



**PROSPERIDAD COMPARTIDA**

CRECIENDO CONTIGO

GRUPO ELEKTRA, INFORME DE SUSTENTABILIDAD 2018

# CONTENIDO

Logros 2018	<b>3</b>
Grupo Elektra: creciendo contigo	<b>4</b>
Negocio comercial	<b>5</b>
Negocio financiero	<b>6</b>
La visión de nuestros líderes	<b>8</b>
El valor de la sustentabilidad	<b>9</b>
Gestión de la sustentabilidad	<b>9</b>
Materialidad	<b>14</b>
Participación sectorial	<b>19</b>
Valor económico	<b>20</b>
Prosperidad hacia el desarrollo	<b>21</b>
Visión responsable	<b>25</b>
Integridad y cultura	<b>34</b>
Compromiso compartido	<b>44</b>
Juntos por la inclusión	<b>49</b>

Valor social	<b>72</b>
El mejor talento	<b>73</b>
Impulso al desarrollo	<b>100</b>
Valor ambiental	<b>123</b>
Compromiso con el entorno	<b>124</b>
Gestión ambiental	<b>124</b>
Energía	<b>125</b>
Emisiones	<b>129</b>
Agua	<b>130</b>
Materiales	<b>132</b>
Residuos	<b>132</b>
Sobre este Informe	<b>135</b>
Principios para la elaboración del informe	<b>136</b>
Índice de contenidos GRI	<b>137</b>



# LOGROS 2018

102-7, 201-1

\$103,522 millones de pesos, monto de ingresos consolidados de Grupo Elektra al cierre de 2018

Más de \$173.3 millones de pesos, monto destinado por Grupo Elektra en 2018 para el apoyo de las acciones desarrolladas por Fundación Azteca

Cerca de 17.5 millones de juguetes donados a niños en situaciones críticas

25% de la energía consumida por Grupo Elektra proviene de fuentes renovables

Más de \$325,000 pesos invertidos en premios a los ganadores de los concursos de Limpiemos Nuestro México en 2018

Cerca de 11.2 millones de personas beneficiadas en México y 169,432 beneficiarios en Latinoamérica por el programa de educación financiera de Banco Azteca “Aprende y Crece”

82,668 colaboradores en Grupo Elektra

Apertura de la quinta línea de ensamble de Italika, en Ensamblika



# GRUPO ELEKTRA: CRECIENDO CONTIGO

102-1, 102-2, 102-5

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

El Grupo impulsa la prosperidad compartida a través de dos negocios que contribuyen al progreso de millones de familias, mediante el acceso a mercancías en condiciones accesibles y a servicios financieros de clase mundial.

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.

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

### Negocio Financiero

Grupo Elektra impulsa la prosperidad incluyente a través de la oferta de productos y servicios financieros dirigidos a millones de familias que se encuentran en los segmentos de la población que han sido desatendidos por la banca tradicional. Cuenta con productos financieros eficaces en la satisfacción de las necesidades de los clientes y con tecnología de vanguardia que favorece proporcionar un servicio de alta calidad.

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

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

102-7

7,269 puntos de contacto de Grupo Elektra

4,630 puntos de contacto de Grupo Elektra en México

639 puntos de contacto de Grupo Elektra en Centro y Sudamérica

2,000 puntos de contacto de Grupo Elektra en Estados Unidos

102-2, 102-6, 102-7

La gama de productos y servicios que ofrece se integra por:

### Productos

- Electrónicos
- Línea blanca
- Electrodomésticos
- Muebles
- Motocicletas (Italika)
- Automotriz y ferretería
- Acumuladores
- Telefonía celular
- Cómputo
- Colchones
- Entretenimiento
- Moda y accesorios
- Belleza y cuidado personal
- Deportes
- Viajes
- Películas, Música y Libros
- Comercio electrónico

### Servicios

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

## NEGOCIO COMERCIAL

### TIENDAS ELEKTRA



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

Uno de los dos principales canales con los clientes. Cada una de las tiendas cuenta con una sucursal de Banco Azteca.

1,284 puntos de contacto en México.

1,113 puntos de contacto en México.

171 puntos de contacto en Latinoamérica.

15 centros de distribución:  
9 en México y  
6 en Centro y Sudamérica.

### SALINAS Y ROCHA



Pone al alcance de millones de familias mexicanas mercancías de clase mundial. En cada una de las tiendas existe un punto de contacto de Banco Azteca.

44 puntos de venta en México.

### ITALIKA



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

Marca de motocicletas que permite a los clientes ser más eficientes en sus actividades diarias, a través del acceso a un medio de transporte propio, cómodo, confiable y divertido.

Más de 3,800 puntos de Venta.

30 agencias propias y 120 agencias concesionarias Italika en México.

700 Centros de Servicio Italika (CESIT) en México y 190 en Centro y Sudamérica.

Alrededor de 60% de participación de mercado en México.



Su oferta de productos y servicios se integra por:

- Crédito al consumo
- Préstamos personales
- Créditos comerciales
- Depósitos de ahorro
- Depósitos a plazo
- Tarjeta de débito
- Tarjeta de crédito
- Seguros (Vida, Accidentes, Enfermedades y Daños)
- Administración de Fondos para el Retiro (AFORE)
- Información crediticia
- Arrendamiento financiero
- Préstamos prendarios
- Préstamos no bancarios de corto plazo
- Préstamos grupales

## NEGOCIO FINANCIERO

### BANCO AZTECA

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



Es el segundo banco más grande en México en términos de cobertura por puntos de contacto con el cliente. Desde hace más de 15 años mantiene un compromiso con la inclusión financiera, pues mediante productos y servicios de uso sencillo, integra al sistema financiero formal a la población desatendida por la banca tradicional. Asimismo, a través de un esquema integral de servicios no bancarios, complementa su oferta financiera por medio de: Seguros Azteca, Afore Azteca, Presta Prenda, Micronegocio Azteca, y Dinero Express.

4,000 puntos de contacto; 1,328 en Tiendas Elektra y Salinas y Rocha.

La oferta de productos y medios se constituye, entre otros, por:

- 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
- 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

### ADVANCE AMERICA

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



Es la empresa líder en préstamos no bancarios de corto plazo en Estados Unidos, dirigidos a las familias de la clase trabajadora. Ofrece cómodas y accesibles opciones de crédito a los consumidores, cuyas necesidades no son satisfechas por las instituciones financieras tradicionales. Los productos que proporciona son::

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

2,000 puntos de contacto en 28 estados de la Unión Americana



## AFORE AZTECA



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

Ofrece opciones para la administración de fondos para el retiro con base en la extensa distribución geográfica de Grupo Elektra. La gama de productos de alta calidad con la que cuenta es la siguiente:

- 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)

Seguros Azteca surgió en 2003, con el propósito de atender a un segmento de la población que había permanecido excluido por la industria aseguradora, mientras que Seguros Azteca Daños nació en 2006 con el objetivo de atender al mismo sector de la población con seguros para autos. Ofrece soluciones que brindan protección efectiva a los clientes de conformidad con sus necesidades, a precios accesibles en México y América Latina.

Las operaciones que realiza Seguros Azteca son Vida, y Accidentes y enfermedades, esta última en los ramos de Accidentes personales y Gastos médicos; mientras que Seguros Azteca Daños opera los ramos autorizados de Automóviles, Incendio, Responsabilidad Civil y Riesgos profesionales, Marítimo y Transportes, así como Riesgos catastróficos y Diversos.

## PUNTO CASA DE BOLSA

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

Incentiva 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.



# LA VISIÓN DE NUESTROS LÍDERES

102-14, 102-15

Durante 2018 Grupo Elektra cumplió con su firme propósito de impulsar la prosperidad incluyendo a través de sólida creación de valor económico, social y ambiental, lo que fortaleció el bienestar y progreso de millones de familias en México, los Estados Unidos, Centro y Sudamérica.

Generó amplio valor económico, al ofrecer mercancías de clase mundial y servicios financieros de vanguardia, que satisfacen de manera efectiva las necesidades de un número creciente de familias en las comunidades en las que opera.

Como resultado, los ingresos consolidados de Grupo Elektra crecieron 9%, derivado de un incremento de 10% en los ingresos del negocio financiero y de 7% en las ventas de mercancías. El EBITDA de la compañía se incrementó 8%.

Banco Azteca fue determinante en el desempeño positivo de los ingresos financieros, en el contexto de saldos de cartera y captación dinámicos, así como sólida calidad de activos, que se reflejó en un índice de morosidad decreciente.

El Banco también fue un actor importante en la inclusión financiera en México, con más de 14 millones de cuentas activas de captación —que se pueden abrir desde un peso y no cobran comisiones. La cifra de cuentas es particularmente significativa para un país con 32 millones de hogares.

De igual forma, Banco Azteca ha sido fundamental en el progreso regional, lo que se pone de manifiesto en un estudio de *Bankable Frontier Associates*, que determinó que en las localidades donde el Banco tiene

presencia en Perú, a siete años a partir del inicio de operaciones, se redujo 12% la probabilidad de estar desempleado y disminuyó en la misma proporción la probabilidad de caer en situación de pobreza, en comparación con regiones similares sin oficinas de Banco Azteca.

En cuanto a Tiendas Elektra, el firme desempeño se deriva de sólidas estrategias que satisfacen de manera notable la experiencia de compra del cliente, con óptimo servicio y las condiciones más competitivas del mercado.



Las ventas del negocio comercial tuvieron un impulso adicional con la puesta en marcha de un nuevo formato de tienda, con mayor superficie, que incluye una extensa variedad de mercancías y servicios, para satisfacer a un número de clientes

cada vez mayor. De igual forma, las operaciones Omnicanal, con la tienda en línea [www.elektra.com.mx](http://www.elektra.com.mx), que comercializa miles de productos a precios sin paralelo, desde cualquier dispositivo y en todo momento, fortalecieron el desempeño del negocio.

Las motocicletas Italika también fueron un factor fundamental en el crecimiento de las ventas de mercancías, gracias a sus modelos de vanguardia que brindan una alternativa de transporte eficiente en el uso de combustible, innovadora—incluso con modelos de propulsión eléctrica— y que reduce tiempos de traslado, lo que impulsa la calidad de vida de miles de familias y la productividad de los negocios, y simultáneamente contribuye a un mejor ambiente.



Como resultado, Italika vendió más de 600,000 motocicletas en México, Guatemala, Honduras, Panamá y Perú, y gracias a su sólido crecimiento, las ventas de este año se tradujeron en más de 60% de participación del mercado en México.

El valor social que genera Grupo Elektra, se pone de manifiesto a través de más de 82,000 colaboradores, con niveles de satisfacción en el trabajo y bienestar crecientes.

Adicionalmente, la compañía promueve de manera decidida acciones para mejorar las condiciones de la sociedad, con programas como Esperanza Azteca —que benefició a más de 17,000 niños de escasos recursos, a través de su participación en orquestas sinfónicas y corales, que fomentan valores como disciplina y trabajo en equipo— y Plantel Azteca, que brindó educación secundaria y de bachillerato de excelencia técnica a 2,100 estudiantes de bajos recursos con desempeño académico sobresaliente, totalmente becados.

La compañía también apoya La Ciudad de las Ideas, Caminos de la Libertad y Kybernus, iniciativas que fortalecen las libertades y la difusión del conocimiento, al tiempo que buscan crear entornos propicios para el desarrollo y un mejor futuro.

Grupo Elektra contribuye con Un Nuevo Bosque y Limpiemos Nuestro México, que tienen por objeto preservar el medio ambiente para las futuras generaciones. Además, fomenta el uso racional de los recur-

sos naturales en su cadena de valor y utiliza energía amigable con el entorno; el consumo de energía renovable en la compañía representa actualmente 25% del total consumido, y se busca gradualmente incrementar esta proporción.

Finalmente, apoya a Arte & Cultura Grupo Salinas, que contribuye a preservar del patrimonio cultural de México y a difundir la creación artística, así como nuestra historia, identidad y valores.

Grupo Elektra tiene la firme convicción de impulsar aún más el dinamismo de sus actividades en los próximos años y contribuir de manera creciente al bienestar de millones de familias, así como a la protección del entorno.

La información que se presenta en este Informe de Sustentabilidad refleja nuestro compromiso con los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, así como con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible. Mediante esta comunicación, expresamos la decidida intención de apoyar y desarrollar dichos principios dentro de nuestra esfera de influencia.

Muchas gracias por su interés en Grupo Elektra.

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

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

**Manuel Gómez Palacio Pin**  
Director General de Italika







# EL VALOR DE LA SUSTENTABILIDAD

## GESTIÓN DE LA SUSTENTABILIDAD

### Historia de valor

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.
1997	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.
1999	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.
	Reconocimiento a Fundación Azteca por parte de la ONU con la medalla de la Sociedad Civil por su campaña Vive sin Drogas.
2002	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.
	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.
2003	Surgimiento de “Un Nuevo Bosque”, jornada ecológica que reafirma el compromiso de Grupo Salinas y TV Azteca con la generación de valor ambiental.
	Inicio de operaciones de Afore Azteca



<b>2004</b>	Lanzamiento del programa Empresario Azteca. Inicio de operaciones de Italika. Inicio de operaciones de Seguros Azteca.
<b>2005</b>	Inicio de operaciones de Tiendas Elektra y Banco Azteca en Panamá.
<b>2006</b>	Primera edición del programa “Donativo Hormiga”, a través del cual se otorga apoyo en especie a diversas asociaciones civiles.
<b>2007</b>	Inicio de operaciones de Banco Azteca en Guatemala con 75 puntos de venta, representando cobertura nacional. Inicio de operaciones de Banco Azteca Honduras.
<b>2008</b>	Inicio de operaciones de Banco Azteca en Perú. Inauguración de Ensamblika, la planta armadora de Italika. 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.
<b>2009</b>	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. 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.
<b>2010</b>	Reconocimiento a Grupo Salinas con el Premio Nacional de Ahorro de Energía Eléctrica 2010.
<b>2011</b>	Ampliación de la red de distribución de Italika en México, a través de nuevos canales, como tiendas y supermercados de prestigio.
<b>2012</b>	Apertura de Punto Casa de Bolsa, subsidiaria bursátil que opera con los más altos estándares de seguridad y eficiencia en atención al cliente. 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.
<b>2013</b>	Publicación del primer Informe de Sustentabilidad de Grupo Elektra.
<b>2014</b>	Ingreso de Grupo Elektra al S&P/BMV IPC Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV). Lanzamiento de la primera fase del programa de educación financiera y micronegocios “Aprende y Crece”, de Banco Azteca. 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. 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. Inicio de la utilización de energía renovable (geotérmica) en Grupo Salinas.

<b>2015</b>	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). Obtención del Distintivo ESR® por primera vez, por parte de Italika, otorgado por el CEMEFI y AliaRSE. Lanzamiento del portal de Internet “Aprende y Crece” en México y Perú. Lanzamiento de “Aprende y Crece” en Guatemala. Creación del Comité de Responsabilidad Social Empresarial de Italika. Movimiento Azteca recibe el premio de la CIRT a la mejor campaña social de México.
<b>2016</b>	Obtención del distintivo “Empresa Familiarmente Responsable” por parte de Grupo Elektra, otorgado por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS). 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. Lanzamiento de “Aprende y Crece” en El Salvador y Honduras. Lanzamiento de la primera Tarjeta de Crédito de Banco Azteca, denominada Oro Garantizada. 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. 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.
<b>2017</b>	Obtención del “Reconocimiento al mejor gobierno corporativo en México” por parte de Grupo Elektra, otorgado por <i>Capital Finance International Awards</i> (CFico Awards) –programa que identifica y distingue a organizaciones y personas que agregan valor a la sociedad–. Obtención del Distintivo ESR® por parte de Tiendas Elektra y Banco Azteca por primer año, el cual es otorgado por el CEMEFI y AliaRSE. 15° Aniversario de Banco Azteca. Banco Azteca se convierte en el principal bancarizador de Perú, El Salvador y Honduras, de acuerdo con estudios de prospección de Equifax. Realización del Movimiento Azteca número 100 en beneficio de los damnificados tras los sismos de septiembre. Lanzamiento del nuevo portal de Internet de Tiendas Elektra -Inicio de la estrategia omnicanal para ofrecer un sitio accesible a los clientes.
<b>2018</b>	Renovación de la Certificación en materia de Protección Datos Personales al superar satisfactoriamente la auditoría realizada por Normalización y Certificación NYCE, S.C. Las empresas de Grupo Salinas recibieron la certificación “Sistema para Atención del Procedimiento de Derechos Arco Grupo Salinas” emitido por Normalización y Certificación NYCE, S.C., organismo de certificación acreditado por la Entidad Mexicana de Acreditación (EMA). Grupo Elektra fue reconocido con la certificación <i>Great Place To Work</i> (GPTW), derivado de los resultados de la encuesta de clima laboral. Cerca de 11.2 millones de personas beneficiadas en México y 169,432 personas en Latinoamérica por el programa de Educación Financiera “Aprende y Crece”.



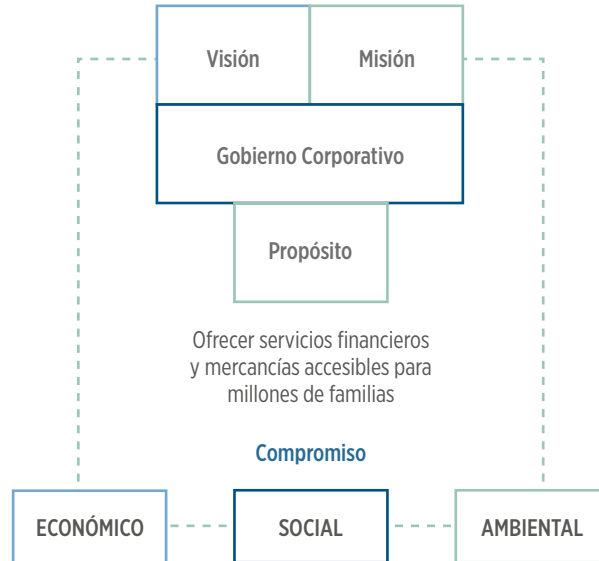
## Modelo de creación de valor

102-40, 102-42, 102-43

Principios 1 y 3



Grupo Elektra trabaja constantemente en la definición y reforzamiento de las líneas de acción que lo dirigen hacia la generación de valor a largo plazo entre todos los grupos de interés con quienes se vincula. Con base en los principios éticos y corporativos que caracterizan al Grupo, éste ha logrado consolidar un modelo de creación de valor cimentado en el binomio ganar-ganar que fortalece todas sus relaciones en los países en los que tiene presencia.



### ¿Cómo lo hace?

Negocio comercial	Negocio financiero
<p>Oferta de productos de:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Electrónica</li> <li>• Línea blanca</li> <li>• Electrodomésticos</li> <li>• Muebles</li> <li>• Telefonía celular</li> <li>• Motocicletas</li> <li>• Cómputo</li> <li>• Transferencias de dinero</li> </ul> <p>De clase mundial que impulsan el bienestar y progreso de las comunidades en que opera.</p>	<p>Oferta de servicios financieros:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Depósitos</li> <li>• Microfinanciamiento y otros créditos</li> <li>• Inversiones</li> <li>• Seguros de vida y daños</li> <li>• Administración de fondos para el retiro</li> </ul> <p>Dirigidos a segmentos desatendidos por la banca tradicional.</p>

¿Quiénes se benefician?	¿A través de qué?	¿Cuál es el resultado?
<b>Inversionistas</b>	<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 en sus inversiones</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Confianza</li> <li>• Reinversión</li> <li>• Crecimiento en ingresos</li> </ul>
<b>Colaboradores</b>	<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 del índice de retención</li> <li>• Satisfacción de los colaboradores</li> <li>• Incremento en el reconocimiento como una de las mejores empresas para trabajar</li> <li>• Reducción de accidentes laborales</li> </ul>
<b>Clientes</b>	<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>
<b>Proveedores</b>	<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>



¿Quiénes se benefician?	¿A través de qué?	¿Cuál es el resultado?
<b>Autoridades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cumplimiento de lineamientos y regulaciones</li> <li>Cooperación con autoridades</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>
<b>Competidores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participación en el mercado bajo estándares éticos de libre competencia</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>
<b>Comunidades</b>	<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>Potenciación 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>
<b>OSC</b>	<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>
<b>Medio ambiente</b>	<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>

En 2018, Tiendas Elektra y Banco Azteca fueron acreedores por segundo año, e Italika por cuarto año consecutivo al Distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR®), otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) y la Alianza por la Responsabilidad Social (AliaRSE), derivado de sus esfuerzos hacia la generación de valor económico, social y ambiental, así como de prosperidad incluyente. Este suceso se ha traducido en el fortalecimiento del orgullo de pertenencia entre los colaboradores.

## Tiendas Elektra y Banco Azteca recibieron el Distintivo ESR® por segundo año consecutivo.

## Italika fue reconocida con el Distintivo ESR® por cuarto año consecutivo.

102-12

Grupo Salinas –Grupo de empresas al que pertenece Grupo Elektra– tiene un compromiso inquebrantable con la creación de valor económico, social y ambiental por lo que, en 2018 se adhirió al Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la iniciativa global más grande del mundo que promueve la sostenibilidad corporativa a través de la implementación de 10 Principios que impulsan el respeto a los derechos humanos, el establecimiento de prácticas laborales dignas, la protección del medio ambiente y el rechazo a la corrupción. Por ello, a lo largo de este informe se identificaron los parámetros generales para el cumplimiento de estos 10 Principios y se señalaron al inicio de cada tema y/o programa.

Asimismo, en congruencia con la Agenda 2030 propuesta por la ONU, Grupo Salinas y Grupo Elektra han sumado esfuerzos para aportar al logro de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). De esta forma, en 2018 trabajaron en la identificación de los ODS a los que contribuyen las acciones realizadas por Fundación Azteca y por el Grupo.



## Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

ODS	Objetivo	ODS	Objetivo
	Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo		Reducir la desigualdad en y entre los países
	Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible		Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles
	Garantizar una vida sana y promover el bienestar de todos en todas las edades		Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles
	Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todas y todos		Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático
	Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas		Conservar y utilizar sosteniblemente los océanos, los mares y los recursos marinos
	Garantizar la disponibilidad y la gestión sostenible del agua y el saneamiento para todas y todos		Proteger, restablecer y promover el uso sostenible de los ecosistemas terrestres, gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad
	Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos		Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas
	Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas y todos		Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la alianza mundial para el desarrollo sostenible
	Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación		

## Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas:

### Derechos Humanos

#### Principio 1

Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.

#### Principio 2

Las empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices en la vulneración de los derechos humanos.

### Normas Laborales

#### Principio 3

Las empresas deben apoyar la libertad de afiliación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

#### Principio 4

Las empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

#### Principio 5

Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

### Principio 6

Las empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación con el empleo y la ocupación.

### Medio Ambiente

#### Principio 7

Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

#### Principio 8

Las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental

#### Principio 9

Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

### Anticorrupción

#### Principio 10

Las empresas deben trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas extorsión y soborno.

La información que se presenta en este Informe de Sustentabilidad refleja nuestro compromiso con los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, así como con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible. Mediante esta comunicación, expresamos la decidida intención de apoyar y desarrollar dichos principios dentro de nuestra esfera de influencia.



## MATERIALIDAD

102-43

En 2018, Grupo Elektra continuó trabajando en aquellos temas que impactan sus operaciones y viceversa. De esta forma, con base en el estudio de materialidad realizado el año anterior y en conjunto con un tercero independiente, llevó a cabo un diálogo con dos de sus grupos de interés –colaboradores y proveedores–, con la finalidad de validar los aspectos materiales para el periodo 2018-2019.

La muestra estuvo conformada por:

- 333 colaboradores de Corporativo
- 313 colaboradores de Geografía
- 220 proveedores

La encuesta se integró por dos secciones:

- Preguntas que permitieron conocer la opinión de los grupos de interés, así como el contexto en el que se desarrolla su relación con el Grupo en términos cualitativos.
- Preguntas que posibilitaron la evaluación cuantitativa de los temas relevantes retomados del estudio de materialidad 2017.

102-34

Los resultados de este ejercicio fueron los siguientes:

**40% de los encuestados consideran la capacitación constante como el tema en el que Grupo Elektra debe centrar sus esfuerzos.**

**35% de los colaboradores participantes opinan que el tema más importante para ellos es tener la certeza de conservar su trabajo.**

### Colaboradores

Ambos resultados se interrelacionan, pues los encuestados afirman que la formación y fortalecimiento de los conocimientos representan un factor clave para mejorar el desempeño de sus funciones, impactando de manera directa en la estabilidad laboral y, de esta manera, aseguran contar con oportunidades de desarrollo integral, así como sentirse orgullosos de pertenecer al Grupo.

Al cuestionar a los colaboradores sobre el tema que consideran más relevante para su completo desarrollo:

**82%** de las menciones fue para la capacitación y reforzamiento del conocimiento de los productos y servicios a ofrecer al cliente, pues opinan que es un aspecto fundamental para su profesionalización, con el fin de optimizar procesos, ser partícipes en la toma de decisiones trascendentales en la empresa y en la mejora de los productos y servicios, además de brindar una atención de calidad al cliente.

**42%** de las menciones fue para la formación en Valores y Código de Ética, pues aseguran que la conducta basada en principios genera un clima laboral sano, impulsando el trabajo en equipo y el logro de objetivos comunes.

**42%** de las menciones fue para la capacitación en seguridad y salud ocupacional, pues consideran que al contar con espacios de trabajo seguros, se establecen las condiciones propicias para incrementar su productividad.

Temas de mayor relevancia	Dimensión	Temas de menor relevancia
Desarrollo de productos y servicios / Responsabilidad sobre productos	Económica	Temas financieros
Gestión de residuos	Ambiental	Ecoeficiencia energética
Desarrollo de capital humano	Social	Estándares con proveedores

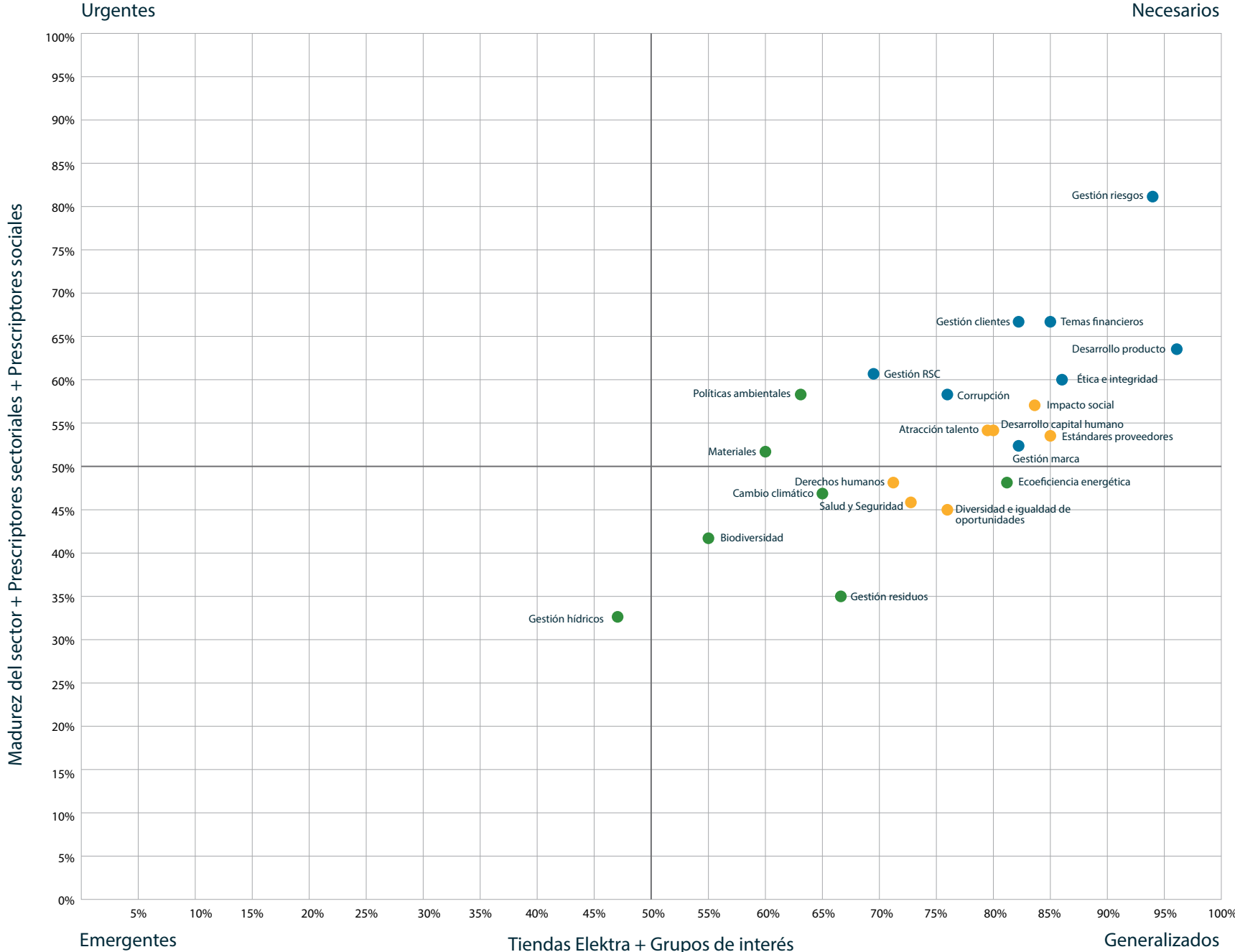
### Proveedores

**76%** de los proveedores encuestados aseguran que sus empresas cuentan con programas o acciones que abordan diversas temáticas en torno a la sustentabilidad, tales como medio ambiente, prácticas laborales, derechos humanos, apoyo a la comunidad, anticorrupción, libre competencia y cumplimiento normativo.

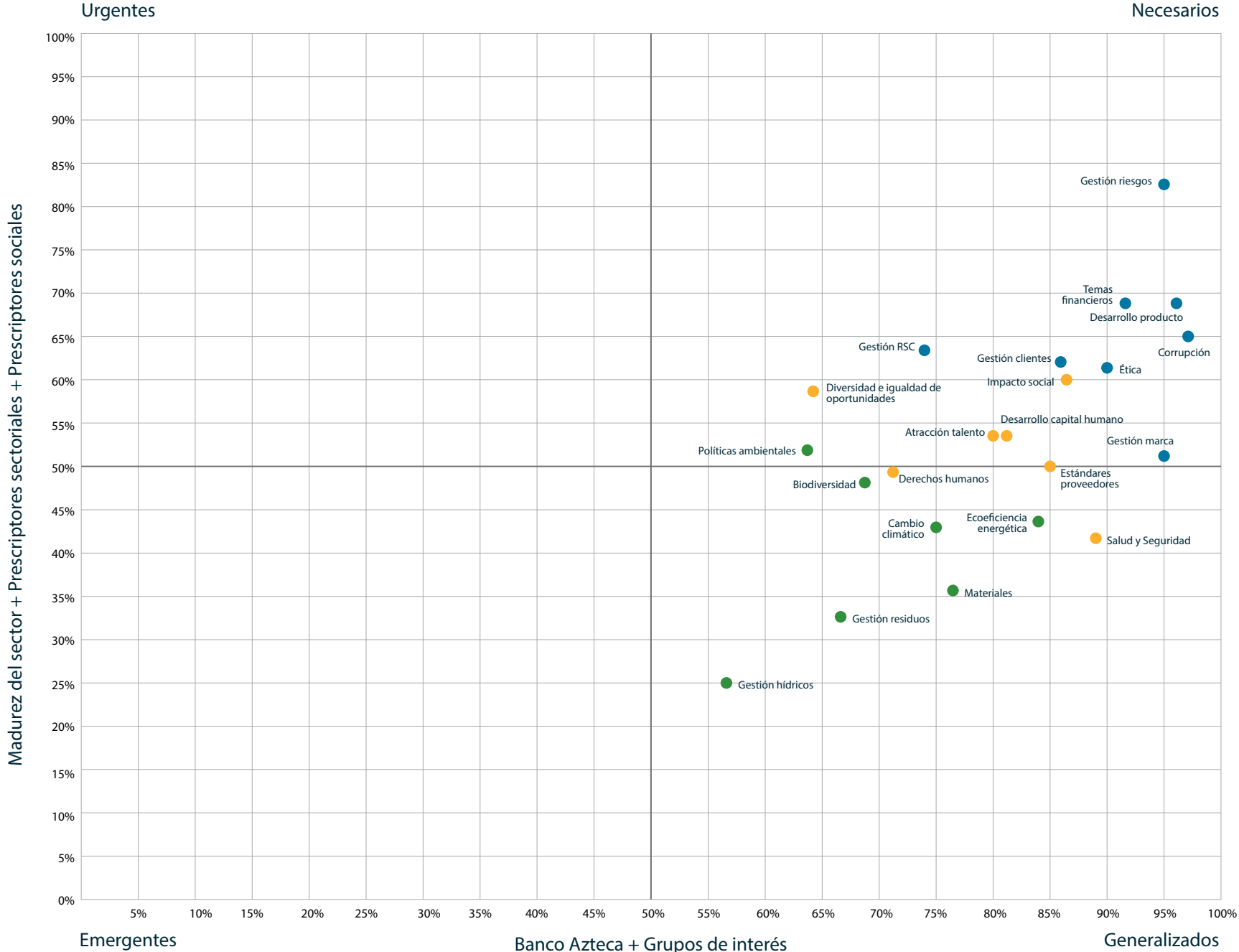
Temas de mayor relevancia	Dimensión	Temas de menor relevancia
Ética e integridad	Económica	Gestión de riesgos
Gestión de residuos	Ambiental	Biodiversidad
Seguridad y salud ocupacional	Social	Impacto social

**46% de los proveedores participantes consideran que Grupo Elektra ha influido en que sus empresas adopten este tipo de programas.**

# Aspectos materiales para Tiendas Elektra

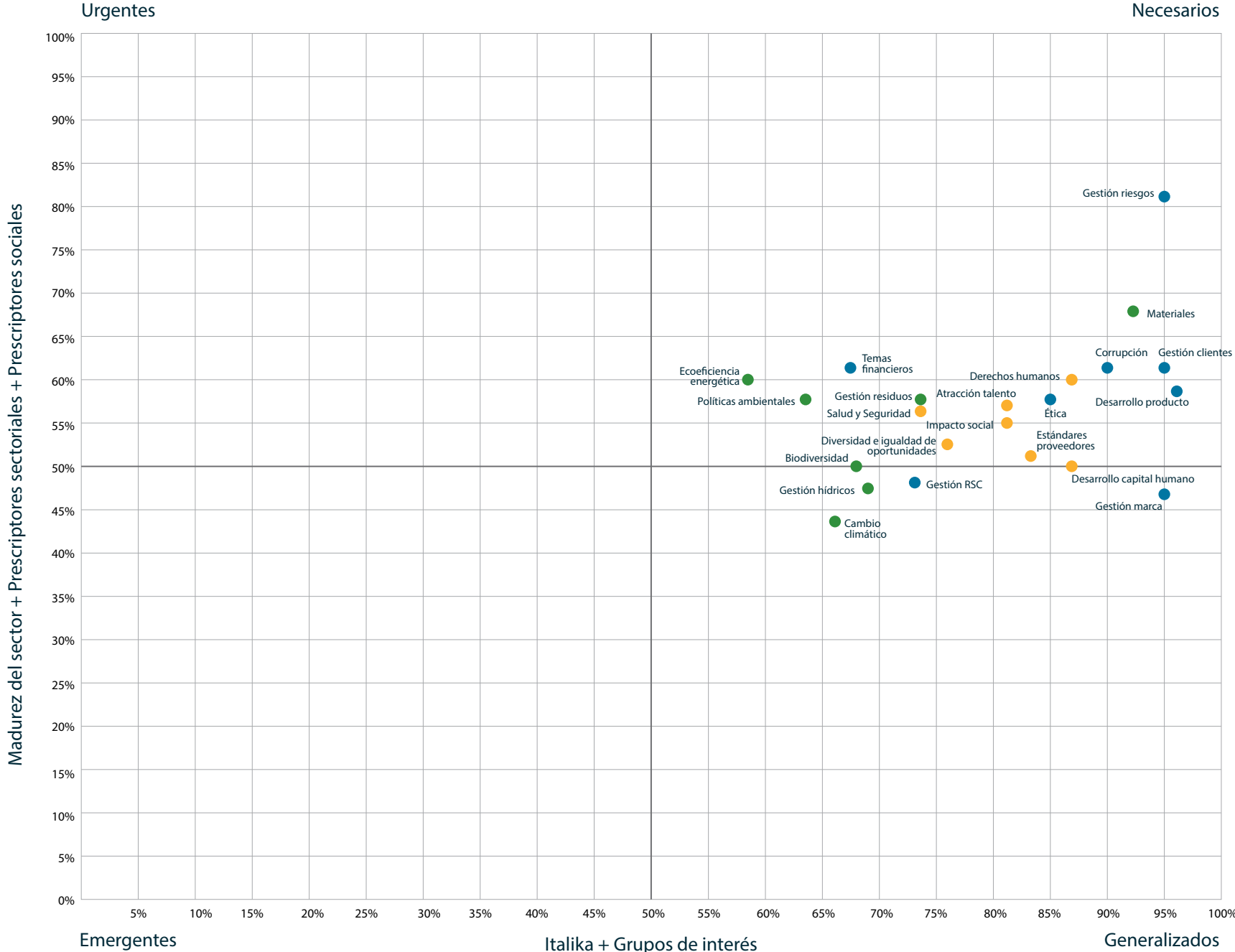


# Aspectos materiales para Banco Azteca





# Aspectos materiales para Italka



Una vez validados los aspectos materiales de Grupo Elektra para el periodo 2018-2019 a través del diálogo con colaboradores y proveedores, se llevó a cabo la revisión y traducción a los estándares temáticos establecidos por los Estándares GRI, obteniendo los siguientes resultados:

102-46, 102-47

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 GRI 205: Anticorrupción
Corrupción, soborno y transparencia	● ● ●	GRI 206: Competencia desleal GRI 415: Política pública
Gestión de la marca	● ●	GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización
Temas financieros	● ● ●	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 GRI 413: Comunidades locales
Impacto social	● ● ●	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
Estándares con proveedores	● ● ●	GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización 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 prosperidad compartida, 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:

### Tiendas Elektra

En 2018, el convenio firmado en 2016 entre Tiendas Elektra y la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) continuó su curso. Este año se centró en la certificación de los preciadores de las tiendas para lograr la alineación a la normatividad establecida por PROFECO y, de esta manera, proteger al consumidor al garantizar que las promociones fuesen reales, con base en la comunicación y publicidad transparentes y certeras.

## Banco Azteca

### 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)

## Italika



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

Italika ha sido un contribuyente sobresaliente en el codesarrollo para la primera edición del Manual de buenas prácticas ambientales y de manejo de la motocicleta en México, publicado en [www.semarnat.gob.mx](http://www.semarnat.gob.mx), 2015; ISBN: 978-607-8246-80-9.



En adición a la participación en estas iniciativas, durante 2018, Italika llevó a cabo las siguientes actividades:

- Colaboración con las autoridades gubernamentales, brindando conocimiento técnico específico y colaboración técnica para la definición de la NOM-048 (SEMARNAT).
- Colaboración técnica en programas con diversas instituciones educativas: Instituto Politécnico Nacional (IPN), Instituto Tecnológico de Toluca (ITT), Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). La relación con estas instituciones está orientada al codesarrollo de métodos de evaluación y prueba de diversos componentes de motocicletas y motocicletas completas.





# VALOR ECONÓMICO



102-7, 201-1

Indicadores financieros	Resultado 2017	Resultado 2018	Variación 2018 vs 2017
Ingresos consolidados	\$94,979	\$103,522	9%
• Ingresos Negocio financiero	\$59,366	\$65,533	10%
• Ingresos Negocio comercial	\$35,614	\$37,989	7%
Gasto operativo	\$40,982	\$45,589	11%
Utilidad de operación	\$14,177	\$15,039	6%
Activo total	\$235,407	\$277,389	18%
Efectivo y equivalente de efectivo	\$25,607	\$105,065	310%
Pasivo total	\$165,190	\$192,817	17%
Capital contable	\$70,217	\$84,572	20%
Inmuebles, mobiliario y equipo e intangibles	\$4,687	\$6,674	42%

Nota. Cifras en millones de pesos.

Valor económico generado		Valor económico distribuido		Valor económico retenido	
2017	2018	2017	2018	2017	2018
\$94,979	\$103,522	\$78,225	\$85,372	\$16,754	\$18,150
9%		9%		8%	

Nota. Cifras en millones de pesos.

**\$103,522 millones de pesos, monto de ingresos consolidados al cierre de 2018**

# PROSPERIDAD HACIA EL DESARROLLO

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

Durante 2018, Grupo Elektra continuó con un sólido dinamismo, reflejado en un crecimiento de 9% en los ingresos consolidados.

Banco Azteca fue determinante en el desempeño positivo de Grupo Elektra, pues sumó más de 15 millones de cuentas de captación en México, cifra significativa en un país con cerca de 32 millones de hogares.

Los ingresos del negocio comercial de Grupo Elektra crecieron 7% en 2018, como resultado de diversas estrategias que permiten generar una experiencia de compra superior, con mercancías de clase mundial, óptimo servicio al cliente y en las condiciones más competitivas. Tales estrategias son impulsadas con las operaciones omnicanal, a través de la tienda en línea [www.elektra.com.mx](http://www.elektra.com.mx), con las que se comercializan miles de productos, desde cualquier dispositivo y en todo momento.

Italika reforzó su compromiso con proveer transporte seguro, eficiente en el uso de combustible, accesible y que reduce de manera significativa los tiempos de traslado, presentando ventas de más de 600,000 motocicletas en México, Guatemala, Honduras, Panamá y Perú, desempeño que se traduce en más de 60% de participación del mercado en México.

La captación tradicional de Banco Azteca en México, al 31 de diciembre de 2018, creció a \$120,828 millones de pesos, resultado 13% superior al del año anterior; mientras que la cartera de crédito incrementó a \$122,182 millones de pesos, 8% de aumento en relación con el año anterior, lo que apoyó el bienestar y progreso de miles de familias en el país.



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:

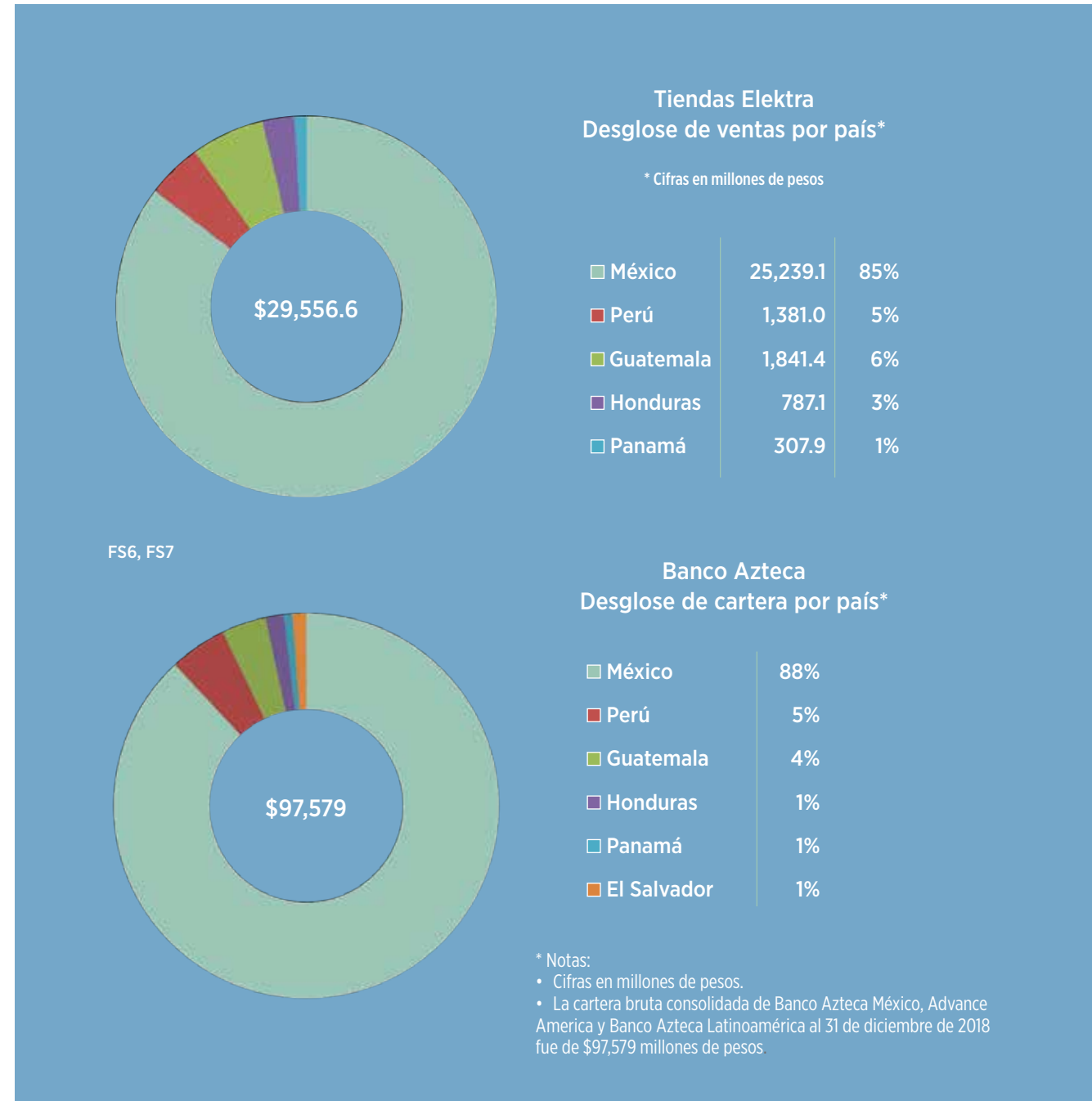
- Negocio comercial: expansión, desempeño de categorías, capacitación constante y desempeño del equipo en tiendas.
- Negocio financiero: crecimiento en depósitos, cartera de crédito, índice de morosidad, capacitación y desempeño del equipo en sucursales, así como de investigadores y colaboradores de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

Grupo Elektra cuenta con una serie de sistemas de control interno en todas las áreas críticas de la operación de del Grupo, entre las cuales se encuentran:

- Operación en tiendas: ventas de contado, desembolsos en tiendas, etc.
- Tesorería: control de ingresos y egresos, conciliaciones bancarias, fondeo de tiendas, etc.

- Transferencias electrónicas de dinero: control de recepción y pago de efectivo.
- Investigación, otorgamiento y cobranza de créditos.
- Captación: arqueo de expedientes de Guardadito e inversión.
- Administración de efectivo: Arqueo de caja y depósito a cuenta concentradora.
- Manejo de inventarios: recepción, trasposos y salidas de mercancía.
- Control de activo fijo: adiciones, bajas, inventarios de activo fijo, etc.
- Nómina, monitoreo de la plantilla, procesamiento y pago de sueldos y compensaciones, etc.
- Gastos de operación: evitar dispendio y asegurar la austeridad.
- Atención al cliente: imagen, disponibilidad de producto y plantilla.
- AFORE: afiliación y servicios.
- Seguros.

**\$37,989 millones de pesos, monto de ingresos del negocio comercial en 2018, incremento de 7% con respecto al ejercicio 2017.**



\$120,828 millones de pesos, captación tradicional de Banco Azteca en México; resultado 13% superior al del año anterior.

\$122,182 millones de pesos, cartera de crédito de Banco Azteca en México; incremento de 8% en relación con el año previo.

\$15,752 millones de pesos de incremento en los saldos de captación de Banco Azteca; resultado 15% superior al del año anterior. El saldo captado acumulado llegó a \$122,826 millones de pesos.

12.5% de crecimiento en captación tradicional de Banco Azteca; 4.8 pbs superior al resultado total de la Banca en 2018.

\$369 millones de pesos de incremento en la captación total de Banco Azteca en Latinoamérica; aumento de 6% con respecto al año anterior, colocándose en \$6,877 millones de pesos.

\$60,515 millones de pesos, monto acumulado en colocación por Tarjeta Azteca; \$4,625 millones de pesos durante 2018.

12% de crecimiento en la colocación de créditos con respecto al año anterior; 10% de incremento en el saldo de cartera de crédito en 2018.

\$1,082 millones de pesos en cartera y más de 170 mil clientes, cifras acumuladas al cierre de 2018 a través de Micronegocio.

1.38 millones de nuevos clientes en Afore Azteca; incremento de 44% en su base de clientes y 28% en el valor de los activos administrados.

\$74,540 millones de pesos administrados por Afore Azteca en México, de un total de \$3.33 billones de pesos; con ello, ha logrado una participación de mercado de 2.2% en activos administrados.



