

PROSPERIDAD PARA TODOS

INFORME DE SUSTENTABILIDAD 2019



grupo elektra

Contenido

p.4 Grupo Elektra: impulsor de oportunidades	Negocio comercial p.05 Negocio inanciero p.07	12 Mensaje a los lectores	15 2019 de un vistazo	16 Creación de valor sustentable
Prosperidad incluyente p.17 Materialidad p.21 Modelo de creación de valor p.27	29 Participación sectorial	31 Valor económico	Prosperidad que genera confianza p.32 Liderazgo responsable p.35 Gestión de riesgos p.42	Cultura corporativa p.52 Prosperidad compartida p.68 Desarrollo incluyente p.75
96 Valor social	El valor del talento p.97 Solidaridad por el bienestar y el progreso p.136	159 Valor ambiental	Compromiso ambiental p.160 Energía p.162	Emisiones p.166 Agua p.168 Residuos p.170
172 Acercas de este informe	174 Anexos	240 Contacto		

Grupo Elektra: impulsor de oportunidades

102-1, 102-2, 102-5

Grupo Elektra, S.A.B. de C.V. y subsidiarias es parte de Grupo Salinas, conjunto de empresas de diversos giros, comprometido con la prosperidad incluyente y que funge como foro de desarrollo administrativo y de toma de decisiones para los líderes de las compañías que lo integran.

Grupo Elektra se ha distinguido por ser un conjunto de empresas líderes en el mercado, dedicadas 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 nace en 1950 con la finalidad de fabricar transmisores de radio, pero fue hasta 1957 cuando comenzó a operar como una comercializadora de productos abriendo la primera tienda de Elektra.

Con cerca de 70 años de experiencia representa un impulsor de oportunidades y progreso para millones de familias en México, Guatemala, Honduras, Panamá y Perú, a través no sólo del acceso a mercancías en condiciones accesibles y servicios financieros de clase mundial, sino también como un importante generador de empleos.

La estructura de Grupo Elektra se complementa creando una sinergia entre la plataforma financiera y comercial para la originación de negocio de crédito y otros servicios, por lo que se constituye principalmente por dos divisiones:

102-4

Grupo Elektra

Negocio comercial

Por medio de este negocio, Grupo Elektra ofrece a sus clientes a través de una amplia red de Tiendas y su catálogo en línea mercancías de alta calidad, transferencias de envío de dinero, medios de transporte (Italika) en condiciones accesibles, contribuyendo a la mejora en su calidad de vida e impulsando la prosperidad incluyente.

Está conformado por los formatos de Tiendas Elektra y Salinas y Rocha, con presencia en México; así como de Tiendas Elektra en Guatemala, Honduras, Panamá y Perú.

Negocio financiero

A través de este negocio, Grupo Elektra promueve la prosperidad incluyente de millones de familias que se encuentran en los segmentos de la población desatendidos por la banca tradicional. Lo hace facilitando el acceso a productos y servicios financieros eficaces en la satisfacción de las necesidades de los clientes y con tecnología de vanguardia y canales digitales, proporcionando un servicio de alta calidad.

Está compuesto por Banco Azteca, Afore Azteca, Seguros Azteca y Punto Casa de Bolsa en México, Guatemala, Honduras, Panamá y Perú; así como por Purpose Financial –anteriormente Advance America–, unidad de negocio que opera en Estados Unidos.

Su oferta de productos está integrada por depósitos, microfinanciamiento, préstamos –personales, prendarios y de consumo–, servicios de banca empresarial, comercial y de gobierno y otros créditos, seguros de vida y daños, administración de fondos para el retiro e inversiones.

Negocio comercial

102-2, 102-6, 102-7

Su oferta de productos y servicios se integra de la siguiente manera:

Productos y Servicios

- Electrónicos
- Línea blanca
- Electrodomésticos
- Muebles
- Motocicletas (Italika)
- Automotriz y ferretería
- Acumuladores
- Telefonía celular
- Cómputo
- Colchones
- Entretenimiento
- Transferencias de dinero
- Garantías extendidas
- Tiempo aire
- Larga distancia
- Operadora Móvil Virtual (OUI)
- Moda y accesorios
- Belleza y cuidado personal
- Deportes
- Viajes
- Películas, música y libros
- Comercio electrónico

Tiendas Elektra

www.elektra.com.mx

Se trata de uno de los dos principales puntos de contacto con los clientes. En cada una de las tiendas existe una sucursal de Banco Azteca.



1,314
puntos de
contacto
en México

15
centros de
distribución:
9 en México y 6
en Latinoamérica

Salinas y Rocha

Con 114 años de historia, continúa ofreciendo mercancías de clase mundial a millones de familias mexicanas. Cada tienda cuenta con un punto de contacto de Banco Azteca.



Italika

www.italika.mx

Es la marca de motocicletas que brinda acceso a un transporte propio a la población mexicana, permitiéndole ser más eficiente en sus actividades diarias, de una forma cómoda, confiable y divertida. Apenas unos años después de su lanzamiento, Italika se posicionó como la marca número uno en motocicletas de México.



6 naves
industriales, con
lo que consolida
su planta
ensambladora
como la más
grande de
Latinoamérica

Más de
840
Centros de
Servicio Italika en
México y más de
170 en Centro y
Sudamérica

Negocio financiero

102-2, 102-6, 102-7

Su oferta de productos y servicios se integra de la siguiente manera:

Productos y Servicios

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

Banco Azteca

www.bancoazteca.com.mx

Banco Azteca es una institución financiera que ofrece créditos al consumo de bienes, préstamos personales, créditos grupales y préstamos prendarios, tarjetas de crédito y opciones de depósito e inversión. Además de operar en México, también se encuentra en Panamá, Guatemala, Honduras y Perú. En sus 17 años de operación en México, Banco Azteca ha sido una institución comprometida con el desarrollo de productos y servicios financieros que permiten generar progreso y bienestar a más de 20 millones de clientes.



2,216
puntos de
contacto en
México

Banco Azteca es el
mayor empleador
de la Banca en
México, con más
de **58 mil**
colaboradores

Es el banco más grande en México en términos de cobertura por puntos de contacto con el cliente y es la única opción bancaria en 170 municipios de la República Mexicana. Impulsa la inclusión financiera mediante la oferta de productos y servicios de uso sencillo, integrando al sistema financiero formal a la población desatendida por la banca tradicional.

Complementa su oferta financiera a través de un esquema integral de servicios no bancarios, por medio de: Seguros Azteca, Afore Azteca, Presta Prenda y Micronegocio Azteca.

Es el segundo banco a nivel nacional con mayor número de clientes digitales, con **7.2 millones**

MXN\$2,089 millones de financiamiento al consumo de línea blanca y electrónicos ecoeficientes, ayudando a reducir la huella de carbono de los clientes



Banco Azteca se ha consolidado como la red bancaria más grande en México por número de sucursales con **1,843**

MXN\$2,852
millones en inversión en energías renovables

Las sucursales de Banco Azteca operan con **66%** de mujeres en plantilla; 5 de cada 10 gerentes son mujeres

Micronegocio Azteca

www.bancoazteca.com.mx/productos/negocio/micronegocio-azteca.html

Es la unidad de negocio dentro de Banco Azteca que desde 2010 tiene como propósito otorgar créditos grupales a emprendedores y dueños de micronegocios que deseen invertir o hacer crecer su negocio. Dentro de su oferta cuenta con Micronegocio Azteca Mujer, crédito diseñado a mujeres emprendedoras de la base de la pirámide en México.

Micronegocio Azteca apoya a más de

160 mil emprendedores;
94% de ellos son mujeres

339 oficinas de servicio y más de
1,300 colaboradores Asesores

Presta Prenda

www.prestaprenda.com

Es la unidad de negocio de Banco Azteca cuyo principal objetivo desde hace 10 años ha sido otorgar créditos con garantía prendaria de oro y plata para satisfacer de manera inmediata las necesidades de recursos económicos en efectivo por parte de pequeños empresarios y trabajadores independientes de los sectores formal e informal, así como de mujeres que administran la economía del hogar en México, a través de productos de empeño, venta, compra y servicio.



Más de
1,000
sucursales de
Presta Prenda a
nivel nacional,
posicionándose
como la red de
empeño más
grande del país

Facilita el acceso
a servicios
financieros a más
de un millón de
clientes

1,826 puntos de venta en 28 estados de la Unión Americana

Purpose Financial

www.havepurpose.com

Es la empresa líder en préstamos no bancarios de corto plazo en los 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 los siguientes:

- Préstamos a corto plazo
- Préstamos a largo plazo
- Créditos con garantía prendaria
- Líneas de crédito



Afore Azteca

www.aforeazteca.com.mx

Con base en la amplia distribución geográfica de Grupo Elektra, ofrece opciones para la administración de fondos para el retiro a los trabajadores.



La AFORE
No. 1
en preferencia de
los trabajadores
por traspasos netos
de cuentas entre
las AFORES

Seguros Azteca

www.segurosazteca.com.mx

En 2003 nació Seguros Azteca, con el propósito de atender a un segmento de la población que había permanecido excluido por el giro asegurador. Ofrece soluciones que brindan protección efectiva a los clientes para proteger su bienestar y patrimonio de conformidad con sus necesidades, a precios accesibles en México y América Latina.

Las operaciones realizadas por Seguros Azteca son Vida, y Accidentes y enfermedades; esta última en los ramos de Accidentes personales y Gastos médicos.

Seguros Azteca respaldó a las familias de la base de la pirámide, a través de más de 20 mil indemnizaciones en 2019 por cerca de

MXN\$490

millones

Punto Casa de Bolsa

www.puntocasadebolsa.mx

Es la Institución Bursátil de Grupo Elektra que tiene como misión incentivar la inversión como herramienta de ahorro e impulsar a las familias mexicanas a hacer crecer su bienestar, simplificando los conceptos de mercados financieros y ofreciendo un servicio de excelencia. Cuenta con tres unidades de negocio:

- Promoción Personas Físicas. Dirigida a cualquier persona que busque incrementar su patrimonio a través del sector bursátil; ofrece asesoría personalizada y portafolios de inversión acordes al perfil y metas de cada inversionista, operando en el Mercado de Capitales y en el Mercado de Deuda.
- Promoción Institucional. Se enfoca en otorgar servicio y ejecución a tesorerías de empresas y gobierno, Afores, fondos de inversión, fondos de recompra, fondos extranjeros e inversionistas, a través de:
 - 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.
 - Innovación en comunicación a través de diversos canales.
- Banca de Inversión. Dirigida a pequeñas y medianas empresas; enfocada en la asesoría, estructuración y colocación de:
 - Certificados Bursátiles y Ofertas Accionarias entre el gran público inversionista.
 - Capital Privado.
 - Operaciones Financieras.



Mensaje a los lectores



102-14, 102-15

Durante 2019, Grupo Elektra cumplió con su firme propósito de impulsar la prosperidad incluyente a través de la 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.

Aunado a ello, el valor social que crea Grupo Elektra se pone de manifiesto a través de más de 80,000 colaboradores, con niveles de satisfacción en el trabajo y bienestar crecientes.

La compañía también promueve, de manera decidida acciones para mejorar las condiciones de la sociedad, con su apoyo a programas como Plantel Azteca, que brindó educación secundaria y de bachillerato de excelencia técnica a más de 2,000 estudiantes de bajos recursos con desempeño académico sobresaliente, totalmente becados. La compañía apoya, además, Caminos de la Libertad, Kybernus y La Ciudad de las Ideas, iniciativas que fortalecen las libertades y la difusión del conocimiento, al tiempo que buscan crear entornos propicios para el desarrollo y un mejor futuro.

En cuanto al valor ambiental, Grupo Elektra contribuye con Un Nuevo Bosque —que en 17 años ha contribuido a plantar 7 millones de árboles— y Limpiemos México, que tienen por objeto preservar el medio ambiente para las futuras generaciones. Además, fomenta el uso racional de los recursos naturales en su cadena de valor y utiliza energía amigable con el entorno; el consumo de energía renovable en la compañía representa actualmente 23% del total consumido, y se busca gradualmente incrementar esta proporción.



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 además nuestro compromiso con los 10 principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, así como con los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Grupo Elektra es una compañía de Grupo Salinas —conjunto de empresas dinámicas, de rápido crecimiento y a la vanguardia tecnológica, con enfoque en la prosperidad incluyente, a través de la creación de valor económico, social y ambiental, que operan en siete países de América.

Los orígenes de Grupo Salinas en México datan de 1906 y actualmente sus compañías compiten eficientemente en los sectores financiero, de comercio especializado, medios y telecomunicaciones.

Estamos convencidos que dichas compañías tienen éxito cuando están alineadas con las necesidades de las comunidades en las que operamos.

Nuestro compromiso es fomentar el desarrollo y el bienestar en todos los niveles de la sociedad. Bajo esta premisa, me complace comunicar que Grupo Salinas apoya los diez principios del Pacto Mundial, referentes a Derechos Humanos, Derechos Laborales, Medio Ambiente y Lucha Contra la Corrupción.

Mediante esta comunicación, expresamos nuestra intención de apoyar y desarrollar esos principios dentro de nuestra esfera de influencia.

Nos comprometemos a hacer del Pacto Mundial y sus principios parte de la estrategia, la cultura y las acciones cotidianas de nuestras compañías, así como involucrarnos en proyectos cooperativos que contribuyan a los objetivos más amplios de Desarrollo de las Naciones Unidas, en particular los Objetivos del Desarrollo Sostenible.

Buscamos mejorar nuestro proceso de toma de decisiones alineado a los principios de Pacto Mundial, guiar la planeación de negocios y hacer de Grupo Salinas un referente de sustentabilidad, realizando aportes significativos a toda nuestra cadena de valor.

Queremos ser un socio en el desarrollo de México, como una empresa justa y próspera para la nación, y así promover los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

2019 de un vistazo

102-7, 102-8, 201-1

\$119,010 millones de pesos, monto de ingresos consolidados al cierre de 2019.

Grupo Elektra se ubicó en la posición

12 del ranking de las empresas con mejor reputación corporativa en México, en la categoría Autoservicios y Departamentales de Merco Empresas 2019.

Tiendas Elektra, Banco Azteca e Italika obtuvieron la certificación

en la **Norma Mexicana NMX-R-025-SCFI-2015**

en Igualdad Laboral y No Discriminación.

Grupo Elektra y Banco Azteca se posicionaron

en el **13^{er}** lugar del "Ranking 2019: Las 500 empresas contra la corrupción" por la Revista Expansión.

Apertura de la

sexta nave industrial

de Italika, permitiendo a Ensamblika consolidarse como la planta ensambladora más grande de Latinoamérica.

Banco Azteca se posicionó en el lugar

58 de "Las empresas con mejor reputación en México 2019" y formó parte de la lista "Las empresas más responsables y con mejor gobierno corporativo en México", ambos rankings realizados por Merco.

3^{er} año de Tiendas Elektra y Banco Azteca, así como 5to año de Italika con el

Distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR®).

Cerca de **14.9 millones** de personas beneficiadas en México y Latinoamérica por el programa de educación financiera de Banco Azteca "Aprende y Crece".

Tiendas Elektra fue reconocida por contar con el

menor número de reclamaciones

ante la PROFECO durante el "Buen Fin"; 100% de las cuales fueron conciliadas durante el año 2019.

Italika se ha consolidado como la marca de motocicletas

más poderosa en México, de acuerdo con el estudio Brand Dynamics.

Grupo Salinas obtuvo el **1^{er} lugar** del

"Premio de Innovación y Buenas Prácticas en la Protección de Datos Personales" del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI), debido a la implementación del sitio web:

www.datospersonalesgs.com.mx

88,883 colaboradores en Grupo Elektra; 35% de ellos son mujeres.

Creación de valor sustentable

Prosperidad incluyente

GRI 405, 406, 408, 409, 412: 103-1, 103-2, 103-3
102-12

Grupo Salinas –conjunto empresarial al que pertenece Grupo Elektra– es un impulsor de prosperidad incluyente, ya que contribuye de manera fehaciente al desarrollo de los países en los que tiene presencia. Esta cualidad ha sido transmitida a Grupo Elektra, quien se ha consolidado como un importante actor hacia el logro del desarrollo sustentable, a través de la creación de valor:

Económico

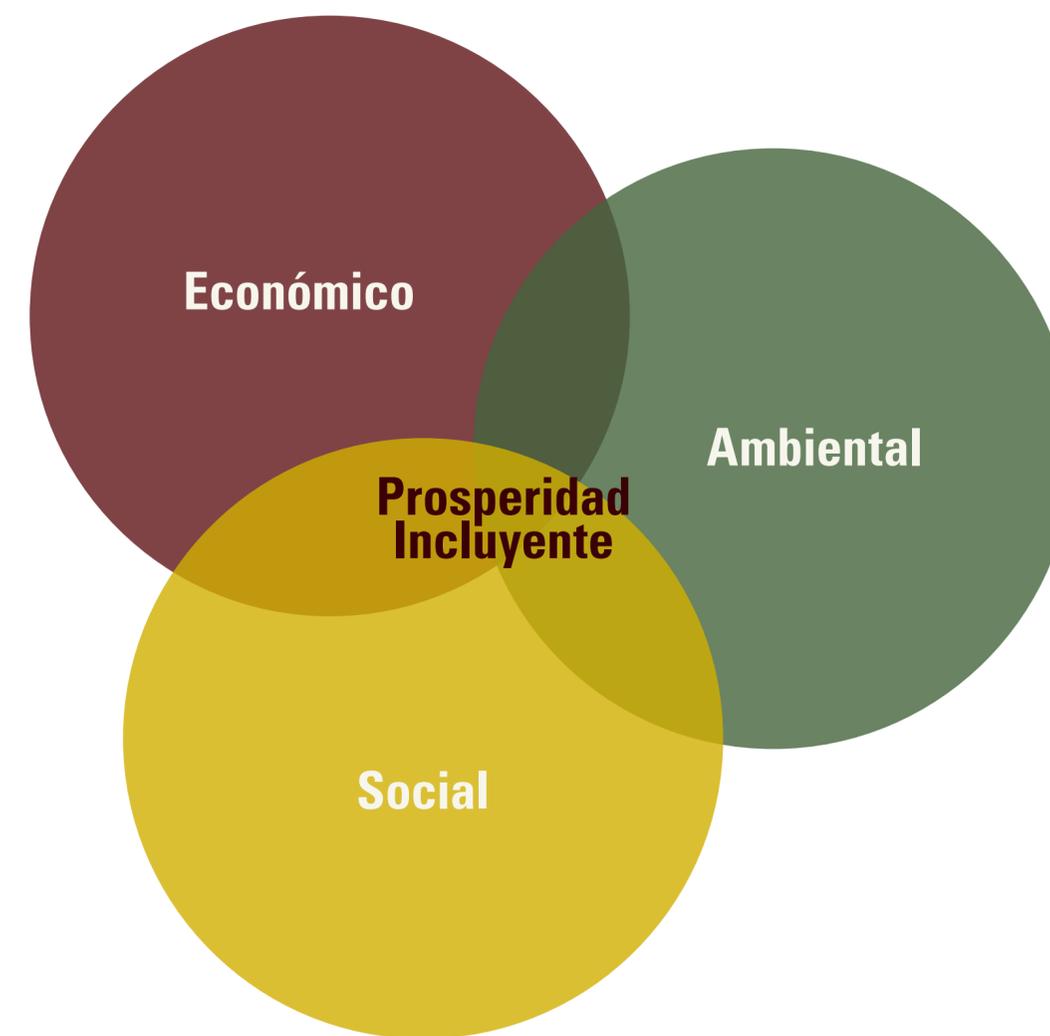
Con la oferta de bienes y servicios de clase mundial en condiciones asequibles, aunado a la generación de empleo.

Ambiental

A través de la implementación de iniciativas para la mitigación de la huella ambiental de las operaciones de Grupo Elektra.

Social

Por medio del fomento de la inclusión, educación financiera, progreso a emprendedores, así como de la consolidación de vínculos con las comunidades y la sociedad civil.



Grupo Salinas continúa adherido al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la iniciativa internacional que promueve el apoyo a sus 10 Principios universalmente aceptados, en las áreas de derechos humanos, prácticas laborales, medio ambiente y anticorrupción. Con más de 12,500 entidades adheridas en más de 160 países, es la mayor iniciativa de responsabilidad social empresarial en el mundo.

10 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.

Prácticas 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.

Las empresas de Grupo Salinas y, por lo tanto, Grupo Elektra, cuentan con diversos mecanismos para garantizar el respeto a los Derechos Humanos de todos sus grupos de interés, promover la inclusión digital y financiera, así como contribuir al desarrollo del talento. Además, a través de Fundación Azteca, impulsa el acceso a una educación de excelencia por medio de distintos programas.

Grupo Salinas tiene la firme convicción de la relevancia del rol de las empresas en el camino hacia el desarrollo sostenible, ya que se han convertido en agentes de cambio, derivado de la generación de empleos y riqueza, consolidándose como instrumentos para transformar las comunidades donde operan.

Es así como Grupo Salinas, a través de la Dirección General de Desarrollo Humano, Comunicación e Integración de Grupo Elektra, participó en el Foro Internacional sobre Inclusión y Equidad en la Educación, evento realizado por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

En el contexto actual, caracterizado por la determinación de contribuir a la agenda internacional de Derechos Humanos estipulada en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas (ODS) y al Marco de Acción de Educación 2030, este evento fungió como una plataforma de debate y de intercambio de ideas en relación con la generación de estrategias para proveer educación inclusiva y de calidad para todos los sectores de la sociedad.



Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

ODS	Objetivo
	Objetivo 1: Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo
	Objetivo 2: Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible
	Objetivo 3: Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades
	Objetivo 4: Garantizar una educación inclusiva, equitativa y de calidad y promover oportunidades de aprendizaje durante toda la vida para todos
	Objetivo 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas
	Objetivo 6: Garantizar la disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos
	Objetivo 7: Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos
	Objetivo 8: Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos
	Objetivo 9: Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación
	Objetivo 10: Reducir la desigualdad en y entre los países
	Objetivo 11: Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles
	Objetivo 12: Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles
	Objetivo 13: Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos
	Objetivo 14: Conservar y utilizar en forma sostenible los océanos, los mares y los recursos marinos para el desarrollo sostenible
	Objetivo 15: Gestionar sosteniblemente los bosques, luchar contra la desertificación, detener e invertir la degradación de las tierras y detener la pérdida de biodiversidad
	Objetivo 16: Promover sociedades, justas, pacíficas e inclusivas
	Objetivo 17: Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible

En 2019, Grupo Elektra y sus empresas fueron acreedores a diversos reconocimientos y certificaciones.

Tiendas Elektra y Banco Azteca recibieron por tercera ocasión el **Distintivo Empresa Socialmente Responsable ESR®**, mientras que Italika fue reconocida por quinto año consecutivo

Tiendas Elektra y Banco Azteca recibieron la certificación **Great Place to Work (GPTW)** en México, Centroamérica y el Caribe

Asimismo, para fortalecer la gestión de la Responsabilidad Social Corporativa en las empresas que lo conforman, el Comité de Responsabilidad Social de Grupo Salinas abordó diversos temas en 2019, de los cuales derivaron determinadas resoluciones, entre ellas:

- Revisión y actualización del Código Ética de Grupo Salinas.
- Elaboración y ejecución en las empresas de Grupo Salinas del plan de voluntariado y lanzamiento del programa Contigo por México de Fundación Azteca.
- Definición de las estrategias para la obtención de la certificación en la Norma NMX-R-025-SCFI-2015 en Igualdad Laboral y No Discriminación.
- Planeación para el cumplimiento de las disposiciones de la NOM-035-STPS-2018 "Factores de riesgo psicosocial en el trabajo".
- Participación de las empresas de Grupo Salinas en el programa Empodérate del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).



