

**PROSPERIDAD INCLUYENTE**  
INFORME DE SUSTENTABILIDAD  
GRUPO ELEKTRA 2017



**El impulso de la prosperidad incluyente es inherente a Grupo Elektra, pues es un notable generador de:**

**Valor económico,** con la oferta de bienes y servicios de clase mundial en condiciones competitivas y con la creación de empleos de calidad.

**Valor social,** con el fomento de la inclusión y educación financieras, y el reforzamiento de vínculos con las comunidades y la sociedad civil.

**Valor ambiental,** con el establecimiento de iniciativas para mitigar los impactos de las actividades productivas en el entorno.

**Esto le ha permitido consolidarse como un importante participante en la contribución hacia el logro del desarrollo sustentable, impulsando progreso y calidad de vida para millones de familias en los países donde opera.**

# Contenido

04	2017 en cifras	31	Liderazgo responsable
05	Grupo Elektra: impulsor de oportunidades	41	Cultura corporativa
06	Negocio Comercial	49	Prosperidad compartida
07	Negocio Financiero	51	Desarrollo incluyente
09	Mensaje de los Directores Generales	71	<b>Valor social</b>
12	Creación de valor sustentable	71	El valor del talento
12	Haciendo historia	90	Solidaridad por el bienestar y el progreso
14	Modelo de creación de valor	113	<b>Valor ambiental</b>
17	Materialidad	113	Compromiso ambiental
26	Participación sectorial	122	<b>Acerca de este informe</b>
27	<b>Valor económico</b>	123	Principios para la elaboración del Informe
27	Prosperidad que genera confianza	124	Índice de Contenidos GRI

# 2017 en cifras

**\$94,979 millones** de pesos, monto de ingresos consolidados de Grupo Elektra; **crecimiento de 17% con respecto al año anterior**

**\$59,366 millones de pesos**, monto de **ingresos del negocio financiero**

**\$35,614 millones** de pesos, **ventas del negocio comercial**

**72,087 colaboradores** en Grupo Elektra

**11 millones de cuentas** de captación en **Banco Azteca**

**551,222 Italikas** ensambladas en el año

**Más de 550 mil Italikas y 13.8 millones** de refacciones vendidas en el año

**37% de la energía** consumida por Grupo Elektra **proviene de fuentes renovables**

**Más de 1.2 millones de árboles sembrados** en 1,147 hectáreas, contribuyendo a la campaña nacional de reforestación **Un Nuevo Bosque**, con la participación de **120 mil voluntarios**

**Más de \$63 millones de pesos recaudados** por la edición número 100 de **Movimiento Azteca**, monto destinado a la **reconstrucción de viviendas afectadas por los sismos de septiembre**



# Grupo Elektra: impulsor de oportunidades

102-1, 102-2, 102-5

Grupo Elektra, S.A.B. de C.V. es la compañía de servicios financieros y de comercio especializado líder en Latinoamérica y el mayor proveedor de préstamos no bancarios de corto plazo en Estados Unidos.

Opera a través de dos negocios que se complementan para impulsar la prosperidad incluyente en millones de familias, por medio del acceso a mercancías en condiciones asequibles y a servicios financieros de clase mundial.

102-7

**7,139 puntos** de contacto de Grupo Elektra

**4,440 puntos** de contacto de Grupo Elektra **en México**

**651 puntos** de contacto de Grupo Elektra **en Centro y Sudamérica**

102-4

## Grupo Elektra

### Negocio Comercial

Durante más de seis décadas de experiencia, a través de este negocio, Grupo Elektra atiende a millones de familias mediante mercancías de alta calidad en condiciones accesibles, que impulsan la prosperidad incluyente y la mejora en su calidad de vida.

El negocio comercial incluye los formatos de Tiendas Elektra y Salinas y Rocha, con presencia en México; y Tiendas Elektra en Guatemala, Honduras, Panamá y Perú; la marca Italika, en México y América Latina.

### Negocio Financiero

Por medio de este negocio, Grupo Elektra ofrece productos y servicios financieros a segmentos desatendidos por instituciones tradicionales. Lo hace a través de productos financieros que satisfacen de manera efectiva las necesidades de millones de familias, y de innovación tecnológica, que permite incrementar la eficiencia en el servicio.

Se constituye por Banco Azteca, Advance America, Afore Azteca, Seguros Azteca y Punto Casa de Bolsa. El negocio financiero tiene presencia en México, Guatemala, Honduras, El Salvador, Panamá, Perú y Estados Unidos.

La oferta está integrada por depósitos, microfinanciamiento y otros créditos, seguros de vida y daños, administración de fondos para el retiro e inversiones.

**2,048 puntos** de contacto de Grupo Elektra **en Estados Unidos**

## Negocio Comercial

102-2, 102-6, 102-7

Entre los productos y servicios que ofrece se encuentran:

### Productos

- Electrónicos
- Línea blanca
- Electrodomésticos
- Muebles

- Motocicletas [Italika]
- Llantas
- Acumuladores
- Telefonía celular
- Cómputo
- Colchones
- Entretenimiento
- Comercio electrónico

### Servicios

- Transferencias de dinero
- Garantías extendidas
- Tiempo aire
- Larga distancia
- Operadora Móvil Virtual (OVI)

### Tiendas Elektra



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

Es uno de los principales canales con los clientes y cada tienda cuenta con una sucursal de Banco Azteca.

**1,216** puntos de contacto en **México y América Latina**

**15 Centros de Distribución**, 2 de ellos aperturados en 2017

**Italika se comercializa en más de 3,600 puntos** de contacto en México, Guatemala, Honduras, Perú y Panamá

### Salinas y Rocha



Ofrece mercancías de clase mundial; cada tienda cuenta con un punto de contacto de Banco Azteca.

**47** puntos de contacto **en México**

**731 Centros de Servicio Italika (CESIT)** en México y 190 en Centro y Sudamérica; 123 de ellos fueron aperturados en 2017

Apertura de la **primera** agencia Italika y **12 nuevas** distribuidoras; inauguración de la distribuidora **número 100**

### Italika



[www.italika.mx](http://www.italika.mx)

Es la marca de motocicletas que brinda acceso a un medio de transporte propio, que permite a los clientes ser más eficientes en sus actividades diarias, de una forma cómoda, confiable y divertida.

**Italika tiene el 70%** de la participación **del mercado de motocicletas en México**, con ventas superiores a **550,000 unidades anuales**



## Negocio Financiero

102-2, 102-6, 102-7, FS13

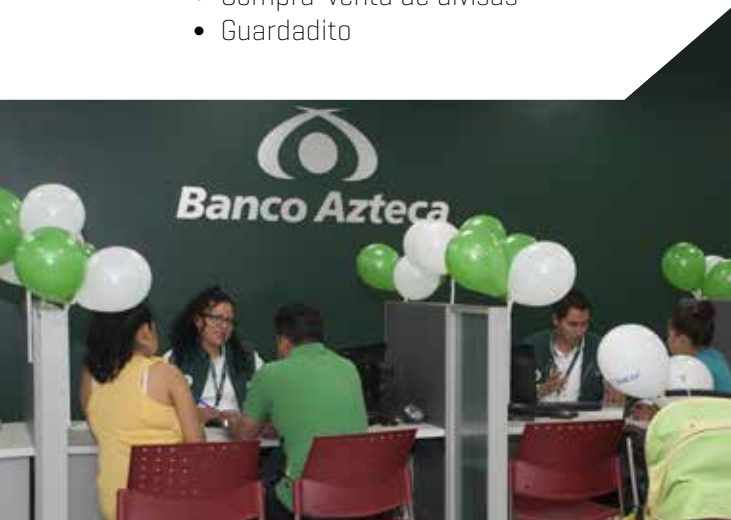
### Banco Azteca



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

Es el segundo banco más grande en México en términos de cobertura por número de puntos de contacto con el cliente. Ofrece diferentes soluciones de crédito y préstamos dirigidos a millones de familias. Entre los productos y medios se encuentran:

- Credimax Efectivo
- Credimax Consumo
- Micronegocio Azteca Tradicional
- Micronegocio Azteca Mujer
- Empresario Azteca
- Tarjeta Azteca [medio de disposición de la línea de crédito Credimax]
- Remesas de dinero
- Compra-venta de divisas
- Guardadito



Entre los productos que ofrece se encuentran:

- Crédito al consumo
- Préstamos personales
- Créditos comerciales
- Depósitos de ahorro
- Depósitos a plazo
- Tarjeta de débito
- Tarjeta de crédito
- Seguros
- AFORE
- Información crediticia
- Arrendamiento financiero
- Préstamos prendarios
- Préstamos no bancarios de corto plazo
- Préstamos grupales

**2,581** puntos de contacto en México



**3,193** puntos de contacto en México y América Latina



- Guardadito Cheques
- Guardadito Kids
- Guardadito VAS
- Débito Negocio
- Nómina
- Inversión Azteca
- Inversión Azteca Creciente
- Inversión Azteca Plazo
- Inversión Azteca Intereses Adelantados
- Presta Prenda, el negocio prendario
- Sistema de Pagos Electrónicos Interbancarios
- Banca Digital

**1,735** sucursales en México, lo que se traduce en la **segunda red bancaria más grande** del país



### Advance America



[www.advanceamerica.net](http://www.advanceamerica.net)

Ofrece préstamos no bancarios de corto plazo para las familias de la clase trabajadora de los Estados Unidos. Es una opción confiable, accesible y transparente. Los productos con los que cuenta son:

- Préstamos garantizados
- Préstamos con pagos en parcialidades
- Préstamos por adelantado

**2,048** puntos de contacto en **28 estados de la Unión Americana**



## Afore Azteca



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

Ofrece opciones de alta calidad para la administración de fondos para el retiro con base en la extensa distribución geográfica de Grupo Elektra. Los productos con los que cuenta son los siguientes:

- Registro de la cuenta individual en una AFORE
- Traspaso de AFORE
- Consulta de estado de cuenta, saldos y movimientos
- Actualización de datos de los trabajadores
- Generación de expediente de los trabajadores
- Depósito de ahorro voluntario
- Retiro de ahorro voluntario
- Retiro parcial por desempleo IMSS
- Retiro parcial por desempleo ISSSTE
- Ayuda para gastos de matrimonio IMSS
- Separación de cuentas
- Unificación de cuentas
- Unificación de recursos SAR 92
- Retiro total por Pensión y Negativa IMSS
- Disposición de recursos total ISSSTE

## Seguros Azteca



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

Ofrece soluciones que brindan protección efectiva a los clientes de conformidad con sus necesidades, a precios accesibles para aquellas personas excluidas del sistema asegurador tradicional en México y América Latina. Los seguros con los que cuenta son:

- |                |                 |
|----------------|-----------------|
| • Vidamax      | • Educación     |
| • Accidente    | • Italika       |
| • Tranquilidad | • Moto RC       |
| • Mujer        | • Auto          |
| • Infarto      | • Plan médico 8 |
| • Migrante     | • Hogar         |

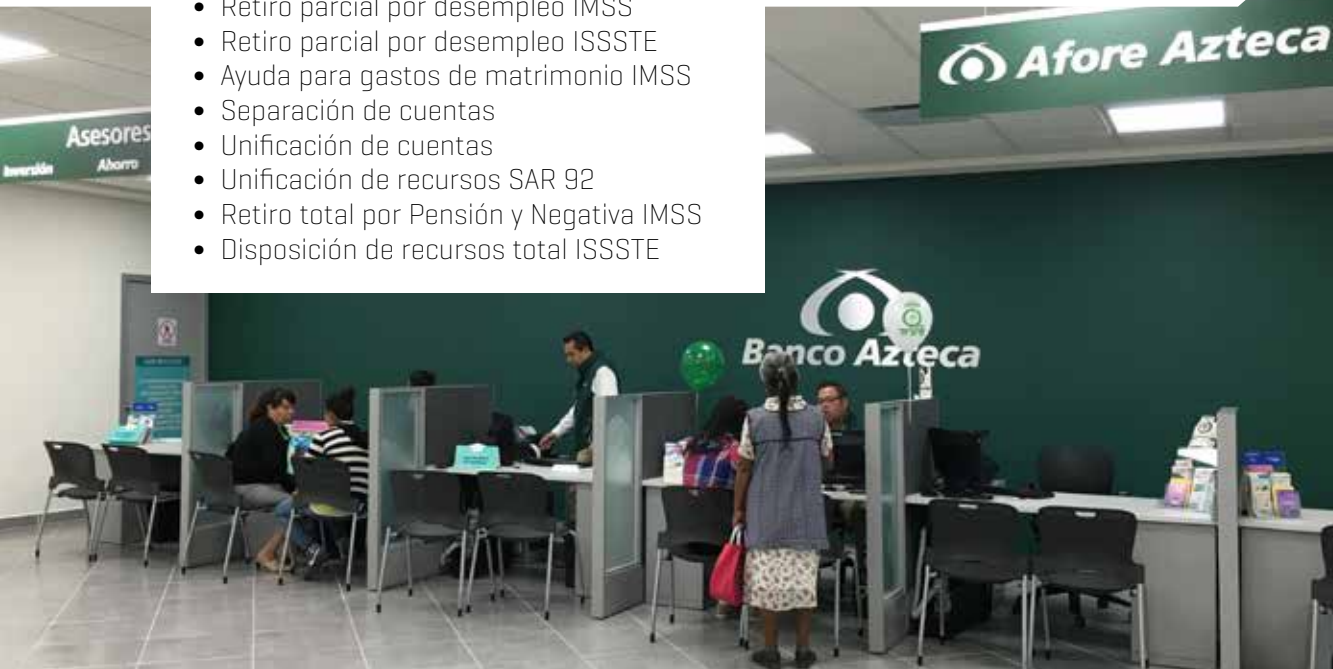
## Punto Casa de Bolsa



[www.puntocasadebolsa.mx](http://www.puntocasadebolsa.mx)

Promueve la inversión como herramienta de ahorro y bienestar a través de la simplificación de conceptos de mercados financieros, con un servicio de excelencia. Las unidades de negocio con las que cuenta son:

- Promoción Personas Físicas. Ofrece asesoría personalizada y portafolios de inversión acordes al perfil y metas de cada inversionista, operando en el Mercado de Capitales.
- Promoción Institucional. Ofrece servicios como:
  - Ejecución boutique, con el objetivo de comprar y vender de forma óptima y eficiente en el mercado.
  - Análisis de diferentes niveles de cobertura y reportes a la medida.
  - Estrategia, que consiste en la visión de tendencias y flujos de mercado, ideas de *trading* y reportes especiales.
  - *One on One*, acercando a los clientes a las mejores empresas mexicanas y extranjeras.
- Banca de Inversión. Enfocada en la asesoría, estructuración y colocación de:
  - Certificados Bursátiles y Ofertas Accionarias entre el gran público inversionista.
  - Capital Privado.
  - Operaciones Financieras.



## Mensaje de los Directores Generales

102-14, 102-15

Durante 2017 Grupo Elektra generó notable valor económico, social y ambiental en las comunidades donde opera, lo que contribuyó a impulsar la calidad de vida de millones de familias y, simultáneamente, fomentar la protección del entorno en México, los Estados Unidos, y Centro y Sudamérica.

Creamos valor económico a través de dar acceso a mercancías de clase mundial a amplios segmentos de la población, así como servicios financieros a quienes no han sido atendidos por la banca tradicional. El desempeño de nuestros dos negocios -financiero y comercial-, fue sobresaliente, lo que se tradujo en un crecimiento a doble dígito en los ingresos consolidados en 2017, e incremento de 17% en la utilidad de operación.

Los ingresos del negocio financiero crecieron 18%, en el contexto de un incremento de 12% en la cartera bruta consolidada de Banco Azteca México, *Advance America* y Banco Azteca Latinoamérica, en conjunto con una sólida calidad de activos, reflejada en un índice de morosidad consolidado de 4.7% al cierre de 2017.

Además de generar sólidos resultados, la actividad de Banco Azteca ha sido reconocido por diversas instituciones, debido a su contribución al mejoramiento de la comunidad. Una de ellas, Equifax, indica que el Banco es el principal bancarizador en Perú, El Salvador y Honduras. El estudio encontró que un porcentaje significativo del mercado masivo en esos países, no tenía acceso a servicios financieros antes de que el Banco iniciara sus operaciones financieras y, a partir de su apertura, una porción sustancial de dicho segmento obtuvo créditos por primera vez.



**Alejandro Valenzuela del Río**  
Director General de Banco Azteca

**Banco Azteca ha sido reconocido** por diversas instituciones, debido a su contribución al mejoramiento de la comunidad

.....



Consideramos que, al igual que en países de Centro y Sudamérica, Banco Azteca es determinante de la inclusión financiera en México. Con sólo 15 años de historia, el Banco cuenta ya con más de 11 millones de cuentas activas de depósito y un número similar de cuentas de crédito, cifras significativas para un país con cerca de 32 millones de hogares.

En cuanto al negocio comercial, el desempeño fue muy destacado en el año. Los ingresos crecieron 15%, gracias a estrategias que se enfocan en crear experiencias óptimas de compra, a través de bienes y servicios que satisfacen de manera efectiva las necesidades del cliente, con atención de clase mundial, y en condiciones altamente competitivas.

Dichas estrategias comerciales tuvieron un impulso adicional con la puesta en marcha de un nuevo formato de tienda, con mayor superficie, que incluye una variedad superior de mercancías y servicios, para satisfacer a un número creciente de familias. De igual forma, hacia fines de año, dio inicio la estrategia omnicanal de Grupo Elektra, con la tienda en línea [www.elektra.com.mx](http://www.elektra.com.mx), a través de la que se comercializan miles de productos, a precios sin paralelo, desde cualquier dispositivo y en todo momento, lo que fortalece aún más las operaciones del negocio comercial.

El crecimiento en ventas durante el año fue generalizado para las diferentes líneas de producto, sin embargo, merecen especial mención las motocicletas Italika, que constituyeron la categoría más vendida en 2017. Las ventas de Italika representaron 29% de los ingresos de Tiendas Elektra este año, tres puntos porcentuales por arriba de 26% en 2016.

El número de motocicletas comercializadas en el año fue superior a 550,000 unidades en México, Guatemala, Honduras, Panamá y Perú. En nuestro país, gracias a la amplia aceptación de la marca, la satisfacción creciente de los clientes con los atributos del producto, y el eficiente servicio post venta, la compañía tuvo una sólida posición de liderazgo, con una participación de mercado de 70%.



**Fabrice J. Deceliere Márquez**  
Director General de Tiendas Elektra

En 2017, **Tiendas Elektra dio inicio a su estrategia omnicanal**, fortaleciendo aún más las operaciones del negocio comercial

.....

Las motocicletas Italika brindan una alternativa de transporte segura, cómoda, eficiente en el uso de combustible, y que reduce tiempos de traslado, lo que representa ahorros al usuario, impulsa el bienestar de miles de familias y la productividad de los negocios, y simultáneamente contribuye a un mejor ambiente.

El valor social que genera Grupo Elektra, también se pone de manifiesto a través de más de 72,000 colaboradores que forman parte de la compañía, con niveles de satisfacción en el trabajo y bienestar crecientes.

Además, la compañía apoya de manera decidida actividades de Fundación Azteca, que potencian las capacidades de la sociedad por medio de iniciativas como Esperanza Azteca, El Juguetón, Plantel Azteca, Limpiemos Nuestro México y Un Nuevo Bosque, entre muchas otras, que facilitan entornos propicios para generar progreso.

Finalmente, Grupo Elektra desarrolla procesos que optimizan la eficiencia en el uso de recursos en sus actividades diarias y utilizan energía amigable con el medio ambiente. El consumo de energía renovable en la compañía representa 37% del total consumido en el año, y se busca gradualmente incrementar esta proporción.

Grupo Elektra genera importante valor económico, social y ambiental en las comunidades en las que opera, y tiene el firme compromiso de impulsar aún más el dinamismo de sus actividades en los próximos años, contribuir de manera creciente al bienestar de millones de familias y fomentar la protección del entorno en 2018 y, todo ello hacia una prosperidad incluyente.

Muchas gracias por su interés en Grupo Elektra.

**Alejandro Valenzuela del Río** / Director General de Banco Azteca  
**Fabrice J. Deceliere Márquez** / Director General de Tiendas Elektra  
**Alberto Tanus Schwarz** / Director General de Italika



**Alberto Tanus Schwarz**  
Director General de Italika

## Italika consolidó su posición de liderazgo

en México, con una participación de mercado de 70%



# Creación de valor sustentable

## Haciendo historia

Grupo Elektra	
1906	Fundación de la fábrica de muebles Benjamín Salinas y Cía. en Monterrey.
1950	Fundación de Elektra, dedicada a la manufactura de radios y, posteriormente, televisores.
1988	Nacimiento de la campaña Vive sin Drogas, cuyo propósito es promover la elección de una vida sana y libre de adicciones, especialmente entre la juventud.
1993	Realización de la oferta pública primaria en la Bolsa Mexicana de Valores.
1996	Realización del primer Juguetón, con el que se repartieron 15,000 juguetes a niños de escasos recursos. Inicio de operaciones de Tiendas Elektra en América Latina con la apertura de cuatro tiendas en Guatemala. Nacimiento de Fundación Azteca para materializar los proyectos de responsabilidad social y ambiental en los que Grupo Salinas cree; desde su creación hemos tocado y mejorado la vida de millones de personas, vinculando los problemas más apremiantes y necesidades de la sociedad, con organizaciones y personas dispuestas a comprometerse.
1997	Arranque de Plantel Azteca, única escuela privada mixta que imparte estudios de secundaria y bachillerato técnico a jóvenes mexicanos de escasos recursos con alto rendimiento académico. Les brinda una educación integral de gran calidad con valores y excelencia técnica.
1999	Reconocimiento a Fundación Azteca por parte de la ONU con la medalla de la Sociedad Civil por su campaña Vive sin Drogas. Inicio de operaciones de Banco Azteca con la apertura simultánea de más de 800 sucursales ubicadas al interior de las tiendas Elektra, Salinas y Rocha y Bodega de Remates.
2002	Realización del primer Movimiento Azteca, campaña de corresponsabilidad social y ambiental, donde se invita a la sociedad a realizar sus aportaciones directamente a organizaciones de impacto nacional; en él se recaudaron \$11 millones de pesos a favor de la Fundación de Trasplantes (Funat), con el cual, 716 personas recibieron trasplante de córnea. Surgimiento de "Un Nuevo Bosque", jornada ecológica que reafirma el compromiso de Grupo Salinas y TV Azteca con la generación de valor ambiental.
2003	Inicio de operaciones de Afore Azteca.

	Lanzamiento del programa Empresario Azteca.
2004	Inicio de operaciones de Italika. Inicio de operaciones de Seguros Azteca.
2005	Inicio de operaciones de Tiendas Elektra y Banco Azteca en Panamá.
2006	Primera edición del programa "Donativo Hormiga", a través del cual se otorga apoyo en especie a diversas asociaciones civiles. Inicio de operaciones de Banco Azteca en Guatemala con 75 puntos de venta, representando cobertura nacional.
2007	Inicio de operaciones de Banco Azteca Honduras. Inicio de operaciones de Banco Azteca en Perú. Inauguración de Ensamblika, la planta armadora de Italika.
2008	Creación del Área de Energía y Medio Ambiente de Grupo Salinas para eficientar el consumo energético y medir el impacto ambiental. Nace Fundación Azteca Guatemala, con el objeto de brindar proyectos sociales a la población más vulnerable del país. Reconocimiento a Banco Azteca como una de las 20 mejores compañías en México por sus innovaciones tecnológicas, de acuerdo con <i>Information Week</i> . Inicio de operaciones de Banco Azteca en El Salvador.
2009	Lanzamiento de la campaña Limpiemos Nuestro México, en la que participaron 1,055,000 voluntarios reunidos en 20,000 brigadas para recolectar y separar 3,500 toneladas de residuos. Lanzamiento de Orquestas Sinfónicas y Coros Esperanza Azteca, programa social musical que busca mejorar la calidad de vida de niños y jóvenes de escasos recursos a través de la música. Creación del Sistema de Gestión de la Energía (SIGEN) para la medición de la huella de carbono.
2010	Reconocimiento a Grupo Salinas con el Premio Nacional de Ahorro de Energía Eléctrica 2010.
2011	Ampliación de la red de distribución de Italika en México, a través de nuevos canales, como tiendas y supermercados de prestigio. Apertura de Punto Casa de Bolsa, subsidiaria bursátil que opera con los más altos estándares de seguridad y eficiencia en atención al cliente.
2012	Inicio de la utilización de energía renovable (eólica) en Grupo Salinas. Inicia el primer Movimiento Azteca Locales que busca apoyar una vez al año a 32 causas distintas en todo el país.
2013	Publicación del primer Informe de Sustentabilidad de Grupo Elektra.



	<p>Obtención del distintivo "Empresa Familiarmente Responsable" por parte de Grupo Elektra, otorgado por la Secretaría del Trabajo y Prevención Social (STPS).</p>
	<p>Reconocimiento por segundo año consecutivo a Banco Azteca Guatemala por parte de <i>Great Place to Work</i>, por ser una de las mejores empresas para trabajar en Guatemala debido a la calidad de vida que brinda a sus colaboradores.</p>
	<p>Lanzamiento de "Aprende y Crece" en El Salvador y Honduras.</p>
<p><b>2014</b></p> <p>Ingreso de Grupo Elektra al S&amp;P/BMV IPC Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV).</p> <p>Lanzamiento de la primera fase del programa de educación financiera y micro-negocios "Aprende y Crece", de Banco Azteca.</p> <p>Reconocimiento a Banco Azteca por parte del Banco Mundial por su favorable impacto en la economía de las personas en la Base de la Pirámide.</p> <p>Cumplimiento por primera vez con el Registro Nacional de Emisiones (RENE) de la Ley General de Cambio Climático, reporte anual con los niveles de emisiones de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) y de gases de efecto invernadero (GEI), con el fin de contribuir al logro de los objetivos internacionales adquiridos por México: la reducción de sus emisiones en un 30% para 2025 y 50% para 2050.</p>	<p><b>2016</b></p> <p>Lanzamiento de la primera Tarjeta de Crédito de Banco Azteca, denominada Oro Garantizada.</p> <p>Firma del convenio de colaboración entre Tiendas Elektra y la Procuraduría Federal de Protección al Consumidor (PROFECO), con el objetivo de aplicar mejores prácticas comerciales en los puntos de contacto de la empresa en favor de los clientes.</p>
	<p>Lanzamiento del proyecto "Italika Racing", cuyo objetivo es crear una plataforma deportiva que le permita identificar talentos y formar pilotos de alto rendimiento dentro del motociclismo nacional e internacional.</p>
<p>Inicio de la utilización de energía renovable (geotérmica) en Grupo Salinas.</p> <p>Creación del Comité de Datos Personales de Grupo Elektra, el cual cumple con los parámetros de autorregulación establecidos por el gobierno federal en México y con las directrices de la Entidad Mexicana de Acreditación (EMA), el organismo Normalización y Certificación Electrónica, S.C. (NYCE) y el Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI).</p>	<p>Obtención del "Reconocimiento al mejor gobierno corporativo en México" por parte de Grupo Elektra, otorgado por Capital Finance International Awards (CFIco Awards) –programa que identifica y distingue a organizaciones y personas que agregan valor a la sociedad–.</p>
<p><b>2015</b></p> <p>Obtención del Distintivo ESR® por primera vez, por parte de Italika, otorgado por el CEMEFI y AliaRSE.</p>	<p>Obtención del Distintivo ESR® por parte de Tiendas Elektra y Banco Azteca por primer año, el cual es otorgado por el CEMEFI y AliaRSE.</p>
	<p><b>2017</b></p> <p>15° Aniversario de Banco Azteca.</p>
	<p>Banco Azteca se convierte en el principal bancarizador de Perú, El Salvador y Honduras, de acuerdo con estudios de prospección de Equifax.</p>
	<p>Realización del Movimiento Azteca número 100 en beneficio de los damnificados tras los sismos de septiembre.</p>
<p>Creación del Comité de Responsabilidad Social Empresarial de Italika.</p> <p>Movimiento Azteca recibe el premio de la CIRT a la mejor campaña social de México.</p>	<p>Lanzamiento del nuevo portal de Internet de Tiendas Elektra -Inicio de la estrategia omnicanal para ofrecer un sitio accesible a los clientes.</p>

## Modelo de creación de valor

102-40, 102-42, 102-43

Con base en los principios éticos y corporativos que caracterizan a Grupo Elektra, la compañía trabaja constantemente en la definición y reforzamiento de las líneas

de acción que lo llevan hacia la generación de valor de largo plazo entre todos los grupos de interés con quienes se vincula.



De este modo, ha logrado consolidar su modelo de creación de valor fundamentado en un binomio ganar-ganar que impulsa la prosperidad incluyente en todos los países donde tiene presencia.

Misión		
Gobierno Corporativo		
¿Quiénes se benefician?	¿A través de qué?	¿Cuál es el resultado?
Inversionistas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generación de información en tiempo y forma</li> <li>• Gestión de riesgos y Continuidad del Negocio</li> <li>• Resultados sólidos y rentables</li> <li>• Mayor rendimiento a sus inversiones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Confianza</li> <li>• Reinversión</li> <li>• Crecimiento en ingresos</li> </ul>
Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguridad de empleo</li> <li>• Prestaciones competitivas</li> <li>• Contribución a la mejora de la calidad de vida de los colaboradores y sus familias</li> <li>• Desarrollo integral</li> <li>• Seguridad y salud ocupacional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disminución de índice de rotación</li> <li>• Incremento en índice de retención</li> <li>• Satisfacción de los colaboradores</li> <li>• Incremento en el reconocimiento como una de las mejores empresas para trabajar</li> </ul>
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inclusión financiera y digital</li> <li>• Continuidad del Negocio</li> <li>• Productos y servicios de calidad</li> <li>• Satisfacción del cliente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lealtad del cliente</li> <li>• Fortalecimiento del valor de las marcas</li> <li>• Ratificación del liderazgo en Latinoamérica como proveedor de servicios financieros y comercio especializado</li> <li>• Contribución al desarrollo de la economía local y estabilidad en el consumo de los hogares</li> </ul>
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Libre competencia</li> <li>• Procesos de selección transparentes</li> <li>• Evaluación de proveedores</li> <li>• Contratación de proveedores locales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lealtad de los proveedores</li> <li>• Calidad en los insumos</li> <li>• Operación bajo estándares éticos y con base en un compromiso socioambiental</li> <li>• Consolidación de relaciones comerciales de largo plazo y beneficio mutuo</li> <li>• Contribución al desarrollo de la economía local</li> </ul>
Autoridades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplimiento de lineamientos y regulaciones</li> <li>• Cooperación con autoridades (programas sociales y de seguridad vial)</li> <li>• Envío puntual de información a autoridades</li> <li>• Prácticas anticorrupción</li> <li>• Pago puntual de impuestos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transparencia</li> <li>• Desarrollo de programas sociales</li> <li>• Inversión en infraestructura</li> <li>• Eliminación de la corrupción</li> </ul>
Competidores	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación en el mercado bajo estándares de libre competencia y éticos</li> <li>• Comunicación con participantes del gremio</li> <li>• Participación en grupos de trabajo para la modificación de normas de seguridad vial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Oferta de productos y servicios de calidad y asequibles para la población</li> <li>• Precios competitivos</li> <li>• Mejora de las normas en materia de servicios financieros, calidad de productos y seguridad vial</li> </ul>
Comunidades	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generación de empleo</li> <li>• Desarrollo de programas que fomentan la libertad, igualdad de oportunidades, liderazgo y educación financiera</li> <li>• Promoción del respeto a las normas viales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contribución al desarrollo de la economía local</li> <li>• Potencialización de las capacidades de la sociedad</li> <li>• Incremento en el rendimiento de los recursos en los hogares</li> <li>• Incremento en la cultura del ahorro y la prevención</li> <li>• Mayor seguridad vial</li> </ul>
OSC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyo a las causas en favor del desarrollo social que lideran las organizaciones, a través de Fundación Azteca</li> <li>• Recaudación y canalización de recursos para programas sociales</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilitación de entornos propicios para generar progreso</li> <li>• Apoyo a grupos vulnerables</li> </ul>
Medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimización de la eficiencia en el uso de recursos</li> <li>• Utilización de energía renovable, principalmente eólica</li> <li>• Limpieza de espacios y gestión de residuos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disminución en el consumo de electricidad y agua</li> <li>• Reducción de emisiones atmosféricas y en la generación de residuos</li> <li>• Preservación del entorno y reforestación</li> </ul>

102-12

Este modelo de creación de valor, en conjunto con el sólido desempeño de Grupo Elektra en las áreas de gobierno corporativo, responsabilidad social y preservación del entorno, ha motivado la permanencia del Grupo en el IPC Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV). Destaca el crecimiento en el puntaje obtenido por Grupo Elektra en estos rubros, superando de manera notable los promedios nacionales en las categorías evaluadas.

Por cuarto año consecutivo, Grupo Elektra es parte del **S&P/ BMV IPC Sustentable** de la **Bolsa Mexicana de Valores**

De igual manera, este modelo ha permitido que Tiendas Elektra, Banco Azteca e Italika sean reconocidas con el Distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR®), otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial (AliaRSE) por crear valor y prosperidad para millones de familias con base en una visión de negocio incluyente.

**Tiendas Elektra y Banco Azteca** obtuvieron por primera vez el **Distintivo ESR® 2017**

**Italika** fue reconocida con el **Distintivo ESR®** por tercer año consecutivo



## Materialidad

102-43

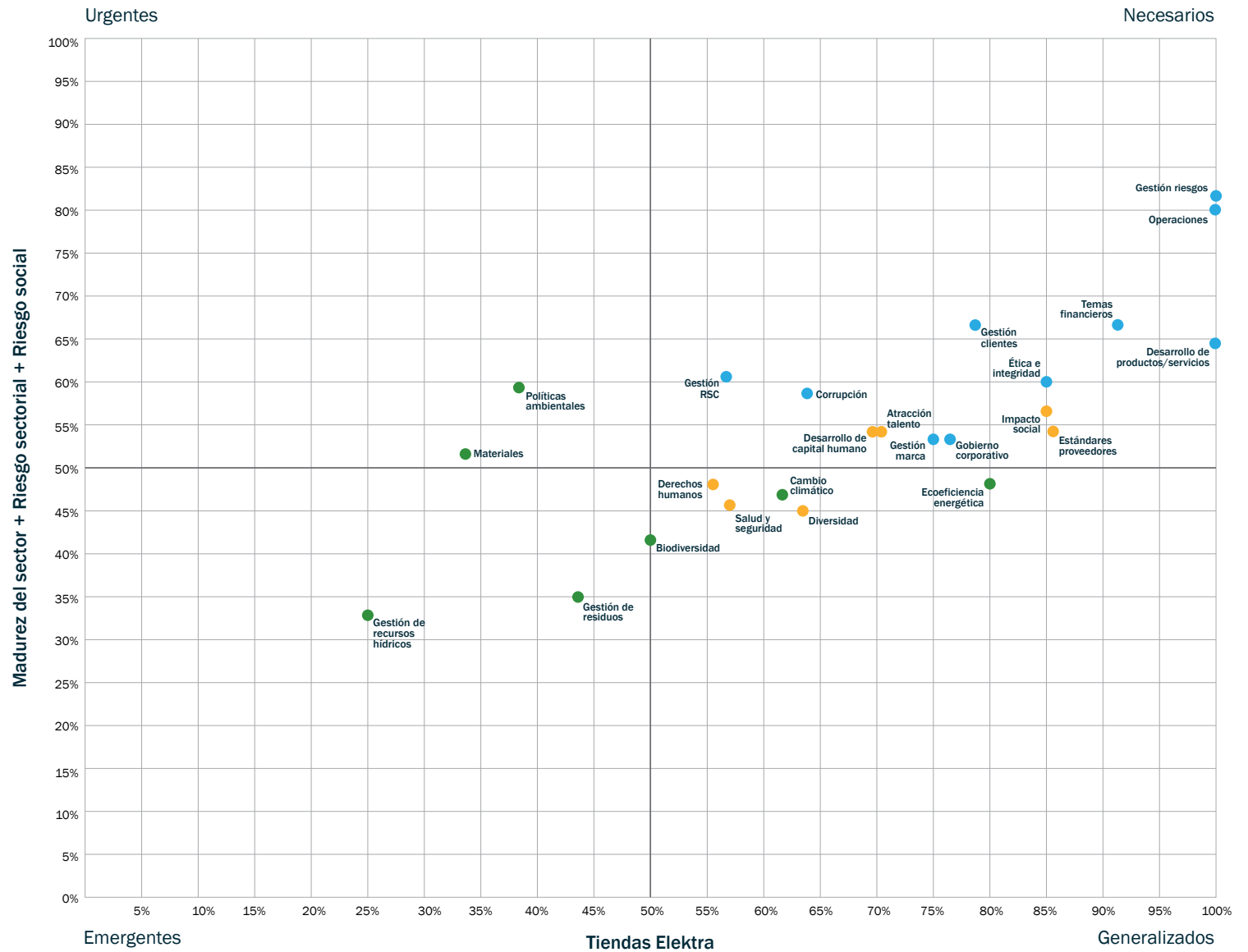
**En 2017, Grupo Elektra continuó consolidando el enfoque** en aquellos temas que impactan en sus operaciones y viceversa.