Seguros Azteca Daños logró la colocación de más de \$500 millones de pesos en nuevas pólizas especiales con empresas privadas.

Seguros Azteca y Seguros Azteca Daños emitieron un total de \$2,346 millones de pesos y \$913 millones de pesos en primas al cierre de 2018, respectivamente.

Seguros Azteca y Seguros Azteca Daños contaban con cerca de 4.5 millones y 175,555 pólizas vigentes al cierre de 2018, respectivamente.

Más de \$234,606 millones de pesos, suma asegurada por Seguros Azteca al cierre de 2018.

Más de \$98,503.2 millones de pesos, suma asegurada por Seguros Azteca Daños al cierre de 2018.

Punto Casa de Bolsa logró colocar a Fibra EDUCA –el Fibra más grande durante el año–, por un monto de \$9,430 millones de pesos.

Más de \$1,075.1 millones de pesos, monto operado por Punto Casa de Bolsa –división Personas Físicas–, en el mercado de capitales.

\$9 millones de pesos en operación de terceros, monto de ingresos generados por Punto Casa de Bolsa –división Ventas Institucionales–.

7 colocaciones de deuda realizadas por Punto Casa de Bolsa –división Banca de Inversión–.

437 contratos nuevos en Punto Casa de Bolsa al cierre de 2018.

\$5.5 millones de pesos invertidos en innovación tecnológica en los Centros de Servicio Italika (CESIT).





# VISIÓN RESPONSABLE

La experiencia y conocimiento de los líderes de Grupo Elektra representan el soporte del compromiso de la compañía con la sustentabilidad, con el crecimiento conjunto entre el Grupo, su talento y millones de familias, así como con el impulso de iniciativas hacia la prosperidad compartida.



## CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

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

En 2018, 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. La composición del Consejo de Administración fue la siguiente:

### 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

Nombre	Cargo	Consejero desde	Edad
Ricardo Benjamín Salinas Pliego	Presidente del Consejo de Administración de Grupo Elektra	1993	63
Hugo Salinas Price	Presidente Honorario de Grupo Elektra	1993	87
Pedro Padilla Longoria	Director General de Grupo Salinas	1993	53
Guillermo Eduardo Salinas Pliego	Presidente de Grupo Avalanz	1993	59
Roberto Servitje Achutegui*	Presidente de Grupo Altex, S.C.	2000	65
Luis Jorge Echarte Fernández	Vicepresidente de Asuntos Internacionales de Grupo Salinas	2003	74
Joaquín Arrangoiz Orvañanos	Director General de Ventas y Relaciones Empresariales de Grupo Salinas	2008	62
Hugo Salinas Sada	Director General de Tiendas Neto	2017	33
Héctor Marcelino Gómez Velasco y Sanromán*	Presidente del Consejo de Administración de Grupo Netec	2010	61
Gonzalo Brockmann García*	Presidente de los Hoteles Best Western en México	2010	65

\* Consejero independiente.

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>

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.

Algunas de las principales funciones del Consejo de Administración son:

- Implementar 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 la totalidad de información legal a la Asamblea General de Accionistas que se celebre con motivo del cierre del ejercicio social.

Los miembros del Consejo de Administración han permanecido en el cargo por 17 años en promedio.



- Monitorear los principales riesgos a los que está expuesta la sociedad y personas morales que ésta controle, identificados de conformidad con la información presentada por el Director General, el Comité de Riesgos, el Comité de Auditoría y la Unidad de Administración Integral de Riesgos (UAIR).
- Ratificar 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 enmendar 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 impulsar 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 aspecto abordado 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 abordar.

## Comités

102-22

El Consejo de Administración es apoyado en la consecución de sus funciones por dos Comités:

### Comité de Auditoría

Se encuentra constituido por tres consejeros independientes. Se encarga de:

- Revisar:
  - › Los sistemas de control financiero interno
  - › Los procedimientos para la presentación de informes financieros
  - › Las actividades e independencia de los auditores internos y externos
- Evaluar las políticas y sistemas de control interno de Grupo Elektra.
- Conocer las operaciones que se realizan entre las partes relacionadas.

En 2018, el Comité de Auditoría estuvo conformado de la siguiente manera:

Nombre	Tipo de consejero	Miembro desde	Edad
Gonzalo Brockmann García	Independiente	2010	63
Marcelino Gómez Velasco y Sanromán	Independiente	2010	61
Roberto Servitje Achutegui	Independiente	2010	65

## Comité de Prácticas Societarias

Está integrado por dos consejeros independientes y uno relacionado. Sus funciones son:

- Conocer:
  - › Las políticas de inversión de Grupo Elektra
  - › El uso de bienes que conforman su patrimonio
- Aprobar y supervisar el presupuesto de inversiones de capital.
- Opinar respecto al desempeño de los directivos relevantes.

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

Nombre	Tipo de consejero	Miembro desde	Edad
Gonzalo Brockmann García	Independiente	2010	63
Roberto Servitje Achutegui	Independiente	2010	65
Guillermo Salinas Pliego	Relacionado	2010	59

En 2018, Grupo Elektra contó con el Sr. Roberto Servitje Achutegui –consejero independiente– como experto financiero en apoyo a las funciones de ambos Comités.



Adicionalmente, en octubre de 2018, el Consejo de Administración aprobó la creación del Comité de Integridad, el cual iniciará operaciones en 2019. Entre las responsabilidades de este Comité estarán:

- Diseñar, estructurar, implementar, ejecutar y evaluar el Programa de Ética, Integridad y Cumplimiento (“PEIC”).
- Verificar que las operaciones y negocios de Grupo Elektra se desarrollen con base en la ética, integridad y transparencia.
- Ejecutar un programa de capacitación en materia de anticorrupción para directivos y colaboradores.
- Atender y resolver los asuntos relacionados con el PEIC, incluyendo cualquier violación al mismo, así como a imposición de las sanciones correspondientes.
- Controlar, vigilar y auditar el PEIC, así como aprobar las modificaciones y adecuaciones al programa.

Este Comité estará integrado por tres miembros: José Alberto Balbuena Balbuena, Javier Arturo Ferrer Báez y Norma Lorena Contreras Cordero.

## EQUIPO DIRECTIVO

102-10, 102-19, 102-20

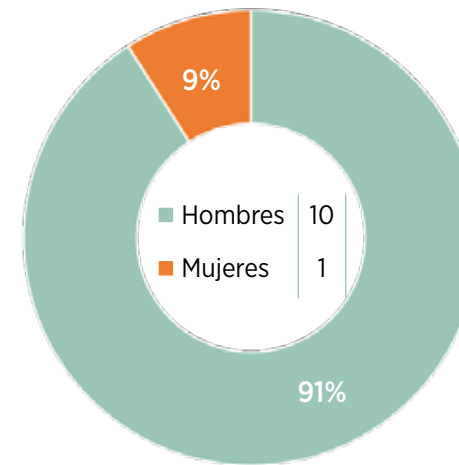
El equipo directivo de Grupo Elektra cuenta con amplia experiencia en la gestión de las diversas áreas del negocio. Durante 2018, estuvo conformado de la siguiente manera:

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 de Banco Azteca
Adriana de la Puente Martínez de Castro	Directora General de Desarrollo Humano, Comunicación e Integración de Grupo Salinas
Manuel González Palomo	Vicepresidente de Sistemas
James A. Ovenden	Director General de Advance America
Gabriel Alfonso Roqueñí Rello	Director General Jurídico y Secretario del Consejo de Administración de Grupo Elektra
Manuel Delgado Forey	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, 406: 103-1, 103-2, 103-3

405-1

Composición del equipo directivo de Grupo Elektra por género



No obstante las cifras anteriores, es importante señalar que Grupo Elektra cuenta con una política de inclusión laboral y está reforzando la meritocracia, 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.

102-10

## Italika

### Estructura operativa

Italika está compuesta por seis Direcciones de Área:

- Dirección Comercial
- Operaciones
- Experiencia cliente y marca
- Administración y Finanzas
- Recursos Humanos
- Tecnología e Innovación

Italika cuenta con tres Comités –Presupuesto, Producto y Ejecutivo– para garantizar la correcta operación de la empresa. En ellos participan alrededor de 30 colaboradores pertenecientes a las áreas de Desarrollo de Producto, Post-Venta, E-Commerce, Autoservicios, Italika en Elektra, Agencias Propias, Distribuidores Concesionados, Marketing, Ensamblika, LAM y Calidad.

En 2018 se constituyó el Comité Ejecutivo, para fungir como centro en la toma de decisiones. Así, este órgano, en conjunto con las reuniones periódicas para la revisión de diferentes ejes, conforman los mecanismos para la gestión de la estrategia de la empresa

## REMUNERACIÓN A CONSEJEROS Y DIRECTIVOS RELEVANTES

102-35, 102-36, 102-37

El monto total establecido por Grupo Elektra para el ejercicio de 2018 como remuneración a Consejeros (incluyendo el Presidente del Consejo), directivos relevantes de la sociedad e individuos con el carácter de personas relacionadas, por los servicios prestados en cualquier carácter fue de aproximadamente \$3,181 millones de pesos.

Esta cantidad fue determinada considerando los servicios prestados, los logros de la Compañía en su operación normal, así como por la realización de diversos eventos que contribuyeron a mejorar la estructura financiera de la misma y al logro de ahorros importantes, presentes y futuros relacionados con el costo financiero de los recursos. La compensación variable fue autorizada por el Comité de Prácticas Societarias y por el Consejo de Administración de Grupo Elektra. La Compañía no provee beneficios para sus Consejeros a la terminación de su asignación

## 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 del Consejo con los directivos relevantes y/o cualquier otra persona involucrada para abordar asuntos prioritarios.
- Sesiones periódicas entre los comités auxiliares, los directivos relevantes y/o cualquier otra persona involucrada.

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, correos 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.

102-28

Aunado a lo anterior, 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 en un reporte de operaciones y actividades del Consejo a la Asamblea Anual Ordinaria de Accionistas.

## CONFLICTO DE INTERESES

102-25

Con base en los lineamientos del 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, el cual, 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 otra 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

102-15, 102-29, 102-30, 102-31, FS2

Grupo Elektra cuenta con un sólido proceso para la gestión integral de los riesgos, caracterizado por un perfil conservador y a través de cual administra de manera prudente el balance y la operación, con el propósito de garantizar el mejor uso del patrimonio e inversión del capital.



En términos generales, Grupo Elektra orienta sus esfuerzos hacia la mitigación de los riesgos que afecten su capacidad para responder a los siguientes temas:

- La ampliación de la cartera de productos con opciones innovadoras para proporcionar bienestar y progreso a sus clientes.
- La expansión del alcance de sus operaciones en México y el logro de su óptimo desarrollo.
- El incremento del sentido de pertenencia los colaboradores al sentido de identidad y pertenencia, y, con ello, la disminución del índice de rotación.
- La mejora de la calidad de vida de las comunidades donde opera y el apoyo a los programas de Fundación Azteca.
- El fomento de la ecoeficiencia y del ahorro de energía en las sucursales de sus unidades de negocio.
- El impulso de la inclusión financiera y la adaptación a las necesidades los clientes atendidos.
- La facilitación del acceso a créditos a los emprendedores.
- La promoción de la cartera de productos de manera integral a través de la banca digital.
- La estandarización del servicio en la red de sucursales de Banco Azteca

La gestión de riesgos es aplicable a todas las unidades de negocio del Grupo, sin embargo, como puede observarse, desataca la atención en el negocio financiero, derivado de las actividades que en él se realizan, orientadas hacia la intermediación bancaria a través del otorgamiento de créditos al consumo y hacia la estrategia de fondeo sustentada en la captación tradicional. Este enfoque permite que, en todo momento, la operación realizada por la institución sea prudencial y sin carácter especulativo, con el fin de asegurar la asignación eficiente de recursos hacia la colocación de crédito.

Los principales riesgos identificados en las operaciones de Banco Azteca son:

- Riesgos de crédito
- Riesgos de liquidez
- Riesgos de mercado
- Riesgos operacionales

Banco Azteca ha adoptado un robusto conjunto de controles para evitar la materialización de los riesgos y su impacto, los cuales se encuentran sustentados en directrices institucionales y en la legislación aplicable, así como en las mejores prácticas formuladas a nivel nacional e internacional. Algunos de estos instrumentos son:

- Manuales de políticas y procedimientos: describen los objetivos, los procesos y las



diversas metodologías utilizadas para la administración de riesgos en las instituciones financieras.

- Información sobre los objetivos y resultados de la gestión de riesgos: disponible para el público inversionista y público en general en los estados financieros y sitios corporativos.

Asimismo, para cada riesgo financiero se han implantado herramientas de medición y de gestión especializadas, entre las que se encuentran modelos de Credit Scoring, la metodología de Basilea, procedimientos establecidos en la Circular Única de Bancos emitida por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, modelos internos de calificación de pérdida esperada, de

reservas y capital de la cartera de consumo de facturación semanal, de valuación de activos, de calificaciones paramétricas, estimación de la exposición al riesgo y metodologías estadísticas.

Los resultados de estas herramientas fueron evaluados en la sesión del Comité de Riesgos que tuvo lugar en febrero de 2018; en ella, se expuso la revisión anual de Auditoría y se informaron los resultados del ejercicio 2017 (Artículo 76), la cual fue realizada por un experto independiente y revisó los siguientes aspectos cualitativos de la Administración de Riesgos

- Objetivos, lineamientos y políticas aprobados por el Consejo.

- Organización e integración de la Unidad de Administración Integral de Riesgos.
- La suficiencia de los sistemas de procesamiento de información.
- Fuentes de información.
- Modificación de los modelos de medición.
- Aprobación y funcionamiento de los modelos de medición.
- Modificación de límites de exposición y niveles de tolerancia al riesgo.
- Contraloría Interna.
- El desarrollo de las funciones de la Administración Integral de Riesgos.
- Observancia del modelo de evaluación de riesgo.
- Validaciones y revisiones internas y/o externas de las metodologías de gestión.
- Frecuencia, oportunidad, integridad y calidad de los reportes de riesgos.
- Comparación de las estimaciones de riesgo con respecto a los resultados observados.

La conclusión de la auditoría fue que, con base en la documentación revisada, se considera que el estado que guarda la administración de riesgos es adecuado de acuerdo al nivel de riesgo de la Institución, cumpliendo de manera satisfactoria los compromisos propuestos en términos regulatorios y los objetivos específicos de cada unidad de negocio de Banco Azteca.

## UNIDAD DE ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS (UAIR)

### Principio 1



Entre los instrumentos con los que Banco Azteca cuenta para evitar la materialización de los riesgos inherentes a sus operaciones se encuentra la Unidad de Administración Integral de Riesgos (UAIR), cuya misión 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 Administración Integral de Riesgos”. Con ello, busca que juntos transformen el riesgo en oportunidad.

Para garantizar el desempeño eficiente del proceso integral de Administración de Riesgos, la UAIR ha establecido un conjunto de objetivos específicos, tales como:

- Promover el desarrollo de una cultura de Administración Integral de Riesgos para la aplicación eficiente de políticas y procedimientos prudenciales.
- Instituir una clara estructura organizacional para la correcta difusión y aplicación del Manual de Políticas

y Procedimientos en Materia de Administración Integral de Riesgos.

- Contar con prácticas sólidas en materia de Administración Integral de Riesgos, consistentes con los criterios establecidos por las autoridades nacionales y con las recomendaciones formuladas en el ámbito internacional.
- Implementar las herramientas necesarias para la identificación, medición, vigilancia, limitación, control, información y revelación de los distintos tipos de riesgos cuantificables y no cuantificables desde una perspectiva integral, congruente con la misión institucional y con la estrategia de negocios constituida por el Consejo de Administración.

Los principales logros o avances en la gestión de riesgos durante 2018 fueron los siguientes:

- La definición e implementación de una nueva estructura del área de Administración Integral de Riesgos (AIR).
- La evaluación y recalibración de los modelos de Credit Scoring utilizados en la originación.
- El desarrollo de modelos de “Behavior Score” para 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.

Las líneas estratégicas prioritarias de Banco Azteca hacia 2019 para la atención de los riesgos a los que se encuentra expuesto son:

- Aumentar la calidad de la cartera de clientes nuevos y de recompra de préstamos. Consumo, Italika, entre otros.
- Agilizar y mejorar la toma de decisiones de riesgo.
- Mejorar la evaluación de clientes estableciendo una metodología de *Customer Data Platform* (CDP).
- Innovar para mejorar el proceso de evaluación de clientes de alto riesgos (rescate).



## CONTINUIDAD DEL NEGOCIO

Principios 7 y 8



El área de riesgos de Banco Azteca cuenta con controles y procesos de Plan de Continuidad de Negocio, Plan de Recuperación de Desastres y Protección Civil en respuesta a eventos derivados del cambio climático, cuyo alcance es México y América Latina. Estos planes están enfocados principalmente en los escenarios relevantes de indisponibilidad emitidos por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) en la Cir-

cular Única de Bancos dentro del Anexo 67 –Requerimientos Mínimos del Plan de Continuidad de Negocio–.

En caso de una contingencia, el Plan de Continuidad de Negocio considera la actuación oportuna para salvaguardar la seguridad de los colaboradores, así como la recuperación de inmuebles, mobiliario y equipo, sistemas y telecomunicaciones, valores, cajeros automáticos, expedientes y clientes.

102-11, 201-2

Banco Azteca cuenta con reservas de previsión ante riesgos catastróficos, las cuales consisten en la cobertura de:

- Terremoto y/o erupción volcánica; la finalidad de esta reserva es solventar las obligaciones contraídas por los seguros de terremoto de los riesgos retenidos, es acumulativa y sólo podrá afectarse en caso de siniestros, previa autorización de la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF).
- Huracán y otros riesgos hidrometeorológicos, la cual cubre las obligaciones contraídas por la Compañía por los seguros de riesgos hidrometeorológicos, es acumulativa y sólo podrá afectarse en caso de siniestros, previa autorización de la CNSF.

El incremento de dichas reservas se realiza con la liberación de la reserva de riesgos en curso de retención de los ramos de terremoto y/o erupción volcánica y de riesgos hidrometeorológicos, respectivamente, y con la capitalización de los productos financieros. El saldo de estas reservas tendrá un límite máximo determinado mediante el procedimiento técnico establecido en las reglas emitidas por la CNSF.

Durante 2018, el Sistema de Continuidad del Negocio de Banco Azteca presentó avances en diferentes vertientes:

- Desarrollo y autorización de la Metodología del Análisis de Impacto al Negocio y Análisis de Riesgos.

- En función de la reestructura de Banco Azteca, se diseñó la estructura del equipo de Continuidad del Negocio de acuerdo con las mejores prácticas.
- Capacitación al equipo de Continuidad del Negocio en el uso de la herramienta de contingencias FACT24, para la activación de alarmas en caso de pruebas o contingencias.
- Auditoría SPID y actualización de la información del Sistema de Pagos Interbancarios en Dólares (SPID), de acuerdo con los requerimientos de BANXICO.
- Realización de pruebas y actualización del directorio del personal de contingencia en las áreas de Tesorería, AFORE y Cobranza, con el objetivo de identificar posibles impactos operativos, definir planes de acción y dar seguimiento a las actividades con cada uno de los responsables.
- Visitas a las sucursales para revisar las “Guías en caso de Contingencia” y validar con el Gerente y Subgerente de la sucursal, la funcionalidad de estas guías en diferentes escenarios, como falla de sistemas o tecnológica, inundaciones, levantamiento social y sismos. Se definió elaborar un check list de respuesta para contingencias, obtener la plantilla de colaboradores afectados y ejecutar el proceso de apoyo.



Asimismo, el equipo de Continuidad del Negocio participó en la atención de contingencias, como son:

- Afectaciones a cajeros automáticos
- Inundaciones en Sinaloa
- Huracán Rosa, Baja California
- Movilizaciones sociales con motivo del 50 aniversario del 2 de octubre
- Huracán Michael, Quintana Roo
- Huracán Willa / Tormenta Tropical Vicente, Sinaloa
- Corte de agua, Ciudad de México
- Ciberataque SPEI, en el que BANXICO desconectó a varios bancos de SPEI y solicitó usar el procedimiento “Cliente Operación Alterno SPEI”; se llevó a cabo la documentación del procedimiento de contingencia COAS SPEI

## AUDITORÍA

FS9

Principios 1 y 2



“En la sesión de febrero de 2018 del Comité de Riesgos, se expuso la revisión anual de Auditoría y se informaron los resultados del ejercicio 2017 (Artículo 76). Dicha Auditoría fue realizada por un experto independiente (GQC Consultores) y

revisó los siguientes aspectos cualitativos de la Administración de Riesgos:

- Objetivos, Lineamientos y Políticas aprobados por el Consejo.
- Organización e integración de la unidad Administración Integral de Riesgo.
- La suficiencia de los sistemas de procesamiento de información.
- Fuentes de Información.
- Modificación de los Modelos de Medición.
- Aprobación y funcionamiento de los Modelos de Medición.
- Modificación de límites de exposición y niveles de tolerancia de riesgo.
- Contraloría Interna.
- El desarrollo de las funciones de la Administración Integral de Riesgos.
- Observancia del modelo de evaluación de riesgo.
- Validaciones y revisiones internas y/o externas de las metodologías de gestión.
- Frecuencia, oportunidad, integridad y calidad de los reportes de riesgos.
- Comparación de las estimaciones de riesgo respecto de resultados observados.

La conclusión de la auditoría fue la siguiente: “Con base a la revisión y documentación revisada, se considera que el estado que guarda la administración de riesgos, es adecuada de acuerdo al apetito de riesgo de la institución”.

## CIBERSEGURIDAD



Grupo Elektra cuenta con un importante instrumento para gestionar la seguridad: el Despacho de Seguridad de la Información (DSI). Su objetivo es establecer los lineamientos institucionales, políticas y prácticas de seguridad de la información, aplicables a todas las unidades de negocio de Grupo Salinas, así como a las personas que, directa o indirectamente, prestan sus servicios profesionales dentro de las mismas.

El DSI gestiona el diseño e implementación del modelo de Seguridad de Grupo Salinas, el cual considera:

- Gestión de accesos lógicos
- Seguridad para aplicaciones y bases de datos
- Seguridad de redes
- Cumplimiento normativo de seguridad
- Creación de cultura de seguridad
- Protección perimetral de seguridad

Las herramientas con las que cuenta el DSI se basan en diversas tecnologías, utilizadas de acuerdo con el control del modelo de ciberseguridad:

La misión del DSI es proteger la información y el patrimonio informático de Grupo Salinas, ante eventos que busquen afectar su integridad, confidencialidad y disponibilidad, generando valor a sus unidades de negocio.

- Sistemas de prevención de intrusos
- Herramientas para protección de equipos de cómputo y dispositivos
- Correlacionador de eventos
- Herramientas de verificación de integridad de archivos
- Equipos de monitoreo de seguridad con tecnología de punta
- Sistemas de protección perimetral y a nivel aplicativo
- Bloqueo y prevención de ataques hacia bases de datos
- Tecnología de gestión de identidades para accesos lógicos

El DSI evalúa la efectividad de estas herramientas a través de un área especializada, denomi-





nada DSI Labs. Dentro de sus funciones se encuentran analizar nuevas tecnologías de punta, afinar y optimizar su implementación, así como comparar al menos una vez al año las nuevas tecnologías a nivel mundial con respecto a lo implementado en ese momento.

El 2018, el DSI logró:

- La implementación y migración de tecnología de autenticación de aplicaciones por nueva tecnología de punta para la gestión de accesos lógicos.
- La activación en más de 25,000 colaboradores para el uso de tecnología

de autenticación con doble factor (uso de token).

- El incremento de la seguridad en el manejo de contraseñas de usuarios privilegiados con el uso de bóveda, seguida de contraseñas para equipos de comunicaciones, servidores, bases de datos y aplicaciones.

.Los objetivos del DSI para 2019 son:

- Reducir el riesgo de fraude cibernético para evitar pérdidas económicas e impacto en las empresas de Grupo Salinas.
- Integrar a la estrategia de Transformación Digital el modelo de ciberseguridad del

Grupo, adaptado a su visión y modelo de desarrollo, lo que permitirá crear productos ágiles y seguros.

- Minimizar los riesgos asociados a la gestión de usuarios y contraseñas privilegiadas.

Aunado a lo anterior, el área de Continuidad del Negocio de Banco Azteca está trabajando en un plan de acción institucional enfocado a la atención de ciberataques, de conformidad con las obligaciones en materia de ciberseguridad emitidas por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), artículo 164 Responsabilidades de la Dirección General. De esta manera, la labor se

centrará en la previsión de las medidas que se estimen necesarias para que las transacciones u operaciones de la Institución y el Sistema de Control Interno, sean congruentes entre sí, adoptando, entre otras, las medidas siguientes:

- Proteger la integridad y adecuado mantenimiento de la infraestructura tecnológica, incluidos los sistemas automatizados de procesamiento de datos y redes de telecomunicaciones.
- Asegurar el seguimiento a procedimientos, estructuras organizacionales y políticas de seguridad de la información acordes con la Institución.



# INTEGRIDAD Y CULTURA

102-16

Principios 1, 2, 4 y 6

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.



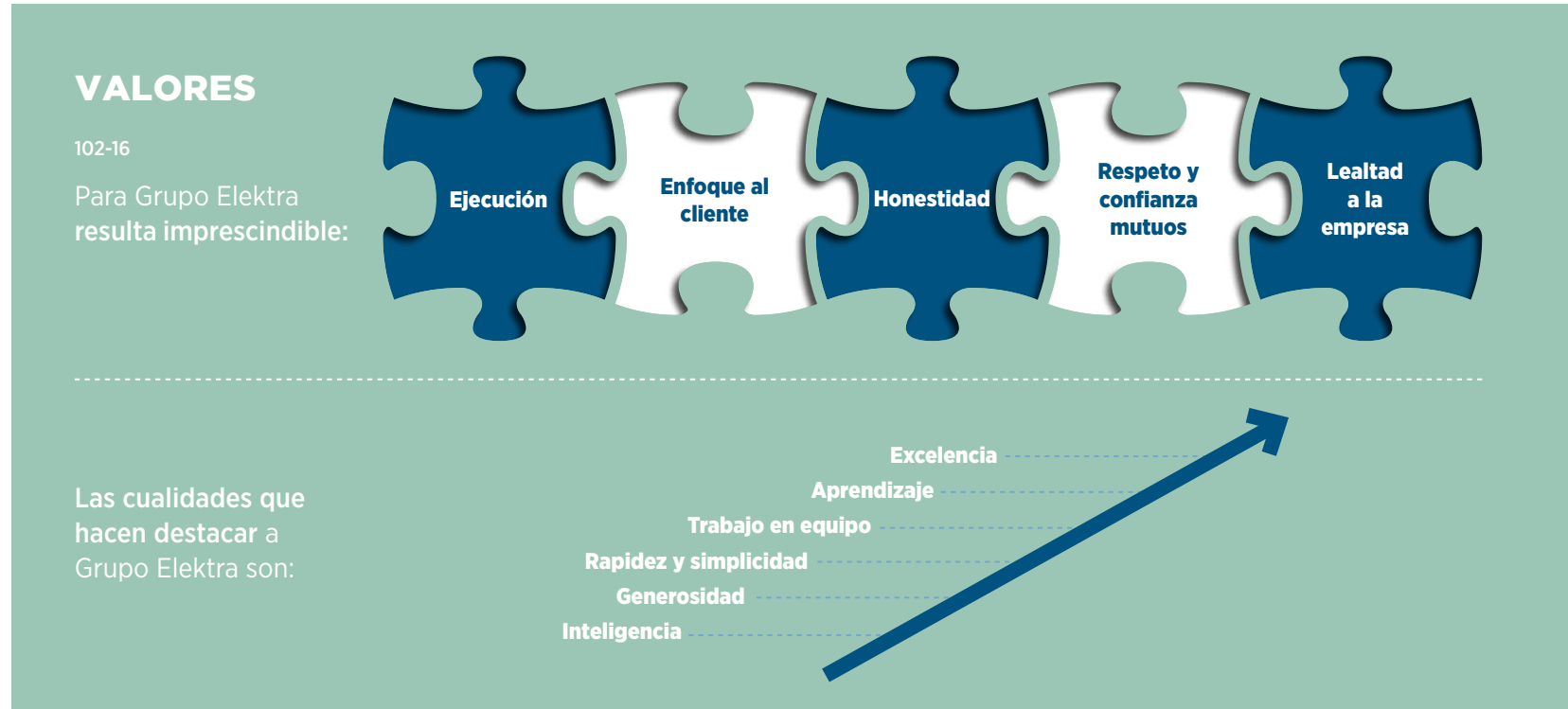
En 2018, el Grupo continuó con el proceso de transformación y fortalecimiento de la cultura corporativa, elementos diferenciadores que garantizan la autenticidad de sus empresas en cuanto a la generación de valor hacia sus grupos de interés.

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.

## CÓDIGO DE ÉTICA

102-16

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 ho-



nestidad, 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.



16,473 colaboradores de Tiendas Elektra capacitados en cuestiones éticas en 2018 a través de dos cursos *online*.

82,365 horas de capacitación impartidas a colaboradores de Tiendas Elektra por medio de un video sobre discriminación.

1,529 colaboradores de Banco Azteca capacitados en cuestiones éticas; 8,938 horas de formación 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  
102-26

Grupo Elektra está convencido de que es posible realizar negocios de manera ética, honesta y responsable, por lo que contar con medidas antio-

rrupción es de suma relevancia para el Grupo, a fin de dar cumplimiento a diversas disposiciones legales aplicables en la materia, como la Ley Federal para la Prevención e Identificación de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita y su regulación secundaria.

De esta manera, en octubre de 2018, el Consejo de Administración de Grupo Elektra estableció tres acciones clave para fortalecer la conducta honesta por parte de todos quienes forman parte del Grupo:

- Ratificó el principio de “Conducta Ética en los Negocios y Tolerancia Cero al Soborno y a la Corrupción”.
- Aprobó la creación de un órgano intermedio de administración autónomo denominado “Comité de Integridad”.

- Instruyó al Comité de Integridad el diseño, creación e implementación del Programa de Ética, Integridad y Cumplimiento (“PEIC”), el cual atenderá las mejores prácticas nacionales e internacionales en materia de combate al soborno y a la corrupción; basado en un análisis y evaluación de riesgos de corrupción que pueden afectar a la sociedad y sus operaciones.

El Comité de Integridad es responsable de:

- Diseñar, estructurar, implementar, ejecutar y evaluar el PEIC
- Verificar que las operaciones y negocios de Grupo Elektra se desarrollen de forma ética, íntegra y transparente.
- Atender y resolver cualquier asunto relacionado con el Programa de Integridad de la Compañía, incluyendo cualquier violación al mismo y la imposición de las sanciones correspondientes.

Este Comité debe presentar un informe anual al Consejo de Administración sobre el estado de

205-1

En 2018, 100% de las operaciones de Italka en México y 10% en Latinoamérica fueron evaluadas en anticorrupción y PLD.

operación y funcionamiento del PEIC, así como las medidas para la mejora continua.

El Comité de Integridad se encuentra conformado por tres miembros designados por la Asamblea de Accionistas y cuenta con el apoyo de un Director General de Cumplimiento para ejecutar y aplicar las políticas de combate a la corrupción.

Para Italka, el establecimiento de principios, bases generales, políticas y procedimientos relativos al cumplimiento legal concerniente a los temas de anticorrupción y prevención de lavado de dinero, así como la impartición de capacitación a los colaboradores, son procesos importantes, pues representan un conjunto de instrumentos que posibilitan la anticipación y detección, al igual que la verificación mensual del valor de las facturas que ingresan a la empresa y su coincidencia con el registro en los sistemas contables. En 2018, Italka continuó con este proceso de evaluación, tanto en México como en el resto de los países de Latinoamérica, identificando como área de oportunidad la implementación de nuevos procesos actualizados, de conformidad con la dinámica de crecimiento del negocio.



16,473 colaboradores de Tiendas Elektra capacitados en anticorrupción en 2018.

## PREVENCIÓN DE LAVADO DE DINERO (PLD)

El lavado de dinero y financiamiento al terrorismo generan afectaciones económicas y financieras en todos los niveles y, a mediano y largo plazo, perjudican el tejido social y el patrimonio de las familias y de la sociedad. Entre otros efectos, estas situaciones permiten a la red criminal incrementar su capacidad logística y operativa, generan corrupción y debilitamiento de las instituciones públicas, además de distorsionar el movimiento de los mercados.

Para Banco Azteca es prioritario prevenir el Lavado de Dinero y Financiamiento al Terrorismo, así como cumplir y hacer cumplir la normativa en la materia. Es así como la Institución tiene la responsabilidad de identificar los bienes lícitos e ilícitos, con la finalidad de prevenir el Financiamiento del Terrorismo en México y Latinoamérica y, con ello, evitar el apoyo a grupos delictivos.

De esta forma, Banco Azteca cuenta con la Unidad Global de Prevención de Finanzas Ilícitas de Banco Azteca, cuyo compromiso es brindar respuesta puntual y certera a las obligaciones de-

1,972 colaboradores de Banco Azteca capacitados en anticorrupción en 2018; 6,153 horas de formación impartidas.

derivadas de las regulaciones locales y estándares internacionales, de manera eficiente y con base en altos estándares de calidad, con la finalidad de minimizar el riesgo del uso de la Institución en México y Latinoamérica como medio para realizar operaciones de procedencia ilícita y para el financiamiento al terrorismo, buscando proteger el patrimonio de los accionistas y brindar la mejor atención a los clientes y usuarios.

La Unidad Global de Prevención de Finanzas Ilícitas de Banco Azteca ha creado el programa de Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento al Terrorismo (PLD/FT), el cual tiene un enfoque basado en riesgo, atendiendo estándares internacionales y directrices locales, de tal forma que asegura el cumplimiento de las directrices establecidas por la legislación *Bank Secrecy Act* de Estados Unidos. Este programa atiende los cinco pilares en la materia:

- Controles internos
- Oficial de cumplimiento
- Revisión independiente
- Capacitación
- Identificación de beneficiarios finales

Por otra parte, para garantizar el cumplimiento de los objetivos institucionales, Banco Azteca cuenta con un robusto conjunto de políticas internas, todas ellas públicas en el portal corporativo y disponibles para todos los colaboradores de la Institución, incluso para los miembros del órgano de gobierno. Entre ellas destacan:

- Código de Conducta
- Manual de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo
- Guía Operativa-Tratamiento de alertas
- Política Conoce a tu Cliente / Empleado / Proveedor

Además, los colaboradores poseen diversas herramientas orientadas hacia el cumplimiento, que permiten, tanto a los analistas del área de PLD como al personal ubicado en Geografía (sucursales) cumplir de manera adecuada con su rol en el proceso de prevención:

- Botón Operación Sospechosa (BOS) / Botón de Operación Inusual (BOI) en la primera línea de defensa y, en Geografía, al realizar la operación.

- Sistema de monitoreo de PLD, para el seguimiento de alertas.
- Análisis de operaciones inusuales y determinación de operaciones sospechosas.
- Matriz de riesgo de clientes y usuarios.
- Revisión de Listas Negras internas e internacionales.
- Procedimientos de debida diligencia a clientes, incluyendo aquellos correspondientes al régimen reforzado, clientes con calidad de Personas Políticamente Expuestas –PEP, por sus siglas en inglés–, proveedores, contrapartes y colaboradores.
- Sólida estructura de Gobierno Corporativo.

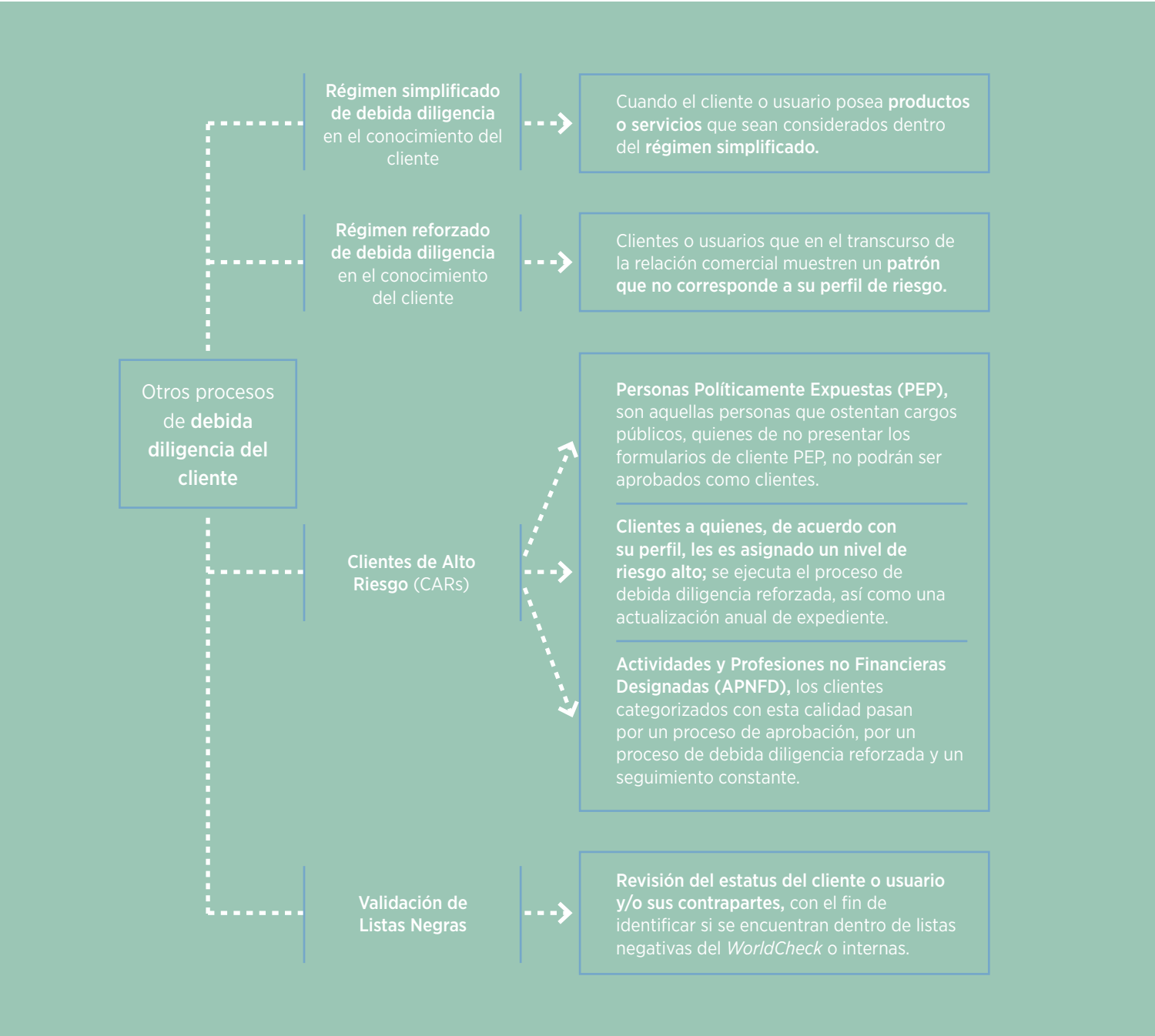
## CONOCIMIENTO DEL CLIENTE

La determinación del cliente es una acción fundamental para la prevención de lavado de dinero y financiamiento al terrorismo. En él se identifica a la persona natural o jurídica que contrata para la prestación de algún servicio o suministro de cualquier producto financiero, para lo cual, la debida diligencia basada en riesgos establece que las disposiciones son aplicables a todos los clientes, independientemente de sus características personales o de la frecuencia con la que realizan operaciones.

En el proceso de debida diligencia en términos de conocimiento del cliente debe definirse cla-

ramente la información necesaria en las etapas de identificación, verificación y monitoreo. Los objetivos de las dos primeras fases son recabar y confirmar la información del cliente o usuario, mientras que en la etapa de monitoreo es posible evaluar la pertinencia de continuar con la relación comercial.

Adicionalmente, ante la inclusión de un nuevo cliente o usuario, éste debe ser verificado bajo distintos estándares de mitigación de riesgo, cuando el escenario corresponda a alguno de estos parámetros particulares, mientras que el procedimiento de debida diligencia en el conocimiento del cliente permanecerá durante el transcurso de su actividad comercial.



Asimismo, con la finalidad de detectar operaciones inusuales y/o sospechosas, Banco Azteca cuenta con dos tipos de alertas:

- **Cuantitativas**, las cuales dependen del sistema automatizado de PLD, mismo que reporta operaciones que obedecen a parámetros transaccionales, considerando factores de riesgo del cliente, producto, servicio, canal, zona geográfica y transaccionalidad
- **Cualitativas**, las cuales son detectadas y comunicadas por los colaboradores de las sucursales y que pueden deberse a alguno de los escenarios descritos anteriormente, o bien, a situaciones propias del cliente o usuario.

El análisis de las alertas es realizado con base en la consulta de diversas fuentes, con el objetivo de recabar y recopilar información que permitirá contar con el conocimiento suficiente sobre el motivo de la operación realizada, el origen de los fondos y el beneficiario real de los recursos. De esta manera, es posible identificar si puede tratarse de una operación inusual o sospechosa.

En Banco Azteca se ha priorizado la implementación de metas y objetivos que permitan dar cumplimiento a las regulaciones nacionales e internacionales en materia de PLD/FT y, para hacerlo posible, se han impulsado estrategias y controles para valorar la efectividad en el cum-

## En Guatemala, Banco Azteca participó en la Evaluación Nacional de Riesgo, liderada por el Banco Mundial con la cooperación de la Superintendencia de Bancos. La publicación de los resultados de la evaluación se tiene prevista para 2019.

plimiento de las metas de los programas de PLD/FT y de las observaciones regulatorias, entre los que destacan:

- Auditoría interna, proceso para evaluar el diseño y la aplicación del sistema de prevención y gestión de riesgos en lavado de dinero y financiamiento a actividades terroristas.
- Auditoría externa, la cual emite un informe independiente de cumplimiento de forma anual.
- Auditorías por parte del regulador, realizadas con base en el programa anual de trabajo por la autoridad reguladora de PLD.

Los principales temas analizados en estas auditorías –aplicables a todas las unidades de negocio de Banco Azteca en México y Latinoamérica– son:

- Estructura interna
- Programa de cumplimiento
- Debida diligencia en el conocimiento del cliente
- Gestión y evaluación del riesgo de lavado de activos

- Sistema de información y monitoreo de transacciones
- Reporte de operaciones sospechosas
- Reportes periódicos
- Programa de implementación
- Revisiones del regulador
- Manual de PLD/FT
- Información del sujeto obligado

Por otra parte, a nivel corporativo Banco Azteca cuenta con dos fuentes de análisis:

- Centro de Monitoreo. Su objetivo es generar análisis estratégicos por medio de los patrones de riesgo identificados en la operación de las unidades de negocio de Banco Azteca. En todo momento se

garantiza la secrecía de la información de cada uno de los negocios.

- Área de verificación del cumplimiento preventivo de los controles PLD/FT. Funge como órgano de revisión adicional y forma parte del área de Cumplimiento y de la Administración del Banco.

Derivado de los hallazgos de estos procesos de evaluación, se realizan planes de acción preventivos y correctivos que permiten la mejora continua de los programas, políticas y procesos en materia de PLD/FT.

Al cierre de 2017 se estableció un conjunto de metas y objetivos a atender en 2018 y en los

## En Honduras, Banco Azteca se incorporó a la Asociación Hondureña de Instituciones Bancarias (AHIBA), participando en los comités convocados para los Oficiales de Cumplimiento y en los que se expusieron los casos relevantes en materia de PLD/FT.



## 7,177 colaboradores informados sobre las políticas y procedimientos de Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento al Terrorismo al cierre de 2018; 100% de la plantilla en Latinoamérica.

cuales se tuvieron logros y avances importantes, entre ellos:

- Robustecimiento de la cultura de PLD dentro de la Institución.
- Optimización de los procesos internos de las unidades de PLD.
- Implementación del Plan Antiextorsión para Corporativos y Geografía (sucursales).
- Mejora de los cursos de capacitación, atendiendo a las necesidades de las sucursales en Geografía.
- Fortalecimiento del proceso de identificación de personas sujetas a programas de sanciones internacionales y locales (Listas Negras).
- Reforzamiento del proceso de identificación y monitoreo de PEPs.
- Mejora del proceso de atención a corresponsalía bancaria.
- Fortalecimiento de los programas de conocimiento del cliente y debida diligencia reforzada, a través de la consolidación de la gestión en diversas áreas de negocio.
- Afianzamiento de la gestión con

los negocios para la actualización de expedientes de Clientes de Alto Riesgo.

- Coordinación de acciones para mejorar la integridad de la información de clientes y usuarios con la totalidad de las unidades de negocio.

Cada país cuenta con un Comité de PLD/FT, órgano colegiado encargado de recibir todas las observaciones y modificaciones a las políticas por parte del Oficial de Cumplimiento. El Comité sesiona de forma mensual o bimensual dependiendo de cada país, realizando un monitoreo permanente sobre la correcta aplicación de los lineamientos establecidos en las políticas de PLD/FT.

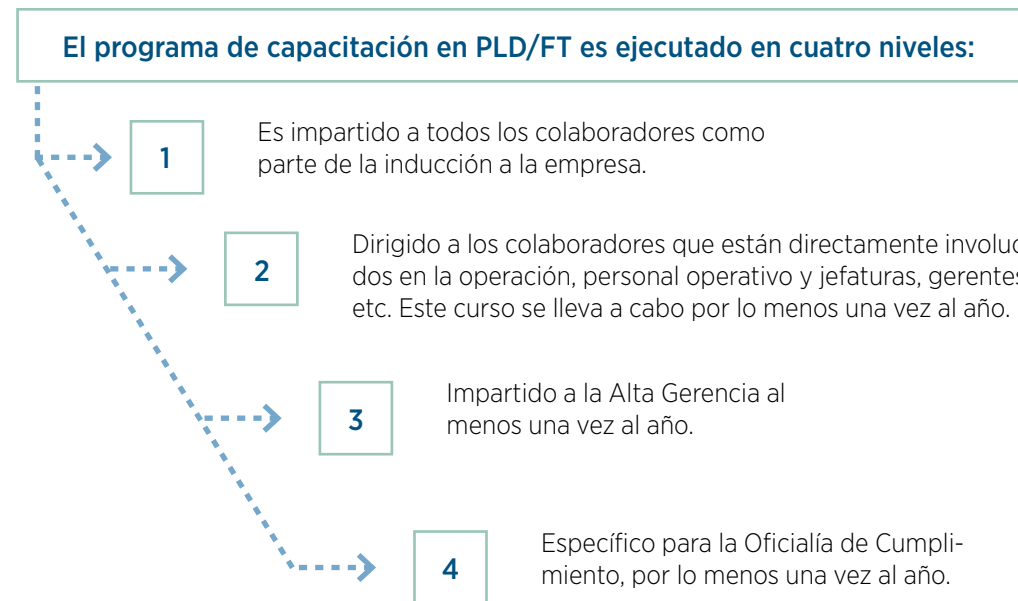
De la mano del conocimiento de las políticas y procedimientos en la materia, con el propósito de generar una cultura de prevención y evitar que se realicen transacciones relacionadas con delitos, la Unidad Global de Prevención de Finanzas Ilícitas de Banco Azteca imparte capacitación en PLD/FT de manera anual, a través de múltiples herramientas *-e-learning*, capacitación presencial y confe-

## En 2018, Banco Azteca logró ampliar el alcance de la formación en materia de PLD/FT, logrando capacitar 6,993 colaboradores en Latinoamérica.

rencias, entre otras-. Esta formación es impartida a nivel local en todo el territorio de México y de cada país de Latinoamérica en donde Banco Azteca tiene presencia, cubriendo al 100% de los colaboradores, desde Asesores, Cajeros y Gerentes de Agencia hasta la Alta Gerencia.

La capacitación incluye módulos específicos sobre el apego y cumplimiento de las políticas in-

ternas en PLD/FT que todos los colaboradores, incluidos los miembros del órgano de gobierno, deben cumplir. Abarca el conocimiento regulatorio, la importancia de las acciones preventivas, técnicas que permiten a los colaboradores y funcionarios detectar las operaciones que pueden estar vinculadas con el lavado de dinero y el financiamiento a actividades terroristas, así como las medidas para proceder en tales casos.



Una vez finalizado el programa de capacitación, se aplican evaluaciones a los colaboradores. En el caso de la capacitación presencial, la evaluación es realizada inmediatamente después de la finalización del curso; si un colaborador obtiene una calificación reprobatoria, es decir, menor a 80/100, tendrá la obligación de asistir nuevamente al curso, a realizarse en los días posteriores y en la sede que se defina. Es importante señalar que existe un programa de sanciones corporativas en caso de reincidencia en el incumplimiento o no acreditación del curso.

