



BANCO AZTECA



elektra



**INFORME DE SUSTENTABILIDAD
GRUPO ELEKTRA 2014**

MENSAJE DE LOS DIRECTORES

Indicador GRI 1.1, 1.2, EC9, SO1



ALEJANDRO VALENZUELA DEL RÍO
Director General de Banco Azteca



FABRICE DECELIERE MÁRQUEZ
Director General de Tiendas Elektra

Durante 2014 Grupo Elektra contribuyó a generar bienestar y progreso para miles de familias que pertenecen a la base de la pirámide, a través de su oferta de mercancías y servicios financieros de clase mundial.

La compañía terminó el año con una amplia red de distribución en cerca de 7,000 puntos de venta en México, EU, Guatemala, El Salvador, Honduras, Panamá, Perú y Brasil. La extensa infraestructura permitió a Grupo Elektra tener una gran proximidad con el cliente y cercanía en la atención, y nos brinda un posicionamiento de mercado superior en los países en los que operamos.

Durante el año facilitamos el acceso a mercancías —línea blanca, electrónica, cómputo, telefonía, muebles y motocicletas, entre muchas otras— que satisfacen de la mejor manera las necesidades de nuestro mercado objetivo, en las condiciones más competitivas del mercado, lo que incrementó la calidad de vida de miles de familias en las comunidades en que operamos.

Vendimos casi siete de cada 10 motocicletas comercializadas en México, lo que extiende el uso de un medio de transporte eficiente en el uso de combustible, y que reduce el tiempo de traslado en comparación con otras alternativas.

De igual forma, comercializamos cerca de una de cada cuatro televisiones y uno de cada cinco refrigeradores vendidos en México y pagamos una buena porción de las remesas de EU a nuestro país.

En lo que se refiere al negocio financiero, contamos con más de 14 millones de cuentas de depósito en México, cifra significativa para un país con cerca de 32 millones de hogares. Dichas cuentas pueden ser abiertas a partir de un peso, generan intereses y no cobran comisiones, por lo que impulsan el patrimonio de nuestros clientes y fortalecen la inclusión financiera. Por su parte, nuestros microcréditos ampliaron el poder de compra de miles de familias y las empresas formaron capital para incrementar su productividad.

De hecho, recientemente el Banco Mundial publicó su informe sobre el desarrollo financiero global 2014, en el que hace un diagnóstico sobre la inclusión financiera y su importancia para el crecimiento económico, y presentó el caso de Banco Azteca.

El estudio indica cómo la apertura de Banco Azteca en 2002, incidió positivamente en el desarrollo de numerosas comunidades a través del microfinanciamiento.

Los resultados indican que en dos años a partir del inicio de operaciones del Banco, el ingreso creció 7% y el desempleo disminuyó 1.4% en las zonas donde se establecieron sucursales, gracias a mayor acceso al crédito con menores tasas en comparación con microfinancieras y otros proveedores locales de préstamos.

El mayor ingreso se debió al fortalecimiento de los negocios como resultado de más disponi-

bilidad de recursos, mientras que el crecimiento en el número de empresas generó más empleos. Estas fuentes de trabajo, a su vez, beneficiaron a personas de ingresos relativamente bajos, que es el segmento objetivo del Banco, lo que contribuyó a una mejor distribución del ingreso.

Replicamos nuestro modelo de negocios en los países de Centro y Sudamérica en que operamos, y en los Estados Unidos —donde 49% de la población no dispone de US\$2,000 para hacer frente a una eventualidad, de acuerdo con la Oficina Nacional de Investigación Económica (NBER)— las familias obtienen créditos de corto plazo, en condiciones competitivas, a través de nuestra subsidiaria Advance America.

Las operaciones de la compañía crearon amplio valor social y también se tradujeron en ingresos y rentabilidad. Durante el año los ingresos crecieron 5%, a Ps.74,082 millones, a partir de Ps.70,423 millones, impulsados por un incremento de 17% en el negocio comercial, desempeño sobresaliente en comparación con el consumo doméstico en México. El EBITDA fue de Ps.9,484 millones, a partir de Ps.9,882 millones en 2013; el margen EBITDA este año fue de 13%.

No sólo orientamos esfuerzos en generar valor hacia los clientes y la comunidad, de igual manera realizamos acciones para mejorar el ambiente laboral a través de la recientemente creada área de Bienestar, Comunicación e Integración, ya que cuando nuestro personal está

satisfecho con su trabajo también tendrá una mejor actitud hacia quienes lo rodean y hacia los clientes. En este sentido, adicionalmente promovemos la equidad de género por medio de una plantilla laboral balanceada, compuesta en 43% de mujeres y 57% de hombres.

De igual forma, cuidamos el medio ambiente con acciones que nos han permitido evitar emisiones, desde que nos enfocamos en borrar la huella de carbono, por 26,095 toneladas de CO2 utilizando energías renovables. En conjunto con la Agencia de Cooperación Alemana en 2014 realizamos una campaña de ahorro de energía con enfoque de género, con la que hemos capacitado a más de 25,000 empleados y a más de 4,500 clientes y público en general.

En Grupo Elektra nos llena de orgullo contribuir directamente al bienestar de cada vez más familias y al crecimiento de los negocios, y de esta manera impulsar el desarrollo económico. Nuestras operaciones rentables permiten ser sostenibles en el largo plazo, para continuar impulsando el crecimiento y los niveles de vida hacia el futuro.

ÍNDICE

1	PERFIL CORPORATIVO
1.1	PRESENCIA EN EL MERCADO
1.2	DIVISIÓN COMERCIAL
1.3	DIVISIÓN FINANCIERA

2	INDICADORES FINANCIEROS
----------	--------------------------------

3	SUSTENTABILIDAD CORPORATIVA
3.1	GOBIERNO CORPORATIVO
3.1.1	DERECHOS DE ACCIONISTAS
3.1.2	GRUPOS DE INTERÉS
3.1.3	DIVULGACIÓN Y TRANSPARENCIA
3.1.3.1	PRINCIPALES EJECUTIVOS Y FUNCIONARIOS
3.1.4	CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN
3.2	DESEMPEÑO SOCIAL
3.2.1	VALORES EN LA ORGANIZACIÓN
3.2.2	COLABORADORES
3.2.2.1	DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES
3.2.2.2	CAPACITACIÓN A COLABORADORES

3.2.3	APOYO A LA COMUNIDAD
3.2.3.1	VALOR SOCIAL
3.2.3.1.1	EDUCACIÓN FINANCIERA
3.2.3.1.2	CENTRO DE LIDERAZGO
3.2.3.1.3	ITALIKA
3.2.3.2	FUNDACIÓN AZTECA
3.2.3.2	COMPETITIVIDAD Y LIBERTADES

3.2.4	PROVEEDORES
3.3	MEDIO AMBIENTE
3.3.1	DESEMPEÑO AMBIENTAL
3.3.1.1	MATERIALES
3.3.1.2	ENERGÍA
3.3.1.3	HUELLA DE CARBONO
3.3.1.4	AGUA
3.3.1.5	RESIDUOS
3.3.1.6	BIODIVERSIDAD
3.3.2	DATOS GENERALES
3.3.3	ACCIONES Y ALIANZAS
3.3.4	CERTIFICACIONES

4	ASOCIACIONES CON LAS QUE SE RELACIONA GRUPO ELEKTRA
----------	--

5	PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS
----------	----------------------------------

6	ÍNDICE GRI
----------	-------------------

7	DATOS DE CONTACTO
----------	--------------------------

INDICADORES GRI

GRI: Guía de indicadores de Global Reporting Initiative –institución orientada en desarrollar mejores prácticas de sustentabilidad– para medir, informar y presentar los resultados e impactos positivos de las estrategias y acciones tomadas en Gobierno Corporativo, Desempeño Social y Ambiental a través de la elaboración de un informe sustentable.



Esta iconografía se encuentra a lo largo del documento y representa enlaces interactivos externos que conectan este documento con distintas páginas web.

PERFIL CORPORATIVO

Indicador GRI 2.1, 2.2, 2.3, 2.4, 2.5, 2.6, 2.7, 2.9

Grupo Elektra S.A.B. de C.V. (BMV: ELEKTRA*, Latibex: XEKT) es la compañía de servicios **financieros y comercio** especializado enfocada en la base de la pirámide socioeconómica **líder en Latinoamérica**, y el mayor proveedor de préstamos no bancarios de corto plazo en EUA. Fortalecemos el consumo de nuestros clientes a través de crédito accesible en cerca de **7,000 puntos de venta** ubicados en **ocho** países de América.



En la siguiente sección, mostramos un mapa de nuestra presencia internacional y, posteriormente indicamos en qué consiste cada una de nuestras divisiones, tanto la comercial como la financiera.



DOS DIVISIONES DE NEGOCIO:

COMERCIAL

Elektra
Salinas y Rocha
Blockbuster

FINANCIERO

Banco Azteca
Advance America
Seguros Azteca
Afore Azteca
Punto Casa de Bolsa

Productos:

Electrodomésticos, línea blanca, muebles, motocicletas, teléfonos celulares, llantas, computadoras, tiempo aire, transferencias de dinero, películas y videojuegos.

Productos y servicios:

Cuentas de depósito, créditos, medios de pago, servicios bancarios adicionales, seguros de vida y daños, administración de fondos para el retiro, préstamos no bancarios de corto plazo e intermediación de valores.

Presencia en:

México
Guatemala
Honduras
Panamá
Perú
Brasil

Presencia en:

México
EUA
Guatemala
Honduras
El Salvador
Panamá
Perú
Brasil

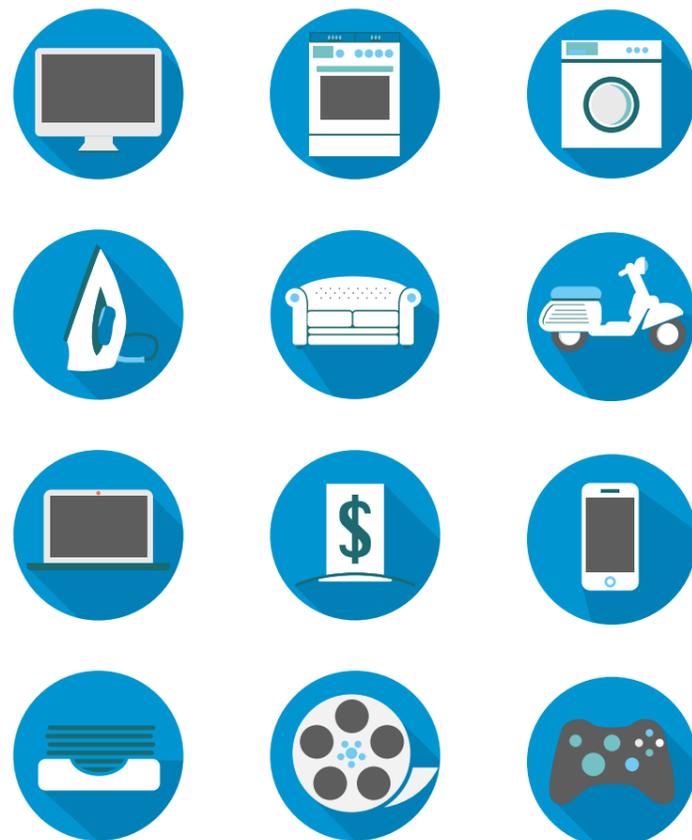
DIVISIÓN COMERCIAL

Indicador GRI 2.1, 2.2, 2.3, 2.5, 2.7, 2.9

La división comercial de Grupo Elektra está integrada por los formatos de tienda Elektra, Salinas y Rocha y Blockbuster.

Nuestros productos y servicios

Los productos y servicios que se ofrecen en estos formatos son: **electrónica, línea blanca, electrodomésticos, muebles, motocicletas, teléfonos celulares, tiempo aire, computadoras, transferencias electrónicas de dinero, garantías extendidas, películas y videojuegos, entre muchos otros.**



» Grupo Elektra cuenta con un portafolio de más de 5,500 signos distintivos «

NUESTRO PORTAFOLIO

Grupo Elektra cuenta con un portafolio de más de 5,500 signos distintivos, dentro de los cuales encontramos marcas como Elektra, Banco Azteca, ekt, Advance America, Italika, Seguros Azteca, Afore Azteca, Salinas y Rocha, Guardadito, Dinero Express, Credimax, Credifácil, Milenia, Blue Light, Vidamax, Bodega de Remates, Revalora

tu mundo, Hoy es el día Elektra y avisos comerciales como Abonos chiquitos para pagar poquito, Nadie vende más barato que Elektra, Dinero Express tu dinero como de rayo, chazchaz, en Elektra sí se puede, más que una garantía todo un compromiso, Con Elektra vives mejor, Con Elektra tu familia vive mejor, entre otros.

 **elektra**

www.elektra.com.mx 

- Mercado objetivo: **la base de la pirámide socioeconómica latinoamericana** (Segmentos C+, C, C- y D+)
- Opera en **México, Guatemala, Honduras, Perú, Panamá y Brasil**
- Cada tienda cuenta con una sucursal de Banco Azteca
- **990 tiendas** en México
- **199 tiendas** en Centro y Sudamérica
- Promedio de piso de venta: **838 m2**


SALINAS & ROCHA

- Mercado objetivo: **la clase media** (segmentos C+ y C)
- Opera **únicamente** en **México**
- Cada tienda cuenta con una sucursal de Banco Azteca
- **55** tiendas en México
- Promedio de piso de venta: **1,073 m2**

DIVISIÓN FINANCIERA

Indicador GRI 2.1, 2.2, 2.3, 2.5, 2.7, 2.9

La división financiera de Grupo Elektra está integrada por los formatos de Banco Azteca, Advance America, Seguros Azteca, Afore Azteca y Punto Casa de Bolsa.



www.blockbuster.com.mx



- Opera únicamente en México bajo las marcas **Blockbuster** (películas y videojuegos) y **GameRush** (videojuegos)
- Tiene cobertura en **108 ciudades** a lo largo del país, ubicadas principalmente en zonas de segmentos demográficos B y C
- **293** puntos de venta
- Promedio de piso de venta: **280 m2**



www.bancoazteca.com.mx



- **Marca propia** que ofrece un medio de transporte accesible, moderno, rápido, eficiente en el uso de combustible y de mantenimiento económico, lo cual se traduce en una mejora en la calidad de vida de las familias y un bajo impacto ambiental
- **Participación de mercado** en México del **65%**
- Además de México, tiene presencia en Guatemala, Honduras, Perú, Panamá y Brasil
- Cuenta con el respaldo de más de **590** Centros de Servicio Autorizados en México y más de **160** en Centro y Sudamérica.
- En 2014 se alcanzó la cifra acumulada de **dos millones de motocicletas vendidas**



www.italika.com.mx



www.advanceamerica.net



- Mercado objetivo: la **base de la pirámide socioeconómica** (segmentos C+, C, C- y D+)
- Opera en **México, El Salvador, Guatemala, Honduras, Perú, Panamá y Brasil**
- Tiene presencia en tiendas propias y en sucursales independientes
- **4,327** puntos de venta en México, Centro y Sudamérica
- **3,694** puntos de venta en México: **1,045** en **tiendas propias** y **2,649** sucursales **independientes**
- **633** puntos de venta en Centro y Sudamérica: **199** en tiendas propias y **434** sucursales independientes
- Mercado objetivo: personas con ingresos medios **en EUA**
- Opera **2,414 puntos de venta** en **29 estados**
- Se enfoca en proveer **opciones financieras accesibles**, confiables y transparentes para las familias del segmento medio, con un servicio de alta calidad a sus clientes



Seguros Azteca

www.segurosazteca.com.mx



- Mercado objetivo: la base de la pirámide latinoamericana (segmentos C+, C, C- y D+)
- Opera en **México, El Salvador, Guatemala, Honduras, Perú, Panamá y Brasil**
- Ofrece **micro seguros** para personas, que cubren **enfermedades, vida, gastos funerarios, vida de migrantes, y compras a contado y crédito de productos dentro de nuestros puntos de venta**, entre otros.
- También ofrece **seguros** para **autos, motocicletas, responsabilidad civil, y protección por daños a negocios y a enseres de viviendas**



Afore Azteca

www.aforeazteca.com.mx



- Ofrece el servicio de **administración de fondos para el retiro** de alta calidad a precios accesibles, con el apoyo de la extensa distribución geográfica de Grupo Elektra y Banco Azteca

punto
casa de bolsa

www.puntocasadebolsa.mx



- Brinda a las familias mexicanas acceso a **mercados financieros** con el fin de impulsar su bienestar
- Las unidades de negocio que la componen son **banca de inversión, promoción institucional, productos para personas físicas y actúa como representante común**





INDICADORES FINANCIEROS

Indicador GRI 2.8, 3.6, 3.7, 3.8, 3.9, 4.7, EC1

La información financiera consolidada que se presenta ha sido preparada de acuerdo con Normas Internacionales de Información Financiera, Normas e Interpretaciones Contables Internacionales (IFRS, por sus siglas en inglés) emitidas por el Consejo de Normas Contables Internacionales (IASB, por sus siglas en inglés).