Es así como, en conjunto con un tercero independiente, llevó a cabo un estudio de materialidad para identificar los aspectos de mayor relevancia, tanto para Tiendas Elektra, Banco Azteca e Italika, como para los grupos de interés, a través de la siguiente metodología:

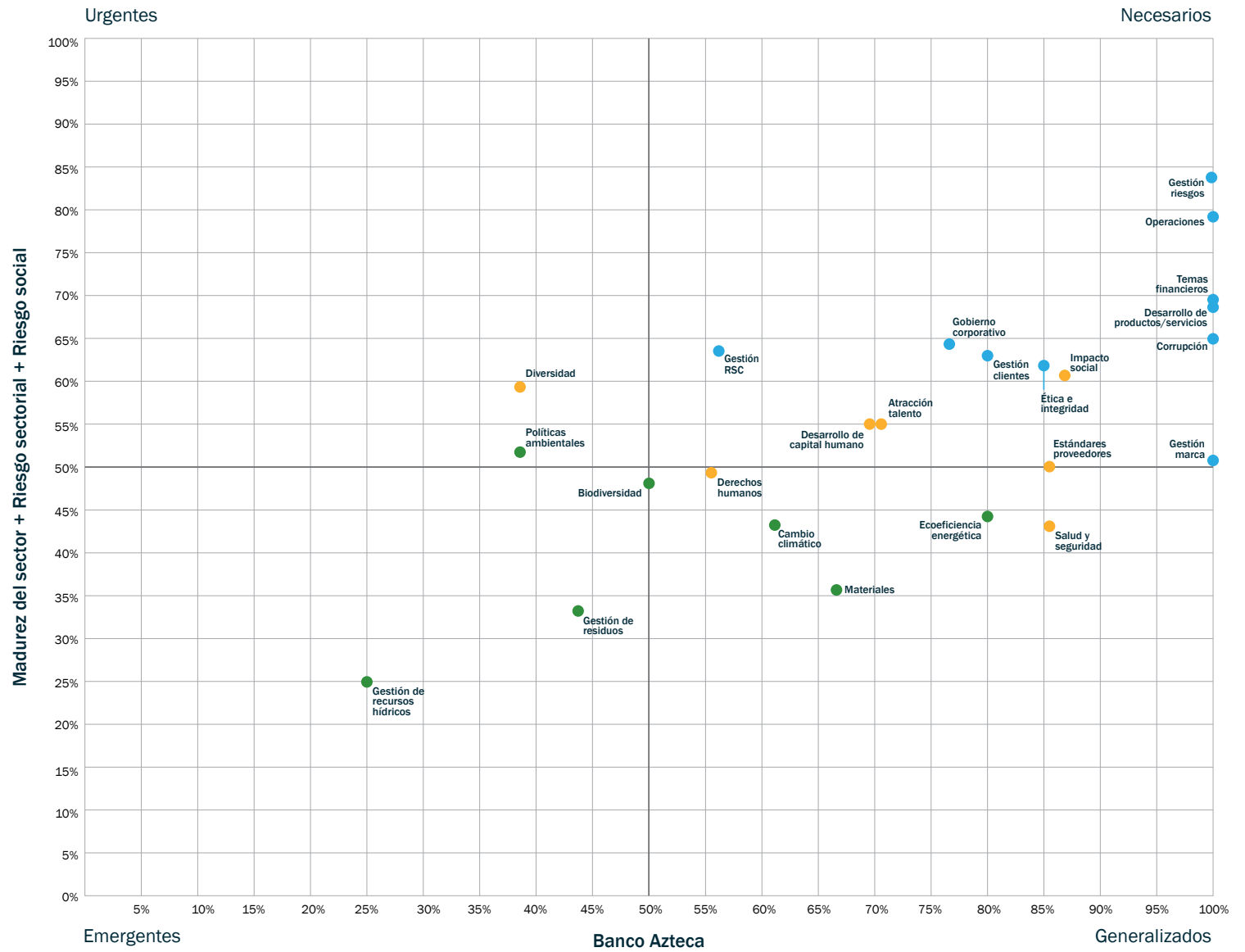


## Temas relevantes para Grupo Elektra

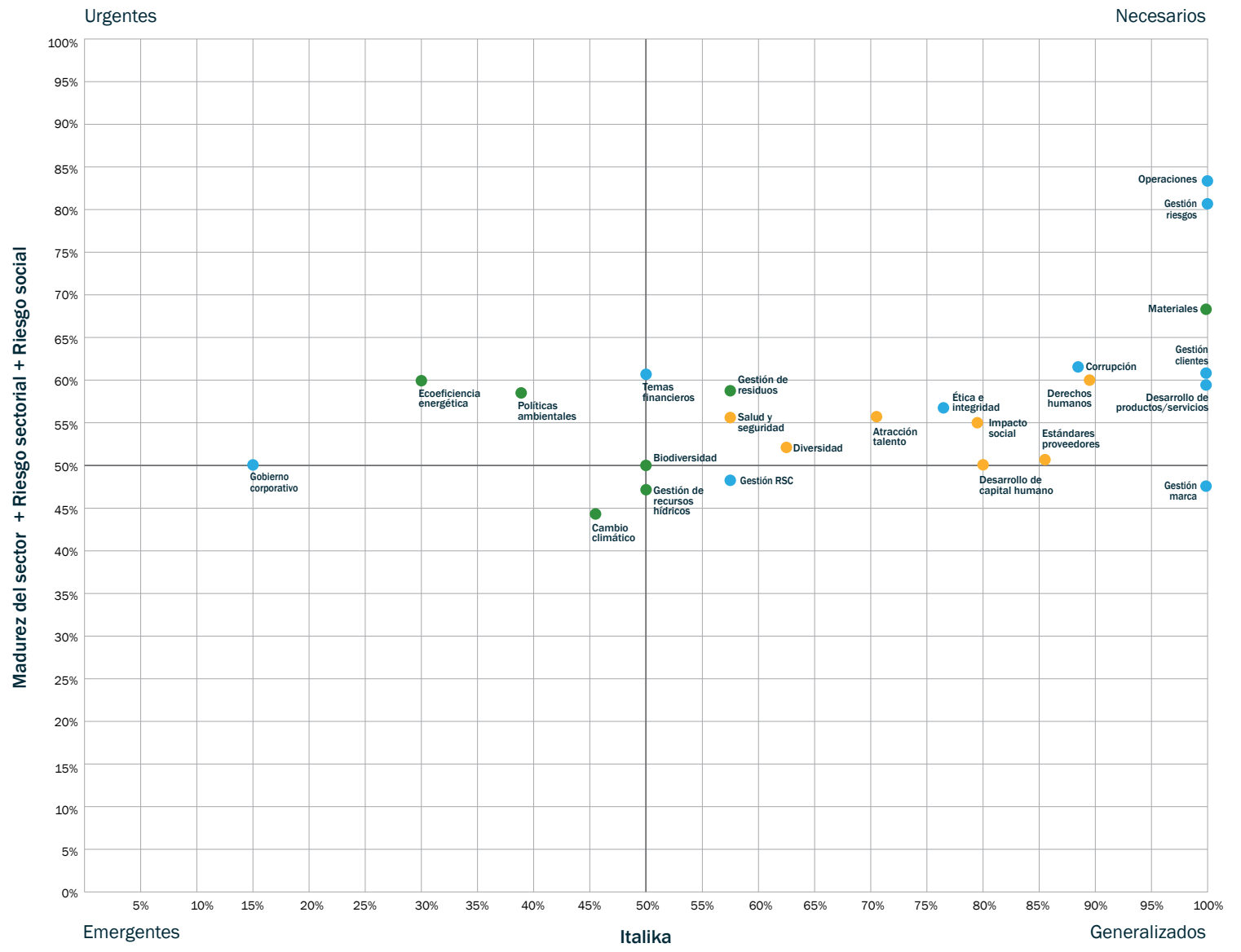
### Tiendas Elektra



# Banco Azteca



# Italika





Una vez obtenidos los temas relevantes para cada una de las empresas que conforman a Grupo Elektra, éstos fueron presentados a los grupos de interés para obtener su retroalimentación por medio de una encuesta electrónica.

La muestra se integró de la siguiente manera:

- **377 colaboradores** de Grupo Elektra
- **94 proveedores** de Grupo Elektra

La encuesta estuvo conformada por dos apartados:

**a) Preguntas que permitieron conocer la opinión de los grupos de interés**, así como el contexto en el que se desarrolla su relación con la Compañía en términos cualitativos.

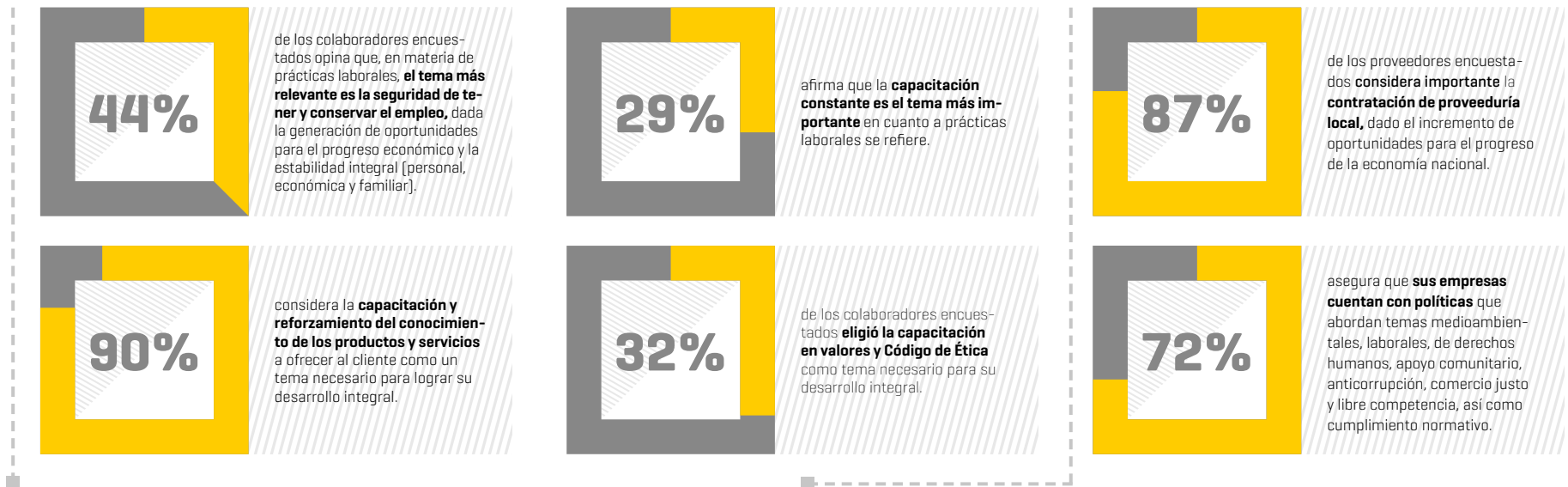
**b) Preguntas que posibilitaron la evaluación cuantitativa de los temas relevantes** resultantes de la primera fase del estudio.

102-44

Los principales resultados fueron los siguientes:

### Colaboradores

### Proveedores

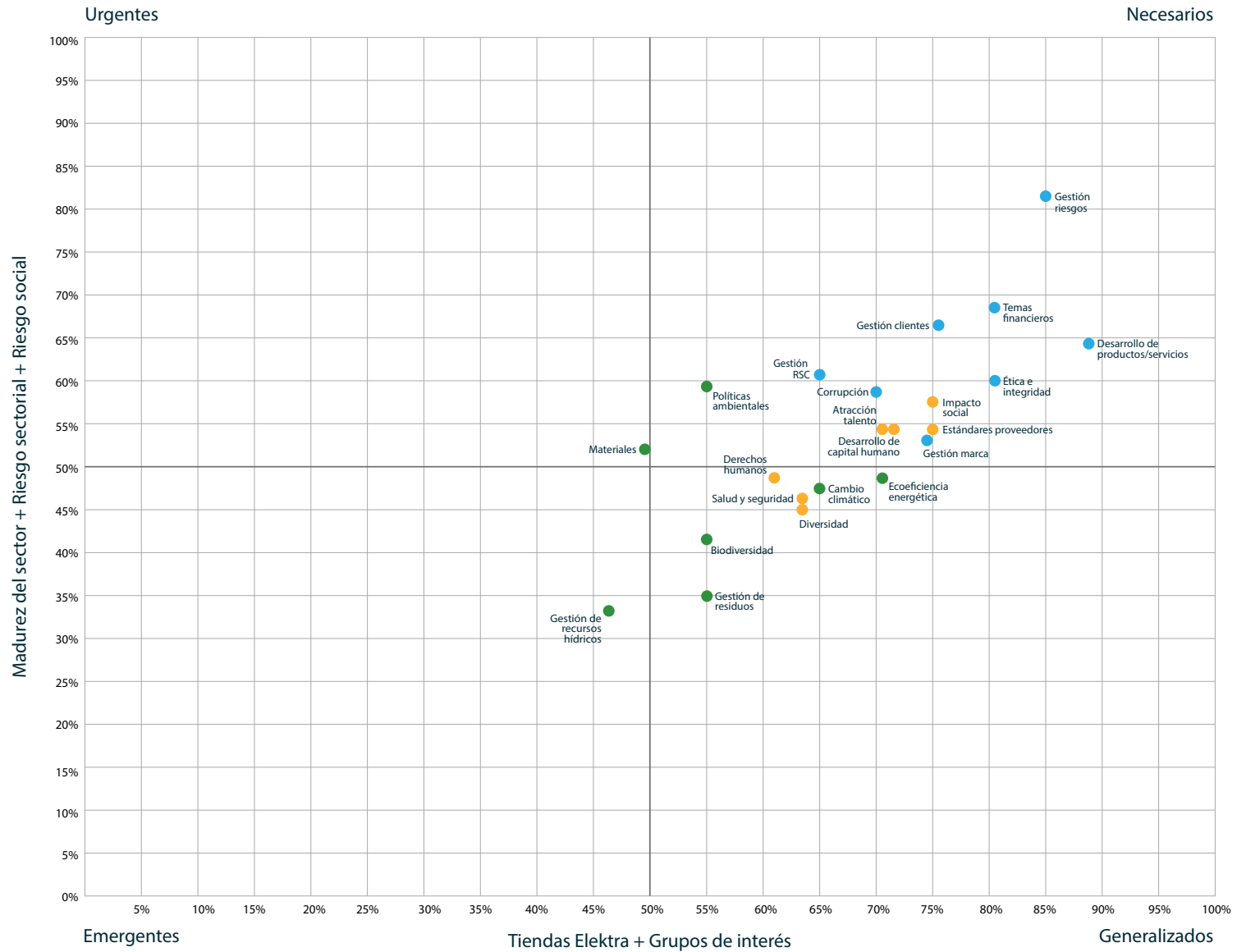


Temas de mayor relevancia	Dimensión	Temas de menor relevancia
Ética e integridad	Económica	Temas financieros
Políticas ambientales / Sistema de gestión medioambiental	Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Biodiversidad</li> <li>• Ecoeficiencia energética</li> </ul>
Desarrollo de capital humano	Social	Diversidad e igualdad de oportunidades

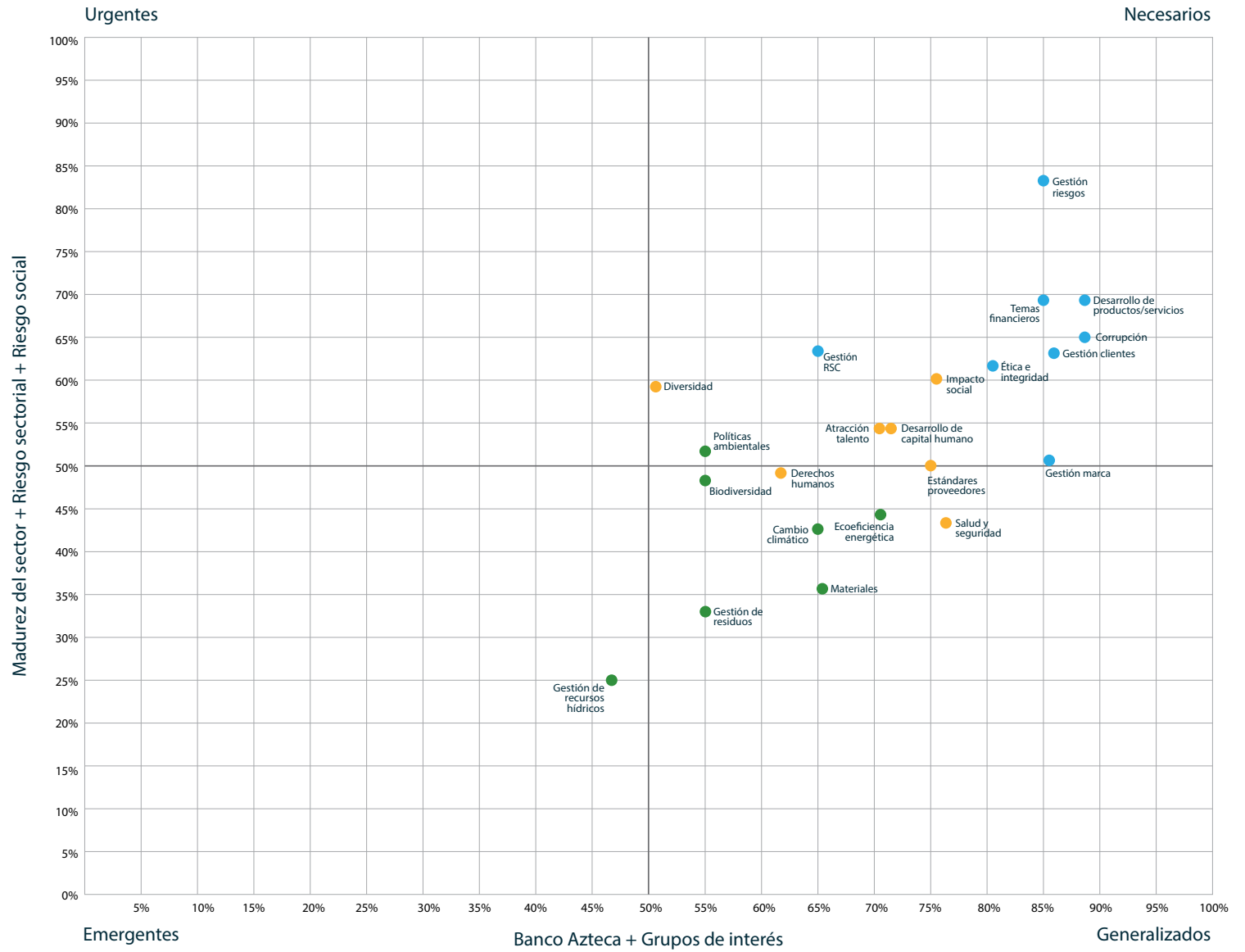
Temas de mayor relevancia	Dimensión	Temas de menor relevancia
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Corrupción, soborno y transparencia</li> <li>• Responsabilidad sobre productos / desarrollo de productos y servicios</li> </ul>	Económica	Gestión de riesgos
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Políticas ambientales / Sistema de gestión medioambiental</li> <li>• Gestión de residuos</li> </ul>	Ambiental	Ecoeficiencia energética
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Derechos humanos</li> <li>• Salud y seguridad ocupacional</li> </ul>	Social	Estándares con proveedores

## Aspectos materiales para Grupo Elektra

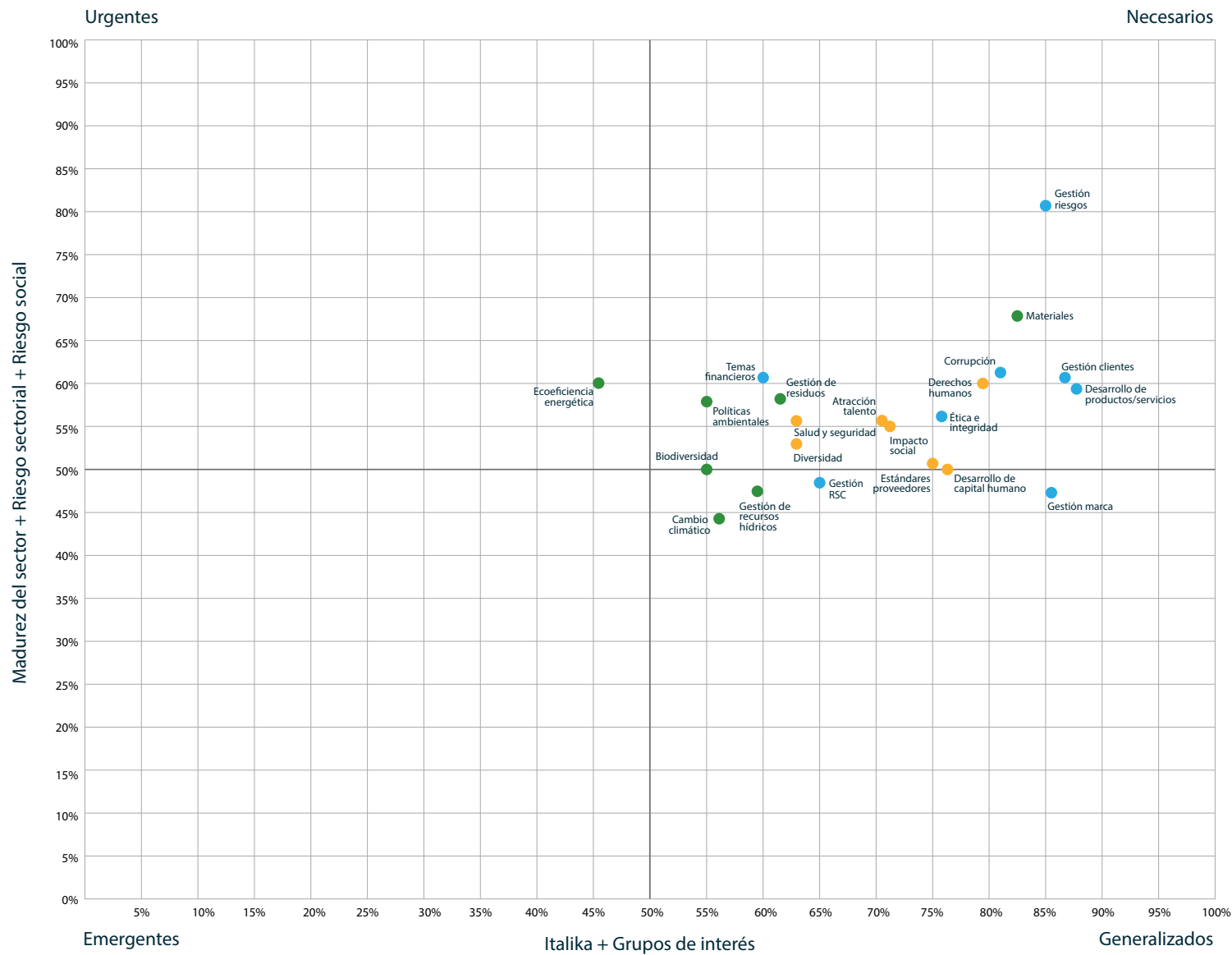
### Tiendas Elektra



# Banco Azteca



# Italika



102-46, 102-47

Una vez validados los aspectos materiales, se llevó a cabo la revisión y traducción a los estándares temáticos establecidos por los Estándares GRI como se muestra a continuación:

Aspectos materiales	Empresa[s]	Estándares temáticos [GRI Standards]
Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)	● ●	GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización
		GRI 102: Contenidos Generales > Ética e integridad
Gestión de riesgos	● ● ●	GRI 102: Contenidos Generales > Estrategia
		GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización
		GRI 102: Contenidos Generales > Gobernanza
Ética e integridad	● ● ●	GRI 102: Contenidos Generales > Ética e integridad
Corrupción, soborno y transparencia	● ● ●	GRI 205: Anticorrupción
		GRI 206: Competencia desleal
		GRI 415: Política pública
Gestión de la marca	● ●	GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización
Temas financieros	● ● ●	GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización
		GRI 201: Desempeño económico
Desarrollo de productos y servicios / responsabilidad sobre productos	● ● ●	GRI 416: Salud y seguridad de los clientes
		GRI 417: Marketing y etiquetado
		GRI 419: Cumplimiento socioeconómico
Gestión de relaciones con clientes	● ● ●	GRI 416: Salud y seguridad de los clientes
		GRI 417: Marketing y etiquetado
		GRI 418: Privacidad del cliente
Políticas ambientales / sistema de gestión medioambiental	● ● ●	GRI 302: Energía
		GRI 307: Cumplimiento ambiental

Aspectos materiales	Empresa[s]	Estándares temáticos [GRI Standards]
Materiales	●	GRI 301: Materiales
Biodiversidad	●	GRI 304: Biodiversidad
Gestión de residuos	●	GRI 306: Efluentes y residuos
Atracción y retención de talento	● ● ●	GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización
		GRI 401: Empleo
Desarrollo de capital humano	● ● ●	GRI 404: Formación y enseñanza
Diversidad e igualdad de oportunidades	● ●	GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades
Salud y seguridad ocupacional	●	GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo
Impacto social	● ● ●	GRI 413: Comunidades locales
		GRI 203: Impactos económicos indirectos
		GRI 406: No discriminación
		GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva
Derechos humanos	●	GRI 408: Trabajo infantil
		GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio
		GRI 412: Evaluación de derechos humanos
		GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización
Estándares con proveedores	● ● ●	GRI 204: Prácticas de adquisición
		GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores
		GRI 414: Evaluación social de los proveedores

● Aspecto material para Tiendas Elektra  
● Aspecto material para Banco Azteca  
● Aspecto material para Italika

## Participación sectorial

GRI 206, 415: 103-1, 103-2, 103-3  
102-13, FS12

Con el propósito de impulsar la generación de valor en distintas vertientes hacia la prosperidad incluyente, Grupo Elektra reitera su compromiso con la sociedad al participar activa y permanentemente en diversas cámaras y asociaciones que promueven las operaciones éticas y sustentables, basadas en la sana competencia, compartiendo las mejores prácticas del sector y fomentando la oferta de los mejores productos y servicios a los clientes. Entre estos organismos se encuentran:

### México

- Asociación de Bancos de México [ABM]
- Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros [AMIS]
- Asociación Mexicana de Afores [AMAFORE]
- Asociación Mexicana de Intermediarios Bursátiles [AMIB]
- Unión de Instituciones Financieras Mexicanas, A.C. [UNIFIMEX]
- Banco Interamericano de Desarrollo-Fondo Multilateral de Inversiones [BID-Fomin]
- Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas, A.C. [IMEF]
- *American Chamber of Commerce of Mexico* [AMCHAM]

### Estados Unidos

- Asociación de Servicios Financieros de la Comunidad en América [CFSA]

### El Salvador

- Asociación Bancaria Salvadoreña [ABANSA]

### Honduras

- Asociación Hondureña de Instituciones Bancarias [AHIBA]

### Guatemala

- Asociación Bancaria de Guatemala [ABG]

### Panamá

- Asociación Bancaria de Panamá

### Perú

- Asociación de Bancos del Perú [ASBANC]

Por otra parte, en el seno de algunos organismos, Italika promueve activamente diversos temas de movilidad, seguridad vial y defensa de los usuarios de la vía pública en México. Algunos de estos organismos son:

- Comunidad Vial MX [CVMX]
- Consejo Asesor de Movilidad de la Delegación Benito Juárez
- Programa Integral de Seguridad Vial [PISVI] de la Ciudad de México
- Comisión de Movilidad de la Asamblea Legislativa
- Proyecto NOM de cascos para motocicletas

En adición a la participación en estas iniciativas, durante 2017, Italika llevó a cabo las siguientes actividades:

- Impartición de pláticas en Instituciones de Educación Superior –entre ellas, la Universidad Nacional Autónoma de México [UNAM]– para impulsar el uso adecuado de la motocicleta.
- Colaboración con los gobiernos estatales de Querétaro, San Luis Potosí, Guanajuato y Estado de México, con el fin de destinar espacios para el uso de motocicletas.

# VALOR ECONÓMICO

## Prosperidad que genera confianza

102-7, 201-1

Indicadores clave	2016	2017	Variación 2017 vs 2016
Ingresos consolidados	\$82,242	\$94,979	17%
• Ingresos Negocio financiero	\$50,207	\$59,366	18%
• Ingresos Negocio comercial	\$31,035	\$35,614	15%
Gasto operativo	\$36,582	\$40,982	[12%]
Utilidad de operación	\$12,074	\$14,177	17%
Activo total	\$219,229	\$235,407	7%
Efectivo y equivalentes de efectivo	\$24,112	\$25,607	6%
Pasivo total	\$160,154	\$165,190	3%
Capital contable	\$59,076	\$70,217	19%
Inmuebles, mobiliario y equipo e intangibles	\$2,721	\$4,687	72%

Nota. Cifras expresadas en millones de pesos.

Valor económico generado		Valor económico distribuido		Valor económico retenido	
2016	2017	2016	2017	2016	2017
\$82,242	\$94,979	\$67,253	\$78,225	\$13,998	\$16,754
Variación: 17%		Variación: 16%		Variación: 20%	

Nota. Cifras expresadas en millones de pesos.

GRI 201: 103-1, 103-2, 103-3

Grupo Elektra cuenta con una serie de indicadores clave para evaluar su desempeño económico, entre ellos:

- Ingresos consolidados del negocio comercial y del negocio financiero
- Utilidad de operación consolidada
- Valor económico retenido

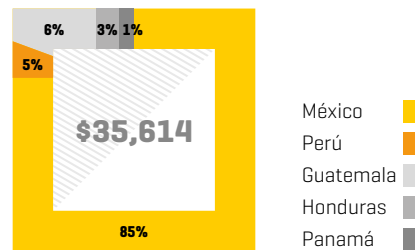
Asimismo, analiza el desempeño de los dos negocios que lo conforman a través de:

- Negocio comercial: expansión, desempeño de categorías, capacitación constante y desempeño del equipo en las tiendas.
- Negocio financiero: crecimiento en depósitos, cartera de crédito, índice de morosidad, capacitación y desempeño del equipo en las sucursales, así como de investigadores y colaboradores de la Fuerza de Cobranza.

**\$16,754 millones** de pesos por concepto de EBITDA, **monto 20% superior** al resultado del año anterior

**\$35,614 millones** de pesos por concepto de venta de mercancía de Tiendas Elektra, **15% superior** al resultado del año anterior

**Tiendas Elektra**  
Desglose de ventas por país\*



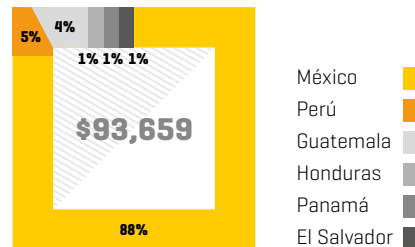
\*Cifras en millones de pesos.

203-1

**Más de \$300 millones** de pesos invertidos en la **estrategia omnicanal** de Tiendas Elektra

FS6, FS7

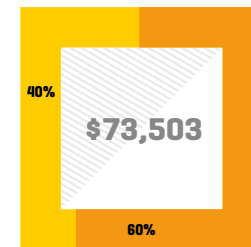
**Banco Azteca**  
Desglose de cartera bruta consolidada <sup>(1)</sup>



(1) Cifras en millones de pesos.

(2) Esta gráfica representa únicamente la cartera de crédito en México reportada ante la Comisión Nacional Bancaria y de Valores [CNBV].

**Banco Azteca**  
Desglose de cartera de crédito vigente <sup>(1)(2)</sup>



Créditos comerciales ■  
Créditos al consumo ■



**\$108,654 millones** de pesos, saldo de captación total a 2017 por Banco Azteca México

**\$76,741 millones** de pesos, valor del portafolio de crédito de Banco Azteca México

**\$93,659 millones** de pesos, cartera bruta consolidada de Banco Azteca México, Advance America y Banco Azteca Latinoamérica; **12% de incremento** con respecto al año anterior

**4.7%, índice de morosidad** consolidado de Banco Azteca México al cierre de 2017

**\$58,076 millones** de pesos, valor monetario administrado por Afore Azteca en México

**\$2,632 millones** de pesos, monto total emitido en **primas de Seguros Azteca Vida y Daños** al cierre de 2017

**2,373 contratos** de personas físicas en Punto Casa de Bolsa; cartera total de \$1,318 millones de pesos al cierre de 2017

**\$539.4 millones** de pesos, monto operado en bolsa por Punto Casa de Bolsa por concepto de personas físicas

Participación de Punto Casa de Bolsa en 12 emisiones de deuda a través del segmento de Banca de Inversión, con un **valor conjunto de \$10,000 millones de pesos**

203-1

**\$36.6 millones** de pesos invertidos **por Italka** en **innovación tecnológica**

**Crecimiento** de 31% en ventas de Italka vs 2016, distribuido en los siguientes puntos de contacto:

- 25%** a través de agencias propias
- 43%** por medio de distribuidores concesionados
- 24%** en autoservicios

**Los ingresos del negocio comercial presentaron un incremento del 15%** como resultado del desarrollo de estrategias que generan satisfacción creciente en la experiencia de compra del cliente a través de una mezcla óptima de mercancías en tienda y su oferta por medio de vendedores altamente capacitados.

Colocación de crédito Italka en Banco Azteca en cuanto a número de unidades: **aumento de 157%** vs 2016

Colocación de crédito Italka en Banco Azteca en cuanto a monto: **incremento de 182%** vs 2016

**Más de \$3.9 millones** de pesos invertidos en innovación tecnológica en los Centros de Servicio Italka [CESIT]

**El negocio financiero mostró un crecimiento de 18%**, derivado principalmente de un incremento en los ingresos de Banco Azteca en México.

## Liderazgo responsable

La experiencia y la innovación que convergen en la visión de los líderes de Grupo Elektra representan el soporte del compromiso de la compañía con la sustentabilidad y el impulso de iniciativas hacia la prosperidad incluyente.

### Consejo de Administración

102-18, 102-22, 102-23, 102-24

En 2017, el Consejo de Administración de Grupo Elektra estuvo integrado por 10 miembros, tres de ellos independientes (30%). Todos los consejeros tuvieron el carácter de propietarios y fueron nombrados y/o ratificados por la Asamblea General Ordinaria de Accionistas para ejercer su cargo durante periodos de un año. A continuación, se muestra la composición del Consejo:

### Funciones del Consejo

102-19, 102-26, 102-31

El Consejo de Administración y la Dirección General se reúnen de manera periódica –al menos trimestralmente– para abordar políticas, estrategias y procedimientos necesarios en la gestión del negocio, el avance o cumplimiento en los objetivos y metas, además de los valores, visión, misión y propósito, e identificar aquéllos que son susceptibles de actualización de conformidad con el contexto interno, nacional e internacional.

Nombre	Cargo	Consejero desde	Edad
<b>Ricardo B. Salinas Pliego</b>	Presidente del Consejo de Grupo Elektra	1993	62
<b>Hugo Salinas Price</b>	Presidente Honorario de Grupo Elektra	1993	86
<b>Pedro Padilla Longoria</b>	Director General de Grupo Salinas	1993	52
<b>Guillermo Salinas Pliego</b>	Presidente de Grupo Avalanz	1993	58
<b>Roberto Servitje Achutegui</b>	Presidente de Grupo Altex, S.C.	2000	64
<b>Luis J. Echarte Fernández</b>	Vicepresidente de Asuntos Internacionales de Grupo Salinas	2003	73
<b>Joaquín Arrangoiz Orvañanos</b>	Director General de Ventas y Relaciones Empresariales de Grupo Salinas	2008	61
<b>Hugo Salinas Sada</b>	Director General de Tiendas Neto	2017	32
<b>Marcelino Gómez Velasco y Sanromán</b>	Presidente del Consejo de Administración de Grupo Netec	2010	60
<b>Gonzalo Brockmann García</b>	Presidente de los Hoteles Best Western en México	2010	62

Para conocer más acerca del Consejo de Administración de Grupo Elektra y sus miembros, visita la página:

<http://www.grupoelektra.com.mx/es/consejo-de-administracion>

Algunas de las **principales funciones del Consejo de Administración** son:

**Instaurar las estrategias generales** para la conducción del negocio de la sociedad y personas morales que ésta controle.

**Vigilar la gestión y conducción de la sociedad** y de las personas morales que ésta controle, tomando en consideración su relevancia en la situación financiera, administrativa y jurídica de la sociedad, así como el desempeño de sus directivos.

**Ratificar** –con la previa opinión del comité competente– las políticas, nombramientos, operaciones, lineamientos y transacciones estratégicos de la organización.

**Presentar toda la información legal** a la Asamblea General de Accionistas que se celebre con motivo del cierre del ejercicio social.