Para permear los procesos para PLD/FT hacia otras instancias, durante el proceso de contratación de un servicio, Banco Azteca hace del conocimiento de los sujetos obligados y proveedores, los lineamientos generales en la materia. Sin embargo, por temas de confidencialidad y resguardo de la información, no se proporciona acceso a las políticas y procedimientos.

Con el fin de contribuir a la mejora continua y al robustecimiento de la estructura e instrumentos para la Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento al Terrorismo, Banco Azteca ha establecido objetivos claros en diversos ejes, a ser atendidos en 2019:

- Análisis de alertas y casos. Fortalecer el modelo de gobierno corporativo en materia

de PLD para la óptima toma de decisiones en los casos analizados.

- *Coverage Assessment*. Evaluar los escenarios de alerta en México y en cada uno de los países de Latinoamérica para mejorar los análisis de operaciones, mediante la creación o adecuación de escenarios de alertamiento.
- Políticas y procesos de análisis. Definir y

aprobar la nueva política y procesos a nivel Corporativo, con el objetivo de optimizar los análisis, investigación y documentación de casos por cada país, en relación con los países que cuentan con una política y procesos aprobados.

- Capacitación. Formar a los Oficiales de Cumplimiento y analistas de PLD para la implementación de la nueva política

y procesos, identificando el número de colaboradores a capacitar y la proporción de la plantilla que ya ha sido capacitada.

- Gestión de casos. Administrar los casos a analizar con base en la política, con la finalidad de presentarlos a los Comités de PLD, detectando el número de casos a gestionar y el número de casos ya analizados con la aplicación de la metodología.





# HONESTIDAD

102-17, 102-44

Principios 1, 2, 4 y 6



Para reforzar la comunicación dentro de la compañía, Grupo Elektra fomenta el uso de canales

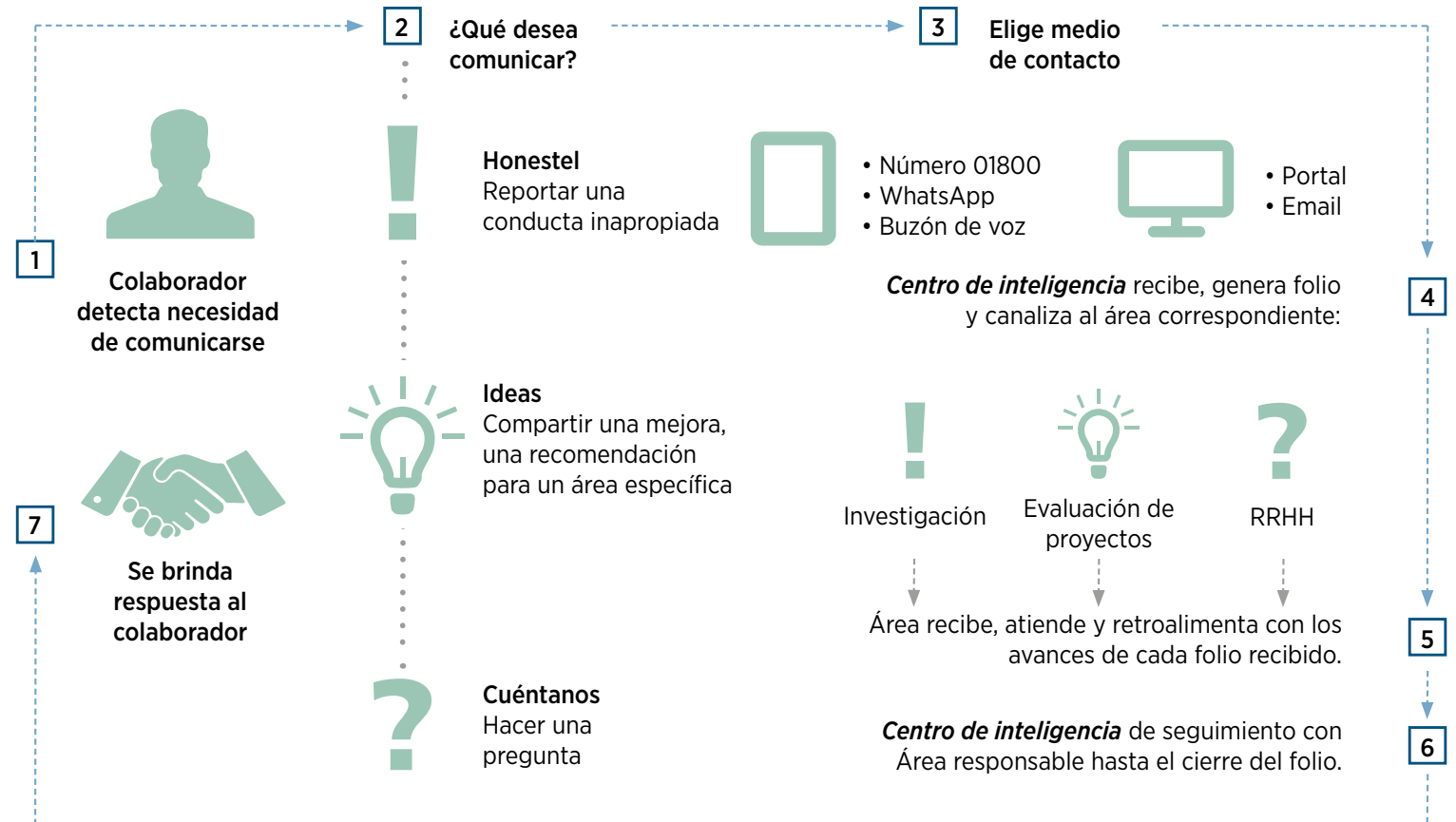
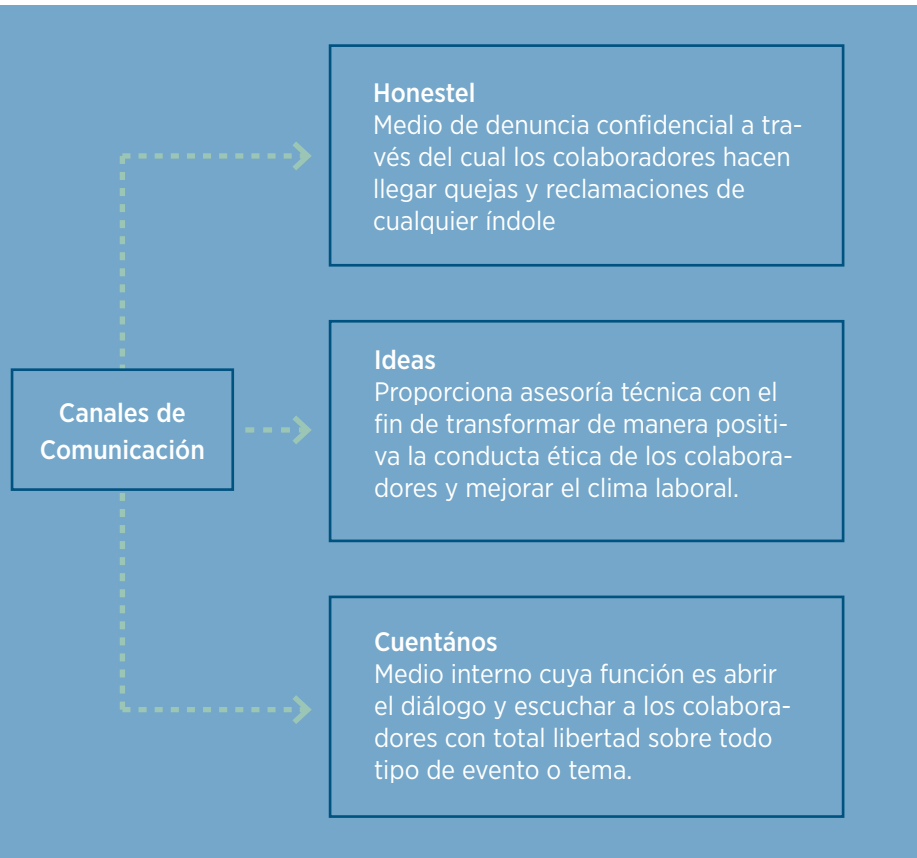
de contacto directo entre los colaboradores y la Dirección. Así, los colaboradores están al tanto de lo que sucede en la compañía y tienen la certeza de que sus ideas, consultas y reportes son tomados en cuenta.

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 a través 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, porcentaje de folios recibidos en los que no se proporcionan datos por parte de las personas que hacen llegar sus comentarios, lo que demuestra el porcentaje de confianza hacia los canales



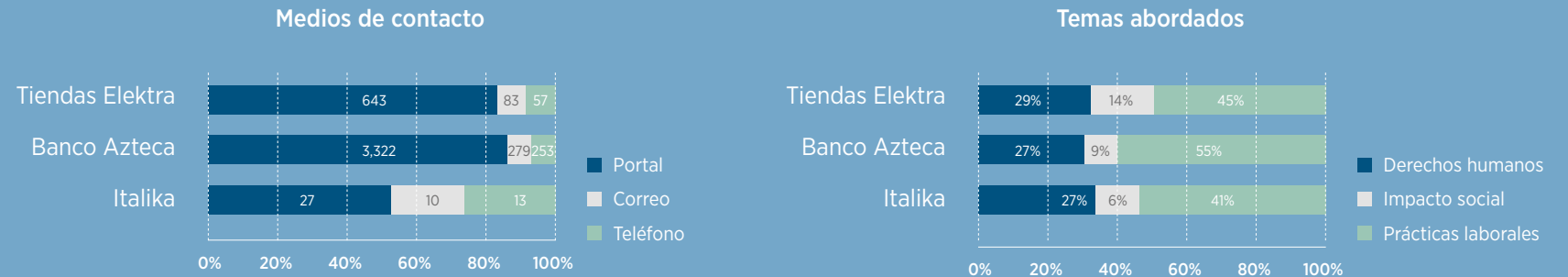
- › Efectividad, porcentaje de investigaciones efectivas, proyectos implementados y preguntas resueltas
- › Tiempo de atención a cada folio, indicador que es medido desde el día en que el folio es enviado para su atención, hasta que se recibe una respuesta satisfactoria en la atención de éste

En 2018 se recibieron 4,687 denuncias a través de Honestel y se llevaron a cabo 3,025 investigaciones, de las cuales procedió el 64%.

87% de las investigaciones confirmadas fueron cerradas en 2018.

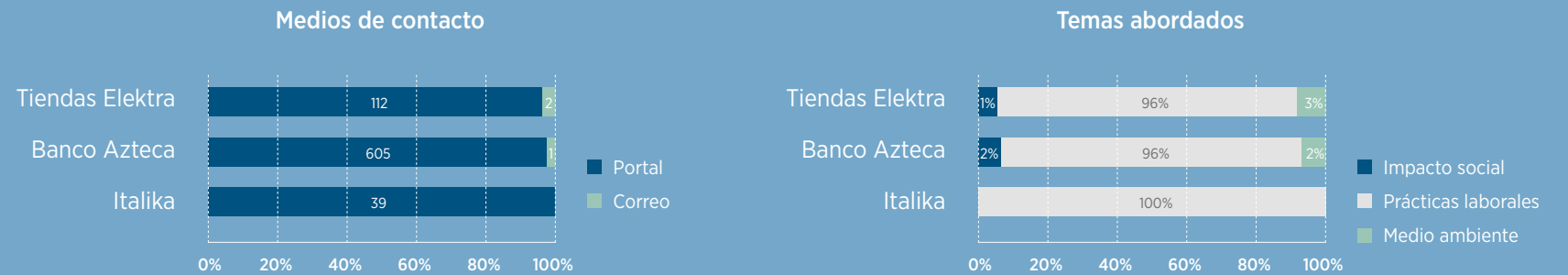
4,687 denuncias recibidas a través de Honestel en 2018, 8% menos que en 2017.

## HONESTEL



4% de las interacciones representaron faltas al Código de Conducta; 26 de ellas fueron comprobadas y cerradas.

## IDEAS



759 interacciones recibidas por medio del canal Ideas, decremento del 31% con respecto al año anterior.



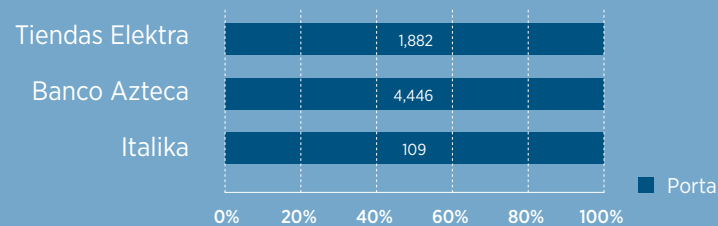
En 2018, 645 colaboradores de Grupo Elektra fueron capacitados en el uso de los canales Honestel, Ideas y Cuéntanos; 645 horas de formación.

659 investigadores de Grupo Elektra capacitados en 2018; 15,816 horas de formación.

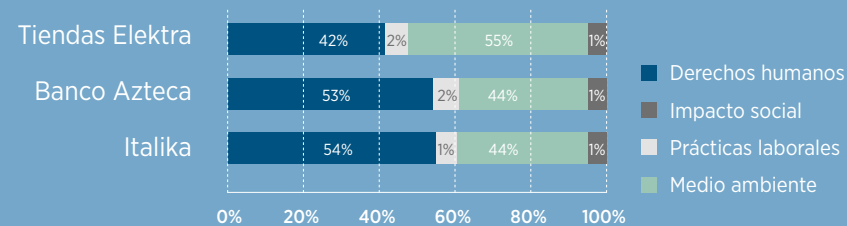


## CUÉNTANOS

Medios de contacto



Temas abordados



6,437 interacciones recibidas a través del canal Cuéntanos, reducción de 10% con respecto a 2017.

# COMPROMISO COMPARTIDO

GRI 204: 103-1, 103-2, 103-3  
102-9  
Principios 1, 2, 4, 5 y 10

Para Grupo Elektra, la cadena de suministro es un pilar esencial en el camino hacia la sustentabilidad, por lo que lleva a cabo un minucioso proceso de selección de proveedores para consolidar su camino hacia la prosperidad incluyente.



La empresa busca socios comerciales especializados en su giro y que cumplan con todos los requerimientos para ofrecer productos y servicios de calidad a los clientes. De esta manera se busca mitigar los riesgos que puedan surgir en las operaciones.

Grupo Elektra cuenta con una Central de Compras –área especializada en la gestión de proveedores–, quien establece criterios de validación de acuerdo con las necesidades de cada una de las categorías de compra para la selección de proveedores. Este proceso ha permitido mitigar el riesgo de adquisición de materiales y servicios, aumentando el porcentaje de éxito en cada transacción con los socios comerciales y garantizando la consolidación de la cadena de suministro.

Central de Compras cuenta con diversos mecanismos de apoyo para seleccionar a los mejores socios comerciales:

## 1. Proceso de adquisiciones:

- **Sistema de Compras y Portal de Licitaciones y Subastas.** Mecanismo por el cual se reciben los requerimientos de las unidades de negocio, mismos que son evaluados por los negociadores de cada categoría para definir y ejecutar los procesos comerciales, donde se generan las órdenes de compra, que son enviadas a los proveedores para su surtimiento y/o ejecución.
- **Políticas.** Rigen el marco interno regulatorio y comercial que las unidades de negocio, usuarios, compradores y toda instancia que tenga necesidad de interactuar con la Central de Compras debe seguir. Entre ellas:
  - › Solicitud de Compra
  - › Entrega de materiales y servicios
  - › Asignación de pedidos
  - › Negociación de materiales y servicios
  - › Liberaciones electrónicas

## 2. Selección de proveedores:

- **Sistema de Compras.** Concentra los datos maestros del proveedor una vez que se encuentra en el padrón de proveedores de la Central de Compras de Grupo Salinas.
- **Políticas.** Como Ética de Proveedores, la cual aborda los temas de conflictos de interés, ética profesional, confidencialidad y sanciones; Declaratoria de tener o no familiares o ex colaboradores en Grupo Salinas; así como el Acuerdo de Confidencialidad (NDA).
- **Portal de Proveedores.** Atracción de proveedores potenciales que ofrecen sus productos o servicios; registra los datos de contacto del prospecto para que el comprador de la categoría se ponga en contacto con él y califique si es apto o no para participar en licitaciones, subastas, cuadros comparativos, etc.



- **Documentos de proceso.** Formatos que la Central de Compras solicita durante el proceso de alta para obtener la información necesaria y suficiente con el objetivo de conocer si el proveedor cuenta con los elementos necesarios para integrarse al padrón de proveedores.
- **Certificación.** Herramienta que permite a conocer la situación legal, financiera, fiscal, comercial, crediticia y manejo ambiental de una empresa, facilitando perfilar al proveedor a la categoría de compra a la que puede ofrecer sus servicios.
- **Afianzadora.** Recurso que facilita conocer la capacidad de afianzamiento de la empresa para desarrollar proyectos sin comprometer la integridad del Grupo.
- **Administración integral de riesgos.** Los procesos son evaluados y se generan planes de mejora, acciones preventivas y correctivas a los flujos operativos.

## 876 proveedores de Grupo Elektra fueron contratados en 2018; al cierre del año contó con 1,972 proveedores<sup>1</sup>.

<sup>1</sup>Estos datos incluyen únicamente las compras de indirectos de Italika.

oportunidad. 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.

## AVANCES, RESULTADOS Y LOGROS 2018

- Reducción del tiempo en el proceso de alta de proveedores en un 67% en promedio, pasando de 60 a 20 días.
- Especialización de proveedores para bienes inmuebles, mitigando los riesgos que representa la adjudicación de una obra a un proveedor nuevo.
- Verificaciones constantes en entregas de proveedores, diseñando el modelo para evaluar a los socios comerciales de manera

204-1

## 87% del monto total pagado a los proveedores<sup>2</sup> de Grupo Elektra fue destinado a proveeduría nacional.

<sup>2</sup>Estos datos incluyen únicamente las compras de indirectos de Italika.

funcional, simple, precisa, entendible, accionable, accesible, sostenible y medible. Con ello, se sentaron las bases para implementar la evaluación en 2019.

- Invitación a proveedores para desarrollar algunos aspectos en materia ambiental y laboral, como:
  - › Licencia ambiental de conformidad con su giro comercial
  - › Manejo de desechos de productos y residuos
  - › Salud ocupacional
  - › Regulación de trabajadores menores de edad
  - › Seguridad en el área de trabajo
  - › Inscripción de trabajadores en el Seguro Social
  - › No discriminación y gestión de capital humano
- Inclusión de la directriz de sustentabilidad en los informes de certificación de

proveedores que cuentan con procesos de fabricación, manufactura o transformación de bienes. En el corto plazo se implementará en el resto del padrón de proveedores, a través de visitas a sus instalaciones para confirmar los planes y acciones en materia de sustentabilidad.

- Control de cantidades mínimas de *stock*, incluido en las bases de licitaciones y subastas.

## CERTIFICACIÓN CÍRCULO DE PROVEEDORES

GRI 308, 405, 406, 407, 408, 409, 412, 414: 103-1, 103-2, 103-3 412-3

De acuerdo con la política referente al compromiso ambiental y social que caracteriza a Grupo Salinas y, en conjunto con las evaluaciones realizadas a los servicios proporcionados por los proveedores, Grupo Elektra cuenta con la Certificación Círculo de Proveedores. Se trata de un mecanismo que garantiza las compras responsables con base en criterios éticos, laborales, sociales y ambientales.

Las empresas proveedoras de Grupo Elektra están sujetas a la observación de requerimientos como el criterio de compromiso social y ambiental, con lo que se responsabilizan del cumplimiento obligatorio de la legislación vigente en



cuanto a la protección del medio ambiente y el respeto a los derechos humanos.

## 97 proveedores de Grupo Salinas cumplieron con el criterio de compromiso ambiental y social.

308-1, 414-1

70 de los nuevos proveedores<sup>3</sup> cumplieron con el criterio de compromiso ambiental y social.

95 proveedores<sup>4</sup> lograron mejorar su desempeño en materia económica, social, ambiental y ética.

<sup>3</sup> Del total de proveedores gestionados por la Central de Compras, es decir, a nivel Grupo Salinas.

<sup>4</sup> Del total de proveedores gestionados por la Central de Compras, es decir, a nivel Grupo Salinas.

En 2018, 36 proveedores incumplieron con criterios establecidos por Grupo Salinas, siendo los casos más recurrentes la entrega tardía del bien o producto, la calidad del producto entregado contra el autorizado en la aprobación técnica y los bajos niveles de servicio frente a los negociados. 17 de estos proveedores implementaron un plan correctivo, de conformidad con las recomendaciones de Grupo Salinas, mientras que

tres proveedores fueron vetados por el incumplimiento de los criterios establecidos por el Grupo (0.08%).

Los principales indicadores que se medirán a partir de la ejecución de esta cultura serán:

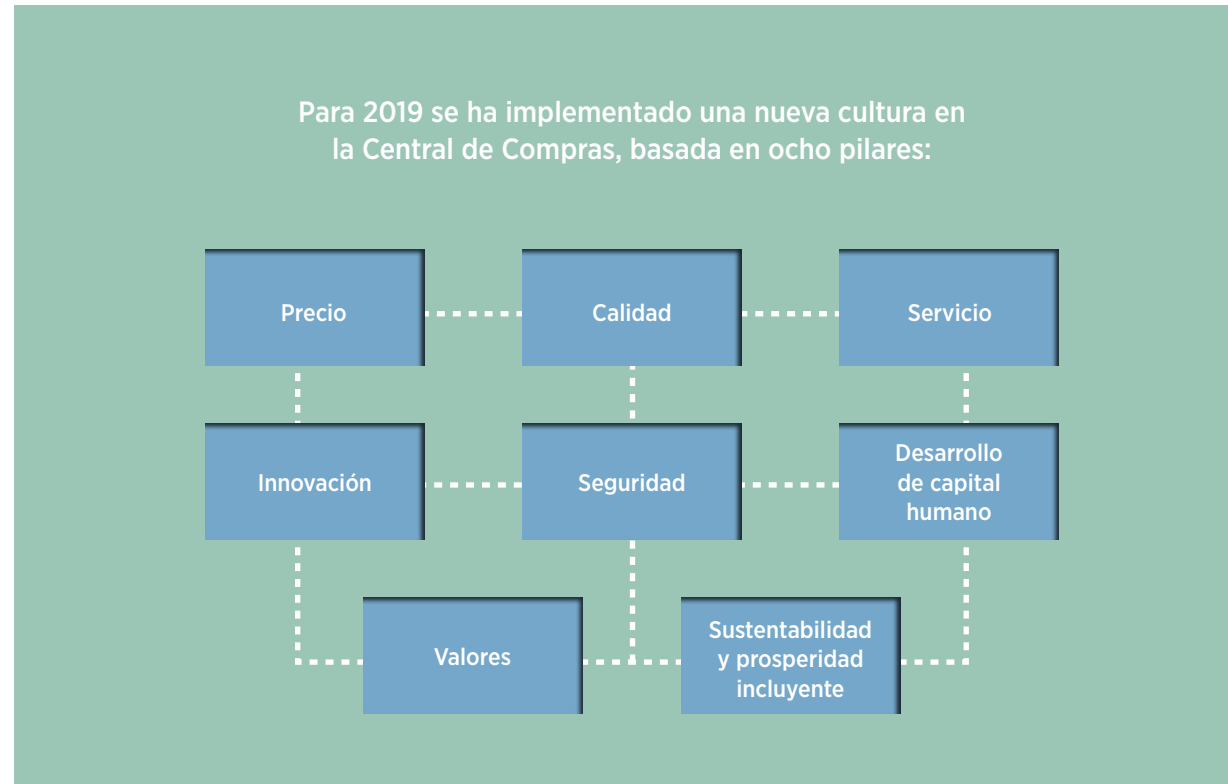
- La generación de ahorros para Grupo Salinas, que representen al menos el 5% del

gasto total y que permitan contener las alzas económicas que tuvieron lugar en 2018

- La atracción de nuevos negocios y volumen de compra
- El aumento del nivel de servicio y satisfacción al cliente
- El fomento de la competencia entre proveedores de forma transparente

Las prioridades que emanan de esta nueva cultura en los ejes de la sustentabilidad son:

- **Económica**
  - › Reducción de costos, con la finalidad de mitigar el impacto de la inflación en 2019.
- **Social**
  - › Fomentar la integración y el trabajo en equipo.
- **Ambiental**
  - › Inclusión de inspecciones físicas a los proveedores en materia de sustentabilidad como fuente de calificación.
  - › Negociación con proveedores de materiales amigables con el medio ambiente.
  - › Negociación para la destrucción de desechos y residuos tóxicos (en proceso).
- **Ética**
  - › Reestructura de la política de ética interna de la Central de Compras.





Por otra parte, Itალიka lleva a cabo la gestión de proveedores de refacciones para el ensamble de los productos.

## Al cierre de 2018 Itალიka contaba con 27 proveedores de refacciones; 2 de ellos, nuevos.

La exhaustividad en la evaluación de proveedores es importante para la empresa en función de que brinda certeza sobre la aprobación de los productos en términos de calidad, funcionamiento y durabilidad de conformidad con los requerimientos normativos e internos, dotando al producto final de mayor seguridad para los usuarios.

El proceso de evaluación de proveedores inicia con una visita de reconocimiento a las instalaciones de los proveedores, donde se auditan todas las áreas de la empresa candidata.

Los factores a auditar son:

- Control de calidad
- Manufactura
- Manejo adecuado de materiales
- Ingeniería
- Administración en general
- Estado y condiciones de los equipos e instalaciones

De esta forma, Itალიka aplica una valoración con base en estándares de la industria automotriz y en un modelo de semaforización:

- > 80 puntos: de inmediato cubre los requisitos para ser proveedor.
- 50- 80 puntos: en este caso, Itალიka trabaja de la mano con el candidato para realizar las mejoras y cambios correspondientes hasta que su evaluación alcance los 80 puntos o más.
- < 50 puntos: existe un alto riesgo de trabajar con el posible proveedor y éste es eliminado de la cartera de candidatos.

Dependiendo de los productos, existen distintas regulaciones mexicanas que éstos deben cumplir

para que el proveedor sea considerado como candidato. Para asegurar que los productos que se pretende adquirir cumplen con la normatividad, la calidad de los componentes es evaluada a través de pruebas en laboratorios especializados internos o externos.

Asimismo, los proveedores deben de cumplir con las normas establecidas en su país, como es el caso de la proveeduría China, quienes en materia ambiental deben cumplir con los rubros que menciona la Ley de Protección Ambiental de China, así como las normas internacionales, como la ISO 14000.

En caso de detectar incumplimientos por parte de un proveedor que ya se encuentra colaborando con Itალიka, nuevamente se realiza la evalua-

ción con una mayor atención a la regulación o normas que está infringiendo. Posteriormente, se genera en conjunto con el proveedor un plan de mejora a ser implementado lo antes posible; una vez aplicado este plan de mejora, se reitera una revisión de cada punto de mejora, con la finalidad de corroborar que la ejecución del plan se lleve a cabo de manera correcta. Si los incumplimientos persisten, se termina la relación comercial con el proveedor en cuestión.

Una vez adquiridas las piezas, cada orden de compra es inspeccionada antes de ser empacada; se examinan piezas de manera aleatoria, tomando como base las especificaciones clave establecidas por Itალიka. Para que el material sea liberado, debe cumplir al 100% con los requerimientos; de no ser así, la pieza no aprueba la inspección y es colocada en un área de cuarentena, donde el proveedor tiene 72 horas para reemplazarla por la correcta.

Ningún material puede ser liberado sin la autorización de Itალიka. Si alguna pieza fue reportada con discrepancia, ya sea en recibo de materiales en México o incluso con el cliente final, se hacen contenciones con el proveedor, para asegurar que las piezas nuevas ya cumplen con la normatividad acordada. Itალიka cuenta con un reporte diario de inspección en el que registra si alguna pieza ha entrado en discrepancia para su control.

14 proveedores logísticos de Italika, de los cuales 2 fueron contratados en 2018; 86% son mexicanos.

Así, las medidas que Italika ha implementado para mitigar los riesgos en su cadena de suministro son inspecciones de:

- Calidad en piezas clave.
- Las Italikas, para asegurar su óptimo funcionamiento.
- Avance diario de órdenes de producción, asegurando que el embarque se realice en tiempo y forma.
- Calidad en cada embarque, para garantizar que se trata de la pieza, color, tamaño, medida y cantidades solicitadas.
- La documentación, previas a cada embarque para verificar que los datos son correctos y evitar estadías en puerto y retrasos en la entrega de la mercancía.

Debido a que cada año la competitividad del mercado aumenta y los clientes exigen un mejor producto, Italika tiene el compromiso permanente de realizar evaluaciones más rigurosas y detalladas a los proveedores vigentes y candidatos, con la finalidad de encontrar productos que satisfagan los requerimientos de los usuarios en

892 proveedores de materia prima y servicios de Italika; 381 de ellos fueron contratados durante 2018.

términos de calidad, durabilidad, funcionalidad y precio. De esta manera, Italika reducirá las incidencias, logrando que el producto final cuente con los más altos estándares de calidad.

Italika, a través del área de Ingeniería Estratégica, participó en 2018 con el gobierno de México para establecer un plan de localización de componentes para el impulso de la proveeduría nacional, lo cual incentivará el desarrollo económico en el país en los siguientes años. Este diagnóstico identificó a seis proveedores nacionales, quienes fueron seleccionados para colaborar con Italika en 2019 y ampliarán su plantilla laboral, brindando más oportunidades de empleo a mexicanos. El plan contempla el desarrollo de más proveedores, en adición a los ya seleccionados, en el periodo 2019-2021.

204-1

16% del monto tal pagado a proveedores fue retribuido a proveeduría nacional.



57% de los proveedores de materia prima y servicios de Italika son nacionales, ubicados en la Ciudad de México y en el Estado de México.





# JUNTOS POR LA INCLUSIÓN

Principios 4, 6 y 10

## ENFOQUE EN EL CLIENTE

GRI 416: 103-1

El enfoque en el cliente es uno de los valores que caracteriza de manera importante a Grupo Elektra, por lo que la Compañía orienta sus acciones hacia el diseño y mejora de productos y servicios, así como hacia la innovación, con el fin de brindar mayores oportunidades a millones de familias, impulsando así la prosperidad incluyente y la consolidación de la confianza que cada cliente deposita en las unidades de negocio del Grupo.



GRI 416, 417: 103-2, 103-3

En 2018 Tiendas Elektra continuó fomentando y dando seguimiento al acuerdo que firmó con la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) en 2016, cuyo fin es aplicar las mejores prácticas comerciales para garantizar la seguridad de los clientes en la adquisición de bienes y servicios.

En 2018 se creó un grupo compuesto por diversos colaboradores de distintas áreas con el objetivo de atender de manera inmediata los casos de reclamación por promociones y/o publicidad engañosa. Cabe destacar que durante el año no se presentó caso alguno de este tipo.

Para reforzar este compromiso se ha dado continuidad a las acciones estratégicas implementadas:

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.

FS4, FS15

En 2018, Banco Azteca continuó en su camino hacia la transformación cultural y organizacional, por lo que, para la Institución, comprender las razones, prácticas y percepciones, tanto de sus clientes como de sus colaboradores resulta fundamental para el óptimo desarrollo de sus operaciones, por lo que se da a la tarea de llevar a cabo investigaciones para conocer a las personas en un contexto cotidiano.



Banco Azteca tiene el propósito de convertir el conocimiento de estos estudios en acciones para beneficiar a clientes y colaboradores en el camino de la prosperidad incluyente, por medio del desarrollo de productos, servicios y programas específicos para cada grupo, que aporten valor en la mejora de su calidad de vida, les ayuden a ampliar sus opciones para la construcción de un futuro y que satisfagan sus expectativas y necesidades.

Así, los instrumentos que soportan la realización de estas investigaciones son los siguientes:

- **Inmersión Antropológica**

Se trata de la participación continua de largo plazo en el desarrollo de un plan de trabajo conjunto con Directores, unidades de negocio y/o áreas específicas de trabajo.

- **Estudios *ad hoc***

Son proyectos de investigación antropológica a la medida y con tiempos definidos, enfocados en el entendimiento de la vida cotidiana de clientes y colaboradores, para generar conocimiento sociocultural y recomendaciones específicas que sean de utilidad para cada área del negocio.

**Seminarios** Es la presentación de conocimiento sindicado de Bitácora Social, así como de información generada para Banco Azteca, con base en las necesidades de cada área, de sus servicios, productos y

## 19 Estudios *ad hoc*, sobre diversos temas, como son: Millennials y emprendedurismo, Millennials y servicios financieros, Identidad y pertenencia, Esfuerzo y sacrificio, Construcción de experiencia de servicio, entre otros.

propuestas de trabajo y comunicación.

- **Seminario de Niveles Socioeconómicos y Culturales**

Está dirigido a los colaboradores de nuevo ingreso del Corporativo. Su objetivo es conocer y entender el segmento correspondiente a la base de la pirámide y se complementa con visitas de campo para poner en práctica lo aprendido durante el seminario.

- **Rutas Antropológicas**

Es una visita de sensibilización para colaboradores, para mostrarles un fenómeno *in situ*, acompañada de los comentarios de antropólogos especializados e investigadores en ciencias sociales. Al final de la ruta, los colaboradores tienen la oportunidad de conversar con una familia participante en el Seminario de Niveles Socioeconómicos y Culturales, con un nivel de ingresos medio-bajo.

- **Documentos de divulgación**

Son publicaciones periódicas que proporcionan conocimiento sociocultural sobre tópicos específicos relacionados con los objetivos vigentes de Banco Azteca.

La solidez de la información permite a los colaboradores aprovecharla en sus tareas diarias, ya que, además, ofrece recomendaciones puntuales a partir de un fenómeno social explorado y relacionado con tales objetivos.

- **Asesorías**

Son reuniones de trabajo con el cliente cuyo objetivo es compartir el conocimiento generado, a través de seminarios, revisiones, análisis de información, análisis semiótico y recomendaciones.

Los resultados de estas investigaciones posibilitaron que en 2018 Banco Azteca cimentara un modelo cultural fundamentado en las convicciones que guiarán su comportamiento hacia el for-

talecimiento de la prosperidad incluyente, a ser ejecutado en 2019.

Los objetivos que Banco Azteca se ha planteado hacia 2019 en términos de conocimiento sociocultural de clientes y colaboradores son los siguientes:

- Culminar la transformación del modelo de negocio mediante la especialización de las diferentes unidades que conforman Banco Azteca.
- Profundizar en el conocimiento sociocultural de los mercados objetivo, de acuerdo con las metas de cada una de las unidades que lo conforman.

## 36 Seminarios que abordaron los temas de Comportamiento Millennials, Diferencia entre generaciones, Uso de tecnología, Necesidades de clientes de Banco Azteca, Salas de Aprendizaje, Rotación y retención, Orgullo Banco Azteca, entre otros.



Asimismo, con el objetivo de reforzar su estrategia en materia de protección al cliente, en 2018 Banco Azteca firmó un convenio de colaboración con la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF), con el objetivo de crear una alianza con las autoridades y así acreditar que en Banco Azteca se otorgan servicios financieros de calidad y que garantizan que el cliente obtiene un servicio único, personalizado y acorde a sus necesidades.

Con este convenio, Banco Azteca tiene como objetivo capacitar al personal de sucursal y campo para mejorar la calificación de la institución en el Índice de Desempeño de Atención a Usuarios (IDATU), buscando mantenerse en el ranking de los tres primeros lugares del sector.

Uno de los principales compromisos que se han adquirido al realizar este convenio es generar valor a favor del cliente atendido y obtener su

confianza, lo que mitigará los riesgos de obtener cualquier multa o sanción por desatención de procesos aclaratorios.

Los beneficios que se brindan al cliente a través de este acuerdo son la resolución inmediata de dudas, un mejor servicio y atención y, por consiguiente, un menor número de reclamaciones. Esto contribuye al compromiso que tiene Banco Azteca con la inclusión financiera, ya que se brindan servicios más claros, que fomentan el ahorro, el crédito garantizado y, sobre todo, un apalancamiento del cliente real, conforme a sus posibilidades.

Los avances durante 2018 fueron:

- La realización de foros y talleres en las ocho principales delegaciones del país – Ciudad de México, Estado de México, Jalisco, Nuevo León, Chiapas, Oaxaca, Morelos y

Baja California–, objetivo determinado al inicio del convenio.

- La certificación de más de 500 funcionarios que cubren plazas de servicios financieros.

416-1

La protección del cliente es de suma relevancia para todas las unidades de negocio de Banco Azteca, por lo que desarrollan acciones específicas para garantizar la seguridad de los productos y servicios que ofrecen.

Banco Azteca relanzó el servicio de envíos de dinero directo a cuenta, con base en la negociación con diversos socios transmisores. En esta modalidad, el que un remitente en el extranjero envía dinero directo a la cuenta del beneficiario en Banco Azteca en México, quien recibe el dinero de manera rápida y segura, sin necesidad de trasladarse a una sucursal. Derivado de estas negociaciones,

Para 2019 se tiene como objetivo la conclusión de los talleres en el 100% de la Geografía.

la promoción del servicio de remesas por la aplicación de Banco Azteca Digital y diversas estrategias realizadas durante 2018, se logró incrementar la captación de remesas en cuenta.

Además, creó el producto de crédito a usuarios de remesas, beneficio para clientes frecuentes de este servicio, ofreciendo créditos pre-aprobados de Banco Azteca sin comprobante de ingresos y brindando oportunidades para iniciar su historial crediticio.

En 2018, Afore Azteca realizó diferentes mejoras para incrementar la seguridad de los clientes, entre ellas:

106 Seminarios de Niveles Socioeconómicos y Culturales y Rutas antropológicas; 985 asistentes.

18 Documentos de divulgación, sobre diversos temas, como: Esfuerzo, sacrificio y logros; ¿Cómo se construye el liderazgo en Banco Azteca?; y Rotación laboral, entre otros.

72 Asesorías en diferentes áreas y unidades de negocio, como: Crédito y Cobranza, Capital humano, Micronegocio, Prestaprenda, Banca Digital, entre otras.



- La implementación de una plataforma para ampliar los medios de autenticación de los clientes en línea, con el Instituto Nacional Electoral (INE).
- El establecimiento de un modelo innovador, único en la industria, para registrar a aquellos trabajadores que nunca han seleccionado una Afore, con un trámite de tan sólo 5 minutos, utilizando biométrico facial y reconocimiento de sus identificaciones vía OCR.

Seguros Azteca impulsa el conocimiento y la sensibilización sobre una cultura de prevención, difundiendo información en medios impresos y digitales, en colaboración con el programa de Educación Financiera “Aprende y Crece”.

Con el objetivo de ampliar la oferta de productos y servicios y, por ende, las oportunidades de los clientes, a través de Seguros Azteca Daños en 2018 se lanzaron tres nuevos productos:

- Seguro de Protección de Tarjeta de Crédito, el cual cubre las tarjetas de crédito contra movimientos no reconocidos, derivados de robo, extravío y/o fraude, así como el robo de efectivo dispuesto de cajeros automáticos y/o ventanillas de Banco Azteca. Este seguro está disponible a través del *Call Center* y sucursales, con vigencias mensual y anual, respectivamente.

- Seguro de Remesas, cuyo propósito es proteger las remesas internacionales durante las tres horas posteriores a la realización del cobro en la ventanilla de Banco Azteca. Se trata de una cobertura sin costo para el cliente hasta por \$3,000 pesos, con la opción de contratar una cobertura con costo adicional hasta por \$50,000.
- Migrante MAZ, producto que ya se comercializaba, sin embargo, en 2018 fue lanzado para el canal de Micronegocio. Es la protección al migrante y su familiar en México; consiste en que, en caso de fallecimiento de alguna de ambas partes por causa natural o accidental, ofrece el servicio de repatriación funeraria del migrante, cuya ubicación es en territorio nacional, Estados Unidos –excepto Alaska, Puerto Rico o Hawái– y Canadá, sin costo adicional.

## En 2018, Seguros Azteca lanzó los seguros de Protección de Tarjeta de Crédito y de Remesas, además del producto Migrante MAZ para el canal de Micronegocio.

GRI 417: 103-2

En 2018, Seguros Azteca llevó a cabo encuestas para conocer la satisfacción de sus clientes. Los principales resultados en el top 10 de menciones positivas fueron los siguientes:



En aras de proteger a los clientes, Seguros Azteca Daños cuenta con una red de ajustadores y prestadores de servicios a nivel nacional quienes, dependiendo del producto contratado, les proporcionan atención aún en situaciones de desastre, siempre y cuando las circunstancias y las autoridades de Protección Civil lo permitan.

En el proceso de reclamo de siniestros de este tipo, Seguros Azteca Daños aplica criterios que faciliten la entrega de documentos, como aceptar envíos parciales de los mismos, evitar la exigencia de documentos originales que se hayan perdido en el siniestro soportándolos con copias o documentos emitidos por alguna autoridad

competente. El envío de documentos a Seguros Azteca Daños, independientemente del lugar de entrega en las sucursales de Tiendas Elektra a nivel nacional, es gratuita para los asegurados o beneficiarios del seguro.

GRI 416: 103-1, 103-2, 103-3  
102-26, 416-1

Derivado de la naturaleza del negocio, la seguridad de los clientes y la evaluación de los productos son temas cruciales para Italika. Por ello, además de que en 2018 llevó a cabo una actualización de sus procedimientos e incorporó el Manual de Convivencia del Centro de Relación con el Cliente (CRC), Italika cuenta con protocolos de prueba formales y un laboratorio con equipo específico, basados en estándares de la industria de motocicletas a nivel mundial, para verificar el desempeño y funcionalidad de las motocicletas, garantizando al 100% la seguridad del usuario y confirmar la calidad del producto antes de su incorporación a la producción y venta masiva.

El proceso de validación realizado por Italika es ejecutado con base en el manual de calidad para el proceso de validación de muestras y permite identificar incertidumbre en el adecuado funcionamiento del producto, la cual es resuelta durante el mismo proceso, asegurando que el producto satisface los requisitos de seguridad para su uso.

De manera adicional, Italika ha establecido un proceso de *benchmarking* con respecto a todos los modelos de los productos, comparándolos con los pares correspondientes a otras marcas, identificando oportunidades para adoptar racionalmente los atributos que aportan valor para los usuarios de las motocicletas.

Para 2019 se presentará un incremento aproximado del 30% en el volumen de lanzamientos de nuevos modelos; en consecuencia, la organización de evaluación de motocicletas incrementará su capacidad para satisfacer la demanda de validaciones. Asimismo, Italika sentará un enfoque en Objetivos y Resultados Clave (ORCs), con la finalidad de:

- Aumentar la precisión del protocolo de desempeño del 70% al 80%.
- Mejorar la precisión de detección de fallas mediante el protocolo de acumulación de kilometraje, probando dos muestras en lugar de una.
- Incrementar la capacidad de validación de nuevos prototipos de 40 a 60 unidades anuales.

Aunado a lo anterior, Italika cuenta con el área de Ingeniería Estratégica, la cual contribuye directamente al establecimiento de estrategias para incrementar la satisfacción del cliente. Fue así que durante el año puso en marcha diversas líneas de acción, como son:

En 2018 se llevaron a cabo 40 procesos de evaluación y validación de nuevos productos de Italika, los cuales sustentaron el lanzamiento de los nuevos modelos 2018.



- Desarrollo y construcción del Centro Técnico de Ingeniería, en el que ingenieros mexicanos llevarán a cabo pruebas de ingeniería para mejorar la calidad de los productos Italika y apoyar el desarrollo de nuevas tecnologías. El centro de ingeniería cuenta con capacidad para albergar a alrededor de 100 ingenieros y técnicos, incluye una sala de capacitación, una sala para creación de videos y siete laboratorios –análisis de falla y soporte técnico, desarrollo de ingeniería, componentes para ensamble y catálogos de refacciones, metrología, pruebas de durabilidad y dos para dinamómetros–.

- Reducción de garantías por la estandarización de componentes, como la homologación de motores de 150CC para motocicletas de trabajo.
- Desarrollo de un modelo flotillero para el mercado nacional y, en especial, para Banco Azteca, con un rendimiento de combustible en un 11% con respecto al modelo utilizado con anterioridad.
- Desarrollo de proyectos de ingeniería que permitieron la movilidad de clientes con capacidades diferentes: adaptación de un modelo AT125 para un cliente sin extremidad inferior derecha.

## \$24.7 millones de pesos invertidos por Italika en la creación del nuevo Centro Técnico de Ingeniería.

Asimismo, Italika llevó a cabo la apertura de ocho agencias propias en México, cifra récord en un año; abrió la primera agencia Italika Premium, con instalaciones de calidad, personal altamente capacitado y modelos de gama alta.

Se realizaron 30 supervisiones patrimoniales en 2018 y, como resultado de estas supervisiones, se detectaron y corrigieron desviaciones identificadas en la operación de las agencias; en algunos casos, derivó en la baja de personal y recuperación de los daños patrimoniales.

Así también, se efectuaron 22 visitas de capacitación a las agencias en operación durante el año. Esta formación abordó temas operativos, comerciales, procesos, cultura, valores de Grupo Elektra, así como la inducción a la empresa; en conjunto con Capital Humano, se crearon cursos digitales a impartir en las agencias Italika.

Durante el año, se abrieron 20 agencias concesionarias de Italika, sumando 120 en México. Se realizaron seis reuniones regionales para presentar la estrategia de la marca, así como el pro-

ceso de implementación y ejecución, con el fin de alinear su operación con los objetivos de la misma. Además, los líderes de la Escudería Italika capacitaron y supervisaron a todo el personal de las distribuidoras concesionarias, tanto en la inducción, como en el reforzamiento trimestral de los valores, impactando a 236 personas.

En los Centros de Servicio Italika (CESIT), durante 2018 se continuaron evaluando 10 puntos de seguridad de toda Italika que ingresa a los CESIT, ya sea por servicio preventivo o por alguna reparación mayor o garantía. En este proceso las Italikas fueron inspeccionadas con un enfoque 360°, verificando diversos componentes, como frenos, luces, suspensión, sistema de carga, llantas, niveles de aceite y ajustes generales –manijas, cadena, tornillería–.

La red de servicio inauguró 70 Centros de Servicio Italika (CESIT), sumando 800 y ampliando su cobertura en todas las entidades de la República Mexicana. Además, impartió capacitación a 900 colaboradores de los CESIT –totalizando 5,400 horas de formación–, con la finalidad de proporcionar al cliente una experiencia de servicio confiable, rápida, económica y amable.

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

En la red de servicios, Italika llevó a cabo cuatro líneas de acción para conocer la satisfacción del cliente:

- *Mystery Service*, mecánica en la que se efectuaron más de 200 revisiones para asegurar que los procesos de recepción y entrega de motocicletas se realicen adecuadamente.
- Compulsas a clientes, durante las más de 600 evaluaciones operativas se realizaron al menos tres compulsas a clientes por tipo de servicio: Preventivo, Reparación y Garantía.
- Estudios de mercado, en los que se entrevistó a más de 500 clientes para comprender los factores que inhiben su satisfacción con la red de servicio.
- Monitoreo de solicitudes de garantía, generando un reporte semanal con las fallas encontradas en el producto y realizando la posterior devolución de las refacciones con inconvenientes para la ejecución de las investigaciones pertinentes que resuelvan las fallas de raíz.

416-2

En 2018 se recibieron 46,420 solicitudes de garantía en los CESIT; 100% de ellas fueron atendidas y resueltas.

De conformidad con el compromiso de Italika con brindar mayores oportunidades de creci-

miento a una mayor cantidad de personas y con la satisfacción del cliente, durante 2018 continuó con la implementación de puntos de venta en Tiendas Elektra.

1,179 puntos de venta Italika en Tiendas Elektra al cierre de 2018.

Así también implementó dos módulos de emplacado más, incrementando su impacto en la creación de fuentes de empleo, facilitación a los clientes del trámite puntual de alta vehicular y actualización y confiabilidad del padrón vehicular, colaborando así con el gobierno en la recaudación.

28 módulos de emplacado al cierre de 2018 ubicados en la Ciudad de México, Estado de México, Puebla y Guanajuato; incremento de 8% con respecto al año anterior.



## INFORMACIÓN SOBRE PRODUCTO

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

Principios 1, 2, 7 y 9



Para Grupo Elektra es de suma importancia brindar información clara y veraz al cliente, por lo que promueve la adquisición de productos y servicios de manera responsable, impactando en la mejora de la experiencia del cliente.

Todas las empresas que forman parte de Grupo Elektra cuentan con procedimientos para garantizar el cumplimiento en términos de etiquetado de los productos que ofrece.

Tiendas Elektra cumple con requerimientos específicos para 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 y la NOM-024-SCFI-2013.

