

# 2<sup>do</sup> INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL MÉXICO 2012





# ÍNDICE

1. Mensaje de los directores	5
2. Nuestro negocio	6
2.1. El Grupo Marsh & McLennan Companies	7
2.2. Historia	7
2.3. Servicios de Guy Carpenter, Marsh y Mercer en México	8
2.4. Reporte financiero	10
2.5. Nuestra filosofía	11
2.6. Código de conducta	12
2.7. Gobierno corporativo	14
2.8. Estrategia de Responsabilidad Social	16
3. Nuestro compromiso social	20
3.1. Compromiso con nuestros colegas	21
3.2. Compromiso con los clientes	29
3.3. Compromiso con la comunidad	30
3.4. Compromiso con los proveedores y socios de negocio	33
4. Nuestro compromiso ambiental	34
5. Criterios del Informe	38
6. Pacto Mundial	40
7. Premios, reconocimientos y alianzas	42
8. Indicadores GRI	44
Datos de contacto	50

# 1 MENSAJE DE LOS DIRECTORES



Guiados por nuestros valores y filosofía, reconocemos nuestra responsabilidad de hacer negocios apegados a un código ético.



# 1. MENSAJE DE LOS DIRECTORES

Es muy grato presentarles el segundo [Informe de Responsabilidad Social Empresarial de Marsh & McLennan Companies México 2012](#).

Como un grupo de empresas de servicios profesionales que ofrece asesoría y soluciones en las áreas de riesgos, estrategia y capital humano, es nuestra responsabilidad asumir el rol de ciudadanos corporativos aportando desde donde mejor lo podemos hacer: en nuestro ámbito laboral, con la comunidad y con el medio ambiente.

Después de tres años de trabajo coordinado y con objetivos específicos, este año hemos logrado consolidar nuestra estrategia de sustentabilidad para que se posicione en el centro de nuestro negocio. La unificación de nuestros negocios, en el caso de [Marsh](#) y [Mercer](#), ha ido de la mano de la integración de los equipos de trabajo encargados de la responsabilidad social. Esto a su vez nos ha permitido ampliar el alcance, ya que este año integramos a 3 de nuestras oficinas: Guadalajara, Monterrey y Torreón.

Todos estos avances se ven reflejados en los resultados de nuestras actividades en los ámbitos económico, social y medioambiental, que aquí se reportan.

Valoramos la individualidad de cada uno de nuestros colegas y creemos que nuestras diferencias nos fortalecen. Por ello, este año reestructuramos el Comité de Diversidad e Inclusión, con la participación de altos directivos de la empresa, lo cual le dará mayor empuje a las iniciativas para construir un espacio de trabajo incluyente.

Nuestro trabajo con la comunidad este año se centró en la habilitación y equipamiento de un *bunko*, espacio recreativo que enriquece el aprendizaje de niños, tanto en la comunidad de San Andrés Daboxtha, como en la comunidad de Ri-Xudi, en Hidalgo. Para estas actividades contamos con la participación voluntaria de nuestros colegas, cuya vocación de servicio está firmemente arraigada en la cultura de [MMC](#).

Como parte de nuestro compromiso con el medio ambiente, este año lanzamos [MMCo Ride](#), un programa que nos permite reducir el uso del automóvil de manera individual y optar por compartirlo con otros colegas para trasladarnos desde y hacia la oficina todos los días. Con este programa, además de reducir las emisiones de CO<sub>2</sub>, pretendemos crear conciencia sobre el uso responsable del automóvil y fomentar el trabajo en equipo.

Refrendamos nuestro compromiso con el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, al cual estamos adheridos, y cuyos diez principios han sido incorporados en este Informe como parte de la Comunicación de Progreso para este periodo.

Agradecemos a aquellos que contribuyen a que [Marsh & McLennan Companies](#) cumpla con su objetivo de ser un ciudadano corporativo responsable y los invitamos a compartir con nosotros sus reflexiones y comentarios.

Remigio Noriega González de León  
Director General



Albert Fischl  
Director General



Sergio Torres Cross  
Director General



# 2. NUESTRO 2. NEGOCIO



## 2.1 EL GRUPO MARSH & MCLENNAN COMPANIES

[Marsh & McLennan Companies](#) es una firma global de servicios profesionales que brinda asesoría y soluciones en las áreas de corretaje de seguros y reaseguro, riesgo, estrategia y capital humano, cuyos ingresos anuales superan los 12 mil millones de dólares. A través de cuatro empresas líderes en el mercado –[Marsh](#), [Guy Carpenter](#), [Mercer](#) y [Oliver Wyman](#)– y una red de 54,000 colaboradores alrededor del mundo, ayuda a las organizaciones a identificar, planear y responder a sus necesidades críticas de negocio en más de 100 países.



## 2.2 HISTORIA

El origen de [Marsh & McLennan Companies](#) se remonta a 1871. Marsh, la subsidiaria proveedora de servicios para riesgos y seguros, cuenta con un historial distinguido como el agente de seguros y asesor en administración de riesgos líder en el mundo.

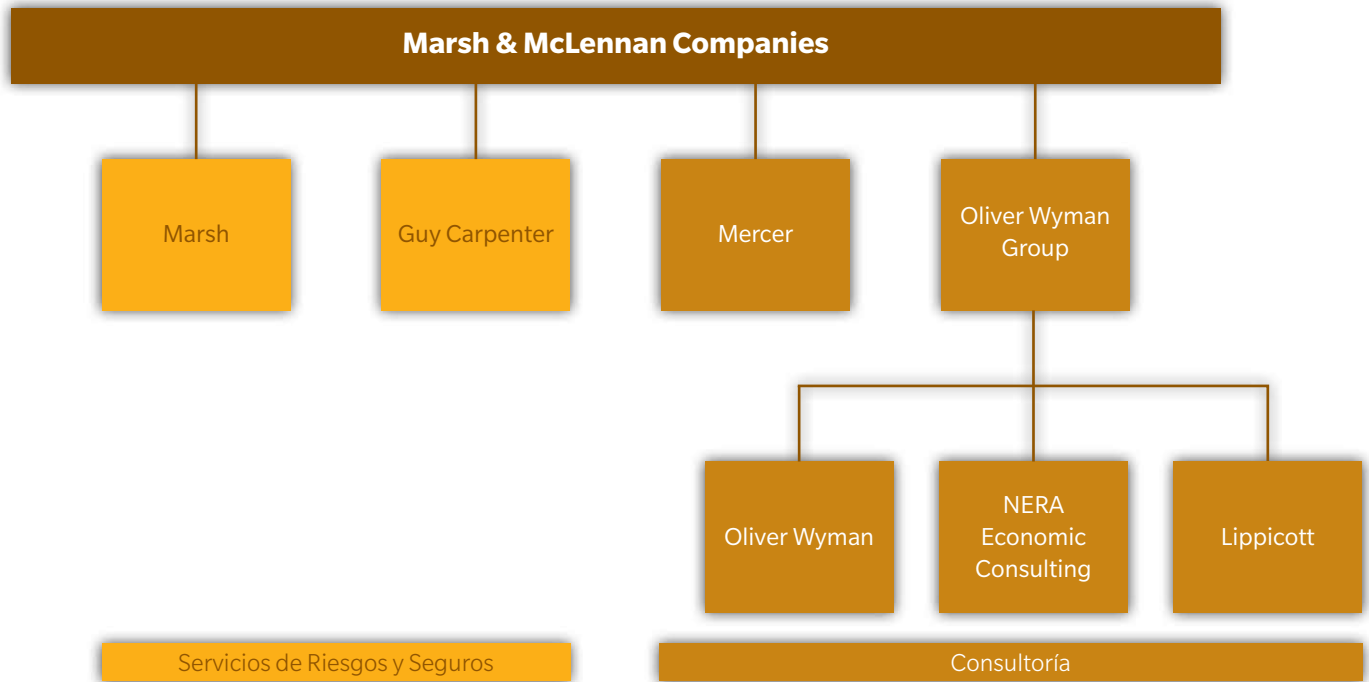
En 1923, [Marsh & McLennan Companies](#) realizó su primera ramificación importante de negocios –en intermediación de reaseguro– con la adquisición de la recién creada [Guy Carpenter & Company](#).

En 1959, [Marsh & McLennan Companies](#) se expandió al campo de la consultoría en recursos humanos mediante la adquisición de la empresa canadiense William M. Mercer Limited.

Hoy en día, [Mercer](#) es líder mundial en el campo de los recursos humanos, así como en la asesoría financiera.

En la década de 1980, [Marsh & McLennan Companies](#) integró servicios de consultoría especializada. En la actualidad, el grupo [Oliver Wyman](#) ofrece servicios de consultoría estratégica por medio de Oliver Wyman, consultoría en gestión de marca corporativa e identidad a través de la empresa [Lippincott](#); y análisis y asesoría económica con [NERA Economic Consulting](#).





## 2.3 SERVICIOS DE MARSH, GUY CARPENTER Y MERCER EN MÉXICO

### ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS Y SEGUROS

---

#### MARSH BROCKMAN Y SCHUH AGENTE DE SEGUROS Y DE FIANZAS S.A. DE C.V.

Al ser líder global en corretaje de seguros, fianzas y administración de riesgos, esta compañía hace equipo con los clientes para definir, diseñar y dar soluciones innovadoras específicas para la industria, logrando así proteger el futuro de sus clientes y ayudarlos a ser exitosos. Para más información sobre los productos y servicios de [Marsh](http://www.marsh.com.mx) en México visite: [www.marsh.com.mx](http://www.marsh.com.mx)

#### GUY CARPENTER MÉXICO INTERMEDIARIO DE REASEGURO S.A. DE C.V.

Esta empresa –especialista en riesgos y reaseguros– crea y ejecuta soluciones de reaseguro y administración de riesgos para todo tipo de clientes. Presta servicios de corretaje de reaseguros y servicios de modelación financiera, así como asesoría a compañías de seguros y reaseguros de todo el mundo. Para más información sobre los productos y servicios de [Guy Carpenter](http://www.guycarp.com) en México visite: [www.guycarp.com](http://www.guycarp.com)

CONSULTORÍA

MERCER HUMAN RESOURCE CONSULTING  
S.A. DE C.V.