Tiendas Elektra, Italika y Banco Azteca obtuvieron la certificación en la Norma Mexicana NMX-R-025-SCFI-2015 en **Igualdad Laboral y No Discriminación** por parte de ANCE

Materialidad

102-43, 102-46

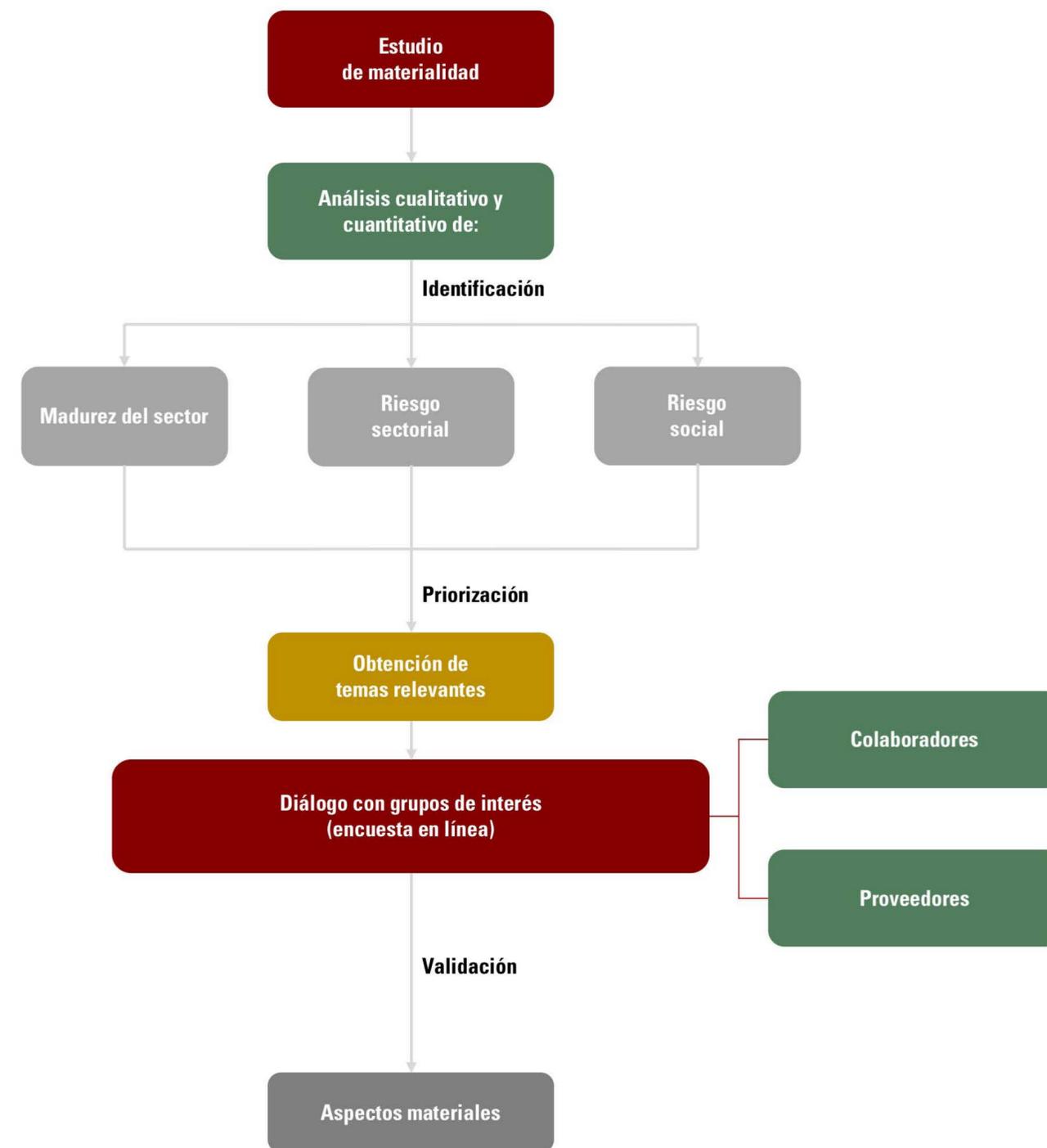
Durante 2019, Grupo Elektra continuó reforzando la gestión de los temas que impactan en mayor medida sus operaciones y viceversa. Así, en conjunto con un tercero independiente, llevó a cabo un nuevo estudio de materialidad con el objetivo de identificar los aspectos de mayor relevancia, tanto para Tiendas Elektra, Banco Azteca e Italka, como para sus grupos de interés, a través de la siguiente metodología:



Para conocer más información sobre la metodología utilizada y los resultados del diálogo con grupos de interés, consulte la página 175 del apartado "Anexos" del presente Informe.

Cabe señalar que este estudio de materialidad incluyó nuevos temas de análisis, de acuerdo con los requerimientos de metodologías y evaluaciones a nivel mundial, tales como Ciberseguridad, Gestión de temas sociales e Inclusión financiera.

Los temas relevantes fueron presentados a dos grupos de interés de Grupo Elektra –colaboradores y proveedores–, a través de un diálogo¹ basado en encuestas en línea, con el objetivo de validar los aspectos materiales a gestionar durante el periodo 2019-2020.

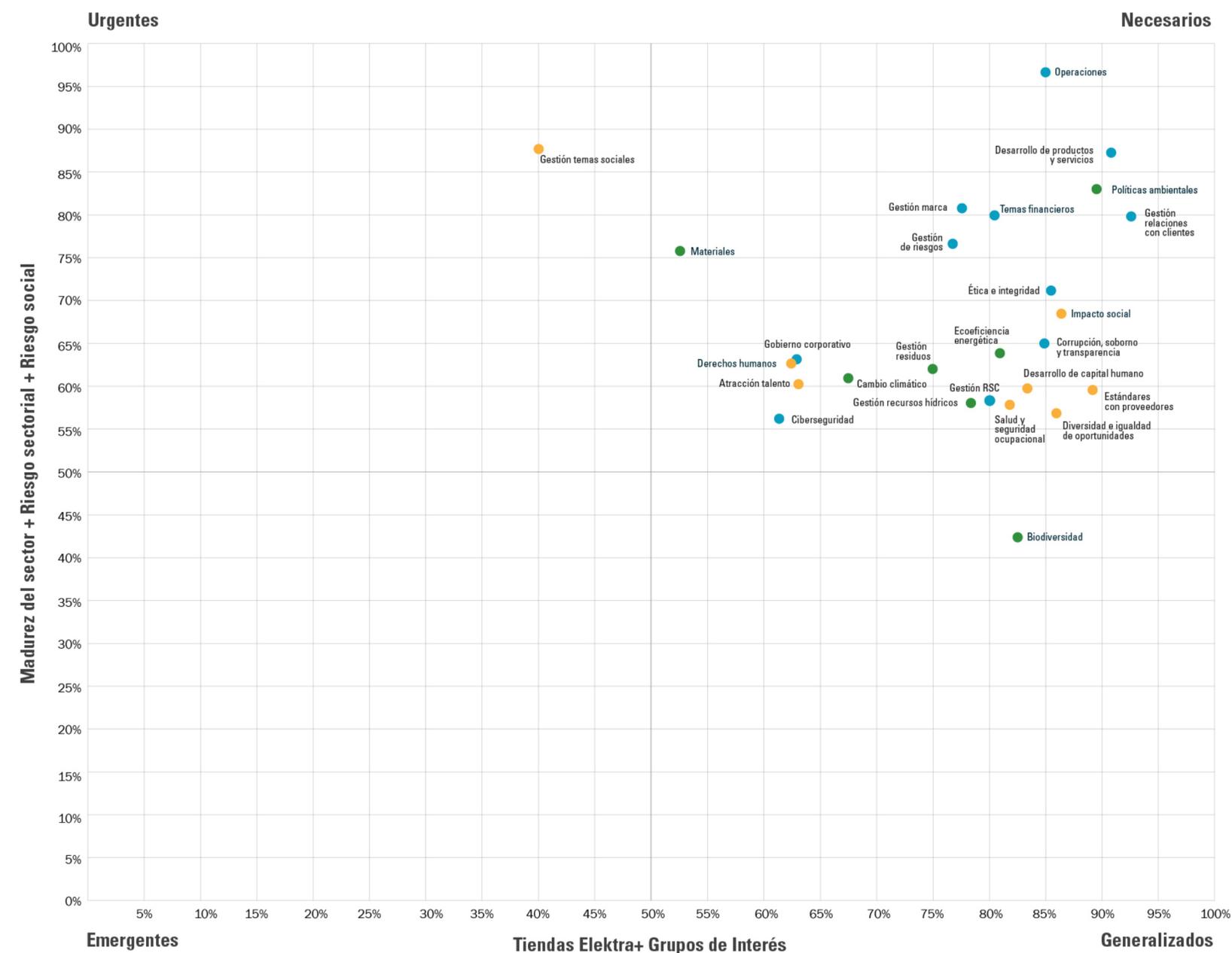


Los aspectos materiales resultantes fueron los siguientes:

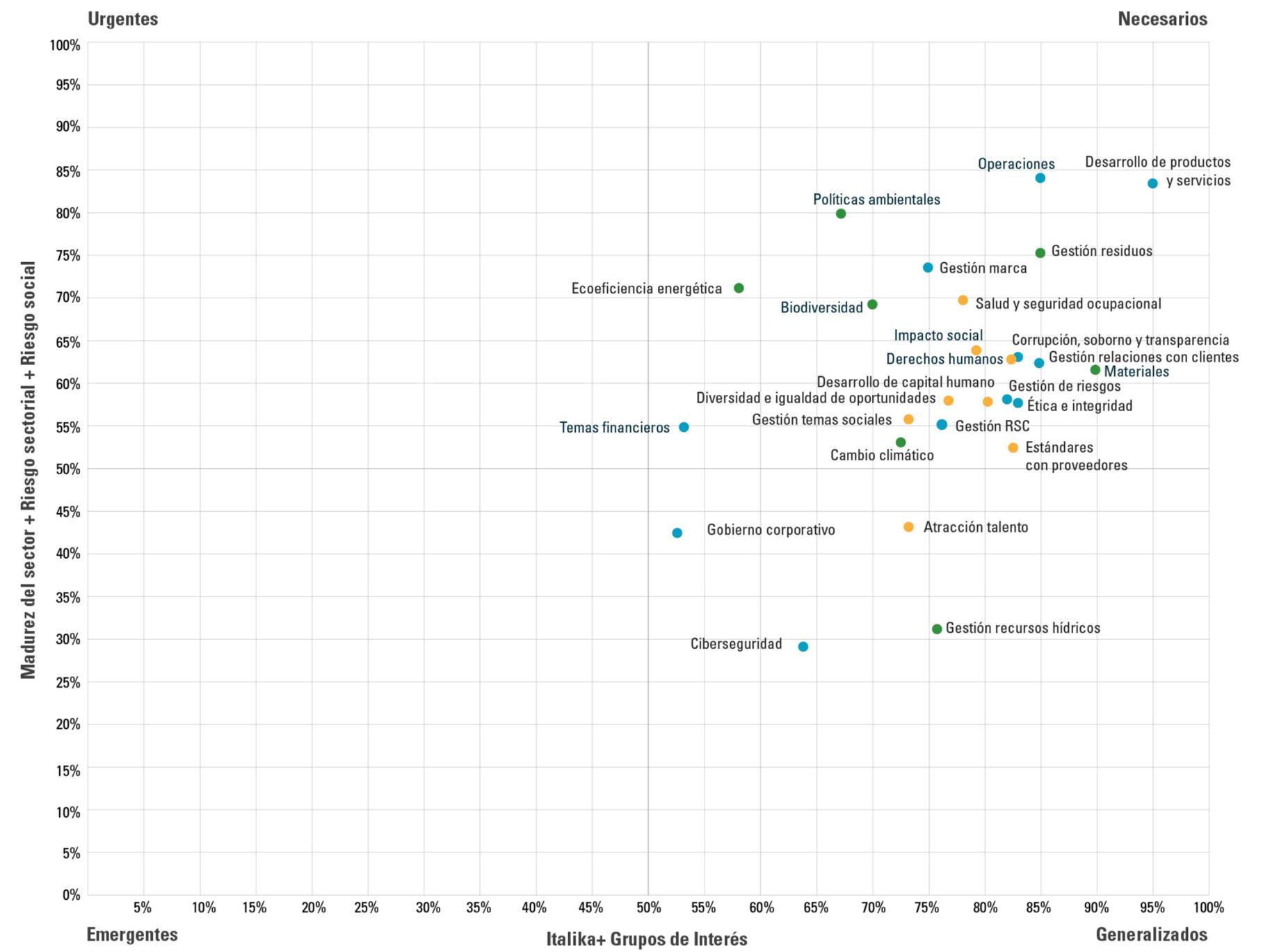
Aspectos materiales

102-47

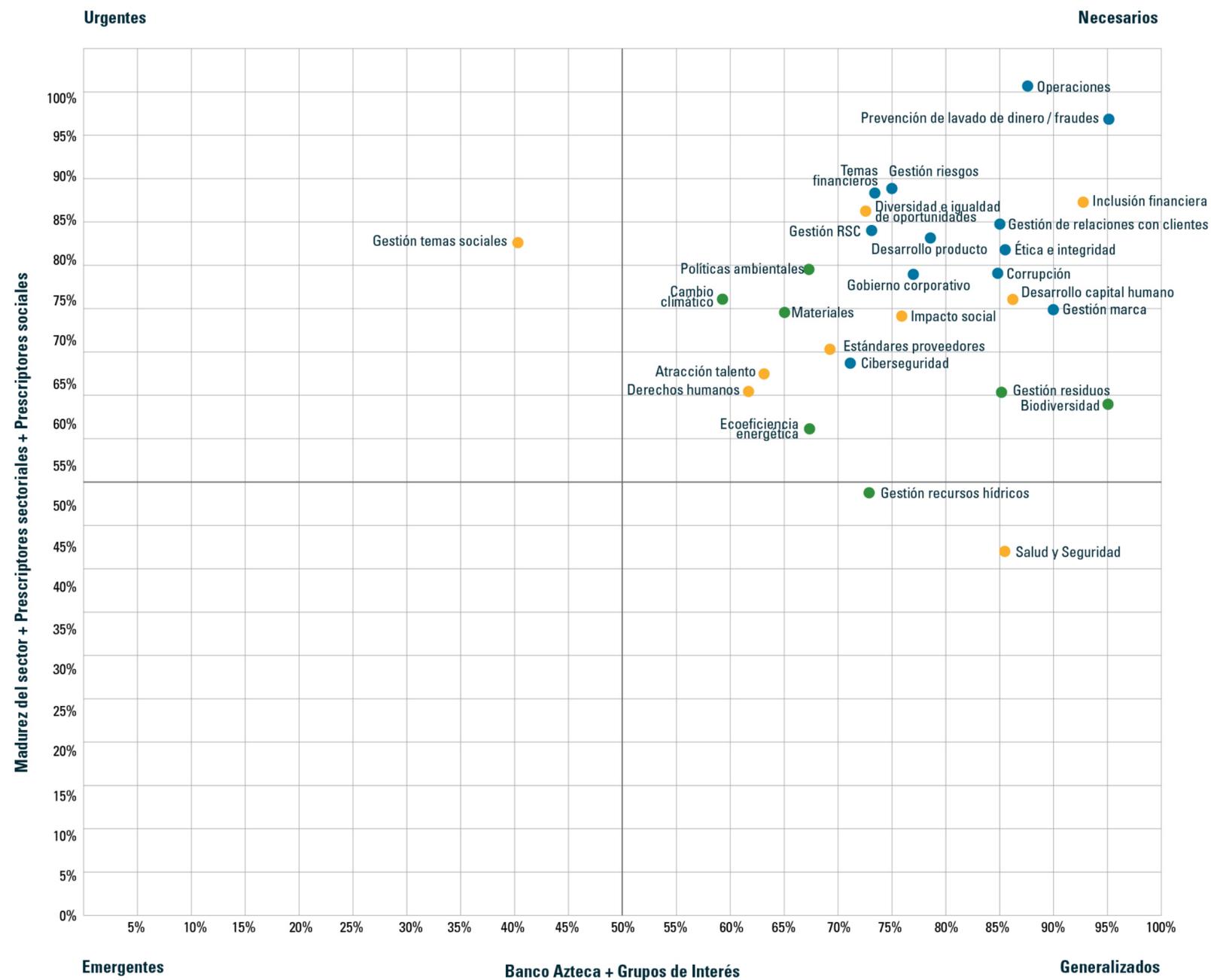
Tiendas Elektra



Italika



Banco Azteca



102-47

Una vez validados los aspectos materiales de Grupo Elektra para el periodo 2019-2020 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. Para conocer los resultados de esta correlación, así como información detallada sobre la(s) empresa(s) para la(s) cual(es) cada aspecto resultó material, por favor, consulte la página 178 del apartado “Anexos” del presente Informe.

En 2019, con base en la Guía práctica para la integración de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) en el reporte corporativo desarrollada por el Global Reporting Initiative (GRI) y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, Grupo Elektra se dio a la tarea de complementar el proceso para priorizar sus impactos e identificar los ODS a los que contribuye en mayor grado en la gestión de los aspectos materiales. Así, el proceso que siguió fue el siguiente:



En 2019, con base en la herramienta desarrollada por Evaluación de Impacto B, las unidades de negocio de Grupo Elektra trabajaron en la priorización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, logrando identificar los tres principales para cada una de ellas. Los resultados se muestran a continuación:

Tiendas Elektra



Italika



Banco Azteca



Nota. En adición, como parte del diálogo con grupos de interés efectuado por Grupo Elektra durante 2019, los colaboradores y proveedores participaron en la priorización de los ODS. Para consultar los resultados de este ejercicio, visite la página 178 del apartado “Anexos” del presente Informe.

102-47

A través del ejercicio, de manera conjunta, las empresas de Grupo Elektra lograron vincular los ODS prioritarios a algunos de sus aspectos materiales, estableciendo metas para 2020 como se muestra a continuación:



Aspectos materiales

ODS Prioritarios

Metas 2020 Grupo Elektra

Aspectos materiales	ODS Prioritarios	Metas 2020 Grupo Elektra
Gestión de la RSC Impacto social Inclusión financiera		<p>Continuar promoviendo el programa "Vive sin drogas".</p> <p>Reducir el número de accidentes de los colaboradores de Banco Azteca en un 20% en relación con 2019.</p> <p>Realizar la segunda vuelta de la certificación al 100% de los Líderes de Cartera en México.</p>
		<p>Impartir educación financiera a niños y jóvenes a través del programa "Aprende y Crece".</p> <p>Mantener al menos 14 millones de beneficiarios del programa "Aprende y Crece".</p>
		<p>Impulsar la inclusión financiera y contribuir al progreso de las mujeres.</p> <p>Llevar a cabo dos cursos al año dirigidos a colaboradores de corporativo sobre equidad de género y el empoderamiento de la mujer.</p> <p>Impartir, a través de "Aprende y Crece", al menos un curso o taller de educación financiera y negocios dirigido a mujeres.</p> <p>Llevar a cabo al menos 10 proyectos a nivel nacional sobre equidad de género.</p>
		<p>Mantener el porcentaje de variación del salario promedio de los colaboradores de Banco Azteca en México vs el salario mínimo por encima del 200%.</p> <p>Impartir 180 horas de capacitación a cada beneficiario del programa Jóvenes Construyendo el Futuro.</p> <p>Fomentar la inclusión financiera facilitando el acceso a servicios financieros a millones de familias mexicanas.</p> <p>Beneficiar a 1,200 personas con el programa Jóvenes Construyendo el Futuro.</p>
		<p>Dar seguimiento a las metas establecidas para cada aspecto material de Banco Azteca en vinculación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.</p> <p>Llevar a cabo un estudio de riesgos ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG, por sus siglas en inglés).</p>
	Gestión de riesgos Ciberseguridad Prevención del lavado de dinero / fraudes	

Modelo de creación de valor

102-40, 102-42

Derivado de su compromiso con la creación de valor sustentable hacia la prosperidad incluyente, Grupo Elektra se ha dado a la tarea de trabajar permanentemente en la identificación de la manera en que sus empresas impactan en ciertos temas y grupos de interés, así como en determinar la forma en que éstos impactan tanto en sus operaciones como en su desempeño ambiental y social.

Con base en los principios éticos y corporativos que lo caracterizan, el Grupo ha logrado consolidar un modelo que asegura la generación de valor de largo plazo en la relación con cada uno de sus grupos de interés, en todos los países donde tiene presencia.

A continuación, se ilustra la relación de los insumos *-inputs-* y los resultados concretos *-outputs-* en la cadena de valor de Grupo Elektra y en su interacción con cada uno de los grupos de interés.



Estrategia de sustentabilidad de Grupo Elektra

Con base en el enfoque de Grupo Salinas hacia la prosperidad incluyente y los temas relevantes para las empresas de Grupo Elektra, éstas trabajan constantemente en la generación de líneas de acción para atender las necesidades y expectativas de sus grupos de interés, así como para gestionar adecuadamente cada aspecto.

Tiendas Elektra, Italika y Banco Azteca se encuentran evaluando criterios ambientales y sociales, a fin de cumplir con el compromiso de generar estrategias integrales de sustentabilidad en el mediano plazo y de alinearse con los ODS

En 2020, El grupo seguirá buscando llevar a cabo las siguientes acciones que ha empezado en 2019

- Continuar iniciativas actuales en materia de sustentabilidad ambiental, por ejemplo:
 - **Operaciones eficientes en energía:** ampliar el desarrollo de paneles solares en sucursales, instalación de iluminación eficiente, aislantes, etc., en edificios existentes
 - **Estrategia *paperless*:** continuar y potencialmente ampliar la iniciativa actual de digitalización de sus procesos y de reducción de uso del papel
- Desarrollar políticas de inversión y financiamiento sostenible que definan principios y metas para la gestión ambiental y social de las carteras de crédito e inversión de Banco Azteca siguiendo los principios de inversión responsable (PRI) de la UNEP y las mejores prácticas internacionales en la materia. Esto último incluye la implementación de una política para la inclusión de criterios ESG en el proceso de inversión de Afore Azteca, la cual debe ser completada para enero 2022, en cumplimiento con la regulación en la materia para las AFORES

Finanzas sostenibles

Grupo Elektra vía sus subsidiarias, para contribuir a la transición a una economía baja en carbono, el consumo sostenible, la movilidad cero emisiones y apoyar la creación de nuevos puestos de trabajo y nuevos negocios cuenta con las siguientes líneas estratégicas:

Financiamiento a proyectos de gran escala. Inversión en proyectos verdes que permiten que las energías renovables sean una fuente alterna de energía, menos contaminante en el mundo, fomentando la eficiencia energética al proporcionar financiamiento a parques solares, eólicos y geotérmicos. El financiamiento verde a crédito comercial en 2019 fue el siguiente:

- Valor de la cartera dedicada a inversión o financiamiento sostenible: \$2,852 MDP, 3.1% de la cartera de Banco Azteca.

Crédito al consumo. Con la finalidad de dar acceso a nuestros clientes a productos que permitan la eficiencia energética en el hogar a través del catálogo de Elektra se financian 165 productos ecoeficientes, los cuales cumplen con características de bajo consumo de agua, luz o gas.

- Valor de la cartera dedicada a crédito de productos ecoeficientes 2019: \$2,089 MDP, representa el 2.3% de la cartera.

Movilidad verde. Financiamiento a opciones de movilidad de emisiones cero, vía crédito en las tiendas Elektra para la compra de bicicletas eléctricas de Italika. Así como financiará la línea de motos eléctricas Voltium de Italika cuyo lanzamiento se tiene previsto en 2020.

Micronegocio. Créditos grupales a emprendedores y dueños de micronegocios que deseen invertir o hacer crecer su negocio familiar. Dentro de su oferta cuenta con Micronegocio Azteca Mujer, crédito diseñado a mujeres emprendedoras.

- Valor de la cartera dedicada a Micronegocio 2019: \$1,022 MDP, representa el 1% de la cartera.

Con el fin de contribuir a crear la movilización de capital para frenar el cambio climático y alcanzar los ODS a nivel nacional, Banco Azteca destinó 5,963 mdp, lo que represento el 6.6% de la cartera

Por otra parte, la estrategia digital de Banco Azteca es esencial para seguir creciendo de manera sostenible y rentable, con más de 7.2 millones de clientes digitales en 2019 se contabilizaron 4,179,351 transacciones efectuadas por usuarios de Banco Azteca desde teléfonos celulares, mientras que las transacciones presenciales fueron 1,294,594

...con las transacciones digitales se evitó la emisión de **1,880** tCO₂e por parte de nuestros clientes

Participación sectorial

En 2019, Banco Azteca Perú suscribió el Código de Ética gremial de la Asociación de Bancos del Perú, basado en cinco principios: Integridad, Respeto, Transparencia, No discriminación y Equidad

102-13

Grupo Elektra, con el fin de cumplir con su propósito de contribuir a la prosperidad incluyente, participa activamente en diversas cámaras y asociaciones que impulsan las operaciones éticas y sustentables.

Asimismo, colabora con diversas instituciones y empresas de los sectores a los que pertenecen las compañías que lo conforman, con el fin de compartir las buenas prácticas y robustecer la oferta de los mejores productos y servicios para los clientes, siempre con un enfoque de fomento a la libre competencia.

Tiendas Elektra

Durante 2019, el convenio firmado en 2016 entre Tiendas Elektra y la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) se mantuvo vigente. Este año se centró en el establecimiento de los requerimientos de cumplimiento para obtener los registros y poder ejecutar las promociones del "Buen Fin", por ejemplo, así como en la consolidación de la labor del grupo interdisciplinario creado en 2018 para la atención inmediata de las quejas presentadas por los clientes a través del programa Conciliaexpres de la PROFECO, agilizando considerablemente la atención y resolución de los casos reportados en el año.

Italika

Italika impulsa temas de movilidad, seguridad vial y defensa de los usuarios de la vía pública en México en diversos organismos, tales como:

- 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

Banco Azteca

FS12

Para Banco Azteca participar y sumarse en éstas Cámaras y asociaciones tiene una relevancia estratégica derivado de que le permite:

- Participar, interactuar y generar propuestas de valor que involucren al sector bancario en México y Latinoamérica.