## En 2019 se lanzará el programa de Universidad Elektra donde se impartirá capacitación constante a los colaboradores en diversos temas, incluyendo las categorías y tipos de productos que comercializa Tiendas Elektra.

GRI 416, 419: 103-3  
416-1

Si el producto cumple con las pruebas realizadas en el laboratorio interno, se envía al laboratorio NYCE para que sea certificado; una vez certificado el producto puede ser importado.

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. De igual forma, en las capacitacio-

nes que se imparten a los colaboradores de nuevo ingreso, se proporciona información sobre los tipos de productos comercializados, con el fin de que puedan orientar de manera correcta a cada uno de los clientes.

Con el fin de garantizar el cumplimiento normativo, el área de Legal es la encargada de mantener una coordinación y comunicación directa con la PROFECO.

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

419-1

## En 2018 no se presentaron casos de incumplimientos a la ley y normas aplicables.

FS3

Para Banco Azteca la publicidad y generación de experiencias son pilares clave para la construcción de un camino de solidez, cercanía y compromiso con el progreso de sus clientes, por ello existe un gran esfuerzo por comunicar sus productos y servicios de manera clara y transparente, con el fin de que cada cliente tenga las bases suficientes para la contratación de alguno de ellos. De igual manera, está comprometido con garantizar el cumplimiento de las normas, reglas y leyes establecidas por las instituciones reguladoras con el fin de proteger al consumidor.

Por lo anterior los productos y servicios ofrecidos por Banco Azteca cuentan con seis controles relevantes en términos de entrega, autorización, publicación e información de los productos, cabe destacar que esta información puede variar dependiendo de las categorías existentes:



- 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 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.

- 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 Afore

### Seguros

- Condiciones generales, con la descripción de las coberturas, cláusulas generales y exclusiones
- Póliza o certificado, documento que formaliza el contrato de seguro
- Folleto de los derechos del asegurado, el cual incluye una breve descripción de carácter normativo sobre los derechos generales del asegurado

### Casa de Bolsa

- Requerimientos especificados en:
  - › La Ley del Mercado de Valores
  - › Circular Única de Casas de Bolsa

- › Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros

Banco Azteca cuenta con un conjunto de acciones que aportan a garantizar el cumplimiento de la normatividad en todos los productos y servicios ofrecidos por cada uno de los segmentos, como son:

- Consultoría en soluciones regulatorias y aplicación de las normas, así como identificación de vulnerabilidades, con el fin de que las unidades de negocio incluyan en sus procesos o lanzamiento de nuevos productos, las adecuaciones regulatorias para que cumplan las disposiciones.
- Atención de oficios.
- Visitas de inspección.
- Requerimientos de autoridades.
- Planes de autocorrección.
- Acercamiento con autoridades en necesidades específicas del negocio.

La efectividad de estos mecanismos es valorada en función de los hallazgos de incumplimiento que pudiera detectar el área de Auditoría Interna o con base en las observaciones de las autoridades en sus visitas de inspección.

Adicionalmente, Grupo Elektra cuenta con diversos canales de comunicación gestionados por el área de *Contact Center* y tienen como objetivo

brindar respuesta a las dudas o sugerencias de los clientes con respecto a los productos y/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](mailto:contacto@elektra.com.mx)
- › Banco Azteca: [infobazteca.com.mx](mailto:infobazteca.com.mx)

### • Sitio de Internet y Chat

- › Relación con inversionistas  
[www.grupoelektra.com.mx](http://www.grupoelektra.com.mx)
- › Tiendas Elektra  
[www.elektra.com.mx](http://www.elektra.com.mx)
- › Banco Azteca  
[www.bancoazteca.com.mx](http://www.bancoazteca.com.mx)
- App Banco Azteca Móvil

### • Redes sociales

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

El objetivo de estas directrices es garantizar que a información proporcionada sobre los productos y servicios cumpla con las características y requisitos autorizados, 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







• **Unidad Especializada de Atención a Usuarios**

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

de los productos de daños.

- Documentos contractuales entregados a los clientes al momento de adquirir un seguro.
- Call Center, en el contacto Línea Seguros Azteca en la página de Internet [www.segurosazteca.com.mx](http://www.segurosazteca.com.mx).

Por su parte, Afore Azteca continuó incentivando en 2018 el ahorro voluntario por medio del reforzamiento de campañas en medio masivos de comunicación.

Por otro lado, el etiquetado del producto en el caso de Italika funge como el contacto directo con el cliente, por ello cumple con las disposicio-

## 9.22 y 9.67, Índice de Desempeño de Atención a Usuarios (IDATU) por parte de Seguros Azteca y Seguros Azteca Daño, respectivamente en 2018; ambos obtuvieron una calificación de 10.0 en el cumplimiento a los registros de la CONDUSEF.

- Material publicitario en el punto de venta, con información sencilla sobre las coberturas

nes de la Ley Federal de Protección al Consumidor y su reglamento en términos de información al usuario. El etiquetado debe cumplir con indicadores referentes a la utilización de los productos para así lograr su funcionamiento correcto y brindar al usuario una mayor seguridad desde su compra, hasta su utilización.

El 100% de las líneas de baterías, lubricantes, cámaras, entre otros accesorios y refacciones cumplen con la NOM-050-SFC-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, ya que en su mayoría son provenientes de Asia, por lo que deben cubrir requerimientos legales para su ingreso al país.

Durante el periodo 2017-2018, el equipo de Ingeniería de Italika participó en el desarrollo de la NOM-206-SCFI/SSA2-2018, enfocada en la ins-

tauración de una normatividad para la certificación de cascos de motociclistas.

Anteriormente, los cascos ofrecidos por Italika cumplían con la certificación DOT, la cual establece que deben contar con información sobre el modelo, talla y fecha de producción; esta certificación está contemplada dentro de la nueva NOM.

La norma fue publicada en el Diario Oficial de la Federación (DOF) en mayo de 2018 y entró en vigor en noviembre del mismo año. Al cierre del año, el gobierno federal estaba trabajando en la aprobación del ente certificador mexicano.

Así también, Italika fue notificada sobre el proyecto de la norma oficial mexicana PROY-NOM-001-SEGOB2-2018 para la determinación, asignación e instalación del número de identificación vehicular, cuyas disposiciones son cumplidas al 100% con las prácticas de la empresa para la generación y colocación de la placa VIN.

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
- › Sistema General de Unidades de Medida de conformidad con la NOM-008-SCFI-2002
- › 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.

Italika cuenta con procesos de estandarización de empaques, dependiendo del tipo de producto para garantizar que los productos cuenten con la información requerida y asegura el cumplimiento de todas las disposiciones legales por medio del monitoreo y actualización de la normatividad aplicable, así como del robustecimiento de la comunicación e interrelación entre todas las áreas de la empresa.

## ESTRATEGIA DIGITAL

GRI 203: 103-1, 103-2, 103-3  
203-2  
Principios 7, 8 y 9



En 2018 Grupo Elektra continuó con el compromiso establecido en 2017, a favor de la innovación y tecnología con el fin de contribuir con el desarrollo del país y en concordancia con la Estrategia Digital Nacional (EDN) establecida por el gobierno federal de México.

Comprometido con brindar mayores y mejores oportunidades a sus clientes, en 2018 robusteció su estrategia omnicanal, la cual permite mejorar la experiencia del cliente ofreciendo distintas opciones de entrega y un catálogo extendido, que trae consigo minimizar el uso de recursos.



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 fungen 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.

Otros acontecimientos relevantes de 2018 fueron el inicio de operaciones del proyecto Marketplace, el cual incluye a nuevos vendedores en la plataforma, aumentando la oferta de productos a clientes y la incorporación de Crédito Elektra como medio de pago en las plataformas digitales.

La estrategia omnicanal contribuye a la reducción de la pobreza y las desigualdades, impul-

En 2018 se invirtieron alrededor de \$41.7 millones de pesos en tecnología para la optimización de la estrategia omnicanal y de E-commerce.

sando el pago con Crédito Elektra desde la plataforma de E-Commerce, dando así oportunidad a la población no bancarizada a obtener productos que mejoren su calidad de vida.

En 2019 el objetivo de estas estrategias tecnológicas es mejorar la rentabilidad de elektra.com.mx, fortalecer la compra en línea y generar una experiencia excepcional.

De igual manera, durante 2018 Banco Azteca continuó impulsando su estrategia de Banca Digital en México con el fin de fomentar la inclusión financiera por medio de la oferta de productos financieros de manera eficiente y accesible, 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, logrando simplificar su vida.

En 2018, Banco Azteca enfocó sus esfuerzos en consolidar la estrategia de Banca Digital en México a través de:

- Contribuir a la coyuntura del Banco, aumentando la cartera de crédito.
- Implementar capacidades mínimas indispensables para la evolución de Banca Digital, por medio de ventas digitales y capacidad analítica.
- Desarrollar el portafolio de nuevos modelos de negocio.

Lo anterior fue sustentado mediante la implementación de líneas estratégicas que brindan que más personas tengan acceso a la Banca Digital:

- Instalación de red inalámbrica WiFi en las sucursales para la descarga de la aplicación móvil.
- Despliegue de más de 2,000 asesores digitales.

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



El modelo cuenta con algunas características únicas en el mercado, pues fue diseñado para ser operado principalmente de manera móvil, *paperless*, y con un centro de atención telefónico que resuelve cualquier queja en el primer contacto, así como a través de soluciones de inteligencia artificial como puede ser el Chat Bot de la aplicación.

### 8.8% de participación de Banca Digital en los resultados consolidados de Banco Azteca.

- Perfeccionamiento del proceso de enrolamiento.
- Patrocinio de datos a clientes en el uso de la aplicación.
- Ampliación de la oferta de productos y servicios en la aplicación.

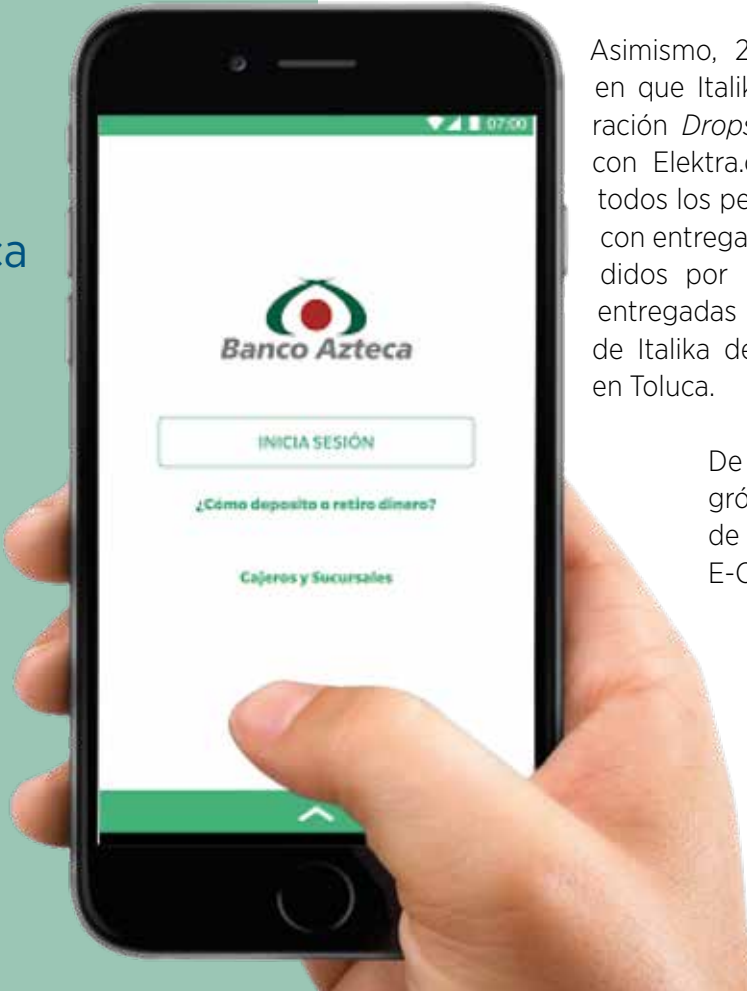
De esta forma, logró la activación de 2.9 millones de clientes por medio de la Banca Digital, alcanzando un acumulado de 3.3 millones de clientes; el despliegue de Geografía Digital a nivel nacional; y la colocación de 8.8% de préstamos personales a través de la aplicación móvil.

Con los canales digitales permiten optimizar la atención a los clientes y mantenerlos informados sobre los beneficios, campañas, ofertas y condiciones de cada uno de los productos.

En 2018, Banco Azteca inició el desarrollo de la versión 2.0 de la aplicación móvil de Banca Digital, proyectando su lanzamiento para el segundo trimestre de 2019.

Ventas digitales –participación de Banca Digital con respecto a las operaciones totales de Banco Azteca–

- 25% de colocación de Préstamo Personal
- 30% en el número de aperturas de Guardadito
- 10% en aperturas de Inversión Azteca
- 30% de efectividad en la colocación de tarjetas de crédito a clientes digitales pre-aprobados
- 10% del total de ventas en colocación de tarjetas de crédito en clientes digitales pre-aprobados
- 10% del total de ventas de Crédito al Consumo en Elektra.com.mx
- 10% en el número de transacciones de remesas cobradas por clientes



La Banca Digital de Banco Azteca se posicionó como el primer lugar en el Índice de Promotores Neto de los canales de la Institución.

Asimismo, 2018 fue el año en que Italika lanzó la operación *Dropshipping Vendor* con Elektra.com, en la cual todos los pedidos de Italikas con entrega a domicilio vendidos por Elektra.com son entregadas por la operación de Italika desde el almacén en Toluca.

De esta manera, logró la consolidación de la estrategia de E-Commerce:

En diciembre de 2018, Google Play reconoció la aplicación de Banco Azteca como la app bancaria más descargada de México.



Con ello, extendió la cobertura a nivel nacional, brindando acceso a un medio de transporte eficiente a una mayor cantidad de personas, permitiendo a los clientes realizar una elección satisfactoria con base en un amplio catálogo.





Por tercer año consecutivo, la tienda en línea Italika participó en las campañas promocionales Hot Sale y Buen Fin, generando la mejor oferta y promociones del año para los clientes. Aunado a ello, por primer año participó en la campaña Cyber days, en la que las tiendas en línea con venta de Italikas introdujeron ofertas y promociones exclusivas para promocionar la venta por Internet.

En 2018, Italika obtuvo el sello de confianza de la Asociación de Internet (anteriormente AMIPCI), reconocimiento que brinda la certeza sobre:

- La existencia de una organización identificada detrás del sitio web
- La revisión y certificación del sitio web por una asociación civil
- El cumplimiento de un esquema de adhesión voluntaria con requisitos específicos de cumplimiento obligatorio
- La consideración de un Aviso de Privacidad, que incluye elementos adicionales a los requeridos por ley
- La observancia de Términos y Condiciones de Uso.
- El establecimiento de medios de contacto con los usuarios, así como un servicio de mediación en materia de protección de datos personales, entre el titular y el responsable del tratamiento de sus datos personales.

## VALOR DE LA MARCA

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



El valor de las marcas de Grupo Elektra es una muestra de la dedicación y eficiencia del desempeño de la Compañía, ya que el Grupo ha posicionado al cliente en el centro de la estrategia, estableciendo una sólida vinculación con él, logrando conocer sus necesidades y expectativas, con el fin de seguir robusteciendo y mejorando los beneficios de cada producto y servicio que ofrece.

Asegurar que la publicidad contenga mensajes claros y transparentes sobre los productos y servicios que se ofrecen es sumamente relevante para Grupo Elektra, ya que se garantiza la actuación con base en la legalidad ante la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) y la

Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CON-DUSEF).

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

- Monitoreo de quejas en redes sociales y website.
- Medición semestral del Índice de Satisfacción del Cliente
- *Mystery Shopper*, medición bimestral de 15 indicadores, a través del monitoreo de la operación, el servicio y la imagen.

- Estudios de monitoreo de marca para medir el impacto publicitario, salud de la marca y sus atributos.
- Visitas continuas de mercado para revisar la ejecución de las campañas e iniciativas de mercadotecnia en tienda.
- Gasto en publicidad, el cual debe representar el 1% del total de ventas de la empresa.
- Revisión semanal de resultados de venta y utilidad vs año anterior y presupuesto, para identificar los motivos de las variaciones y el establecimiento de iniciativas mercadológicas para aminorar las diferencias.



Por su parte, Banco Azteca está comprometido con la experiencia del cliente, por ello su estrategia está basada en la empatía, la honestidad y la transparencia. Banco Azteca está convencido con la construcción de la marca con base en mensajes claros y comprensión de los servicios ofrecidos. El Banco considera que toda acción que emprende genera un impacto en el valor de la marca, por lo que trabaja por mejorar aspectos como:

- El desarrollo de la gestión corporativa
- El incremento de la calidad en el servicio al cliente
- La innovación en la oferta de productos
- El reforzamiento en la estrategia de negocio

Banco Azteca mide la efectividad de todas las campañas de publicidad sobre servicios y productos a través de las siguientes herramientas:

- Legalidad. Estricta aplicación de reglas establecidas por autoridades gubernamentales en términos de publicidad. Todos los mensajes publicitarios son avalados por los departamentos de Normatividad y Jurídico.
- Mensajes publicitarios. Siempre claros y consistentes sobre la oferta de valor de los productos y/o promociones anunciadas.
- Plataformas de amplificación efectivas:

Integrando mezcla de medios digitales y tradicionales, personales y propios basadas en el conocimiento de los puntos de contacto afines y diferenciados por tipo de clientes.

- Inteligencia del cliente: Utilizando distintas técnicas de información.
- Inversión efectiva: Se establecen en todo momento indicadores claves de persuasión, recordación, alcance y frecuencia para medir la efectividad del mensaje y la inversión publicitaria.

En 2018 el Banco contaba con dos metas en materia de publicidad, mismos que fueron logrados satisfactoriamente:

- Eficiencia en la entrega de los mensajes, mínimo de cinco puntos en la escala de TV Link (métrica de Milward Brown Kantar).
- Eficiencia en la inversión, con mezcla de medios *ad hoc* con un alcance mínimo de 50%.

La solidez y calidad de estos procedimientos ha llevado a Banco Azteca a formar parte del *Top 500 Banking Brands*, la clasificación de las marcas más valiosas del mundo publicada por la revista *“The Banker”* del *Financial Times*. Para este ranking se consideran aspectos técnicos y financieros tales como: percepción de los grupos de interés, desempeño del negocio e inversión en mercadotecnia.

En 2018, Banco Azteca logró la posición 278, subiendo 53 lugares en relación con 2017; para 2019 tiene como objetivo lograr un crecimiento del 21% en el valor de la marca, por lo que espera subir la posición de manera significativa.

Asimismo, Banco Azteca calificó en los Premios Effie México, que evalúan la eficiencia en mercadotecnia con una metodología global; fue reconocido dentro del *shortlist* de las campañas más eficientes de México a:

- “Guardadito Kids” en la categoría de “Servicios y productos financieros”
- “Institucional Banco Azteca”

Por otro lado, Milward Brown Kantar reconoció a Banco Azteca en su reporte *Brand Z, Most Valuable Latin Brands*, dentro del top 30 de las marcas más valiosas de México, posicionándose en el lugar número 13, con un crecimiento extraordinario del 91% en valor.

Entre algunas de las campañas de Banco Azteca con mayor difusión durante 2018 se encuentran:

- Guardadito Reyes  
Lanzada en enero de 2018, con el objetivo de ofrecer a los clientes premios en efectivo al instante al depositar en su cuenta Guardadito, además de promover los beneficios de las cuentas de captación.

## 2% de aumento en saldos por medio de la campaña Guardadito Reyes.

- Campaña del Día de las Madres  
Ofreció créditos gratis al instante, aunado a incentivos otorgados en Geografía por la colocación de créditos en sucursales. Su objetivo fue incrementar la colocación de créditos al consumo, préstamos personales y el uso de la Tarjeta Azteca, atrayendo nuevos clientes y fomentando la lealtad entre los clientes vigentes.

## 10% de crecimiento en la colocación de créditos con la campaña de celebración del Día de las Madres.

- “Billetazo” de Banco Azteca, Portafolio de Crédito  
Campaña que promueve el crédito y premia el pago puntual. Durante 2018 se llevaron a cabo dos ediciones, una relacionada con el Mundial de Fútbol y otra a finales del año. Su objetivo fue incrementar la actividad comercial y tráfico en sucursal mediante la atracción de nuevos clientes, fomentando la contratación,



re-compra y renovación de préstamos personales en clientes actuales. En ella, se otorgaron más de \$11 millones de pesos, premiando a más de 5,000 personas.

## 7% de crecimiento en la colocación de créditos personales con la campaña “Billetazo”

- “Pa’l Guardadito”  
Esta campaña estuvo basada en la educación financiera y su objetivo fue, además de reposicionar el producto Guardadito, incentivar el incremento de saldo y su mantenimiento. Abordó la importancia del ahorro cotidiano y la constancia y disciplina como factores esenciales para el cumplimiento de metas. Esta campaña tuvo un alcance superior al 60% y con ella se entregaron \$4 millones de pesos en premios.

- “Recompensas de Dinero al Instante”, Dinero Express y Envíos de Dinero  
Promoción dirigida a los clientes de remesas, ofreciendo premios en efectivo al instante al enviar o recibir dinero; tuvo el objetivo de apoyar a la economía de los clientes y de cumplir las metas en sucursal, incentivando los servicios de dinero nacionales o internacionales. En total se premió diariamente a 1,500 personas con efectivo por más de seis meses.

- Paga, recomienda y gana  
Oferta dirigida a clientes con pagos próximos a vencer, ofreciendo recompensas en efectivo en una tarjeta Guardadito. Su objetivo fue impulsar la colocación de créditos y motivar a los clientes a cumplir con sus pagos.

## 25% de incremento en la apertura de cuentas de crédito y cobranza con la campaña Paga, recomienda y gana.

En 2018, Guardadito se mantuvo como el producto con mayor número de aperturas, registrando un crecimiento importante de más de 50,000 nuevas cuentas a la semana.

- “Tú eliges”, Presta Prenda  
2018 fue un parteaguas para la marca, con el lanzamiento de un nuevo posicionamiento basado en el conocimiento profundo de las necesidades y motivadores de los clientes, bajo la promesa de valor “En Presta Prenda Tú eliges”.
- “Goleada”  
Campaña lanzada en mayo de 2018, con el fin de incentivar el incremento de saldo, en el marco del Mundial de Fútbol. Así, los clientes participaron para ganar \$2,500 pesos en efectivo y/o dos boletos para asistir a un partido en Rusia, o bien, \$250,000 pesos en efectivo. Fueron 594 los ganadores de \$2,500 pesos y uno de \$250,000 pesos.
- Bóveda Millonaria  
Campaña promocional de reconocimiento a los clientes y que fomenta el ahorro, así como la atracción de clientes y la mejora en la contribución de las sucursales a las metas de captación, a través de concursos semanales en los que cada \$100 pesos de incremento en el saldo de la cuenta al cierre de la semana equivalen a una participación para ser seleccionado, participar en el foro de la Bóveda y ganar hasta \$100,000 por

concurso. Se entregaron más de \$6.5 millones de pesos en premios al cierre de 2018.

## 121% de aumento en la captación neta de Guardadito mediante la Bóveda Millonaria.

- MÁS es MEJOR. PUNTO  
Oferta dirigida a personas cuyo propósito es contratar una inversión. Su objetivo fue incrementar las aperturas en cuentas de inversión, ofreciendo una tasa superior en el mercado para atraer nuevos clientes.

## 279% de crecimiento en la apertura de cuentas de inversión.

- Buen Fin  
Promoción dirigida a clientes que originaron un crédito nuevo, recompraron o renovaron, ofreciendo créditos gratis al instante, aunado a incentivos otorgados a Geografía por la colocación de créditos en sucursales. Con ella se contribuyó a



superar las metas de colocación de créditos personales y de consumo, así como la apertura de cuentas de captación y retención de saldos.

## 35% de incremento en la apertura de cuentas de captación con la promoción del Buen Fin.

## Las campañas de Banco Azteca que incentivaron el incremento en saldo en los productos de captación contribuyeron a que la captación vista creciera un 16% en México al cierre de 2018.

Para 2019 Banco Azteca tiene como objetivo continuar trabajando en el posicionamiento de la marca, incrementando su valor y percepciones, a través del fortalecimiento de los pilares con el fin de brindar al cliente la calidad y confianza

que merece, siempre colocándolo al centro de la estrategia. Con ello, contribuirá a la prosperidad incluyente en cada comunidad, impulsando en los clientes la libertad de soñar, de decidir y de lograr lo que se proponen por medio de las herramientas que brinda Banco Azteca.

Para Italika, las campañas de publicidad y marketing son sumamente relevantes, pues este es el medio por el cual la empresa da a conocer los productos, difunde promociones, aporta al cumplimiento de objetivos de venta y comunica atributos del producto. Lo anterior trae como consecuencia el posicionamiento de la marca y el incremento en la lealtad de los clientes.

El impacto y resultados de estas campañas son evaluados a través del análisis en medios digitales, de medios *offline* y televisión, así como de *benchmarks*, estudios de mercado, certificaciones, resultados comerciales, *market share*, entre otros.

Durante 2018, Italika trabajó en la nueva arquitectura de marca, con base en un modelo híbrido de tres pilares y niveles:

1. Funcional / eficiente.
2. Estilo / diseño
3. Alto desempeño / tecnología

De esta forma, la comunicación e imagen fue emitida de manera diferenciada por cada uno de los tres pilares. Los impactos en medios de las campañas de marketing de Italika en 2018 fueron los siguientes:

- 1,784 impactos en televisión abierta a nivel nacional
- 8,363 impactos en televisión de paga
- 36 inserciones en revistas

Actualmente, Italika cuenta con la gama de motocicletas más amplia del mercado mexicano, ofreciendo motocicletas para cualquier actividad o estilo de vida y consolidándose como el líder en las tendencias de productos y esquema de negocio.

Italika ofrece productos en las categorías de: motonetas, trabajo, doble propósito, *urbanas-naked*, deportivas, infantil, semiautomáticas, cuatrimotos, *custom-chopper* y motocicletas eléctricas.

En 2018, la plataforma deportiva ITALIKA Racing recibió el distintivo Road to Moto GPTM. De igual forma, Italika aumentó su participación en campeonatos de carácter internacional, como ITALIKA Women's World Cup, la primera Copa Internacional Femenil monomarca en la historia del motociclismo de velocidad.

Los objetivos de Italika hacia 2019 en materia de marketing y publicidad son:

- Desarrollar un profundo conocimiento de los clientes a través de estudios de mercado y del análisis de sus interacciones con la marca *-online / offline-* para comprender sus necesidades e intereses y mejorar las tasas de conversión del *customer journey*.
- Asegurar que la oferta comercial - producto, financiamiento, precio y canal- de Italikas, refacciones y accesorios esté centrada en el cliente, alineada con la estrategia de marca, cumpla con los atributos funcionales esperados y se adecue al uso que le darán los clientes del segmento objetivo.
- Posicionar a Italika como la marca más relevante de motocicletas -incluyendo refacciones y accesorios- en todos los ámbitos de uso -herramienta de trabajo, movilidad, recreación, integración social y/o deporte-.
- Desarrollar experiencias de marca convenientes, consistentes, ágiles, sencillas y personalizadas, que empoderen al cliente, incrementen los momentos positivos y disminuyan los puntos de fricción, con el fin de lograr relaciones rentables y de largo plazo





## PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES



GRI 418: 103-1, 103-2, 103-3  
Principios 1, 2 y 10

Hoy en día, el uso extensivo de la tecnología facilita el acceso a todo tipo de información por parte de un gran número de personas. Así, aprovechando los beneficios que brinda la innovación, Grupo Elektra –a través de su Departamento de Datos Personales– cumple con el compromiso de difundir el conocimiento del derecho humano a la protección de los datos personales, con el fin de que los clientes, en su carácter de titulares, puedan ejercer sus Derechos ARCO –Acceso, Rectificación, Cancelación y Oposición–, de manera informada frente a cualquiera de las empresas pertenecientes al Grupo y, al mismo tiempo, facilitar el cumplimiento legal.

Actualmente, las mayores vulnerabilidades de las empresas derivan del uso de las tecnologías de la información. De esta forma, para Grupo Elektra resulta prioritario vigilar y regular el uso de estas herramientas, evitando una utilización incorrecta o el desconocimiento de las políticas internas, previniendo la existencia de brechas que pudiesen ser aprovechadas por los atacantes o “hackers”.

Por ello, Grupo Elektra centra sus esfuerzos en la capacitación de los colaboradores y en la concientización de los clientes, arrendadores y proveedores sobre estos temas, así como en el robustecimiento de políticas de seguridad de la información y políticas de privacidad que sean congruentes entre sí, verificando su cumplimiento de manera periódica, determinando con ello, el tipo de medidas a implementar para mitigar las vulnerabilidades, en vista de que éstas no pueden eliminarse en su totalidad.

En los últimos tres años, Grupo Elektra ha enfatizado la importancia de la seguridad de la información y la protección de datos personales, asignando recursos para implementar estrategias efectivas en el cumplimiento y aplicación de las regulaciones y evitar impactos económicos o reputacionales. Este sólido modelo de gestión ha hecho a Grupo Elektra acreedor a la certificación en materia de Protección de Datos Personales, otorgada por Normalización y Certificación NYCE, S.C., organismo de certificación acreditado por la Entidad Mexicana de Acreditación (EMA), al superar satisfactoriamente la auditoría realizada por esta institución. La importancia de esta certificación radica en que blindo todos los



En 2018, Grupo Elektra renovó la certificación en materia de Protección Datos Personales al superar satisfactoriamente la auditoría realizada por Normalización y Certificación NYCE, S.C.

En 2018, las empresas de Grupo Salinas recibieron la certificación “Sistema para Atención del Procedimiento de Derechos Arco Grupo Salinas” emitido por Normalización y Certificación NYCE, S.C., organismo de certificación acreditado por la Entidad Mexicana de Acreditación (EMA).

procesos, áreas y servicios del Grupo, permitiendo la operación, monitoreo, revisión, mantenimiento y mejora en el tratamiento y seguridad de los datos personales.

Esta certificación se debe en gran parte a que Grupo Elektra, además de cumplir con la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares (LFPDPPP) y su Reglamento, adoptó un Esquema de Autorregulación Vinculante reconocido por el Instituto Nacional de Acceso a la Información y Protección de Datos (INAI), manifestando así su firme compromiso con la privacidad y protección de los datos personales. De esta manera, cuenta con el Sistema de Gestión de Seguridad de Datos Personales (SGSDP).



El SGSDP fue establecido de conformidad con las directrices de la LFPDPPP y los Parámetros de Autorregulación en materia de Protección de Datos Personales (PAMPDP) y sus objetivos son:

- Proveer a las unidades de negocio autorreguladas de los elementos y actividades de dirección, operación y control de sus procesos, que les permitan proteger de manera sistemática y continua los datos personales que estén en su posesión.
- Otorgar un tratamiento legítimo, controlado e informado para garantizar la privacidad y el derecho a la autodeterminación informativa de las personas

Grupo Elektra mide los resultados y efectividad del SGSDP con base en tres instrumentos de verificación:

- Programa anual de auditoría, revisión efectuada por la Dirección de Auditoría Interna.
- Auditoría externa, realizada por el organismo certificador Normalización y Certificación NYCE, S.C., la única entidad reconocida por el INAI para evaluar y certificar Esquemas de Autorregulación en materia de Protección de Datos Personales en México. La auditoría considera estrictos

lineamientos y criterios emitidos por la EMA, los cuales cumplen con lo establecido por la LFPDPPP y los PAMPDP.

- Revisión administrativa, por medio de la cual las empresas de Grupo Elektra prevén, implementan y mantienen verificaciones regulares y programadas, para afianzar la continuidad y desarrollo adecuados del SGSDP, con una observancia permanente en las modificaciones significativas a la normatividad, tecnología y procedimientos internos.

Grupo Elektra tiene como objetivo perdurable innovar y mantenerse a la vanguardia en materia tecnológica; es por ello por lo que designó recursos para desarrollar un sitio web que facilita a los clientes el ejercicio de sus Derechos ARCO, sensibilizándolos sobre la importancia de la Protección de Datos Personales, pues anteriormente, el Departamento de Datos Personales gestionaba las solicitudes de Derechos ARCO de manera manual. Es decir, el titular debía enviar su solicitud a través de un correo electrónico, para que, posteriormente, el Departamento de Datos Personales la recibiera y analizara para determinar si cumplía con lo establecido en el Aviso de Privacidad; de esta manera, el Departamento determinaba su procedencia conforme a los plazos legales establecidos y enviaba la respectiva respuesta al titular, igualmente, vía correo electrónico.

Con el desarrollo e implementación del sitio web, se agilizó el proceso de atención de una solicitud de derechos ARCO, lo que permitió mejorar la calidad del servicio, asegurando que toda solicitud recibida cumple con los requisitos solicitados en el Aviso de Privacidad y reduciendo los tiempos de respuesta de manera considerable.

Este sitio, a su vez, funge como canal para que el Departamento de Datos Personales fomente y difunda la cultura de Protección de Datos Personales a la mayor cantidad de personas posible, sean o no clientes de las empresas que conforman el Grupo. De esta forma, Grupo Elektra busca consolidarse como un referente en el impulso de una mejora sustantiva en los procedimientos utilizados por los responsables del tratamiento de datos personales en México, siendo pionero en contar con una herramienta de esta naturaleza y elevando los estándares de protección datos personales con un enfoque hacia la excelencia.

Derivado de este esquema de cumplimiento en materia de protección de datos personales, además de los logros mencionados, Grupo Elektra mostró otros resultados sobresalientes a lo largo de 2018, como son:

- No ser acreedor a multas por incumplimientos a la ley.

## En 2018, Grupo Elektra lanzó un sitio web exclusivo para la atención de la población en el ejercicio de sus Derechos ARCO.

- Certificación del proceso de atención a través del sitio web.
- Celebración de la primera “Semana de Protección de Datos Personales de Grupo Salinas”, que consistió en que miembros del INAI así como reconocidos profesionistas en la materia impartieran una serie de conferencias magistrales en temas actuales y de interés para los colaboradores.
- Reforzamiento de la capacitación presencial y en línea a los colaboradores.

## 600 colaboradores de nuevo ingreso capacitados de manera presencial por el Departamento de Datos Personales en 2018.



27,843 colaboradores capacitados *vía online* en materia de protección de datos personales en 2018; 3,375 colaboradores en el Corporativo de Grupo Elektra y 24,468 en Geografía a nivel nacional.

- Impartición de capacitación por parte de NYCE, para la certificación en Fundamentos Legales.

74 colaboradores certificados por NYCE en Fundamentos Legales; 1,184 horas de capacitación.

- Especialización y actualización de los miembros del Departamento de Datos Personales, a través de capacitaciones adicionales.

5 miembros del Departamento de Datos Personales cursaron el Diplomado de “Protección de Datos Personales”, impartido en la Escuela Libre de Derecho.

2 miembros del Departamento de Datos Personales cursaron una capacitación profesional Nivel Jr./Sr.

320 horas de formación en protección de datos personales, a través de las capacitaciones adicionales.

- Obtención de un certificado particular por parte de NYCE, que avala que el proceso de atención de las quejas y solicitudes ARCO ejercidas por los titulares cumple en su totalidad con los requerimientos que



establece la ley y que se desempeña con base en las mejores prácticas para una mayor satisfacción de los titulares.

- Obtención del 1º lugar a nivel nacional en el concurso anual del “Premio de Innovación y Buenas Prácticas en la Protección de Datos Personales 2018”, organizado por el INAI, la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y la Secretaría de la

Función Pública. Esta convocatoria estuvo dirigida tanto al sector privado como al público, con la finalidad de reconocer las mejores prácticas en materia de protección de datos personales que ocurren en México. El reconocimiento fue entregado el día 24 de enero de 2019, en el marco del Día Internacional de Protección de Datos Personales.



Aun cuando en algunos países de Latinoamérica no existe una legislación específica que aborde la protección de datos personales, Grupo Elektra, a través de Banco Azteca ha replicado algunas buenas prácticas en la materia.

En El Salvador, el tema es abordado en la inducción del personal de nuevo ingreso.

## 80 colaboradores de nuevo ingreso sensibilizados a través de cursos de inducción en materia de protección de datos personales en Banco Azteca, en El Salvador.

Asimismo, Banco Azteca en El Salvador puso a disposición de los colaboradores del Corporativo, el curso en línea “Generalidades en Seguridad de la Información”, el cual ha sido actualizado y reubicado dentro del sitio web para facilitar el acceso al personal que aún no lo cursa –50 colaboradores–.

## 95 colaboradores en el Corporativo de Banco Azteca en El Salvador aprobaron de manera satisfactoria el curso en línea “Generalidades en Seguridad de la Información”.

En Guatemala, la iniciativa de ley 4090-2009 “Protección de Datos Personales” es un marco base para la implementación de buenas prácticas en la gestión de este tipo de riesgos. Es así como, en 2018, con el fin de garantizar la confidencialidad, disponibilidad e integridad de la información, Banco Azteca llevó a cabo en Guatemala campañas de difusión para sensibilizar a los usuarios, a través de posters, *mailings* e infografías.

En Panamá, la Ley de Datos Personales fue enviada a la Asamblea para su aprobación y, con la finalidad de anticiparse a los cambios legislativos, Banco Azteca en Panamá elaboró y aprobó el Manual de Manejo de Información. Permeó su conocimiento entre los colaboradores a través de Comités de Buenas Prácticas, la difusión de las políticas de seguridad, la realización de campañas y la impartición de capacitación a la primera línea de reporte,

referente a la clasificación y protección de activos de información. Todo ello con miras hacia la elaboración de un plan para la ejecución del proceso de manejo de información en la unidad de negocio.

Finalmente, Banco Azteca estableció en Perú diferentes acciones para fortalecer la gestión y asegurar el cumplimiento de la Ley 29733 de Protección de Datos Personales, entre ellas:

- La coordinación con el área Legal para la revisión de las cláusulas de protección de datos personales en los contratos con proveedores.
- La cooperación con el área de Negocios para la revisión de los mensajes en campañas sobre los productos que se ofrecen a los clientes.
- La revisión de la trazabilidad en las oficinas del Call Center, desde que reciben las bases de datos de clientes hasta que los llaman, para evitar la fuga de información.
- La implementación de un proceso interno para que el área de Desarrollo Comercial sea la única encargada de recabar la información de los clientes, desde las bases de datos internas y de ejecutar los filtros correspondientes.
- El establecimiento del envío de las bases de datos de clientes por medio de un protocolo seguro SFTP, prohibiendo el uso

de correo electrónico para estos fines.

- La impartición de capacitación que aborda estos temas en Geografía.

Entre las áreas de oportunidad que Banco Azteca ha identificado en Perú se encuentran:

- Incorporar el tema de protección de datos personales en los cursos y exámenes en línea a realizar por los colaboradores.
- Automatizar los sistemas de autorizaciones de los clientes para el tratamiento de datos personales.
- Implementar el Manual de Protección de Datos Personales, el cual deberá incluir entre otros procedimientos:
  - › La eliminación de datos
  - › La asignación de mensajes por campaña
  - › La eliminación de datos recolectados por *landing page* y/o Facebook

Los temas de riesgo resultantes de la gestión de seguridad de la información, proyectos y seguimiento a iniciativas son expuestos de manera trimestral en los Comités Mensuales de Riesgos de Banco Azteca en Latinoamérica, mientras que en el Comité de Riesgo Operacional se abordan los casos específicos de riesgos materializados o con tendencia a presentarse, incluyendo, en caso aplicable, los concernientes a protección de datos personales.



## MEJORA CONTINUA

Para continuar atendiendo de manera eficaz a millones de familias en los lugares donde tiene presencia e incrementar la satisfacción de los clientes, Banco Azteca ha puesto en marcha diversas líneas estratégicas:

- En México, al cierre del ejercicio 2018 contaba con 120 sucursales renovadas, en las cuales existen facilidades de acceso para personas con discapacidad, como rampas, elevadores y servicios sanitarios para personas con capacidades diferentes.
- En El Salvador versó hacia el mantenimiento del mismo número de agencias del Banco, generando rentabilidad en cada una de ellas.
- En Guatemala se centró en el aumento de la cobertura y gama de servicios financieros, a través de los formatos de Elektra móvil, canales de terceros con Italika como socio comercial y el formato de Tiendas Elektra en centros comerciales. Adicionalmente, impulsó una imagen moderna, ordenada y limpia, potenciando la comodidad y la experiencia del cliente. Con estas acciones logró mejorar la mezcla de colocación de crédito al consumo e incrementar la presencia de la marca en distintas comunidades y centros comerciales.



- En Honduras promovió la diversificación del negocio y el aumento de la cobertura de puntos de servicio, por medio de formatos de Elektra Móvil, canales de terceros con socios comerciales y con Italika, siempre con un enfoque en el cliente como el centro de la estrategia para dotar a la Institución de mayor competitividad en los mercados atendidos. El nuevo formato –cuyo avance de implementación es de 35% en canales propios y de terceros– consiste en la creación de un ambiente de trabajo que maximice la satisfacción de los colaboradores y, por consiguiente, la

experiencia de los clientes. En 2018, Banco Azteca llevó a cabo el estudio de opinión del consumidor de Brand Stracker en Honduras para medir la percepción de comodidad de sus instalaciones, presentando una mejora de 1.9% con respecto al año anterior. Los principales logros del desarrollo del nuevo formato en Elektra Móvil fueron los siguientes

- › Mejora en la mezcla de colocación de crédito al consumo a nivel nacional por la recuperación de cartera inactiva.
- › Robustecimiento de la oferta de productos dirigida a los clientes ubicados

- en zonas foráneas, contribuyendo a la mejora de su calidad de vida.
- › Incremento en la presencia de la marca en las ciudades del interior del país.
- En Panamá, se enfocó en aumentar la rentabilidad de los puntos de contacto ya existentes y evaluar fusiones de sucursales y reubicaciones.
- En Perú motivó la renovación de sucursales y la consecuente reducción de costos, aunado a la ampliación de la cobertura con el formato Elektra Móvil, con la finalidad de hacer de la estancia de los colaboradores y de la visita de los clientes una experiencia agradable. El principal resultado fue la mejora en la mezcla de colocación de crédito en estas sucursales.

**Las instalaciones de las nuevas sucursales son incluyentes, pues facilitan el acceso a todas las personas.**

En los productos de captación de Banco Azteca se mantuvieron iniciativas para continuar mejorando la experiencia del cliente, como el impulso al envío de remesas directo a cuenta. Asimismo, esta categoría de productos amplió su oferta a través del lanzamiento de Débito Azteca, dirigido a clientes de mayor transaccionalidad.

Asimismo, la Institución reforzó la capacitación de los colaboradores especializados en los productos de captación, aportando información actualizada sobre los procesos relevantes de atención, los productos, la competencia y los perfiles de los clientes.

## En 2018, Banco Azteca capacitó a más de 1,200 asesores de manera presencial y 6,000 por medio de canales digitales en México.

En la división de crédito, Banco Azteca se centró en:

- Revisar el manual de crédito y la oferta de productos, utilizando herramientas de detección de oportunidades tales como *mystery shopper* para evaluar la experiencia del cliente.
- Verificar el proceso de originación de punta a punta para la identificación de áreas de mejora.
- Mejorar la calidad del servicio al cliente, estableciendo las bases para un plan para el reconocimiento de clientes, en función de su antigüedad y comportamiento.

- Ejecutar acciones de reconocimiento a clientes en medios de comunicación masiva.
- Incrementar el número de acreditados mediante un modelo de *scoring* y visitas al domicilio del cliente para garantizar la cobranza.
- Avanzar en el modelo de operación de las aplicaciones digitales para la colocación y cobranza, iniciando con clientes que ya cuentan con líneas de crédito activas y cuentas de ahorro.
- Optimizar la colocación de clientes nuevos a través de cambios en los límites de crédito, en función de la edad del cliente.

Con el fin de estandarizar los objetivos de Banco Azteca en Latinoamérica, en 2018 se llevó a cabo una reunión de planeación estratégica entre las áreas de Seguros y Captación, con el fin de unificar la visión y la estrategia con base en los Objetivos y Resultados Clave (ORCs) y los cinco ejes de Captación.

En 2018, Afore Azteca estableció acciones específicas para la mejora en la atención al cliente y coadyuvar a incrementar su satisfacción, tales como:

- La implementación de la plataforma para afiliarse y atender a clientes que cotizan en el ISSSTE.
- La implementación de una plataforma para operar el Modelo de Registro Asistido,

proceso para registrar a trabajadores sin Afore a través de medios electrónicos.

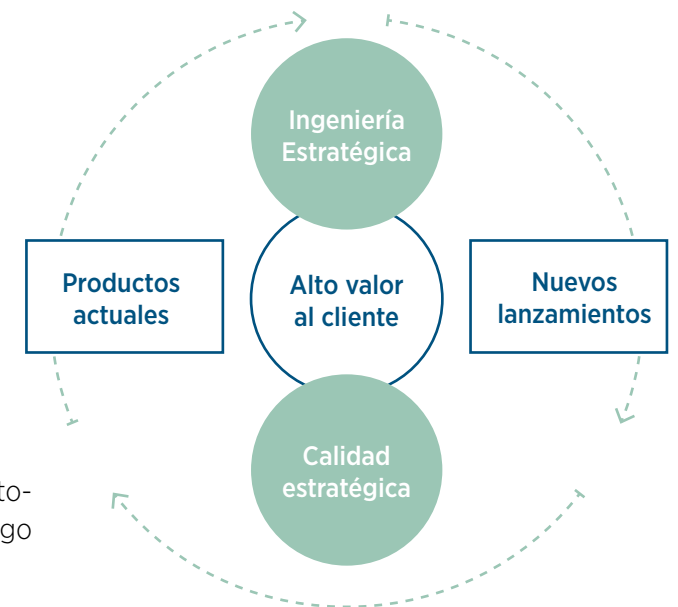
- La incorporación del servicio de citas a través de E-SAR (Portal electrónico del Sistema del Ahorro para el Retiro).
- El incremento de la plantilla de agentes promotores en punto de venta, de 876 en 2017 a 1,150 en promedio en el ejercicio 2018. Asimismo, los índices de rotación semanal se redujeron de 2.4% a 2.0% en el último trimestre de 2018.
- La reducción en el tiempo de certificación de promotores, de cinco semanas en 2017, a tres semanas en 2018.

## En 2018, Afore Azteca obtuvo la adjudicación de la licitación para administrar los 8.8 millones de cuentas de Prestadora de Servicio, de aquellos trabajadores que aún no han seleccionado una Afore.

Por su parte, Punto Casa de Bolsa logró la autorización y formalización del “Swift Code”, código

bancario de identificación global para la realización de operaciones internacionales.

Italika cuenta con una sólida estrategia para asegurar de manera permanente la calidad de los procesos y productos, e impactar positivamente en la satisfacción del cliente. Consiste en el aseguramiento de la calidad y buen funcionamiento de los productos, mediante el desarrollo de plataformas, funcionalidades y nuevas tecnologías que den alto valor al cliente y con un costo accesible en cada uno de los segmentos de producto. Todo ello a través de la mejora continua y el aumento de la rentabilidad, minimizando los costos por garantías o reclamos, para así tener los mejores productos en términos de rendimiento, potencia, desempeño



y durabilidad que garanticen al usuario la mejor opción de movilidad.

La mejora continua es un compromiso permanente, por lo que las empresas de Grupo Elektra han establecido diversos objetivos hacia 2019, con el fin de mejorar la experiencia del cliente y elevar el nivel de servicio. Entre ellos:

Banco Azteca, en productos de captación:

- Continuar ampliando la gama de productos y promover el crecimiento prudente de los productos actuales de captación.
- Fomentar el uso de la banca digital y banca móvil, canales que ofrecen servicios

eficientes y respuesta inmediata, facilitando la vida de los clientes e impulsando la bancarización de segmentos de la población desatendidos por la banca tradicional.

- Crecer y consolidar la inclusión de los nuevos productos en la Banca Digital, permitiendo a los clientes el acceso a la oferta desde cualquier lugar.
- Mejorar los sistemas de información, análisis, retroalimentación y enlace con los clientes, con la finalidad de presentar una mejor oferta.
- Crecer por arriba del mercado, cumpliendo los objetivos del negocio.
- Impulsar la captación a través de Guardadito e Inversión Azteca Creciente en

Latinoamérica, reduciendo con ello el costo de captación y el consecuente incremento de la captación a plazo, sin generar un impacto negativo en Tesorería y cumplir con el pago de dividendos en México.

• Banco Azteca, en el envío de dinero-transferencias:

- Aumentar la participación de mercado.
- Atraer a los clientes a la recepción de remesas por medio de canales digitales.
- Aumentar la recepción de remesas directa a cuenta, para la comodidad y seguridad de los clientes.
- Posicionar el seguro contra robo de remesas para beneficiar a una mayor cantidad de clientes.
- Expandir la red geográfica.
- Otorgar a los clientes más beneficios para premiar su preferencia.