Como líder global en consultoría de recursos humanos, esta firma trabaja con clientes para resolver sus más complejas problemáticas de recursos humanos, diseñando y estableciendo estrategias de gestión en capital humano, salud, retiro y finanzas. Para más información sobre los productos y servicios de Mercer en México visite: [www.mercer.com.mx](http://www.mercer.com.mx)

NUESTRAS OFICINAS EN MÉXICO



- Cancún, Q. Roo.
- Cd. Juárez, Chi.
- Chihuahua, Chi.
- Guadalajara, Jal.
- Hermosillo, Son.
- León, Gto.
- Mérida, Yuc.
- Mexicali, B.C.
- México, D.F.
- Monterrey, N.L.
- Nogales, Son.
- Puebla, Pue.
- Querétaro, Qro.
- Reynosa, Tms.
- Tijuana, B.C.
- Torreón, Coah.
- Villahermosa, Tab.



## 2.4 REPORTE FINANCIERO

Cifras en millones de dólares estadounidenses (USD)	Año terminado (31 de diciembre)		% Cambio de ingresos	Componentes del cambio de ingresos		
	2012	2011		Impacto actual	Adquisiciones/ Disposiciones Impacto	Ingresos
<b>Servicios de riesgos y seguros</b>						
Marsh	\$ 5,463	\$ 5,213	5%	(2)%	2%	5%
Guy Carpenter	\$ 1,079	\$ 1,041	4%	(1)%	1%	6%
Subtotal	\$ 6,542	\$ 6,254	5%	(2)%	2%	5%
Intereses fiduciarios entrantes	39	47				
<b>Total de servicios de riesgos y seguros</b>	<b>\$ 6,581</b>	<b>\$ 6,301</b>	<b>4%</b>	<b>(2)%</b>	<b>2%</b>	<b>5%</b>
<b>Consultoría</b>						
Mercer	\$ 3,916	\$ 3,782	4%	(2)%	1%	4%
Grupo Oliver Wyman	\$ 1,466	\$ 1,483	1%	(2)%	2%	3%
Total de consultoría	\$ 5,382	\$ 5,265	2%	(2)%	0%	4%
Corporativa y otras / Eliminaciones	(39)	(40)				
<b>Total de ingresos</b>	<b>\$ 11,924</b>	<b>\$ 11,526</b>	<b>3%</b>	<b>(2)%</b>	<b>1%</b>	<b>4%</b>

Para más detalles, consulte la versión completa del Reporte financiero 2012 de Marsh & McLennan Companies.



## 2.5 NUESTRA FILOSOFÍA

### NUESTRA MISIÓN:

Marsh & McLennan Companies es un grupo de empresas de servicios profesionales, comprometidas a ayudar a sus clientes en la protección y creación de valor a través de asesoría y soluciones en riesgos, corretaje de seguros y reaseguros, estrategia y capital humano.

### NUESTRA VISIÓN:

- Seremos ampliamente reconocidos como una firma de negocios de primer nivel en el mundo; un proveedor preferido de servicios profesionales en las áreas de riesgo, estrategia y capital humano.
- Ofreceremos a nuestros clientes las ideas, servicios y soluciones más valiosas.
- Ofreceremos a nuestros colegas oportunidades de crecimiento, contribución y prosperidad.
- Alcanzaremos un crecimiento sostenido y rentable.
- Alcanzaremos un crecimiento considerable y sostenido del valor para los accionistas.

### NUESTROS VALORES:

#### CLIENTES

Entregaremos un valor excepcional a nuestros clientes a nivel global, al cumplir o superar sus expectativas e innovar para satisfacer las necesidades de los clientes. Esto, de manera que se incremente el valor para los accionistas a lo largo del tiempo.

#### INTEGRIDAD

Realizaremos nuestras actividades de conformidad con las más altas normas éticas y profesionales, y no toleraremos conductas contrarias a las ya mencionadas. Actuaremos con integridad, honestidad, valentía y respeto mutuo.

#### COLEGAS

Haremos de nuestra empresa un excelente lugar de trabajo para las personas sobresalientes, tratando a cada uno de nuestros colegas como valiosos socios y con un espíritu de colaboración, compromiso e inclusión. Otorgaremos facultades a las personas, las haremos responsables de los resultados, y las recompensaremos según su desempeño como individuos, como equipos y como colaboradores.

#### EJECUCIÓN

Concentraremos nuestros esfuerzos para cumplir siempre con los compromisos asumidos ante los clientes, accionistas y colegas. Garantizaremos la alineación con las metas, la disciplina en el control de costos, y la responsabilidad con respecto a ganancias y pérdidas.

Nuestros clientes y colaboradores, nuestra integridad y una impecable ejecución, son los pilares sobre los que construimos una empresa sólida y comprometida consigo misma, con su gente y con su comunidad.

## 2.6 CÓDIGO DE CONDUCTA

“La vocación de la familia de empresas que componen a Marsh & McLennan Companies es crear confianza con todas sus partes relacionadas. Este compromiso se origina del irrefrenable deseo por realizar negocios con los más altos principios y valores éticos con nuestros proveedores, clientes y colegas a nivel global, el cual está claramente expresado en nuestro código de conducta y ética, que guía nuestras acciones para cumplir con todas las leyes y reglamentos aplicables en el ejercicio de nuestras funciones como asesores de servicios profesionales y de riesgos. De este modo, nos alejamos de las prácticas ilícitas y/o corruptas, concentrándonos fundamentalmente en entregar propuestas con valor que impulsan el éxito de nuestros clientes.”

Carlos Cervantes  
Oficial de Cumplimiento  
Marsh Brockman y Schuh

Todos y cada uno de nosotros tenemos la responsabilidad de pensar más allá de nuestros intereses comerciales e individuales, encontrando el modo adecuado de ayudar a que prosperen los intereses generales de nuestros compañeros, nuestros clientes, nuestros accionistas y las comunidades en las que trabajamos.

Nuestro **Código de conducta “The Greater Good”**, relanzado el año pasado, está diseñado para ayudar al personal a comprender las cuestiones legales, éticas y de riesgos que pueden surgir en su trabajo.

En este documento se especifican las responsabilidades básicas de los colegas y las responsabilidades adicionales de los directivos, y se resumen los elementos clave de las políticas de la empresa diseñadas para asegurar una conducta lícita y ética. Se trata de normas no negociables que se aplican a todos nosotros, sin importar el área de la empresa donde trabajemos.

Sus lineamientos están en total concordancia con el respeto a los derechos humanos, e incluyen aspectos relacionados con el respeto entre colegas, competencia leal, no corrupción, integridad en conflictos de interés y la actuación como ciudadanos corporativos.

Si desea conocer más detalles sobre nuestro Código de conducta y descargar una copia en español visite: [www.mmc.com/about/code.php](http://www.mmc.com/about/code.php)

Al ser la corrupción uno de los temas relevantes para nuestros grupos de interés, cabe destacar que en **Marsh & McLennan Companies** tenemos un especial cuidado para prevenir, identificar y, en su caso, sancionar este tipo de acciones. No sólo cada año el 100% de los colaboradores realiza su recertificación en conocimientos del **Código de conducta**, sino que además toma por lo menos uno de los cursos que se encuentran disponibles en nuestra plataforma de formación en línea.

En 2012 se ofrecieron los siguientes cursos:

- Trabajar con información confidencial y seguridad de datos
- *The Greater Good*: nuestro Código de conducta; cumplimiento de prácticas antimonopolio y comerciales
- Currículo de conducta comercial
- Comprensión de la Ley Sobre Prácticas Corruptas en el Extranjero (FCPA)
- Obligaciones profesionales
- Conciencia ética
- Mantenimiento y retención de registros
- Cumplimiento de prácticas antimonopolio y comerciales
- Sensibilización sobre soborno y corrupción globales
- Resolución de conflictos de interés

Además, existen muchos recursos disponibles para ayudar a nuestros colegas a identificar posibles problemas y determinar el curso de acción correcto. Nuestros colaboradores pueden expresar sus inquietudes a través de dos mecanismos:

#### HOTLINE

Es un servicio seguro y gratuito que opera las 24 horas del día a nivel mundial. Todos los asuntos denunciados son remitidos a los departamentos apropiados dentro de la organización para su investigación y resolución. Para ingresar al sistema se marca al **01 800 288 28 72**, posteriormente se selecciona el idioma en el menú de opciones y un especialista atenderá la consulta realizando algunas preguntas y después enviará un reporte al área encargada.

También se cuenta con la opción de dirigirse a la página:  
[www.EthicsComplianceLine.com](http://www.EthicsComplianceLine.com) y completar el proceso.

#### DIME

DIME es un canal de comunicación a través de un buzón electrónico que se encuentra en nuestra página de Intranet local. En esta herramienta el colega podrá expresar sus propuestas, quejas y/o sugerencias. Es completamente anónimo.

También en **MMC** los colegas tienen la opción de acudir directamente con nuestro Oficial de cumplimiento y área Legal, informando de manera segura y confidencial cualquier inquietud que tengan sobre comportamientos que podrían ser ilegales, poco éticos o que violen nuestras políticas.

En 2012 se presentaron dos denuncias por estos canales, las cuales fueron resueltas por las vías institucionales.

## 2.7 GOBIERNO CORPORATIVO

El **Consejo Directivo** de **Marsh & McLennan Companies** está comprometido con los más altos estándares de ética, integridad del negocio y profesionalismo, los cuales se establecen en las **Directrices de Gobierno Corporativo** de la organización, donde se mencionan sus funciones, estructura y compensaciones, entre otros.

El **Consejo** está integrado por directores y accionistas, quienes a su vez eligen al Director y a los integrantes del **Comité Ejecutivo** que dirigen los negocios y la gobernabilidad de la empresa. Para su selección se deben cumplir los términos y estándares de independencia, con lo cual se verifica que las personas elegidas no tengan vínculos materiales directos o indirectos con la empresa.

El **Consejo** actualmente está conformado por 13 miembros, incluyendo al Director General (CEO por sus siglas en inglés).