**Monitorear los principales riesgos** a los que está expuesta la sociedad y personas morales que ésta controle, identificados con base en la información presentada por el Director General, el Comité de Riesgos, el Comité de Auditoría y la Unidad de Administración Integral de Riesgos [UAIR].

**Aprobar las políticas de información y comunicación** con los accionistas y el mercado, así como con los consejeros y directivos relevantes, en cumplimiento con los ordenamientos legales de la empresa.

**Determinar las acciones que correspondan para subsanar las irregularidades** que sean de su conocimiento e implementar las medidas correctivas correspondientes.

**Establecer los términos y condiciones** a los que se alineará el Director General en el ejercicio de sus funciones, quien por ministerio de ley es el responsable de dar cumplimiento a los acuerdos del Consejo de Administración.

**Ordenar al Director General la publicación de los eventos relevantes** de los cuales tenga conocimiento, sin perjuicio de la obligación del Director General a que hace referencia el artículo 44, fracción V de la Ley del Mercado de Valores.

102-21, 102-27

Para lograr el correcto entendimiento y toma de decisiones por parte del Consejo de Administración sobre todo tema relevante de índole económica, social y ambiental para Grupo Elektra, cada punto que se aborda en él es explicado a detalle a todos los miembros, quienes en todo momento podrán:

- Solicitar información de la sociedad y personas morales que ésta controle, que sea razonablemente necesaria para la toma de decisiones.
- Requerir la presencia de directivos relevantes y demás personas, incluyendo auditores externos, que puedan contribuir o aportar elementos para la toma de decisiones en las sesiones del Consejo.
- Aplazar las sesiones del Consejo de Administración por no haberse proporcionado la información suficiente para la toma de decisiones.
- Deliberar y votar, solicitando se encuentren presentes, si así lo desean, exclusivamente los miembros y el Secretario del Consejo de Administración y/o cualquier persona experta en el tema a discutir.

## Comités

102-22

Existen dos comités que apoyan al Consejo de Administración en la consecución de sus funciones:

Comités	
<p><b>Comité de Auditoría</b></p> <p>Se encuentra constituido por tres consejeros independientes. Se encarga de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Revisar:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Los sistemas de control financiero interno</li> <li>Los procedimientos para la presentación de informes financieros</li> <li>Las actividades e independencia de los auditores internos y externos</li> </ul> </li> <li>Evaluar las políticas y sistemas de control interno de Grupo Elektra.</li> <li>Conocer las operaciones que se realizan entre las partes relacionadas.</li> </ul>	<p><b>Comité de Prácticas Societarias</b></p> <p>Está integrado por dos consejeros independientes y uno relacionado. Sus funciones son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Conocer:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Las políticas de inversión de Grupo Elektra</li> <li>El uso de bienes que conforman su patrimonio</li> </ul> </li> <li>Aprobar y supervisar el presupuesto de inversiones de capital.</li> <li>Opinar respecto al desempeño de los directivos relevantes.</li> </ul>

En 2017, el Comité de Auditoría estuvo conformado de la siguiente manera:

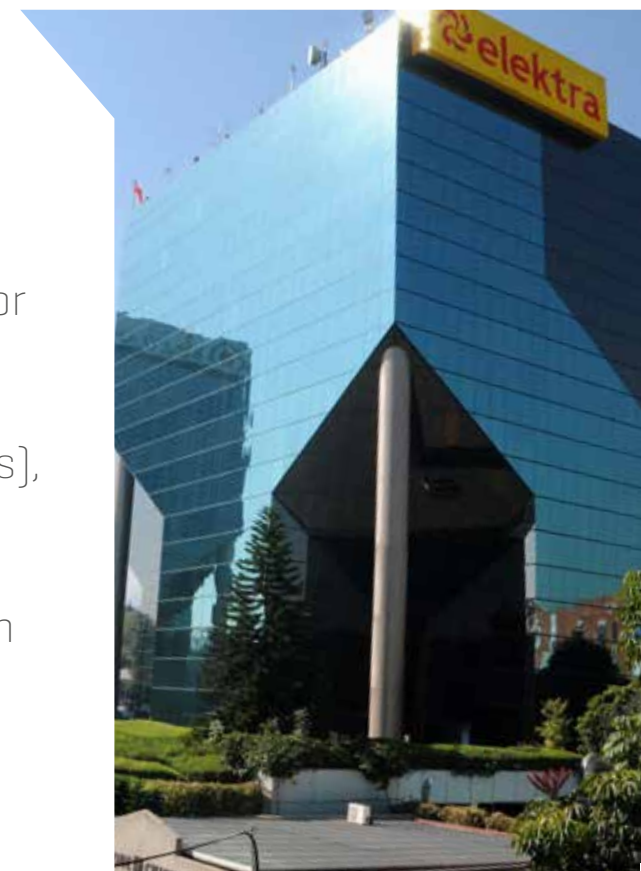
Nombre	Tipo de consejero	Miembro desde	Edad
Gonzalo Brockmann García	Independiente	2010	62
Marcelino Gómez Velasco y Sanromán	Independiente	2010	60
Roberto Servitje Achutegui	Independiente	2010	64

El Comité de Prácticas Societarias estuvo compuesto como se muestra a continuación:

Nombre	Tipo de consejero	Miembro desde	Edad
Gonzalo Brockmann García	Independiente	2010	62
Roberto Servitje Achutegui	Independiente	2010	64
Guillermo Salinas Pliego	Relacionado	2010	58

Durante 2017, Grupo Elektra contó con el Sr. Roberto Servitje Achutegui –consejero independiente– como experto financiero en apoyo a las funciones de ambos Comités.

En 2017, Grupo Elektra recibió el **“Reconocimiento al mejor Gobierno Corporativo en México”**, otorgado por el programa Capital Finance International Awards (CFI.co Awards), el cual distingue a las organizaciones y personas que agregan valor a la sociedad.



## Equipo Directivo

102-19, 102-20

El equipo directivo de Grupo Elektra cuenta con amplia experiencia en la gestión de las diversas áreas del negocio. Durante 2017, estuvo conformado de la siguiente manera:

Nombre	Cargo
Alejandro Valenzuela del Rio	Director General de Banco Azteca
Fabrice Jack Deceliere Márquez	Director General de Tiendas Elektra
Luis Niño de Rivera Lajous	Vicepresidente del Consejo de Administración "A" de Banco Azteca
Adriana de la Puente Martínez de Castro	Directora General de Bienestar, Comunicación e Integración de Grupo Salinas
Alberto Tanus Schwarz	Director General de Italika
Manuel González Palomo	Vicepresidente de Sistemas
Patrick O'Shaugnessy	Director General de Advance America
Gabriel Alfonso Roqueñí Rello	Director General Jurídico y Secretario del Consejo de Administración de Grupo Elektra
Mauro Aguirre Regis	Director de Finanzas y Administración de Grupo Elektra
Rodrigo Pliego Abraham	Director General de Administración y Finanzas de Grupo Salinas
Alejandro Vargas Durán	Vicepresidente del Consejo de Administración "B" de Banco Azteca
Eduardo Benigno Parra Ruiz	Director General de Afore Azteca
Christian J. Carstens Álvarez	Director General de Seguros Azteca y Seguros Azteca Daños
José Abraham Garfias	Director General de Punto Casa de Bolsa

GRI 405: 103-1, 103-2, 103-3  
405-1

El 13% de los miembros del equipo directivo y de los comités que apoyan al Consejo de Administración por parte de Tiendas Elektra, son mujeres y el 99% de ellos se encuentra en un rango de edad entre los 30 y los 50 años.

Por parte de Banco Azteca, el equipo directivo se encuentra constituido por 22 hombres y una mujer; 35% de ellos tienen entre 30 y 50 años de edad, mientras que el 65%, cuenta con más de 50 años, lo cual se traduce en la unión entre vanguardia y experiencia, y por tanto, en la garantía de una gestión del negocio con visión de futuro.

No obstante las cifras anteriores, es importante señalar que Grupo Elektra está reforzando la meritocracia laboral, por medio de ajustes en el modelo de trabajo inclusivo y el empoderamiento del personal y órganos de gobierno corporativo, a través del acceso a educación, formación y orientación. De esta forma, el Grupo enfatiza el crecimiento laboral como una consecuencia directa del mérito, talento, esfuerzo, competencia o aptitud específica para una determinada función, sin influencia alguna de religión, sexo, preferencia política, entre otras.

### Italika, estructura operativa

Italika está compuesta por 15 Direcciones de Área:

- Administración y Finanzas
- Recursos Humanos
- Sistemas
- Desarrollo de Producto
- Refacciones
- Postventa
- E-Commerce
- Autoservicios
- Italika en Elektra
- Agencias Propias
- Distribuidores Concesionados
- Marketing
- Ensamblika
- América Latina
- Ingeniería de Desarrollo y Calidad

Esta estructura robusta e interdisciplinaria permite a la empresa contar con **procesos integrales para la correcta gestión del negocio.**

## Remuneración a consejeros y directivos relevantes

102-35, 102-36, 102-37

En 2017, el monto total establecido como remuneración variable a consejeros [incluyendo el Presidente del Consejo] y directivos relevantes de la sociedad e individuos con carácter de personas relacionadas por los servicios prestados fue de aproximadamente \$1,046.4 millones de pesos.

Esta cantidad fue determinada tomando en consideración los logros de la compañía en su operación cotidiana y los eventos realizados para mejorar la estructura financiera de la misma, así como el cumplimiento de ahorros, presentes y futuros, relacionados con el costo financiero de los recursos de Grupo Elektra. La compensación variable fue autorizada por el Comité de Prácticas Societarias y por el Consejo de Administración.

## Consulta y retroalimentación de grupos de interés

102-19

El Consejo de Administración delega, monitorea y evalúa las acciones y objetivos encomendados a la Dirección General a través de dos mecanismos:

**Sesiones trimestrales o extraordinarias de Consejo** con los directivos relevantes y/o cualquier otra persona involucrada para abordar asuntos de naturaleza prioritaria.

102-33, 102-34

No obstante, la comunicación entre los miembros del Consejo de Administración, de los comités y los directivos relevantes para abordar temas que requieren de monitoreo o que han sido transmitidos por los grupos de interés es constante y se efectúa a través de reuniones, llamadas, videoconferencias, mensajes electrónicos, entre otros medios. Así, el Consejo de Administración identifica, evalúa y brinda respuesta a las expectativas y necesidades de los grupos de interés, sobre la empresa y su desempeño.

**Sesiones periódicas entre los comités auxiliares**, los directivos relevantes y/o cualquier otra persona involucrada.

102-28

En vinculación con esta práctica de mejora, existe un proceso de autoevaluación para determinar la calidad del desempeño del Consejo de Administración realizado por parte del Presidente de los Comités de Auditoría y Prácticas Societarias, quien lo presenta de manera anual en un reporte de operaciones y actividades del Consejo a la Asamblea Anual Ordinaria de Accionistas.

## Conflicto de intereses

102-25

Con base en las directrices establecidas en el Código de Ética aplicable a consejeros y directivos, instrumento que rige las operaciones de Grupo Elektra y promueve la honestidad al interior del mismo, la toma de decisiones e implementación de acciones deben buscar siempre el mayor beneficio para la empresa, dejando fuera las relaciones y beneficios personales, y para garantizarlo, Grupo Elektra cuenta con diversos mecanismos y procedimientos.

Desde 2004, el Consejo de Administración aprobó la Política de Operaciones con Partes Relacionadas, misma que establece restricciones y aprobaciones que deben obtenerse antes de celebrar operaciones con filiales y prevé controles internos, externos y sanciones en caso de quebrantamiento.

El órgano delegado para conocer y supervisar las operaciones que se realizan con partes relacionadas es el Comité de Auditoría, mismo que además revisa de manera independiente si éstas son concernientes al negocio y si se llevan a cabo bajo términos equitativamente favorables, en comparación con los que se obtuvieran en operaciones similares con un tercero no relacionado. Por su parte, el Comité de Prácticas Societarias es quien informa de manera anual si existieron o no dispensas para que algún miembro del Consejo, directivo relevante o persona que hiciera uso de su poder de mando para aprovechar oportunidades de negocio en su favor o en beneficio de terceros que correspondieran a la sociedad, a las personas morales que la sociedad controla o en las que tenga valiosa influencia.



## Gestión de riesgos

102-29, 102-30

Grupo Elektra ha adoptado la gestión de riesgos con un perfil conservador como premisa fundamental en la ejecución de sus actividades, administrando el balance y operación de manera prudente, buscando con ello asegurar el mejor uso del patrimonio e inversión del capital.

Así también, en el Grupo existe una cultura organizacional que privilegia el monitoreo de las tendencias normativas aplicables a las empresas que lo conforman y la atención de las observaciones que pudiera realizar la autoridad correspondiente en visitas de inspección, con la finalidad de llevar a cabo las actualizaciones pertinentes en los controles internos, asegurar la labor interáreas para lograr el cumplimiento normativo en toda la organización y, por tanto, mitigar riesgos futuros.

La base de los criterios, políticas y procedimientos que ha implementado en torno a la gestión de riesgos se encuentra en las directrices institucionales y en la normatividad aplicable, así como las mejores prácticas formuladas a nivel nacional e internacional.

De esta manera, Grupo Elektra ha definido diversos objetivos para garantizar el desempeño eficiente del proceso integral de administración de riesgos, tales como:



En especial, Grupo Elektra cuenta con manuales de políticas y procedimientos, así como objetivos específicos para la gestión de riesgos en Banco Azteca. De igual forma, emite información dirigida a inversionistas y público en general sobre los objetivos y resultados de la gestión de riesgos en los Estados Financieros y en el sitio web.

Banco Azteca y cada una de las unidades que lo conforman evalúan diversos tipos de riesgo, de conformidad con sus actividades, entre ellos: riesgo de crédito, liquidez, mercado, operación, legal, tecnológico, suscripción, reputación, descalce, concentración y capitalización. Asimismo, reporta los resultados con diferente frecuencia: diaria, semanal, mensual, trimestral, semestral y anual.

Banco Azteca **cumplió satisfactoriamente los compromisos** propuestos para 2017 en términos regulatorios y objetivos específicos de cada institución



Grupo Elektra se enfoca en mitigar los riesgos que puedan afectar su desempeño en términos de:

- ▶ **Ampliación de la cartera de productos** con opciones innovadoras para proporcionar bienestar y progreso a los clientes atendidos.
- ▶ **Adaptación de la oferta de productos y servicios** a las necesidades de los clientes.
- ▶ **Motivación a los colaboradores** para fortalecer el sentido de identidad y pertenencia, la transformación cultural y la disminución del índice de rotación.
- ▶ **Hacer de Grupo Elektra uno de los mejores lugares** para trabajar en México y en los países donde opera.
- ▶ **Mejora en la calidad de vida de las comunidades** donde opera y el apoyo a los programas de Fundación Azteca.
- ▶ **Fomento de la ecoeficiencia** y del ahorro de energía en las empresas que lo conforman.
- ▶ **Impulso a la inclusión** financiera.
- ▶ **Facilitación de acceso a créditos** a los emprendedores.
- ▶ **Promoción de la cartera de productos** de manera integral a través de la banca digital.
- ▶ **Estandarización del servicio** en toda la red de sucursales de Banco Azteca.
- ▶ **Ampliación del alcance de las operaciones** de Banco Azteca en México y el logro de su óptimo desarrollo.

Derivado de la robusta estructura, del sólido conjunto de controles y procesos y de la mejora permanente del proceso de gestión de riesgos, Grupo Elektra ha logrado evitar la materialización de riesgos e impacto en las empresas que lo conforman, especialmente en Banco Azteca.

## Unidad de Administración Integral de Riesgos (UAIR)

La misión de la Unidad de Administración Integral de Riesgos (UAIR) de Banco Azteca es “Ser un socio estratégico del negocio, apoyándolo a cumplir sus metas, asegurando y maximizando la rentabilidad del capital de los accionistas y preservando las inversiones y ahorros de sus clientes, cumpliendo con el marco legal y regulatorio de la Administración Integral de Riesgos”. De esta manera, juntos transforman el riesgo en oportunidad.

Los objetivos estratégicos en los cuales se fundamenta la visión de la UAIR son:

- La definición e implementación** de una nueva estructura del área de Administración Integral de Riesgos (AIR).
- La evaluación y recalibración** de los modelos utilizados en la originación de créditos.
- El desarrollo del modelo “Behavior Score”** cuya finalidad es automatizar campañas, incrementos automáticos a los clientes, la mejora de la recompra de los clientes existentes y la administración del portafolio de créditos actuales.
- La revisión, actualización y mejora** de manuales, normas y políticas de Administración de Riesgos.
- El fortalecimiento de la relación y percepción de Banco Azteca en Materia de Administración Integral de Riesgos** ante las autoridades –como la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), el Banco de México (BANXICO), la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), el Instituto para la Protección al Ahorro Bancario (IPAB) y la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF)–.
- El desarrollo y fortalecimiento** de la cultura de Administración de Riesgos.

## Continuidad del Negocio

102-11, 201-2, FS2

Banco Azteca ha desarrollado el Sistema de Gestión de la Continuidad del Negocio, cuyo objetivo es garantizar el servicio al cliente y la operación continua en caso de la manifestación de eventos adversos. Lo hace por medio de un análisis distribuido en tres etapas:

<p><b>1</b></p> <p><b>El desarrollo de estrategias</b>, la implementación de pruebas y su documentación.</p>	<p><b>2</b></p> <p><b>La atención a contingencias reales</b>, es decir, poner en práctica la activación y recuperación.</p>	<p><b>3</b></p> <p><b>El restablecimiento de la operación</b> en condiciones normales, asegurando la mejora continua.</p>
--	---	---

Derivado de las acciones implementadas para consolidar el Sistema, en 2017 se logró lo siguiente:

- Elaboración y aprobación satisfactoria del Plan de Continuidad del Negocio para Banco Azteca en México.
- Robustecimiento de la estructura del equipo del Plan de Continuidad del Negocio.
- Atención de contingencias operativas, tales como:
  - Alza en el precio de la gasolina, manifestaciones y saqueos
  - Interrupción en el servicio de transferencias nacionales SPEI
  - Huracán Franklin
  - Tormenta tropical Lidia
  - Depresión tropical 13 en el Golfo de México
  - Huracán Irma
  - Sismos del 7, 19 y 23 de septiembre
  - Deslaves en el norte de Perú
  - Concentraciones masivas y saqueos por efecto de las elecciones presidenciales en Honduras
- Participación en Comités: Riesgos, Auditoría y Mejores Prácticas en Latinoamérica (LAM).

- Atención a la visita de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores [CNBV] para la revisión del Plan de Continuidad del Negocio de Banco Azteca.
- Ejecución de las pruebas del Plan en México y de la capacitación correspondiente.
- Elaboración y aprobación satisfactoria del Plan de Continuidad del Negocio de Banco Azteca en Perú.

El Sistema de Gestión de Continuidad del Negocio cuenta con un estudio de tipificación de la probabilidad de las amenazas por riesgo climático, en las diferentes zonas del país, con el cual se identifican las áreas de mayor vulnerabilidad ante huracanes, lluvias, inundaciones, deslaves, sismos y caída de ceniza.

Con el fin de monitorear continuamente los posibles fenómenos y actuar en caso de contingencia, Banco Azteca ha generado controles y procesos dentro del Plan de Continuidad del Negocio, el Plan de Recuperación de Desastres y en Protección Civil para la atención oportuna de sucursales con afectaciones, considerando en todo momento medidas específicas para el apoyo a los colaboradores y clientes, así como para la recuperación de inmuebles, mobiliario y equipo, sistemas y telecomunicaciones, valores, cajeros automáticos y expedientes.

Los resultados de las pruebas del Plan de Continuidad del Negocio son presentados ante el Comité de Riesgos, con la finalidad de analizarlos y establecer las medidas correspondientes para fortalecer las estrategias hacia la óptima administración de riesgos.

## Auditoría

FS9

Una vez establecidas estas medidas, Grupo Elektra da seguimiento a la efectividad de cada una de ellas, a través del Área de Auditoría Interna, independiente a todas las unidades de negocio y encargada de revisar de manera periódica que las políticas, procedimientos, normas y controles definidos y establecidos por el Consejo de Administración se apliquen de manera correcta, además de verificar la eficacia del funcionamiento del Sistema de Control Interno y su congruencia con los objetivos del negocio.

Las auditorías que se realizan tienen un enfoque preventivo y se llevan a cabo de conformidad con el plan anual que identifica y evalúa los riesgos, clasificándolos en tres niveles: alto, medio y bajo, con una periodicidad máxima de 12 meses, entre 12 y 18 meses, y entre 18 y 24 meses, respectivamente.

La cobertura de las auditorías comprende los procesos de operación establecidos, así como los nuevos productos o servicios. Además, estos mecanismos permiten evaluar el cumplimiento de la legislación y de objetivos, lineamientos y políticas documentados en los manuales de procedimientos aprobados por el Consejo.

El alcance de este análisis se extiende a las sucursales de Banco Azteca, pues se llevan a cabo tres visitas anuales programadas para la verificación de caja y revisiones orientadas a validar los controles o cumplimiento regulatorio específicos en una muestra representativa de sucursales.

De manera complementaria, el Grupo cuenta con auditorías externas, enfocadas en la revisión anual de los Estados Financieros y precios de transferencia y dictamen fiscal, así como la verificación independiente de procesos y controles que se requieran por parte de los reguladores para brindar certeza sobre la efectividad de su desempeño a todos los grupos de interés.

## Cultura corporativa

102-16

Grupo Elektra se caracteriza por ser una empresa responsable y confiable, dado que fundamenta su actuar en sólidos valores y principios éticos para generar prosperidad incluyente.

En 2017, el Grupo continuó con el proceso de transformación y fortalecimiento de la cultura corporativa, elementos diferenciadores que garantizan la autenticidad de sus empresas en cuanto a la generación de valor hacia sus grupos de interés.

De esta manera, Banco Azteca fomentó la Cultura de Excelencia, elemento prioritario para la definición de la organización dentro y fuera de la misma, constituido por un conjunto de expectativas y normas de comportamiento que guían a los colaboradores sobre la forma más adecuada para la realización de su trabajo y la interacción que debe existir entre ellos.

En 2017, Banco Azteca impulsó el **modelo de Cultura de Excelencia**, con el objetivo de reforzar el apego de los colaboradores a la **cultura corporativa y los valores**

## Valores

Condiciones imprescindibles:



Cualidades que permiten destacar:



## Código de Ética

Grupo Salinas –conjunto de empresas al que pertenece Grupo Elektra– cuenta con un Código de Ética que funge como instrumento base en la promoción de los más altos estándares de honestidad, integridad y apego a la legislación vigente en toda actividad ejercida por los consejeros y directivos de Grupo Elektra y sus empresas.

Entre los temas que aborda se encuentran el manejo ético de los conflictos de interés, cultura de legalidad, responsabilidad ambiental e información clara, suficiente, transparente, justa, exacta y oportuna de los documentos que emanen de las operaciones de las empresas que conforman Grupo Salinas, dirigidos a todos los grupos de interés.

102-26

El Código de Ética es revisado anualmente por la dirección general en el seno del Comité de Responsabilidad Social de Grupo Salinas y de cada una de las empresas que lo integran, de conformidad con las acciones que desempeñan, por ejemplo, en el contexto de la recepción del Distintivo Empresa Socialmente Responsable [ESR®] por parte de Tiendas Elektra, Banco Azteca e Italika. De esta manera, las empresas de Grupo Elektra redefinen sus principios y valores.

**99,377 participaciones de colaboradores\*** en cursos de capacitación en cuestiones éticas, lo que equivale a **178,009 horas de formación**

412-2

**14,708 participaciones de colaboradores\*** en cursos de formación en derechos humanos, que corresponde a **4,555 horas impartidas**

### Libre competencia

GRI 206: 103-1, 103-2

Para Grupo Elektra, el principio rector en materia de libre competencia es el cumplimiento de la Ley Federal de Competencia Económica y su reglamento, instrumentos normativos que establecen la importancia de promover, proteger y garantizar la libre competencia económica, rechazando las prácticas monopólicas y la existencia de barreras que obstaculicen el funcionamiento eficiente de los mercados.

### Anticorrupción

GRI 205: 103-1, 103-2, 103-3

La corrupción representa un fenómeno internacional en el que México se sitúa como uno de los países percibidos con mayor incidencia de operaciones financiadas con recursos de procedencia ilícita. Su prevención es un tema de la más alta prioridad, tanto para las autoridades, como para las empresas a nivel nacional y global.

Para Italika, el establecimiento de principios, bases generales, políticas y procedimientos relativos al cumplimiento legal concerniente a los temas de anticorrupción y prevención del lavado de dinero, así como la impartición de capacitación a los colaboradores, son procesos importantes, pues a través de este conjunto de instrumentos se posibilita la anticipación y detección, al igual que la fiscalización y control de los recursos que ingresan a la empresa.

De tal forma, Italika implementó en México un proceso de evaluación en materia anticorrupción y en prevención del lavado de dinero, el cual consiste en la verificación mensual del valor de las facturas que ingresan a la empresa y su coincidencia con el registro en los sistemas contables. En 2017 extendió el proceso hacia Latinoamérica, logrando evaluar el 30% de las operaciones en cada uno de los países donde opera.

205-2

**93,004 participaciones de colaboradores\*** de Grupo Elektra en cursos de capacitación relativos a prácticas anticorrupción

**73,760 horas\*** de formación en prácticas anticorrupción, al cierre de 2017

\* El número de participaciones de los colaboradores en cursos de formación puede ser mayor al total de la plantilla debido a que un colaborador puede tomar varios cursos a lo largo del año, o bien, debido al índice de rotación.

205-1

**100% de las operaciones** de Italika en México y 30% en Latinoamérica fueron evaluadas en **materia anticorrupción y PLD**

Italika continúa impulsando sus esfuerzos en materia de anticorrupción y prevención del lavado de dinero, por lo que para 2018 tiene previsto el desarrollo de un proceso mediante el cual sea posible la detección de operaciones con personas físicas y morales reportadas en la lista negra emitida por el Servicio de Administración Tributaria [SAT].

205-1, 205-2

**41,178 colaboradores de Banco Azteca** capacitados y evaluados en **materia de PLD/FT** en 2017

**6,582 colaboradores de Banco Azteca** en América Latina fueron informados sobre las **políticas y procedimientos** en materia de PLD/FT en 2017

## Prevención del Lavado de Dinero

GRI 205: 103-1, 103-2, 103-3

Grupo Elektra, comprometido con la transparencia y la legalidad, ha establecido diversas medidas para cumplir con la Ley Federal para la Prevención e Identificación de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita [LFPIORPI], evitando así la materialización de este riesgo en las empresas que lo conforman.

Las instituciones financieras son especialmente susceptibles en torno al tema del lavado de dinero. Es por ello que Banco Azteca ha establecido un conjunto de herramientas que le permiten gestionar adecuadamente las iniciativas para evitarlo, entre ellas se encuentran:

### Programa de prevención del lavado de dinero (PLD) y financiamiento al terrorismo (FT)

Se encuentra en constante fortalecimiento y mejora para garantizar el estricto cumplimiento de la regulación local, así como de estándares y mejores prácticas internacionales.

### Unidad de Prevención del Lavado de Dinero (PLD)

Estructura con personal altamente calificado y certificado en la materia.

### Revisiones independientes

Evaluaciones al programa de prevención del lavado de dinero y financiamiento al terrorismo, realizadas por auditores externos nacionales e internacionales.

### Programa de capacitación

Impartido por personal certificado de la Unidad de PLD a todos los colaboradores de Banco Azteca, a través de dos modalidades:

- Presencial, dirigido a los colaboradores de nuevo ingreso.
- En línea, dirigido a colaboradores de sucursales, que es parte de su formación obligatoria.

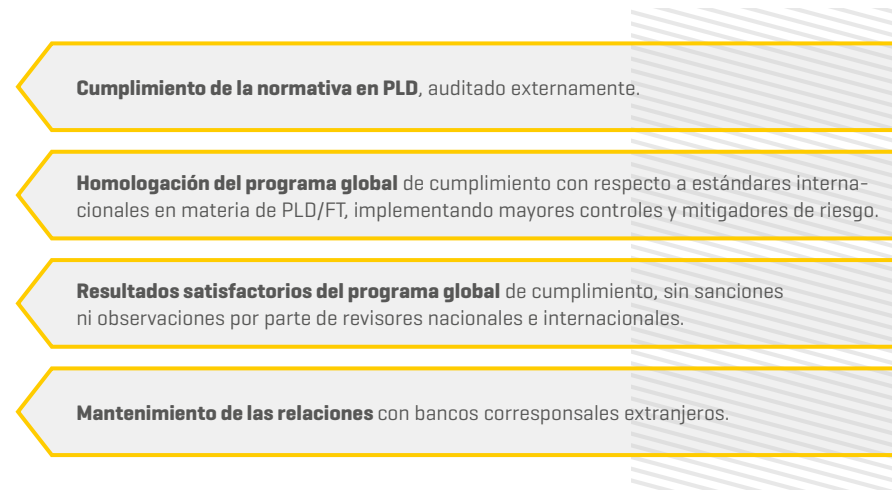
Además de la capacitación impartida y con el propósito de reforzar el conocimiento de las políticas y procedimientos en materia de Prevención del Lavado de Dinero (PLD) por parte de todos los colaboradores, Banco Azteca los pone a su alcance en el portal corporativo y lleva a cabo una evaluación anual obligatoria para todo el personal. Esta última considera los criterios fundamentales para identificar si conocen los riesgos que representa la incurrancia en este delito y las medidas para combatirlos; la calificación mínima que deben obtener los colaboradores para su acreditación es 8.

**97% de los colaboradores** que forman parte del **equipo ejecutivo de gestión en América Latina** fueron informados sobre las políticas y procedimientos en materia de PLD/FT en 2017

Adicionalmente, a través de la Unidad de Prevención del Lavado de Dinero (PLD), Banco Azteca hace tangible su compromiso con la minimización del riesgo referente a que sus operaciones en América Latina sean utilizadas como medio para realizar transacciones de procedencia ilícita, así como con el cumplimiento de las obligaciones establecidas en la materia y con la protección del patrimonio de los accionistas.

La labor de combate al lavado de dinero no permanece únicamente al interior de Banco Azteca, sino que la institución busca transmitirla hacia el exterior. Para ello, hace del conocimiento de los bancos con quienes ha establecido relaciones de corresponsalía las políticas y mecanismos en materia de PLD/FT durante los procesos de diligencia realizados al inicio de la relación contractual.

Derivado del robusto conjunto de herramientas con que cuenta, Banco Azteca ha logrado importantes avances en el programa global de cumplimiento en materia de PLD/FT, tales como:



Los principales logros de Banco Azteca en términos de PLD/FT en 2017 fueron los siguientes:

- Homologación en procesos de Gobierno Corporativo en América Latina.
- Implementación de metodologías de análisis de PLD por país.
- Fortalecimiento a la estructura de la Unidad de PLD para América Latina.
- Fortalecimiento de las estructuras de las Unidades de PLD locales.
- Mejora en los procesos de capacitación en los países en los que Banco Azteca tiene operaciones.
- Implementación de las acciones básicas para contar con el programa “Conoce a tu empleado” a nivel América Latina.
- Diseño e implementación de la metodología de evaluación de programas de cumplimiento en América Latina.





**97% de las investigaciones** realizadas **fueron cerradas en 2017**

.....

## Honestidad

102-17, 102-44

Con el fin de reforzar la comunicación al interior de la compañía, Grupo Elektra continúa fomentando el uso de los canales que ha establecido como contacto directo entre los colaboradores y la Dirección. De esta manera, los colaboradores se encuentran informados de lo que sucede en las empresas que lo conforman y tienen la certeza de que sus ideas, consultas y reportes son escuchados. Los canales son:

### Canales de comunicación

#### Honestel

Medio de denuncia confidencial a través del cual los colaboradores hacen llegar quejas y reclamaciones de cualquier índole.

#### Ideas

Proporciona asesoría técnica con el fin de transformar de manera positiva la conducta ética de los colaboradores y mejorar el clima laboral.

#### Cuéntanos

Medio interno cuya función es abrir el diálogo y escuchar a los colaboradores con total libertad, sobre todo tipo de evento o tema.

Estos medios se encuentran disponibles a través de diversos puntos de contacto las 24 horas del día, los 365 días del año.

La gestión de los canales de comunicación se realiza por medio de:

- Proceso general definido.
- Procedimientos específicos para cada uno de ellos.
- Personal dedicado a la atención, canalización y seguimiento al resultado de cada contacto.
- Indicadores de evaluación:
  - Folios recibidos
  - Confianza
  - Anonimato
  - Efectividad

En 2017 se recibieron **5,086 denuncias a través de Honestel** y se llevaron a cabo 3,219 investigaciones, de las cuales procedió el 63%

.....

**2,704** colaboradores de Grupo Elektra **capacitados** sobre el uso de Honestel, Ideas y Cuéntanos **en 2017**

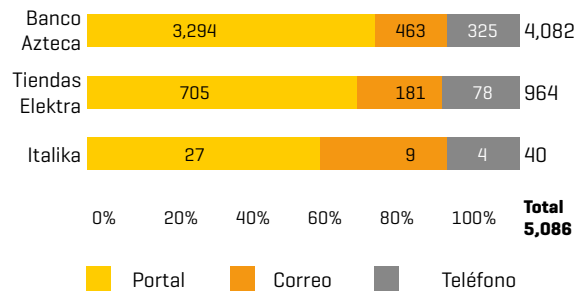
**1,352** horas de **formación** impartidas a colaboradores sobre el uso de los canales de comunicación en Grupo Elektra **en 2017**

**5,086** denuncias recibidas por medio de **Honestel** en 2017, cantidad **2% menor** al resultado del **año anterior**

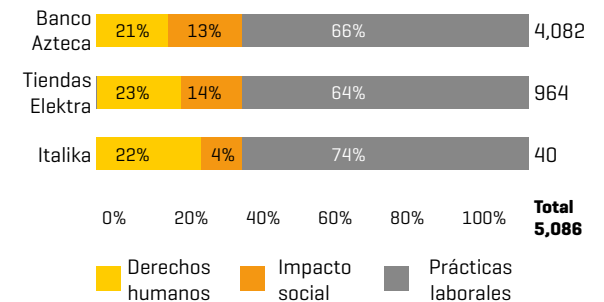


## Honestel

Medios de contacto



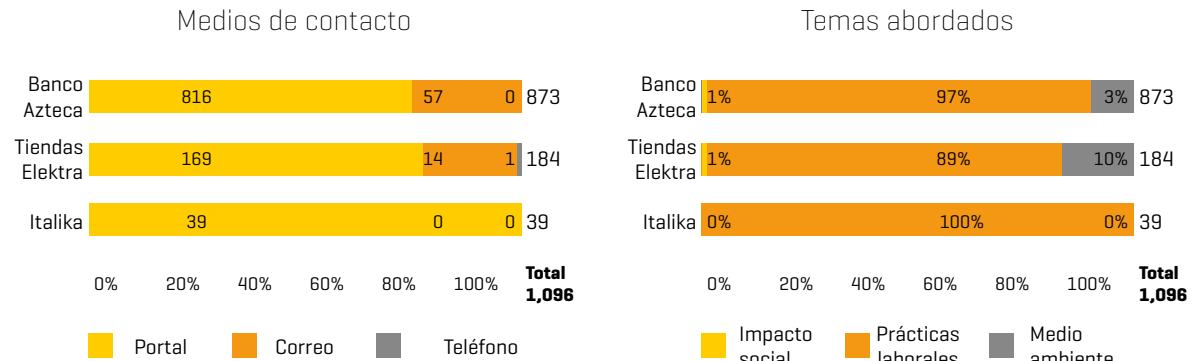
Temas abordados



**1,096 interacciones** recibidas a través de **Ideas**; **incremento de 27%** con respecto al ejercicio 2016



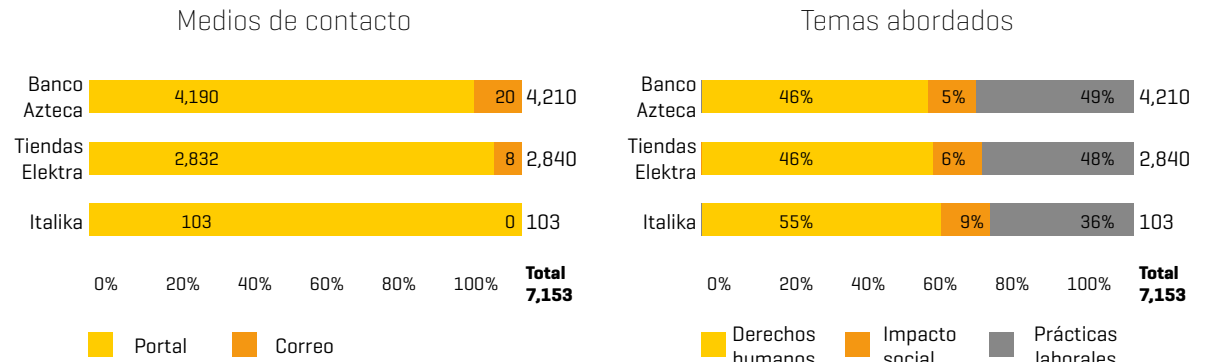
## Ideas



**7,153 interacciones** recibidas en el canal **Cuéntanos** durante 2017; **aumento de 8%** en relación con el año anterior



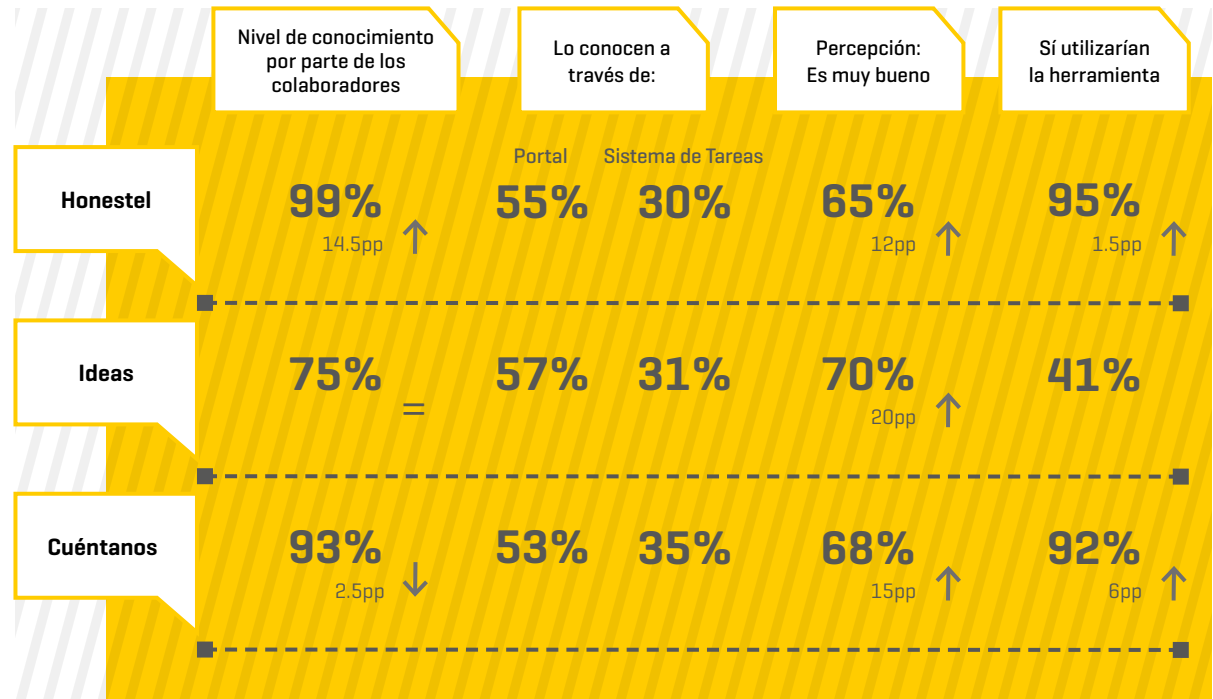
## Cuéntanos



En 2017 Grupo Elektra continuó con la aplicación de encuestas a sus colaboradores para evaluar el nivel de conocimiento y utilidad de estos canales de comunicación. En esta ocasión, la muestra estuvo conformada por 923 personas y los resultados obtenidos fueron los siguientes:

El conocimiento de los canales por parte de los colaboradores se diversificó, pues el año anterior la mayoría de los encuestados aseguraron que el medio por el que se enteraron de su existencia era el portal, mientras que para el ejercicio 2017, el sistema de tareas fungió también como una importante herramienta de difusión.