- Participar en foros de discusión en la industria e intercambio de ideas para identificar las mejores prácticas.
- Apoyar y participar en la promoción de iniciativas de educación financiera.
- Participar en los foros de discusión para robustecer las Disposiciones Generales y establecimientos de estándares que eleven la eficiencia del sector en su conjunto.
- Discusión y generación de propuestas de actualización de leyes, regulaciones, decretos y disposiciones relacionados con las actividades bancarias para adecuarlas a las prácticas internacionales.
- Generar estudios de impacto para el análisis de reformas sobre los posibles impactos en la industria en caso de aprobación de éstas iniciativas.
- Promover relaciones con organismos internacionales en el fomento de las relaciones y el intercambio de ideas

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 (BIDFomin)
- Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas, A.C. (IMEF)
- American Chamber of Commerce of Mexico (AMCHAM)
- Asociación Mexicana de AFORES (AMAFORE), en la cual participa Afore Azteca

Estados Unidos

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

Honduras

- Asociación Hondureña de Instituciones Bancarias (AHIBA)
- Cámara Empresarial Honduras México (CEHM)

Guatemala

- Asociación Bancaria de Guatemala (ABG)
- American Chamber of Commerce (AMCHAM)
- Cámara Mexicana (AMEX)
- Asociación de Gerentes de Guatemala (AGG)
- Cámara de Microfinanzas
- Cámara de Finanzas
- Cámara de Comercio
- Cámara de Industria
- Asociación de Importadores de Motocicleta (ASIM)

Panamá

- Asociación Bancaria de Panamá
- Cámara México panameña (CAMEXPA)

Perú

Asociación de Bancos del Perú (ASBANC)



Valor económico

Prosperidad que genera confianza

GRI 201: 103-2
102-7, 102-48, 201-1

Indicadores financieros	Resultado 2018	Resultado 2019	Variación 2019 vs 2018
Ingresos consolidados	\$103,876	\$119,010	15%
• Ingresos Negocio financiero	\$65,429	\$74,015	13%
• Ingresos Negocio comercial	\$38,447	\$44,996	17%
Gastos generales	\$45,165	\$50,163	11%
Utilidad de operación	\$15,001	\$11,893	(21%)
Activo total	\$277,389	\$348,106	25%
Efectivo y equivalente de efectivo	\$26,183	\$26,014	(1%)
Pasivo total	\$192,817	\$250,309	30%
Capital contable	\$84,572	\$97,797	16%
Inmuebles, mobiliario y equipo e intangibles	\$6,764	\$7,850	16%

Nota: Cifras en millones de pesos.

Valor económico generado		Valor económico distribuido		Valor económico retenido	
2018	2019	2018	2019	2018	2019
\$103,876	\$119,010	\$85,811	\$99,915	\$18,065	\$19,095
15%		16%		6%	

- Cifras en millones de pesos.
- El valor económico generado se refiere al monto de ingresos consolidados.
- El valor económico distribuido es la sumatoria de los costos y los gastos generales.
- El valor económico retenido se refiere a la Utilidad antes de Intereses, Impuestos, Depreciación y Amortización (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation, and Amortization, EBITDA).
- Esta información puede ser consultada en el Informe Anual 2019 de Grupo Elektra: <http://www.grupoelektra.com.mx/Documents/ES/Downloads/Grupo-Elektra-Informe-Anual-2019.pdf> (p. 313).

MXN\$119,010

millones de pesos, monto de ingresos consolidados al cierre de 2019

GRI 201: 103-1, 103-3

Parte importante de la fortaleza de Grupo Elektra es la solidez de su desempeño económico. En 2019, Grupo Elektra colocó de manera exitosa certificados bursátiles por \$5,000 millones de pesos, con vencimiento en 2022 y una tasa de TIE28 + 240 puntos base. Los recursos obtenidos serán utilizados para sustituir pasivos.

Este suceso es muestra de la confianza de los mercados financieros en la solidez del desempeño financiero de Grupo Elektra, así como de las perspectivas positivas de la economía nacional.

En 2019, los ingresos consolidados alcanzaron los MXN\$119,010 millones, presentando un incremento de 15% impulsado por un crecimiento de 13% en el negocio financiero y de 17% en el negocio comercial.

En 2019, Grupo Elektra invirtió **MXN \$8,816** millones en la apertura, mejora y mantenimiento de los puntos de contacto en México, Centro y Sudamérica y Estados Unidos

MXN **\$44,996** millones,
 monto de ingresos del negocio
 comercial al cierre de 2019; resultado
 17% superior al del año anterior

Tiendas Elektra

El crecimiento en ventas del negocio comercial en gran medida fue resultado del desempeño dinámico de ventas de motocicletas Italika –gracias a sus modelos innovadores, seguros, que brindan alternativas de transporte eficiente en el uso de combustible y que reducen tiempos de traslado– así como un notable desempeño positivo de telefonía y línea blanca, que se comercializan en las condiciones más competitivas del mercado.

Asimismo, las ventas del negocio comercial tuvieron un impulso adicional con la maduración de la estrategia omnicanal y la tienda en línea (www.elektra.com.mx) con la que alcanzó crecimientos más agresivos, al comercializar un catálogo extendido y al tener una base creciente de vendedores calificados en la modalidad de market place, aunado a las tiendas de nuevo formato, con mayor superficie, que favorece la exhibición de un catálogo de productos más amplio.



Italika

Las motocicletas Italika incrementaron su presencia en diversas tiendas departamentales y de autoservicio de todo el país y, con casi 4,000 puntos de contacto, Italika ha alcanzado una participación superior al 60% en el mercado mexicano de motos, consolidándose como una marca 100% mexicana que brinda gran calidad y respaldo técnico a sus productos y es el competidor más importante del sector, reportando una producción superior a 760,000 motos anuales.

Distribución a través de 30 agencias
 propias y 141 concesionadas



760,740
 Italikas
 ensambladas en
 2019

828,374
 Italikas vendidas

Presta Prenda, con medio millón de clientes, supera los MXN **\$6 mil** millones en créditos prendarios

MXN\$74,015 millones, monto de ingresos del negocio financiero al cierre del 2019; resultado 13% superior al del año anterior

En 2019, Micronegocio Azteca alcanzó los **MXN\$1,022** millones en cartera apoyando a más de 160 mil clientes

Banco Azteca

El negocio financiero contó con resultados satisfactorios², al alcanzar ingresos por MXN\$74,015 millones, monto que refleja, principalmente, un incremento de 15% en los ingresos por intereses de Banco Azteca México y su impulso a la estrategia centrada en el cliente, en el contexto de firme crecimiento en la cartera bruta y notable dinamismo de la captación tradicional.

FS7

Banco Azteca sumó más de 24 millones de cuentas de captación en México en 2019, cifra significativa para un país con 32 millones de hogares, lo que permitió impulsar la inclusión financiera en las comunidades en las que opera.

En los saldos de captación, se amplió el portafolio total de clientes en MXN\$17,405 millones, lo que representa un 16% en el año, resultado impulsado por un incremento en la familia de productos Guardadito por MXN\$8,399 millones, equivalente a un 22%.

El saldo de cartera bruta de Banco Azteca México se incrementó 16% a MXN\$93,253 millones, a partir de MXN\$80,346 millones del año previo. El índice de morosidad del Banco al final del trimestre fue 3.7% vs 3.5% del año anterior. La cartera vencida se encuentra reservada 2.27 veces, lo que refleja un saldo de cartera vencida de MXN\$3,416 millones, en comparación con reservas preventivas para riesgos crediticios por MXN\$7,758 millones en balance, al 31 de diciembre de 2019.

Asimismo, la familia de inversiones aportó a los resultados debido a un crecimiento de MXN\$9,006 millones, lo que representa un 13% en el año. Esto llevó a la Institución a un aumento en la participación de mercado en 39 puntos base, lo que equivale a un 8% de incremento en el portafolio integral de captación clientes.

² Para conocer mayor detalle sobre los ingresos de Banco Azteca por actividad económica en México, visite la página 181 del apartado "Anexos" del presente Informe.

Afore Azteca es la número 1 en su sector por número de cuentas administradas y por traspaso

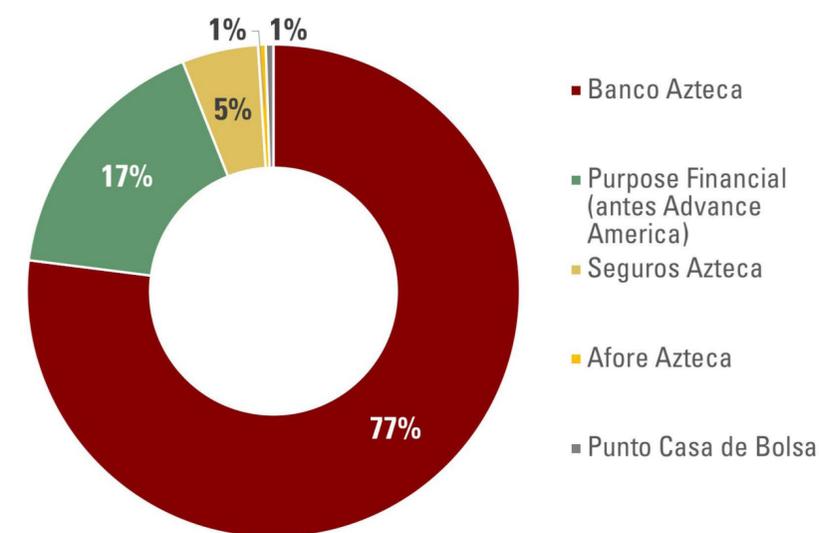
Emisión de primas en 2019 por **MXN\$3,612** millones en Seguros Azteca y MXN\$1,461 en Seguros Azteca Daños

Punto Casa de Bolsa participó en 50 colocaciones en el mercado bursátil, por un monto de **MXN\$60** mil millones

Tercer banco más grande en México por cartera de préstamos personales, con cerca de **MXN\$32,000** millones

Banco Azteca cuenta con **15** millones de clientes en México y 4 millones de clientes en Latinoamérica

Distribución de los ingresos por división



Principios Fiscales

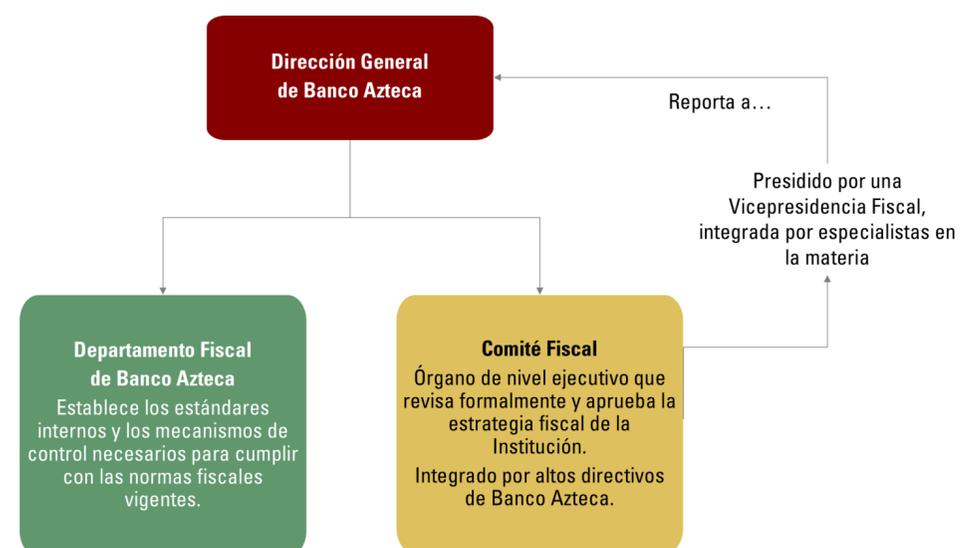
GRI 207: 103-1, 103-2, 103-3
207-1

Banco Azteca cuenta con Principios Fiscales³ que establecen que la Institución debe cumplir con las disposiciones de Ley de las autoridades fiscales, con base en los ejes **transparencia, integridad y prudencia**.

207-2, 207-3

La correcta gestión de los asuntos fiscales es parte fundamental de la cultura de Banco Azteca, por lo que la Institución cuenta con una sólida estructura de gobernanza en la materia. Asimismo, ha desarrollado estrictas políticas y procedimientos que abordan temas fiscales y son difundidos entre todas las áreas estratégicas y operativas, incentivando así el compromiso de los colaboradores.

Gobernanza



³ Para conocer información detallada sobre los Principios Fiscales de Banco Azteca, visite la página 182 del apartado "Anexos" del presente Informe.

⁴ Para conocer más acerca de los Principios y Mejores Prácticas de Gobierno Corporativo a los que Grupo Elektra se encuentra alineado, por favor, visite la página: https://www.bmv.com.mx/docs-pub/cmpc/cmpc_925553_2018_1.pdf.

Liderazgo responsable

La amplia experiencia y el conocimiento de los líderes de Grupo Elektra, en conjunto con los Principios y Mejores Prácticas de Gobierno Corporativo⁴ a los que se ha alineado, representan los factores clave que aseguran la conducción honesta y responsable de la sociedad, definiendo el rumbo estratégico del Grupo hacia la prosperidad incluyente y, por tanto, a la sustentabilidad.

Consejo de Administración

Gobierno corporativo: 103-1, 103-2, 103-3
102-18, 102-22, 102-23, 102-24

En 2019, el Consejo de Administración de Grupo Elektra estuvo integrado por 10 miembros –tres de ellos independientes (30%)–, quienes gozaron de un 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.

Todos los miembros del Consejo de Administración son seleccionados por su experiencia, capacidad y prestigio profesional

La composición del Consejo de Administración⁵ fue la siguiente:

Nombre	Cargo	Consejero desde	Edad
Ricardo Benjamín Salinas Pliego ***	Presidente del Consejo de Administración de Grupo Elektra	1993	64
Hugo Salinas Price ***	Presidente Honorario de Grupo Elektra	1993	88
Pedro Padilla Longoria **	Director General de Grupo Salinas	1993	54
Guillermo Eduardo Salinas Pliego **	Presidente de Grupo Avalanz	1993	60
Roberto Servitje Achutegui *	Presidente de Grupo Altex, S.C.	2000	66
Luis Jorge Echarte Fernández **	Vicepresidente de Asuntos Internacionales de Grupo Salinas	2003	75
Joaquín Arrangoiz Orvañanos **	Director General de Ventas y Relaciones Empresariales de Grupo Salinas	2008	63
Hugo Fernando Salinas Sada **	Director General de Tiendas Neto	2017	34
Héctor Marcelino Gómez Velasco y Sanromán *	Presidente del Consejo de Administración de Grupo Netec	2010	62
Gonzalo Brockmann García *	Presidente de los Hoteles Best Western en México	2010	66

* Consejero independiente.

** Consejero relacionado.

*** Consejero patrimonial.

⁵ Para conocer más acerca del Consejo de Administración de Grupo Elektra y sus miembros, visite las páginas: <http://www.grupoelektra.com.mx/es/consejo-de-administracion> y <http://www.grupoelektra.com.mx/Documents/ES/Downloads/Grupo-Elektra-Informe-Anual-2019.pdf> (pp. 87-90).

Los miembros del Consejo de Administración de Grupo Elektra han permanecido en el cargo por 18 años en promedio

Al momento de ser nombrados, los Consejeros independientes entregan al Presidente de la Asamblea de Accionistas, una Manifestación de cumplimiento por escrito de los requisitos de independencia, tales como los establecidos en el artículo 26 de la Ley del Mercado de Valores, considerando además que, por sus características puedan desempeñar sus funciones libres de conflictos de interés y sin estar supeditados a intereses personales, patrimoniales o económicos.

El 30% de los miembros del Consejo de Administración de Grupo Elektra son independientes, excediendo el mínimo requerido por la legislación bursátil aplicable, equivalente al 25%

100% de los miembros del Consejo de Administración de Grupo Elektra son líderes de compañías con sólido posicionamiento en sectores relevantes de la economía mexicana y, por tanto, cuentan con amplia experiencia en la gestión de riesgos

Funciones del Consejo

Con el objeto de que las líneas de autoridad y de responsabilidad sean transparentes, en Grupo Elektra, las actividades del Consejo de Administración y de la Dirección General se encuentran separadas.

102-19, 102-26, 102-31

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

El Consejo de Administración quedará válidamente constituido cuando concurran a la reunión, presentes o representados, la mayoría de sus miembros.

Entre las principales funciones del Consejo de Administración se encuentran:

- Establecer las estrategias generales para la conducción del negocio de la sociedad y personas morales que ésta controle, con la finalidad de asegurar su permanencia en el tiempo.
- 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.
- Aprobar –con la previa opinión del comité competente– las políticas, nombramientos, operaciones, lineamientos y transacciones estratégicas 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.
- Cerciorarse de que todos los accionistas tengan un trato igualitario, que se respeten sus derechos, se protejan sus intereses y se les brinde acceso a la información de la sociedad.
- Dar seguimiento a los principales riesgos a los cuales están expuestas la sociedad y las 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). La evaluación incluye la gestión de riesgos ambientales y sociales, validados por el Comité de Riesgos.

- 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.
- Promover el establecimiento de mecanismos de control interno y de aseguramiento de la calidad de la información.
- Establecer las acciones que correspondan para enmendar las irregularidades que sean de su conocimiento y fijar las medidas correctivas correspondientes.
- Precisar 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 garantizar una toma de decisiones informada 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 habersele 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.
- Los acuerdos se tomarán por mayoría absoluta de votos, presentes o representados, salvo que exista una disposición distinta en la Ley o en los estatutos sociales.

Comités

102-22

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

Comité de Auditoría

Está integrado por tres consejeros independientes y sus funciones son:

- Examinar:
 - 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.

Integración del Comité de Auditoría en 2019

Nombre	Miembro desde	Edad
Gonzalo Brockmann García *	2010	64
Marcelino Gómez Velasco y Sanromán *	2010	62
Roberto Servitje Achutegui *	2010	66

* Consejero independiente.

Comité de Prácticas Societarias

Está constituido 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
- Ratificar y revisar el presupuesto de inversiones de capital, así como supervisar su uso.
- Opinar respecto al desempeño de los directivos relevantes.

Durante 2019, el Sr. Roberto Servitje Achutegui –consejero independiente–, fungió como experto financiero en apoyo a las funciones de ambos Comités.

Integración del Comité de Prácticas Societarias en 2019

Nombre	Miembro desde	Edad
Gonzalo Brockmann García *	2010	64
Roberto Servitje Achutegui *	2010	66
Guillermo Salinas Pliego **	2010	60

* Consejero independiente.

**Consejero relacionado.

102-26, 102-49

Comité de Integridad

Está conformado por tres miembros designados por la Asamblea de Accionistas y, para el ejercicio de sus funciones podrá contar con el apoyo del Director General de Cumplimiento; algunas de sus responsabilidades son:

- Elaborar y revisar el Código de Ética y Conducta de Grupo Elektra, con la finalidad de mantenerlo actualizado en conjunto con los códigos, políticas y procedimientos pertinentes.
- Diseñar, estructurar, implementar, ejecutar y evaluar el Programa de Ética, Integridad y Cumplimiento ("PEIC" o "Programa de Integridad").
- Verificar que las operaciones y negocios de Grupo Elektra se desarrollen de forma ética, íntegra y transparente.
- Ejecutar un programa de capacitación en materia anticorrupción para directivos y colaboradores.
- Difundir el PEIC.
- Atender y resolver los asuntos relacionados con el Programa de Integridad del Grupo, incluyendo cualquier violación al mismo, así como investigarlos e imponer las sanciones correspondientes.
- Controlar, vigilar y auditar el PEIC.
- Monitorear toda modificación al marco legal o regulatorio que impacte la Política de Integridad del Grupo.
- Aprobar las modificaciones y adecuaciones al propio programa.

Integración del Comité de Integridad

Nombre	Miembro desde
Javier Arturo Ferrer Báez	27 de marzo de 2020
Alberto Javier Bringas Gómez	27 de marzo de 2020
Norma Lorena Contreras Cordero	27 de marzo de 2020

Nota. Los miembros podrán ser removidos por el Consejo de Administración en cualquier tiempo.



Derivado de la creación del PEIC, tanto Grupo Elektra como Banco Azteca se ubicaron en la posición número 13 del "Ranking 2019: Las 500 empresas contra la corrupción"

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

Aunado a estas sesiones, 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 permanente y se lleva a cabo a través de reuniones, llamadas, videoconferencias, correos electrónicos, entre otros medios. De esta manera, 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.

Evaluación del Consejo

102-28

El proceso de revisión de la calidad del desempeño del Consejo de Administración se lleva a cabo a través de una autoevaluación anual, efectuado por parte del Presidente de los Comités de Auditoría y Prácticas Societarias, quien presenta los resultados por medio de un reporte de operaciones y actividades del Consejo a la Asamblea Anual Ordinaria de Accionistas.

Equipo directivo

102-10, 102-19, 102-20

Grupo Elektra se distingue por la amplia experiencia de su equipo directivo, cualidad que contribuye al reforzamiento de la gestión de cada una de las áreas que lo conforman, así como al cumplimiento de los objetivos organizacionales. Durante 2019, el equipo directivo estuvo integrado de la siguiente manera:

Nombre	Cargo
Alejandro Valenzuela del Río	Director General de Banco Azteca
Fabrice Jack Deceliere Márquez	Director General de Red Única
Luis Niño de Rivera Lajous	Presidente del Consejo de Administración de Banco Azteca
Adriana de la Puente Martínez de Castro	Directora General de Desarrollo Humano, Comunicación e Integración de Grupo Elektra
Manuel González Palomo	Vicepresidente de Sistemas
James A. Ovenden	Director General de Purpose Financial
Gabriel Alfonso Roqueñí Rello	Director General Jurídico y Secretario no miembro del Consejo de Administración de Grupo Elektra
Manuel Delgado Forey	Director de Finanzas y Administración de Grupo Elektra
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
Héctor Ovidio Romero Tovar	Director General de Punto Casa de Bolsa
Rodrigo Riveroll Otero	Director General de Elektra Comercio
Manuel Gómez Palacio Pin	Director General de Italika

El rol del Presidente del Consejo de Administración de Grupo Elektra y del Director General de Banco Azteca recae en distintas personas, independiente uno del otro

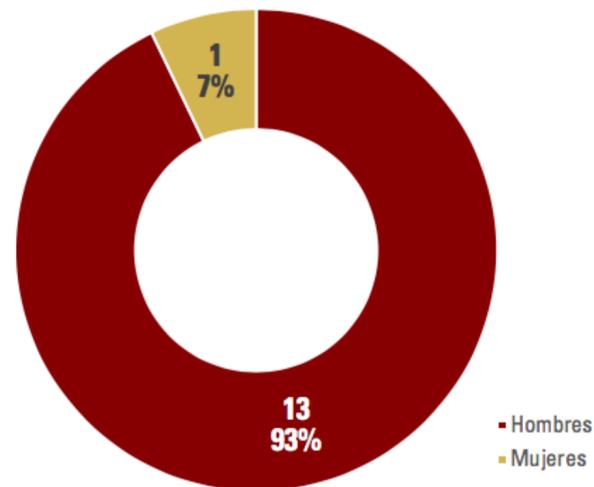
GRI 405, 406: 103-1, 103-2, 103-3
 405-1

Grupo Elektra cuenta con una política de inclusión laboral y, por medio del acceso a la educación, formación y orientación, refuerza de manera permanente un modelo de trabajo inclusivo, así como el empoderamiento del personal y del equipo directivo, así como de los miembros del Consejo de Administración y de los Comités que lo apoyan en sus funciones.

A través del Código de Ética y Conducta aprobado por el Comité de Integridad el 25 de abril de 2019 y ratificado por el Consejo de Administración el 30 de abril de 2019, los principios de inclusión y meritocracia laboral que existen en la sociedad fueron reforzados, por lo que, en junio de 2019, Tiendas Elektra, Banco Azteca e Italika obtuvieron la Certificación de la Norma Mexicana NMX-R-025-SCFI-2015 en Igualdad Laboral y No Discriminación.

El modelo de trabajo inclusivo continúa siendo reforzado a través del empoderamiento del personal y órganos de gobierno corporativo, mediante el acceso a educación, formación y orientación. De esta manera, el Grupo aborda el crecimiento laboral como consecuencia de la meritocracia; esto es, el desarrollo profesional dentro del Grupo es producto del talento, esfuerzo, competencia o aptitud específica para una determinada función, sin influencia alguna de religión, género, preferencia política, entre otras.

Composición del equipo directivo de Grupo Elektra por género



Italika Estructura operativa

Italika se encuentra conformada por seis Direcciones de Área:

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

Asimismo, con la finalidad de garantizar la correcta operación de la empresa, Italika cuenta con tres Comités: Presupuesto, Producto y Ejecutivo. Con el objetivo de contar con un enfoque integral, en ellos participan alrededor de 30 colaboradores de las áreas de Desarrollo de Producto, Post-Venta, E-Commerce, Autoservicios, Italika en Elektra, Agencias Propias, Distribuidores Concesionados, Marketing, Ensamblika, LAM y Calidad.