El **Comité Ejecutivo** es el responsable del gobierno corporativo de nuestra organización. Dicho comité está conformado por al menos tres directores independientes y se reúne al menos cuatro veces al año. Su función es asesorar al **Consejo Directivo**, reportar periódicamente sobre el desempeño de la empresa y apoyar a la Junta Anual de Accionistas.

Para apoyar en sus funciones, el **Consejo Directivo** cuenta también con cinco comités:

- COMITÉ DE AUDITORÍA
- COMITÉ DE COMPENSACIONES
- COMITÉ DE CUMPLIMIENTO Y RIESGOS
- COMITÉ DE DIRECTORES Y GOBIERNO
- COMITÉ DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

Cada uno de estos comités tiene sus propios estatutos que regulan su funcionamiento.

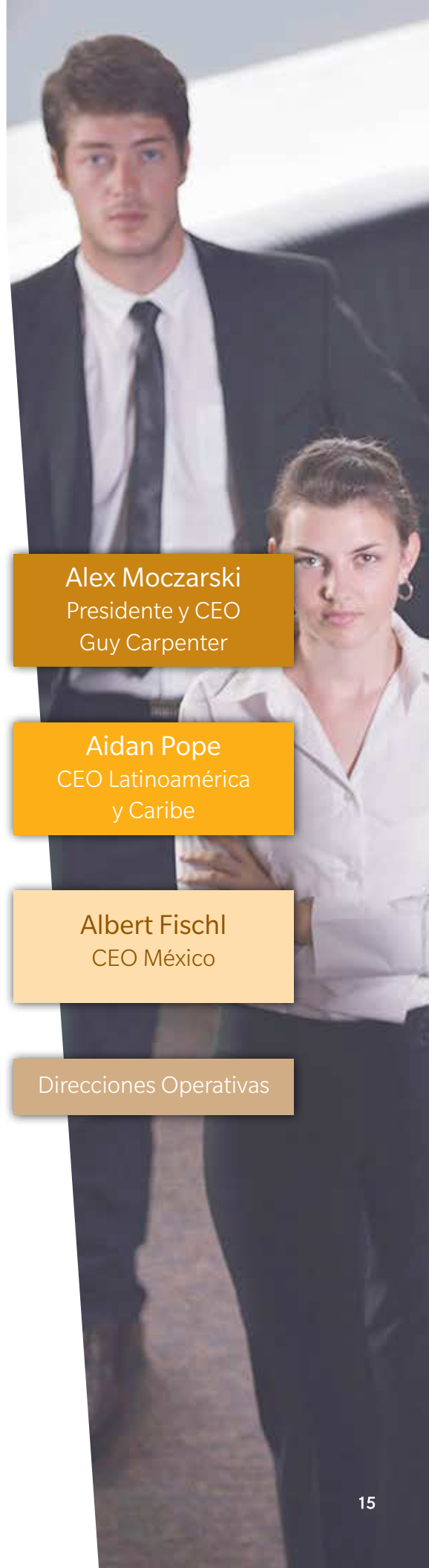
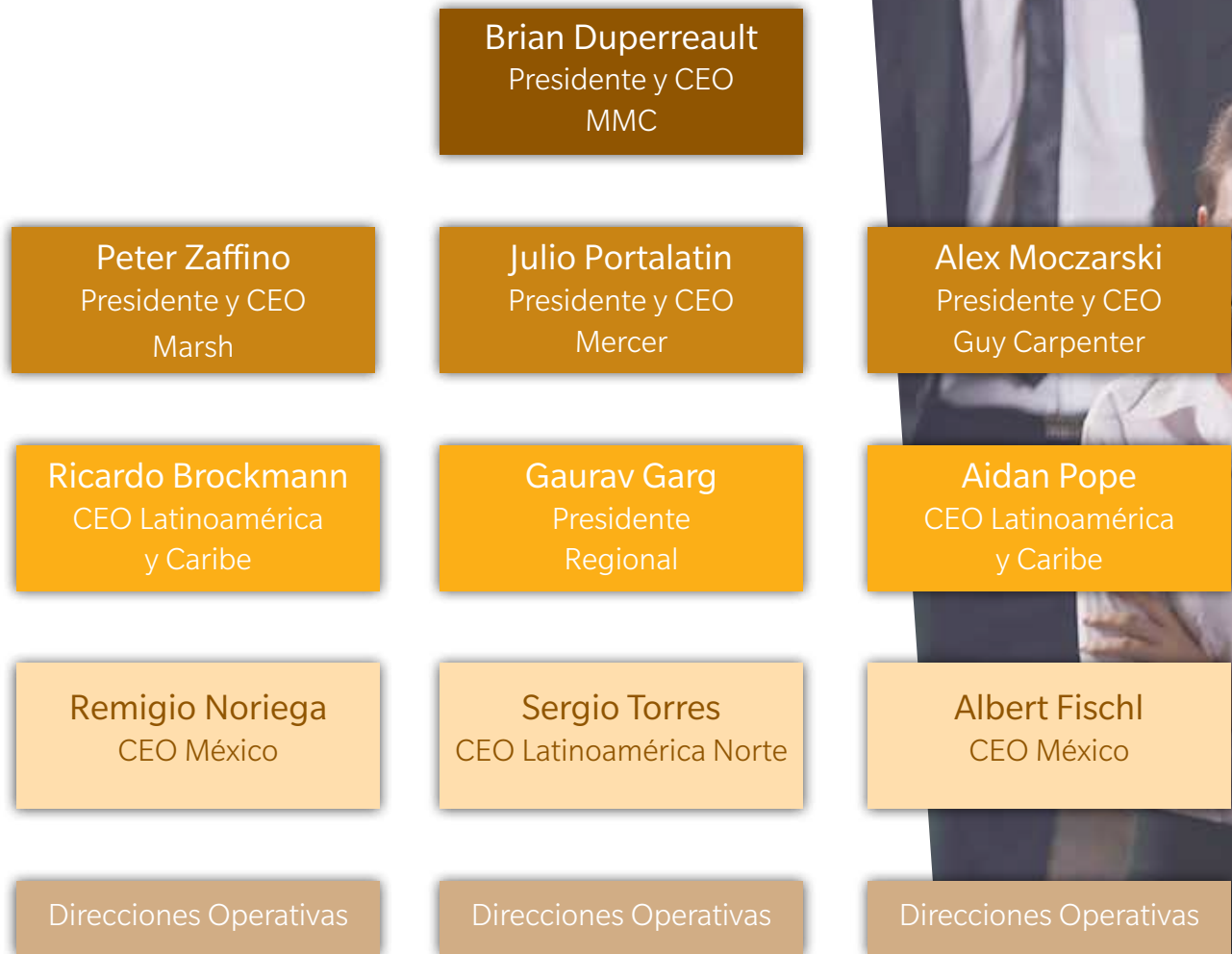
Si desea conocer más detalles sobre nuestro gobierno corporativo, visite:

<http://www.mmc.com/about/governance.php>





## ESTRUCTURA OPERATIVA



## 2.8 ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

### GRUPOS DE INTERÉS

Las empresas que conformamos **Marsh & McLennan Companies** buscamos ser responsables de nuestras acciones ante los colectivos con los que tenemos una relación ya sea directa o indirecta. Por ello, son los destinatarios principales de nuestras iniciativas de responsabilidad social.

Dividimos a nuestros grupos de interés en internos y externos de acuerdo con la manera en la que influyen o son influidos por nuestras actividades de negocio. Para saber lo que piensan de nosotros y tomar acciones a partir de ello, contamos con diversos mecanismos de comunicación (ver tabla).

Grupos de Interés	Mecanismos de diálogo y comunicación
<b>INTERNOS</b>	
Colaboradores: Nos esforzamos por ofrecerles un buen lugar para trabajar y crecer profesionalmente.	Intranet, correo electrónico, reuniones internas, buzón de sugerencias, encuesta de clima, tableros de comunicación interna, tableros electrónicos, participación en actividades de responsabilidad social, encuesta de opinión de RSE.
Clientes: Ofrecemos servicios de alta calidad con una actitud superior de servicio.	Encuestas de servicio, entrevistas de servicio al cliente, pláticas y reuniones cotidianas, correo electrónico, Informe Financiero Anual e Informe de Responsabilidad Social Empresarial de Marsh & McLennan Companies, página web, redes sociales, eventos presenciales y en línea, revista corporativa y prensa.
Accionistas: Realizamos nuestras tareas de negocio generando valor de manera honesta y transparente.	Informe Financiero Anual e Informe de Responsabilidad Social Empresarial de Marsh & McLennan Companies.
<b>EXTERNOS</b>	
Socios de negocio / Proveedores: Contratamos y pactamos con empresas locales que coadyuvan a lograr nuestros objetivos de negocio.	Reuniones regulares, correo electrónico, participación en actividades de responsabilidad social, Informe de Responsabilidad Social Empresarial de Marsh & McLennan Companies.
Comunidad: Apoyamos y buscamos caminos para elevar la calidad de vida de grupos vulnerables del país.	Reuniones periódicas, visitas in situ, proyectos conjuntos y a través de organismos intermediarios.
Reguladores: Trabajamos de la mano con las instituciones gubernamentales para contribuir a contar con un sector que trabaje de manera ética y coordinada.	Eventos, reuniones, circulares y acuerdos mensuales.