Este informe contiene conversiones de ciertos importes en pesos mexicanos a dólares, a los tipos de cambio especificados, únicamente para la conveniencia del lector. Otras sumas en dólares de los Estados Unidos de América han sido convertidas a pesos mexicanos a un tipo de cambio de **Ps. \$14.74 por US \$1.00**.

A continuación, compartimos una liga hacia nuestro Informe Anual y una lista de temas – con sus respectivas páginas – para el interesado en temas financieros.

www.grupoelektra.com.mx/es/informes-anales

1. **Resumen de información financiera** pg.19 – 20.
2. **Información financiera** pg. 63 – 67.
3. **Comentarios y análisis de la administración sobre los resultados de operación y situación financiera** pg. 68 – 72.
4. **Estados financieros auditados** pg. 99 – 176.

Cifras en Millones de Pesos	2013	2014
Ventas	70,423	74,082
Utilidad de operación	6,951	5,789
Activo Total	174,774	195,828
Pasivo Total	128,874	140,941
Capital Contable	45,900	54,888
Inversión en capital	3,290	2,274
Precio de la Acción (pesos) *	444.5	562.9
Empleados (personas)	84,334	77,802

* Fin de Periodo



SUSTENTABILIDAD CORPORATIVA

Indicador GRI 3.1, 3.2, 3.3, 3.5, 3.10, 3.11, 3.13

Grupo Elektra presenta su **tercer informe de sustentabilidad** basado en las directrices del Global Reporting Initiative (GRI) G3.1 cumpliendo con el nivel GRI Self Declared y alineados a los principios de gobierno corporativo de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).

En este ejercicio de transparencia y de acercamiento a nuestros grupos de interés hemos preparado un informe en donde se revisan las acciones efectuadas y los resultados alcanzados en 2014 en gobierno corporativo, responsabilidad social y medio ambiente con la finalidad de apoyar el mejoramiento en la calidad de vida de nuestros empleados y de las comunidades en donde operamos, así como de contribuir con la preservación del planeta. Hemos decidido que este informe se realizará de manera anual en lo subsecuente.

SUSTENTABILIDAD



La información que se presenta fue definida por los responsables de cada área de la empresa. Para efectos de este informe, en Grupo Elektra, hemos decidido prescindir de verificación externa. Asimismo es importante aclarar que aunque

no existen cambios significativos, hemos mejorado nuestras prácticas con respecto de la comunicación acerca de los pilares de la sustentabilidad que son: gobierno corporativo, responsabilidad social y cuidado al medio ambiente.

GOBIERNO CORPORATIVO

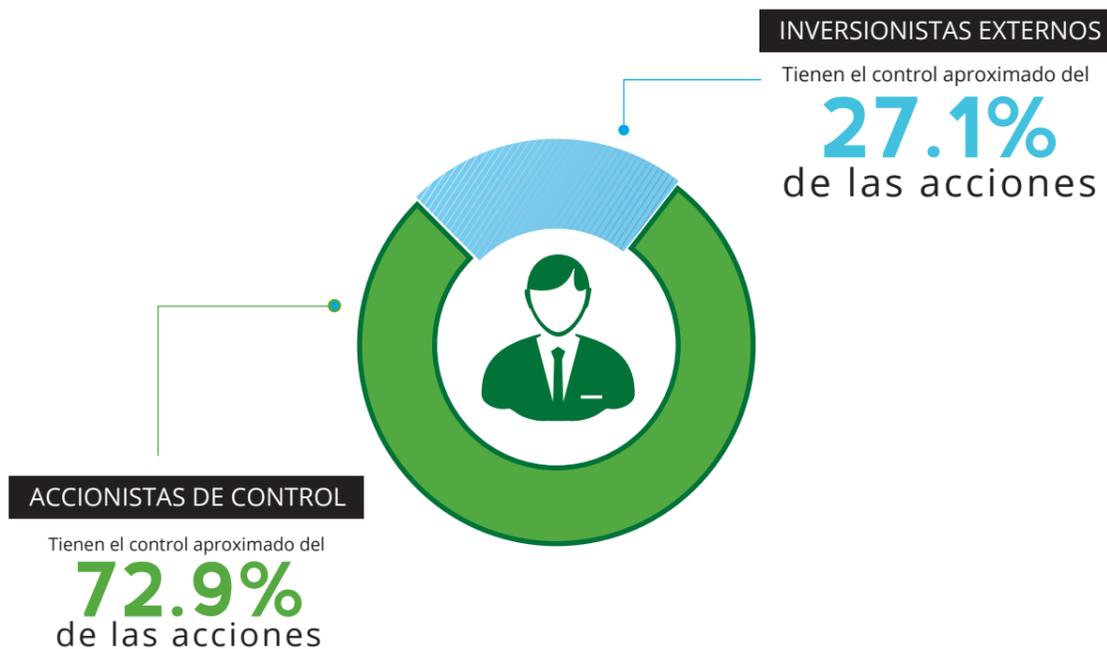
Indicador GRI 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.9, 4.10

En Grupo Elektra tenemos un gobierno corporativo estructurado en total apego a la Ley del Mercado de Valores de México. El compromiso con nuestros grupos de interés y los inversionistas es administrar a Grupo Elektra con absoluta integridad y transparencia.

Es a través de las asambleas ordinarias y extraordinarias del Consejo de Administración que los directivos y empleados podrán hacer llegar sus comentarios y recomendaciones al máximo órgano de gobierno. Las Sesiones del Consejo podrán celebrarse en cualquier tiempo cuando sean convocadas por el Presidente, por el 25% de los Consejeros de la Sociedad, por el Secretario o Pro Secretario del Consejo, o por los Presidentes de los Comités auxiliares del Consejo de Administración.

DERECHOS DE ACCIONISTAS

Nuestra estructura accionaria se divide de la siguiente manera: los accionistas de control tienen aproximadamente **72.9%** de nuestras acciones, mientras que el **27.1%** es detenido por nuestros inversionistas externos.



Grupo Elektra, como empresa pública que cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores, está sujeta la Ley del Mercado de Valores, la cual, en su Artículo 50, indica:

“Los accionistas titulares de acciones con derecho a voto, incluso limitado o restringido, por cada diez por ciento que tengan en lo individual o en conjunto del capital social de la sociedad, tendrán derecho a:

- Designar y revocar en asamblea general de accionistas a un miembro del consejo de administración. Tal designación, sólo podrá revocarse por los demás accionistas cuando a su vez se revoque el nombramiento de todos los demás consejeros, en cuyo caso las personas sustituidas no podrán ser nombradas con tal carácter durante los doce meses inmediatos siguientes a la fecha de revocación.

- Requerir al presidente del consejo de administración o de los comités que lleven a cabo las funciones en materia de prácticas societarias y de auditoría a que se refiere esta Ley, en cualquier momento, se convoque a una asamblea general de accionistas, sin que al efecto resulte aplicable el porcentaje señalado en el artículo 184 de la Ley General de Sociedades Mercantiles.

- Solicitar que se aplase por una sola vez, por tres días naturales y sin necesidad de nueva convocatoria, la votación de cualquier asunto respecto del cual no se consideren suficientemente informados, sin que resulte aplicable el porcentaje señalado en el artículo 199 de la Ley General de Sociedades Mercantiles. Los accionistas de la parte variable del capital social de una sociedad anónima bursátil no tendrán el derecho de retiro a que se refiere el artículo 220 de la Ley General de Sociedades Mercantiles”.

La Asamblea General Ordinaria de Accionistas, por tanto, deberá de nombrar a los miembros del Consejo de Administración, al Secretario y Pro Secretario y en su caso, a sus respectivos suplentes, así como determinar sus emolumentos. Para conocer nuestras actas de Asambleas, favor de visitar la siguiente liga:

<http://www.grupoelektra.com.mx/es/asamblea-de-accionistas>



EL PRESIDENTE DEL CONSEJO Y SU ACTIVIDAD EN MATERIA DE GOBIERNO CORPORATIVO

Como resultado del compromiso de Grupo Elektra por fortalecer aún más la comunicación con sus accionistas, el **Presidente del Consejo –Ricardo B. Salinas Pliego–** busca realizar una comunicación de gobierno corporativo al menos una vez al año a partir de 2015.

DIVIDENDOS

El decreto, monto y pago de dividendos se determina por mayoría de votos de los tenedores de acciones comunes y generalmente, pero no necesariamente, por recomendación del Consejo de Administración. Por lo general, los dividendos se decretan durante el primer cuatrimestre de cada ejercicio fiscal con base en nuestros estados financieros consolidados auditados del ejercicio fiscal inmediato anterior. El monto de cualquiera de tales dividendos depende, entre otras cosas, de nuestros resultados operativos, situación financiera y requerimientos de capital, así como de las condiciones generales del negocio.

De conformidad con nuestros estatutos y la LGSM, la utilidad neta de nuestra Compañía se aplica como sigue:

• En la Asamblea General Ordinaria Anual de Accionistas, el Consejo de Administración presenta nuestros estados financieros para el ejercicio fiscal previo, junto con un informe sobre los mismos a los tenedores de acciones comunes para su aprobación.

• Una vez que los tenedores de acciones comunes han aprobado los estados financieros, determinan la distribución de nuestra utilidad neta del ejercicio inmediato anterior.

• Se requiere por ley que se asigne cuando menos el 5% de dicha utilidad neta a una reserva legal, la cual no está disponible para distribución salvo en la forma de dividendos en acciones, hasta que el importe de la reserva legal equivalga al 20% de nuestro capital social.

• Posteriormente, los tenedores de acciones comunes pueden determinar y asignan un cierto porcentaje de la utilidad neta a cualquier reserva general o especial, incluyendo una reserva para la compra en mercado abierto de nuestras acciones. Al 31 de diciembre de 2014, la reserva legal era de Ps.160 millones.

Por los pasados tres ejercicios, hemos pagado los siguientes dividendos:

Fecha de decreto	Fecha de pago	Cantidad en millones de		Equivalente a la utilidad de operación del año anterior	Dividendo en Pesos por acción	Dividendo en US\$ por acción
		Ps.	US\$			
Marzo 26, 2012	Abril 3, 2012	483.7	38.1	6.91%	2.00	0.15773
Abril 2, 2013	Abril 11, 2013	521.9	42.5	5.68%	2.20	0.17926
Noviembre 28, 2013	Diciembre 6, 2013	545.6	41.7	5.94%	2.30	0.17580
Marzo 23, 2015	Marzo 31, 2015	563.4	37.7	9.73%	2.40	0.16038

GRUPOS DE INTERÉS

Indicador GRI 4.6, 4.8

A continuación, presentaremos nuestra manera de tratar los conflictos de interés y de igual manera resaltar la relación que hemos comenzado a construir con expertos de gobierno corporativo a nivel nacional e internacional.

CONFLICTOS DE INTERÉS

Grupo Elektra entiende como conflicto de interés:

- Cuando exista una causa, hecho o situación de carácter personal que interfiera, en cualquier forma, con la obtención del mayor beneficio de la Compañía.
- Cuando se tiene un interés que dificulta realizar el trabajo objetivamente.
- Cuando los altos ejecutivos o directivos reciben beneficios personales impropios como resultado de su posición en la Compañía.
- Cuando por cualquier causa el interés personal se sobreponga al interés de la Compañía.

Para evitar conflictos de interés se debe proceder de la siguiente forma:

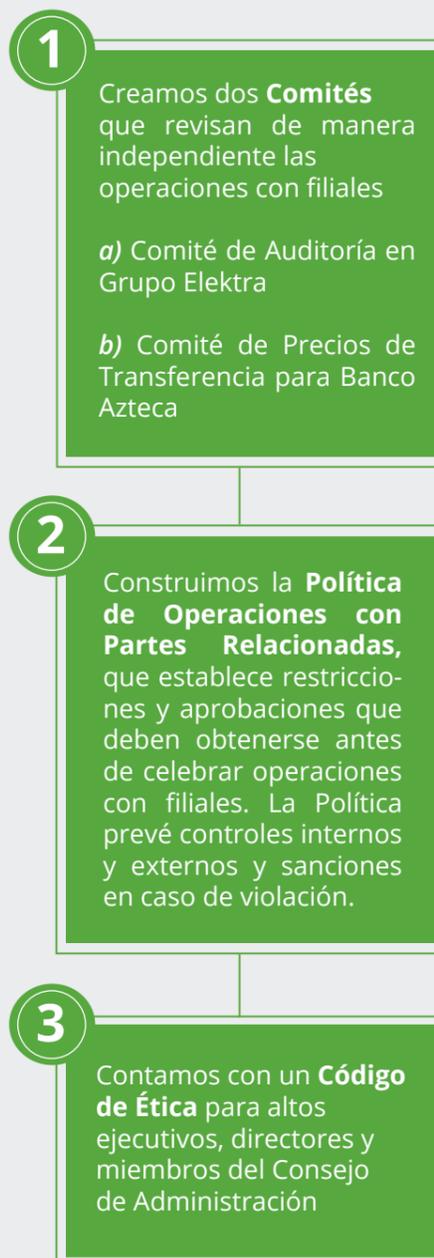
Cuando alguno de **los altos ejecutivos o directivos** se encuentre(n) bajo un conflicto de interés, deberá(n) excusarse de cualquier toma de decisión referente a la situación en cita y dar aviso de forma inmediata a su superior jerárquico a efecto que sea este último quien tome la decisión que más beneficie a la Compañía.



Respecto a los **miembros del Consejo de Administración**, éstos tienen una responsabilidad especial frente a la Compañía y sus accionistas. Para evitar conflictos de interés, el consejero deberá informar a los demás consejeros cualquier interés personal que tuviera en una transacción que sea tomada a consideración del Consejo, debiéndose excusar de tomar cualquier decisión que implique algún conflicto de interés. El descubrimiento de un conflicto de interés potencial o su existencia deberá ser informado a la Administración.

Se deberá utilizar el sano juicio para buscar consejo cuando sea apropiado y para adherirse a los más altos estándares éticos. Se debe estar consciente que las actividades y los intereses financieros del cónyuge, parientes, hijos, padres o parientes políticos, amigos, inversionistas, proveedores o competidores directos pueden dar lugar a un potencial conflicto de interés o a un aparente conflicto de interés.

En Grupo Elektra, contamos con los siguientes mecanismos para reducir los conflictos de interés:



<http://www.grupoelektra.com.mx/es/codigo-de-etica>

SINERGIA CON EXPERTOS EN GOBIERNO CORPORATIVO

Con el fin de mantenernos a la vanguardia en temas de gobierno corporativo, en 2015 comenzamos a trabajar directamente con Delphi Consulting and Advisory Firm cuyos socios cuentan con credenciales nacionales e internacionales en gobierno corporativo ya que no solamente son miembros de la red Internacional de Gobierno Corporativo (www.icgn.org), sino que también participan en mesas redondas internacionales de estos temas con la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE).



www.delphicadvisors.com



TABLA DE COMUNICACIÓN CON GRUPOS DE INTERÉS

Indicador GRI 4.14, 4.15, 4.16, 4.17, PR5

Mantener un constante diálogo con nuestros grupos de interés nos ayuda a identificar oportunidades vinculadas a los impactos económicos, sociales y ambientales y a mitigar algunos riesgos generados por nuestra operación. Para Grupo Elektra es importante mantener una relación cordial y responsable con ellos.

En 2014, la identificación de los grupos de interés de Grupo Elektra se llevó a cabo a través de un proceso de análisis y retroalimentación con diferentes áreas de la compañía, su vinculación social y compromiso con grupos externos a la empresa, y la aplicación de los principios del Global Reporting Initiative (GRI).

Para los grupos internos de Grupo Elektra, en 2014 se creó la Dirección de Bienestar, Comunicación e Integración cuya misión es crear acciones y proyectos para asegurar el bienestar del empleado desde la zona de valor hasta el corporativo, y mejorar en fondo y forma la comunicación de los socios.

