

# 3er INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL MÉXICO 2013





# ÍNDICE

Mensaje de los Directores	4
1. Nuestro negocio	6
2. Comunidad	18
3. Medio ambiente	25
4. Colegas	29
- Criterios del Informe	37
- Premios, reconocimientos y alianzas	38
- Datos de contacto	39
- Anexos:	40
• Indicadores GRI	
• Pacto Mundial	

# MENSAJE DE LOS DIRECTORES



# MENSAJE DE LOS DIRECTORES

Es un gusto presentarles el tercer Informe de Responsabilidad Social Empresarial de [Marsh & McLennan Companies México](#) 2013.

En el grupo de empresas que conformamos [MMC México](#) llevamos a la práctica nuestra responsabilidad social a través de lo que denominamos ciudadanía corporativa. Ser buenos ciudadanos implica que, como parte de una sociedad, buscamos la trascendencia en todos nuestros actos, especialmente aquellos que tienen un impacto a largo plazo en las personas con las que trabajamos, en la comunidad y en el medio ambiente.

El contexto mundial en el que vivimos hoy en día nos exige transformarnos para mejorar. Este año, llevamos a cabo un proceso de renovación de afuera hacia adentro. Al exterior, la remodelación de nuestras oficinas en Torre Mayor ofrece más espacios abiertos así como lugares de trabajo confortables y modernos.

Al interior, el cambio se traduce en generar una conciencia de colectividad, donde se favorece la comunicación y la colaboración entre colegas, la corresponsabilidad, el trabajo en redes, la movilidad, así como la creación de sinergia entre las empresas del Grupo.

El cambio de cultura organizacional que estamos llevando a cabo también se refleja en nuestro respeto hacia el medio ambiente. Nuestras nuevas

instalaciones cuentan con mayor iluminación natural, instalaciones sanitarias ecoeficientes y la utilización de material reciclado.

También para fomentar un estilo de vida respetuoso con el medio ambiente, este año impulsamos el uso de la bicicleta. Las dos Rodadas [MMC](#) tuvieron muy buena acogida por parte de nuestros colegas y estamos apostando que cada vez más personas se decidan a optar por este medio de transporte.

Nuestra contribución con la comunidad este año estuvo enmarcada en un ambicioso proyecto: la construcción de la Casa de la Artesana. Con este proyecto productivo nos proponemos contribuir a que mujeres artesanas de la comunidad de Hñahñu Batsi, del Cardonal, Hidalgo tengan una fuente de ingresos estable, que a su vez fomente la conservación de sus costumbres.

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

Aprovechamos este espacio para agradecer a todas las personas que hacen posible que [Marsh & McLennan Companies México](#) sea un ciudadano corporativo responsable y los invitamos a compartir con nosotros sus reflexiones y comentarios.

Remigio Noriega González de León  
Director General



Albert Fischl  
Director General



Sergio Torres Cross  
Director General

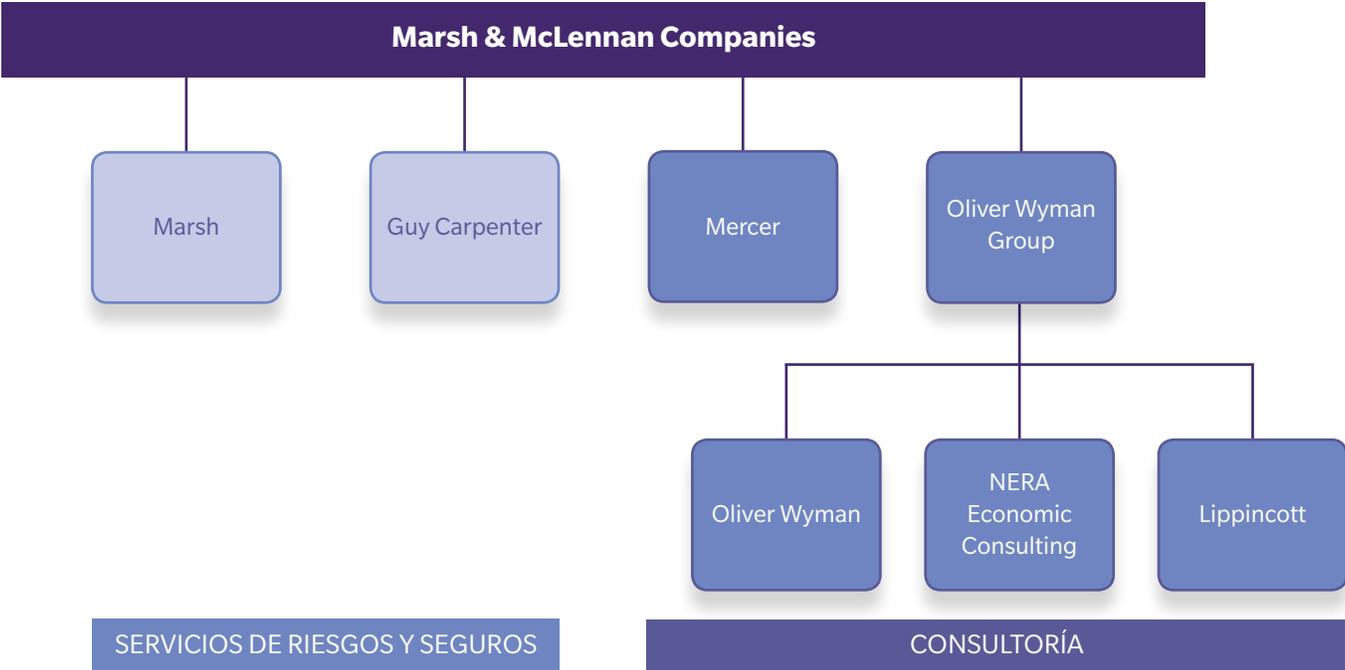


# 1 NUESTRO 1.NEGOCIO



# 1.1 EL GRUPO MARSH & MCLENNAN COMPANIES

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



## 1.2. SERVICIOS DE MARSH & MCLENNAN COMPANIES EN MÉXICO

### ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS Y SEGUROS

- Marsh, Brockman y Schuh Agente de Seguros y de Fianzas S.A. de C.V.

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

estrategias de gestión en capital humano, salud, beneficios, retiro, riesgos y finanzas. Para más información sobre los productos y servicios de **Mercer** en México, visite: [www.mercer.com.mx](http://www.mercer.com.mx)

- Guy Carpenter México Intermediario de Reaseguro S.A. de C.V.

### CONSULTORÍA

- Mercer Human Resource Consulting S.A. de C.V.

Como líder global en consultoría de recursos humanos, la firma trabaja con clientes para resolver sus más complejas problemáticas de recursos humanos, diseñando y estableciendo

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



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

NUESTRAS OFICINAS  
EN MÉXICO

## 1.3 NUESTRA FILOSOFÍA

### NUESTRA MISIÓN:

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

### NUESTRA VISIÓN:

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

### NUESTROS VALORES:

#### CLIENTES

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

#### INTEGRIDAD

Realizaremos nuestras actividades de conformidad con las más altas normas éticas y profesionales, y no toleraremos conductas que se desvíen de dichas normas. Actuaremos con integridad, honestidad, valentía y respeto mutuo.

#### COLEGAS

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

#### EJECUCIÓN

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

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

## 1.4 ÉTICA EN EL NEGOCIO

En [Marsh & McLennan Companies](#) la ética desempeña un papel fundamental. Implica no sólo cumplir con la legalidad en nuestras operaciones sino actuar de manera íntegra con todos nuestros grupos de interés y de manera congruente con nuestra filosofía corporativa.

Nuestro [Código de Conducta “The Greater Good”](#) es una guía para que el personal comprenda las cuestiones legales, éticas y de riesgos que pueden surgir en su trabajo. En este documento se especifican las responsabilidades básicas de los colegas y las responsabilidades adicionales de los directivos, y se resumen los elementos clave de las políticas de la empresa diseñadas para asegurar una conducta lícita y ética. Se trata de normas no negociables que se aplican a todos nosotros, sin importar dónde trabajemos en la empresa.