El Comité Ejecutivo representa el centro en el proceso de toma de decisiones y, en conjunto con las reuniones periódicas para la revisión de los ejes clave de la operación, integran los mecanismos para la gestión de la estrategia de Italika.

Remuneración a consejeros y directivos relevantes

102-35, 102-36, 102-37

La cantidad total establecida por Grupo Elektra y subsidiarias por el ejercicio de 2019 a Consejeros (incluyendo el Presidente del Consejo), directivos relevantes de la sociedad e individuos con el carácter de personas relacionadas, por los servicios prestados por los mismos en cualquier carácter fue de aproximadamente MXN\$3,130 millones.

Esta cantidad fue determinada considerando los servicios prestados, los logros de la Compañía en su operación normal –incluyendo métricas financieras y relativas a la gestión de riesgos–, 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.

Conflicto de intereses

102-25

El Código de Ética de Grupo Elektra –instrumento aplicable a consejeros y directivos que rige las operaciones de las empresas que lo conforman e impulsa la honestidad al interior del mismo– establece que la toma de decisiones y ejecución de acciones deben buscar siempre el mayor beneficio para la Compañía, dejando fuera las relaciones y beneficios personales.

Para garantizarlo, Grupo Elektra cuenta con diversos mecanismos y procedimientos. Uno de ellos es la Política de Operaciones con Partes Relacionadas, emitida por el Consejo de Administración desde hace 15 años. En ella se establecen las restricciones y aprobaciones que deben obtenerse previo a la celebración de operaciones con filiales, asimismo, se prevén controles internos, externos y sanciones en caso de incumplimiento.

De igual manera, aborda estas situaciones en el Código de Ética y Conducta⁶ emitido en 2019, el cual establece que se presenta un conflicto de interés cuando los intereses personales, familiares o de negocios pueden afectar el desempeño imparcial y el cumplimiento en la toma de decisiones, o bien, que pudiera comprometer una actuación eficiente y objetiva, de conformidad con los valores y principios de Grupo Elektra o de la legislación.

El Comité de Auditoría es el órgano responsable del conocimiento y supervisión de las operaciones que se realizan con partes relacionadas; es quien 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.

El Comité de Prácticas Societarias es el órgano encargado de informar 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 ésta controla o en las que tenga valiosa influencia.

⁶ Para mayor información sobre el Código de Ética y Conducta de Grupo Elektra, consulte la página 52 del presente Informe, o bien, visite la página: grupoelektra.com.mx/Documents/ES/Downloads/Codigo-de-Etica-y-Conducta-de-Grupo-Elektra-2019.pdf.

* Este sistema fue verificado por un tercero para más información referirse a la página 238 de éste informe.

Gestión de riesgos*

Gestión de riesgos: 103-1, 103-2, 103-3
102-15, 102-29, 102-30, 102-31, FS2

La gestión integral de riesgos es un proceso clave en Grupo Elektra para generar una cultura enfocada en riesgos y asegurar su cumplimiento.

La gestión de riesgos es aplicable a todas las unidades de negocio del Grupo, sin embargo, destaca la atención brindada al negocio financiero. Esto se debe a la naturaleza de las actividades que en él se realizan, las cuales están orientadas a la intermediación bancaria a través del otorgamiento de créditos al consumo y a la estrategia de fondeo sustentada en la captación tradicional.

Para ello cuenta con un marco interno que se sustenta en los siguientes principios:

Regulación y mejores prácticas

Gobierno corporativo

Monitoreo y análisis

Enfoque basado en riesgo

Cultura de prevención

Este enfoque permite que, de manera permanente, la Institución identifique los riesgos potenciales en toda la organización, mediante una estructura que integra en la primera línea de defensa a todas las áreas y colaboradores consolidando el enfoque en riesgos en cada una de las actividades de negocio, operativas y de soporte; en la segunda línea de defensa se encuentran los responsables de control y gestión de riesgos en la estructura de la organización, quienes con la finalidad de que funjan como contrapeso real, tienen independencia y cuentan con la autoridad suficiente para reforzar el modelo en temas de riesgo de cumplimiento; por último, en la tercera línea de defensa se encuentra Auditoría Interna quien revisa la eficacia del sistema de gestión y su cumplimiento.

1ª Línea	2ª Línea	3ª Línea
Área de negocio	Responsables de control y gestión de riesgos	Auditoría Interna
<ul style="list-style-type: none"> • Asumen riesgos y son responsables de su gestión continua en toda la operación. • Identifican, evalúan y notifican exposiciones de riesgo, teniendo en cuenta el apetito por el riesgo de la Institución, sus políticas, procedimientos y controles. 	<ul style="list-style-type: none"> • Los responsables de control y gestión de riesgos son independientes a las áreas de negocio. • Vigilan y evalúan los riesgos y problemas, independientemente de la línea de negocio. • Promueven la importancia en la alta dirección y los jefes de las áreas de negocio en la identificación y evaluación de los riesgos. • Dan seguimiento rutinario del cumplimiento de la legislación, normas de gobierno corporativo, regulaciones, códigos y políticas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecuta una revisión independiente y objetiva sobre la calidad y eficacia del sistema de control interno, la primera y segunda líneas de defensa, así como el marco de gobierno del riesgo. • Los miembros del equipo de Auditoría Interna son altamente competentes y no participan en las funciones de la primera y segunda líneas de defensa.

El sistema de gestión de riesgos ejecuta el modelo con un enfoque conservador, a través del cual administra de manera prudente el balance y la operación⁷, con el propósito de garantizar el mejor uso del patrimonio e inversión del capital, además de que su operación sea prudencial y sin carácter especulativo, con el fin de asegurar la asignación eficiente de recursos hacia la colocación de crédito.

FS3

Aunados a los riesgos de crédito, de liquidez, de mercado y operacionales, los principales riesgos identificados en las operaciones de Banco Azteca son:

- Riesgos en originación de crédito, en el sentido que el riesgo de los clientes aceptados en la transacción no refleja el riesgo de crédito real. Para mitigarlo, Banco Azteca desarrolló:

- El nuevo modelo interno que captura de mejor manera el perfil de riesgos al segmentar en mayor medida las principales variables que describen el riesgo por tipo de producto.
- Un nuevo modelo de originación que complementa el seguimiento de matrices de transición en la evaluación de nuevos clientes.
- Necesidad de valuación del riesgo crédito. La Institución implementó nuevas técnicas analíticas, mismas que ayudan a evaluar en mejor medida las causas que dan mayor influencia a la pérdida esperada en cada transacción, considerando los parámetros del modelo interno.
- Administración del portafolio de crédito. Logró analizar de forma global la exposición del riesgo de crédito asumido por la Institución mediante el robustecimiento en la gestión de riesgos.
- Mitigación o transferencia del riesgo crédito asumido.
- El riesgo de mercado y balance por la volatilidad en el tipo de cambio. Fueron mitigados a través de estrategias de posición de instrumentos financieros derivados que cubren el riesgo abierto al tipo de cambio.
- Política monetaria de baja de tasas. Se buscó tener un portafolio con posiciones en mercado de dinero a tasa fija con plazos más largos, sin aumentar en gran medida la duración total del portafolio.
- Posibles fallas en:
 - La ampliación de la cartera de productos. Banco Azteca implementa opciones innovadoras para proporcionar bienestar y progreso a sus clientes.
 - 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 toda la red de sucursales de Banco Azteca.
 - La ampliación del alcance de las operaciones de Banco Azteca en México y el logro de su óptimo desarrollo.
 - El incremento del sentido de identidad y pertenencia por parte de los colaboradores, al no poder transformar la cultura, impactando con ello de manera negativa el índice de rotación.
 - La incidencia en la mejora de la calidad de vida de las comunidades donde opera la Institución y el apoyo a los programas de Fundación Azteca.
 - El fomento de la ecoeficiencia y del ahorro de energía en las sucursales de Banco Azteca.
 - Los sistemas y robo de información por causa de intrusiones externas y ataques de ciberseguridad, como hackers, phishing, vishing, smishing, pharming, skimming. Estos riesgos fueron atendidos de manera preventiva, derivado del seguimiento y monitoreo por parte de las áreas de Sistemas y Seguridad de la Información.

⁷ Para obtener mayor información sobre la estabilidad financiera de Banco Azteca, consulte la página 184 del apartado "Anexos" del presente Informe.

FS2, FS3, FS4, FS9

Con el fin de evitar la materialización de estos riesgos y su impacto, Banco Azteca ha adoptado un robusto conjunto de controles, sustentados en directrices institucionales y en la legislación aplicable, así como en las mejores prácticas formuladas a nivel nacional e internacional. Entre ellos se encuentran:

- **Manuales de políticas y procedimientos**

Establecen los objetivos, procesos y metodologías utilizadas para la administración de riesgos en las instituciones financieras. Para cada riesgo se han desarrollado herramientas de medición y de gestión especializadas, las cuales son revisadas anualmente para su actualización, validadas y autorizadas en algunos casos por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), así como auditadas por un tercero independiente.

- **Medidas de control interno**

Son aquéllas que permiten garantizar el cumplimiento de los procesos y su apego a la normatividad vigente en todas las áreas críticas de la estructura, como sucursales, Tesorería, transferencias electrónicas, etc.⁸

- **Medidas y controles de riesgo operacional**

Banco Azteca cuenta con medidas y controles para prevenir y contener diversos riesgos operacionales –como fraude externo, fraude interno, incidencias en el negocio y fallas en los sistemas, ejecución, entrega y gestión de procesos, así como la ocurrencia de eventos externos–, entre ellos:

- Medidas preventivas
 - Vacunas en cajeros automáticos.
 - Alertas y seguimiento preventivo de los cajeros automáticos.
 - Campañas dirigidas a los clientes para prevenir el robo de identidad.
 - Automatización de procesos para evitar riesgos operativos humanos.
 - Comunicación eficiente interna para contingencias en Geografía.
 - Monitoreo de condiciones climáticas de zonas de riesgo en temporada de huracanes/inundaciones.
- Controles
 - Validación vía sistema de huellas y nombre de los colaboradores.
 - Revisión aleatoria de expedientes por parte de Auditoría.

- Mantenimiento de biométricos.
- Mantenimientos preventivos y respaldos de información.
- Ambiente de desarrollo para realizar las pruebas a los cambios hechos en el sistema.
- Verificación de cumplimiento de requisitos mínimos establecidos por tipo de producto.
- Capacitación de productos a la geografía a través de comunicados y presenciales.
- Reuniones de la alta dirección para toma de decisiones relacionada a eventos/acontecimientos/desastres naturales.
- Capacitación en materia de protección civil.

- **Información sobre los objetivos y resultados de la gestión de riesgos**

Disponible para el público inversionistas y el público en general, tanto en los estados financieros, como en los sitios corporativos.

- **Estructura funcional de la Unidad de Administración Integral de Riesgos**

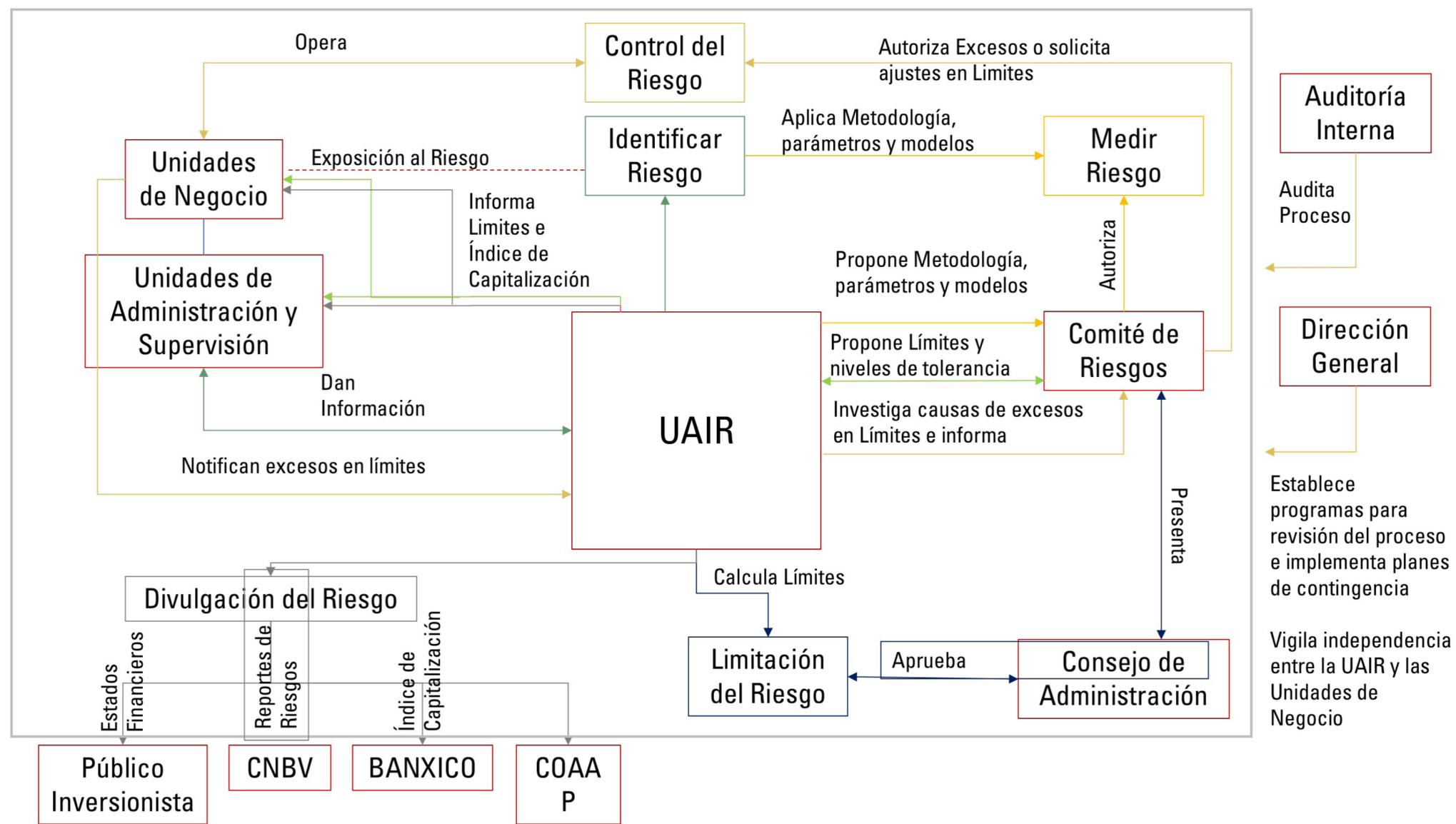
Pieza relevante en la definición de los objetivos, políticas, procedimientos y acciones para identificar, medir, vigilar, limitar, controlar, informar y revelar los riesgos a los que está expuesto Banco Azteca.

La Unidad de Administración Integral de Riesgos participa activamente en los diferentes foros y comités, tales como el Comité de Riesgos, Comité de Activos y Pasivos, Comité de Remuneraciones, Comité de Tasas, entre otros, exponiendo y dando seguimiento a los riesgos a los que se encuentra expuesta la Institución para una correcta gestión de los mismos dentro de toda la estructura corporativa.

- **Comité de Riesgos**

Órgano colegiado que tiene como objeto fundamental la administración de riesgos a los que se encuentra expuesta la Institución y vigilar que la realización de las operaciones se ajuste a los objetivos, políticas y procedimientos para la administración integral de riesgos, así como a los límites globales de exposición al riesgo que hayan sido previamente aprobados por el Consejo de Administración.

⁸ Para conocer más acerca del proceso de gestión de riesgos de Grupo Elektra y, en especial de Banco Azteca, por favor visite la página: http://www.grupoelektra.com.mx/News/Reporte.aspx?idPdf=2971&tp_doc=2&sit=IREKT.



Los miembros actuales no ejecutivos del Consejo de Administración han recibido capacitación y son expertos en términos de gestión de riesgos y cuentan con dos miembros con participación activa dentro de los Comités de Riesgo

Cuando Banco Azteca identifica riesgos potenciales, éstos son reportados a los órganos de control para asegurar su correcta gestión y vigilar los límites globales de exposición al riesgo previamente aprobados por el Consejo de Administración. Asimismo, con la finalidad de fortalecer las medidas con las que cuenta, la Institución revisa los sistemas y las metodologías de riesgo con una frecuencia anual, incluyendo la aprobación de productos y los límites de transacciones por clientes.

Adicionalmente, la Institución ha establecido diversas estrategias para promover la adopción y fortalecimiento de una cultura de gestión de riesgos en toda la organización, fundamentadas principalmente en la impartición de capacitación interna al personal del Área de Riesgos, a excepción de los cursos de Prevención de Lavado de Dinero (PLD) y de Protección de Datos Personales, los cuales están dirigidos a toda la Institución. Entre algunos de los temas abordados se encuentran:

- *Risk Management & Trading Conference* (Riskmathics)
- Simposio de Riesgos de la Asociación de Bancos de México (ABM)
- Curso del Instituto para la Protección al Ahorro Bancario (IPAB)
- Curso de Prevención de Lavado de Dinero (PLD)
- Curso de Protección de datos personales (PDP)

Por otra parte, imparte capacitación y evaluaciones en materia de riesgo operacional a las diferentes unidades de negocio y soporte de Banco Azteca, con la finalidad de reforzar la prevención de pérdidas futuras en materia de fraudes, fallas en sistemas, errores en la gestión de los procesos, robos y asaltos, multas normativas y demandas por clientes o colaboradores.

Durante 2019, Banco Azteca robusteció el conocimiento de los procesos para la gestión de riesgos a través de una sólida campaña de comunicación constituida por el envío de correos y la colocación de comunicación de cultura preventiva en el portal institucional, en los que se enfatizaban la prevención de fraude y la seguridad de la información.

Adicionalmente, se realizaron evaluaciones de riesgos para el desarrollo de nuevos productos o servicios previos a la aprobación por parte del Comité de Riesgos, enunciando una lista con los diferentes riesgos a los que estaría expuesto el nuevo producto, así como otros tipos de riesgo que pudieran presentarse a causa de la operación de tales productos.

51,594

horas de capacitación en gestión de riesgos en Banco Azteca en México y Latinoamérica

58,627

participaciones* de colaboradores de Banco Azteca en México y Latinoamérica en cursos de formación en materia de gestión de riesgos

Uno de los principales objetivos de Grupo Elektra para 2020 y, en especial, de Banco Azteca, es la incorporación de criterios ambientales, sociales y de gobierno corporativo – ESG, por sus siglas en inglés– en la gestión de riesgos para el análisis de crédito comercial y Afore Azteca

* Se consideran las participaciones, pues un colaborador pudo cursar diferentes eventos de formación, tanto de manera presencial como en línea. Para conocer mayor detalle sobre este tema, consulte la página 211 del apartado "Anexos" del presente Informe.

Para conocer mayor información sobre los logros 2019 y los objetivos 2020 en gestión de riesgos de Grupo Elektra y, en especial de Banco Azteca, por favor visite la página 187 del apartado "Anexos" del presente Informe.

Ciberseguridad

Gestión de riesgos, Ciberseguridad: 103-1, 103-2, 103-3

En adición a la protección de los datos personales, la seguridad de la información y la ciberseguridad son temas prioritarios para Grupo Salinas, por lo que, cuenta con el Despacho de Seguridad de la Información (DSI) para gestionarlos de manera óptima.

De esta forma, Banco Azteca es una de las unidades de negocio atendidas por el DSI y, a fin de tomar las medidas necesarias ante los riesgos de trascendencia para la Institución, en 2014 se estableció el Comité de Sistemas, órgano cuyo objetivo es tomar decisiones que garanticen la seguridad en la información de los usuarios de los servicios financieros, y cumplan con los estándares de la industria, así como la normativa vigente.

Posteriormente, de conformidad con la entrada en vigor de la reforma a la Circular Única de Bancos, de 28 de noviembre de 2018, la Dirección General de Banco Azteca, en coordinación con el Comité de Sistemas de Grupo Salinas, determinó instituir el Comité de Ciberseguridad, cuya primera sesión tuvo lugar el 11 de diciembre de 2018.

El Despacho de Seguridad de Información (DSI) cuenta con la siguiente estructura:



Entre los instrumentos que rigen el sistema de seguridad de la información / ciberseguridad, se encuentran la Política basada en la Norma ISO 27001:2001 y el Manual Institucionales de Seguridad de la Información de Banco Azteca; este último orientado a proteger los datos e información, frente a riesgos de robo, divulgación, acceso no autorizado, modificación, pérdida, interrupción o mal uso que se suscite de forma intencional o accidental.

Los principales indicadores clave de desempeño (KPIs) en materia de seguridad de la información / ciberseguridad, son los siguientes:

Concepto	Indicadores clave de desempeño (KPIs)	Resultado 2019
Seguridad de la información / Ciberseguridad	Diseño de un modelo de ciberseguridad para los servicios digitales de Grupo Elektra que gestione y minimice los riesgos por pérdidas del patrimonio de sus empresas.	Minimización de los riesgos de ciberseguridad del ecosistema SPEI implementando un modelo de controles con una visión unificada de riesgo, que contempla controles de prevención de fraudes, conciliaciones, seguridad de la información, entre otros.
	Establecimiento de un modelo implementado y gestionado de ciberseguridad para ecosistemas operados desde servicios en nube pública y privada.	Diseño del modelo de seguridad aplicable para los servicios que se determine operarán desde la nube.
	Incremento de capacidades de monitoreo de seguridad, implementando alertamientos basados en ecosistemas Core de Banco Azteca.	Incremento de las capacidades de monitoreo implementando tecnología de Inteligencia Artificial en los ecosistemas Core del Banco que permiten tener mayor visibilidad y análisis ante cualquier posible intento de incidente de seguridad.
	Aumento de las capacidades tecnológicas de los especialistas, así como la incorporación de personal nuevo con capacidades complementarias; todos ellos guiados por un modelo de gestión eficiente.	Impartición de capacitación especializada al personal directamente encargado de la administración de la seguridad de la información.
	Implementación de nuevos mecanismos de encriptación que garanticen la integridad de la información de los ecosistemas de Banco Azteca.	Definición de la arquitectura de seguridad y el proceso de punta a punta de los controles de ciberseguridad para la instalación de un cajero automático, contemplando controles de ciberseguridad desde su instalación inicial, gestión de contraseñas, encriptación de disco, identificación de dispositivos, mantenimiento, entre otros procedimientos.

Para considerarse en producción, todos los ecosistemas de Banco Azteca deben contar con un proceso de certificación interna diseñado por el DSI que consiste en el cumplimiento de más de 200 controles con una visión de ecosistema:

- Seguridad de aplicación
- Seguridad de red
- Seguridad de bases de datos
- Seguridad de servidores
- Seguridad de datos
- Seguridad en el transporte de información

De acuerdo con la Política y el Manual Institucionales de Seguridad de la Información de Banco Azteca, todos los colaboradores, así como el personal externo deben sujetarse a las políticas y procedimientos de seguridad de la información, así como a las sanciones derivadas de las violaciones que cometan. Así, para mitigar los riesgos de incumplimiento de las directrices, el personal recibe entrenamiento apropiado respecto a la seguridad de la información, enfatizando en las responsabilidades y obligaciones que determinan la política y la normativa aplicable.

A través del Portal Institucional de Grupo Salinas, los colaboradores tienen acceso al curso de “Seguridad de la Información”, mismo que, de manera anual, debe ser aprobado por cada uno de ellos para considerar su capacitación efectiva, estableciendo una cultura del trabajo, con pleno conocimiento de la importancia de la seguridad de la información, que asuma sus obligaciones para reducir el error humano, y evitar abusos en el manejo de los bienes de información y sistemas asociados. Asimismo, el personal que está directamente encargado de la administración de la seguridad recibe formación especializada.

* Se consideran las participaciones, pues un colaborador pudo cursar diferentes eventos de formación, tanto de manera presencial como en línea. Para conocer mayor detalle sobre este tema, consulte la página 211 del apartado “Anexos” del presente Informe.

62,558 participaciones* de colaboradores de Banco Azteca en México y Latinoamérica en cursos de formación en ciberseguridad

55,948 horas de capacitación en ciberseguridad en Banco Azteca en México y Latinoamérica



Aunado a la capacitación, es obligación del personal de la Institución mantenerse informado respecto a las normas, disposiciones y prácticas de seguridad de la información, lo cual se autentica a través de la acreditación de los exámenes desarrollados para proteger la información.

El DSI hace partícipes a todos los colaboradores en la identificación y gestión de riesgos en materia de ciberseguridad, pues cuenta con un proceso de reporte de incidentes que puede ser realizado mediante seis vías distintas, entre las que se destacan:

- Help Desk
- Correo electrónico externo a la cuenta dsi@gruposalinas.com.mx.
- Correo electrónico interno a la cuenta de "Seguridad de la Información".
- Soporte en línea a través del portal corporativo.

Toda transgresión a la ciberseguridad debe ser reportada y, con el objeto de atender de manera adecuada la situación, la información debe ser lo más completa posible, aportando la mayor cantidad de evidencias. Todos los reportes son gestionados con total confidencialidad y se prohíbe la divulgación de las incidencias a personal externo, salvo que por necesidades del servicio sea necesario, o por disposición expresa de la ley.