Seguros Azteca

- Participar en un mayor número de licitaciones de gobierno.
- Homologar el 100% de operaciones de Seguros Azteca Daños en el nuevo sistema CORE.
- Desarrollar y poner en marcha nuevos productos, como el de Telefonía, que cubre

la pérdida o robo de teléfonos.

- Fortalecer el seguro de motos para adicionar coberturas que puedan ser elegidas por los clientes.
- Desarrollar canales digitales para venta de seguros.
- Crear un nuevo modelo de supervisión con la finalidad de aumentar la cercanía con la fuerza de ventas.
- Crear una estructura para dar seguimiento y atención a licitaciones públicas y nuevos negocios con empresas.

• Punto Casa de Bolsa

- Contribuir al crecimiento de las distintas áreas del negocio, ofreciendo productos innovadores y atractivos a los clientes
- Incrementar el número de clientes activos para lograr democratizar la Bolsa.
- Establecer objetivos comunes en las distintas áreas de Punto Casa de Bolsa.
- Innovar en los procesos, utilizando tecnología de punta y transmitir conceptos financieros de forma fácil a las personas y a las empresas.

Italika

- Abrir 20 agencias propias Italika.
- Implementar el nuevo esquema de venta omnicanal en conjunto con el área de E-commerce.





# VALOR SOCIAL





# EL MEJOR TALENTO

## ATRACCIÓN Y RETENCIÓN DE TALENTO

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

Principios 1 y 4

En Grupo Elektra, la gestión del capital humano se desenvuelve en un círculo virtuoso, pues contar con el mejor talento es un proceso clave para generar prosperidad compartida e incluyente.

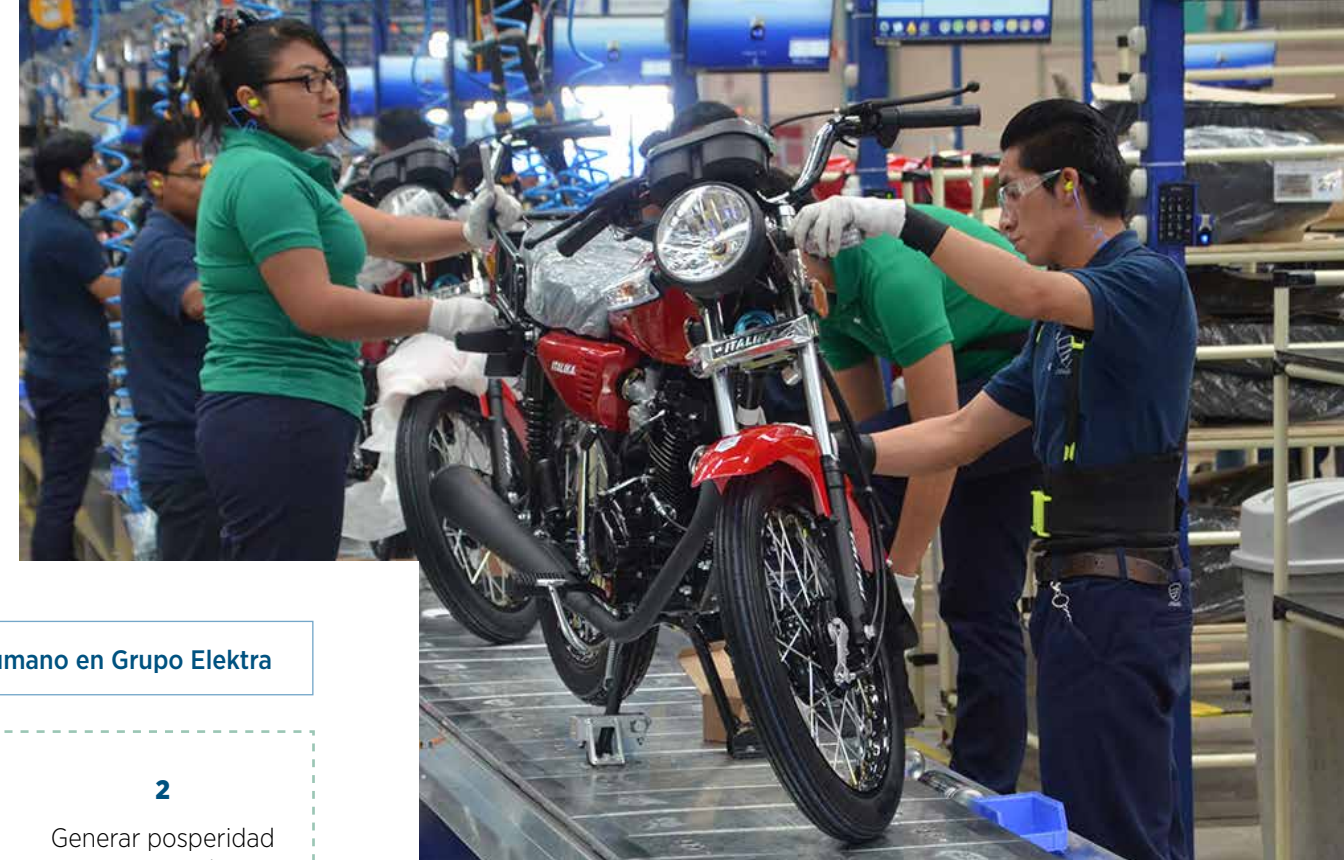


Por ello, el Grupo centra sus esfuerzos en ofrecer las mejores condiciones laborales, con el fin de hacer del ingreso de los colaboradores a la Compañía, una experiencia excelente y memorable. Todo ello, en búsqueda de cumplir con su propósito de consolidarse como uno de los mejores lugares para trabajar, impulsando el desarrollo integral de los colaboradores, fortaleciendo así su compromiso con Grupo Elektra y, por tanto, favoreciendo el logro de los objetivos individuales y los de la Compañía.

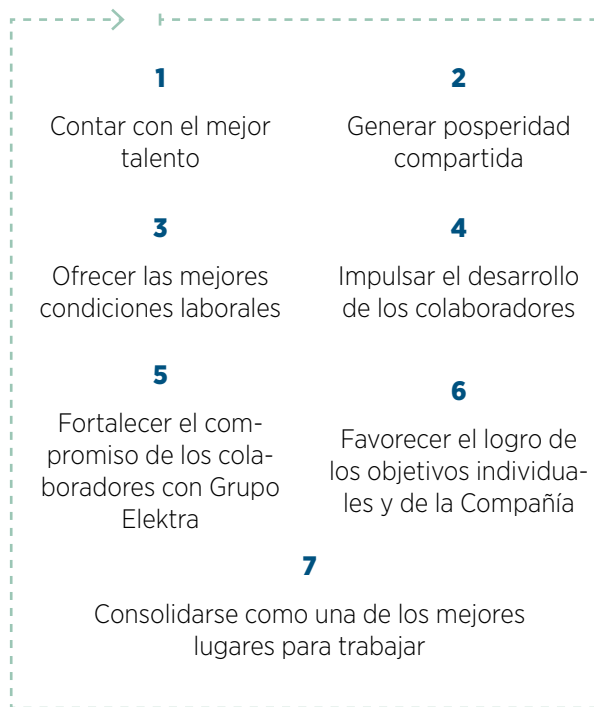
GRI 405, 406: 103-1, 103-2, 103-3

Entre los instrumentos principales de Grupo Elektra para la atracción de talento y retención de talento se encuentran:

- Política de reclutamiento, selección y contratación de personal Grupo Salinas, la cual establece los procesos y lineamientos



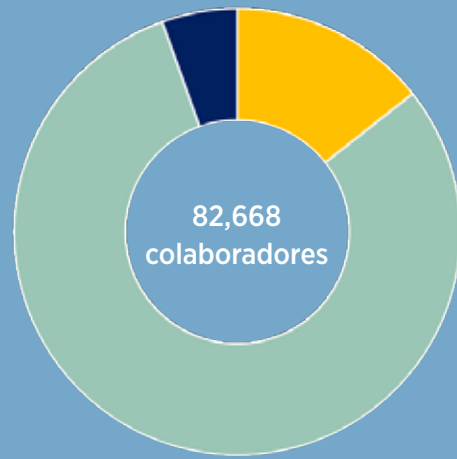
### Gestión de capital humano en Grupo Elektra



generales para la atracción y contratación de talento humano.

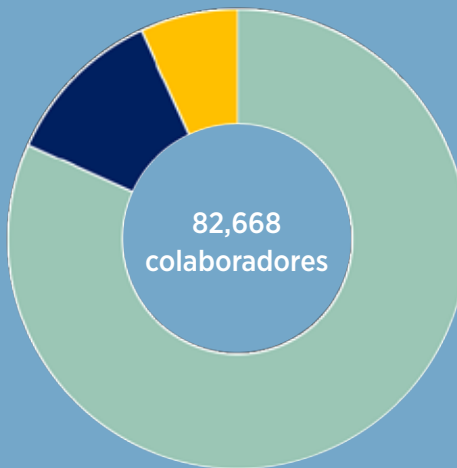
- Políticas de publicación de vacantes y de movimientos internos de personal entre empresas de Grupo Salinas, las cuales fueron creadas recientemente.
- Comité de Integridad, órgano recientemente creado por el Consejo de Administración de Grupo Elektra y cuyas funciones iniciarán en 2019, a través del cual se reforzarán los principios de inclusión y meritocracia laboral en el Código de Ética.

102-8



**Grupo Elektra**  
Desglose de plantilla por empresa

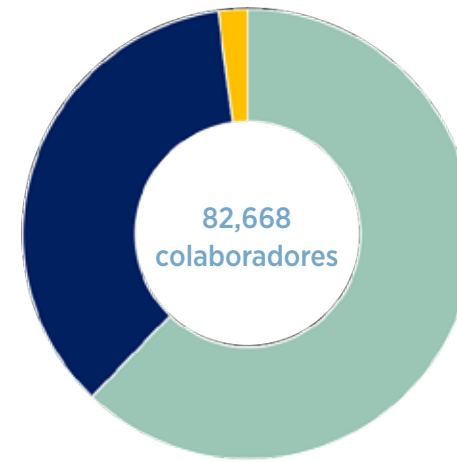
Tiendas Elektra	14%
Banco Azteca	80%
Italika	6%



**Grupo Elektra**  
Desglose de plantilla por región

México	67,567	82%
Centro y Sudamérica	9,416	11%
Estados Unidos	5,685	7%

En ocasiones, Grupo Elektra requiere personal eventual para cubrir la demanda estacional, situación que se vio reflejada durante el ejercicio de 2018.



**Grupo Elektra**  
Desglose de plantilla por grupo etario

< 30 años	62%
30-50 años	36%
> 50 años	2%

401-1

## 57.5%, índice de rotación de Grupo Elektra en 2018.

102-41

## 5% del total de colaboradores de Grupo Elektra está sindicalizado.

Así, Grupo Elektra y las empresas que lo conforman evalúan la efectividad de la atracción y retención de talento por medio de las Juntas de intercambio del Grupo o externas, es decir, reuniones entre las empresas de Grupo Elektra o de distintos giros para el intercambio de buenas prácticas, así como de candidatos potenciales.

Aunado a lo anterior, el Grupo cuenta con la Encuesta Inicio, instrumento para fortalecer la retención del talento, cuyo objetivo es evaluar el proceso de acompañamiento de colaboradores nuevos, desde el día en que se incorporan al equipo y durante los primeros tres meses. Esta encuesta es aplicada en tres etapas: 15, 45 y 90 días.

Tiendas Elektra aporta a la visión de Grupo Elektra al considerar al capital humano como el activo más valioso, promoviendo una cultura de respeto y trabajo en equipo, con un enfoque humano y digno. De esta manera, cuenta con directrices específicas para atraer y retener al mejor talento, como son:

- La promoción del desarrollo del talento interno con el programa Talento en Movimiento.



- La realización de entrevistas por competencias.
- Un proceso de reclutamiento inclusivo y estandarizado que identifica el talento desde un inicio, para contar con planes de sucesión a mediano y largo plazo.



Con base en estos lineamientos, en 2018 Tiendas Elektra estableció diversas herramientas y acciones para soportar una óptima gestión de talento, entre ellas:

- Implementación de **Hiring Room**, plataforma para la gestión de candidatos de Grupo Salinas.
- Estandarización de la publicación de vacantes en LinkedIn y bolsas de trabajo electrónicas.
- Lineamientos para promociones de personal en el Corporativo, incluyendo el panel para la selección de talento gerencial y directivo.
- Parrillas de reemplazo, herramienta para la gestión del talento interno en la operación de tiendas.
- Programa Inicio, para el acompañamiento del colaborador desde su primer contacto con la Compañía hasta los tres primeros meses.
- Actualización de la Política de inclusión y no discriminación.
- Actualización de Código de Ética.

- Implementación de la metodología de “Metas Crucialmente Importantes” (MCI), para la cobertura y rotación en las zonas críticas (Metro foránea, Metro Sur, Metro Norte y Pacífico).
- Creación e implementación del Manual de atracción de talento, el cual logró la estandarización de la publicación de las vacantes en tiendas.
- Evaluaciones en tiendas, para la identificación de potencial para Gerentes Zonales, Gerentes Regionales al 100% y Líderes de Tienda.

Tiendas Elektra evalúa la efectividad de las herramientas para la gestión de talento a través de diversos mecanismos emitidos por Grupo Elektra:

- Indicadores de áreas, como número de vacantes cubiertas de posiciones de reciente

- creación o de reemplazo.
- Encuesta de clima laboral *Great Place to Work* (GPTW).
- Índice de Promotores Neto Socio, el cual mide el grado de predisposición de un colaborador para recomendar a sus familiares y amigos pertenecer a una empresa de Grupo Elektra.

601 promociones en Geografía (tiendas) y 28 en los Centros de Distribución de Tiendas Elektra en 2018, por medio del programa Talento en Movimiento.

401-1

108 nuevas contrataciones en el Corporativo de Tiendas Elektra durante 2018; 54% vacantes de nueva creación y 46% de reemplazo.

7,202 nuevas contrataciones en 2018; 68% hombres y 32% mujeres.

670 vacantes cubiertas por colaboradores internos en 2018.

89% de cobertura con la metodología de “Metas Crucialmente Importantes” (MCI), subiendo más de 10 pp.

Se logró el 95% de la cobertura objetivo en contratación de temporada.

90% de los nuevos colaboradores fueron acompañados en el proceso de incorporación al Grupo, a través de la Encuesta Inicio.

52 directivos en Tiendas Elektra; 49 de ellos son originarios de los países donde desempeñan sus funciones.

14 mujeres en cargos directivos.

21 directivos con funciones de generación de ingresos en Tiendas Elektra; 6 de ellos son mujeres.

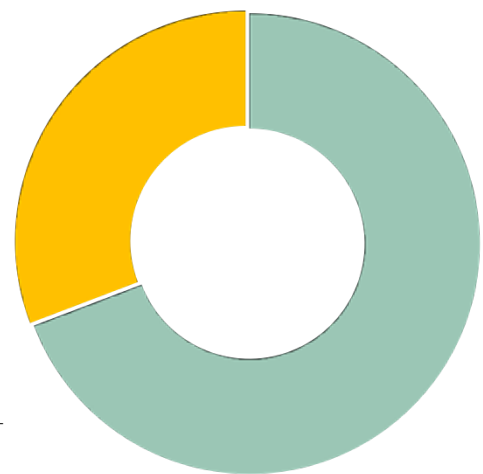
344 colaboradores con puestos gerenciales; 104 de ellos son mujeres.

gran empleador que ayuda a su equipo a construir un futuro próspero.

Para Banco Azteca, la atracción y retención de talento son procesos vitales para lograr que los colaboradores vivan y enriquezcan su cultura organizacional, asegurando el éxito de la Institución. Por tal motivo, ha establecido el Centro de Atracción de Talento Ejecutivo, estructura conformada por 13 personas y dedicada a la cobertura de vacantes de mandos medios y especializados de todas las unidades de negocio que integran Banco Azteca. Este Centro cuenta un procedimiento de selección alineado a la visión y objetivos estratégicos de Banco Azteca, y soporta sus funciones en diversas herramientas y políticas que garantizan la mejor experiencia para los colaboradores, así como la prosperidad incluyente, la no discriminación y el respeto por la diversidad. Tal es el caso de:

- Bolsas de trabajo en línea: OCC, Bumeran, Computrabajo, *Hiring Room* y LinkedIn; esta última figura como la principal de ellas.
- *Head Hunters*, dedicados a la búsqueda del talento que cumpla con las capacidades y habilidades para cubrir las vacantes.
- Programas de vinculación académica, con el propósito de posicionarse entre el talento joven como una opción laboral e integrar programas de becarios:
  - › Ferias de empleo en diversas instituciones educativas, como el

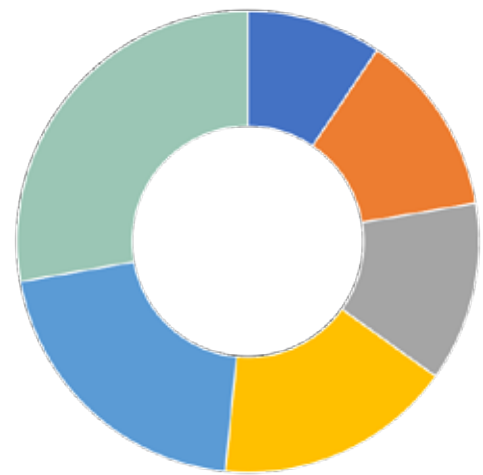
Nota. 98% de los colaboradores de Tiendas Elektra cuentan con un contrato permanente; 2% de ellos, con contrato temporal.



Tiendas Elektra  
Desglose de plantilla por género

Hombres	69%
Mujeres	31%

Nota. 0.5% de los colaboradores de Tiendas Elektra cuentan con un contrato temporal.



Tiendas Elektra  
Desglose de plantilla por género y grupo etario

Mujeres	<30 años	9%
Hombres	<30 años	13%
Mujeres	30-50 años	12%
Hombres	30-50 años	17%
Mujeres	>50 años	21%
Hombres	>50 años	28%

Por su parte, la promesa de Banco Azteca hacia sus colaboradores es “vivir una experiencia de trabajo integral”. Para cumplirla, fomenta el liderazgo y la orientación constante, y proporciona herramientas de trabajo y programas formativos que muestran el camino a seguir. Su diferenciador radica en que se ha consolidado como un

Para Banco Azteca, la atracción y retención de talento es una estrategia clave que permite:

- Conocer el talento
- Identificar el alto potencial
- Impulsar la meritocracia
- Promover la formación y el desarrollo
- Gestionar las oportunidades bajo criterios transparentes y objetivos
- Promover las oportunidades equitativas de carrera dentro de la Institución
- Tomar decisiones justas y alineadas con los aspectos que la organización valora

Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), el Instituto Panamericano de Alta Dirección de Empresas (IPADE), el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), la Universidad Iberoamericana (UIA), la Universidad Panamericana (UP) y la Universidad Anáhuac.

- › Programa de becarios *Inroads*.
- › Programa Semillero de Verano Banco Azteca.
- Incorporación de protocolos para la atención de los candidatos para mejorar la experiencia durante su participación en las diferentes etapas de atracción y selección; estos procesos son auditados por un tercero

con el objetivo de identificar áreas de oportunidad.

Durante 2018, las actividades realizadas por el Centro de Atracción de Talento Ejecutivo de Banco Azteca fueron las siguientes:

- Participación en las ferias de reclutamiento de la Universidad Panamericana (UP) y la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).
- Visita de Directivos de Banco Azteca a la UP y a la Universidad del Valle de México (UVM) para la impartición de la Cátedra Azteca.
- Participación en ferias de reclutamiento en universidades de Estados Unidos.
- Participación en la feria de reclutamiento en IESE Business School, en Barcelona, España.

En Geografía, la colaboración con despachos externos locales con amplio conocimiento sobre las tendencias y las condiciones de cada una de las zonas, para la atracción masiva del mejor talento local.

Banco Azteca mide la eficiencia de la gestión de talento a través del monitoreo de indicadores como el número de contrataciones realizadas a través del Centro de Atracción de Talento Ejecutivo, el índice y tiempo de cobertura, así como

la retroalimentación derivada de la interacción con los colaboradores en las Encuestas Inicio.

401-1

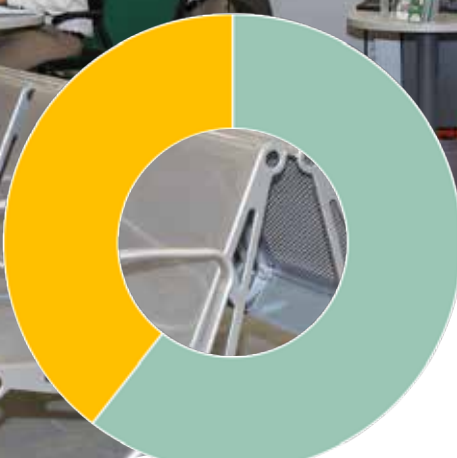
157 nuevas contrataciones en 2018, a través del Centro de Atracción de Talento Ejecutivo de Banco Azteca.

97% de cobertura en posiciones de mandos medios y especializados en el Corporativo de Banco Azteca.

Realización de 3 programas de becarios: *Inroads*, hijos de colaboradores y universitarios.

En 2018, Banco Azteca logró consolidar la vinculación con universidades.





**Banco Azteca**  
Desglose de plantilla por género

Hombres	60%
Mujeres	40%

398 directivos en Banco Azteca; 100% de ellos son originarios de los países donde desempeñan sus funciones.

107 mujeres en cargos directivos.

216 directivos con funciones de generación de ingresos en Banco Azteca; 61 de ellos son mujeres.

457 colaboradores con puestos gerenciales; 171 de ellos son mujeres.

En 2018, Banco Azteca fortaleció la labor de la posición de *Business Partners*, creada durante 2017, mediante la ejecución de las siguientes actividades:

- Impartición de un taller de entrevistas por competencias, para que los **Business Partners** contaran con las herramientas y habilidades necesarias para entrevistar y seleccionar a los candidatos con el mejor talento.
- Aplicación de los protocolos establecidos

en el proceso de atracción de talento.

- Impartición del taller “Design Thinking”, dirigido a los **Business Partners**, para generar e implementar estrategias y programas de mejora en el proceso de atracción de talento.
- Desarrollo de sesiones estratégicas en la definición de la trayectoria del candidato en el proceso de reclutamiento y selección.

Para Italika, la atracción y retención de talento con la mejor preparación, experiencia y actitud es fundamental para el desarrollo y crecimiento, tanto de la empresa como de los colaboradores. Los instrumentos que contribuyen a que Italika y Ensamblika gestionen de manera óptima el capital humano son:

- La descripción de puestos a través de un formato que enlista los requerimientos de cada posición, el cual debe ser validado por el Jefe directo, el Director del Área y Capital Humano.
- Reclutamiento interno, proceso cuyo objetivo es buscar que los Jefes promuevan a los colaboradores con los mejores resultados a fin de que participen en las vacantes internas, brindándoles oportunidades de crecimiento personal y profesional.
- Reclutamiento externo, el cual se desarrolla en caso de no contar con personal interno que cumpla con las características



**Banco Azteca**  
Desglose de plantilla por género y grupo etario

Mujeres	<30 años	19%
Hombres	<30 años	17%
Mujeres	30-50 años	18%
Hombres	30-50 años	16%
Mujeres	>50 años	16%
Hombres	>50 años	14%

Nota. 0.6% de los colaboradores de Banco Azteca cuentan con un contrato temporal.



necesarias para cubrir una vacante de nueva creación o de reemplazo, de tal forma que la posición es publicada en medios electrónicos, como OCC Mundial, Bumeran, LinkedIn y la página oficial de Italika.

- Pruebas psicométricas, de valores (IGH) y Diagnóstico de Respeto Organizacional (DRO), los cuales son aplicados con el objetivo de conocer las fortalezas y las áreas de oportunidad de los candidatos para potenciar su desempeño dentro de Italika.
- Estudios socioeconómicos, cuyo propósito es validar referencias personales y laborales, además de conocer el estilo de vida de los nuevos colaboradores.

- Reclutamiento de campo de la plantilla de Atracción de Talento.
- Planeación anticipada y programada del reclutamiento e incorporación de colaboradores puntual y eficiente.

La evaluación de las herramientas en términos de atracción y retención de talento por parte de Italika es realizada por medio de un análisis de cobertura por área, así como por los índices de rotación, tiempo de respuesta y fechas compromiso de entrega o incorporación de los nuevos colaboradores.

Italika cuenta con un perfil oficial en LinkedIn, en el cual se muestra la cultura organizacional y las vacantes vigentes, logrando su posicionamiento como una marca empleadora.

15 Directivos de Área en Italika; 100% de ellos provienen del lugar donde desempeñan sus funciones.

2 mujeres de entre 30 y 50 años de edad ocupan cargos Directivos en Italika.

2018 fue un año importante en términos de atracción de talento, derivado de la apertura de la quinta línea de ensamble, de la sexta nave y del tercer turno para las áreas estratégicas –como Distribución–, lo que implicó el aumento de las operaciones y, por tanto, la creación de nuevas ofertas laborales, tanto en posiciones administrativas como operativas.

Para cumplir con sus metas en gestión de talento, Italika desempeñó las siguientes acciones:

- Incorporación de dos analistas más en el área de Atracción de Talento.
- **Outsourcing** para la contratación de personal operativo.



Las empresas que conforman Grupo Elektra han establecido diversos objetivos específicos en términos de atracción de talento hacia 2019, como son:

### Tiendas Elektra

- Disminuir los días en que el proceso de selección y de contratación se desarrolla.
- Reducir los requisitos del proceso de selección de candidatos.
- Utilizar la plataforma de *Hiring Room* en el Corporativo, Geografía (tiendas) y Centros de Distribución.
- Aprovechar la plataforma *Success Factors* para la gestión de talento.
- Lograr el posicionamiento de Tiendas

Elektra en el *ranking* de las mejores empresas para trabajar.

- Consolidar la estrategia de marca empleadora.
- Impartir capacitación a Directores y Gerentes en Corporativo, Generalistas, Líderes de tienda y Centros de Distribución, referente al proceso de atracción de talento.
- Cubrir el 100% de las posiciones estratégicas.
- Lograr y mantener el 95% de satisfacción en el proceso de atracción y talento.
- Implementar acuerdos de servicio de gestión de talento.
- Analizar un nuevo modelo de compensaciones para Geografía (Tiendas).



### Banco Azteca

- Consolidar una estructura de atracción de talento que, de manera dedicada, atienda las necesidades de cada una de las unidades de negocio de Banco Azteca.
- Contar con socios comerciales que apoyen las coberturas por expansión y cambios en la estrategia.
- Diseñar e implementar un sólido plan para fortalecer la imagen de Banco Azteca como marca empleadora.
- Redirigir la estrategia de los programas de talento joven.
- Generar un modelo de competencias corporativo para alinear a todas las empresas de Grupo Salinas, con el objetivo de identificar y conocer el talento, desarrollarlo y retenerlo.

### Italika

- Contar con una plantilla completa de acuerdo con el plan de cobertura referente a las tendencias y temporadas.
- Llevar a cabo las contrataciones de la apertura de la Línea 5 en primer turno.
- Cubrir la plantilla administrativa en un 99%.
- Incrementar la cobertura de la plantilla total de un 83% a un 90%.
- Cubrir las posiciones vacantes en 30 días hábiles.
- Implementar reportes e indicadores para la Dirección con la finalidad de brindar visibilidad al número de vacantes, estatus y productividad del área y reclutador.





# DESARROLLO DE TALENTO

Principios 1 y 4

## CAPACITACIÓN

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

La capacitación de los colaboradores se mantiene como una de las prioridades de Grupo Elektra, pues es el sistema que permite brindarles las herramientas necesarias para lograr un desarrollo integral, favoreciendo el desempeño de sus funciones, apalancando y garantizando los objetivos operativos del Grupo.



Además, la Compañía cuenta con un modelo de trabajo inclusivo, enfocado en el empoderamiento del personal y órganos de gobierno corporativo mediante el 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 otra.

La capacitación en línea es impartida por medio del sitio “Mi Capacitación”, portal de Grupo Salinas que se ha consolidado como la principal herramienta para acercar la formación a los colaboradores y cumplir con los objetivos del plan de capacitación en inducción, nuevos productos, nuevos procedimientos, actualizaciones, refuerzos de normatividad, entre otros temas.

94,454 participaciones de colaboradores de Grupo Elektra en cursos de capacitación en línea en 2018; 62% hombres y 38% mujeres.

682,502.2 horas de capacitación en línea en Grupo Elektra en 2018; 63% hombres y 37% mujeres.

La estrategia de formación de Grupo Elektra se encuentra soportada en dos tipologías:

Capacitación en línea

Capacitación presencial



Grupo Elektra  
Desglose de participaciones en cursos en línea

Tiendas Elektra	14,241	15%
Banco Azteca	79,795	85%
Italika	418	0%

En Tiendas Elektra, la capacitación presencial se lleva a cabo a través de dos programas:

1. Capacitación inicial, impartida por medio de dos modalidades:

- › **Tienda Escuela Física** Estructura integrada por 52 aulas en México, do en Perú, dos en Guatemala y dos en Honduras; el contenido teórico es impartido por el Generalista de Capital Humano para garantizar la certificación de los colaboradores.
- › **Tienda Escuela en Sitio** Formación impartida directamente en las sucursales, diseñada para atender a las tiendas que debido a su dispersión geográfica se encuentran fuera de la cobertura de la modalidad de Tienda Escuela Física. La instrucción es impartida por el Sub Líder de la sucursal, asegurando el cumplimiento del programa, mientras que el Generalista de Capital Humano proporciona total acompañamiento, a través de visitas a las tiendas para la verificación de las actividades y la evaluación de la certificación.

La duración del programa Tienda Escuela es de dos semanas y aborda los siguientes módulos:

Inducción a la Compañía	Alineación al puesto de trabajo
Procesos de Tienda	Sistemas
Procesos de venta	Productos
Certificación	



**Tiendas Elektra**  
Desglose de participaciones de colaboradores en capacitación por género

Hombres	11,627	71%
Mujeres	4,846	29%

## El objetivo del programa Tienda Escuela es brindar a los asesores los conocimientos necesarios y desarrollar sus habilidades para impulsar la excelencia en la ejecución de los procesos operativos.

2. Capacitación continua, modelo de formación que consiste en reforzar los conocimientos de los colaboradores con respecto a los productos que constituyen la oferta de Tiendas Elektra, con la finalidad de contar con la información necesaria y especializada para asesorar de manera adecuada a los clientes. Entre las líneas

de producto abordadas se encuentran telefonía, línea blanca, electrónica, cómputo, motocicletas Italika, muebles, colchones, accesorios y nuevos negocios.

Ambas modalidades son ejecutadas mediante dos herramientas educativas:

- › Micrositio, ambiente de aprendizaje controlado cuyo contenido incluye la currícula formativa, con base en una estructura pedagógica y didáctica por día, tanto para el instructor como para el colaborador.
- › **Learning Management System (LMS)**, plataforma educativa en línea con contenido alineado al programa de capacitación inicial y continuo. Contiene videos, infografías, evaluaciones por módulos de aprendizaje, simuladores de sistemas operativos y una certificación final.

Adicionalmente, Tiendas Elektra cuenta con un programa de Certificación Gerencial, dirigido a los Líderes de tienda y constituido por los módulos de Técnico Operativo, Recursos Humanos, Gestión de Equipos de Trabajo, Administración y Finanzas, Mercadotecnia y Comercial.

**16,473 participaciones de colaboradores en la capacitación impartida por Tiendas Elektra durante 2018.**

404-1

924,749 horas de capacitación impartidas por Tiendas Elektra en 2018; 70% impartidas a hombres y 30% a mujeres.

\$8 millones de pesos, presupuesto para formación en Tiendas Elektra para el ejercicio 2018.

Los objetivos de Tiendas Elektra en términos de capacitación hacia 2019 versarán hacia:

- La reestructura del programa de Tiendas Escuela evolucionando a una versión omnicanal.
- El establecimiento de planes formativos específicos para mandos medios en Geografía.
- La incorporación de la certificación en la metodología de Tienda Escuela a figuras de la operación, estableciendo como parte de sus actividades la impartición de módulos en esta modalidad de capacitación.

404-2

En Banco Azteca existen diversas iniciativas de capacitación para reforzar las habilidades de los colaboradores y, de esta manera, asegurar su óptimo desempeño. Algunos casos de éxito son:

- Líderes de Excelencia
- Fundamentos Gerenciales
- ¿Cómo gano? Cumpliendo mis sueños

### LÍDERES DE EXCELENCIA

Programa formativo para el desarrollo de competencias específicas, impartido por Harvard Business Publishing –consultoría de prestigio internacional– y dirigido a Directivos para el perfeccionamiento de habilidades de liderazgo, tales como:

- Gestión de equipo y plantilla completa
- Responsabilidad de la formación
- Evaluación de desempeño
- Retroalimentación
- Creación de equipos para la atención del cliente
- Visión estratégica
- Toma de decisiones

- Planificación de recursos

Está integrado por tres módulos, cada uno de los cuales enfatiza el fortalecimiento de dos competencias:

- Módulo 1. Gente: Liderar personas y Gestión de equipos.
- Módulo 2. Cliente: Enfoque al cliente y Negociación.
- Módulo 3. Negocio: Planificación y ejecución estratégica y Toma de decisiones.

La duración de cada módulo es de 16 horas, distribuidas en un lapso de seis semanas; de esta manera, el programa tiene una duración de 48 horas formativas, por lo que puede ser completado en 18 semanas.



### Beneficios para el negocio

1. Establecer un programa de perfeccionamiento Directivo para la mejora de habilidades de liderazgo y gestión de equipos.
2. Impulsar entre los líderes el uso del recurso humano como elemento base para el logro de resultados.
3. Lograr que los líderes sean agentes de cambio que guíen los esfuerzos hacia los objetivos de la Institución.

90 colaboradores participantes en el programa Líderes de Excelencia, pertenecientes a las unidades de negocio: Prestaprenda, Afore Azteca y Banca Institucional y de Gobierno\*.

\* Los líderes participantes por unidad negocio se distribuyeron de la siguiente manera: por parte de Prestaprenda asistieron el Director General y su primera línea de reporte; por Banca Institucional y de Gobierno, el primer nivel de Directores y por Afore Azteca, el Director General y su primera línea de reporte.

## Meta 2019: Participación de 45 personas de la Dirección General de Sucursales.

### FUNDAMENTOS GERENCIALES

Programa básico que busca desarrollar entre los líderes las habilidades de gestión de equipos para impulsar el logro de resultados con base en la óptima orientación del capital humano.

Fundamentos Gerenciales es un programa implementado por Banco Azteca en conjunto con la Universidad del Valle de México (UVM). Está conformado por dos módulos principales, los cuales consisten en dos sesiones presenciales con duración de 16 horas cada una y diversos ejercicios en línea que pueden realizarse a través de una plataforma en Internet proporcionada por la UVM.

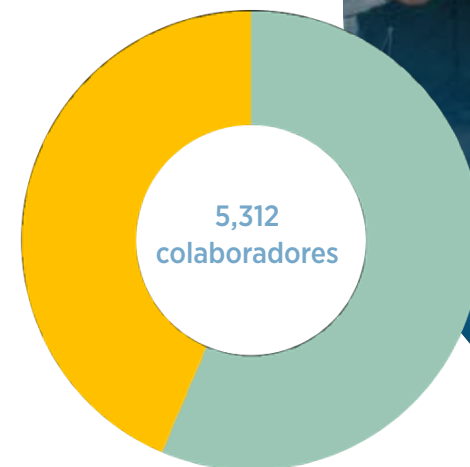
- Módulo 1
  - › Selección de talento-Entrevista por competencias
  - › Entrenando para entrenar
- Módulo 2
  - › Asegurando el resultado... la retroalimentación en acción
  - › Gestión de equipos
  - › Toma de decisiones sobre el equipo

### Beneficios para el negocio

1. Compartir herramientas para el desarrollo y/o mejora de Habilidades de Gestión para los Gerentes de Sucursal y Directores Regionales.
2. Asegurar la implementación de nuevas herramientas a través del acompañamiento efectivo del jefe (Seguimiento)
3. Contribuir al empoderamiento del Gerente de Sucursal, trabajando en sus competencias (saber hacer, poder hacer y querer hacer)

## 1,000 Gerentes de sucursales de Banco Azteca y Jefes de tienda Micronegocio participantes en la primera etapa del programa Fundamentos Gerenciales en 2018.

## Meta 2019: 720 Gerentes de sucursal habrán participado el programa al terminar el año.



### Beneficios para el negocio

- Motivación de los colaboradores
- Logro de resultados de negocio
- Logro de metas personales y del negocio

## Durante 2018, 12,000 Asesores Financieros de Banco Azteca y Gerentes de Sucursal participantes en el programa ¿Cómo gano? Cumpliendo mis sueños.

El objetivo de Banco Azteca es incorporar este programa como parte de la inducción para nuevos colaboradores, dotando de las herramientas necesarias a los nuevos Gerentes de sucursal para desempeñar su puesto de manera eficaz.

### ¿CÓMO GANO? CUMPLIENDO MIS SUEÑOS

Su objetivo es que los Asesores Financieros y Gerentes de sucursal de Banco Azteca logren sus metas personales al comprender cómo ganan y cómo pueden ganar más.



Adicionalmente, como parte del nuevo Modelo de Franquicia, cuyo objetivo es mejorar la satisfacción de los colaboradores y clientes, en 2018 Banco Azteca desarrolló el formato para el Centro de Excelencia con la finalidad de establecer un espacio para impartir capacitación a los colaboradores de sus diferentes unidades de negocio.

5,312 colaboradores capacitados en Banco Azteca durante 2018.

3,131 colaboradores formados para reforzar el conocimiento de los productos o servicios ofrecidos por Banco Azteca; 17,589 horas de capacitación impartidas en 2018.

404-1

88,194 horas de capacitación en Banco Azteca en 2018; 56% impartidas a hombres y 44% a mujeres.

404-2

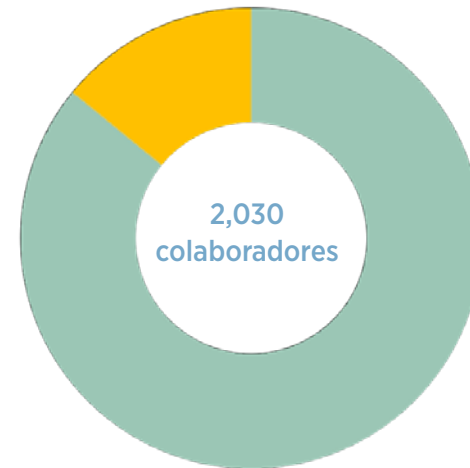
En Italika, la capacitación es un pilar fundamental para el desarrollo profesional y personal de los colaboradores operativos y administrativos. Así, en Ensamblika cuenta con dos programas:

• **Capacitación de Nuevo Ingreso (CNI)**

Corresponde a la inducción y contiene información sobre los beneficios y el reglamento interior de trabajo, así como capacitación en actividades especializadas básicas que requieren los colaboradores para ingresar a las áreas operativas de Ensamblika -por ejemplo, el entrenamiento directo en la línea de producción, evaluando las habilidades obtenidas por medio de una lista de comprobación.

• **Programa Anual de Capacitación**

Está dirigido al personal administrativo y consiste en establecer los requerimientos de las áreas administrativas para la capacitación del capital humano, con base en el Diagnóstico de Necesidades de Capacitación (DNC), con el fin de que los cursos de formación sean programados a lo largo del año e incluidos dentro del presupuesto. Ensamblika cuenta con algunos puestos clave en diferentes áreas, por lo que el desarrollo de habilidades y competencias de los colaboradores en estas posiciones es esencial para contribuir a mejorar los procesos de la planta. De esta manera, se han impartido diplomados, cursos y maestrías en diversas universidades de prestigio.



Italika  
Desglose de colaboradores capacitados por género

Hombres	1,744	86%
Mujeres	286	14%

2,030 colaboradores capacitados en Ensamblika durante 2018.

404-1

## 6,239 horas de capacitación en Ensamblika durante 2018; 85% impartidas a hombres y 15% a mujeres.

Los objetivos de Italka para mejorar el proceso de desarrollo de los colaboradores para 2019 son:

- Documentar el proceso de formación, desde la Capacitación de Nuevo Ingreso (CNI) y el Programa Anual de Capacitación.
- Robustecer la metodología para el Diagnóstico de Necesidades de Capacitación (DNC), la descripción de puestos y la evaluación psicométrica para perfiles de puestos y la consecuente evaluación de resultados.
- Impartir cursos de capacitación en línea a los colaboradores de agencias propias mediante el sistema *Success Factors*.



## EVALUACIÓN DE DESEMPEÑO

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

Con base en el compromiso con la mejora continua, aunada a la capacitación, en Grupo Elektra la evaluación de desempeño representa un pilar relevante en el desarrollo del capital humano, pues avala el aprendizaje por parte de los colaboradores y permite identificar las fortalezas y áreas de oportunidad a robustecer para lograr los objetivos individuales y los del Grupo.

Para Tiendas Elektra, la evaluación de desempeño posibilita conocer el avance de los colaboradores en cuanto al logro de sus metas y los elementos en los que es necesario trabajar para conseguir mejores resultados, con el propósito de reforzar una cultura de compromiso enfocada en el cliente.

En 2018, la evaluación de desempeño identificó que el 48% de los colaboradores de Tiendas Elektra superaron sus metas.

Las herramientas a través de las que Tiendas Elektra lleva a cabo la evaluación de desempeño son:

- Detección de competencias. Es un conjunto de competencias institucionales anuales alineadas a la cultura y KPI's individuales, mismos que son comunicados a los colaboradores con el objetivo de que conozcan el nivel requerido para el desempeño de sus funciones; existe una revisión semestral y una evaluación anual, etapas en las que existe una retroalimentación al colaborador, informándole sobre los aciertos y áreas de oportunidad, con base en los cuales se establecen compromisos.

- Sistema de retroalimentación. Evaluación sistematizada que garantiza que el colaborador cuente con una sesión uno a uno. En ella se evalúan resultados y competencias y son medidos a través de porcentajes. Se trata de un proceso interno de evaluación en el que se capacitó a todos los líderes de la organización llegando hasta gerente regional en el caso de geografía. En 2019 esta herramienta migrará al sistema de Grupo Salinas con el fin de estandarizar el proceso en todas las empresas que lo conforman.

97% de los colaboradores de Tiendas Elektra fueron evaluados en 2018.

Tiendas Elektra mide la efectividad de los procesos de evaluación a través de una serie de criterios, como son:

- Calidad en la definición de KPI's para asegurar el "cascado".
- Cumplimiento de los periodos de evaluación, para lo cual, se establecen dos periodos semestrales de evaluación para que los líderes interactúen uno a uno con sus colaboradores.
- Control de número de incidencias en el sistema y resolución, las cuales son reportadas por el usuario de la plataforma y éstas son atendidas por el área de Desarrollo Organizacional para evitar contratiempos.
- Proceso de retroalimentación semestral, para el cual se capacita e informa de manera anticipada a los líderes para llevar a cabo la retroalimentación de forma óptima.

Al cierre de 2017 se estableció el compromiso de evaluar a Sublíderes y Asesores de Tiendas Elektra, por lo que en 2018 se inició con colaboradores en estas posiciones con más de tres meses en la empresa, logrando evaluar a 921 Sublíderes y 2,958 Asesores de tienda.

**5,146 colaboradores evaluados en Tiendas Elektra en 2018; 72% hombres y 28% mujeres.**

El objetivo principal de Tiendas Elektra hacia 2019 será orientar a los colaboradores a un nivel de cumplimiento con un enfoque en Objetivos y Resultados Clave (ORC) alineados a la estrategia del negocio y llevar a cabo un seguimiento trimestral para brindar la retroalimentación correspondiente y garantizar el logro de las metas previstas.

En Banco Azteca, medir el desempeño de los colaboradores de manera objetiva y sin distinción de género es fundamental para identificar el talento clave y con alto potencial, las necesidades de capacitación y motivación, así como para establecer planes de mejora.

Con la evaluación de desempeño Banco Azteca aspira a:

- Conocer el talento
- Identificar el alto potencial
- Promover la formación y el desarrollo
- Gestionar las oportunidades bajo criterios transparentes y objetivos
- Promover las oportunidades equitativas de carrera dentro de la empresa
- Tomar decisiones justas y alineadas con los aspectos que la organización valora

**1,890 colaboradores evaluados en 2018; 51% hombres y 49% mujeres.**

- Las herramientas a través de las cuales Banco Azteca evalúa el desempeño de sus colaboradores son:
  - Metodología de Establecimiento de KPI's. La Dirección General establece objetivos estratégicos que son permeados a lo largo de toda la organización.
  - Sistema de Evaluación del Desempeño en Corporativo. Contiene los objetivos estratégicos y funcionales, de forma individual y por nivel de importancia. Se lleva a cabo en cuatro etapas:
    - › Definición y carga de objetivos para todos los colaboradores; en ella se determinan los objetivos, las prioridades y las fechas compromiso de cumplimiento.
    - › Evaluación de medio término, en la que participan el área de Recursos Humanos y el Jefe Directo, quien debe evaluar el avance en los objetivos y ajustarlos de ser necesario, además de proporcionar retroalimentación al colaborador.
    - › Evaluación final y retroalimentación, realizada por el Jefe Directo, los clientes internos y el área de Recursos Humanos;

en ella, el colaborador debe llevar a cabo una autoevaluación de sus objetivos y presentar una evaluación referente a los valores corporativos; el Jefe Directo designa al cliente interno para participar en la evaluación del colaborador, puntualiza las fortalezas y áreas de oportunidad y asigna un valor al cumplimiento de cada objetivo, además de brindar una retroalimentación final al colaborador.

- › Reportes finales, emitidos por el Jefe Director y el área de Recursos Humanos; el área de Desarrollo Organizacional es la encargada de concentrar los reportes e identificar el top 10 de las áreas de oportunidad por Dirección y para la plantilla en general, con la finalidad de presentar un resumen ejecutivo.
- Sistema de Evaluación del Desempeño en Geografía-Ranking. Se establecen factores de desempeño y metas que determinan un ranking global para medir y analizar el desempeño de los colaboradores en las sucursales.



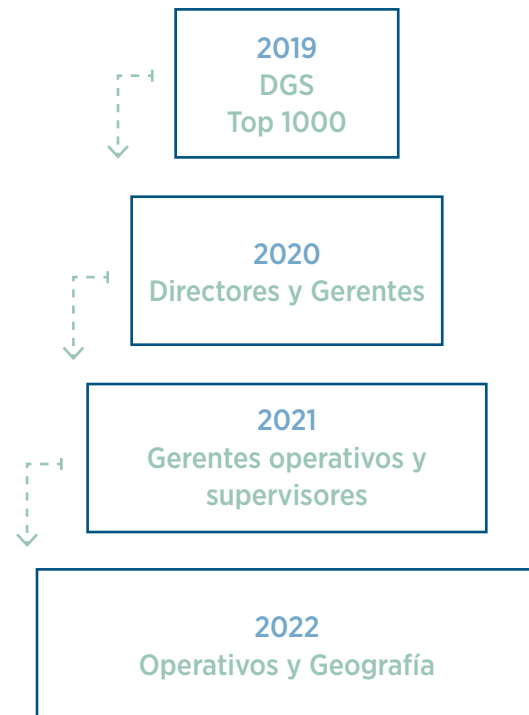
Para Banco Azteca el enfoque a resultados es prioritario y clave, ya que el modelo de negocio permite una medición diaria, mensual, semestral o anual, ligada a esquemas de compensación y beneficios, siendo una parte vital en el proceso de promoción.

Banco Azteca se encuentra en un proceso constante de crecimiento y transformación cultural orientado hacia la visibilidad de la estrategia de todas las unidades que conforman Grupo Elektra, por lo que para 2019 establecerá un nuevo sistema de evaluación de desempeño: Objetivos y Resultados Clave (ORC). Esta metodología facilitará:

- La definición de los objetivos de valor y su cumplimiento, a través de resultados cuantificables.
- La visibilidad y el conocimiento de la contribución de Banco Azteca como unidad, ya sea de negocio o de soporte.
- La revisión trimestral de avances para alinear esfuerzos y redefinir el rumbo de ser necesario.
- El involucramiento de los colaboradores al hacerlos partícipes en la ejecución de la estrategia.

La medición de los ORC se realizará de manera anual y, con el fin de transmitirlos hacia toda la institución, serán programados desde los niveles

superiores de la estructura organizacional hasta los niveles operativos y en Geografía, en el periodo 2019-2022.



