran al conglomerado empresarial de Grupo BAL, encabezado por Don Alberto Baillères.

1936 Nace Seguros La Provincial, S.A., empresa especializada en seguros de bienes. Algunos de sus accionistas fundadores también lo eran de La Nacional.

1902 La Nacional expide su primera póliza por una suma asegurada de 5,000 pesos.



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



Inician los programas *Gol Verde* y *Penalti por México*, extensiones del programa social *Gol por México*.

GNP gana la licitación del seguro de vida de la Administración Pública Federal (la póliza de vida más grande de México), lo que implicó un incremento de 940 mil clientes (2.7 veces la matrícula de la UNAM) y supuso un 1.5% en la participación total en el mercado de seguros.

Don Alberto Baillères, Presidente del Consejo de Administración de GNP, recibe el premio *Guerrero Azteca* como Asegurador Distinguido, otorgado por la *Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS)*, por su larga y fructífera trayectoria en el sector. El libro *Nuestro México del Futuro* fue entregado a los candidatos a la presidencia de 2012, con el fin de que la voz de más de 11 millones de mexicanos que participaron en este movimiento sea tomada en cuenta para definir un proyecto de nación que nos convierta en un mejor país.

Como empresa preocupada y ocupada por contribuir con las causas sociales más significativas de la sociedad mexicana, este año GNP refuerza su compromiso y obtiene por primera vez el reconocimiento como *Institución Comprometida con la Inclusión (ICI)* y la certificación en la *Norma Mexicana para la Igualdad Laboral entre Mujeres y Hombres*. Se inicia el programa social *Vivir es increíble ayudando a los demás*.

2008

2010

2012

2009

2011

2013

GNP es reconocida internacionalmente por *World Finance* como la mejor compañía aseguradora del año en México y Centroamérica.



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.

Como parte de su creciente labor de Responsabilidad Social Empresarial, GNP se convierte en el primer gran patrocinador del programa *Rutas por la Humanidad*, en favor de las personas con discapacidad motriz.



GNP obtiene la certificación en ISO 9001:v2008, de nuestro sistema de gestión de la calidad, un reconocimiento que se refiere a las mejores prácticas en la gestión de todos nuestros procesos de negocio. Nos colocamos así dentro del selecto *Club Internacional ISO 9001*, al ser la única institución del sector asegurador que cuenta con un reconocimiento de esta magnitud. La afamada revista británica *Reactions* nombra a GNP como la mejor aseguradora de México. Esta publicación se especializa en el sector asegurador y reasegurador de todo el mundo; cuenta con un proceso de evaluación que incluye estudios de mercado y encuestas a actores relevantes de la industria.

La Secretaría del Trabajo y Previsión Social reconoce a GNP Seguros como *Empresa Familiarmente Responsable*, por contar con buenas prácticas laborales en lo referente a conciliación trabajo-familia, igualdad de oportunidades y combate a la violencia laboral y hostigamiento sexual.



# MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

## MISIÓN

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

## VISIÓN

La visión de GNP define cuatro metas en las que debemos enfocarnos:

- Número 1 en rentabilidad
- Número 1 en servicio al cliente
- Número 1 en eficiencia operativa
- Número 1 en atraer y retener a las personas más talentosas

Estos cuatro elementos de nuestra visión son integrales: trabajamos en ellos al mismo tiempo, sin sacrificar uno solo en aras de conseguir otros.

El sentido y seriedad que se le está dando a la Visión ha sido determinante para obtener logros extraordinarios, lo que nos hace una organización diferente. Hoy contamos con mayor orientación a los resultados, al cliente y a las personas.

Por eso, basados en nuestro plan estratégico y en los valores que nos rigen, llevamos a cabo acciones que nos permiten continuar exitosamente con la transformación operativa que estamos viviendo.

## NUESTROS VALORES

### Orientados al negocio:

- Resultados
- Responsabilidad
- Innovación

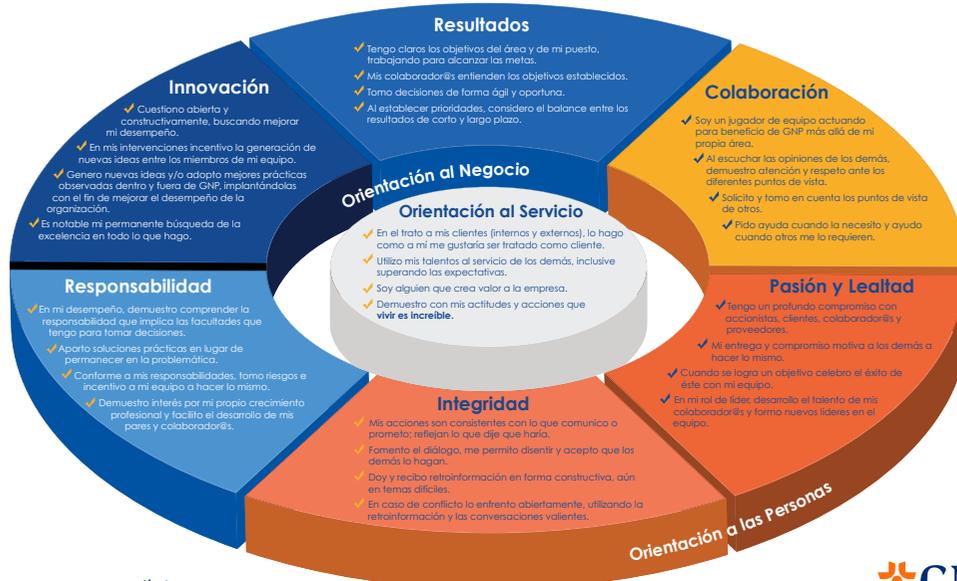
### Orientados a las personas:

- Integridad
- Colaboración
- Pasión
- Lealtad

### Orientados al servicio:

“TRATAMOS A NUESTROS CLIENTES COMO NOS GUSTARÍA SER TRATADOS COMO CLIENTES”.

## Estándar de Liderazgo



Vivir es increíble®



## DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Grupo Nacional Provincial S.A.B.<sup>3</sup> (GNP), es una empresa que desde su origen se ha preocupado y ocupado por contribuir en las causas sociales más significativas de la sociedad mexicana.

Asumimos la *Responsabilidad Social Empresarial* (RSE) como “la conciencia del compromiso y la acción de mejora continua medida y consistente, que hace posible a la empresa ser más competitiva, cumpliendo con las expectativas de todos sus participantes en particular y de la sociedad en lo general, respetando la dignidad de la persona, las comunidades en que opera y su entorno”.<sup>4</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>5</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>3</sup> Sociedad Anónima Bursátil

<sup>4</sup> Definición realizada por el Centro Mexicano para la Filantropía.

<sup>5</sup> Informe Brundtland de la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo (ONU, 1987).

## CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

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

<b>PRESIDENTE</b> <b>ALBERTO BAILLÈRES</b>			
<b>CONSEJEROS PROPIETARIOS</b>		<b>CONSEJEROS SUPLENTE</b>	
<b>Alberto Baillères</b> Presidente del Grupo BAL. Presidente del Consejo de Grupo Nacional Provincial, Grupo Profuturo, Industrias Peñoles, Fresnillo plc, Grupo Palacio de Hierro y TANE.	(A) (B) (C) (2)	<b>Octavio Figueroa</b> Director General de Administración y Finanzas de Técnica Administrativa BAL.	(A) (C)
<b>José Luis Simón</b> Presidente del Consejo de Formas y Sistemas Mexicanos, Formas para Negocios y Compañía Litográfica.	(D) (3)	<b>Emilio Carrillo</b> Socio Fundador de Bufete Carrillo Gamboa, S.C.	(3)
<b>Max Michel Suberville</b> Presidente Honorario del Consejo de El Puerto de Liverpool.	(3)	<b>Tomás Lozano</b> Notario Público No. 10 del D.F.	(3)
<b>Fernando Senderos</b> Presidente del Consejo de Administración y del Comité Ejecutivo de Grupo Kuo y Dine.	(3)	<b>Raúl Obregón</b> Socio Director de Alianzas, Estrategia y Gobierno Corporativo.	(D) (3)
<b>Carlos Orozco</b> Director Corporativo de Técnica Administrativa BAL.	(A) (B) (C) (4)	<b>Eduardo Silva</b> Director General de Grupo Profuturo.	(4)
<b>Norberto Domínguez</b> Patrono Presidente de Asociación Mexicana de la Cruz Blanca Neutral.	(D) (3)	<b>Luis Aguilar</b> Consultor Independiente.	(3)
<b>Raúl Baillères</b> Gerente de Proyectos Especiales de Técnica Administrativa BAL.	(4)	<b>Alejandro Paredes</b> Director General de Área de Planeación y Evaluación de Técnica Administrativa BAL.	(4)
<b>Juan Bordes</b> Director Corporativo de Técnica Administrativa BAL.	(A) (C) (4)	<b>Juan Ignacio Gil</b> Director de Seguros Corporativos de Grupo Nacional Provincial.	(4)
<b>Arturo Fernández</b> Rector del Instituto Tecnológico Autónomo de México.	(A) (B) (C) (4)	<b>Ricardo Acevo</b> Director de Área de Técnica Administrativa BAL.	(4)
<b>Claudio Salomon</b> Consejero.	(4)	<b>Carlos A. Zozaya</b> Director de Sistemas de Grupo Nacional Provincial.	(4)
<b>Rafael Mac Gregor</b> Director Corporativo de Técnica Administrativa BAL.	(A) (C) (4)	<b>Rafael Fronjosá †</b> Director de Seguros de Personas de Grupo Nacional Provincial.	(4)
<b>Alejandro Baillères</b> Director General de Grupo Nacional Provincial.	(4)	<b>Alejandro Hernández</b> Vicerrector del Instituto Tecnológico Autónomo de México.	(4)
<b>Dolores Martín</b> Directora de Desarrollo Organizacional de Técnica Administrativa BAL.	(4)	<b>Andreas Raczyński</b> Asesor de la Presidencia de Grupo BAL.	(4)
<b>Jaime Lomelín</b> Director Corporativo de Técnica Administrativa BAL.	(A) (C) (4)	<b>Gabriel Kuri</b> Director General de Actividades Financieras de Técnica Administrativa BAL.	(4)
<b>COMISARIO</b>			
<b>Propietario</b> Guillermo Babatz		<b>Suplente</b> Jorge Rico	
<b>Secretario</b> Jorge Siegrist			

A) COMITÉ EJECUTIVO  
B) COMITÉ DE EVALUACIÓN Y PLANEACIÓN  
C) COMITÉ DE FINANZAS Y PLANEACIÓN  
D) COMITÉ DE AUDITORÍA Y PRÁCTICAS SOCIETARIAS

1) CONSEJERO PATRIMONIAL INDEPENDIENTE  
2) CONSEJERO PATRIMONIAL RELACIONADO  
3) CONSEJERO INDEPENDIENTE  
4) CONSEJERO RELACIONADO

Durante el ejercicio 2013, la estructura del Consejo de Administración no sufrió modificaciones.

Los mecanismos para designar miembros del Consejo de Administración, prácticas societarias, comunicar recomendaciones, hacer evaluaciones, evitar conflictos de interés y definir las

remuneraciones de los consejeros y directivos de la compañía, se han reportado consistentemente en los informes anteriores y no han variado, por lo que en este documento no se reportan. Se encuentran disponibles en nuestra página web [www.gnp.com.mx](http://www.gnp.com.mx), en el área de Responsabilidad Social - Informe de RSE.



## ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

### DIRECTOR GENERAL

**ALEJANDRO BAILLÈRES**

### DIRECTORES

**Juan Ignacio Gil**  
Seguros Corporativos

**Rafael Fronjosá †**  
Seguros de Personas

**Patricio Margain**  
Sector Público

**Tonatiuh Gutiérrez**  
Seguros de Automóviles

**Germán Aguado**  
Seguros Masivos

**Héctor Anaya**  
Sistemas, Servicio y Operaciones

**Miguel Linares**  
Análisis

**José Luis Gutiérrez**  
Finanzas

**José Antonio Rojo**  
Análisis Estratégico de Mercados

**Jesús Zúñiga**  
Actuaría, Inversiones y Riesgos

**Gonzalo Mancera**  
Planeación Estratégica

**Jorge Guerrero**  
Médica Móvil y Proyectos Especiales

**Gabriel Corvera**  
Jurídico

**Alejandro Noriega**  
Recursos Humanos y Servicios Administrativos

**Carlos Zozaya**  
Sistemas

**Diego Velázquez**  
Contralor Normativo

**Jaime García**  
Auditoría Interna

## CAMBIOS RELEVANTES EN LA ESTRUCTURA DURANTE 2013

De acuerdo con nuestro plan estratégico, a lo largo de 2013 se fortaleció nuestra estructura mediante los siguientes cambios organizacionales:

- Reestructura del área de Servicios y Operaciones.
- Creación del Despacho de Seguimiento al Proyecto de Evolución.
- Apertura de las Oficinas Especializadas en Automóviles (OEA) en D.F., Guadalajara, Monterrey, León y Puebla.
- Apertura de 15 Oficinas de Seguros Masivos en D.F., Morelos, Veracruz, Querétaro, Culiacán, Acapulco, Guadalajara, Monterrey, Morelia, Aguascalientes, Tuxtla Gutiérrez y Oaxaca.



## FUERZA DE VENTAS

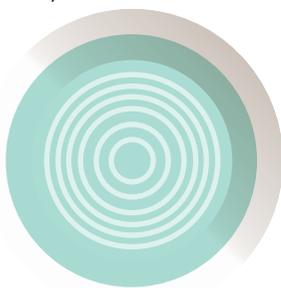
Los agentes de seguros son el principal canal de distribución de GNP para los seguros personales de vida, gastos médicos y autos. Esta fuerza productora es la encargada de prospectar clientes, detectar sus necesidades y armar un programa de protección y previsión financiera a la medida de cada familia mexicana. Representa el primer contacto con los clientes. Entre sus principales responsabilidades está la selección de los programas adecuados, el llenado de la solicitud, el apoyo en la suscripción, la entrega de la póliza, la cobranza, la asesoría y el servicio post venta.

Nuestra fuerza productora está conformada por más de 6,300 agentes distribuidos en toda la República Mexicana, con presencia en las 50 ciudades más importantes del país. Están organizados en 114 células independientes que denominamos Direcciones de Agencia. Estos socios comerciales son los encargados de atraer, desarrollar y retener a los agentes de seguros, y colaboran en las estrategias de desarrollo y promoción de los productos.

Para el desarrollo de los agentes tenemos un plan de carrera que consiste en un sólido esquema de capacitación, certificación y reconocimiento por etapas, con lo que se garantiza que los clientes finales reciban un servicio profesional así como la actualización constante de nuestros agentes.

Mantenemos un estrecho contacto con la fuerza productora mediante eventos como congresos, comités, seminarios nacionales e internacionales, en los que, además de generar sinergia entre los productores, surgen ideas y estrategias para mejorar la oferta de valor de nuestros productos.

Queremos seguir atendiendo y desarrollando a esta fuerza productora, ya que visualizamos al agente de seguros como el mecanismo de preferencia de los clientes para contratar un plan de protección y planeación financiera personal, pues actualmente más del 50% de las primas totales de la compañía ingresan por medio de este conducto. Al cierre de 2013, se ingresaron un total de 830,660 pólizas.



# RED DE OFICINAS



## PRODUCTOS Y SERVICIOS

En GNP tenemos el compromiso de respaldar las necesidades de protección de salud y prevención financiera de las familias mexicanas. Por ello innovamos continuamente, para fortalecer los esquemas de productos y servicios que ofrecemos.

En 2013, la revista *Information Week* nos reconoció por tercer año consecutivo como una de las 50 empresas más innovadoras del

país, por proporcionar ventajas competitivas al mejorar la atención a nuestros asegurados mediante herramientas tecnológicas.

De igual manera, sabemos que en adición a nuestra valiosa fuerza de ventas, el incursionar en diferentes canales de distribución nos permite llevar protección a nuevos segmentos.

## SEGUROS DE VIDA

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



## SEGUROS DE AUTOMÓVILES

Nuestros seguros de automóviles cuentan con la flexibilidad para adaptarse a las necesidades específicas de nuestros clientes. Así, ofrecemos desde un seguro individual con precios personalizados que reconoce las características del conductor, hasta paquetes empresariales en los que los vehículos forman parte de sus herramientas de trabajo y patrimonio. Contamos con:



### AUTOS

- AUTO ÚNICO
- AUTO MÁS
- FRONTERIZOS
- LEGALIZADOS
- TURISTAS
- FLOTILLAS

Nuestra oferta se fortalece con el valor convenido del vehículo durante toda la vigencia, eliminando la depreciación, nuevas coberturas de responsabilidad civil, atractivos descuentos y diferentes facilidades de pago. Además, en [gnp.com.mx](http://gnp.com.mx) se puede cotizar y comprar en línea un seguro de automóvil de forma rápida, práctica y segura.



## SEGUROS DE GASTOS MÉDICOS MAYORES

En estos, el cliente siempre cuenta con una alternativa de aseguramiento. Nuestros productos son versátiles, el cliente tiene la facultad de escoger libremente la red de médicos y hospitales, en donde siempre tiene una opción acorde a sus necesidades y capacidad económica, como:

### GASTOS MÉDICOS MAYORES

- LÍNEA AZUL VIP (INDIVIDUAL Y GRUPO)
- LÍNEA AZUL INTERNACIONAL (INDIVIDUAL Y GRUPO)
- LÍNEA AZUL PREMIER (GRUPO)
- LÍNEA AZUL PREMIUM (INDIVIDUAL)
- LÍNEA AZUL PLATINO (INDIVIDUAL)
- LÍNEA AZUL FLEXIBLE (INDIVIDUAL)
- LÍNEA AZUL ESENCIAL
- LÍNEA AZUL VERSÁTIL
- CONEXIÓN LÍNEA AZUL
- VÍNCULO MUNDIAL
- SIGA (SEGURO DE INDEMNIZACIÓN GARANTIZADA POR ACCIDENTE)



GNP se ha dado a la tarea de desarrollar estrategias de vanguardia orientadas a mejorar las experiencias de servicio en nuestros clientes, apoyados en una visión de comercio justo. Por este motivo ha lanzado el concepto de *Servicios de Experiencia Mejorada*.

Desarrollamos nuevos servicios pensando en la atención y seguimiento personalizado del cliente, para satisfacer sus necesidades en momentos críticos, por encima de la gestión administrativa de reclamaciones o trámites.

Los pilares de *Servicio de Experiencia Mejorada*, son:

1. Asesoría a través de *Salud Concierge*: es una línea única con asesores especializados que acompañan a nuestros clientes en todo el proceso de su reclamación, con poder resolutivo para garantizarles la mejor experiencia posible de servicio.
2. Servicios diferenciados a través de programas innovadores como *Gestión Integral de Enfermedades*: con ella, a través de protocolos médicos de acompañamiento y seguimiento personalizado, brindamos apoyo a nuestros asegurados y a sus familiares, en padecimientos de alto impacto, como:
  - Cáncer de mama
  - Cáncer de colon
  - Insuficiencia renal crónica
  - Diabetes mellitus y sus complicaciones
  - Hipertensión arterial y sus complicaciones

Los protocolos incluyen:

1. Orientación y sensibilización acerca de la enfermedad.
2. Acercamiento a los asegurados a las mejores prácticas médicas aprobadas internacionalmente para estos padecimientos, con la finalidad de optimizar su calidad de vida. Lo anterior, a través de pruebas biomoleculares que permiten al paciente y a su médico tratante conocer con mayor grado de certeza el tipo de malignidad de la enfermedad (alto riesgo o bajo riesgo) y, por ende, adecuar el tratamiento personalizado.
3. Apoyo con psico-oncólogos expertos en cáncer de mama y colon.
4. Mejores costos en beneficio de nuestros clientes, a través de un excelente proceso de negociación y relación de negocio con nuestros proveedores de servicio médico.

Adicionalmente, GNP en su tarea de brindar los mejores programas de aseguramiento para las empresas, refuerza el programa de bienestar corporativo *GNP Cuida tu Salud* con el que nuestros asegurados podrán acceder a parte de este programa de forma gratuita con *GNP Cuida tu Salud Esencial*:

1. Acceso al portal de salud [gnpcuidatusalud.com](http://gnpcuidatusalud.com), con apoyo de campañas de lanzamiento para uso interno de la empresa, en donde el empleado tendrá acceso a:
  - Evaluador de riesgo de salud y un reporte personalizado sobre principales riesgos
  - Mi dieta
  - Ejercicios
  - Cocina
  - Entre otros
2. Envío mensual del boletín informativo *GNP Cuida tu Salud*, que incluye las siguientes secciones:
  - Información relevante sobre temas de salud
  - Recomendaciones generales para una vida saludable
  - ¿Sabías qué?

- Ligas de interés, donde encontrarán recomendaciones de aplicaciones y videos para una vida saludable
3. Acceso a campañas de comunicación sobre temas de salud.
  4. Diagnóstico de grupos de riesgo en la población asegurada, si la empresa cuenta con información básica de sus empleados, como: peso, talla, presión arterial, entre otros.
  5. Portal para administradores de riesgos [clientesgnpcuidatusalud.com](http://clientesgnpcuidatusalud.com), en el que podrán descargar todos los materiales necesarios para lanzar el programa dentro de su empresa.

Con *GNP Cuida tu salud Esencial*, vamos un paso adelante llevando a las empresas el mejor programa de bienestar corporativo que existe hoy en México, sin costo adicional.

## SEGUROS DE DAÑOS

Por su ubicación geográfica, México está expuesto a numerosos riesgos naturales, como huracanes, inundaciones, actividad sísmica y volcánica. Por ello, GNP ofrece una gran variedad de coberturas con el objetivo de proteger el patrimonio, tanto empresarial como familiar, del asegurado. Para ello se cuenta con las siguientes opciones:

- POLIFAM
- HOGAR +
- POLIEMPRESA



La protección también se traslada a la identidad personal. Para ello contamos con:

- SEGURO DE IDENTIDAD PROTEGIDA (SIP)

De igual manera protegemos diversos objetos con productos como:

- DIVERSOS MISCELÁNEOS (DINERO Y VALORES, ROBO CON VIOLENCIA, CRISTALES, ANUNCIOS LUMINOSOS, OBJETOS PERSONALES Y ESPECIALES)
- DIVERSOS TÉCNICOS (SEGUROS DE INGENIERÍA)
- TRANSPORTE DE MERCANCÍAS (ESPECÍFICO POR VIAJE Y PRONÓSTICO)

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

- RESPONSABILIDAD CIVIL GENERAL
- RESPONSABILIDAD CIVIL FAMILIAR
- RESPONSABILIDAD CIVIL VIAJERO
- RESPONSABILIDAD CIVIL PROFESIONAL
- RESPONSABILIDAD CIVIL GUARDERÍAS
- RESPONSABILIDAD CIVIL GUARDERÍAS SEDESOL

- **SEGURO MARÍTIMO CASCO Y RC DE EMBARCACIONES DIVERSAS, MENORES DE PLACER, MENORES DE PLACER TURÍSTICAS, PESQUERAS Y REMOLCADORAS**
- **SEGUROS DE AVIACIÓN**

Un nuevo modelo de negocio son las tarjetas prepagadas (*gift cards*), que incentivan la venta de seguros a través de tarjetas prepagadas exhibidas en tiendas de conveniencia, y que ofrecen protección desde 99 pesos anuales, dirigidas al nivel socioeconómico Cm, C- y D+.

## LÍNEA ACCESIBLE

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

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



- **VIDA INDIVIDUAL:** CUBRE POR \$100,000, \$200,000 o \$300,000 EN CASO DE QUE EL ASEGURADO LLEGARA A FALLECER A CONSECUENCIA DE UNA ENFERMEDAD O ACCIDENTE.

- **GASTOS MÉDICOS:** OTORGA UNA INDEMNIZACIÓN DIARIA POR HOSPITALIZACIÓN SIN IMPORTAR SI ES ATENDIDA EN HOSPITALES PÚBLICOS O PRIVADOS; ADEMÁS, OFRECE UNA SUMA ASEGURADA SI SE DIAGNOSTICA ALGUNA ENFERMEDAD GRAVE.

- **AUTOMÓVILES:** PROTEGE HASTA POR \$250,000 PARA CUBRIR LOS DAÑOS OCASIONADOS A TERCEROS.

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

GNP tiene un gran compromiso con México y con su gente. Por ello, a través de la *Línea Salud GNP*, con una prima que va desde 34 pesos mensuales, previene a sus asegurados del desequilibrio económico que puede traer consigo una hospitalización o el diagnóstico de una enfermedad como el cáncer, otorgando una suma asegurada para hacer frente a los gastos derivados de situaciones como éstas.

Adicionalmente, GNP ha desarrollado iniciativas de negocio que permiten el acceso a la protección de un seguro en todos los grupos de la población, a través de la generación de alianzas con socios comerciales presentes en toda la República.

## SEGMENTO PYMES

Conscientes de la importancia que las PyMEs tienen en el crecimiento económico del país, en GNP queremos innovar la cultura del Seguro para los microempresarios, creando conciencia de lo importante que es asegurar su negocio, y con ello el patrimonio de su familia y sus metas profesionales, a través de una oferta integral de seguros.

GNP Seguros, como empresa multiramo, impulsa una nueva gama de productos competitivos que se adaptan a las necesidades específicas de cada negocio, para que así las pequeñas y medianas empresas garanticen su estabilidad financiera frente a los diversos riesgos que vulneran su operación y/o permanencia.

### DAÑOS

- MICRONEGOCIO PROTEGIDO
- NEGOCIO PROTEGIDO
- RESPONSABILIDAD CIVIL GENERAL
- RESPONSABILIDAD CIVIL VIAJERO
- RESPONSABILIDAD CIVIL LEGAL AVIACIÓN
- TRANSPORTE DE MERCANCÍAS
- OBRA CIVIL
- EQUIPO DE CONTRATISTAS

### AUTOMÓVILES (FLOTILLAS DE 1 A 200 UNIDADES)

- RESIDENTES
- FRONTERIZOS
- LEGALIZADOS
- ANTIGUOS Y CLÁSICOS
- BLINDADOS

### VIDA (GRUPOS DE HASTA 250 PERSONAS)

- AUTOMÁTICO
- FLEXIBLE

### GASTOS MÉDICOS MAYORES

- LÍNEA AZUL VIP
- LÍNEA AZUL INTERNACIONAL
- LÍNEA AZUL PREMIER
- RESPALDO HOSPITALARIO
- SEGURO POR HOSPITALIZACIÓN

### ACCIDENTES PERSONALES

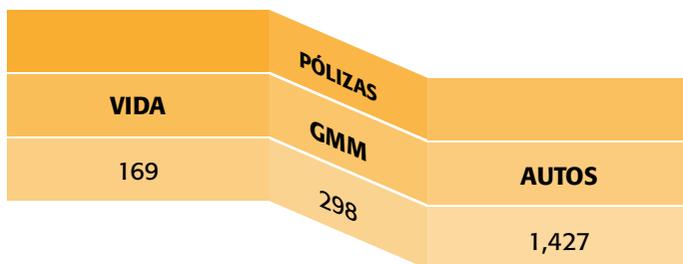
- SIGA PRODUCTIVO
- SIGA ESCOLAR
- SIGA DEPORTISTA
- SIGA PROFESIONAL
- SIGA TEMPORAL

### PROTECCIÓN PARA TODOS

Para GNP es importante seguir desarrollando una cultura enfocada a resaltar los beneficios que proporciona la contratación de un seguro y a hacerlo accesible a toda la población.

Es por esto que nos acercamos a un segmento de la población que se encuentra desatendido y que cuenta con un amplio espacio de penetración para posicionar seguros de bajo costo, fácil contratación y distintos alcances de cobertura.

*Línea Accesible* y el modelo de venta de tarjetas prepagadas (*gift cards*) continúan creciendo y ganando popularidad. Todos estos productos ofrecen protección en los ramos de vida, gastos médicos y autos.

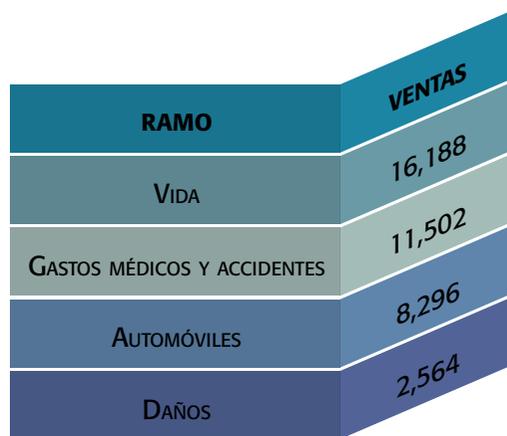


### CRITERIOS PARA EL DESARROLLO DE UN PRODUCTO

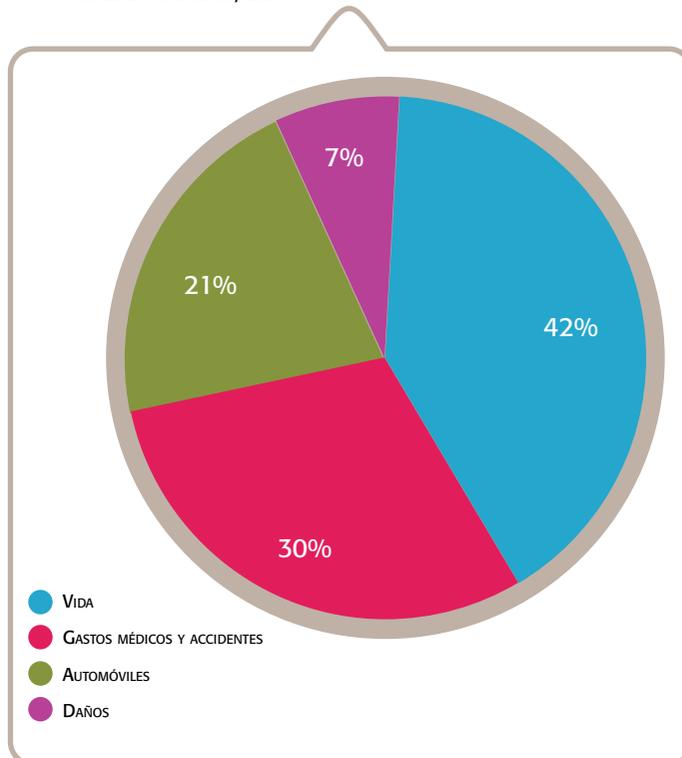
“Escuchar la voz del cliente” es la premisa principal que GNP tiene para el desarrollo de nuevos productos. A través de la detección de las necesidades del mercado, del análisis de su comportamiento y preferencias de servicio, podemos crear seguros capaces de cubrir los sectores que se encuentran desatendidos.

Nuestro compromiso es generar nuevos productos y modelos de venta que nos permitan estar a la vanguardia en la industria y, al mismo tiempo, lograr un mayor acceso a ellos.

### DISTRIBUCIÓN DE CARTERA



Cifras en millones de pesos



## EMPRESAS FILIALES

### MÉDICA MÓVIL, S.A. DE C.V.



Médica Móvil es una filial de GNP con más de 30 años de experiencia, que brinda el mejor servicio de atención médica extra hospitalaria en México.

Su compromiso es atender 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, estabilizar y administrar la primera dosis de medicamento al paciente y, en caso de ser necesario, trasladarlo a un centro hospitalario para su atención.

Cuenta con oficinas en las tres principales ciudades del país: Distrito Federal, Guadalajara y Monterrey. Tiene más de 500 mil afiliados protegidos con estos servicios.

Cuenta, además, con el respaldo de GNP desde 1994, año en que se integró a este grupo corporativo.

### VALMEX SOLUCIONES FINANCIERAS, S.A. DE C.V. SOFOM E.N.R.



Los valores con los que cuenta esta empresa filial y que se han establecido como regla principal de su negocio en sus 38 años de servicio son:

- **Integridad:** cumplir con los compromisos y deberes morales propios y con los demás.
- **Responsabilidad:** realizar las acciones necesarias para cumplir con los compromisos.
- **Trabajo:** esfuerzo individual y colectivo para lograr los objetivos.
- **Espíritu de servicio:** el cliente, la razón de ser del negocio.
- **Eficiencia:** generar valor con el uso moderado de recursos.
- **Calidad:** cumplir y superar las expectativas del cliente.

Para VALMEX Soluciones Financieras, lo primero que debe ser sostenible es el propio negocio. Es necesario tener un modelo de negocio sólido, orientado a generar ingresos recurrentes y estables, basado en la disciplina de capital, la solidez financiera, el control de costos, la prudencia en la toma de riesgos, la atención personalizada y, por supuesto, la solidez de pertenecer a Grupo BAL y a GNP, la aseguradora de mayor renombre en México.

Ser sostenible significa además:

- Tener en cuenta criterios éticos, sociales y ambientales en las decisiones.
- Tener visión de largo plazo en las relaciones con sus grupos de interés.

Esta filial ha dedicado esfuerzos importantes a la capacitación de todo el equipo de trabajo, sobre todo en lo relativo al *Código de Ética y Conducta*, a las disposiciones de la *Ley Federal para la Prevención e Identificación de Operaciones de Procedencia Ilícita*, así como en la *Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares*.

### CRÉDITO AFIANZADOR, S.A. COMPAÑÍA MEXICANA DE GARANTÍAS



Como empresa subsidiaria de GNP e integrante de Grupo BAL, Crédito Afianzador, con más de 100 años en el mercado, trabaja para generar valor económico en pleno equilibrio con el bienestar y el desarrollo integral de sus colaboradores y de las comunidades a las que pertenece.

En 2013, esta institución se comprometió con la responsabilidad de realizar el mejor esfuerzo para conseguir los objetivos propuestos en el manejo eficiente de los recursos.

El balance de dicho ejercicio fue muy positivo y permitió:

- Cumplir las expectativas de sus accionistas y Consejo de Administración.
- Satisfacer integralmente las necesidades de afianzamiento de sus clientes.
- Contribuir con resultados favorables a las metas propuestas en GNP.

La responsabilidad social de Crédito Afianzador es parte intrínseca de nuestro camino para hacer realidad nuestra visión corporativa; el desarrollo sostenible es una tarea de todos. Por ello, buscamos ser responsables en todos los aspectos de nuestro negocio, dirigiendo nuestros esfuerzos hacia nuestros pilares: integridad, responsabilidad, trabajo, espíritu de servicio, eficiencia y calidad.

## ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Ofrecemos servicios de calidad altamente profesionales a agentes y clientes a través de una red de oficinas distribuidas estratégicamente en la República Mexicana. De igual forma, desde nuestras oficinas ubicadas en la frontera norte del país, logramos el óptimo enlace para las operaciones de empresas multinacionales.

Tenemos convenios de cooperación firmados con reconocidas redes internacionales que buscan satisfacer las necesidades del mercado global y proporcionan beneficios a empresas multinacionales, que por lo general cuentan con una aseguradora asociada que las representa por país.

En la actualidad, GNP forma parte de las siguientes redes internacionales:

- **MULTINATIONAL BENEFITS ASSOCIATION (INSUROPE)**

Representada por GNP en México, es una reconocida asociación de aseguradoras con presencia en más de 80 países. Concentra a las más importantes y sólidas compañías de seguros a nivel mundial.

El propósito fundamental es coordinar los esfuerzos de suscripción y la 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.

Durante 2012, GNP obtuvo el cuarto lugar en ventas nuevas de los planes internacionales de beneficios para empleados, recibiendo un reconocimiento por parte de INSUROPE en su reunión anual de ventas.



- **ING EMPLOYEE BENEFITS GLOBAL NETWORK**

Es una red especializada en programas de *pools*, en los ramos de vida y gastos médicos mayores. Su propósito es proporcionar cobertura a subsidiarias de empresas multinacionales establecidas en nuestro país y coordinar sus esfuerzos de suscripción de programas mundiales de beneficios para sus empleados, en los ramos de gastos médicos y vida colectivo.

Cuenta con más de 35 años en el mercado, con casa matriz en Bruselas y es socio comercial desde 1980. Tiene presencia mundial en 83 países y ostenta la quinta posición en el mercado de redes de beneficio para sus empleados.

- **INTERNATIONAL NETWORK OF INSURANCE (INI)**

GNP forma parte de esta prestigiada red que 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. Esta plataforma nos permite ofrecer una amplia gama de control de riesgos y seguros de daños a clientes internacionales, compartiendo los valores, misión y visión multinacional.

- **RED INTERNACIONAL DE ASEGURADORAS (RIDA)**

RIDA es la Red Internacional de Aseguradoras encargada de atender a clientes empresariales con operaciones en diferentes países que requieren proteger sus actividades e inversiones. Está conformada principalmente por las compañías líderes de diferentes países latinoamericanos, con proyección de expansión a nivel mundial, que son capaces de proporcionar una amplia gama de soluciones de propiedad y en lo patrimonial.

## • RED DE SERVICIO AETNA

Esta alianza nos ha permitido ofrecer a un número importante de nuestros clientes el acceso a un servicio de atención inmediata en una red de 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

GNP se mantiene como la única aseguradora con el beneficio de pago directo en la organización Clínica Mayo de los Estados Unidos, tanto en su complejo de Rochester, como en el de Arizona.

En este mismo sentido, GNP fortalece cada año su red de pago directo en el extranjero, incluyendo hospitales de renombre como Methodist San Antonio y UC San Diego.

## • OTRAS ALIANZAS

Bajo el modelo de *Red Preferente* se fortaleció la relación de negocio con los principales hospitales del país. Resaltan las alianzas con el grupo ABC en el Distrito Federal, Muguerza en Monterrey y San Javier en Guadalajara.

Se fortaleció también nuestra alianza de negocio con los principales laboratorios de medicamentos establecidos en el país, lo cual permitió –junto con NADRO, Fármacos Especializados y la Red de Farmacias Walmart– liberar el Centro de Programación de Medicamentos. A través de él hoy se entregan a domicilio en todo el país más de 20 mil pedidos de medicamentos bajo la modalidad de pago directo.

Se crearon nuevas alianzas de negocio con proveedores especialistas en el tratamiento y seguimiento de enfermedades de alto impacto. Esto nos permitió ser la primera aseguradora en México que ofrece a sus clientes y a sus médicos tratantes, programas de *Seguimiento Integral de Enfermedades (SIGE)*, orientados a mejorar sus experiencias de servicio y calidad de vida

En 2013 se liberaron los programas de cáncer de mama, cáncer de colon, insuficiencia renal crónica, hipertensión y diabetes, con lo que se benefició a más de 900 clientes. En breve se complementarán con los programas para leucemias y tipos de cáncer en general, además de tratamientos de columna.