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

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

Con el objetivo de continuar con la difusión de la esencia de nuestro Código de Conducta durante este año, lanzamos el programa [“Choose your Path” \(Elige tu Camino\)](#) el cual consiste en una serie de cursos y videos de capacitación que ejemplifican casos y situaciones de riesgo en el trabajo que guían a nuestros colegas en la correcta toma de decisiones en cualquiera de sus labores diarias y que resalta nuestra esencia de hacer negocios con transparencia, honestidad y respeto.

De esta manera, nos aseguramos que todos nuestros colegas refuercen nuestros principios y valores ante cualquier circunstancia de negocio como representante de la familia [MMC](#).

En [Marsh & McLennan Companies](#) tenemos un especial cuidado para prevenir, identificar y, en su caso, sancionar actos de corrupción y soborno. No sólo cada año el 100% de los colaboradores realiza su recertificación en conocimientos del [Código de Conducta](#), sino que además toma por lo menos uno de los cursos que se encuentran disponibles en nuestra plataforma de formación en línea.

En 2013 se ofrecieron los siguientes cursos:

- Certificación en el Código de Conducta “The Greater Good”
- Taller anti-soborno y corrupción
- Conflictos de interés
- Cumplimiento de prácticas comerciales y antimonopolio
- “Choose your path”

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

### HOTLINE

Es un servicio seguro y gratuito que opera las 24 horas del día a nivel mundial. Todos los asuntos denunciados son remitidos a los departamentos apropiados dentro de la organización para su

investigación y resolución. Para ingresar al sistema se marca al [01 800 288 28 72](tel:018002882872); posteriormente se selecciona el idioma en el menú de opciones y un especialista atenderá la consulta realizando algunas preguntas y después enviará un reporte al área encargada.

También se cuenta con la opción de dirigirse a la página:

<https://mmceuhotline.alertline.com/gcs/welcome?locale=es> y completar el proceso.

## DIME

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

También en [MMC](#) los colegas tienen la opción de acudir directamente con nuestro Oficial de Cumplimiento y área Legal, informando de manera segura y confidencial cualquier inquietud que tenga sobre comportamientos que podrían ser ilegales, poco éticos o que violen nuestras políticas.

En 2013 se presentaron tres denuncias por estos canales, las cuales fueron resueltas por las vías institucionales.



## 1.5 GOBIERNO CORPORATIVO

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

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

El Consejo actualmente está conformado por 12 miembros, incluyendo al Director General (CEO por sus siglas en inglés).

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

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

- Comité de Auditoría
- Comité de Compensaciones
- Comité de Cumplimiento y Riesgos
- Comité de Directores y Gobierno
- Comité de Responsabilidad Social

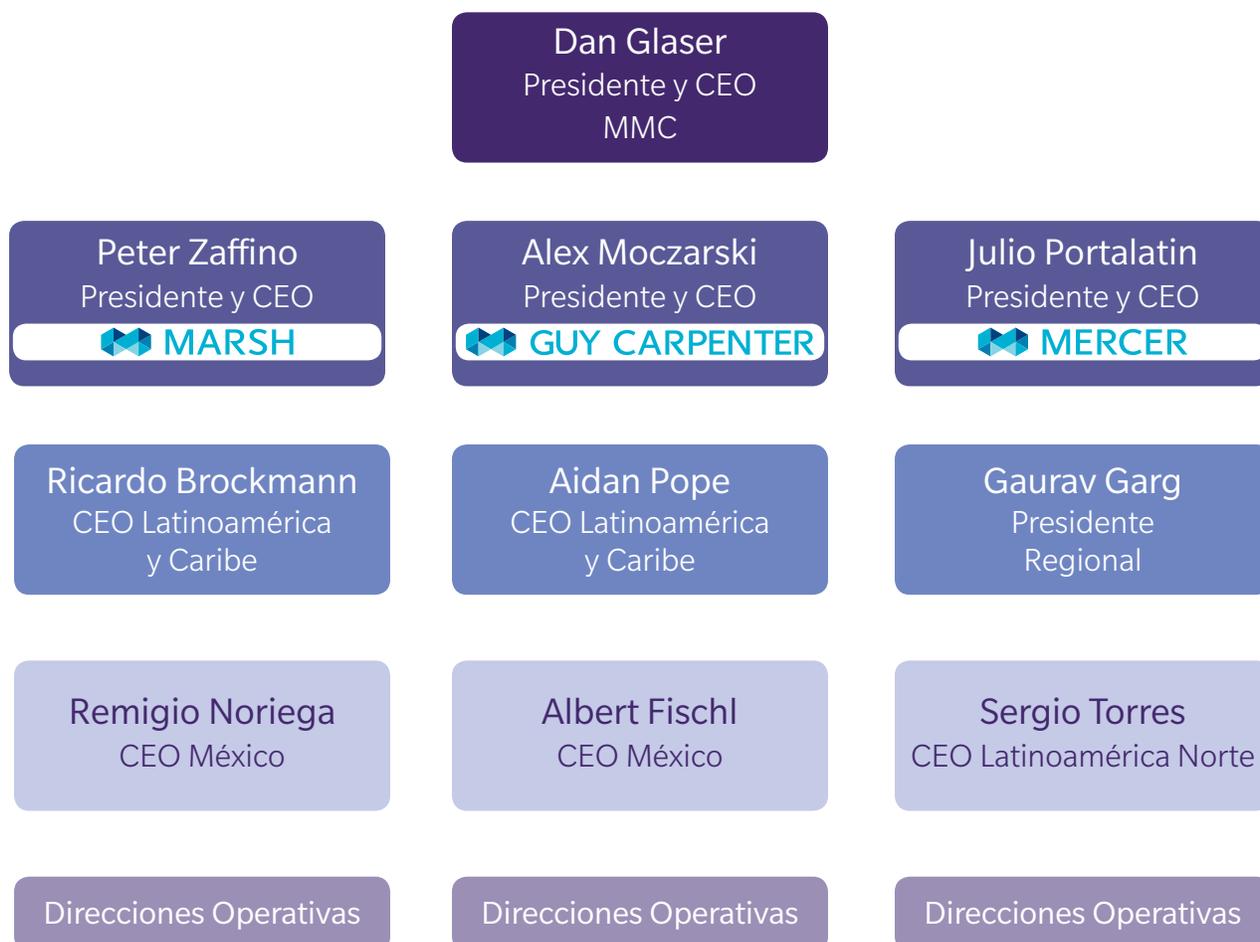
Cada uno de estos comités tiene sus propios estatutos que regulan su funcionamiento.

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

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



## ESTRUCTURA OPERATIVA



## 1.6 ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

### GRUPOS DE INTERÉS

Las empresas que conformamos **Marsh & McLennan Companies** buscamos ser buenos ciudadanos corporativos. Esto implica que como parte de una sociedad, buscamos la trascendencia en todos nuestros actos, especialmente aquellos que tienen un impacto a largo plazo en las personas con las que trabajamos, en la comunidad y en el medio ambiente.