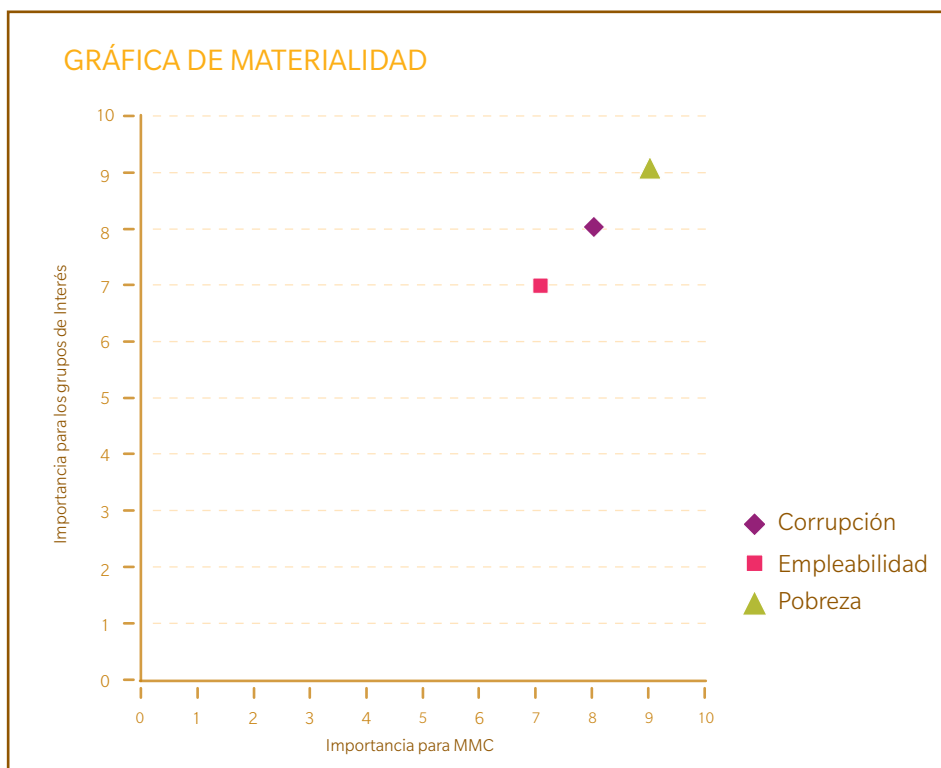
## MATERIALIDAD Y ASUNTOS RELEVANTES

Determinamos los asuntos que tienen una mayor trascendencia para nuestro negocio dentro del contexto de la sostenibilidad de acuerdo con la valoración de su importancia para nuestros grupos de interés y para MMC.

Los asuntos materiales identificados en 2012 fueron:

1. Corrupción
2. Empleabilidad
3. Pobreza

*Ver tabla*



A lo largo del informe, reportamos las acciones que hemos emprendido para incluir los temas relevantes en la gestión de la empresa.



## SISTEMA DE GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Nuestras actividades de responsabilidad social se guían por la Política de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de **Marsh, Guy Carpenter** y **Mercer**, la cual está alineada con la Política de **Ciudadanía Corporativa** del grupo.

Si desea conocer más detalles sobre la Política de Ciudadanía Corporativa de **Marsh & McLennan Companies**, visite: (<http://www.mmc.com/CorporateCitizenship/index.php>)

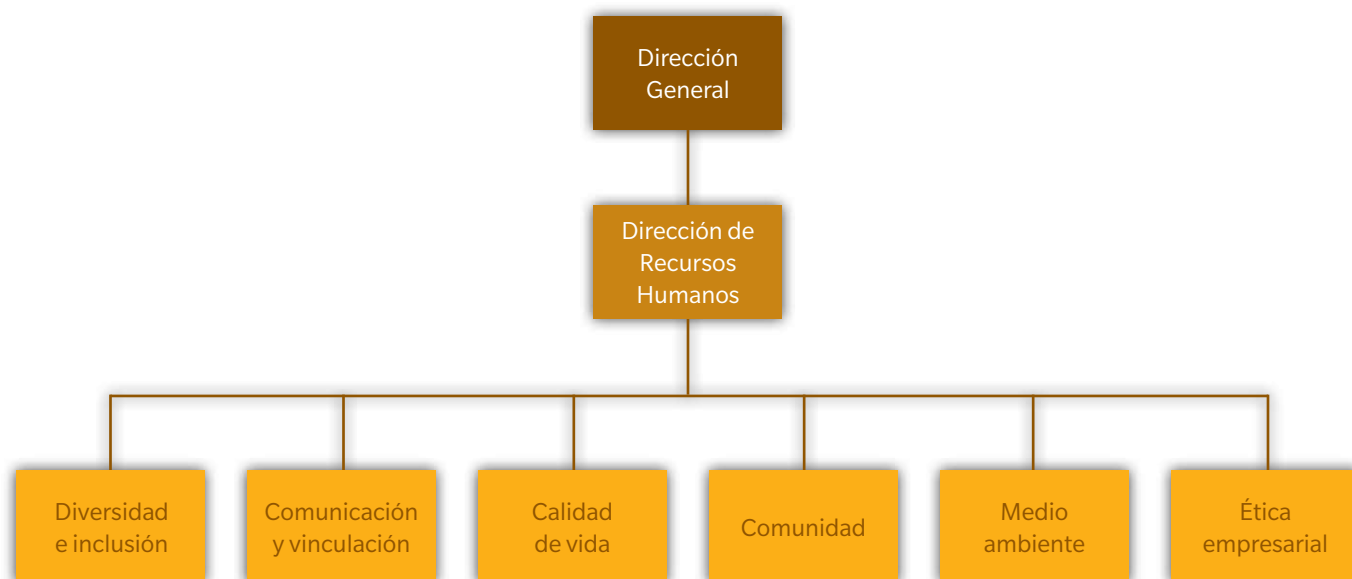
### Ejes estratégicos de RSE:

- 1 Ética empresarial
- 2 Calidad de vida
- 3 Cuidado del medio ambiente
- 4 Comunicación y vinculación con grupos de interés
- 5 Vinculación con la comunidad
- 6 Diversidad e inclusión

El responsable de diseñar, ejecutar y evaluar la estrategia de RSE de **Guy Carpenter, Marsh** y **Mercer** es el Comité de Responsabilidad Social. Dicho comité está confirmado por grupos de colaboradores comprometidos; cada subcomité aporta ideas y recursos para llevar a cabo programas y proyectos que incidan en nuestros grupos de interés y el negocio.



## ESTRUCTURA DEL COMITÉ DE RESPONSABILIDAD SOCIAL



A partir de una iniciativa global de [Marsh & McLennan Companies](#), este año se creó el Comité de Diversidad e inclusión, lo cual dará un mayor impacto a los programas que se generen en este tema.

### RALLY DE RESPONSABILIDAD SOCIAL MMC 2012

El 15 de junio se llevó a cabo en las instalaciones de la Torre Mayor el Rally de Responsabilidad Social MMC 2012. Con la participación de 12 equipos y 48 empleados; los retos que tuvieron que resolver en temas de ética, medio ambiente, calidad de vida, comunicación, equidad de género y comunidad; fomentaron la integración, el trabajo en equipo y una mayor concientización sobre la responsabilidad social al interior de la empresa.





# 3. NUESTRO 3.COMPROMISO SOCIAL



EN MARSH & MCLENNAN COMPANIES RECONOCEMOS EL VALOR DE LAS PERSONAS. POR ESTA RAZÓN, TRABAJAMOS EN MEJORAR LAS CONDICIONES Y LA CALIDAD DE VIDA DE NUESTROS COLEGAS, CLIENTES, PROVEEDORES Y DE LA COMUNIDAD QUE NOS RODEA.

## 3.1 COMPROMISO CON NUESTROS COLEGAS

Aspiramos a maximizar el potencial de nuestros colaboradores a través de nuestro enfoque de capital humano y mediante la construcción de un espacio de trabajo donde cada individuo pueda alcanzar la excelencia.

Como parte de las iniciativas de capital humano que hemos desarrollado están la de diversidad e inclusión, la de gestión del talento y la de bienestar.

### DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

“Considerando que una fuerza de trabajo diversa y talentosa es absolutamente fundamental para el éxito de nuestra organización, surge el Comité de Diversidad e inclusión en México con la finalidad de fomentar una cultura de respeto hacia las diferencias dentro de MMC y valorar a la gente como nuestro activo vital.”

Eveline Loza  
Subdirectora de Manejo de Riesgos y  
Líder del Comité de Diversidad e Inclusión  
Marsh Brockman y Schuh



**Marsh & McLennan Companies** promueve un espacio que celebra e incorpora todos los entornos, tradiciones, perspectivas y necesidades de sus colegas, lo cual la ha llevado a consolidar un liderazgo global en diversidad.

En **MMC** fomentamos una cultura de la inclusión que eleve a nuestra gente a su nivel más alto de desempeño basándonos en sus distintas características personales y experiencias de vida. Esta diversidad enriquece las soluciones que brindamos a nuestros clientes y crea un ambiente en el que todos nuestros colegas puedan crecer y contribuir al éxito compartido.

Al demostrar el compromiso con la diversidad desde los niveles más altos, el Comité de Diversidad e inclusión global se reestructuró en 2012 para incorporar a todos los altos directivos del grupo, lo cual pone el tema en el centro de sus agendas.

A nivel local, y con base en la Política de Equidad de Género, el recién creado Comité de Diversidad e inclusión se dio a la tarea de establecer las directrices de acción y diagnosticar la situación actual que le permita detectar las áreas de oportunidad y de esta manera generar iniciativas que garanticen la igualdad de oportunidades laborales entre hombres y mujeres, la no discriminación en el acceso al empleo, así como la inclusión de grupos minoritarios.



## EMPLEABILIDAD

En un contexto donde las personas se encuentran preocupadas por obtener o mantener su empleo, [Marsh & McLennan Companies](#) representa una fuente estable y creciente de trabajo en México. La plantilla laboral en 2012 fue de 631 colegas, a los cuales les ofrecemos sueldos entre tres y seis veces por encima del salario mínimo general vigente en el nivel más bajo y prestaciones por encima de las de la ley.