## CERTIFICACIONES, PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

### ISO 9001

En julio de 2013 GNP obtuvo la certificación en ISO 9001:2008 de nuestro sistema de gestión de la calidad. Es un reconocimiento que refiere las mejores prácticas en la gestión de todos nuestros procesos de negocio. Esta situación nos coloca dentro del selecto Club Internacional ISO 9001, siendo la única institución del sector asegurador que cuenta con un reconocimiento de esta magnitud.

Esta norma y sus especificaciones técnicas no son nuevas para nuestra empresa, toda vez que desde 2007 ya habíamos incursionado en estos temas con las líneas de producción, y a partir de 2010 con el área de Inversiones.

La obtención de la certificación del sistema de gestión de calidad de todos los procesos de la organización y su aplicación en todos los ramos que atiende refleja, sin duda, que toda nuestra empresa cumple con los requisitos de la norma.

Obtener este reconocimiento nos distingue de manera importante en el sector financiero, destaca nuestra posición en el sector asegurador, incrementa la confianza de GNP entre nuestros clientes, intermediarios, socios de negocio y consumidores en general, y confirma la buena imagen de los productos que ofrecemos, así como de los servicios que actualmente brindamos.

Este distintivo coloca a GNP con una ventaja competitiva importante, ya que permite responder a la demanda de muchos de nuestros grandes clientes y contribuye de manera importante en las licitaciones y concursos en los que participa.

### NORMA OFICIAL MEXICANA

La Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios en México (COFEPRIS), la Secretaría de Salud y la Secretaría de Seguridad Pública, participaron en 2013 en la elaboración del "Proyecto de NOM-237SSA1-2004 para la regulación de los servicios de salud pre-hospitalarios". Con ello el Gobierno del Distrito Federal dio cumplimiento al derecho a la protección de la salud, estableciendo criterios para la atención de urgencias médicas, los requisitos y características del personal involucrado, así como el equipamiento e insumos para las unidades móviles por tipo (ambulancias).

En este sentido, como parte de su responsabilidad social y conscientes de la importancia de brindar una atención médica prehospitalaria oportuna, Médica Móvil, aliado por más de 20 años con GNP Seguros, se convirtió en una de las primeras empresas en certificarse con excelencia en las nuevas regulaciones de la Norma Oficial Mexicana, al renovar su flotilla de ambulancias con nuevas unidades equipadas con la más alta tecnología y estándares de calidad, así como al mantener una alta profesionalización de su personal médico.

Como parte de esta renovación, GNP Seguros y las ambulancias de Médica Móvil salieron a recorrer las calles del D.F. con su programa: "Tu vida es única. ¡Cuidala!" Repartieron más de 200 mil guías de prevención y primeros auxilios en caso de accidentes, además de ofrecer al público en general información sobre la importancia de estos vehículos y la función de los paramédicos.



La responsabilidad social de GNP, además de fomentar la cultura de previsión financiera por medio del seguro, se ha enfocado también en promover una cultura de prevención en todos los sentidos, principalmente en temas de salud.

“MÁS ALLÁ DE CUMPLIR CON LA CERTIFICACIÓN EN LA NORMA OFICIAL MEXICANA, PARA GNP SEGUROS ES UNA PRIORIDAD CONTRIBUIR EN EL CUMPLIMIENTO DE LAS MEDIDAS DICTADAS PARA EL FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA DE SALUD. A CAUSA DE ACCIDENTES, ANUALMENTE SE REGISTRAN MÁS DE TRES MILLONES DE CONSULTAS EN LOS SERVICIOS DE URGENCIAS. ES UNA GRAN SATISFACCIÓN GARANTIZAR QUE LOS USUARIOS DE LAS AMBULANCIAS DE MÉDICA MÓVIL, Y ENTRE ÉSTOS MÁS DE MEDIO MILLÓN DE ASEGURADOS DE GNP, RECIBIRÁN ATENCIÓN DE LA MÁS ALTA CALIDAD Y ESPECIALIZACIÓN”.

(ALEJANDRO BAILLÈRES)



GNP obtuvo en 2013, por segundo año consecutivo, la certificación en esta Norma, al alcanzar 273 puntos, de un total de 340. Con este resultado se amplió además el alcance a nuestras oficinas de Puebla.

GNP es una de las pocas empresas y la primera aseguradora en lograr esta certificación.

“COMO EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE Y CON EL OBJETIVO DE MEJORAR NUESTRAS PRÁCTICAS LABORALES, GNP SE HA DISTINGUIDO POR FAVORECER EL DESARROLLO DE QUIENES INTEGRAN ESTA GRAN FAMILIA, ESTA GRAN COMUNIDAD. GNP HA DESARROLLADO PRÁCTICAS DESTINADAS A FOMENTAR LA IGUALDAD Y LA INCLUSIÓN LABORAL, SITUACIÓN QUE PERMITE LA PLENA REALIZACIÓN DE MUJERES Y HOMBRES DENTRO DE ESTA EMPRESA, Y LO MÁS IMPORTANTE, CONTRIBUYENDO CON NUESTRO GRANITO DE ARENA PARA EL CRECIMIENTO DE ESTE GRAN PAÍS”.

(ALEJANDRO BAILLÈRES)



## NORMA MEXICANA PARA LA IGUALDAD

### LABORAL ENTRE MUJERES Y HOMBRES

La *Norma Mexicana para la Igualdad Laboral entre Mujeres y Hombres* es un instrumento de certificación ante el Gobierno Federal, único en su género a nivel mundial, que pueden aplicar organizaciones privadas, públicas y sociales interesadas en una estrategia integral de recursos humanos, en favor del desarrollo profesional de sus colaboradores. Incorpora en una sola estrategia equidad de género, diversidad y responsabilidad social, mediante el cumplimiento de indicadores en cinco temas específicos: igualdad y no discriminación; previsión social y conciliación de la vida laboral, familiar y personal; clima laboral adecuado, libre de discriminación y de violencia laboral; accesibilidad para personas con discapacidad, y libertad sindical.



## INSTITUCIÓN COMPROMETIDA CON

### LA INCLUSIÓN

En 2012, GNP se convirtió en una de las primeras empresas en México y en el sector asegurador en ser reconocida por el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación (CONAPRED) como *Institución Comprometida con la Inclusión (ICI)*.

En este sentido, en 2013 implementamos el proyecto de inclusión laboral, con una serie de acciones a favor de personas con discapacidad motriz, llevándose a cabo la contratación de 52 personas. El reclutamiento se realizó en coordinación con la alianza de FHADI-Vida Independiente y Grupo Altía, en donde además, se les imparte la capacitación necesaria para su adaptación al trabajo.

Adicionalmente, se realizaron las adecuaciones necesarias en nuestras instalaciones y sus alrededores para lograr un entorno accesible, adaptando rampas de acceso, espacios de trabajo, sanitarios, comedor y estacionamiento.

GNP, en alianza con el programa *Rutas por la Humanidad*, acordó un plan de accesibilidad, con el que se llevó a cabo la construcción de 21 esquinas, un sendero y un paso peatonal, en el perímetro de Plaza GNP; logrando un total de 2.5km accesibles, con lo que se beneficia no sólo a los empleados con discapacidad sino también a la comunidad en general.

Con estas acciones, GNP reafirma su compromiso con la creación de ciudades incluyentes.



## EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

Durante 2013 GNP cumplió una década de ser distinguida como *Empresa Socialmente Responsable (ESR)* por parte de la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial (AliaRSE) y el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI). Esta distinción nos convierte en la empresa aseguradora con mayor trayectoria en el Distintivo ESR –10 años–, que consagramos además apadrinando a dos proveedores para ser distinguidos con el ESR en 2014: JGERROM en su primer año y SIJARDINERÍA por segundo año consecutivo, brindando un apoyo real a nuestra cadena de valor.



## EMPRESA SALUDABLEMENTE RESPONSABLE

Al ser una empresa líder en la construcción del movimiento de salud y bienestar en México, al contar con iniciativas y/o programas que ayudan a mejorar la salud y bienestar de sus colaboradores, GNP fue reconocida en 2013, por segunda ocasión, por la Secretaría de Salud del Distrito Federal como *Empresa Saludablemente Responsable*, reconocimiento otorgado por el Gobierno del Distrito Federal y el Consejo Empresarial de Salud y Bienestar.

## EMPRESA FAMILIARMENTE RESPONSABLE

También fue reconocida por primera vez en 2013 por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social como Empresa Familiarmente Responsable, al distinguirse como una compañía con muy buenas prácticas laborales en los ejes de conciliación trabajo-familia, igualdad de oportunidades, combate a la violencia laboral y al hostigamiento sexual.

## REACTIONS AWARDS LATIN AMERICA

Trabajar con las reaseguradoras más sólidas a nivel mundial es uno de los baluartes financieros de GNP Seguros y una de las características de liderazgo en el mercado mexicano, que le permiten contar con una oferta comercial más amplia y tomar riesgos más complejos.

Actualmente, GNP trabaja con las reaseguradoras más grandes y sólidas del mundo: Swiss Re, Munich Re, Gen Re, Hannover, Mapfre, Lloyd's y Patria Re. En este sentido, en 2013 Munich Re recibió el galardón por parte de *Reactions Awards* como la mejor reaseguradora de América Latina; Patria Re fue reconocida como la mejor reaseguradora de México, y GNP Seguros como la mejor aseguradora de México.

Desde 2008 los *Reactions Awards* efectúan dos entregas de premios anuales –en Gran Bretaña y a nivel global–, y a partir de 2013 se realizó también la entrega para América Latina. La evaluación para los reconocimientos se realiza a través de un proceso que incluye estudios de mercado, encuestas a actores relevantes de la industria y un jurado compuesto por analistas independientes de prestigio internacional.



## PREMIO NACIONAL DE EXCELENCIA EN LA RELACIÓN EMPRESA – CLIENTE Y CENTROS DE CONTACTO

Organizado por el Instituto Mexicano de Teleservicios, organización líder en la industria de los *Contac Center's* y en la administración de la relaciones empresa–cliente en México y Latinoamérica, con más de 21 años de experiencia, es un reconocimiento anual, que se otorga a las empresas y el talento humano que demuestran un desempeño sobresaliente por mejorar y profesionalizar la relación empresa – cliente y gobierno – ciudadano e impulsar el desarrollo de la industria mexicana de Centros de Contacto, a través del reconocimiento de las mejores prácticas de administración, operación, difusión y responsabilidad social.

El Premio Nacional tiene como visión posicionar a México como un país líder a nivel internacional en cuanto al desarrollo y gestión de proyectos y estrategias de mejora de la relación empresa–cliente y gobierno–ciudadano.

En 2013 GNP recibió dentro del *Global Contac Forum* los siguientes reconocimientos:

- Premio de Oro “*Mejor Talento Humano Sector Financiero*” (nivel operador) para Ricardo Hernández Villagómez.
- Premio de Plata “*Mejor Talento Humano Director*” para Claudio Manuel Angulo Curiel.
- Premio de Bronce “*Mejor Talento Humano Gerente*” para Julieta Rodríguez Hernández.

“ES UN COMPROMISO CON MÉXICO Y NUESTROS ASEGURADOS CONTAR CON LA SOLIDEZ FINANCIERA Y LA CORRECTA GESTIÓN DEL RIESGO PARA HACER FRENTE CABALMENTE A LAS OBLIGACIONES Y RESPALDO FINANCIERO CONTRAÍDO. AGRADECEMOS EL RECONOCIMIENTO REACTIONS AWARDS COMO LA MEJOR ASEGURADORA DE MÉXICO. REITERAMOS NUESTRO COMPROMISO CON EL CRECIMIENTO DEL PAÍS Y EL DESARROLLO DE LAS MEJORES OPCIONES DE PROTECCIÓN A TODOS LOS NIVELES: PERSONAS, EMPRESAS Y GOBIERNO”.

(ALEJANDRO BAILLÈRES)

## EFFIE SOCIAL ORO

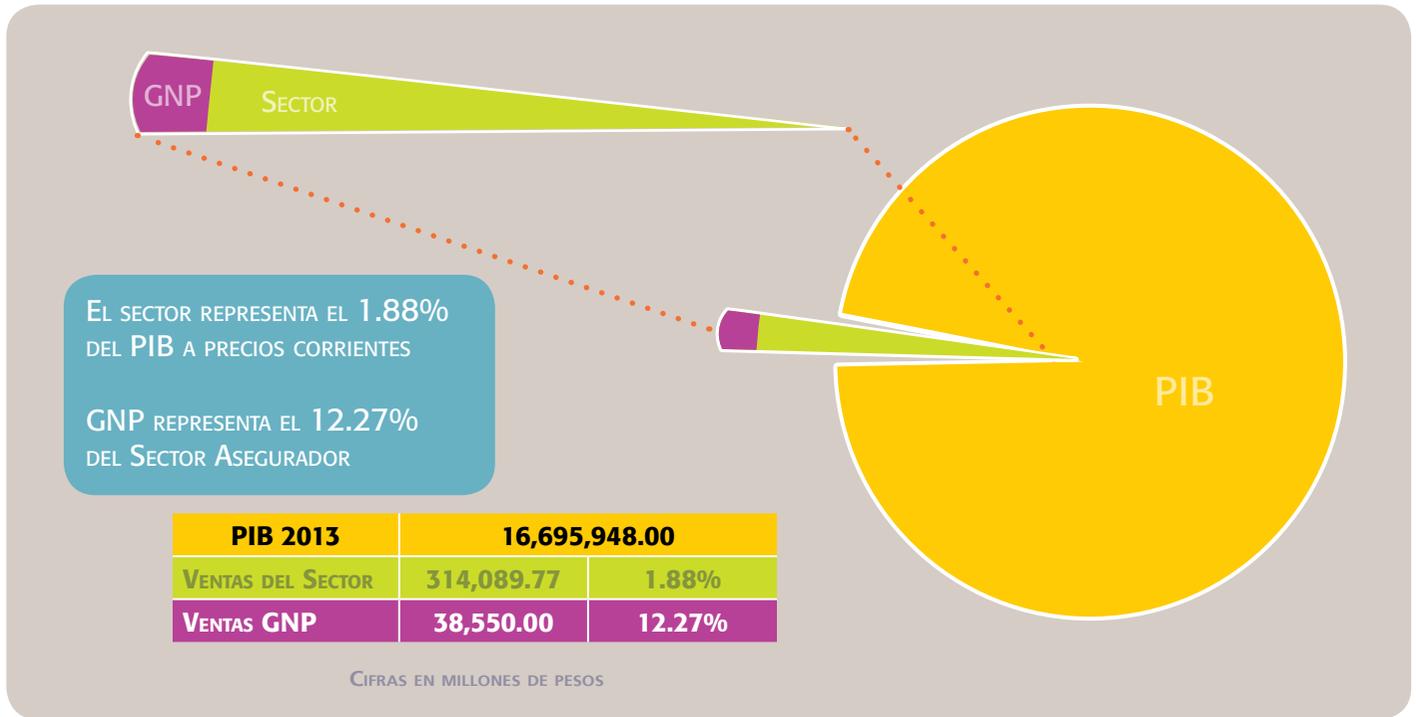
*Nuestro México del Futuro* alcanzó en 2013 un logro más, haciéndose acreedor al *Effie Social Oro*, uno de los premios más importantes de la industria de la comunicación del *marketing* a nivel mundial, que evalúa no sólo la capacidad de una campaña de comunicación de dar resultados, calidad en planteamiento, creatividad y la efectividad de la comunicación sino también el esfuerzo conjunto de los creadores y su agencia de comunicación para transmitir un mensaje del alto impacto.



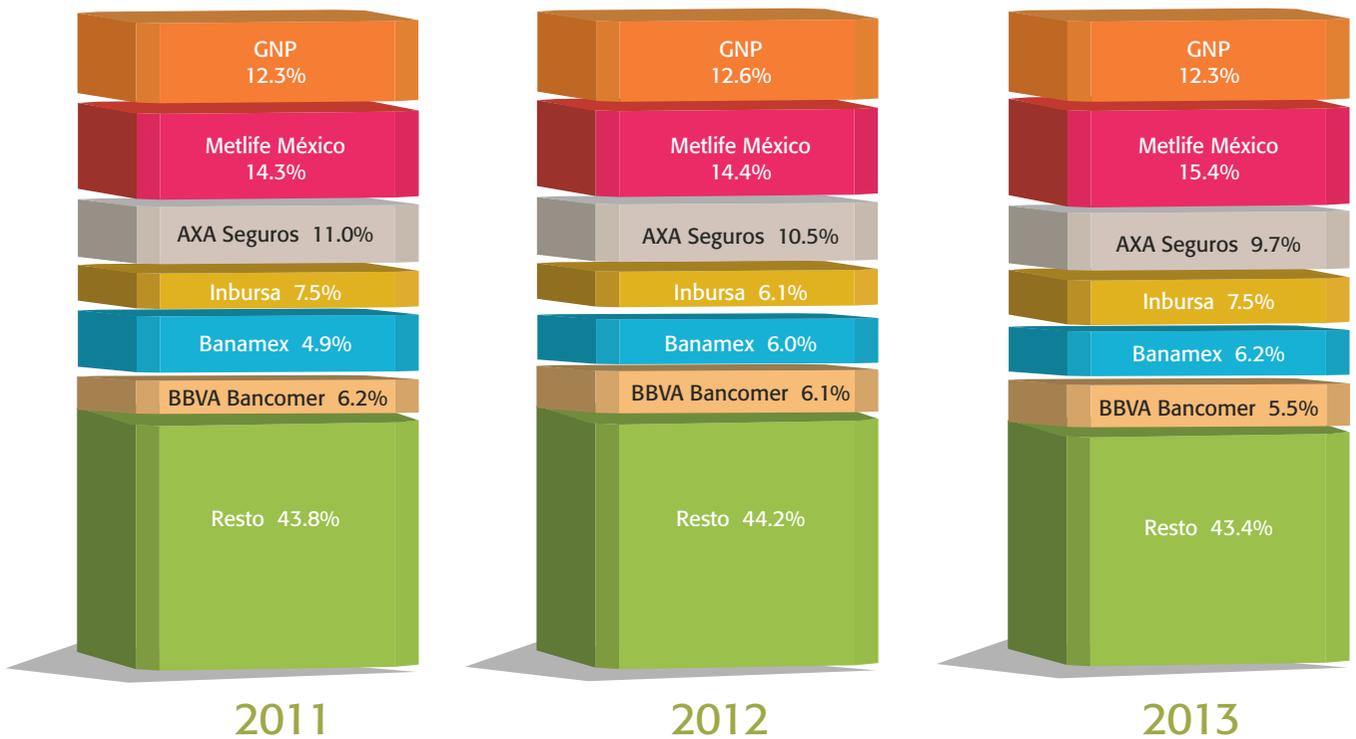
# IV. Nuestro compromiso económico, rentabilidad con responsabilidad



# GNP EN LA ECONOMÍA MEXICANA



# PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO



# CIFRAS RELEVANTES

## VENTAS

RAMO	2012	2013	% VARIACIÓN
VIDA	14,978	16,188	8.08
GASTOS MÉDICOS Y ACCIDENTES	10,454	11,502	10.03
AUTOMÓVILES	7,742	8,296	7.15
DAÑOS	2,624	2,564	-2.28
TOTAL CAPTACIÓN	35,798	38,550	7.69
FONDOS DE ADMINISTRACIÓN	830	1,090	31.39
<b>TOTAL CAPTACIÓN MÁS FONDOS EN ADMINISTRACIÓN</b>	<b>36,628</b>	<b>39,640</b>	<b>8.22</b>

Cifras en millones de pesos.

BALANCE	2012	2013
ACTIVOS	71,912	79,833
PASIVOS	65,493	73,623
CAPITAL	6,419	6,211

PATRIMONIO	2012	2013
CAPITAL	6,419	6,211
RESERVA CATASTRÓFICA	371	403
<b>TOTAL</b>	<b>6,790</b>	<b>6,614</b>

Cifras en millones de pesos.

	2012	2013
<b>GASTO REAL</b>		1,037.6
GASTOS DE ADQUISICIÓN	1,160.6	3,048.2
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	3,035.8	(930.2)
OTROS GASTOS DE OPERACIÓN	(676.5)	185.5
• DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	181.8	2.3
• CASTIGOS	9.6	(811.5)
• DERECHOS Y OTROS PRODUCTOS SIN PÓLIZAS	(773.9)	(306.4)
• OTROS INGRESOS	(94.0)	2,118.1
TOTAL COSTO DE OPERACIÓN	2,359.3	1,023.6
GASTOS DE AJUSTE	931.9	<b>4,179.3</b>
<b>TOTAL</b>	<b>4,451.7</b>	
<b>RETRIBUCIÓN A EMPLEADOS</b>		899.4
SUELDOS	830.8	583.9
GRATIFICACIONES	616.2	233.7
IMPUESTOS	210.9	<b>1,717.0</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1,657.9</b>	
<b>DONATIVOS</b>		7.8
	1.4	

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.

## MULTAS SIGNIFICATIVAS O SANCIONES

### IMPUESTOS POR LA AUTORIDAD

Respecto del cumplimiento y análisis normativo de la compañía, en 2013 se registraron 21 multas o sanciones administrativas impuestas por diversas autoridades, tales como la CONDUSEF, la Comisión de Seguros y Fianzas, así como el Primer Distrito Judicial del estado de Nuevo León.

AÑO	IMPORTE
2012	959,525.44
2013	662,573.79

## CRITERIOS DE INVERSIÓN

Grupo Nacional Provincial invierte en instrumentos emitidos por el Gobierno Federal y por empresas e instituciones con un adecuado riesgo crediticio y reputacional, con plazos y rendimientos adecuados a las obligaciones contraídas con los clientes y que cumplan en todo momento la normatividad vigente. Por tal motivo, el área de Inversiones, una vez al año, revisa que las empresas objeto de la inversión de GNP posean la certificación como *Empresas Socialmente Responsables* o que apoyen alguna actividad de Responsabilidad Social.

La Dirección General de GNP cuenta con un Comité Consultivo de Inversiones que, en sesiones mensuales, determina las mejores decisiones de inversión.

# V. Prevención y gestión integral 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.

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

- El personal
- El patrimonio
- Nuestro entorno
- La imagen

## CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA PARA COLABORADORES

El objetivo fundamental de nuestro *Código de Ética y Conducta* (CEC) es reforzar la cultura de ética y solvencia moral en GNP, con el fin de que la empresa logre una mejor proyección de sus servicios para la sociedad en general. El CEC establece las normas de actuación aceptadas y el mecanismo de reporte de faltas, para que sean evaluadas por el Comité de Ética y, en su caso, determine las medidas correctivas pertinentes.

En 2013 se actualizó el CEC en los temas de *Equidad de género, Igualdad y no discriminación*, así como en *Protección y uso de activos*.

Con la finalidad de fortalecer su entendimiento y fomentar el uso de la línea de denuncia anónima, el 95.3% de nuestros colaboradores se certificaron en su conocimiento.

EMPRESA	TOTAL DE COLABORADORES	PORCENTAJE DE CERTIFICACIÓN
GNP	3,556	98.5
SERVICIOS ADMINISTRATIVOS EN RECLAMACIONES	1,310	86.7
ADMINISTRACIÓN DE VENTA MASIVA	450	95.3
MÉDICA MÓVIL	145	91.7
VALMEX	37	100
<b>TOTAL</b>	<b>5,498</b>	<b>95.3</b>

## LÍNEA DE DENUNCIA "NO TE MANCHES"

En 2013 se presentó un decremento de 4% (cinco casos) en las denuncias recibidas respecto del año anterior.

ESTATUS	2012	%	2013	%
CONCLUIDO	132	96	126	95
EN INVESTIGACIÓN	5	4	6	5
RECIBIDO	137	100	132	100

Del total de denuncias recibidas en este año, el 79% (104 casos) fueron atendidas por Recursos Humanos y Servicios Administrativos, el 17% (22 casos) por Investigación de Operaciones, un 4% (cinco casos) por Auditoría Interna y el 1% (un caso) por Contraloría.

Las denuncias más representativas recibidas durante el ejercicio de 2013 corresponden a las categorías de ambiente laboral (39%), otros aspectos (28%) entre los que se encuentran desviación de políticas, quejas de clientes, propuestas y sugerencias y conflicto de intereses (15%), como se muestra a continuación:

CATEGORÍA	2012	%	2013	%
AMBIENTE LABORAL	49	36	51	39
OTROS	25	18	37	28
CONFLICTO DE INTERESES	13	9	20	15
FRAUDE / SINIESTROS MONTADOS	36	26	17	13
CONDUCTA No ÉTICA	14	10	7	5
<b>TOTAL</b>	<b>137</b>	<b>100</b>	<b>132</b>	<b>100</b>

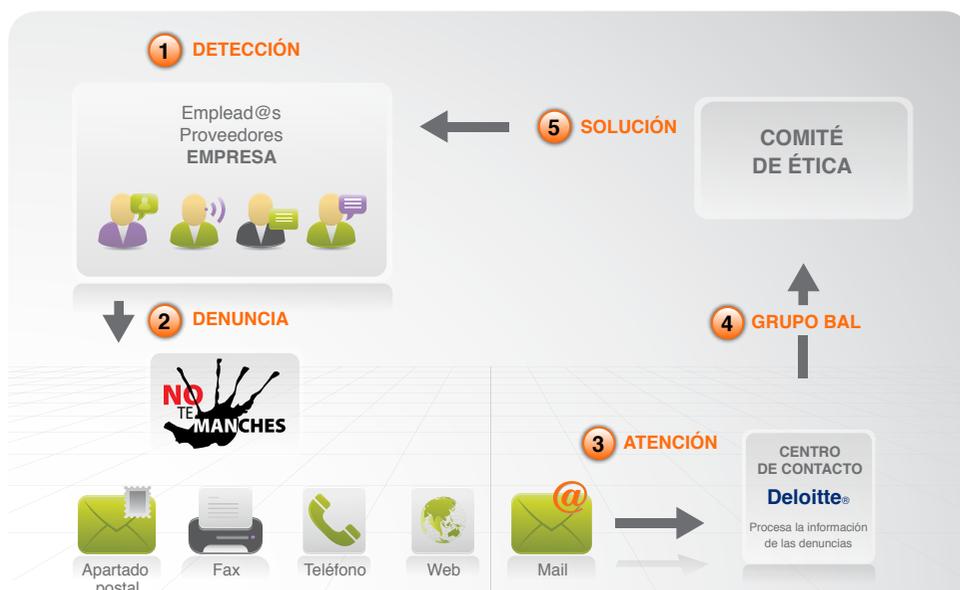


El 94% de las denuncias recibidas durante este ejercicio fueron reportadas por colaboradores, y el 6% restante corresponde a denuncias de clientes, proveedores y otros.

Los medios más utilizados por los denunciantes fueron el correo electrónico (60%), la página web (30%) y el centro de contacto (10%).

Como resultado de la atención a las denuncias, se llevaron a cabo 12 bajas de colaboradores y se implementaron diferentes medidas correctivas, como:

- Sesiones informativas con 60 delegados sindicales sobre las actualizaciones del CEC, y las consecuencias en caso de incumplimiento.
- Fomento entre los colaboradores de la observancia de los valores y principios contemplados en el CEC.
- Reforzamiento en el uso de la línea de denuncia, como un medio de comunicación seguro, para que cualquier persona pueda usarlo libremente, sin temor a represalias y con carácter estrictamente confidencial y anónimo.
- Seguimiento de todas las denuncias que reportan conductas no éticas, para corregir las deficiencias y riesgos en los procesos.
- Impartición de talleres de *Responsabilidad Social Empresarial* a un total de 145 colaboradores en los que se reforzó el uso de la línea de denuncia.
- Implementación de un plan de comunicación con un alcance de 5,676 colaboradores, basado en el concepto "Aplica el ABC", con la finalidad de reforzar el conocimiento del CEC y el uso de la línea de denuncia, destacando los temas de abuso de autoridad, tratos no éticos con proveedores, uso incorrecto de activos, hostigamiento laboral, discriminación, conflicto de intereses, condiciones riesgosas de seguridad, sobornos, maltrato y fraude.



Número gratuito  
01800 830 8746

Fax. (52 55)  
5255 13 22

Apartado Postal  
CON-080 en  
México, D.F.

[notemanches@eticabal-gnp.com](mailto:notemanches@eticabal-gnp.com)

<http://www.eticabal-gnp.com>

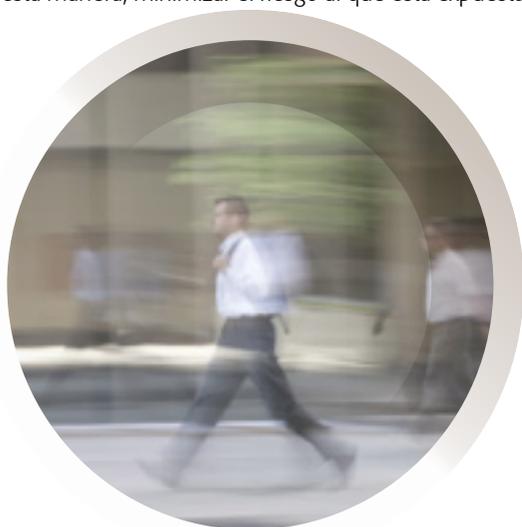
**NO TE MANCHES**

## PREVENCIÓN DEL LAVADO DE DINERO Y FINANCIAMIENTO AL TERRORISMO

Durante 2013, en GNP nos abocamos a verificar que los procesos de negocio estén dirigidos a dar cabal cumplimiento a las nuevas disposiciones en materia de prevención del lavado de dinero y financiamiento al terrorismo, las cuales entraron en vigor el 15 de enero de 2013.

Adicionalmente, GNP participó como miembro del Comité de Comunicación y Control de la AMIS,<sup>6</sup> en la mesa de negociación conformada por la SHCP<sup>7</sup> y la CNSF,<sup>8</sup> en la que se han evaluado las mejores prácticas aplicables a los reportes de operaciones inusuales e internas preocupantes, así como las reformas al artículo 400 Bis del *Código Penal Federal*.

Seguimos trabajando en la creación de una cultura de prevención de lavado de dinero, con el fin de reforzar el compromiso de todo el personal y de los intermediarios para asegurar el cumplimiento de la regulación y, de esta manera, minimizar el riesgo al que está expuesta la Institución.



<sup>6</sup> Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros.

<sup>7</sup> Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

<sup>8</sup> Comisión Nacional de Seguros y Fianzas.

## PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES

En GNP estamos conscientes de que es nuestro deber garantizar la privacidad de los datos personales del titular que nos fueron proporcionados, así como protegerlos y proporcionar 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.

Por ello, contamos con un área encabezada por un Oficial de Protección de Datos Personales, quien es el único autorizado para dar respuesta formal a cualquier solicitud o requerimiento relacionado con la *Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares*. Él es también nuestro representante oficial ante el Instituto Federal de Acceso a la Información y de Protección de Datos (IFAI). Este equipo de trabajo se encarga de:

- Definir los lineamientos para la protección de datos personales conforme con la regulación en materia de protección de datos dentro de GNP, sus filiales y todos los socios comerciales con los que se intercambian datos personales, garantizando su cumplimiento.
- Proteger los datos personales de los empleados, clientes, beneficiarios, terceros afectados y cualquier persona que los proporcione.
- Mantener informados a los titulares de datos personales, mediante el *Aviso de Privacidad*, sobre la finalidad del tratamiento y la transferencia de datos personales.
- Atender en tiempo y forma todas las solicitudes asociadas a los Derechos ARCO (*Acceso, Rectificación, Cancelación y Oposición*).
- Crear una cultura de protección de datos entre los colaboradores, mediante las campañas de comunicación y la certificación de todo el personal en materia de protección de datos personales.
- Mantener actualizado y difundir el *Aviso de Privacidad* dentro de formatos, portales, contratos y centros de atención telefónica, así como del *Manual de Políticas y Procedimientos para la Protección de Datos Personales*, que incluye un capítulo para la atención y ejercicio de los derechos ARCO.

Asimismo, y con el objetivo de garantizar el cumplimiento de estas disposiciones, los convenios de colaboración celebrados con nuestros proveedores incluyen cláusulas que aseguran el cumplimiento de esta ley, protegiendo incluso la información de asegurados, clientes o terceros a la que pudieran tener acceso los proveedores, derivada de la relación comercial con GNP.

## SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

Durante 2013 continuamos con la actualización de las políticas en materia de seguridad de la información y protección de datos personales, que norman el uso y tratamiento adecuado de la información privilegiada y la protección de datos personales de nuestros clientes, intermediarios, proveedores y de nuestros colaboradores.

Adicionalmente, cumplimos con los requerimientos establecidos en la *Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de Particulares* y su reglamento en materia en protección de datos.

En GNP mantenemos un proceso permanente de actualización y control de los accesos y perfiles de nuestros colaboradores, lo que permite el uso y tratamiento adecuado de la información privilegiada.

GNP se encuentra en un proceso de certificación por un proveedor internacional, en relación con el establecimiento y cumplimiento de las políticas y medidas de seguridad que tenemos para proteger los datos que proporcionan nuestros clientes. Esta certificación, otorgada por un tercero, garantiza razonablemente a nuestros clientes la calidad de los procesos de control establecidos para el uso de los datos personales, fortaleciendo así la confianza en GNP.

Durante 2013 no tuvimos ninguna queja por el uso de información por parte de nuestros clientes.

Estamos convencidos de que proteger la información de la empresa y los datos personales de nuestros clientes, agentes, corredores, proveedores y de quienes laboramos en GNP y sus filiales, es una tarea prioritaria para toda la organización y es, del mismo modo, compromiso de todos el cumplirla.



## PLAN ANUAL DE AUDITORÍA

El *Plan Anual de Auditoría 2013*, aprobado por el Comité de Auditoría y Prácticas Societarias, contempló la realización de 30 auditorías durante el año, las cuales se cumplieron en su totalidad.

Los procesos objeto de revisión fueron: contratación automóviles, siniestros vida individual, UDIS, asistencia legal autos, instrumentos derivados, administración de mantenimiento y desarrollo de TI, 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.

## SISTEMA DE CONTROL INTERNO

Dicho sistema es responsabilidad del Director General y para su funcionamiento se apoya en los funcionarios de la institución, quienes son copartícipes de mantenerlo operando en forma eficiente. Para lograrlo, sostienen una comunicación directa con los titulares de las áreas de Contraloría Interna y Auditoría Interna para dar seguimiento a su cumplimiento.

El Sistema de Control Interno 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. Se encuentra soportado en las políticas y procedimientos que se aplican en los sistemas, procesos, funciones o actividades, y periódicamente se realiza una evaluación de control que permite verificar el apego y cumplimiento de los mismos. Estas políticas y procedimientos se actualizan en forma anual o cuando la operación lo requiera.

Este Sistema parte de la evaluación de riesgos en todos los procesos y de la implementación de controles para su mitigación. También considera actualizaciones tecnológicas, cambios en las operaciones, creación de nuevas líneas de negocio, reestructuraciones organizacionales e incorporación de personal.

Durante 2013 se diseñaron e implementaron tableros de control para monitorear las principales operaciones que se ejecutan en las oficinas foráneas.

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*.

Durante todo el año GNP mantiene programas de comunicación y capacitación que permiten mejorar la cultura de control en toda la institución.

## CULTURA DE SEGURIDAD INTEGRAL

Desde 2011, en GNP nos dimos a la tarea de blindar nuestros procesos operativos y de negocio bajo las premisas de autoevaluación, corresponsabilidad, prevención y compromiso, que paulatinamente van permeando entre nuestros colaboradores. A esto lo llamamos la *Nueva Cultura de Seguridad*.

Para arraigar esta cultura, GNP realiza diversas acciones y participa junto con las autoridades gubernamentales, asociaciones privadas y ONG's en la innovación de estrategias para el fortalecimiento de la ética empresarial, de las políticas públicas de seguridad y de la normatividad vigente en la materia.

GNP participa en comités de intercambio entre las empresas de Grupo BAL, que generan aprendizajes, sinergias y mejores prácticas en materia de ética empresarial, prevención de riesgos, seguridad integral y protección civil.

En el marco de la *Nueva Cultura de Seguridad de GNP*, la empresa desarrolló la versión electrónica "*Recomendaciones de Prevención y Autocuidado*". Este documento electrónico –derivado del taller presencial que nació como una actividad orientada a pequeños grupos–, está ya alojado en el Centro de Aprendizaje Virtual, acción que pone la información al alcance de todos los colaboradores. El material, que incluye "*tips*" de prevención orientados a minimizar el riesgo de ser víctimas de la delincuencia en diversos escenarios cotidianos, se compartió con más de dos mil colaboradores, y ha permitido a los ejecutores de los procesos cotidianos identificar sus vulnerabilidades, reportarlas y desarrollar mejoras que impactan y armonizan con los principios de nuestro *Estándar de Liderazgo*.

También, en el marco de la *Nueva Cultura de Seguridad*, GNP organizó el taller "*Manejo de Crisis*" cuyo objetivo fue el de homologar los criterios de prevención y manejo de crisis entre los 25 representantes de las empresas de Grupo BAL en el Comité, así como compartir experiencias y protocolos de manejo de crisis reconocidos como mejores prácticas y casos de éxito a nivel mundial, e integrar a los nuevos participantes en el Comité en la dinámica del mismo.

**Protección Civil**  
-Calendario de cursos 2013-

¿Sabes cómo responder ante una emergencia?