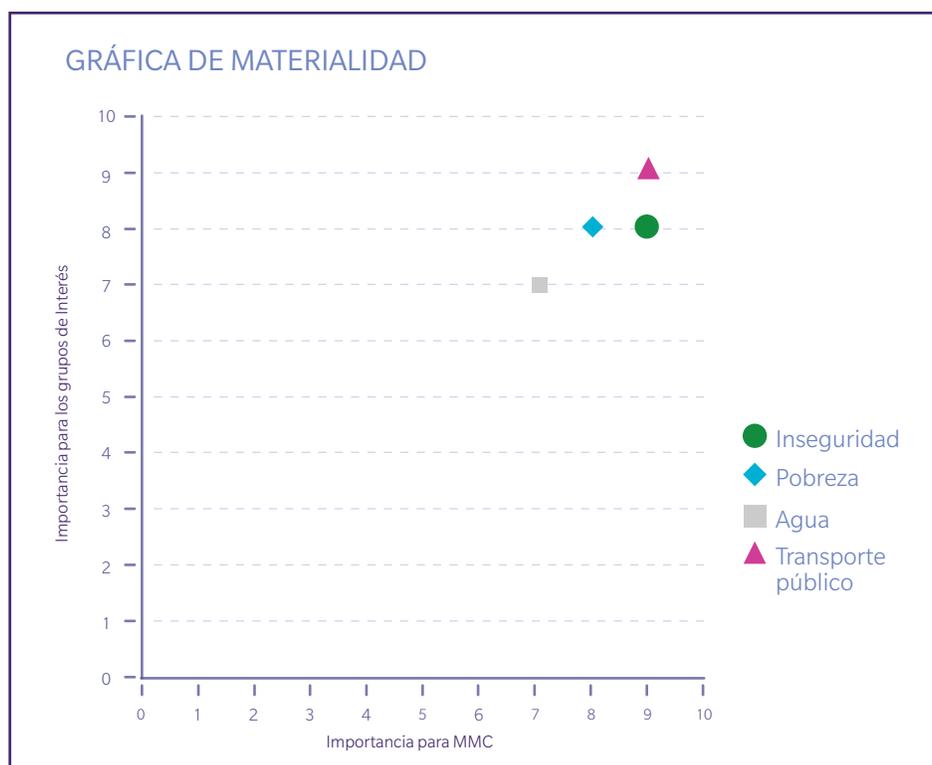
Identificamos y clasificamos a nuestros grupos de interés en internos y externos de acuerdo a la manera en la que influyen o son influidos por nuestras actividades de negocio. Para saber lo que piensan de nosotros y tomar acciones a partir de ello, contamos con diversos mecanismos de comunicación (*ver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

Grupos de Interés	Mecanismos de diálogo y comunicación
<b>INTERNOS</b>	
Colaboradores: nos esforzamos por ofrecer un buen lugar para trabajar y crecer profesionalmente.	Intranet, correo electrónico, reuniones internas, buzón de sugerencias, encuesta de clima, tableros de comunicación interna, tableros electrónicos, participación en actividades de responsabilidad social, encuesta de opinión de RSE.
Clientes: ofrecemos servicios de alta calidad con una actitud de servicio.	Encuestas de servicio, entrevistas de servicio al cliente, pláticas y reuniones cotidianas, correo electrónico, Informe Financiero Anual e Informe de Responsabilidad Social Empresarial de Marsh & McLennan Companies, página web, redes sociales, eventos presenciales y en línea, revista corporativa y prensa.
Accionistas: Realizamos nuestras tareas de negocio generando valor de manera honesta y transparente.	Informe Financiero Anual e Informe de Responsabilidad Social Empresarial de Marsh & McLennan Companies.
<b>EXTERNAL</b>	
Business Partners / Providers: We contract and do business with local firms that help us to achieve our business goals.	Regular meetings, e-mail, participation in social responsibility activities, Marsh & McLennan Companies' Corporate Social Responsibility Report.
Community: We support and look for ways to increase the quality of life of vulnerable groups nationwide.	Periodic meetings, on-site visits, joint projects and through specialized organizations.
Regulatory bodies: We work hand in hand with governmental institutions in order to contribute to achieving and industry that works in an ethical and coordinated way.	Weekly events, meetings, circulars and agreements.

## MATERIALIDAD Y ASUNTOS RELEVANTES

Realizamos una valoración de los temas más relevantes con base en la opinión de nuestros grupos de interés y el peso que tienen dichos temas en nuestro negocio.

En 2013 identificamos cuatro asuntos relevantes, de los cuales reportamos las acciones que hemos emprendido para incluir estos temas en la gestión de la empresa a lo largo del informe.



## SISTEMA DE GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

A nivel grupo, MMC cuenta con una Política de Ciudadanía Corporativa, la cual comprende tres temas:

- a) **Responsabilidad social:** nuestras acciones en comunidades y el involucramiento de los colegas en estos esfuerzos.
- b) **Diversidad e inclusión:** nuestro compromiso por fomentar un ambiente de trabajo inclusivo y de alto rendimiento basado en la excelencia, el respeto y la dignidad.
- c) **Sustentabilidad:** nuestro compromiso con prácticas amigables con el medio ambiente tanto en nuestras operaciones como en nuestro trabajo con clientes para asesorarlos sobre sus retos ambientales.

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

En línea con estos tres temas, en **Marsh, Guy Carpenter** y **Mercer** desarrollamos desde 2010 nuestra estrategia de responsabilidad social basada en 6 ejes:

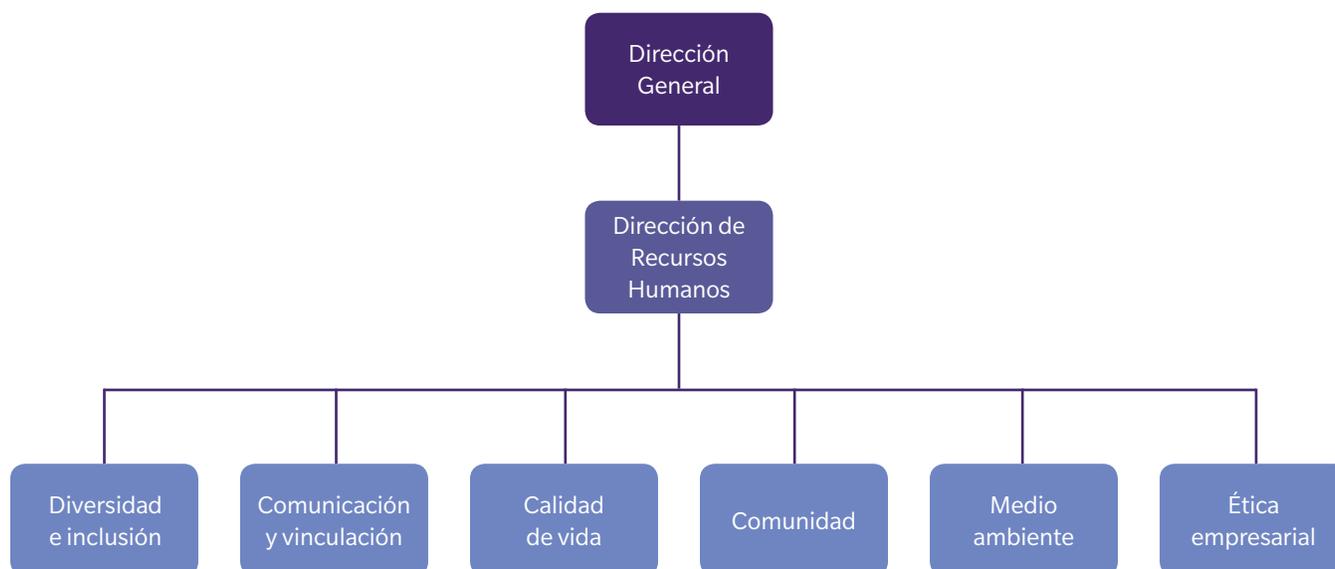
### Ejes estratégicos de RSE:

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

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



## ESTRUCTURA DEL COMITÉ DE RESPONSABILIDAD SOCIAL



### RALLY DE RESPONSABILIDAD SOCIAL MMC 2013

Por tercer año consecutivo, llevamos a cabo el 9 de agosto el Rally de Responsabilidad Social MMC. Este evento, organizado por el Comité de Calidad de Vida en colaboración con los demás comités de RSE, es una excelente oportunidad para dar a conocer a nuestros colegas la labor que realizamos.

Este año participaron 29 colaboradores en 7 equipos, quienes además de aprender más sobre la responsabilidad social de Marsh y Mercer, recibieron premios y pasaron una mañana muy divertida.

# 2.COMUNIDAD



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

México es un país firmante de la Convención sobre los Derechos del Niño de las Naciones Unidas, establecida en 1989, la cual entre otras cosas, establece su derecho a la salud, a la educación de calidad y a la vivienda y alimentación. Sin embargo, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), existen más de 18 millones de niños que viven en situación de pobreza, lo que representa el 56.3% del total de menores que habitan en el país (35.5 millones).

## TRABAJAMOS DE LA MANO CON CHILD FUND MÉXICO

Desde 2010 MMC estableció una alianza con la organización [ChildFund México](#) para ayudar a que los niños y niñas marginados y en pobreza tengan la capacidad de convertirse en adultos que lleven cambios duraderos y positivos a sus comunidades.