COMUNICACIÓN CON GRUPOS DE INTERÉS

Grupos de Interés	Mecanismo de Comunicación	Expectativas	Compromisos	Iniciativas
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> Encuestas a clientes Volantes con información de los productos y servicios que se ofrecen en las tiendas con detalles para información y sugerencias o quejas Redes sociales: Facebook: /FamiliaGrupoElektra Twitter: @elektraComMx E-mail: http://www.elektra.com.mx/ServicioGarantia/Contacto.aspx Chat en línea: http://www.michat.mx/elektra/SightMaxAgentInterface/PreChatSurvey.aspx?accountID=19&siteID=20&queueID=39 http://www.elektra.com.mx 	<ul style="list-style-type: none"> Respetar principios y valores de Grupo Salinas en campañas de comunicación y publicidad Respetar Código ético y valores en servicio al cliente Escuchar y atender los requerimientos de los clientes y consumidores 	<ul style="list-style-type: none"> Respetar principios y valores de Grupo Salinas en campañas de comunicación y publicidad Respetar Código ético y valores en servicio al cliente 	<ul style="list-style-type: none"> Monitoreo de la atención del servicio al cliente Se monitorean tiempos de respuestas y respuestas del call center y otros medios
Accionistas e inversionistas	<p>Comunicación continua, por medio de: Informes y reportes (trimestrales y anuales)</p> <ul style="list-style-type: none"> Asamblea ordinaria anual de accionistas y extraordinaria en caso de requerirse Conferencias telefónicas, presentaciones, atención vía correo electrónico, reuniones, para comentar los resultados financieros Comunicados sobre eventos relevantes Reporte oportuno de acuerdo a la Ley de Mercado de Valores de la BMV y de la CNBV http://www.grupoelektra.com.mx Contactos para Relación con Inversionistas: http://www.grupoelektra.com.mx/es/contactanos 	<ul style="list-style-type: none"> Creación de valor y pago de dividendos versiones que fortalezcan la posición competitiva del negocio Mejores prácticas incorporadas a los mecanismos de gobierno corporativo Manejo responsable de la empresa Transparencia en la información y administración de la empresa Revelación oportuna de eventos relevantes para los mercados financieros 	<ul style="list-style-type: none"> Difundir la política de conflicto de interés Mantener abiertos canales de comunicación con accionistas e inversionistas Participar en conferencias, visitas y reuniones uno-a-uno organizadas por analistas e inversionistas 	<ul style="list-style-type: none"> Promover transparencia en la información financiera Realizar "roadshows" con inversionistas Continuar informando sobre la sustentabilidad corporativa a través de su informe
Proveedores	<p>Comunicación diaria, por medio de:</p> <ul style="list-style-type: none"> Reuniones periódicas Sistema de evaluación de proveedores Auditorías de calidad, seguridad, salud y medio ambiente E-mail: mesadeservicio311@gruposalinas.com.mx https://proveedores.gruposalinas.com 	<ul style="list-style-type: none"> Relación de largo plazo Colaboración y apertura Trato ético 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluaciones periódicas de proveedores Acercamiento y reuniones periódicas Respeto al decálogo del comprador: https://proveedores.gruposalinas.com/apps/inicio/modulos/Bienvenida/Decalogo.html 	<ul style="list-style-type: none"> Auditorías de calidad, seguridad, salud y medio ambiente Sistema de evaluación de proveedores
Empleados	<p>Comunicación diaria por medio de:</p> <ul style="list-style-type: none"> Portal Grupo Salinas Portal Socios Elektra y Banco Azteca Correo electrónico Cuéntanos Sitio de Internet de Honestel Buzón de comunicación anónima Cuéntanos Revistas internas: Somos y Crece Reuniones entre jefes y colaboradores Valores de Grupo Salinas y de Grupo Elektra Denuncias de acuerdo a los Diez Principios de Honestel Redes Sociales: Facebook: /FamiliaGrupoElektra 	<p>Bienestar:</p> <ul style="list-style-type: none"> Como ser humano Estabilidad laboral Integración y compañerismo Beneficios de Grupo Salinas Reconocimientos y orgullo Salud y bienestar 	<p>Aplicación de los principios del Código de Ética</p> <ul style="list-style-type: none"> Implementación de iniciativas para un ambiente de trabajo seguro Canales abiertos de comunicación interna Información sobre cambios organizacionales y temas de interés Vanguardia en nuevas tecnologías educativas para la capacitación de empleados Ofrecerle a los empleados: Reconocimientos, Beneficios, Eventos y tradiciones, Mejorar el ambiente laboral, Concursos, Motivación y Familia 	<ul style="list-style-type: none"> Programas de formación y desarrollo del personal Evaluación del desempeño y potencial Incurción en ferias virtuales de empleo Comisiones de seguridad e higiene Campañas de salud general y bienestar para empleados y familiares Promoción de la inclusión laboral y equidad de género Promoción de integración y compañerismo Ofrecer beneficios como campañas, concursos, eventos especiales, interacción con otros empleados de Grupo Salinas, premios y reconocimientos Promoción del consumo responsable con los empleados Promoción de temas sociales y sustentables con los empleados
Comunidad	<ul style="list-style-type: none"> Comunicación diaria por medio de: Participación con Fundación Azteca y organizaciones de la sociedad civil Participación en foros sociales Acercamiento institucional Redes sociales: Facebook: /FamiliaGrupoElektra Twitter: @elektraComMx E-mail: http://www.elektra.com.mx/ServicioGarantia/Contacto.aspx Chat en línea: http://www.michat.mx/elektra/SightMaxAgentInterface/PreChatSurvey.aspx?accountID=19&siteID=20&queueID=39 http://www.elektra.com.mx 	<ul style="list-style-type: none"> Colaboración de la empresa con Fundación Azteca, sus campañas, iniciativas, proyectos y movimientos y con otras instituciones o iniciativas sin fines de lucro Donaciones en proyectos para el desarrollo de las comunidades y de la niñez Respeto al entorno y cuidado del medio ambiente Promoción del consumo responsable con los empleados y en las comunidades Promoción de temas sociales y sustentables con los empleados y en las comunidades Promover la participación por iniciativa propia del valor de la Generosidad de Grupo Salinas para acercarse a las comunidades que necesitan un apoyo 	<ul style="list-style-type: none"> Dirigir los negocios de manera ética y responsable Desarrollar programas ambientales, educativos, culturales y sociales en alianza con instituciones de la sociedad civil a través de Fundación Azteca Cuidar los recursos naturales en todos los procesos y actividades de creación de valor Fortalecer la relación con los grupos de interés Impulsar el desarrollo de la sociedad y el cuidado del medio ambiente 	<ul style="list-style-type: none"> Participación voluntaria en campañas, proyectos, iniciativas y movimientos

DIVULGACIÓN Y TRANSPARENCIA

Indicador GRI SO3, HR3

Grupo Elektra divulga y transparenta su información corporativa y financiera relevante oportunamente y con exactitud de acuerdo a la Ley del Mercado de Valores de la BMV y al principio de revelación y transparencia de la información corporativa relevante dentro de los principios de la OCDE para el buen Gobierno Corporativo.

CORRUPCIÓN

En Grupo Elektra contamos con una herramienta llamada **Honestel**, para evitar que los empleados de cualquier nivel incurran en prácticas corruptas. Del mismo modo, les permite a los mismos interponer quejas y denuncias que son de carácter confidencial y de cualquier índole.

Algunos de los ilícitos que son susceptibles a una querrela son: acoso sexual, agresiones verbales, abuso de poder y confianza, desviación de recursos de la empresa, discriminación por sexo, religión, condición socioeconómica o preferencia sexual.

De igual forma las quejas por conflictos laborales, mal uso de los activos, robos a clientes, a la empresa, corporativos, tiendas, sucursales bancarias, hostigamiento e injusticias.

Los hechos se pueden reportar las 24 horas del día, los 365 días del año en el portal interno, mediante plantilla y correo electrónicos, buzón de voz, mensaje de texto, o bien vía telefónica en los países donde Grupo Salinas tiene presencia (México, Perú, Guatemala, El Salvador, Honduras, Panamá y Brasil).



MÁS DE **8,983** denuncias han sido procesadas en el último año

EN MÁS DEL **75%** de las investigaciones atendidas, se han realizado mejoras

BAJAMOS MÁS DEL **45%** el tiempo de atención en los últimos 5 años

PRINCIPALES EJECUTIVOS Y FUNCIONARIOS

Indicador GRI 4.1

Nombre	Funcionario Ejecutivo	Años como Funcionario Ejecutivo	Edad
Ricardo B. Salinas Pliego	Presidente del Consejo	30	59
Fabrice Jack Deceliere Márquez.	Director General de Tiendas Elektra	1	45
Adriana de la Puente Martínez de Castro	Director General de Desarrollo Humano, Comunicación e Integración de Grupo Elektra	21	44
Mauro Aguirre Regis	Director de Finanzas y Administración de Grupo Elektra	17	48
Rodrigo Pliego Abraham	Director General de Administración y Finanzas de Grupo Salinas	21	49
Manuel González Palomo	Vicepresidente de Sistemas	20	58
Alejandro Valenzuela del Río	Director General de Banco Azteca	--	53
Luis Niño de Rivera Lajous	Vicepresidente del Consejo de Administración "A" de Banco Azteca	11	68
Alejandro Vargas Durán	Vicepresidente del Consejo de Administración "B" de Banco Azteca	11	59
Eduardo Benigno Parra Ruiz	Director General de Afore Azteca	1	41
Gabriel Alfonso Roqueñí Rello	Director General Jurídico y Secretario del Consejo de Administración de Grupo Elektra	20	53
Mario Gordillo Rincón *	Director General de Grupo Elektra	20	47

*El señor Gordillo dejó de prestar sus servicios laborales en Grupo Elektra a partir de mayo de 2015.

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Indicador GRI 4.1, 4.2, 4.3, 4.4, 4.5, 4.6, 4.7, 4.8, 4.9, 4.10, 4.11

La elección de los miembros del Consejo es responsabilidad de los tenedores de acciones de Grupo Elektra, tomando en cuenta su trayectoria, así como su capacidad y currículum, acorde con nuestra estrategia social, ambiental y económica. En este subcapítulo, compartiremos información sobre la integración de nuestro Consejo de Administración, sobre las reuniones que éste mantuvo en 2014, sobre la remuneración de los consejeros y los directivos de la empresa, y la definición de independencia según la Ley del Mercado de Valores.

INTEGRACIÓN DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

A partir del 23 de marzo de 2010, el Consejo de Administración de la Emisora está integrado por nueve miembros, de los cuales tres son consejeros independientes; es decir, no son empleados ni están afiliados con nuestros accionistas mayoritarios. Todos los consejeros tienen el carácter de propietarios y son elegidos en nuestra Asamblea General Ordinaria de Accionistas para ejercer el cargo durante periodos de un año. En dicha Asamblea, celebrada el 24 de marzo de 2015, los consejeros fueron ratificados en sus cargos.



Mediante la Asamblea Extraordinaria de Accionistas de fecha 17 de agosto de 2009, los accionistas aprobaron la reestructura de los órganos auxiliares del Consejo de Administración, para quedar en los siguientes términos:



CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN GRUPO ELEKTRA 2014

Nombre	Consejero	Ocupación Principal	Consejero desde	Edad	Áreas de Experiencia
Ricardo B. Salinas Pliego (1)	Relacionado	Presidente del Consejo de Grupo Elektra	1993	59	Dirección general, estrategia, valor de trabajo en equipo, tenacidad, esfuerzo, visionario, bienestar social, pasión por la tecnología, informática, historia y deportes, Contador Público con Mención Honorífica del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Maestro en Finanzas por la Universidad de Tulane y Doctorado Honoris Causa por la Universidad Autónoma de Guadalajara
Hugo Salinas Price (2)	Relacionado	Presidente Honorario de Grupo Elektra	1993	83	Dirección, estrategia, empresario mexicano retirado, abogado, interés en temas monetarios, escritor
Pedro Padilla Longoria	Relacionado	Director General de Grupo Salinas	1993	49	Dirección, estrategia, abogado, finanzas, relaciones comerciales, negociador, Licenciado en Derecho por la UNAM
Guillermo Salinas Pliego (1)	Relacionado	Presidente de Grupo Avalanz	1993	55	Contador, finanzas, dirección, estrategia, empresario mexicano, Licenciatura en Contaduría Pública del ITESM
Luis J. Echarte Fernández.	Relacionado	Presidente del Consejo de Administración de Azteca America Network	2003	70	Finanzas, estrategia, negociador, relaciones internacionales, relaciones con inversionistas, ex Director de Finanzas y Administración de Grupo Elektra y Azteca, Presidente del Consejo de Fundación Azteca America, graduado de la Universidad Estatal de Memphis y de la Universidad de Florida y terminó el Programa de Administración Ejecutiva de la Universidad de Stanford
Joaquín Arrangoiz Orvañanos	Relacionado	Director General de Ventas y Relaciones Empresariales de Grupo Salinas	2008	58	Administrador, mercadotecnia, ventas, relaciones empresariales, emprendedor, estrategia, compras, bienes raíces, ex consejero de Grupo Eusebio Gayosso, Grupo ARSACO y Grupo Osiris, Licenciatura, en Administración de Empresas en la Universidad Nacional Autónoma de México, postgrado en mercadotecnia en UCLA y maestría en el IPADE en México
Roberto Servitje Achutegui	Independiente	Presidente de Grupo Altex, S.C	2000	61	Empresario mexicano, administrador, finanzas, dirección, estrategia, ex Vicepresidente Ejecutivo y Consejero del Grupo Industrial Bimbo, experto financiero en los Comités de Auditoría y Prácticas Societarias, graduado de la Universidad Iberoamericana, Maestro en Administración de Empresas por la J.L. Kellogg Graduate School of Business en Northwestern University
Marcelino Gómez Velasco y Sanromán	Independiente	Presidente del Consejo de Administración de Grupo Netec	2010	57	Ingeniero en sistemas, administrador, consultor técnico y educacional, integración de redes, dirección, estrategia, grado de ingeniería en sistemas por la Universidad Iberoamericana y una maestría en administración y negocios por la Universidad de Wharton, Pennsylvania
Gonzalo Brockmann García	Independiente	Presidente de los Hoteles Best Western en México	2010	59	Administrador, hotelero, comercial, servicio al cliente, ex Presidente de Hostales de América, Licenciatura en administración de la Universidad Anáhuac en la Ciudad de México y maestro en administración de empresas en la Universidad de Texas

1 Hijo de Hugo Salinas Price.

2 Padre de Ricardo B. Salinas Pliego y de Guillermo Salinas Pliego.

REMUNERACIÓN A CONSEJEROS Y DIRECTIVOS RELEVANTES

La cantidad total establecida por Grupo Elektra y subsidiarias por el ejercicio de 2014 a Consejeros (incluyendo el Presidente del Consejo), directivos relevantes de la sociedad e individuos con el carácter de personas relacionadas, por los servicios prestados por los mismos en cualquier carácter fue de aproximadamente **Ps.1, 690 millones**. Dicha cantidad fue determinada considerando los servicios prestados, los logros de la Compañía en su operación normal, así como su estructura financiera.

El pago de la compensación variable, como parte del monto anterior, fue autorizado por el Comité de Prácticas Societarias y por el Consejo de Administración de Grupo Elektra. La compañía no provee beneficios para sus Consejeros al finalizar su asignación.

Con respecto a los procedimientos tomados en cuenta para evaluar el desempeño del máximo órgano de gobierno, dentro de Grupo Elektra llevamos a cabo una evaluación respecto a la compensación que recibirán los miembros del máximo órgano de gobierno en dicho periodo, misma que es variable.

DEFINICIÓN DE INDEPENDENCIA DE LOS MIEMBROS DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Conforme a la legislación bursátil se requiere que al menos el 25% de los miembros del Consejo sean independientes, con ninguna afiliación con los accionistas mayoritarios o con la administración.

Grupo Elektra, como empresa pública que cotiza en la Bolsa Mexicana de Valores, está sujeta la Ley del Mercado de Valores, la cual, en su Artículo 26, dice que:

Los consejeros independientes y, en su caso, los respectivos suplentes, deberán ser seleccionados por su experiencia, capacidad y prestigio profesional, considerando además que por sus características puedan desempeñar sus funciones libres de conflictos de interés y sin estar supeditados a intereses personales, patrimoniales o económicos.

La asamblea general de accionistas en la que se designe o ratifique a los miembros del consejo de administración o, en su caso, aquella en la que se informe sobre dichas designaciones o ratificaciones, calificará la independencia de sus consejeros. Sin perjuicio de lo anterior, en ningún caso podrán designarse ni fungir como consejeros independientes las personas siguientes:

I.

Los directivos relevantes o empleados de la sociedad o de las personas morales que integren el grupo empresarial o consorcio al que aquélla pertenezca, así como los comisarios de estas últimas. La referida limitación será aplicable a aquellas personas físicas que hubieren ocupado dichos cargos durante los doce meses inmediatos anteriores a la fecha de designación.

II.

Las personas físicas que tengan influencia significativa o poder de mando en la sociedad o en alguna de las personas morales que integran el grupo empresarial o consorcio al que dicha sociedad pertenezca.

III.

Los accionistas que sean parte del grupo de personas que mantenga el control de la sociedad.

IV.

Los clientes, prestadores de servicios, proveedores, deudores, acreedores, socios, consejeros o empleados de una empresa que sea cliente, prestador de servicios, proveedor, deudor o acreedor importante.

Se considera que un cliente, prestador de servicios o proveedor es importante, cuando las ventas de la sociedad representen **más del diez por ciento de las ventas totales del cliente**, del prestador de servicios o del proveedor, durante los doce meses anteriores a la fecha del nombramiento. Asimismo, se considera que **un deudor o acreedor es importante, cuando el importe del crédito es mayor al quince por ciento de los activos de la propia sociedad** o de su contraparte.

V.

Las que tengan parentesco por consanguinidad, afinidad o civil hasta el cuarto grado, así como los cónyuges, la concubina y el concubinario, de cualquiera de las personas físicas referidas en las fracciones I a IV de este artículo.

Los consejeros independientes que durante su encargo dejen de tener tal característica, deberán hacerlo del conocimiento del consejo de administración a más tardar en la siguiente sesión de dicho órgano.