**15% de los colaboradores** encuestados afirmaron que han presenciado actos deshonestos; **88% de ellos lo reportó por medio de Honestel**



**28% de los colaboradores** encuestados han tenido **propuestas para mejorar** los procesos; **88% de ellos las comunicó a través de Ideas**

PP significa puntos porcentuales.  
 ↑ Presentó incremento con respecto a los resultados de la encuesta 2016.  
 = Resultado se mantuvo con respecto a los resultados de la encuesta 2016.  
 ↓ Presentó decremento con respecto a los resultados de la encuesta 2016.

**27%** de los colaboradores encuestados han tenido preguntas sobre la empresa; **26% de ellos lo dio a conocer por medio de Cuéntanos**

## Prosperidad compartida

GRI 204: 103-1, 103-2, 103-3

102-9

En Grupo Elektra, la cadena de suministro es un pilar clave para la generación de prosperidad incluyente, razón por la cual llevar a cabo un minucioso proceso de selección de proveedores es una responsabilidad. De esta forma, además de contar con socios comerciales especializados en su giro y que cumplen con todos los requerimientos y atributos para ofrecer productos y servicios de calidad a los clientes, es posible mitigar los factores de riesgo que pudieran existir en las operaciones de las empresas que conforman el Grupo.

Central de Compras evalúa la efectividad de estos instrumentos a través del portal de licitaciones y estudios comparativos, así como de auditorías internas y externas.

102-10

**Al cierre de 2017, Grupo Elektra contaba con 1,726 proveedores** gestionados por Central de Compras; **49%** de ellos correspondientes a **Tiendas Elektra, 37% a Banco Azteca y 14% a Italika**

**863 proveedores** de Grupo Elektra **fueron contratados** durante 2017

Además de Central de Compras –área especializada en la gestión de proveedores–, Grupo Elektra cuenta con diversos mecanismos de apoyo para la selección de los mejores socios comerciales, entre los que se encuentran:

**Documentos de control**, mismos que permiten contar con la información necesaria y suficiente para identificar el nivel de cumplimiento del proveedor con respecto a los requerimientos para integrarse al padrón de proveedores.

**Sistema de compras**, en el cual se concentra la información de los proveedores activos y que genera los pedidos requeridos por cada unidad de negocio.

**Políticas**, instrumentos que rigen el marco interno comercial para las etapas de negociación, compra y entrega de productos y servicios.

**Administración integral de riesgos**, fase en la que se evalúan los procesos y se generan planes de mejora, acciones preventivas y correctivas a los flujos operativos.

**Certificación**, herramienta que permite conocer la situación legal, financiera, fiscal, comercial, crediticia y manejo ambiental de una empresa, facilitando el perfilamiento del proveedor hacia la categoría de compra que corresponda.

204-1

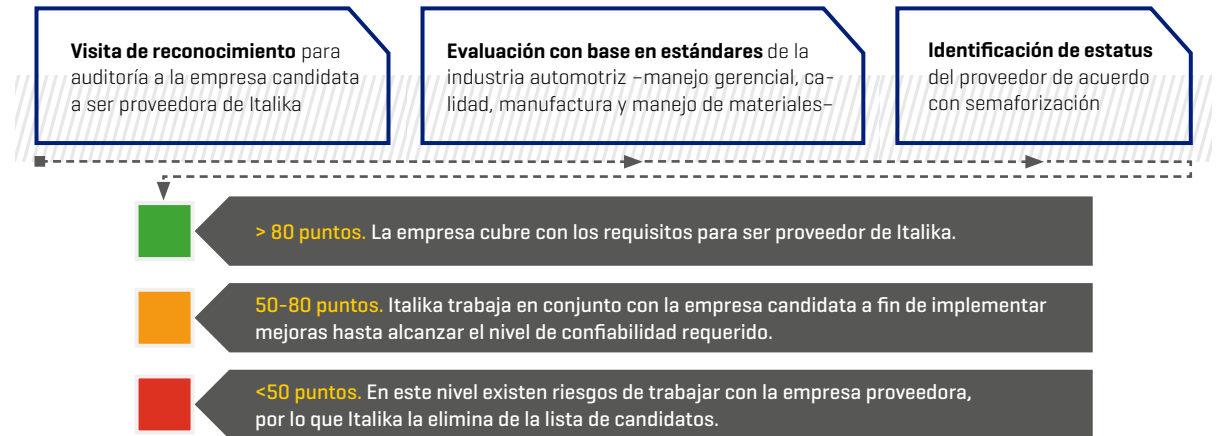
**82% del monto total** pagado a los proveedores de Grupo Elektra **fue destinado a proveduría nacional**

**Al cierre de 2017,** Italika contaba con **720 proveedores:** 678 de materia prima y servicios, 25 de refacciones y 17 logísticos

**110 proveedores** de Italika fueron contratados durante 2017

Una vez concluido el trabajo asignado a los proveedores, Central de Compras evalúa su nivel de cumplimiento en términos de calidad y tiempos de servicio requeridos o si es necesario mejorar algunos aspectos. Si los resultados son aprobatorios, el proveedor es candidato a futuras asignaciones, mientras que, si son reprobatorios, el proveedor es inactivado y recibe retroalimentación para mejorar su desempeño; si más adelante éste demuestra que ha implementado medidas correctivas, nuevamente es considerado para las asignaciones.

Debido a la naturaleza del negocio, Italika también cuenta con un proceso de selección de proveedores de refacciones, el cual consiste en:



### Objetivos 2018

Las metas que Grupo Elektra había fijado para 2017 en términos de gestión de proveedores fueron alcanzadas; sin embargo, el proceso de mejora es permanente, por lo que en 2018 la labor se enfocará en:

- **Reducción de tiempos** en el proceso de alta de proveedores.
- **Especialización de proveedores** para bienes inmuebles.
- **Evaluaciones constantes** en entregas de proveedores.
- **Inclusión de la directriz de sustentabilidad** en los informes de certificación.
- **Contar con el registro del número de proveedores** que cumplen con los criterios de compromiso ambiental y social.

## Certificación Círculo de Proveedores

GRI 308, 406, 407, 408, 409, 412, 414: 103-1, 103-2, 103-3

En concordancia con la sólida política referente al compromiso ambiental y social que caracteriza a Grupo Salinas, y aunado a las evaluaciones realizadas a los servicios proporcionados por los proveedores, Grupo Elektra ha desarrollado la Certificación Círculo de Proveedores. Este mecanismo garantiza las compras responsables con base en criterios éticos, laborales, sociales y ambientales, posibilitando la implementación de buenas prácticas en la cadena de suministro.

Así, las empresas proveedoras del Grupo están sujetas a la observancia de diversos requerimientos, entre ellos, el criterio de compromiso social y ambiental, con lo que se responsabilizan del cumplimiento obligatorio de la legislación vigente, y responden a la conservación del medio ambiente y al respeto de los derechos humanos, incluyendo el rechazo a la discriminación, el trabajo infantil y el trabajo forzoso.

308-1, 412-1, 412-3, 414-1

**539 proveedores** de Grupo Salinas contaban con la **Certificación Círculo de Proveedores** al cierre de 2017

**93 proveedores** de Grupo Salinas realizaron mejoras en su compañía, obteniendo un mejor nivel en la Certificación Círculo de Proveedores

## Desarrollo incluyente

Uno de los valores fundamentales de Grupo Elektra es el Enfoque al cliente. De esta manera, la compañía orienta sus acciones hacia la creación de mayores y mejores oportunidades para millones de familias, impulsando así la prosperidad incluyente y, para el Grupo, la muestra de este impulso es la confianza que los clientes depositan en cada una de sus unidades de negocio.

GRI 416: 103-2, 103-3

Con el fin de motivar esta confianza, durante 2017 Tiendas Elektra continuó fomentando el acuerdo que firmó con la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) en 2016, cuyo objetivo es la aplicación de mejores prácticas comerciales para garantizar la seguridad de los clientes en la adquisición de bienes y servicios. Para consolidar su compromiso implementó tres acciones estratégicas:

- 1**

**Presentación ante la PROFECO** de toda la información contenida en el etiquetado de los productos y en material promocional, logrando de esta manera, la alineación de la comunicación dirigida a los clientes con las especificaciones certificadas por la autoridad.
- 2**

**Lanzamiento de un plan de capacitación** a los colaboradores, con la finalidad de explicar el funcionamiento de los acuerdos establecidos con la PROFECO.
- 3**

**Desarrollo de un proceso de atención y solución** de quejas expresadas por los clientes, en el que intervienen diversas áreas con el objetivo de brindarle un enfoque integral.

Por otra parte, Banco Azteca nació hace 15 años con el propósito de bancarizar a la población de América Latina, marginada por el sistema financiero tradicional. Hoy en día, el Banco continúa valorando la lealtad que los clientes demuestran, por lo que ha desarrollado un modelo cercano a ellos, mediante el cual reafirma de manera constante el compromiso por atender sus necesidades y apoyarlos en el cumplimiento de sus metas.

El nuevo lema **“Sueñas. Decides. Logras”** es un reflejo de la forma en que Banco Azteca **impulsa y acompaña a sus clientes** para hacer realidad sus proyectos

La confianza de los clientes se ha traducido en logros importantes para varios segmentos de Banco Azteca, por ejemplo, el número de clientes en términos de crédito y captación presentó un incremento en el último año.

**1 millón** de clientes acreditados **nuevos**

Cerca de **11 millones de cuentas de captación**, cifra acumulada al cierre de 2017 en México y Latinoamérica

Afore Azteca ha conseguido ser la administradora que más creció en los últimos cinco años, tanto en el número de usuarios como en el total de recursos administrados.

De acuerdo con el reporte “Participación del mercado de las AFORE”, realizado por la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro [CONSAR], Afore Azteca presentó un crecimiento de siete veces en el número de cuentas administradas en el periodo 2012-2017.

Afore Azteca cuenta con una **amplia cobertura** con presencia en **477 municipios** y con **más de 1,000 puntos en México**, administrando 1.9 millones de cuentas

Asimismo, en 2017 Seguros Azteca presentó un crecimiento en ventas y en el número de clientes asegurados, como muestra de la certeza que inspira en los clientes.

**35% de incremento** en la venta de seguros

**4 millones** de asegurados en México y Latinoamérica





## Información sobre producto

GRI 416, 419: 103-1, 103-2

Para Grupo Elektra, proveer de información clara y veraz al cliente es un aspecto de gran relevancia, pues con ello motiva la adquisición de productos o la contratación de servicios responsable y, por tanto, a la mejora en la experiencia del cliente.

Cada una de las empresas de Grupo Elektra cuenta con procedimientos propios para garantizar el cumplimiento en términos de etiquetado de los productos que ofrece.

Es así como Tiendas Elektra cuenta con requerimientos específicos para los productos de importación y para aquéllos de fabricación nacional. Para los primeros, realiza una solicitud de muestra al fabricante para posteriormente llevar a cabo una inspección del producto en el laboratorio de Tiendas Elektra, con la finalidad de someterlos a un análisis para certificar la calidad, de conformidad con la NOM-032-ENER-2013, la NOM-001-SCFI-1993 o la NOM-024-SCFI-2013.

GRI 416, 419: 103-3

416-1

Si el producto cumple con las pruebas realizadas en el laboratorio interno, es enviado al laboratorio NYCE para su certificación; una vez que cuenta con este aval, la importación del producto es viable.

Para los productos de fabricación nacional, Tiendas Elektra solicita al proveedor el certificado NOM para dar de alta el producto en el catálogo y almacenarlo en una base de datos que es consultada por PROFECO en las inspecciones que realiza. Semanalmente se emite un reporte para actualizar el estatus de cada una de las NOM hasta certificar que los productos cumplen con ellas en su totalidad.

Además, Tiendas Elektra asegura que los colaboradores conocen los productos que se ofrecen, por lo que cuenta con un catálogo electrónico que facilita la consulta de características, fotografías y descripciones de cada uno, así como con promotores en las tiendas, quienes los apoyan en el conocimiento físico de las especificaciones de los productos.

FS3

Con respecto a los productos y servicios ofrecidos por Banco Azteca, la información puede variar de acuerdo con las categorías existentes. Sin embargo, existen seis controles relevantes en términos de entrega, autorización, publicación e información de los productos:

- Requerimientos especificados en la Ley del Mercado de Valores.
- La Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros y el buró de entidades financieras elaborado por la Comisión Nacional para la Protección

417-1

### Información en etiquetas en Tiendas Elektra:

- Nombre y código del producto
- Características del producto
- Logotipo del proveedor
- Precio del producto [de contado y a crédito]
- Descuento, en caso de existir
- Legales autorizados por la PROFECO, en los cuales se especifican las condiciones de crédito, precio y producto
- Vigencia de la promoción, en caso de existir

Además, algunos productos ofrecidos en Tiendas Elektra cuentan con:

- Manuales de usuario
- Póliza de garantía
- Datos sobre eficiencia energética

y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros [CONDUSEF].

- Aviso de privacidad de datos aprobado por el Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales [INAI].
- Anexos de comisiones autorizados y supervisados por el Banco de México [BANXICO].
- Registro ante la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas [CNSF].
- Circular Única de Casas de Bolsa.

El objetivo de estas directrices es garantizar que la información entregada y publicada a los clientes cumpla con las características y requisitos autorizados para cada producto, incluyendo: contratos, solicitudes de apertura, anexos a contratos, aviso de privacidad y manejo de datos personales, tabla de comisiones, etc.

417-1

**Información general sobre productos de Banco Azteca:**

- Descripción del producto
- Condiciones y especificaciones del producto
- Beneficios que otorga al cliente al contratar el producto
- Requisitos a cubrir por parte del cliente

**Crédito**

- Comisiones que se cobran si el cliente no cumple con alguna condición del crédito contratado
- Costo Anual Total (CAT)
- Tasa de interés Anual Ordinario sin IVA

**AFORE**

- Contrato de registro y traspaso, donde se detallan las obligaciones de Afore Azteca
- Rendimientos netos en comparación con otras AFORES

**Seguros**

- Coberturas, cláusulas generales y exclusiones
- Póliza o certificado
- Folleto con los derechos del asegurado

Adicionalmente, **Grupo Elektra cuenta con diversos canales de comunicación gestionados por el área de Contact Center**, cuyo objetivo es brindar respuesta a las dudas o sugerencias de los clientes respecto al uso de los productos o servicios.

**Vía telefónica**

- Tiendas Elektra  
Centro de Atención a Clientes (CAT):  
01800-510-1111
- Banco Azteca  
Línea Azteca: 01800-040-7777

**Correo electrónico**

- Tiendas Elektra  
contacto@elektra.com.mx
- Banco Azteca  
Infobazteca.com.mx

**Sitio de Internet y Chat**

- Relación con inversionistas  
www.grupoelektra.com.mx
- Tiendas Elektra  
www.elektra.com.mx
- Banco Azteca  
www.bancoazteca.com.mx  
App Banco Azteca Móvil

**Redes sociales**

- Tiendas Elektra  
Facebook: @TiendasElektraMexico  
Twitter: @Tiendas\_Elektra
- Banco Azteca  
Facebook: @BancoAzteca  
Twitter: @BancoAzteca

**Unidad Especializada de Atención a Usuarios**

- Banco Azteca  
Vía telefónica: 1720-7272;  
01800-808-7272  
Correo electrónico:  
ueau@bancoazteca.com.mx

En el caso de Italika, la etiqueta del producto funge como el contacto directo con el cliente, por lo que tanto ésta como los propios productos, empaques, envases e inclusive la publicidad, además de cumplir con las disposiciones de la Ley Federal de Protección al Consumidor y su reglamento en términos de información al usuario, debe cumplir con indicaciones referentes a la utilización y cuidado de los productos para lograr su correcto funcionamiento, brindando al usuario una mayor seguridad sobre su compra.

Por otra parte, el 100% de las refacciones y accesorios –como las líneas de baterías, lubricantes, llantas y cámaras– cumplen con la NOM-050-SCFI-2004, Información comercial-Etiquetado general de productos y algunas medidas adicionales, mientras que los productos de importación se encuentran sujetos a las disposiciones de la Ley Federal de Metrología y Normalización, pues al ser provenientes en su mayoría de Asia deben cubrir los requerimientos legales para ingresar al país.

En lo que respecta a los cascos para el uso de motocicletas, éstos cumplen con la certificación DOT, misma que establece que deben contar con información sobre el modelo, talla y fecha de producción.

Para garantizar que los productos cuenten con la totalidad de la información requerida, Italika tiene procesos de estandarización de empaques, dependiendo del tipo de producto. De este modo, la empresa realiza una evaluación, a través de la cual, en 2017 identificó algunas áreas de oportunidad y las líneas de acción para mejorar los procesos:

- Variaciones en diseños de empaque por línea de producto a ser homologadas una vez que se elabore un manual de estandarización de diseño.
- Monitoreo de las normas de etiquetado por parte del Área Legal, con la finalidad de mantener actualizada la información sobre productos.

417-1

### Información que deben cumplir los productos Italika:

#### • NOM-050-SCFI-2004

- Nombre o denominación genérica del producto
- País de origen de los componentes
- Nombre, denominación o razón social y domicilio del fabricante
- Contenido o cantidad de conformidad con la NOM-030-SCFI-2006
- Instrucciones de seguridad del producto y advertencias de riesgo
- Instructivo o manual de operación
- Garantía

#### Información adicional:

- Descripción del producto
- Número de parte
- Aplicaciones
- Método de eliminación del producto e impacto social o ambiental
- Manejo, colocación y almacenamiento del empaque
- Identificación de características especiales –compatibilidad con otras marcas–; línea ecológica –nuevo desarrollo–; resistencia a abrasiones del medio ambiente
- Datos del importador
- Código de barras
- Etiqueta ASN\* generada en el origen

\* Nota. La etiqueta ASN es un código compuesto por nueve dígitos y a través de él se identifican el nombre y número del proveedor dentro del sistema SAP. Tanto las refacciones de las líneas de baterías, lubricantes, llantas y cámaras, como las motocicletas que son importadas en partes, deben cumplir con esta etiqueta, mientras que para las motocicletas que ingresan al país en cajas, ésta no es requerida.

## Estrategia digital

GRI 203: 103-1, 103-2, 103-3  
203-2

En concordancia con la Estrategia Digital Nacional (EDN) establecida por el gobierno federal en México, 2017 fue un año importante en la implementación de tecnología e innovación en las empresas de Grupo Elektra, con el propósito de contribuir al desarrollo del país.

Tiendas Elektra, consciente de las tendencias actuales y cumpliendo con su compromiso de brindar mayores oportunidades a sus clientes, en 2017 lanzó su nueva estrategia omnicanal, acción con la cual expande sus canales de distribución y facilita el acceso a productos a precios competitivos en línea, ofreciendo la mejor experiencia de compra para sus clientes, a través de diversas formas de pago y garantizando la entrega de la mercancía de manera segura.

Para el éxito de esta estrategia, Tiendas Elektra cuenta con un catálogo en línea que es 15 veces más amplio que el existente en las tiendas físicas, un nuevo centro de distribución exclusivo para e-commerce, aunado a más de 1,100 tiendas que funcionan como centros de soporte para los clientes, puntos de pago y entrega de producto disponible en el 98% de los códigos postales existentes a nivel nacional.

De igual manera, Banco Azteca ha enfocado sus esfuerzos en impulsar su estrategia digital en México, con el objetivo de fomentar la inclusión financiera a través de un canal que ofrezca al cliente el acceso a los productos financieros de manera eficiente e instantánea, con el uso de herramientas tecnológicas personalizadas, seguras y únicas que les permiten organizar y planear sus finanzas de manera sencilla, satisfaciendo sus necesidades y expectativas... simplificando su vida.



Enfoque total en brindar al cliente **la mejor experiencia de compra**

La importancia del Proyecto de Banca Digital de Banco Azteca radica en la generación de diversos beneficios:



**La estrategia dinámica de Tiendas Elektra** hacia la mejora de la experiencia del cliente en las condiciones más competitivas del mercado se tradujo en un 15% de crecimiento en ventas de mercancías en 2017



Los resultados del Proyecto de Banca Digital son valorados por el Área de Auditoría Interna, quien identifica su nivel de avance y las áreas de oportunidad para la implementación de mejoras. Asimismo, existen estudios especializados para determinar la eficiencia de este tipo de iniciativas, como el realizado por ComScore –firma de investigación de marketing en Internet–, el cual reveló que Banco Azteca fue una de las principales instituciones con incrementos significativos en la realización de operaciones financieras digitales, pues en mayo de 2017, en términos porcentuales, la institución financiera tenía una mayor participación de usuarios móviles (80% de su audiencia total). El análisis destacó que los clientes de Banco Azteca prefieren realizar sus operaciones digitales a través de teléfonos celulares, siendo las transferencias bancarias, depósitos o pago de tarjetas en línea las principales transacciones que se llevan a cabo.

**408 sucursales digitales** de Banco Azteca al cierre de 2017

Lanzamiento de la **aplicación Banco Azteca Móvil** para teléfonos inteligentes en 2017

Uno de los principales logros de Banco Azteca en 2017 para asegurar el acercamiento de los clientes al canal digital fue la creación y el despliegue del nuevo modelo de atención, el cual consiste en sensibilizarlos sobre las ventajas de la utilización de la tecnología. Para ello se estableció una nueva figura de asesor digital y el equipamiento de las sucursales con nuevos recursos tecnológicos –WiFi, desarrollo del sistema de pre activación, asistencia para cambio de nivel de cuentas y lectores de caja para retiro en sucursal y cajeros–; obteniendo resultados satisfactorios en cuanto a aceptación y comprensión del nuevo modelo de negocio.

**360 mil nuevos clientes** haciendo uso del canal digital

203-1

**\$476 millones de pesos,** monto de colocación de crédito por concepto de préstamo personal **a través del canal digital**

### Objetivos 2018

- Incrementar el otorgamiento de créditos personales por medio del canal digital.
- Aumentar el número de aplicaciones instaladas.
- Generar la aplicación **Banco Azteca V2.0.**
- Implementar las funciones **Crédito Elektra y Crédito Web.**

- Ejecutar y mejorar la **Cobranza Digital.**
- Poner en marcha **Acciones de Experiencia Inteligentes** (ADEXI).
- Integrar **nuevos modelos de negocio** al canal digital.

Para Italika, 2017 fue un ejercicio relevante en términos de consolidación, pues logró la integración de tres formatos de negocio en comercio electrónico:



**Beneficios de la oferta digital para los clientes:**

**Favorece la adquisición de los productos** a través de diversos portales y de cualquier dispositivo con acceso a Internet.

**Posibilita la consulta de información** sobre la marca y los productos.

**Permite la optimización del tiempo** de los clientes al no requerir su traslado a una tienda física.

**Amplía la oferta de productos** mediante un catálogo extendido en línea.

**Facilita la entrega de los productos** en cualquier punto dentro de la República Mexicana, aun cuando se trate de municipios donde la marca no cuente con presencia física.

**Facilita el acceso a la gama de productos**, pues con la incorporación de la oferta a las principales plataformas de México se ha logrado un mayor volumen en contenido digital y posicionamiento de la marca en los buscadores de Internet.

**Italika participó** por segundo año consecutivo en los eventos “El Buen Fin” y “Hot Sale”, brindando a sus clientes una exclusiva oferta de valor

En febrero de 2017, Italika recibió el Sello de Confianza otorgado por la Asociación de Internet.mx (AMIPCI), organismo líder en la promoción de la inclusión digital en los sectores estratégicos del país, así como la utilización y apropiación de la Internet en la vida cotidiana de los mexicanos. Este sello brinda a los clientes la certeza de que detrás del sitio web existe una organización identificada por la AMIPCI y que el sitio ha sido revisado y certificado por una asociación civil, la cual verifica la existencia de un aviso de privacidad, elementos adicionales a los requeridos por la ley, términos y condiciones de uso, así como medios de contacto con los usuarios.

En 2017, la página de la **tienda en línea de Italika fue reconocida con el Sello de Confianza** otorgado por la Asociación de Internet.mx (AMIPCI) por su compromiso con la promoción de una Internet confiable y segura

## Valor de marca

El fortalecimiento del valor de las marcas de Grupo Elektra es sólo una muestra de la dedicación y eficiencia del desempeño de la compañía, pues para lograrlo, el Grupo ha posicionado al cliente en el centro de su estrategia y ha establecido una sólida vinculación con él, favoreciendo el conocimiento de sus necesidades y expectativas. Asimismo, cuenta con un robusto proceso de mejora continua e implementa las medidas necesarias para informarlo satisfactoriamente sobre los beneficios de los productos y servicios que ofrece.

GRI 417, 419: 103-1, 103-2, 103-3

Para Tiendas Elektra, asegurar que la publicidad contenga mensajes claros sobre los productos y servicios ofrecidos goza de relevancia, ya que además de ser parte inherente a los principios de la empresa, se garantiza la actuación con base en la legalidad ante la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO), así como la transparencia ante los clientes.

Con la finalidad de valorar la efectividad de la publicidad, Tiendas Elektra se basa en diversos mecanismos, como son:



La correcta gestión de la publicidad y campañas de marketing implicó la obtención de diversos logros para Tiendas Elektra:

**Óptimo lanzamiento** de las 11 campañas anuales

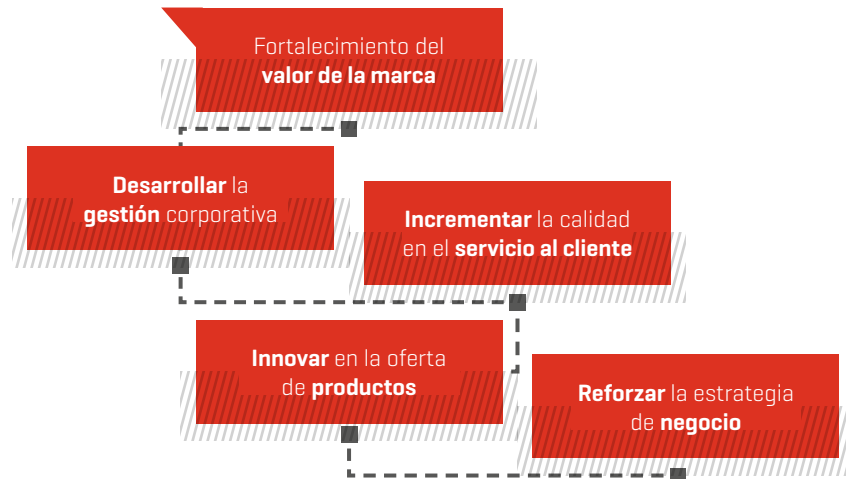
**Lanzamiento de Crédito Elektra**, nombre comercial del producto de Banco Azteca para crédito de consumo

Definición de un **proyecto de comunicación integral** para la difusión de mensajes clave

**40% de crecimiento** en las solicitudes de crédito

Por su parte, la comunicación de Banco Azteca está comprometida con reflejar la experiencia del cliente y se encuentra basada en la empatía, la honestidad y la transparencia. Banco Azteca está convencido de que, en la medida en que el mensaje es claro, la construcción de la marca y la comprensión de los productos es mejor.

Así, Banco Azteca considera que toda acción que emprende genera un impacto en el valor de la marca, por lo que día con día enfatiza en la mejora de aspectos como:



Por lo tanto, Banco Azteca se asegura de que la comunicación que lanza al mercado sea coherente con la oferta y atractiva para el consumidor. De esta manera, cuenta con diferentes herramientas y procesos para la evaluación de campañas, como son:

- Estudios cualitativos y cuantitativos, realizados antes de la producción de la campaña y al post lanzamiento de la misma.
- Estudios sindicados, incluyendo *benchmarks* de categoría.

La solidez de estos procedimientos ha generado que Banco Azteca ocupe un lugar en el *Top 500 Banking Brands 2017*, la clasificación anual de las marcas más valiosas del mundo en el sistema financiero, publicada por la revista "The Banker". Para la realización de esta lista, se lleva a cabo una valoración de aspectos técnicos y financieros, tales como: percepción de los grupos de interés, desempeño del negocio e inversión en marketing. Asimismo, Banco Azteca calificó en la *shortlist* de los Premios Effie México, en la categoría "Promoción" con la campaña "Buen Fin 2016".

Banco Azteca ocupa el **3<sup>er</sup> sitio entre los bancos mexicanos** considerados en el **Top 500 Banking Brands** y el lugar **331 a nivel mundial**; además, obtuvo la clasificación AA-, siendo la máxima AAA

#### Campaña "Sueños"

En 2017 se llevó a cabo el reposicionamiento de la marca Banco Azteca. Con el slogan "Sueñas. Decides. Logras.", Banco Azteca empodera a los mexicanos para perseguir sus deseos, planes y propósitos, y lo hizo a través de la campaña "Sueños", la cual reconoce a la sociedad que trabaja y se esfuerza por progresar. La comunicación invita a tomar decisiones y acciones, incentivando el desarrollo, el bienestar de las familias y la prosperidad incluyente donde la banca tiene un rol relevante.



**El valor de la marca** de Banco Azteca fue estimado en **\$328 millones de dólares** por Brand Finance –firma encargada de realizar la clasificación–

**5,288 clientes beneficiados** por las campañas promocionales “Billetazo” y “El Mejor Regalador” de Banco Azteca, **con \$20.4 millones de pesos en efectivo**

**\$8 millones de pesos en efectivo entregados** a 98 ganadores de la campaña promocional “Bóveda Millonaria”

Para Italika, las campañas de publicidad y marketing son de suma importancia, pues representan el medio a través del cual la empresa da a conocer sus productos, difunde promociones, aporta al cumplimiento de objetivos de venta y comunica los atributos del producto, logrando con ello posicionar la marca e incrementar la lealtad de los clientes.

Con el fin de medir el impacto y resultados de las campañas, éstas son evaluadas a través de análisis en medios digitales, de medios *offline* y televisión, así como de *benchmarks*, estudios de mercado, certificaciones, resultados comerciales, *market share*, entre otros.

#### Italika, marca líder en México

Italika participó de manera activa en la edición 2017 del **Salón Internacional de la Motocicleta México (SIMM) y Expo Moto**. Ambos eventos fueron el escenario para la presentación de sus más recientes lanzamientos, contribuyendo así al fortalecimiento del valor de la marca.

En 2017, los resultados de estos análisis fueron satisfactorios. Muestra de ello es que, por tercer año consecutivo, Italika recibió el reconocimiento de *Superbrands*, por medio del Consejo Mexicano de Marcas, lo que la clasifica como una de las marcas de mayor prestigio en el mercado y líder en su segmento.



Este distintivo destaca cuatro valores de Italika: Marketing creativo, Calidad de los productos, Permanencia en el mercado y Lealtad de los consumidores, debido –entre otras líneas de acción– al desarrollo de estrategias innovadoras para el posicionamiento de la marca, las cuales incluyen la promoción del motociclismo deportivo, el trabajo con *influencers* para romper paradigmas respecto al uso de motocicletas y cursos de manejo gratuitos.

**Italika fue galardonada** con el reconocimiento **Superbrands** por 3<sup>er</sup> año consecutivo, colocándose como una de las **marcas de mayor prestigio** en el mercado y en su segmento

**3 modelos Italika** se encuentran en el **Top 20 de los modelos más vendidos de Perú**, conservando el 11% de participación en el mercado

## Calidad en productos y servicios

GRI 416: 103-1, 103-2, 103-3

La calidad es uno de los atributos de la oferta de Grupo Elektra, en atención a lo cual, cada una de las empresas que lo integran establece estrategias que contribuyan a mejorar la experiencia del cliente.

Para poder mejorar la oferta de productos y servicios otorgados a los clientes, Banco Azteca utiliza reportes e indicadores internos y externos con información cuantitativa y cualitativa.

### Herramientas para mejorar la oferta de productos y servicios de Banco Azteca

#### Internas

- Índice de Promotores Netos (IPN), herramienta que permite medir la lealtad de los clientes a una empresa, con base en las recomendaciones valoradas en una escala de 1 a 10. Este estudio se realiza trimestralmente y facilita la identificación de los puntos positivos que el cliente reconoce sobre los productos y servicios, así como los puntos que considera que deben mejorar. Cada reporte es analizado y se establecen las acciones correctivas pertinentes.
- *Mystery Shopper*, evaluación trimestral que determina la manera en que los asesores ejecutan los procesos de atención, información y apertura de cuentas a clientes, de conformidad con los procedimientos institucionales definidos. Los hallazgos resultantes son atendidos con ejercicios de venta, capacitación, entrenamientos y *coaching*.

#### Externas

Información pública otorgada por autoridades financieras o entidades de supervisión, como la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF), por medio del Buró de Entidades Financieras o del micrositio de sucursales bancarias.

Con base en estos indicadores, Banco Azteca lleva a cabo comités en cada una de sus unidades de negocio, donde se exponen los resultados de la evaluación de los productos y servicios, con el fin de implementar mejoras y establecer fechas compromiso.

Para Italika, la satisfacción del cliente es una carta de presentación para la marca. Por ello, además de cumplir de manera cabal con todos los requerimientos legales en los productos y servicios, se enfoca en crear la mejor experiencia para el cliente, factor que propicia la lealtad de los usuarios, así como el aumento en la cantidad de recomendaciones.