Como producto de esta relación, hemos logrado tener un impacto social tanto en las comunidades en las que nos hemos involucrado como en el personal de la empresa y en la misma organización.

**ChildFund**  
México

Fondo para Niños de México A.C.

## LA CASA DE LA ARTESANA

Nuestra principal labor este año consistió en la construcción de la [Casa de la Artesana](#), un ambicioso proyecto que iniciamos el año pasado y que consiste en la creación de un espacio donde las mujeres de la comunidad de Hñahñu Batsi de San Andrés Daboxtha, así como las de las comunidades aledañas del Cardonal, Hidalgo, puedan desarrollar una actividad productiva de manera organizada.

La meta es lograr que la [Casa de la Artesana](#) se convierta en una empresa social que les permita a las mujeres otomíes generar un ingreso seguro para cubrir las necesidades básicas de sus familias, y con ello, contribuir a la auto-sustentabilidad de su comunidad.





## ETAPAS DEL PROYECTO “CASA DE LA ARTESANA”

### ETAPA 1 (2012)

- Donación de terreno de 8,000 m<sup>2</sup>
- Diseño arquitectónico
- Colocación de la primera piedra

### ETAPA 2 (2013)

- Construcción: Cimentación, albañilería y pintura exterior

### ETAPA 3 (2014)

- Construcción: Acabados, herrería e instalación eléctrica y sanitaria
- Capacitación
- Equipamiento

## RECAUDACIÓN DE FONDOS

Para poder financiar la construcción de la [Casa de la Artesana](#), en 2012 y 2013 en [Marsh](#) y [Mercer](#) se realizaron distintas actividades, tales como el Daboxthatón, la rifa de un iPad, la venta de pasteles y la donación de un día de sueldo. Gracias a la contribución de nuestros colegas y directivos logramos recaudar MXN\$281,726.

Debido a los importantes avances que hemos alcanzado con este proyecto, el corporativo de [MMC](#) nos donó US\$15,000, los cuales nos permitirán trabajar en la etapa 3 de la [Casa de la Artesana](#) el próximo año.

## DONATIVOS EN ESPECIE

Este año, debido a la remodelación de las oficinas corporativas de [Marsh y Mercer](#), tuvimos la oportunidad de donar el mobiliario anterior a organizaciones sin fines de lucro. Las organizaciones beneficiarias fueron: [Child Fund México A.C.](#), [Clara Moreno](#) y [Miramón I.A.P.](#) y [Proeducación I.A.P.](#)

[Marsh](#) donó a la [Escuela Secundaria Estatal No. 0569 "José Martí"](#) 18 equipos de cómputo en buen estado.

Por su parte, [Guy Carpenter](#), con el apoyo de sus colaboradores, adquirió un refrigerador para el comedor de los niños de la [Escuela Primaria Pozo Mirador](#) de la comunidad indígena de Ri-Xudi en Ixmiquilpan, Hidalgo; asimismo se donaron 2 cuadros y 2 tablones. También donaron en especie para [ChildFund](#): 11 PCs, 8 laptops, 13 teclados, 13 mouse, 1 fax térmico, 1 copiadora, 1 máquina de escribir, 1 proyector de acetatos, 1 videocasetera y 1 engargolador.

## AYUDA A DAMNIFICADOS POR LAS TORMENTAS INGRID Y MANUEL

En solidaridad con un colega, cuya familia, al igual que muchos mexicanos, sufrieron devastadoras consecuencias por los desastres naturales en Guerrero, en [Marsh y Mercer](#) realizamos una campaña de donación tanto en efectivo como en especie.

Gracias a las generosas aportaciones logramos recolectar cientos de víveres y artículos de higiene, los cuales fueron entregados a la Cruz Roja Mexicana. Asimismo, entre los colegas de Mercer se recaudaron \$110,853, cantidad que la empresa duplicó, dando un total de \$221,708, que fueron entregados a [Hábitat para la Humanidad México A.C.](#) para la reconstrucción de casas en las zonas afectadas de Guerrero.



## APADRINAMIENTOS

Otra manera de contribuir con ChildFund México es por medio del apadrinamiento de niños por parte del personal. En 2013, en Marsh & McLennan Companies se apadrinaron a 39 niños.

## VOLUNTARIADO

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

La jornada de voluntariado de Marsh y Mercer de este año, a la que titulamos “Dejando huella”, consistió en ir a pintar la fachada de la Casa de la Artesana a la comunidad de Daboxtha, en Hidalgo. Entre familiares y colegas, asistieron un total de 56 personas.

## JORNADA DE VOLUNTARIADO “DEJANDO HUELLA”

Como parte del Comité de Comunidad, me invitaron a visitar la comunidad de Daboxtha. Considero que fue una de las mejores experiencias que he tenido, y para ser sincero al principio se te ocurren muchos pretextos para no acudir a la actividad, como el trabajo, el tiempo y la incertidumbre ante lo desconocido. Recuerdo que incluso en el camino aún te llegan pensamientos de angustia por lo que vas a dejar de hacer para poder acudir y los pendientes que vas a tener cuando regreses. Sin embargo, en el momento en que llegas a este lugar y ves las caras de los niños sonrientes esperando tu llegada, en ese momento se te olvida todo para enfocarte en ayudar y te das cuenta de que al dedicar un solo día de tu vida a dicha actividad, te hace experimentar un sentido de trascendencia respecto a lo que estás haciendo.

La experiencia de acudir a ayudar a la comunidad es inolvidable, no sólo es una experiencia de vida, sino también aprendes a estar agradecido por lo que hoy tienes y en esta medida a contribuir con un poco de tu tiempo.

Gerardo Gordillo Vázquez  
Mercer Marsh Beneficios



## COMPROMISO CON LOS PROVEEDORES Y SOCIOS DE NEGOCIO

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

### NÚMERO DE PROVEEDORES 2013

Guy Carpenter	Marsh y Mercer
185	400

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

Nuestra primera iniciativa para fomentar la responsabilidad social en nuestra cadena de valor fue el lanzamiento del [Código de Ética](#) para proveedores de [MMC](#), que contempla el respecto de lineamientos básicos en tres temas fundamentales: ético, social y medio ambiental. Para darlo a conocer, llevamos a cabo el [Primer Encuentro de RSE para Proveedores de MMC](#).



El año pasado realizamos una segunda reunión con proveedores con la participación de un mayor número de PyMES, entre las cuales se seleccionó a [Logistics Assistance Group](#), empresa que brinda asesoría legal enfocada al sector de flotillas, logística y autotransporte. Nuestra labor consistió en brindarle asesoría para consolidar su estrategia de responsabilidad social y acompañarla en el proceso para la obtención del Distintivo ESR, el cual obtuvo de manera satisfactoria en 2013 como cadena de valor de [Marsh](#).

Asimismo, en el mes de septiembre organizamos el primer [Encuentro Empresarial de Responsabilidad Social MMC](#), el cual fue creado como un espacio de encuentro para compartir las mejores prácticas de las empresas más representativas del sector. En esta ocasión, contamos con la presencia de nuestros aliados de negocio [ACE Fianzas Monterrey](#), [GNP](#) y [Metlife](#) como ponentes y la participación de más de 50 asistentes.

“Para nosotros en Marsh es un enorme placer y orgullo el que [Logistics Assistance Group](#) haya recibido el Distintivo ESR 2013 como parte de nuestra cadena de valor. Esto nos motiva enormemente a seguir trabajando de la mano con nuestros proveedores para contagiarles un poco de lo que desarrollamos en materia de responsabilidad social”.

Gerardo Merino  
Líder del Comité de Ética  
Empresarial



# 3. MEDIO AMBIENTE



En [Marsh & McLennan Companies](#) hemos adoptado una [Política de Medio Ambiente](#) donde plasmamos nuestro compromiso de mitigar nuestro impacto al medio ambiente en todas nuestras operaciones así como por promover la responsabilidad medioambiental entre todos nuestros grupos de interés.