Los eventos de seguridad de la información suscitados son evaluados de acuerdo con los parámetros determinados, a fin de brindarles la escala y trato adecuado. De esta forma, el DSI cuenta con procedimientos para el manejo de incidentes que consideran situaciones de pérdida o falla de servicios, acceso no autorizado a sistemas, malware o violación a las medidas de seguridad de la información, así como con un proceso para el análisis de las causas de origen que aporten datos para planear las medidas de prevención y correctivas conducentes.

La Política Institucional de Seguridad de la Información de Banco Azteca cuenta con un anexo referente a la seguridad física y ambiental, el cual aborda una serie de disposiciones para prevenir la pérdida, daño, robo o compromiso de activos e interrupción de las operaciones de la organización en relación con los equipos. Instituye que, en caso de existir un equipo de cómputo desatendido, éste debe contar con la protección apropiada; prevé el bloqueo tanto por tiempo de inactividad del equipo, como por parte del usuario, cuando se retire de su lugar de trabajo.

De igual manera, la política establece la existencia del protocolo Revisión de Escritorio Seguro, en el que los lugares de trabajo deben estar libres y limpios, sin papeles y sin información relevante para la Institución, así como pantalla limpia, para las instalaciones de procesamiento de la información. La utilización de medios de almacenamiento removibles será viable en función del nivel de responsabilidad del usuario. Se prevé un procedimiento administrativo, para que, en caso de encontrar información relevante en la ejecución de este protocolo, de acuerdo con su criticidad, en conjunto con el

responsable de la unidad de negocio y Auditoría Interna, se determinen las sanciones pertinentes.

Actualmente, el sistema de seguridad de la información de Grupo Salinas no cuenta con un seguro; no obstante, se está negociando para que, en el corto plazo, éste se obtenga a través de Seguros Azteca y una compañía reaseguradora transnacional. Cabe resaltar que las primeras negociaciones se hicieron únicamente con respecto a las necesidades de ciberseguridad de Banco Azteca, sin embargo, se replanteó la estrategia, para contar con la cobertura transversal para diversas empresas de Grupo Salinas.

 INSTALA Y/O ACTUALIZA UN ANTIVIRUS	Mantén tus REDES SOCIALES PRIVADAS	 DESACTIVA TU UBICACIÓN en redes sociales	 NO DESCARGUES APLICACIONES de sitios no oficiales
REVISA LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES DEL SERVICIO Y/O APLICACIÓN	A TRAVÉS DEL DSI TE DAMOS 10 TIPS PARA PROTEGER TU IDENTIDAD PERSONAL		SIEMPRE CIERRA TODAS TUS SESIONES de correo y redes sociales
NUNCA PRESTES TUS DISPOSITIVOS PERSONALES	 EVITA CONECTARTE a redes WiFi públicas	NO ABRAS CORREOS de remitentes desconocidos	 UTILIZA UNA CONTRASEÑA DIFERENTE para cada una de tus cuentas

LA PRIVACIDAD Y PROTECCIÓN DE TU INFORMACIÓN ES TU DERECHO

¡PREVÉ, INFÓRMATE, ACTÚA! CUIDAR TU INFORMACIÓN ES LA MEJOR DECISIÓN



Más de
MXN\$300 mil
de bonificación
a clientes de
Banco Azteca y
Micronegocio
Azteca en 2019,
derivado de las
contingencias
acontecidas
durante el año

Gestión de riesgos ambientales

Proceso de gestión de riesgos

GRI 201; Gestión de riesgos: 103-1, 103-2, 103-3
102-11, 102-15, 102-29, 201-2

Los procedimientos para identificar, evaluar y gestionar los aspectos del cambio climático se encuentran integrados en procesos multidisciplinarios de gestión de riesgos en toda la empresa y en el Plan de Continuidad del Negocio. Banco Azteca cuenta con políticas de cálculo de impactos por contingencias en dos vertientes:

- Cualitativa: servicio al cliente, operacional, incumplimiento regulatorio y reputacional.
- Cuantitativa: volumetría de operaciones, montos correspondientes y asignación del nivel de criticidad.

Una vez identificados los impactos de conformidad con ambos criterios, la Institución determina las medidas a ejecutar, los responsables de la ejecución y la manera en la que se llevarán a cabo.

En adición a los procesos internos de gestión de riesgos, Banco Azteca busca apoyar a sus clientes afectados por fenómenos climáticos adversos.

Por ejemplo, durante 2019, derivado de contingencias climáticas, Banco Azteca cerró algunas sucursales de manera preventiva o por siniestro. Entre los eventos registrados se encuentran: la tormenta tropical Narda, la cual implicó el cierre de 28 sucursales; el frente frío No. 19, afectando cinco sucursales; la tormenta tropical Ivo Los Mochis; el Huracán Lorena y la inundación en Monterrey, Nuevo León.

En respuesta a estas contingencias, Banco Azteca y Micronegocio Azteca apoyaron a sus clientes, a través de la bonificación de recursos a su saldo.

Actualmente, la Institución se encuentra en el proceso de mejorar sus políticas y procedimientos internos en materia ambiental y social. Como parte de este esfuerzo se está definiendo la estrategia a seguir que permita la incorporación de los principios del Task Force on Climate Related Financial Disclosure en todas las unidades de negocio, por lo que se espera contar con un avance a reportar a los grupos de interés en los próximos dos años.

Principales riesgos identificados

102-11, 102-15, 201-2, FS1, FS2

Cartera de inversión: El nivel de exposición de la cartera de inversión de Banco Azteca a factores climáticos es bajo, debido a que la tesorería de Banco Azteca invierte principalmente en instrumentos gubernamentales de alta liquidez y de bajo riesgo. En operaciones en moneda extranjera los excedentes se invierten en bancos de primer orden del exterior y siempre a corto plazo. Durante 2017, 2018 y 2019, las operaciones de tesorería cumplieron con los límites de riesgo de mercado y liquidez, así como con los límites de exposición máxima en moneda extranjera.

Cartera de financiamiento: dentro de los riesgos relacionados con aspectos ambientales en la cartera de crédito vigente de Banco Azteca se han identificado los siguientes:

- Posición geográfica de los proyectos financiados: Actualmente el Banco participa en proyectos que son susceptibles a cambios físicos por eventos climatológicos dada su cercanía a las costas y otras regiones con alta exposición a fenómenos climatológicos.
- Pérdida de valor o afectación de valor de activos vinculados a sectores y proyectos con modelos de negocio altos en carbono.
- Afectación a la operación e ingresos de industrias de alto consumo energético o de otros recursos como (carbono, agua, etc.) debido a la transición a una economía más baja en carbono.
- Afectaciones reputacionales. Banco Azteca podría ser responsabilizada por el desempeño ambiental de sus inversiones a largo plazo dañando la imagen y la relación con las comunidades en las que operamos.
- Cambios en las preferencias y nuevas exigencias de los clientes buscando productos y servicios con valor ambiental.

Para reducir estos riesgos dentro del Sistema de Administración de Riesgos de Banco Azteca se han establecido las siguientes acciones:

- Revisión caso por caso: antes de generar una relación contractual se revisa caso por caso la situación de las empresas en términos de riesgos ambientales, sociales y de gobierno corporativo de la cartera de crédito y de inversión.
- Uso de listas de exclusión: como parte de los procesos internos de originación de crédito para rechazar el financiamiento de inversiones en sectores que conllevan altos riesgos o efectos negativos sociales y/o ambientales.
- Verificación de cumplimiento con legislación ambiental: cumplimiento por parte de los clientes de la legislación y reglamentaciones en materia ambiental (leyes, regla-

mentaciones, licencias, entre otros instrumentos de índole social y/o ambiental) de cada proyecto corporativo financiado.

- Visitas físicas: se llevan a cabo visitas físicas a los proyectos para acreditar el cumplimiento del marco regulatorio aplicable.
- Certificaciones y reconocimientos en materia ESG: con la finalidad de reducir el riesgo reputacional por las inversiones a proyectos de gran escala a largo plazo se hacen revisiones de las empresas con la finalidad de verificar la obtención en los últimos años de reconocimientos, distintivos, premios y menciones otorgados por instituciones reconocidas en materia laboral, ambiental, valor de marca, ESR, ética y Gobierno Corporativo.

Actualmente, Banco Azteca está construyendo una metodología que incluya los riesgos ESG en el score de otorgamiento de crédito.

Por otra parte, Afore Azteca para dar cumplimiento al requerimiento regulatorio de la inclusión de políticas ESG en la estrategia de inversión de las Siefos, ha generado un programa de trabajo estructurado en dos fases:

- Primera fase, concluye en diciembre 2020, se establecerán políticas generales de ESG para cada una de las clases de activos.
- Segunda fase, concluye en diciembre 2021, se homologarán y establecerán criterios específicos para los portafolios de inversión.

Afore Azteca tiene planeado avanzar durante el primer semestre de 2020 en los siguientes puntos:

- Capacitación y sensibilización del personal de Afore Azteca. Pláticas y cursos con PRI sobre la implementación de estrategias ESG en los portafolios de inversión, contexto y situación a nivel internacional y la implementación de estas estrategias en otras partes del mundo.
- Análisis de la huella de carbono del portafolio de Inversión. Afore Azteca realizará un análisis de la huella de carbono de los portafolios de inversión de las Siefos.
- Herramientas. Revisión y análisis de plataformas para tener acceso a información y scores en materia ESG.

Durante 2020, se continuarán evaluando estándares internacionales para su implementación en los portafolios de inversión y la definición de las primeras políticas generales.

Para conocer más sobre el proceso de gestión de riesgos ambientales de Banco Azteca, por favor consulte la página 188 del apartado "Anexos" del presente Informe.

Asimismo, de manera permanente se consideran los riesgos derivados de fenómenos climáticos extremos relacionados con el cambio climático, tales como huracanes, inundaciones, sequías, etc. Por ello, Banco Azteca cuenta con un seguro que ampara las 1,843 sucursales por daños materiales o pérdidas causadas en su infraestructura física y bienes por fenómenos naturales (Póliza Múltiple Empresarial). Asimismo, Banco Azteca cuenta con reservas de previsión ante riesgos catastróficos, las cuales consisten en la cobertura de terremoto y/o erupción volcánica; huracán y otros riesgos hidrometeorológicos.



Cultura corporativa

GRI 205, 415, 419: 103-2

Grupo Elektra tiene la firme convicción de que las operaciones basadas en los más altos estándares éticos e íntegros son clave para lograr y mantener el óptimo nivel reputacional que lo caracteriza, mismo que le ha permitido incrementar su rendimiento y productividad y, por tanto, cumplir con sus objetivos de negocio.

En este proceso, la interacción con sus grupos de interés representa parte fundamental, por lo que Grupo Elektra transmite y fortalece entre todos los *stakeholders* los principios que han hecho de sus empresas, organizaciones exitosas.

En 2019, Grupo Elektra hizo público su compromiso con la “Conducta Ética en los Negocios y Tolerancia Cero al Soborno y a la Corrupción”, por lo que creó el Programa de Ética, Integridad y Cumplimiento (PEIC)⁹. El objetivo de este programa es robustecer la aplicación de los principios, bases generales y políticas del Sistema Nacional Anticorrupción de México, aunado a las mejores prácticas nacionales e internacionales en el combate a la corrupción y el soborno en todas sus formas, asegurando la rendición de cuentas y la transparencia del Grupo.

El órgano de supervisión del cumplimiento del programa es el Comité de Integridad, el cual realiza sus funciones en total apego a la normatividad mexicana y a las mejores prácticas internacionales dictadas por la Organización de las Naciones Unidas (ONU), el Banco Mundial (WB), el Foro Económico Mundial (WEF), la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), la Cámara de Comercio Internacional (ICC), Transparencia Internacional (TI) y el Foro de Cooperación Económica Asia Pacífico (APEC). Este Comité presenta al Consejo de Administración un informe anual sobre el estado de operación y funcionamiento del PEIC.

⁹ Para mayor información sobre este Programa, visite la página: <http://www.grupoelektra.com.mx/Documents/ES/Downloads/Programa-de-Etica-Integridad-y-Cumplimiento-de-Grupo-Elektra-2019.pdf>

¹⁰ Para mayor información, consulte el Código de Ética de Grupo Elektra en la página: <http://www.grupoelektra.com.mx/Documents/ES/Downloads/Codigo-de-Etica-y-Conducta-de-Grupo-Elektra-2019.pdf>

* Estos datos y procesos fueron verificados por un tercero para más información referirse a la página 238 de éste informe.

Código de Ética

102-16

El Código de Ética de Grupo Salinas –conjunto de empresas al que pertenece Grupo Elektra– es el instrumento que rige la conducta de sus colaboradores y que promueve un comportamiento basado en la honestidad, la integridad y el apego a la legislación vigente en la consecución de sus operaciones.

Asimismo, en 2019 y como parte del PEIC, Grupo Elektra emitió el Código de Ética y Conducta¹⁰, aplicable para todos los accionistas, consejeros, asesores, directivos, colaboradores, contratistas y, en general, a toda persona que actúe en nombre o en representación de Grupo Elektra, incluyendo a quienes lo hacen por medio de un tercero, como proveedores, contratistas, socios, filiales y subsidiarias, o agentes.

Es el instrumento que establece un marco de conducta alineado a sus principios y valores, así como a la legislación aplicable y vigente. Funge como guía básica para identificar posibles conflictos éticos y establece las directrices que deben ser consideradas en la actividad profesional y en el entorno empresarial.

Con el fin de supervisar el cumplimiento de los preceptos, tanto del Código de Ética y Conducta como de las disposiciones legales aplicables a sus operaciones, Grupo Elektra cuenta con políticas y procedimientos de control –como las auditorías– que consideran la evaluación periódica de riesgos, para que, en concordancia con el proceso de mejora continua, éstos sean actualizados para su mitigación.

Asimismo, el Grupo provee orientación y capacitación focalizadas a todos los niveles de la organización, mediante la cual refuerza permanentemente el conocimiento y asunción de los valores, disposiciones del Código, políticas y procedimientos del PEIC, garantizando con ello el monitoreo de la efectividad, eficiencia y sostenibilidad de todos los mecanismos.

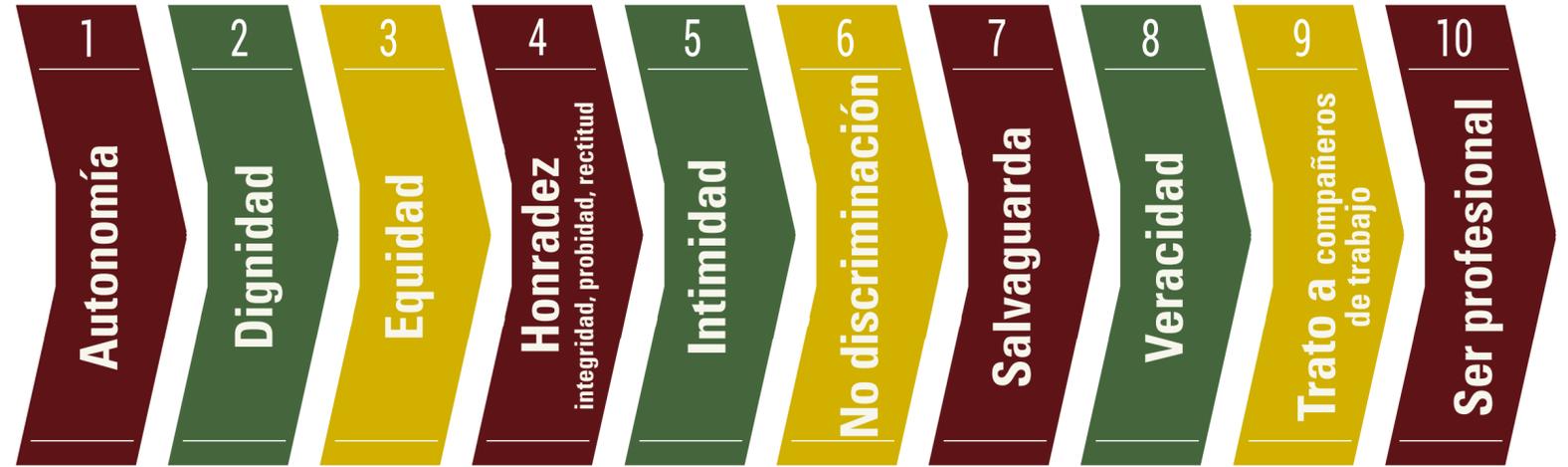
Aunado a lo anterior, el Código de Ética y Conducta está sujeto a una revisión periódica por parte del Comité de Integridad, con el fin de modificarlo en caso necesario y mantenerlo actualizado para el cumplimiento de las mejores prácticas a nivel nacional e internacional.

100%* de los colaboradores de todas las subsidiarias de Grupo Elektra conocen el Código de Ética y Conducta

100%* de los proveedores de Grupo Elektra conocen y han firmado el Código de Ética y Conducta de Grupo Elektra

<p>Honestidad</p> <p>Ser honesto es ser íntegro. Implica congruencia entre lo que se piensa, dice y hace. La honestidad permite establecer una relación de confianza y respeto, indispensables para trabajar en equipo.</p>	<p>Lealtad</p> <p>La lealtad a la empresa va de la mano con la honestidad. Implica ser fiel a las personas y a la organización. Consiste en “nunca dar la espalda” y estar juntos en las buenas y en las malas.</p>
<p>Ejecución</p> <p>El trabajo personal debe estar orientado a cumplir objetivos concretos y debemos hacernos responsables de ellos. Necesitamos comprometernos para cumplir nuestras asignaciones a tiempo, apegados al presupuesto y con calidad. Sólo así podremos crear la confianza y el respeto mutuo que exige el trabajo en equipo.</p>	<p>Respeto</p> <p>Implica ser tolerante y escuchar las opiniones de los demás aun cuando no estemos de acuerdo; significa tener disposición para aprender, lo que obliga a complementar enseñanzas, estilos y experiencias para maximizar el resultado.</p>
<p>Colaboración</p> <p>Es igual a trabajo en equipo, a integración y a respeto.</p>	<p>Confianza</p> <p>Existe cuando se comparte un interés en común.</p>
<p>Enfoque al cliente</p> <p>El cliente debe ser nuestro centro de atención. Debemos investigar de manera permanente los distintos segmentos del mercado para conocerlo mejor y para satisfacer siempre las necesidades de cada cliente.</p>	

* Se consideran las participaciones, pues un colaborador pudo cursar diferentes eventos de formación, tanto de manera presencial como en línea. Para conocer mayor detalle sobre este tema, consulte la página 211 del apartado “Anexos” del presente Informe.



Derechos Humanos

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

Grupo Elektra impulsa una cultura de respeto a los Derechos Humanos, rechazando todo tipo de conductas que vulneren la dignidad y calidad de vida de todas las personas involucradas en sus operaciones, como trabajo infantil, trabajo forzado, trata de personas, acoso laboral, explotación sexual, discriminación por raza, religión, origen étnico, género, edad, nivel socioeconómico, estado civil, preferencia sexual, inclinaciones políticas o nacionalidad, salud, incapacidad física, entre otras.

Lucha contra la corrupción

GRI 205, 415: 103-1, 103-2, 103-3

De conformidad con su filosofía, Grupo Elektra prohíbe la solicitud, aceptación, concesión, promesa u ofrecimiento, directa e indirectamente, de gratificaciones, sobornos o dádivas de cualquier tipo –regalos, cortesías, donativos, comisiones, etc.– y a cualquier persona, empresa, servidor público o autoridad.

Asimismo, prohíbe todo pago de facilitación a servidores públicos nacionales o extranjeros, entendido como el beneficio económico cuyo objetivo es agilizar algún trámite de rutina, aun cuando se cumpla con la totalidad de requisitos para su obtención.

59,404 participaciones* de colaboradores de Banco Azteca en México y Latinoamérica en cursos de formación en anticorrupción

205-1

Adicionalmente, todas las operaciones de Grupo Elektra y, en especial las concernientes a Banco Azteca, están sujetas a la *Guía para la Prevención y Detección de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita en el Sistema Financiero Derivadas de Actos de Corrupción de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores*.

205-3

El incumplimiento a estas disposiciones es sancionado severamente, pudiendo ser causal de terminación de la relación contractual, ya sea de carácter laboral, comercial o de cualquier otro tipo. En caso de presentarse una situación de esta índole, se informa a las áreas competentes para que determinen las medidas correspondientes.

205-2

Para asegurar que todos los colaboradores conozcan los procedimientos anticorrupción, Grupo Elektra imparte capacitación en este tema, enfatizando en la formación de las unidades de negocio de Banco Azteca.

En 2020, el Comité de Ética revisará la Política Anticorrupción de Grupo Elektra, con el fin de complementarla y actualizarla. Los temas que abordará serán:

- Manual de Donaciones
- Relación con terceros y debida diligencia
- Anticorrupción con Contratistas
- Cláusulas anticorrupción en contratos
- Reclutamiento y Selección
- Capacitación
- Prevención al Fraude Interno
- Transparencia
- Sistema de Denuncia
- Control de Auditoría

11 Consulte la página 191 del apartado "Anexos" del siguiente Informe para obtener mayor información respecto al cumplimiento de Grupo Elektra en este aspecto.

Donaciones y patrocinios

GRI 205, 415: 103-2

Grupo Elektra cuenta con la Política de Donaciones y Patrocinios, así como con diversos procedimientos para garantizar que la solicitud, aprobación y otorgamiento de donaciones, contribuciones y patrocinios se realicen con fines legítimos y que no se destinen a actos de corrupción y soborno.

De acuerdo con la normatividad mexicana, la política establece que no es posible otorgar donaciones o patrocinios a organismos o proyectos destinados a candidatos, organizaciones o partidos políticos¹¹, ni a grupos sindicales o religiosos; menos aún a organizaciones que no cumplen con los valores y principios empresariales del Grupo, con la legislación vigente o que presenten conductas discriminatorias.

Participación en actividades políticas

GRI 415: 103-2

Grupo Elektra no participa en procesos políticos, sin embargo, respeta la colaboración de sus grupos de interés en este tipo de actividades, siempre y cuando éstos reflejen sus opiniones, lo hagan fuera de la empresa y de su jornada laboral, sin hacer uso de bienes, servicios, marcas o logotipos de Grupo Elektra y sus empresas.

Asimismo, el Grupo prohíbe el desarrollo de actividades políticas en su representación que puedan vulnerar su integridad reputacional.

166,085
horas de
capacitación
en materia
anticorrupción
en Banco Azteca
en México y
Latinoamérica

Libre competencia

GRI 206: 103-1, 103-2, 103-3

De acuerdo con la Ley Federal de Competencia Económica de México, así como con los fundamentos de Grupo Elektra, está prohibido participar en acuerdos que pretendan transgredir, inclinar o restringir la libre competencia y concurrencia a los mercados, es decir, en conductas monopólicas absolutas.

La actuación de Grupo Elektra en los mercados donde opera se fundamenta en prácticas legales, íntegras, legítimas y éticas, por lo que se opone a cualquier actitud que privilegie su posición, en detrimento de sus competidores y viceversa.

En el Código de Ética y Conducta, Grupo Elektra y sus empresas han definido como Norma Fundamental de Conducta “realizar sus negocios de buena fe, con absoluta honestidad y en cabal cumplimiento de la Ley”, lo cual prohíbe expresamente a los consejeros, funcionarios y colaboradores a realizar cualquiera de las conductas que pudiera representar una práctica monopólica absoluta, señalando puntualmente que la asistencia a asociaciones y foros empresariales no se puede utilizar para establecer acuerdos con la competencia, y precisando que, la única información que pueden adquirir de sus competidores es la que obra en fuentes públicas.

Por su parte, Banco Azteca compite en diversos mercados del sector financiero, caracterizados por una alta concentración; por ello, para la Institución es importante que en estos mercados impere la libre competencia pues, de esta manera, se evitará que, a través de prácticas anticompetitivas, Banco Azteca sea desplazado indebidamente.

Grupo Elektra cuenta con un área especializada en competencia económica, a la cual pueden acudir los funcionarios y colaboradores para resolver sus dudas, consultas y para que se analice de forma interna si cierta acción que deben realizar implica alguna práctica anticompetitiva, con el fin de evitarla. Esta área es también la responsable de desahogar los requerimientos de información por parte de las autoridades de competencia económica, los cuales siempre han sido solicitados como competidores y no como sujetos investigados de alguna práctica anticompetitiva, muestra de que la Institución actúa en apego permanente a la libre competencia.

206-1

Banco Azteca no ha sido acreedor a demanda judicial o multa alguna por competencia desleal en el periodo 2015-2019*

Actualmente, Banco Azteca no es sujeto de ningún tipo de investigación por competencia desleal, de acuerdo con los contenidos en la materia establecidos en el Código de Ética y Conducta de Grupo Elektra*

Prevención de fraude interno

Se refiere a todo acto u omisión deliberado que induce al engaño o pretende timar a otra persona para conseguir un beneficio indebido, o bien, para que ésta incumpla sus obligaciones.