### PLANTILLA LABORAL DESGLOSADA POR CATEGORÍA Y GÉNERO 2012

Guy Carpenter:						
Puesto	Hombres 2010	Mujeres 2010	Hombres 2011	Mujeres 2011	Hombres 2012	Mujeres 2012
Directores	4	2	4	2	<b>4</b>	<b>3</b>
Subdirectores / Gerentes	9	6	10	5	<b>9</b>	<b>10</b>
Administrativos	12	15	15	19	<b>14</b>	<b>22</b>
Total	25	23	29	27	<b>27</b>	<b>35</b>
	Total empleados: 48		Total empleados: 56		<b>Total empleados: 62</b>	
	Total rotación: -8.33%		Total rotación: 12.5%		<b>Total rotación: 4.84%</b>	

Marsh:						
Puesto	Hombres 2010	Mujeres 2010	Hombres 2011	Mujeres 2011	Hombres 2012	Mujeres 2012
Directores	19	4	21	5	<b>28</b>	<b>5</b>
Subdirectores / Gerentes	79	45	86	55	<b>93</b>	<b>64</b>
Ejecutivos / Especialistas / Jefes de Área	104	182	106	172	<b>127</b>	<b>200</b>
Analistas / Auxiliares	21	21	20	18	<b>20</b>	<b>20</b>
Total	223	252	233	250	<b>268</b>	<b>289</b>
	Total empleados: 475		Total empleados: 483		<b>Total empleados: 557</b>	
	Total rotación: 9.75%		Total rotación: 15.96%		<b>Total rotación: 0.13%</b>	



## PLANTILLA LABORAL DESGLOSADA POR CATEGORÍA Y GÉNERO 2012 CONTINUACIÓN

Mercer:						
Puesto	Hombres 2010	Mujeres 2010	Hombres 2011	Mujeres 2011	<b>Hombres 2012</b>	<b>Mujeres 2012</b>
Directores	10	5	8	6	<b>10</b>	<b>17</b>
Subdirectores / Gerentes	13	13	11	18	<b>25</b>	<b>20</b>
Consultores	99	133	96	131	<b>118</b>	<b>90</b>
Total	103	151	115	155	<b>153</b>	<b>127</b>
	Total empleados: 254		Total empleados: 270		<b>Total empleados: 280</b>	
	Total rotación: 10%		Total rotación: 11%		<b>Total rotación: 0.18%</b>	

## GESTIÓN DEL TALENTO

Nuestra estrategia de Recursos Humanos está enfocada en la creación de capital humano, de manera que contemos con el personal más preparado para ofrecer un servicio de calidad.

En [Marsh](#), [Guy Carpenter](#) y [Mercer](#) ofrecemos cursos, actividades y programas de desarrollo profesional y personal desde el ingreso a la compañía. Cada uno de los programas proporciona oportunidades de crecimiento y movilidad en toda la empresa, lo cual fomenta una importante fuente de talento para cada negocio y ofrece experiencias que complementan el plan de carrera.

Valoramos la ambición intelectual de los colaboradores apoyando y recompensando su decisión de participar en seminarios, cursos de capacitación, eventos de negocio, estudios de idiomas y otorgando becas para diplomados, maestrías, y cursos complementarios.

Asimismo, ofrecemos a nuestros colaboradores cursos presenciales y en línea que les permiten desarrollar habilidades de trabajo en equipo, comunicación, relación con clientes, análisis de situaciones, desarrollo de soluciones, etcétera.



## HORAS DE FORMACIÓN POR EMPLEADO 2012

Guy Carpenter:			
Puesto	No. de personas	Horas	Promedio (hrs.)
Directores	8	32.4	4.05
Subdirectores	7	57.2	8.17
Gerentes	13	197.1	15.16
Administrativos	40	932.1	23.3
Total	68	1,218.9	17.92

Marsh:			
Puesto	No. de personas	Horas	Promedio (hrs.)
Directores	33	1,856	56
Gerentes / Subdirectores	157	3,422	22
Ejecutivos / Especialistas / Jefes de área	327	6,588	20
Analistas / Auxiliares	40	921	23
Total	557	12,787	22.6
Total de inversión (MXN)			\$1,556,055.16



## HORAS DE FORMACIÓN POR EMPLEADO 2012 CONTINUACIÓN

Mercer:			
Puesto	No. de personas	Horas	Promedio (hrs.)
Directores	3	24	8
Directores ejecutivos de negocio	12	300	25
Consultores Senior / Subdirectores de negocio	27	270	10
Consultores	44	600	13
Analistas Senior / Coordinadores	44	600	13
Analistas	134	1,360	10
Técnicos	22	200	9
Becarios	4	48	12
Total	290	3,087	12.5
Total de inversión (MNX)			\$ 1,540,081

*NOTA: En Guy Carpenter y Mercer contamos con herramientas de capacitación en línea y actividades que corresponden a Estados Unidos, de los cuales no asumimos costos de inversión, ya que corren por cuenta del corporativo y por lo tanto no se reflejan en estos cuadros.*

### CAREER LINK

Marsh y Guy Carpenter cuentan con un portal de capacitación en el cual todos los colaboradores pueden acceder a cursos en línea con la finalidad de complementar su formación dentro de la empresa. Se ofrecen más de 100 cursos en español y cerca de 1800 cursos en inglés.

### SUPERVISOR SOLUTIONS

En Mercer tenemos un sitio web llamado "Supervisor Solutions" el cual ofrece a todos nuestros supervisores un paquete de herramientas, indicadores, programas y cursos en línea que ayudan a profesionalizar su gestión de líderes dentro de nuestra empresa.

## BIENESTAR

Como parte del programa de bienestar para nuestros colaboradores está el ofrecer un entorno de trabajo seguro, donde se fomenten hábitos de vida saludables y espacios de recreación entre colegas y sus familias.

Nuestro principal programa se titula Beneflex, el cual consiste en un modelo de prestaciones y beneficios para todos los que colaboran en [Marsh & McLennan Companies](#). Como su nombre lo dice, Beneflex ofrece la oportunidad de construir un paquete de prestaciones y beneficios flexible, de acuerdo a las necesidades individuales, comenzando con beneficios básicos que la empresa otorga de manera automática y a partir de los cuales los empleados pueden decidir ampliar.

Además, desde su ingreso, a los colaboradores se les realiza un examen médico básico que les permite conocer su estado físico e identificar factores de riesgo en su salud. Dentro de nuestras oficinas contamos con un Servicio médico de atención primaria cuyo principal objetivo es la prevención de enfermedades crónico-degenerativas, la organización de campañas de prevención, programas de vacunación, orientación médica y ferias de salud. También contamos con un Plan de beneficios para consultas médicas a precio accesible disponible para todos los colaboradores y sus familias.



# 4ª FERIA DE BIENESTAR 2012

—En esta ocasión, el evento enfocado a la promoción de la salud, dedicó sus espacios a los temas: ¿De qué se enferma México? ¿De qué se enferma tu familia? ¿De qué se enferma MMC México? Durante dos días se dieron pláticas orientadas a los principales padecimientos que se presentan entre los colaboradores de MMC –cardiopatías, gastro-colitis, padecimientos posturales– entre otros.



## NUTRICIÓN Y CONTROL DE PESO

“Quítale peso a Marsh”, “Reducción” y “El Kilotón” son los nombres de los programas de [Marsh](#), [Guy Carpenter](#) y [Mercer](#) creados con el fin de que sus colaboradores adopten una dieta alimenticia sana y prevenir uno de los problemas de salud más graves en México: la obesidad.

Para fomentar la convivencia e integración entre colegas y de éstos con sus familias, así como para su desarrollo personal, organizamos distintos eventos durante el año. A continuación, algunos eventos los que se llevaron a cabo en 2012:

- Plática sobre el *bullying*
- Torneo de boliche
- Regalos para el Día de la Madre y del Padre
- Participación en la Carrera Avón
- Concurso de dibujo para hijos de colegas
- Fiesta mexicana
- Marsh Kids y ChikiMercer
- Fiesta de fin de año
- Invitación al cine el Día del Niño
- Taller de manualidades

## 3.2 COMPROMISO CON LOS CLIENTES

El crecimiento que ha tenido **Marsh & McLennan Companies** se debe a la aportación de soluciones innovadoras para sus clientes y para el sector en general.

Trabajamos para resolver las problemáticas más complejas a las que se enfrentan las empresas hoy en día, muchas de ellas relacionadas con la sustentabilidad. Por ello, hemos desarrollado una gama de servicios relacionados con este tema tales como asesoría en el manejo de riesgos relacionados con las construcciones verdes y el análisis de la huella de carbono, entre otros.

Nos guía la actitud de servicio, que implica saber escuchar a nuestros clientes y entender sus necesidades para ofrecer un mejor servicio así como conocer el impacto de nuestras actividades en la sociedad.

### CALIDAD EN EL SERVICIO A CLIENTES DE MARSH

Si bien anteriormente las encuestas de satisfacción al cliente las estaba realizando una agencia externa, a partir del 1 de junio de 2012 se instituyó el área de Calidad en el Servicio a Clientes. Dentro de sus principales funciones está la de implementar los mecanismos de evaluación cualitativa establecidos en la organización o en su caso diseñarlos con objeto de escuchar a nuestros clientes y monitorear la calidad del servicio que les estamos proporcionando.

### CLIENT EXPERIENCE MEASUREMENT DE MERCER

Con el objetivo de mantener y mejorar el servicio, Mercer ha incorporado un proceso global de medición y control de calidad. El programa *Client Experience Measurement* se hace anualmente con un número meta de clientes donde, por medio de entrevistas, un director no vinculado con el proyecto visita al cliente y guía la conversación. El objetivo es detectar las áreas de oportunidad, obtener una retroalimentación directa e imparcial de parte del cliente, así como fijar nuevos compromisos de mejora.







### 3.3 COMPROMISO CON LA COMUNIDAD

Uno de los grandes retos de México es, sin duda, el combate a la pobreza. De acuerdo con cifras del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval), aproximadamente el 47% de la población mexicana tiene algún grado de pobreza, ya sea alimentaria, de capacidades y/o de patrimonio.

En [Marsh & McLennan Companies](#) tenemos una larga tradición de ayudar a personas y comunidades vulnerables y centramos nuestras iniciativas y programas de participación comunitaria en educación y niñez, cuestiones que reflejan los intereses de nuestros colegas y que se alinean a nuestra estrategia corporativa.

#### NUESTRO TRABAJO CON CHILDFUND MÉXICO

Tras un año trabajando en proyectos aislados, en 2010 establecimos una alianza formal con [ChildFund México](#), una organización sin fines de lucro cuya misión es ayudar a que los niños y niñas marginados y en pobreza, tengan la capacidad de convertirse en adultos, jóvenes, padres de familia y líderes. Como parte de su misión está que estas personas lleven cambios duraderos y positivos a sus comunidades, así como promover sociedades cuyos individuos e instituciones participen en el aprecio y la protección de los derechos de la niñez.