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

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

**Emisiones directas:**  
Vehículos propiedad de la empresa

**Emisiones indirectas:**  
Electricidad y viajes de avión

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

Emisiones	2012	2013
Emisiones directas de CO <sub>2</sub> (t)	1,158	854
Emisiones indirectas de CO <sub>2</sub> (t)	1,037	1,379
Total de CO <sub>2</sub> emitido (t)	2,195	2,233
Total de CO <sub>2</sub> por empleado (t)	2.44	2.34



## PROGRAMAS DE ECOEFICIENCIA

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

## REMODELACIÓN DE OFICINAS

La estrategia de remodelación de las oficinas de [Marsh](#) y [Mercer](#) en Torre Mayor contempló medidas ecológicas tales como:

- Instalación de sanitarios con sistemas de ahorro de agua
- Sistemas automáticos de apagado de luces
- Nivelaciones de aire acondicionado
- Una posición estratégica de las estaciones de trabajo para permitir un mayor paso de la luz natural
- Utilización de materiales reciclados para la construcción de las oficinas

Asimismo, en [Guy Carpenter](#) fueron sustituidos los focos del área de recepción por otros ahorradores de energía.

## AHORRO DE PAPEL

En abril de 2013 se implementó la impresión a doble cara por default en todas las impresoras de [Marsh](#), por lo que se originó un ahorro de papel del 25% contra el año anterior.

Por su parte, [Guy Carpenter](#) instaló unas charolas de reciclaje en cada estación de impresión con el fin de reutilizar las hojas y propiciar una práctica del ahorro.

## MMC RIDE

Con el objetivo de crear una cultura de compartir el automóvil para que nuestros colegas se trasladen a Torre Mayor, el año pasado lanzamos el programa [MMC Ride](#).

En el transcurso de este año realizamos pláticas informativas para incentivar a que más personas se sumen a esta nueva manera de transportarse responsablemente. Debido a que sus características le permiten ser replicable, [MMC Ride](#) fue implementado también en nuestra filial en Colombia.



Gracias a **MMC Ride** estamos reduciendo el consumo de gasolina y del tránsito vehicular, a la vez que representa una oportunidad para convivir con otros compañeros.

## RODADA MMC

En mayo de 2013 organizamos un recorrido en bicicleta para incentivar a nuestros colegas a que la utilicen. Debido a la gran aceptación que tuvo la **Rodada MMC** por parte del personal, realizamos una segunda rodada en noviembre. Este evento representó una oportunidad para pasar una tarde agradable entre colegas, a la vez que se ejercitaron, y lo más importante, se motivaron para usar la bicicleta como medio de transporte de manera más frecuente.

## Rodada MMC

“Realizamos este evento para sumar a cada vez más colaboradores a que utilicen la bicicleta y que vean sus beneficios como medio de transporte sustentable, además de que haces ejercicio y es un excelente pretexto para convivir con el equipo de trabajo”

Remigio Noriega  
CEO Marsh México

## OTRAS INICIATIVAS

### Marsh y Mercer

---

Se lanzó la campaña ¡No al Unicel! para crear conciencia sobre el daño de su uso al medio ambiente y buscar alternativas más ecológicas.

---

Recordamos el Día Mundial del Medio ambiente con un comunicado a nuestros colegas sobre el desperdicio de alimentos a nivel mundial.

---

Con el fin de disminuir la generación de basura, se tomó la medida de erradicar el uso de platos desechables en el comedor de la oficina.

---

Mantuvimos informados a nuestros colegas sobre los días en que se conmemora algún tema relacionado con el cuidado del medio ambiente con nuestras “Efemérides verdes”.

---

### Guy Carpenter

---

Se reciclaron los cartuchos de tóner, los cuales fueron entregados al proveedor para darles una disposición adecuada.

---

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

---



# 4. COLEGAS



En [Marsh & McLennan Companies](#) nos transformamos continuamente en búsqueda de la excelencia. Nuestro enfoque de capital humano busca desarrollar a nuestros colegas en conocimientos, actitudes, valores y habilidades que los lleven a aprovechar su mayor potencial.

“Planeamos el proyecto de remodelación de las oficinas pensando en que fuera un espacio eficiente que a la vez contribuyera a la calidad de vida de nuestros colegas. Las principales características son:

- Incrementamos el número de estaciones de trabajo en áreas abiertas con visibilidad al exterior del edificio, de manera que nuestros colegas perciban mucho menos espacios cerrados o bloqueados, lo que relaja su trabajo diario y les permite bajar sus niveles de estrés de forma significativa;
- Creamos más espacios colaborativos donde los colegas tienen oportunidad de socializar más en temas de trabajo contribuyendo a una mejor comunicación, lo que les ofrece la oportunidad de crear procesos de negocio más directos e invertir menos tiempo en re-trabajos que les incrementan sus niveles de estrés;
- El sistema de aire acondicionado se encuentra regulado automáticamente y obedece a una estrategia energética para proveer niveles de confort estándares para edificios inteligentes; al tener menos variaciones de temperatura, la exposición y probabilidad de enfermedades respiratorias disminuye en más del 30%;
- El mobiliario está fabricado con materiales que no desprenden residuos contaminantes ni radiactivos, contribuyendo a la salud por exposición, y adicionalmente todo el diseño del mobiliario es 100% ergonómico y garantiza la salud ocupacional al no causar ningún tipo de daño muscular o corporal;
- Los pasillos y corredores superan el requerimiento del reglamento de protección civil, de manera que en cualquier necesidad de evacuación, los colegas pueden circular de forma más libre y desalojar las oficinas en menos tiempo, lo que les brinda un lugar más confiable y seguro para trabajar.

Con estas mejoras logramos que nuestros colegas se desenvuelvan en un espacio moderno, agradable y funcional, que maximice a su vez la colaboración, la integración y el trabajo en equipo.”

Federico Velasco  
Real Estate Services LATAM

## DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

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

Somos una empresa formada por personas, por lo que una fuerza laboral diversa y talentosa es esencial para nuestro éxito. Por ello, uno de los objetivos clave de **Marsh & McLennan Companies** es atraer, retener, desarrollar y motivar a las mejores personas de nuestro sector en todos los niveles. Nuestra filosofía de diversidad e inclusión nos ayuda a generar nuevas ideas y crear soluciones que sirvan a nuestros clientes, que son igualmente diversos.

Para gestionar iniciativas que coadyuven a esta meta, **Marsh** conformó el año pasado un **Comité de Diversidad e Inclusión Global**, el cual está integrado por los altos directivos del grupo. Por su parte, este año en **Mercer** se creó el **Consejo de Diversidad Global (GDC)** y el **Equipo de Liderazgo de Diversidad Global (GDLT)**, con líderes comprometidos y preparados en la materia, fortaleciendo la estructura de inclusión en la compañía. Adicional a esto, se crearon

comunidades en intranet y blogs para la comunicación activa y el intercambio de información de temas de diversidad entre todas las filiales de **MMC**.

A nivel local, se creó el **Comité de Diversidad e Inclusión**, el cual se encarga de generar iniciativas que garanticen la igualdad de oportunidades laborales entre hombres y mujeres, la no discriminación en el acceso al empleo, así como la inclusión laboral de grupos minoritarios, especialmente de personas con discapacidad.

Este año, tres directivos integrantes del **Comité de Diversidad** asistieron a una “cena a ciegas”, organizada por la fundación Ojos que Sienten en el hotel Presidente, en la ciudad de México. Durante este evento, los invitados cenaron totalmente a oscuras y fueron atendidos por personas débiles visuales. El resultado fue una experiencia vivencial para sensibilizar no solo los sentidos del gusto y del olfato, sino el de la condición en la que viven muchas personas.



## EMPLEABILIDAD

La plantilla laboral de MMC en 2013 fue de 861 colegas, a los cuales les ofrecemos sueldos entre tres y seis veces por encima del salario mínimo general vigente en el nivel más bajo y prestaciones por encima de las de la ley.