Además de contar con políticas que buscan garantizar la satisfacción del cliente referentes al armado y activado de los productos, garantías y tiempos de servicio preventivo, así como con diversos sistemas de gestión, Italika ha establecido un proceso para analizar las opiniones de los clientes con respecto a la experiencia de compra, el cual consiste en visitas a los Centros de Servicio Italika (CESIT) para la realización de encuestas. En 2017 el alcance fue nacional y la muestra de los encuestados estuvo compuesta por 646 usuarios del servicio de los CESIT.

## **65.4%, Índice de Promotores Neto** de Italika en 2017

Aunado a este procedimiento, en los CESIT se realizan auditorías internas en torno a una evaluación operativa, mismas que analizan distintas variables –como imagen y equipamiento; procesos y operaciones; y *Mystery Service*– y la medición de la

experiencia del cliente durante los cuatro meses posteriores a la compra del producto.

416-1

## **636,731 servicios realizados** a clientes y **54,583 a flotillas** en 2017 en los Centros de Servicio Italika (CESIT)

203-2

Adicionalmente, como muestra del compromiso con la satisfacción del cliente, Italika continúa con el establecimiento de módulos de emplacado en los puntos de venta en Tiendas Elektra. Con ellos ha generado diversos beneficios, como son:

- Facilidades a los usuarios para el trámite puntual de alta vehicular, evitando así multas por retrasos.
- Contribución a la actualización y confiabilidad del padrón vehicular.
- Creación de fuentes de empleo, beneficiando principalmente a jefas de familia.
- Colaboración con el Estado en la recaudación, por medio del alta vehicular.

## **26 módulos de emplacado** al cierre de 2017 ubicados en la Ciudad de México, Estado de México, Puebla y Guanajuato; **incremento de 30% con respecto al año anterior**

## **37,627 trámites** de emplacado en el año

### Mejora continua

Aunado a la evaluación de los productos y servicios, Grupo Elektra está firmemente comprometido con ofrecer las mejores soluciones para impactar de manera positiva en la calidad de vida de los clientes.

Es así como en 2017, Banco Azteca realizó más de 50 proyectos en puntos de contacto para mejorar la experiencia del cliente, los cuales consistieron en:

- Reubicación de algunas de las sucursales en sitios con mayores dimensiones para mejorar el formato.
- Remodelación de algunas otras para incrementar la capacidad de atención y servicio en los mismos.
- Ampliación de espacios en las áreas de cajas y de asesores para mejorar las condiciones del lugar de trabajo.

- Optimización de las áreas comunes dirigidas a los colaboradores, como comedores y servicios.
- Delimitación de fronteras entre los negocios.
- Diseño de nuevas áreas para incrementar la satisfacción de los clientes:
  - Zona de *iPad Training*, para que los clientes vivan la experiencia de gestionar sus cuentas a través de la Banca Digital.
  - Área infantil, para amenizar la estancia de los niños e incrementar la comodidad de los padres en las instalaciones.
  - Cajeros automáticos, para facilitar a los clientes la disposición de efectivo las 24 horas.
- Integración de elementos visuales, como *Video Walls*, para informar a los clientes sobre los productos y servicios con que cuenta el Banco, así como la cotización de divisas en tiempo real.

GRI 416: 103-1, 103-2, 103-3

Uno de los objetivos fundamentales de Italika es, además de asegurar la satisfacción del cliente, contar con una oferta de alto valor, por lo que enfoca su labor en el lanzamiento de productos y el reforzamiento de los ya existentes en cuanto al cumplimiento de los más altos estándares de calidad y que cubren los requerimientos de los usuarios en cuestiones de seguridad, tiempo de respuesta y precio.



Es así como Italika cuenta con herramientas específicas para evaluar cualitativa y cuantitativamente el desempeño, rendimiento, funcionalidad y calidad de los productos antes de su incorporación a la producción y a la venta masiva.



## Apertura de 61 nuevos puntos de contacto propios;

72% de ellos cuentan con el nuevo formato desarrollado por Banco Azteca

El proceso de **mejora continua permite a Italika ofrecer los mejores productos** en términos de rendimiento, potencia, desempeño y durabilidad, logrando ser la mejor opción de movilidad para los usuarios



Entre las herramientas con que cuenta Italika para mejorar sus productos se encuentran:



\* Nota. El nivel TIER I corresponde a los proveedores directos de los fabricantes de equipos originales (OEM, por sus siglas en inglés), quienes son evaluados en materia de calidad, tiempo y costos en la totalidad de sus componentes y partes de subensambles; el nivel TIER II está constituido por las compañías que surten de componentes a las empresas TIER I, mientras que aquellas ubicadas en el nivel TIER III, proveen a las compañías TIER II.

416-1

**Durante 2017 se evaluaron y desarrollaron más de 100 modelos nuevos** de Italikas **dirigidos a los mercados de México, Honduras, Guatemala y Perú**, mismos que fueron lanzados a los canales de venta correspondientes





## Italika desarrolló para el mercado de Perú, motocicletas que satisfacen a la **norma de emisiones clase EURO III**

En 2017 Italika **cumplió al 100% los compromisos** de mejora de productos

Además, entre otras medidas que buscan la excelencia en Italika se encuentran:

- Pruebas de resistencia, sujeción e impacto en los cascos para el uso de motocicletas.
- Participación del equipo de ingeniería en el desarrollo de la NOM-PROY-NOM-206-SCFI/SSA2-2016, referente a la regulación del uso de cascos de motocicleta, la cual entrará en vigor en 2018.
- Implementación de una plataforma en los Centros de Servicio Italika (CESIT), con la finalidad de contar con un perfil 360° del cliente, logrando brindar una atención 100% especializada y personalizada para cada usuario.

- Revisión de Italikas que ingresan a los CESIT para servicio preventivo, para reparaciones mayores o por motivo de garantías. En este análisis, se verifican 10 puntos de seguridad y se realiza una inspección 360° del producto.
- De manera semanal, un equipo constituido por representantes de diversas áreas se reúne para abordar temas concernientes a las flotillas, entre los que se encuentran las mejoras a implementar para optimizar las motocicletas como herramienta de trabajo.
- Creación de una posición en agencias propias, encargada de identificar áreas de oportunidad en las operaciones para el establecimiento de medidas proactivas y correctivas, y así, brindar un servicio de calidad a los clientes.
- Capacitación presencial a distribuidores concesionados dirigida a 300 personas aproximadamente y referente a conocimientos sobre la operación y administración de sus negocios, abordando, además, los valores de Grupo Elektra, la misión de Italika y las condiciones para generar una experiencia de compra que supere las expectativas de los clientes.

### Cuarta línea de producción en Ensamblika

En 2017, bajo el lema **“Seguimos cambiando la movilidad de México”**, Italika inauguró la cuarta línea de producción en su planta ensambladora, acción con la que la empresa aumentará en un 30% la capacidad de producción, lo que se traduce en 650 mil unidades anuales y 2,750 motocicletas al día.

Además, con esta nueva línea de producción, Italika generará más de 200 nuevos empleos directos y, en consecuencia, el número crecerá en las distintas áreas de trabajo de Italika en todo el país.



## Protección de datos personales

GRI 418: 103-1, 103-2, 103-3

En México, la protección de datos personales es un derecho humano desde el año 2009. En consecuencia, los particulares están sujetos a ciertas obligaciones, mientras que toda persona tiene la facultad de ejercer sus derechos ARCO –Acceso, Rectificación, Cancelación y Oposición– de manera informada y cuando sea necesario.

Grupo Elektra, consciente de la importancia de garantizar el respeto de este derecho humano, cuenta con sólidos mecanismos para asegurar el resguardo de los datos de sus clientes, socios, arrendadores, proveedores y demás titulares con quienes se vincula, brindándoles total certeza sobre la protección de su información personal en todo momento. Además de cumplir con la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP) y su Reglamento, el Grupo adoptó un Esquema de Autorregulación Vinculante reconocido por el Instituto Nacional de Acceso a la Información y Protección de Datos (INAI), lo que refleja su firme compromiso con la privacidad y protección de los datos personales. Así, implementó el Sistema de Gestión de Seguridad de Datos Personales (SGSDP):



Como parte del proceso de mejora continua, Grupo Elektra evalúa los resultados y efectividad de la ejecución de estos instrumentos a través de tres mecanismos:

- Programa Anual de Auditoría Interna, el cual permite valorar y medir el cumplimiento de la legislación y el avance con respecto a las metas; así como identificar áreas de oportunidad.
- Auditoría externa, basada en estrictos criterios emitidos por la Entidad Mexicana de Acreditación (EMA) y que cumplen con lo establecido por la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP) y los Parámetros de Autorregulación en materia de Protección de Datos Personales (PAMPDP); esta auditoría es realizada por el organismo Normalización y Certificación NYCE, S.C. (NYCE), único reconocido por el Instituto Nacional de Acceso a la Información y Protección de Datos (INAI) para evaluar y certificar Esquemas de

## En 2017, las empresas de Grupo Elektra\* obtuvieron la Certificación en Materia de Protección de Datos Personales otorgada por NYCE,

derivado del cumplimiento de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP) y los Parámetros de Autorregulación en materia de Protección de Datos Personales (PAMPDP)

\* Las empresas que recibieron la Certificación son: Banco Azteca, Afore Azteca, Seguros Azteca Daños, Seguros Azteca Vida, Punto Casa de Bolsa, Dinero Express, Italika, Tiendas Elektra y Elektra.com.

Autorregulación en materia de Protección de Datos Personales en México.

- Revisiones administrativas regulares y programadas por parte del Departamento de Datos Personales para asegurar un adecuado desarrollo del Sistema de Gestión de Seguridad de Datos Personales (SGSDP) y el cumplimiento de los objetivos, considerando cambios significativos en la normatividad,

innovaciones tecnológicas y otros factores, con la finalidad de actualizar los procedimientos internos y la Política de Privacidad.

La solidez del Sistema de Gestión de Seguridad de Datos Personales (SGSDP) y los instrumentos complementarios para garantizar el cumplimiento de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP) y los Parámetros de Autorregulación en materia de Protección de Datos Personales (PAMPDP) han implicado la obtención de la Certificación en Materia de Protección de Datos Personales por parte de Grupo Elektra. Este importante aval otorgado por NYCE, representa una ventaja competitiva para el Grupo y permite incrementar la confianza de los clientes en las empresas que lo integran.

## El INAI inscribió a Grupo Elektra en su Registro de Esquemas de Autorregulación Vinculante (REA), convirtiéndose así en el primer grupo empresarial en obtener este reconocimiento en México





**Tiendas Elektra, Punto Casa de Bolsa e Italika** se convirtieron en las primeras empresas de su tipo en obtener la **Certificación en Materia de Protección de Datos Personales otorgada por NYCE**

---

**Grupo Elektra obtuvo el 2º lugar a nivel nacional**

en el concurso del “Premio de Innovación y Buenas Prácticas en la Protección de Datos Personales 2017”, otorgado por el INAI, la UNAM y la Secretaría de la Función Pública en el marco del **Día Internacional de Protección de Datos Personales**

---

De igual forma, con el fin de garantizar la confidencialidad, disponibilidad e integridad de la información, en el resto de los países de América Latina en los que Banco Azteca tiene operaciones, la institución enfoca sus esfuerzos en el cumplimiento de la legislación aplicable en cada uno de ellos:

- La Ley del Secreto Bancario en El Salvador, misma que obliga al personal del sistema bancario a resguardar y proteger la confidencialidad de la cartera de clientes.
- La iniciativa de Ley 4090-2009 de “Protección de Datos Personales”, en Guatemala.
- El Proyecto Nacional de Ley de Protección de Datos de Carácter Personal [Ley No. 463].
- La regulación emitida por la Autoridad de Protección de Datos Personales y la Ley 29733 en Perú.

Para lograrlo, con base en las prácticas establecidas en México, Banco Azteca ejecuta prácticas *ad hoc* en cada uno de los países, tales como:

- En Guatemala, Banco Azteca cuenta con prácticas de monitoreo de seguridad en la banca en línea.
- En Honduras, aun cuando no existe una reglamentación para garantizar la protección de datos personales, en 2017 Banco Azteca implementó un programa piloto de una herramienta especializada en auditorías de bases de datos para el registro y alerta de la totalidad de accesos generados, con el que busca reforzar la réplica de buenas prácticas provenientes de México.
- En Panamá, si bien la regulación se encuentra a nivel proyecto, Banco Azteca cuenta con la digitalización de expedientes, así como el seguimiento a su administración y el mantenimiento con autorización del cliente, a través de un sistema biométrico que consiste en huella digital.

- Durante 2017, Banco Azteca realizó distintas acciones, entre ellas:
  - Identificación de bancos de datos por grupo de interés: clientes de colocación, clientes de captación, proveedores, colaboradores, entre otros.
  - Inscripción de bancos de datos ante la Autoridad de Protección de Datos Personales.
  - Creación de un correo para recibir notificaciones de las autoridades.
  - Generación de una norma interna de Derechos ARCO que regule los aspectos básicos de la ley.
  - Revisión e inclusión de cláusulas de protección de datos personales en los contratos con clientes y proveedores.
  - Actualización de hojas de autorización para el tratamiento de datos personales de clientes y colaboradores.
  - Creación de políticas y procedimientos que abordan:
    - Privacidad en el sitio de Internet
    - Autorización de tratamiento de datos en redes sociales
    - Eliminación de datos personales
  - Continuación del programa “Concurso de Conocimientos”, dirigido a los colaboradores y que, entre los temas que considera y evalúa, se encuentra la Protección de datos personales.

# VALOR SOCIAL

## El valor del talento

### Atracción y retención de talento

GRI 401, 405, 406: 103-1, 103-2, 103-3

A fin de proporcionar una amplia oferta de productos y servicios de calidad, en Grupo Elektra la atracción y retención del mejor talento son factores clave. Lo hace a través de un proceso de selección alineado a su visión y objetivos estratégicos, soportado por políticas que garantizan la mejor experiencia para los colaboradores, así como la prosperidad incluyente, la no discriminación y el respeto por la diversidad. De este modo, al contar con talento apto y que sienta pasión por lo que hace, Grupo Elektra asegura el éxito de la compañía y que todos los colaboradores enriquezcan la cultura que se vive en el Grupo.

Grupo Elektra gestiona la atracción y retención de talento por medio de distintas herramientas, algunas de ellas, con base en las directrices de Grupo Salinas:

- Política de Contratación, Promociones y Transferencia de Grupo Salinas.
- Sistema en el Portal de Recursos Humanos de Grupo Salinas para la administración y validación de candidatos, pruebas psicométricas y referencias laborales.
- Publicación de vacantes en plataformas electrónicas:
  - LinkedIn
  - OCC Mundial
  - Bumeran
- Ferias de empleo.
- Kit de Reclutamiento Masivo.

Adicionalmente, el programa Talento en Movimiento promueve postulaciones internas, es decir, los colaboradores pueden cubrir ciertas vacantes a través de promociones o movimientos laterales. Las posiciones por cubrir son comunicadas vía correo electrónico con el perfil y bases requeridos; se realiza el proceso de selección por medio de pruebas, entrevistas y retroalimentación, y en él se brinda acompañamiento a los colaboradores durante la gestión con el líder del área origen y con el correspondiente al área destino.

Cuando Italika requiere cubrir una posición, ésta puede ser ocupada por sustitución, de manera temporal –generalmente para cubrir incapacidades– o por proyecto, y el reclutamiento puede realizarse de manera interna –mediante la promoción de los colaboradores con los mejo-

res resultados- o externa -a la cual se recurre en caso de que no existan colaboradores que cumplan con el perfil requerido-. Así, además de contar con el mejor talento, Italika asegura la diversidad e igualdad de oportunidades, pues los puestos son cubiertos por los candidatos con mayor aptitud para la realización de las actividades requeridas.

Una vez que los nuevos colaboradores se incorporan al Grupo, se lleva a cabo el Programa de inicio en Corporativo, el cual consiste en proporcionarles una inducción y dar seguimiento a su proceso de adaptación al nuevo empleo. Con él se busca generar la mejor experiencia de ingreso para los colaboradores, sentando las bases para fomentar su permanencia en Grupo Elektra.



401-1

**Nuevas contrataciones en 2017:**

**8,231** en Tiendas Elektra

**29,727** en Banco Azteca

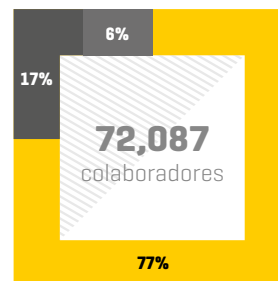
**2,097** en Italika



102-8

**Grupo Elektra**

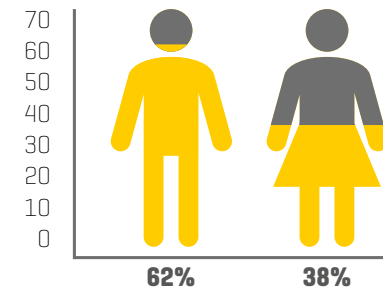
Desglose de plantilla por empresa



Banco Azteca  
Tiendas Elektra  
Italika

**Grupo Elektra**

Desglose de plantilla por género



102-41

**4% de los colaboradores** de Grupo Elektra estaban **sindicalizados** al cierre de 2017



La retención de los colaboradores es de suma relevancia para Grupo Elektra, ya que significa el incremento de experiencia y profesionalización en el desempeño de sus funciones, lo que se traduce en una mayor capacidad para alcanzar las metas planteadas en la estrategia de negocio y en el fortalecimiento del sentido de pertenencia.

Entre los mecanismos que ha implementado Grupo Elektra para maximizar la retención de talento y disminuir el índice de rotación se encuentran:

- Salarios justos con base en productividad y desempeño
- Beneficios sociales y adicionales como

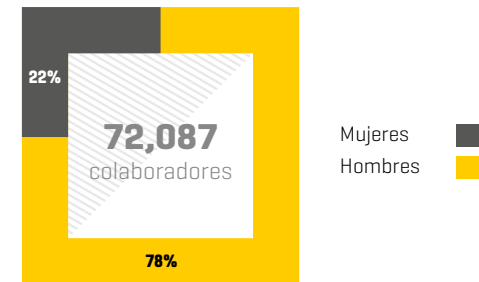
miembro de Tiendas Elektra y de Banco Azteca

- Bonos de desempeño
- Capacitación constante
- Programas de calidad de vida
- Programas de reconocimiento al desempeño

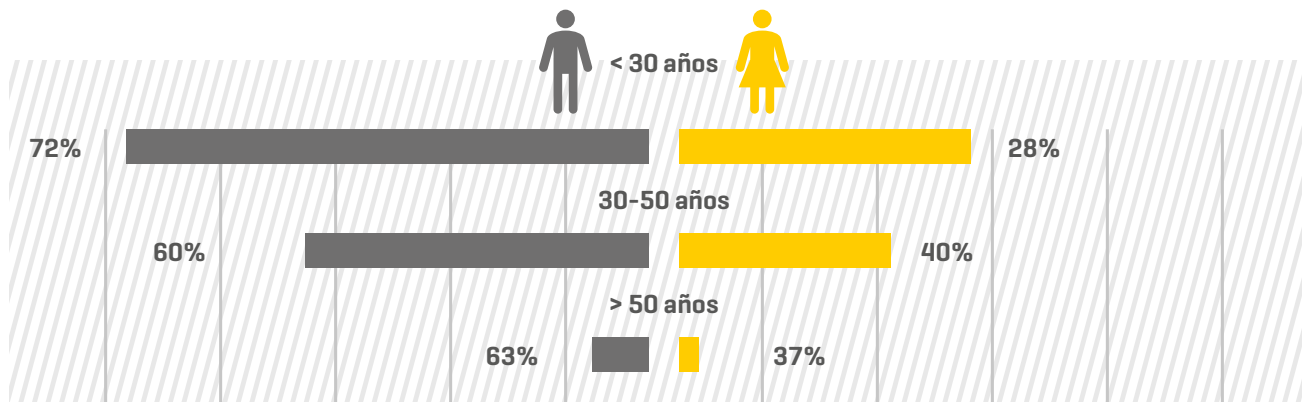
La evaluación de la efectividad de estos elementos se realiza primordialmente a través de la medición del índice de rotación de los colaboradores. En él se identifican las salidas de personal ocurridas en el año para determinar el desarrollo de acciones que permitan retener al talento de la organización de acuerdo con la estrategia y necesidades del negocio.

405-1

**Grupo Elektra**  
Distribución de cargos directivos por género



**Grupo Elektra**  
Desglose de la plantilla por género y grupo etario





## Desarrollo de talento

### Capacitación

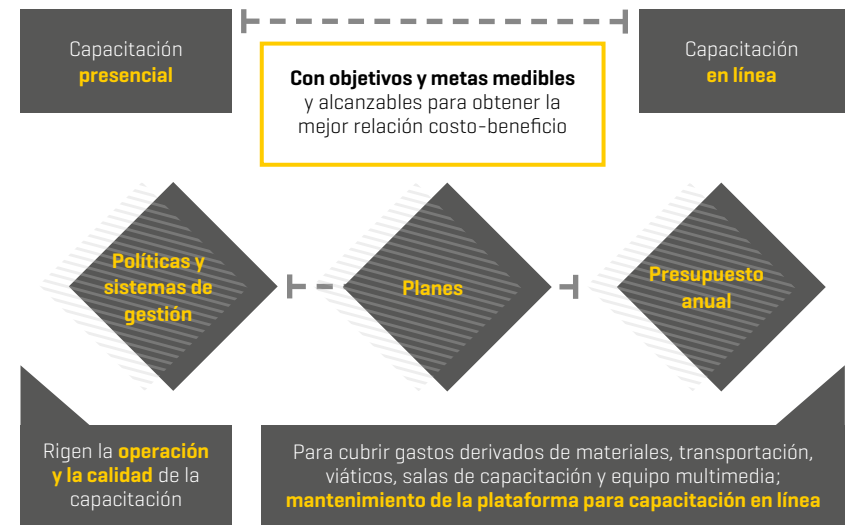
GRI 404: 103-1, 103-2, 103-3

La capacitación es un eje prioritario y estratégico para Grupo Elektra. Es un recurso clave para encontrar los mecanismos que brinden a los colaboradores los conocimientos, habilidades y aptitudes necesarias para lograr su óptimo desempeño y la alineación de los objetivos personales con la visión de negocio del Grupo, maximizando la eficiencia, la productividad y el ingenio creativo.



En Grupo Elektra, la capacitación es un **elemento estratégico para motivar la prosperidad incluyente**, la profesionalización y el sentido de orgullo de pertenencia entre los colaboradores

Por tal razón, Grupo Elektra cuenta con diversas herramientas cuyo objetivo es gestionar correctamente la formación de los colaboradores, entre ellos:



**Más de \$62 millones de pesos invertidos** en capacitación por Grupo Elektra durante 2017

404-2, FS4

Entre las tipologías de cursos de capacitación que se imparten en Grupo Elektra se encuentran:

Entrenamiento en nuevo puesto con mentor –exclusivo para Banco Azteca–, en el cual, un responsable apoya a los colaboradores de nuevo ingreso en el desarrollo de sus competencias con base en un programa de capacitación previamente asignado. En 2017, se contó con mentores para los puestos de asesor financiero, cajero universal y jefes de cartera.

**2,174 mentores capacitados para contribuir al desarrollo de nuevos colaboradores**

Desarrollo de habilidades gerenciales que permiten a los colaboradores tener una mejor gestión y desempeño para alcanzar los resultados planteados. Los temas abordados son: liderazgo, comunicación, trabajo en equipo, buenas relaciones laborales, negociación y reuniones efectivas de trabajo.

**3,650 colaboradores capacitados para el desarrollo de habilidades gerenciales**

#### Escuelas

Enfocadas en la impartición de capacitación a los nuevos colaboradores a través de un instructor que comparte el conocimiento integral de los procesos operativos de cada una de las unidades de negocio con el fin de generar una alta productividad y rentabilidad.

- Para Banco Azteca se cuenta con escuelas para Canales de terceros, Micronegocios y Presta Prenda.
- Tienda Escuela, programa propio de Tiendas Elektra, en el que se imparte inducción a la compañía, alineación al puesto de trabajo, procesos de tienda, sistemas, proceso de venta, productos y certificación.

#### Certificaciones para los colaboradores de Tiendas Elektra:

- Certificación Gerencial, dirigido a líderes de tienda y en el que se abordan diferentes temas: técnicos operativos, recursos humanos, manejo de equipos de trabajo, administración y finanzas, mercadotecnia y comercial.
- Certificación en líneas de producto –plan de capacitación continua [PCC]–, como telefonía, línea blanca, electrónica, cómputo, motocicletas Italika, muebles, colchones, accesorios y nuevos negocios.

#### Proyectos especiales de Franquicia, como:

##### “El Camino para vender mejor”

Dirigido a gerentes, subgerentes y asesores financieros para desarrollar habilidades de ventas en las posiciones estratégicas con la finalidad de incrementar la venta de productos y servicios.

**2,888 colaboradores capacitados**

##### “7s”

Metodología para mantener estándares de orden, seguridad y limpieza en el lugar de trabajo.

**2,148 colaboradores capacitados**

##### Great Place to Work

Programa orientado a construir un ambiente de confianza, a través de la inspiración, comunicación y diálogo, motivando la productividad y rentabilidad.

**8,680 colaboradores capacitados**

Cuestiones técnicas y operativas, como Tarjeta de crédito oro, nueva originación, talleres de ventas, atención y servicio, AFORE, entre otros.

**7,595 colaboradores de nuevo ingreso capacitados para diversos puestos en México**

#### Sitio “Mi Capacitación”

Portal de Grupo Salinas en el que los colaboradores aplican los contenidos que les son proporcionados en línea para cumplir con los objetivos del plan de formación, referentes a inducción, nuevos productos, nuevos procedimientos, actualizaciones y refuerzos de normatividad.

En esta plataforma, los colaboradores tienen una oferta de aprendizaje atractiva, basada en cápsulas, tutoriales, videos e infografías.

La herramienta permite obtener reportes de avance fundamentados en la comparabilidad de asignación frente al cumplimiento, así como reportes de aprovechamiento, en los que los colaboradores deben obtener una calificación final superior a 80 puntos para la aprobación del plan de capacitación.

### Capacitación en Ensamblika

- Inducción a Grupo Elektra y a Italika
- Plataforma de aprendizaje en línea, con una oferta diversa de cursos:
  - Normativos y obligatorios: Seguridad en el trabajo
  - Técnicos
    - Manejo de materiales
    - Cursos dirigidos a operadores de conformidad con los requerimientos de cada área de trabajo
  - Especializados
    - Manejo de plataformas específicas
    - Metodologías dirigidas a la mejora en la calidad del trabajo realizado
  - Habilidades blandas
    - Liderazgo
- Políticas y procesos para recibir capacitación externa para contenidos de alto grado de especialización
- Equipo dedicado a la capacitación de personas clave en los procesos de atención al cliente [en algunas unidades de negocio]

**127 colaboradores capacitados en Ensamblika: 102 hombres y 25 mujeres**  
**2,911 horas de capacitación en Ensamblika; alrededor de 23 horas por colaborador**

Una vez finalizadas las sesiones de capacitación, Grupo Elektra mide la efectividad de los cursos a través de tres variables:

- Reacción, para conocer el grado de satisfacción del participante con respecto al curso. Se valoran aspectos como la aplicabilidad de los contenidos, la idoneidad del instructor, el aula, etc. Se hace a través de una encuesta de satisfacción al final del curso.
- Aprendizaje, factor que mide el grado en que se incrementó un conocimiento o habilidad. Se realiza a través de test, evaluaciones y observaciones.
- Conducta, aplicable en ciertos programas; mide el alcance de la aplicación de lo aprendido en el puesto de trabajo. En el área de formación se utiliza el seguimiento de los instructores a los aprendices en campo con observación y entrevistas y certificaciones una vez concluido el programa básico de entrenamiento.

404-1

**154,034, total de participaciones de colaboradores\*** en cursos de capacitación de manera presencial en 2017

**1,666,360, total de horas de capacitación** presencial impartidas en 2017\*

**561,202 horas de capacitación** impartidas en línea en 2017\*

**24,823, total de participaciones de colaboradores\*** en cursos de capacitación en línea en 2017

\* El número de participaciones de los colaboradores en cursos de formación puede ser mayor al total de la plantilla debido a que un colaborador puede tomar varios cursos a lo largo del año, o bien, debido al índice de rotación.





## 1,783 colaboradores externos de la Red de Servicio Italika capacitados en 2017

Con la finalidad de extender la cultura de mejora continua y lograr la satisfacción del cliente, durante 2017, Italika impartió capacitación a asesores de servicio y técnicos de tienda de la red de los Centros de Servicio Italika (CESIT). A través de 148 cursos la empresa buscó maximizar beneficios como la generación del sentido de pertenencia del colaborador externo a la marca, definición de roles y funciones por puesto, claridad sobre los resultados esperados por puesto, así como la definición de actividades específicas.

## 1,480 horas de formación impartidas a colaboradores externos de la Red de Servicio Italika en 2017

### Objetivos 2018:

- **Implementación de nueva plataforma** en Italika para la gestión de capacitación y desarrollo de talento.
- **Establecimiento de programas de capacitación** especializados para directivos de Italika.

## Evaluación de desempeño

GRI 404: 103-1, 103-2, 103-3

404-3

La evaluación de desempeño de los colaboradores es un aspecto relevante para Grupo Elektra, ya que se trata del proceso que permite la mejora continua, asegurando la comprensión de los indicadores relacionados con las funciones del personal y la manera en que cada colaborador agrega valor al negocio.

Además, representa una herramienta indispensable para el proceso de gestión de liderazgo al propiciar el seguimiento y retroalimentación oportuna, así como reconocer los resultados favorables.

Grupo Elektra cuenta con una serie de instrumentos para evaluar el desempeño de los colaboradores en cada una de las empresas que lo integran:

Tiendas Elektra ha desarrollado una plataforma denominada "Feedback Institucional", la cual recibe información actualizada del sistema SAP y tiene la capacidad de gestionar el desempeño de todos los colaboradores del negocio por medio de la evaluación de tres dimensiones: apego a la cultura a través de principios, un set de competencias e indicadores clave de desempeño individuales.

El proceso de evaluación se realiza en tres etapas a lo largo del año, en cada una de las cuales el colaborador recibe retroalimentación sobre aciertos y áreas de oportunidad, y con base en ellos, se establecen compromisos.

La efectividad del proceso se mide de conformidad con cuatro criterios: la calidad de la definición de los indicadores clave de desempeño, el cumplimiento de los periodos de evaluación, el número de incidencias y el proceso de retroalimentación.

**1,588 colaboradores evaluados en Tiendas Elektra en 2017;** 984 hombres y 604 mujeres

Banco Azteca, por otra parte, cuenta con tres mecanismos para la evaluación de desempeño de los colaboradores:

- Metodología de Establecimiento de KPI's y *Smart Goals*. Consiste en el establecimiento de objetivos estratégicos por parte de la Dirección General, los cuales impactan en todos los niveles de la organización.
- Sistema de Evaluación del Desempeño en Corporativo. Plataforma en la que se cargan los objetivos estratégicos y funcionales de forma individual y por orden de importancia.

**1,885 visitas** a sucursales de Banco Azteca con “Camina tu Sucursal”, **impactando a 28,275 colaboradores** en todo el territorio nacional

- Sistema de Evaluación del Desempeño en Geografía-Ranking. Herramienta a través de la cual se determina un ranking global para medir y analizar el desempeño de los colaboradores en Geografía.
- “Camina tu Sucursal”. Aplicación desarrollada para diagnosticar el desempeño de los colaboradores y la operación de la sucursal con base en cuatro variables: cobertura de vacantes, condiciones de trabajo, productividad y gestión de recursos humanos.

**1,940 colaboradores de Banco Azteca evaluados** a través del Sistema de Evaluación del Desempeño en Corporativo

En Italika, específicamente en Ensamblika, se imparten cursos teóricos a los colaboradores y, posteriormente, se aplica una evaluación. Además, en aras de cumplir con los más altos estándares de calidad, se proporciona entrenamiento práctico a los colaboradores ubicados en las áreas de ensamble y subensamble, al cual le sucede un examen práctico.

**El 100%** de los colaboradores de Ensamblika **fueron evaluados**

## Calidad de vida

La mejora en la calidad de vida de los colaboradores es fundamental para Grupo Elektra, ya que, contar con un ambiente con óptimas condiciones de trabajo y un desarrollo integral, impacta positivamente en su compromiso y motivación, logrando que desempeñen sus funciones de manera impecable y trascendiendo hacia la oferta de productos y servicios de alta calidad.

El Área Corporativa de Bienestar, Comunicación e Integración de Grupo Salinas –área estratégica para el desarrollo de iniciativas que fortalecen los vínculos entre la compañía y los colaboradores– ha implementado prácticas que promueven un crecimiento y equilibrio integral en las dimensiones ocupacional, social, financiera, ambiental, espiritual, física, emocional e intelectual. De esta forma, fomenta un adecuado balance entre el trabajo y la vida personal, la adopción de estilos de vida saludable y la facilitación a los colaboradores para pasar un mayor tiempo con sus familias –como horarios flexibles, jornadas de trabajo reducidas y teletrabajo, así como integración de las familias en eventos especiales–.

## Compensaciones y beneficios sociales

405-2

Grupo Elektra asegura la mejora en la calidad de vida de los colaboradores por medio de una compensación competitiva, que supera los salarios mínimos de los países donde opera y para la que el género no es una determinante:

Porcentaje de variación de salarios de las empresas de Grupo Elektra vs salarios mínimos		
País	Tiendas Elektra	Banco Azteca
México	108%	172%
El Salvador	-	161%
Guatemala	47%	28%
Honduras	10%	6%
Panamá	6%	11%
Perú	27%	51%

Nota. Para el cálculo de la variación de los salarios con respecto a los salarios mínimos donde Grupo Elektra tiene presencia, cada rubro se pondera de acuerdo con la posición, con base en la siguiente fórmula:  $Headcount + \text{Peso} / \text{Garantía}$ .

401-2

De conformidad con el cargo que desempeñan y los países donde Grupo Elektra tiene presencia, los colaboradores pueden tener acceso a seguridad social, crédito para la vivienda, vacaciones, aguinaldo, prima vacacional, vales de despensa y, en cumplimiento con la legislación, planes de ahorro para el retiro (AFORE), entre otras prestaciones que suelen variar.

En adición, el Grupo tiene el objetivo de mejorar las condiciones de los colaboradores una vez que se separan de sus actividades, para lo cual se encuentra trabajando en la actualización del proceso de baja digna para acompañar a los colaboradores en esta transición, buscando minimizar el impacto y facilitar su reingreso al mercado laboral.

## Clima laboral

El Área Corporativa de Bienestar, Comunicación e Integración de Grupo Salinas ha desarrollado un acervo de herramientas que promueven la prosperidad en la calidad de vida de los colaboradores y un clima laboral que propicia su desarrollo integral. Entre ellas se encuentran:

### Políticas internas

- **Clima Organizacional.** Promueve las buenas relaciones entre los colaboradores.
- **Lactancia.** Facilita el derecho y uso de los espacios para lactancia por parte de las colaboradoras.
- **Inclusión y no discriminación.** Establece las reglas de relación entre la empresa, los colaboradores y los diferentes niveles de la organización.
- **Espacios para fumadores.** Define las áreas y mecanismos de respeto para las personas que fuman y las que no lo hacen.
- **Dinámica de trivias y concursos Bienestar.** Define los pasos y reglas para los concursos del área de Bienestar.
- **Cuéntanos,** medio de comunicación para colaboradores. Define las reglas de uso y campo de actuación del medio Cuéntanos.

### Encuestas de satisfacción

Es una herramienta de estudio empírico para determinar el grado de satisfacción de los colaboradores con respecto a campañas, proyectos, conferencias, pláticas, entre otras iniciativas. La importancia de esta herramienta radica en que se trata de un método eficiente para obtener información sobre las necesidades, expectativas e intereses de los colaboradores.

Así, en 2017 el Área Corporativa de Bienestar, Comunicación e Integración continuó con el desarrollo de iniciativas que maximizan la vivencia de los valores del Grupo entre los colaboradores e incrementó el número de programas. Además, incorporó a su modelo la vertiente Social-ambiental, sumando con ella seis ámbitos. Los principales resultados obtenidos en el año se muestran a continuación:



Ámbito	Programa	Objetivo y logros
	Kilotón	Concurso de equipos cuyo propósito es ayudar a los colaboradores a bajar de peso y adoptar estilos de vida saludable. 1,008 colaboradores de Grupo Elektra inscritos en el programa; lograron perder más de 6.8 toneladas en total.
Salud	Feria de la Salud	Fomenta en los colaboradores el mantenimiento de un equilibrio integral, el mejoramiento en hábitos de salud, permitiéndoles tener una mayor productividad laboral y cumplir sus metas. Aproximadamente, 533 colaboradores beneficiados en Grupo Elektra; 987 estudios realizados.
	Nutrición	Incentiva un estilo de vida saludable entre los colaboradores, promoviendo la adopción de hábitos para una alimentación balanceada y con base en un seguimiento personalizado. 3,000 colaboradores de Grupo Elektra atendidos.