**Curso Integral**

- ¿Qué hacer en caso de emergencia en tu casa u oficina?  
**Primeros auxilios**
- ¿Cómo actuar en caso de un sismo o incendio en un edificio?  
**Evacuación de inmuebles**
- ¿Cómo estar preparado para ayudar a tu familia o compañeros en caso de una emergencia?  
**Prevención y combate contra incendios**

**Opción 1**  
Jueves 25 de abril  
Plaza GNP Aula Lealtad  
08:00 a 17:00

**Opción 2**  
Jueves 30 de mayo  
Plaza GNP Aula Lealtad  
08:00 a 17:00

**¡Capacítate!**

Para mayores informes y confirmación de asistencia escribe a [edynora@gnp.com.mx](mailto:edynora@gnp.com.mx) o marca a la ext. 9498

**GNP SEGUROS**



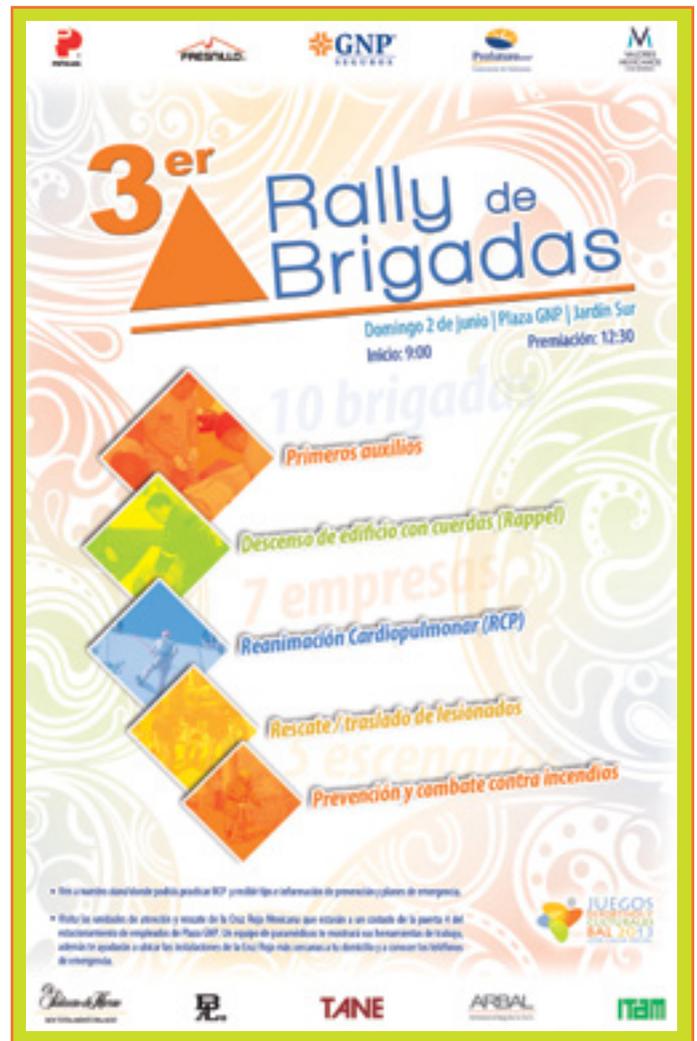
## SEGURIDAD E HIGIENE Y PROTECCIÓN CIVIL

En nuestros centros de trabajo tenemos instaladas y debidamente registradas ante la Secretaría del Trabajo y Previsión Social, seis comisiones de Seguridad e Higiene, integradas por un total de 80 colaboradores de la empresa que reciben capacitación constante en la materia.

CAPACITACIÓN EN:	2012		2013	
PROTECCIÓN CIVIL	505 COLABORADORES	203 PROVEEDORES	585 COLABORADORES	234 PROVEEDORES
HIGIENE Y SEGURIDAD	120 COLABORADORES		120 COLABORADORES	

A nivel nacional, GNP cuenta con 475 brigadistas, entre empleados y proveedores. Además, durante 2013 se impartieron cursos dirigidos a los colaboradores y proveedores que laboran en nuestras instalaciones a nivel nacional. Las temáticas de los cursos fueron:

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



En estos cursos participaron 819 empleados de GNP y de sus filiales, así como proveedores.

También se realizó el *Rally de Brigadas* en el marco de los *Juegos Deportivos y Culturales BAL con Causa Social 2013*. En este evento se brindó capacitación a 66 colaboradores del Grupo y se contó con la presencia de autoridades de Protección Civil de la Secretaría de Gobernación, del Gobierno del Distrito Federal y de la Delegación Coyoacán. Se contó también con la participación activa de la Cruz Roja Mexicana.

Por su parte, el taller de "Tardes de verano" recibió a 45 niños de diferentes edades, que participaron en las pláticas denominadas "Porque me quiero, me cuido". Se contó con la intervención de especialistas en protección civil, quienes compartieron material audiovisual y actividades didácticas, así como los procedimientos de emergencia que se deben llevar a cabo ante sismos, emergencias médicas e incendios. Con estas actividades los hijos de nuestros colaboradores aprendieron sobre las funciones de los cuerpos de rescate y las actividades que realiza cada entidad de apoyo, además de memorizar los números de emergencia.



# GESTIÓN DE RIESGOS

## RIESGOS FINANCIEROS

Las metodologías y procedimientos para la identificación, seguimiento y control de riesgos financieros con las que cuenta GNP ayudan a la estabilidad de su rentabilidad y a su solvencia. De manera diaria se verifica que los niveles de riesgo del capital se mantengan por debajo de los límites aprobados por el Consejo de Administración y, de manera mensual, el Comité Consultivo de Riesgos vigila el grado de cumplimiento de las políticas y procedimientos para la Administración de Riesgos.

La nueva *Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas* que entrará en vigor en abril de 2015 plantea una participación más activa del sistema de riesgos en la gestión del negocio, vinculándolo al cálculo del capital requerido. Para enriquecer la normativa secundaria de esta Ley, GNP ha mantenido una colaboración directa con la autoridad y con la AMIS, y de manera interna adecuará a los nuevos requerimientos los modelos y análisis de riesgos ya implementados.

El entorno económico actual, después de que en 2012 se alcanzaron niveles mínimos en las tasas de interés, ha logrado una recuperación importante, con lo cual se ha mejorado de manera natural el perfil de rentabilidad y solvencia de los productos de seguro de largo plazo. En este contexto, GNP, siguiendo sus políticas de inversión, mantiene el cuidado de la correcta inversión de recursos para cubrir el plazo de las obligaciones, así como una baja exposición a riesgos de contraparte.



## RIESGO OPERATIVO

Estamos fortaleciendo el *Modelo de Gestión de Riesgo Operativo de GNP*, el cual nos permitirá operar bajo un apetito de riesgo alineado con la estrategia del negocio y, adicionalmente, prepararnos para cumplir con la ya mencionada nueva Ley.

Para lograr lo anterior, durante 2013 creamos una estructura específica para continuar con el modelo de gestión de riesgo operativo en GNP, en los siguientes aspectos:

1. Establecer la estrategia de riesgo operativo y definir el apetito de riesgo.
2. Precisar la definición de los procesos y procedimientos necesarios para identificar, vigilar, administrar, medir, controlar, mitigar, dar seguimiento e informar los riesgos.
3. Implementar herramientas para la gestión del riesgo operativo que nos permita:
  - Generación de reportes de riesgo
  - Cuantificación de los riesgos
  - Evaluación de riesgos y controles
  - Análisis de escenarios
  - Indicadores clave de riesgos
  - Base de eventos de pérdida
4. Adicionalmente, se está creando la figura de "*Gestores de Riesgo Operativo*", que apoyarán en la identificación e información de los riesgos operativos en las principales operaciones.
5. Se establecerá un plan de comunicación para fortalecer la cultura de riesgo operativo en todos los niveles de la organización.

Todo lo anterior permitirá contar con un modelo sustentable de gestión de riesgo operativo en GNP.

## RIESGOS NATURALES

Los riesgos naturales a los que están expuestos nuestros clientes son los siguientes:

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

Tanto el peligro como el riesgo derivado al que están expuestos los asegurados, son evaluados con la ayuda de sistemas especialmente diseñados para estimar los daños ocasionados por un eventual fenómeno catastrófico que afectase a la República Mexicana.

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

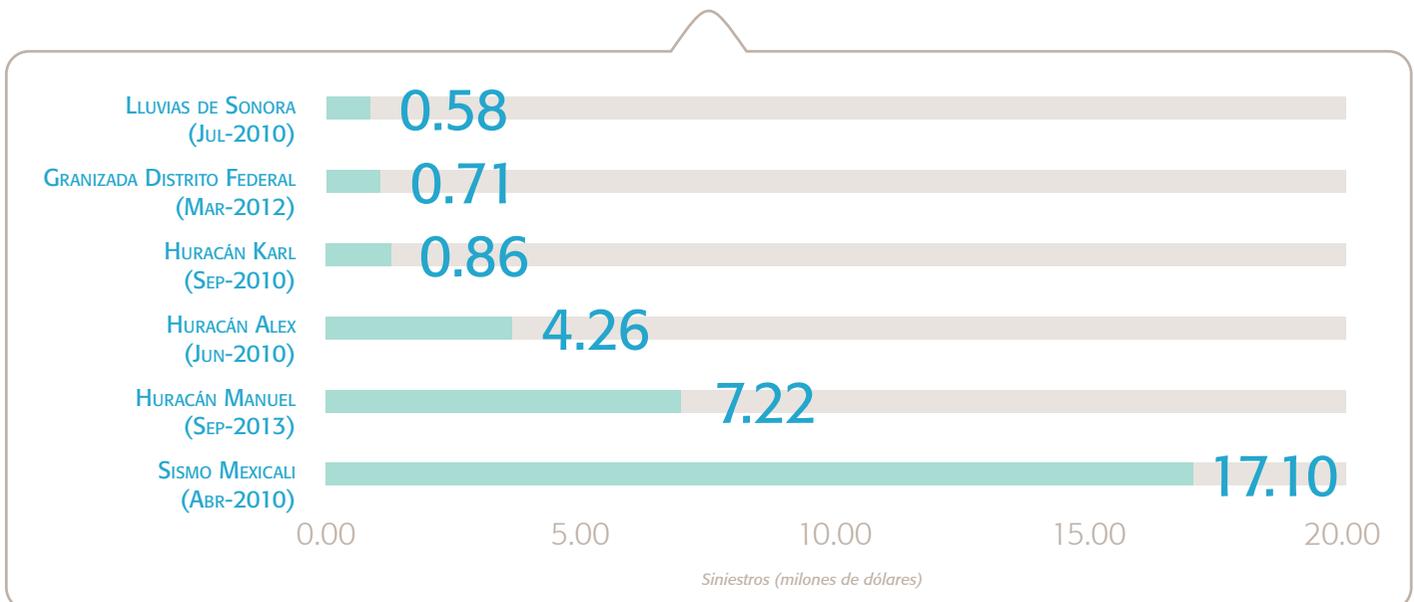


## MECANISMOS DE TRANSFERENCIA DE RIESGOS NATURALES

El crecimiento de una economía como la mexicana requiere de 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.



# VI. Compromiso y diálogo social



## LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN

Nuestro compromiso con México va más allá de brindar un respaldo financiero a las familias mexicanas. Buscamos fortalecer una cultura de prevención integral que nos permita contribuir activamente en el desarrollo del país. Por ello nuestra comunicación está enfocada en transmitir de manera ética mensajes que contribuyan en la formación de la sociedad mexicana, desde niños, jóvenes y adultos, alineando así los valores organizacionales de GNP con los de una sociedad sana e incluyente.

Toda nuestra comunicación tiene como objetivo generar y difundir mensajes positivos para nuestro país, y materiales de valor que inspiren la construcción de un México grandioso. Lo anterior está apoyado en nuestro slogan "*Vivir es increíble*", porque creemos en la vida, como todos creen en ella, como todos quieren que sea: increíble.

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN INTERNA



### CONTACTA

GNP continuó en 2013 con el modelo de comunicación *Contacta*, mediante el cual los colaboradores pueden informarse sobre lo que sucede en la empresa, así como involucrarse en diversas actividades de la organización.

*Contacta* cuenta con diversos canales orientados a crear, difundir y transmitir contenidos relevantes, a través de diferentes procesos y medios:

#### ACTIVIDADES:

- **Junta de Funcionarios:** reunión en la que el Director General comparte con el personal directivo información estratégica relacionada con el negocio, mercado y cultura.
- **Líderes de transformación:** estrategia de comunicación bidireccional entre la Dirección General y la organización a través de reuniones mensuales con un grupo de funcionarios, quienes a su vez también sostienen sesiones mensuales con sus Grupos de Contacto (conformados por funcionarios y gerentes de distintas áreas) en las que se comparten información de mercado, cultura, estrategia y negocio.

- **Charla con AB:** chat mediante el cual los colaboradores tienen la oportunidad de conversar con nuestro Director General y expresar sus inquietudes. Durante 2013, más de mil personas participaron en este ejercicio.
- **Platica con...:** un evento en el que los colaboradores que han obtenido un desempeño destacado pueden conocer más de cerca la labor que llevan a cabo los directivos en GNP, y entablar con ellos un diálogo sobre de los proyectos y estrategias que están ejecutando.

#### MEDIOS ELECTRÓNICOS:

- **Enlace:** intranet para empleados, con información y sitios de consulta más robustos.
- **Pantallas electrónicas:** noticias generales, información corporativa, eventos, campañas y cumpleaños.
- **Buzón de voz:** consiste en el envío, vía telefónica, de mensajes de voz para el personal directivo, gerentes y jefes de departamento.



#### MEDIOS IMPRESOS:

- **Manteletas:** son impresos que se colocan en las charolas del comedor de empleados de Plaza GNP, las cuales cuentan con información y sugerencias de interés general.
- **Volantes:** también llamados *flyers*, para informar sobre algún evento puntual o que debe tener mayor visibilidad y presencia.
- **Pósters en acrílicos:** información de interés general que se coloca en los sanitarios de la empresa.
- **Revista Vive GNP:** información de interés general e institucional que se distribuye a nivel nacional en la empresa. En 2013 se publicaron cuatro ediciones.

# PUBLICIDAD RESPONSABLE

## CULTURA DE PREVENCIÓN

La responsabilidad social es uno de los valores más importantes para GNP y va más allá de generar acciones altruistas. Se ha convertido en parte fundamental de todas las acciones de la empresa, beneficiando no sólo a nuestros asegurados sino también a colaboradores, fuerza productora y en general a todos los mexicanos.

Es por ello que en 2013, la estrategia de comunicación se enfocó principalmente a fomentar en los mexicanos una cultura de prevención en tres ejes principales: prevención financiera, prevención social y acciones sociales. Estos ejes de comunicación se definieron con el principal objetivo de sensibilizar a las familias mexicanas sobre el entorno económico-social actual, y fomentar así medidas que disminuyan el impacto de éstos en su calidad de vida, protegiendo su patrimonio y estabilidad económica y apoyando el logro de sus metas en todas sus etapas de vida.

En 2013 se emitieron 32 boletines para medios externos de comunicación, tocando diferentes temas alineados a nuestra estrategia de comunicación enfocada a fomentar una cultura de prevención integral. Uno de los principales temas que se abordaron fue el de la salud, uno de los más importantes pilares de la sociedad mexicana.

## CAMPAÑA "INSTANTES INCREÍBLES"

Esta campaña tuvo como objetivo recordar esos pequeños y grandes momentos que algunas veces no alcanzamos a detectar, pero que van haciendo que nuestra vida sea increíble.

La imagen de la campaña consta de seis versiones gráficas y un spot que reúne una serie de instantes: desde los más simples, como que regrese la luz, terminar de armar un rompecabezas o quitarse los zapatos al llegar a casa; instantes divertidos, como reuniones con amigos, jugar fútbol, y hasta los instantes extraordinarios, como el nacimiento de un bebé, mostrando así la importancia de cada momento e invitando a disfrutarlo, porque de eso se trata la vida.





La segunda etapa de la campaña consistió en un concurso que duró del 1 de mayo al 30 de junio de 2013, en el que invitamos al público en general a capturar y compartir cada instante increíble de su vida, subiendo luego las fotos a [viviresincreiblegnp.com.mx](http://viviresincreiblegnp.com.mx), e invitar a familiares, amigos y conocidos a votar. Las tres fotos más votadas tuvieron la oportunidad de elegir una experiencia increíble, y dos de ellas, al ser de clientes, tuvieron la oportunidad de elegir dos experiencias.

Los resultados logrados fueron:

147,020 VISITAS AL *LANDING PAGE*

23,714 USUARIOS

2,568 FOTOS REGISTRADAS

36,078 VOTOS



Las experiencias increíbles seleccionadas fueron:

**PRIMER LUGAR:**

- **Recorrido por un Safari en Kenia, África**
- **Visita a una de las maravillas – China**



**SEGUNDO LUGAR:**

- **Visita a una de las maravillas – Petra, Jordania**
- **Descubrimiento del fondo del mar en Hawái**



**TERCER LUGAR:**

- **Visita a una de las maravillas - Machu Picchu**



## CAMPAÑA "SEGURO MÉDICO"

Continuando con el esfuerzo para posicionar a GNP como empresa multirrama, en 2013 la campaña de publicidad de producto se enfocó en el seguro médico, difundiendo los beneficios de *Línea Azul Flexible*:

- CERO DEDUCIBLE EN ACCIDENTES
- ELECCIÓN DE HOSPITALES
- SEGUNDA OPINIÓN MÉDICA SIN COSTO
- EMERGENCIAS EN EL EXTRANJERO
- AMBULANCIA LAS 24 HORAS Y ASISTENCIA TELEFÓNICA (EN D.F., GUADALAJARA Y MONTERREY)
- PAGANDO SÓLO POR LO QUE NECESITAS

Todo esto se representó a través de los momentos increíbles y diferentes que vive cada persona, manteniendo el tono positivo que caracteriza nuestra filosofía.

Versiones de los *spot* transmitidos en televisión y cine:

- MEJOR AMIGO
- ROMÁNTICO
- ASTRONAUTAS

Versiones gráficas en espectaculares, vallas y pantallas.

Versiones de *spot* de radio por cada beneficio:

- CERO DEDUCIBLE EN ACCIDENTES
- ELECCIÓN DE HOSPITALES
- SEGUNDA OPINIÓN MÉDICA SIN COSTO
- AMBULANCIA LAS 24 HORAS Y ASISTENCIA TELEFÓNICA
- EMERGENCIAS EN EL EXTRANJERO



## GNP SEGUROS DA A CONOCER UN PROGRAMA DE ACOMPAÑAMIENTO INTEGRAL ÚNICO EN MÉXICO PARA EL TRATAMIENTO DE CÁNCER DE MAMA

Congruente con el liderazgo que mantiene desde hace más de siete décadas en *Gastos Médicos Mayores*, GNP Seguros pone un pie adelante en el diagnóstico y tratamiento del cáncer de mama, ofreciendo un esquema de acompañamiento integral a nuestras aseguradas, que atiende desde los aspectos físicos hasta los psicológicos causados por este padecimiento, considerado como la tercera causa de muerte para las mujeres mexicanas.

Este nuevo esquema de atención y acompañamiento integral parte de un diagnóstico certero y oportuno que nuestras aseguradas podrán realizarse a través de la alianza establecida con especialistas en pruebas moleculares de última generación, que identifican el grado de riesgo y permiten brindar el tratamiento más adecuado para el nivel de peligrosidad del carcinoma.

*“A través de esta prueba molecular se pueden aplicar tratamientos alternativos a las quimioterapias. De acuerdo con estudios realizados con esta tecnología, seis de cada 10 mujeres no necesitarían de quimioterapias para tratar el cáncer de mama y podrían ser atendidas a partir de tratamientos con hormonas”,* expuso Juan Ignacio Gil Antón, Director de Seguros Corporativos de GNP Seguros.

El cáncer afecta las distintas facetas de la vida personal, familiar y laboral de las mujeres, por ello en GNP hemos diseñado este esquema que responde oportunamente a las inquietudes económicas, psicológicas, emocionales y terapéuticas de nuestras aseguradas garantizando, en primer lugar, el pago oportuno de todos los procedimientos relacionados con el diagnóstico y atención –incluida la prueba de análisis molecular– así como el seguimiento empático y profesional de psicólogos, oncólogos y demás profesionales de la salud relacionados con su tratamiento.

*“Una ventaja adicional es que la asesoría especializada que ofrecemos a nuestras aseguradas se lleva a cabo por una ventanilla única que garantiza la atención por parte del mismo médico que conoce su caso desde el principio y hasta el final de su tratamiento”,* explicó Héctor Anaya, Director de Servicios y Operaciones de GNP Seguros.

A nivel del sector asegurador en México, el 45% de los asegurados en *Gastos Médicos Mayores* tienen entre 25 y 44 años, y más del 40% de todos los pagos por enfermedades catastróficas están relacionados con el cáncer. Tan sólo durante 2012 GNP pagó más de 200 millones de pesos por casos de cáncer de mama, y de enero a septiembre de 2013 ya se rebasaban los 170 millones.

Actualmente la cartera de Gastos Médicos de GNP cuenta con más de un millón 200 mil asegurados y una participación de mercado del 30%, lo que significa que una de cada tres pólizas de Gastos Médicos en México está respaldada por GNP Seguros. Esta nueva oferta de valor brinda la misma solidez que caracteriza a los productos de GNP, así como otras ventajas competitivas entre las que destacan: 0% de deducible en accidentes, segunda opinión médica sin costo, atención de ambulancia 24 horas y atención médica de emergencia en el extranjero.

*“En GNP Seguros estamos convencidos de que podemos dar la batalla al cáncer de mama; por una parte acercando a nuestras aseguradas información sobre la más avanzada tecnología en el tratamiento y diagnóstico, promoviendo programas de prevención y, por otro lado, a través de nuestras acciones de responsabilidad social, como el pasado 19 de octubre que, mediante una dinámica en redes sociales, donamos 3,685 mastografías a mujeres de escasos recursos a través de la Fundación Luis Pasteur”,* concluyó Juan Ignacio Gil Antón.

Con motivo del lanzamiento de su programa de acompañamiento, GNP Seguros regaló a todas sus aseguradas de Gastos Médicos un estudio para la detección del cáncer de mama.



## CAMPAÑA “NEVADAS INCREÍBLES”

La Navidad es una de las épocas preferidas del año, que brinda mensajes de paz, amor y sueños que se ven consolidados gracias a la actitud y calidez que caracteriza a la sociedad mexicana.

En el marco de las festividades decembrinas y del inicio de 2014, GNP regaló a los habitantes y visitantes del Distrito Federal, un evento que los hizo vibrar y afirmar que *Vivir es increíble*, a través de unas nevadas que cubrieron de blanco espacios de acceso al público en general, para que todos pudieran disfrutar de ello. *Las Nevadas increíbles*, además de contribuir a ser una atracción turística en la temporada vacacional, representaron un bien común para toda la ciudadanía, provocando momentos para compartir en familia y con los amigos, así como para realizar actividades recreativas sin salir de la ciudad.

La última vez que nevó en la ciudad fue en 1967. En aquella ocasión, la Capital registró una temperatura de tres grados bajo cero. Que todos tengan la oportunidad de experimentar algo similar a lo que se vivió hace casi 47 años y el deseo de las personas, es lo que motivó a GNP para crear unas espectaculares nevadas.

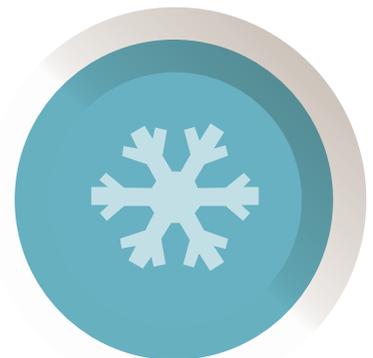
La realización de las *Nevadas increíbles* contó con la tecnología más avanzada para generar la sensación de una caída de nieve real; las sustancias utilizadas fueron probadas a nivel internacional para evitar cualquier tipo de daño a niños y adultos, siendo además amigables con el medio ambiente.

Las *Nevadas increíbles* constituyeron un ejemplo más de colaboración entre la iniciativa privada, la sociedad civil y las autoridades capitalinas para dar la oportunidad de que los ciudadanos disfruten eventos de primer nivel, que motiven aún más a visitar y realizar actividades en la ciudad de México en convivencia de toda la familia.

Las nevadas se llevaron a cabo en las Plazas Hidalgo y Centenario de la delegación Coyoacán, y en el corredor peatonal de la calle Madero y cruce con Motolinía, del 4 de diciembre al 5 de enero.

Adicionalmente, participamos en los documentales “*Vivir es increíble por el Planeta*” en conjunto con Noticieros Televisa, a través de cinco programas especiales:

- *17 DÍAS EN EL FIN DEL MUNDO*
- *EL GRAN PEZ*
- *LOS UNICORNIOS DEL MAR*
- *EL TIBURÓN BLANCO*



## DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

Debido al impacto bidireccional que tiene el relacionarnos con determinados grupos de interés, la organización considera como prioritarios en este Informe los siguientes:



### MECANISMOS DE DIÁLOGO Y VINCULACIÓN CON LOS GRUPOS DE INTERÉS

GRUPO DE INTERÉS	MECANISMO DE DIÁLOGO	FRECUENCIA
COLABORADORES	<ul style="list-style-type: none"> <li>ENCUESTA DE DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL</li> <li>ENCUESTA DE MATERIALIDAD PARA DETECCIÓN DE ASUNTOS RELEVANTES</li> <li>CHARLA CON AB</li> <li>LÍDERES DE TRANSFORMACIÓN</li> </ul>	ANUAL ANUAL SEMESTRAL MENSUAL
CLIENTES	<ul style="list-style-type: none"> <li>ESTUDIO DE SATISFACCIÓN Y LEALTAD</li> </ul>	PERMANENTE
PROVEEDORES	<ul style="list-style-type: none"> <li>ENCUESTA DE MATERIALIDAD PARA DETECCIÓN DE ASUNTOS RELEVANTES</li> </ul>	ANUAL
REPRESENTANTES DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>ESTUDIO DE SATISFACCIÓN Y LEALTAD</li> </ul>	PERMANENTE
AUTORIDADES REGULATORIAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>CONSULTAS, ENCUENTROS Y JUNTAS DE TRABAJO</li> </ul>	PERMANENTE DURANTE EL AÑO A TRAVÉS DE LA CNSF, CNBV <sup>9</sup> Y LA CONDUSEF <sup>10</sup>
ORGANIZACIONES SINDICALES	<ul style="list-style-type: none"> <li>NEGOCIACIONES CONTRACTUALES Y/O SALARIALES</li> </ul>	ANUAL
EMPRESAS FILIALES	<ul style="list-style-type: none"> <li>ENCUENTROS Y JUNTAS DE TRABAJO</li> </ul>	PERMANENTE DURANTE EL AÑO
EMPRESAS ASEGURADORAS Y ASOCIACIONES DEL SECTOR	<ul style="list-style-type: none"> <li>ENCUENTROS Y JUNTAS DE TRABAJO</li> </ul>	PERMANENTE DURANTE EL AÑO A TRAVÉS DE LA PARTICIPACIÓN EN LA AMIS
BENEFICIARIOS DE PROGRAMAS SOCIALES Y SOCIEDAD CIVIL	<ul style="list-style-type: none"> <li>GOL POR MÉXICO</li> </ul>	ANUAL

## PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES

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

La participación de GNP se realiza a través de una cuota anual y con la difusión de los mensajes del Consejo de la Comunicación entre sus clientes y colaboradores, así como con la participación activa y permanente mediante representantes de alto nivel en sus diferentes 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. Cabe resaltar que la activa participación de funcionarios de GNP en los trabajos relacionados con la *Nueva Ley de Instituciones de Seguros y Fianzas*, ha sido motivo de reconocimiento por parte de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas, tanto por la participación dentro de la AMIS

como por la aportación, en reuniones bilaterales con la mencionada Comisión, de elementos muy útiles para el robustecimiento de la *Fórmula General*.

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

Dentro de la Asociación Internacional de Actuarios (AAI), funcionarios de la empresa representan a México en diversos comités: José Luis Lobera es miembro del Comité de la Sección de Estudios Actuariales de No Vida (ASTIN por sus siglas en inglés) y del Comité de Asesoría y Asistencia; Jesús Zúñiga es miembro del Comité de la Sección de Vida (IAALS por sus siglas en inglés) del Comité de Estándares de Práctica y del de Contabilidad de Seguros. Con ésto, la profesión actuarial mexicana muestra su grado de avance, se mantiene al tanto de la evolución del conocimiento en el mundo y participa para garantizar el prestigio de la profesión y para que el punto de vista de México se incorpore en los desarrollos de la AAI.

9 Comisión Nacional Bancaria y de Valores

10 Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros

GNP demuestra su compromiso con la generación y difusión de conocimiento sobre la administración de riesgos en nuestro país y en el mundo.

También participamos en:

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

## PARTICIPACIÓN EN EL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR E INJERENCIA EN LA GESTIÓN PÚBLICA

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

### GASTOS MÉDICOS Y SALUD

COMITÉ/ GRUPO DE TRABAJO	REPRESENTANTE
COMITÉ COORDINADOR DE ACCIDENTES Y ENFERMEDADES	FERNANDO ROBERT

- Participación en juntas con la CNSF para el diagnóstico de la situación actual de Gastos Médicos (GM).
- Desarrollo conjunto con el CONAC de un estudio sobre la situación actual de GM y el Estándar de Práctica Actuarial de Reservas de Siniestros de GM.
- Desarrollo del proyecto "Redefinición Legal de Accidentes y Enfermedades" con el despacho PricewaterhouseCoopers (PwC).
- Sistema de homologación de procesos administrativos hospitalarios entre aseguradoras y hospitales.
- Revisión de la LISF y la CUSF.
- Participación en estrategias de promoción del ramo en conjunto con IPSOS y el Comité de Comunicaciones.

COMITÉ/ GRUPO DE TRABAJO	REPRESENTANTE
COMITÉ COORDINADOR MEDIDAS PREVENTIVAS Y CORRECTIVAS CONTRA FRAUDES GM	FRANCISCO POLO QUIÑONES SILVIA BARRERA

- Desarrollo de un sistema que ayude a prevenir y combatir el fraude en GM.

### AUTOS

COMITÉ/ GRUPO DE TRABAJO	REPRESENTANTE
COMITÉ DE AUTOMÓVILES	TONATIUH GUTIÉRREZ JOSÉ LUIS LOBERA
GRUPO DE TRABAJO TÉCNICO	MARTÍN IRAIZOS
GRUPO DE TRABAJO DE ESTADÍSTICA	AGLAÉ RAMÍREZ
GRUPO DE TRABAJO DE DECLARACIÓN AMISTOSA	ALEJANDRO REYES
COMITÉ DE NORMATIVIDAD Y VIGILANCIA	GEORGINA NORIEGA SELENE CEBALLOS
GRUPO DE TRABAJO DE GRÚAS Y CORRALONES	ALEJANDRO CONTRERAS MARÍA ÁNGELES TORRES
SISTEMA DE ANÁLISIS DE PREVENCIÓN	MARCO DURÁN

- Tarifa de referencia y condiciones generales del seguro obligatorio (federal y estatal).
- SESA trimestral.
- Protocolo de atención para la indemnización por muerte.
- Cámara de liquidación del seguro obligatorio.
- Convenio de colaboración con la Secretaría de Salud del D.F.
- Integración de la base de la guía de deslinde dentro del protocolo de atención de peritos del Gobierno del D.F.
- Cámara de liquidación.
- Nuevo reglamento SIPAC (Sistema de Pago entre Compañías).
- Bases de operación para la subrogación entre compañías, derivadas de la concurrencia de seguros.
- Emisión de finiquitos y facturas de los sistemas de recuperación.
- Contrato de adhesión para servicios de arrastre, salvamento y depósito vehicular.
- Propuesta de tarifa para maniobrar fuera del camino.
- Prevención de fraudes e impulso de las sanas prácticas.
- Calibración.



## JURÍDICO

COMITÉ/ GRUPO DE TRABAJO	REPRESENTANTE
COMITÉ JURÍDICO	GABRIEL CORVERA
	ALBERTO DE LA PEZA
	ANNA ISABEL GIFFARD

- Reforma financiera.
- Reforma hacendaria.
- Reforma penal. Artículo 400 Bis del *Código Penal Federal*.
- Reforma *Ley de Caminos, Puentes y Autotransporte Federal*.
- Revisión de la CUSF. Temas jurídicos y apoyo a otros Comités de AMIS.
- Revisión y negociación con CONDUSEF de las Reglas REUS.

COMITÉ/ GRUPO DE TRABAJO	REPRESENTANTE
GRUPO DE TRABAJO COMITÉ DE COMUNICACIÓN Y CONTROL	EDGAR CRUZ
	ANA NOEMÍ DOMÍNGUEZ
	CARLOS TÉLLEZ
	VERÓNICA GÓMEZ
	RICARDO ALONSO GALINDO

- Reforma penal. Artículo 400 Bis del *Código Penal Federal*.
- Revisión y negociación del documento de *Mejores Prácticas emitido por la Unidad de Inteligencia Financiera (UIF)*.
- Instrumentación de las disposiciones de carácter general a que se refiere el artículo 140 de la *Ley General de Instituciones y Sociedades Mutualistas de Seguros*.
- Análisis de las actividades vulnerables a las que se refiere la *Ley Federal para la Prevención e Identificación de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita*.

COMITÉ/ GRUPO DE TRABAJO	REPRESENTANTE
GRUPO DE TRABAJO DATOS PERSONALES	EDGAR CRUZ
	ANA NOEMÍ DOMÍNGUEZ
	RICARDO ALONSO GALINDO
	SERGIO ANTONIO VILLARREAL

- Elaboración de Aviso de Privacidad marco para el sector asegurador.
- Negociación con el Instituto Federal de Acceso a la Información (IFAI) para la elaboración de criterios generales para el sector asegurador.
- Revisión y negociación con CONDUSEF de las *Reglas REUS (Registro Público de Usuarios Personas Físicas)*.
- Revisión del convenio a firmar entre la OII y sus asociadas.
- Asistencia a seminarios y talleres convocados por el IFAI.

## SOLVENCIA

COMITÉ/ GRUPO DE TRABAJO	REPRESENTANTE
COMITÉ DE SOLVENCIA	JESÚS ZÚNIGA
	IRMA MEDINA
	JOSÉ LUIS GUTIÉRREZ
	JUAN CARLOS VELASCO

- Análisis y negociación del *Modelo de Requerimiento de Capital de Solvencia, Mejor Estimador y Margen de Riesgo de la Circular Única de Seguros de la LISF para el Primer Estudio de Impacto Cuantitativo (EIQ)*.
- Análisis y negociación del *Estudio de Impacto Cualitativo* bajo el nuevo régimen de capital basado en riesgo.
- Negociación de temas prioritarios para la negociación de la CUSF.
- Revisión del Título 3 de la *Circular Única*.
- Revisión y aprobación de propuestas de postura de cada *Título de la Circular Única de la LISF*.

## CANALES DE DISTRIBUCIÓN

COMITÉ/ GRUPO DE TRABAJO	REPRESENTANTE
COMITÉ DE CANALES DE DISTRIBUCIÓN	GERMÁN AGUADO
	ETHEL GARCÍA
	LORENA TAPIA

- Revisión de los Capítulos 4.8, 4.9 y 4.10 del Título 4, Título 32 y Título 33.
- Elaboración de una propuesta de redacción de dichos títulos con base en las iniciativas que tiene el sector referente al tema de agentes de seguros y canales masivos, así como de los documentos de motivación.
- Elaboración de una encuesta de satisfacción de agentes y una sobre promotorías, para conocer a fondo los elementos que permiten atraer y retener talento en el sector asegurador, y la relación que existe entre los promotores y los agentes.
- Elaboración de un análisis de las mejores prácticas y recomendaciones referentes a la figura del agente de seguros y promotor, con el objetivo de proponer, a manera de recomendación, una serie de medidas, con base en las



mejores prácticas internacionales, así como proporcionar la visión de las figuras involucradas en los procesos de generación y formación de fuerzas de ventas.

- Reuniones con CONDUSEF para dar seguimiento al cumplimiento de protocolos comerciales.
- Elaboración de una guía con 10 consejos prácticos para que el usuario sepa qué hacer cuando se le ofrezca un seguro vía telefónica o en el banco, así como de un documento que plasme la evolución y ventajas que tiene este medio de venta.
- Análisis de la información que se reporta en el Sistema Estadístico del Sector Asegurador (SESA) y en el Sistema de Registro de Productos, relacionada con canales de distribución.
- Propuesta de homologación y establecimiento de definiciones a los campos de los catálogos de la variable "Forma de venta".

## VIDA

COMITÉ/ GRUPO DE TRABAJO	REPRESENTANTE
COMITÉ COORDINADOR VIDA	HUMBERTO MUÑOZ
SINIESTROS VIDA	SILVIA ATESCATENCO
MÉDICO	MARÍA DE LOURDES DÍAZ
CONSERVACIÓN	BLANCA BENÍTEZ
	EDUARDO GODOY
MORTALIDAD	BLANCA BENÍTEZ

- Proyecto de expansión de mercado, del seguro suplementario de la cobertura de riesgos de trabajo, establecida en la ley del IMSS.
- Reuniones con autoridades, como la SHCP y con el propio IMSS, para presentar la propuesta del sector, sobre las coberturas de invalidez y vida y riesgos de trabajo.
- Reuniones con autoridades, en las que se dieron a conocer los proyectos de *Incentivos Fiscales en los Seguros de Vida y Planes Individuales de Retiro*.
- Trabajo en la tarificación del seguro de vida para jefas de familia, para presentar una propuesta concreta a SEDESOL.
- Elaboración de varios estudios de mortalidad: *Vida Individual 2003-2012* y *Bancaseguros 2006-2012*.
- En apoyo al combate al fraude en vida, se elaboró el estudio estadístico por tipo de homicidio (2013) y se trabajó en las mejoras para el *Sistema de Intercambio de Información de Siniestros Especiales (INISIES)*.
- Reuniones periódicas en las que se intercambian experiencias sobre los siniestros, con el fin de emitir recomendaciones que ayuden al proceso de suscripción y análisis de los mismos.
- Pláticas sobre documentología y actividades ministeriales.
- Se dio a conocer la actualización de la *Guía de Suscripción de Riesgos Especiales del Seguro de Vida* (cuotas y homologación en las definiciones internacionales).
- Realización del estudio de Conservación Vida para los siguientes tipos de seguro: tradicional, flexible y descuento por nómina.

## COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN FINANCIERA

COMITÉ/ GRUPO DE TRABAJO	REPRESENTANTE
COMITÉ DE COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN FINANCIERA	ROSENDA MARTÍNEZ

- Estrategias de comunicación para los proyectos del plan de expansión de mercados: accidentes y enfermedades, vida y pensiones, autos y daños.
- Continuidad de la estrategia de comunicación y educación financiera.
- Relaciones públicas: vinculación con medios de comunicación, seminarios de capacitación para prensa, posicionamiento positivo del seguro en prensa y premio de periodismo AMIS.
- Campañas de comunicación: promoción del seguro y sus beneficios en medios masivos de comunicación.
- Proyectos educativos: educación financiera en seguros para niños, jóvenes y grupos vulnerables.
- Comunicación organizacional: difusión de los proyectos AMIS y del sector a las asociadas.



# A. Compromiso con nuestros colaboradores



## GESTIÓN DEL CAPITAL HUMANO

En GNP reconocemos que somos una organización humana cuyo éxito se debe a todas las personas que día a día aportan su talento en la gestión y operación de esta gran empresa. La conjunción de esfuerzos para llevar a buen puerto nuestra gestión la hacemos apegados a la legislación laboral, respetando siempre los derechos de nuestros colaboradores a través del siguiente marco normativo.

### REGLAMENTO INTERIOR DE TRABAJO

Atendiendo la normatividad laboral, contamos con un *Reglamento Interior de Trabajo* formulado de común acuerdo por los integrantes de la Comisión Mixta.

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 los procedimientos laborales de la organización y se detalla la manera en la que se otorgan las prestaciones y beneficios que concede la empresa a los empleados, entre los cuales se encuentran, mecanismos de ascenso, atención de conflictos, ayudas especiales, descansos, permisos, créditos, préstamos personales, apoyos educativos y de salud, entre otros.