### PLANTILLA LABORAL DESGLOSADA POR CATEGORÍA Y GÉNERO 2013

Marsh:						
Puesto	Hombres 2011	Mujeres 2011	Hombres 2012	Mujeres 2012	Hombres 2013	Mujeres 2013
Directores	21	5	28	5	<b>24</b>	<b>5</b>
Subdirectores / Gerentes	86	55	93	64	<b>83</b>	<b>66</b>
Ejecutivos / Especialistas / Jefes de Área	106	172	127	200	<b>138</b>	<b>189</b>
Analistas / Auxiliares	20	18	20	20	<b>72</b>	<b>134</b>
Total	233	250	268	289	<b>317</b>	<b>394</b>
	Total empleados: 475		Total empleados: 557		<b>Total empleados: 711</b>	
	Total rotación: 9.75%		Total rotación: 0.13%		<b>Total rotación: 10%</b>	

Guy Carpenter:						
Puesto	Hombres 2011	Mujeres 2011	Hombres 2012	Mujeres 2012	Hombres 2013	Mujeres 2013
Directores	4	2	4	3	<b>4</b>	<b>3</b>
Subdirectores / Gerentes	10	5	9	10	<b>10</b>	<b>9</b>
Administrativos	15	19	14	22	<b>14</b>	<b>19</b>
Total	29	27	27	35	<b>28</b>	<b>31</b>
	Total empleados: 56		Total empleados: 62		<b>Total empleados: 59</b>	
	Total rotación: 12.5%		Total rotación: 4.84%		<b>Total rotación: 1.69%</b>	

## PLANTILLA LABORAL DESGLOSADA POR CATEGORÍA Y GÉNERO 2013 CONTINUACIÓN

Mercer:						
Puesto	Hombres 2011	Mujeres 2011	Hombres 2012	Mujeres 2012	Hombres 2013	Mujeres 2013
Directores	8	6	10	17	<b>10</b>	<b>6</b>
Subdirectores / Gerentes	11	18	25	20	<b>7</b>	<b>19</b>
Consultores	96	131	118	90	<b>26</b>	<b>23</b>
Total	115	155	153	127	<b>43</b>	<b>48</b>
	Total empleados: 270		Total empleados: 270		<b>Total empleados: 91</b>	
	Total rotación: 11%		Total rotación: 11%		<b>Total rotación: 0.15%</b>	

## GESTIÓN DEL TALENTO

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

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

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

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

## PROMEDIO DE HORAS DE FORMACIÓN POR EMPLEADO 2013

Puesto	Marsh	Guy Carpenter	Mercer
Directores	60	6.3	18
Subdirectores/ Gerentes	43	8.3	36
Ejecutivos/ Especialistas/ Consultores	22	12.8	40
Administrativos/ Analistas/ Auxiliares	13	16.8	20
Total de inversión	\$1,938,358 (MXN)	ND	\$1,694,089 (MXN)

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

## PROMEDIO DE HORAS DE FORMACIÓN POR EMPLEADO 2013

### CAREER LINK

Marsh y Guy Carpenter cuentan con un portal de capacitación en el cual todos los colaboradores pueden acceder a cursos en línea con la finalidad de complementar su formación dentro de la empresa. Se cuenta con más de 100 cursos en español y cerca de 1,800 cursos en inglés.

### SUPERVISOR SOLUTIONS

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



## BIENESTAR

Ofrecemos un entorno de trabajo seguro, donde se fomentan hábitos de vida saludables y espacios de recreación entre colegas y las familias.

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

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

**Mercer** cuenta con un **Plan de Bienestar** de participación voluntaria, llamado “**Vive más**”, el cual está enfocado en fomentar un estilo de vida sana y promover la cultura de prevención. En 2013 este plan incluyó la realización de análisis clínicos para diagnosticar riesgos de salud en los empleados y un diagnóstico general del estado de salud de los participantes en el programa (cantidad de fumadores, porcentaje de empleados con obesidad, hipertensión, azúcar alta, etc.) que sentó las bases para definir un plan de acción. El plan de acción incluyó pláticas informativas sobre problemas de salud pública y detección temprana de enfermedades graves (cáncer de mama y de próstata). También se implementó un servicio de nutricionista en la oficina para guiar y cuidar a los empleados que necesitaban ajustar su peso.

Adicional a esto, impartimos pláticas y conferencias relacionadas a la salud, seguridad e higiene para todo el personal. Este año invitamos a la **Fundación ALE** a dar una plática sobre la importancia de la donación de órganos. Con motivo del Día Internacional de la Mujer, organizamos la conferencia “**Climaterio y menopausia: mitos y realidades**”. También contamos con la visita de **Laboratorios Bayer** quien habló sobre los mitos y realidades del embarazo. Finalmente, en conmemoración del Día



Internacional contra el Cáncer de Mama, la organización **CANIPEC** dio una plática para prevenir esta enfermedad.

Con el fin de fomentar la convivencia e integración entre colegas y de éstos con sus familias, así como para su desarrollo personal, organizamos distintos eventos durante el año. Algunos de los que se llevaron a cabo en 2013 son:

- Chikimercer
- Día de la Candelaria
- Día de Muertos
- Fiesta de fin de año
- Función de cine
- Marsh Kids
- Rosca de Reyes
- Torneo de fútbol femenino

### CAMPAÑA DE DONACIÓN DE SANGRE MMC

El 10 y 11 de octubre llevamos a cabo la primera **Campaña de Donación de Sangre MMC**. En colaboración con la Cruz Roja y la Fundación Únete y dona en vida, dispusimos de dos salones del piso 9 de la Torre Mayor para invitar a empleados y visitantes a donar sangre e impartir pláticas informativas.

En total logramos que participaran 70 personas de **MMC** y de empresas vecinas tales como Deloitte, Western Union y Cibard, de las cuales, después de varios filtros, lograron donar 33 de ellas.

Y lo más importante, con esta campaña logramos promover la cultura de la donación de sangre, un acto que puede salvar una vida.

# CRITERIOS DEL INFORME



El Informe de Responsabilidad Social Empresarial de MMC 2013 es el tercer informe de esta naturaleza que publicamos y contiene las actividades que han llevado a cabo [Marsh](#), [Guy Carpenter](#) y [Mercer](#) en tres dimensiones: económica, social y medioambiental.

## ÁMBITO DE APLICACIÓN

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

La periodicidad del Informe de Responsabilidad Social Empresarial de MMC es anual y abarca el periodo que va del 1° de enero al 31 de diciembre de 2013.

Para su elaboración, decidimos entablar una primera aproximación a las directrices del [Global Reporting Initiative \(GRI\)](#), las cuales nos ayudaron a definir nuestros contenidos apegados a sus

principios e indicadores. Asimismo, hacemos referencia a los diez [Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas](#), al cual [Marsh](#) y [Mercer](#) están adheridos.

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

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

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

# PREMIOS, RECONOCIMIENTOS Y ALIANZAS

## MARSH:

- Distintivo ESR, Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)

## ALIANZAS:

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

## GUY CARPENTER:

- Distintivo ESR, Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)
- Reactions Latin America

## MERCER:

- Distintivo ESR, Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)
- Ranking Súper Empresas 2013, Top Companies



# DATOS DE CONTACTO

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

## MARSH

Claudia Ullivarri/Carlos Cervantes

Paseo de la Reforma 505 piso 10

Edificio Torre Mayor

Col. Cuauhtémoc

C.P. 06500

México D.F.

Tel. 5999 1900

[claudia.ullivarri@marsh.com](mailto:claudia.ullivarri@marsh.com)

[carlos.cervantes@marsh.com](mailto:carlos.cervantes@marsh.com)

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

## GUY CARPENTER

Sandra Romo/Guillermo Castro/  
Katuska Hernández

Insurgentes Sur 1898 Piso 9

Col. Florida

C.P. 01030

México, D.F.

Tel. 9140 7000

[sandra.romo@guycarp.com](mailto:sandra.romo@guycarp.com)

[guillermo.castro@guycarp.com](mailto:guillermo.castro@guycarp.com)

[katuska.hernandez@guycarp.com](mailto:katuska.hernandez@guycarp.com)

[www.guycarp.com](http://www.guycarp.com)

## MERCER

Laura Gómez/Ana Cecilia Dueñas

Av. Paseo de la Reforma 505 piso 11

Edificio Torre Mayor

Col. Cuauhtémoc

C.P. 06500

México D.F.