El proceso de evaluación de desempeño en Italka, específicamente en Ensamblika, se realiza a través del Sistema de Categorías. Es un programa periódico dirigido a los colaboradores

sindicalizados para brindarles la oportunidad de obtener, desde la posición de Operador B –equivalente a ayudante general–, la categoría A, AA o Líder de grupo\*, cada una de las cuales representa tener mayores responsabilidades y funciones dentro de la operación, así como una mejor compensación.

Se lleva a cabo con base en criterios de evaluación, tales como: puntualidad, asistencia, cero sanciones, antigüedad, entre otros. El proceso consiste en una convocatoria abierta, de conformidad con las vacantes disponibles en cada área, en la cual, tras una capacitación teórico-práctica de tres meses en varios aspectos de la operación, se selecciona a los colaboradores mejor calificados.

Los graduados obtienen un reconocimiento de aprobación, y se les asigna la categoría respectiva, con el consecuente establecimiento de responsabilidades y aumento de sueldo. Las nuevas competencias son identificadas en una matriz de

\*Las categorías son:

- Categoría A: adquirida después de los seis meses tomando cursos más específicos para su área de trabajo, así como la evaluación práctica a sus operaciones.
- Categoría AA: adquirida después de 12 meses a partir de la categoría A, aumentando la cantidad de cursos y evaluaciones.
- Categoría B: otorgada al operador que es de nuevo ingreso y toma cursos básicos para su operación.
- Categoría *Team Leader*: otorgada al operador después de los seis meses con la categoría AA y realizando evaluaciones administrativas y psicométricas, desarrollando habilidades más avanzadas.

habilidades adquiridas y evaluadas periódicamente durante un año de manera escrita y práctica, registrando sus resultados en las matrices de habilidades y generando los expedientes correspondientes, para dar seguimiento a su desarrollo profesional en la organización.

## 2,030 colaboradores evaluados en Italka – Ensamblika– en 2018; 86% hombres y 14% mujeres.

La efectividad del Sistema de Categorías es evaluada a través de la matriz de habilidades adquiridas y de indicadores mensuales de horas hombre de instrucción.

Para 2019, los objetivos de Italka para mejorar el proceso de evaluación de desempeño son:

- Implementar mejoras en el sistema de categorías –desarrollo, investigación y generación de nuevos contenidos y nuevas dinámicas– además de mejorar el sistema de evaluación y certificación.
- Establecer la metodología para la recertificación del sistema de categorías, incluyendo el método de evaluación, capacitación y sistema de valoración.



# CALIDAD DE VIDA

Principios 1 y 4

El impulso de la calidad de vida en Grupo Elektra es esencial para incrementar la satisfacción de los colaboradores y fortalecer su compromiso con el Grupo. Con base en diversas políticas, el área Corporativa de Desarrollo Humano, Comunicación e Integración de Grupo Salinas diseña programas con un enfoque en la prosperidad incluyente que contribuyen al avance de la Compañía en el proceso de transformación de la cultura organizacional y a la mejora de la calidad de vida de los colaboradores, el equilibrio trabajo-familia, la actividad física y los estilos de vida saludable, entre otros ámbitos fundamentales para su desarrollo integral.



El área Corporativa de Desarrollo Humano, Comunicación e Integración cuenta con el Sistema Socio Único, herramienta cuyo objetivo es conocer toda aquella información relevante de los colaboradores del Grupo ya sea demográfica, psicográfica y sobre su desempeño laboral, con el fin de identificarlos y, con ello, generar esquemas específicos de reconocimiento, tomar decisiones que mejoren el clima laboral, el estado de ánimo y la capacidad de desarrollo de cada uno de ellos.

## COMPENSACIONES Y BENEFICIOS SOCIALES

405-2

Grupo Elektra impacta de manera positiva en la mejora de 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.

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.

Porcentaje de variación de salarios de las empresas de Grupo Elektra vs salarios mínimos

País	Tiendas Elektra	Banco Azteca	Italika
México	94%	294%	394%
El Salvador		35%	
Guatemala	45%	29%	128%
Honduras	17%	13%	70%
Panamá	6%	12%	
Perú	36%	38%	141%

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** + Peso / Garantía.

Proporción del salario por nivel y género en Grupo Elektra

Nivel	Global	Hombres	Mujeres
Directivo	6.8	6.9	5.8
Gerencial	2.1	2.1	2.2
Operativo	1.0	1.0	1.0

Nota. El cargo operativo es considerado como base 1, mientras que el resto muestra el número de veces de sueldo respecto a la base 1.

Italika recurrió a un consultor para contar con información actualizada para establecer la nueva metodología de valuación de puestos, nuevos tabuladores e información de valuación contra el mercado de diversos puestos del ramo automotriz, con la finalidad de colocar en una situación competitiva a los colaboradores en cuanto a salario y prestaciones con respecto al mercado en general, contribuyendo directamente a la mejora de su calidad de vida y la de sus familias.



Asimismo, Italika estableció una nueva política documentada con el área de Métodos y Procedimientos, la cual establece que las revisiones salariales se deberán efectuar con una periodicidad trimestral, con el objetivo de detectar los casos de colaboradores cuyo ingreso este por debajo del mínimo del tabulador correspondiente. La política establece que, de existir este tipo de casos, éstos deben atenderse de manera inmediata para nivelar el ingreso de los colaboradores en cuestión. Cada nivelación de sueldo cuenta con un plan de crecimiento en función de los objetivos que el colaborador debe cumplir, para hacerse acreedor a la nivelación de su retribución económica, generando su desarrollo y crecimiento profesional.

404-2

En 2018, con la finalidad de mejorar las condiciones de los colaboradores una vez que se separan de sus actividades en la Compañía, Grupo Elektra estableció el proceso de baja digna, el cual se centra en el acompañamiento al colaborador para asegurar que todos los activos y procesos referentes a su función se puedan cerrar de manera clara y ágil, haciendo del proceso de desvinculación sea más sencillo y claro, aunado a que el finiquito o liquidación se pueda ejecutar en un tiempo menor.

## CLIMA LABORAL

403-3, 403-4, 403-6

En 2018, se continuó fortaleciendo la vivencia de los valores de Grupo Salinas entre los colaboradores a través de diversas iniciativas, incrementando la cantidad de programas, especialmente en la vertiente Cultura. Los principales resultados obtenidos en el año fueron los siguientes:



Vertiente	Programa	Objetivo	Logros
Salud	Kilotón	Crear conciencia en los colaboradores para la adopción de mejores hábitos alimenticios y físicos que se reflejen en su salud.	1,233 colaboradores inscritos al programa Más de 7,257 kg perdidos en total
	Feria de la Salud	Promover entre los colaboradores hábitos de bienestar de manera integral, que les permitan tener una vida laboral equilibrada y cumplir sus metas.	17,968 colaboradores promedio 1,100 consultas dentales 180 mastografías 9,367 consultas médicas 1,024 tomas de glucosa 42 colaboradores donantes de sangre 140 colposcopias y papanicolaou 151 vacunas 20 armazones y graduaciones gratuitos para colaboradores 330 membresías de gimnasios 165 convenios de descuentos enfocados en salud 154 colaboradores participantes en el Circuito de Salud 4,320 colaboradores con masajes antiestrés 688 terapias de medicina tradicional china 452 planes dentales
	Nutrición	Promover la adopción de hábitos para una alimentación balanceada, con base en un seguimiento personalizado y de acuerdo con la necesidad de cada colaborador.	5,150 colaboradores atendidos en promedio. En comparación con el año anterior, en 2018 se atendió a 2,150 colaboradores más en promedio.

Línea de vida	<b>Uno más en la Familia</b>	Apoyar a todos los colaboradores que serán padres, acompañándolos en los momentos más importantes de su vida y la de sus familiares.	1,116 colaboradores participantes. 3,000 tarjetas con recomendaciones del período de gestación. 32 mamás usuarias del servicio de Lactario en el Corporativo de Grupo Elektra.
	<b>Verdaderos Amigos</b>	Impulsar la unión y la amistad en el trabajo, compartiendo experiencias a través de Cuéntanos, esto con el objetivo de mejorar el desempeño y entorno de los colaboradores.	751 historias de amistad y compañerismo recibidas de colaboradores de Grupo Salinas.
	<b>Fallecimientos</b>	Acompañar a los colaboradores en los momentos difíciles por la pérdida de algún ser querido o familiar, a través de ayuda psicológica y emocional.	134 colaboradores de Grupo Salinas apoyados.
	<b>Gracias Mamá</b>	Generar lazos afectivos con las colaboradoras y sentido de pertenencia, fomentando los valores de la empresa.	11,610 colaboradoras de Grupo Salinas reconocidas.
	<b>Papá Campeón</b>	Reconocer a los Socios que son papás, por su esfuerzo, dedicación y constancia dentro de la empresa y con sus familiares.	
Social-ambiental	<b>Ferias Verdes de Reciclaje</b>	Generar conciencia en los colaboradores sobre la importancia de la recolección de residuos, obteniendo efectos positivos en el medio ambiente y el entorno de trabajo.	25 kg de tapas recolectadas Recolección de PET = 1,120 botellas 56 botellas = 1 kg de fibra = 20 cobijas En la iniciativa Residuo Cero, 123 socios dieron ideas en beneficio del ambiente 108 fotografías recibidas en torno a la iniciativa "Revalorar tu medio ambiente" 217 kg reciclados en la iniciativa Socio Verde, los cuales se componen de: 88kg de cartón, 1kg de aluminio, 29 kg de PET, 90 kg de residuos electrónicos, 1 kg de vidrio y 8 kg de revistas y periódicos.
	<b>Pequeños Monstruitos</b>	Celebrar el 30 de abril con los hijos de los colaboradores, con el fin de fomentar la unión familiar.	2,100 niños participantes en Grupo Salinas.
Integración familiar	<b>Club Pequeños Socios</b>	Crear un vínculo emocional entre los hijos de los colaboradores y la empresa, a través de la realización de actividades recreativas en apoyo a los padres cuando los hijos no tienen clases, el último viernes de cada mes.	414 niños son miembros del club.



Deportes	<b>Copa Socios</b>	Realizar actividades extralaborales que fomenten la integración entre colaboradores y lograr un mejor ambiente laboral.	3,903 colaboradores de Grupo Salinas participantes en 279 equipos.
	<b>Socios Corredores</b>	Incentivar la adopción de estilos de vida saludable, a través de un club en donde los colaboradores pueden practicar deportes y cuidar su salud.	241 kits entregados a colaboradores.
	<b>Juegos Bancarios</b>	Crear una cultura del cuidado de la salud por medio del deporte, fomentando el trabajo en equipo dentro y fuera de la empresa, mientras cuidan su salud.	620 colaboradores de Grupo Salinas participantes. 262 medallas otorgadas.
	<b>Torneos</b>	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.	2,425 Socios en Torneos Internos
Cultura	<b>Biblioteca Socio</b>	Fomentar el buen hábito de la lectura entre los colaboradores y sus familias.	3,638 libros solicitados por los colaboradores.
	<b>Club de lectura</b>	Impulsar el hábito de la lectura entre los colaboradores y sus familias, con el fin de ampliar sus conocimientos.	14,633 libros solicitados por los colaboradores de Grupo Salinas.
	<b>Universo Socio</b>	Fomentar en los colaboradores hábitos básicos de estudio, lectura, música y arte para poder adquirir nuevas competencias.	7,991 colaboradores participantes.
	<b>Socios en Armonía</b>	Impulsar a nuestros colaboradores a adoptar hábitos básicos de estudio, lectura, música y arte para que puedan adquirir nuevos conocimientos.	12,138 colaboradores participantes.
	<b>Libro que cambió mi vida</b>	Invitar a los colaboradores a compartir el libro que ha marcado un gran cambio en su vida.	235 historias recibidas.
	<b>Calaveritas literarias</b>	Impulsar en los colaboradores la creatividad y la colaboración, a través de la imaginación.	215 calaveritas realizadas.
	<b>Ludoteca</b>	Reforzar el hábito de la lectura y la cultura entre los colaboradores a través de espacios físicos y divertidos.	60 libros prestados al mes.
	<b>Microcuento</b>	Impulsar la creatividad, comunicación y lenguaje de los colaboradores por medio de un concurso en el cual completan un minicuento con 500 caracteres del género de su preferencia.	1,702 minicuentos de colaboradores de Grupo Salinas recibidos.

Para Italka es importante que los colaboradores cuenten con un desarrollo integral, ya que al ofrecerles óptimas condiciones de trabajo impacta de manera positiva en su desempeño. Por ello, ha establecido diversos programas, como son:

- *Home office* sistemas. El área de sistemas ha implementado este programa para brindar la oportunidad a los colaboradores de trabajar desde su lugar de origen –Cancún, Veracruz, Pachuca, Puebla, Ciudad de México, Cuernavaca, Estado de México, entre otros sitios–.
- Día de la Familia. Es el evento que busca integrar a la familia de los colaboradores a través de una convivencia. Se ha consolidado como el evento de mayor éxito, debido a que en 2018 asistieron 3000 personas.
- Lactario. Espacio disponible para personal administrativo y sindicalizado.
- Consultas psicológicas.
- Despensas de fin de año. Se entrega una despensa a las personas que tienen menos de seis meses de antigüedad y dos a quienes tienen más de seis meses de antigüedad.
- Descuentos a colaboradores. Son otorgados a colaboradores para hacerlos válidos en Tiendas Elektra.
- *Kids Working*. Se invita a los colaboradores administrativos a llevar a sus hijos al lugar de trabajo para generar un sentido de pertenencia.



401-3

En Italka, durante 2018, cinco mujeres y siete hombres ejercieron su derecho a baja por maternidad/paternidad, quienes se reincorporaron a sus funciones una vez finalizado; el 100% de las mujeres y el 86% de los hombres conservaron su empleo un año después de su reincorporación.



# SATISFACCIÓN DE LOS COLABORADORES

Principios 1, 2, 3, 4 y 6

Para Grupo Elektra medir el nivel de satisfacción de los colaboradores resulta relevante para conocer su percepción que desempeñan tanto ellos como sus líderes, posibilitando el establecimiento de estrategias para alcanzar los objetivos del negocio.



De esta forma, en 2018 el área de Desarrollo Humano, Comunicación e Integración continuó con la realización de dos encuestas:

## • Jefe con Estrella

**Objetivo.** Identificar y evaluar el reconocimiento, orgullo, admiración y liderazgo que perciben los colaboradores hacia las personas que consideran como sus “Jefes”, a través de un test dinámico que analiza los siguientes ejes:

- › Responsabilidad y organización
- › Empatía y motivación
- › Compromiso
- › Congruencia
- › Visión y pasión por su trabajo.

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

## • 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 este indicador se evalúan siete ejes:

- › Trabajo en equipo
- › Reconocimiento
- › Jefe Directo
- › Orgullo
- › Compromiso
- › Herramientas de trabajo
- › Mi puesto



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

**42,806 colaboradores participantes en promedio en el Happy Index en 2018; incremento de 8% con respecto al año anterior.**

Adicionalmente se implementaron diversas iniciativas para fortalecer el clima laboral en las empresas de Grupo Elektra, como son:

**43,130 colaboradores de Grupo Elektra en México, Latinoamérica y otros negocios reconocieron a los Jefes con Estrella durante el periodo 2017-2018; incremento de 7% en la participación durante 2018.**

**8,286 colaboradores fueron reconocidos como Jefes con Estrella en 2018.**



- **Encuesta *Great Place To Work* (GPTW)**

Objetivo. Identificar las fortalezas y áreas de oportunidad para consolidar un clima organizacional óptimo para los colaboradores. Posterior a la encuesta, se imparten talleres de mejora de clima laboral con la finalidad de construir planes de acción sobre los resultados encontrados en la encuesta *Great Place To Work*.



21,000 colaboradores en Corporativo y Geografía participaron en la encuesta GPTW.

Aplicación de la encuesta de clima laboral de *Great Place To Work* (GPTW) al 79% de los colaboradores de Tiendas Elektra.

- **Evaluación 360**

Evaluación realizada en Italika, que permite medir el apego de los colaboradores a los valores de empresa y su vivencia, desde diferentes perspectivas –autoevaluación, evaluación de colegas, evaluación de

colaboradores y evaluación del jefe-. El impacto de estas evaluaciones genera que los colaboradores se sientan informados y capacitados, así como valorados como personas; los impulsa a dar lo mejor de sí, lo que impacta de manera positiva en la organización, haciéndola más eficiente y productiva, aumentando la satisfacción y lealtad del cliente, así como la rentabilidad y la reputación de la marca.

- **WIFI**

Es un modelo comprendido por cuatro elementos clave que impulsan el compromiso de los colaboradores:

- › *W. Wellbeing* (bienestar)
- › *I. Information* (información)
- › *F. Fairness* (equidad)
- › *I. Involvement* (participación)

Esta evaluación se realiza de manera semestral, consiste en el envío electrónico de un comunicado a los colaboradores por parte del área de Capital Humano, notificando las fechas en las que la evaluación estará disponible, así como la ruta de acceso en el portal corporativo. Al finalizar la participación de los colaboradores en la evaluación, el área de Capital Humano solicita al área de

Talento el diagnóstico y calificación por responsable de área y a nivel global. Posteriormente, Capital Humano analiza y revisa los resultados con cada líder para generar un plan de acción que contribuya a la mejora de las áreas de oportunidad detectadas e incrementar el resultado de la siguiente evaluación.

102-44

De todas las interacciones obtenidas en el periodo, se identificaron las categorías con mayor incidencia, estableciendo como respuesta las siguientes estrategias:

- Propuestas culturales a través de *Newsletter*, diversificación de artículos publicados en portales internos y enriquecimiento de títulos disponibles en la plataforma Biblioteca Socio.
- Convenios con hoteles y centros de diversión, para brindar precios especiales a los colaboradores de Grupo Salinas que pueden disfrutar en sus periodos vacacionales.
- Fortalecimiento de las relaciones fraternas a través de la campaña “Verdaderos amigos”.
- Apoyo económico o en especie a los colaboradores afectados por desastres naturales, en conjunto con Capital Humano y las unidades de negocio.



Adicional a las encuestas realizadas por el área Corporativa de Desarrollo Humano, Comunicación e Integración, los colaboradores de Grupo Elektra pueden hacer llegar sus expectativas y opiniones sobre diversos temas, a través de diferentes medios. Durante 2018, los aspectos más relevantes fueron aquellos relacionados con:

- Cultura (Universo Socio y Biblioteca Virtual)
- Experiencias de vacaciones en familia, con amigos y seres queridos
- Campañas sobre la amistad y las buenas relaciones en el trabajo

- Recomendaciones para llevar una vida sana integral (Kilotón y Socios en Armonía)
- Festividades especiales
- Agradecimientos de orgullo y compromiso por pertenecer a Grupo Salinas
- Eventos deportivos especiales (Copa Socios)
- Atención a casos especiales de colaboradores
- Concursos
- Participaciones
- Descuentos y Servicios exclusivos para colaboradores de Grupo Salinas



Por otra parte, los colaboradores compartieron sugerencias y dudas referentes a aspectos de Capital Humano y de las diferentes unidades de negocio, mismos que fueron atendidos durante 2018, entre los que se encuentran:

- Aclaraciones sobre esquemas de compensación
- Movimientos de personal (promoción, transferencias y cambios)
- Declaraciones de impuestos
- Horarios y vacaciones
- Dudas sobre procesos, políticas y lineamientos de operación
- Protección Civil
- Mantenimiento en áreas de trabajo
- Concursos
- Beneficios en las unidades de negocio

En Banco Azteca, los colaboradores solicitaron un liderazgo más humano y cercano, por lo que se fortaleció la impartición de cursos de Liderazgo dirigidos a Directores –Líderes de Excelencia– y a Gerentes de Sucursal –Fundamentos Gerenciales–. Mientras que los colaboradores en Geografía requerían comprender cómo ganar más, por lo que Banco Azteca creó un curso específico, en el cual 12,000 colaboradores fueron beneficiados.

Asimismo, el área Corporativa de Desarrollo Humano, Comunicación e Integración, en conjunto

con Protección Civil de Grupo Salinas, identificó que los colaboradores requerían un protocolo que promoviera la autoprotección y el cuidado de todos quienes forman parte del Grupo.

Finalmente, derivado de la totalidad de interacciones con los colaboradores que tuvieron lugar a lo largo de 2018, el área Corporativa de Desarrollo Humano, Comunicación e Integración elaboró un reporte a las unidades de negocio, despachos y/o Capital Humano sobre las situaciones que afectan a los colaboradores o la operación de forma directa o indirecta.

En el caso de Italika, se identificaron quejas referentes a un clima laboral, abuso de poder, acoso y maltrato al cliente. Para subsanar estas situaciones, Italika efectuó un diagnóstico en las áreas que presentaron un mayor número de quejas y, el hallazgo más destacado fue su coincidencia con los resultados de la encuesta Great Place To Work. De esta forma, se aplicaron encuestas institucionales, incluyendo las investigaciones por parte de Auditoría.

Los resultados de estas inspecciones y encuestas determinaron la baja de cinco colaboradores por incumplimiento a las normas de trabajo y un bajo nivel de desempeño, aunada a la realización de dinámicas de integración, pláticas semanales con Capital Humano y la implementación de sistemas de control.



## RECONOCIMIENTO A COLABORADORES

Además del reconocimiento a los líderes, Grupo Elektra cuenta con diversos reconocimientos que fortalecen el orgullo y compromiso de los colaboradores por ser parte del Grupo.

- Concurso “Cabeza de jaguar”. Distintivo que reconoce la eficiencia de los colaboradores que integran la fuerza de cobranza y crédito de Banco Azteca, comparándolos con verdaderos guerreros debido a la ardua labor que desempeñan en la recuperación de la cartera vencida.

14% de incremento de reconocimientos en 2018 con respecto al año anterior.

- Corazón Azteca. Es un reconocimiento a las mejores Gerencias que superan las metas de captación; funciona como parte de un modelo desarrollado para promover la sana competencia entre los colaboradores y enfocar las actividades en la captación mediante un servicio de excelencia al cliente. Tiene una duración de ocho semanas y el proceso es público, permitiendo que los avances del programa

sean conocidos por los participantes para estimular su participación.

260% de incremento en cuentas de inversión y 126% en cuentas de Guardadito en 2018 en relación con el ejercicio anterior.

- Premio Libélula. En él participan todas las empresas de Grupo Salinas; su objetivo es mejorar la experiencia en el uso de los servicios ofrecidos por los proveedores internos, para incrementar la productividad de los colaboradores que los utilizan.
- Reconocimiento por 5 y 10 años Italka. Cena de Gala dirigida a todos los colaboradores que cumplen su aniversario número 5 y 10 en Italka, a la que pueden asistir en compañía de un familiar.
- Premio de Puntualidad en Italka. En él



### Logros 2018

Realización de un evento con la participación de 60 socios directores y responsables de servicios internos.

participa todo el personal, para el premio no deben tener faltas o retardos.

- Rifa mensual de Italka. Participan todos los colaboradores que obtuvieron el premio de puntualidad.
- Premio anual Italka. Dirigido a todos los colaboradores; el requisito principal es

250 prestadores de servicios en 19 áreas de servicios internos en corporativos.

Generación de indicadores para comparativos en 2019.

no tener falta alguna durante el periodo de mayo a abril. En caso de presentarse accidentes de trabajo, se consideran aquellos colaboradores que no superan los 30 días de incapacidad.





# SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL

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

Principios 1 y 4

La seguridad y salud ocupacional es importante en Grupo Elektra, pues además de que al mantener áreas seguras y protegidas se tiene total certeza de contar con la capacidad de reaccionar ante cualquier situación de emergencia o contingencia, brinda a los colaboradores la tranquilidad de desarrollar sus actividades de una manera más eficaz.

403-2

Derivado del compromiso de Grupo Salinas con la seguridad de sus colaboradores, en 2018 creó la Dirección de Protección Civil, encargada de elaborar los planes y programas de protección civil, las tarjetas de acción y protocolos de actuación mediante políticas institucionales, así como de programar, en conjunto con diferentes unidades de negocio, las actividades de capacitación y simulacros en sitio.

La Dirección de Protección Civil está conformada por 10 personas especializadas y capacitadas en la materia; depende de la Dirección Operativa de Seguridad y, para su operación y

para dar cumplimiento a sus objetivos, cuenta con un presupuesto proyectado.

403-5

Asimismo, con la creación de la Dirección y la Unidad Interna de Protección Civil, se diseñó un programa de capacitación en tres etapas:

- Capacitación de primera fase. Consta de un curso de inducción presencial para corporativos y un curso de inducción en línea para colaboradores en Geografía (tiendas, sucursales y sitios).
- Curso de introducción en protección civil. Dirigido a todos los colaboradores, disponible en línea; esta modalidad se encuentra en proceso de autorización en el área de Capital Humano.
- Cursos específicos para brigadas. Incluyendo combate de fuego, primero auxilios, evacuación, búsqueda y rescate, así como comunicaciones.

403-1, 403-8

Adicionalmente, las empresas de Grupo Elektra cuentan con el Sistema de Nóminas y la Base de datos del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), que funcionan como sistema de gestión para el registro de accidentes. Este sistema cubre a 11,318 colaboradores y es verificado por el área de Auditoría Interna y por un auditor externo.

En caso de existir un accidente, Grupo Elektra cuenta con el Formato ST-7 “Aviso de atención médica inicial y calificación de probable accidente de trabajo”, expedido por el IMSS.



### Tiendas Elektra y Banco Azteca Indicadores de seguridad y salud ocupacional 2018

• Días Subsidiados	109,027
• Porcentaje IPP	34.53
• Defunciones	20
• Trabajadores Promedio	11,318.40
• Años prom. Vida A.	28
• Factor de Prima	2.3
• Prima Mínima R.	0.00500
• Días del Año	365
• Enfermedades profesionales	0

Derivado de las operaciones de Italika, específicamente en Ensamblika, existe un proceso de identificación, evaluación y control de riesgos y peligros para dar cumplimiento a normas oficiales mexicanas, como: NOM-001, 002, 004, 005,006, 009, 010, 011, 017, 019, 020, 026, 027, 029 STPS, el cual es aplicable al 1005 de los colaboradores, incluyendo personal externo, servicios y proveedores directos e indirectos, equivalente a un 40%.

Los programas de seguridad y salud en el trabajo establecidos por Ensamblika son los siguientes:

- Inducción de seguridad al personal de nuevo ingreso
- Capacitación inicial y constante por puesto de trabajo

## Capacitación en seguridad y salud ocupacional en Ensamblika

- 16 horas
- 1,900 ingresos
- 5 cursos de formación especializados

- Impartición de pláticas semanales de 5 minutos para la prevención de accidentes
- Comité de seguridad gerencial y auditoría
- Auditorías cruzadas
- Juntas diarias de arranque, en las que los colaboradores pueden dar a conocer actos y condiciones inseguras para la toma de medidas correspondientes
- Cursos de primeros auxilios para categorías
- Brigadas de primeros auxilios, combate contra incendios, búsqueda y rescate
- Capacitación a brigadistas en el Centro Nacional de Capacitación y Adiestramiento (CENCAD) de la Cruz Roja Mexicana
- Cursos teórico-prácticos y posterior evaluación al personal que pertenece al área de ensamble y sub-ensamble
- Consultorio médico que presta atención primaria; cuenta con un Médico, una Lic. en

Enfermería en cada turno y un presupuesto para la adquisición de medicamento y material de curación

Para evaluar los resultados de las acciones en seguridad y salud ocupacional, la Comisión de Seguridad e Higiene realiza recorridos diarios por las distintas áreas de Ensamblika para detectar actos y condiciones inseguras; mensualmente, se llevan a cabo reuniones con gerentes y supervisores para dar a conocer los accidentes y acciones correctivas correspondientes mediante un **score card**. En caso de existir un accidente de trabajo, el proceso para investigarlo se realiza de conformidad con el Artículo 54 de la Ley Federal del Trabajo, inciso V.

### Ensamblika Indicadores de seguridad y salud ocupacional 2018

• Fatalidades	0
• Índice de lesiones relacionadas con el trabajo con consecuencias graves	1.42%
• Índice de casos registrados de lesiones relacionadas con el trabajo	0.14%
• Tasa de enfermedades profesionales	0.36%
• Tasa de días perdidos	3.6%

- Número de casos confirmados de enfermedades profesionales\* 3

### Cultura vial

La comunicación en cultura vial representó un papel fundamental en 2018, pues permitió a Banco Azteca fortalecer dos vertientes:

- El conocimiento por parte la totalidad de colaboradores dedicados a actividades de cobranza sobre la existencia de un área de prevención.
- La atención médica inmediata de eventos presentados en Geografía en vinculación con áreas clave en temas legales, herramientas, seguros y fianzas y pirámide de cobranza.

Banco Azteca utilizó diversas herramientas para gestionar el tema de cultura vial, como son:

- “Toma 5”. Al iniciar la semana, el Gerente imparte una plática de 5 minutos a los colaboradores sobre las mejores prácticas en temas de prevención.
- Campaña “Métete esto en la cabeza”. Dirigida a la prevención de accidentes entre los colaboradores que utilizan una

\*Las principales causas de enfermedades profesionales son: hipoacusia bilateral, Tendinitis y Lumbalgia postural.

motocicleta como herramienta de trabajo, consolidándose como el instrumento principal para impulsar el desarrollo de comportamientos seguros y responsables.

- Sensibilización sobre casos de fatalidad. Su objetivo es sensibilizar a los colaboradores de las 16 zonas del país, a través del conocimiento de casos reales.
- Cero Tolerancia. De la mano de Italika, se establecieron los cinco puntos principales como No Negociables:
  - › Prohibido conducir sin Casco
  - › Prohibido conducir bajo la influencia del alcohol o drogas
  - › Prohibido conducir con acompañante en Italika
  - › Prohibido conducir hablando por celular
  - › Prohibido prestar Italika a externo
- Reportes diarios. Consiste en enviar a Geografía la información de valor preventiva, incluyendo datos meteorológicos para alertar sobre las condiciones climáticas del país y tomar medidas preventivas.
- Reportes semanales. De manera semanal, se comunican a cada Gerencia de Cobranza y Crédito los resultados de accidentes y asaltos presentados durante la semana y los días sin accidentes acumulados.

Con el fin de difundir las acciones de cultura vial de manera rápida y eficaz se implementó el uso de WhatsApp, logrando transmitir la importancia de la prevención y de la seguridad, colocán-

dolas como temas prioritarios en la agenda de cada Gerencia de Cobranza y Crédito, concientizando a todos los colaboradores sobre el uso del equipo de protección e implicando la reducción de accidentes graves.

Con la finalidad de evaluar el proceso de comunicación y medir los resultados, Banco Azteca diseñó y estableció un tablero de días sin accidentes para cada una de las Gerencias de Cobranza y Crédito, dando a conocer a todo el equipo de trabajo los accidentes sucedidos de manera semanal y haciéndolos partícipes en el mantenimiento del número de días sin accidentes.

Asimismo, para atender las expectativas de los colaboradores en temas de seguridad vial, Banco Azteca creó una estrategia de respuesta por medio del Centro de Continuidad Cobranza y Crédito (C4), cuyo objetivo es asegurar la continuidad del negocio en caso de existir interrupciones en Geografía.

Se realizaron pruebas en el Equipo de Protección Personal (EPP), con el fin de seleccionar el más adecuado. Entre los elementos que se examinaron se encuentran cascos con certificación DOT, uniformes de seguridad, guantes, botas especiales de protección, rodilleras y espinilleras. Se tiene proyectada la entrega del EPP a todos los colaboradores de cobranza y crédito durante 2019.

Como parte de la estrategia de cultura vial, Banco Azteca estableció la Certificación Italika, que

consiste en capacitar al personal de cobranza en un Curso Básico de Manejo, con apoyo del equipo especializado de Italika.

Los objetivos de esta certificación son:

- Minimizar los accidentes y salvaguardar la integridad física de los colaboradores de crédito y cobranza de Banco Azteca.
- Capacitar a los Jefes de Crédito y Cobranza como usuarios calificados de la motocicleta Italika, como una herramienta de trabajo eficiente y segura.

## 7,032 colaboradores de cobranza y crédito obtuvieron la Certificación Italika en 2018.

Esta estrategia permitió reducir los accidentes fatales, pues en el tercer trimestre de 2018 se presentaron siete fatalidades, mientras que durante el cuarto trimestre existió un accidente fatal.

Para el logro de los objetivos de la certificación, en 2019 Italika capacitará a los Gerentes del país como Instructores de Manejo para que ellos, a su vez, impartan los conocimientos en sus Gerencias. Cada semestre Italika reforzará la capacitación a Gerentes para perfeccionar técnicas de enseñanza, contenidos y filtros de contratación (Básico, Intermedio, Avanzado, Experto).

403-9, 403-10

## 5,100 accidentes ocurridos en 2018

- 90.7% leves
- 7.6% graves
- 1.4% muy graves
- 0.3% fatales

La capacitación inserta en la certificación considerará el *check list* de hábitos de manejo, así como el referente a una inspección 360° de la Italika.

En 2019 Italika capacitará a 811 Gerentes y certificará a 4,881 Jefes de Crédito y Cobranza de cuatro zonas metropolitanas del país.



# IMPULSO AL DESARROLLO

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

203-1, 203-2, 413-1, 413-2

Principios 1, 2 y 4

Grupo Elektra, como parte de Grupo Salinas, está firmemente comprometido con la prosperidad incluyente, ya que por su naturaleza y desde sus inicios, ambos han sido impulsores de oportunidades y generadores de valor económico, social y ambiental.



De esta forma, Tiendas Elektra tiene el propósito de crear momentos felices a sus clientes, colaboradores, inversionistas y proveedores, actuando de conformidad con su cultura, principios éticos, ejes rectores y políticas. Así, crea valor económico en las zonas donde se ubica.

Para el establecimiento de nuevos puntos de contacto, Tiendas Elektra considera el anillo de búsqueda, el cual es determinado después de realizar un análisis de las regiones donde Grupo Elektra tiene un mejor desempeño. Posteriormente, identifica la ciudad, municipio o región en el que se tiene como objetivo implementar una tienda nueva, por lo regular, en un radio de 2 kilómetros si se trata de provincia y de 1 kilómetro si se trata de la Ciudad de México o del Área Metropolitana; esto es para que la operación no interfiera entre la tienda ya existente y la nueva. De

esta forma, Tiendas Elektra busca que se trate de poblaciones en las cuales, por radio de búsqueda tengan más de 20,000 habitantes, en zonas comerciales o centros de *retail*.

De este modo, Tiendas Elektra, además de generar empleos, contribuye al desarrollo de la economía local al potenciar las capacidades de la sociedad y propiciar la estabilidad en el consumo de los hogares, brindando acceso a mercancías de clase mundial en amplios segmentos de la población, atendiendo a la base de la pirámide socioeconómica por medio de productos, bienes y servicios en condiciones accesibles y con esquemas de financiamiento que impulsan la calidad de vida de millones de familias.

Por su parte, el sólido modelo de negocio de Banco Azteca se enfoca en crear la mejor ofer-



ta de productos y servicios que atiendan a un segmento de clientes que previamente no habían tenido acceso al sector bancario formal. La Institución fomenta el uso responsable de estos productos y servicios financieros entre sus clientes por medio de programas de educación financiera de manera que estos contribuyan a mejorar las condiciones de vida de sus clientes, y, de esta forma, establecer una relación de largo plazo, benéfica para ambas partes.

En el caso del segmento de captación de Banco Azteca, en 2018, en conjunto con el Estado de Michoacán, efectuó la 5ª edición de la Feria Nacional de Pueblos Mágicos, con expositores de artesanías, folklore, bebidas típicas, paquetes turísticos, entre otras actividades. Banco Azteca proporcionó apoyo para que fuera un evento en el que primordialmente se aceptaran pagos con

cualquier tipo de tarjeta, fomentando la inclusión financiera y llevando la oferta de productos del Banco mediante:

- La apertura de cuentas Guardadito a los expositores que lo requirieran para que en ellas recibieran los pagos realizados a través de su Terminal Punto de Venta.
- La promoción de apertura de cuentas a los visitantes para que realizaran los pagos de las compras con su tarjeta, y la utilizaran como medio de ahorro principal.
- La instalación de una sucursal con servicios completos, con el fin de que los clientes pudieran realizar todas las operaciones bancarias necesarias.

Estas actividades permitieron a Banco Azteca recibir un reconocimiento por parte de la Secretaría de Turismo de Michoacán.

Seguros Azteca lleva bienestar y progreso a las familias de la base de la pirámide, a través de más de 19 mil indemnizaciones al año por más de \$490 millones de pesos, apoyando de forma inmediata a millones de familias en la resolución de los compromisos económicos que provoca la pérdida del pilar de la familia.

Aunado a ello, durante 2018 Banco Azteca propició bienestar, desarrollo y progreso en los países de Latinoamérica donde tiene presencia, en diversos frentes:

- Generó empleo directo para 742 colaboradores en El Salvador; 2,310 en Guatemala, 1,640 en Honduras; 2,264 en Perú; y en 17 sucursales en Panamá.
- En El Salvador llevó a cabo programas específicos de apoyo a la comunidad:
  - › Construcción de viviendas de respuesta inmediata para personas de escasos recursos en comunidades de Nuevo Cuscatlán, La Libertad y Zaragoza, con el fin de apoyar a disminuir la pobreza, en alianza con la organización TECHO El Salvador.
  - › Patrocinio de la carrera “El Salvador corre por el medio ambiente” por 4ª ocasión, en beneficio de la Fundación contra la Fibrosis Quística y en alianza con la Alcaldía de San Salvador.
  - › Patrocinio de la Carrera Inclusiva, en alianza con la Alcaldía de Santa Tecla.

Italika, además de generar en México 218 empleos directos y 120 indirectos en las agencias propias y concesionarias, respectivamente, impulsa el progreso de las localidades donde se ubica al proporcionar un medio de transporte simple, de calidad y accesible, brindando una he-

rramienta de trabajo e ingreso para el progreso de millones de familias.

## INCLUSIÓN FINANCIERA

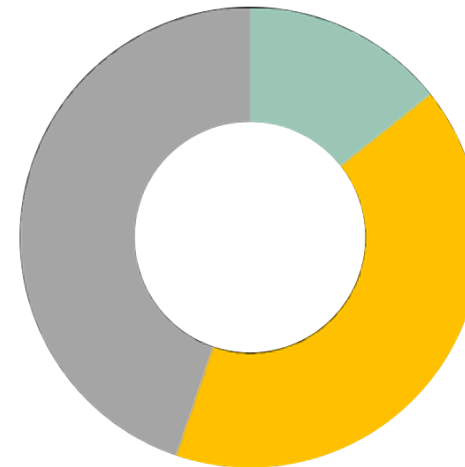
FS13, FS14

Uno de los mayores obstáculos del desarrollo económico en México ha sido la falta de acceso al crédito a una proporción considerable de la población. Banco Azteca tiene la firme convicción de que uno de los principales vehículos para mejorar las finanzas personales y generar prosperidad incluyente, es la inclusión financiera a través del empoderamiento, razón por la cual brinda a

individuos y familias las herramientas y oportunidades necesarias para el progreso.

De esta manera, Banco Azteca está comprometido con el impulso a la inclusión financiera, por lo que, al planear nuevas aperturas en zonas marginadas, determina aquéllas con baja densidad de población –hasta 20 mil habitantes–, así como el nivel socioeconómico con base en los ingresos promedio por hogar.

Así, en México, 105 de sus sucursales de Banco Azteca se ubican en poblaciones marginadas con una población menor a 20 mil habitantes. Éstas se encuentran distribuidas en tres zonas de la República Mexicana:



Ubicación de sucursales en poblaciones marginadas

Zona Norte	15	14%
Zona Centro	43	41%
Zona Sur	47	45%

Notas:

La Zona Norte comprende nueve estados de la República Mexicana: Baja California Sur, Durango, Nayarit, Nuevo León, San Luis Potosí, Sinaloa, Sonora, Tamaulipas y Zacatecas.

La Zona Centro se constituye por siete estados: Hidalgo, Jalisco, México, Michoacán, Morelos, Puebla y Tlaxcala.

La Zona Sur está integrada por seis estados: Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Quintana Roo, Veracruz y Yucatán.



## Banco Azteca atiende a 105 poblaciones marginadas en México.

Banco Azteca hace llegar los servicios y productos bancarios a comunidades que previamente no contaban con ellos, de tal forma que opera en 778 municipios y, en 162 de ellos, es la única institución bancaria presente.

Además de crear fuentes de empleo en estas localidades, Banco Azteca beneficia a los habitantes a través del otorgamiento de nuevas oportunidades de desarrollo.

El “Reporte Global sobre Desarrollo Financiero 2014” publicado por el Banco Mundial, es una prueba de lo anterior, pues destaca el caso de Banco Azteca como un ejemplo de modelo de negocio que contribuye al crecimiento económico a través del otorgamiento de créditos a microempresas.

La evaluación de la apertura de Banco Azteca como un nuevo banco que ofrece productos y servicios financieros a la base de la pirámide muestra el impacto que tiene el acceso al crédito en la disminución de pobreza, al permitir a los individuos iniciar sus propios micronegocios.

En el estudio se encontró que dos años después de la apertura de Banco Azteca, representó una

mejora significativa en el acceso al crédito entre los hogares de la base de la pirámide, llevó a las zonas con una nueva sucursal bancaria a una disminución de 1.4% en el nivel de desempleo y a un aumento de 7.0% en los niveles de ingreso.

En conclusión, la evaluación de impacto mostró que la apertura de Banco Azteca ha promovido la supervivencia de los micronegocios y ha lleva-

do a la expansión de oportunidades en el mercado laboral, así como a mayores ingresos entre la población de la base de la pirámide. Además, Banco Azteca genera flujo hacia la población en donde se abre una nueva sucursal, contribuyendo a la economía local.

Asimismo, en el documento del Banco Mundial “De casas de empeño a bancos. El impacto del crédito formal en hogares informales”, se analizan los efectos de expandir el acceso al crédito en las decisiones y el bienestar de los hogares. El trabajo evaluó la apertura de Banco Azteca, el primer banco en México que atiende a los hogares empleados en el sector informal, los cuales representan más de la mitad de la población.

Banco Azteca eliminó los dos principales requisitos por los que la banca tradicional no presta a los empleados en el sector informal: el historial crediticio y la comprobación de un empleo fijo. Esto permitió que los mexicanos pertenecientes al sector informal puedan obtener un crédito bancario por primera vez.

Los resultados muestran que la presencia de Banco Azteca permitió a los hogares en el sector informal:

- Suavizar su consumo durante los momentos económicos difíciles como la enfermedad de algún miembro de la familia, el desempleo o el cierre del negocio familiar.



- Acumular más y mejores bienes duraderos.
- Acceder a más créditos bancarios, reduciendo el uso de los préstamos de casas de empeño y prestamistas informales, los cuales son muy costosos.

De igual forma, en Latinoamérica, existen diversos estudios que demuestran que Banco Azteca es un motor de oportunidades. Tal es el caso del informe elaborado por *Bankable Frontier Associates* (BFA) –firma de consultoría global especializada en servicios financieros para comunidades de bajos ingresos–, el cual muestra que la presencia de Banco Azteca aumenta la probabilidad de fortaleza económica en las comunidades peruanas en las que opera.

En la publicación “El impacto de Banco Azteca en el Perú”, BFA señala que, a pesar de ser una de las economías más dinámicas de Latinoamérica, Perú tiene niveles relativamente bajos de inclusión financiera. En 2014, sólo el 29% de las personas de 15 años o más tenían una cuenta en una institución financiera.

Banco Azteca inició operaciones en Perú en 2008, y al cierre de 2018 contaba con más de 150 sucursales, orientadas a localidades sin servicio de la banca tradicional. Según el estudio de BFA, desde que Banco Azteca inició sus operaciones,

han tenido lugar efectos económicos positivos en estas localidades, reduciendo la probabilidad de estar desempleado y en pobreza, en comparación con localidades donde no hay una sucursal de Banco Azteca.

Los hallazgos sugieren que el acceso a servicios financieros, tales como ahorros y créditos para segmentos desatendidos, mejora las oportunidades económicas para los peruanos.

Asimismo, Banco Azteca 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 el punto de vista de consumo o de alternativas de pago del crédito utilizado, visión que ha sido difundida en todas sus unidades de negocio, por lo que, en el caso de Seguros Azteca Daños, cuenta con un procedimiento para la generación de nuevos productos, pues derivado de la naturaleza de los seguros, éstos son un mecanismo financiero para cubrir pérdidas ocasionadas por eventos inciertos, aleatorios y de naturaleza catastrófica –incluyendo por desastres naturales–. De esta manera, cuenta con políticas para la adecuada tarificación y suscripción de los riesgos cubiertos por los seguros y, adicionalmente, varias categorías de seguros están dirigidas a la base de la población, por lo que atiende a clientes en zonas marginadas.

## EDUCACIÓN FINANCIERA

FS15, FS16

Principio 6



A lo largo de su historia, Banco Azteca se ha distinguido por destacar la importancia de ofrecer servicios financieros a los segmentos desatendidos por la banca tradicional. Sin embargo, sus esfuerzos por mejorar el acceso y calidad de los servicios financieros no serían lo suficientemente eficientes de no contar con iniciativas para proporcionar a los clientes y a la población en general, los conocimientos, habilidades y herramientas necesarias para tomar decisiones financieras informadas.

La educación financiera es el factor clave que facilita la ruta hacia la inclusión financiera y la reducción de la pobreza, pues es una de las mejores formas de ayudar a la población a tomar el control de sus finanzas, impactando de manera positiva e integral en su vida. Es por ello por lo que actualmente las políticas de educación e inclusión financiera son utilizadas por los gobiernos alrededor del mundo como herramienta para promover el crecimiento económico y la equidad social.

A través del Programa de Educación Financiera y Negocios “Aprende y Crece”, Banco Azteca promueve la inclusión financiera responsable. El objetivo de esta iniciativa es instruir a la población sobre el manejo correcto de las finanzas personales y promover una cultura emprendedora, satisfaciendo las necesidades de diferentes grupos de interés.

“Aprende y Crece” cuenta con un robusto modelo de gestión, respaldado por un presupuesto propio, objetivos y metas anuales, entre otros instrumentos, como son:

- Recursos humanos especializados. Equipo conformado por especialistas en finanzas personales y negocios, así como por diseñadores, pedagogos, psicólogos, guionistas, ilustradores y editores.
- Pedagogía innovadora. Combina diferentes metodologías pedagógicas con el fin de desarrollar capacidades financieras en nuestros beneficiarios, es decir, los ayudamos a tener los conocimientos, habilidades, actitudes y comportamiento que necesitan para tomar decisiones financieras a favor de su bienestar.
- Medios de aprendizaje de vanguardia. Consisten en diversos mecanismos de aprendizaje, permitiendo a los usuarios elegir la forma en la que desean aprender, como la página web, redes sociales, apps,





*e-learning*, telenovelas, programas de televisión, cine-debates, obras de teatro, musicales, cuenta cuentos, talleres, juegos, concursos, shows de comedia y publicaciones impresas y digitales. Aunado a esta oferta de medios de aprendizaje, Banco Azteca ha incorporado el uso de tecnologías avanzadas, como realidad virtual, aumentada e híbrida, *magic wall*, robot virtual, pantallas *multitouch*, video hologramas en 3D, entre otras.