La Comisión, previo derecho de audiencia de la sociedad y del consejero de que se trate, y con acuerdo de su Junta de Gobierno, podrá objetar la calificación de independencia de los miembros del consejo de administración, cuando existan elementos que demuestren la falta de independencia conforme a lo previsto en las fracciones I a V de este artículo, supuesto en el cual perderán el referido carácter. La Comisión tendrá un plazo de treinta días hábiles contados a partir de la notificación que al efecto haga la sociedad anónima bursátil en términos de las disposiciones aplicables,

para objetar, en su caso, la independencia del consejero respectivo; transcurrido dicho plazo sin que la Comisión emita su opinión, se entenderá que no existe objeción alguna. Lo anterior, sin perjuicio de que la Comisión podrá objetar dicha independencia, cuando con posterioridad se detecte que durante el encargo de algún consejero se ubique en cualquiera de los supuestos a que se refiere este artículo".



DESEMPEÑO SOCIAL

Indicador GRI 4.8

VALORES EN LA ORGANIZACIÓN

Grupo Elektra, como compañía de Grupo Salinas, comparte una visión, misión y valores con este último. Dichos valores son sólidos compromisos con nuestros grupos de interés ya que son ideales que representan quiénes somos y lo que hacemos, además de que guían nuestro comportamiento como una corporación responsable.

Grupo Salinas, al que pertenece Grupo Elektra, se guía por estos nueve valores corporativos, los cuales se ven reflejados en nuestra manera de conducirnos en los negocios de forma cotidiana.

CONDICIONES INDISPENSABLES



Honestidad Ejecución Inteligencia

CUALIDADES



Excelencia Generosidad Enfoque al cliente Trabajo en equipo Aprendizaje Rápido y simple

Si se quiere conocer la lista de estos nueve valores del grupo, visitar la siguiente página: www.gruposalinas.com/contenido.aspx?p=valores

Grupo Elektra enfatiza de manera particular en los valores de Honestidad y Ejecución y ha agregado dos valores más que llevamos en nuestra labor diaria, que son:



LEALTAD

Implica ser fiel a las personas, a las organizaciones y a las creencias. Consiste en “nunca dar la espalda” y estar juntos en las buenas y en las malas.



RESPETO Y CONFIANZA

La confianza mutua existe cuando ambos lados comparten un interés en común. Puede ser en el corto o en el largo plazo.

Respeto implica ser tolerante y escuchar las opiniones de los demás aun cuando no estén de acuerdo con uno. Implica tener disposición para aprender, pero también para reconocer quiénes tienen “capi” (conjuntar autoridad, poder e influencia). Obliga a complementar enseñanzas, estilos y experiencias para maximizar el resultado.

COLABORADORES

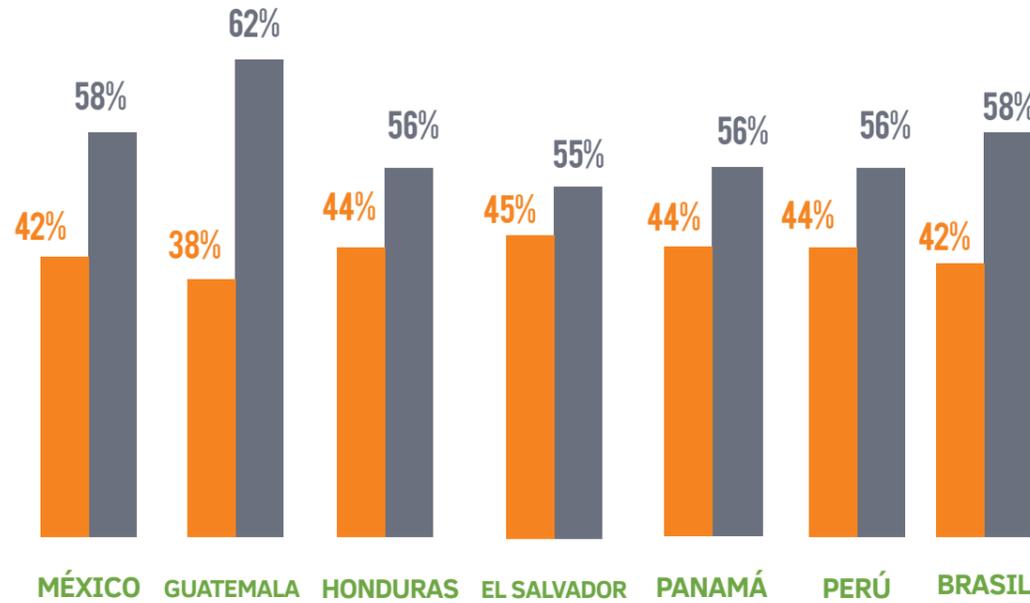
Datos sobre la composición de nuestra fuerza laboral

Indicador GRI LA1, LA2, LA3, LA11, LA12, LA13, LA15

Para Grupo Elektra es muy importante la relación con sus colaboradores, ya que ellos son una pieza clave para que la empresa pueda cumplir sus objetivos. Se busca que el trabajo sea motivo de orgullo y satisfacción, propiciando el desarrollo profesional y personal y un balance con sus vidas personales.

Nuestros equipos de **Recursos Humanos y de Bienestar, Comunicación e Integración** son los encargados de liderar las políticas y lineamientos para la administración del talento humano. Para incrementar valor para nuestros colaboradores valemos de capacitar de manera continua, de ofrecer compensaciones atractivas y desarrollar otros procesos que tienen que ver con el impulso al talento humano –por ejemplo, con reconocimientos, beneficios y eventos para mejorar el ambiente laboral, motivar al colaborador y dar apoyos a sus familias, entre otros.

En Grupo Elektra contamos con dos tipos de contrato, que son por periodo probatorio y por tiempo indefinido; y tenemos presencia en diferentes regiones en América; sin embargo, nuestro mayor número de operaciones las realizamos en México. A continuación, presentamos unas gráficas para representar la distribución de nuestros colaboradores.



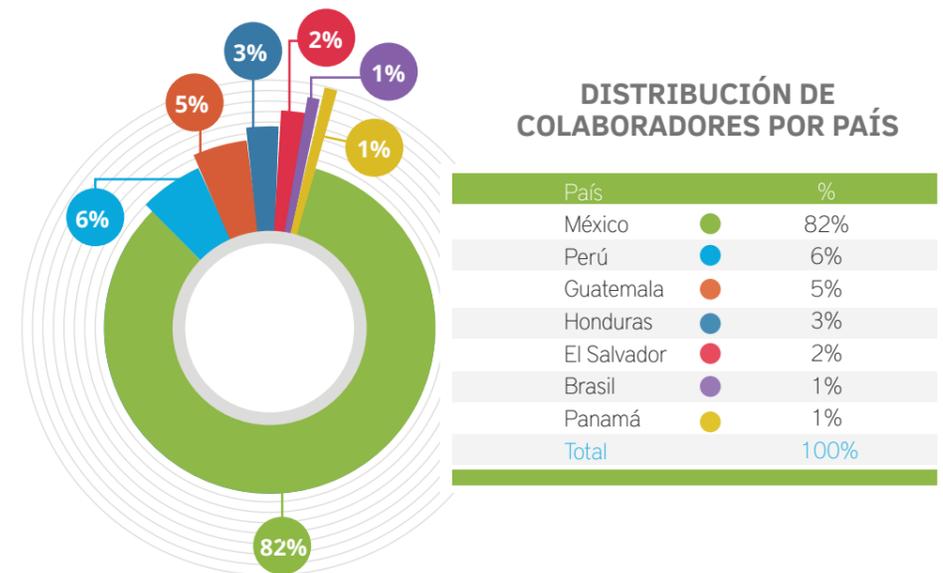
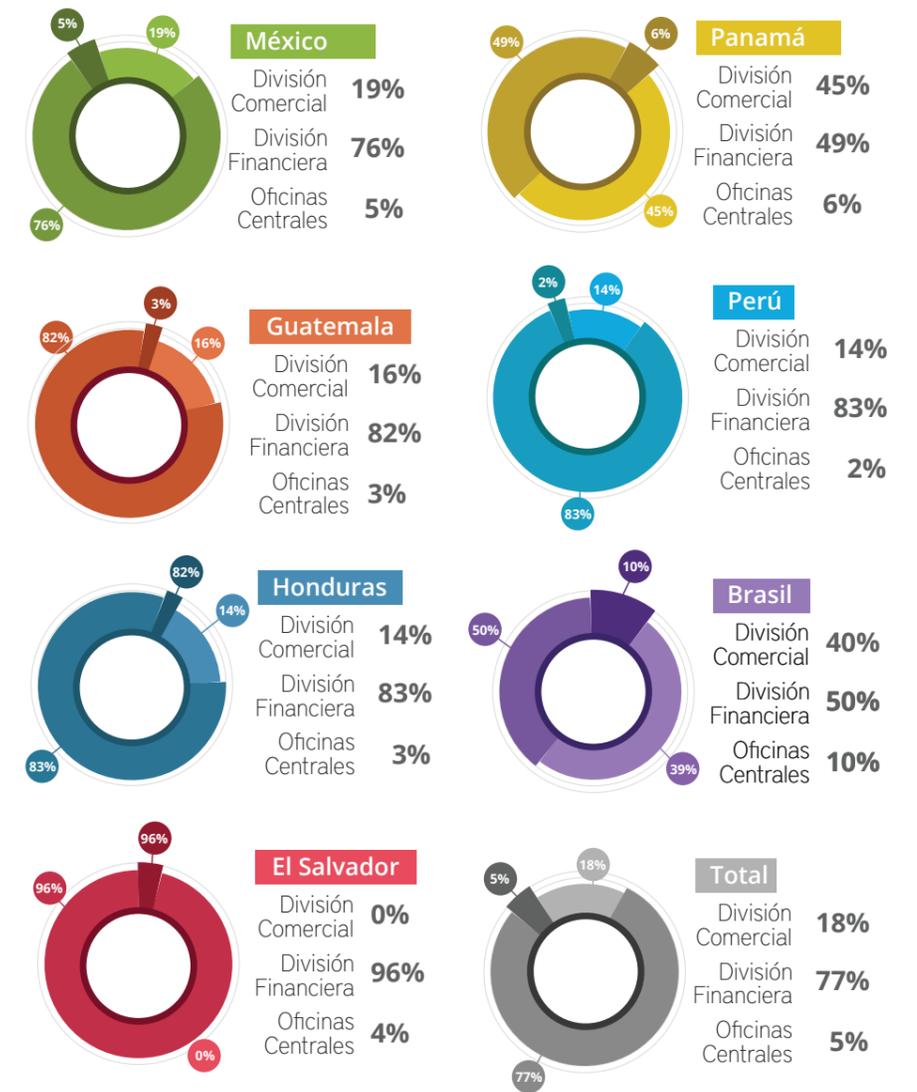
DISTRIBUCIÓN DE COLABORADORES POR PAÍS Y GÉNERO



DISTRIBUCIÓN POR TIPO DE RESPONSABILIDAD Y GÉNERO

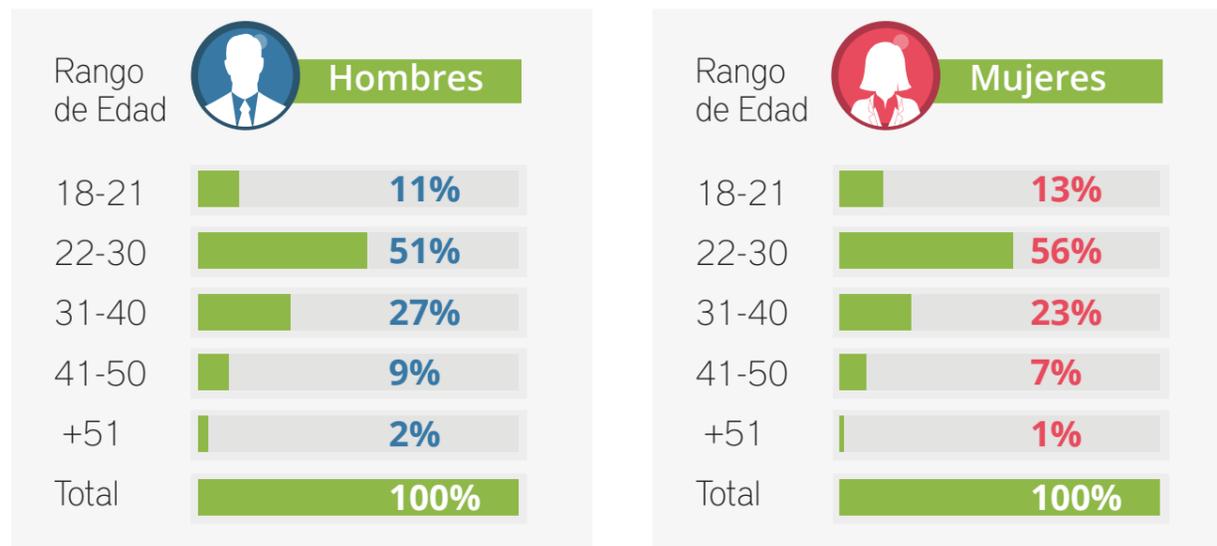


DISTRIBUCIÓN DE COLABORADORES POR DIVISIÓN EN CADA PAÍS



DISTRIBUCIÓN DE COLABORADORES POR GRUPO DE EDAD

La mayor parte de nuestros empleados se encuentra entre los 18 y 40 años de edad. Sin embargo, un dato a destacar es que dentro de Grupo Elektra hay oportunidades laborales para personas mayores de 65 años que son un sector vulnerable debido a las características de la oferta laboral a nivel nacional. Y, durante 2014, teníamos a 43 colaboradores en este rango.



DISTRIBUCIÓN POR GENERACIÓN



TRADICIONALISTAS 1922-1943

Respetan las reglas, son muy trabajadores, conformistas, dedicados y leales

BABYBOOMERS 1944-1960

Buscan gratificación personal, son optimistas, convencionales y competitivos

GENERACIÓN X 1961-1980

Son emprendedores, divertidos, informales y orientados a resultados

GENERACIÓN Y 1981-1997

Orientados a logros, conscientes sociales, optimistas, confiados, respetan diversidad y tienen conocimiento tecnológico

GENERACIÓN Z A partir de 1998

Adoptan la tecnología por conocimiento, individualistas, viven en una sociedad y comunidad virtual y de redes sociales, impacientes y alta conciencia sobre la ética laboral y social

ACCIONES PARA REDUCIR LA ROTACIÓN

En Grupo Elektra hemos encontrado que la actual rotación es elevada y según lo analizado, hemos concluido que ésta se debe principalmente a:

- Ausentismo
- Búsqueda de mejores ingresos
- Incumplimiento a normas de trabajo
- Problemas familiares
- Deshonestidad
- Presión en el trabajo
- Baja productividad

Así, para contrarrestar las principales causas de rotación, en Grupo Elektra nos hemos enfocado a:

- Valorar y alinear puestos buscando equidad interna
- Fortalecer líneas de comunicación con los colaboradores
- Implementar disciplina progresiva
- Cubrir vacantes en puntos de venta / áreas críticas
- Entrenar a colaboradores supervisores en cuanto al buen manejo de personal
- Lanzar iniciativas enfocadas a reforzar el servicio, la habilidad de venta y la generación de ingresos para el empleado
- Tener entrevistas de ajuste a los 15, 30 y 45 días de antigüedad
- Ofrecer esquemas de compensación atractivos
- Dar reconocimientos mensuales
- Fomentar los eventos con familiares de los colaboradores
- Capacitar de manera presencial en temas de: motivación, imagen, e inteligencia emocional
- Involucrar a los colaboradores en acciones de responsabilidad social de manera trimestral



BIENESTAR, COMUNICACIÓN E INTEGRACIÓN

En 2014, se creó el área de Bienestar, Comunicación e Integración en Grupo Elektra para generar acciones y proyectos que aseguren el bienestar del colaborador desde la zona de valor hasta el corporativo, y mejorar la forma y fondo de la comunicación con nuestros colaboradores.