**ChildFund**<sup>®</sup>  
México

Fondo para Niños de México A.C.



## LA CASA DE LA ARTESANA

Tras la buena experiencia de haber colaborado durante un año en la construcción y equipamiento de un *bunko* –espacio recreativo que enriquece el aprendizaje de niños– en la comunidad de San Andrés Daboxtha, Hidalgo, en 2012 decidimos establecer una relación más estrecha con las familias de esta comunidad con un ambicioso proyecto: *La Casa de la Artesana*.

El proyecto de *La Casa de la Artesana* consiste en la creación de un espacio donde las mujeres de la comunidad de Hñahñu Batsi de San Andrés Daboxtha así como las de las comunidades aledañas del Cardonal puedan desarrollar una actividad productiva de manera organizada.

En este lugar, las artesanas recibirán capacitación para saber administrarse como una microempresa así como capacitación técnica para adecuar sus productos de ixtle a las demandas del mercado. El objetivo último es lograr que las mujeres de la comunidad de Daboxtha y alrededores tengan un ingreso seguro que les permita cubrir las necesidades básicas de sus hijos, y con ello, contribuir a la auto-sustentabilidad de la comunidad.

En 2012, gracias a la contribución de nuestros colaboradores en las campañas para reunir fondos, desde el Daboxthatón, la venta de pasteles y rifas hasta la donación de un día de sueldo, logramos recaudar \$1 17,000 pesos con los cuales comenzamos con la cimentación y obra negra del inmueble.



## DONATIVOS EN ESPECIE

Con el apoyo de sus colaboradores, [Guy Carpenter](#) adquirió 132 libros para la ludoteca de los niños de la comunidad indígena de Ri-Xudi en Ixmiquilpan, Hidalgo.

También se donaron en especie a la escuela primaria [Pozo Mirador](#), en Huixquilucan, Hidalgo, equipos de cómputo y de oficina, y a Fundación Pro Empleo dos equipos de aire acondicionado.

## APADRINAMIENTOS

Otra manera de contribuir con ChildFund México es por medio del apadrinamiento de niños por parte del personal. En 2012, en [Marsh & McLennan Companies](#) se apadrinaron a 30 niños.

## VOLUNTARIADO

Para las empresas que conformamos [Marsh & McLennan Companies](#), contribuir con la comunidad implica más que una aportación económica. Contamos con un equipo de trabajo que también dona tiempo y talento para ayudar a los demás.

En el Día de voluntariado 2012 de [Guy Carpenter](#), un grupo de colaboradores se trasladó a la escuela de la comunidad de Ri Xudi para pintar la fachada y parte de las aulas.

Por su parte, [Marsh](#) y [Mercer](#) tuvieron dos jornadas de voluntariado en el año con la comunidad de Daboxtha, Hidalgo. La primera consistió en el equipamiento del *bunko* para los niños y la segunda en el evento de colocación de la primera piedra de [La Casa de la Artesana](#).

## VOLUNTARIADO

“Para mí fue el comienzo de una nueva etapa para las mujeres de la comunidad.

Ofrecerles otra visión de que las cosas que hacen con sus manos y con mucho esfuerzo será completamente compensado en el futuro. Concientizarlas de que lo que están iniciando hoy requiere de tiempo y esfuerzo para dejar un mejor futuro a las nuevas generaciones. Hacerles saber que no están solas, que tienen el apoyo de MMC y ChildFund para que su sueño se haga realidad.”

Elena Morales  
Asistente de Dirección  
Marsh Brockman y Schuh



## 3.4 COMPROMISO CON LOS PROVEEDORES Y SOCIOS DE NEGOCIO

En **Marsh & McLennan Companies** tenemos la visión de que la responsabilidad social no se limita únicamente a la empresa, sino que debe tomar en cuenta a toda su cadena de valor. Por ello, buscamos involucrar a nuestros proveedores y socios de negocio en nuestros programas e iniciativas de responsabilidad social.

Número de proveedores 2012		
Guy Carpenter	Marsh	Mercer
176	400	317

(1) El 90% de nuestros proveedores es de origen mexicano.

El año pasado lanzamos el **Código de Ética** para proveedores de **MMC**, que contempla el respeto de lineamientos básicos en tres temas fundamentales: ético, social y medio ambiental. Este código fue difundido en el primer encuentro que realizamos con ellos.

Este año llevamos a cabo el Segundo Encuentro con Proveedores **MMC**, logrando ampliar el alcance de este programa con la asistencia al taller de un mayor número de empresas, en su mayoría PyMES. En este encuentro se levantó una encuesta para conocer su experiencia en términos de responsabilidad social y su interés de recibir una beca para participar en el proceso del Distintivo Empresa Socialmente Responsable de CEMEFI como cadena de valor del grupo.

La empresa seleccionada fue Logistics Assistance Group, quien brinda asesoría legal enfocada al sector de flotillas, logística y autotransporte. Nuestra labor consistió en brindarle asesoría para consolidar su estrategia de responsabilidad social y acompañarla en el proceso para la obtención del distintivo, el cual obtuvieron de manera satisfactoria.

# 4. NUESTRO COMPROMISO AMBIENTAL





## MEDICIÓN DE EMISIONES DE CO<sub>2</sub>

Conscientes de las crecientes amenazas ambientales, en [Marsh & McLennan Companies](#) adoptamos una Política de Medio Ambiente que contempla el uso eficiente de los recursos y la promoción de la responsabilidad medioambiental entre todos nuestros grupos de interés.

De acuerdo con la clasificación de las emisiones del Protocolo de Gases de Efecto Invernadero (GEI) (*Greenhouse Gas Protocol*), en MMC hemos identificado las siguientes fuentes como las más significativas:

<b>Emisiones directas:</b>	<b>Emisiones indirectas:</b>
Vehículos propiedad de la empresa	Electricidad y viajes de avión

### MEDICIÓN DE EMISIONES DE CO<sub>2</sub> DE MMC

Emisiones	2012
Emisiones directas de CO <sub>2</sub> (t)	1,158
Emisiones indirectas de CO <sub>2</sub> (t)	1,037
Total de CO <sub>2</sub> emitido (t)	2,195
Total de CO <sub>2</sub> por empleado (t)	2.44

(1) (t)= toneladas métricas

Alcance: Oficinas corporativas de Guy Carpenter, Marsh y Mercer en la ciudad de México



## PROGRAMAS DE ECOEFICIENCIA

Con el objetivo de reducir el consumo de los recursos, especialmente de electricidad, papel y agua, en [Marsh](#), [Guy Carpenter](#) y [Mercer](#) llevamos a cabo diferentes programas e iniciativas.

### MMCo RIDE

Aprovechando la céntrica ubicación de nuestro corporativo, la Torre Mayor, en 2012 lanzamos un programa innovador, el cual denominamos [MMCo Ride](#). Esta iniciativa tiene como objetivo reducir el uso del coche de manera individual y optar por compartirlo con otros colegas. De esta manera, se reduce el consumo de gasolina y del tránsito vehicular, a la vez que representa una oportunidad para la convivencia.

### CERTIFICACIÓN LEED

La administración de la Torre Mayor se ha puesto el reto de certificar a este edificio con la certificación LEED (*Leadership in Energy and Environmental Design*) Oro en su categoría de edificios existentes,

### REDUCCIONES DE CONSUMOS CON LA CERTIFICACIÓN LEED

10%-30% menos energía

20%-50% menos agua para sanitarios

50%-100% menos agua para paisajismo

50%-90% menos desechos

50%-100% menos emisiones de CO<sub>2</sub>

un reconocimiento que otorga el U.S. Green Building Council a aquellos inmuebles que han logrado implementar soluciones encaminadas a la sostenibilidad.

En 2012, [Marsh & McLennan Companies](#) participó activamente con Torre Mayor proporcionando información sobre sus iniciativas medioambientales así como atendiendo a las reuniones y encuestas que se requieren para este proceso.

### DISPOSICIÓN DE RESIDUOS

Para dar una disposición adecuada de los residuos que se generan dentro de nuestras oficinas, hemos emprendido campañas de separación de basura, así como contenedores de baterías usadas y medicinas caducas.





## OTRAS INICIATIVAS

### Guy Carpenter

---

Participación en el Mercado de Trueque organizado por la Secretaría de Medio ambiente del Distrito Federal, donde se intercambiaron latas de refresco y periódico usado por hortalizas de lechuga.

---

Reciclaje de cartuchos de *tóner*, los cuales fueron entregados a Canon, quien les dio una disposición adecuada.

---

### Marsh y Mercer

---

En colaboración con la Secretaría del Medio Ambiente del Gobierno del D.F. instalamos una casa ecológica dentro de las instalaciones de **MMC** con el fin de brindar información y crear conciencia de las maneras en las que podemos reducir el consumo de energía, gas y agua en nuestros hogares.

---

En junio de 2012 se llevó a cabo la Jornada de Reforestación, en la cual participaron 31 colegas con sus familias, quienes sembraron 700 árboles en el Ajusco.

---

Nos sumamos a la iniciativa internacional “La Hora del Planeta”, impulsada por el **World Wide Fund for Nature (WWF)** que consiste en pedir a hogares y empresas que apaguen las luces y otros aparatos eléctricos durante una hora.

---



# 5 CRITERIOS DEL 5. INFORME



El Informe de Responsabilidad Social Empresarial de MMC 2012 es el segundo informe de esta naturaleza que publicamos y contiene las actividades que han llevado a cabo [Marsh](#), [Guy Carpenter](#) y [Mercer](#) en tres dimensiones: económica, social y medioambiental.

## ÁMBITO DE APLICACIÓN

Este informe abarca datos, iniciativas y logros de tres empresas: [Guy Carpenter México Intermediario de Reaseguro S.A. de C.V.](#), [Marsh Brockman y Schuh Agente de Seguros y de Fianzas S.A. de C.V.](#), [Marsh & McLennan Servicios, S.A. de C.V.](#) y [Mercer Human Resource Consulting S.A. de C.V.](#), las cuales conforman el grupo [Marsh & McLennan Companies \(MMC\)](#), establecido en México.