### PLANTILLA LABORAL

2012

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

DIRECCIÓN	MUJER	HOMBRE	TOTAL	NO SINDICALIZADO	SINDICALIZADO	TOTAL
DIRECCIÓN GENERAL	30	30	60	60	0	60
ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE MERCADOS	33	17	50	50	0	50
CANALES ALTERNOS	10	15	25	25	0	25
FINANZAS	64	56	120	120	0	120
INVERSIONES Y RIESGOS	18	21	39	39	0	39
JURÍDICO	29	19	48	48	0	48
RECURSOS HUMANOS Y SERVICIOS ADMINISTRATIVOS	92	61	153	131	22	153
SECTOR PÚBLICO	28	30	58	56	2	58
SEGURO AUTOMÓVILES	53	58	111	108	3	111
SEGUROS CORPORATIVOS	155	188	343	308	35	343
SEGUROS PERSONAS	145	123	268	264	4	268
SISTEMAS, SERVICIO Y OPERACIONES	1,086	1,099	2,185	1,163	1,022	2,185
UNIDAD DE EFICIENCIA	2	8	10	10	0	10
MÉDICA MÓVIL	1	2	3	3	0	3
<b>TOTAL</b>	<b>1,746</b>	<b>1,727</b>	<b>3,473</b>	<b>2,385</b>	<b>1,088</b>	<b>3,473</b>



## 2013

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

DIRECCIÓN	MUJER	HOMBRE	TOTAL	NO SINDICALIZADO	SINDICALIZADO	TOTAL
DIRECCIÓN GENERAL	78	85	163	163	0	163
ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE MERCADOS	33	16	49	49	0	49
FINANZAS	51	37	88	88	0	88
INVERSIONES Y RIESGOS	24	27	51	51	0	51
JURÍDICO	28	19	47	47	0	47
RECURSOS HUMANOS Y SERVICIOS ADMINISTRATIVOS	95	63	158	135	23	158
SECTOR PÚBLICO	33	38	71	70	1	71
SEGURO AUTOMÓVILES	89	84	173	165	8	173
SEGUROS CORPORATIVOS	160	195	355	321	34	355
SEGUROS MASIVOS	16	21	37	37	0	37
SEGUROS PERSONAS	152	125	277	273	4	277
SISTEMAS, SERVICIO Y OPERACIONES	1,078	1,118	2,196	1,137	1,059	2,196
MÉDICA MÓVIL	0	2	2	2	0	2
<b>TOTAL</b>	<b>1,837</b>	<b>1,830</b>	<b>3,667</b>	<b>2,538</b>	<b>1,129</b>	<b>3,667</b>

## COMPOSICIÓN DEL PERSONAL DESGLOSADO POR GÉNERO Y EDAD

RANGOS DE EDAD	MUJER	HOMBRE	TOTAL
18 A 30 AÑOS	760	726	1,486
31 A 40 AÑOS	626	636	1,262
41 A 50 AÑOS	337	333	670
MÁS DE 50 AÑOS	114	135	249
<b>TOTAL</b>	<b>1,837</b>	<b>1,830</b>	<b>3,667</b>

## COMPOSICIÓN DEL PERSONAL DESGLOSADO POR NIVEL Y GÉNERO

NIVEL	MUJER	HOMBRE	TOTAL
FUNCIONARIO	43	181	224
GERENTE	230	277	507
JEFE DE DEPARTAMENTO	558	486	1,043
OPERATIVO	1,007	886	1,893
<b>TOTAL</b>	<b>1,837</b>	<b>1,830</b>	<b>3,667</b>

## COMPOSICIÓN DEL PERSONAL DESGLOSADO POR NIVEL Y REGIÓN

NIVEL	D.F. Y ALREDEDORES	NORESTE	NOROESTE	OCCIDENTE	SURESTE	TOTAL
FUNCIONARIO	204	8	2	7	3	224
GERENTE	439	23	10	22	13	507
JEFE DE DEPARTAMENTO	853	53	28	64	45	1,043
OPERATIVO	1,529	114	63	113	74	1,893
<b>TOTAL</b>	<b>3,025</b>	<b>198</b>	<b>103</b>	<b>206</b>	<b>135</b>	<b>3,667</b>

## COMPOSICIÓN DEL PERSONAL DESGLOSADO POR REGIÓN Y GÉNERO

REGIÓN	MUJER	HOMBRE	TOTAL
D.F. Y ALREDEDORES	1,469	1,556	3,025
NORESTE	104	94	198
NOROESTE	66	37	103
OCCIDENTE	114	92	206
SURESTE	84	51	135
<b>TOTAL</b>	<b>1,837</b>	<b>1,830</b>	<b>3,667</b>



## INDICADORES DE EQUIDAD DE GÉNERO

Con base en el estándar establecido por el Modelo de Equidad de Género MEG: 2012, en el que GNP se encuentra certificado desde hace 10 años, se calculan anualmente los siguientes indicadores:

DIFERENCIA SALARIAL PROMEDIO <sup>11</sup>	SEGREGACIÓN OCUPACIONAL <sup>12</sup>
3.73%	0.25%

## ATRACCIÓN DE TALENTO

### CENTRO DE ATRACCIÓN DE TALENTO (CAT)

En GNP tenemos la convicción de que el talento y la pasión de nuestra gente es pieza clave en el desarrollo y consolidación de cada una de las áreas que la conforman. Por esta razón buscamos personas que ponen el corazón en lo que hacen y que ofrecen lo mejor de sí, con un deseo intenso de crear sus propias oportunidades y de continuar desarrollando sus talentos.

Es importante contar con protocolos de atracción de talento que nos permitan identificar día a día candidatos con las mejores competencias para las posiciones vacantes.

El CAT es un espacio de evaluación y selección de personal que promueve, en cada contacto que tenemos con el candidato, que se vivan los valores y la cultura de la compañía. Este espacio brinda a los futuros empleados un mayor conocimiento de GNP, generando compromiso desde el primer acercamiento.

El crecimiento constante del negocio también nos ha llevado a seguir explotando las diferentes fuentes de reclutamiento para tener mayor captación de personal. Entre las fuentes externas más importante destaca el *Portal de Atracción de Talento* que, a tres años de su implantación, cuenta con 23,685 registros, lo que significa un incremento del 62% con respecto a 2012 (durante 2013 se registraron 7,217 nuevos candidatos). Adicionalmente, contamos con bolsas de empleos virtuales (OCC, Bumeran, Zona Jobs), así como con estrategias con universidades, ferias de reclutamiento, juntas de intercambio de cartera, volanteo, entre otras.



## APÚNTATE

Seguimos renovando y generando políticas enfocadas a la diferenciación del talento, con la finalidad de generar mayores oportunidades para nuestros colaboradores.

A través de esta herramienta, el personal de GNP y de sus empresas filiales (AVM, VALMEX, SAR, Médica Móvil) visualizan las plazas vacantes de nivel operativo, jefatura de departamento y gerencias de la compañía, por lo que el portal brinda de manera continua oportunidades de crecimiento personal y profesional, alineado a las competencias, habilidades y desempeño requeridos por el perfil.

*Apúntate* es la ventana institucional que permite el crecimiento para nuestros colaboradores a nivel nacional, tanto para plazas sindicalizadas como no sindicalizadas.

En 2013 se publicaron 823 plazas, de las cuales el 73% se cubren a través de la promoción interna de colaboradores de GNP y de las filiales.

FUENTE	NIVEL			TOTAL
	GERENTE	JEFE DE DEPARTAMENTO	OPERATIVO	
APÚNTATE – GNP	50	182	216	448
%	79	72	43	55
APÚNTATE – FILIAL	2	22	127	151
%	3	9	25	18
EXTERNO	11	48	163	224
%	18	19	32	27
<b>Total</b>	<b>63</b>	<b>252</b>	<b>506</b>	<b>823</b>



<sup>11</sup> El índice de diferencia salarial refleja la disparidad porcentual existente entre las percepciones salariales de los hombres frente a las mujeres.

<sup>12</sup> El índice de segregación puede tomar cualquier valor comprendido entre 0 y 1, y cuanto más alto sea el valor (más cerca a 1), mayor grado de segregación ocupacional. Cuando el índice es = a 0 o más cercano a éste, no existe segregación ocupacional o existe menos segregación ocupacional.

## MOVIMIENTOS DEL PERSONAL

## CAMBIO LATERAL

NIVEL	MUJER	HOMBRE	TOTAL
FUNCIONARIO	7	21	28
GERENTE	17	23	40
JEFE DE DEPARTAMENTO	44	26	70
OPERATIVO	24	10	34
<b>TOTAL</b>	<b>92</b>	<b>80</b>	<b>172</b>

## PROMOCIONES

NIVEL	MUJER	HOMBRE	TOTAL
FUNCIONARIO	5	14	19
GERENTE	35	30	65
JEFE DE DEPARTAMENTO	88	79	167
OPERATIVO	128	121	249
<b>TOTAL</b>	<b>256</b>	<b>244</b>	<b>500</b>

## CAMBIOS EN LA ESTRUCTURA

## ALTAS DE PERSONAL

NIVEL	2012	2013
FUNCIONARIO	9	9
GERENTE	28	19
JEFE DE DEPARTAMENTO	93	105
OPERATIVO	287	465
<b>TOTAL</b>	<b>417</b>	<b>598</b>

## HORAS EXTRAS

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

AÑO	HORAS EXTRAS LABORADAS	MONTO PAGADO AL PERSONAL
2012	143,746	13,933,914.11
2013	171,986	17,517,164.00

## BAJAS DE PERSONAL

MOTIVO	FUNCIONARIO	GERENTE	JEFE DE DEPARTAMENTO	OPERATIVO	TOTAL
LAMENTADA	5	20	68	94	187
DESEADA	13	29	39	91	172
DEFUNCIÓN	1	0	1	0	2
JUBILACIÓN	1	2	2	1	6
INVALIDEZ	0	0	1	0	1
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>51</b>	<b>111</b>	<b>186</b>	<b>368</b>

Índice de rotación de personal 2013: 6%



## CAPACITACIÓN

El objetivo del área de capacitación es fomentar la preparación y el desarrollo constante en los diferentes aspectos que nos demandan nuestras funciones, ya que el desarrollo de conocimientos y habilidades son un factor clave para nuestro crecimiento, tanto personal como profesional.

### CENTRO DE APRENDIZAJE VIRTUAL

En 2013 se potenció el uso de esta herramienta a través de una campaña de concientización sobre los beneficios del autoaprendizaje, ya que ésta es una tendencia mundial y una mejor práctica que seguimos como organización.

Adicionalmente, se fomentó entre la población el amplio catálogo de cursos que tiene como oferta educativa, mismos que contribuyen a desarrollar y fortalecer los conocimientos en diferentes aspectos laborales, profesionales y personales.

La oferta de cursos se encuentra dividida en cuatro diferentes categorías:

1. **Cursos institucionales:** en ellos se identifican los aspectos normativos que guían y regulan el adecuado desempeño de los colaboradores dentro de la empresa, con la finalidad de consolidar una sólida cultura de ética empresarial fundada en nuestros valores y principios.
2. **Cursos de habilidades:** apoyan el desarrollo de las competencias y habilidades para mejorar la interacción con otras personas, sea el propio equipo de trabajo, los clientes, proveedores, agentes, etc. Se dan a conocer estrategias y técnicas de negociación, para hablar en público, liderazgo y motivación, entre otras.
3. **Cursos técnicos:** son los especializados en el desarrollo, operación y promoción de los productos, así como de los diferentes ramos en los que la compañía basa su operación.
4. **Cursos para el uso de herramientas (sistemas):** son los que contienen el uso de la paquetería necesaria para el desempeño básico de nuestras funciones.

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



## FORO DE INTELIGENCIA COLECTIVA

Se implementó en 2013 como una ventaja adicional de nuestro Centro de Aprendizaje Virtual, con la finalidad de reforzar entre los colaboradores la importancia de transmitir los conocimientos y experiencias adquiridas en talleres, seminarios, congresos, viajes de experiencia profesional, entre otros. Consiste en depositar en la memoria institucional este acervo cultural para que pueda ser consultado y transferido por y para otros colegas de la empresa.

## CAPACITACIÓN PRESENCIAL

A raíz de la creación de las cédulas de desarrollo, la capacitación se encuentra más focalizada. Por lo tanto, durante 2013 se impartieron 184 temas presenciales, entre los cuales destacan:

- Plan anual de certificación para contadores, actuarios y auditores.
- *Taller de Servicio Estelar* para la Dirección de Atención a Clientes.
- Programa de *Desarrollo de Ejecutivos de Alto Desempeño* para ejecutivos de venta de Seguros Corporativos.
- Se capacitó a colaboradores de diferentes áreas en el tema relacionado con el nuevo marco regulatorio apegado a los principios del régimen de *Solvencia II*.
- Se capacitó al área de Atención Telefónica en temas de uso y habilidades de *Call Center*.
- Se inició con la tercera generación del *Programa Institucional de Finanzas* para homologar los aspectos financieros de la organización.
- Dio inicio el *Programa de Liderazgo* de manera institucional para gerentes y funcionarios, el cual busca reforzar los diferentes estilos de liderazgo entre colaboradores de estos niveles de la organización.
- Se desarrolló el *Plan de Capacitación Institucional para las Oficinas Especializadas de Autos (OEA)*s).

Se implementó el programa de Nivel Medio Superior (preparatoria) a Ejecutivos de Ventas de Seguros Masivos.

## PROGRAMA DE INDUCCIÓN

Se implementó como reforzamiento de la capacitación. Está dirigido a los colaboradores de nuevo ingreso a GNP y a las empresas filiales, y busca que se identifiquen rápidamente con la filosofía y cultura de la organización, especialmente con la forma en cómo se viven los valores, fomentando a través de un modelo vivencial, participativo y dinámico, el compromiso y sentido de pertenencia. Su función consiste también en concientizarlos sobre la oferta de valor que la empresa tiene para ellos y prepararlos para su desarrollo profesional.

## PROGRAMA DE LIDERAZGO

Surge como una de las acciones concretas derivadas del resultado de la *Encuesta de Desempeño Organizacional de 2012*, y se encuentra dirigido a todos los funcionarios, gerentes y jefes de departamento de la organización.

Su objetivo consiste en desarrollar líderes que obtengan mayor conciencia sobre los diferentes estilos de liderazgo, tales como: directivo, consultivo, retador y de apoyo, y cuenten con las herramientas para guiar efectivamente a su equipo de trabajo, balanceando el uso de estos estilos, dependiendo del contexto en una situación.

Este programa impactará las dos "palancas" que afectan el estilo de liderazgo: el nivel de conciencia sobre los estilos de liderazgo propios y la forma como los líderes manejan su tiempo.



## CONOCER

GNP, en conjunto con el Consejo Nacional de Normalización y Certificación (CONOCER), organismo dependiente de la Secretaría de Educación Pública (SEP), dio continuidad al proceso para acreditar conocimientos y habilidades de los asesores de servicio automovilístico, mediante el que se otorgan certificados con validez oficial a nivel nacional para reconocer la competencia en su función.

En 2013 se dio mayor énfasis en las certificaciones de "Atención de colisión en crucero a los usuarios de seguros de autos" de las oficinas foráneas, certificando a 43 asesores de servicio automovilístico en las entidades de: Mexicali, Tijuana, Hermosillo, Cd. Obregón, Mérida, Querétaro, Veracruz, Aguascalientes, León y Pachuca. Esto representa el 45% de avance en certificación de las oficinas foráneas, con lo que GNP se mantiene como un empresa líder dentro del sector asegurador con un total de 217 asesores de servicio automovilístico certificados.

## BECAS DE LICENCIATURA

Para promover, apoyar y contribuir al fortalecimiento y desarrollo del personal operativo sindicalizado, anualmente otorgamos becas de licenciatura a través de programas académicos que fortalecen el crecimiento profesional y organizacional, con lo que en 2013 se incrementó el número de becas asignadas: de 22 a 32.

## COMISIÓN MIXTA DE CAPACITACIÓN, ADIESTRAMIENTO Y PRODUCTIVIDAD

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

- Transmitir y ser un conducto de información a la organización para permear los diferentes esfuerzos o estrategias de capacitación.
- Impulsar y asegurar el cumplimiento de programas institucionales o esfuerzos locales.
- Levantar encuestas de satisfacción en las áreas en cuanto a la capacitación recibida.

## ESTADÍSTICAS DE CAPACITACIÓN (GNP Y EMPRESAS FILIALES)

CONCEPTO	2011	2012	2013	% 2012 VS. 2013
EMPLEADOS GNP Y FILIALES	4,760	5,860	6,482	11
NÚMERO DE EMPLEADOS CAPACITADOS	4,146	4,752	5,801	22
% DE EMPLEADOS CAPACITADOS	87	81	89	10
NÚMERO DE EVENTOS / PERSONA DE CAPACITACIÓN	10,779	14,995	20,375	36
CURSOS PROMEDIO TOMADOS POR PERSONA	2.5	3.15	3.51	11
TOTAL DE HORAS IMPARTIDAS	82,473	91,040	103,367	14
PROMEDIO DE HORAS TOMADAS POR PERSONA	20	19	18	6

NIVEL	PERSONAS CAPACITADAS	EVENTOS PERSONA	HORAS DE CAPACITACIÓN	HORAS PROMEDIO TOMADAS POR PERSONA
FUNCIONARIO	234	891	5,744	25
GERENTE	557	2,502	19,851	36
JEFE DE DEPARTAMENTO	1,557	6,298	33,134	21
OPERATIVO	3,601	10,684	44,639	12
TOTAL	5,949	20,375	103,368	17

TEMAS EN LÍNEA	159
TEMAS PRESENCIALES	184



## COACHING DE ALTO IMPACTO

Este programa tiene ya varios años en la organización, y es una herramienta clave para difundir los elementos del *Programa de Transformación* de la empresa y para transmitir los principales conceptos de nuestra cultura, además de ayudar a los funcionarios a desarrollar habilidades de liderazgo y apoyos para alcanzar los objetivos propuestos.

En 2013 se impartieron sesiones de *coaching* a 134 funcionarios, con ocho sesiones individuales y ocho grupales, con lo cual se cubrió una población aproximada de 880 colaboradores.

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

## DÍA DEL SERVICIO "UN DÍA CONTIGO"

Se llevó a cabo por quinto año consecutivo con el fin de fortalecer la cultura de servicio. Participaron 294 funcionarios y gerentes de GNP y de empresas filiales quienes, por un día, vivieron las funciones de un puesto de atención a asegurados o ventas.

Más de 500 colaboradores, entre socios, tutores y líderes de ideas, propusieron nuevas ideas dirigidas a enriquecer nuestro trabajo. Para ello, se realizó un trabajo de análisis, evaluación e implementación de las 146 ideas que se recibieron como resultado de esta experiencia.

- Participaron 215 funcionarios y 79 gerentes.
- Se visitaron 12 puestos diferentes de contacto con el cliente.
- Se incluyeron tres nuevos puestos en las visitas en relación con 2012.



# PROGRAMAS CORPORATIVOS BAL

## PROGRAMA DE BECARIOS SOBRESALIENTES

### BAL

Este programa fue creado con el objetivo de atraer y retener jóvenes con alto potencial de desarrollo; talentos que podamos proyectar a puestos ejecutivos dentro de las distintas empresas de Grupo BAL y así dar inicio a su desarrollo profesional.

Los principales beneficios del programa son el fortalecimiento de la imagen de Grupo BAL en el sector universitario y el reclutamiento de líderes potenciales para posiciones clave en el futuro.

En GNP estamos convencidos de la importancia de este programa, a través del cual hemos tenido el privilegio de integrar a nuestras filas a más de 90 talentosos jóvenes estudiantes a lo largo de 17 años.

## PROGRAMA DE *TRAINEES* GNP-ITAM

En línea con la cuarta meta de nuestra Visión de atraer y retener a las personas más talentosas y en coordinación con el ITAM, se lanzó el *Programa de trainees GNP-ITAM*, el cual busca incorporar estudiantes con alto potencial de desarrollo.

A más de cuatro años de su creación, el programa ha contado con 59 *trainees*, de los cuales 20 siguen activos actualmente y 20 están contratados como empleados de GNP: uno en una subdirección, cuatro en gerencias y 15 en jefaturas de departamento.



## SEMANA BAL

Es un programa dirigido a colaboradores de nivel medio (gerentes y subdirectores), con una labor destacada y potencial en las diferentes organizaciones de Grupo BAL. Su objetivo es fomentar un sentido de orgullo y pertenencia al Grupo. La duración de todo el programa es de cuatro días y consta de una visita a las diferentes empresas del grupo y una interacción con los Directores Corporativos.

Los participantes pudieron conocer, y sobre todo vivir por sí mismos la cultura BAL, percatándose de que sin importar la empresa en donde laboran y el sector en el que se desempeñan, se mantiene una característica uniforme: la preocupación y cuidado por el factor humano, por los colaboradores, y la búsqueda para dar el mejor servicio a los clientes. Esto los ubica en empresas que han perdurado y están bien posicionadas en el mercado, forjando un Grupo sólido que a través de los años ha sido y sigue siendo líder en la economía mexicana.

## 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 2013 concluyó la segunda generación y dio inicio la tercera generación, con 42 funcionarios cada una, provenientes de las diferentes empresas del grupo.



## GESTIÓN DEL DESEMPEÑO

### PROCESO DE REVISIÓN DE TALENTO

En materia de revisión de talento, se llevó a cabo el proceso integral para evaluar comportamientos y resultados en más de mil 700 colaboradores, entre jefes de departamento, gerentes y funcionarios. Asimismo, después del proceso se definieron los planes de sucesión y planes individuales de desarrollo.

### PROCESO DE REVISIÓN DE TALENTO DE JEFES DE DEPARTAMENTO

Durante el primer trimestre de 2013, se aplicó por primera ocasión el nuevo proceso de revisión de talento para nuestros jefes de departamento. Este nuevo proceso, alineado al programa de transformación, permitió dar un paso más en el fortalecimiento de una cultura distintiva de desempeño, al integrar a 900 jefes de departamento de la organización a este nuevo esquema.

Este proceso tiene tres pilares fundamentales:

1. La creación y calificación de una cédula de desempeño individual por cada colaborador, en la cual se le evalúan los indicadores de su función, así como el correcto uso de las competencias clave para su desarrollo.
2. La realización de una sesión de revisión de talento, en la cual se presentan los resultados de cada jefe de departamento y se someten a una revisión por un grupo definido específicamente para ello, con el objeto de diferenciar el talento de la empresa.
3. La realización de una sesión de retroinformación individual entre el jefe directo y el evaluado, para identificar sus fortalezas y áreas de oportunidad derivadas del proceso, con lo que se busca incrementar y potenciar su desarrollo dentro de la organización.

Como parte de esta importante mejora, entre febrero y marzo de 2013 se llevaron a cabo 74 sesiones de revisión de talento para evaluar a 918 jefes de departamento.

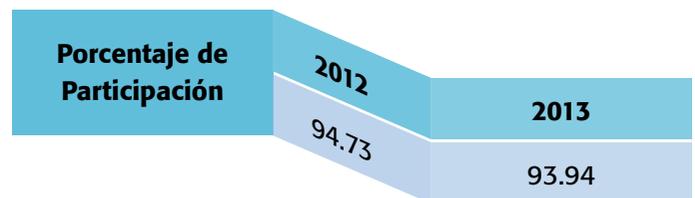
El resultado de este esfuerzo fue sustancial en la motivación y compromiso de nuestros jefes de departamento, quienes con este modelo ven recompensada de una forma más objetiva y clara su aportación a los objetivos de la empresa. Cabe resaltar que como resultado de esta evaluación se recompensaron los esfuerzos mediante el pago de bonos de desempeño diferenciados.

### EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO PERSONAL

#### OPERATIVO

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

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



### 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 2013 se tuvo la oportunidad de segmentar algunas Direcciones para contar con resultados y datos más específicos y, con ello, realizar acciones de mejora.

En la aplicación de 2013 logramos una participación del 93% (4,812 colaboradores) y un índice de satisfacción del 78% frente al 81% de 2012.



## COMPENSACIONES Y PRESTACIONES AL PERSONAL

Cada año se realiza el estudio salarial, que toma como muestra a 32 empresas de diferentes sectores. El resultado del análisis realizado por Towers Watson en 2013 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 2013
VALES DE DESPENSA	PORCENTAJE DE SUELDO MENSUAL, CON BASE EN EL NIVEL, ADICIONAL A LOS VALES FIJOS DE \$534 MENSUALES: FUNCIONARIOS 1%, GERENTES Y JD <sup>13</sup> 3%, OPERATIVOS 15%.	73,990,516.33
FONDO DE AHORRO	COMO PARTE DEL AGUINALDO, A NIVELES OPERATIVOS SE LES PAGA UN 12% DEL SUELDO MÁS CINCO DÍAS.	
FONDO DE AHORRO	13% DEL SUELDO MENSUAL CON EL TOPE DE 10 SMGM <sup>14</sup> DEL D.F.	75,180,593.79
AGUINALDO	45 DÍAS DE SUELDO PARA FUNCIONARIOS, GERENTES Y JD Y 40 PARA NIVELES OPERATIVOS.	110,595,474.31
PRIMA DE VACACIONES	15 DÍAS DE SUELDO.	36,197,582.50
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.	50,329,941.48
CUOTA OBRERA IMSS	SUBSIDIO DEL 100%.	26,459,712.09
UNIFORMES	UNIFORMES EJECUTIVOS PARA NIVELES OPERATIVOS Y JEFES DE DEPARTAMENTO: SON CINCO TRAJES Y LA CAMPAÑA DURA DOS AÑOS.	8,353,184.75
AYUDA DE GASTOS POR DEFUNCIÓN	AYUDA DE 90 DSMB <sup>15</sup> DEL D.F. PARA NIVELES OPERATIVOS Y JEFES DE DEPARTAMENTO.	428,387.40
AYUDA DE GASTOS POR ALUMBRAMIENTO	UN MES DE SUELDO PARA LAS EMPLEADAS.	1,357,417.00
AYUDA POR NACIMIENTO	AYUDA DE 20 DSMB DEL D.F. PARA NIVELES OPERATIVOS Y JEFES DE DEPARTAMENTO.	252,564.00
AYUDA POR MATRIMONIO	AYUDA DE 20 DSMB DEL D.F. PARA NIVELES OPERATIVOS Y JEFES DE DEPARTAMENTO.	159,309.60
PRÉSTAMO A CORTO PLAZO	TIENE UN PLAZO DE PAGO DE UN AÑO Y UNA TASA DE 12% ANUAL.	60,942,505.90
PRÉSTAMO EXTRAORDINARIO	PARA PERSONAL SINDICALIZADO, TIENE UN PLAZO DE PAGO DE UN AÑO Y NO CAUSA INTERÉS.	4,588,648.33
CONSULTAS MÉDICAS	PLAN QUE INCLUYE CONSULTAS Y DESCUENTOS EN ESTUDIOS DE GABINETE Y LABORATORIO, EN CLÍNICAS DE MediACCESS.	1,410,892.87
AYUDA DEPORTIVA	PLAZA GNP CUENTA CON INSTALACIONES DEPORTIVAS; CLUB CON ALBERCA Y CANCHAS DE FUTBOL, TENIS Y MULTIFUNCIONES. A LAS OFICINAS FORÁNEAS SE OTORGA AYUDA PARA INSCRIPCIÓN A ACTIVIDADES DEPORTIVAS.	1,489,000.00
AYUDA PARA LENTES (ANUAL)	APLICA PARA EMPLEADOS OPERATIVOS Y JD; SON 15 DSMB DEL D.F.	582,871.58
CHECK UP	BENEFICIO PARA FUNCIONARIOS CADA DOS AÑOS.	240,720.88
		<b>444,247,189.15</b>

### PRESTACIONES A LAS QUE TIENE DERECHO EL PERSONAL EVENTUAL



<sup>13</sup> Jefatura de Departamento  
<sup>14</sup> Salario Mínimo General Mensual  
<sup>15</sup> Días de Salario Mínimo Bancario

Adicionalmente GNP otorga como prestación a sus colaboradores 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 HASTA CUATRO AUTOS CON TARIFA ÚNICA QUE TIENE UN COSTO PREFERENCIAL.
SEGURO DE GASTOS MÉDICOS MAYORES	PLAN PARA NIVELES DE JD, GERENTES Y FUNCIONARIOS.

Adicionalmente a las prestaciones anteriores, los empleados sindicalizados 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"

El interés principal de este plan es el de desarrollar entre los colaboradores 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.

Con este fin, todos los empleados pueden participar, de manera voluntaria, en un esquema denominado "*Plan de ahorro y formación patrimonial (GNP SUMA)*", que tiene como objetivo que el empleado 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.

Este plan, adicional a su propósito fundamental, también representa para el empleado algunas otras ventajas, como:

1. Las aportaciones pueden ser invertidas en instrumentos exentos del pago de ISR.
2. Contribuciones por parte de GNP en función del ahorro destinado a incrementar el patrimonio para el retiro.
3. Portabilidad sobre el saldo acumulado con las aportaciones que realice GNP al plan a partir de los cinco años de servicio y, por las aportaciones individuales, sin importar los años de servicio.
4. La inversión tiene el tratamiento de una persona "no contribuyente", con lo cual la expectativa de rendimientos es sensiblemente mayor a la de cualquier otro instrumento de inversión de riesgo similar.

El esfuerzo y compromiso del empleado se ve retribuido en la misma proporción por parte de la empresa.

## CALIDAD DE VIDA E INTEGRACIÓN DEL PERSONAL

### GNP CUIDA TU SALUD

Se inició la segunda fase del programa *GNP Cuida tu Salud*, en la cual se implementó el seguimiento a enfermos crónicos degenerativos y a personas con alto riesgo de hipertensión, diabetes y dislipidemia, cuyo objetivo es prevenir enfermedades y mantener estables las existentes para así evitar complicaciones. Actualmente, 57 colaboradores de GNP y de sus empresas filiales forman parte del seguimiento a través del cual se realizan las siguientes actividades:

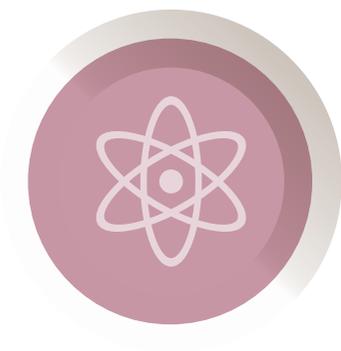
1. Toma de muestras de laboratorio y signos vitales
2. Exploración física e historia clínica
3. Atención personalizada (nutrición y medicina)
4. Asesoría telefónica

Adicionalmente, se realizaron una serie de actividades que promovieron el autocuidado para una vida más saludable:

1. **Museo Interactivo Sensorial**, el cual se dividió en siete secciones con el objetivo de concientizar acerca de los diversos padecimientos que pueden afectar la calidad de vida y la salud. Esta iniciativa logró reunir a más de mil 164 personas a nivel nacional.
2. **Campaña de detección de Hepatitis C**, en la que se realizó la toma de 200 pruebas para una detección oportuna.
3. **Actividades sobre tabaquismo**, entre ellas, la impartición de una conferencia por parte de un experto que explicó los beneficios de dejar de fumar, así como las representaciones humorísticas en las que actrices representaron a catrinas muy simpáticas, y actores como gente saludable que explicaban los daños que causa el consumo de tabaco para crear conciencia sobre los daños que éste provoca, no sólo al fumador sino también a las personas que están a su alrededor.
4. **Campaña de prevención de cáncer de mama**, en la cual participaron colaboradoras de la empresa. Mediante ella se ofrecieron estudios de ultrasonido mamario y mastografías a precios preferenciales, así como ocho talleres vivenciales para todos los colaboradores y sus familiares, reuniendo a más de 500 personas. Se realizaron un total de mil 102 ultrasonidos mamaros y 728 mastografías.

5. **Campaña de vacunación contra la influenza estacional**, como parte del primer esfuerzo de incluir la cultura de la prevención en los colaboradores con una aplicación de 211 vacunas.
6. **Campaña del Día Mundial de la Lucha contra la Obesidad**, en la que se difundió información sobre esta enfermedad que acosa a nuestro país y se promovió una alimentación saludable regalando nutritivas ensaladas en el comedor de empleados de Plaza GNP.
7. **Campaña del Día Mundial de la Lucha contra la Diabetes**, en la cual se invitó a todo el personal a activarse físicamente, promoviendo y difundiendo una serie de ejercicios que se pueden realizar en el lugar de trabajo en cualquier momento.

*GNP Cuida tu Salud* es una filosofía de vida laboral en la que los colaboradores de la empresa y sus familias viven conscientemente sus hábitos, buscando llevar una vida saludable.



## ATENCIÓN MÉDICA AL PERSONAL

En la enfermería de Plaza GNP se atendieron tres mil 178 personas en 2013, un 14.66% más que en 2012. El alcance del servicio que se presta es para toda la población que labora o visita nuestras instalaciones (empleados, proveedores, clientes y familiares). Además, se brindó apoyo en accidentes ocurridos sobre las avenidas y calles que conforman el perímetro de nuestras instalaciones.

## INCAPACIDADES Y AUSENTISMO

### INCAPACIDADES 2012

	PLAZA GNP	MEXICALI	MONTERREY	MÉRIDA	GUADALAJARA	ESTADO DE MÉXICO	TOTAL
ENFERMEDAD GENERAL	7,284	441	340	288	364	327	9,044
RIESGOS DE TRABAJO EN TRAYECTO	943	14	0	0	0	0	957
ACCIDENTES DE TRABAJO	282	0	0	0	0	240	522
MATERNIDAD	5,123	414	508	71	808	0	6,924
<b>TOTAL EN DÍAS</b>	<b>13,632</b>	<b>869</b>	<b>848</b>	<b>359</b>	<b>1,172</b>	<b>567</b>	<b>17,447</b>
<b>IMPORTE</b>	<b>6,484,891.52</b>	<b>387,082.85</b>	<b>421,542.50</b>	<b>43,354.78</b>	<b>483,455.38</b>	<b>268,264.96</b>	<b>8,088,591.99</b>

### INCAPACIDADES 2013

INCAPACIDAD	PLAZA GNP	MEXICALI	MONTERREY	MÉRIDA	GUADALAJARA	ESTADO DE MÉXICO	TOTAL
ENFERMEDAD GENERAL	5,815	375	113	59	383	418	7,163
RIESGOS DE TRABAJO EN TRAYECTO	66	9	20	0	18	0	113
ACCIDENTES DE TRABAJO	872	28	47	0	12	669	1,628
MATERNIDAD	5,831	397	619	2	253	0	7,102
<b>TOTAL EN DÍAS</b>	<b>12,584</b>	<b>809</b>	<b>799</b>	<b>61</b>	<b>666</b>	<b>1,087</b>	<b>16,006</b>
<b>IMPORTE</b>	<b>7,060,230.14</b>	<b>355,701.94</b>	<b>381,828.59</b>	<b>26,268.74</b>	<b>251,513.26</b>	<b>839,177.93</b>	<b>8,914,720.60</b>

ACCIDENTES DE TRABAJO	PLAZA GNP	MONTERREY	ESTADO DE MÉXICO	GUADALAJARA	MEXICALI	TOTAL
2012	9	0	9	0	0	18
2013	13	2	15	2	1	38

Adicionalmente a las ausencias registradas por incapacidades, a lo largo del año se registraron 2,245 faltas injustificadas.

## COMEDOR DE PLAZA GNP

En 2013 se implantó la iniciativa de *¡Lunes de ensalada!*, la cual es promovida por la filosofía de *GNP Cuida tu Salud*. Con ella se invita e incentiva a los colaboradores a comer más vegetales, frutas y verduras en ensaladas, por lo que desde la mitad del año, no sólo se instituyó en cada lunes, sino que todos los días los colaboradores pueden elegir opciones de ensaladas saludables, completas y nutritivas. Esta acción tuvo un día especial de celebración que se llevó a cabo el 12 de noviembre, dentro del marco del *Día Internacional de la Lucha contra la Obesidad*.

Adicionalmente en este año, con la finalidad de promover la cultura gastronómica y artesanal de los estados de la República, y con ello contar con más variedad de platillos para los colaboradores, en la última semana de cada mes en el comedor de empleados de plaza GNP se cuenta con platillos y artesanías del mes que corresponda. Se ha implementado así una serie de menús temas, y con ello se logró un notable incremento en los comensales, superando los 800, entre el comedor de empleados, comedores ejecutivos, sesiones de trabajo, servicio de cafetería y de banquetes.

## CLUB DEPORTIVO, EVENTOS Y ACTIVIDADES

### DEPORTIVAS A NIVEL NACIONAL

En 2013 contamos con más de 40 eventos de integración, festivos e institucionales, a nivel nacional, entre los que destacaron la serie de torneos interdirecciones (fútbol soccer, voleibol, basquetbol, natación y tenis) en las ramas femenil y varonil, logrando reunir a mil 44 colaboradores.

El *Torneo Nacional de Parejas de Dominó 2013* reunió a 300 colaboradores, y en el mes de septiembre, en la ciudad de Veracruz, se llevó a cabo la gran final, en la que los mismos colaboradores realizaron bailes típicos de la región.



Están además otros eventos y festividades que sin duda convocaron a la familia en diferentes momentos, como la *Rosca de Reyes*, el tradicional *Día de la Familia*, *Harlem Shake*, *Torneo Patrio* y *Día de Muertos*, lo cual refrenda muy bien nuestro eslogan "*Vivir es increíble*".

Una acción deportiva de este 2013 que sin duda contribuyó en la motivación y empuje del programa de *GNP Cuida tu Salud*, fue la renovación del 100% del equipo cardiovascular del gimnasio de Plaza GNP, que representó una inversión de 235,000 pesos.

En lo referente a nuestras oficinas de Guadalajara, Monterrey, Mérida y Mexicali, por primera vez se llevó a cabo el taller de yoga, en el que colaboradores y familiares tuvieron la oportunidad de vivir y adentrarse en su mundo, a través de un taller intensivo de dos días, en el que aprendieron ejercicios de relajación, manejo de las emociones, del estrés y la ansiedad, y otros temas relacionados como parte del bienestar personal de cada ser humano, buscando un equilibrio entre cuerpo y mente.



# TALLER DE YOGA GDL

"CÓMO MANTENER TU SALUD PRACTICANDO YOGA"

VIERNES 9 DE 16:00 A 21:00 y  
SÁBADO 10 DE 9:00 A 15:00  
DE AGOSTO

Considera traer ropa cómoda para sentirte mejor.