Con el fin de lograr un mayor impacto, “Aprende y Crece” suma esfuerzos con instituciones públicas y privadas, organizaciones civiles y organismos internacionales. Asimismo, el programa se encuentra alineado con los objetivos nacionales en materia de inclusión y educación financiera, tanto de México como de los países de Latinoamérica, por lo que constantemente trabaja en conjunto con diversas entidades gubernamentales:

- México
  - › Secretaría de Educación Pública (SEP)
  - › Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF)
  - › Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (CONSAAR)
  - › Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros (BANSEFI)
  - › Banco de México (BANXICO)
  - › Instituto de los Mexicanos en el Exterior (IME)
  - › Instituto para la Protección al Ahorro Bancario (IPAB)
  - › Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica (CONALEP)
- Latinoamérica
  - › El Salvador
    - Superintendencia del Sistema Financiero

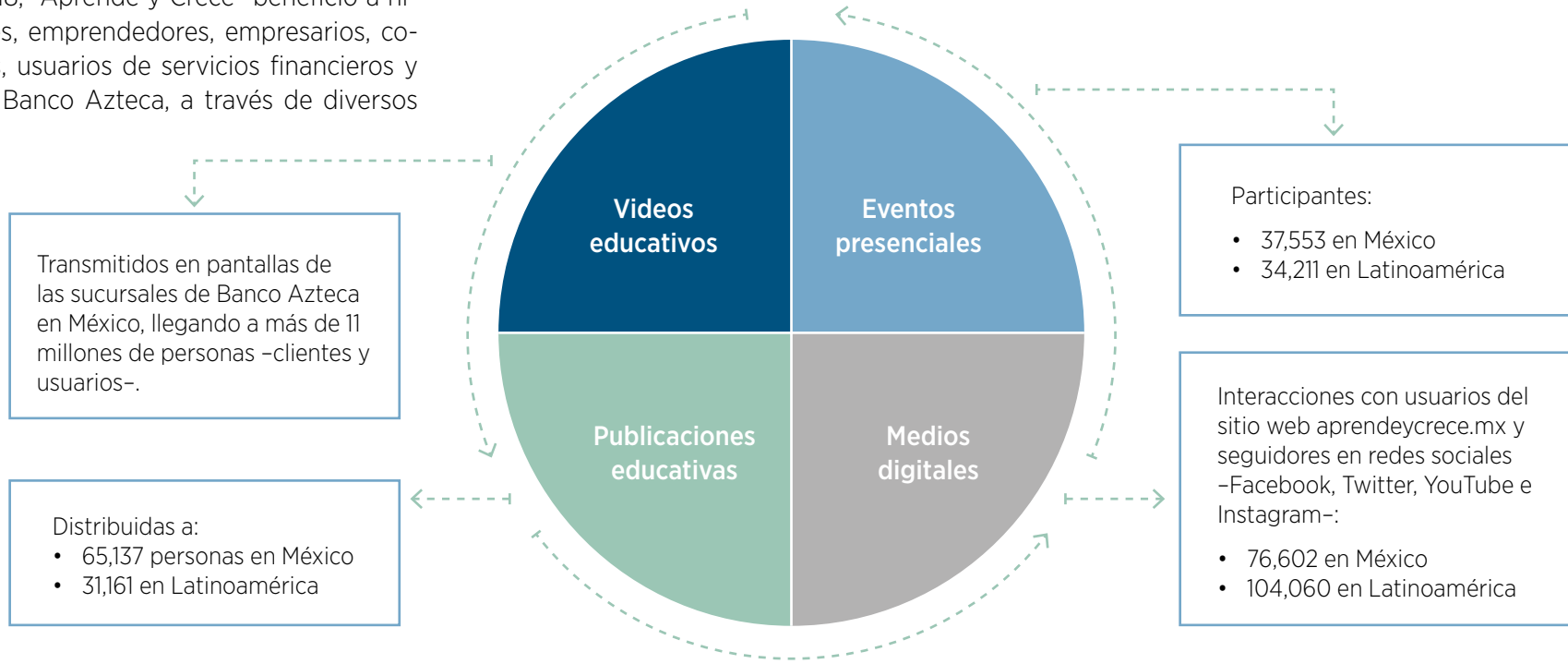
- Banco Central de Reserva de El Salvador
- Defensoría del Consumidor
- Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa
- Instituto de Garantía de Depósito
- Asociación Bancaria Salvadoreña
- › Guatemala
  - Superintendencia de Bancos de Guatemala
  - Banco de Guatemala
  - Ministerio de Educación
  - Asociación de Bancos de Guatemala
- › Honduras
  - Comisión Nacional de Bancos y Seguros
  - Banco Central de Honduras
- › Panamá
  - Banco Nacional de Panamá
  - Superintendencia de Bancos de Panamá

- › Perú
  - Superintendencia de Banca y Seguros
  - Banco Central de Reserva del Perú
  - Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social
  - Instituto Nacional para la Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual
  - Asociación de Bancos del Perú

En 2018 “Aprende y Crece” benefició a cerca de 11.2 millones de personas en México y a 169,432 personas en Latinoamérica.



Durante 2018, “Aprende y Crece” benefició a niños, mujeres, emprendedores, empresarios, colaboradores, usuarios de servicios financieros y clientes de Banco Azteca, a través de diversos canales:



Cerca de \$12.5 millones de pesos, monto total invertido por el programa “Aprende y Crece” en México durante 2018.

Más de \$7 millones de pesos invertidos por el programa “Aprende y Crece” en Latinoamérica en 2018.

Los principales logros de “Aprende y Crece” en México durante 2018 fueron:

- La calificación de Banco Azteca, Afore Azteca y Seguros Azteca por segundo año como las únicas instituciones financieras con 5 estrellas en el Buró de Entidades Financieras, en materia de educación financiera.
- La contribución clave del programa “Aprende y Crece” en la obtención del Distintivo de “Empresa Socialmente Responsable” por parte de Banco Azteca, por segundo año consecutivo.
- El mantenimiento de “Aprende y Crece” como el único programa de educación financiera capacitado y certificado ante la

Banco Azteca, a través de “Aprende y Crece”, es pionero en la inclusión digital, al contar con tecnología que permite a las personas con capacidades diferentes, adultos mayores y personas poco familiarizadas con el uso de la Internet, acceder a todo el contenido del programa de educación financiera y negocios mediante una página web incluyente, la cual se encuentra certificada por *Hearcolors*\*.

\* *Hearcolors* es una empresa que busca que la Internet sea accesible para todos, por lo que se encarga de certificar 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 la Internet.

SEP, la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS), la CONDUSEF y el BANSEFI.

- La participación más importante por 5º año consecutivo dentro de la Semana Nacional de Educación Financiera, derivado del innovador Hub Galáctico “Academia Espacial de Ahorronautas”, con base en tecnología de punta para que los participantes interactúen en una serie de actividades tecnológico-financieras que los instruyen en la toma de decisiones financieras informadas en pro de su bienestar.
- La participación de “Aprende y Crece” en actividades presenciales en las Delegaciones Estatales de la CONDUSEF.
- El apoyo a migrantes y sus familias, por medio de la participación de “Aprende y Crece” en la Semana de Educación Financiera de Estados Unidos y Canadá, impartiendo talleres en los Consulados de Santa Ana, Los Ángeles, San Bernardino y Oxnard, en California, y patrocinando 20,000 ejemplares de la guía “Más vale estar preparado”, distribuida en los consulados de México en Estados Unidos y Canadá.
- El desarrollo e impartición de un taller para migrantes en colaboración con el Centro de Integración y Desarrollo de América del Norte, y el Instituto Latinoamericano de la Universidad de California (UCLA).
- El patrocinio, participación como jurado y diseño del calendario del XXI Concurso

de Dibujo Infantil “Éste es mi México”, además de una Exposición Itinerante en el Corporativo de Banco Azteca.

- La distribución de diversas publicaciones como La Familia Luchón “Las remesas llegaron ya” y Boletín A&C Edición Especial para Migrantes, en 42 consulados.
- El fomento del ahorro desde edades tempranas, en alianza con Guardadito Kids y a través de la instalación de la “Academia Espacial de Ahorronautas” en el Mundial de Robótica, realizado en la Arena Ciudad de México.
- El patrocinio del 2º Concurso de Dibujo Infantil “Trazos Financieros”, en conjunto con Guardadito Kids y Jurado.
- En el marco del “Día Internacional de la Mujer”, el impulso al empoderamiento de la mujer, mediante un ciclo de talleres de educación financiera y negocios para socias-conductoras de Uber. Adicionalmente, el programa participó en mesas de trabajo organizadas por el Aspen Institute para aportar soluciones que incentiven la inclusión financiera de las mujeres en México.
- La colaboración con la Universidad de Nuevo México para apoyar a líderes universitarios de comunidades indígenas a desarrollar proyectos productivos en beneficio de sus comunidades, mediante la impartición de un taller de educación financiera y emprendimiento.

- El lanzamiento de un **Call Center** de educación financiera para orientar a los clientes y a la población en general sobre temas básicos de finanzas personales.
- La renovación del convenio de colaboración con el CONALEP para impulsar la cultura emprendedora de los profesionales técnicos en formación y padres de familia, a través de talleres de emprendimiento y educación financiera en sus planteles, así como a alumnos y personal administrativo mediante la plataforma de **e-learning** “Finanzas de 10”.
- El desarrollo del contenido para el Programa de Autonomía Curricular, a través de Libros de Texto de Educación Financiera para alumnos de 1º y 2º grado de primaria.
- La realización de campañas de difusión de contenidos de diversos organismos gubernamentales –CONDUSEF, CONSAR, BANSEFI, BANXICO e IPAB– en publicaciones, sitio web y redes sociales de “Aprende y Crece”, así como en sucursales de Banco Azteca.
- La participación en el Comité de Educación Financiera de la CONSAR.
- La contribución en el Censo de Educación Financiera de las Afore, cumpliendo con los requisitos solicitados por la CONSAR.

En Latinoamérica, “Aprende y Crece” obtuvo los siguientes logros:

- La instalación permanente de la “Academia Espacial de Ahorronautas” dentro del Museo de los Niños Chiminike, en Honduras, que utiliza tecnologías de vanguardia.
- La exitosa participación en los foros de educación financiera más importantes: Feria Financiera Familiar, en Perú; Semana de la Educación Financiera, en Honduras; Global Money Week, en El Salvador, Guatemala, Panamá y Perú; y el Día Mundial del Ahorro, en El Salvador, Honduras y Panamá.
- La impartición de educación financiera a los colaboradores de Banco Azteca.
- El impulso de una cultura emprendedora en los profesionales técnicos en formación.
- El desarrollo de capacidades financieras en niños y jóvenes con eventos en escuelas primarias, secundarias y universidades.
- El empoderamiento de las mujeres por medio de educación financiera y de negocios para que enfrenten los retos que se les presentan día a día.
- El apoyo a migrantes y sus familias con actividades de finanzas personales y negocios para que puedan optimizar el uso de sus remesas.

Adicionalmente, Banco Azteca El Salvador llevó a cabo acciones para fortalecer la educación financiera, tales como:



- Firma de Alianza por la Educación Financiera con la Superintendencia del Sistema Financiero.
- Exhibición temporal “¿Cómo funciona el sistema financiero?”, en el Museo de los Niños Tin Marin.
- Magia Financiera con el Mago Ben, en el Centro Escolar García Flamenco.
- Participación en la feria lúdica e informativa sobre Educación Financiera “Experimentos Viaje Interestelar hacia el Ahorro”, en alianza con el Banco Central de Reserva.
- Recorrido por una agencia de Banco Azteca con alumnos del Centro Escolar Miguel Pinto, donde conocieron y aprendieron cómo funciona una agencia bancaria y cuáles son los servicios que se brindan.
- Pláticas en el marco de la alianza por la Educación Financiera “Train the Trainers”, para colaboradores de la Superintendencia del Sistema Financiero y capacitadores del Programa de Educación Financiera.
- Pláticas en el marco de la alianza por la Educación Financiera “Sólo Ahorrar, no sirve de nada”, dirigida a empleados del Ingenio “La Cabaña”.
- Participación en la Feria de Educación e Innovación Financiera en San Salvador y Santa Ana, en la actividad “Academia Espacial de Ahorronautas”, Episodio II “Expedición al Planeta del Ahorro Productivo”, en alianza con la

Superintendencia del Sistema Financiero.

- Celebración del Día Mundial del Ahorro, con el taller “Contra-Tiempos Financieros”, en la Universidad Francisco Gavidia y con la asistencia de estudiantes de diferentes Centros Escolares, en alianza con la Superintendencia del Sistema Financiero y el Banco Central de Reserva.

Derivado de la exitosa estrategia y la diversa gama de actividades de inclusión financiera responsable, Banco Azteca, a través de “Aprende y Crece”, fomenta diversos hábitos entre la población:

Todas las actividades realizadas en el marco del programa “Aprende y Crece” han sido evaluadas de forma interna utilizando las siguientes metodologías:

- Encuesta de satisfacción. Su finalidad es detectar si los talleres de capacitación son del agrado de los participantes y si han cubierto las expectativas. Es una evaluación poco profunda que aporta resultados cualitativos.
- Evaluación pre-post. Es una evaluación de diferencia simple, cuyo objetivo es medir el impacto a corto plazo y detectar si los

resultados esperados se están alcanzando. Se aplica una evaluación previa a la actividad a realizar, su finalidad es determinar los conocimientos previos con los que cuentan los asistentes. Posterior a la finalización de la actividad, se aplica otra evaluación, cuya finalidad es identificar si existió un incremento en los conocimientos adquiridos entre los participantes.

- Los resultados de esta evaluación han manifestado que el grado de aprendizaje, nivel obtenido y aplicabilidad en la vida diaria es de un 85% a un 95%, es decir, posterior a participar en las diferentes estrategias de aprendizaje con las que cuenta “Aprende y Crece”, los asistentes demuestran adquirir conocimientos financieros y de negocios, además de considerarlos útiles para su vida.
- Diagnóstico por parte de evaluadores externos. Una consultora formada por expertos en el tema de educación financiera evalúa el diseño, metodología e implementación de las actividades con el fin de realizar propuestas de mejora.

Los objetivos de “Aprende y Crece” hacia 2019 son:

- Lanzar la plataforma en línea de educación financiera “Finanzas de 10”, masiva y abierta para la población en general.

Realizar un presupuesto personal y familiar	Aumentar su nivel de ahorro	Evitar el sobreendeudamiento
Evitar el uso de servicios financieros informales	Confiar en el sistema financiero formal	Usar los servicios financieros de forma correcta y responsable
Ser consciente sobre los posibles riesgos de un uso incorrecto de los servicios financieros	Desarrollar habilidades para la adecuada toma de decisiones financieras	Aprovechar las oportunidades productivas
	Adquirir conocimientos en temas empresariales para poder emprender un negocio o mejorar el que ya tienen	



- Impulsar la educación para el uso de la banca digital.
- Actualizar el sitio web aprendeycrece.mx con una interfaz centrada en el usuario.
- Impartir capacitación a distancia con Tips de Educación Financiera, a través de redes sociales –YouTube y grupos cerrados de Facebook–.
- Implementar un modelo de monitoreo y evaluación de impacto.

## POR LA SEGURIDAD VIAL

### Principios 1



Como Empresa Socialmente Responsable, Italika tiene el firme compromiso con la promoción de una cultura vial y de manejo entre los usuarios de los productos, dando a conocer los derechos y obligaciones de todos quienes transitan en la vía pública.

De esta manera, Italika, en conjunto con gobiernos estatales, municipales y las cadenas comerciales en las que se comercializan sus productos, imparte un curso de manejo sin costo dirigido a clientes Italika actuales y potenciales, cuyo objetivo es transmitir que la motocicleta puede hacer más eficientes sus actividades diarias, siempre y cuando en todo momento porten el casco y utilicen el vehículo de forma responsable. Además, genera campañas en redes sociales, promoviendo el uso correcto de la Italika, con apego al reglamento de tránsito.

- Instruir al equipo de Servicio sobre la tabla de mantenimiento y el cuidado que cada usuario debe dar a la Italika.
- Revisar el estado de las motocicletas de manera presencial.
- Realizar el mantenimiento menor a las motocicletas que así lo requieren.

**7,458 clientes Italika participantes en el curso de manejo durante 2018.**

**185 eventos de capacitación en Cultura Vial en 17 estados de la República Mexicana –Aguascalientes, Chiapas, Ciudad de México, Estado de México, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Nuevo León, Puebla, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa, Tabasco, Veracruz y Yucatán–.**

Par lograr sus objetivos, Italika cuenta con un equipo de Cultura Vial, conformado por 42 colaboradores, entre instructores, ayudantes, analistas y jefes de cultura vial. Asimismo, cuenta con tres Escuelas Móviles Italika (camiones), cuyas funciones son:

- Transportar el material de los cursos de manejo –Italikas, conos, valla, velas, etc.–.
- Fungir como aula rodante para impartir el curso de manejo teórico.

Además de promover la Cultura Vial, Italika impulsa la Cultura de Servicio, para lo cual, los equipos de Cultural Vial y de Servicio asisten en conjunto a las rutas de certificación, con los siguientes objetivos:



# FUNDACIÓN AZTECA

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

102-12, 203-2, 413-1, 413-2

Principios 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 y 10

Fundación Azteca es el principal brazo social de Grupo Salinas, que por más de 20 años ha creado valor social, ambiental y educativo, a través de programas de alto impacto y sinergias con el sector público y los ciudadanos de México. Todas las acciones de responsabilidad social empresarial de la Compañía son llevadas a cabo única y exclusivamente para ofrecer mejores condiciones de vida a las nuevas generaciones de los países en los que opera.



De esta forma, Fundación Azteca de Grupo Salinas ha impactado y mejorado la vida de millones de personas a través de la vinculación de las necesidades más apremiantes con organizaciones avocadas al compromiso y a la responsabilidad social.

Las acciones que Fundación Azteca lleva a cabo están soportadas en tres pilares: Educación y Cultura, Medio Ambiente y Comunidad. Las herramientas esenciales con las que cuenta para el óptimo funcionamiento de cada área son:

FundaciónAzteca

fundacionazteca

@FundacionAzteca

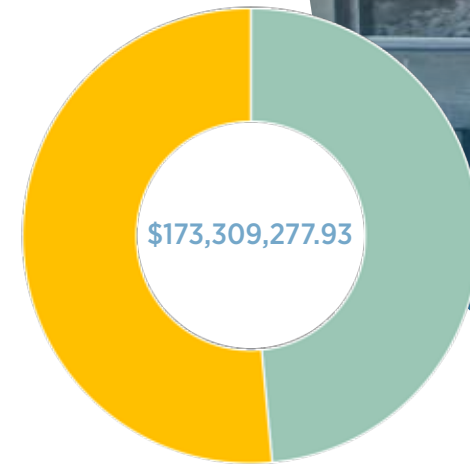
fundacionazteca.org

## Informes de rendición de cuentas

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; su Comité de Evaluación de Donativos propone, coordina, ejecuta y vigila el cumplimiento de los procesos y políticas que permiten acreditar la transparencia en la designación de apoyos.



Monto invertido por Grupo Elektra en programas de Fundación Azteca

- Tiendas Elektra 49%
- Banco Azteca 51%

\$575.8 millones de pesos, monto total invertido por Fundación Azteca para el desarrollo de sus programas en 2018.

Más de \$173.3 millones de pesos, monto destinado por Grupo Elektra en 2018 para el apoyo de las acciones desarrolladas por Fundación Azteca.

## EDUCACIÓN Y CULTURA

### Plantel Azteca



La educación es la herramienta más poderosa para mejorar la calidad de vida, por ello, en Plantel Azteca –escuela privada que cuenta con secundaria y bachillerato– se otorgan becas a jó-

venes de escasos recursos para que puedan acceder a una educación de excelencia académica.

Los alumnos aprovechan la oportunidad de una educación académica de gran calidad, con excelencia técnica, valores y nuevas herramientas tecnológicas.

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



Más de 11,000 alumnos graduados



655 alumnos y 100 docentes beneficiados en 20 escuelas en Durango

### Modelo de Aprendizaje Colaborativo



Surgió con el propósito de impulsar un nuevo modelo pedagógico que optimice el desempeño del estudiante mediante la inclusión de un currículum basado en su vida cotidiana y contexto familiar y comunitario.

42,703 estudiantes y 1,636 docentes beneficiados en 464 escuelas en Puebla

1,200 alumnos y 141 docentes impactados en 40 escuelas en San Luis Potosí





## México de 10



Desde 2016, Fundación Azteca apoya con becas de manutención a egresados de Plantel Azteca con alto desempeño académico.

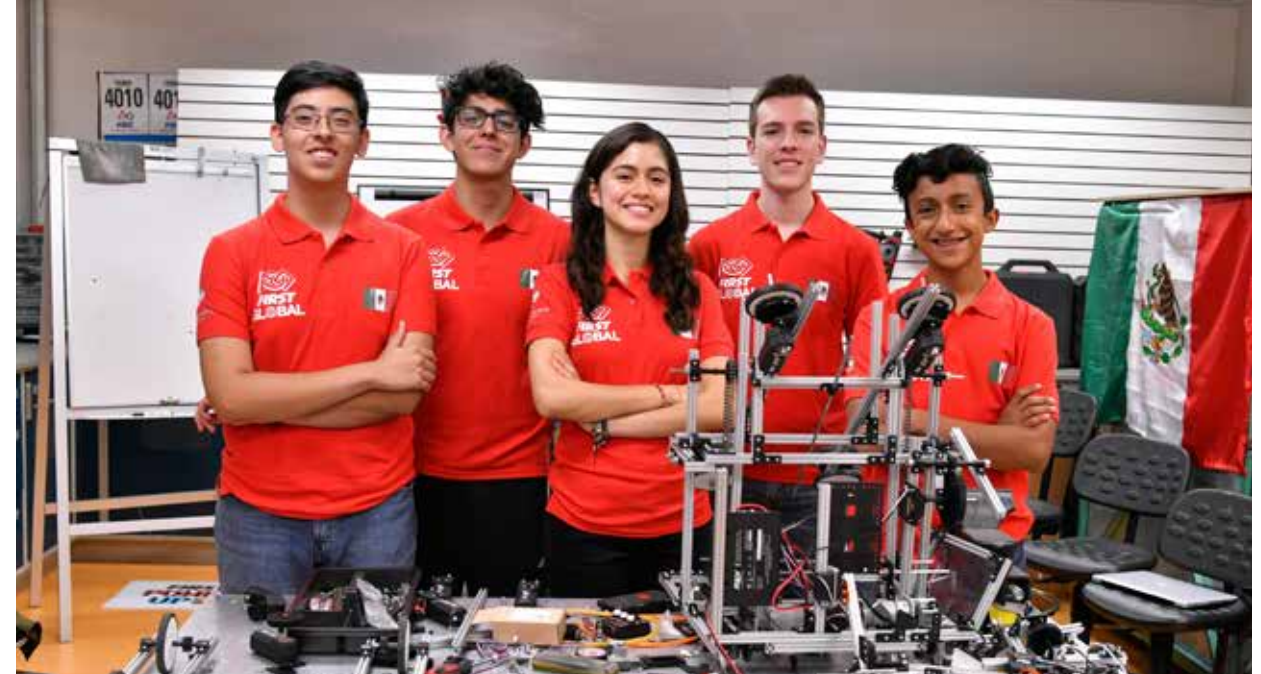
En 2018, se brindó apoyo a 50 alumnos universitarios de excelencia

## Becas Generación Bicentenario



En 2010 se seleccionó a los 1,000 mejores estudiantes de educación primaria, secundaria y media superior, quienes reciben un apoyo mensual durante toda su preparación educativa.

509 beneficiarios en 2018



## Robótica



Proyecto que busca impulsar en niños y jóvenes el interés por la ciencia y la tecnología, además del desarrollo de múltiples habilidades mediante el patrocinio de equipos mexicanos en concursos y campeonatos nacionales e internacionales de Robótica.

Niños y jóvenes aprenden de modo lúdico y divertido al lado de expertos, mientras interactúan y hacen equipo con más concursantes de otros estados e incluso países.

10 equipos participantes patrocinados por Fundación Azteca en 2018

Participación del equipo Aztech en el Campeonato Regional de Monterrey y, por primera vez, en el Regional en el extranjero en Calgary, Canadá. El equipo obtuvo el "Engineering Award" y el pase a FIRST World Championship.

La segunda edición de First Global Challenge se llevó a cabo en la Ciudad de México, donde el equipo mexicano fue seleccionado y patrocinado por Fundación Azteca. El equipo obtuvo la medalla de plata "Albert Einstein" y la medalla de oro "Al Khwarizimi" por su desempeño como "Outstanding Supporter".

## Orquestas Sinfónicas y Coros Esperanza Azteca



Programa social-musical que busca mejorar la calidad de vida de niñas, niños y jóvenes de escasos recursos a través de la música mientras aprenden valores como disciplina, excelencia y trabajo en equipo.

A través de esta iniciativa se brinda a las nuevas generaciones la oportunidad de una educación musical de excelencia con maestros profesionales y comprometidos.

62 orquestas sinfónicas, y coros infantiles y juveniles

535 conciertos en 2018



## COMUNIDAD

### Red Social Azteca



Programa de múltiples acciones que atiende y vincula organizaciones de la sociedad civil con personas que trabajan para brindar ayuda de forma directa e indirecta, principalmente a través de servicios sociales y de salud.

En 2018 se creó la cuarta campaña de Red Social Azteca llamada “Deja Tu Huella”, enfocada en apoyar a instituciones previamente registradas en la red, que se dediquen a rescatar a perros en situación de abandono.

Más de 2,000 organizaciones civiles registradas en la Red Social Azteca

700 instituciones asistentes al II Encuentro de Organizaciones Civiles de Red Social Azteca en 2018

Realización de la 13ª ceremonia de entrega Donativo Hormiga: 1,380 artículos donados a organizaciones de asistencia social con un valor de \$2.7 millones de pesos

100 instituciones beneficiadas a través de entregas directas en 2018

6,780 horas de voluntariado en 2018

Adicionalmente, en 2018 se fortaleció el Voluntariado Azteca, por medio de la participación de diversas universidades en las campañas de Red Social Azteca, logrando llegar a los 150 voluntarios externos, quienes durante tres días donaron su tiempo.

2,700 horas de voluntariado externo



## Movimiento Azteca



Junto con Grupo Elektra, Fundación Azteca difundió una campaña de corresponsabilidad social y ambiental en la que se invita a la sociedad a realizar aportaciones a diversas instituciones.

En 2018 se realizó el Movimiento Azteca (MOVA) número 100, en beneficio de los damnificados por los sismos ocurridos en septiembre de 2017. En este evento, Grupo Salinas, en conjunto con diversos aliados y miles de personas solidarias, recaudó más de \$63 millones de pesos en una primera etapa.

Con el monto recaudado, 525 familias fueron apoyadas para reconstruir sus hogares en cinco estados de la República Mexicana:

- 20 en Puebla
- 72 en Morelos
- 121 en Chiapas
- 132 en el Estado de México
- 180 en Oaxaca

Adicionalmente, se construyó una escuela en San Dionisio del Mar, Oaxaca.

En 105 MOVA han sido apoyadas alrededor de 359 organizaciones y más de 1.5 millones de personas: niños, niñas, jóvenes, adultos y personas de la tercera edad.



En 2018 se llevaron a cabo 5 MOVA, beneficiando a 30 instituciones en todo el país.



## Vive sin Drogas



Campaña enfocada en la promoción, sobre todo entre los jóvenes, de la elección de una vida sana y libre de adicciones. El programa profundiza en temas como el consumo de drogas, alcoholismo, uso correcto de redes sociales, tabaquismo, trastornos alimenticios, *bullying*, y fomenta tanto el deporte, como actividades artísticas y culturales.

En 2018 se realizaron más de 140 giras en México, Estados Unidos y Centroamérica, y se llevaron a cabo alrededor de 400 conferencias y seminarios especializados.

20 años de transmisión en televisión con spots, entrevistas y notas informativas.

627,000 personas impactadas por la campaña y más de 6,500,000 llamadas recibidas por el Centro de Atención Ciudadana contra las Adicciones en convenio con el CONADIC.

## Tocando Vidas

A través de un programa televisivo, conducido por Esteban Moctezuma, Fundación Azteca transmite historias de vida inspiradoras y positivas.

28 episodios de “Tocando Vidas” transmitidos en 2018

## Parteras Profesionales



Programa a través del cual se capacita a mujeres durante tres años para que atiendan nacimientos en sus comunidades, generalmente ubicadas en lugares muy apartados y con difícil acceso a la salud pública. Su objetivo es disminuir la mortalidad materno-infantil.

Las 6 estudiantes becadas concluyeron sus estudios en 2018



## MEDIO AMBIENTE

### Limpiemos Nuestro México



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

#### Desierto de los Leones Orgullosamente Limpio

Se logró la reducción del 50% de los residuos en la zona de La Venta.

Se recolectaron 2,880 colillas de cigarro, 3,098 popotes y 1,114 taparrascas.

#### Mega Jornada de Limpieza y Recolección de Residuos de Playas

El evento se realizó en 16 kilómetros de costa del municipio de Alvarado, Veracruz. Se contó con la participación de 3,680 brigadistas que recolectaron 10 toneladas de basura.

#### Jornada de Limpieza y Recuperación de Espacios

Se realizó en la Laguna de Términos Comisaría de Puerto Rico Atasta Carmen con la participación de 60 niños integrantes del Club Interac Rotarios Perla del Golfo y 10 elementos de la Gendarmería. Se recolectó 1 tonelada de basura en dos horas de actividad.

Se donaron 10,000 cobijas elaboradas con PET (reciclaje de 56 botellas de 600 ml) a poblaciones vulnerables, generando un ahorro de 30.56 t de CO2 en alianza con Morphoplast, Red Social y su programa “Tejiendo por México”.

#### Jornada Nacional de Recuperación de Espacios Públicos junto con la Gendarmería Nacional

Se convocó a los 32 estados del país y, con la participación de más de 6,000 voluntarios, se recolectaron más de 100 toneladas de basura y se recuperaron más de 76 kilómetros de espacios públicos.

#### Campeche Orgullosamente Limpio

Con la participación de 600 alumnos de las preparatorias adscritas a la Universidad Autónoma de Campeche, se efectuó una Mega Jornada de Limpieza, en la cual se recuperaron 6 toneladas de basura de la zona periférica al campus universitario.



## 27,288 horas de voluntariado por parte de Grupo Elektra en la iniciativa Limpiemos Nuestro México 2018.

En noviembre de 2018, Fundación Azteca llevó a cabo su Reciclón en conjunto con la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) y la ciudad de Xalapa, Veracruz; los resultados fueron los siguientes:

Medicamentos caducados	Más de 1 tonelada
Electrónicos	15 toneladas
Aceite vegetal	450 litros
Aceite mineral	40 litros
Papel y cartón	Más de 4 toneladas
Vidrio	6 toneladas
Unicel	5 m <sup>3</sup>
Plástico	400 kg
Pilas usadas	Más de 1 tonelada

El programa Limpiemos Nuestro México se ha replicado en Guatemala con el nombre Limpiemos Nuestra Guatemala. Con este programa, se tiene como propósito sensibilizar a la comunidad so-

bre el problema de la basura y el efecto negativo que produce en el medio ambiente.

Asimismo, plantea posibles soluciones, beneficios sobre el reciclaje, la reforestación y busca posicionar en cada guatemalteco la idea de que todos somos responsables de heredar un mundo mejor, a través de las acciones que hoy emprendamos como buenos ciudadanos.

Durante el periodo 2012-2018, se han realizado ocho jornadas de limpieza a nivel nacional, logrando movilizar a más de 2,200,000 voluntarios, recolectando más de 19,000 toneladas de basura.

## 4,230 toneladas de basura recolectada a través del programa Limpiemos Nuestra Guatemala, con la participación de 559,904 voluntarios y 2,988 brigadas.

El objetivo a corto plazo es iniciar Limpiemos Nuestro Perú y Limpiemos Nuestra Colombia.

En 2018, se llevó a cabo el concurso Limpiemos Nuestro México, que reconoce a los Líderes Ambientales. Los ganadores por categoría fueron:



- Líderes Ambientales de la comunidad
  - › 1<sup>er</sup> lugar. Centro de Bachillerato Tecnológico Agropecuario No. 184, por su labor en Acatlán de Osorio, Puebla.
  - › 2<sup>do</sup> lugar. Brigada Eco-Mapaches, por su dedicación en la Península de Atasta, Municipio de Carmen, Campeche.
  - › 3<sup>er</sup> lugar. Brigada Ríos Limpios, debido al esfuerzo realizado para la limpieza del Río San Joaquín/Presas Capulín, Ríos de Tarango, Xochimilco, Playa Progreso y Nautla.
- Líderes ambientales de Grupo Salinas
  - › 1<sup>er</sup> lugar. Brigadas de Televisoras Regionales.
  - › Mención especial. Brigada TV Azteca,

por su labor en la Zona Deportiva Cuernavaca-Canal Nacional, Ciudad de México.

- Líderes Ambientales por institución o empresa
  - › Grupo Bimbo, Centro de -ventas Chetumal.
  - › Barcel, Brigada Laguna y Centro de Ventas Gómez Palacio.
  - › SEMARNAT, Delegación San Luis Potosí.
- Recicla 2017-2018
  - › 1<sup>er</sup> lugar. Mapwater, por acciones de reciclaje para el fomento del desarrollo sustentable.



## ¡Que Viva la Selva Lacandona!



Iniciativa que sensibiliza a la sociedad, en especial a la niñez mexicana, sobre la importancia de conservar las áreas naturales protegidas. Fundación Azteca impulsa la conservación de la Selva Lacandona a través de distintos proyectos y del Concurso de dibujo ¡Que Viva la Selva Lacandona!

Más de \$325,000 pesos invertidos en premios a los ganadores de los concursos de Limpiemos Nuestro México en 2018

Más de 500 niños de entre 9 y 15 años de edad participan en el concurso y han viajado a la Biosfera de los Montes Azules en Chiapas, han visitado la Selva Lacandona y se han convertido en embajadores y voceros para la preservación de este importante ecosistema.

Más de 42,000 dibujos recibidos

32 niños ganadores viajaron a la Selva Lacandona

En febrero de 2018 se inauguró la Estación Emblemática ¡Que Viva la Selva Lacandona! en la estación del metro Viveros/Derechos Humanos con el objetivo de representar la selva en la Ciudad de México y concientizar a los millones de usuarios del Sistema de Transporte Colectivo Metro.

Este programa también fue implementado en Guatemala con el nombre ¡Que Vivan Nuestros Lagos! Tiene un enfoque ecológico y se realiza a través de un concurso nacional de dibujo, cuya finalidad es generar conciencia social ecológica





170,000 participantes en la iniciativa ¡Que Vivan Nuestros Lagos!, en Guatemala, en 2018.

en la ciudadanía a través de la visión de los niños y su expresión artística. Asimismo, con esta iniciativa, Fundación Azteca Guatemala busca resaltar la importancia de conservar los recursos hídricos, como lagos, lagunas, ríos y playas.

Con ocho campañas realizadas se ha logrado una participación nacional con más de 640,000 dibujos y 1,100 niños premiados, de los cuales ocho

jóvenes han tenido la oportunidad de conocer la Selva Lacandona en México.

Adicionalmente, se han realizado tours ecológicos a más de 160 niños a diferentes lugares de Guatemala, como el Lago de Atitlán, Petén, Champerico y Cobán. Esta experiencia ha brindado a los jóvenes la oportunidad de conocer otras regiones de Guatemala y culturas diversas del país.

## Juguetón

La iniciativa de recolección de juguetes más grande del mundo que llega a escuelas, internados, casas hogar, comunidades indígenas, hospitales, guarderías, comedores populares, centros de día para menores, albergues de migrantes y centros penitenciarios. Año tras año, Juguetón alegra a miles de niños en situaciones críticas.

Alrededor de 17.5 millones de juguetes entregados, 11,800 voluntarios sumados a la causa



## Un Nuevo Bosque

[gruposalinas.com.mx/es/un-nuevo-bosque](http://gruposalinas.com.mx/es/un-nuevo-bosque)

Iniciativa de reforestación permanente que busca generar conciencia ecológica en la población mediante campañas de convocatoria, cápsulas informativas en medios digitales y televisión, y seguimiento de las tareas de plantación.

Un Nuevo Bosque reitera el compromiso de Grupo Salinas y sus empresas con la protección del medio ambiente, y su objetivo principal es recuperar zonas que han sido afectadas por la propia naturaleza o por acción humana.

El programa cuenta con el respaldo de la Comisión Nacional Forestal (CONAFOR), dependencia que contribuye con la preparación de terrenos, participación de brigadistas, aportación de árboles para plantar y asesoría a voluntarios.

**425,000 árboles plantados,  
448 hectáreas recuperadas  
en zonas rurales, y 23,870  
voluntarios participantes en  
Un Nuevo Bosque  
durante 2018**

## Caminos de la Libertad

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

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

Entre algunos de los logros más destacados de 2018 se encuentran:



## La Ciudad de las Ideas

Festival que reúne a mentes brillantes y cuyo objetivo es empoderar a la sociedad mediante el conocimiento: es una celebración a la creatividad y a la curiosidad del ser humano. La Ciudad de las Ideas es un evento diseñado para intercambiar puntos de vista, dialogar y generar un pensamiento crítico.

Con principios basados en el respeto, la pluralidad y la tolerancia, La Ciudad de las Ideas busca poner en manos de los ciudadanos herramientas de transformación social que contribuyan a que los mexicanos vivamos en un México libre, seguro, respetuoso, responsable y próspero. Esto, a través de un foro de participación articulada, promoviendo la creación de nuevas alternativas, y mediante el análisis crítico de cuestiones políticas y gubernamentales.

85 millones de personas han seguido el festival a través de *live streaming* y de los distintos programas transmitidos por TV Azteca y adn40

La Ciudad de las Ideas busca empoderar a la sociedad mediante el impulso de:



Alrededor de 5.4 millones de reproducciones en el canal oficial de CDI de YouTube

Más de 570 conferencistas

Más de 170 intervenciones artísticas en escena: bailarines, músicos e intérpretes de talla internacional



Más de 40,000 asistentes a los distintos festivales



## Kybernus



www.kybernus.org

Grupo Salinas está comprometido con la formación de nuevas generaciones de líderes éticos y transformadores de la comunidad. Por ello, en 2011 surgió Kybernus, una iniciativa de creación de valor social compartido de Grupo Salinas, impulsora del liderazgo como agente de cambio y certidumbre.

Se encuentra articulada como una red nacional de liderazgos jóvenes que trabajan por un país próspero, incluyente, libre y plural.

Las áreas impulsadas en este evento son:

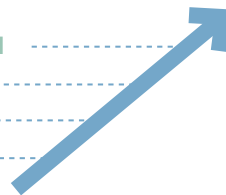
- Liderazgo
- Cultura
- Paz
- Estado de derecho y cultura de la legalidad
- Participación ciudadana y cultura cívica
- Medio ambiente
- Derechos humanos
- Cabildeo
- Políticas públicas
- Emprendimiento
- Género
- Transparencia y rendición de cuentas

Kybernus está conformado por más de 2,000 líderes en toda la República Mexicana; 42% mujeres y 58% hombres.

Más de 1,200 actividades locales en 2018.

Kybernus promueve la libertad individual del liderazgo, contribuyendo a la transformación positiva y fortalecimiento del Estado de Derecho, la Cultura de la legalidad y la igualdad de oportunidades.

Fortalecimiento de la sociedad civil  
Estado de derecho  
Igualdad de oportunidades  
Libertad



Asimismo, a través de las agendas de sus colectivos locales, impulsa la equidad de género. Para ello, opera la red de colaboración nacional integrada por líderes Kybernus “Red por la Igualdad de Género”, cuyo objetivo es impactar de manera positiva en temas legislativos como en políticas públicas.



Sectores a los que pertenecen los líderes Kybernus



Administración pública	30%
Iniciativa privada	23%
Sector académico	15%
Sociedad Civil	13%
Partidos políticos	11%
Otro	8%

En 2018, Kybernus llevó a cabo 42 proyectos a nivel nacional sobre equidad de género.

Fomenta el emprendimiento por medio de la red de colaboración “Red de Emprendimiento”, constituida por liderazgos de cámaras empresariales, emprendedores y jóvenes enfocados en temas de innovación.

Durante 2018, Kybernus realizó 129 actividades de emprendimiento a nivel nacional.





## Logros 2018

Colaboración con más de 450 entidades, personalidades y organizaciones

Foro Nacional  
#RecuperaTuFuturo

- 36 foros locales y 5 regionales
- 1,635 propuestas de políticas públicas

Primer Encuentro Feminista de Mujeres Jóvenes Líderes Kybernus: Igualdad Sustantiva, incidencia Positiva

- 35 mujeres participantes

Primera edición del Premio Kybernus al Valor Ciudadano

Primera edición del Premio Kybernus al Mérito Emprendedor

Apoyo en situaciones de emergencia



En 2018, Banco Azteca en Guatemala desempeñó un papel importante en respuesta a la erupción del Volcán de Fuego, pues, a través de Fundación Azteca Guatemala, coordinó esfuerzos para brindar apoyo a los damnificados y a sus clientes, por medio del congelamiento de la cartera afectada, la cual estuvo compuesta por 235 clientes, con un saldo capital total de \$697,417 quetzales.

Ante la magnitud del desastre y la necesidad de ayuda inmediata que presentaban cientos de familias guatemaltecas, Fundación Azteca Guate-



mala y todas las empresas que integran Grupo Salinas –Banco Azteca Guatemala, Tiendas Elektra, Italika y TV Azteca Guatemala–, sumaron esfuerzos para contribuir en la atención de la primera fase de la emergencia.

Se estableció contacto con las autoridades locales y municipales para determinar las necesidades prioritarias. En función de ello, todas las Tiendas Elektra, Bancos Azteca, Italika y oficinas corporativas se convirtieron en centros de acopio; se hizo un llamado a todos los colaboradores, clientes y sociedad en general para la realización de donaciones de conformidad con las necesidades reportadas. Asimismo, se habilitó una cuenta monetaria por parte de Fundación Azteca Guatemala, invitando a la población a realizar sus donativos.

La respuesta fue positiva, lo que permitió recolectar víveres e insumos, mismos que fueron llevados al centro de acopio de la Municipalidad de Escuintla, para ser distribuidos en los albergues de la región. En las entregas se contó con la participación del equipo de voluntarios y Directores de Fundación Azteca Guatemala, así como de las empresas que forman parte de Grupo Salinas –Banco Azteca Guatemala, Elektra, Italika, TV Azteca Guatemala– y directivos de México.

Posteriormente, se evaluaron los retos y necesidades a futuro que afrontan las familias afectadas por la erupción del Volcán de Fuego. Con base en los hallazgos, Fundación Azteca Guatemala y las empresas que forman parte de Grupo Salinas, unieron esfuerzos nuevamente para

atender las fases consecuentes a la emergencia, las cuales atendieron la rehabilitación y reconstrucción.

De esta manera, en primera instancia se buscó recaudar fondos, para detectar y dar respuesta a las necesidades sociales que se presentaban en el área donde serán construidas las viviendas. Para ello, Banco Azteca donó un US\$1 dólar por cada cuatro remesas que haga llegar a Guatemala.

## US\$27,036.55 entregados por Banco Azteca a Fundación Azteca Guatemala para apoyar en las necesidades sociales que presentan los damnificados de la erupción del Volcán de Fuego sucedida en 2018.



## 42 toneladas de víveres entregadas a los damnificados.

En Banco Azteca Honduras se realizaron donaciones de despensas a colaboradores que resultaron afectados por las inundaciones en Monjarás, Choluteca, y se brindó acompañamiento de los colaboradores afectados directa o indirectamente.



Asimismo, ante la crisis política derivada de las elecciones acontecidas en noviembre de 2017 en Honduras, Banco Azteca también apoyó a sus clientes a través de las siguientes acciones:

- Se congelaron \$1,407,258 lempiras hondureñas en saldos de 90,000 clientes y se les brindó el beneficio de no cobro de intereses moratorios.
- De manera casi inmediata, se reactivaron las agencias que resultaron con pérdidas o destrucción por saqueos y actos vandálicos, con el objetivo de mantener la atención a los clientes.
- Diariamente se brindó información actualizada sobre el proceso de avance de agencias que se habilitaban día con día, por medio de redes sociales y TV Azteca Honduras, con el objetivo de que los clientes pudiesen realizar transacciones financieras.



# VALOR AMBIENTAL



# COMPROMISO CON EL ENTORNO

Principios 7, 8 y 9

Grupo Elektra tiene la firme convicción de que, para contribuir a la prosperidad compartida, se requiere del fortalecimiento de las acciones en beneficio del medio ambiente. Por esta razón, en todo momento, ratifica su compromiso con la generación de valor ambiental, diseñando iniciativas y acciones que disminuyen los efectos adversos en el entorno y la consecuente ampliación de oportunidades para que las generaciones presentes y futuras logren desarrollarse.

## GESTIÓN AMBIENTAL



102-11

En Grupo Salinas se ha establecido el área de Energía y Medio Ambiente, la cual está especializada en temas de eficiencia energética y medioambientales para la generación de soluciones estratégicas, mediante la realización de proyectos tecnológicos, de innovación y de investigación. De igual forma, es responsable de

asegurar el cumplimiento de la normativa ambiental, con el fin de contribuir a la mejora del negocio y garantizar la optimización de los recursos naturales.

Desde el desarrollo del Sistema de Gestión de Energía (SIGEN)\* por parte del área de Energía y Medio Ambiente y Tecnologías de la Información, se cuenta con la información referente a los consumos eléctricos de las empresas que conforman Grupo Salinas. De esta manera, es posi-

\* El SIGEN no es auditado por una organización externa, pues los datos que contiene provienen directamente de la facturación oficial proporcionada por la Comisión Federal de Electricidad (CFE).

ble evaluar la eficiencia energética a través de las siguientes actividades:

- Analizar de manera mensual el consumo de energía eléctrica a través de un comparativo contra los consumos históricos.
- Auditar los inmuebles representativos para modelar programas de mitigación ambiental.
- Elaborar el reporte para el Registro Nacional de Emisiones, en cumplimiento con la Ley General de Cambio Climático, con el fin de alcanzar los objetivos internacionales adquiridos por México para reducir sus

emisiones en un 30% para 2025 y 50% para 2050.

- Medir el éxito de campañas de comunicación generadas en el año –número de visitas–.
- Monitorear mensualmente la generación y ganancias de residuos entregados para reciclaje.
- Llevar a cabo auditorías internas de seguimiento.





- Detectar oportunidades de mejora en los parámetros establecidos por la normatividad en términos de infraestructura, salud y bienestar, protección civil y medio ambiente.
- Cumplir con los estándares de calidad del agua y manejo de residuos:
  - › ISO 9001:2015, sistema de gestión de riesgos en los Sistemas de Gestión de la Calidad.
  - › ISO 14001:2015, sistema de gestión para la mejora del ciclo de vida de los bienes, la gestión de riesgos y la mejora del desempeño ambiental.
- El cumplimiento de estas y otras normas, involucra la colaboración entre las áreas de Mantenimiento, Limpieza, Energía y Medio Ambiente, Compras, Comunicación y los proveedores contratados para los servicios.

Los principales beneficios del SIGEN son:

- La identificación del comportamiento del consumo de los inmuebles de manera consolidada o individual por intervalos de tiempo.
- El seguimiento a las actividades y objetivos que el área de Energía y Medio Ambiente plantea.
- La recopilación de datos de manera manual por los responsables de los inmuebles.
- La generación de avisos y alertas sobre eventos relacionados con el consumo y la información.

Al cierre de 2018, la posibilidad de complementar el SIGEN se encontraba en evaluación, con la finalidad de monitorear, además del consumo de energía eléctrica, el consumo de agua y la generación de residuos.

## Alrededor de \$201.3 millones de pesos invertidos por Grupo Elektra en la sustitución de luminarias y equipos de aire acondicionado

## Más de \$1.2 millones de pesos invertidos por Ensamblika en 2018 en iniciativas para la disposición de residuos no reciclables, el mantenimiento hidráulico y sanitario, así como para asegurar el cumplimiento con la normatividad ambiental

La Cédula de Operación Anual (COA) de la SEMARNAT representa un instrumento por medio del cual es viable la identificación de riesgos ambientales, pues cuantifica la generación de residuos peligrosos, el potencial de transferencia de contaminantes a la atmósfera, suelo y agua, el consumo de combustibles y las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) derivadas de la operación empresarial.

Las licencias ambientales tramitadas por las empresas de Grupo Salinas, incluyendo a Grupo Elektra, involucran el monitoreo de emisiones a la atmósfera, generación y tratamiento de residuos peligrosos, impacto ambiental, riesgo ambiental y descarga de aguas residuales con sus respectivos análisis químicos.

## ENERGÍA



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

La energía eléctrica es uno de los principales insumos para las empresas de Grupo Salinas, por lo que Grupo Elektra se encuentra sujeto a diversas normas para garantizar la correcta gestión de los centros de trabajo, seguridad de los colaboradores, así como el uso eficiente de la energía, entre ellas:

- NOM-001-SEDE-2012, seguridad para instalaciones eléctricas
- 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
- Registro Nacional de Emisiones / Ley General de Cambio Climático, reporte anual de niveles de emisiones de CO2 y gases de efecto invernadero (GEI), principalmente debido a que la mayor parte de dichas emisiones son derivadas del consumo de energía requerido para la operación
- Reporte anual de usuarios de patrón de

alto consumo (UPAC) aplicable para Tiendas Elektra con respecto al edificio corporativo Esmeralda Torre 1, derivado de la Ley de Transición Energética, para garantizar el aprovechamiento sustentable de la energía

solicitados por la autoridad ambiental, incluyendo una serie de estudios.

Para dar cumplimiento a estas regulaciones y agregar valor al cuidado del medio ambiente, uno de los lineamientos prioritarios de Grupo Salinas en materia de energía es la búsqueda permanente de la eficiencia en el consumo para actividades de operación, producción y distribución, con el fin de mantenerse como un Grupo competitivo. Esta competitividad implica mantener un control en los costos y determinar distintas formas para la optimización de recursos.