De esta manera, todos los integrantes de Grupo Elektra tienen el deber de prevenir e impedir este tipo de acciones. Aunado a lo anterior, deben proteger los activos de la Compañía, asegurando su correcta y eficiente utilización, de acuerdo con los fines legítimos del negocio, proscribiendo su aprovechamiento a título propio o de otra persona.

Confidencialidad

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

El Código de Ética y Conducta de Grupo Elektra establece que la información confidencial incluye todos los datos que no ostenten el carácter de públicos y que puedan ser utilizados por la competencia, o bien que, en caso de ser revelados, puedan afectar al Grupo o a cualquiera de sus grupos de interés. Esta información es gestionada por quienes, en la consecución de sus funciones, tienen la responsabilidad de conocerla, sin el derecho de utilizarla o divulgarla.

Así, la confidencialidad de la información que así lo requiera debe preservarse; además, es obligatorio asumir que la información del Grupo es confidencial, a reserva de que existan indicaciones claras de que sea pública.

Las infracciones a las disposiciones asentadas en el Código conllevan sanciones, según lo estipulado en la Ley de la Propiedad Industrial, la Ley Federal del Derecho de Autor, la Ley Federal del Trabajo y el Código Penal aplicable, independientemente de cualquier otra decisión que Grupo Elektra pueda tomar.

* Este dato fue verificado por un tercero para más información referirse a la página 238 de éste informe.

Denuncia

102-17

En caso de existir una falta al Código o a la ley, ésta debe ser reportada ante la Dirección de Cumplimiento o el Comité de Integridad, a través de los siguientes medios:

- contactanos@honestel.com.mx
- www.honestel.com.mx
- Escrito dirigido al Comité de Integridad

Estos canales son anónimos y confidenciales, además de permitir a los colaboradores, socios comerciales y a la sociedad en general, ser parte integral en la solución de cualquier problemática que se presente en relación con las operaciones de Grupo Elektra.

Todos los colaboradores deben cooperar en las investigaciones internas asociadas a este tipo de incumplimientos.

De igual manera, toda persona que tenga dudas o inquietudes sobre el contenido del Código de Ética y Conducta, o bien, respecto a lo que se considera una conducta indebida, tiene la posibilidad de consultarlo con el líder del área a la que se encuentra adscrita, a las Direcciones de Auditoría y Cumplimiento o al Comité de Ética.

Sanciones

Las faltas al Código de Ética y Conducta de Grupo Elektra, a los principios, políticas y procedimientos del PEIC, así como a las leyes aplicables conllevan una sanción de acuerdo con lo siguiente:

- Llamada de atención o amonestación privada
- Acta administrativa
- Término de relación laboral o contractual
- Cualquier sanción determinada por el Comité de Integridad con base en el catálogo de sanciones

- La aplicación de estas sanciones se lleva a cabo una vez concluido el procedimiento disciplinario:



Asimismo, estas sanciones son aplicadas a quienes autoricen, aprueben, permitan o participen en acciones que impliquen una contravención al Código; omitan intencionalmente informar o denunciar infracciones a las leyes o al Código; oculten información valiosa para las investigaciones; tomen represalias, inhiban o amenacen a cualquier persona, ya sea para incurrir en una falta o para evitar que formule una denuncia sobre algún incumplimiento; no tomen las medidas pertinentes ante una infracción por parte de algún miembro del equipo a su cargo.

En caso de que los proveedores, contratistas o personas físicas o morales que cuenten con una relación comercial con Grupo Elektra hayan cometido el quebrantamiento de las disposiciones legales y del Código, estarán sujetos a la rescisión del contrato.

Protección de datos personales*

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

Los datos en la era digital se han convertido muy rápidamente en bienes esenciales para toda empresa; su protección es un derecho inherente a la condición humana. Es así como Grupo Salinas y, por tanto, Grupo Elektra, en cumplimiento de las leyes aplicables –como la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares y su Reglamento, los Parámetros de Autorregulación en materia de Protección de Datos Personales, los Lineamientos del Aviso de Privacidad, los Lineamientos de los Procedimientos de Protección de los Derechos de Investigación y Verificación, y de Imposición de Sanciones, la Guía para cumplir con los principios y deberes de la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares y la Guía para Implementar un Sistema de Gestión de Seguridad de Datos Personales–, en conjunto con las pautas del Código de Ética y Conducta y las directrices de Grupo Salinas, llevan a cabo el tratamiento de los datos personales que se encuentran en su posesión con base en los más altos estándares de confidencialidad y en los principios de licitud, consentimiento, información, calidad, finalidad, lealtad, proporcionalidad y responsabilidad. Para garantizarlo, ambos Grupos cuentan con diferentes mecanismos¹², entre los que se encuentran:

¹² Para conocer la cobertura de los mecanismos de protección de la privacidad dados a conocer a los clientes por parte de Banco Azteca, consulte la página 192 del apartado “Anexos” del presente Informe.

* Éste sistema fue verificado por un tercero para más información referirse a la página 238 de éste informe.

Sistema de Gestión de Seguridad de Datos Personales (SGSDP), documentado a través de cinco manuales o políticas internas obligatorias para todos sus colaboradores y que se encuentran disponibles en el portal interno:

1

Política de privacidad y sistema de gestión de seguridad de datos personales, cuyo objetivo es establecer y proporcionar la política de privacidad, así como definir los principios, deberes, obligaciones, y procesos para la implementación del SGSDP previsto por la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares, su Reglamento, y demás normatividad aplicable, adoptando un Esquema de Autorregulación Vinculante.

2

Manual de atención a solicitudes de derechos ARCO –Acceso, Rectificación, Cancelación y/u Oposición–, con el objeto de establecer y proporcionar los lineamientos y procedimiento para la atención de las solicitudes ARCO de los clientes y usuarios de conformidad con la normatividad, así como atender quejas o inconformidades relacionadas con la protección de datos personales. En él se definen las responsabilidades del Departamentos de Datos Personales y de las áreas de tratamiento.

3

Manual de gestión del listado de exclusión, el cual establece la forma en que se controla la base de datos de todos aquellos clientes que manifestaron su negativa para que sus datos personales sean tratados con fines mercadotécnicos y publicitarios. Este proceso se realiza de manera automatizada al interior de Grupo Elektra y se conecta con los demás canales, a efecto de asegurar que en todo momento se respeta el derecho de los clientes.

4

Manual de atención de requerimientos del INAI, cuyo objetivo es establecer y proporcionar los lineamientos para atender los diferentes procedimientos de Protección de Derechos, Investigación y Verificación e Imposición de Sanciones, a fin de que las áreas proporcionen la información requerida en tiempo y forma y el Departamento de Datos Personales pueda emitir una respuesta adecuada a la autoridad.

5

Manual de remisiones y transferencias de datos personales, el cual regula y define la forma en que las empresas de Grupo Salinas y, por tanto, de Grupo Elektra, deben documentar la comunicación de información con terceros ajenos a los Grupos, siempre con la validación previa del Departamento de Datos Personales.

Despacho de Seguridad de la Información (DSI), Dirección transversal de Grupo Salinas.

Avisos de privacidad, disponibles en las páginas:

- <https://www.grupoelektra.com.mx/es/terminos-legales>
- <https://www.elektra.com.mx/aviso-de-privacidad>
- <https://www.bancoazteca.com.mx/content/dam/azteca/docs/footer/aviso-de-privacidad/19-03-12/aviso-de-privacidad.pdf>
- <https://italika.mx/Pagina/aviso-de-Privacidad/>

Sitio web con información referente a la protección de datos personales: <https://www.datospersonalesgs.com.mx/DerechosARCO/views/ng/Bienvenido>.

Más de MXN\$600 mil invertidos por el Departamento de Datos Personales de Grupo Salinas en las auditorías para la recertificación de sus empresas y los cursos de capacitación y especialización en la materia

Para conocer mayor información sobre los objetivos 2020 de Grupo Elektra en materia de protección de datos personales, por favor visite la página 192 del apartado "Anexos" del presente Informe.

Todos los manuales mencionados establecen un apartado de sanciones conforme a la gravedad de los casos.

La gestión de la protección de datos personales responde a la legislación mexicana; sin embargo, con la finalidad de facilitar el flujo de información entre las organizaciones, el Departamento de Datos Personales colabora con el Área Jurídica de Latinoamérica para homologar e implementar las mismas políticas de privacidad y protección de datos personales y, en su caso, cumplir en aquellos países que cuenten con una legislación específica en términos de privacidad.

La gestión de la privacidad de los datos se ha convertido en un elemento clave para Grupo Elektra, por lo que centra su estrategia en sensibilizar a sus clientes e informarlos para que comprendan cómo se está utilizando su información y que, a su vez, tengan el control y decidan sobre su tratamiento. De esta manera, genera una mayor confianza entre sus clientes, colaboradores, arrendadores y proveedores, reforzando su lealtad con el Grupo y, en consecuencia, consolidando su posición como el conglomerado de empresas referente ante el Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI), en términos de cumplimiento.

Durante 2019, Grupo Elektra basó su gestión en diversas líneas estratégicas y en la atención de objetivos específicos, todos ellos tendientes a:

- Superar las auditorías interna y externa realizada por el organismo Normalización y Certificación NYCE, S.C. para recertificar a las empresas de Grupo Salinas.
- Llevar a cabo la "Segunda Semana de Protección de Datos Personales" en la que participan firmas legales especializadas en Protección de Datos Personales, funcionarios del INAI y directivos de las empresas del Grupo compartiendo experiencias y exponiendo temas actuales de interés para sensibilizar a los colaboradores sobre la importancia de velar por la privacidad y proteger la información de los clientes.
- Suscribir un convenio de colaboración con el INAI con el objeto de impartir capacitación a los colaboradores y directivos.
- Atender el 100% de las solicitudes de derechos ARCO, así como los requerimientos del INAI, manteniendo la no imposición de multas.

Grupo Elektra cumplió la totalidad de objetivos planteados, a excepción del convenio de colaboración con el INAI, debido a los cambios en la dirección de la autoridad, por lo que es un objetivo que se tiene previsto atender en 2020. No obstante, el Grupo enfatizó en la difusión de una cultura de protección de datos personales entre sus colaboradores a través de la capacitación en cuatro modalidades:

- Capacitación online.
- Capacitación especializada, impartida por NYCE –único organismo facultado para certificar en materia de protección de datos personales–, en conjunto con el Depar-

tamento de Datos Personales de Grupo Salinas. En 2019 se impartieron cursos de capacitación referentes a Fundamentos Legales.

- Capacitación presencial, impartida por el Departamento de Datos Personales. Consiste en la inducción de nuevos colaboradores a conceptos básicos de datos personales y privacidad; tiene una duración de una hora a la semana.
- Capacitación adicional de los miembros del Departamento de Datos Personales, la cual comprendió el curso de certificación "Ciberseguridad y Cloud Computing", impartido por NYCE, con una duración de 20 horas y vigencia de un año.

En congruencia con la relevancia que Grupo Elektra otorga al fortalecimiento de los estándares de cumplimiento referentes a Protección de Datos Personales, la Compañía ha tenido un acercamiento con el INAI para solicitar su interpretación respecto a la legislación vigente, con el fin de adoptar sus criterios e implementarlos al interior de sus empresas, evitando así cualquier tipo de incumplimiento, con un enfoque preventivo y no reactivo, acción que ha traído consigo que las áreas de negocio mejoren sus procesos actuales.

En 2019, Grupo Salinas obtuvo el 1er lugar del "Premio de Innovación y Buenas Prácticas en la Protección de Datos Personales" del Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI), debido a la implementación del sitio web www.datospersonalesgs.com.mx

En 2019, Grupo Salinas obtuvo la renovación de la certificación por parte de NYCE por un periodo de dos años lo que avala el cumplimiento de las disposiciones legales en materia de protección de datos personales

La mejora del SGSDP es permanente, por lo que, en caso de presentarse alguna actualización en los procesos operativos, el surgimiento de nuevos negocios o productos, la utilización de nuevas tecnologías, o bien, la modificación de las disposiciones legales, entonces los manuales y demás documentos deben renovarse y cubrir los nuevos cambios.

52,893 colaboradores recibieron capacitación online en Protección de Datos Personales; equivalente al 91% de la plantilla

Uno de los principales objetivos de Grupo Salinas hacia 2020 es retomar la suscripción de un convenio de colaboración entre el Grupo y el INAI para la impartición de capacitación a los colaboradores y directivos

Prevención de lavado de dinero y financiamiento al terrorismo

GRI 205, 419; Gestión de riesgos, Prevención del lavado de dinero / fraudes: 103-1, 103-2, 103-3

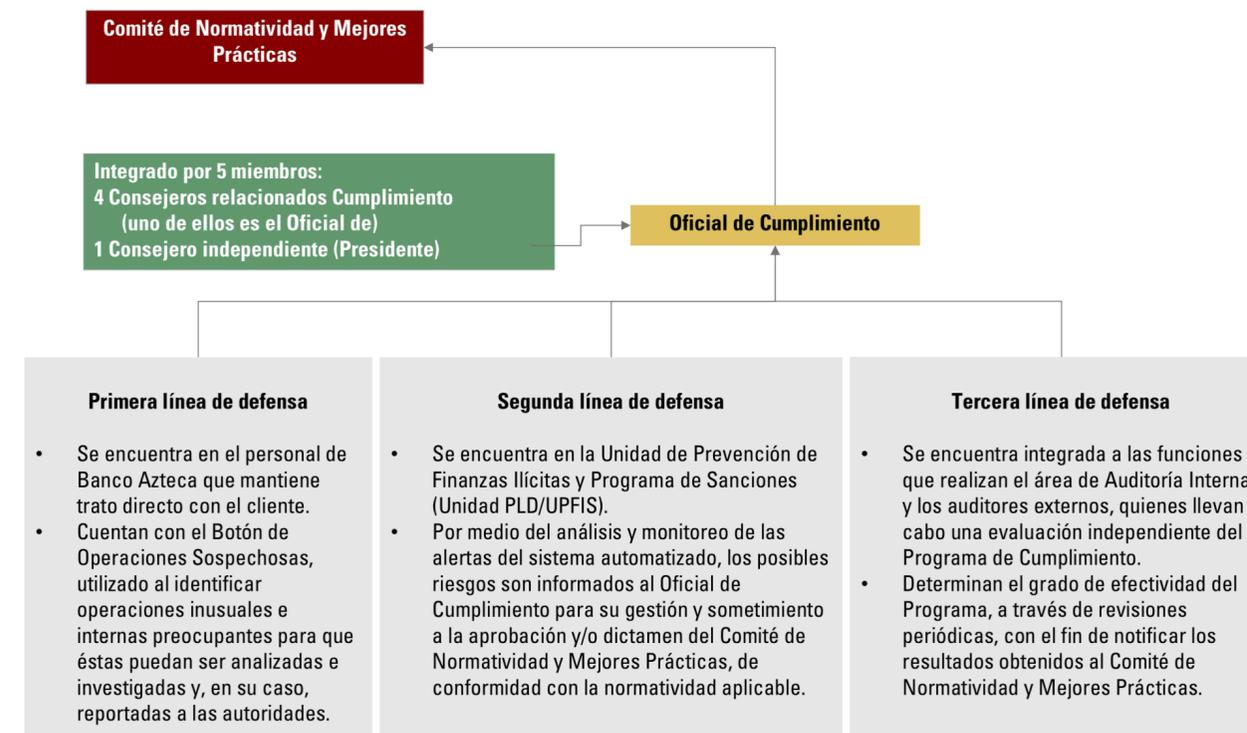
El Código de Ética y Conducta de Grupo Elektra manifiesta el compromiso de la Compañía con el cumplimiento de las leyes y disposiciones en materia de prevención de lavado de dinero y financiamiento al terrorismo, tales como:

- En México:
 - La Ley de Instituciones de Crédito.
 - La Ley Federal para la Prevención e Identificación de Operaciones con Recursos de Procedencia Ilícita.
 - Las Disposiciones de Carácter General a que se refiere el artículo 115 de la Ley de las Instituciones de Crédito
 - Otros lineamientos y guías emitidas por las autoridades regulatorias.
- En Guatemala:
 - La Ley Contra el Lavado de Dinero u Otros Activos y su Reglamento.
 - La Ley para Prevenir y Reprimir el Financiamiento del Terrorismo y su Reglamento.
 - La Guía de Administración de Riesgo, oficios e instructivos emitidos por la Intendencia de Verificación Especial (IVE).
- En Honduras:
 - Los Decretos No. 170-95, 241-2010 y 144-2014.
 - La Circular de la Comisión Nacional de Bancos y Seguros (CNBS) No. 019/2016.
- En Panamá:
 - Los Acuerdos 02-2017, 02-2019, 2-2005, 10-2000 y 10-2015
 - La Ley 23 y su Reglamento.
- En Perú:
 - La Ley General del Sistema Financiero y del Sistema de Seguros y Orgánica de la Superintendencia de Banca y Seguros (Ley No. 26702).
 - La Ley que crea la Unidad de Inteligencia Financiera (Ley No. 27693).
 - La Ley que incorpora la Unidad de Inteligencia Financiera como unidad especializada a la Superintendencia de Banca, Seguros y Administradoras Privadas de Fondos de Pensiones –SBS– (Ley No. 29038).

- La Circular No. G-131-2007, que establece normas para la remisión de los Informes Semestrales del Oficial de Cumplimiento (ISOC).
- El Decreto Supremo No. 057-2011, el cual aprueba el Plan Nacional de Lucha contra el Lavado de Activos y el Financiamiento del Terrorismo y la Creación de la Comisión Ejecutiva Multisectorial contra el Lavado de Activos y el Financiamiento del Terrorismo.
- Resolución SBS No. 2660-2015, Reglamento de Gestión de Riesgos de Lavado de Activos y del Financiamiento del Terrorismo.
- Resolución SBS-816-2005 y sus normas modificatorias-Reglamento de Sanciones.
- Resolución SBS-2755-2018-Reglamento de Infracciones y Sanciones de la SBS.

Así, el Código de Ética y Conducta de Grupo Elektra prohíbe que cualquier persona involucrada en el desarrollo de actividades del Grupo y sus empresas actúe en su representación, participe en cualquier acto que pueda constituir el delito de lavado de dinero, financiamiento al terrorismo u otros ilícitos financieros, o que incurra en acciones que faciliten la realización de éstos.

Gobernanza



Este tema es de suma relevancia en la operación de Banco Azteca, pues por su naturaleza, se encuentra obligado a implementar las medidas de control dirigidas a fortalecer el régimen de Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento al Terrorismo (PLD/FT), así como a desarrollar nuevos productos sin perder de vista los posibles riesgos en este aspecto, proponiendo los mitigantes necesarios para contar con una oferta y canales sanos.

Para gestionar el tema de PLD/FT, Banco Azteca cuenta con el Comité de Normatividad y Mejores Prácticas, órgano colegiado que desempeña las funciones del Comité de Comunicación y Control, compuesto por cinco miembros, quienes han sido designados por el Consejo de Administración.

Uno de los integrantes funge como Oficial de Cumplimiento y su función es desarrollar y ejecutar las políticas de PLD/FT de Banco Azteca, así como verificar que se cumpla con la regulación en la materia y existan mecanismos suficientes y eficaces para tales efectos. El Oficial de Cumplimiento cuenta con diversas certificaciones nacionales e internacionales en PLD/FT, como las expedidas por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), la Asociación de Especialistas Certificados y en Antilavado de Dinero (ACAMS).

En 2019, Banco Azteca estableció una estrategia de PLD/FT en México y Latinoamérica, fundamentada en tres pilares:

- Implementación de nuevas medidas de control orientadas al fortalecimiento del régimen de PLD/FT, con el fin de evitar que las entidades antes mencionadas sean utilizadas para la comisión de este tipo de ilícitos.
- Acompañamiento a las unidades de negocio para el desarrollo de nuevos productos y servicios, considerando los riesgos a los que están expuestas en materia de PLD/FT y proponiendo los mitigantes necesarios para contar con canales sanos.
- Promoción de una cultura de cumplimiento e impulso de conocimientos avanzados entre los líderes de las diferentes unidades de negocio y áreas de control.

Para atender esta estrategia de manera óptima, Banco Azteca desarrolló diversas líneas de acción:

PLD/FT en México

Reorganización de la estructura de la Unidad PLD, conformando una nueva estructura para la óptima administración transversal del riesgo al que se encuentra expuesto Banco Azteca en materia de LD/FT, además de garantizar el cumplimiento de estándares internacionales y las disposiciones del Departamento del Tesoro de los Estados Unidos de América –como las órdenes ejecutivas de la Oficina de Control de Bienes Extranjeros (OFAC por sus siglas en inglés) y la Ley Magnitsky–, derivado de las relaciones de corresponsalía bancaria internacional.

Atención a los requerimientos de los socios corresponsales, quienes ayudaron a mantener y establecer nuevas relaciones comerciales.

Atención oportuna a las unidades de negocio para el desarrollo de nuevos productos y servicios, garantizando el cumplimiento de la normatividad y la gestión de riesgos de LD/FT.

Impartición de formación al personal para robustecer sus capacidades orientadas a la identificación y mitigación de los riesgos en PLD/FT, así como en el establecimiento y calibración de alertas de conformidad con las necesidades del marco normativo y de las amenazas a las que está expuesta la Institución, acciones fundamentales para el mejoramiento de la calidad de los reportes enviados a las autoridades reguladoras.

PLD/FT en Latinoamérica

Debida diligencia a clientes, colaboradores, proveedores y contrapartes.

Monitoreo de alertas generadas en el sistema PLD/FT, atendiéndolas al 100%.

Atención oportuna de los requerimientos del ente supervisor, así como las auditorías, interna y externa.

Actualización de los Manuales de PLD/FT, Reglamentos Códigos de Conducta, de acuerdo con las necesidades de cada país.

México

Latinoamérica

Ambas

4 horas de capacitación especializada impartidas a cada miembro del Consejo de Administración en promedio en 2019

8 horas de capacitación especializada impartidas a cada miembro del equipo directivo en promedio en 2019

Capacitación

GRI 205, 404: 103-1, 103-2, 103-3
404-1, FS3, FS4

Consiste en la impartición de cursos dirigidos a todos los colaboradores de Banco Azteca, desde Asesores, Cajeros y Gerentes, hasta el personal directivo del más alto nivel. Está dividida en cuatro niveles y conllevan la obtención de una certificación:

- Nivel 1: se imparte a todos los colaboradores en su inducción a la Institución.
- Nivel 2: dirigida al personal que está involucrado directamente en la operación, por lo menos una vez al año.
- Nivel 3: impartida a los miembros de la Unidad de PLD, así como a la alta Gerencia por lo menos una vez al año.
- Nivel 4: específica para el Oficial de Cumplimiento, quien debe tomarla al menos una vez al año.

Durante 2019, los cursos fueron impartidos en dos modalidades: presencial y en línea. Los contenidos fueron desarrollados por un equipo certificado en materia de PLD/FT, en colaboración de profesionales de medios audiovisuales para lograr un nivel óptimo de aprendizaje. Ambos formatos cuentan con una evaluación al final cuyo objetivo es medir el nivel de conocimiento adquirido. La calificación mínima aprobatoria debe ser igual o superior al 80%; en caso de que el resultado de la evaluación no sea satisfactorio se aplican medidas disciplinarias y se otorgan dos oportunidades para su acreditación.

55,228 colaboradores de Banco Azteca en México y Latinoamérica capacitados en materia de PLD/FT en 2019

Para conocer mayor información sobre los procesos de PLD/FT, consulte la página 193 del apartado "Anexos" del presente Informe.

El número de colaboradores de Banco Azteca capacitados y certificados en México durante 2019 fue equivalente al 99.3% de la plantilla

220,912 horas de capacitación impartidas en México en materia PLD/FT durante 2019; 4 horas en promedio por colaborador

Los Niveles 3 y 4 de la capacitación representan formación especializada dirigida al Consejo de Administración, a los miembros del Comité de Comunicación y Control, al Oficial de Cumplimiento y a otros funcionarios de nivel directivo. Los temas abordados en estos niveles durante 2019 fueron los siguientes:

Temas abordados en la capacitación dirigida a los miembros del Consejo de Administración

- Tipificación del delito de operaciones con recursos de procedencia ilícita
- Tipificación del delito de Financiamiento al Terrorismo
- Elementos del Programa de Cumplimiento
- Líneas de defensa
- Onboarding y su importancia
- Listas negras
- Tipologías
- Reformas a las Disposiciones PLD
- Guía Contra el Financiamiento al Terrorismo
- Guía Anticorrupción
- Relaciones de correspondencia

Temas abordados en la capacitación dirigida a directivos

- El lavado de dinero y el financiamiento al terrorismo como delitos
- Marco Internacional y Nacional de Lavado de Dinero y Combate del Financiamiento al Terrorismo
- Debido conocimiento del cliente y usuario
- Operaciones y conductas asociadas al Lavado de Dinero y Financiamiento al Terrorismo
- Tipologías y reportes regulatorios
- Gestión de riesgos de lavado de dinero y financiamiento al terrorismo
- Gobierno corporativo

Honestidad

102-17, 102-44

Grupo Salinas se ha dado a la tarea de fomentar entre sus colaboradores y la Dirección el uso de canales de comunicación para mantener informado a todo el equipo; hacer del conocimiento de la alta dirección las situaciones que se presentan en la organización; atender inquietudes, ideas y sugerencias, así como investigar las quejas y denuncias compartidas por estos medios, los cuales son:

Canales de comunicación (disponibles 24/7)

Honestel

Medio de denuncia confidencial a través del cual los colaboradores hacen llegar quejas, reclamaciones y faltas al Código de Ética y Conducta de Grupo Elektra, a los principios, políticas y procedimientos del PEIC, así como a las leyes aplicables.