La periodicidad del Informe de Responsabilidad Social Empresarial de MMC es anual y abarca el periodo que va de enero al 31 de diciembre de 2012.

Este informe abarca datos, iniciativas y logros de tres empresas: [Marsh Brockman y Schuh Agente de Seguros y de Fianzas S.A. de C.V.](#), [Guy Carpenter México Intermediario de Reaseguro S.A. de C.V.](#) y [Mercer Human Resource Consulting S.A. de C.V.](#), las cuales conforman el grupo [Marsh & McLennan Companies \(MMC\)](#), establecido en México.

Para su elaboración, nos basamos en las directrices del *Global Reporting Initiative* en su versión G3.1, con un nivel de aplicación de “*B-self declared*”. Asimismo, hacemos referencia a los diez Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, al cual [Marsh](#) y [Mercer](#) están adheridos.

Este es el segundo año en el que cuantificamos los indicadores GRI por lo que hay algunos para los que aún no tenemos una metodología establecida.

La información fue recabada por los Comités de Comunicación de [Marsh](#) y [Mercer](#), así como por el Comité de RSE de [Guy Carpenter](#), con datos proporcionados por las unidades de negocio involucradas en su gestión y fue revisada por expertos en la materia, para asegurar que el contenido fuera bastante y suficiente para representar las actividades y resultados de nuestra Responsabilidad Social Empresarial.

Es nuestra intención producir futuros informes sobre nuestro progreso hacia los objetivos para mejorar nuestro desempeño, además de tener un mayor acercamiento a los estándares establecidos por el GRI.



# 6. PACTO MUNDIAL





Tanto [Marsh](#) como [Mercer](#) están adheridos al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, un estándar internacional que garantiza nuestro compromiso con sus diez principios, para integrar, apoyar y llevar a la práctica un conjunto de valores fundamentales en materia de:

- [Derechos humanos](#)
- [Normas laborales](#)
- [Medio ambiente](#)
- [Lucha contra la corrupción](#)

Refrendamos nuestra adhesión al Pacto Mundial, cuyos diez principios han sido incorporados a este informe como parte de su Comunicación de Progreso, de acuerdo con la tabla de referencia cruzada entre éstos y los indicadores GRI.



# 7. PREMIOS, RECONOCIMIENTOS Y ALIANZAS



## GUY CARPENTER

- Distintivo ESR, Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)
- Reconocimiento por el manejo de riesgos catastróficos, SHCP/Fonden

## MARSH

- Distintivo ESR, Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)
- Premio Nacional a la Excelencia en la Relación Empresa - Cliente y Centros de Contacto 2012 en la categoría de “Mejor Operación de CC Terciario”, Instituto Mexicano de Teleservicios (IMT)

## ALIANZAS

- Cámara Mexicano-Alemana de Comercio e Industria
- Cámara Japonesa de Comercio e Industria de México
- Asociación de Recursos Humanos de la Industria en Tijuana
- Cámara Minera de México
- Cámara Americana

## MERCER

- Distintivo ESR, Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)
- Ranking Súper empresas 2012, Top Companies





# 8 INDICADORES 8.GRI





## Índice GRI-G3.1

## CONTENIDOS BÁSICOS PARTE I: Perfil

## 1. Estrategia y Análisis

Perfil	Descripción	Reportado	Página/ Respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación
1.1	Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	Totalmente	5			
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	Totalmente	5			

## 2. Perfil de la organización

Perfil	Descripción	Reportado	Página/ Respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación
2.1	Nombre de la organización.	Totalmente	39			
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	Totalmente	8, 9			
2.3	Estructura operativa de la organización.	Totalmente	15			
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	Totalmente	3ª de forros			
2.5	Número de países en los que opera la organización.	Totalmente	7, 9			
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	Totalmente	39			
2.7	Mercados servidos.	Totalmente	7, 9			
2.8	Dimensiones de la organización informante.	Totalmente	10			
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	Totalmente	5, 39			
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	Totalmente	43			

3. Parámetros de la Memoria						
Perfil	Descripción	Reportado	Página/ Respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación
3.1	Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	Totalmente	39			
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiera).	Totalmente	39			
3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	Totalmente	39			
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	Totalmente	3ª de forros			
3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria.	Totalmente	39			
3.6	Cobertura de la memoria.	Totalmente	39			
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	Totalmente	39			
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 la comparación entre periodos y/o entre organizaciones.	Totalmente	39			
3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.	Totalmente	39			
3.10	Descripción del efecto que pueda tener el volver a expresar la información (la reexpresión de información) perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión.	Totalmente	39			
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	Totalmente	39			
3.12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria.	Totalmente	45			
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria.	Totalmente	39			

## 4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés

Perfil	Descripción	Reportado	Página/Respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación
4.1	La 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.	Totalmente	14			
4.2	Ha de indicarse 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).	Totalmente	14			
4.3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	Totalmente	14			
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	Totalmente	16			
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).	Totalmente		Está regulado por las Directrices de Gobierno Corporativo de Marsh & McLennan Companies aprobadas por el Consejo de Administración. La liga a las directrices se encuentra disponible en la pág. 14.		
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	Totalmente		Está regulado por las Directrices de Gobierno Corporativo de Marsh & McLennan Companies aprobadas por el Consejo de Administración. La liga a las directrices se encuentra disponible en la pág. 14.		
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.	Totalmente		Está regulado por las Directrices de Gobierno Corporativo de Marsh & McLennan Companies aprobadas por el Consejo de Administración. La liga a las directrices se encuentra disponible en la pág. 14.		

## Indicadores GRI

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.	Totalmente	11, 12, 41
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.	Totalmente	14, 18, 19
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	Totalmente	14, 18, 19
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	Totalmente	29
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	Totalmente	30, 37, 41, 43
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	Totalmente	41, 43
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	Totalmente	16
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	Totalmente	16
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.	Totalmente	16
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.	Totalmente	17



CONTENIDOS BÁSICOS PARTE II: Enfoque de la Dirección							
Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
<b>DIMENSIÓN ECONÓMICA</b>		<b>Enfoque de la dirección económica</b>					
Aspecto	Desempeño económico	Totalmente	10				
	Presencia en el mercado	Totalmente	7,9				
	Impacto económico indirecto	Totalmente	30				
<b>DIMENSIÓN AMBIENTAL</b>		<b>Enfoque de la dirección ambiental</b>					
Aspecto	Materiales	Totalmente	36				
	Energía	Totalmente	35				
	Agua	No			No disponible	Todas nuestras oficinas son arrendadas por lo que no tenemos control sobre su operación.	
	Biodiversidad	Totalmente		Todas nuestras oficinas se encuentran en suelo urbano y por lo tanto no tienen ningún impacto en la biodiversidad y otras áreas protegidas.			
	Emisiones, vertidos y residuos	Totalmente	35				
	Productos y servicios	Totalmente	29				
	Cumplimiento normativo	Totalmente		No se reportan multas ni sanciones por este concepto.			
	Transporte	Totalmente	35				
	Aspecto general	Totalmente	35				

Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/ respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
<b>DIMENSIÓN LABORAL</b>		<b>Enfoque de la dirección laboral</b>					
Aspecto	Empleo	Totalmente	23				
	Relaciones empresa/trabajadores	Totalmente	23				
	Salud y seguridad en el trabajo	Totalmente	27				
	Formación y educación	Totalmente	24				
	Diversidad e igualdad de oportunidades	Totalmente	22				
<b>DIMENSIÓN DE DERECHOS HUMANOS</b>		<b>Enfoque de la dirección de Derechos Humanos</b>					
Aspecto	Prácticas de inversión y aprovisionamiento	Totalmente	33				
	No discriminación	Totalmente	12, 22				
	Libertad de asociación y convenios colectivos	Totalmente	23				
	Abolición de la explotación infantil	Totalmente	12				
	Prevención del trabajo forzoso y obligatorio	Totalmente	12				
	Prácticas de seguridad	Totalmente	13				
	Derechos de los indígenas	Totalmente	12				
<b>DIMENSIÓN SOCIAL</b>		<b>Enfoque de la dirección social</b>					
Aspecto	Comunidad	Totalmente	30				
	Corrupción	Totalmente	12				
	Política pública	Totalmente	No se reporta participación en esta clase de actividades.				
	Comportamiento de competencia desleal	Totalmente	12				
	Cumplimiento normativo	Totalmente	No se reportan multas ni sanciones por este concepto.				

Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/ respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
<b>DIMENSIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS</b>		<b>Enfoque de la dirección para la responsabilidad sobre productos</b>					
Aspecto	Salud y seguridad del cliente	Totalmente	29				
	Etiquetado de productos y servicios	Totalmente	29				
	Políticas para el diseño y venta justas de productos y servicios	Totalmente	29				
	Comunicaciones de marketing	Totalmente	29				
	Privacidad del cliente	Totalmente	29				
	Cumplimiento normativo	Totalmente	No se reportan multas ni sanciones por este concepto.				

<b>DIMENSIÓN ECONÓMICA</b>							
Indicador de desempeño	Descripción	Reportado	Página/ respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
<b>DESEMPEÑO ECONÓMICO</b>							
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	Totalmente	10				
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	Totalmente	7, 9				
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Totalmente	27, 28				
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	Totalmente	MMC no recibe ayuda financiera del gobierno.				

## Indicadores GRI

Indicador de desempeño	Descripción	Reportado	Página/ respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
<b>PRESENCIA EN EL MERCADO</b>							
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Totalmente	23				
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Totalmente	33				
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Totalmente		El 100% de nuestros directivos son locales, y al igual que el resto de nuestros colegas, se seleccionan con base en la Política de reclutamiento y selección.			
<b>IMPACTO ECONÓMICO INDIRECTO</b>							
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	Totalmente	30-32				
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	Totalmente	30-32				

DIMENSIÓN AMBIENTAL							
Indicador de desempeño	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
<b>MATERIALES</b>							
EN1	Materiales utilizados en peso o en volumen.	No			No disponible	No se cuenta con un sistema de medición.	
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	No			No disponible	No se cuenta con un sistema de medición.	
<b>ENERGÍA</b>							
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	Totalmente	35				
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	Totalmente	35				
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	Totalmente	36				
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.	Totalmente	36, 37				
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	Totalmente	36, 37				
<b>AGUA</b>							
EN8	Captación total de agua por fuentes.	No			No disponible	MMC tiene sus oficinas corporativas en terrenos urbanos cuyo suministro de agua se realiza por la red urbana, sin explotación de fuentes naturales por cuenta propia.	



EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	No		No material	MMC tiene sus oficinas corporativas en terrenos urbanos cuyo suministro de agua se realiza por la red urbana, sin explotación de fuentes naturales por cuenta propia.
EN10	Porcentaje y volumen Totalmente de agua reciclada y reutilizada.	No		No disponible	Todas nuestras oficinas son arrendadas por lo que no tenemos control sobre su operación.
<b>BIODIVERSIDAD</b>					
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	Totalmente	Las oficinas de MMC se localizan en terrenos urbanos por lo que no impactan en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.		
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a la áreas protegidas	Totalmente	Las oficinas de MMC se localizan en terrenos urbanos por lo que no impactan en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.		
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	Totalmente	37		
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	No		No material	Las oficinas de MMC se localizan en terrenos urbanos y por tanto no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.
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.	No		No aplica	Las oficinas de MMC se localizan en terrenos urbanos y por tanto no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.

Indicador de desempeño	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
<b>EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS</b>							
EN16	Emisiones, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	Totalmente	35				
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	Totalmente	35				
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	Totalmente	36, 37				
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	Totalmente	En las oficinas de MMC no se utilizan sustancias destructoras de la capa de ozono.				
EN20	NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	No			No material	Los servicios de MMC no producen emisiones significativas de NOx y SOx.	
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	Totalmente	Las oficinas de MMC se localizan en terrenos urbanos por lo que el vertido se hace por medio de la red urbana.				
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	No			No disponible	No contamos con métodos de medición.	
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	Totalmente	Las oficinas de MMC se localizan en terrenos urbanos por lo que el vertido se hace por medio de la red urbana.				
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.	No			No aplica	Los servicios de MMC no producen residuos clasificados como peligrosos.	
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.	No			No aplica	Las oficinas de MMC se localizan en terrenos urbanos y por tanto no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.	

## Indicadores GRI

Indicador de desempeño	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
<b>PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>							
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	Totalmente	36, 37				
EN27	Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de la vida útil, por categorías de productos.	No			No material	Los servicios de MMC no producen no generan cantidades relevantes de desperdicios.	
<b>CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b>							
EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Totalmente	No se reportan multas ni sanciones por este concepto.				
<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.	Totalmente					
<b>ASPECTO GENERAL</b>							
EN30	Desglose por tipo de gastos e inversiones ambientales.	No			No disponible	No se tiene contabilizado este concepto.	
<b>DIMENSIÓN SOCIAL</b>							
Indicador de desempeño	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
<b>EMPLEO</b>							
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	Totalmente	23, 24				
LA2	Número de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupos de edad, sexo y región	Totalmente	23, 24				

Indicador de desempeño	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
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.	Totalmente	27, 28				
LA15	Tasa de retorno al trabajo y retención tras baja por nacimiento, por género	No			No disponible	No se tiene contabilizado este concepto.	
<b>RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES</b>							
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo.	No			No aplica	MMC no cuenta con un acuerdo colectivo.	
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	No	36, 37		No aplica	MMC no cuenta con un acuerdo colectivo.	
<b>SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO</b>							
LA6	Porcentaje 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.	Totalmente		MMC cuenta con un Comité de Protección Civil que representa a todos los trabajadores de la empresa.	No disponible	MMC tiene sus oficinas corporativas en terrenos urbanos cuyo suministro de agua se realiza por la red urbana, sin explotación de fuentes naturales por cuenta propia.	
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	No			No material	Los servicios de MMC no representan riesgos de salud y seguridad significativos para sus empleados.	
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.	Totalmente	27, 28				
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	No			No aplica	MMC no cuenta con un acuerdo colectivo.	

## Indicadores GRI

Indicador de desempeño	Descripción	Reportado	Página/ respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
<b>FORMACIÓN Y EDUCACIÓN</b>							
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	Totalmente	25, 26				
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que los apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	Totalmente	24				
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	Totalmente	24				
<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 grupo minoritario y otros indicadores de diversidad.	Totalmente	23, 24				
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	Totalmente	A mismo puesto y obligaciones, mismo salario entre hombres y mujeres.				



DIMENSIÓN DE DERECHOS HUMANOS							
Indicador de desempeño	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
<b>PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y APROVISIONAMIENTOS</b>							
HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	Totalmente	33				
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	Totalmente	33				
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.	Totalmente	13				
<b>NO DISCRIMINACIÓN</b>							
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	Totalmente	No se reportaron incidentes de esta naturaleza.				
<b>LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS</b>							
HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	Totalmente	41				
<b>ABOLICIÓN DE LA EXPLOTACIÓN INFANTIL</b>							
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Totalmente	Nuestra actividad de negocio requiere de personal altamente calificado por lo que el riesgo de explotación infantil es prácticamente nulo.				

Indicador de desempeño	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
------------------------	-------------	-----------	--------------------------	--	---------------------	-------------	-----------------

**PREVENCIÓN DEL TRABAJO FORZOSO Y OBLIGATORIO**

HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso o no consentido y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Totalmente	13				
-----	--	------------	----	--	--	--	--

**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.	Totalmente	13				
-----	--	------------	----	--	--	--	--

**DERECHOS DE LOS INDÍGENAS**

HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	Totalmente	No se reportaron incidentes de esta naturaleza.				
-----	---	------------	---	--	--	--	--

**DIMENSIÓN SOCIAL**

Indicador de desempeño	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
------------------------	-------------	-----------	--------------------------	--	---------------------	-------------	-----------------

**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.	Totalmente	30-32				
SO1 (G3.1)	Porcentaje de operaciones con involucramiento de la comunidad local, evaluación de impacto y programas de desarrollo implementados.	Totalmente	30-32				
SO9	Operaciones con impactos negativos significativos en comunidades locales ya sean potenciales o reales	Totalmente	30-32				

Indicador de desempeño	Descripción	Reportado	Página/ respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
SO10	Medidas de prevención y mitigación implementadas en operaciones con impactos negativos significativos en comunidades locales.	Totalmente	30-32				
<b>CORRUPCIÓN</b>							
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	Totalmente	12,13				
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anticorrupción de la organización.	Totalmente	13				
SO4	Medidas tomadas en respuesta a los incidentes de corrupción.	Totalmente	13				
<b>POLÍTICA PÚBLICA</b>							
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	Totalmente		No se reporta participación en esta clase de actividades.			
SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países..	Totalmente		No se reportan esta clase de aportaciones.			
<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.	Totalmente		No se reportan esta clase de acciones.			
<b>CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b>							
SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	Totalmente		No se reportan multas ni sanciones por este concepto.			

DIMENSIÓN PARA LA RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS							
Indicador de desempeño	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
<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.	Totalmente	29				
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Totalmente	No se reportan esta clase de incidentes.				
<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.	Totalmente	29				
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Totalmente	No se reportan incumplimientos de esta naturaleza.				
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	Totalmente	29				

Indicador de desempeño	Descripción	Reportado	Página/ respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
<b>COMUNICACIONES DE MARKETING</b>							
PR6	Programas de cumplimiento con las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	Totalmente	29				
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Totalmente	No se reportan incumplimientos de esta naturaleza.				
<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.	Totalmente	No se reportan incumplimientos de esta naturaleza.				
<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.	Totalmente	No se reportan incumplimientos de esta naturaleza.				



NIVEL DE APLICACIÓN	C	C+	B	B+	A	A+
<b>PRESENTACIÓN DEL PERAL.</b>	Reportar sobre: 1.1 2.1 - 2.10 3.1 - 3.8; 3.10 - 3.12 4.1 - 4.4; 4.14 - 4.15	REPORTE VERIFICADO POR TERCEROS	Todos los requerimientos del nivel C y 1.2 3.9; 3.13	REPORTE VERIFICADO POR TERCEROS	Requerimientos del nivel B.	REPORTE VERIFICADO POR TERCEROS
<b>PRESENTACIÓN DE LOS ENFOQUES DE GESTIÓN.</b>	No es requerido.		Declaración del enfoque de gestión para cada categoría de indicadores.		Declaración del enfoque de gestión para cada categoría de indicadores.	
<b>INDICADORES DE DESEMPEÑO Y DE SUPLEMENTOS SECTORIALES.</b>	Reportar un mínimo de 10 indicadores de desempeño, incluyendo al menos un indicador de cada dimensión (social, económico y ambiental).		Reportar un mínimo de 20 indicadores de desempeño, incluyendo al menos un indicador económico, ambiental, de derechos humanos, laboral, social y de responsabilidad del producto.		Reportar cada indicador central de G3 e indicadores sectoriales a la luz del principio de materialidad. Si no se reporta, explicar por qué.	

Para cualquier comentario, pregunta o sugerencia sobre el contenido de este informe, comuníquese con:

**Marsh**

Claudia Ullivarri/Carlos Cervantes  
Paseo de la Reforma 505 piso 10  
Edificio Torre Mayor  
Col. Cuauhtémoc  
C.P. 06500  
México D.F.  
Tel. 5999 1900  
claudia.ullivarri@marsh.com  
carlos.cervantes@marsh.com  
www.marsh.com.mx

**Guy Carpenter**

Sandra Romo/Guillermo Castro/  
Katuska Hernández  
Insurgentes Sur 1898 Piso 9  
Col. Florida  
C.P. 01030  
México, D.F.  
Tel. 9140 7000  
sandra.romo@guycarp.com  
guillermo.castro@guycarp.com  
katuska.hernandez@guycarp.com  
www.guycarp.com

**Mercer**

Laura Gómez/Mylena Gómez-Gordillo  
Av. Paseo de la Reforma 505 piso 11  
Edificio Torre Mayor  
Col. Cuauhtémoc  
C.P. 06500  
México D.F.  
Tel. 5999 1900  
Laura.Gomez@mercer.com  
Mylena.GomezGordillo@mercer.com  
www.mercer.com.mx