Es así como en Grupo Salinas todos los equipos eléctricos –aire acondicionado, luminarias, plantas, etc.– son certificados para que cumplan con normas de eficiencia energética. Asimismo, se han implementado diversas acciones para la optimización de la energía, tales como:

- Renovación de las sucursales de Grupo Elektra, lo que implica la sustitución de iluminación y aires acondicionados por equipos de alta eficiencia, lo que permite la reducción de aproximadamente el 30% en el consumo de energía, comparado con una tienda con equipos estándar. Esto equivale a 42 MWh anuales por sucursal y, considerando la mejora de 63 sucursales durante 2018, se obtendrá un ahorro anual de 2.6 GWh.

El cumplimiento de estas normas garantiza la seguridad de las personas, de las operaciones, el confort en los centros de trabajo y el uso eficiente de la energía eléctrica para los diferentes procesos.

Aunado al cumplimiento de las normas mencionadas anteriormente, Ensamblika cuenta con un sistema interno para el seguimiento del consumo eléctrico, medidores calibrados, mantenimiento preventivo y correctivo de subestaciones, presupuesto para cambio y sustitución de luminarias, un sistema interno de gestión y seguimiento de energía con el SIGEN y políticas de ahorro con revisiones en sitio con equipo especializado.

En 2017, en Ensamblika la licencia de funcionamiento contaba con el estatus de pendiente, por lo que se llevaron a cabo mediciones y se implementaron metas. De esta manera, al atender las áreas de oportunidad, en 2018 se logró lo siguiente:

- La obtención de la licencia de funcionamiento, otorgada por el municipio de Toluca para los permisos de operación.
- La atención de todos los requerimientos



- Mejoras en el mantenimiento de los equipos de aire acondicionado, en el control de ventiladores del condensador, en los ajustes del sistema de arranque y frenado de los compresores, en el monitoreo de presión en refrigerantes.
- Énfasis en el rechazo a compresores frágiles y de poca eficiencia.

- Renegociación de los contratos de autoabastecimiento actuales.
- Búsqueda de mejores tarifas y condiciones comerciales disponibles en el mercado: incursión en el mercado eléctrico mayorista y búsqueda de un nuevo contrato de autoabastecimiento.

Aunado a lo anterior y derivado del compromiso de Grupo Salinas con el cuidado del medio ambiente y el uso eficiente de los recursos, se encuentra desarrollando planes y estrategias para que, en los próximos años, su consumo energético por fuentes renovables incremente a más de 50%, principalmente por medio de proyectos de:

- Generación distribuida: implementación de paneles fotovoltaicos en los techos de los inmuebles.

**El objetivo de Grupo Salinas para los próximos años es continuar con la eficiencia energética con el fin de mantener ahorros del 20% o más en el consumo energético**



208 GWh de energía eléctrica consumidos por Grupo Elektra en 2018, incremento de 10%<sup>1</sup> con respecto al año anterior

302-1

133 GWh de energía eléctrica consumidos por Tiendas Elektra en 2018

<sup>1</sup> El incremento en el consumo de energía eléctrica se debe a la expansión de las áreas comercial y de operación.

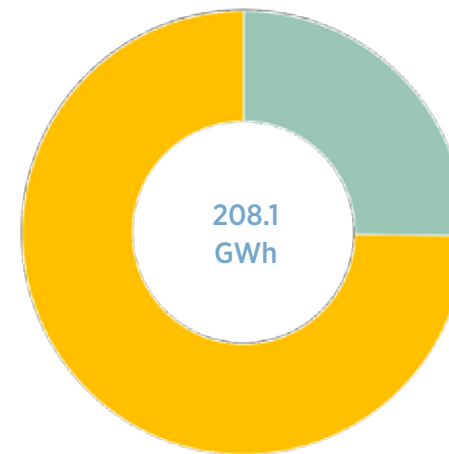


69.7 GWh de energía eléctrica consumidos por Banco Azteca en 2018

5.3 GWh de energía eléctrica consumidos por Italika en 2018

302-1

25% de la energía consumida por Grupo Elektra en 2018 provino de fuentes renovables

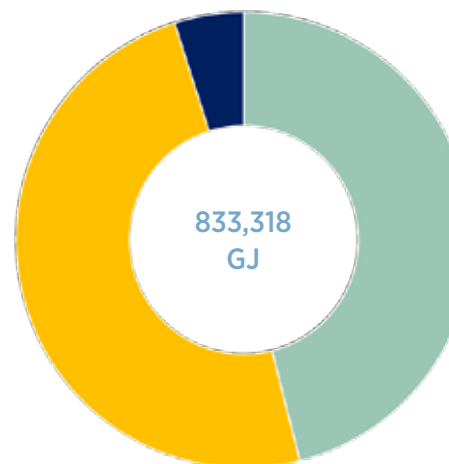


### Grupo Elektra Consumo de energía eléctrica por tipo de fuente (Gigawatts/hora)

Renovable	52.5 GWh	25%
No renovable	155.5 GWh	75%

Notas:

- GWh significa Gigawatts por hora.
- La distribución del consumo de energía no renovable por empresa y por fuente fue:
  - Tiendas Elektra: 102.2 GWh de energía eléctrica; 422,647 litros de gasolina; 5,700 litros de diésel; 44,355 litros de gas LP.
  - Banco Azteca: 48.1 GWh de energía eléctrica; 6,934,264 litros de gasolina.
  - Italika: 5.258 GWh de energía eléctrica; 573,287 litros de gasolina; 12,521 litros de diésel; 82,435 litros de gas LP.



### Consumo de combustible proveniente de fuentes no renovables (Gigajoules)

Elektra	383,805	46%
Banco Azteca	408,507	49%
Italika	41,006	5%

Notas:

- GJ significa Gigajoules.
- La distribución del consumo de energía no renovable por empresa y por fuente fue:
  - Tiendas Elektra: 102.2 GWh de energía eléctrica; 422,647 litros de gasolina; 5,700 litros de diésel; 44,355 litros de gas LP.
  - Banco Azteca: 48.1 GWh de energía eléctrica; 6,934,264 litros de gasolina.
  - Italika: 5.258 GWh de energía eléctrica; 573,287 litros de gasolina; 12,521 litros de diésel; 82,435 litros de gas LP.
  - Italika: 0.1 GWh de energía eléctrica proveniente de energía geotérmica.

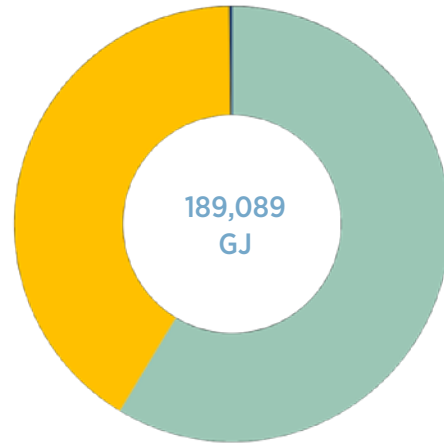


117,417 kWh de energía eléctrica consumidos por sucursal de Tiendas Elektra en 2018, reducción de 2% con respecto al ejercicio 2017

24,473 kWh de energía eléctrica consumidos por sucursal de Banco Azteca en 2018, incremento de 8% con respecto al año anterior

206,038 kWh de energía eléctrica consumidos por ubicación de Italika en 2018

8.3 kWh de energía eléctrica consumidos por Italika armada en 2018, reducción de 8% con respecto al ejercicio anterior



Consumo de combustible proveniente de fuentes renovables (Gigajoules)

■ Elektra	110,833.0	58.6%
■ Banco Azteca	77,896.0	41.2%
■ Italika	360.0	0.2%

Notas:

- GJ significa Gigajoules.
- La distribución del consumo de energía renovable por empresa y por fuente fue:
  - > Tiendas Elektra: 30.8 GWh de energía eléctrica (13.4 GWh eólica y 17.4 GWh geotérmica).
  - > Banco Azteca: 21.6 GWh energía eléctrica (6.4 GWh eólica y 15.2 GWh geotérmica).
  - > Italika: 0.1 GWh de energía eléctrica proveniente de energía geotérmica.

Para calcular los consumos de energía, Grupo Elektra se basa en la metodología 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.

Adicionalmente, Grupo Elektra, al igual que el resto de las empresas de Grupo Salinas, cuenta con el *Seasonal Energy Efficiency Ratio* (SEER) y el *Integrated Energy Efficiency Ratio* (IEER), los cuales

calculan la eficiencia de los equipos para enfriar el ambiente a diferentes temperaturas con respecto a su consumo eléctrico. Estas ratios mejoraron a partir de la implementación de aires acondicionados de alta eficiencia tipo *inverter*, con eficiencias de 18.3 SEER/IEER en 2018, comparado con el SEER/IEER del año anterior, que fue de 15.3.

De igual forma, se implementó aislamiento térmico en techos y película térmica en algunas instalaciones, lo cual maximiza el ahorro de energía al evitar la entrada de calor.

Las propuestas de soluciones estratégicas para la eficiencia energética y, en consecuencia, para el ahorro y rentabilidad de los negocios existentes y/o nuevos, fueron las siguientes:

- Mejoras en el mantenimiento y gas refrigerante del aire acondicionado
- Aislantes térmicos
- Películas aislantes para ventanas

302-4, 302-5

0.4 GWh, reducción en el consumo de energía de Banco Azteca en 2018, derivado de las iniciativas a favor de la eficiencia y conservación energéticas

Finalmente, para establecer políticas de compra sustentables, se calculan la eficiencia energética de luminarias y aires acondicionados, así como los requerimientos técnicos. Tales metodologías se aplican para el crecimiento de las áreas de comercio y servicios financieros en todo México, así como en la planeación y ejecución de eventos para el ahorro de energía por parte de Grupo Salinas.



# EMISIONES

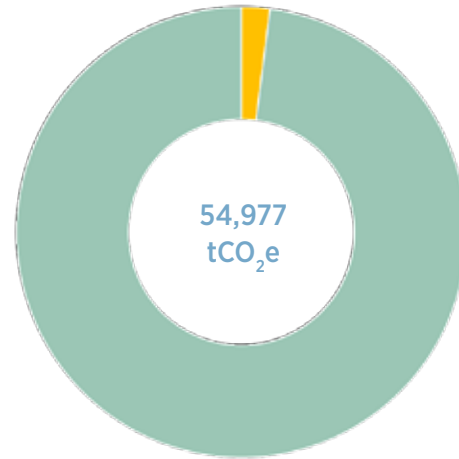


GRI 307: 103-1, 103-2, 103-3

Desde 2010 se han implementado diferentes iniciativas para la reducción de gases de efecto invernadero (GEI), como son:

- Utilización de nuevas tecnologías de iluminación (LED) y aires acondicionados tipo *inverter* que, por la optimización en el consumo y eficiencia energética, disminuyen las emisiones indirectas (Alcance 2) de CO<sub>2</sub> equivalente.
- Uso de gases refrigerantes ecológicos de tipo R407, R410A y R507 para el aire acondicionado, los cuales no abaten la capa de ozono.
- Mitigación de GEI a través de campañas de reforestación, como Un Nuevo Bosque, las cuales suponen la captura de un estimado de 144,000 a 316,000 toneladas de CO<sub>2</sub> atmosférico por aproximadamente 6.7 millones de árboles plantados y 4.2 millones de sobrevivientes, así como 1.7 millones de toneladas de oxígeno liberado a la atmósfera por año. Aunque existen áreas de oportunidad en las mediciones e indicadores para la mejora del suelo y los servicios ambientales –absorción y retención de agua

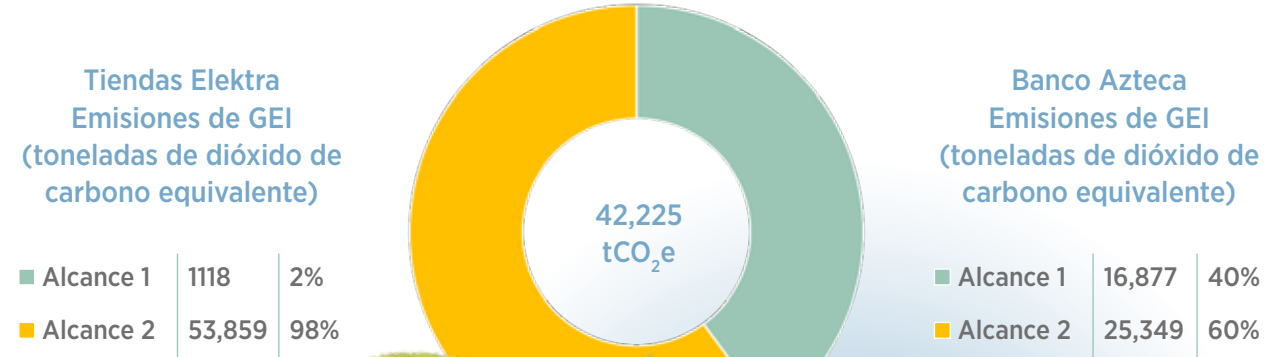
49.2 toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente emitidas por tienda en 2018 (alcance 1 y 2)

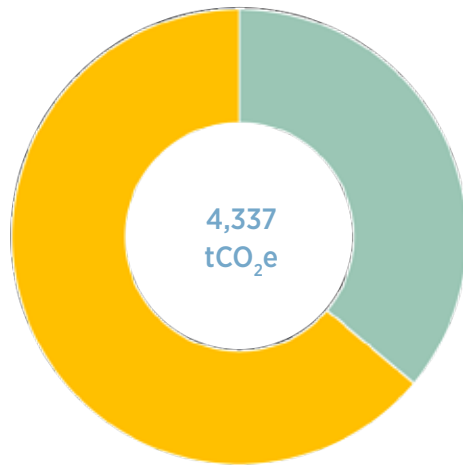


Nota:

- Las emisiones directas e indirectas se componen por dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), metano (CH<sub>4</sub>) y óxido de nitrógeno (N<sub>2</sub>O).
- Los cálculos de emisiones de GEI provienen de los consumos de combustibles y energía eléctrica reportados ante el RENE. En esta metodología, el volumen de cada combustible se multiplica por un factor de emisión y por su Potencial de Calentamiento Global. Cada tipo de gas (CO<sub>2</sub>, N<sub>2</sub>O, CH<sub>4</sub>) tiene un propio factor. Para mayor información consulte la página: <https://www.gob.mx/semarnat/acciones-y-programas/registro-nacional-de-emisiones-rene>.
- El enfoque que se ha adoptado para la consolidación de las emisiones versa sobre el control financiero y operacional.

85.3 toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente emitidas por sucursal en 2018 (alcance 1 y 2)





**Italika**  
Emisiones de GEI  
(toneladas de dióxido de carbono equivalente)

■ Alcance 1	1,567	36%
■ Alcance 2	2,761	64%

0.00444 toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente emitidas por motocicleta producida en 2018 (alcance 1 y 2)

5% de reducción en las emisiones de Italika al cierre de 2018.

indispensable para la operación, no es posible eliminarlo, aunque sí trabajar continuamente por lograr un uso más responsable de la misma, buscando minimizar consumos e implicaciones en el entorno derivadas de ésta.

Nota:

- Las emisiones directas e indirectas se componen por dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>), metano (CH<sub>4</sub>) y óxido de nitrógeno (N<sub>2</sub>O).
- Los cálculos de emisiones de GEI provienen de los consumos de combustibles y energía eléctrica reportados ante el RENE. En esta metodología, el volumen de cada combustible se multiplica por un factor de emisión y por su Potencial de Calentamiento Global. Cada tipo de gas (CO<sub>2</sub>, N<sub>2</sub>O, CH<sub>4</sub>) tiene un propio factor. Para mayor información consulte la página: <https://www.gob.mx/semarnat/acciones-y-programas/registro-nacional-de-emisiones-rene>.
- El enfoque que se ha adoptado para la consolidación de las emisiones versa sobre el control financiero y operacional.

pluvial, captación de partículas suspendidas, modificación del clima local, etc.-, que derivan de estas campañas, la reforestación trasciende positivamente y contribuye a la protección de la biodiversidad.

- Estricto control que evita aumentar emisiones a la atmósfera, con un enfoque en programas de eficiencia energética, con énfasis en el consumo de electricidad; debido a que se trata de un recurso

La normatividad que cumplen las empresas de Grupo Elektra se encuentra alineada a los criterios del *Carbon Disclosure Project* (CDP), pues considera la protección y buen uso de los recursos naturales, así como la reducción de la huella de carbono. El reporte anual del RENE permite identificar las fuentes principales de emisiones directas e indirectas (Alcance 1 y Alcance 2) y establecer programas de reducción de consumo y mitigación de impacto ambiental.

El primer reporte ante el RENE fue emitido en 2014 y los resultados de la línea base fueron los siguientes:

- Tiendas Elektra: 54,021.652 toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente.
- Banco Azteca: 22,771.9742 toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente.

Para Italika, 2017 fue el primer año de reporte de emisiones en el RENE.

304-2

Adicionalmente, Ensamblika debe cumplir con la NOM-085-SEMARNAT-2011, contaminación atmosférica-Niveles máximos permisibles de emisión de los equipos de combustión de calentamiento indirecto y su medición, la cual establece los niveles máximos permisibles de emisión de humo, partículas, monóxido de carbono (CO), bióxido de azufre (SO<sub>2</sub>) y óxidos de

nitrógeno (NO<sub>x</sub>) de los equipos de combustión de calentamiento indirecto que utilizan combustibles convencionales o sus mezclas, con el fin de proteger la calidad del aire. Esto se debe a que Ensamblika, al momento de realizar la prueba de arranque y funcionamiento de las Italikas, utiliza cabinas de ajustes que emiten gases de combustión al medio ambiente, realizando el proceso en hasta un máximo de 3,000 Italikas en promedio diario.

Durante 2018, Ensamblika continuó con la estrategia de entregas directas del producto, optimizando el consumo de combustibles y reduciendo las emisiones atmosféricas. Los principales resultados fueron:

- 9,821 envíos en 2018  
↓ 18.3% vs 2017
- 11.6 millones de kilómetros recorridos en 2018  
↑ 63.8% vs 2017
- 12,078 toneladas de CO<sub>2</sub> emitidas  
↑ 63.8% vs 2017
- 533 envíos no efectuados a los Centros de Distribución de Tiendas Elektra, derivado de entregas directas, evitando la emisión de 612 toneladas de CO<sub>2</sub> equivalente a un 141% de incremento en la cantidad de toneladas de CO<sub>2</sub> evitadas



# AGUA

Grupo Elektra refuerza año con año el compromiso de ahorro de recursos naturales mediante el uso consciente y diversas campañas de comunicación para la reducción en el consumo de agua, evitando su desperdicio por fugas y uso inadecuado.

Asimismo, las iniciativas a nivel operacional para el ahorro y uso responsable del agua incluyen:

- El seguimiento de bitácoras para medir la eficacia de las campañas de concientización.
- La sustitución de muebles de baño por equipos eficientes en Ensamblika, con lo que se espera un ahorro mínimo del 10% en el consumo de la planta.
- La captación de agua pluvial en el edificio de Montes Urales, donde se ubica Seguros Azteca.
- La realización de riego nocturno para minimizar la evaporación del agua, mientras que en Ensamblika se evitó el riego de áreas verdes.
- La implementación de purificadores de agua en corporativos, que impacta positivamente en diversos ámbitos, como son: la mejora en la calidad de vida de los colaboradores al brindarles acceso a agua potable y siempre disponible; la optimización de recursos económicos; el rechazo al uso de plásticos; la reducción de

las emisiones desencadenadas por el tráfico vial, derivado del transporte de garrafrones; el ahorro del espacio en bodegas.

- El monitoreo para la detección de fugas en inodoros, grifos y cisternas.
- La revisión mensual del estado físico de medidores, tuberías y dispositivos.
- La utilización de inodoros de conformidad con la NOM-009-CONAGUA-2001 de cuatro litros por descarga.
- El análisis certificado de la calidad del agua de cisternas y despachadores de agua, con el objetivo de que cumplan con las normas oficiales requeridas, como:
  - › NADF-015-AGUA-2009, límites máximos permisibles de contaminantes en las descargas de aguas residuales de procesos y servicios al sistema de drenaje y alcantarillado de la CDMX, provenientes de las fuentes fijas.
  - › NOM-092-SSA1-1994, análisis de agua. Método para la cuenta de bacterias aerobias en placa.
  - › NMX-AA-042-SCFI-2015, análisis de agua. Enumeración de organismos coliformes totales, organismos coliformes fecales (termotolerantes) y *Escherichia coli*-método del número más probable en tubos múltiples.
  - › NMX-AA-108-SCFI-2001, calidad del agua. Determinación de cloro libre y cloro total.

33,706,968 m<sup>3</sup> de agua consumidos por Tiendas Elektra\* en 2018.

25,274,722 m<sup>3</sup> de agua consumidos por Banco Azteca\* en 2018.

12,572.5 m<sup>3</sup> de agua consumidos en 2018 por Ensamblika, la planta de ensamblaje de Italika.

\* Nota: 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.

El agua consumida por Grupo Elektra –Tiendas Elektra, Banco Azteca e Italika– en la Ciudad de México es provista al 100% por el Sistema de Aguas de la Ciudad de México (SACMEX) para uso en sanitarios, riego, comedores, sistemas de enfriamiento y despachadores/purificadores de agua potable en pisos. Para el caso de Ensamblika, el agua consumida en la planta proviene de la Comisión del Agua del Estado de México.

La calidad microbiológica del agua en cisternas y filtros de agua se analiza mensualmente en laboratorios certificados. Se analizan mesófilos aerobios, coliformes fecales y cloro residual. Las tres cisternas de Torre Esmeralda se mantienen siempre al 90% de su capacidad.

Adicionalmente, en Torre Grupo Salinas existe una planta de tratamiento que limpia entre 30 y 50 m<sup>3</sup> de agua diariamente.

Los objetivos de Grupo Elektra en materia de agua para 2019 se centran en la disminución de costos y el aumento de ahorros a través del abastecimiento por acuíferos; la implementación de desgasificadores de tuberías, sanitarios ahorradores, mingitorios secos y plantas de tratamiento de aguas residuales; el monitoreo de los recibos de SACMEX para identificar el cumplimiento y la veracidad de las lecturas de consumo; el cuidado del riego nocturno y la verificación de la viabilidad de sumar el monitoreo del consumo de agua a través del SIGEN.



## MATERIALES



301-1

Derivado de la naturaleza del negocio, los materiales utilizados por Grupo Elektra para la operación son en su mayoría piezas de iluminación y de aire acondicionado:

**3,382 piezas de luminarias y 1,373 piezas de aire acondicionado adquiridas por Grupo Elektra; reducción de 95% y 50%, respectivamente.**

301-1, 301-2, 301-3

Durante 2018, Ensamblika utilizó los siguientes materiales en su operación:

**15,426 millones de piezas de ensamble.**

**24,292.5 toneladas de materiales\* para empaque.**

\* La distribución de los materiales utilizados para empaque por Ensamblika en 2018 fue: 1,578.8 toneladas de cartón, 78.9 toneladas de plástico para emplayado, 4,223.5 toneladas de pallets de madera y 18,411.3 toneladas de pallets de metal.

**100% del material utilizado por Ensamblika para empaque fue reciclado por un tercero autorizado y especializado.**

## RESIDUOS



GRI 306, 307: 103-1, 103-2, 103-3

306-2

De conformidad con el Manual interno para la clasificación de los residuos sólidos, Grupo Elektra continuó con el programa de separación de residuos en todos los corporativos, el cual dispone de infraestructura de estaciones de reciclaje, considerando cuatro categorías de residuos: orgánicos, inorgánicos, reciclables y peligrosos.

Asimismo, existen lineamientos en materia de gestión de residuos que las empresas de Grupo Salinas deben cumplir, incluyendo a Grupo Elektra, entre los que se encuentran:

- NOM-017-STPS-2008, equipo de protección personal, uso y manejo en los centros de trabajo.
- NOM-002-STPS-2010, condiciones de seguridad, prevención y protección contra incendios en los centros de trabajo.
- NOM-005-STPS-1998, condiciones de seguridad e higiene en los centros de trabajo para el manejo, transporte y almacenamiento de sustancias químicas.
- NOM-006-STPS-2014, manejo y almacenamiento de materiales, condiciones

de Seguridad y salud en los centros de trabajo.

- NOM-052-SEMARNAT-2005, procedimiento para identificar residuos peligrosos.
- NOM-161-SEMARNAT-2011 y su modificación, criterios para clasificar a los Residuos de Manejo Especial.
- NADF-024-AMBT-2013, criterios y especificaciones técnicas bajo los cuales se debe realizar la separación, clasificación, recolección selectiva y almacenamiento de los residuos del Distrito Federal.
- NOM-055-SEMARNAT-2003, requisitos que deben reunir los sitios que se destinarán para un confinamiento controlado de residuos peligrosos previamente estabilizados.
- NOM-087-SEMARNAT-SSA1-2002, clasificación y especificaciones de manejo de residuos peligrosos biológico-infecciosos para la protección y salud ambiental.
- NOM-054-SEMARNAT-1993, procedimiento para determinar la incompatibilidad entre dos o más residuos peligrosos.
- ISO 9001:2015, Sistema de Gestión de Calidad.
- ISO 14001:2015, Sistema de Gestión Ambiental.
- NMX-AA-164-SCFI-2013, criterios ambientales mínimos para edificaciones sustentables.



306-4

El servicio de recolección de residuos está a cargo de proveedores que preferentemente sean social y ambientalmente responsables, y que generen cadenas de valor. Para identificarlos, se han elaborado estándares de calidad para los requerimientos de las solicitudes de cotización en las licitaciones para la recolección de residuos y limpieza.

Grupo Elektra continúa impulsando las acciones de gestión de residuos, para maximizar su valor y mitigar las descargas a tiraderos. Tal es el caso de su participación en campañas de limpieza, como Limpiemos Nuestro México, la cual ha generado además nuevas iniciativas que amplían el alcance de los esfuerzos de separación y reciclaje.

Los programas de reciclaje en los corporativos se han centrado en el papel triturado, el cartón, el aluminio, el PET, el PEAD y las películas de plástico. Recientemente se han establecido sinergias entre Grupo Elektra y otras unidades de negocio de Grupo Salinas para canalizar parte de estos residuos a programas de índole social de Fundación Azteca, convirtiéndolos en artículos como cobijas, abrigos, libretas, papel de baño, toallas de manos, etc. que serán de utilidad para diversas causas.

Adicionalmente, para fomentar la adecuada gestión de los residuos en el marco del Juguetón 2019, durante el ejercicio 2018 Grupo Salinas impartió capacitación a los colaboradores para la

correcta separación de residuos. Estableció los lineamientos generales para la implementación de estaciones de reciclaje, planeación de tareas de limpieza, ejecución de obra, logística de proveedores, entrega de productos reciclados y el análisis de los resultados. Asimismo, elaboró estándares de calidad para la licitación de servicios relacionados con el almacenamiento, recolección, transporte, alojamiento, reúso, tratamiento, reciclaje, incineración y disposición final de todo tipo de residuos.

Aunado a lo anterior, se han establecido alianzas con proveedores que reciclan los residuos, haciendo del reciclaje de este tipo de residuos una acción redituable. De esta forma, el área de Energía y Medio Ambiente garantiza que se ejecuten los servicios de recolección para reciclaje, mientras que las áreas de mantenimiento gestionan los residuos sólidos urbanos, los peligrosos y los de manejo especial.

**En 2018 se recuperaron más de \$143,000 pesos en papel y cartón y más de \$15,000 pesos en PET, aluminio y PEAD reciclados de las operaciones de los corporativos**

## Cerca de \$11 millones de pesos recuperados por concepto del reciclaje de cartón en Ensamblika

301-1, 301-2, 301-3

Ensamblika cuenta con un sistema de gestión interno para la medición de volúmenes de los residuos reciclables y una logística eficiente, a través de los cuales se recicla el 100% del cartón por medio de un externo, así como otros materiales que se producen en menor escala, como unicele, hule espuma, metal, etc. Asimismo, cuenta con un sistema de separación por tipo de residuo, áreas para almacenaje temporal y proveedores externos para la recolección.

## Ensamblika cuenta con un molino y una máquina de termo-fluido para el reciclaje de unicele

En 2018, la planta implementó trituradoras y fundidoras de unicele, con el objeto de convertirlo en materia prima para fabricar suelas de zapatos. Este proceso posibilita la reutilización del material, además de mejorar la logística en el área de

## Durante 2018, Ensamblika mejoró la logística de disposición de residuos e incrementó el tipo de materiales dedicados al reciclaje a 6,089 toneladas de residuos combinados:

- 6,023 toneladas de cartón y pedacería
- 6 toneladas de fleje
- 50 toneladas de hule espuma

residuos al liberar espacio en bodegas. Con ello, la necesidad de transporte para retirar el material disminuyó en un 80%.

De igual manera, en Ensamblika, las 18,400 toneladas de pallets de metal que se usan para trasladar motocicletas a los puntos de venta se han reutilizado. Para mantener los pallets en óptimas condiciones y continuar el programa retornable, periódicamente se revisan y se les da mantenimiento; el programa inició en 2017 y ha funcionado correctamente.



Para 2019, Ensamblika planea establecer nuevos indicadores ambientales, por lo que al cierre del ejercicio 2018, se encontraba analizando nuevas opciones de recolección y reciclaje de materiales no considerados anteriormente, así como la ejecución de medidas para optimizar los recursos necesarios en la producción y distribución de motocicletas.

Al cierre de 2018, algunos proyectos se encontraban en evaluación para determinar su viabilidad, tal es el caso de:

- Producción de biogás y composta a partir de residuos orgánicos.
- Reciclaje de madera con reuso para muebles y adornos, viruta para calderas o combustibles derivados de residuos.

Con ellos, los objetivos de Grupo Salinas para los próximos años son:

- Implementar mejoras en la gestión de residuos de manejo especial –como cotizar madera con pulperos de papel, fabricantes de prensado, carpinteros y artesanos; despejar bodegas con escombros y metales–.
- Optimizar la gestión de residuos sólidos urbanos –a través de la mejora de estaciones de reciclaje, el fortalecimiento de campañas de educación ambiental y concientización, la separación de residuos de origen y en

contenedores, la maximización del valor de los residuos, el robustecimiento de las solicitudes de cotización en el proceso de licitación de proveedores de recolección de residuos y el establecimiento de procesos automáticos de monitoreo a través del SIGEN–.

Cerca de 3,323 toneladas de residuos generados por Banco Azteca en 2018, de las cuales aproximadamente 15 toneladas fueron enviadas a reciclaje.

Cerca de 6,313 toneladas de residuos generados por Italika en 2018, de las cuales aproximadamente 6,089 toneladas fueron enviadas a reciclaje.

Cerca de 4,360 toneladas de residuos generados por Tiendas Elektra en 2018, de las cuales aproximadamente 35 toneladas fueron enviadas a reciclaje.



Cerca de 8 toneladas de residuos peligrosos generados por Grupo Elektra, cuya disposición se realizó a través de personas o empresas externas autorizadas para la gestión de este tipo de residuos.

## SOBRE ESTE INFORME

### 102-1, 102-5, 102-50

Para la compañía es muy grato presentar su 7º 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 2018.

### 102-54

Por segunda ocasión, 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

El alcance de la información económica y social corresponde a las operaciones de Tiendas Elektra, Banco Azteca e Italika, en México, así como en El Salvador, Guatemala, Honduras, Panamá y Perú cuando es posible, mientras que los datos ambientales consideran únicamente las operaciones en México.

Los montos contenidos en el presente Informe se encuentran reportados en pesos mexicanos (MXN/MN), a menos que el cálculo se especifique en otra divisa.

### 102-48

La presentación de los indicadores de seguridad y salud ocupacional para 2018 difiere de la mostrada en años anteriores, debido a que el área responsable modificó el método de cálculo.



## PRINCIPIOS PARA LA ELABORACIÓN DEL INFORME

El Informe de Sustentabilidad 2018 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:

### CONTEXTO DE SOSTENIBILIDAD

Grupo Elektra ratifica su compromiso con la prosperidad incluyente, a través de la generación de valor económico, social y ambiental. En 2018, como parte de Grupo Salinas, se adhirió al Pacto Mundial de las Naciones Unidas y reafirmó su compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), llevando a cabo el mapeo de las iniciativas con las cuales contribuye hacia el logro de la Agenda 2030 establecida a nivel mundial.

### MATERIALIDAD

Grupo Elektra conoce los impactos de sus operaciones en diferentes ámbitos y enfatiza la ejecución de procesos e iniciativas que contribuyen a gestionar de manera óptima aquéllos que fueron identificados en el estudio de materialidad 2017 y validados a través del diálogo con grupos de interés realizado en 2018. De esta manera, implementa acciones que llevan al Grupo y a cada una de las empresas que lo conforman a fortalecer su estrategia de sustentabilidad.

### PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

En 2018, Grupo Elektra actualizó el estudio de materialidad elaborado en 2017 por medio del diálogo con dos grupos de interés – proveedores y colaboradores de Geografía y Corporativo-. Así, en el presente informe se consideran las opiniones de ambos grupos, validando los aspectos materiales y fortaleciendo el proceso de mejora continua, tanto en el nivel de información requerida por todos los stakeholders, como en su estrategia de sustentabilidad.

### EXHAUSTIVIDAD

En el presente informe se presentan de manera exhaustiva los resultados del desempeño de Grupo Elektra en términos económicos, sociales, ambientales y de gobierno corporativo, 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	4, 135	
102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	4, 5, 6	
102-3	Ubicación de la sede	144	
102-4	Ubicación de las operaciones	4	
102-5	Propiedad y forma jurídica	4, 135	
102-6	Mercados servidos	5, 6	
102-7	Tamaño de la organización	3, 4, 5, 6, 21	
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	74	
102-9	Cadena de suministro	44	
102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	27	
102-11	Principio o enfoque de precaución	31, 124	
102-12	Iniciativas externas	12, 109	
102-13	Afiliación a asociaciones	19	
<b>Estrategia</b>			
102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	8	
102-15	Impactos, riesgos y oportunidades principales	8, 28	
<b>Ética e integridad</b>			
102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	34	
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	41	
<b>Gobernanza</b>			
102-18	Estructura de gobernanza	25	
102-19	Delegación de autoridad	25, 27, 28	
102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	27	

GRI 102:  
Contenidos  
Generales 2016

102-21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	26	
102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	25, 26	
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	25	
102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	25	
102-25	Conflictos de intereses	28	
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de propósitos, valores y estrategia	25, 34, 35, 53	
102-27	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	26	
102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	28	
102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	28	Los riesgos emergentes que han sido identificados son:
			<p>1. Ante la situación política y económica de México, la reducción en el índice de confianza de los clientes, impactando en la colocación de créditos de la Institución. Para mitigarlo, Banco Azteca amplía de manera continua la cartera de productos con opciones innovadoras para proporcionar bienestar y progreso a sus clientes.</p> <p>2. Reducción en el crecimiento de la economía mexicana (para 2019 se prevé un declive en el Producto Interno Bruto -PIB-), limitando el acceso a servicios financieros a millones de familias mexicanas. Para mitigarlo, Banco Azteca impulsa la inclusión financiera, a través de la facilitación de créditos y de la promoción de la cartera de productos por medio de la Banca Digital.</p>
102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo	28	
102-31	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	25, 28	
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 la Gerencia de Sustentabilidad, dentro del área de Relación con Inversionistas, lleva a cabo un monitoreo permanente del proceso.	
102-33	Comunicación de preocupaciones críticas	28	
102-34	Naturaleza y número total de preocupaciones críticas	28	

GRI 102:  
Contenidos  
Generales 2016



GRI 102: Contenidos Generales 2016	102-35	Políticas de remuneración	28	<p>Para los directivos de Grupo Elektra, el otorgamiento de compensación variable, así como la de cualquiera de los bonos y opciones asignadas, se hará una vez aprobados los estados financieros por el Consejo de Administración. La compensación fija y la compensación variable de corto y/o largo plazo se calculan y se pagan con base en cantidades netas después de impuestos.</p> <p>El esquema de compensación está alineado a la generación de valor en el corto plazo y la creación de valor patrimonial a mediano y largo plazo:</p> <p>Compensación de corto plazo (compensación fija + compensación variable + bono por contribución especial + bono por evento especial) + Compensación de largo plazo = Compensación total anual a la que puede aspirar el ejecutivo.</p> <p>La compensación de corto plazo se establece de acuerdo con:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fija: el nivel mínimo de mercado; el ingreso anual (13 meses); prestaciones de mercado y el fondo de pensiones de conformidad con la legislación.</li> <li>- Variable: 0% a 100% con base en resultados de negocio; el monto es hasta 100% de la compensación fija; el 50% se asigna por resultados del negocio y 50% por desempeño del ejecutivo.</li> </ul>
	102-36	Proceso para determinar la remuneración	28	
	102-37	Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración	28	
	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	11	
	102-41	Acuerdos de negociación colectiva	74	
	102-42	Identificación y selección de grupos de interés	11	
	102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	11, 14	
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	14, 41, 94		
<b>Prácticas para la elaboración de informes</b>				
102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	135		

GRI 102: Contenidos Generales 2016	102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	18	
	102-47	Lista de temas materiales	18	
	102-48	Reexpresión de la información	135	
	102-49	Cambios en la elaboración de informes	No existieron cambios en la elaboración del Informe.	
	102-50	Periodo objeto del informe	135	
	102-51	Fecha del último informe	2017	
	102-52	Ciclo de elaboración de informes	Anual	
	102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	144	
	102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	135	
	102-55	Índice de contenidos GRI	137	
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>				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	21	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	21	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	21	
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-1	Valor económico directo generado y distribuido	3, 21	
	201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	31	
	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>				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	35	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	35	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	35	



GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	35	
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	35	
	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.	
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	19, 35	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	19, 35	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	19	
GRI 206: Competencia desleal 2016	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.	
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	19	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	19	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	19	
GRI 415: Política pública 2016	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.	
<b>Materiales</b>				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura		Infomación no disponible. Actualmente Grupo Elektra está trabajando en el establecimiento de los mecanismos para la gestión del aspecto Materiales, por lo que su compromiso es reportar los resultados el siguiente año.
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes		Infomación no disponible. Actualmente Grupo Elektra está trabajando en el establecimiento de los mecanismos para la gestión del aspecto Materiales, por lo que su compromiso es reportar los resultados el siguiente año.

GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-3	Evaluación del enfoque de gestión		Infomación no disponible. Actualmente Grupo Elektra está trabajando en el establecimiento de los mecanismos para la gestión del aspecto Materiales, por lo que su compromiso es reportar los resultados el siguiente año.																									
GRI 301: Materiales 2016	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	132, 133																										
	301-2	Insumos reciclados	132, 133																										
	301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado	132, 133																										
<b>Políticas ambientales / Sistema de gestión medioambiental</b>																													
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	125																										
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	125																										
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	125																										
GRI 302: Energía 2016	302-1	Consumo energético dentro de la organización	127	Los montos calculados provienen de la siguiente relación																									
				<table border="1"> <thead> <tr> <th>Negocio</th> <th>2015</th> <th>2016</th> <th>2017</th> <th>2018</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>DAZ stand alone</td> <td>\$87,651,207</td> <td>\$75,534,839</td> <td>\$89,364,167</td> <td>\$80,592,303</td> </tr> <tr> <td>Banco Azteca en Tiendas Elektra</td> <td>\$75,631,234</td> <td>\$79,283,633</td> <td>\$96,388,220</td> <td>\$108,991,755</td> </tr> <tr> <td>Corporativo</td> <td>\$16,626,696</td> <td>\$17,047,794</td> <td>\$21,375,409</td> <td>\$24,676,044</td> </tr> <tr> <td><b>Total</b></td> <td><b>\$179,911,146</b></td> <td><b>\$171,866,266</b></td> <td><b>\$207,129,813</b></td> <td><b>\$214,265,113</b></td> </tr> </tbody> </table>	Negocio	2015	2016	2017	2018	DAZ stand alone	\$87,651,207	\$75,534,839	\$89,364,167	\$80,592,303	Banco Azteca en Tiendas Elektra	\$75,631,234	\$79,283,633	\$96,388,220	\$108,991,755	Corporativo	\$16,626,696	\$17,047,794	\$21,375,409	\$24,676,044	<b>Total</b>	<b>\$179,911,146</b>	<b>\$171,866,266</b>	<b>\$207,129,813</b>	<b>\$214,265,113</b>
	Negocio	2015	2016	2017	2018																								
	DAZ stand alone	\$87,651,207	\$75,534,839	\$89,364,167	\$80,592,303																								
	Banco Azteca en Tiendas Elektra	\$75,631,234	\$79,283,633	\$96,388,220	\$108,991,755																								
	Corporativo	\$16,626,696	\$17,047,794	\$21,375,409	\$24,676,044																								
<b>Total</b>	<b>\$179,911,146</b>	<b>\$171,866,266</b>	<b>\$207,129,813</b>	<b>\$214,265,113</b>																									
			El monto del corporativo se refiere al total del gasto en Torre Esmeralda, dividido entre 2, asumiendo que el otro 50% lo absorbe Elektra y que el ingreso de Banco Azteca fue de \$47,389,000,000.																										
	302-3	Intensidad energética	128																										
	302-4	Reducción del consumo energético	128																										
	302-5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	128																										
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	125, 129, 132																										
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	125, 129, 132																										
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	125, 129, 132																										
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.																									



Biodiversidad			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	114
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	114
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	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	130
	304-3	Hábitats protegidos o restaurados	114
Gestión de residuos			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	132
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	132
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	132
GRI 306: Efluentes y residuos 2016	306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	132
	306-3	Derrames significativos	Por la naturaleza del negocio, no existen derrames significativos.
	306-4	Transporte de residuos peligrosos	133
	306-5	Cuerpos de agua afectados por vertidos de agua y/o escorrentías	Durante el periodo de reporte no existió cuerpo de agua alguno que fuera afectado por vertidos de agua y/o escorrentías.
Atracción y retención de talento			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	73
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	73
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	73
GRI 401: Empleo 2016	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	74, 75, 77
	401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	89 "Grupo Elektra cuenta con un programa de horarios flexibles, a través de la modalidad de horarios escalonados, aplicable a las unidades de negocio. Asimismo, el programa home office brinda la oportunidad a los colaboradores de trabajar desde su lugar de origen. Contamos con lactarios en todos los corporativos."

GRI 401: Empleo 2016	401-3	Permiso parental	92	
Salud y seguridad ocupacional				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	97	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	97	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	97	
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-1	Sistema de gestión de seguridad y salud laboral	97	
	403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	97	
	403-3	Servicios de salud ocupacional	90	
	403-4	Participación de los trabajadores, consulta y comunicación sobre salud y seguridad ocupacional	90	
	403-5	Formación de trabajadores en seguridad y salud laboral	97	
	403-6	Promoción de la salud del trabajador	90	
	403-7	Prevención y mitigación de impactos en seguridad y salud ocupacional vinculados con las relaciones comerciales	98	
	403-8	Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de seguridad y salud laboral	97	
	403-9	Lesiones relacionadas con el trabajo	98, 99	
	403-10	Mala salud relacionada con el trabajo (incluyendo víctimas mortales)	98, 99	En 2018 tuvieron lugar 15 fatalidades en las actividades de Crédito y Cobranza de Banco Azteca; 0 víctimas mortales en Ensamblíka.
Desarrollo de capital humano				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	81, 86	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	81, 86	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	81, 86	
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1	Media de horas de formación al año por empleado	83, 85, 86	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.



GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	82, 83, 85, 90
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	86
<b>Diversidad e igualdad de oportunidades</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	27, 45
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	27, 45
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	27, 45
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	27
	405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	89
<b>Derechos humanos</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	45
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	45
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	45
GRI 406: No discriminación 2016	406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	Derivado de la adhesión de Grupo Salinas al Pacto Mundial de las Naciones Unidas y del compromiso de Grupo Elektra con los derechos humanos, durante el periodo de reporte no existieron casos de discriminación.
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	45
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	45
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	45
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva 2016	407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	Derivado de la adhesión de Grupo Salinas al Pacto Mundial de las Naciones Unidas y del compromiso de Grupo Elektra con los derechos humanos, no existen operaciones o proveedores en los que el derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva corra algún riesgo.
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	45
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	45
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	45

GRI 408: Trabajo infantil 2016	408-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	Derivado de la adhesión de Grupo Salinas al Pacto Mundial de las Naciones Unidas y del compromiso de Grupo Elektra con los derechos humanos, no existen operaciones o proveedores en los que exista riesgo de presentar trabajo infantil.
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	45
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	45
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	45
GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio 2016	409-1	Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	Derivado de la adhesión de Grupo Salinas al Pacto Mundial de las Naciones Unidas y del compromiso de Grupo Elektra con los derechos humanos, no existen operaciones o proveedores en los que exista riesgo de presentar trabajo forzoso u obligatorio.
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	45
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	45
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	45
GRI 412: Evaluación de derechos humanos 2016	412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	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.
	412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	35
	412-3	Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos	45
<b>Impacto social</b>			
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	58, 100, 109
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	58, 100, 109
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	58, 100, 109



<b>GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016</b>	203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	100
	203-2	Impactos económicos indirectos significativos	58, 100, 109, 121
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	100, 109
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	100, 109
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	100, 109
<b>GRI 413: Comunidades locales 2016</b>	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	100, 109
	413-2	Operaciones con impactos negativos significativos – reales y potenciales– en las comunidades locales	100, 109
<b>Estándares con proveedores</b>			
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	44
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	44
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	44
<b>GRI 204: Prácticas de adquisición 2016</b>	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	44, 48
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	45
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	45
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	45
<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	48
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	45
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	45
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	45
<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	46

<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	49, 53, 55												
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	49, 53, 55												
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	49, 53, 55												
<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	51, 53, 55												
	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, Italka recibió 46,420 solicitudes de garantía en los CESIT, 100% de las cuales fueron atendidas y resueltas.												
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	61												
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	49, 61												
<b>GRI 103: Enfoque de gestión 2016</b>	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	49, 61 "Una de las estrategias para evaluar el enfoque de gestión del aspecto Marketing y etiquetado es la realización de encuestas de satisfacción a los clientes, con la finalidad de medir el Índice de Promotores Neto (IPN). Los resultados de esta herramienta para Banco Azteca durante el periodo 2015-2018 son los siguientes:"												
			<table border="1"> <thead> <tr> <th>Indicador</th> <th>2015</th> <th>2016</th> <th>2017</th> <th>2018</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>IPN</td> <td>63.23%</td> <td>56.28%</td> <td>64.15%</td> <td>64.30%</td> </tr> <tr> <td>Encuestas</td> <td>17,929</td> <td>17,793</td> <td>18,000</td> <td>21,958</td> </tr> </tbody> </table>	Indicador	2015	2016	2017	2018	IPN	63.23%	56.28%	64.15%	64.30%	Encuestas	17,929
Indicador	2015	2016	2017	2018											
IPN	63.23%	56.28%	64.15%	64.30%											
Encuestas	17,929	17,793	18,000	21,958											
<b>GRI 417: Marketing y etiquetado 2016</b>	417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	55, 56, 57												
	417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	52 En 2018 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 2018 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	65												
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	65												
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	65												
<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	En 2018 Grupo Elektra no recibió sanción o multa alguna por parte del INAI derivado de un tratamiento indebido de datos personales o una vulneración en materia de seguridad, en razón de que cuenta con un Sistema de Gestión robusto y procedimientos que permiten mitigar el riesgo al que se someten.												

GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	55, 61
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	55, 61
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	55, 61
GRI 419: Cumplimiento socioeconómico 2016	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.
"FSSS Cartera de productos"	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	28
"FSSS Cartera de productos"	FS3	Procesos para monitorear la implementación por parte de los clientes de los requisitos sociales y medioambientales incluidos en contratos o transacciones	55
	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	49
	FS6	Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según la región, la dimensión (ej.: microempresas/PYMES/grandes) y el sector de actividad.	22

FSSS Cartera de productos"	FS7	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito	22
"FSSS Auditoría"	FS9	Cobertura y frecuencia de auditorías para evaluar la implementación de las políticas medioambientales y sociales y los procedimientos de evaluación de riesgos	32
"FSSS Participación activa"	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	19
"FSSS Comunidades locales"	FS13	Puntos de acceso por tipo en áreas de escasa densidad de población o desfavorecidas económicamente	101
	FS14	Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros a personas desfavorecidas	101
	FS15	Políticas para el correcto diseño y oferta de productos financieros y servicios	49, 103
	FS16	Programas de educación financiera	103



## CONTACTO

102-3, 102-53

Para obtener mayor detalle sobre este informe o los temas referentes a la sustentabilidad en TV Azteca comunícate con:

**César Cano García**  
**Gerente de Sustentabilidad**  
ccano@gruposalinas.com.mx

Periférico Sur 4121,  
Col. Fuentes del Pedregal, C.P. 14141  
Ciudad de México