Ideas

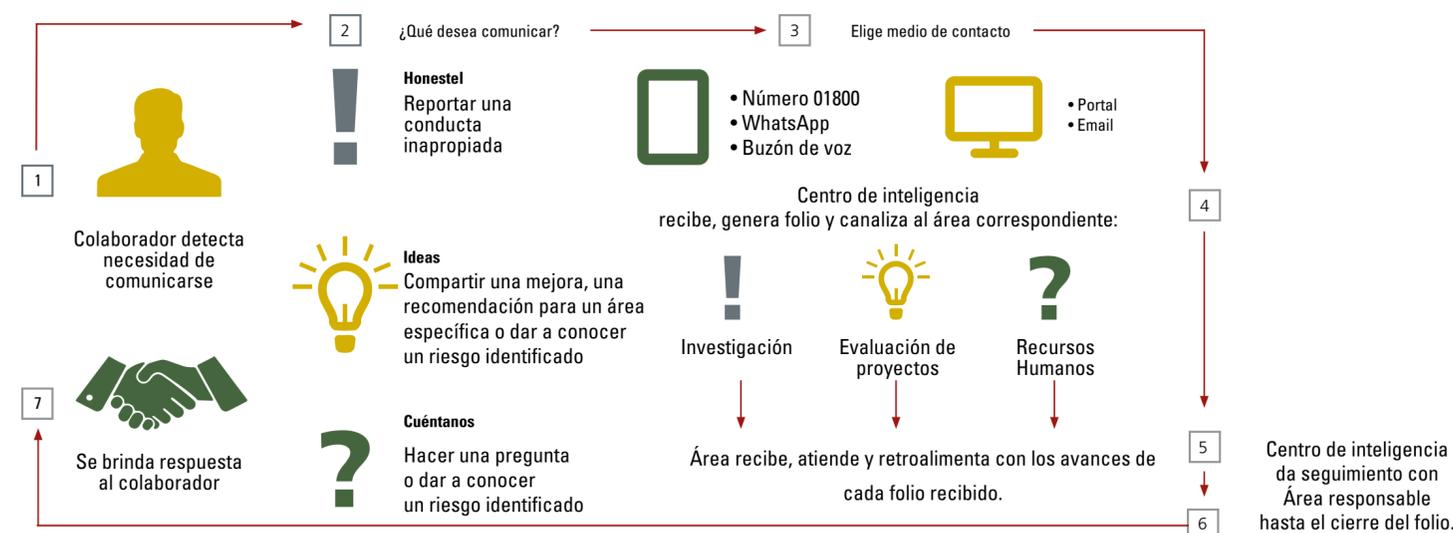
Espacio en el que los colaboradores pueden compartir sus propuestas, proyectos y mejoras sobre cualquier tema que ayude a transformar de manera positiva su trabajo, mejorar el clima laboral y mitigar riesgos en toda la organización

Cuéntanos

Medio interno cuya función es abrir el diálogo y escuchar a los colaboradores con total libertad sobre todo tipo de evento o tema, incluyendo la identificación de riesgos con la finalidad de gestionarlos correctamente.

Estos medios son gestionados por el centro de contacto externo y especializado, denominado Dialogos, a través de diversas herramientas, como son:

- Proceso general definido.
- Procedimientos específicos para cada canal.
- Personal dedicado a la atención, canalización y seguimiento al resultado de cada contacto.
- Manual de operaciones y reglas de negocio, las cuales rigen el flujo de los folios ingresados, así como las políticas de ingreso al centro de contacto, resguardo de la información y medición de la calidad de la atención.
- Equipo de atención a clientes, el cual da seguimiento al cumplimiento de las reglas operativas del centro de contacto y gestiona la operación y el flujo de información con los responsables de cada área.
- Bases de datos y reportes generados.
- Sistema de gestión a través del cual se da tratamiento a los folios.
- Buzones, mismos que son revisados de manera cotidiana.
- Indicadores clave de desempeño para Honestel:
 - Folios recibidos
 - Denuncias:
 - Recibidas
 - Comprobadas
 - No comprobadas
 - En investigación
 - En *stand by*
 - Con acciones pendientes
 - Reasignadas
 - Cerradas



Asimismo, Dialogus evalúa el desempeño de los indicadores clave a través de los siguientes mecanismos de monitoreo:

- **Confianza.** Consiste en la identificación del porcentaje de folios anónimos recibidos; cuando el anonimato disminuye, se atribuye a la confianza generada entre los usuarios, quienes deciden proporcionar su información al realizar una denuncia.
- **Volumen.** Se determina por la cantidad de folios recibidos y se cruza con el headcount de cada negocio; las variaciones existentes pueden ser atribuidas tanto a las iniciativas de sensibilización y campañas de difusión ejecutadas –a través de la Revista Socio, wallpapers, posters, pantallas, portales corporativos y acrílicos–, como a las decisiones propias del negocio y cambios en la gestión.
- **Efectividad.** Se trata del porcentaje de investigaciones efectivas, proyectos implementados y preguntas resueltas.
- **Tiempo de atención a cada folio.** Es el lapso que transcurre entre la asignación del folio a un responsable para su atención hasta el momento en que se recibe una respuesta concluyente.

En 2019, Dialogus implementó mejoras en los mecanismos de gestión de los canales, tales como:

- **Simplificación de procesos, que consistió en:**
 - Automatización de procesos en sistemas: se detectó que se destinaba demasiado tiempo en completar campos manualmente, por este motivo se desarrollaron macros para el autocompletado de algunos campos.
 - Contabilización de los reportes realizados por canales digitales.
- **Reducciones de tiempos de investigación, por medio de:**
 - El desarrollo de materiales de ayuda en procesos –flashcards y libretas– y proporcionándolos a cada uno de los investigadores con la información más relevante sintetizada, para facilitar la consulta de cualquier duda de manera sencilla y rápida.
 - La continuidad en la impartición de la capacitación a los investigadores en el primer nivel de la Certificación, con el fin de proporcionarles los conocimientos sobre la metodología de atención de denuncias internas y puedan actuar de forma eficiente y óptima, brindando total seguridad a los usuarios.
 - La incorporación del segundo nivel de la Certificación “Detección de señales de engaño”, cuyo objetivo es que los investigadores logren realizar una entrevista adecuada, identificar puntos clave de observación y mantener la atención ante señales de alerta.

302 investigadores de Grupo Elektra capacitados en 2019; 75 en el primer nivel de la Certificación y 227 en el segundo nivel

144 horas de capacitación impartidas; 48 y 96 horas en el primer y segundo niveles de la Certificación, respectivamente

Cerca de MXN **\$215,000** invertidos en los dos niveles de la Certificación durante 2019

Asimismo, durante el año se efectuaron 16 pláticas en 16 ciudades de la República, aunadas al curso de nuevo ingreso impartido a los nuevos colaboradores de Grupo Salinas. En estos eventos se abordaron detalles sobre el funcionamiento de Honestel y contaron con la asistencia de 901 colaboradores de Grupo Elektra.

901 colaboradores de Grupo Elektra asistentes a las pláticas y sesiones de nuevo ingreso en 2019

Más de MXN **\$182,000** invertidos en las pláticas y sesiones de nuevo ingreso dirigidas a los colaboradores de Grupo Elektra

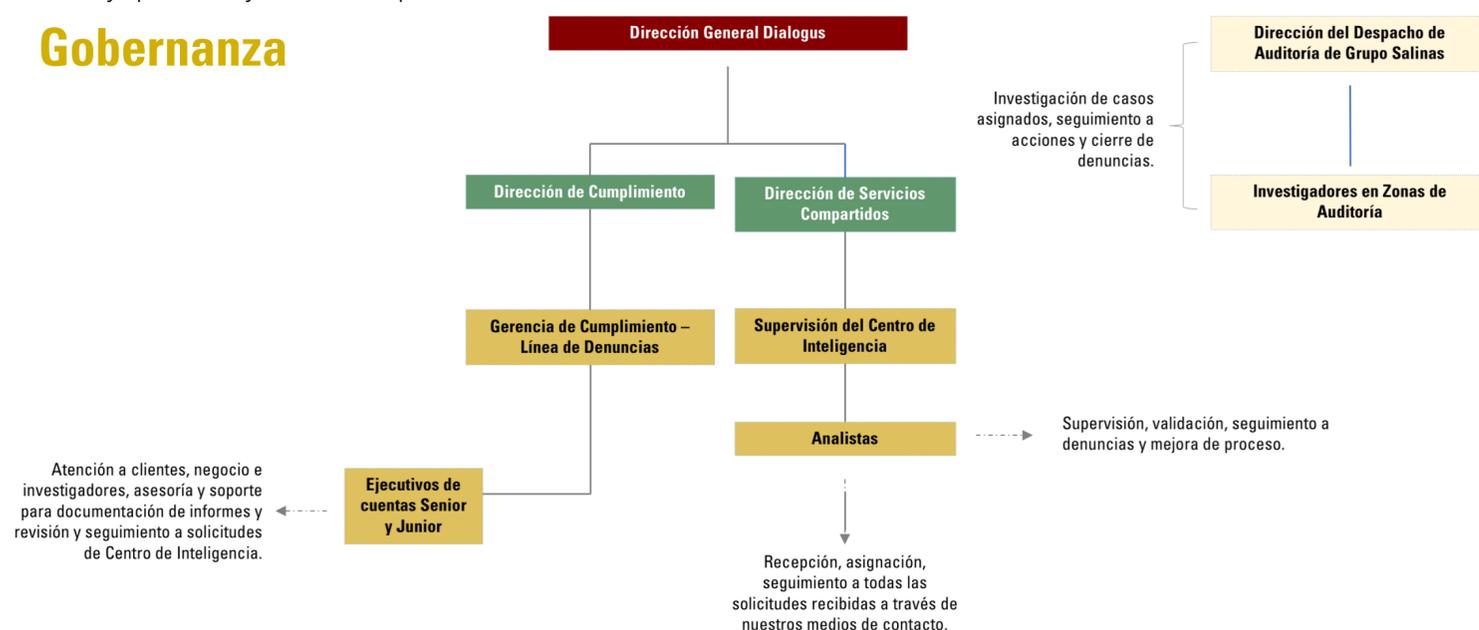
Con el fin de mejorar la gestión de manera continua y derivado de las áreas de oportunidad identificadas en 2019, Grupo Elektra se ha propuesto atender los siguientes procesos en el corto plazo:

- La automatización progresiva del sistema de gestión y la redefinición de los procesos para dotarlos de mayor eficiencia.
- La documentación de nuevos procesos que permitan tener un mejor control del flujo operativo.
- Una robusta campaña de comunicación que se tiene proyectada para 2020, cuyo objetivo será fortalecer el posicionamiento de los canales y la percepción de los colaboradores.

Honestel*

Honestel desempeña un papel importante en la rotación interna y el desarrollo de talento, pues en algunos casos, se solicita información de antecedentes en este canal a Dialogus para promover a los colaboradores u otorgarles algún beneficio. De esta manera, Dialogus informa si el colaborador cuenta con hechos comprobados o hallazgos derivados de una investigación, así como con la sanción aplicada y un semáforo indicando el nivel de gravedad del caso. Cabe señalar que no se consideran las denuncias realizadas en su contra y que no hayan sido comprobadas.

Gobernanza



En 2019 se recibieron
5,360* denuncias¹⁴
 a través de Honestel;
8,516 interacciones¹⁵



Este canal cuenta con distintos medios de contacto¹³ a través de los cuales los usuarios pueden hacer llegar sus quejas y denuncias:

- Portal: formulario en el sitio corporativo y en el sitio público en honestel.com.mx.
- Hand Held: formulario en el dispositivo móvil utilizado por los colaboradores.
- Correo electrónico: honestel@gruposalinas.com.
- Buzón de voz: grabadora a disposición de los usuarios que no deseen interactuar con agente telefónico y/o llamen fuera del horario de atención (9:00-19:00 h, en la Ciudad de México).
- Teléfono: línea telefónica gratuita con horario de atención de lunes a viernes, de 9:00-19:00 h, en la Ciudad de México).
- Zeus App: formulario integrado en el centro de contacto de la aplicación Zeus, disponible para toda la plantilla activa de Grupo Salinas.
- Comentario/Dirección: quejas y denuncias por medio de correos electrónicos dirigidos a Directores Generales, canalizados a Honestel para su seguimiento.
- Otros medios: como redes sociales o el Blog de Ricardo Benjamín Salinas, comunicaciones remitidas por parte de los administradores a Honestel para su seguimiento.

El incremento en el número de denuncias se debe, entre otros motivos, a la reestructura en las unidades de negocio, a un mayor conocimiento del canal Honestel por parte de los colaboradores, al aumento en los medios disponibles y la ampliación de su alcance, así como a un mayor nivel de confianza en el canal.

¹³ Para conocer a detalle el número de denuncias recibidas a través de los diferentes medios de contacto, consulte la página 200 del apartado "Anexos" del presente Informe.

¹⁴ Para conocer los indicadores clave de desempeño de Honestel, consulte la página 200 del apartado "Anexos" del presente Informe.

¹⁵ Una denuncia puede contener uno o más temas reportados, por lo que el número de interacciones es distinto al número de denuncias.

* Éstos datos y procesos fueron verificados por un tercero para más información referirse a la página 238 de éste informe.

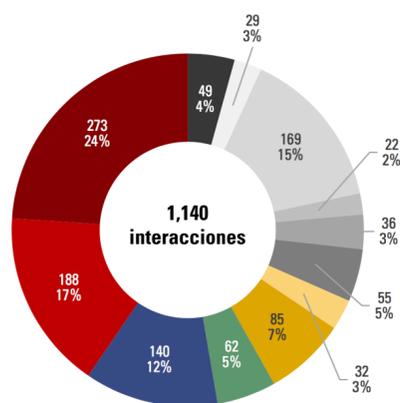
Temas abordados

Una vez recibidas las denuncias, los casos son clasificados y asignados al equipo de investigadores del Centro de Inteligencia de Dialogus, quienes investigan y recopilan la evidencia para acreditar los hechos reportados.

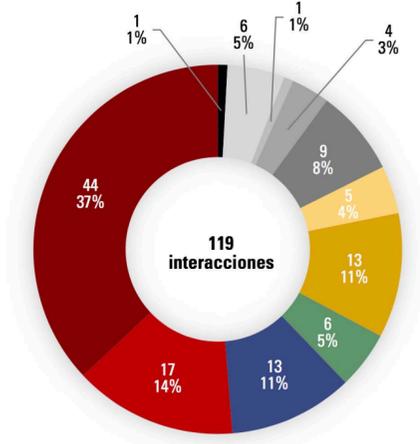
A continuación, se muestran los temas denunciados en 2019:

- Mal servicio al cliente
- Acoso sexual
- Deshonestidad
- Robo
- Despido injustificado
- Fallas operativas
- Falta de ejecución
- Conflicto de intereses
- Maltrato verbal
- Incumplimiento a normas
- Abuso de poder
- Clima laboral

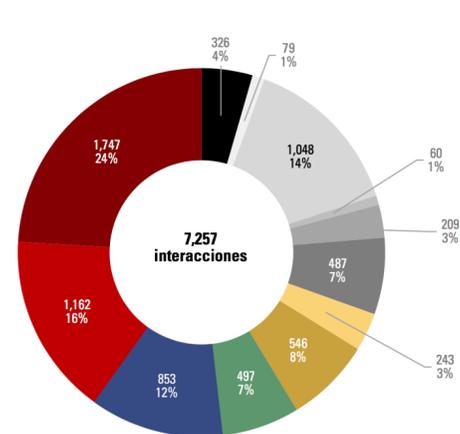
Tiendas Elektra



Italika



Banco Azteca



Cuando existen denuncias contra directivos, éstas son reportadas al Director General de la unidad de negocio en cuestión y, dependiendo de qué tan delicado es el asunto, se escala al comité de asuntos especiales. Entre los casos que son susceptibles de trascender a la alta dirección se encuentran:

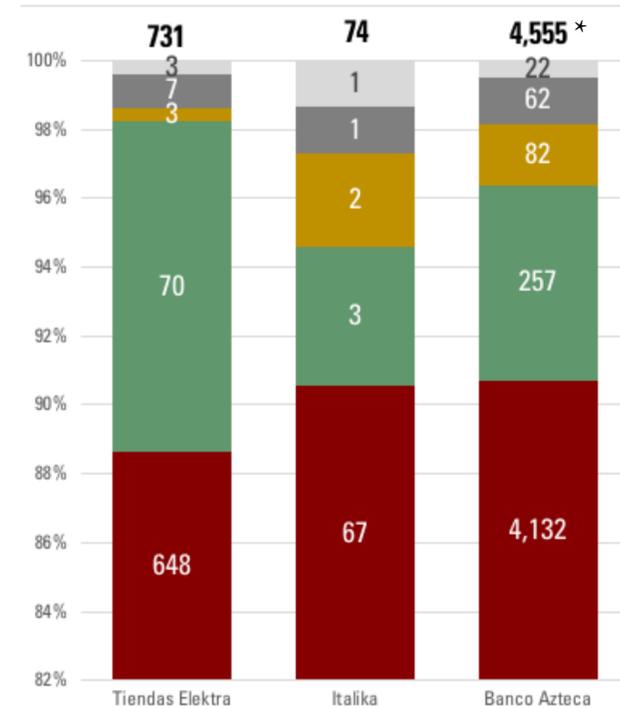
- Acoso sexual
- Conflicto de intereses
- Fraudes de alto perfil
- Consumo de sustancias tóxicas
- Casos recibidos directamente en Dirección General¹⁶

Estatus de las denuncias

Cada vez que se recibe una denuncia, se le asigna un número de folio y, posteriormente, un número de caso, el cual permitirá controlar y monitorear las investigaciones. De esta manera, Dialogus identifica la fase en la que se encuentra cada caso, así como las medidas a implementar.

Estatus de las denuncias

- Reasignado
- Acciones pendientes
- Stand by
- En investigación
- Cerrado



El estatus de los casos se clasifica de la siguiente manera:
Cerrado. El caso –conformado por una o más denuncias– fue investigado y las acciones determinadas fueron ejecutadas; o bien, cuando el caso no fue comprobado y fue emitido el informe correspondiente sin acciones.
En investigación (en espera). El caso –con sus respectivas denuncias– está siendo atendido.
Stand by. El caso requiere más tiempo de atención, se encuentra en espera de información, o bien, por alguna otra razón, la investigación debe ser suspendida temporalmente (dos semanas, aproximadamente).
Acciones pendientes. El caso fue investigado y se determinaron las acciones pertinentes; sin embargo, éstas no se han ejecutado y no se encuentran reflejadas en el sistema¹⁷.
Reasignado. Por su naturaleza o algún hallazgo detectado, el caso es turnado a otra área o zona de investigación.

¹⁶ Cuando se hace llegar una denuncia a Ricardo Benjamín Salinas, ésta es remitida al Despacho de Auditoría y a Honestel para su investigación y documentación, respectivamente. A su vez, se informa directamente el resultado de la investigación al Director General de Grupo Salinas y al Director General de la unidad de negocio.

¹⁷ Las acciones que se registran en el sistema para su seguimiento son actas administrativas y baja laboral.

El 90% de las denuncias recibidas fueron investigadas y cerradas; 60% del total fueron procedentes.

* Éste dato fue verificado por un tercero para más información referirse a la página 238 de éste informe.

Sanciones

Los responsables de cada unidad de negocio de Grupo Elektra reciben un informe de los hallazgos identificados durante la investigación. Con base en las políticas, reglamentos y códigos internos y externos, este reporte comprende una serie de recomendaciones que determinan el plan de acción a ejecutar y las fechas compromiso, con lo que se da por concluida la atención a la denuncia.

El plan de acción incluye en algunos casos la imposición de sanciones a los involucrados, las cuales generalmente son definidas en conjunto con el Área de Capital Humano y Auditoría y, en ocasiones con Jurídico y Relaciones Laborales.

Los tipos de sanciones son los siguientes:

- **Acta administrativa.** Documento que narra los hechos identificados, las fallas administrativas o el incumplimiento de políticas en que el colaborador incurrió¹⁸.
- **Baja laboral.** El colaborador es desvinculado de la empresa¹⁸.
- **Cambio.** El involucrado tiene como consecuencia un cambio de área, ubicación o puesto.
- **Denuncia penal.** Aplica a involucrados que serán denunciados ante las autoridades correspondientes; por la naturaleza de la falta, esta sanción implica la baja laboral¹⁸.
- **Resarcir daño.** El involucrado es responsable de reparar el daño ocasionado.
- **Retroalimentación.** Se trata de una llamada de atención verbal al denunciado.

El equipo de investigadores es el encargado de validar la ejecución de algunas acciones, tales como actas administrativas y bajas laborales.

1,728* denuncias representaron 1 faltas al Código de Ética y Conducta, equivalente al 32% del total

¹⁸ Esta información es validada en el sistema.

* Este dato fue verificado por un tercero para más información referirse a la página 238 de éste informe.

Ideas

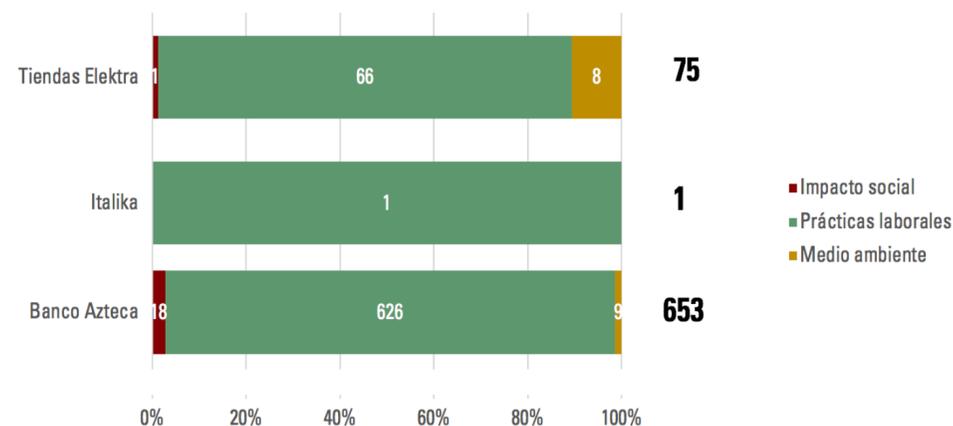
La importancia de este canal de comunicación radica en que brinda a todos los colaboradores la oportunidad de innovar, expresando sus ideas, proponiendo soluciones y sugiriendo mejoras para simplificar el trabajo cotidiano.

Medios de contacto

100% de las interacciones del canal Ideas fueron recibidas a través del portal corporativo



Temas abordados



729 interacciones recibidas por medio del canal Ideas

Cuéntanos

Cuéntanos es un medio de comunicación abierto a todos los colaboradores con el fin de que expresen sus dudas, experiencias, solicitudes y comentarios.

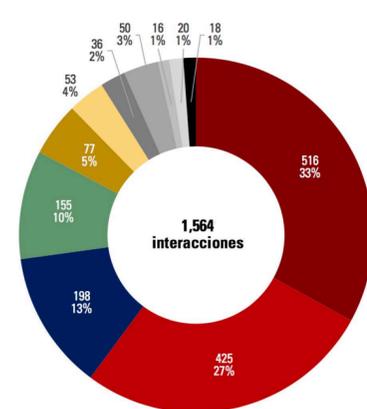
Medios de contacto

Cerca del **100%** de las interacciones del canal Cuéntanos fueron recibidas a través del portal corporativo

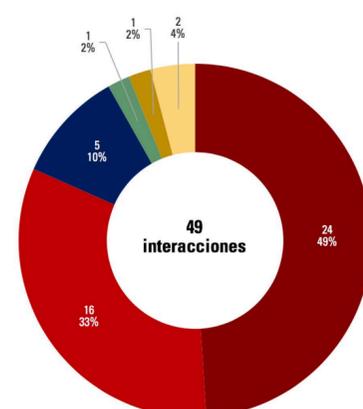
Temas abordados

- Concursos y participaciones
- Negocio
- Capital humano y Recursos Humanos
- Temáticos y mediciones
- Salud y deporte
- Cultura
- Línea de vida
- Revaloración
- Orgullo y pertenencia
- Comunidades
- Agradecimientos y reconocimientos
- Salud y Bienestar

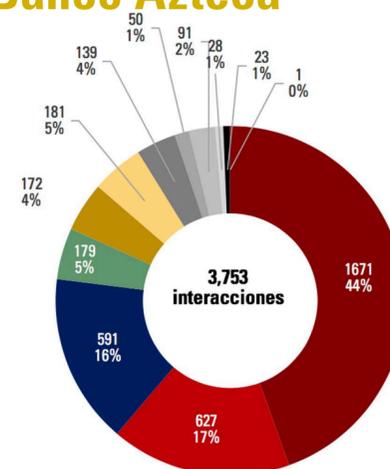
Tiendas Elektra



Italika



Banco Azteca



5,366 interacciones a través de Cuéntanos

Tú estás viviendo algo importante...