INSTRUCCIONISTA: SWAMI OFELIA DIAMANTINA GONZÁLEZ BRIZUELA

Club GNP Informes: Ext. 3760, 3763 y 2393 club@gnp.com.mx

CUIDA TU SALUD GNP

## IV JUEGOS DEPORTIVOS Y CULTURALES BAL

### 2013 CON CAUSA SOCIAL

Por cuarto año consecutivo, GNP tuvo el orgullo de ser la sede de los *Juegos Deportivos y Culturales BAL 2013 con Causa Social*, que se celebraron del 26 de mayo al 30 de junio en Plaza GNP. Además de incorporar nuevas actividades, se hizo más grande la huella de esta celebración a nivel nacional, gracias a la *Carrera 5K* en la Ciudad de Monterrey y al torneo de Fresnillo, Zacatecas.

En esta edición participaron 1,076 atletas en las diferentes disciplinas, tales como básquetbol, vóleybol, fútbol, natación, tenis, mesa de ping pong y tocho, en las ramas femenil y varonil. El 30 de junio se llevó a cabo la gran "*Carrera BAL 5K*" con más de 2,066 corredores, entre adultos y niños.

En las actividades culturales participaron 111 personas en rubros como música, baile, canto, ensayo literario, fotografía y oratoria, destacando grandes talentos.

Como parte de la ceremonia de clausura, GNP celebró la entrega de 364 becas para educación media, media superior y diplomados para maestros.

## EXPO BAL

En el marco de los *Juegos Deportivos y Culturales BAL*, el día de la inauguración se realizó la *Expo BAL*, que consistió en un pabellón con la exhibición y presentación de las empresas que integran Grupo BAL. En 2013 se llevó a cabo la segunda edición, contando con 1,509 visitas.





## LABERINTO

En Plaza GNP se cuenta con este lugar que contribuye a las necesidades emocionales y espirituales de nuestros colaboradores, siendo un espacio de reflexión y meditación que ayuda a quien lo recorre a encontrar estabilidad emocional.

Se continúan dando explicaciones del laberinto a grupos para que lo conozcan, con el objetivo de que todas las personas que colaboran en esta compañía puedan hacer uso de este poderoso medio de reflexión para promover profundas modificaciones en su conciencia y actitudes, además de favorecer el proceso de transformación individual y organizacional, mejorando con ello el bienestar integral de los colaboradores al cuidar su aspecto espiritual.



## RECONOCIMIENTO POR AÑOS DE SERVICIO

En 2013 se dio un reconocimiento a 357 colaboradores que cumplieron 10, 15, 20, 25, 30 y 35 años de antigüedad en la empresa. De éstos, 71 cumplieron más de 25 años, por lo cual recibieron de manos de nuestro Director General su merecido reconocimiento.

Con el ánimo de promover la sana convivencia entre colaboradores, agentes, clientes y proveedores, así como reconocer esfuerzos excepcionales de los colaboradores, en el palco deportivo de GNP en el Estadio Azteca de la Ciudad de México, se recibieron 342 invitados durante 2013 para presenciar partidos de fútbol profesional y eventos musicales, 126 asistieron por reconocimiento y 216 por invitación.



# B. Compromiso con nuestros clientes



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

Se continuó con la investigación basada en la metodología del *Índice Neto de Satisfacción*, que nos permite conocer el desempeño de los servicios de GNP en atributos básicos como rapidez, calidad y atención, a fin de medir la satisfacción de nuestros clientes e intermediarios.

De esta manera se identifican factores críticos que afectan la experiencia del usuario, permitiéndonos, entre otras cosas, conocer su percepción del servicio recibido, identificar áreas de oportunidad en los “momentos de verdad” (aquellos posteriores a la compra donde requiere atención de GNP), así como el monitoreo continuo de nuestros procesos.

El estudio ha tomado fuerza e impacto en la compañía, impulsando la toma de decisiones de forma más ágil y enfocada a mejorar nuestro servicio de manera constante. En ese sentido, los resultados en 2013 fueron los siguientes:

RAMO	NÚMERO DE ENCUESTAS	% DE SATISFACCIÓN
AUTOS	20,038	56
INTERMEDIARIOS	5,260	59

Cabe destacar que el número de encuestas sigue creciendo, sobre todo en aquellos nichos en los que se ha detectado mayor volumen de reclamaciones. Por esta razón, durante la segunda mitad de 2013 se inició con el estudio sobre el ramo de Gastos Médicos, cuyos resultados pronto brindarán claras líneas de acción para la compañía.

## ATENCIÓN A CLIENTES

Sin duda, el compromiso de GNP por construir vínculos de comunicación y facilitar la interacción de nuestros clientes y público en general hacia la aseguradora se ha mantenido como una prioridad. Por lo anterior, hemos trabajado en:

- **Conect@GNP:** el apartado exclusivo para clientes de nuestro portal corporativo *gnp.com.mx* fue robustecido con nuevos servicios transaccionales, que ofrecen un alto índice de confianza en lo que se refiere a seguridad de datos y movimientos, con el objetivo no sólo de proteger toda la información sino de garantizar que cada uno de los servicios se realicen conforme a lo solicitado por el usuario.

- **Línea GNP:** por lo que respecta a la atención telefónica, se consolidó la estabilización del número único de atención a clientes que engloba todos nuestros servicios, desde reporte o seguimiento de siniestros, hasta solicitud de ambulancias y asistencia vía Internet. Al cierre de 2013 se atendieron casi tres millones de llamadas de asegurados, de los cuales nueve de cada 10 indican que en el menú encuentran la opción buscada y consideran que la atención del representante telefónico fue adecuada.
- **@GNPServicio:** en pro de brindar más canales de atención a nuestros asegurados, en marzo se inició con la atención de quejas y seguimiento a siniestros a través de *Facebook* y *Twitter* desde la cuenta @GNPServicio. Al cierre del año se atendieron dos mil 300 solicitudes y la tendencia continúa incrementándose.
- **Revista digital Viviendo GNP:** se rediseñó la imagen de la publicación. Adicionalmente, la edición de octubre fue la primera, tras 14 ediciones bimestrales anteriores, que se encuentra disponible para leerse en cualquier tableta o dispositivo móvil con sistema operativo iOS o Android.
- **Base de datos de clientes:** se fortalecieron los candados que permiten garantizar la seguridad en apego a la *Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares*, así como a las solicitudes emitidas por la CONDUSEF derivadas del *Registro Público de Usuarios Personas Físicas*, también conocido como REUS.

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

En 2013 GNP realizó un plan de apoyo a sus asegurados de autos afectados por los huracanes Manuel e Ingrid, a través de la instalación de módulos de atención en la Zona Diamante de Acapulco y con la activación de células de servicio móviles en las localidades afectadas, dando agilidad a los trámites de reparación, pago de daños y pago en las pérdidas totales con la presentación de requisitos mínimos.

En su momento, lo anterior fue informado a la CONDUSEF, con la finalidad de sumar esfuerzos dirigidos a esa población y ampliar los medios por los que se daba información a los afectados. Por otra parte, la UNE atendió:

CONCEPTO	2012	2013
LLAMADAS DE SERVICIO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA	100,228	90,754
RECLAMACIONES	1,872	1,892
SOLICITUD DE INFORMACIÓN POR PARTE DE LA AMIS	1,689	1,977

# C. Compromiso con nuestros proveedores



En GNP vemos a nuestros proveedores no sólo como socios de negocios sino como una extensión de nuestros servicios y portadores de nuestra filosofía. Contamos con una red de dos mil 336 proveedores corporativos que fortalecen nuestra cadena de valor dentro y fuera de México.

TIPO DE PROVEEDOR	NÚMERO	MONTO PAGADO
EXTRANJEROS	49	55
NACIONALES	1,798	2,281
TOTAL	1,847	2,336

Monto pagado en millones de pesos.

## CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA PARA PROVEEDORES

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

Todos nuestros proveedores, particularmente en materia de seguridad, vigilancia y protección civil, firman y se adhieren a nuestro *Código de Ética y Conducta*. En 2013 lo suscribieron 53 personas, para completar un grupo conformado por 251, 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.

## 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.

En 2013 se abrieron siete talleres mecánicos con servicio exclusivo para asegurados de GNP, distribuidos en la ciudad de México, Guadalajara y Monterrey, bajo un concepto de alta orientación al

servicio y a la calidad en la reparación. Hemos apoyado a estos proveedores con capacitación, metodología de trabajo, asesoría en imagen y asesoría para la certificación CESVI CMX-9000 con base en la norma ISO9000-2008, logrando la certificación para seis talleres.

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

## CADENA DE VALOR

Este año tuvimos el gusto de apadrinar a dos proveedores en el proceso de distinción como *Empresas Socialmente Responsables*. Estos dos proveedores son empresas PyMEs que han prestado servicios de jardinería (SIJARDNERÍA), así como de mantenimiento y construcción (JGERROM) desde hace varios años en la empresa. Por tanto, y por ser proveedores cumplidos y alineados a nuestra filosofía organizacional de Responsabilidad Social, es que decidimos apoyarlos en este proceso.

Nuestro apoyo consistió en la transferencia, sin costo para ellos, de una consultoría para identificar evidencias, redacción y corrección de políticas y procedimientos, capacitación en responsabilidad social, corrección y/o alineación de documentos, entre otros servicios profesionales.

Como testimonio de lo anterior tenemos el siguiente:

SER UNA EMPRESA CON RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL HA SIDO TODO UN RETO PARA NOSOTROS, PORQUE NOS DEMUESTRA QUE TODOS PODEMOS SER PARTE DE LA SOLUCIÓN Y NO SÓLO DEL PROBLEMA. PODEMOS APORTAR TODOS LOS DÍAS A PARTIR DE NUESTRAS ACCIONES, HERRAMIENTAS PARA MEJORAR NUESTRA EMPRESA, PAÍS Y, POR ENDE, NUESTRO PLANETA. Y A PARTIR DE ESTO, QUEREMOS AGRADECER PROFUNDAMENTE A GRUPO NACIONAL PROVINCIAL POR HABER CONFIADO EN NOSOTROS COMO PRIMER PROVEEDOR BECADO AL INCLUIRNOS EN SU CADENA DE VALOR, PORQUE ADEMÁS ES ALGO EXPANSIVO MEDIANTE LO CUAL SEGUIREMOS APORTANDO LO MEJOR DE NOSOTROS.

(ING. ALEJANDRO GÓMEZ HERNÁNDEZ  
DIRECTOR GENERAL SIJARDINERÍA)

# D. Compromiso con nuestra comunidad



## DESEMPEÑO SOCIAL

### CONSULTA CIUDADANA

GNP brindó apoyo al Instituto Electoral del Distrito Federal (IEDF) para llevar a cabo una votación electrónica previa a la *Consulta Ciudadana* que se tenía prevista para el público en general el 1° de septiembre de 2013, la cual se realizó en nuestras instalaciones del 26 al 29 de agosto, en la que participaron 193 personas.

Dicha consulta es una manera directa de intervenir en las decisiones de gobierno relacionadas concretamente con lo que necesita cada colonia o pueblo, contemplando dos rubros: la elección de los representantes vecinales de cada colonia por delegación y el presupuesto participativo para proyectos de obra en las distintas colonias en los que se gastaría un 3% del presupuesto delegacional asignado.



### BENEFICIOS Y SERVICIO A ASEGURADOS GNP Y AYUDA HUMANITARIA PARA AFECTADOS POR LAS TORMENTAS INGRID Y MANUEL

Derivado de los desastres naturales que provocaron los fenómenos meteorológicos Manuel e Ingrid, GNP sentó precedente en la industria gracias a diversas acciones de apoyo y servicio a aquellos asegurados que se vieron afectados (particularmente en el ramo de autos). Nuestra empresa ofreció beneficios adicionales en las pólizas, los cuales fueron difundidos a través de constantes comunicados en redes sociales, tres en prensa, 142 notas periodísticas y, adicionalmente, 50 desplegados en los principales diarios de circulación nacional.

Además, consciente de la necesidad de nuestros compatriotas afectados por el paso de las tormentas Ingrid y Manuel, GNP se distinguió por instalar centros de acopio en sus instalaciones de Plaza GNP, así como en las oficinas regionales de Guadalajara, Mérida, Mexicali y Monterrey.

Al mismo tiempo, se promovió la ayuda entre nuestros colaboradores, logrando recaudar 16.5 toneladas de víveres, que fueron entregadas a la Cruz Roja Mexicana para su distribución.



## PROGRAMAS SOCIALES

GNP cumplió 112 años de compromiso y amor por México: más de un siglo con la firme convicción de contribuir en el desarrollo del país apoyando las causas sociales más importantes y trascendentes para la sociedad mexicana. A través de nueve años consecutivos, ha creado y desarrollado programas sociales que han colaborado para cambiar la vida de más de 1,571,240 personas con apoyos dirigidos a la educación, salud, nutrición, vivienda, medio ambiente, cultura de prevención integral y accesibilidad.

Cada uno de los programas sociales de GNP tiene el objetivo de cooperar activamente y de forma integral para mejorar la calidad de vida de los mexicanos en diferentes áreas clave. Hoy, los resultados nos llenan de satisfacción al saber que hemos logrado tocar de manera positiva más de un millón 500 mil vidas.



### GOL POR MÉXICO: ACCIONES EN FAVOR DE QUIENES MÁS LO NECESITAN

El programa integral *Gol por México* cumplió en 2013 su noveno aniversario. Por medio de esta dinámica hemos logrado vincular el deporte más popular de nuestro país, el fútbol soccer, en favor de los grupos más vulnerables de la sociedad mexicana.

*Gol por México* convierte cada gol anotado en los torneos regulares de primera división (apertura y clausura) transmitidos por Televisa, en apoyos en materia de educación, nutrición, vivienda, salud, medio ambiente y acciones especiales.

A partir del torneo de apertura 2013, *Gol por México* destina cada jornada a un estado diferente, y el público en general decide la causa con la que se beneficiará, dando su voto en la sección de *Gol por México* dentro de *televisadeportes.com*

Se cumplen así cuatro objetivos fundamentales:

1. Respaldo a las familias en condiciones vulnerables.
2. Permitir que se asignen los recursos necesarios a la causa que la gente elige, involucrándola para que sea parte de *Gol por México*.
3. Impulsar a las instituciones involucradas a que adquieran un compromiso público para hacer entrega del apoyo.
4. Lograr dar visibilidad a problemas de nuestra sociedad que requieren atención.

Hasta la fecha hemos logrado beneficiar a 979,834 personas y reforestado zonas protegidas con 290 mil árboles. Estos resultados han sido posibles gracias a la alianza estratégica que GNP tiene con organizaciones como: Fundación Televisa, Únete, Béalos, Un Kilo de Ayuda, Construyendo, Alianzas que Construyen, Fondo para los Niños de México, Cruz Roja Mexicana, FUCAM, entre otras.

Además, por tercer año consecutivo, *Gol por México* se unió a los esfuerzos de detección oportuna de cáncer de mama en octubre, al destinar una jornada completa en favor de esta causa a través de "Goles Rosas". Así, cada gol anotado representó la donación de 25 mastografías para mujeres de comunidades indígenas del estado de Oaxaca, lo que permitió que más de 275 mujeres de bajos recursos tuvieran la oportunidad de detectar a tiempo cualquier riesgo. A lo largo de tres años suman un total de mil 300 beneficiadas.

*Gol por México*, sensible a los acontecimientos derivados de los desastres naturales que provocaron los fenómenos meteorológicos Manuel e Ingrid –desborde de ríos y deslaves que afectaron a 60,000 personas en 18 estados del país–, activó acciones especiales que sumaron esfuerzos durante tres jornadas completas en apoyo a los damnificados.



En la jornada 11 y 12, cada gol significó \$100,000 pesos que se dispusieron para la compra de víveres distribuidos con apoyo de la Cruz Roja Mexicana, y una jornada más donde el monto se asignó a la reconstrucción de escuelas.

A través del sistema de voluntariado, representantes de la familia GNP asistieron a eventos de entrega de *Gol por México* en diferentes estados de la República. Esto permite a los colaboradores conocer de cerca las causas que se apoyan en este programa y formar parte de esta gran experiencia en donde conviven con los beneficiados.

## NUTRICIÓN: PAQUETES NUTRICIONALES

*Gol por México*, en su vertiente de nutrición, se apoya en el *Programa Integral de Nutrición* desarrollado por Un Kilo de Ayuda.

En abril, en compañía de colaboradores de la empresa, de personal de Fundación Televisa y de Un Kilo de Ayuda, se realizaron evaluaciones y entrega de paquetes nutricionales a niños beneficiados en el Municipio de Acambay, en el Estado de México.

El principal objetivo de este programa es atacar la desnutrición infantil en zonas rurales, donde los pequeños son los más vulnerables y se enfrentan a problemas de anemia.

El programa está compuesto por: vigilancia nutricional, detección de anemia, educación nutricional, paquete nutricional, evaluación de neurodesarrollo y agua segura. Con ello se garantiza que los niños reciban la atención adecuada a sus necesidades nutricionales durante los años de desarrollo.

Gracias a *Gol por México* se han entregado 4,170,000 paquetes nutricionales, mismos que han beneficiado a más de 48 mil niños en situación de desnutrición.



## EDUCACIÓN: AULA DE MEDIOS

De acuerdo con la encuesta dada a conocer por la Secretaría de Educación Pública, de cada 100 alumnos que ingresaron a la primaria sólo 80 concluyeron ese nivel educativo. La falta de recursos económicos se ha convertido en la principal causa de deserción escolar.

GNP es una empresa comprometida con la formación de los niños de México y cree firmemente que la educación es uno de los pilares que sostienen al mismo. Por ello apoya la educación básica a través de la dotación de aulas de medios en escuelas públicas, que les permitirán alcanzar un mejor rendimiento escolar, así como las herramientas necesarias para construir su propia historia de éxito.

En septiembre se realizó la entrega de un aula de medios en la escuela primaria "Epigmenio Rojas García" en el municipio de Santiago. Colaboradores de las oficinas de Monterrey fueron testigos de este evento. GNP, junto con Fundación Televisa y ÚNETE, entregaron a esta escuela 15 computadoras e internet, así como la capacitación y el equipamiento necesario para un método de aprendizaje más dinámico.

Con esta entrega se han beneficiado 341,695 alumnos de nivel básico, reflejando además un incremento en su aprovechamiento escolar.



## VIVIENDA: AUTOCONSTRUCCIÓN

GNP, preocupado por generar acciones de valor que trasciendan más allá de la organización y que impacten en la calidad de vida de los mexicanos, atiende otro de los problemas más graves que afectan a las familias más vulnerables en México, que es la carencia de una vivienda.

Por ello, GNP facilita el acceso a una vivienda digna para familias con ingresos menores entre dos y tres salarios mínimos mensuales, mejorando así su calidad de vida.

En apoyo a esta causa, en noviembre, colaboradores y familiares que residen en León, Guanajuato, se dieron cita en las comunidades de Los Lugo y Rancho de en Medio, ubicadas en Dolores, Hidalgo, para concluir la construcción de 10 viviendas para las familias más desprotegidas de estas dos comunidades.

En 2013 hemos beneficiado a 8,580 personas con vivienda digna.



## SALUD: ATENCIÓN MÉDICA Y DENTAL

La salud es un tema prioritario para los mexicanos, y las acciones deben estar dirigidas principalmente a su promoción, así como a la prevención de enfermedades. Por ello, GNP se preocupa por integrar a su programa de *Gol por México* la atención médica y dental para niños de escasos recursos.

Los factores de riesgo pueden ser clasificados en intrínsecos (herencia, enfermedades genéticas e inmunológicas) y extrínsecos. Éstos, a su vez, pueden ser físicos (hacinamiento, condiciones de la vivienda), químicos (exposición a contaminantes o sustancias tóxicas) y biológicos (prematuridad, deficiencias nutricionales, enfermedades).

Según el INEGI, entre los accidentes más comunes destacan: caídas (40%), quemaduras (44%), intoxicaciones (11%) y ahogamientos (11%), ocurridos un gran número de ellos en el hogar, siendo los niños menores de cinco años el grupo más vulnerable.

La inmunización, el control del crecimiento y desarrollo, la educación sanitaria, los hábitos de higiene personal, así como la alimentación, son también problemas importantes a atender en los niños, con el objetivo de garantizar la salud y el pleno desarrollo de sus potencialidades físicas y mentales.

La salud bucal se encuentra relacionada integralmente con su salud general. Los exámenes de rutina son importantes debido a que la boca puede reflejar signos de algunas enfermedades y condiciones médicas.

En el mes de diciembre, colaboradores de la empresa visitaron la organización comunitaria de La Mesa De Chosto, en el Municipio de Atlacomulco, Estado de México, para presenciar las dinámicas que se llevan a cabo con los niños para dar seguimiento a sus tratamientos médicos y dentales, además de conocer los programas integrales de estimulación temprana.



## PENALTI POR MÉXICO

En enero y septiembre de 2013 se llevó a cabo la temporada 10 y 11 de *Penalti por México*, con lo que se logró beneficiar a 130 jóvenes más de comunidades indígenas con becas durante tres años, para que puedan concluir sus estudios de nivel medio superior. A lo largo de cinco años se ha alcanzado un total de 715.

Este año se integraron como beneficiados, jóvenes de comunidades indígenas de Chiapas a través de la Fundación Promazahua.

El programa continúa apoyando a jóvenes de comunidades indígenas mazahuas, tarahumaras y de Oaxaca.



## MEDALLAS POR LA EDUCACIÓN

Por segundo año consecutivo, a través de los *Juegos Deportivos y Culturales BAL con Causa Social*, se generaron acciones enfocadas a brindar una mejor calidad de vida, no sólo para los colaboradores y sus familias, sino también para los sectores más desprotegidos de la sociedad. En efecto, como parte de su compromiso con México, GNP ha construido una sólida sinergia entre sus colaboradores y Fundación Bécalos, logrando un mayor impacto social, que se traduce en beneficios reales en favor de la educación en nuestro país.

En 2013 la participación de todos los deportistas hizo posible que se otorgaran un total de 715 medallas, las cuales se traducen en el mismo número de becas para educación media, media superior y diplomados para maestros.

## GOL POR MÉXICO VERDE

GNP, consciente del impacto que tienen las acciones de responsabilidad social y como parte de su compromiso con el desarrollo sustentable, continúa fomentando acciones en favor del medio ambiente.

En el mes de julio, más de 200 colaboradores y familiares contribuyeron en la reforestación del Bosque de Agua en Lerma, Estado de México.

En alianza con Pronatura y Fundación Televisa logramos sembrar 1,000 árboles en esta zona, que se vigilará y cuidará a lo largo de tres años para garantizar que se mantenga en condiciones favorables.

Con esto ya suman 290,000 árboles que han reforestado zonas protegidas de nuestro país.



## “VIVIR ES INCREÍBLE AYUDANDO

### A LOS DEMÁS”

En septiembre celebramos el primer aniversario de “*Vivir es increíble, ayudando a los demás*”, proyecto que nació con el principal objetivo de incrementar la credibilidad y la confianza hacia las organizaciones sociales comprometidas con el desarrollo y bienestar de la sociedad mexicana. Tiene la intención de dar a conocer las causas que apoyan, cómo logran sus objetivos y cómo canalizan los recursos a sus beneficiados mediante la difusión en televisión de paga.

Adicional a esta difusión, tenemos la satisfacción de unirnos a ellas, donando recursos en especie que les permite satisfacer sus necesidades más urgentes.

Al cierre de 2013 beneficiamos a 67 fundaciones, que nos han abierto las puertas para unirnos a las causas por las que luchan día a día. Entre ellas se encuentran: casas hogar, asilos, escuelas de educación especial; otras están encauzadas al combate de diversas enfermedades como cáncer, sida, síndrome de down, trastorno bipolar, osteogénesis imperfecta, fibrosis quística, autismo, Alzheimer, desnutrición, trastornos alimenticios; otras más apoyan proyectos de desarrollo sustentable, combaten el *bullying*, cuidan el medio ambiente y los espacios públicos, entre otros.

Cada semana, la sección de “*Vivir es increíble, ayudando a los demás*” que se ha transmitido en el programa de MoJoe en Unicable, nos ha dado la oportunidad de conocer a diferentes organizaciones sociales que están comprometidas con el bienestar de nuestro país.



## DETECCIÓN OPORTUNA DE CÁNCER DE MAMA

El cáncer de mama no conoce fronteras de ningún tipo y ataca a todas las mujeres por igual. Bajo este escenario, diferentes organismos como la Fundación del Cáncer de Mama (FUCAM) y el Instituto Nacional de Cancerología (InCAN), indican que entre el 90% y 95% de los casos que se diagnostican en una etapa temprana son curables. Para GNP es prioritario generar conciencia entre hombres y mujeres de todo el país sobre la importancia de la detección temprana del cáncer de mama.

Este cáncer es considerado un problema de salud pública. Por lo tanto, es de gran relevancia que la población en general tome precauciones ante este padecimiento. Es importante también tener presente que, a pesar de que el cáncer de mama no se puede prever, se puede detectar en etapa temprana y curar completamente.

Por ello, con el claro compromiso de generar acciones y espacios que concientizan sobre la detección oportuna, GNP:

- Se sumó a la *Primera Campaña de Detección Temprana de Cáncer de Mama* en Tepoztlán, Morelos, en alianza con el Estado de Morelos, el DIF Estatal y organismos de la sociedad civil, brigada que constó de dos fases:
  - a) Caminata guiada en el cerro del Tepozteco para la recaudación de fondos de 210 mastografías.
  - b) Una unidad móvil especializada ofreció a mujeres del municipio estudios gratuitos de mastografías, resultado de la participación ciudadana durante la caminata.
- El 19 de octubre, *Día Mundial de Lucha Contra el Cáncer de Mama*, promovió la difusión de una infografía que presenta los pasos a seguir para la autoexploración que, a su vez, activó una mecánica de donación a través de la red social *twitter* @GNPSeguros:
  - a) Por cada *retweet* de la infografía de autoexploración se donó un estudio de mastografía a través de la Fundación Luis Pasteur.
  - b) El *tweet* se lanzó de 09:00 a 24:00 hrs.

Como resultado, se obtuvieron 3,685 *retweets* que se convirtieron en igual número de estudios otorgados a mujeres sin seguridad social.



## RESULTADOS ACUMULADOS DE PROGRAMAS SOCIALES

PROGRAMA	CAUSA	INSTITUCIÓN ALIADA	DESCRIPCIÓN	TIEMPO DE APOYO	RESULTADOS ACUMULADOS
GOL POR MÉXICO	EDUCACIÓN, SALUD, NUTRICIÓN Y VIVIENDA.	~ FUNDACIÓN TELEvisa, ~ ÚNETE, ~ VENGA Y OIGA, ~ FONDO PARA NIÑOS DE MÉXICO, ~ UN KILO DE AYUDA, ~ ALIANZAS QUE CONSTRUYEN, ~ CONSTRUYENDO.	PROGRAMA SOCIAL "GOL POR MÉXICO" QUE APOYA GNP CON EL OBJETIVO DE FAVORECER ACCIONES ENCAUZADAS A BENEFICIAR A LOS SECTORES DE LA SOCIEDAD MEXICANA QUE VIVEN EN CONDICIONES DESFAVORABLES, CONTRIBUYENDO ASÍ CON EL DESARROLLO DE MÉXICO EN CUATRO CAUSAS PRIMORDIALES: NUTRICIÓN, SALUD, EDUCACIÓN Y VIVIENDA.  GOL POR MÉXICO CONTRIBUYE ACTIVAMENTE CON ACCIONES ESPECIALES EN AQUELLOS MOMENTOS EN LOS QUE NUESTRO PAÍS NECESITA QUE TODOS UNAMOS ESFUERZOS PARA ENFRENTAR LOS ESTRAGOS DE DESASTRES NATURALES, INCLUSO ESTE TIPO DE ACCIONES VAN MÁS ALLÁ DE NUESTRAS FRONTERAS, GOL POR MÉXICO SE SOLIDARIZA ANTE CATÁSTROFES QUE HAN AFECTADO A OTROS PAÍSES.	9 AÑOS.	979,834 PERSONAS BENEFICIADAS.
	PENALTI POR MÉXICO. EDUCACIÓN (BECAS POR 3 AÑOS).	~ BÉCALOS, ~ FUNDACIÓN PRO MAZAHUA, ~ FUNDACIÓN TARAHUMARA, ~ FUNDACIÓN COMUNITARIA OAXACA.	EXTENSIÓN DEL PROGRAMA "GOL POR MÉXICO" QUE NACIÓ EN 2008 Y BRINDA BECAS PARA EDUCACIÓN A JÓVENES DE COMUNIDADES INDÍGENAS EN OAXACA, MAZAHUAS Y TARAHUMARAS, A TRAVÉS DE TIROS PENALES DE PERSONALIDADES DEL MEDIO ARTÍSTICO Y DEPORTIVO, AL PORTERO DEL CLUB AMÉRICA.	5 AÑOS.	715 BECAS.
	GOL POR MÉXICO VERDE. MEDIO AMBIENTE (REFORESTACIÓN).	~ FUNDACIÓN TELEvisa, ~ PRONATURA MÉXICO.	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.	5 AÑOS.	290,000 ÁRBOLES.
	GOLES ROSAS (MSTOGRAFÍAS PARA MUJERES MAZAHUAS).	~ FUCAM.	POR TERCER AÑO CONSECUTIVO, EN OCTUBRE, UNIÉNDONOS AL DÍA MUNDIAL DE LA LUCHA CONTRA EL CÁNCER DE MAMA, SE DESTINÓ TODA UNA JORNADA PARA "GOLES ROSAS" EN FAVOR DE LA DETECCIÓN OPORTUNA DE CÁNCER EN LA MUJER, CADA GOL SIGNIFICÓ 25 MASTOGRAFÍAS PARA MUJERES MAZAHUAS.	3 AÑOS.	1,300 BENEFICIADAS.
	COPA ORO. EDUCACIÓN (BECAS POR 3 AÑOS).	~ FUNDACIÓN TELEvisa, ~ BÉCALOS.	GOL POR MÉXICO CONTÓ CON PRESENCIA EN LA "COPA ORO" 2011 Y 2013, APOYANDO LA CAUSA DE EDUCACIÓN POR MEDIO DE BÉCALOS, OTORGANDO BECAS DE NIVEL MEDIA SUPERIOR Y SUPERIOR POR CADA GOL DE LA SELECCIÓN MEXICANA.	2 AÑOS.	530 BECAS.
NUESTRO MÉXICO DEL FUTURO	MOVIMIENTO SOCIAL. EDUCACIÓN, SALUD Y MEDIO AMBIENTE.	~ BÉCALOS, ~ VENGA Y OIGA, ~ ASOCIACIÓN MEXICANA DE LUCHA CONTRA EL CÁNCER, ~ PRONATURA MÉXICO.	MOVIMIENTO SOCIAL QUE PERTENECE A TODOS LOS MEXICANOS, EL CUAL LOGRÓ REUNIR 11,350,348 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.	3 AÑOS.	4,477 BENEFICIADOS. 12,580 ÁRBOLES PLANTADOS. 288 ESQUINAS ACCESIBLES.
	ESQUINAS ACCESIBLES	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.

## MEDALLAS POR LA EDUCACIÓN

EDUCACIÓN (NIVEL MEDIO SUPERIOR, SUPERIOR Y DOCENTES).

FUNDACIÓN TELEvisa, BÉCALOS.

EN APOYO A LA EDUCACIÓN, SURGE "MEDALLAS POR LA EDUCACIÓN" EN LOS JUEGOS PANAMERICANOS 2011. TODAS LAS MEDALLAS LOGRADAS POR LOS DEPORTISTAS MEXICANOS SE TRADUCEN EN BECAS PARA MAESTROS:

- POR CADA MEDALLA DE ORO SE DONARON 50 BECAS.
- POR CADA MEDALLA DE PLATA SE DONARON 10 BECAS.
- POR CADA MEDALLA DE BRONCE SE DONARON 5 BECAS.

### JUEGOS DEPORTIVOS Y CULTURALES BAL 2012 Y 2013.

LA MECÁNICA CONSISTIÓ EN CONVERTIR EL ESFUERZO DE TODOS LOS PARTICIPANTES EN BECAS, POR LO QUE:

- LAS MEDALLAS DE BRONCE SE CONVIRTIERON EN BECAS PARA MAESTROS.
- LAS MEDALLAS DE PLATA SIGNIFICARON BECAS PARA ESTUDIOS DE NIVEL MEDIO SUPERIOR.
- LAS MEDALLAS DE ORO SE TRADUJERON EN BECAS PARA ESTUDIO DE NIVEL SUPERIOR.

### SEMINARIOS FUERZA DE VENTAS.

#### SEMINARIO DE DIRECTORES DE AGENCIA 2012 Y 2013.

A LO LARGO DEL SEMINARIO SE OTORGARON MEDALLAS EN DIFERENTES ACTIVIDADES, DONDE:

- POR CADA MEDALLA DE ORO SE DONÓ 1 BECA.
- POR DOS MEDALLAS DE PLATA SE DONÓ 1 BECA.
- POR TRES MEDALLAS DE BRONCE SE DONÓ 1 BECA.

### VILLA OLÍMPICA 2012.

- LOS AGENTES RECONOCIDOS POR ANTIGÜEDAD Y POR MEJORES PRÁCTICAS, RECIBIERON MEDALLAS QUE REPRESENTAN LA DONACIÓN DE BECAS PARA MAESTROS.
- LOS AGENTES CAMPEONES A NIVEL NACIONAL DEL TORNEO DE VIDA, DE GMM, VIDA NOVELES Y DE AUTOS, RECIBIERON MEDALLAS QUE REPRESENTARON UNA BECA POR TRES AÑOS PARA JÓVENES DE COMUNIDADES INDÍGENAS EN NIVEL MEDIO SUPERIOR.

TOTAL DE BECAS.

2,963 BECAS PARA MAESTROS.  
147 BECAS POR TRES AÑOS PARA JÓVENES DE COMUNIDADES INDÍGENAS  
3,110 BECAS OTORGADAS.

231 BECAS PARA MAESTROS.  
234 BECAS PARA ESTUDIOS DE NIVEL MEDIO SUPERIOR.  
250 BECAS PARA ESTUDIOS DE NIVEL SUPERIOR.  
715 BECAS OTORGADAS.

66 BECAS PARA MAESTROS.  
66 BECAS POR TRES AÑOS PARA JÓVENES DE COMUNIDADES INDÍGENAS.  
132 BECAS OTORGADAS.

3,260 BECAS PARA MAESTROS.  
213 BECAS POR TRES AÑOS PARA JÓVENES DE COMUNIDADES INDÍGENAS.  
234 BECAS PARA ESTUDIOS DE NIVEL MEDIO SUPERIOR.  
250 BECAS PARA ESTUDIOS DE NIVEL SUPERIOR.  
3,957 BECAS OTORGADAS.

3 AÑOS

## CONDUCTOR RESPONSABLE

CULTURA DE PREVENCIÓN.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES.

ESTA CAMPAÑA 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.

4 AÑOS.

385,050 MANUALES ENTREGADOS.

**“VIVIR ES  
INCREÍBLE,  
AYUDANDO  
A LOS  
DEMÁS”**

DONATIVOS EN  
FUNCIÓN DE LAS  
NECESIDADES DE  
LAS DIFERENTES  
FUNDACIONES.

TELEVISIA PROGRAMA DE  
UNICABLE MOJOE.

PROGRAMA SOCIAL QUE APOYA GNP, Y 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.

ADICIONALMENTE SE CANALIZAN RECURSOS A DIFERENTES FUNDACIONES SEMANALMENTE.

LA DIFUSIÓN ES A TRAVÉS DEL PROGRAMA MOJOE (UNICABLE) CONDUCTO POR MONTSERRAT OLIVIER Y YOLANDA ANDRADE.

1 AÑO

FUNDACIONES:

1. TELEGENIO, A.C.
2. ZOTOLUCO, A.C.
3. CEDAC.
4. LUIS PASTEUR, I.A.P.
5. ONTABYDE
- ORGANIZACIÓN NACIONAL DE TRASTORNO BIPOLAR Y DEPRESIÓN, A.C.
6. ANGELITOS DE CRISTAL, I.A.P.
7. DOMUS INSTITUTO DE AUTISMO.
8. MICHOU Y MAU, I.A.P.
9. CMR, A.C.
10. ALZHEIMER, I.A.P.
11. EN MOVIMIENTO, A.C.
12. TODOS EN CRECIMIENTO, I.A.P.
13. ELLEN WEST, A.C.
14. REGALEMOS UNA SONRISA.
15. CANDY, A.C.
16. ASOC. MEXICANA DE FIBROSIS QUÍSTICA, A.C.
17. MERCED, A.C.
18. EDUCA.
19. TRUEQMX.
20. MAZAHUA, A.C.
21. DIF CHIHUAHUA.
22. SIERRA TARAHUMARA.
23. XÓCHIMILCO.
24. REBECA DE ALBA, A.C.
25. COMUNIDAD CON CORAZÓN FAUSTO.
26. FUNED FUNDACIÓN MEXICANA PARA LA EDUCACIÓN LA TECNOLOGÍA Y LA CIENCIA.
27. BCV BIENESTAR Y CALIDAD DE VIDA.
28. MAS ESPACIOS.
29. FRATERNIDAD SIN FRONTERAS, I.A.P.
30. CONOCE MEXICO EN BICICLETA, A.C.
31. HOGARES PROVIDENCIA, I.A.P.
32. FUNDACIÓN MEXICANA PARA EL DESARROLLO RURAL, A.C.
33. ALIANZA EN FAVOR DE LA MUJER DEL D.F, I.A.P.
34. CIMAB.35. GUARDERÍA SAN MIGUEL.
36. AYUDA Y SOLIDARIDAD CON LAS NIÑAS DE LA CALLE, I.A.P.
37. ÚNETE DONA EN VIDA.
38. HOSPITALITO GUSTAVO GUERRERO, A.C.
39. ALPSI ATENCIÓN LEGAL Y PSICOLÓGICA INTEGRAL, A.C.
40. MOUNT ROSE, I.A.P.
41. EXTIENDE TU MANO, I.A.P.
42. AYUDA AMIGA, I.A.P.
43. ZONA “DESPERTANDO SONRISAS”.
44. PRONIÑOS DE LA CALLE, A.P.