Ámbito	Programa	Objetivo y logros
Línea de vida	Uno más en la Familia	Programa de acompañamiento a los colaboradores que serán padres, durante el periodo de gestación, generando sólidos lazos con ellos y sus familias, y fomentando los valores de Grupo Elektra. 1,255 colaboradores de Grupo Salinas registrados. 25 mamás usuarias del servicio de Lactario en el Corporativo de Grupo Elektra.
	Verdaderos Amigos	Promueve una cultura de amistad en el trabajo al compartir experiencias de unión y compañerismo a través del canal Cuéntanos, favoreciendo la productividad y el desempeño eficiente de los colaboradores en un entorno agradable y de cordialidad. 419 historias de amistad y compañerismo de colaboradores de Grupo Salinas recibidas.
	Actitud Socios	Programa dirigido al fortalecimiento de los vínculos con los colaboradores y a la consolidación del sentido de pertenencia, fomentando la vivencia de los valores del Grupo y una actitud de integración, motivación y compañerismo. 6,500 colaboradores de Grupo Elektra impactados con el programa.
	Fallecimientos	Su propósito es brindar acompañamiento a los colaboradores en el difícil momento de la pérdida de un familiar o un ser querido, a través de apoyo psicológico y emocional. 120 colaboradores de Grupo Elektra apoyados.
	Gracias Mamá	Programa anteriormente denominado "Mamá es una Joya", cuya finalidad es motivar a las colaboradoras que son madres valorando su esfuerzo y desempeño al reconocerlas como mujeres y profesionistas, fomentando el valor de la familia. 9,501 colaboradoras de Grupo Salinas reconocidas.
	Papá Campeón	Programa anteriormente denominado "Papá... vive tu vida como un campeón". Consiste en reconocer a los colaboradores que son papás, quienes se distinguen por su esfuerzo, dedicación y constancia, resaltando la importancia de la familia como uno de los valores primordiales en la empresa. 11,520 colaboradores de Grupo Salinas registrados.

Ámbito	Programa	Objetivo y logros
Social-ambiental	Campaña de Reciclaje	Su objetivo es generar conciencia entre los colaboradores con respecto a la importancia de la recolección de residuos para la conservación del ambiente, impactando de manera positiva en su calidad de vida dentro de los lugares de trabajo. Cerca de 1.5 toneladas de material reciclado y 2,920 colaboradores participantes en la campaña.
	Pequeños Monstruitos	Campaña para celebrar a los hijos de los colaboradores de los corporativos de Grupo Salinas en el mes de abril y así fomentar el bienestar de la familia, y el orgullo y sentido de pertenencia a la empresa. 1,052 niños participantes en Grupo Elektra.
Integración familiar	Club Pequeños Socios	Su objetivo es crear un vínculo emocional entre los hijos de los colaboradores y la empresa, incentivando el orgullo por sus padres. El último viernes de cada mes se realizan actividades para los niños en apoyo a los padres cuando sus hijos no tienen clases. 624 niños cuyos padres trabajan en el Corporativo de Grupo Elektra son miembros del club.



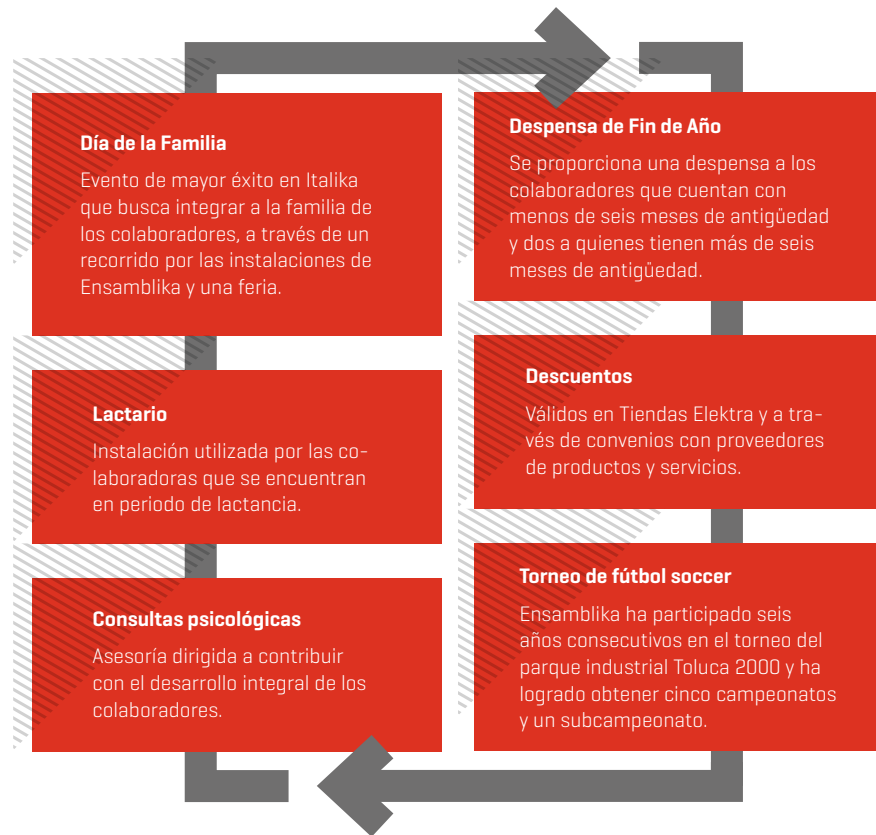


Ámbito	Programa	Objetivo y logros
Deportes	Copa Socios	Con este programa se busca tener actividades extra laborales que impulsen la integración, compañerismo y un mejor clima laboral. 3,514 colaboradores de Grupo Salinas participantes en 200 equipos.
	Socios Corredores	Consiste en incentivar la adopción de estilos de vida saludable, por medio de un club donde los colaboradores practican deportes, se relajan y cuidan su salud. 576 colaboradores de Grupo Salinas participantes.
	Juegos Bancarios	Se basa en la creación de una cultura del cuidado de la salud por medio del deporte, fomentando el compañerismo, el trabajo en equipo y los valores del Grupo, creando un ambiente laboral armonioso. 600 colaboradores de Grupo Elektra participantes.
	Torneos	Consiste en fomentar la práctica de ejercicio físico, la disciplina, el esfuerzo y la integración entre los colaboradores, así como los valores de Grupo Elektra. 100 colaboradores de Grupo Elektra participantes en el torneo de boliche; 600 en el de fútbol; 48 en el de dominó; 325 en el de básquetbol y 112 en el de tochito.
	Actívate Socio	Programa que promueve la actividad física, un estilo de vida saludable y un equilibrio físico y espiritual a través de clases de yoga. 60 colaboradores asistentes a las clases de yoga.

Ámbito	Programa	Objetivo y logros
Cultura	Club de lectura	Fomenta el hábito de la lectura entre los colaboradores y sus familias, ampliando sus conocimientos. 1,382 libros solicitados por los colaboradores de Grupo Salinas.
	Universo Socio	Consiste en impulsar en los colaboradores hábitos básicos de estudio, lectura, música y arte para que puedan capacitarse y adquirir nuevas competencias. 33,280 colaboradores de Grupo Salinas participantes.
	Socios en Armonía	Impulsa la avidéz de conocimiento y la interacción en los colaboradores, contribuyendo al equilibrio personal y laboral, a través del surgimiento de nuevas competencias. 31,000 colaboradores de Grupo Salinas participantes.
	Microcuento	Su propósito es fomentar la creatividad de los colaboradores, el desarrollo de nuevas habilidades -de lenguaje y comunicación, por ejemplo-, así como el autoconocimiento; consiste en un concurso en el cual los colaboradores completan un mini cuento con 500 caracteres en el género de su elección. 727 mini cuentos de colaboradores de Grupo Elektra recibidos.



De igual forma, Italka desarrolló iniciativas específicas para impactar de manera positiva en la calidad de vida de sus colaboradores. Algunos de ellos son:



Por iniciativas como las anteriores y como reconocimiento al compromiso que demuestran con las mejores prácticas en Ética empresarial, Calidad de vida en la empresa, Vinculación con la comunidad y Cuidado y preservación del medio ambiente, en 2017 Tiendas Elektra, Banco Azteca e Italka fueron acreedores al Distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR®), otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial (AliaRSE).

## Tiendas Elektra, Banco Azteca e Italka recibieron el Distintivo ESR® 2017

Para alcanzar los resultados esperados con la implementación de este tipo de programas y, por consiguiente, generar un impacto positivo en la calidad de vida de los colaboradores, sostener una comunicación efectiva con ellos representa un eje estratégico en la gestión del negocio, dada la dispersión geográfica en la que tanto Grupo Salinas como Grupo Elektra tienen presencia.

Se trata de una práctica que ayuda a mantenerlos informados sobre acontecimientos importantes para el Grupo, a difundir las políticas e iniciativas que se desarrollan, conocer sus necesidades y satisfacer sus expectativas, así como a motivarlos, fortalecer la identidad corporativa y el orgullo de pertenencia.

Los principales mecanismos de comunicación entre las empresas de Grupo Elektra y los colaboradores son:



Las principales expectativas de los colaboradores identificadas en 2017 por el Área Corporativa de Bienestar, Comunicación e Integración a través de los diversos canales giraron en torno al establecimiento de mejores horarios, ampliación de prestaciones, incremento en descuentos, estandarización de beneficios en todas las empresas que integran Grupo Elektra y fortalecer el esquema de reconocimiento.

Con miras hacia el reforzamiento de la estrategia de calidad de vida y de clima laboral, durante 2017, Grupo Elektra impartió en Banco Azteca los talleres “Construye”, con la participación de Directivos de diferentes unidades que integran al Banco, en función de las áreas de oportunidad detectadas en la encuesta *Great Place to Work* [GPTW]. Estos talleres se diseñaron con los resultados de 122 grupos focales y 233 entrevistas en los que participaron los colaboradores de Banco Azteca, quienes plantearon sus expectativas en torno al clima laboral ideal con el que desearían contar.

## Satisfacción de los colaboradores

Otro eje fundamental dentro de la estrategia de Grupo Elektra es la identificación del nivel de satisfacción de los colaboradores, pues además de ser una herramienta que permite conocer su apreciación sobre las funciones que desempeñan y con respecto al lugar de trabajo, provee los insumos necesarios para fortalecer y mejorar las líneas de acción para alcanzar los objetivos del negocio. Es así como a través del Área Corporativa de Bienestar, Comunicación e Integración, el Grupo realizó dos encuestas durante 2017:

### Jefe con Estrella

**Objetivo**

Identificar y evaluar el reconocimiento, orgullo, admiración y liderazgo que perciben los colaboradores hacia las personas que consideran sus ‘Jefes’, a través de un test dinámico que analiza los siguientes ejes:

Se reconoce a los colaboradores considerados como Jefes, fomentando las buenas prácticas de liderazgo, comunicación y apoyo, fomentando los valores del Grupo.

**Resultados**

**37,586 colaboradores de Grupo Elektra en México y América Latina** han reconocido a los **Jefes con Estrella** durante el periodo 2016-2017.

### Happy Index

**Objetivo**

Conocer el grado de satisfacción, felicidad, estabilidad, compromiso y entorno de los colaboradores, tanto con la empresa, como con sus jefes y compañeros de trabajo. En esta encuesta se analizan siete ejes:

A través de esta encuesta es posible identificar la percepción de los colaboradores con respecto a diversos factores en el entorno que desempeñan sus actividades y la manera en que fomentan los principios y valores del Grupo.

**Resultados**

Este indicador presentó un **incremento de 11% con respecto al año anterior**, con la participación de **39,011 colaboradores** en promedio.



## Reconocimiento a colaboradores

Aunado a la distinción de los líderes considerados “Jefes con Estrella”, Grupo Elektra continúa reconociendo a los colaboradores por la eficiencia que demuestran en el desempeño de sus actividades.



### Sol Elektra

Programa de Reconocimiento y recompensa al desempeño.



### Corazón Azteca

Premio por alcanzar y superar las metas establecidas en captación, con el reconocimiento al esfuerzo, a la generación de sentido de pertenencia y por impulsar el trabajo en equipo dentro de las sucursales. El reconocimiento es otorgado a las cinco gerencias con mayor crecimiento en saldos de captación y a las cinco gerencias con mayor cumplimiento porcentual en presupuestos de captación.



### Concurso “Cabeza de Jaguar”

Distintivo que se entrega a los colaboradores que integran la fuerza de cobranza de Banco Azteca, comparándolos con verdaderos guerreros debido a la ardua labor que desempeñan para la recuperación de la cartera vencida.

**\$380 millones de pesos recuperados en promedio por la campaña.**



### Concursos

Programa de Banco Azteca para impulsar el incremento del cumplimiento de los objetivos clave de la organización, reconociendo y recompensando el desempeño individual y colectivo.



### Reconocimiento por 5 años en Italika

Evento en el que se celebra a todos los colaboradores que cumplen su 5º aniversario en la empresa, en una cena de gala en compañía de un familiar.



### Reconocimiento en corcho informativo o pantallas de Italika

Actividad mensual en la que los líderes reconocen a los colaboradores por sus logros y esfuerzo en la consecución de objetivos



### Rifa de Italika

Mensual. Evento en el que participan todos los colaboradores que obtuvieron el premio a la puntualidad.



### Premio anual en Italika

Participa todo el personal; el único requisito es no contar con inasistencias durante el año.



### Premios de productividad y puntualidad en Italika

En ellos participan todos los colaboradores y son reconocidos por el logro de objetivos y por su asistencia puntual al centro de trabajo.

Aunado a lo anterior, Italika ha diseñado el evento Experiencia Ensamblika, cuya duración es de dos días y está dirigido a asesores de servicio, técnicos de tienda, personal de Centros de Servicio Italika (CESIT) especialistas en atención a flotillas y personal de la red de servicio en Latinoamérica. Tiene dos objetivos principales:

- Reconocer el empeño de los colaboradores, pues los invitados son seleccionados de conformidad con los resultados de las auditorías internas, el proceso de *Mystery Shopper* y las recomendaciones de los líderes de servicio.
- Brindar a los participantes la oportunidad de conocer los procesos más relevantes en el ensamble del producto, así como visitar las áreas clave.

## 7 Experiencias

**Ensamblika** en 2017 dirigidas a colaboradores de México y Latinoamérica



## Seguridad y salud ocupacional

GRI 403: 103-1, 103-2, 103-3

Para Grupo Elektra, la seguridad y salud ocupacional es motivo de atención en las empresas que lo conforman, pues ambos temas representan un pilar esencial para ofrecer las mejores condiciones de trabajo a los colaboradores.

Por consiguiente, el Grupo cuenta con el Área de Protección Civil, cuya misión es garantizar la seguridad en las operaciones e impartir cursos para reforzar la capacidad de respuesta ante emergencias entre los colaboradores –huracanes, inundaciones, erupción de un volcán, sismos, incendios o asaltos–.

403-1

**100% de los brigadistas recibieron reforzamiento en capacitación durante 2017**



Indicadores de Protección Civil 2017	Grupo Elektra
Colaboradores registrados	637
Colaboradores capacitados	3,876
Horas-hombre de capacitación	17,208
Total de simulacros	877
Total de brigadistas	384

### Objetivos 2018

- **Consolidación** de un Área de Protección Civil a nivel Grupo Salinas
- **Especialización** del personal en cada área

Algunos de los eventos de formación realizados en 2017 fueron: Plática de concientización sobre la naturaleza de los sismos, tipos de brigadas existentes, curso de evacuación para brigadistas y curso de combate de incendios práctico en campo.

En Tiendas Elektra, aun cuando no existen cargos que presenten un alto riesgo de accidentalidad, la empresa cuenta con un plan de seguridad e higiene en aquellos centros de distribución de mayor operación para informar a los colaboradores sobre las medidas para mitigar los riesgos que impacten a la seguridad y salud en el lugar de trabajo. Asimismo, de existir incidentes, éstos son comunicados al departamento de Capital Humano, quien requisita los formatos de riesgo de trabajo y lo reporta al Área de Nómina para el registro de incapacidades.

403-3

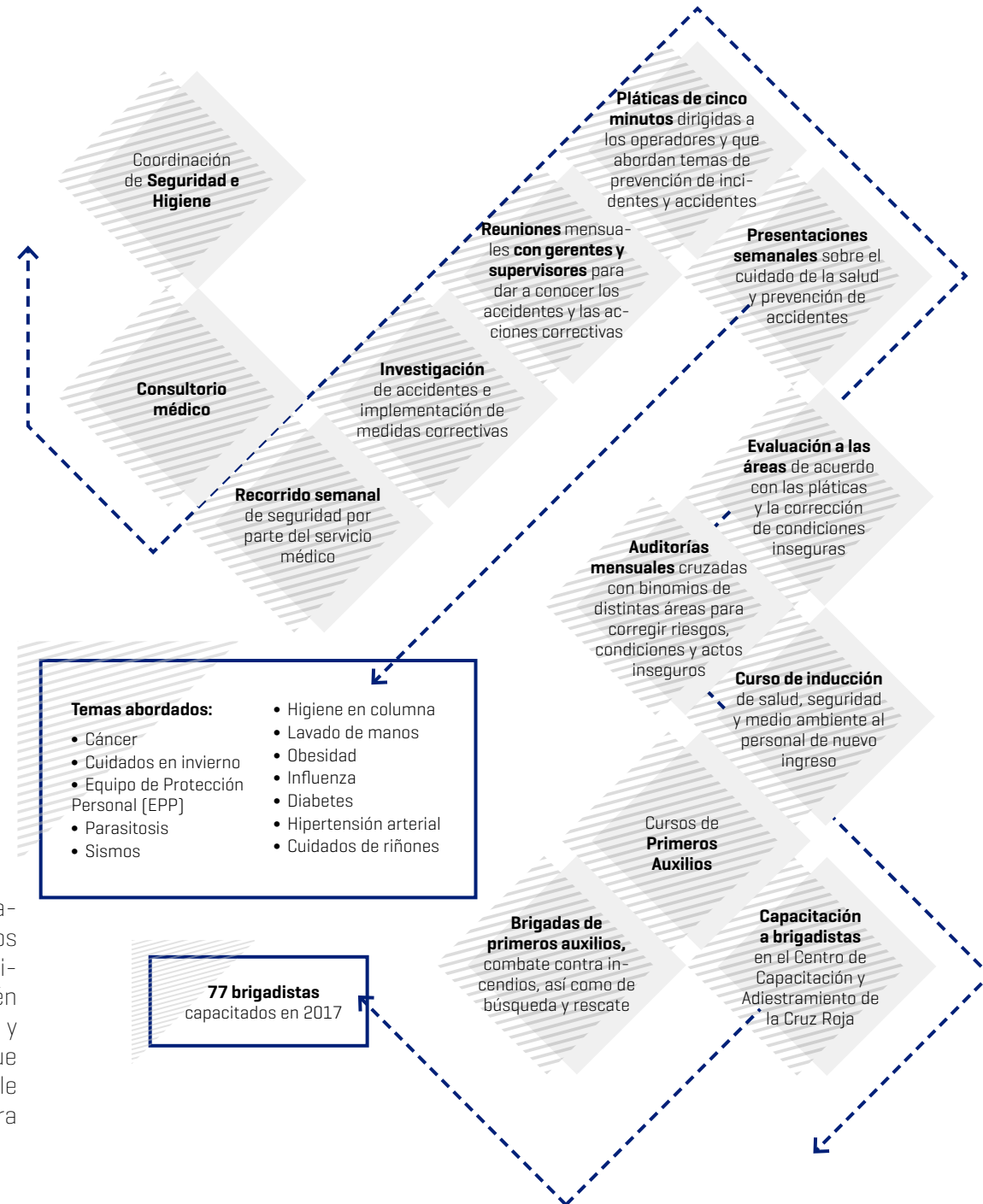
En el caso de Banco Azteca, el modelo de negocio establece como piedra angular las tareas de cobranza, las cuales son ejecutadas por medio de la recuperación en el domicilio del cliente y utilizando las motocicletas como herramienta de trabajo para el transporte de los colaboradores. Por ende, la implementación de medidas y el monitoreo de los índices de seguridad ocupacional ocupan un lugar preeminente en la institución.

Por otro lado, Italika imparte cursos de inducción de salud, seguridad y medio ambiente a todo el personal de nuevo ingreso, además de colocar materiales visuales dentro de las instalaciones, mismos que abordan temas de salud y seguridad.

Las tres empresas cuentan con un proceso definido para registrar accidentes en caso de presentarse, darles el debido seguimiento con el objetivo de reducir los riesgos, así como para disminuir la cantidad de accidentes y enfermedades profesionales a los que los colaboradores pueden estar expuestos:

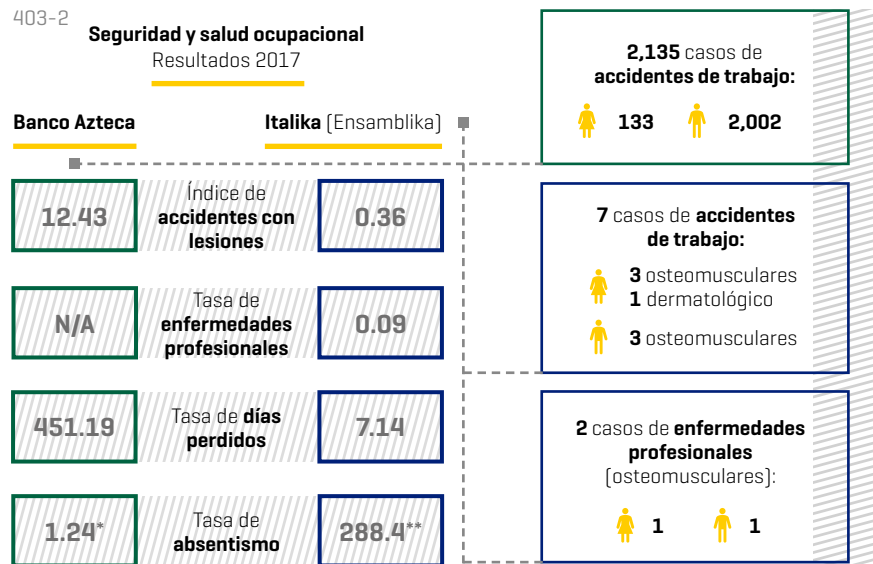


Dado que en Ensamblika existen cargos específicos que por la naturaleza de sus funciones conllevan un riesgo –como son algunos operadores en líneas de ensamble, subensamble, empaque dirigido a Tiendas Elektra, empaque dirigido a autoservicios y almacén de materia primas, así como los pilotos de pruebas–, la salud y seguridad de los colaboradores son temas prioritarios, por lo que la Planta cuenta con un robusto conjunto de herramientas que le permiten establecer las medidas de prevención necesarias para evitar o reducir los riesgos:



Los resultados obtenidos del funcionamiento de estos instrumentos son evaluados por el Servicio Médico y por la Gerencia de Capital Humano, con base en un *score card* de seguridad, a fin de identificar las áreas de oportunidad e implementar las medidas necesarias para garantizar la integridad de los colaboradores.

El correcto seguimiento y la mejora continua para el reforzamiento de la estrategia en seguridad y salud de Grupo Elektra produjeron los siguientes resultados en 2017:



\* Con base en la medición realizada por Banco Azteca, la tasa de absentismo es reportada de la siguiente manera:  $[\text{Número de horas perdidas} / \text{Número de horas trabajadas}] * 100$ .

\*\* Con base en la medición realizada en Ensamblika, la tasa de absentismo es calculada con la fórmula:  $[\text{Número de horas perdidas} / \text{Población afiliada}] * 100$ .

### Objetivos 2018

- Reforzamiento de la campaña “Métete esto en la Cabeza”.
- Creación del programa de reconocimiento “Nuestros Héroe”, cuya finalidad es la difusión de historias de éxito y mejores prácticas generadas por los colaboradores de Crédito y Cobranza.

GRI 403: 103-1, 103-2, 103-3  
102-41, 403-4

Todos los colaboradores de Ensamblika se encuentran adscritos a un contrato colectivo de trabajo, el cual cubre los asuntos relacionados con la seguridad y salud ocupacional, con base en la normatividad vigente. Los temas abordados son:

- Previsión social, higiene y seguridad
- Obligatoriedad de la empresa a:
  - Inscribir a los colaboradores ante el IMSS
  - Mantener el correcto suministro de botiquines de emergencia
  - Proveer a los colaboradores el Equipo de Protección Personal [EPP] y uniformes
- Integración de Comisiones Mixtas

### Cultura Vial

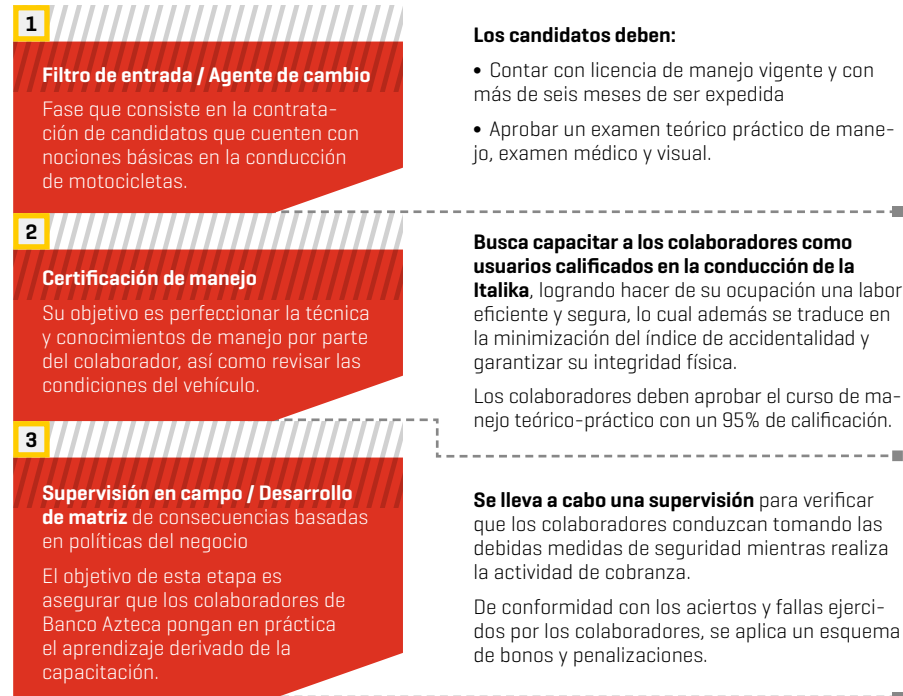
Banco Azteca manifiesta su compromiso con el bienestar de los colaboradores y la sociedad en general, abordando la seguridad de manera prioritaria en el desarrollo de una cultura vial y logrando colocarla en la agenda del negocio para establecer las medidas preventivas necesarias.

Un suceso notable en la materia durante 2017 fue la creación de un mecanismo a través del cual Banco Azteca fomenta la cultura vial entre los colaboradores: la campaña “Métete esto en la Cabeza”, cuyo propósito es difundir mensajes y buenas prácticas de seguridad con el objetivo de disminuir el número de accidentes viales entre los colaboradores de Crédito y Cobranza.

En 2017 Banco Azteca creó la campaña **“Métete esto en la Cabeza”**, cruzada de comunicación dirigida a los colaboradores de Crédito y Cobranza para la **aplicación de las mejores prácticas en seguridad vial**



En esta importante labor, Banco Azteca trabaja de la mano con Italika, quien a su vez cuenta con una estrategia para contribuir a la reducción del número de accidentes entre los colaboradores de Crédito y Cobranza:



Aunado a la estrategia, Italika cuenta con un equipo de Cultura Vial, constituido por 43 personas de diversas áreas, así como con tres camiones que funcionan como escuelas móviles y transporte del material para la impartición de los cursos.

El equipo de Cultura Vial trabaja en conjunto con el equipo de Servicio Italika durante las rutas de certificación, con la finalidad de proveer información sobre el mantenimiento y cuidado que cada usuario debe proporcionar al producto; revisar el estado de las motocicletas y brindar un mantenimiento básico a aquéllas que lo requieran.

**5,850 colaboradores capacitados** en cursos de manejo en 14 estados de la República Mexicana **durante 2017**

**4,622 colaboradores certificados** en el manejo de Italikas **en 2017**

Cabe señalar que Italika cuenta con un sistema que permite la detección de accidentes de las personas capacitadas y pendientes de recibir capacitación, por lo que ha sido posible identificar áreas de oportunidad en cuanto a la formación del 100% de colaboradores de Banco Azteca que utilizan la Italika como herramienta de trabajo. De esta forma, ambas empresas trabajarán en incrementar el número de cursos a nivel nacional, considerando el tamaño de la plantilla y el índice de rotación.

## Solidaridad por el bienestar y el progreso

### Contribución al desarrollo

GRI 203, 413: 103-1, 103-2, 103-3  
203-2, 413-1, 413-2, FS13, FS14

Grupo Elektra es un motor para la prosperidad incluyente y para el desarrollo económico y social de las comunidades donde tiene presencia. Está firmemente comprometido con el impulso de oportunidades para la accesibilidad a productos y servicios por medio de diversos canales, haciendo de las empresas que lo conforman jugadores importantes en la contribución al progreso y, por supuesto, en la mejora de la experiencia de los clientes.



**Economía familiar**



**Generación de empleo**



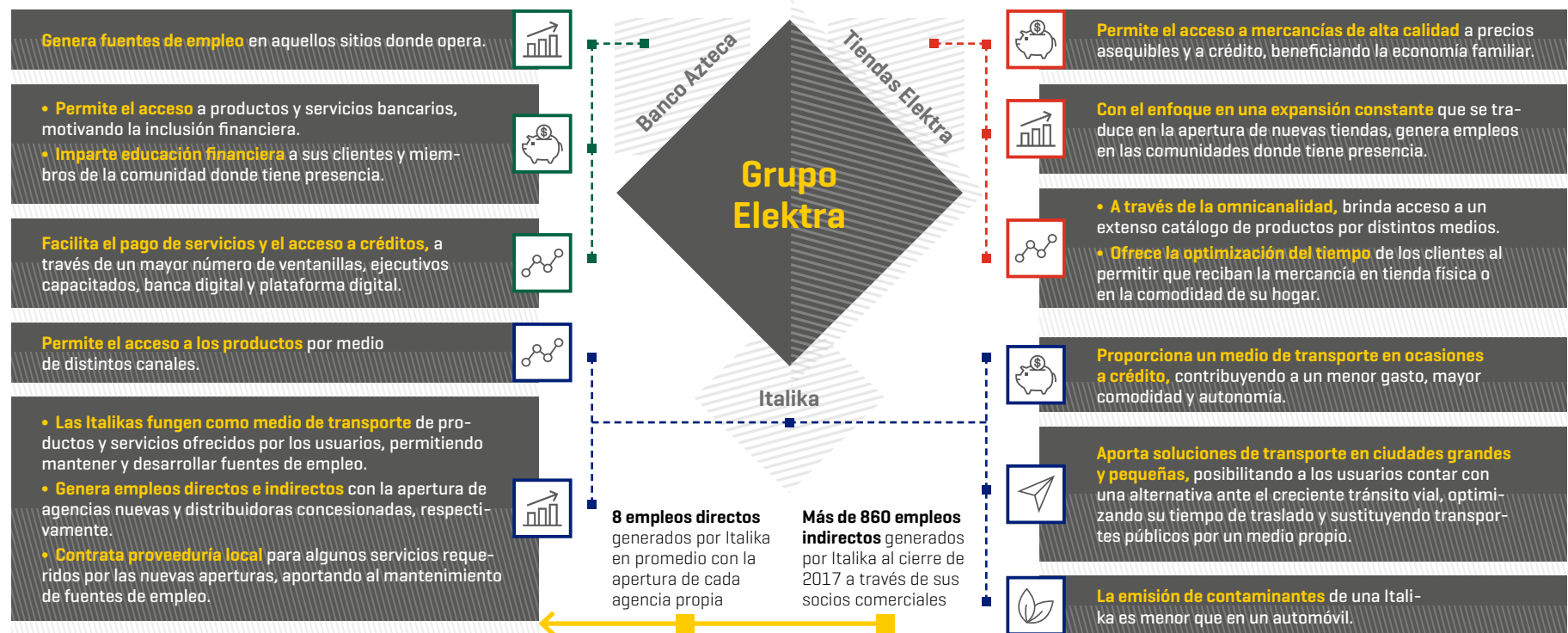
**Omnicanalidad / Cobertura**



**Movilidad**



**Menor impacto ambiental**



Para garantizar la contribución al desarrollo y el éxito del modelo de negocio, se requiere de un conocimiento profundo sobre los factores que determinan el comportamiento y la toma de decisiones por parte de los grupos a quienes se dirige la oferta de productos y servicios.

Tiendas Elektra lleva a cabo un análisis de las regiones donde existen mejores resultados del desempeño, lo que le permite tomar las mejores decisiones en cuanto a la apertura de nuevos puntos de venta. Con base en ello, determina el anillo de búsqueda para las ciudades, municipios o regiones que cumplan con ciertas características –que cuenten con más de 20,000 habitantes, zonas comerciales, centros de *retail* y negocios similares a Tiendas Elektra– y en las cuales es viable el establecimiento de una tienda nueva. Este anillo de búsqueda considera además un radio de 2 km en provincia y de 1 km para la Ciudad de México y Área Metropolitana tomando como referencia las tiendas ya establecidas.

En el caso de Banco Azteca, la institución realiza estudios para comprender el entorno en el que desarrolla sus actividades, valiéndose de diversas herramientas:

- Análisis de indicadores. Variables tendientes a la identificación del crecimiento económico, población, mercado y competencia, a fin de hallar localidades propicias para el desarrollo y crecimiento del negocio de servicios financieros.
- Códigos culturales. Seminario antropológico-social dirigido a los colaboradores de nuevo ingreso del Corporativo, cuyo objetivo es conocer y entender el segmento correspondiente a la base de la pirámide. Se complementa con visitas de campo para poner en práctica lo aprendido durante el seminario.

- Seminarios. Foros que abordan diversos temas sobre el entorno socioeconómico de los lugares donde opera Banco Azteca, por ejemplo: la percepción de los seguros, conceptos financieros y AFORES en la base de la pirámide; las características de la generación millennial; el valor del oro en ciertas regiones del país; niveles socioeconómicos en México, Perú, Guatemala, Honduras y Panamá; roles y tipos de familias en México; uso y significado de la Internet y telefonía en México; entre otros.

## 31 seminarios realizados en 2017



- Investigaciones *ad hoc*. Análisis en campo, con base en una perspectiva antropológica-social, cuya finalidad es validar hipótesis e identificar la percepción y el impacto del lanzamiento de nuevos productos y servicios en los grupos de interés.

Asimismo, de conformidad con las necesidades derivadas de contingencias en las comunidades en las que Banco Azteca tiene presencia, la institución establece diversas iniciativas para mitigar los impactos, por ejemplo, en Honduras:

- Con la finalidad de proteger a los clientes de los intereses moratorios, se congeló la cartera vigente.
- Ante contingencias políticas y sociales, se mantuvieron los ingresos de los colaboradores.
- Se informó de manera oportuna y se brindó asesoría a los clientes sobre la operatividad de los servicios financieros.

## Inclusión financiera

GRI 203, 413: 103-1, 103-2, 103-3

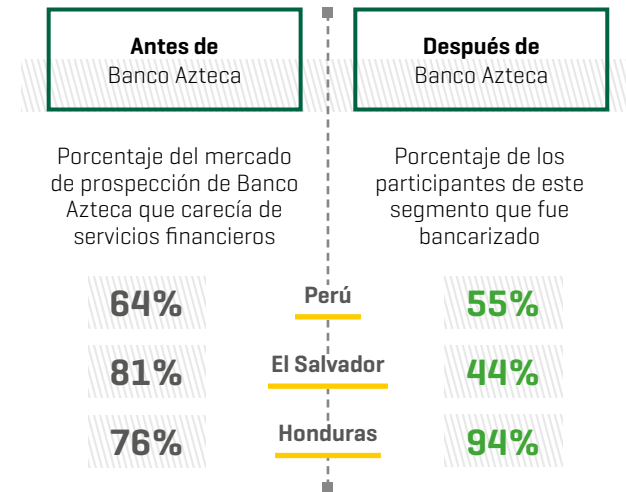
203-2, 413-1, 413-2, FS13, FS14

Hace 15 años, Banco Azteca nació con la visión de transformar el sistema financiero mexicano al implementar medidas que incorporaran a la población que no se encontraba bancarizada. Así, la institución fue pionera en la comprensión de la importancia del crédito para mejorar la calidad de vida de las familias, principalmente en los sectores más vulnerables, de tal manera que éste se convirtió en una herramienta de inclusión financiera y, por tanto, en una parte esencial del desarrollo económico y social de México.

El estudio denominado “*The Real Impact of Improved Access to Finance: Evidence from Mexico*”, realizado en 2014 por el Banco Mundial manifiesta diversos impactos positivos derivados de la apertura de sucursales de Banco Azteca en las comunidades tales como incremento en la actividad microempresarial entre el segmento de clientes de Banco Azteca, en los niveles de ingreso y en el PIB de las comunidades donde opera Banco Azteca, así como la reducción del índice de desempleo.