Tel. 5999 1900

[Laura.Gomez@mercer.com](mailto:Laura.Gomez@mercer.com)

[anacecilia.duenas@mercer.com](mailto:anacecilia.duenas@mercer.com)

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

# ANEXOS

## PACTO MUNDIAL

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

- Derechos Humanos
- Normas Laborales
- Medio Ambiente
- Lucha contra la corrupción

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

Índice GRI-G3.1

CONTENIDOS BÁSICOS PARTE I: Perfil

1. Estrategia y Análisis

Perfil	Descripción	Reportado	Página/ Respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación
1.1	Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	Totalmente	4			
1.2	Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	Totalmente	4			

2. Perfil de la organización

Perfil	Descripción	Reportado	Página/ Respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación
2.1	Nombre de la organización.	Totalmente	37			
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	Totalmente	7,8			
2.3	Estructura operativa de la organización.	Totalmente	13			
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	Totalmente	39			
2.5	Número de países en los que opera la organización.	Totalmente	7,8			
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	Totalmente	37			
2.7	Mercados servidos.	Totalmente	7,9			
2.8	Dimensiones de la organización informante.	Totalmente	7			
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	Totalmente	5,37			
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	Totalmente	38			

3. Parámetros de la Memoria

3.1	Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	Totalmente	37			
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiera).	Totalmente	37			
3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	Totalmente	37			
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	Totalmente	39			

## Tabla GRI

Perfil	Descripción	Reportado	Página/ Respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación
3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria.	Totalmente	37			
3.6	Cobertura de la memoria.	Totalmente	37			
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	Totalmente	37			
3.8	La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades entre organizaciones.	Totalmente	37			
3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, de la memoria.	Totalmente	37			
3.10	Descripción del efecto que pueda tener el volver a expresar la dicha reexpresión.	Totalmente	37			
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	Totalmente	37			
3.12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria.	Totalmente	41			
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación	Totalmente	37			

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

Perfil	Descripción	Reportado	Página/ Respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación
4.1	La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	Totalmente	12			
4.2	Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	Totalmente	12			
4.3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	Totalmente	12			
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	Totalmente	14			
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	Totalmente	Está regulado por las Directrices de Gobierno Corporativo de Marsh & McLennan Companies aprobadas por el Consejo de Administración. La liga a las directrices se encuentra disponible en la pág. 12			

Perfil	Descripción	Reportado	Página/ Respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	Totalmente	Está regulado por las Directrices de Gobierno Corporativo de Marsh & McLennan Companies aprobadas por el Consejo de Administración. La liga a las directrices se encuentra disponible en la pág. 12			
4.7	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	Totalmente	Está regulado por las Directrices de Gobierno Corporativo de Marsh & McLennan Companies aprobadas por el Consejo de Administración. La liga a las directrices se encuentra disponible en la pág. 12			
4.8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	Totalmente	9,10			
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	Totalmente	16,17,40			
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	Totalmente	16,17			
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	Totalmente	5			
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	Totalmente	19,26,40			
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	Totalmente	38,40			
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	Totalmente	14			
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	Totalmente	14			
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	Totalmente	14			
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	Totalmente	16			

CONTENIDOS BÁSICOS PARTE II: Enfoque de la Dirección							
Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
Dimensión económica		Enfoque de la dirección económica					
Aspecto	Desempeño económico	Parcialmente	7				
	Presencia en el mercado	Totalmente	7,8				
	Impacto económico indirecto	Totalmente	18				
Dimensión ambiental		Enfoque de la dirección ambiental					
Aspecto	Materiales	Totalmente	27				
	Energía	Totalmente	27				
	Agua	No			No disponible	Todas nuestras oficinas son arrendadas por lo que no tenemos control sobre su operación.	
	Biodiversidad	Totalmente	Todas nuestras oficinas se encuentran en suelo urbano y por lo tanto no tienen ningún impacto en la biodiversidad y otras áreas protegidas.				
	Emisiones, vertidos y residuos	Totalmente	26				
	Productos y servicios	Totalmente	27				
	Cumplimiento normativo	Totalmente	No se reportan multas ni sanciones por este concepto.				
	Transporte	Totalmente	28				
	Aspecto general	Totalmente	26				
Dimensión laboral		Enfoque de la dirección laboral					
Aspecto	Empleo	Totalmente	32				
	Relaciones empresa/trabajadores	Totalmente	32				
	Salud y seguridad en el trabajo	Totalmente	35,36				
	Formación y educación	Totalmente	34				
	Diversidad e igualdad de oportunidades	Totalmente	31				

Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
<b>Dimensión de Derechos Humanos</b>		<b>Enfoque de la dirección de Derechos Humanos</b>					
<b>Aspecto</b>	Prácticas de inversión y aprovisionamiento	Totalmente	23				
	No discriminación	Totalmente	31				
	Libertad de asociación y convenios colectivos	Totalmente	32				
	Abolición de la explotación infantil	Totalmente	10				
	Prevención del trabajo forzoso y obligatorio	Totalmente	10				
	Prácticas de seguridad	Totalmente	11				
	Derechos de los indígenas	Totalmente	10				
<b>Dimensión social</b>		<b>Enfoque de la dirección social</b>					
<b>Aspecto</b>	Comunidad	Totalmente	18				
	Corrupción	Totalmente	10				
	Política pública	Totalmente	No se reporta participación en esta clase de actividades.				
	Comportamiento de competencia desleal	Totalmente	10				
	Cumplimiento normativo	Totalmente	No se reportan multas ni sanciones por este concepto.				
<b>Dimensión de la responsabilidad sobre productos</b>		<b>Enfoque de la dirección para la responsabilidad sobre productos</b>					
<b>Aspecto</b>	Salud y seguridad del cliente	Parcialmente	8				
	Etiquetado de productos y servicios	Parcialmente	8				
	Políticas para el diseño y venta justas de productos y servicios	Parcialmente	8				
	Comunicaciones de marketing	Parcialmente	8				
	Privacidad del cliente	Parcialmente	8				
	Cumplimiento normativo	Totalmente	No se reportan multas ni sanciones por este concepto.				

DIMENSIÓN ECONÓMICA							
Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
Desempeño económico							
<b>EC1</b>	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	Parcialmente	7				
<b>EC2</b>	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	Totalmente	26				
<b>EC3</b>	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Totalmente	18				
<b>EC4</b>	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	Totalmente	MMC no recibe ayuda financiera del gobierno.				
Presencia en el mercado							
<b>EC5</b>	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Totalmente	32				
<b>EC6</b>	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Totalmente	23				
<b>EC7</b>	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Totalmente	El 100% de nuestros directivos son locales, y al igual que el resto de nuestros colegas, se seleccionan con base en la Política de reclutamiento y selección.				

Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
<b>Impacto económico indirecto</b>							
<b>EC8</b>	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	Totalmente	20				
<b>EC9</b>	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	Totalmente	20				

**DIMENSIÓN AMBIENTAL**

Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
<b>Materiales</b>							
<b>EN1</b>	Materiales utilizados en peso o en volumen.	No			No disponible	No se cuenta con un sistema de medición.	
<b>EN2</b>	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	No			No disponible	No se cuenta con un sistema de medición.	
<b>Energía</b>							
<b>EN3</b>	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	Totalmente	26				
<b>EN4</b>	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	Totalmente	26				
<b>EN5</b>	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	No			No disponible	No se cuenta con un sistema de medición.	
<b>EN6</b>	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	Totalmente	27				
<b>EN7</b>	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	Totalmente	27				

Tabla GRI

Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
Agua							
EN8	Captación total de agua por fuentes.	No			No disponible	MMC tiene sus oficinas corporativas en terrenos urbanos cuyo suministro de agua se realiza por la red urbana, sin explotación de fuentes naturales por cuenta propia.	
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	No			No material	MMC tiene sus oficinas corporativas en terrenos urbanos cuyo suministro de agua se realiza por la red urbana, sin explotación de fuentes naturales por cuenta propia.	
EN10	Porcentaje y volumen de agua reciclada y reutilizada.	No			No disponible	Todas nuestras oficinas son arrendadas por lo que no tenemos control sobre su operación.	
Biodiversidad							
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	Totalmente	Las oficinas de MMC se localizan en terrenos urbanos por lo que no impactan en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.				
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a la áreas protegidas	Totalmente	Las oficinas de MMC se localizan en terrenos urbanos por lo que no impactan en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.				
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	Totalmente	Las oficinas de MMC se localizan en terrenos urbanos por lo que no impactan en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.				

Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
<b>EN14</b>	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	No			No material	Las oficinas de MMC se localizan en terrenos urbanos y por tanto no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad	
<b>EN15</b>	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	No			No aplica	Las oficinas de MMC se localizan en terrenos urbanos y por tanto no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad	
<b>Emisiones, vertidos y residuos</b>							
<b>EN16</b>	Emisiones, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	Totalmente	26				
<b>EN17</b>	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	No			No aplica	MMC no produce otras emisiones de gases de efecto invernadero	
<b>EN18</b>	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	Totalmente	27,28				
<b>EN19</b>	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	Totalmente	En las oficinas de MMC no se utilizan sustancias destructoras de la capa de ozono.				
<b>EN20</b>	NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	No			No material	Los servicios de MMC no producen emisiones significativas de NOx y SOx.	
<b>EN21</b>	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	Totalmente	Las oficinas de MMC se localizan en terrenos urbanos por lo que el vertido se hace por medio de la red urbana.				
<b>EN22</b>	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	No			No disponible	No contamos con métodos de medición.	
<b>EN23</b>	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	Totalmente	Las oficinas de MMC se localizan en terrenos urbanos por lo que el vertido se hace por medio de la red urbana.				

Tabla GRI

Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
<b>EN24</b>	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	No			No aplica	Los servicios de MMC no producen residuos clasificados como peligrosos.	
<b>EN25</b>	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	No			No aplica	Las oficinas de MMC se localizan en terrenos urbanos y por tanto no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.	
<b>Productos y servicios</b>							
<b>EN26</b>	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	Totalmente	27,28				
<b>EN27</b>	Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de la vida útil, por categorías de productos.	No			No material	Los servicios de MMC no producen no generan cantidades relevantes de desperdicios	
<b>Cumplimiento normativo</b>							
<b>EN28</b>	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Totalmente	No se reportan multas ni sanciones por este concepto.				
<b>Transporte</b>							
<b>EN29</b>	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	Totalmente	27,28				
<b>Aspecto general</b>							
<b>EN30</b>	Desglose por tipo de gastos e inversiones ambientales.	No			No disponible	No se tiene contabilizado este concepto.	

DIMENSIÓN SOCIAL							
Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
<b>Empleo</b>							
<b>LA1</b>	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	Totalmente	32,33				
<b>LA2</b>	Número de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupos de edad, sexo y región	Totalmente	32,33				
<b>LA3</b>	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	Totalmente	35,36				
<b>LA15</b>	Tasa de retorno al trabajo y retención tras baja por nacimiento, por género	No			No disponible	No se tiene contabilizado este concepto.	
<b>Relaciones empresa/trabajadores</b>							
<b>LA4</b>	Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo.	No			No aplica	MMC no cuenta con un acuerdo colectivo.	
<b>LA5</b>	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	No			No aplica	MMC no cuenta con un acuerdo colectivo.	
<b>Salud y seguridad en el trabajo</b>							
<b>LA6</b>	Porcentaje total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	Totalmente	MMC cuenta con un Comité de Protección Civil que representa a todos los trabajadores de la empresa.				
<b>LA7</b>	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	No			No material	Los servicios de MMC no representan riesgos de salud y seguridad significativos para sus empleados.	

## Tabla GRI

Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
<b>LA8</b>	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	Totalmente	33,34				
<b>LA9</b>	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	No			No aplica	MMC no cuenta con un acuerdo colectivo.	
<b>Formación y educación</b>							
<b>LA10</b>	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	Totalmente	34				
<b>LA11</b>	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que los apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	Totalmente	34				
<b>LA12</b>	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	Totalmente	33				
<b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b>							
<b>LA13</b>	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a grupo minoritario y otros indicadores de diversidad.	Totalmente	32,33				
<b>LA14</b>	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	Totalmente	A mismo puesto y obligaciones, mismo salario entre hombres y mujeres.				

DIMENSIÓN DE DERECHOS HUMANOS							
Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
<b>Prácticas de inversión y aprovisionamientos</b>							
<b>HR1</b>	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	Totalmente	23,24				
<b>HR2</b>	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	Totalmente	24				
<b>HR3</b>	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	Totalmente	34				
<b>No discriminación</b>							
<b>HR4</b>	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	Totalmente	No se reportaron incidentes de esta naturaleza.				
<b>Libertad de asociación y convenios colectivos</b>							
<b>HR5</b>	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	No			No aplica	MMC no cuenta con un acuerdo colectivo.	
<b>Abolición de la explotación infantil</b>							
<b>HR6</b>	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Totalmente	Nuestra actividad de negocio requiere de personal altamente calificado por lo que el riesgo de explotación infantil es prácticamente nulo.				

Tabla GRI

Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
<b>Prevención del trabajo forzoso y obligatorio</b>							
<b>HR7</b>	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso o no consentido y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Totalmente	10				
<b>Prácticas de seguridad</b>							
<b>HR8</b>	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	Totalmente	10				
<b>Derechos de los indígenas</b>							
<b>HR9</b>	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	Totalmente	No se reportaron incidentes de esta naturaleza.				
<b>DIMENSIÓN SOCIAL</b>							
Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
<b>Comunidad</b>							
<b>SO1</b>	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida.	Totalmente	19,20				
<b>SO1 (G3.1)</b>	Porcentaje de operaciones con involucramiento de la comunidad local, evaluación de impacto y programas de desarrollo implementados.	Totalmente	19,20				
<b>SO9</b>	Operaciones con impactos negativos significativos en comunidades locales ya sean potenciales o reales	Totalmente	19,20				

Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
<b>SO10</b>	Medidas de prevención y mitigación implementadas en operaciones con impactos negativos significativos en comunidades locales.	Totalmente	19,20				
<b>Corrupción</b>							
<b>SO2</b>	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	Totalmente	10,11				
<b>SO3</b>	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anticorrupción de la organización.	Totalmente	10				
<b>SO4</b>	Medidas tomadas en respuesta a los incidentes de corrupción.	Totalmente	11				
<b>Política pública</b>							
<b>SO5</b>	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	Totalmente	No se reporta participación en esta clase de actividades.				
<b>SO6</b>	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países..	Totalmente	No se reportan esta clase de aportaciones.				
<b>Comportamiento de competencia desleal</b>							
<b>SO7</b>	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	Totalmente	No se reportan esta clase de acciones.				
<b>Cumplimiento normativo</b>							
<b>SO8</b>	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	Totalmente	No se reportan multas ni sanciones por este concepto.				

DIMENSIÓN PARA LA RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS							
Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
<b>Salud y seguridad del cliente</b>							
<b>PR1</b>	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	Parcialmente	8				
<b>PR2</b>	Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Totalmente	No se reportan esta clase de incidentes.				
<b>Etiquetado de productos y servicios</b>							
<b>PR3</b>	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.	Parcialmente	8				
<b>PR4</b>	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Totalmente	No se reportan incumplimientos de esta naturaleza.				
<b>PR5</b>	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	No			No disponible	Esa información es considerada como confidencial	

Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
<b>Comunicaciones de marketing</b>							
<b>PR6</b>	Programas de cumplimiento con las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	Parcialmente	8				
<b>PR7</b>	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Totalmente	No se reportan incumplimientos de esta naturaleza.				
<b>Privacidad del cliente</b>							
<b>PR8</b>	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	Totalmente	No se reportan incumplimientos de esta naturaleza.				
<b>Cumplimiento normativo</b>							
<b>PR9</b>	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	Totalmente	No se reportan incumplimientos de esta naturaleza.				

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

Marsh

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

Guy Carpenter

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

Mercer

Laura Gómez/Ana Cecilia Dueñas  
Av. Paseo de la Reforma 505 piso 11  
Edificio Torre Mayor  
Col. Cuauhtémoc  
C.P. 06500  
México D.F.  
Tel. 5999 1900  
Laura.Gomez@mercer.com  
anacecilia.duenas@mercer.com  
www.mercer.com.mx