El área ve por el bienestar en seis áreas:

1. Ser humano – a nivel personal y familiar
2. Estabilidad laboral
3. Integración y compañerismo: trabajo en equipo, convivencia diaria, comunicación, liderazgo
4. Beneficios: campañas, participación, eventos y premios
5. Reconocimiento y orgullo: metas, éxitos, promociones, sentimiento de alcanzar metas
6. Salud y bienestar: buenas prácticas, calidad de vida, estado de salud, horarios, vacaciones, descansos, empoderamiento

Bienestar, Comunicación e Integración en Grupo Elektra ha trabajado en el último año en consolidar e identificar diversas variables para crear y conocer a profundidad a nuestros colaboradores a través de la herramienta Socio Único, la cual se apoyó e implementó a través de nuestros medios de comunicación con este grupo de interés en particular. Así, tenemos que el:

- **65%** de nuestros colaboradores de género masculino practican el fútbol
- **6%** de nuestras colaboradoras juegan fútbol
- **44%** de nuestros colaboradores practican algún deporte
- **7%** de nuestras colaboradoras asisten a un gimnasio
- **9%** de nuestros colaboradores de género masculino asisten a un gimnasio
- **29%** de nuestros colaboradores declaran tener interés por la música
- **20%** de nuestros colaboradores declaran tener interés por el cine



PRESTACIONES A COLABORADORES

Indicador GRI LA8

Concepto	Prestaciones por Ley	Superiores a la Ley	Descripción
Apoyo en salud, vivienda y transporte	✓	✓	<p>Prestaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> Adicional a la seguridad social, algunos colaboradores reciben un seguro de gastos médicos mayores o menores. <p>Beneficios:</p> <ul style="list-style-type: none"> Adicional a su salario, algunos colaboradores reciben vales de despensa o de gasolina, así como fondo de ahorro. Para llevar a cabo responsabilidades de acuerdo sus funciones, algunos empleados reciben como herramientas de trabajo automóviles y/o celulares, así como lugares de estacionamiento. Para facilitar horarios de comida, los colaboradores reciben acceso a un comedor con buen servicio y saludable a un precio bajo y subsidiado vía nómina. Colaboradores reciben descuentos en la adquisición de productos y servicios de las otras empresas de Grupo Salinas como en Tiendas Elektra, Banco Azteca, Afore Azteca, Seguros Azteca, Blockbuster, Italka y Totalplay. Todos los colaboradores de Grupo Salinas reciben pago de nómina a través de Banco Azteca en donde tienen tasas diferenciadas en cuentas de nómina y de ahorro. Colaboradores que reciben la Membresía Familia Sana tienen acceso a servicios médicos específicos, obteniendo descuentos y precios preferenciales con médico, hospitales y clínicas y servicios. Colaboradores que son reubicados geográficamente, reciben apoyo parcial y temporal en mudanza y vivienda.
Horarios flexibles	✓	✓	<p>Prestaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> Colaboradores de oficinas centrales tienen horarios diurnos, nocturnos, mixtos, o por horas, respetando jornadas. Colaboradores en operaciones han implementado horarios escalonados para procurar la jornada laboral. <p>Beneficios:</p> <ul style="list-style-type: none"> Para algunas áreas en oficinas centrales, de acuerdo a convenios de funciones entre jefe y colaborador, y responsabilidades, puede haber home office (oficina en casa), pero deberán presentarse en lugares de trabajo algunos días en la semana.
Remuneración a colaboradores	✓	✓	<p>Prestaciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> Empleados perciben al menos un salario mínimo de acuerdo a la ley y es integrado adicionalmente de acuerdo a experiencia, conocimientos, responsabilidades, labores, etc. monetariamente, y complementado por ejemplo, con vales de despensa y gasolina, fondo de ahorro y otros, de acuerdo a funciones y responsabilidades. Colaboradores reciben vacaciones y prima de vacaciones de ley; además aguinaldo de ley que es complementado con días/montos adicionales cuando acumulan más de tres años laborados. <p>Beneficios:</p> <ul style="list-style-type: none"> Adicionalmente colaboradores pueden contar con esquemas de compensación variable que les permiten obtener compensación bajo diferentes formatos: Comisiones, incentivos, bonos, etc. Además de becas de estudio, capacitación de acuerdo a funciones y responsabilidades.
Protección de datos personales	✓	N/A	Se cumple con las disposiciones del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI) y Secreto Bancario expedido por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores regulado por el Artículo 117 de la Ley de Instituciones de Crédito.
Seguros de gastos médicos mayores y seguro de vida	N/A	✓	<ul style="list-style-type: none"> La compañía ha optado por pagar primas de seguros para que algunos colaboradores puedan acceder a servicios médicos de mejor calidad en redes médicas privadas y en casos de accidentes de mayor dimensión, quita presión al colaborador, sobre todo en la parte económica, pues hay tratamientos y cirugías que sin una póliza de gastos médicos mayores resultaría complicado financiar. Aunado a esto, algunos colaboradores reciben como beneficios exámenes médicos con cierta frecuencia. En general, los colaboradores cuentan con un seguro de vida. Por último, dentro de la red de beneficios y descuentos, todos los colaboradores tienen acceso a: 27 opciones de dentistas, nueve opciones de laboratorios, 19 opciones de hospitales médicos y nueve opciones en óptica.

Concepto	Prestaciones por Ley	Superiores a la Ley	Descripción
Permisos por maternidad/paternidad	✓	✓	<p>En 2014, se otorgaron 1,674 permisos por maternidad, de lo cual estimamos que 95% de las mamás regresaron a laboral; sin embargo, hubo bajas posteriores por ausentismo.</p> <p>De acuerdo a la ley, a las futuras madres se les dan 52 días antes de la posible fecha de nacimiento, y mínimo, 52 días después de esta fecha; para más días después de los 52, se sujeta a acuerdo entre jefe y colaborador.</p> <p>Bienestar, Comunicación e Integración de Grupo Elektra lanzó en 2014 la Campaña "1+ en la familia" en la que se les acompaña a las nuevas mamás durante el embarazo, y después del nacimiento, se les regala una canasta con productos de apoyo y una cobija para bebé</p>
Políticas para evitar trabajo en casa	✓	✓	<p>Se promueve que la jornada laboral se lleve a cabo en horarios de contratos y en los lugares de trabajo.</p> <p>Para aquellos colaboradores que por sus responsabilidades requieran mayor disponibilidad, se le ofrecen herramientas de trabajo para cumplir con sus responsabilidades, como por ejemplo, laptops, celulares, acceso al correo de la compañía a través de seguridad red privada virtual (VPN), y en casos específicos, se cubre el costo por el servicio de Internet.</p> <p>En casos de viajes, la empresa cubre el costo de uso de centros de negocios de hoteles en casos específicos</p>
Inversión en capacitación	N/A	✓	Se ofrecieron apoyos económicos en cursos de capacitación externos a 880 colaboradores en 149 cursos de proveedores externos.
Apoyo a la familia	N/A	✓	<p>Aunado a seguros de gastos médicos mayores, y seguros de vida en donde el asegurado escoge a sus beneficiarios, las compañías de Grupo Salinas tienen una red de beneficios y descuentos de 411 opciones, accesibles también a través de la App exclusiva para teléfonos inteligentes MovilGS que nuestros colaboradores pueden acceder desde cualquier sitio.</p> <p>Las 411 opciones se distribuyen en las categorías de: Agencias de viajes (5), Autos (20), Belleza (22), Boleto de autobús (1), Dentistas (27), Entretenimiento (24), Escuelas (55), Florerías (6), Funerarias (2), Gimnasios (18), Hogar (5), Hoteles (38), Idiomas (15), Laboratorios (9), Librerías (5), Médicos (19), Ópticas (9), Orgánico (4), Estado de Querétaro (17), Restaurantes (41), Ropa y accesorios (8), Salones de fiesta (9), Spa (8), Universidades (21) y Varios servicios (23).</p> <p>Nuestros colaboradores también obtienen beneficios a través de concursos y trivias para ganar boletos y pases para parques de diversiones, juegos de deportes, cine, conciertos, obras de teatro y manualidades.</p> <ul style="list-style-type: none"> Consejos para la convivencia con abuelos Trivias para obtener libros Promociones y campañas en favor de la lectura de Circulo Editorial Azteca Firmas de libros de autores que son colaboradores de Grupo Salinas Lectura de cuentos para niños de nuestros colaboradores a través del programa Cuentacuentos Día de la familia en Esamblika, la planta ensambladora de motos Italka Campañas de tips para la convivencia familiar Asistencia a partidos de futbol o estadios de los equipos de Azteca: Monarcas Morelia y Rojinegros del Atlas Concursos para participar, platicar, convivir con talento de Azteca Ventas especiales de boletos para eventos presentados en la Arena Cd. México Participación en colecta de juguetes para Juguetón y visitar estudios de Azteca Invitado Azteca para que puedan asistir en la producción en vivo de programas de Azteca
Grupo Elektra y los espacios de convivencia familiar	N/A	✓	<ul style="list-style-type: none"> Una fiesta de fin de año con rifas, comida, entretenimiento y diversión Todos los colaboradores pueden recibir un pavo de regalo en diciembre Se promueven y mantienen las tradiciones mexicanas regalando Roscas de Reyes y Pan de Muerto para los colaboradores, al igual que otras más en horarios laborales mientras no interrumpa las operaciones de la compañía Todos los colaboradores reciben como regalo de fin de año por parte de la empresa aparte de las de la ley como aguinaldo, chamarras o chalecos Para promoción de la cultura y usos adecuados de energía, se llevan a cabo semanas de proyecciones de cortometrajes en las oficinas centrales durante el horario de comida También para promocionar el hábito de la lectura, se creó la Ludoteca, círculos de lectura en donde existe una biblioteca para escoger libros, y que cuenta con el acceso a descuentos de libros a través de Circulo Editorial Azteca, iniciativa impulsada por Fundación Azteca y Proyecto 40 que tiene como objetivo la promoción de la lectura y la difusión de la literatura mexicana contemporánea
Otros	N/A	✓	<ul style="list-style-type: none"> Una fiesta de fin de año con rifas, comida, entretenimiento y diversión Todos los colaboradores pueden recibir un pavo de regalo en diciembre Se promueven y mantienen las tradiciones mexicanas regalando Roscas de Reyes y Pan de Muerto para los colaboradores, al igual que otras más en horarios laborales mientras no interrumpa las operaciones de la compañía Todos los colaboradores reciben como regalo de fin de año por parte de la empresa aparte de las de la ley como aguinaldo, chamarras o chalecos Para promoción de la cultura y usos adecuados de energía, se llevan a cabo semanas de proyecciones de cortometrajes en las oficinas centrales durante el horario de comida También para promocionar el hábito de la lectura, se creó la Ludoteca, círculos de lectura en donde existe una biblioteca para escoger libros, y que cuenta con el acceso a descuentos de libros a través de Circulo Editorial Azteca, iniciativa impulsada por Fundación Azteca y Proyecto 40 que tiene como objetivo la promoción de la lectura y la difusión de la literatura mexicana contemporánea



DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

Indicador GRI LA13

Los **derechos humanos** y la **igualdad de género** son una condición de primer orden para el desarrollo inclusivo de nuestro personal, esto no excluye las actividades que responden a las necesidades concretas de nuestros colaboradores, contribuyendo a acciones que fomenten la equidad de género. En 2014, el 57% de nuestros colaboradores eran hombres y el 43%, mujeres. Y, del total de nuestro capital humano, el 3% eran sindicalizados. La Compañía considera que sus relaciones laborales son buenas y, a través

de contratos colectivos rige la relación con los sindicatos, dichos contratos son revisados anualmente en materia de salario y cada dos años en materia de prestaciones.

En 2014, tuvimos **113 colaboradores que hablaban algún dialecto** y éstos laboraron en nuestros puntos de venta donde nuestros clientes no hablan español. Asimismo, dimos **oportunidades de empleo a 31 personas con capacidades diferentes**.

CAPACITACIÓN A COLABORADORES

Indicador GRI LA10, LA11, LA12, HR3

En Grupo Elektra la capacitación de nuestros colaboradores constituye una parte importante en la formación de destrezas y potencialización de sus habilidades, además de asegurar que el servicio al cliente sea el mejor.

La capacitación va dirigida a todos los niveles de la organización, desde un cajero hasta un director de negocio, todos ellos reciben una

» Hasta la fecha en CDI tenemos 432 cursos activos en la plataforma de Grupo Elektra «

descripción de sus responsabilidades e instrucción continua para ayudarlos a desarrollar las habilidades y conocimientos propios de su puesto, logrando con ello superación tanto personal como profesional.

Para lograrlo contamos con diversos mecanismos de desarrollo y capacitación como el Centro de Diseño Instruccional (CDI) donde un grupo de expertos define el modelo educativo considerando las necesidades del cliente. Además del área de Centro de Liderazgo que busca permear la filosofía y cultura organizacional del Grupo.

Hasta la fecha en CDI tenemos **432 cursos activos** en la plataforma de Grupo Elektra.

Actualmente trabajamos con una metodología de aprendizaje, el **Método Khan**, con el cual se logra en

un tiempo óptimo transmitir conceptos a través los diferentes canales de percepción.

Es preciso señalar que Banco Azteca cuenta con un extenso programa interno de capacitación y acreditación continua en el puesto. Dicho programa brinda los conocimientos y habilidades necesarios a los colaboradores para satisfacer los requerimientos en sus respectivos

puestos de trabajo, además de incluir los aspectos normados por las autoridades a fin de asegurar el cumplimiento de los requerimientos establecidos por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores. Adicionalmente, se les actualiza en la operación de nuestros productos, procedimientos y servicios bancarios.

Nuestros planes de capacitación para cada puesto están integrados por **cursos en línea y presenciales**, los cuales son su-

pervisados por el Jefe Directo y el Jefe Distrital dependiendo del puesto a capacitar.

Además contamos con un programa de inducción para empleados de nuevo ingreso, con el que se les enseñan actividades básicas para el puesto que van a desempeñar.

La capacitación en línea se complementa con el aula virtual que permite tener conferencias con el personal de nuestras sucursales para asegurar que los mensajes enviados son recibidos correctamente, así como también para recibir retroalimentación de las situaciones y circunstancias que se viven en las sucursales con nuestros clientes.

A través de esta herramienta se ha podido reaccionar de manera más rápida y efectiva a las necesidades del cliente. Además, ha permitido agilizar los procesos de capacitación e implementar las campañas de manera rápida y efectiva.

	Cursos activos	Porcentaje de aprobación de evaluación en cursos
Elektra Comercio	341	87%
Banco Azteca	91	96%



En lo que se refiere a los **derechos humanos** contamos con diversos cursos a través de los cuales capacitamos a nuestros empleados, entre los que se encuentran:

- Curso de valores
- Curso de "Honestel"

En referencia a **Honestel**, el curso consta de cuatro partes:

1. ¿Qué es Honestel?
2. Pilares y Principios de Honestel,
3. Recomendaciones para un reporte responsable,
4. ¿Cómo realizar un reporte de Honestel?

El curso está disponible para México, El Salvador, Guatemala, Honduras, Panamá, Perú y Brasil. La capacitación es de aproximadamente 30 minutos.

Honestel toma en cuenta las siguientes temáticas: acoso sexual, agresiones verbales, abuso de poder y confianza, desviación de recursos de la empresa, discriminación por sexo, religión, condición socioeconómica o preferencia sexual. De igual forma las quejas por conflictos

laborales, mal uso de los activos, robos a clientes, a la empresa, corporativos, tiendas, sucursales bancarias, hostigamiento e injusticias.

Es importante mencionar que el 100% de nuestros empleados reciben una evaluación formal de su rendimiento.

Además, contamos con **cursos enfocados al uso eficiente de los recursos naturales**. Dichos cursos están enfocados a la sensibilización de los colaboradores para disminuir su Huella de Carbono con simples cambios de hábito y a generar una responsabilidad ambiental dentro y fuera del trabajo.

Estos cursos son:

- Nuestra Responsabilidad
- Conciencia Ambiental y manejo de Recursos Sólidos
- Conciencia Ambiental y manejo eficiente de Agua
- Ahorro de Energía
- Buenas prácticas de Ahorro de Energía

CENTRO DE TRANSFORMACIÓN ORGANIZACIONAL

El Centro de Transformación Organizacional, busca llevar a cada uno de los rincones de la organización la visión de Ricardo B. Salinas y de diversos expertos para generar una transformación empresarial que fomente el desarrollo de los negocios de Grupo Salinas.

Con base en estos principios, en 2014 tuvimos los siguientes logros:

- Se impactó a 10,300 colaboradores que asistieron a talleres para el desarrollo de habilidades en liderazgo y "management".
- Permear la estrategia global de Grupo Salinas a 23 estructuras organizacionales a través de siete pasos:

- Comprensión de Estrategia, Descripción, Aprobación de estrategia por negocio de Ricardo B. Salinas, Organigrama de ejecución, Comunicación (permear estrategia a todos los niveles), Auditorías y Mejora Continua. Se invirtieron 3,001 horas.

- Se realizaron sesiones de diagnóstico o syndags a 14 áreas clave de la empresa con el objetivo de detectar problemas estratégicos y/o operativos. Derivado de esto, se crearon 35 equipos de trabajo que entregaron propuestas que fueron realizadas de manera exitosa. El tiempo invertido en capacitación y talleres fue de 2,226 horas.

- Adicionalmente, a partir de 2013 se extendió la capacitación del programa **Soy Ganador** a Plantel Azteca. Para conocer más de este programa, ver la sección de Apoyo a la Comunidad.



HONESTEL
cuidemos lo nuestro

Inicio Artículos Casos ¿Cómo funciona? Pilares Principios Recomendaciones para tu reporte ¿Cómo realizar mi reporte? Valores

Recomendaciones para tu reporte

Tu colaboración es muy importante, valoramos la confianza que depositas en nosotros y estamos para ayudarte. Si detectas alguna anomalía reporta los hechos, datos concretos y verdaderos, en tiempo y por cualquiera de los medios que Honestel pone a tu disposición.

Recordando que la confidencialidad comienza por uno mismo, sé discreto y no comentes que has levantado un reporte, si tu reporte es anónimo procura proporcionarnos un medio de contacto para poder establecer comunicación contigo en caso de que sea necesario.

Ver video

Recomendaciones para un Reporte Responsable

- 1.- Honestidad
- 2.- Responsabilidad
- 3.- Certeza
- 4.- Precisión
- 5.- Medios
- 6.- Contacto
- 7.- Información
- 8.- Discreción

Coloca el cursor en cada una de las recomendaciones para ver su detalle

Informar es de responsabilidad. Contacta la nuestra.