Parte importante de la **inclusión financiera** promovida por Banco Azteca radica en que **tiene presencia en 778 municipios de México**, siendo el **único banco en 167 de ellos**

**Banco Azteca inició** operaciones en 2002 **con 800 sucursales**; hoy en día cuenta con **1,735 en México**, posicionándose como **la segunda red bancaria más grande del país** e impulsando la inclusión financiera y la prosperidad incluyente



Fue justamente en el marco de la celebración del 15º aniversario del inicio de operaciones de Banco Azteca que la institución se convirtió en el principal bancarizador en Perú, El Salvador y Honduras, de acuerdo con estudios de prospección de Equifax –compañía de soluciones globales de información y agencia de reportes de crédito–.

Los estudios revelaron que un porcentaje significativo del mercado masivo en estos países no tenía acceso a servicios financieros antes de que Banco Azteca llegara a sus territorios. Así, a partir de su apertura, una porción sustancial de este segmento objetivo de la institución obtuvo créditos por primera vez.

Banco Azteca está convencido de la importancia que representa contribuir a la construcción de capacidades financieras y hábitos de ahorro desde una edad temprana, así como en distintos sectores de la economía. Por ello, en 2017 lanzó tres nuevos productos: Guardadito Kids y Guardadito VAS –productos dirigidos a niños y jóvenes– y Débito Negocio –producto dirigido a clientes con actividad empresarial o comercial–.



Con el lanzamiento de la **tarjeta de débito Guardadito Kids**, Banco Azteca busca integrar a **100 mil menores de edad** al sistema financiero cada año



La tarjeta de débito **Guardadito Kids** cuenta con **el respaldo de la plataforma tecnológica de Mastercard** –empresa de tecnología líder de medios de pago electrónicos– y con los más **altos estándares de seguridad** para garantizar las transacciones



Lanzamiento de **Guardadito VAS**, producto de captación **dirigido a jóvenes de entre 18 y 25 años** de edad



Lanzamiento de **Débito Negocio**, producto de captación dirigido a clientes con **actividad empresarial o comercial**



### Educación financiera

GRI 203, 413: 103-1, 103-2, 103-3  
203-2, 413-1, 413-2, FS16

Desde su nacimiento, la vocación de Banco Azteca ha sido incluir al sistema financiero formal a quienes tradicionalmente han sido excluidos por la banca tradicional. No obstante los esfuerzos, aún existe una importante brecha entre el acceso a los servicios financieros y el entendimiento de su uso, por lo que la institución continúa re-

forzando su compromiso con la prosperidad incluyendo al llevar a un mayor número de personas las herramientas necesarias que les permitan cumplir sus metas financieras.

Es así como Banco Azteca fomenta una inclusión financiera responsable mediante el Programa de Educación Financiera y Negocios “Aprende y Crece”. El objetivo del programa es formar a la población sobre el manejo adecuado de las finanzas personales y promover una cultura emprendedora.

Banco Azteca cuenta con un conjunto vasto de recursos especializados para gestionar esta iniciativa:



El desempeño de estos instrumentos es evaluado a través de:

- Valoraciones internas:
  - Encuestas de satisfacción. Estudio cualitativo cuyo objetivo es identificar si los talleres de capacitación cubren las expectativas de los beneficiarios.
  - Evaluación pre-post. Análisis cuyo objetivo es medir el impacto a corto plazo y detectar el alcance de los resultados esperados; su aplicación es previa y posterior a la realización de la actividad con la finalidad de determinar los conocimientos *a priori* por parte de los asistentes y confirmar si la práctica trajo consigo nuevos aprendizajes, respectivamente.
- Valoraciones externas:
  - *Focus groups*. Dinámicas realizadas después de la ejecución de las actividades, cuyo propósito es conocer las opiniones de los participantes en una discusión grupal.
  - Evaluación cualitativa. Análisis del diseño, metodología e implementación de actividades, realizado por una consultoría experta en educación financiera con el fin de identificar áreas de oportunidad.

Como consecuencia de la utilización de estos mecanismos innovadores, el *Center for Financial Inclusion* –institución dedicada a generar conocimiento y promover mejores prácticas para in-

centivar la inclusión financiera– reconoce al programa “Aprende y Crece” como una contribución revolucionaria e innovadora para la educación financiera de los mexicanos. Diversos grupos de interés son beneficiarios del Programa al comprender de mejor manera los servicios financieros formales, impactando positivamente en su calidad de vida y contribuyendo al desarrollo de sus comunidades:



Aunado a las líneas de acción específicas para cada grupo de interés, Banco Azteca crea alianzas con instituciones públicas y privadas, organizaciones civiles y organismos internacionales, para lograr un mayor impacto y generar prosperidad incluyente.

El portal de “Aprende y Crece” es una plataforma de fácil acceso y navegación intuitiva, certificada por *Hearcolors* –empresa cuyo propósito es que la Internet sea accesible para todos y certifica a aquellos sitios web que son incluyentes, es decir, que hacen posible el acceso a su contenido a las personas con capacidades diferentes [discapacidad visual, auditiva, motora, cognitiva y neurológica], adultos mayores y personas con bajo nivel de escolaridad y poco familiarizadas con el uso de Internet– razón por la cual Banco Azteca también se distingue como pionero en inclusión digital.

Entre las iniciativas que se realizaron en el marco del Programa “Aprende y Crece” durante 2017 se encuentran:

## México

- Participación en la Semana Nacional de Educación Financiera [SNEF] por 4º año consecutivo, con el innovador Hub Galáctico “Academia Espacial de Ahorranautas”.
- En alianza con el Instituto de los Mexicanos en el Exterior [IME] y la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros [CONDUSEF], “Aprende y Crece” participó en la Semana de Educación Financiera de Estados Unidos y Canadá con talleres en los Consulados de Orlando, McAllen y Brownsville, así como con el patrocinio de publicaciones distribuidas en los 52 consulados de México en Estados Unidos.
- Creación de la nueva sección “Amigo Paisano” en el portal de Internet de “Aprende y Crece”, y la segunda edición especial del boletín bimestral para apoyar a migrantes y sus familias con información y consejos para que puedan optimizar el uso de sus remesas.
- Participación en la *Global Money Week* en el Museo Interactivo de Economía [MIDE], con talleres, obras de teatro y musicales.
- Impartición de educación financiera a colaboradores de Banco Azteca a través del ciclo de conferencias “Finanzas para un futuro libre”, dirigido por la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros [CONDUSEF], el

Instituto para la Protección al Ahorro Bancario [IPAB] y el Banco de México [BANXICO].

- Alianza con la Organización de Ciegos Trabajadores, la cual consistió en la entrega de reproductores de audio digital en formato MP3 con podcasts con los temas “Presupuesto familiar” y “Ahorro” en La Merced.
- Impartición de “Aprende y Crece” en la comunidad indígena San Francisco Totimehuacan, Puebla con distribución y lectura de revista con el tema “Presupuesto Familiar” en lengua náhuatl.

## América Latina

- Lanzamiento del programa “Aprende y Crece” en Panamá.
- Realización de actividades en todos los países de América Latina en los que opera Banco Azteca: El Salvador, Guatemala, Honduras, Panamá y Perú.
- Exitosa participación en foros de educación financiera: “Feria Internacional de Arequipa” en Perú; “Semana de la Educación Financiera” en Honduras; *Global Money Week* en El Salvador, Guatemala y Panamá; y el “Día Mundial del Ahorro” en El Salvador, Honduras y Panamá.
- Impartición de talleres de educación financiera a los colaboradores de Banco Azteca en El Salvador, Guatemala y Perú.
- Impulso a la cultura emprendedora en

los profesionales técnicos en formación de Honduras [INFOP], Guatemala [INTECAP] y Panamá [INADEH].

- Desarrollo de capacidades financieras en niños y jóvenes a través de eventos en escuelas primarias, secundarias y universidades en El Salvador, Guatemala, Honduras, Panamá y Perú.
- Apoyo a migrantes y sus familias en Guatemala y Honduras con actividades de finanzas personales y negocios para a optimización en el uso de sus remesas.
- Inclusión financiera de la población vulnerable:

- En Perú en la Municipalidad de Ate, con la entrega de ejemplares de la revista de “La Familia Luchón” traducida a lengua quechua, con los temas Ahorro y Presupuesto.
- En Guatemala, en el Departamento de Chimaltenango, con la impartición de talleres de educación financiera para una comunidad de familiares de migrantes conformada, en su mayoría, por indígenas.

En 2017 “Aprende y Crece” ha llegado a cerca de 13 millones de personas en México, Estados Unidos, Guatemala, Honduras, El Salvador, Panamá y Perú, contribuyendo de manera decidida a impulsar la calidad de vida de la población.

## Resultados de “Aprende y Crece” en México en 2017

**12,495,004** niños, jóvenes, mujeres, emprendedores, empresarios, usuarios de servicios financieros, socios y clientes de Banco Azteca **fueron beneficiados por el Programa “Aprende y Crece” en México en 2017.**

**111,580 usuarios del portal** [www.aprendeycrece.mx](http://www.aprendeycrece.mx) y redes sociales

**143,140 participantes** en eventos presenciales

**1,240,284 publicaciones** distribuidas

**11 millones de impactos** con los videos proyectados en las pantallas de sucursales de Banco Azteca

203-1

**\$3,835,332 pesos, monto total invertido** en México por el Programa “Aprende y Crece” durante 2017.

**“Aprende y Crece” es el único programa** de educación financiera capacitado y **certificado ante la** Secretaría de Educación Pública **(SEP)**, la Secretaría del Trabajo y Previsión Social **(STPS)**, y la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros **(CONDUSEF)**.

Banco Azteca, Afore Azteca y Seguros Azteca son las únicas instituciones financieras **calificadas con 5 estrellas en el Buró de Entidades Financieras** de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros **(CONDUSEF)** en materia de educación financiera.

“Aprende y Crece” fue un elemento clave en la obtención del **Distintivo Empresa Socialmente Responsable** otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía **(CEMEFI)** y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial **(AliaRSE)**.

## Resultados de “Aprende y Crece” en América Latina en 2017

**338,151 niños, jóvenes, mujeres, emprendedores, empresarios, usuarios de servicios financieros, socios y clientes** de Banco Azteca fueron beneficiados por el Programa “Aprende y Crece” en América Latina durante 2017.

**62,200 publicaciones** distribuidas

**33,360 participantes** en eventos presenciales

**242,591 usuarios del portal** aprendeycrece.mx y redes sociales

**\$4,780,091 pesos**, monto total de inversión del Programa “Aprende y Crece” en América Latina en 2017.

## Cultura vial para la sociedad

Italika, al ser una Empresa Socialmente Responsable tiene el compromiso de fomentar una cultura de manejo entre los usuarios de motocicletas y lo hace a través de diversas iniciativas para dar a conocer los derechos y obligaciones que conlleva transitar por la vía pública.

Una de ellas es el curso de manejo dirigido a sus clientes actuales y potenciales, en el que Italika transmite los beneficios del uso del producto en la optimización de sus actividades cotidianas, siempre con base en una visión de responsabilidad y seguridad.



**6,240 clientes capacitados** con el curso de manejo impartido en **5 estados de la República Mexicana** durante 2017

Es importante señalar que, para garantizar la seguridad e integridad de los alumnos durante las sesiones de capacitación, se cuenta con cortacorrientes de seguridad, los cuales hacen que la Italika se apague en caso de que el alumno pierda el control del vehículo.



## Fundación Azteca

GRI 203, 413: 103-1, 103-2, 103-3  
102-12, 203-2, 413-1, 413-2

Es la organización a través de la cual Grupo Salinas y Grupo Elektra materializan su propósito por impulsar la prosperidad incluyente, desarrollando acciones que beneficien a la sociedad, en especial, a los sectores más vulnerables y al medio ambiente. Lo hace mediante la responsabilidad social empresarial en beneficio de las nuevas generaciones de México y los países donde opera: Estados Unidos, Guatemala, El Salvador y El Perú.

De esta manera, Fundación Azteca de Grupo Salinas ha tocado y mejorado la vida de millones de personas, vinculando los problemas más apremiantes y necesidades de la sociedad, con organizaciones y personas dispuestas a comprometerse. Promueve y apoya acciones transparentes y concretas que impulsen la toma de conciencia y la transformación de fondo del tejido social, tanto al interior de Grupo Salinas, como hacia la sociedad.

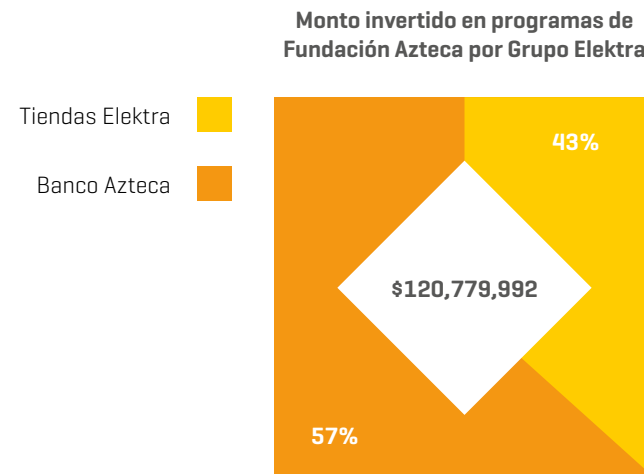


[fundacionazteca.org](http://fundacionazteca.org)

Fundación Azteca cuenta con tres herramientas esenciales para su óptimo funcionamiento:

- Informes de rendición de cuentas, tales como el reporte anual de transparencia ante el Sistema de Administración Tributaria (SAT) y los reportes mensuales de donativos en cumplimiento con la Ley de Prevención e Identificación de Recursos de Procedencia Ilícita.
- Red Social Azteca, en la cual se registran las organizaciones civiles con solicitudes de apoyo, y su Comité de Evaluación de Donativos, en el cual se propone, coordina, ejecuta y vigila el cumplimiento de los procesos y políticas que permiten acreditar la transparencia en la designación de apoyos.

Durante 2017, las empresas de Grupo Elektra destinaron recursos económicos para apoyar las acciones desarrolladas por Fundación Azteca, como se muestra a continuación:



Las acciones de Fundación Azteca se orientan a atender cuatro vertientes, de conformidad con la causa que apoyan: Educación y cultura, Salud, Desarrollo social y Medio ambiente.

## Educación y cultura

### Plantel Azteca

La educación es la herramienta más poderosa para mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, por lo que Fundación Azteca ofrece oportunidades a jóvenes de escasos recursos para acceder a una educación académica de calidad en los niveles de secundaria y preparatoria, con excelencia técnica, valores y nuevas herramientas tecnológicas en Plantel Azteca.

**2,100 alumnos becados** al año  
en el plantel Ciudad de México



**100 alumnos becados en León,  
Guanajuato**, en 2017



[plantelfundacionazteca.com](http://plantelfundacionazteca.com)

### Modelo de Aprendizaje Colaborativo

Esquema dirigido al mejoramiento de la calidad de la educación básica en el estado de Puebla, impulsando un nuevo modelo pedagógico centrado en el alumno, que transforma el aprendizaje al incluir experiencias sobre su vida cotidiana, así como sobre su contexto familiar y comunitario.



**42,703 alumnos y 1,540 docentes  
beneficiados** con el Modelo de  
Aprendizaje Colaborativo en 434  
escuelas en Puebla, durante 2017





## Becas Generación Bicentenario

En el año 2010, fueron seleccionados los 1,000 mejores estudiantes de los niveles primaria, secundaria y medio superior, quienes reciben un apoyo mensual durante toda su preparación educativa. A esta iniciativa se sumó CONACYT para brindarles becas en estudios de posgrado.

En 2017 se continuó brindando **apoyo a los 1,000 mejores estudiantes** a través de **Becas Generación Bicentenario**

.....

## México de 10

Desde 2016, Fundación Azteca apoya a jóvenes universitarios de excelencia, a través de becas de manutención para que cubran su alimentación, transporte y materiales escolares.

En 2017 se logró brindar apoyo a **50 alumnos universitarios** con el programa de becas **México de 10**

.....

## Robótica

Iniciativa que impulsa en niños y jóvenes el interés por la ciencia y la tecnología, además del desarrollo de múltiples habilidades, a través de un aprendizaje lúdico y divertido al lado de expertos; gracias a patrocinios en concursos y campeonatos locales e internacionales de Robótica.

**5 equipos** participantes **patrocinados** por Fundación Azteca en la temporada 2017

.....



## Orquestas Sinfónicas y Coros Esperanza Azteca

Programa social-musical cuyo propósito es mejorar la calidad de vida de niñas, niños y jóvenes de escasos recursos, así como la de sus familias y comunidades, a través de la música, mientras adoptan valores como disciplina, excelencia y trabajo en equipo.

**87 Orquestas Sinfónicas y coros** infantiles y juveniles: 84 **en México**, 1 en **Estados Unidos** y 2 en **El Salvador**

**551 conciertos en 2017**, con la participación de grandes figuras, como **Paquito D’Rivera, Valerie Gergiev, Saúl Ibarra, Jesús Torres, Elena Durán y Armando Manzanero**



## Desarrollo social

### Red Social Azteca

Programa de múltiples acciones orientado a la atención y vinculación de organizaciones de la sociedad civil con personas que pueden y trabajan para brindar ayuda de forma directa e indirecta, principalmente mediante bienes, servicios sociales y de salud.

Más de **1,700 organizaciones** civiles registradas en la **Red Social Azteca**

**700 asociaciones** asistentes al **II Encuentro de Organizaciones Civiles** de Red Social Azteca en 2017

Realización de la 12ª ceremonia de entrega **Donativo Hormiga; 1,000** artículos donados con un valor de \$2.7 millones de pesos

**113 organizaciones civiles de asistencia social beneficiadas** con Donativo

Hormiga en 18 entidades del país: Ciudad de México, Estado de México, Guerrero, San Luis Potosí, Sinaloa, Tamaulipas, Coahuila, Morelos, Nuevo León, Chihuahua, Yucatán, Tabasco, Michoacán, Jalisco, Veracruz, Puebla, Sonora y Querétaro

**45 instituciones beneficiadas** a través de entregas directas

**Fortalecimiento de Voluntariado Azteca,** conformado por 20 integrantes y más de 1,860 horas de voluntariado por persona

### Bancomunidad Azteca

A través del Centro de Desarrollo Comunitario Centéotl –organización no lucrativa que trabaja a favor de la sociedad marginada de Oaxaca desde 1990–, Fundación Azteca ha entregado micro-créditos para apoyar a más de 4,500 mujeres de escasos recursos, para que emprendan negocios que mejoren su calidad de vida y la de sus familias.

**\$4 millones de pesos entregados a 4,600 mujeres**

beneficiarias del programa Bancomunidad Azteca

### Tocando Vidas

A través del programa televisivo presentado por Esteban Moctezuma, Fundación Azteca muestra historias de vida que inspiran cambios positivos para un futuro mejor.

**38 episodios** del programa **“Tocando Vidas”** transmitidos en 2017



## Salud

### Parteras Profesionales

Programa de capacitación dirigido a mujeres para que atiendan nacimientos en sus comunidades, generalmente ubicadas en lugares apartados y con difícil acceso a la salud pública. Su objetivo es coadyuvar a la disminución de la mortalidad materno-infantil.

**6 alumnas** becadas



[limpiemosnuestromexico.com](http://limpiemosnuestromexico.com)

## Medio ambiente

GRI 304: 103-1, 103-2, 103-3,  
304-3

### Limpiemos Nuestro México

-Debido a los sismos de septiembre, esta actividad se reprogramó para febrero de 2018-

Programa a través del cual Fundación Azteca sensibiliza a la sociedad sobre la gravedad de la contaminación por efecto de la basura, así como sobre las posibles soluciones para remediar esta problemática. Es el movimiento de limpieza más grande del país y un llamado a empresas, instituciones, gobierno, medios de comunicación, escuelas, sindicatos, organizaciones y sociedad para colaborar en una causa común y un objetivo claro: lograr un México más limpio y sano.

Entrega de **reconocimientos a los ganadores** de los concursos realizados en 2016



Alrededor de **7 millones** de voluntarios **distribuidos en 140 mil brigadas** en la Jornada de Limpieza



**40 mil toneladas** de basura recolectadas en 4 horas



Realización de **“Desierto de los Leones Orgullosamente Limpio”**: recolección de 20 toneladas de residuos sólidos en 26 jornadas de limpieza

» **35 jornadas de educación ambiental** con 1,300 impactos

» **22 recorridos** informativos y 10 jornadas de activación

» **Adecuación a la nueva norma ambiental NADF-024-AMBT** sobre la información de los cuatro tipos de contenedores para la separación de residuos

» **2 Líderes** Ambientales y 250 voluntarios



## Realización de “Torreón Orgullosamente Limpio”:

- » **1 Mega Brigada** de educación ambiental en el Bosque Urbano de Torreón
- » **1 Mega Jornada** de Limpieza
- » **175 voluntarios** en actividades especiales y **200 brigadistas** en actividades realizadas por los Líderes Ambientales
- » **550 horas** de voluntariado

El programa se ha replicado en Guatemala, con el nombre, Limpiemos Nuestra Guatemala, la campaña cuenta con un acumulado de más de un millón de voluntarios, creando conciencia social ecológica entre jóvenes y niños. El objetivo a corto plazo es iniciar Limpiemos Nuestro Perú y Limpiemos Nuestra Colombia.

## ¡Que Viva la Selva Lacandona!

Iniciativa que sensibiliza a la sociedad, en especial a la infancia, sobre la importancia de conservar las áreas naturales protegidas. Fundación Azteca contribuye a evitar la tala, quema y devastación de la zona a través de diversos proyectos productivos y del Concurso de dibujo ¡Que Viva la Selva Lacandona!.

Niños de entre 9 y 15 años de edad participan en el concurso; los ganadores tienen la oportunidad de viajar a la Reserva de los Montes Azules en Chiapas, visitar la Selva Lacandona y sensibilizarse sobre la importancia de la preservación de esta área natural protegida, de la mano de 20 biólogos, profesores y voluntarios de Natura y Ecosistemas Mexicanos, A.C., para convertirse en embajadores y voceros.

**40,500 dibujos** recibidos

**36 niños ganadores viajaron a la Selva Lacandona:** 1 por cada entidad del país, 1 de Plantel Azteca y 3 de Grupo Salinas

El programa se llevó a Guatemala con el nombre ¡Que Vivan Nuestros Lagos! y los ganadores viajaron también a visitar la Selva Lacandona.



## Movimiento Azteca

Junto con TV Azteca se difunde una campaña de corresponsabilidad social y ambiental en la que se invita a la sociedad a realizar aportaciones a diversas organizaciones.

En 100 Movimientos Azteca (MOVA) han sido apoyadas más de 330 organizaciones y alrededor de 1.5 millones de personas: niños, niñas, jóvenes, adultos y personas de la tercera edad.

Derivado de los fuertes sismos ocurridos en el país en 2017, el MOVA número 100 se realizó para brindar apoyo a las comunidades afectadas.



Con los fondos recaudados durante 2017 fue posible **adquirir más instrumentos** para los niños de las Orquestas; **asegurar el tratamiento para 400 personas** a fin de evitar el rechazo del órgano trasplantado; **adquirir 6 mil sillas cama** y **60 nuevas ambulancias**; contribuir al **rescate del jaguar**; apoyar otras 32 causas locales del país; y la **construcción de 400 casas** tras las afectaciones de los terremotos de septiembre en México.



## Juguetón

La iniciativa de recolección de juguetes más grande del mundo logró llegar en 2017 a escuelas, internados, casas hogar, comunidades indígenas, hospitales, guarderías, comedores populares, centros penitenciarios y centros de día para menores, para alegrar a miles de niños que se encuentran en situaciones adversas.

**16,751,423 juguetes entregados** el 6 de enero de 2017, lo que equivale a alrededor de **\$502 millones de pesos.**



Más de **11,500 voluntarios** de instituciones **gubernamentales** y de la **iniciativa privada** apoyaron el programa.



[www.tvazteca.com/vive](http://www.tvazteca.com/vive)

## Vive sin Drogas

Campaña que tiene como objetivo promover en la sociedad –principalmente entre los jóvenes–, la elección de una vida sana y libre de adicciones.

La iniciativa aborda temas relacionados con el consumo de drogas, alcoholismo, uso correcto de redes sociales, bullying, tabaquismo, trastornos alimenticios, así como el fomento del deporte y las actividades artísticas y culturales.

**23 eventos realizados** en 2017 para difundir el **mensaje de prevención.**

Más de **28,600 personas impactadas directamente** en México y Guatemala.

## Un Nuevo Bosque

GRI 304: 103-1, 103-2, 103-3  
304-3

Es una campaña de reforestación permanente que materializa el compromiso de Grupo Salinas y sus empresas con la protección del entorno. Consiste en la realización de eventos masivos difundidos por las televisoras locales de TV Azteca, con la finalidad de recuperar zonas que han sido afectadas por la propia naturaleza o por la acción humana.

Un Nuevo Bosque cuenta con el respaldo de la Comisión Nacional Forestal (CONAFOR), dependencia que contribuye con la elección y preparación de terrenos, la participación de brigadistas, la asesoría a voluntarios y la aportación de los árboles a plantar, mismos que son seleccionados por especie y región para garantizar su sobrevivencia.



Un Nuevo Bosque llevó a cabo **35 plantaciones en México** durante 2017

La campaña de reforestación logró una **cifra récord de plantación de 1.2 millones de árboles en 1,147 hectáreas**, gracias a la participación de **120 mil voluntarios**



## Caminos de la Libertad

Es una iniciativa social de Grupo Salinas, cuya importancia radica en ser un foro de transmisión de las ideas y los principios del Grupo en Iberoamérica, influyendo en la opinión pública nacional e internacional sobre la visión de algunos de los derechos humanos fundamentales –como la libertad económica y de expresión–, el estado de derecho, el libre comercio, la libertad individual y civil, la lucha contra la pobreza, la creación de riqueza y el valor social de los empresarios.

En 2017 se llevaron a cabo las siguientes acciones:



**2 concursos internacionales, 1 concurso nacional y 1 concurso dirigido a colaboradores** de Grupo Salinas

**4 exposiciones**  
en la Ciudad de México

Participación en **24 foros internacionales**

Organización de **9 concursos y seminarios**

Organización de **22 foros, presentaciones y conferencias**

Investigación en México para el **Índice de Libertad Económica de Norteamérica** y para el **Índice Internacional de Derechos de Propiedad**

Grabación de **18 entrevistas con liberales** para televisión

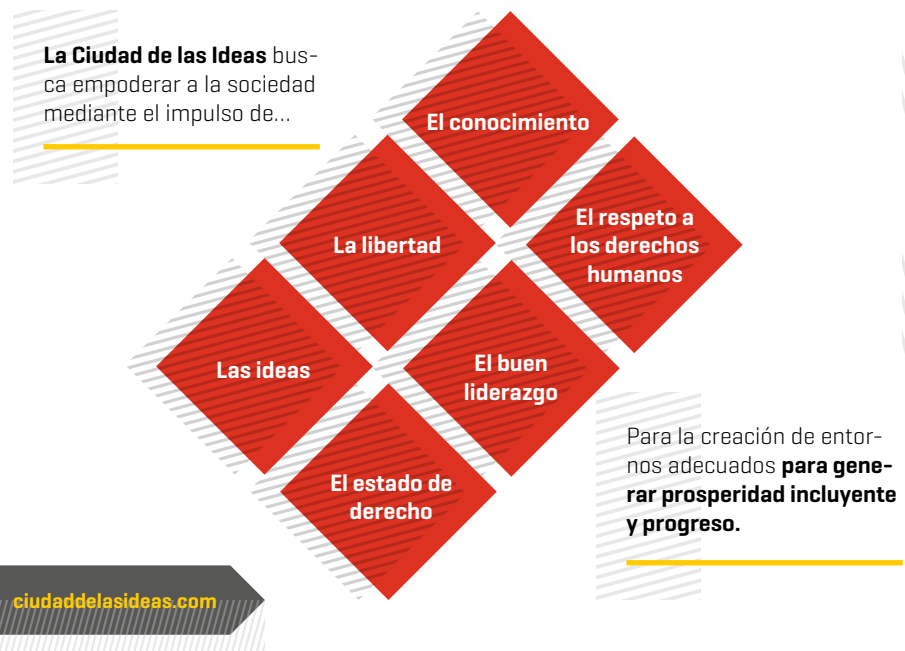
Trabajo con **49 organizaciones internacionales y 23 nacionales**

## La Ciudad de las Ideas

Es un festival que reúne a las mentes brillantes que están cambiando el mundo cuyo objetivo es empoderar a la sociedad mediante el conocimiento; una celebración a la creatividad y a la curiosidad del ser humano.

Se distingue por resaltar el talento y cultivar el pensamiento crítico a través de la difusión de la ciencia, el arte, la innovación y todas aquellas labores que están transformando la coyuntura nacional e internacional en los ámbitos económico, social, ambiental y cultural.

En este foro participan alrededor de 60 conferencistas, entre científicos, humanistas y líderes de opinión y, de manera paralela, funge como escenario de un programa cultural que integra cortometrajes e intervenciones artísticas.



Desde sus inicios, **La Ciudad de las Ideas** ha logrado...

- Llegar a más de 32 millones de personas** como audiencia a través de diversos medios de comunicación.
- Contar con 36 mil asistentes en aproximación** a los distintos festivales. Entre ellos, líderes de opinión, empresarios, políticos, periodistas, académicos y estudiantes.
- Hacer reflexionar a la audiencia con más de 500 mentes brillantes y confrontarla con los paradigmas** para generar una nueva forma de ver el mundo.
- Celebrar la creatividad, la imaginación y la inventiva** en alrededor de 1,350 horas.
- Crear cerca de 30 alianzas** con universidades, empresas y entidades gubernamentales.

## Kybernus

Es el programa de creación de valor social compartido de Grupo Salinas, cuyo propósito es impulsar y difundir la importancia del liderazgo de excelencia –con visión, capacidades y ética–, en la construcción de entornos propicios para la prosperidad incluyente.



[kybernus.org/Blog/Inicio](http://kybernus.org/Blog/Inicio)

## Resultados 2017

**824 actividades** en el país en 12 áreas...

- Liderazgo
- Cultura
- Paz
- Estado de derecho y cultura de la legalidad
- Participación ciudadana y cultura cívica
- Medio ambiente
- Derechos humanos
- Cabildeo
- Políticas públicas
- Emprendimiento
- Género
- Transparencia y rendición de cuentas

**Asistencia de 25 mil personas** aproximadamente

Impulso a la iniciativa **#Recupera TuFuturo**

Por medio de la realización de **36 foros locales y 5 regionales** con actores relevantes de las 32 entidades del país

## Donaciones

Una de las cualidades que caracterizan a Grupo Salinas es la generosidad con instituciones que realizan una labor social.

Es así como Banco Azteca entregó un donativo a la Cruz Roja Mexicana, como parte de la Colecta Nacional 2017, gracias a las aportaciones voluntarias de clientes y colaboradores.

**Banco Azteca donó más de \$1.1 millones** de pesos a la Cruz Roja Mexicana.

En Honduras, con el propósito de promover la salud y el deporte, Banco Azteca brindó apoyo en la entrega de uniformes para equipos de fútbol de 25 escuelas, beneficiando a 15,000 alumnos aproximadamente.

En Perú, en la temporada navideña, Banco Azteca benefició a los niños del Sector La Inmaculada en San Juan de Miraflores, a través de la entrega de juegos y la creación de un espacio recreativo. Los colaboradores participantes adoptaron un niño y le entregaron un regalo, favoreciendo a más de 300 infantes. Esta donación equivale a \$25,000 soles, aproximadamente.

## Apoyo de Grupo Salinas ante desastres naturales

2017 fue un año de grandes retos para el país, pues los sismos ocurridos el 7 y el 19 de septiembre cimbraron la tierra y fibras sensibles, removieron recuerdos y marcaron a una nueva generación, pero también agitaron intensamente los corazones de todos los mexicanos.

Estos acontecimientos causaron severos estragos en 15 estados de la República Mexicana. Sin embargo, representaron una ocasión más para demostrar que la solidaridad, la unión y el trabajo en equipo en la adversidad son signos distintivos del pueblo mexicano.

Grupo Elektra se integró a las tareas lideradas por Grupo Salinas, ambos motivados por la generosidad del gran equipo que los conforma y la calidad humana que los caracteriza como empresas, con el fin de apoyar a los colaboradores que resultaron afectados, así como de hacer llegar la ayuda a aquellos lugares donde más se necesitaba.



Banco Azteca, con base en el Plan de Continuidad del Negocio, tiene el firme compromiso de ofrecer esquemas de apoyo a los clientes ubicados en zonas vulnerables o que han sido afectados por desastres naturales, ya sea desde un enfoque de consumo, o bien, de alternativas de pago del crédito contratado.

Después de los sismos sucedidos en septiembre de 2017, Banco Azteca puso en práctica estos esquemas, aunado al apoyo que brindó a los colaboradores damnificados.

El Banco implementó tres medidas especiales para beneficiar a los clientes en las sucursales ubicadas en las zonas perjudicadas:

- Opción de renovación a partir del 20% del plazo.
- Congelación de cartera para que los clientes no cayeran en retraso.
- Disposiciones en efectivo de \$5 mil hasta \$9 mil pesos.



En Perú, Banco Azteca brindó apoyo a los damnificados del fenómeno climático “El Niño” a través de:

- Una alianza con el Banco de Alimentos en las regiones de Lima, Piura y La Libertad, proporcionando 10 mil raciones de almuerzos para las familias afectadas.
- Entrega de donativos en especie constituidos por ropa, zapatos, juguetes y alimentos de primera necesidad a los damnificados en Lima, a través del voluntariado corporativo integrado por los colaboradores.

**Las donaciones** realizadas en Perú **equivalen a \$100,000 soles,** aproximadamente

.....



# VALOR AMBIENTAL

## Compromiso ambiental

Para Grupo Elektra, toda oportunidad es pertinente para ratificar su compromiso con la generación de valor ambiental en aras de impulsar la prosperidad incluyente. De tal forma, diseña acciones que disminuyen el impacto en el entorno y la consecuente ampliación de oportunidades para que las generaciones presentes y futuras logren desarrollarse.

### Gestión responsable

GRI 304: 103-1, 103-2, 103-3  
304-2

Para lograr la correcta gestión de los procesos dirigidos a la atenuación de los impactos en el entorno, Grupo Salinas ha establecido el Área de Energía y Medio Ambiente, unidad especializada en temas de eficiencia energética y medioambientales que proporciona soluciones estratégicas –como proyectos tecnológicos, de innovación e investigación aplicada, así como el aseguramiento del cumplimiento de la normatividad ambiental– con el fin de garantizar la optimización en el uso de recursos naturales y contribuir a la mejora de la rentabilidad del negocio.

Así, el Área de Energía y Medio Ambiente diseñó el Sistema de Gestión de la Energía (SIGEN), herramienta tecnológica clave en el proceso de análisis del consumo de energía eléctrica, pues contiene información concerniente al consumo

eléctrico de las empresas que conforman el Grupo, con el fin de elaborar los diagnósticos específicos para cada inmueble. Entre los beneficios que trae consigo esta plataforma se encuentran:

**Monitoreo del comportamiento en el consumo grupal o individual** de los inmuebles en un determinado intervalo de tiempo.

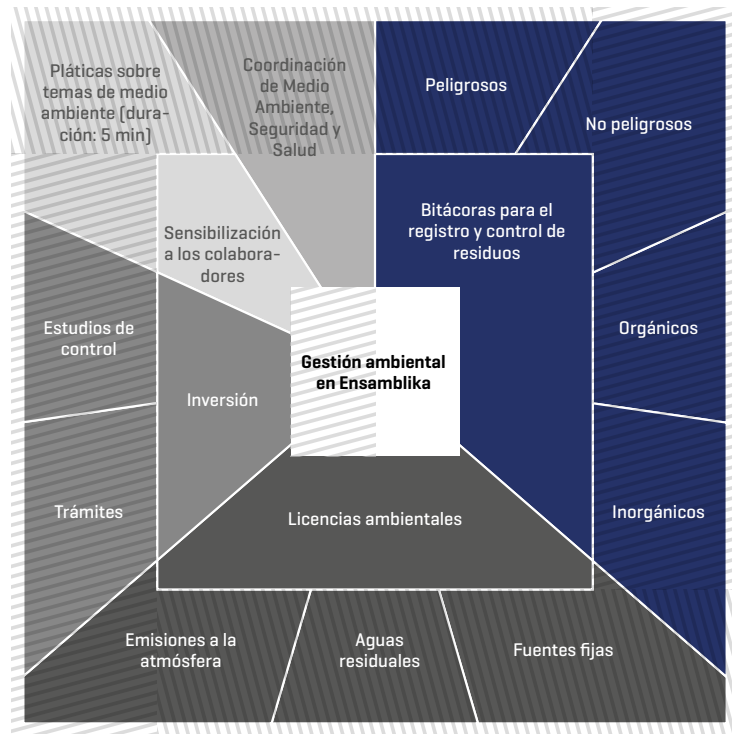
**Seguimiento a las actividades y objetivos** que el Área plantea.