Continúa

"VIVIR ES INCREÍBLE, AYUDANDO A LOS DEMÁS"	DONATIVOS EN FUNCIÓN DE LAS NECESIDADES DE LAS DIFERENTES FUNDACIONES.	TELEVISIVA PROGRAMA DE UNICABLE MoJOE.	<p>PROGRAMA SOCIAL QUE APOYA GNP, Y 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>ADICIONALMENTE SE CANALIZAN RECURSOS A DIFERENTES FUNDACIONES SEMANALMENTE.</p> <p>LA DIFUSIÓN ES A TRAVÉS DEL PROGRAMA MoJOE (UNICABLE) CONDUCTIDO POR MONTSERRAT OLIVIER Y YOLANDA ANDRADE.</p>	1 AÑO	<p>45. LUIS MARÍA MARTÍNEZ, I.A.P.  46. HOGAR DULCE HOGAR, I.A.P.  47. CLARA MORENO Y MIRAMÓN, I.A.P.  48. PROYECTO ANDARES, A.C.  49. ANAR ASOCIACIÓN NUESTRO HOGAR, I.A.P.  50. CARITAS SAN MARÓN, I.A.P.  51. LA CASA DE LAS MERCEDES, I.A.P.  52. INSTITUTO ÁNGEL DE LA GUARDA, I.A.P.  53. ANSER.  54. HOLÍSTICA NEZAHUALCOYOTLENSE, A.C.  55. ASOCIACIÓN MEXICANA DE LUCHA CONTRA EL CÁNCER.  56. DAR Y AMOR DAYA, I.A.P.  57. ASOCIACIÓN FRANCISCANA  58. DOMUS ALIPIO  59. BARRA MEXICANA  60. MEXICANA DEL RIÑÓN.  61. COOPERATIVA LAGARTO REAL.  62. CASA HOGAR NUEVA VIDA.  63. ABS AMERICAN BENEVOLENT SOCIETY.  64. A FAVOR DEL NIÑO, I.A.P.  65. LA CASA DE LA SAL, A.C.  66. ALDEAS INFANTILES SOS MÉXICO, I.A.P.  67. UNA MAÑANA PARA LA COMUNIDAD, A.C.</p>
	CONSTRUCCIÓN Y REHABILITACIÓN DE CANCHAS MÚLTIPLES, EDUCACIÓN, SALUD Y DESARROLLO.	<p>PRIMARIAS:  <b>RAFAEL RAMÍREZ, MATAXHI, EDO. DE MÉXICO.</b>  <b>FRANCISCO I. MADERO, SAN FRANCISCO EDO. DE MÉXICO.</b></p>	<p>CONSTRUCCIÓN Y REHABILITACIÓN DE ESPACIOS QUE BENEFICIEN 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.</p>	ÚNICA VEZ	ALUMNOS CONTEMPLADOS EN AULAS DE MEDIOS <i>GOL POR MÉXICO</i> .
OTROS APOYOS	CORAZOLES EN PUEBLA 2011. ARTE, CULTURA Y DESARROLLO INFANTIL.	GRUPO VOLUNTARIO MEXICANO ALEMÁN.	<p>PROYECTO CON MOTIVO DE SU 20 ANIVERSARIO Y CON EL PRINCIPAL OBJETIVO DE RECAUDAR FONDOS QUE LES PERMITAN GARANTIZAR LA PERDURABILIDAD DE SU ORGANIZACIÓN. FUE UNA CAMPAÑA QUE ENGLÓBÓ ARTE, CULTURA Y RESPONSABILIDAD SOCIAL.</p>	ÚNICA VEZ	NIÑOS DE 0 A 8 AÑOS, CASA DEL SOL.
	CRUZ ROJA MEXICANA. SALUD	CRUZ ROJA MEXICANA.	<p>DONATIVO HURACÁN ALEX (2010).  ELECTROCARDIOGRAFO (2011).  DONATIVO (2012).</p>	ÚNICA VEZ.	N/A
	CONSEJO DE LA COMUNICACIÓN. PARTICIPACIÓN SOCIAL. VALORES Y HÁBITOS DE LA SOCIEDAD MEXICANA.	CONSEJO DE LA COMUNICACIÓN.	<p>APOYO DIRECTO A LAS CAMPAÑAS DEL CONSEJO PARA FINANCIAR LA PRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN DE LAS MISMAS.</p>	10 AÑOS	N/A

\*FUNDACIONES BENEFICIADAS DEL 18 DE SEPTIEMBRE 2012 AL 31 DE DICIEMBRE 2013.

ASOCIACIÓN GILBERTO. EDUCACIÓN Y CAPACITACIÓN.	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.	7 AÑOS.	N/A
APOYO OPERACIÓN CórNEA.	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.
CAMPAÑA DE DETECCIÓN OPORTUNA DE CÁNCER DE MAMA.	FUNDACIÓN LUIS PASTEUR.	EN EL PASADO MES DE OCTUBRE SE LLEVÓ A CABO UNA ACTIVACIÓN ESPECIAL EN LA RED SOCIAL DE TWITTER. LA MECÁNICA CONSISTÍA EN DONAR UN ESTUDIO DE MASTOGRAFÍA A MUJERES DE ESCASOS RECURSOS POR CADA RETWEET OTORGADO, ADEMÁS DE DIFUNDIR UNA INFOGRAFÍA EN LA QUE SE EXPLICA EL MÉTODO DE AUTOEXPLORACIÓN PARA LA DETECCIÓN OPORTUNA DE CÁNCER DE MAMA.	ÚNICA VEZ.	3,686 MUJERES BENEFICIADAS CON MASTOGRAFÍAS
	FUCAM.	1º CAMPAÑA DE DETECCIÓN TEMPRANA DE CÁNCER DE MAMA EN TEPOZTLÁN, MORELOS EN ALIANZA CON EL ESTADO DE MORELOS, DIF ESTATAL Y ORGANISMOS DE LA SOCIEDAD CIVIL, BRIGADA QUE CONSTÓ DE DOS FASES.	ÚNICA VEZ.	70 MUJERES BENEFICIADAS CON MASTOGRAFÍAS.
<b>TOTAL DE BENEFICIADOS</b>				<b>1,571,240</b>
<b>TOTAL DE ÁRBOLES PLANTADOS</b>				<b>302,580</b>
<b>TOTAL DE ESQUINAS ACCESIBLES</b>				<b>624</b>



# VII. Nuestro compromiso medioambiental



## AGUA

### CONSUMO DE AGUA

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

En 2013 incrementamos el consumo de agua en nuestras instalaciones debido al crecimiento en nuestra estructura, aunado a una fuga que se presentó en nuestras instalaciones de Plaza GNP y que provocó un mayor consumo en el agua tratada.

PERIODO	M <sup>3</sup> CONSUMIDOS <sup>16</sup>
2012	75,146 <sup>17</sup>
2013	92,554 <sup>18</sup>

### CAPTACIÓN Y TRATAMIENTO DE AGUA

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

En 2013 se continuó 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, utilizando 54,083 m<sup>3</sup> de agua tratada en el inmueble de Plaza GNP y 976 m<sup>3</sup> en nuestro Centro Regional Sur.



<sup>16</sup> En esta medición únicamente se considera el total de consumo en inmuebles propios.

<sup>17</sup> El 46% de esta cifra corresponde a agua tratada.

<sup>18</sup> El 58% de esta cifra corresponde a agua tratada.

## ENERGÍA

### CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

En GNP seguimos mejorando año tras año. Hemos automatizado nuestras oficinas a nivel nacional, lo que nos permite mantener nuestra contribución en el ahorro de energía eléctrica y, por lo tanto, en el cuidado del medio ambiente.

Nuestro consumo de energía eléctrica en 2013 fue de 19,200,596 Kw/h. Éste se dio en 104 oficinas a nivel nacional, 35 más respecto de las reportadas en 2012, lo que implica una disminución importante en el consumo de un año a otro.

AÑO	CONSUMO (KW/H)	CONSUMO EN MJ	EMISIONES INDIRECTAS DE CO <sub>2</sub> (TON. MÉTRICAS) <sup>19</sup>	VARIACIÓN %
2012	20,424,743	73,529,074.8	10,515.74	
2013	19,200,596	69,122,145.6	9,885.30	-6.37



### CONSUMO DE DIÉSEL

En GNP contamos con un total de 26 plantas de emergencia a nivel nacional, las cuales nos ayudan a garantizar el servicio y operación en nuestras oficinas. Dichas plantas de emergencia operan con combustible diésel y en 2013 consumieron 21,025 litros, los cuales generaron 56.83 toneladas métricas de CO<sub>2</sub>, el 4.5% menos en relación con 2012.

AÑO	CONSUMO (LTS)	CONSUMO EN MJ	EMISIONES DIRECTAS DE CO <sub>2</sub> (TON. MÉTRICAS) <sup>20</sup>	VARIACIÓN %
2012	22,172	809,453	59.42	
2013	21,025	767,579	56.83	- 4.5

<sup>19</sup> Factor de conversión de 0.515kg de CO<sub>2</sub> x KWh. Publicado por el World Business Council for Sustainable Development (WBCSD).

<sup>20</sup> Factor de conversión diésel 2.68 kg CO<sub>2</sub> x lts (WBCSD).

## CONSUMO DE GAS LP

El club deportivo de Plaza GNP cuenta con alberca, regaderas y vapor, cuyos servicios de agua caliente están garantizados por medio de una caldera que utiliza como combustible gas LP. Su consumo fue de 180,877 litros, que implican una generación directa de 349 kilogramos de CO<sub>2</sub>, un 6% menos en relación con 2012.

AÑO	CONSUMO LTS	CONSUMO EN MJ	EMISIONES DIRECTAS DE CO <sub>2</sub> (TON. MÉTRICAS) <sup>21</sup>	VARIACIÓN %
2012	191,928	4,601,444	0.370	
2013	180,877	4,336,498	0.349	-6.0

## PAPEL

### CONSUMO Y MANEJO DE PAPEL

En 2013 GNP eficientó sus procesos, con lo que se disminuyó el consumo de papel como resultado de las diversas acciones implementadas a partir de 2012. En este año se logra una reducción del 21% en relación con 2012, lo que significa el consumo más bajo de los últimos tres años.

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

CONSUMO	2012	2013
MILLARES	32,760	25,953
CAJAS	6,552	5,191
PESO TOTAL	144,144	114,193



## RECICLAJE DE PAPEL Y CARTÓN

El reciclaje de papel es una de las formas más beneficiosas para el medio ambiente, en gran parte por el costo ambiental que se tiene al obtenerlo, por lo que año tras año nos damos a la tarea de recolectar el papel usado así como el cartón, el cual es enviado a plantas de reciclaje por medio del proveedor Gruver (Grupo Verde en Reciclaje y Educación S.A. de C.V.).

CONCEPTO	TONELADAS	
	2012	2013
HOJA BLANCA	7.5	11
HOJA DE COLOR	2.7	1.9
CARTÓN	6.3	4.8
TOTAL	16.5	17.7

Adicionalmente, en 2013 GNP llevó a cabo la destrucción de 49,000 cajas del archivo general (con manifiesto de destrucción segura de información) mediante procesos amigables con el medio ambiente. Esta acción permitió el reciclaje de 387,740 kgs. del papel destruido para su aprovechamiento en actividades cotidianas, disminuyendo así la tala de árboles.



<sup>21</sup> Factor de conversión Gas 1.93 kg CO<sub>2</sub> x m<sup>3</sup> (WBCSD)

# TRANSPORTE

## AUTOS UTILITARIOS

GNP, buscando estar a la vanguardia y mantener una imagen sólida, en 2013 realizó la renovación de 180 unidades a nivel nacional. Y para 2014 se sustituirán 173 unidades más, por lo que el promedio de antigüedad estará en el orden de 2.5 años.

Con base en el compromiso por cuidar el medio ambiente, en 2011 se cambió la política de renovación de autos utilitarios de cinco a tres años, o 120 mil km lo que permite contar con una flotilla moderna, menos contaminante y con mayor seguridad para los usuarios, además de contar con la alternativa de adquirir la unidad mediante un descuento quincenal.

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

DESCRIPCIÓN	AÑOS	
	2012	2013
AUTOS EN OPERACIÓN	510	547
PROPIOS	170	170
ARRENDADOS	340	377
KMS RECORRIDOS (25 MIL POR UNIDAD)	12,750,000	13,675,000
EMISIONES DIRECTAS DE CO <sub>2</sub> (TONELADAS)	2,805	3,008
CONSUMO DE COMBUSTIBLE (MILES DE LITROS)	1,281	1,493
EMISIONES DIRECTAS DE CO <sub>2</sub> POR COMBUSTIBLE (TONELADAS)	3,445.89	4,016.17



## TIPO DE ACTIVOS Y MODELOS

DESCRIPCIÓN	MODELOS					
	2010	2011	2012	2013	2014	TOTAL
AUTOS	58	106	152	190	6	512
MOTOCICLETAS	3	0	7	17	0	27
CAMIONETAS	3	1	4	0	0	8
<b>TOTAL</b>	<b>64</b>	<b>107</b>	<b>163</b>	<b>207</b>	<b>6</b>	<b>547</b>

## POOL DE AUTOS UTILITARIOS

Para optimizar recursos y homologar servicios, actualmente contamos con 163 autos en beneficio del personal, con lo que contribuimos a la responsabilidad social de la empresa. Asimismo, continuamos con la implantación del modelo de *pool* de autos. Hoy tenemos un total de 15 *pool*'s a nivel nacional, y así ampliamos los beneficios a más usuarios que necesitan un auto para realizar asuntos de trabajo. Esta nueva práctica nos lleva a contribuir con el medio ambiente cuidando su uso, utilizándolos solamente en horarios de trabajo y pernoctando dentro de las instalaciones, incluyendo fines de semana.



## GNP EN RUTA: TRANSPORTE DE PERSONAL

Un año más de éxito de este beneficio que GNP otorga a sus colaboradores, el cual es muy apreciado en sus seis rutas por sus impactos ambientales, de seguridad, comodidad y ahorro.

Durante 2013 el servicio de GNP en Ruta se incrementó en 16 puntos porcentuales en relación con el año anterior. Adicionalmente se incluyó la ruta de Copilco a solicitud expresa en la Charla con AB, beneficiando con esto a 116 personas más, logrando transportar anualmente a 60,735 usuarios en diferentes tramos.

RUTA	ORIGEN	DESTINO	MODELO	KM POR DÍA	K/L DIÉSEL	RENDIMIENTO DE DIÉSEL POR RUTA	VUELTAS POR DÍA	RENDIMIENTO DE DIÉSEL POR DÍA	KM MENSUALES	RENDIMIENTO DE DIESEL POR MES
1	CHABACANO	PLAZA GNP	THOMSON	10.7	3.2	3.3	4	12.8	1,284	384
2	XOCHIMILCO	PLAZA GNP	THOMSON	12	3.2	3.8	2	6.4	720	192
3	CONSTITUCIÓN	PLAZA GNP	THOMSON	11	3.2	3.4	3	9.6	990	288
4	TACUBAYA	PLAZA GNP	SPRINTER	11.4	9.7	1.2	2	19.4	684	582
5	OCEANÍA	PLAZA GNP	THOMSON	18.8	3.2	5.9	2	6.4	1,128	192
6	CENTRO REGIONAL	PLAZA GNP	SPRINTER	8.3	9.7	0.9	4	38.8	996	1,164
7	COPILCO	PLAZA GNP	THOMSON	10.8	3.2	3.4	2	6.4	648	192

Adicionalmente, por medio de este servicio se continuó el transporte de personal a eventos especiales de actividades institucionales en los temas de Gol por México, ventas, entre otros.

ESTADÍSTICAS POR SERVICIO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
% DE OCUPACIÓN DE RUTAS	48	48	47	41	48	47	46	47	58	59	54	41
% DE OCUPACIÓN SERVICIO ESPECIAL DE TRANSPORTE	87	83	78	41	83	0	0	92	76	81	70	50
<b>TOTAL REAL</b>	<b>48</b>	<b>49</b>	<b>47</b>	<b>41</b>	<b>48</b>	<b>47</b>	<b>46</b>	<b>48</b>	<b>58</b>	<b>59</b>	<b>54</b>	<b>41</b>



## AVENTONES EN RUTA GNP

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

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

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

A los ocho días de su lanzamiento, el programa ya contaba con 250 aventones y más de 230 usuarios registrados. A los nueve meses cuenta con 986 aventones publicados y 632 usuarios registrados.

Con esta acción contribuimos con la disminución de 4,742 emisiones de CO<sub>2</sub>.

## VIAJES EN AVIÓN

En 2013, a raíz de la apertura de nuevas oficinas a nivel nacional y con la diversificación de atención al mercado en diferentes líneas de negocio se incurrió en un incremento en los viajes. No obstante, continuamos con los esfuerzos para un correcto y mejor aprovechamiento de los mismos, implantando acciones de control presupuestal y recomendaciones a los usuarios en cuanto a su planeación y organización de viajes.

BOLETOS EXPEDIDOS	2012	2013
<b>TOTAL</b>	<b>2,590</b>	<b>2,903</b>



## GESTIÓN DE RESIDUOS

### RECOLECCIÓN DE PILAS

Sin duda, las pilas, baterías o micropilas han sido un gran invento que nos permite autonomía energética en el uso de muchísimos productos. Sin embargo, estas fuentes de energía se basan en un conjunto de reacciones químicas, que si bien son pequeñas, son altamente nocivas, ya que en su mayoría están compuestas por metales pesados que, al ser liberados al medio ambiente, producen serios problemas de contaminación. Para imaginar la magnitud, basta con saber que con una micropila o pila de botón se pueden contaminar de 100 a 600 mil litros de agua.

Consciente de esta situación, en el segundo semestre de 2013 GNP instaló dentro de sus oficinas de la zona metropolitana contenedores de pilas, que después son recolectadas por un proveedor especializado, el cual asegura el tratamiento adecuado de las mismas para disminuir su impacto ambiental.

La recolección de 2013 ascendió a 323.83 kg distribuidos de la siguiente manera:

TIPO DE PILA	KILOS POR DESPERDICIO	METALES RECUPERADOS %
SALINAS	64.5	19.91 ZINC Y CARBÓN
ALCALINAS	247.5	76.24 ZINC Y HIERRO
DE MERCURIO	11.83	3.67 MERCURIO, ZINC Y HIERRO



## RECOLECCIÓN DE PET

Cada año se producen alrededor de nueve mil millones de botellas de PET, que representan casi una tercera parte de la basura doméstica generada en México.

Reducir la demanda de botellas de PET es un paso esencial en la reducción de los residuos. De acuerdo con un estudio del *Environmental Products Inc.* (EPI), cada segundo se tiran a la basura mil 500 botellas de PET, con lo cual se podrían ahorrar millones de barriles de petróleo, evitar millones de toneladas de gases de efecto invernadero a la atmósfera, y los recursos económicos gastados para su producción servirían para que cada persona en el planeta tuviera acceso al agua potable de manera permanente.

Una botella de PET tarda hasta 500 años en degradarse, y del PET que se consume en el mundo sólo el 20% se recicla.

En GNP, en colaboración con ECOCE, en 2013 logramos recolectar 8,324 kgs. de PET. La conciencia y participación de nuestros colaboradores en 24 oficinas a nivel nacional fue de gran apoyo para hacer crecer este programa, que se mantendrá vigente durante 2014 en 13 de ellas.



## RECOLECCIÓN DE RESIDUOS NO PELIGROSOS

En nuestras oficinas corporativas, contamos con un contenedor y compactador con capacidad de 30 m<sup>3</sup> para almacenar la basura compactada. De toda la basura que generamos anualmente dentro de nuestras oficinas, y que alcanza el volumen de 276 toneladas, el 85% es basura inorgánica (papel, cartón, PET, aluminio, etc.) y el 15% es basura orgánica (residuos de alimentos, hojas de los árboles y pasto). El proveedor que realiza el retiro de los residuos se encarga de separar y reciclar los desechos que generamos cumpliendo con los lineamientos ambientales del Estado.

## ESTRATEGIAS PARA LA DISMINUCIÓN DE CONSUMOS Y RESULTADOS OBTENIDOS

En GNP seguimos contemplando proyectos que permitan disminuir el impacto de nuestras operaciones en el medio ambiente. Por ello, en 2013 implementamos la sustitución de algunos equipos por otros con mejor tecnología, como:

- **Subestación eléctrica en las oficinas de Mexicali:** con ella se reducen las probabilidades de falla que afecten la operación del inmueble, así como los espacios en la subestación para facilitar maniobras de mantenimiento, otorgando además una mayor seguridad al personal que lo lleva a cabo.
- **Chiller de aire acondicionado en el centro de aprendizaje en Plaza GNP:** es un sistema con mayor eficiencia y ahorro de energía, que reduce las posibilidades de falla y otorga mayor confort para los usuarios del edificio.
- **Lavalozza del comedor general de Plaza GNP:** tiene tecnología *Optirinse*™ y certificación *Energy Star* que proporcionan respectivamente un mayor ahorro de agua y de productos químicos, así como de energía, optimizando además el tiempo de lavado y garantizando el lavado y sanitizado, para la seguridad de los empleados que utilizan el servicio del comedor.
- **Pararrayos en el centro de cómputo y en la casa de máquinas de Plaza GNP:** con ellos se garantiza la seguridad del personal que labora en el edificio, protegiendo además los equipos de daños y fallas de operación a causa de una descarga atmosférica.
- **Sistema contra incendio en las oficinas de Monterrey:** da mayor protección al inmueble y al personal que habita el edificio, cumpliendo con las normas NFPA, NOM y UL.

- **Anillo de media tensión en Plaza GNP:** asegura la confiabilidad en la red eléctrica, minimizando riesgos en el sistema de media tensión.

**MONTO DE INVERSIÓN PARA PROYECTOS AMBIENTALES**

CONCEPTO	MONTO
CAMBIO DE SUBESTACIÓN ELÉCTRICA EN MEXICALI	0.435
CAMBIO DE CHILLER EN EL CENTRO DE APRENDIZAJE DE PLAZA GNP	1.387
CAMBIO DE LAVALOZA EN EL COMEDOR GENERAL DE PLAZA GNP	0.577
INSTALACIÓN DE PARARRAYOS EN EL CENTRO DE CÓMPUTO Y CASA DE MÁQUINAS DE PLAZA GNP	0.075
INSTALACIÓN DE SISTEMA CONTRA INCENDIOS EN MONTERREY	0.972
CAMBIO DE ANILLO DE MEDIA TENSIÓN EN PLAZA GNP	0.909
TOTAL DE INVERSIÓN	4.355

*Cifras en millones de pesos.*



## ACCIONES EN FAVOR DE LA CULTURA AMBIENTAL

### ECOFERIA DE SUSTENTABILIDAD

Como ya es una tradición, en GNP celebramos nuestra *EcoFeria de Sustentabilidad 2013* por tercer año consecutivo en el Distrito Federal, segundo año en Guadalajara y primer año en Monterrey.

Esta feria se celebra con el objetivo de acercar productos y servicios amigables con el medio ambiente a todo nuestro personal, y con ello contribuir a la difusión de la cultura de sustentabilidad entre ellos. De igual forma, es un mecanismo eficaz para apoyar a pequeñas y medianas empresas, así como a emprendedores independientes que ofrecen productos y servicios sustentables y que, a la vez de satisfacer una necesidad, contribuyen con la preservación del planeta, promoviendo hábitos de vida más saludables y enriquecedores.

La *EcoFeria de Sustentabilidad 2013* registró un total de 70 expositores en el Distrito Federal, 10 en Guadalajara y 7 en Monterrey. Tuvieron la oportunidad de visitarla más de 1,500 personas.

Esta EcoFeria, en su edición del D.F., también contó con talleres y pláticas que promovieron hábitos sustentables, como el de la elaboración de juguetes con PET y latas de aluminio, el de aromaterapia, y el de huertos en casa, con germinados para consumo. Además, por si fuera poco, la actividad invitada fue la Casa Ecológica de la Secretaría de Medio Ambiente del Gobierno del D.F., en la cual más de 150 participantes pudieron conocer los impactos generados al medio ambiente por el consumo de agua, energía y residuos generados en las actividades cotidianas dentro de una casa promedio, con hábitos poco o nada sustentables.



## CAMPAÑAS DE REFORESTACIÓN

A pesar de ser una empresa de servicios, GNP está consciente de su huella ambiental, por lo que continuamos con el mantenimiento y conservación de 22,097.56 m<sup>2</sup> de áreas verdes públicas perimetrales a nuestras oficinas, así como de 25,874.72 m<sup>2</sup> dentro de nuestras oficinas de Plaza GNP, sumando un total de 47,972.28 m<sup>2</sup> de áreas verdes que conservamos anualmente.



## CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN

### AMBIENTAL

Hasta la fecha, GNP nunca ha sido sujeto de alguna sanción por cuestiones ambientales, ya que, además de todos los esfuerzos e iniciativas descritas anteriormente, todos los productos utilizados para limpieza, jardinería y fumigación son biodegradables. De igual manera, en servicios de mantenimiento a equipos, el proveedor especialista retira los materiales sobrantes (papel, aceites, baterías, solventes, material eléctrico, entre otros) para canalizarlos a empresas dedicadas al reciclado y/o confinamiento de esos productos.

Actualmente seguimos incrementando el uso del refrigerante ecológico (R 410) en equipos de aire acondicionado



# VIII. Iniciativas estratégicas de RSE en Centros Regionales



## OCCIDENTE

### CAMPAÑA DE SALUD VISUAL

En 2013 la oficina de Guadalajara continuó con el programa de salud visual, en el que se aplicaron exámenes de la vista a los colaboradores. Éste permitió detectar que el 83% de la población revisada requiere de corrección visual. Un dato relevante es que el 61% de los examinados presentaron problemas de carnosidad (pterigión), padecimiento que se presenta por descuido en la transición de un ambiente cálido a uno fresco o viceversa (choque térmico), después de mucho tiempo de estar frente al monitor o por tener una iluminación deficiente.

Este programa permite crear conciencia sobre la cultura de prevención para detectar problemas oculares y corregirlos oportunamente sin incurrir en costosos tratamientos, con lo que se favorece a la vez el desempeño del colaborador en su trabajo, una mayor concentración y se evita algún accidente.

### EVENTO DE FIN DE AÑO CON CAUSA

En el evento de fin de año de 2012, en la oficina de Guadalajara surgió la iniciativa de convertirlo en un evento con causa. Por ello, en 2013, con su asistencia al mismo, todos los colaboradores realizaron alguna donación, entre las que estuvieron 167 juguetes, ropa de invierno y despensa de artículos no perecederos, los cuales fueron entregados a la Casa Hogar Ejército de Salvación, institución que atiende a niños en situación de vulnerabilidad y desamparo.

Los colaboradores tuvieron la oportunidad de hacer personalmente la entrega de juguetes a los niños: la ropa se entregaría después con base en las necesidades de cada niño y la despensa iría directamente para el consumo diario.

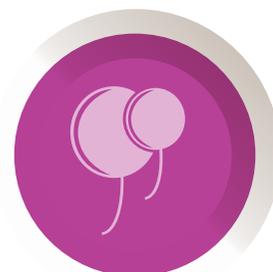


### CONVENIOS EDUCATIVOS

Con la finalidad de fomentar y apoyar a los colaboradores de la oficina de Guadalajara en su crecimiento y desarrollo personal y profesional, se realizó un convenio con la Universidad del Valle de Atemajac, con el que a todos los colaboradores y a sus familiares se otorga el beneficio de un 20% de descuento durante todos sus estudios, realizándose además sesiones informativas sobre los programas de universidad a distancia y educación continua.

### EVENTO DE INTEGRACIÓN

El festejo del *Día de muertos* es una tradición muy arraigada en el occidente del país, por lo que cada año, al realizar este tipo de eventos, se convoca a los colaboradores a vivirla plenamente por medio del montaje de la ofrenda dedicada a algún difunto, además de la composición de divertidas calaveritas. Adicionalmente, en 2012 se tuvo la primera fiesta de disfraces como evento de integración, la cual generó un gran ambiente de convivencia.



## NORESTE

### CONFERENCIAS DE SALUD

En la oficina de Monterrey se llevaron a cabo a lo largo del año conferencias enfocadas a la prevención y cuidado de la salud, participando en ellas más de 200 colaboradores:

- **“Cuida tu Corazón”:** fue impartida por un cardiólogo que proporcionó al personal medidas de prevención de enfermedades cardiacas, como infarto al miocardio o accidente vascular cerebral, con la finalidad de mantener un corazón sano y, con ello, el bienestar personal y profesional.
- **Nutrición = salud:** con ella se busca fomentar la cultura de hábitos de salud contra la obesidad, recordando la pirámide de los alimentos y haciendo énfasis en la importancia del ejercicio. A los participantes se les midió la presión arterial, oximetría, cálculo de IMC, toma de peso, talla, glucosa y lípidos.
- **Dental:** con esta conferencia se pretende crear conciencia acerca de la higiene bucal y el cuidado y limpieza de los dientes, con la finalidad de desarrollar hábitos de prevención e higiene dental, ofreciendo precios preferenciales de tratamiento para los colaboradores y sus familias.

### CAMPAÑA “PLÁNTAME”

Junto con la entrega de nuestro IRSE 2012, se llevó a cabo esta campaña en la oficina de Monterrey, con la que se entregó a todos los colaboradores semillas de flores para plantar en su casa junto con su familia, sensibilizando y fomentando la cultura ecológica y el cuidado del medio ambiente.



### LABOR SOCIAL

En 2013 los colaboradores de Monterrey tomaron la iniciativa de apoyar a familiares de enfermos en el Hospital Metropolitano, compartiéndoles por la mañana jugo, chocolate y pan, beneficiando con esta acción a más de 200 personas.

Adicionalmente, en la oficina de Tampico colaboradores y agentes de ventas participaron en un desayuno en la Casa Hogar Ejército de Salvación Tampico, donde cada uno de ellos apadrinó a un niño, entregándole juguetes y ropa, beneficiando a 59 niños.

### CAPACITACIÓN SOBRE PROTECCIÓN CIVIL

Este programa tuvo como objetivo el capacitar al personal y proporcionarle las herramientas acerca de las medidas de prevención en materia de protección civil como primeros auxilios, evacuación y rescate e incendio, así como capacitar a 25 niños con la finalidad de que puedan reaccionar ante una emergencia.

### EVENTO DE INTEGRACIÓN

En 2013 las oficinas de noreste llevaron a cabo eventos de integración, con la finalidad de promover entre el personal actividades que fomenten la sana convivencia y la participación entre las diferentes áreas y sus colaboradores, impactando de manera positiva en el bienestar personal y laboral. En este sentido se llevaron a cabo las siguientes actividades: concurso de disfraces en las oficinas de Tampico, Chihuahua, Ciudad Juárez y Monterrey; actividades en la playa en Tampico, excursión a la sierra en Chihuahua y lotería mexicana en Monterrey.



## SURESTE

### TORNEO DE BOLICHE CON CAUSA

En el mes de marzo se llevó a cabo en la oficina de Mérida un evento de integración del personal a través del *1er. Torneo de Boliche con Causa*, en el que participaron más de 50 colaboradores con el único objetivo de integrarse entre áreas y convivir. Además, todos los participantes aportaron de forma voluntaria para comprar material didáctico (hojas blancas y de colores, tijeras, lápices, sacapuntas, borradores, plumones, cartulinas, plastilina, carpetas, entre otros) con la finalidad de donarlo a la Escuela Indígena Francisco J. Mujica en el Municipio de Oxcum, Uman, Yucatán, beneficiando con esta acción a más de 60 niños.



### BICI RUTA

Con el objetivo de activarse y seguir fomentando el hábito de cuidar la salud a través del deporte, 20 colaboradores participaron en bicicleta en la *bici ruta* que el Ayuntamiento de Mérida programa los domingos, en el que se recorre el bello Paseo de Montejo y la zona del centro de la ciudad. Adicionalmente, con esta acción se concientiza y se fomenta entre los ciudadanos el cuidado y preservación del medio ambiente.



### REGALO DE JUGUETES AL COMEDOR "MANO

#### AMIGA"

Con las aportaciones voluntarias de juguetes de los colaboradores de la oficina de Mérida, en el mes de abril, para festejar el día del niño, se entregaron más de 50 juguetes a los niños de bajos recursos económicos que asisten al Comedor "Mano Amiga", de la Ciudad de Mérida, Yucatán.



### ENTREGA DEL IRSE 2012

Para la entrega del IRSE 2012 en la Oficina Mérida, se invitó a una de las familias beneficiadas del Comedor "Mano Amiga", para que nos acompañaran en la entrega del Informe en nuestro módulo de Empresa Socialmente Responsable, que contaba con el Mural ESR 2012, en el que se publicaron una serie de fotografías de las actividades realizadas.



## NOROESTE

### PREVENIMSS

Como cada año, a través del programa del Instituto Mexicano del Seguro Social, *PrevenIMSS*, y complementando el programa institucional de *GNP Cuida tu Salud*, se llevó a cabo en Mexicali la medición de niveles de colesterol, glucosa, y presión arterial, implementando este año la prueba del Papanicolaou para las mujeres, beneficiando a un total de 65 personas entre colaboradores, personal de limpieza y guardias de seguridad.



### VISITA A ESTACIÓN DE BOMBEROS

Con la finalidad de concientizar a los hijos de nuestros colaboradores en el tema de prevención, se llevó a cabo una visita a una estación de bomberos, en donde se les explicó el funcionamiento de la misma, además de tener la oportunidad de realizar diversas prácticas de combate de incendio, asistiendo un total de 15 niños y 10 adultos. Esta experiencia fue muy emocionante para todos los niños, ya que tuvieron la oportunidad de recorrer algunas calles de la ciudad en una bombera; adicionalmente, como parte de la visita se donó al cuerpo de bomberos una abundante despensa.

### EVENTO DE INTEGRACIÓN

Como parte de la convivencia de integración 2013 de la oficina de Mexicali, a la que asistió el 90% del personal, se llevó a cabo una conferencia de sensibilización y motivación impartida por el ciclista mexicalense Alex González, quien después de haber sido diagnosticado con una enfermedad terminal, decidió vencer cualquier obstáculo y recorrer el mundo en bicicleta. En esta conferencia compartió su experiencia de vida y todas las enseñanzas que le dejó, así como todas las personalidades que tuvo oportunidad de conocer durante su aventura, con lo que se logra reforzar el trabajo en equipo, la integración, la valoración de la vida y lo que la rodea, la importancia de lo que hacemos en el día a día y su impacto en la empresa.

El evento de integración se extendió durante 2013 a las oficinas de Hermosillo y Tijuana, donde se realizaron dinámicas de gotcha y de boliche respectivamente, con gran aceptación entre los colaboradores, quienes convivieron y disfrutaron de un tiempo de esparcimiento.

### REFORESTACIÓN DE LA ESCUELA FLORES MAGÓN

En 2012, los colaboradores de la oficina de Mexicali tuvieron la oportunidad de participar en el programa Gol por México, al entregar un aula de medios a la Escuela Flores Magón. En dicha visita se identificaron algunas necesidades de la misma, por lo cual en 2013 se les brindó el apoyo para reforestar dicho plantel mediante la siembra de 100 árboles, en la que participaron colaboradores de GNP y maestros; adicionalmente se llevó a cabo la donación de material para actividades deportivas y recreativas.

### RECOLECCIÓN DE PET

Sumándose a la campaña institucional de recolección de PET, la oficina de Mexicali llevó a cabo un programa intensivo en el cual logró recaudar en un solo mes 504 kg. de este material. Este logro fue, en parte, gracias a la gran labor de nuestro colaborador Arturo Castañeda, quien involucró al equipo de futbol infantil de escasos recursos que él dirige, sumándose además el resto de los colaboradores de la oficina para otorgarles un incentivo económico como un apoyo para las actividades de dicho equipo.

### RECICLAJE DE PAPEL

La oficina de Mexicali, en alianza con la Asociación Civil "*Mexicali Ambiental*" y por medio de la campaña "*Dona tu libro viejo*", en 2013 logró recolectar 758 kg de papel para envío a reciclaje, con lo cual se logran salvar 12 árboles y se ahorran 22,240 litros de agua.

### ENTREGA DEL IRSE 2012

En alianza con el Departamento de Reforestación del Ayuntamiento de Mexicali, en busca de una ciudad más verde y reforzando el interés de la empresa en el cuidado del medio ambiente, en la oficina de Mexicali se entregó a 46 colaboradores, junto con el IRSE 2012, un árbol que se les invitó a cuidar y mantener junto con su familia.



# IX. Informe de verificación





## INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE

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

AuditaRSE, (Firma Social S.C.) ha realizado, a petición del Grupo Nacional Provincial, S.A.B., (GNP), una verificación independiente de su **Informe de Responsabilidad Social Empresarial 2013**.

#### **ALCANCE**

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

#### **INDEPENDENCIA**

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

#### **METODOLOGÍA DE VERIFICACIÓN**

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

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

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



**AuditaRSE**

- Revisión de los sistemas, procesos y procedimientos de recopilación, de consolidación y de reporte de datos;
  - Verificación de la consolidación de los datos e información que se presenta de manera agregada.
- Validación a la consistencia de la información presentada en el informe 2013 respecto al informe 2012 y el seguimiento a programas e indicadores relevantes.

### RECOMENDACION

En el curso de la verificación practicada al Informe Responsabilidad Social 2013 de GNP, reconocemos los esfuerzos continuos que se han llevado a cabo para hacer cada vez un informe más robusto y cumpla el objetivo con sus grupos de interés.

Por lo anterior, consideramos importante dar continuidad a los trabajos iniciados para contar con una base de datos que permita en forma automatizada la recolección, validación, integración y consulta de la información que se incluye en el Informe, facilitando su preparación y tener una herramienta de control de gestión que optimice el proceso.

### CONCLUSIONES

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

En nuestra calidad de Verificadores Independientes declaramos que, el **Informe 2013 de Grupo Nacional Provincial, S.A.B., (GNP)** corresponde a un nivel **A+**, de acuerdo al nivel de aplicación referido en la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad (G3) y la inclusión del Suplemento para el Sector Financiero del *Global Reporting Initiative*.

México, D.F. a 7 de marzo de 2014.

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

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

## DECLARACIÓN DEL NIVEL DE APLICACIÓN GRI CHECKED



### Declaración de Control del Nivel de Aplicación de GRI

Por la presente GRI declara que **Grupo Nacional Provincial, S.A.B.** ha presentado su memoria "Informe de Responsabilidad Social Empresarial GNP 2013" a los Servicios de GRI quienes han concluido que la memoria cumple con los requisitos del Nivel de Aplicación A+.

Los Niveles de Aplicación de GRI expresan la medida en que se ha empleado el contenido de la Guía G3 en la elaboración de la memoria de sostenibilidad presentada. El Control confirma que la memoria ha presentado el conjunto y el número de contenidos que se exigen para dicho Nivel de Aplicación y que en el Índice de Contenidos de GRI figura una representación válida de los contenidos exigidos, de conformidad con lo que describe la Guía G3 de GRI. Para conocer más sobre la metodología: [www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf](http://www.globalreporting.org/SiteCollectionDocuments/ALC-Methodology.pdf)

Los Niveles de Aplicación no manifiestan opinión alguna sobre el desempeño de sostenibilidad de la organización que ha realizado la memoria ni sobre la calidad de su información.