DENUNCIA ESTOS ACTOS AQUÍ honestel@gruposalinas.com 01 800 040 1717 / Ext:58817 / lusecell: *Honestel

800-1080 1-801-1311111 0800-0888 800 226433398 800-7034 0800-7222444 8000518390



APOYO A LA COMUNIDAD

Indicador GRI EC8, EC9, 4.12, S010

EDUCACIÓN FINANCIERA

En materia de educación financiera tenemos el proyecto **'Aprende y Crece'** que se detalla a continuación.

¿Qué es Aprende y Crece?

Es el **Programa de Educación Financiera y Micronegocios de Banco Azteca** que tiene como objetivo enseñar a la población el buen manejo de las finanzas personales, fomentar el aprendizaje continuo para la toma de decisiones financieras informadas, y promover una cultura emprendedora con el asesoramiento necesario para hacer exitosos los micronegocios.

¿Quién se ha beneficiado?

Niños:

Con las **funciones de teatro educativo de "La Familia Luchón"** con su eslogan 'Ahorrar queremos, gastar no sabemos', se enseña a los niños la importancia del ahorro de una manera divertida y didáctica.

Mujeres:

Para mujeres y emprendedores se llevaron a cabo **Cine-Debates**, en los cuales se enseñan **estrategias para iniciar un negocio, administrar sus ingresos y las finanzas personales**.

Jóvenes:

Se impartieron talleres en diversos planteles del CONALEP, con el propósito de proporcionar a los jóvenes estudiantes conocimientos para la toma de decisiones financieras informadas, así como las reglas para hacer un presupuesto y un buen uso de los instrumentos financieros.

¿Qué sigue?

Metas para Niños, Jóvenes y Adultos:

Se construyó una página de educación financiera para niños, jóvenes y adultos en la que se explicará el **ABC de las finanzas personales** y también tendrá contenidos de **educación ambiental**.

Compromiso:

Educar a través de diversos medios con materiales educativos, innovaciones tecnológicas, programas de televisión, internet y eventos en todo el país. Además, con el fin de lograr un mayor impacto, sumamos esfuerzos a través de alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas, autoridades financieras y académicas entre las que destacan:

Alianzas:

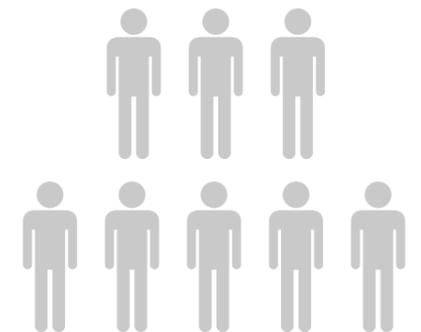
Sumamos esfuerzos a través de alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas, autoridades financieras y académicas entre las que destacan: **CONDUSEF, INADEM, CONALEP, Fundación Azteca, BID, ABM** y muchas más.

Beneficiados:

Hasta el momento hemos capacitado a **18,500 personas** en **40 diferentes eventos** a lo largo de la República Mexicana.

De este modo, contribuimos a elevar la calidad de vida de niños y adultos, sobre todo, la de aquellos que han sido excluidos del sistema financiero tradicional.

40
eventos



18,500 personas



APOYO A LA COMUNIDAD

Indicador GRI EC8, EC9, 4.12, S010

CENTRO DE LIDERAZGO

Adicionalmente, a partir de 2013 se extendió la capacitación del programa **Soy Ganador** a Plantel Azteca. Este programa busca empoderar a los individuos, liberar su potencial para que logren metas en su vida personal y profesional.

Soy un ganador hasta la fecha ha logrado:

- o Capacitar a 2,900 alumnos y 2,850 padres de familia
- o 1,826 horas invertidas en capacitación
- o Certificar a 57 profesores

ITALIKA CUIDA LA VIDA DE SUS CLIENTES

Italika de Grupo Elektra demuestra responsabilidad social hacia sus clientes impartiendo cursos gratuitos de manejo de motocicletas, así como regalando cascos en cada compra de una Italika. De esta manera, se reduce el número de accidentes mortales y se promueve una conducción responsable.



FERIA VERDE DE GRUPO SALINAS

La Dirección de **Energía y Medio Ambiente** de Grupo Salinas, por segundo año consecutivo organizó la Feria Verde en las instalaciones del corporativo. El evento tiene dos finalidades:

- Concientizar a los colaboradores sobre un estilo de vida más amigable ambientalmente al presentar proveedores que ofrecen productos naturales, orgánicos, reciclados o reutilizando materiales.
- Apoyo a pequeños productores y al comercio local, ayudándolos a darles exposición y establecer su negocio a largo plazo como parte de las acciones de responsabilidad social del Grupo. Así, año con año mejoramos nuestra relación con la comunidad.

La Feria Verde se basa en un modelo ganar-ganar pues nuestros colaboradores pueden obtener un producto de calidad con un descuento, y el proveedor incrementa su volumen de ventas durante los días que dura la Feria, que además no tiene ningún costo para ellos. En el 2014 tuvimos 40 proveedores, duplicando la cifra del año anterior, una afluencia mayor a 1,000 personas y retroalimentación positiva vía correo electrónico de 50 asistentes.

FUNDACIÓN AZTECA

Indicador GRI EC8, EC9, 4.12

En Grupo Elektra estamos comprometidos con el bienestar de las comunidades en que operamos. Por ello, hemos llevado a cabo una serie de actividades a través de **Fundación Azteca** para alinearnos a nuestra meta de compromiso social. Estamos transformando social y ambientalmente a México y los países donde operamos: Estados Unidos, Guatemala, El Salvador y Perú. Enseguida encontrará algunas iniciativas relevantes de Fundación Azteca, entre muchas otras.



Movimiento Azteca

Campaña en donde la televisora presta su tiempo aire a organizaciones de la sociedad civil para promover causas nobles.

83 ediciones, más de 1 millón de personas beneficiadas.



Plantel Azteca

Es la única escuela mixta privada en México gratuita, a nivel de secundaria y bachillerato.

Están becados 2,400 alumnos y se han graduado más de 8,386 alumnos con promedio superior a 8.5



Orquestas Sinfónicas Esperanza Azteca

Red nacional de orquestas sinfónicas y coros que brinda a niños y jóvenes de escasos recursos una mejor calidad de vida.

80 orquestas sinfónicas y coros; 16 mil niñas, niños y jóvenes beneficiados, con la instrucción de 1,280 maestros.



Becas Generación Bicentenario

En el marco del Bicentenario de la Independencia de México brindamos, a las 1,000 niñas y niños más brillantes del país, un apoyo mensual durante toda su preparación educativa.



El Juguetón

La campaña de recolección de juguetes más grande del mundo, recibió y entregó en 2014 más de 16 millones de presentes en el Día de Reyes a niños necesitados.



Limpiemos nuestro México

Movimiento voluntario de limpieza más grande de México: ¡Tirar basura es inaceptable!

6a edición: más de 8 millones 500 mil voluntarios, recogimos más de 42 mil toneladas de basura



Red Social Azteca Donativo Hormiga

Brindamos aparatos electrodomésticos y computadoras, a las organizaciones que precisan este tipo de ayuda.

9 ediciones, 600 instituciones de Red Social Azteca, más de 9,600 artículos, con valor de Ps.13.5 millones.



¡Que viva la Selva Lacandona!

Promovemos la conservación y sensibilizamos a la sociedad.

10 ediciones. Más de 430 niños han visitado la Selva Lacandona. Se han recibido más de 40 mil dibujos por año.



Parteras Profesionales

Entregamos becas de estudios y manutención a mujeres indígenas o campesinas para que estudien la carrera técnica de Parteras Profesionales.





Bancomunidad Azteca

Contribuimos en la lucha para superar la pobreza de mujeres marginadas, brindándoles microcréditos.

Ps. 15 millones (acumulados) en microcréditos. 4,600 mujeres de escasos recursos. Más de 8,000 beneficiados indirectos.



Vive

Informamos sobre el daño causado por las adicciones.

16 años, 445 mil personas sensibilizadas, 4 millones 550 mil llamadas atendidas en nuestro centro de orientación.



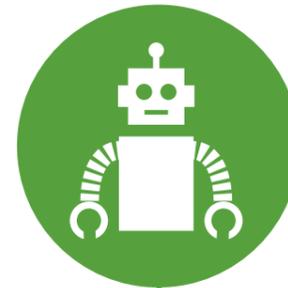
Proyectos Productivos Sociales

Impulsamos y fortalecemos los proyectos productivos sostenibles como plantación de árboles de navidad, amaranto, creación de artesanías e invernaderos en diferentes regiones del país.



Autoconstrucción de Viviendas

Tras el paso de los fenómenos meteorológicos Ingrid y Manuel por México en septiembre del 2013 hemos impulsado el proyecto de autoconstrucción de vivienda para brindar un techo digno a familias necesitadas.



Robótica

Somos patrocinadores fundadores de concursos y campeonatos locales e internacionales de robótica desde el 2012.



Escuela Nueva

Transformamos la acción educativa de las escuelas, adecuando el modelo pedagógico de Escuela Nueva para el mejoramiento de la calidad de la educación básica en Puebla, México, generando mejoras en la calidad de la educación básica.

20 escuelas y 43 docentes impactarán a casi 5,000 niños.



Tiempo de Ayudar

Impulsamos el compromiso y generosidad de los diferentes actores sociales del país para actuar en etapas de emergencia, recuperación y reconstrucción tras desastres naturales, tales como: inundaciones, huracanes y terremotos, entre otros



Agua para Todos

Brindamos opciones para potabilizar el agua: como polvo purificador en sobre para 10 litros o filtros comunitarios



Ciudades Rurales

Con este programa impulsamos la estrategia de política pública integral para combatir los altos índices de marginación y pobreza de comunidades dispersas.

En el 2007, se construyó la Primera Ciudad Rural Sustentable "Nuevo Juan del Grijalva."



COMPETITIVIDAD Y LIBERTADES



Grupo Salinas fortaleció las actividades de **Kybernus** (www.kybernus.org), programa que busca formar líderes políticos y sociales, a través de una cultura basada en valores, para contribuir a alcanzar las metas que el país requiere y generar un mejor porvenir para todos.

El año 2014 ha sido el de mayor crecimiento para esta iniciativa, y actualmente cuenta con **892 participantes**, comparado con 500 hace un año,

Actualmente cuenta con 892 participantes, comparado con 500 hace un año, y tiene presencia en 22 estados en México.

y tiene **presencia en 22 estados** en México, a partir de 12 al cierre de 2013.

Así mismo, se patrocinó **La Ciudad de las Ideas** (www.ciudaddelasideas.com), que con el tema Change the World reunió este año a decenas de **mentes brillantes de talla internacional** en la ciudad de Puebla, que presentaron ideas de vanguardia a miles de asistentes. También se apoyó a **Caminos de la Libertad** (www.caminosdelalibertad.com), que a través de concursos de ensayos y otras actividades, **provocó la reflexión sobre el valor que tiene la libertad**. Además de premios por ensayos relevantes, se otorgó el reconocimiento Una Vida por la Libertad a Niall Ferguson, historiador escocés, por sus ideas a favor del progreso de las sociedades en un entorno de libertad.



PROVEEDORES

Indicador GRI 4.11, EC2, EC6, EN1, EN2, PR1, PR3

CADENA DE VALOR Y NUESTRA RESPONSABILIDAD SOCIAL

En Grupo Elektra, la cadena de valor forma parte importante de nuestra filosofía y valores, por esta razón Central de Compras de la compañía desarrolló **políticas institucionales y manuales de procesos** que garantizan la transparencia en los procesos de contratación de proveedores, así como su honestidad y la de nuestros compradores, además se cuenta con un Decálogo del Comprador.

Nuestra cadena de valor también impulsa el uso de productos sustentables al desarrollar una política denominada **Sello de Energía**, que asegura que todos los equipos de **iluminación, aires acondicionados y control térmico** que se adquieran en el Grupo, cumplan con altos estándares de eficiencia energética, logrando:

- Garantizar la mejor relación costo - beneficio
- Apoyar la estandarización de las instalaciones que se realizan y el resultado final de las mismas
- El respaldo de los productos por contratos oficiales
- Garantizar la disponibilidad de refacciones
- Precios fijos durante la duración del contrato (no se afectan por variaciones externas)

<https://proveedores.gruposalinas.com/apps/inicio/modulos/Bienvenida/Decalogo.html>



De igual manera, en 2014 se estableció una alianza con la Asociación Nacional de Normalización y Certificación del Sector Energético (ANCE) con la finalidad de elevar los estándares de calidad de los productos que ofrecen nuestros proveedores. A través de ello:

- Certificamos que los productos que se instalen en Grupo Elektra, cuenten con la mejor **calidad en eficiencia energética**.
- **Garantizamos** que los productos y proveedores, estén **avalados, estandarizados y certificados** por una institución oficial y de gran prestigio a nivel nacional.
- Somos una empresa **responsable y transparente** en sus procesos de implementación de normativas y evaluaciones técnicas.

NOTA IMPORTANTE PARA NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

En el contrato con proveedores, se incluye la siguiente leyenda:

SÉPTIMA.- DECÁLOGO DEL COMPRADOR Y HONESTEL. A fin de mantener una sana relación comercial con sus proveedores, ELEKTRA ha instituido un Código ético aplicable a los empleados de ELEKTRA que tengan relación con PROVEEDORES (en lo sucesivo el "DECÁLOGO DEL COMPRADOR" o "DECÁLOGO"), mismo que se encuentra publicado en el portal de internet. Asimismo, en aras de detectar las violaciones al DECÁLOGO, ELEKTRA pone a disposición del PROVEEDOR el HONESTEL, que consiste en una página web donde el PROVEEDOR de manera confidencial podrá informar cualquier violación al DECÁLOGO o actos que en su opinión afecten la relación comercial con ELEKTRA, ó proponer ideas de cómo mejorar la relación comercial en alusión.



MEDIO AMBIENTE

Indicador GRI 4.7, EC2, EN1, EN2



Gracias a la aplicación de estas medidas, Banco Azteca a través de la Dirección de Planeación Fiscal, obtuvo en 2009 diversos certificados, los cuales han sido renovados en el 2015.

"Certificado de Calidad Ambiental" otorgado por la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente en el 2009.

"Certificado de Cumplimiento Ambiental" otorgado por la Secretaría del Medio Ambiente del Gobierno del Distrito Federal.

Descargar la guía:
www.gruposalinas.com/guiaes

En Grupo Elektra creemos que nuestros valores de honestidad, lealtad y respeto deben ejecutarse. Por ello estamos comprometidos con los grupos de interés a transmitir educación y a realizar acciones que ayuden a la conservación del entorno.

A través de la dirección de **Energía y Medio Ambiente**, en Grupo Elektra planeamos y desarrollamos las acciones que llevamos a cabo en materia ambiental. Es importante mencionar que hemos sido clasificados como una empresa de bajo impacto global al cambio climático. Esto se debe a que la Compañía obtiene aproximadamente dos terceras partes de su volumen de negocios de actividades financieras. Para no afectar el desarrollo de generaciones futuras, nos enfocamos al ahorro y eficiencia energética, a la gestión integral de desechos, al bajo consumo de agua y a la reducción de emisiones.

Durante 2014 se hizo una campaña de refuerzo de conciencia ambiental en los edificios corporativos. Ello consistió en colocar calcomanías con mensajes de ahorro de recursos en diversos sitios (etiquetas de ahorro de energía junto a apagadores, de ahorro de papel de baño y toallas de manos, ahorro de agua en los lavabos, etc.)

Además, constantemente se suben a portales internos y se publican en nuestras revistas consejos para ayudar a la conservación del ambiente, recordatorios de los días mundiales de la Tierra, Agua y Medio Ambiente, así como entrevistas a nuestros socios que promueven el cuidado de los recursos naturales ya sea hacia dentro del Grupo o de manera externa en su vida diaria.

DESEMPEÑO AMBIENTAL

A continuación compartiremos los logros que hemos tenido en cada uno de los rubros de cuidado ambiental dentro del Grupo.



MATERIALES

GRI EN1

Aunque somos un Grupo con un bajo impacto ambiental, esto no nos exime de la adquisición de materiales para llevar a cabo nuestras operaciones –principalmente del consumo del papel.

¿Qué hicimos?

Con el fin de reducir nuestra huella de carbono, en Banco Azteca **todos los archivos de los clientes se llevan de manera digital**, evitando el uso innecesario de papel para fotocopias.

Durante el 2014 se realizó un programa de **reemplazo de impresoras** propias por arrendamiento, así como personales por otras de uso común, lo que buscó reducir el consumo de papel y tonner en la empresa.

¿Qué metas tenemos?

Al día de hoy continuamos trabajando en la cuantificación de su uso para desarrollar iniciativas para disminuir consumos.



ENERGÍA

GRI EN3, EN4, EN5, EN18, EN29

En Grupo Elektra contabilizamos el consumo directo de energía eléctrica que se genera a partir de las operaciones realizadas dentro de nuestras instalaciones.

¿Qué hicimos?