**Recopilación manual de datos** por parte de los responsables de cada inmueble.

**Generación de avisos y alarmas** sobre eventos relacionados con el consumo.

**Más de \$69 millones de pesos invertidos** por Grupo Elektra en mejoras para la conservación del medio ambiente en 2017

Por su parte, para Italika, evitar el impacto negativo en la calidad de vida de las comunidades y en el entorno donde opera, ocupa un lugar prioritario. De esta manera, Ensamblika cuenta con diversas herramientas para gestionar la mitigación de impactos ambientales de manera adecuada, tales como:



Ensamblika evalúa su modelo de gestión ambiental por medio del monitoreo de la vigencia de las licencias ambientales, la realización de pruebas de emisiones contaminantes a través de proveedores expertos y la ejecución de auditorías internas. En este proceso, ha logrado identificar áreas de oportunidad tendientes hacia el establecimiento de metas y la contabilización de algunos indicadores.

## Más de \$270 mil pesos invertidos por Ensamblika en trámites para mejorar el proceso de gestión medioambiental

### Energía

GRI 302, 307: 103-1, 103-2, 103-3

Al ser la energía eléctrica uno de los principales insumos para la operación de las empresas que integran Grupo Elektra, éstas se encuentran sujetas a diversas normas para garantizar la seguridad de los colaboradores y de los procesos en los centros de trabajo, así como el uso eficiente de la energía eléctrica; entre ellas:

- NOM-001-SEDE-2012, Instalaciones eléctricas [utilización].
- NOM-031 y 031-ENER-2012, Eficiencia energética y parámetros mínimos para iluminación LED.
- NOM-025-STPS-2008, Condiciones de iluminación para centros de trabajo.
- NMX-AA-164-SCFI-2013, Criterios ambientales mínimos para edificaciones sustentables.
- Reporte anual de Usuarios de Patrón de Alto Consumo (UPAC) en el edificio corporativo Esmeralda Torre 1 de Tiendas Elektra, derivado de la Ley de Transición Energética, para garantizar el aprovechamiento sustentable de la energía.

Para asegurar el cumplimiento de estas normas, el Área de Energía y Medio Ambiente monitorea de manera permanente las operaciones de las empresas de Grupo Elektra por medio de diferentes procesos, como son:

- Análisis mensual del consumo de energía eléctrica para obtener comparaciones contra consumos históricos.



- Auditorías energéticas de los inmuebles más representativos con el objetivo de diseñar programas de mitigación ambiental.

Para calcular los consumos de energía, Grupo Elektra se basa en el protocolo internacional desarrollado por la *Efficiency Valuation Organization* (EVO), cuyo objetivo es medir y garantizar los ahorros energéticos, reducir costos y sistematizar el proceso de medida y verificación del desempeño energético.

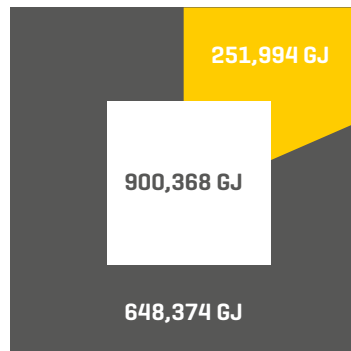
En 2017, **37% de la energía consumida** por Grupo Elektra **provino de fuentes renovables**

**120,360 kilowatts-hora (kWh)** de energía eléctrica consumidos por sucursal de Tiendas Elektra en 2017, incremento de 13.7% con respecto al ejercicio 2016

302-3

**Grupo Elektra**  
Consumo de energéticos [Gigajoules]

Renovables No renovables

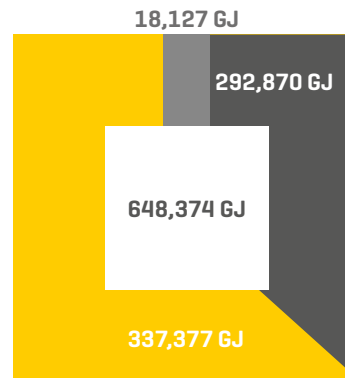


302-1

**189.6 Gigawatts-hora (GWh)** de energía eléctrica consumidos en 2017 por Grupo Elektra

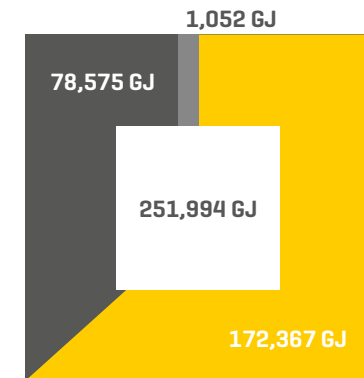
Consumo de combustible proveniente de fuentes no renovables [Gigajoules]

Tiendas Elektra Banco Azteca Italika



Consumo de combustible proveniente de fuentes renovables [Gigajoules]

Tiendas Elektra Banco Azteca Italika



Notas:

- GJ significa Gigajoules.
- La distribución del consumo de energía renovable por empresa y por fuente fue:
  - **Tiendas Elektra:** 74.1 Gigawatts-hora [GWh] de energía eléctrica; 661,642 litros de gasolina; 23,314 litros de diésel; y 105,014 litros de gas LP.
  - **Banco Azteca:** 40.8 Gigawatts-hora [GWh] de energía eléctrica y 5,611,387 litros de gasolina.
  - **Italika:** 4.7 Gigawatts-hora [GWh] de energía eléctrica y 35,267 litros de gasolina.

Notas:

- GJ significa Gigajoules.
- La distribución del consumo de energía renovable por empresa y por fuente fue:
  - **Tiendas Elektra:** 48.4 Gigawatts-hora [GWh] de energía eléctrica [14.3 GWh de energía eólica y 34.1 GWh de energía geotérmica].
  - **Banco Azteca:** 21.3 Gigawatts-hora [GWh] de energía eléctrica [6.3 GWh de energía eólica y 15 GWh de energía geotérmica].
  - **Italika:** 0.3 Gigawatts-hora [GWh] de energía eléctrica proveniente de energía geotérmica.

**22,500 kilowatts-hora (kWh) de energía eléctrica consumidos** por sucursal de Banco Azteca en 2017, **disminución de 2.9%** con respecto al año anterior

**9 kilowatts-hora (kWh) de energía eléctrica consumidos por Italka armada** en 2017; cumplimiento de la meta de **reducción del 10%** con respecto al año anterior

**25% de aumento en la eficiencia** del consumo eléctrico en Tiendas Elektra y en sucursales de Banco Azteca en comparación con una sucursal estándar, **derivado de la modernización de sistemas de iluminación y de aire acondicionado**

### Iniciativas para el ahorro de energía



**18% de incremento en eficiencia en Grupo Elektra** debido a la modernización de la tecnología de aires acondicionados

**Reducción de 3,348 Gigajoules (GJ) en el consumo de electricidad** de Grupo Elektra en 2017 derivado de las iniciativas de eficiencia energética

Italika promueve el ahorro de energía eléctrica utilizada a diario en el ensamble de los productos y en los servicios con el fin de mitigar la emisión de gases contaminantes y optimizar los costos de operación, disminuyendo además el consumo de combustibles fósiles.

Para garantizar la eficacia de las medidas que se implementan en aras de optimizar el consumo de energía, Ensamblika cuenta con el Área de Mantenimiento, la cual se encarga de brindar el soporte eléctrico necesario y de monitorear las mejoras.

Asimismo, en 2017 Ensamblika convocó a la Comisión Federal de Electricidad (CFE) para realizar una inspección y, de esta manera, obtener su retroalimentación para garantizar un mejor funcionamiento. Los resultados fueron satisfactorios, ya que el factor de potencia se mantuvo durante todo el año, situación que valida la eficacia del consumo de energía eléctrica.

## Emisiones

GRI 307: 103-1, 103-2, 103-3

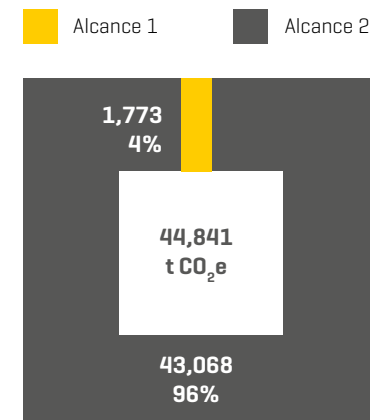
Grupo Elektra elabora de manera anual el Registro Nacional de Emisiones (RENE), pues tanto Tiendas Elektra como Banco Azteca deben cumplir con las disposiciones de la Ley General de Cambio Climático con el fin de apoyar el alcance de los objetivos internacionales adquiridos por México hacia la reducción de emisiones en un 30% para el año 2025 y de un 50% para el año 2050.

En este reporte se incorporan los niveles de emisión de dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>) y gases de efecto invernadero (GEI), debido a que la mayor parte de las emisiones de ambas empresas son derivadas del consumo de energía requerido para la operación. Además, es una herramienta que permite identificar las fuentes principales de emisiones con que cuentan las empresas para establecer programas de reducción del consumo y mitigación del impacto ambiental.

Es así como, con base en un enfoque de control operacional, el RENE es la metodología utilizada por Grupo Elektra para calcular las emisiones, mientras que los factores de emisión empleados son los índices publicados por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT).

En 2017, las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) de Grupo Elektra estuvieron compuestas de la siguiente manera:

**Tiendas Elektra  
Emisiones de GEI**  
[toneladas de dióxido de carbono equivalente]

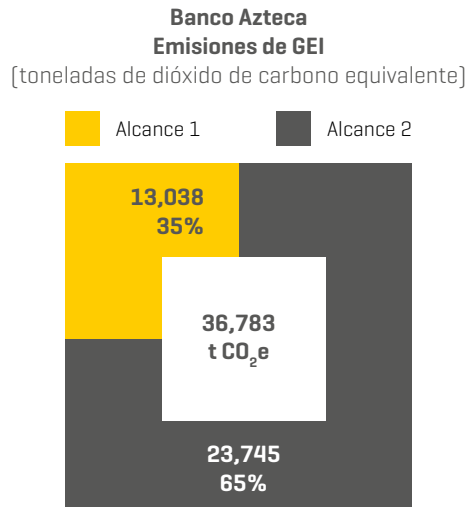


Notas.

- Las emisiones directas se componen por dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), metano (CH<sub>4</sub>) y óxido de nitrógeno (N<sub>2</sub>O).
- En 2017, Tiendas Elektra emitió 1,712 toneladas de CO<sub>2</sub>e de dióxido de carbono biogénico.

**70 t CO<sub>2</sub>e emitidas** por tienda  
en 2017 [alcance 1 y 2]





Notas.

- Las emisiones directas se componen por dióxido de carbono [CO<sub>2</sub>], metano [CH<sub>4</sub>] y óxido de nitrógeno [N<sub>2</sub>O].
- En 2017, Banco Azteca emitió 12,528 toneladas de CO<sub>2</sub>e de dióxido de carbono biogénico.

**13 t CO<sub>2</sub>e emitidas** por sucursal en 2017 (alcance 1 y 2)

**0.00425 t CO<sub>2</sub>e emitidas** por Italika producida en 2017

Nota.

Las unidades de medida son:

- kg: kilogramos.
- kg/h: kilogramos por hora.
- kg/m<sup>3</sup>: kilogramos por metro cúbico.

Derivado de las iniciativas de optimización en el consumo de energía establecidas por Grupo Elektra –tales como sustitución de equipos de alta eficiencia, aumento en el consumo de energías renovables (eólica y geotérmica), así como el refuerzo de las medidas de ahorro de energía aplicables en el Corporativo y las sucursales–, Tien- das Elektra y Banco Azteca evitaron la emisión de 262 t CO<sub>2</sub>e y 279 t CO<sub>2</sub>e, respectivamente.

Por otro lado, consciente de los impactos al ambiente derivados de la naturaleza del negocio, principalmente por las emisiones de carbono derivadas de las pruebas y del transporte del producto, Italika ha establecido medidas que buscan la mitigación de tales efectos.

En Ensamblika, al contar con las cabinas de ajustes para la realización de pruebas de arranque, se llevan a cabo labores de verificación de los equipos para asegurar el cumplimiento de la normatividad vigente. De esta manera, en 2017, los resultados de estas evaluaciones fueron satisfactorios, pues las operaciones se encontraban dentro de los niveles máximos permisibles, lo cual trajo consigo la obtención de la licencia de funcionamiento en fuentes fijas.

### Emisiones

#### Normatividad ambiental vigente y aplicable a Ensamblika

#### NOM-085-SEMARNAT-2011

Contaminación atmosférica-Niveles máximos permisibles de emisión de los equipos de combustión de calentamiento indirecto y su medición.

#### NOM-043-SEMARNAT-1993

Niveles máximos permisibles de emisión a la atmósfera de partículas sólidas provenientes de fuentes fijas.

#### Ensamblika

##### Emisiones 2017

NO <sub>x</sub>	0.0794 kg
COV	625 kg/h
PM	0.00458929 kg/m <sup>3</sup>

En 2017, el desarrollo de la estrategia de entregas directas del producto en Italika trajo consigo los siguientes resultados:



### Objetivos 2018

- **Desarrollo de proyecto de logística** encaminado a eficientar la distribución del producto.
- **Continuación de la estrategia de entregas directas** a tienda para facilitar el ahorro de más de 950 mil km de recorrido, lo que evitará la emisión de cerca de 1,000 toneladas de CO<sub>2</sub> a la atmósfera.

## Agua

Grupo Elektra continúa con la sensibilización sobre el uso responsable del agua, con la finalidad de reforzar las acciones para lograr el ahorro y el cuidado de este recurso vital.

306-5

Con base en la política ambiental de Grupo Elektra y la naturaleza de los negocios que lo integran, no existe fuente hidrológica alguna que sea afectada por la sobreexplotación para el consumo de agua ni por descargas de sustancias contaminantes.

**198,170 m<sup>3</sup> de agua consumidos** en 2017 por Tiendas Elektra\*

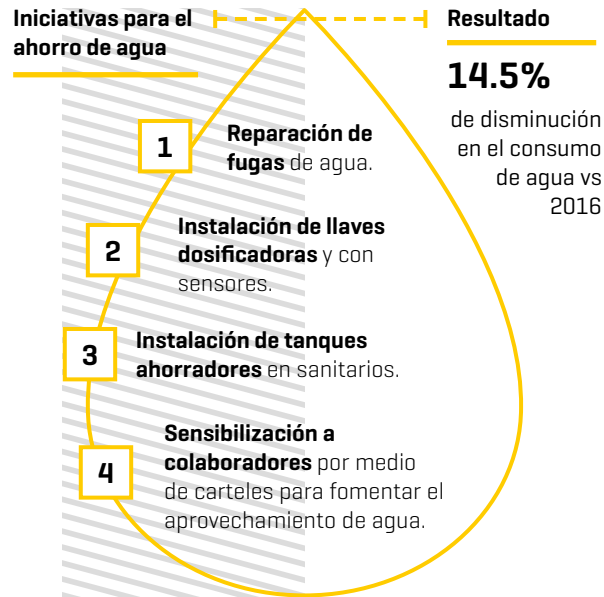
**239,179 m<sup>3</sup> de agua** consumidos en 2017 por Banco Azteca\*

**30,023.6 m<sup>3</sup> de agua** consumidos en 2017 por la planta de ensamble de Italika

\*Notas:

- m<sup>3</sup> significa metros cúbicos.
- Debido a que todas las sucursales de Tiendas Elektra comparten instalaciones con las de Banco Azteca, la medición del consumo de agua se realiza de manera conjunta con base en el tamaño de las sucursales y el número de colaboradores por cada una, de clientes por día y de cubetas de limpieza utilizadas al día, obteniendo así los metros cúbicos totales. Posteriormente, la proporción ocupada por cada una de las empresas en metros cuadrados (correspondiente a 70% para Tiendas Elektra y 30% para Banco Azteca) es aplicada en el cálculo de utilización de metros cúbicos de agua. Banco Azteca cuenta con sucursales independientes, por lo que el consumo de agua de éstas se suma al resultante del cálculo anterior para obtener el total para la empresa. Finalmente, se adiciona el consumo de agua real de cada uno de los siete corporativos de Grupo Elektra.

Por su parte, Ensamblika también cuenta con medidas para fomentar el ahorro de este recurso no renovable, como se muestra a continuación:



Asimismo, Ensamblika lleva a cabo una evaluación sobre la efectividad de las medidas implementadas, a través del monitoreo de medidores, comparación anual de los consumos por bimestre y el seguimiento a las recomendaciones del parque industrial. Derivado de los resultados de la evaluación, ha sido posible identificar las áreas de oportunidad en la gestión de este recurso vital, las cuales versan hacia el establecimiento de metas en términos de consumo y ahorro, así como hacia la implementación de auditorías internas.

## Materiales

Dada la naturaleza del negocio, los materiales que utiliza Grupo Elektra para su operación son en su mayoría consumibles de oficina:

301-1

**Cerca de 412 toneladas de materiales adquiridos\*** en 2017 por Grupo Elektra; 49% corresponde a papel y 23% a tóneres de impresión

Utilización de alrededor de **15,426 millones de piezas de ensamble y 24,292.5 toneladas de material para empaque**, empleado y transportación, por parte de Ensamblika

Dentro de los alcances del Área de Compras se encuentra adquirir los equipos y materiales con los más altos estándares de eficiencia en beneficio del medio ambiente; algunos ejemplos son:

En 2017, Italika realizó el lanzamiento de una nueva línea de llantas, modificando el diseño de empaque y **reduciendo la cantidad de plástico utilizado para emplear la llanta en un 50%**

**2,738 piezas de aire acondicionado** y 65,669 piezas de luminarias adquiridas\* en 2017 por Grupo Elektra

\* Nota. Datos proporcionados por Central de Compras de Grupo Salinas. Los consumibles adquiridos no necesariamente fueron utilizados en su totalidad durante el ejercicio 2017.

## Residuos

GRI 306, 307: 103-1, 103-2, 103-3

En cumplimiento con el Manual interno para la clasificación de los residuos sólidos y de la norma ambiental NADF-024-AMBT-2013, Grupo Elektra mantiene el programa de separación de residuos en todos los corporativos, el cual considera cuatro categorías de residuos: orgánicos, inorgánicos, reciclables y peligrosos.

En 2017, Grupo Elektra difundió mensajes que abordaron temas medioambientales e implementó una campaña para impulsar el manejo integral de residuos.

306-4

Cabe señalar que la eliminación de los residuos sólidos se lleva a cabo a través de empresas externas autorizadas para la ejecución de actividades de recolección, transportación y disposición de los residuos en vertederos, quienes al final del proceso entregan un manifiesto que avala que la metodología para el manejo integral de los residuos se realizó de manera correcta.

301-2, 301-3, 306-2

En 2017, Grupo Elektra generó más de 6 mil toneladas de residuos sólidos, en su mayoría no peligrosos.

## 198 toneladas de residuos reciclables recuperados dentro de los corporativos de Grupo Elektra

### Iniciativas para la reducción en la generación de residuos

- 1 Utilización de **empaques retornables** para autoservicios.
- 2 Uso de **servilletas biodegradables** en el comedor.
- 3 Revisión de la **reducción de espacios** de empaque.
- 4 **Recuperación de materiales para reciclaje:** cartón, madera, hule espuma, unicef y metal.



Para Ensamblika, la disminución en la generación de residuos, además de contribuir a la conservación del entorno, impulsa el aprovechamiento y reutilización de los materiales, disminuyendo así el costo por disposición final.

Por ello, en concordancia con las directrices del Grupo, Ensamblika cuenta con iniciativas específicas para disminuir el impacto de sus operaciones, así como con auditorías internas para asegurar el cumplimiento de la NOM-161-SE-MARNAT-2011, misma que establece los criterios para clasificar los residuos de manejo especial y determinar cuáles están sujetos a un Plan de Manejo.



## Acerca de este informe

102-50

Para la compañía es muy grato presentar su 6º Informe de Sustentabilidad, el cual muestra los resultados del desempeño económico, social y ambiental de las operaciones de Grupo Elektra, S.A.B. de C.V. durante el periodo comprendido entre el 1º de enero y el 31 de diciembre de 2017.

102-49, 102-54

Grupo Elektra lleva a cabo un proceso de mejora permanente, por lo que, por primera vez, este informe ha sido elaborado de conformidad con los Estándares GRI: opción Esencial y continúa reportando la información relativa al Suplemento Sectorial para Servicios Financieros [FSSS].

102-45

La información presentada corresponde al desglose de resultados de Tiendas Elektra, Banco Azteca e Italika. El alcance concierne a las operaciones en México, Latinoamérica y Estados Unidos, exceptuando los datos medioambientales, ya que éstos corresponden a la gestión en México.

Los montos contenidos en el presente Informe se encuentran reportados en pesos mexicanos [MXN/MN], a menos que la cifra se especifique en otra divisa.

102-48

En cuanto a la reexpresión de información, existieron algunos ajustes en términos medioambientales, como son:

- La presentación de resultados referentes a energía del ejercicio 2017 a nivel Grupo Elektra y no por empresa.
- El consumo de agua de la planta de ensamble de Italika –Ensamblika– durante 2016 fue verificado y el volumen correcto fue 35,111.01 m<sup>3</sup>.

## Principios para la elaboración del Informe

El Informe de Sustentabilidad 2017 de Grupo Elektra representa una pieza de comunicación clara, equilibrada, comparable, precisa, puntual y certera, pues cumple con los principios para determinar el contenido y la calidad del reporte establecidos por el *Global Reporting Initiative* (GRI), de acuerdo con lo siguiente:

### Prosperidad incluyente

Una parte inherente a Grupo Elektra es el impulso de la prosperidad incluyente, a través de la generación de valor económico, social y ambiental. Esta situación permite a la compañía ser un importante participante en la contribución hacia el logro de un desarrollo sustentable en los países donde opera.

### Consolidación del Modelo de Sustentabilidad

Grupo Elektra está consciente de los impactos de sus operaciones en diferentes aspectos; se enfoca en aquéllos que fueron identificados en el estudio de materialidad 2017, implementando acciones que lo llevan a fortalecer la estrategia de sustentabilidad.

### Mejora continua

Como factor esencial del estudio de materialidad y como parte del proceso de mejora continua que caracteriza a Grupo Elektra, en el presente informe se consideran las opiniones que los grupos de interés dan a conocer a través de diversos canales con respecto a la gestión de los aspectos que son relevantes, tanto para ellos como para Grupo Elektra.

### Prosperidad que genera confianza

A lo largo del informe se presentan los resultados del desempeño de Grupo Elektra en términos económicos, sociales y ambientales, de manera exhaustiva y expresando los impactos significativos en los aspectos materiales y la cobertura de cada uno de ellos.



# Índice de Contenidos GRI

102-55

Estándar GRI	Contenido	Páginas / Respuesta directa	Omisión
<b>Contenidos Generales</b>			
<b>Perfil de la organización</b>			
102-1	Nombre de la organización	5	
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	5-8	
102-3	Ubicación de la sede	132	
102-4	Ubicación de las operaciones	5	
102-5	Propiedad y forma jurídica	5	
102-6	Mercados servidos	6-8	
		5-8, 27	
102-7	Tamaño de la organización	El valor de capitalización al 31 de diciembre de 2017 fue de \$60,344 millones de pesos representado por 231 millones de acciones en circulación [promedio ponderado durante el año].	
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	72	
102-9	Cadena de suministro	49-50	
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	49	
102-11	Principio o enfoque de precaución	39-40	
102-12	Iniciativas externas	16, 99-112	
102-13	Afiliación a asociaciones	26	
<b>Estrategia</b>			
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	9-11	
102-15	Impactos, riesgos y oportunidades principales	9-11	
<b>Ética e integridad</b>			
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	41	
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	45-48	
<b>Gobernanza</b>			
102-18	Estructura de gobernanza	31	
102-19	Delegación de autoridad	31, 34-35	
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	34	
102-21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	32	
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	31, 33	
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	31	

**GRI 102: Contenidos  
Generales 2016**

Estándar GRI	Contenido	Páginas / Respuesta directa	Omisión
<b>Contenidos Generales</b>			
102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	31	
102-25	Conflictos de intereses	36	
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de propósitos, valores y estrategia	31, 41	
102-27	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	32	
102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	35	
102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	37-40	
102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	37-40	
102-31	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	31	
102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	Todas las áreas participan en la aprobación del Informe de Sustentabilidad, mientras que el área de Sustentabilidad, dentro de Relación con Inversionistas, lleva a cabo un monitoreo permanente del proceso.	
102-33	Comunicación de preocupaciones críticas	35	
102-34	Naturaleza y número total de preocupaciones críticas	35 Durante el periodo de reporte no existieron preocupaciones críticas.	
102-35	Políticas de remuneración	35	
102-36	Proceso para determinar la remuneración	35	
102-37	Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración	35	
102-38	Ratio de compensación total anual		Por cuestiones de seguridad, esta información es confidencial.
102-39	Ratio del incremento porcentual de la compensación total anual		Por cuestiones de seguridad, esta información es confidencial.
<b>Participación de los grupos de interés</b>			
102-40	Lista de grupos de interés	14-15	
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	72-88	
102-42	Identificación y selección de grupos de interés	14-15	
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	14-15, 17	
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	21, 45-48	
<b>Prácticas para la elaboración de informes</b>			
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	122	
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	25	
102-47	Lista de temas materiales	25	
102-48	Reexpresión de la información	122	
102-49	Cambios en la elaboración de informes	122	
102-50	Periodo objeto del informe	122	
102-51	Fecha del último informe	2016	
102-52	Ciclo de elaboración de informes	Anual	
102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	132	
102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	122	

**GRI 102: Contenidos  
Generales 2016**

Estándar GRI	Contenido	Páginas / Respuesta directa	Omisión
	102-55	Índice de contenidos GRI	124-131
	102-56	Verificación externa	Los datos contenidos en el presente informe son revisados de manera interna, prescindiendo de verificación externa.
<b>Temas materiales</b>			
<b>Desempeño económico</b>			
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	28
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	28
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	28
<b>GRI 201: Desempeño económico 2016</b>	201-1	Valor económico directo generado y distribuido	27
	201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	39-40
	201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	La jubilación se lleva a cabo por medio del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), con las aportaciones establecidas por la ley bajo los rubros de cesantía, vejez, invalidez y vida.
	201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno	Grupo Elektra no recibe apoyos financieros por parte del gobierno.
<b>Corrupción, soborno y transparencia</b>			
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	42-44
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	42-44
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	42-44
<b>GRI 205: Anticorrupción 2016</b>	205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	42, 43
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	42,43
	205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	Durante el periodo de reporte no existieron casos confirmados de corrupción ni de lavado de dinero.
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	26, 42
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	26, 42
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	26
<b>GRI 206: Competencia desleal 2016</b>	206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	Durante el periodo de reporte no existieron incidentes relacionados con la competencia desleal y las prácticas monopólicas.
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	26
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	26
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	26
<b>GRI 415: Política pública 2016</b>	415-1	Contribuciones a partidos y/o representantes políticos	Con base en la legislación, Grupo Elektra no contribuye de manera alguna a partidos ni representantes políticos.

Estándar GRI	Contenido	Páginas / Respuesta directa	Omisión
<b>Materiales</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	Al tratarse del primer ejercicio en el que Grupo Elektra reporta el aspecto Materiales, aún no cuenta con un enfoque de gestión, por lo que su compromiso es iniciar con la gestión del tema hacia el siguiente año.
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	Al tratarse del primer ejercicio en el que Grupo Elektra reporta el aspecto Materiales, aún no cuenta con un enfoque de gestión, por lo que su compromiso es iniciar con la gestión del tema hacia el siguiente año.
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	Al tratarse del primer ejercicio en el que Grupo Elektra reporta el aspecto Materiales, aún no cuenta con un enfoque de gestión, por lo que su compromiso es iniciar con la gestión del tema hacia el siguiente año.
GRI 301: Materiales 2016	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	120
	301-2	Insumos reciclados	121
	301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado	121
<b>Políticas ambientales / Sistema de gestión medioambiental</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	114-117
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	114-117
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	114-117
GRI 302: Energía 2016	302-1	Consumo energético dentro de la organización	115
	302-3	Intensidad energética	115, 116
	302-4	Reducción del consumo energético	116
	302-5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	116
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	114-119, 121
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	114-119, 121
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	114-119, 121
GRI 307: Cumplimiento ambiental 2016	307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	Derivado del apego de Grupo Elektra a la legislación ambiental aplicable, en el periodo de reporte no existieron incumplimientos a la normativa.
<b>Biodiversidad</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	104-105, 107, 113-114
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	104-105, 107, 113-114
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	104-105, 107, 113-114
GRI 304: Biodiversidad 2016	304-1	Centros de operaciones en propiedad, arrendados o gestionados ubicados dentro de o junto a áreas protegidas o zonas de gran valor para la biodiversidad fuera de áreas protegidas	No existen operaciones cercanas a áreas naturales protegidas.
	304-2	Impactos significativos de las actividades, los productos y los servicios en la biodiversidad	113
	304-3	Hábitats protegidos o restaurados	104-105, 107

Estándar GRI	Contenido	Páginas / Respuesta directa	Omisión
<b>Gestión de residuos</b>			
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	121
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	121
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	121
<b>GRI 306: Efluentes y residuos 2016</b>	306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	121
	306-3	Derrames significativos	Por la naturaleza del negocio, no existen derrames significativos.
	306-4	Transporte de residuos peligrosos	121
	306-5	Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías	119
	<b>Atracción y retención de talento</b>		
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	71-73
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	71-73
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	71-73
<b>GRI 401: Empleo 2016</b>	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	72
	401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	79
<b>Salud y seguridad ocupacional</b>			
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	86-88
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	86-88
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	86-88
<b>GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2016</b>	403-1	Representación de los trabajadores en comités formales trabajador-empresa de salud y seguridad	86
	403-2	Tipos de accidentes y tasas de frecuencia de accidentes, enfermedades profesionales, días perdidos, absentismo y número de muertes por accidente laboral o enfermedad profesional	23 víctimas mortales en las operaciones de Banco Azteca; 0 víctimas mortales en Ensamblika.
	403-3	Trabajadores con alta incidencia o alto riesgo de enfermedades relacionadas con su actividad	86
	403-4	Temas de salud y seguridad tratados en acuerdos formales con sindicatos	88
<b>Desarrollo de capital humano</b>			
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	74-78
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	74-78
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	74-78
<b>GRI 404: Formación y enseñanza 2016</b>	404-1	Media de horas de formación al año por empleado	76
	404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	75 En Tiendas Elektra, cuando existen cierres de centros de trabajo, se lleva a cabo una sesión de outplacement.
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	77-78
			No se cuenta con la media de horas de formación, sino con el total de horas hombre de capacitación, debido a que los colaboradores pueden tener varias participaciones en los cursos de formación a lo largo del año.



Estándar GRI	Contenido	Páginas / Respuesta directa	Omisión
<b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b>			
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	34, 71-73
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	34, 71-73
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	34, 71-73
<b>GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016</b>	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	34, 73
	405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	79
<b>Derechos humanos</b>			
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	51, 71-73
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	51, 71-73
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	51, 71-73
<b>GRI 406: No discriminación 2016</b>	406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Durante el periodo de reporte no existieron casos de discriminación.
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	51
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	51
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	51
<b>GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva 2016</b>	407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	No existen operaciones o proveedores en los que el derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva corra algún riesgo.
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	51
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	51
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	51
<b>GRI 408: Trabajo infantil 2016</b>	408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	No existen operaciones o proveedores en los que exista riesgo de presentar trabajo infantil.
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	51
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	51
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	51
<b>GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio 2016</b>	409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	No existen operaciones o proveedores en los que exista riesgo de presentar trabajo forzoso u obligatorio.
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	51
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	51
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	51
<b>GRI 412: Evaluación de derechos humanos 2016</b>	412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	51
	412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	42
	412-3	Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos	51

En los procesos de adquisiciones, se llevan a cabo evaluaciones del impacto de los proveedores en derechos humanos. Grupo Elektra no cuenta con evaluaciones internas.

Estándar GRI	Contenido	Páginas / Respuesta directa	Omisión
<b>Impacto social</b>			
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	56-58, 90-91, 92-97, 99
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	56-58, 90-91, 92-97, 99
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	56-58, 90-91, 92-97, 99
<b>GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016</b>	203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	28, 30, 57, 96
	203-2	Impactos económicos indirectos significativos	56-58, 63, 90, 92, 93, 99
<b>Estándares con proveedores</b>			
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	90-91, 92-97, 99
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	90-91, 92-97, 99
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	90-91, 92-97, 99
<b>GRI 413: Comunidades locales 2016</b>	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	90, 92, 93, 99
	413-2	Operaciones con impactos negativos significativos – reales y potenciales– en las comunidades locales	90, 92, 93, 99
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	49-50
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	49-50
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	49-50
<b>GRI 204: Prácticas de adquisición 2016</b>	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	49
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	51
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	51
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	51
<b>GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016</b>	308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios ambientales	51
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	51
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	51
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	51
<b>GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016</b>	414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	51
<b>Desarrollo de productos y servicios / Gestión de relaciones con clientes</b>			
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	53, 62-66
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	51-52, 62-66
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	51-53, 62-66
<b>GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016</b>	416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	53, 63, 65
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	Durante el periodo de reporte, no existieron casos de incumplimiento a la normativa, sin embargo, Italika recibió 745 reclamaciones sobre la calidad del producto; 729 fueron resueltas y 16 se encuentran en proceso de atención.
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	59-62
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	59-62
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	59-62

Estándar GRI	Contenido	Páginas / Respuesta directa	Omisión
<b>Desarrollo de productos y servicios / Gestión de relaciones con clientes</b>			
<b>GRI 417: Marketing y etiquetado 2016</b>	417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	53-55
	417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	En 2017 no existieron incumplimientos en materia de publicidad o información sobre los productos ofrecidos por Grupo Elektra.
	417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	En 2017 no existieron incumplimientos en materia de publicidad o información sobre los productos ofrecidos por Grupo Elektra.
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	67-70
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	67-70
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	67-70
<b>GRI 418: Privacidad del cliente 2016</b>	418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	Derivado del apego de Grupo Elektra a la legislación vigente y de la certificación obtenida, no existieron reclamaciones fundamentadas en términos de privacidad o fuga de datos.
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	53-55, 59-62
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	53-55, 59-62
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	53-55, 59-62
<b>GRI 419: Cumplimiento socioeconómico 2016</b>	419-1	Incumplimiento de las leyes y normativas en los ámbitos social y económico	Derivado del apego de Grupo Elektra a la legislación aplicable, en el periodo de reporte no existió incumplimiento alguno en términos sociales y económicos.
<b>FSSS Cartera de productos</b>	FS1	Políticas con aspectos medioambientales y sociales específicos aplicadas a las líneas de negocio	Grupo Elektra cuenta con el Sello de Ahorro de Energía, herramienta interna que se utiliza en todas las compañías de Grupo Salinas para evaluar, validar y certificar la compra de equipos eficientes de iluminación, aires acondicionados y cualquier otro equipo que consuma energía eléctrica.
	FS2	Procedimientos para la evaluación y el control de riesgos sociales y medioambientales en las líneas de negocio	39-40
	FS3	Procesos para monitorear la implementación por parte de los clientes de los requisitos sociales y medioambientales incluidos en contratos o transacciones	53
	FS4	Proceso(s) para mejorar la competencia de los empleados para implementar las políticas y procedimientos medioambientales y sociales aplicados a las líneas de negocio	75
	FS6	Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según la región, la dimensión [ej.: microempresas/PYMES/grandes] y el sector de actividad	28
	FS7	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito	28
	FS9	Cobertura y frecuencia de auditorías para evaluar la implementación de las políticas medioambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos	40
<b>FSSS Auditoría</b>	FS9	Política[s] de voto en asuntos medioambientales o sociales en participaciones sobre las cuales la organización informante posee derecho de voto o recomendación de voto	26
<b>FSSS Participación activa</b>	FS12	Política[s] de voto en asuntos medioambientales o sociales en participaciones sobre las cuales la organización informante posee derecho de voto o recomendación de voto	26
<b>FSSS Comunidades locales</b>	FS13	Puntos de acceso por tipo en áreas de escasa densidad de población o desfavorecidas económicamente	90, 92
	FS14	Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros a personas desfavorecidas	90, 92
	FS16	Programas de educación financiera	93

## Contacto

---

102-3, 102-53

Para obtener mayor detalle sobre este informe o los temas referentes a la sustentabilidad en Grupo Elektra, comunícate con:

**César Cano García**

Gerente de Sustentabilidad  
[ccano@gruposalinas.com.mx](mailto:ccano@gruposalinas.com.mx)

Av. de los Insurgentes Sur 3579,  
Col. Tlalpan La Joya, C.P. 14000,  
Ciudad de México