Amsterdam, 25 de marzo 2014

Ásthildur Hjaltadóttir  
Director de Servicios  
Global Reporting Initiative



Se ha añadido el signo "+" al Nivel de Aplicación porque Grupo Nacional Provincial, S.A.B. ha solicitado la verificación externa de (parte de) su memoria. GRI acepta el buen juicio de la organización que ha elaborado la memoria en la elección de la entidad verificadora y en la decisión acerca del alcance de la verificación.

*Global Reporting Initiative (GRI) es una organización que trabaja en red, y que ha promovido el desarrollo del marco para la elaboración de memorias de sostenibilidad más utilizado en el mundo y sigue mejorándola y promoviendo su aplicación a escala mundial. La Guía de GRI estableció los principios e indicadores que pueden emplear las organizaciones para medir y dar razón de su desempeño económico, medioambiental y social. [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)*

**Descargo de responsabilidad:** En los casos en los que la memoria de sostenibilidad en cuestión contenga enlaces externos, incluidos los que remiten a material audiovisual, el presente certificado sólo es aplicable al material presentado a GRI en el momento del Control, en fecha 12 de marzo 2014. GRI excluye explícitamente la aplicación de este certificado a cualquier cambio introducido posteriormente en dicho material.

# X. Tabla de indicadores GRI



## ESTRATEGIA Y ANÁLISIS

INDICADOR GRI		ESTATUS 2013
<b>ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>		
1.1	DECLARACIÓN DEL MÁXIMO RESPONSABLE DE LA TOMA DE DECISIONES DE LA ORGANIZACIÓN SOBRE LA RELEVANCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL PARA LA ORGANIZACIÓN Y SU ESTRATEGIA.	• CARTA DEL DIRECTOR GENERAL, P.7
1.2	DESCRIPCIÓN DE LOS PRINCIPALES IMPACTOS, RIESGOS Y OPORTUNIDADES.	• CARTA DEL DIRECTOR GENERAL, P.7 • DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL, P.17 • GESTIÓN DE RIESGOS, P.44
<b>PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>		
2.1	NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN.	• GRUPO NACIONAL PROVINCIAL, S.A.B. (GNP SEGUROS)
2.2	PRINCIPALES MARCAS, PRODUCTOS Y/O SERVICIOS.	• NUESTRA EMPRESA, P.12 • PRODUCTOS Y SERVICIOS, P.22
2.3	ESTRUCTURA OPERATIVA DE LA ORGANIZACIÓN, INCLUIDAS LAS PRINCIPALES DIVISIONES, ENTIDADES OPERATIVAS, FILIALES Y NEGOCIOS CONJUNTOS (JOINT VENTURES).	• EMPRESAS FILIALES, P.27 • ALIANZAS ESTRATÉGICAS, P.28 • ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL, P.19
2.4	LOCALIZACIÓN DE LA SEDE PRINCIPAL DE LA ORGANIZACIÓN.	• AV. CERRO DE LAS TORRES #395, COL. CAMPESTRE CHURUBUSCO, COYOACÁN, MÉXICO, D.F. 04200
2.5	NÚMERO DE PAÍSES EN LOS QUE OPERA LA ORGANIZACIÓN Y NOMBRE DE LOS PAÍSES EN LOS QUE DESARROLLA ACTIVIDADES SIGNIFICATIVAS O LOS QUE SEAN RELEVANTES ESPECÍFICAMENTE CON RESPECTO A LOS ASPECTOS DE SOSTENIBILIDAD TRATADOS EN LA MEMORIA.	• ALIANZAS ESTRATÉGICAS, P.28
2.6	NATURALEZA DE LA PROPIEDAD Y FORMA JURÍDICA.	• NUESTRA EMPRESA, P.12
2.7	MERCADOS SERVIDOS: INCLUYENDO EL DESGLOSE GEOGRÁFICO, LOS SECTORES QUE ABASTECE Y LOS TIPOS DE CLIENTES/BENEFICIARIOS.	• PRODUCTOS Y SERVICIOS, P.22 • GNP EN LA ECONOMÍA MEXICANA, P.35 • RED DE OFICINAS, P.21
2.8	DIMENSIONES DE LA ORGANIZACIÓN INFORMANTE, INCLUIDO: NÚMERO DE EMPLEADOS. VENTAS NETAS. CAPITALIZACIÓN TOTAL, DESGLOSADA EN TÉRMINOS DE DEUDA Y PATRIMONIO NETO. CANTIDAD DE PRODUCTOS O SERVICIOS PRESTADOS.	• PLANTILLA LABORAL, P.59 • CIFRAS RELEVANTES, P.36 • CIFRAS RELEVANTES, P.36 • CIFRAS RELEVANTES, P.36
2.9	CAMBIOS SIGNIFICATIVOS DURANTE EL PERIODO CUBIERTO POR LA MEMORIA EN EL TAMAÑO, ESTRUCTURA Y PROPIEDAD DE LA ORGANIZACIÓN.	• ALCANCE DEL INFORME, P.9 • NUESTRA EMPRESA, P.12 • CAMBIOS RELEVANTES EN LA ESTRUCTURA, P.20
2.10	PREMIOS Y DISTINCIONES RECIBIDOS DURANTE EL PERIODO INFORMATIVO.	• CERTIFICACIONES, PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS, P.30
<b>PARÁMETROS DE LA MEMORIA</b>		
3.1	PERIODO CUBIERTO POR LA INFORMACIÓN CONTENIDA.	• ALCANCE DEL INFORME, P.9
3.2	FECHA DE LA MEMORIA ANTERIOR MÁS RECIENTE.	• 2012 ALCANCE DEL INFORME, P.9
<b>PERFIL DE LA MEMORIA</b>		
3.3	CICLO DE PRESENTACIÓN DE MEMORIAS (ANUAL, BIENAL, ETC.).	• ANUAL
3.4	PUNTO DE CONTACTO PARA CUESTIONES RELATIVAS A LA MEMORIA O SU CONTENIDO.	• MARÍA FERNANDA DEL MORAL DURÁN RSE@GNP.COM.MX
<b>ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA</b>		
3.5	PROCESO DE DEFINICIÓN DEL CONTENIDO DE LA MEMORIA.	• MATERIALIDAD, P.10
3.6	COBERTURA DE LA MEMORIA.	• ALCANCE DEL INFORME, P.9
3.7	LIMITACIONES DEL ALCANCE O COBERTURA DE LA MEMORIA.	• ALCANCE DEL INFORME, P.9
3.8	LA BASE PARA INCLUIR INFORMACIÓN EN EL CASO DE NEGOCIOS CONJUNTOS (JOINT VENTURES), FILIALES, INSTALACIONES ARRENDADAS, ACTIVIDADES SUBCONTRATADAS Y OTRAS ENTIDADES QUE PUEDAN AFECTAR SIGNIFICATIVAMENTE A LA COMPARABILIDAD ENTRE PERIODOS Y/O ENTRE ORGANIZACIONES.	• EMPRESAS FILIALES, P.27 • ALIANZAS ESTRATÉGICAS, P.28
3.9	TÉCNICAS DE MEDICIÓN DE DATOS Y BASES PARA REALIZAR LOS CÁLCULOS, INCLUIDAS LAS HIPÓTESIS Y TÉCNICAS SUBYACENTES A LAS ESTIMACIONES APLICADAS EN LA RECOPIACIÓN DE INDICADORES Y DEMÁS INFORMACIÓN DE LA MEMORIA.	• ALCANCE DEL INFORME, P.9
3.10	DESCRIPCIÓN DEL EFECTO QUE PUEDAN TENER LOS CAMBIOS DE INFORMACIÓN PERTENECIENTES A MEMORIAS ANTERIORES, JUNTO CON LAS RAZONES QUE LOS HAN MOTIVADO.	• ALCANCE DEL INFORME, P.9

3.11	CAMBIOS SIGNIFICATIVOS RELATIVOS A PERIODOS ANTERIORES EN EL ALCANCE, LA COBERTURA O LOS MÉTODOS DE VALORACIÓN APLICADOS EN LA MEMORIA.	• ALCANCE DEL INFORME, P.9
<b>ÍNDICE DEL CONTENIDO GRI</b>		
3.12	TABLA QUE INDICA LA LOCALIZACIÓN DE LOS CONTENIDOS BÁSICOS EN LA MEMORIA.	• TABLA DE INDICADORES GRI, P.109
<b>VERIFICACIÓN</b>		
3.13	POLÍTICA Y PRÁCTICA ACTUAL EN RELACIÓN CON LA SOLICITUD DE VERIFICACIÓN EXTERNA DE LA MEMORIA.	• ALCANCE DEL INFORME, P.9 • INFORME DE VERIFICACIÓN INDEPENDIENTE, P.107
<b>GOBIERNO</b>		
4.1	ESTRUCTURA DE GOBIERNO DE LA ORGANIZACIÓN, INCLUYENDO LOS COMITÉS DEL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO RESPONSABLE DE TAREAS TALES COMO LA DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA O LA SUPERVISIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.	• CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN, P.18
4.2	INDICAR SI EL PRESIDENTE DEL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO OCUPA TAMBIÉN UN CARGO EJECUTIVO (Y, DE SER ASÍ, SU FUNCIÓN DENTRO DE LA DIRECCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN Y LAS RAZONES QUE LA JUSTIFIQUEN).	• CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN, P.18
4.3	NÚMERO DE MIEMBROS DEL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO QUE SEAN INDEPENDIENTES O NO EJECUTIVOS.	• CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN, P.18
4.4	MECANISMOS DE LOS ACCIONISTAS Y EMPLEADOS PARA COMUNICAR RECOMENDACIONES O INDICACIONES AL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO.	• AL SER GNP UNA EMPRESA PÚBLICA, SE ATIENE A LO ESTABLECIDO EN LA LEY DEL MERCADO DE VALORES EN LO REFERENTE A DERECHOS DE LOS ACCIONISTAS DE LAS SOCIEDADES ANÓNIMAS BURSÁTILES (LEY DEL MERCADO DE VALORES, ART.49). • INFORME 2012/MECANISMOS DE DIÁLOGO Y COMUNICACIÓN EN EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN, P.32
4.5	VÍNCULO ENTRE LA RETRIBUCIÓN DE LOS MIEMBROS DEL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO, ALTOS DIRECTIVOS Y EJECUTIVOS (INCLUIDOS LOS ACUERDOS DE ABANDONO DEL CARGO) Y EL DESEMPEÑO DE LA ORGANIZACIÓN (INCLUIDO SU DESEMPEÑO SOCIAL Y AMBIENTAL).	• INFORME 2012/CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN, RETRIBUCIONES, P.33
4.6	PROCEDIMIENTOS IMPLANTADOS PARA EVITAR CONFLICTOS DE INTERESES EN EL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO.	• INFORME 2012/CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN, PROCEDIMIENTO PARA EVITAR EL CONFLICTO DE INTERÉS, P.34
4.7	PROCEDIMIENTO DE DETERMINACIÓN DE LA CAPACITACIÓN Y EXPERIENCIA EXIGIBLE A LOS MIEMBROS DEL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO PARA PODER GUIAR LA ESTRATEGIA DE LA ORGANIZACIÓN EN LOS ASPECTOS SOCIALES, AMBIENTALES Y ECONÓMICOS.	• INFORME 2012/ CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN, PROCEDIMIENTO PARA DESIGNAR MIEMBROS DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN, P.34
4.8	DECLARACIONES DE MISIÓN Y VALORES DESARROLLADAS INTERNAMENTE, CÓDIGOS DE CONDUCTA Y PRINCIPIOS RELEVANTES PARA EL DESEMPEÑO ECONÓMICO, AMBIENTAL Y SOCIAL, Y EL ESTADO DE SU IMPLEMENTACIÓN.	• MISIÓN, VISIÓN Y VALORES, P.16
4.9	PROCEDIMIENTOS DEL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO PARA SUPERVISAR LA IDENTIFICACIÓN Y GESTIÓN, POR PARTE DE LA ORGANIZACIÓN, DEL DESEMPEÑO ECONÓMICO, AMBIENTAL Y SOCIAL, INCLUIDOS RIESGOS Y OPORTUNIDADES RELACIONADAS, ASÍ COMO LA ADHERENCIA O CUMPLIMIENTO DE LOS ESTÁNDARES ACORDADOS A NIVEL INTERNACIONAL, CÓDIGOS DE CONDUCTA Y PRINCIPIOS.	• INFORME 2012/MECANISMOS DE DIÁLOGO Y COMUNICACIÓN EN EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN, P.32
4.10	PROCEDIMIENTOS PARA EVALUAR EL DESEMPEÑO PROPIO DEL MÁXIMO ÓRGANO DE GOBIERNO, EN ESPECIAL CON RESPECTO AL DESEMPEÑO ECONÓMICO, AMBIENTAL Y SOCIAL.	• INFORME 2012/CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN, MECANISMOS DE AUDITORÍA Y PRÁCTICAS SOCIETARIAS, P.33
<b>COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS</b>		
4.11	DESCRIPCIÓN DE CÓMO LA ORGANIZACIÓN HA ADOPTADO UN PLANTEAMIENTO O PRINCIPIO DE PRECAUCIÓN.	• PREVENCIÓN Y GESTIÓN INTEGRAL DE RIESGOS, P.37
4.12	PRINCIPIOS O PROGRAMAS SOCIALES, AMBIENTALES Y ECONÓMICOS DESARROLLADOS EXTERNAMENTE, ASÍ COMO CUALQUIER OTRA INICIATIVA QUE LA ORGANIZACIÓN SUSCRIBA O APRUEBE.	• PRESENTACIÓN DEL INFORME, P.6 • PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES, P.54 • PARTICIPACIÓN EN EL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR E INJERENCIA EN LA GESTIÓN PÚBLICA, P.55 • COMPROMISO CON NUESTRA COMUNIDAD, P.80
4.13	PRINCIPALES ASOCIACIONES A LAS QUE PERTENEZCA, TALES COMO: ASOCIACIONES SECTORIALES Y/O ENTES NACIONALES E INTERNACIONALES A LAS QUE LA ORGANIZACIÓN APOYA COMO MIEMBROS A NIVEL DE ORGANIZACIÓN	• PARTICIPACIÓN EN ASOCIACIONES, P.54 • PARTICIPACIÓN EN EL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR E INJERENCIA EN LA GESTIÓN PÚBLICA, P.55

### PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

4.14	RELACIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS QUE LA ORGANIZACIÓN HA INCLUIDO.	• MATERIALIDAD, P.10
4.15	BASE PARA LA IDENTIFICACIÓN Y SELECCIÓN DE GRUPOS DE INTERÉS CON LOS QUE LA ORGANIZACIÓN SE COMPROMETE.	• MATERIALIDAD, P.10
4.16	ENFOQUES ADOPTADOS PARA LA INCLUSIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS, INCLUIDAS LA FRECUENCIA DE SU PARTICIPACIÓN POR TIPOS Y CATEGORÍA DE GRUPOS DE INTERÉS.	• MATERIALIDAD, P.10
4.17	PRINCIPALES PREOCUPACIONES Y ASPECTOS DE INTERÉS QUE HAYAN SURGIDO A TRAVÉS DE LA PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS Y LA FORMA EN LA QUE HA RESPONDIDO LA ORGANIZACIÓN A LOS MISMOS EN LA ELABORACIÓN DE LA MEMORIA.	• MATERIALIDAD, P.10 • DIÁLOGO CON LOS GRUPOS DE INTERÉS, P.54

## INDICADORES DE DESEMPEÑO

### DESEMPEÑO ECONÓMICO

 **DISPONIBLE**    N/A: NO APLICA    N/D: NO DISPONIBLE

LEYENDA:

INDICADOR GRI	ESTATUS 2013
<b>EC1</b> VALOR ECONÓMICO DIRECTO GENERADO Y DISTRIBUIDO, INCLUYENDO INGRESOS, COSTES DE EXPLOTACIÓN, RETRIBUCIÓN A EMPLEADOS, DONACIONES Y OTRAS INVERSIONES EN LA COMUNIDAD, BENEFICIOS NO DISTRIBUIDOS Y PAGOS A PROVEEDORES DE CAPITAL Y A GOBIERNOS.	• CIFRAS RELEVANTES, P.36
<b>EC2</b> CONSECUENCIAS FINANCIERAS Y OTROS RIESGOS Y OPORTUNIDADES PARA LAS ACTIVIDADES DE LA ORGANIZACIÓN DEBIDO AL CAMBIO CLIMÁTICO.	• PREVENCIÓN Y GESTIÓN INTEGRAL DE RIESGOS, P.37 • GESTIÓN DE RIESGOS, RIESGOS NATURALES, MECANISMOS DE TRANSFERENCIA DE RIESGOS NATURALES, P.44
<b>EC3</b> COBERTURA DE LAS OBLIGACIONES DE LA ORGANIZACIÓN DEBIDAS A PROGRAMAS DE BENEFICIOS SOCIALES.	• COMPENSACIONES Y PRESTACIONES AL PERSONAL, P.69
<b>EC4</b> AYUDAS FINANCIERAS SIGNIFICATIVAS RECIBIDAS DE GOBIERNOS.	• N/A. GNP NO RECIBE AYUDAS FINANCIERAS DE NINGUNA ESFERA DE GOBIERNO.
<b>EC5</b> RANGO DE LAS RELACIONES ENTRE EL SALARIO INICIAL ESTÁNDAR Y EL SALARIO MÍNIMO LOCAL EN LUGARES DONDE SE DESARROLLEN OPERACIONES SIGNIFICATIVAS.	• COMPENSACIONES Y PRESTACIONES AL PERSONAL, P.69
<b>EC6</b> POLÍTICA, PRÁCTICAS Y PROPORCIÓN DE GASTO CORRESPONDIENTE A PROVEEDORES LOCALES EN LUGARES DONDE SE DESARROLLEN OPERACIONES SIGNIFICATIVAS.	• COMPROMISO CON NUESTROS PROVEEDORES, P.78
<b>EC7</b> PROCEDIMIENTOS PARA LA CONTRATACIÓN LOCAL Y PROPORCIÓN DE ALTOS DIRECTIVOS PROCEDENTES DE LA COMUNIDAD LOCAL EN LUGARES DONDE SE DESARROLLEN OPERACIONES SIGNIFICATIVAS.	• ATRACCIÓN DE TALENTO, P.61
<b>EC8</b> DESARROLLO E IMPACTO DE LAS INVERSIONES EN INFRAESTRUCTURAS Y LOS SERVICIOS PRESTADOS PRINCIPALMENTE PARA EL BENEFICIO PÚBLICO MEDIANTE COMPROMISOS COMERCIALES, PRO BONO, O EN ESPECIE.	• COMPROMISO CON NUESTRA COMUNIDAD, P.80 • RESULTADOS ACUMULADOS DE PROGRAMAS SOCIALES, P.87
<b>EC9</b> ENTENDIMIENTO Y DESCRIPCIÓN DE LOS IMPACTOS ECONÓMICOS INDIRECTOS SIGNIFICATIVOS, INCLUYENDO EL ALCANCE DE DICHS IMPACTOS.	• RESULTADOS ACUMULADOS DE PROGRAMAS SOCIALES, P.87

## DESEMPEÑO MEDIOAMBIENTAL

✓ DISPONIBLE N/A: NO APLICA N/D: NO DISPONIBLE

LEYENDA:

INDICADOR GRI		ESTATUS 2013
<b>MATERIALES</b>		
EN1	MATERIALES UTILIZADOS, POR PESO O VOLUMEN.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA, P.93</li> <li>• CONSUMO Y MANEJO DE PAPEL, P.94</li> <li>• CONSUMO DE AGUA, P.93</li> </ul>
EN2	PORCENTAJE DE LOS MATERIALES UTILIZADOS QUE SON MATERIALES VALORIZADOS.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• RECICLAJE DE PAPEL Y CARTÓN, P.94</li> </ul>
EN3	CONSUMO DIRECTO DE ENERGÍA DESGLOSADO POR FUENTES PRIMARIAS.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CONSUMO DE DIÉSEL, P.93</li> <li>• CONSUMO DE GAS LP, P.94</li> <li>• TRANSPORTE, P.95</li> </ul>
EN4	CONSUMO INDIRECTO DE ENERGÍA DESGLOSADO POR FUENTES PRIMARIAS.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA, EMISIONES INDIRECTAS DE CO<sub>2</sub> P.93</li> </ul>
EN5	AHORRO DE ENERGÍA DEBIDO A LA CONSERVACIÓN Y A MEJORAS EN LA EFICIENCIA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA, EMISIONES INDIRECTAS DE CO<sub>2</sub> P.93</li> <li>• ESTRATEGIAS PARA DISMINUCIÓN DE CONSUMOS Y RESULTADOS OBTENIDOS, P.98</li> </ul>
EN6	INICIATIVAS PARA PROPORCIONAR PRODUCTOS Y SERVICIOS EFICIENTES EN EL CONSUMO DE ENERGÍA O BASADOS EN ENERGÍAS RENOVABLES, Y LAS REDUCCIONES EN EL CONSUMO DE ENERGÍA COMO RESULTADO DE DICHAS INICIATIVAS.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. LOS PRODUCTOS FINANCIEROS QUE OFRECE GNP A SUS CLIENTES NO CONSUMEN ENERGÍA.</li> </ul>
EN7	INICIATIVAS PARA REDUCIR EL CONSUMO INDIRECTO DE ENERGÍA Y LAS REDUCCIONES LOGRADAS CON DICHAS INICIATIVAS.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ESTRATEGIAS PARA DISMINUCIÓN DE CONSUMOS Y RESULTADOS OBTENIDOS, P.98</li> </ul>
EN8	CAPTACIÓN TOTAL DE AGUA POR FUENTES.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CAPTACIÓN Y TRATAMIENTO DE AGUA, P.93</li> </ul>
EN9	FUENTES DE AGUA QUE HAN SIDO AFECTADAS SIGNIFICATIVAMENTE POR LA CAPTACIÓN DE AGUA.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. GNP TIENE SUS OFICINAS EN TERRENOS URBANOS QUE SE ABASTECEN DE AGUA A TRAVÉS DE LOS SISTEMAS HIDRÁULICOS SUMINISTRADOS POR LOS DISTINTOS NIVELES DE GOBIERNO.</li> </ul>
EN10	PORCENTAJE Y VOLUMEN TOTAL DE AGUA RECICLADA Y REUTILIZADA.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CAPTACIÓN Y TRATAMIENTO DE AGUA, P.93</li> </ul>
<b>BIODIVERSIDAD</b>		
EN11	DESCRIPCIÓN DE TERRENOS ADYACENTES O UBICADOS DENTRO DE ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS O DE ÁREAS DE ALTA BIODIVERSIDAD NO PROTEGIDAS. INDÍQUESE LA LOCALIZACIÓN Y EL TAMAÑO DE TERRENOS EN PROPIEDAD, ARRENDADOS, O QUE SON GESTIONADOS DE ALTO VALOR EN BIODIVERSIDAD EN ZONAS AJENAS A ÁREAS PROTEGIDAS.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. GNP TIENE SUS OFICINAS EN SUELOS URBANOS DEBIDAMENTE REGLAMENTADOS POR LA AUTORIDAD LOCAL.</li> </ul>
EN12	DESCRIPCIÓN DE LOS IMPACTOS MÁS SIGNIFICATIVOS EN LA BIODIVERSIDAD EN ESPACIOS NATURALES PROTEGIDOS O EN ÁREAS DE ALTA BIODIVERSIDAD NO PROTEGIDAS, DERIVADOS DE LAS ACTIVIDADES, PRODUCTOS Y SERVICIOS EN ÁREAS PROTEGIDAS Y EN ÁREAS DE ALTO VALOR EN BIODIVERSIDAD EN ZONAS AJENAS A LAS ÁREAS PROTEGIDAS.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. GNP TIENE SUS OFICINAS EN SUELOS URBANOS DEBIDAMENTE REGLAMENTADOS POR LA AUTORIDAD LOCAL, POR LO TANTO NO HAY IMPACTOS SIGNIFICATIVOS A LA BIODIVERSIDAD.</li> </ul>
EN13	HÁBITATS PROTEGIDOS O RESTAURADOS.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CAMPAÑAS DE REFORESTACIÓN, P.100</li> </ul>
EN14	ESTRATEGIAS Y ACCIONES IMPLANTADAS Y PLANIFICADAS PARA LA GESTIÓN DE IMPACTOS SOBRE LA BIODIVERSIDAD.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. GNP TIENE SUS OFICINAS EN SUELOS URBANOS DEBIDAMENTE REGLAMENTADOS POR LA AUTORIDAD LOCAL, POR LO TANTO NO HAY IMPACTOS SIGNIFICATIVOS A LA BIODIVERSIDAD.</li> </ul>
EN15	NÚMERO DE ESPECIES, DESGLOSADAS EN FUNCIÓN DE SU PELIGRO DE EXTINCIÓN, INCLUIDAS EN LA LISTA ROJA DE LA IUCN Y EN LISTADOS NACIONALES Y CUYOS HÁBITATS SE ENCUENTREN EN ÁREAS AFECTADAS POR LAS OPERACIONES SEGÚN EL GRADO DE AMENAZA DE LA ESPECIE.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. GNP TIENE SUS OFICINAS EN SUELOS URBANOS DEBIDAMENTE REGLAMENTADOS POR LA AUTORIDAD LOCAL, POR LO TANTO NO HAY IMPACTOS SIGNIFICATIVOS A LA BIODIVERSIDAD.</li> </ul>
<b>EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS</b>		
EN16	EMISIONES TOTALES, DIRECTAS E INDIRECTAS, DE GASES DE EFECTO INVERNADERO, EN PESO.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA, EMISIONES INDIRECTAS DE CO<sub>2</sub> P.93</li> <li>• CONSUMO DE DIÉSEL, P.93</li> <li>• CONSUMO DE GAS LP, P.94</li> <li>• TRANSPORTE, P.95</li> </ul>

EN17	OTRAS EMISIONES INDIRECTAS DE GASES DE EFECTO INVERNADERO, EN PESO.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. AL SER UNA EMPRESA DE SERVICIOS, SIN PROCESOS DE MANUFACTURA, LA ÚNICA CONVERSIÓN APLICABLE POR CONSUMOS DE COMBUSTIBLE Y ELECTRICIDAD ES LA DE DIÓXIDO DE CARBONO CO<sub>2</sub>.</li> </ul>
EN18	INICIATIVAS PARA REDUCIR LAS EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO Y LAS REDUCCIONES LOGRADAS.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ESTRATEGIAS PARA DISMINUCIÓN DE CONSUMOS Y RESULTADOS OBTENIDOS, P.98</li> </ul>
EN19	EMISIONES DE SUSTANCIAS DESTRUCTORAS DE LA CAPA OZONO, EN PESO.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. NO HAY EMISIONES DE ESTAS SUSTANCIAS.</li> </ul>
EN20	NO, SO Y OTRAS EMISIONES SIGNIFICATIVAS AL AIRE POR TIPO Y PESO.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. NO HAY EMISIONES DE ESTAS SUSTANCIAS.</li> </ul>
EN21	VERTIMIENTO TOTAL DE AGUAS RESIDUALES, SEGÚN SU NATURALEZA Y DESTINO.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. EL VERTIMIENTO SE HACE A TRAVÉS DEL DRENAJE PÚBLICO, Y NO SE CONSIDERAN RESIDUOS PELIGROSOS.</li> </ul>
EN22	PESO TOTAL DE RESIDUOS GESTIONADOS, SEGÚN TIPO Y MÉTODO DE TRATAMIENTO.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• RECOLECCIÓN DE RESIDUOS NO PELIGROSOS, P.98</li> <li>• RECOLECCIÓN DE PILAS, P.97</li> <li>• RECOLECCIÓN DE PET, P.98</li> <li>• RECICLAJE DE PAPEL Y CARTÓN, P.94</li> </ul>
EN23	NÚMERO TOTAL Y VOLUMEN DE LOS DERRAMES ACCIDENTALES MÁS SIGNIFICATIVOS.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. NO HUBO DERRAMES DE ESTA NATURALEZA.</li> </ul>
EN24	PESO DE LOS RESIDUOS TRANSPORTADOS, IMPORTADOS, EXPORTADOS O TRATADOS QUE SE CONSIDERAN PELIGROSOS SEGÚN LA CLASIFICACIÓN DEL CONVENIO DE BASILEA, ANEXOS I, II, III Y VIII Y PORCENTAJE DE RESIDUOS TRANSPORTADOS INTERNACIONALMENTE.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. NO SE GENERAN ESTE TIPO DE RESIDUOS.</li> </ul>
EN25	IDENTIFICACIÓN, TAMAÑO, ESTADO DE PROTECCIÓN Y VALOR DE BIODIVERSIDAD DE RECURSOS HÍDRICOS Y HÁBITATS RELACIONADOS, AFECTADOS SIGNIFICATIVAMENTE POR VERTIDOS DE AGUA Y AGUAS DE ESCORRENTÍA DE LA ORGANIZACIÓN INFORMANTE.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. NO SE GENERAN ESTE TIPO DE VERTIDOS Y NO SE OPERA EN ÁREAS DE ALTO VALOR DE BIODIVERSIDAD.</li> </ul>
<b>PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>		
EN26	INICIATIVAS PARA MITIGAR LOS IMPACTOS AMBIENTALES DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS, Y GRADO DE REDUCCIÓN DE ESE IMPACTO.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. LAS PÓLIZAS DE SEGUROS QUE SE COMERCIALIZAN, POR SU NATURALEZA DE PROTECCIÓN PATRIMONIAL O FINANCIERA, NO TIENEN IMPACTOS AMBIENTALES POR SU USO.</li> </ul>
EN27	PORCENTAJE DE PRODUCTOS VENDIDOS, Y SUS MATERIALES DE EMBALAJE, QUE SON RECUPERADOS AL FINAL DE SU VIDA ÚTIL, POR CATEGORÍAS DE PRODUCTOS.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. LAS PÓLIZAS DE SEGUROS QUE SE COMERCIALIZAN, POR SU NATURALEZA DE PROTECCIÓN PATRIMONIAL O FINANCIERA, NO REQUIEREN MATERIAL DE EMBALAJE MÁS ALLÁ DEL PAPEL EN EL QUE SE LLEGAN A IMPRIMIR LAS PÓLIZAS, EL CUAL, POR MEDIDAS DE SEGURIDAD, DEBE SER USADO EN UNA SOLA OCASIÓN CADA VEZ.</li> </ul>
<b>CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b>		
EN28	COSTE DE LAS MULTAS SIGNIFICATIVAS Y NÚMERO DE SANCIONES NO MONETARIAS POR INCUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA AMBIENTAL.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CUMPLIMIENTO DE LA LEGISLACIÓN AMBIENTAL, P.100</li> </ul>
<b>TRANSPORTE</b>		
EN29	IMPACTOS AMBIENTALES SIGNIFICATIVOS DEL TRANSPORTE DE PRODUCTOS Y OTROS BIENES Y MATERIALES UTILIZADOS PARA LAS ACTIVIDADES DE LA ORGANIZACIÓN, ASÍ COMO DEL TRANSPORTE DE PERSONAL.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TRANSPORTE, P.95</li> </ul>
<b>GENERAL</b>		
EN30	DESGLOSE POR TIPO DEL TOTAL DE GASTOS E INVERSIONES AMBIENTALES.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MONTO DE INVERSIÓN PARA PROYECTOS AMBIENTALES, P.99</li> </ul>

## DESEMPEÑO SOCIAL

✓ DISPONIBLE N/A: NO APLICA N/D: NO DISPONIBLE

LEYENDA:

INDICADOR GRI		ESTATUS 2013
<b>EMPLEO</b>		
LA1	DESGLOSE DEL COLECTIVO DE TRABAJADORES POR TIPO DE EMPLEO, POR CONTRATO Y POR REGIÓN.	• PLANTILLA LABORAL, p.59
LA2	NÚMERO TOTAL DE EMPLEADOS Y ROTACIÓN MEDIA DE EMPLEADOS, DESGLOSADOS POR GRUPO DE EDAD, SEXO Y REGIÓN.	• PLANTILLA LABORAL, p.59 • MOVIMIENTOS DEL PERSONAL, p.62 • ÍNDICE DE ROTACIÓN DE PERSONAL, p.62
LA3	BENEFICIOS SOCIALES PARA LOS EMPLEADOS CON JORNADA COMPLETA, QUE NO SE OFRECEN A LOS EMPLEADOS TEMPORALES O DE MEDIA JORNADA, DESGLOSADO POR ACTIVIDAD PRINCIPAL.	• COMPENSACIONES Y PRESTACIONES AL PERSONAL, p.69
<b>RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES</b>		
LA4	PORCENTAJE DE EMPLEADOS CUBIERTOS POR UN CONVENIO COLECTIVO	• PLANTILLA LABORAL, p.59
LA5	PERIODO(S) MÍNIMO(S) DE PREAVISO RELATIVO(S) A CAMBIOS ORGANIZATIVOS, INCLUYENDO SI ESTAS NOTIFICACIONES SON ESPECIFICADAS EN LOS CONVENIOS COLECTIVOS.	• SE CUMPLE CON LO DISPUESTO EN LA LEY FEDERAL DEL TRABAJO Y CONFORME A LO CONVENIDO EN EL CONTRATO COLECTIVO DE TRABAJO; INSTRUMENTOS QUE GARANTIZAN LA COMUNICACIÓN OPORTUNA Y PERTINENTE HACIA TODO EL PERSONAL RESPECTO A CAMBIOS ORGANIZATIVOS O DECISIONES QUE LES AFECTEN.
<b>SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO</b>		
LA6	PORCENTAJE DEL TOTAL DE TRABAJADORES QUE ESTÁ REPRESENTADO EN COMITÉS DE SALUD Y SEGURIDAD CONJUNTOS DE DIRECCIÓN-EMPLEADOS, ESTABLECIDOS PARA AYUDAR A CONTROLAR Y ASESORAR SOBRE PROGRAMAS DE SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO.	• SEGURIDAD E HIGIENE Y PROTECCIÓN CIVIL, p.43
LA7	TASAS DE ABSENTISMO, ENFERMEDADES PROFESIONALES, DÍAS PERDIDOS Y NÚMERO DE VÍCTIMAS MORTALES RELACIONADAS CON EL TRABAJO POR REGIÓN.	• INCAPACIDADES Y AUSENTISMO, p.72 • ACCIDENTES DE TRABAJO, p.72
LA8	PROGRAMAS DE EDUCACIÓN, FORMACIÓN, ASESORAMIENTO, PREVENCIÓN Y CONTROL DE RIESGOS QUE SE APLIQUEN A LOS TRABAJADORES, A SUS FAMILIAS O A LOS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD EN RELACIÓN CON ENFERMEDADES GRAVES	• GNP CUIDA TU SALUD, p.70
LA9	ASUNTOS DE SALUD Y SEGURIDAD CUBIERTOS EN ACUERDOS FORMALES CON SINDICATOS.	• GNP CUIDA TU SALUD, p.70 • ATENCIÓN MÉDICA AL PERSONAL, p.72 • COMPENSACIONES Y PRESTACIONES AL PERSONAL, p.69
LA10	PROMEDIO DE HORAS DE FORMACIÓN AL AÑO POR EMPLEADO, DESGLOSADO POR CATEGORÍA DE EMPLEADO.	• CAPACITACIÓN, p.63
LA11	PROGRAMAS DE GESTIÓN DE HABILIDADES Y DE FORMACIÓN CONTINUA QUE FOMENTEN LA EMPLEABILIDAD DE LOS TRABAJADORES Y QUE LES APOYEN EN LA GESTIÓN DEL FINAL DE SUS CARRERAS PROFESIONALES.	• BECAS DE LICENCIATURA, p.65
LA12	PORCENTAJE DE EMPLEADOS QUE RECIBEN EVALUACIONES REGULARES DEL DESEMPEÑO Y DE DESARROLLO PROFESIONAL.	• GESTIÓN DEL DESEMPEÑO, p.68
<b>DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES</b>		
LA13	COMPOSICIÓN DE LOS ÓRGANOS DE GOBIERNO CORPORATIVO Y PLANTILLA, DESGLOSADO POR SEXO, GRUPO DE EDAD, PERTENENCIA A MINORÍAS Y OTROS INDICADORES DE DIVERSIDAD.	• CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN, p.18 • EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN SE INTEGRA CONFORME A TODAS LAS DISPOSICIONES APLICABLES DE LA LEGISLACIÓN MEXICANA Y, NINGUNA DE ELLAS, CONSIDERA CRITERIOS DE DIVERSIDAD COMO REQUISITOS LEGALES PARA SU INTEGRACIÓN. SIN EMBARGO, EN EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN DE GNP HAY UNA CONSEJERA MUJER AUNQUE NO PREVALECN CONDICIONANTES DE DIVERSIDAD -DE FOMENTO O PROHIBICIÓN- PARA LA INTEGRACIÓN DEL MISMO.
LA14	RELACIÓN ENTRE SALARIO BASE DE LOS HOMBRES CON RESPECTO AL DE LAS MUJERES, DESGLOSADO POR CATEGORÍA PROFESIONAL.	• INDICADORES DE EQUIDAD DE GÉNERO, p.61

## PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO

HR1	PORCENTAJE Y NÚMERO TOTAL DE ACUERDOS DE INVERSIÓN SIGNIFICATIVOS QUE INCLUYAN CLÁUSULAS DE DERECHOS HUMANOS O QUE HAYAN SIDO OBJETO DE ANÁLISIS EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS.	• CRITERIOS DE INVERSIÓN, P.36
HR2	PORCENTAJE DE LOS PRINCIPALES DISTRIBUIDORES Y CONTRATISTAS QUE HAN SIDO OBJETO DE ANÁLISIS EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS, Y MEDIDAS ADOPTADAS COMO CONSECUENCIA.	• CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA PARA PROVEEDORES, P.79
HR3	TOTAL DE HORAS DE FORMACIÓN DE LOS EMPLEADOS SOBRE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS RELACIONADOS CON AQUELLOS ASPECTOS DE LOS DERECHOS HUMANOS RELEVANTES PARA SUS ACTIVIDADES, INCLUYENDO EL PORCENTAJE DE EMPLEADOS FORMADOS.	• CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA PARA COLABORADORES, P.38

## NO DISCRIMINACIÓN

HR4	NÚMERO TOTAL DE INCIDENTES DE DISCRIMINACIÓN Y MEDIDAS ADOPTADAS.	• LÍNEA DE DENUNCIA "NO TE MANCHES", P.38
-----	---	---

## LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS

HR5	ACTIVIDADES DE LA COMPAÑÍA EN LAS QUE EL DERECHO A LA LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y DE ACOGERSE A CONVENIOS COLECTIVOS PUEDA CORRER IMPORTANTES RIESGOS, Y MEDIDAS ADOPTADAS PARA RESPALDAR ESTOS DERECHOS.	• NORMA MEXICANA PARA LA IGUALDAD ENTRE MUJERES Y HOMBRES. LIBERTAD SINDICAL, P.31
HR6	ACTIVIDADES IDENTIFICADAS QUE CONLLEVEN UN RIESGO POTENCIAL DE INCIDENTES DE EXPLOTACIÓN INFANTIL, Y MEDIDAS ADOPTADAS PARA CONTRIBUIR A SU ELIMINACIÓN.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• NO HAY ACTIVIDADES IDENTIFICADAS QUE CONLLEVEN UN RIESGO DE ESTA NATURALEZA, SIN EMBARGO GNP ESTÁ ADHERIDO A EL PACTO MUNDIAL Y RESPETA Y PROMUEVE LOS DERECHOS DE LA INFANCIA, APEGÁNDOSE AL PRINCIPIO 5 DEL PROPIO PACTO.</li> <li>• ADEMÁS, HA ESTABLECIDO DOS HERRAMIENTAS QUE OBLIGAN A SUS COLABORADORES Y PROVEEDORES A CONDUCIRSE CON ÉTICA, LO CUAL IMPLICA LA ERRADICACIÓN DEL TRABAJO INFANTIL:</li> <li>• CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA PARA COLABORADORES, P.38</li> <li>• CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA PARA PROVEEDORES, P.79</li> </ul>
HR7	OPERACIONES IDENTIFICADAS COMO DE RIESGO SIGNIFICATIVO DE SER ORIGEN DE EPISODIOS DE TRABAJO FORZADO O NO CONSENTIDO, Y LAS MEDIDAS ADOPTADAS PARA CONTRIBUIR A SU ELIMINACIÓN.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• NO HAY ACTIVIDADES IDENTIFICADAS QUE CONLLEVEN UN RIESGO DE ESTA NATURALEZA, SIN EMBARGO GNP ESTÁ ADHERIDO A EL PACTO MUNDIAL Y RESPETA Y PROMUEVE LOS DERECHOS LABORALES APEGÁNDOSE AL PRINCIPIO 4 DEL PROPIO PACTO.</li> <li>• ADEMÁS, HA ESTABLECIDO DOS HERRAMIENTAS QUE OBLIGAN A SUS COLABORADORES Y PROVEEDORES A CONDUCIRSE CON ÉTICA, LO CUAL IMPLICA RESPETAR LAS JORNADAS DE TRABAJO BAJO CONDICIONES ARMÓNICAS Y DE DESARROLLO MUTUO:</li> <li>• CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA PARA COLABORADORES, P.38</li> <li>• CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA PARA PROVEEDORES, P.79</li> </ul>

## PRÁCTICAS DE SEGURIDAD

HR8	PORCENTAJE DEL PERSONAL DE SEGURIDAD QUE HA SIDO FORMADO EN LAS POLÍTICAS O PROCEDIMIENTOS DE LA ORGANIZACIÓN EN ASPECTOS DE DERECHOS HUMANOS RELEVANTES PARA LAS ACTIVIDADES.	• CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA PARA PROVEEDORES, P.79
-----	--	---

## DERECHOS DE LOS INDÍGENAS

HR9	NÚMERO TOTAL DE INCIDENTES RELACIONADOS CON VIOLACIONES DE LOS DERECHOS DE LOS INDÍGENAS Y MEDIDAS ADOPTADAS.	• NO SE HAN REPORTADO INCIDENTES DE ESTA NATURALEZA
-----	---	---

## COMUNIDAD

SO1	NATURALEZA, ALCANCE Y EFECTIVIDAD DE PROGRAMAS Y PRÁCTICAS PARA EVALUAR Y GESTIONAR LOS IMPACTOS DE LAS OPERACIONES EN LAS COMUNIDADES, INCLUYENDO ENTRADA, OPERACIÓN Y SALIDA DE LA EMPRESA.	• LA ENTRADA DE PERSONAL NO INTERFIERE CON LAS ACTIVIDADES DE LAS COMUNIDADES EN DONDE SE TIENEN OPERACIONES. TODAS LAS OFICINAS DE LA EMPRESA SE ENCUENTRAN UBICADAS EN ZONAS URBANAS, CON VIALIDADES ACCESIBLES Y ADECUADAS PARA TRANSPORTE PÚBLICO Y PARTICULAR.
-----	---	---

SO2	PORCENTAJE Y NÚMERO TOTAL DE UNIDADES DE NEGOCIO ANALIZADAS CON RESPECTO A RIESGOS RELACIONADOS CON LA CORRUPCIÓN.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PLAN ANUAL DE AUDITORÍA, p.41</li> </ul>
SO3	PORCENTAJE DE EMPLEADOS FORMADOS EN LAS POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS ANTICORRUPCIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PREVENCIÓN DE LAVADO DE DINERO Y FINANCIAMIENTO AL TERRORISMO, p.40</li> <li>• CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA PARA COLABORADORES, p.38</li> </ul>
SO4	MEDIDAS TOMADAS EN RESPUESTA A INCIDENTES DE CORRUPCIÓN.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LÍNEA DE DENUNCIA "NO TE MANCHES", p.38</li> </ul>
<b>POLÍTICA PÚBLICA</b>		
SO5	POSICIÓN EN LAS POLÍTICAS PÚBLICAS Y PARTICIPACIÓN EN EL DESARROLLO DE LAS MISMAS Y DE ACTIVIDADES DE "LOBBYING".	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PARTICIPACIÓN EN EL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR E INJERENCIA EN LA GESTIÓN PÚBLICA, p.55</li> </ul>
SO6	VALOR TOTAL DE LAS APORTACIONES FINANCIERAS Y EN ESPECIAL A PARTIDOS POLÍTICOS O A INSTITUCIONES RELACIONADAS, POR PAÍSES.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• EN GNP NO SE HACEN APORTACIONES A PARTIDOS POLÍTICOS.</li> </ul>
<b>COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL</b>		
SO7	NÚMERO TOTAL DE ACCIONES POR CAUSAS RELACIONADAS CON PRÁCTICAS MONOPOLÍSTICAS Y CONTRA LA LIBRE COMPETENCIA, Y SUS RESULTADOS.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• NO SE REPORTARON ACCIONES DE ESTA NATURALEZA.</li> </ul>
SO8	VALOR MONETARIO DE SANCIONES Y MULTAS SIGNIFICATIVAS Y NÚMERO TOTAL DE SANCIONES NO MONETARIAS DERIVADAS DEL INCUMPLIMIENTO DE LAS LEYES Y REGULACIONES.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MULTAS SIGNIFICATIVAS O SANCIONES IMPUESTAS POR LA AUTORIDAD, p.36</li> </ul>
<b>SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE</b>		
PR1	FASES DEL CICLO DE VIDA DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS EN LAS QUE SE EVALÚAN, PARA EN SU CASO SER MEJORADOS, LOS IMPACTOS DE LOS MISMOS EN LA SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES, Y PORCENTAJE DE CATEGORÍAS DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SIGNIFICATIVOS SUJETOS A TALES PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PRODUCTOS Y SERVICIOS, p.22</li> <li>• UNIDAD ESPECIALIZADA PARA LA ATENCIÓN DE USUARIOS (UNE), p.77</li> </ul>
PR2	NÚMERO TOTAL DE INCIDENTES DERIVADOS DEL INCUMPLIMIENTO DE LA REGULACIÓN LEGAL O DE LOS CÓDIGOS VOLUNTARIOS RELATIVOS A LOS IMPACTOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS EN LA SALUD Y LA SEGURIDAD DURANTE SU CICLO DE VIDA, DISTRIBUIDOS EN FUNCIÓN DEL TIPO DE RESULTADO DE DICHS INCIDENTES.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• NO SE REPORTAN INCIDENTES DE ESTA NATURALEZA. LOS PRODUCTOS PATRIMONIALES Y FINANCIEROS QUE OFERTA GNP, NO PONEN EN RIESGO LA SALUD Y LA SEGURIDAD DE LAS PERSONAS DURANTE SU CICLO DE VIDA.</li> </ul>
<b>ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>		
PR3	TIPOS DE INFORMACIÓN SOBRE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE SON REQUERIDOS POR LOS PROCEDIMIENTOS EN VIGOR Y LA NORMATIVA, Y PORCENTAJE DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SUJETOS A TALES REQUERIMIENTOS INFORMATIVOS.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LINEAMIENTOS DE COMUNICACIÓN, p.47</li> </ul>
PR4	NÚMERO TOTAL DE INCUMPLIMIENTOS DE LA REGULACIÓN Y DE LOS CÓDIGOS VOLUNTARIOS RELATIVOS A LA INFORMACIÓN Y AL ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS, DISTRIBUIDOS EN FUNCIÓN DEL TIPO DE RESULTADO DE DICHS INCIDENTES.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• NO EXISTEN INCUMPLIMIENTOS DE ESTA NATURALEZA.</li> </ul>
PR5	PRÁCTICAS CON RESPECTO A LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE, INCLUYENDO LOS RESULTADOS DE LOS ESTUDIOS DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SERVICIOS DE EXPERIENCIA MEJORADA, p.23</li> <li>• COMPROMISO CON NUESTROS CLIENTES, p.76</li> </ul>
PR6	PROGRAMAS DE CUMPLIMIENTO DE LAS LEYES O ADHESIÓN A ESTÁNDARES Y CÓDIGOS VOLUNTARIOS MENCIONADOS EN COMUNICACIONES DE MARKETING, INCLUIDOS LA PUBLICIDAD, OTRAS ACTIVIDADES PROMOCIONALES Y LOS PATROCINIOS.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PARTICIPACIÓN EN EL FORTALECIMIENTO DEL SECTOR E INJERENCIA EN LA GESTIÓN PÚBLICA, p.55</li> </ul>
PR7	NÚMERO TOTAL DE INCIDENTES FRUTO DEL INCUMPLIMIENTO DE LAS REGULACIONES RELATIVAS A LAS COMUNICACIONES DE MARKETING, INCLUYENDO LA PUBLICIDAD, LA PROMOCIÓN Y EL PATROCINIO, DISTRIBUIDOS EN FUNCIÓN DEL TIPO DE RESULTADO DE DICHS INCIDENTES.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• NO EXISTEN INCUMPLIMIENTOS DE ESTA NATURALEZA.</li> </ul>
<b>PRIVACIDAD DEL CLIENTE</b>		
PR8	NÚMERO TOTAL DE RECLAMACIONES DEBIDAMENTE FUNDAMENTADAS EN RELACIÓN CON EL RESPETO A LA PRIVACIDAD Y LA FUGA DE DATOS PERSONALES DE CLIENTES.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES, p.40</li> </ul>
<b>CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b>		
PR9	COSTE DE AQUELLAS MULTAS SIGNIFICATIVAS FRUTO DEL INCUMPLIMIENTO DE LA NORMATIVA EN RELACIÓN CON EL SUMINISTRO Y EL USO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LA ORGANIZACIÓN.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• MULTAS SIGNIFICATIVAS O SANCIONES IMPUESTAS POR LA AUTORIDAD, p.36</li> </ul>

## INDICADORES GRI SUPLEMENTO FINANCIERO

✓ DISPONIBLE N/A: No APLICA N/D: No DISPONIBLE

LEYENDA:

INDICADOR GRI		ESTATUS 2013
<b>IMPACTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>		
FS1	POLÍTICAS CON COMPONENTES ESPECÍFICOS SOCIALES Y AMBIENTALES APLICADOS A LAS LÍNEAS DE NEGOCIO.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PRODUCTOS Y SERVICIOS, P.22</li> <li>• LÍNEA ACCESIBLE, P.25</li> </ul>
FS2	PROCEDIMIENTOS PARA EVALUAR Y PROTEGER LAS LÍNEAS DE NEGOCIO EN CUANTO A RIESGOS AMBIENTALES Y SOCIALES.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SISTEMA DE CONTROL INTERNO, P.41</li> <li>• GESTIÓN DE RIESGOS, P.44</li> </ul>
FS3	PROCESOS PARA MONITOREAR LA IMPLEMENTACIÓN Y EL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUERIMIENTOS AMBIENTALES Y SOCIALES INCLUIDOS EN ACUERDOS Y TRANSACCIONES CON CLIENTES.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SI BIEN EN LOS "CRITERIOS DE INVERSIÓN", SE ESTABLECEN LOS LINEAMIENTOS DE AQUELLAS EMPRESAS EN LAS QUE GNP INVIERTE, ESTO NO APLICA PARA LA RELACIÓN GNP-CLIENTE.</li> </ul>
FS4	PROCESOS PARA MEJORAR LA COMPETENCIA DE LA PLANTILLA A LA HORA DE IMPLEMENTAR LAS POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS SOCIALES Y AMBIENTALES APLICABLES A LAS LÍNEAS DE NEGOCIO.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PREVENCIÓN DE LAVADO DE DINERO Y FINANCIAMIENTO AL TERRORISMO, P.40</li> <li>• CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA PARA COLABORADORES, P.38</li> </ul>
FS5	INTERACCIONES CON CLIENTES, INVERSORES Y SOCIOS EN CUANTO A LOS RIESGOS Y OPORTUNIDADES EN TEMAS SOCIALES Y DE MEDIO AMBIENTE.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• COMPROMISO CON NUESTRA COMUNIDAD, P.80</li> </ul>
FS6	DESGLOSE DE LA CARTERA PARA CADA LÍNEA DE NEGOCIO, POR REGIÓN ESPECÍFICA, TAMAÑO (GRANDE, PYME, MICROEMPRESA) Y SECTOR.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DISTRIBUCIÓN DE CARTERA, P.26</li> </ul>
FS7	VALOR MONETARIO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DISEÑADOS PARA OFRECER UN BENEFICIO SOCIAL ESPECÍFICO POR CADA LÍNEA DE NEGOCIO DESGLOSADO POR OBJETIVOS.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LÍNEA ACCESIBLE, P.25</li> <li>• DISTRIBUCIÓN DE CARTERA, P.26</li> </ul>
FS8	VALOR MONETARIO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS DISEÑADOS PARA OFRECER UN BENEFICIO MEDIOAMBIENTAL ESPECÍFICO POR CADA LÍNEA DE NEGOCIO DESGLOSADO POR OBJETIVOS.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. LA EMPRESA NO CUENTA CON PRODUCTOS DE ESTE TIPO.</li> </ul>
FS9	COBERTURA Y FRECUENCIA DE LAS AUDITORÍAS PARA EVALUAR LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS POLÍTICAS AMBIENTALES Y SOCIALES Y LOS PROCEDIMIENTOS DE EVALUACIÓN DE RIESGOS.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PLAN ANUAL DE AUDITORÍA, P.41</li> </ul>
FS10	PORCENTAJE Y NÚMERO DE COMPAÑÍAS EN LA CARTERA CON LAS QUE SE HA INTERACTUADO EN ASUNTOS SOCIALES O MEDIOAMBIENTALES.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• RESULTADOS ACUMULADOS DE PROGRAMAS SOCIALES, (INSTITUCIÓN ALIADA) P. 87</li> </ul>
FS11	PORCENTAJE DE ACTIVOS SUJETOS A ANÁLISIS POSITIVO O NEGATIVO SOCIAL O AMBIENTAL.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• N/A. NO SE HACEN ANÁLISIS DE LOS ACTIVOS DE LA EMPRESA BAJO ESTOS CRITERIOS DEBIDO A QUE, AL SER UNA EMPRESA NO MANUFACTURERA Y UBICAR SUS OFICINAS EN SUELOS URBANOS DEBIDAMENTE REGLAMENTADOS, SE CONSIDERA POCO RELEVANTE EL IMPACTO SOCIAL O AMBIENTAL QUE PUEDAN OCASIONAR LAS OPERACIONES DE LA MISMA.</li> </ul>
FS12	POLÍTICAS DE VOTO APLICADAS RELATIVAS A ASUNTOS SOCIALES O AMBIENTALES PARA ENTIDADES SOBRE LAS CUALES LA ORGANIZACIÓN TIENE DERECHO A VOTO O ASESOR EN EL VOTO.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CRITERIOS DE INVERSIÓN, P.36</li> </ul>
FS13	ACCESIBILIDAD EN ZONAS DE BAJA DENSIDAD DE POBLACIÓN O LUGARES DESFAVORECIDOS.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• RED DE OFICINAS, P.21</li> </ul>
FS14	INICIATIVAS PARA MEJORAR EL ACCESO DE LOS COLECTIVOS DESFAVORECIDOS A LOS SERVICIOS FINANCIEROS.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LÍNEA ACCESIBLE, P.25</li> </ul>
FS15	POLÍTICAS PARA EL DISEÑO Y VENTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS FINANCIEROS, DE MANERA RAZONABLE Y JUSTA.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• LÍNEA ACCESIBLE, P.25</li> <li>• CRITERIOS PARA EL DESARROLLO DE UN PRODUCTO, P.26</li> </ul>
FS16	INICIATIVAS PARA FOMENTAR LOS CONOCIMIENTOS FINANCIEROS POR TIPO DE BENEFICIARIO.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• SERVICIOS DE EXPERIENCIA MEJORADA, P.23</li> <li>• COMPROMISO CON NUESTROS CLIENTES, P.77</li> </ul>

# Anexo: Estudio de Materialidad



# ENCUESTA DE MATERIALIDAD COLABORADORES 2013

## I. PERFIL

### 1. UNIVERSO: 350 RESPUESTAS

- Mujeres: 54.57%
- Hombres: 45.53%

### 2. GRUPO DE EDAD

- 20-30 años 43.43%
- 31-40 años 33.14%
- 41-50 años 15.43%
- 51 años o más 8%

### 3. EN GENERAL LA CALIDAD DEL INFORME TE PARECIÓ:

EXCELENTE	BUENA	REGULAR	MALA
54.73%	43.27%	2.01%	0%

349 RESPUESTAS

### 4. CON RELACIÓN EN EL INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE GNP DEL AÑO ANTERIOR, ENCUENTRAS ÉSTE:

MEJOR	IGUAL	PEOR	NO CONOZCO EL INFORME ANTERIOR
64.84%	11.82%	0.29%	23.05%

349 RESPUESTAS

### 5. EN RELACIÓN CON INFORMES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE OTRAS EMPRESAS, ENCUENTRAS ÉSTE:

EXCELENTE	BUENA	REGULAR	MALA
43.27%	5.73%	0.57%	50.43%

349 RESPUESTAS

### 6. EL CONTENIDO DEL INFORME TE PARECIÓ:

MUY INTERESANTE	INTERESANTE	Poco INTERESANTE	NADA INTERESANTE
52.3%	45.11%	2.59%	0%

UNIVERSO: 348

### 7. CONSIDERAS QUE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA EN EL INFORME TIENE:

BASTANTE CREDIBILIDAD	SUFICIENTE CREDIBILIDAD	Poca CREDIBILIDAD	NO TIENE CREDIBILIDAD
52.87%	45.98%	1.15%	0%

UNIVERSO: 348

### 8. ¿ENCONTRASTE FÁCILMENTE LA INFORMACIÓN QUE BUSCABAS?

SÍ (95.06%)	No (4.94%)
-------------	------------

### 9. ¿HAY ALGÚN DATO QUE ESPERABAS QUE GNP REPORTARA Y NO REPORTÓ?

SÍ (2.32%)	No (97.68%)	CUÁL ( )
------------	-------------	----------

- LA PARTICIPACIÓN DE OFICINAS, CASI TODO ESTÁ ENFOCADO EN PLAZA GNP.
- LAS CONDICIONES BAJO LAS CUALES TRABAJAN LAS EMPRESAS FILIALES.
- TESTIMONIOS DEL PERSONAL QUE PARTICIPA EN ACCIONES SOCIALES Y DE LA GENTE BENEFICIADA.
- SABER SI PUDIESE HABER UNA PRESENTACIÓN DEL INFORME EN OTRO FORMATO QUE NO SEA PAPEL.
- CONOCER CUÁNTO GASTÓ LA EMPRESA EN LA ELABORACIÓN DEL INFORME.
- YO ME GANÉ UN PREMIO NACIONAL PARA GNP A NIVEL CALL CENTER POR EL INSTITUTO MEXICANO DE TELESERVICIOS Y PENSÉ QUE PODRÍAN PUBLICARLO.

UNIVERSO: 345

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

- EN REALIDAD, PARA MÍ ES UNA OPORTUNIDAD DE CONOCER LA EMPRESA, YA QUE TIENE POCO QUE INGRESÉ A ELLA. EL REPORTE ME HA SERVIDO PARA SABER LOS ALCANCES QUE SE PUEDEN TENER EN CUANTO A APORTACIONES EN DIFERENTES ÁMBITOS DE LA SOCIEDAD.
- LOS NÚMEROS DE LA EMPRESA SON MUY INTERESANTES, LAS CIFRAS ME SORPRENDIERON.
- EL INCREMENTO QUE EN GENERAL TUVO GNP DE 2011 A 2012 EN TODOS LOS RAMOS Y EL RECONOCIMIENTO QUE SE LE HACE A LA FUERZA PRODUCTORA COMO PIEZA CLAVE.
- EL COMPROMISO QUE TIENE CON EL PERSONAL.
- EN MI CONSIDERACIÓN, TODA LA INFORMACIÓN FUE RELEVANTE Y DE GRAN UTILIDAD; SÓLO ME RESTA DECIR QUE ES DE GRAN ORGULLO PERTENECER A GRUPO NACIONAL PROVINCIAL, QUE SIEMPRE ESTÁ AL PENDIENTE DE SUS TRABAJADORES Y DE LA SOCIEDAD.
- CONSIDERO QUE TODA LA INFORMACIÓN ES RELEVANTE PORQUE MUESTRA CÓMO CON EL ESFUERZO DE TODOS LOS QUE INTEGRAMOS GNP CONTRIBUYE AL SERVICIO DE LOS QUE NECESITAN APOYO.
- EN GENERAL TODO SIEMPRE ES IMPORTANTE, SABER CÓMO VAN Y CÓMO HAN FUNCIONADO LAS LABORES SOCIALES TANTO AL INTERIOR DE LA EMPRESA COMO AL EXTERIOR. EN PARTICULAR ME GUSTÓ EL PUNTO IX DESEMPEÑO ECONÓMICO Y EL XIV DESEMPEÑO SOCIAL.
- CONOCER CIFRAS, LOS PRINCIPALES LOGROS, REMONTAR EN EL RAMO DE AUTOS QUE POR LA INFORMACIÓN PRESENTADA FUE POR MUCHO EL MEJOR RESULTADO.
- CÓMO LA EMPRESA SE COMPROMETE CON LA SOCIEDAD Y EL MEDIO AMBIENTE.

UNIVERSO: 216

## 11. EL DISEÑO LO CONSIDERAS:

EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
48.42%	49.86%	1.15%	0.57%

349 RESPUESTAS

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

FOTOGRAFÍAS	12.74%	CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	23.86%
GRÁFICAS Y ESQUEMAS	15.3%	CANTIDAD DE INFORMACIÓN	4.75%
INFORMACIÓN TÉCNICA	10.36%	VERACIDAD DE LA INFORMACIÓN	16.06%
INFORMACIÓN NARRATIVA	7.51%	DISEÑO	9.41%

UNIVERSO: 1052 RESPUESTAS

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

FOTOGRAFÍAS	15.4%	CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	2.41%
GRÁFICAS Y ESQUEMAS	13.96%	CANTIDAD DE INFORMACIÓN	22.62%
INFORMACIÓN TÉCNICA	12.64%	VERACIDAD DE LA INFORMACIÓN	3.37%
INFORMACIÓN NARRATIVA	16.25%	DISEÑO	13.36%

## 14. ¿QUÉ USO LE DARÁS AL INFORME?

DOCUMENTO DE CONSULTA	HOJEARLO	LEERLO UNA VEZ	NO LE VE UTILIDAD
65.71%	15.85%	17%	1.44%

15. LOS TEMAS QUE USTED VE ENLISTADOS EN EL EXTREMO IZQUIERDO DE SU PANTALLA CORRESPONDEN A LOS TEMAS RELEVANTES IDENTIFICADOS POR GNP EN UN EJERCICIO PREVIO. POR FAVOR, EVALÚE LA IMPORTANCIA QUE TIENE EL TEMA PARA USTED, ASÍ COMO EL DESEMPEÑO QUE CONSIDERA QUE TIENE GNP EN EL MISMO. EL RANGO DE CALIFICACIÓN ES (1-5), EN DONDE 1 ES LO MÁS BAJO Y 5 LO MÁS ALTO.

ÁREA O TEMA	IMPORTANCIA PARA USTED (1-5)	DESEMPEÑO DE GNP (1-5)
TRABAJO EN EQUIPO	4.6	4.5
ÉTICA EMPRESARIAL	4.7	4.6
PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RIESGOS	4.6	4.5
TRATO JUSTO A PROVEEDORES	4.5	4.4
APOYO A CAUSAS SOCIALES	4.5	4.6
ECOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE	4.6	4.6

# ENCUESTA DE MATERIALIDAD PROVEEDORES 2013

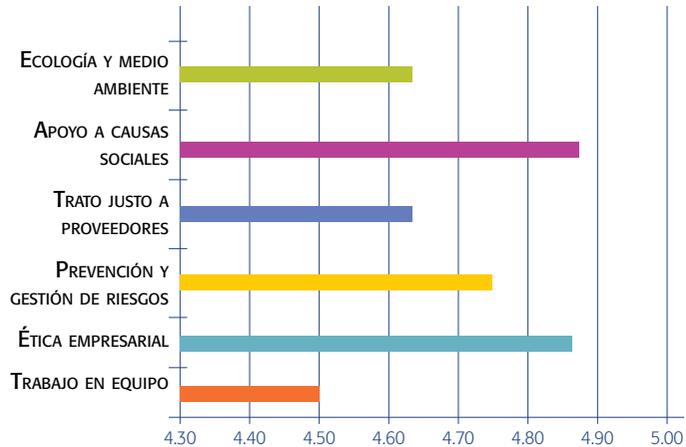
TAMAÑO DE LA EMPRESA:		
OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
MICRO: DE 2 A 10 EMPLEADOS	0.0%	0
PEQUEÑA: DE 11 A 25 EMPLEADOS	50.0%	5
MEDIANA: DE 51 A 100 EMPLEADOS	10.0%	1
GRANDE: MÁS DE 100 EMPLEADOS	40.0%	4
PREGUNTA RESPONDIDA		10
PREGUNTA OMITIDA		1

100% DE PROVEEDORES DEL SECTOR SERVICIOS.

¿PERCIBE USTED A GNP COMO UNA EMPRESA QUE SE PREOCUPA POR SU ENTORNO?		
OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Sí	100.0%	8
No	0.0%	0
PREGUNTA RESPONDIDA		8
PREGUNTA OMITIDA		3

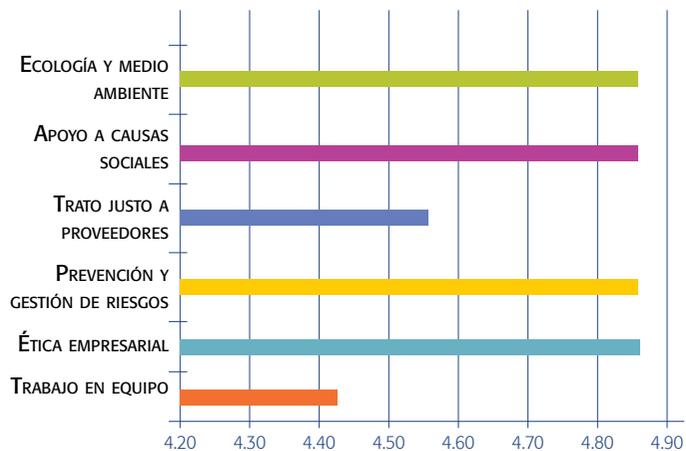
LOS TEMAS QUE USTED VE ENLISTADOS EN EL EXTREMO IZQUIERDO CORRESPONDEN A LOS TEMAS RELEVANTES IDENTIFICADOS POR GNP EN UN EJERCICIO PREVIO. POR FAVOR, EVALÚE LA IMPORTANCIA QUE TIENE EL TEMA PARA USTED. EL RANGO DE CALIFICACIÓN ES 1-5, EN DONDE 1 ES LO MÁS BAJO Y 5 LO MÁS ALTO.

OPCIONES DE RESPUESTA	VALORACIÓN MEDIA
TRABAJO EN EQUIPO	4.50
ÉTICA EMPRESARIAL	4.86
PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RIESGOS	4.75
TRATO JUSTO A PROVEEDORES	4.63
APOYO A CAUSAS SOCIALES	4.88
ECOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE	4.63



LOS TEMAS QUE USTED VE ENLISTADOS EN EL EXTREMO IZQUIERDO CORRESPONDEN A LOS ASUNTOS RELEVANTES IDENTIFICADOS POR GNP EN UN EJERCICIO PREVIO. POR FAVOR, INDIQUE EL DESEMPEÑO QUE USTED CONSIDERA QUE TIENE GNP EN CADA TEMA. EL RANGO DE CALIFICACIÓN ES 1-5, EN DONDE 1 ES LO MÁS BAJO Y 5 LO MÁS ALTO.

OPCIONES DE RESPUESTA	VALORACIÓN MEDIA
TRABAJO EN EQUIPO	4.43
ÉTICA EMPRESARIAL	4.86
PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RIESGOS	4.86
TRATO JUSTO A PROVEEDORES	4.57
APOYO A CAUSAS SOCIALES	4.86
ECOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE	4.86



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

- **PREVENCIÓN Y GESTIÓN DE RIESGOS.** POR TODOS LOS CURSOS QUE OTORGAN A SU PERSONAL Y CONTRATISTAS PARA LA SEGURIDAD EN MATERIA DE PROTECCIÓN CIVIL.
- **ECOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE.** GNP SE PREOCUPA Y OCUPA INVOLUCRANDO A LOS PROVEEDORES Y EMPLEADOS TRABAJANDO CONJUNTAMENTE, TOMANDO ACCIONES CONCRETAS PARA AYUDAR AL PLANETA.
- **APOYO A CAUSAS SOCIALES.** PORQUE EN SUS CAMPAÑAS DEMUESTRAN LA PREOCUPACIÓN Y ACCIONES LLEVADAS A CABO.
- **TRABAJO EN EQUIPO.** ES INDISPENSABLE COMO PROVEEDOR TENER CONTACTO DIRECTO Y RETRO ALIMENTACIÓN MUTUA PARA LA MEJORA CONTINUA.
- **TRABAJO EN EQUIPO.** SOMOS PROVEEDORES DE SEGURIDAD ELECTRÓNICA Y SIEMPRE RECIBIMOS RETROALIMENTACIÓN Y COOPERACIÓN DEL ÁREA PARA LOS DIFERENTES ASPECTOS DE NUESTRO TRABAJO; COORDINACIÓN Y APOYO PARA REALIZAR NUESTRAS INSTALACIONES Y SERVICIOS EN TIEMPO Y FORMA, Y NO SE PODRÍA LOGRAR SIN EL APOYO DE LAS DIFERENTES ÁREAS.

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

- **ACTUALMENTE, EL CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE ES BÁSICO QUE TODOS LO CUIDEMOS, POR SOBREVIVENCIA DE LA ESPECIE HUMANA Y LA VIDA EN GENERAL. ADEMÁS, TENER UN PLANETA SANO REPERCUTE DIRECTAMENTE EN LA SALUD HUMANA Y EN CUALQUIER TIPO DE VIDA.**
- **TRABAJO EN EQUIPO.** LA COMUNICACIÓN POR PARTE DE MANTENIMIENTO A EDIFICIOS AL ÁREA DE SEGURIDAD: CUANDO REALIZAN MODIFICACIONES EN LOS EDIFICIOS PARA PODER DESMONTAR LOS EQUIPOS Y SISTEMAS Y SEAN REUTILIZADOS, MUCHAS VECES SE DAÑAN O QUEDAN DESCONECTADOS.

EN GENERAL LA CALIDAD DEL INFORME LE PARECIÓ:		
OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
EXCELENTE	62.5%	5
BUENA	37.5%	3
REGULAR	0.0%	0
MALA	0.0%	0
	PREGUNTA RESPONDIDA	8
	PREGUNTA OMITIDA	3

EN RELACIÓN CON EL INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE GNP DEL AÑO ANTERIOR, ENCUENTRA ÉSTE:		
OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
MEJOR	37.5%	3
IGUAL	12.5%	1
PEOR	0.0%	0
NO CONOZCO EL INFORME ANTERIOR	50.0%	4
	PREGUNTA RESPONDIDA	8
	PREGUNTA OMITIDA	3

EN RELACIÓN CON INFORMES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DE OTRAS EMPRESAS, ENCUENTRA ÉSTE:		
OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
MEJOR	50.0%	4
IGUAL	0.0%	0
PEOR	0.0%	0
NO CONOZCO EL INFORME ANTERIOR	50.0%	4
	PREGUNTA RESPONDIDA	8
	PREGUNTA OMITIDA	3

EL CONTENIDO DEL INFORME LE PARECIÓ:		
OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
MUY INTERESANTE	62.5%	5
INTERESANTE	37.5%	3
POCO INTERESANTE	0.0%	0
NADA INTERESANTE	0.0%	0
	PREGUNTA RESPONDIDA	8
	PREGUNTA OMITIDA	3

CONSIDERA QUE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA EN EL INFORME TIENE:		
OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
BASTANTE CREDIBILIDAD	71.4%	5
SUFICIENTE CREDIBILIDAD	28.6%	2
POCA CREDIBILIDAD	0.0%	0
NO TIENE CREDIBILIDAD	0.0%	0
	PREGUNTA RESPONDIDA	7
	PREGUNTA OMITIDA	4

¿ENCENTRÓ FÁCILMENTE LA INFORMACIÓN QUE BUSCABA?		
OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
SÍ	100.0%	8
NO	0.0%	0
	PREGUNTA RESPONDIDA	8
	PREGUNTA OMITIDA	3

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

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
Sí	0.0%	5
No	100.0%	2
¿CUÁL?		0
	PREGUNTA RESPONDIDA	7
	PREGUNTA OMITIDA	4

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

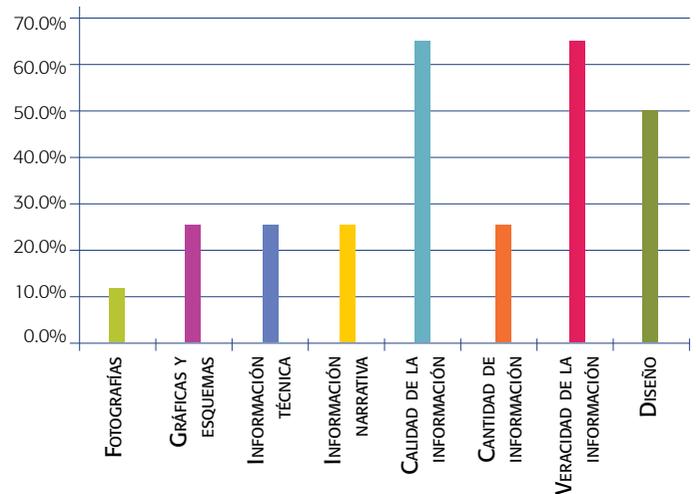
- RUTAS POR LA HUMANIDAD
- TEMA AMBIENTAL
- EL HECHO EN SÍ DE INFORMAR Y ENTERAR A SU COMUNIDAD
- LAS GRÁFICAS

### EL DISEÑO LO CONSIDERA:

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
EXCELENTE	62.5%	5
BUENO	37.5%	3
REGULAR	0.0%	0
MALO	0.0%	0
	PREGUNTA RESPONDIDA	8
	PREGUNTA OMITIDA	3

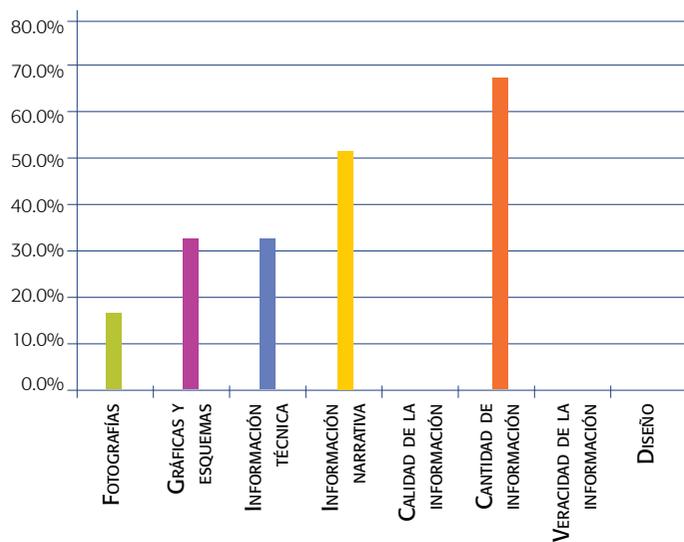
### MARQUE AQUELLOS QUE CONSIDERE LOS TRES PUNTOS MÁS FUERTES DEL INFORME:

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
FOTOGRAFÍAS	12.5%	1
GRÁFICAS Y ESQUEMAS	25.0%	2
INFORMACIÓN TÉCNICA	25.0%	2
INFORMACIÓN NARRATIVA	25.0%	2
CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	62.5%	5
CANTIDAD DE INFORMACIÓN	25.0%	2
VERACIDAD DE LA INFORMACIÓN	62.5%	5
DISEÑO	50.0%	4



**MARQUE AQUELLOS QUE CONSIDERE LOS TRES PUNTOS DÉBILES DEL INFORME:**

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
FOTOGRAFÍAS	16.7%	1
GRÁFICAS Y ESQUEMAS	33.3%	2
INFORMACIÓN TÉCNICA	33.3%	2
INFORMACIÓN NARRATIVA	50.0%	3
CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	0.0%	0
CANTIDAD DE INFORMACIÓN	66.7%	4
VERACIDAD DE LA INFORMACIÓN	0.0%	0
DISEÑO	0.0%	0


**¿QUÉ USO LE DARÁ AL INFORME?**

OPCIONES DE RESPUESTA	PORCENTAJE DE RESPUESTAS	CUENTA DE RESPUESTAS
DOCUMENTO DE CONSULTA	87.5%	7
HOJEARLO	0.0%	0
LEERLO UNA VEZ	12.5%	1
NO LE VE UTILIDAD	0.0%	0
CALIDAD DE LA INFORMACIÓN	62.5%	5

## CONTACTO

MARÍA FERNANDA DEL MORAL DURÁN

*RSE@GNP.COM.MX*

## OFICINAS CORPORATIVAS

AV. CERRO DE LAS TORRES # 395

COL. CAMPESTRE CHURUBUSCO, DEL. COYOACÁN

DISTRITO FEDERAL

MÉXICO

TELÉFONO 5227 3999

prevención vial  
nutrición  
educación  
vivienda  
inclusión  
equidad de género  
salud  
medio ambiente  
medicina preventiva  
libre tránsito

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

[www.gnp.com.mx](http://www.gnp.com.mx)