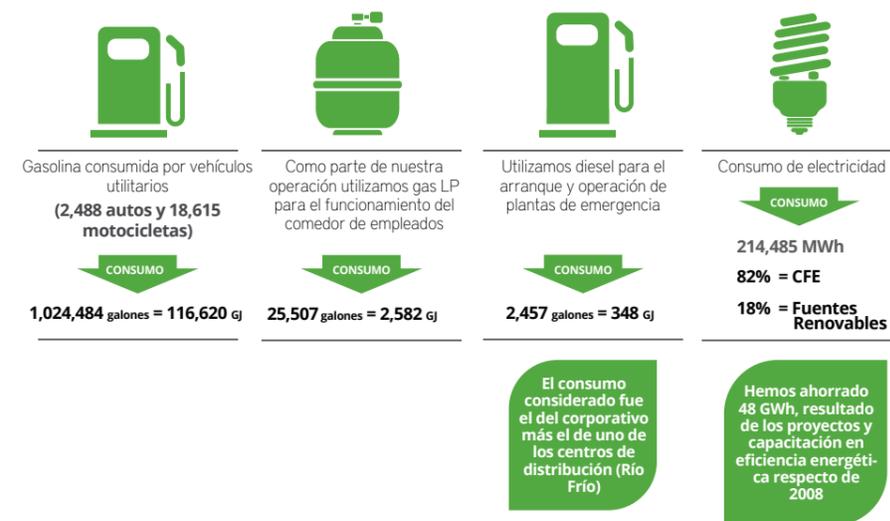
Se estableció un **Sistema de Monitoreo y Gestión de la Energía**, el más grande en México, donde se realiza un análisis en tiempo real del consumo de energía de los inmuebles de las diferentes empresas del Grupo. Dentro de nuestra política de ahorros contamos con la inclusión de medidas del ahorro de energía en los manuales de procesos operativos de nuestros puntos de venta. Para cada uno de los puestos, existe una supervisión de cumplimiento de políticas por auditores operativos en tiendas, así como promoción y capacitación en ellas.

Además, en 2014, calculamos nuestro consumo de energía proveniente de fuentes primarias. Así, determinamos que este consumo se debió principalmente al uso de gasolina para vehículos administrativos y operativos. No obstante, el transporte de nuestros productos lo realizan en su mayoría, proveedores externos, por lo que no medimos el impacto ambiental que se genera por la distribución de los mismos.

¿Qué metas tenemos?

En Grupo Elektra nos hemos esforzado por **mejorar la eficiencia energética** en las operaciones, y estos esfuerzos se plasman **desde los edificios corporativos hasta cada uno de nuestros puntos de venta**, debido a que además de tener un impacto en costos, el consumo energético tiene un impacto directo para combatir el cambio climático. De esta forma en Grupo Elektra contribuimos al cuidado del medio ambiente y hacemos frente al efecto contaminante y al agotamiento de combustibles fósiles.

2014



	GRUPO ELEKTRA			Ahorro	Emisiones (Evitadas por el Ahorro de Energía)
	Comisión Federal de Electricidad	Renovables	Total consumo		
	MWh	MWh	MWh	MWh	TON CO2
Consumo 2012	187,264	15,319	202,584	42,760	22,804
Consumo 2013	171,582	39,559	211,142	44,612	23,792
Consumo 2014	175,639	38,847	214,485	48,931	26,095

*:Los ahorros se calculan conforme a la línea base de 2008.

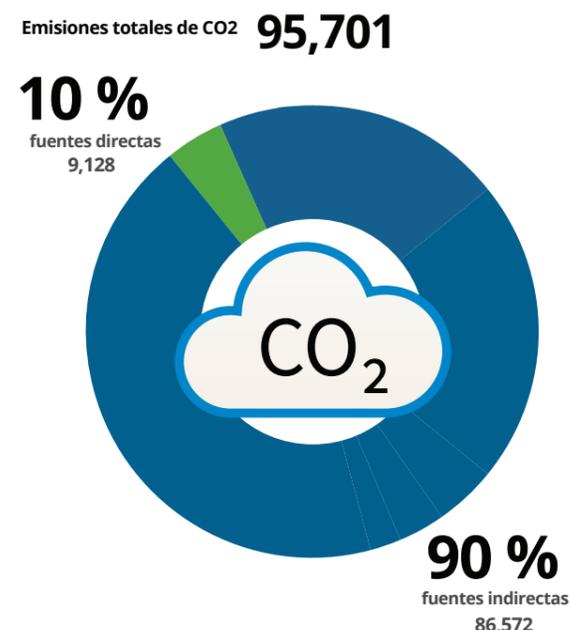
HUELLA DE CARBONO

GRI EN16, EN17

Debido a la naturaleza de nuestro negocio, las emisiones directas de Grupo Salinas son aquellas generadas por el transporte de productos –mismas que no se cuantifican por ser servicios subcontratados.

¿Qué hicimos?

Cuantificamos las emisiones del corporativo y de uno de nuestros centros de distribución provenientes del uso de plantas de emergencia y gas LP en el comedor. Además, constantemente hacemos conciencia través de nuestras políticas ambientales con el objetivo de reducir las emisiones de CO₂ a la atmósfera.



¿Qué metas tenemos?

Desde que se hizo la medición de la línea base de consumo energético y emisiones en el 2008, se estableció **una meta de reducir la emisión en 200,000 ton CO₂ eq. para el 2021**. A la fecha, contamos con la siguiente tabla que refleja nuestros avances en este sentido:

Emisiones evitadas por el ahorro de energía

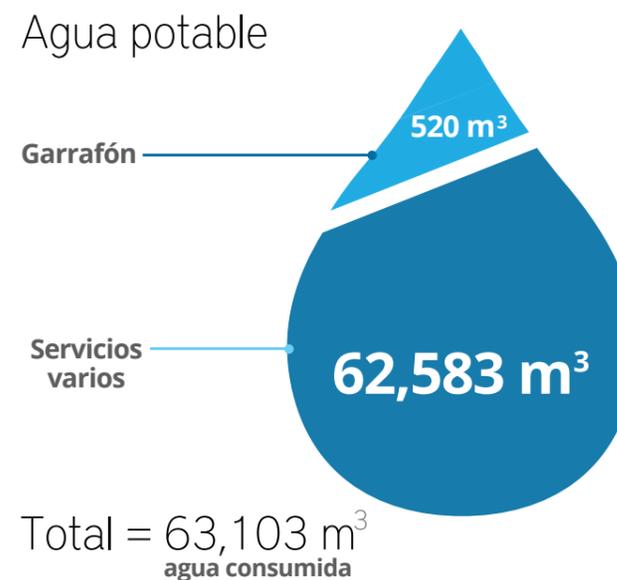
Año	Emisiones evitadas por año (Ton CO ₂)	Emisiones evitadas acumuladas (Ton CO ₂)	Porcentaje respecto a la meta
2009	6,832		3.4%
2010	20,323	27,155	13.6%
2011	22,287	49,442	24.7%
2012	26,480	75,922	38.0%
2013	31,456	107,378	53.7%
2014	30,566	137,944	68.9%

Para el 2014 las emisiones totales de CO₂ cuantificadas fueron 95,701 de las cuales 9,128, 10% son de fuentes directas y 86,572, 90% de fuentes indirectas. Las emisiones indirectas de la organización están relacionadas a la producción de energía eléctrica adquirida. La cuantificación se ha hecho a partir de los factores de conversión publicados por el Panel Intergubernamental sobre el Cambio Climático la (IPCC).

AGUA

GRI EN8, EN9, EN10, EN21

En Grupo Elektra reconocemos la importancia del cuidado del agua, por lo que durante 2012 emprendimos diversas iniciativas en pro de su cuidado.



En el corporativo de Grupo Elektra se consumieron 62,583 m³ de agua potable para ser utilizada en servicios varios, además de 520 m³ de agua de garrafón para beber, dando un total de 63,103 m³ de agua consumida. Este consumo fue estimado a partir de los pagos a proveedores de servicio de agua por sucursal, usando el factor de conversión (precio/m³) utilizado para las oficinas corporativas.*

¿Qué hicimos?

En Grupo Elektra toda el agua que utilizamos es obtenida por los proveedores del servicio municipal. Y, esos servicios municipales están regidos por la Ley de Aguas Nacionales que establece que la captación de las diferentes fuentes debe ser balanceada para mantener el equilibrio hidrológico, y de esta forma ninguna fuente de agua en particular se vea afectada por la captación de la misma.

Las descargas de agua las realizamos por medio de la infraestructura municipal. El destino y tratamiento final de estas aguas es determinado por los gobiernos locales; no existen procesos de producción que generen efluentes tóxicos más allá de lo generado en áreas domiciliarias, por lo cual ninguna descarga de agua afecta directamente a la biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados.



» Aunque, la organización no cuenta actualmente con programas para la reutilización y reciclado de agua, sí tenemos campañas de concientización interna sobre su cuidado. «

*Cabe mencionar que el precio por m³ varía por ubicación y proveedor.

RESIDUOS

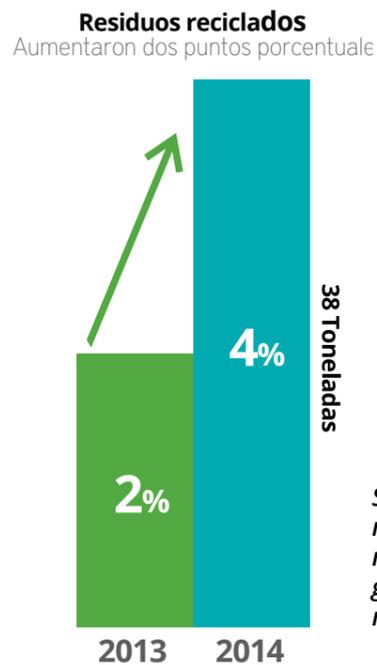
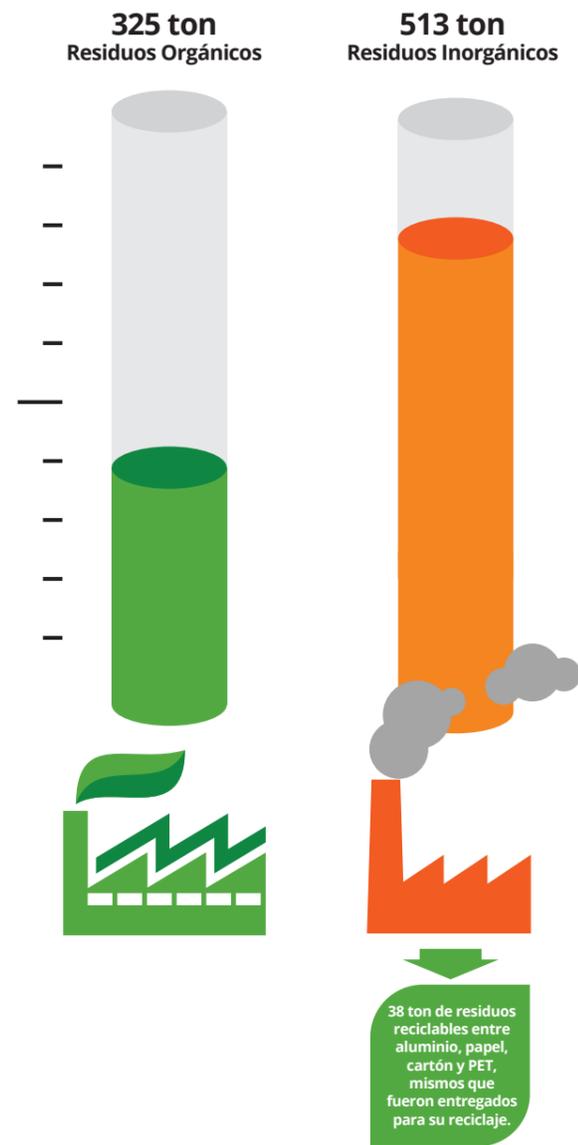
GRI EN22, EN28

Debido a las características de nuestro negocio la mayor parte de los residuos que generamos son catalogados como no peligrosos. De acuerdo con los registros, se generó un total de 7,929 kg de residuos peligrosos.

¿Qué hicimos?

Contamos con registros que determinan que alcanzamos una cantidad de **325 toneladas de residuos orgánicos y 513 toneladas de residuos inorgánicos no reciclables**. Además se generaron 38 toneladas de residuos reciclables entre aluminio, papel, cartón y PET, mismos que fueron entregados para su reciclaje -lo cual representa un **4% de residuos reciclados** del total del volumen generado, un **incremento del 2% respecto al 2013**.

Adicionalmente, los socios de Grupo Elektra participan de manera **voluntaria** en el programa anual de recolección de basura Limpiemos Nuestro México, mismo que se describe a detalle en la sección dedicada a Fundación Azteca.



Se reciclaron 38 toneladas lo cual representa un 4% de residuos reciclados del total del volumen generado, un incremento del 2% respecto al 2013.

BIODIVERSIDAD

GRI 4.12, EN11, EN12, EN13, EN14, EN25

Las operaciones de Grupo Elektra no tienen impacto significativo sobre la biodiversidad. Sin embargo, nos preocupamos por el cuidado del medio ambiente y los recursos naturales.

CUIDADO DE LA BIODIVERSIDAD



Implementamos, en alianza con Fundación Azteca, un programa orientado a sensibilizar acerca del cuidado y conservación de la biodiversidad, involucrando en ellos a nuestros colaboradores, sus familias y la sociedad en general.

CONCURSO DE DIBUJO



¡QUE VIVA LA SELVA LACANDONA!

El programa y los resultados se describen en la sección dedicada a Fundación Azteca

DATOS GENERALES

Los datos del 2014 en materia ambiental para Grupo Elektra son los siguientes:

Rubro	Consumo/Generación	Ahorro/Reciclaje
Agua*	63,103 m ³	
Papel*		Estimado 90% reciclado
Energía**	175,639 MWh	48.9 MWh
Autoabastecimiento**	38.8 MWh	
Residuos sólidos*	325 ton orgánicos 551 ton inorgánicos 8 ton peligrosos	38 ton reciclaje

* Resultados para inmueble corporativo

** Resultados para todo Grupo Elektra

Además de los resultados presentados en la tabla anterior, es importante compartir que tenemos **reconocimiento nacional** en esta materia ya que hemos sido invitados a compartir nuestra experiencia y mejores prácticas en diversos foros de eficiencia energética organizados por instituciones como CONUEE, COMPITE, SENER.

ACCIONES Y ALIANZAS

Indicador GRI EN6, EN7, EN26

A mediados de 2008, Grupo Salinas creó un área especializada en eficiencia energética y sustentabilidad cuyo objetivo es reducir el impacto ambiental de la compañía, generar una mejora en la gestión energética de la organización y transformar al Grupo en una entidad aún más sustentable, logrando así ser más competitivos en los mercados globales.

Como parte de un programa marco institucional, Grupo Salinas ha implementado diversas estrategias, que buscan de manera ordenada y permanente el **ahorro de energía y el cuidado del medio ambiente**. En este sentido, nos hemos enfocado en las siguientes líneas de acción:

- Implementación de programas de ahorro de energía y mejora ambiental.

- Campañas de concientización ambiental internas y externas. Capacitación puntual a colaboradores a través de cursos, talleres y conferencias.
- Monitoreo, seguimiento y control energético.
- Educación y capacitación en temas ambientales y uso eficiente de la energía.
- Implementación de nuevas tecnologías que ayuden al ahorro y eficiencia energética.
- Desarrollo e implementación del Sistema de Indicadores Ejecutivos de Energía (SITEN) que ayuda en la identificación de responsables en las variaciones de demanda eléctrica.
- Creación del "Sello de Ahorro de Energía", a través de la cual se evalúa y verifica que todos los equipos comprados a proveedores en materia de energía cuenten con las tecnologías más sustentables del mercado.

ALIANZAS

En el año 2013, la Cooperación Alemana al Desarrollo (GIZ) y Grupo Salinas (GS) pusimos en marcha una Alianza Público Privada (APP) con el objetivo de sensibilizar y capacitar a la población mexicana, de bajos recursos y nivel socioeconómico medio, en el **ahorro y uso eficiente de la energía**. Dicha alianza vincula la experiencia técnica y la capacidad para el diseño de mecanismos de promoción, sensibilización y capacitación de la GIZ, con la infraestructura de GS para alcanzar directamente a nuestro público meta. Tenemos la capacidad de llegar al 32% de la población del país.

Nuestra iniciativa es pionera en México ya que incorpora el enfoque de **género** en una temática tradicionalmente masculinizada: el ahorro y uso eficiente de la energía, y busca llegar a toda la población, especialmente a las mujeres mexicanas.

Los resultados de esta alianza comenzaron a verse a partir del 2014. A continuación se enlistan los logros:

- **Diagnóstico de Género y Energía:** Este diagnóstico nos permitió conocer los hábitos de consumo, conocimiento y expectativas de hombres y mujeres en materia de energía y en particular sus hábitos de ahorro y uso eficiente de la misma, con el fin de establecer las necesidades de capacitación y estrategias de sensibilización diferenciadas por sectores.

Uno de los principales hallazgos de este estudio es que las mujeres tienen un gran interés en conocer más acerca de la energía y cómo usarla eficientemente, así como voluntad de participar en iniciativas de este tipo. También se determinó que los niños y las niñas son los principales derrochadores de energía en casa, razón por la cual esta iniciativa cuenta con mensajes y acciones dirigidas específicamente a estos grupos.

- **Cápsulas de difusión:** Son cápsulas animadas que contienen información acerca de la importancia y los beneficios de ahorrar energía y usarla de forma eficiente. Estas cápsulas buscan llegar a mujeres y hombres de la clientela de GS, y se transmiten en pantallas de sus sucursales bancarias y tiendas.

- **Talleres de sensibilización:** Hemos impartido cinco talleres de sensibilización sobre género y energía en los que han participado cerca de 100 personas, incluyendo personal de la agencia de publicidad de GS.

- **Cursos en línea:** Diseñamos dos cursos en línea, uno acerca de energía y otro de buenas prácticas para su ahorro y uso eficiente, dirigidos al personal del corporativo y de las tiendas de GS. Estos cursos han sido completados por 26,000 y 23,000 personas respectivamente.

- **Capacitación a personal de ventas:** Hemos capacitado a 15 vendedoras y vendedores de ocho tiendas Elektra en materia de ahorro y uso eficiente de la energía con enfoque de género. Los conocimientos adquiridos les permitirán asesorar de mejor manera a su clientela en cuanto a la adquisición y el uso correcto de equipos eficientes.

- **Publicación de Guía de Buenas Prácticas:** Esta guía tiene como objetivo empoderar a las personas para que realicen acciones simples de ahorro y uso eficiente de la energía en su vida cotidiana, aún sin conocimientos previos en la materia. Adicionalmente busca dar a conocer los beneficios económicos, sociales y ambientales de dichas acciones. A la fecha se han distribuido 4,500 ejemplares de la guía.

- **Días del ahorro de Energía:** Los Días del Ahorro de Energía (DAE) son actividades de sensibilización que se han llevado a cabo en distintas sedes del corporativo de GS, en tiendas Elektra y en el Plantel Azteca. Su objetivo es brindar un espacio donde las personas puedan informarse y reflexionar acerca de sus hábitos de consumo de energía. A la fecha se han realizado 13 DAE en los cuales participaron cerca de 4,500 personas incluyendo mujeres y hombres, niños y niñas.



CERTIFICACIONES

Durante 2014, se contrató a Moisés Lino, un consultor en **eficiencia energética, energías renovables y cambio climático** quien actuó como perito auditor en la materia para verificar la correcta implementación de los proyectos y los ahorros reportados por la Dirección de Energía y Medio Ambiente.

Además, Banco Azteca participó en la medición de emisiones para los agremiados de la ABM, llevada a cabo por KPMG México. De este modo se tiene certeza que las **emisiones contabilizadas** son las correctas.



ASOCIACIONES CON LAS QUE SE RELACIONA

GRUPO ELEKTRA

Indicador GRI 4.13



- Bolsa Mexicana de Valores (BMV)
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV)



- Asociación de Bancos de México (ABM)
- Unión de Instituciones Financieras Mexicanas (UNIFIM)
- Asociación Mexicana de Intermediarios Bursátiles (AMIB)
- Buró de Entidades Financieras
- Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF)
- Banco de México
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV)
- Secretaria de Hacienda y Crédito Público (SHCP)



- Asociación de Servicios Financieros de la Comunidad en América (CFSA)



- Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros (AMIS)
- Unión de Instituciones Financieras Mexicanas (UNIFIM)
- Buró de Entidades Financieras
- Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF)
- Banco de México
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV)
- Secretaria de Hacienda y Crédito Público (SHCP)



- Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (CONSAR)
- Asociación Mexicana de Afores (AMAFORE)
- Unión de Instituciones Financieras Mexicanas (UNIFIM)
- Buró de Entidades Financieras
- Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF)
- Banco de México
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV)
- Secretaria de Hacienda y Crédito Público (SHCP)



- Asociación Mexicana de Intermediarios Bursátiles (AMIB)
- Unión de Instituciones Financieras Mexicanas (UNIFIM)
- Buró de Entidades Financieras
- Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF)
- Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV)
- Banco de México
- Grupo Bolsa Mexicana de Valores
- Secretaria de Hacienda y Crédito Público (SHCP)

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS

Indicador GRI 2.10

2014

01 IPC SUSTENTABLE DE BOLSA MEXICANA DE VALORES

Grupo Elektra pertenece por segundo año consecutivo, al IPC Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV).



02 EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

Italika como parte de Grupo Elektra fue reconocido como Empresa Socialmente Responsable (ESR), distintivo que otorga el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI).



03 GREAT PLACE TO WORK

Great Place to Work® Institute, entregó a Banco Azteca Guatemala el certificado que lo ubica en el ranking de las empresas centroamericanas que destacan por ofrecer las mejores condiciones laborales a sus empleados.



04 MARCA MÁS VALIOSA EN SECTOR RETAIL LATINOAMÉRICA

Interbrand, posiciona a Grupo Elektra en el lugar 18 de 25 como una de las mejores marcas mexicanas y en la posición número cuatro como una de las marcas más valiosas del sector *retail* en Latinoamérica.



05 RECONOCIMIENTO INTERNACIONAL MAERSK/DAMCO

Grupo Maersk/Damco, líder mundial en transportación y logística, reconoció internacionalmente a las empresas de Grupo Salinas, por su gran solidez, seriedad y profesionalismo, lo que ha contribuido a consolidar una alianza estratégica de más de ocho años entre las dos firmas.



2013

01 CORPORATE CITIZEN AWARD

The Corporate Citizen Award a través de la revista británica The New Economy, reconoció a Grupo Elektra por su liderazgo en acciones a favor del medio ambiente y la sociedad



02 BEYONDBANKING 2012 & 2013

Banco Azteca recibió el premio beyondBanking (2012 y 2013), en la categoría equalBanking, otorgado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) por su apoyo a la diversidad y la igualdad de género en el otorgamiento de servicios financieros a la base de la pirámide, pero en especial por fomentar el empoderamiento de la mujer empresaria en Brasil, El Salvador, Guatemala, México y Perú.



03 RECONOCIMIENTO POR INNOVACIÓN EN TECNOLOGÍA

Information Week México otorgó reconocimiento al área de sistemas de Banco Azteca por innovación en tecnologías de la información por su proyecto de búsqueda por huella digital.



2012

01 PREMIO NACIONAL DE AHORRO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

Obtención del primer lugar del Premio Nacional de Ahorro de Energía Eléctrica otorgado por el Fideicomiso para el Ahorro de Energía Eléctrica (FIDE). Premio que recibe la compañía desde 2010.



INDICADOR GRI

Indicador GRI 3.12

INDICADOR GRI	NIVEL DE REPORTE	PÁG.
Estrategia y análisis		
1.1	Declaración del máximo responsable, estrategia.	Completo 2-3
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	Completo 2-3
Perfil de la organización		
2.1	Nombre de la organización.	Completo 7-14
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	Completo 7-14
2.3	Estructura operativa de la organización.	Completo 7-14
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	Completo 7-9
2.5	Número de países en los que opera y nombre en los que desarrolla actividades significativas.	Completo 7-14
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	Completo 7
2.7	Mercados servidos (desglose geográfico, sectores abastecidos y tipología de clientes).	Completo 7-14
2.8	Dimensiones de la organización (Colaboradores, ventas netas, capitalización total, etc.).	Completo 17
2.9	Cambios significativos, estructura y propiedad de la organización.	Completo 9-14
2.10	Premios y distinciones.	Completo 74-75
Parámetros de la memoria		
Perfil de la memoria		
3.1	Periodo que cubre la memoria.	Completo 19
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente.	Completo 19
3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	Completo 19
3.4	Punto de contacto.	Completo 84
Alcance y Cobertura de la memoria		
3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria (determinación de la materialidad, prioridad de los aspectos, identificación de los grupos de interés).	Completo 19
3.6	Cobertura de la memoria.	Completo 17
3.7	Limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	Completo 17
3.8	Base para incluir información en el caso de negocios conjuntos, filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar negativamente a la comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.	Completo 17
3.9	Técnicas de medición de datos, bases de cálculo, hipótesis y estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria. Motivos para no aplicar los Protocolos de Indicadores GRI, o las discrepancias con respecto a los mismos.	Completo 17
3.10	Descripción del efecto que pueda tener la re-expresión de información perteneciente a memorias anteriores.	Completo 19
3.11	Cambios significativos en el alcance, la cobertura o los métodos de cálculo.	Completo 19

INDICADOR GRI	NIVEL DE REPORTE	PÁG.
Índice de contenido del GRI		
3.12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos de la memoria.	Completo 76-83
Verificación		
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria.	Completo 19
Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés		
Gobierno		
4.1	Estructura de gobierno de la organización.	Completo 20-22, 29-35
4.2	Indicar si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo.	Completo 20-22, 32-33
4.3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria se indicará el número de miembros del máximo gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	Completo 30-35
4.4	Mecanismos de los accionistas y colaboradores para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	Completo 20-22, 30-31
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano y el desempeño de la organización.	Completo 34
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	Completo 23-24, 30-31
4.7	Procedimiento para determinar 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.	Completo 20-22, 25, 30-33, 61
4.8	Declaración de misión y valores desarrollada internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	Completo 23-24, 37
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, social y ambiental, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	Completo 20-21, 24, 34-35
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial el desarrollo económico, ambiental y social.	Completo 20-22, 34
Compromisos con iniciativas externas		
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un principio de precaución.	Completo 30-31, 59
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	Completo 50-58, 67
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya y esté presente en los órganos de gobierno; participe en proyectos o comités; proporcione una financiación importante que exceda las obligaciones de los socios o tenga consideraciones estratégicas.	Completo 72-73

INDICADOR GRI

INDICADOR GRI		NIVEL DE REPORTE	PÁG.
Participación de los grupos de interés			
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	Completo	25-27
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	Completo	25-27
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.	Completo	25-27
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.	Completo	25-27
Indicadores del desempeño económico			
Aspecto: Desempeño económico			
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costos de explotación, retribución a colaboradores, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	Completo	17
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	Parcial	61
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	N/D	
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	N/D	
Aspecto: Presencia en el mercado			
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	N/D	
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Completo	59
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de las comunidades donde se desarrollan operaciones significativas.	N/D	
Aspecto: Impactos económicos indirectos			
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.	Completo	50-58
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	Completo	2-3, 50-58
Indicadores del desempeño ambiental			
Aspecto: Materiales			
EN1	Materiales utilizados por peso o volumen.	Parcial	59, 61-62
EN2	Porcentaje de los materiales que han sido valorizados.	Parcial	59, 61-62
Aspecto: Energía			
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	Completo	63, 68
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	Completo	63, 68
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y mejoras en la eficiencia.	Completo	63, 68

INDICADOR GRI		NIVEL DE REPORTE	PÁG.
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 resultado de las mismas.	Parcial	68-69
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	Parcial	68-69
Aspecto: Agua			
EN8	Captación de agua por fuentes.	Completo	65
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	Completo	65
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	Parcial	65
Aspecto: Biodiversidad			
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.	Parcial	67
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.	Completo	67
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	Completo	67
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	Completo	67
EN15	Número de especies en extinción incluidas en la lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentran en áreas afectadas por las operaciones de la empresa.	N/D	
Aspecto: Emisiones, vertidos y residuos			
EN16	Emisiones totales directas e indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	Completo	64
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero.	Completo	64
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	Completo	63
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	N/A	
EN20	NOx, SOx y otras emisiones significativas en el aire, por tipo y peso.	N/A	
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	Parcial	65
EN22	Peso total de los residuos generados según tipo y método de tratamiento.	Completo	66
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	N/A	
EN24	Peso total de residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II y III.	N/A	
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de la biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	Completo	67

INDICADOR GRI

INDICADOR GRI		NIVEL DE REPORTE	PÁG.
Aspecto: Productos y servicios			
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	Parcial	68-69
EN27	Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	N/D	
Aspecto: Cumplimiento normativo			
EN28	Costo de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Completo	66
Aspecto: Transporte			
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de producto y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	Parcial	63
Aspecto: General			
EN30	Desglose por tipo total de gastos e inversiones ambientales.	N/D	
Indicadores del desempeño de Prácticas laborales y ética del trabajo			
Aspecto: Empleo			
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	Completo	38-41
LA2	Número total de colaboradores y rotación media, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	Parcial	38-41
LA3	Beneficios sociales para los colaboradores con jornada completa, que no se ofrecen a los colaboradores temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	Completo	42-45
LA15	Tasas de reincorporación al trabajo y retenciones después de período maternidad/paternidad, por género.	Completo	44-45
Aspecto: Relaciones empresa/trabajadores			
LA4	Porcentaje de colaboradores cubiertos por un convenio colectivo.	Completo	41
LA5	Período mínimo de preaviso a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	N/D	
Aspecto: Salud y seguridad en el trabajo			
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-colaboradores, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	N/D	
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	N/D	
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.	Parcial	44-45
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	N/D	
Aspecto: Formación y Educación			
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	Parcial	47-49

INDICADOR GRI		NIVEL DE REPORTE	PÁG.
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.	Completo	38-42, 47-49
LA12	Porcentaje de colaboradores que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	Completo	41, 47-49
Aspecto: Diversidad e igualdad de oportunidades			
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	Completo	32-33, 38-40, 46
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	N/D	
Indicadores del desempeño de Derechos Humanos			
Aspecto: 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.	N/D	
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	N/D	
HR3	Total de horas de formación de los colaboradores sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de colaboradores formados.	Completo	28, 47-49
Aspecto: No discriminación			
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	N/D	
Aspecto: Libertad de asociación y convenios colectivos			
HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	N/D	
Aspecto: Explotación infantil			
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	N/D	
Aspecto: Trabajos forzados			
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.	N/D	
Aspecto: 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.	N/D	
Aspecto: Derechos de los indígenas			
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	N/D	
HR10	Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y/o valoración de impactos.	N/D	

INDICADOR GRI

INDICADOR GRI		NIVEL DE REPORTE	PÁG.
HR11	Número de quejas relacionadas con los derechos humanos archivadas, direccionadas y resueltas a través de mecanismos formales de quejas.	N/D	
Indicadores del desempeño de Sociedad			
Aspecto: 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.	Parcial	2
SO9	Operaciones con impactos negativos potenciales o reales en comunidades locales.	N/D	
SO10	Medidas de prevención y mitigación implementadas en operaciones con impactos negativos potenciales o reales en comunidades locales.	Completo	50-58
Aspecto: Corrupción			
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	N/D	
SO3	Porcentaje de colaboradores formados en las políticas y procedimientos anti-corrupción de la organización.	Completo	28
SO4	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	N/D	
Aspecto: Política Pública			
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en su desarrollo, así como en actividades de "lobbying".	N/D	
SO6	Valor total, por países, de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas.	N/D	
Aspecto: Comportamiento de competencia desleal			
SO7	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	N/D	
Aspecto: Cumplimiento normativo			
SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	N/D	
Indicadores del desempeño de la Responsabilidad sobre productos			
Aspecto: Salud y seguridad del cliente			
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.	Parcial	59

INDICADOR GRI		NIVEL DE REPORTE	PÁG.
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	N/D	
Aspecto: Etiquetado de productos y servicios			
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.	Parcial	59
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.	N/D	
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	Completo	25-27
Aspecto: Comunicaciones de Marketing			
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.	N/D	
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.	N/D	
Aspecto: Privacidad del cliente			
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y fuga de datos personales de clientes.	N/D	
Aspecto: Cumplimiento normativo			
PR9	Costo 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.	N/D	

DATOS DE CONTACTO

Indicador GRI 3.4

SR. / MR. BRUNO RANGEL

Director de Relación con Inversionistas y Finanzas de Grupo Salinas
(Director of Investor Relations and Finance of Grupo Salinas)

IDIOMAS (LANGUAGES) - Español, English, Français

EXPERTISE - Relación con Inversionistas (*Investor Relations*), Finanzas (*Finance*),
Gobierno Corporativo (*Corporate Governance*)

 +1 52 55 1720 9167

 jrangelk@gruposalinas.com.mx

SR. / MR. ROLANDO VILLAREAL

Gerente de Relación con Inversionistas de Grupo Salinas
(Manager of Investor Relations Grupo Salinas)

IDIOMAS (LANGUAGES) - Español, English

EXPERTISE - Relación con Inversionistas (*Investor Relations*), Finanzas (*Finance*), Grupo Elektra en Índice de
Sustentabilidad (*Grupo Elektra and the Mexican Corporate Sustainability Index*)

 +1 52 55 1720 9167

 rvillarreal@gruposalinas.com.mx

SRA. / MRS. ADRIANA SALAZAR

Directora de Energía y Medio Ambiente de Grupo Salinas
(Director of Energy and Environment of Grupo Salinas)

IDIOMAS (LANGUAGES) - Español, English

EXPERTISE - Energía (*Energy*), Medio Ambiente (*Environmental Practices*), Mercadotecnia en área Comercial
(*Marketing*), Sustentabilidad en la Banca (*Banking Sustainability*), Responsabilidad Social (*Social Responsibility*)

 +1 52 55 1720 7597

 lsalazar@elektra.com.mx





INFORME DE SUSTENTABILIDAD
DE GRUPO ELEKTRA 2014

Diseñado por
promoespacio