Exprésate en **Cuéntanos**

Es un espacio en el que puedes compartir tus inquietudes, experiencias, momentos y vivencias importantes.

Descubre más en tu **Portal Socio**.

HPNESTEL | CUÉNTANOS | IDEAS.®

Todo empieza contigo **Exprésate**

Prosperidad compartida

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

Grupo Elektra tiene la firme convicción de que contar con una cadena de suministro sólida e íntegra es fundamental para el impulso de la sustentabilidad y la prosperidad incluyente de los lugares donde opera. De conformidad con el Código de Ética y Conducta de Grupo Elektra, las contrataciones de los proveedores deben realizarse a través de procesos ajustados a las leyes, asegurando una selección imparcial y transparente, basada en criterios de calidad, rentabilidad y servicio, buscando siempre el mejor interés y beneficio para el Grupo.

Para garantizarlo, Grupo Elektra cuenta con la Central de Compras de Grupo Salinas, área especializada en la gestión de proveedores que fija los criterios de validación de acuerdo con las necesidades de cada una de las categorías de compra para la selección de las mejores opciones.

2019 fue el primer año de operación de Central de Compras bajo la nueva cultura basada en ocho pilares –precio, calidad, servicio, innovación, seguridad, desarrollo de capital humano, valores, sustentabilidad y prosperidad incluyente–, la cual aunada al modelo de Objetivos y Resultados Clave (ORCs), permitió al Área mantener un enfoque puntual en su estrategia, la cual comprendió los siguientes aspectos:

- Garantizar el cumplimiento regulatorio de los procesos.
- Contribuir a la rentabilidad del negocio.
- Cumplir con el presupuesto anual.
- Crear valor para los clientes –usuarios– y aumentar su satisfacción.
- Garantizar el abasto de productos y servicios innovadores.
- Optimizar el catálogo de proveedores.
- Estandarizar los procesos de compra, a fin de dotarlos de mayor agilidad y eficiencia.
- Mejorar el entorno laboral para mantener un óptimo nivel de motivación entre el personal del Área.

- Fomentar el desarrollo y competencia laboral para contar con el mejor equipo.
- Asegurar el uso de sistemas de información confiables para lograr un óptimo desempeño.

Para la atención de estas líneas estratégicas y el cumplimiento de los ORCs, Central de Compras basó la consecución de sus funciones en dos procesos compuestos por un conjunto de mecanismos:

1. Proceso de adquisiciones

- **Sistema de Compras y Licitaciones/Subastas.** Establece el mecanismo por el que se reciben los requerimientos de las unidades de negocio, los cuales son evaluados por los negociadores de cada categoría para definir y ejecutar los procesos comerciales.
- **Políticas.** Rigen el marco interno regulatorio y comercial que debe seguirse en la interacción entre las unidades de negocio, usuarios y compradores con Central de Compras. Algunas de ellas son:
 - **Adjudicación de Compra**
 - **Entrega de materiales y servicios.**
 - **Asignación de pedidos.**
 - **Negociación de materiales y servicios.**
- **Liberaciones electrónicas.** Proceso que se ejecuta una vez que se cumple la estrategia de liberación de compra, la cual consiste en la autorización de los diferentes líderes de acuerdo con el monto de la adquisición.

2. Selección de proveedores

- **Módulo de ciclo de vida del proveedor.** Es el mecanismo que concentra los datos maestros, tanto de prospectos como de proveedores activos en el padrón de Central de Compras, así como toda la documentación legal e historial dentro de Grupo Salinas.
- **Proceso de alta de proveedores,** compuesto por solicitud y registro.
- **Política de Ética de Proveedores.** Es el instrumento que establece las normas de conducta que rigen la relación entre los proveedores y Grupo Salinas; los aspectos cubiertos son:
 - **Conflicto de interés**
 - **Información confidencial**
 - **Sanciones**

Asimismo, para garantizar el buen desempeño de la cadena de suministro, Central de Compras ha dispuesto una serie de procesos complementarios:

- **Evaluación de desempeño**
- **Plataforma de atracción de proveedores potenciales**
- **Documentos de proceso**
- **Certificación**
- **Afianzadora**
- **Administración integral de riesgos**

Aunado al proceso de Administración integral de riesgos, cada año Central de Compras identifica a los proveedores críticos para Grupo Salinas, ubicados en el top 20 de los pedidos registrados en su portal, de acuerdo con el monto de facturación.

Año con año, Central de Compras evalúa los resultados de su gestión con base en diversos controles, tales como:

- Reportes del sistema, cuyo objetivo es reducir los costos de adquisición e incrementar la eficiencia, así como monitorear los controles y el cumplimiento.
- Auditorías internas, revisiones realizadas por el despacho de Auditoría de Grupo Salinas a las diferentes categorías de Compras.
- Hoja de análisis, documento en el que se observan las condiciones del mercado de las categorías principales –proveedores, nivel de gasto, principales unidades de negocio a las que brindan servicio y posibles riesgos–.



Acciones 2019

De acuerdo con los objetivos propuestos a inicios del año y con el fin de fortalecer el conjunto de mecanismos de gestión, en 2019 Central de Compras logró con éxito la implementación de la nueva plataforma tecnológica SAP Ariba para la gestión de la cadena de suministro. Esta herramienta ha permitido robustecer los procesos de licitación, con la finalidad de mejorar las condiciones comerciales de Grupo Salinas, garantizando el abastecimiento de bienes y servicios con base en los más altos estándares de calidad y niveles de servicio, así como el control de las categorías específicas o especiales que requieren alguna norma, permiso o licencia obligatoria para la operación en México.

El resultado es un padrón con los datos maestros de todos los proveedores, desde su proceso de alta, pasando por las transacciones comerciales, hasta su evaluación periódica de desempeño. Los beneficios de la utilización de la herramienta son:

102-9

1,975 proveedores de Grupo Elektra gestionados por Central de Compras; 740 de ellos fueron contratados durante 2019:

- 928 de Tiendas Elektra; 343 de ellos son nuevos
- 781 de Banco Azteca; 331 de ellos son nuevos
- 266 de Italika¹⁹; 66 de ellos son nuevos

¹⁹ Estos datos incluyen únicamente las compras de indirectos de Italika.



De igual manera, en 2019 Central de Compras atendió las áreas de oportunidad identificadas al cierre del ejercicio 2018. Entre las acciones ejecutadas se encuentran:

- Especialización de proveedores para Bienes Inmuebles, a través de:
 - La segmentación de la categoría de Obra Civil en diferentes especialidades, con el objetivo de contar con un padrón de proveedores y evitar que se mezclen en proyectos de diferentes dimensiones dentro de Grupo Salinas. Con ello se garantizan cargas de trabajo equilibradas, la oferta de un esquema de desarrollo, así como el cumplimiento y control de altos estándares de calidad.
 - La creación del comité de asignaciones para proveedores de las diferentes especialidades de Bienes Inmuebles, con el objetivo de mitigar los riesgos que suponía la adjudicación sin la previa conciliación de diferentes áreas.
- Diseño del modelo de evaluación programada del desempeño de los proveedores, el cual será implementado en el primer trimestre de 2020 y estará dotado de funcionalidad, simplicidad y precisión, haciéndolo entendible, accionable, accesible, sostenible y medible.
- Incorporación del criterio de control de cantidades mínimas de stock en las bases de licitaciones y subastas.
- El desarrollo de una mayor cantidad de proveedores nacionales en los lugares donde Grupo Elektra tiene presencia.

Con lo anterior, entre otros beneficios, Central de Compras logró:

- La obtención de ahorros en una cifra 176.3% superior a lo que se tenía proyectado.
- 97.5% de satisfacción en los clientes internos, sobrepasando la meta de al menos 80% que se había establecido para 2019.
- El óptimo desempeño en los indicadores de:
 - Eficiencia operativa en:
 - Tiempos de respuesta y finalización.
 - Procesos de desarrollo de proveedores, optimizando el catálogo y cumpliendo con la homologación del 100% de ellos.
 - Procesos de innovación, alcanzando las metas de ofrecer al menos un nuevo producto o servicio y desarrollar a por lo menos 10 proveedores.
 - Capacidades organizacionales, con el 100% del personal del Área capacitado y con un 82% de satisfacción de los colaboradores, superando con ello las metas previstas al inicio del año.
- La finalización del proyecto de inducción de proveedores con quienes opera, sentando las bases para mejorar la experiencia de los usuarios en 2020.

204-1

96% del monto total pagado a los proveedores¹⁹ de Grupo Elektra fue destinado a proveeduría nacional; porcentaje 9 puntos superior al resultado del año anterior

Certificación Círculo de Proveedores

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

Con base en la política concerniente al compromiso ambiental y social que caracteriza a Grupo Salinas y Grupo Elektra, así como en las evaluaciones realizadas a los servicios proporcionados por los proveedores, Central de Compras cuenta con la Certificación Círculo de Proveedores. Es un mecanismo que garantiza las compras responsables con base en criterios éticos, laborales, sociales y ambientales.

308-1, 412-3, 414-1

1,381 proveedores de Grupo Salinas han sido evaluados para la obtención de algún distintivo de la Certificación Círculo de Proveedores durante el periodo 2017-2019

En 2019, Central de Compras amplió el alcance de esta Certificación, incorporando nuevos criterios de revisión; entre los que se encuentran:

- Cuestiones operativas
- Procesos/procedimientos
- Infraestructura
- Planeación estratégica
- Controles de calidad
- Servicio al cliente interno y externo
- Capacitación
- Clima laboral
- Seguridad y salud industrial
- Medio ambiente

Con este cambio en la Certificación, Central de Compras evalúa no sólo los aspectos legal y financiero de manera documental, sino que además lleva a cabo una verificación in situ del cumplimiento de todos los criterios. El objetivo es iniciar con el desarrollo de proveedores para la implementación de planes de mejora con base en los resultados de la evaluación de desempeño, así como confirmar que los proveedores cuenten con la capacidad de suministrar los insumos y servicios de conformidad con los términos negociados.

412-1, 414-2

La importancia de estas evaluaciones in situ en conjunto con Honestel, radica en que se consolidan como los mecanismos de monitoreo ante la posible ocurrencia de riesgos en materia de derechos humanos en la cadena de suministro, pues pueden existir proveedores que no regulan la contratación de sus colaboradores, que no cuentan con mecanismos de comunicación que permitan la libre expresión, o bien, un canal de denuncias que facilite la imposición de sanciones ante los casos que afecten la dignidad humana en la cadena de valor.

Para 2020, Central de Compras tiene previsto incluir un criterio relativo a las prácticas realizadas por los proveedores para atender las disposiciones de la NOM-035-STPS-2018, Factores de riesgo psicosocial en el trabajo-Identificación, análisis y prevención.

Además de estar sujetas al cumplimiento de la legislación vigente, las empresas proveedoras de Grupo Elektra deben obedecer los principios de respeto del medio ambiente y de los derechos humanos. Esto se debe a que el rol que desempeñan en el aprovechamiento y conservación de los recursos naturales implica un beneficio económico y de valor ético, puesto que al disminuir los impactos en el entorno se promueve una mejora en la calidad de vida de la sociedad. Así, el desarrollo sostenible de los proveedores de Grupo Elektra es fundamental para fortalecer y fomentar el crecimiento comercial con un enfoque sustentable.

138 proveedores de Grupo Salinas fueron evaluados en el cumplimiento del criterio ambiental en 2019; 33 de ellos en términos de observancia normativa y control y 105 en responsabilidad ambiental

En promedio,
96% de los proveedores evaluados en observancia normativa y control cumplieron con los requerimientos de la Certificación

Los aspectos evaluados en ambos criterios son los siguientes:

Criterio ambiental

- Cumplimiento de requisitos de la legislación en materia de seguridad, salud e higiene, y ambiental
- Cumplimiento de licencias ambientales
- Control sobre el manejo y disposición de productos y sus residuos
- Inspecciones de seguridad, salud, ambiente e higiene
- Inventario de emisiones de carbono y gases de efecto invernadero (GEI)
- Separación de residuos
- Recolección especializada de los residuos de manejo especial y tóxicos
- Responsabilidad ambiental de sus productos o servicios
- Limpieza de agua contaminada
- Políticas para ahorro de energía eléctrica
- Políticas para ahorro de agua
- Políticas para disminución de residuos

Criterio social

- Participación en eventos de compromiso social
- Donación a causas sociales

En promedio, **31%** de los proveedores evaluados en responsabilidad ambiental cumplieron con los requerimientos de la verificación

175 proveedores de Grupo Salinas fueron evaluados en el cumplimiento del criterio social en 2019; 105 de ellos sólo en cuanto a la participación en eventos de compromiso social, mientras que los 70 restantes también fueron evaluados en la donación a causas sociales

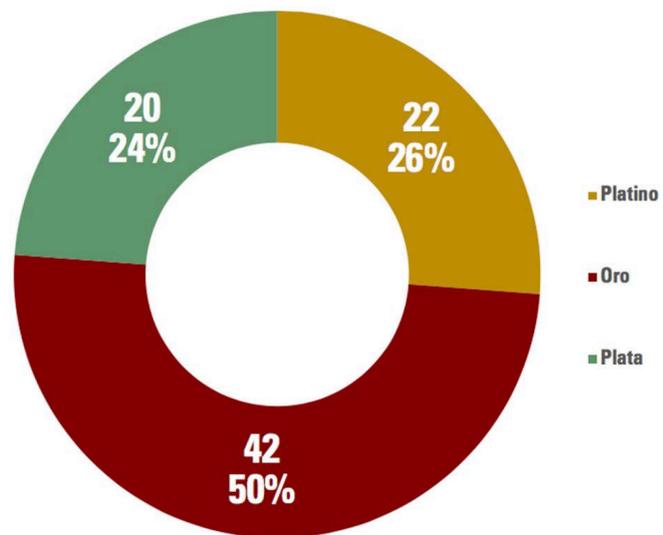
En promedio, **27%** de los proveedores evaluados en la participación en eventos de compromiso social y en donación a causas sociales cumplieron con los requerimientos de la Certificación

269 nuevos proveedores cumplieron con el criterio de compromiso social y ambiental; 233 de ellos forman parte del Círculo de Proveedores, mientras que los 36 restantes cumplieron con la verificación in situ

En 2019, 86 proveedores presentaron incumplimientos con respecto a los criterios establecidos por Central de Compras. En respuesta a ello, se implementó un esquema de consultoría externa, proporcionada por una empresa especializada que apoyó a los proveedores en la atención de los hallazgos de las evaluaciones, por medio de planes de remediación y un modelo de análisis que permitirá la obtención de insumos importantes para iniciar con el desarrollo de proveedores. 84 de los proveedores implementaron un plan de mejora; derivado de él, optimizaron su desempeño en materia económica, social, ambiental y ética durante 2019.

98% de los proveedores mejoraron su desempeño en materia económica, social, ambiental y ética durante 2019, haciéndolos acreedores a la Certificación Círculo de Proveedores

Proveedores con planes de mejora que obtuvieron un distintivo de la Certificación Círculo de Proveedores en 2019



308-2, 412-1, 414-2

En 2020, con el compromiso de externar estas buenas prácticas, Central de Compras impulsará a diversos proveedores para desarrollar algunos aspectos laborales y de sustentabilidad, tales como:

- Licencias ambientales de acuerdo 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

Una de las metas de Central de Compras a 2020 es el desarrollo del **95%** de los proveedores

Entre los objetivos de Central de Compras hacia 2020 se encuentran asegurar el uso de productos y servicios innovadores a los clientes internos, además de trabajar en la generación de una base de proveedores socialmente responsables para proyectos sociales y ambientales

Italika

Italika gestiona de manera separada a los proveedores de servicios y de refacciones para el ensamble de los productos.

Derivado del fin para el que son utilizados sus productos, Italika considera la evaluación de proveedores como un aspecto prioritario, pues se trata de un mecanismo que brinda certeza sobre la aprobación de los productos en términos de calidad, funcionamiento y durabilidad de conformidad con los requerimientos normativos e internos, así como seguridad para los usuarios.

El proceso de evaluación de proveedores inicia con una visita de reconocimiento a las instalaciones de los proveedores, donde todas las áreas de la empresa candidata son auditadas. Los criterios a auditar son:

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

Italika aplica una valoración con base en estándares de la industria automotriz y en un modelo de semaforización:

Para conocer mayor información sobre los objetivos y metas 2020 de Central de Compras, por favor visite la página 201 del apartado "Anexos" del presente Informe.

- > 80 puntos: de inmediato cubre los requisitos para ser proveedor.
- 50- 80 puntos: en este caso, Italika 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 normas nacionales 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 la normatividad aplicable en su país de origen, como sucede por ejemplo con la proveeduría china, quien debe 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 Italika, nuevamente se realiza la evaluación enfatizando en la regulación o normas que está infringiendo. Posteriormente, en conjunto con el proveedor, se genera un plan de mejora implementar; una vez aplicado el plan, se reitera una revisión de cada punto de mejora, con la finalidad de corroborar que la ejecución se lleve a cabo de manera correcta. Si los incumplimientos persisten, la relación comercial con el proveedor en cuestión se finaliza.

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 Italika. 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.

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.
- 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.

Año con año, la competitividad del mercado aumenta y los clientes exigen un mejor producto, por lo que 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 términos de calidad, durabilidad, funcionalidad y precio. De esta manera, Italika tiene previsto reducir las incidencias, logrando que el producto final cuente con los más altos estándares de calidad.

Al cierre de 2019 Italika contaba con **18** proveedores de materia prima y servicios, así como con **29** proveedores de refacciones

18 proveedores de materia prima y servicios de Italika; 50% de ellos fueron contratados durante 2019

204-1

1.97% del monto total pagado a proveedores fue retribuido a proveeduría nacional

39% de los proveedores de materia prima y servicios de Italika son nacionales, ubicados en la Ciudad de México y en el Estado de México



Desarrollo incluyente

El cliente en el centro de la estrategia

Uno de los valores que rigen de manera relevante las operaciones de Grupo Elektra es el enfoque en el cliente. Es por ello que la Compañía impulsa la prosperidad incluyente de millones de familias, brindándoles la facilidad de acceso a productos y servicios innovadores y de alta calidad, lo que se traduce en un óptimo nivel de satisfacción y confianza por parte de sus clientes.

Conocimiento del cliente

El enfoque en el cliente es uno de los principales diferenciadores de Grupo Elektra y las empresas que lo conforman. La robusta estrategia que éstas han generado para conocer a sus clientes posibilita que orienten sus esfuerzos hacia la creación de la mejor oferta de valor.

Tiendas Elektra

Tiendas Elektra tiene la convicción de que al ser el cliente el centro de la estrategia, cualquier cambio que realice, debe beneficiarlo. Por ello, además de considerar factores específicos para la apertura de nuevos puntos de venta, como el número de habitantes, la existencia de zonas comerciales, centros de retail y negocios similares, la ubicación de Tiendas Elektra ya establecidas, y los resultados del desempeño de cada región, la Empresa fortalece de manera constante su estrategia omnicanal para mantenerse cercana a sus clientes.

Italika

Uno de los objetivos fundamentales de Italika es contar con una sólida oferta de valor, por lo que escucha a sus clientes y enfoca su labor en el lanzamiento de modelos inno-

vadores y en el reforzamiento de los más altos estándares de calidad en los productos ya existentes. De esta manera, garantiza el cumplimiento de los requerimientos de los usuarios en términos de seguridad, tiempo de respuesta y precio, además de facilitar la movilidad de sus clientes proporcionando grandes experiencias para satisfacer todos los gustos y necesidades.

Banco Azteca

Por su parte, Banco Azteca asegura la ejecución y gestión de la estrategia centrada en el cliente de manera efectiva, alineando las capacidades organizacionales e impacto positivo del negocio, de manera vertical y transversal, basándose en una serie de estudios y procedimientos para la comprensión de las razones, prácticas y percepciones, tanto de sus clientes como de sus colaboradores.

La Institución aspira a traducir el conocimiento obtenido de estas investigaciones en acciones concretas 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.



52 estudios
antropológicos
en 2019

43 estudios
cualitativos y 93
cuantitativos;
incrementos de
43% y 63% en
relación con el
año anterior,
respectivamente

61 estudios de
gabinete; 74% de
aumento respecto
al ejercicio 2018

FS15

De esta forma, los procedimientos realizados en 2019 por Banco Azteca fueron los siguientes:

- Inmersión Antropológica. 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. Investigaciones cualitativas y cuantitativas que buscan profundizar en el entendimiento del cliente.
- Seminario de Niveles Socioeconómicos y Culturales. Su objetivo es conocer y entender el segmento correspondiente a la base de la pirámide y se complementa con visitas de campo.
- Proyectos de investigación antropológica. Estudios enfocados en el entendimiento de la vida cotidiana de clientes y colaboradores, para generar conocimiento socio-cultural y recomendaciones específicas.
- Documentos de divulgación. Publicaciones periódicas que difunden conocimiento sociocultural sobre tópicos específicos relacionados con los objetivos vigentes de Banco Azteca.
- Asesorías. 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.
- Dominio de datos. Proceso cuyo objetivo es gestionar catálogos de datos críticos de servicios financieros; basado en la metodología de perfilamiento, reglas de estandarización y homogeneización de datos.

La ejecución de estas investigaciones permitió que en 2019 Banco Azteca culminara la transformación del modelo de negocio mediante la especialización de las unidades que lo conforman, profundizar en el conocimiento sociocultural de los mercados objetivo, de acuerdo con las metas de cada una de las unidades, así como garantizar a los clientes la oferta de un servicio y experiencia única en sus sucursales, la cual se apega a los protocolos de atención, métodos y procedimientos institucionales que garantizan la calidad de servicio en toda la red.

2 estudios de
usabilidad; 100%
de incremento vs
2018

11
evaluaciones
Mystery Shopper;
cifra 120%
superior al
resultado 2018

Enfoque en el cliente

Tiendas Elektra

La maduración de su estrategia enfocada en el cliente y en la omnicanalidad, permitió a Tiendas Elektra superar en 2019 el plan de contribución mismas tiendas en 70%, así como tener un crecimiento de 24% en ventas a crédito en relación con el año anterior.

El énfasis en la atención a clientes nuevos posibilitó el incremento en el levantamiento de solicitudes de este tipo de clientes, aumentar el margen respecto al objetivo en 13% y destacar en la recompra, implicando el seguimiento a clientes a través de promociones puntuales.

Además, Tiendas Elektra orientó sus esfuerzos a la búsqueda de eficiencias, con lo que logró un crecimiento en la utilidad comercial por encima de los gastos y consolidó su especialización comercial.

Italika

Para cumplir con su objetivo primordial referente a brindar movilidad, cubrir las necesidades de los clientes y mejorar de manera constante su oferta de valor, en 2019, Italika ejecutó una estrategia basada en seis ejes principales:

- El lanzamiento de 38 nuevos modelos, en los cuales se aplicó y obtuvo la certificación de cumplimiento con la NOM-082-SEMARNAT-1994, que establece los límites máximos permisibles de emisión de ruido de las motocicletas y triciclos motorizados nuevos en planta y su método de medición.
- El inicio de las actividades de investigación y desarrollo para adoptar la tecnología de emisiones en nuevos modelos, de conformidad con las normas EURO.
- El desarrollo e implementación de tres equipos para incrementar el rango de pruebas de validación de calidad de motocicletas orientados a evaluar la resistencia a la humedad y medición en tiempo real de la temperatura de operación del motor.
- El desarrollo y lanzamiento de la primera bicicleta eléctrica.
- El desarrollo de productos de nuevos proveedores.
- La inauguración de su sexta nave industrial, consolidando su planta ensambladora como la más grande de Latinoamérica y garantizando que cuenta con la infraestructura necesaria para soportar las fluctuaciones de la demanda.

En 2019, Italika celebró su 15° aniversario contando con **5 millones** de clientes

El lanzamiento de la primera bicicleta eléctrica es una muestra de la consolidación de la cartera verde de Grupo Elektra y de la contribución a la movilidad con cero emisiones

Este espacio genera más de 100 nuevos empleos directos y tiene una superficie de 10,000 m², una capacidad de almacenaje de 16,000 motocicletas estibadas en seis niveles, así como 14 rampas que le permiten incrementar su capacidad diaria de embarque de unidades.

Los mecanismos en los que basó su gestión para poder dar cumplimiento a su estrategia fueron:

- El desarrollo del sistema de glosario general para el registro correcto del Número de Identificación Vehicular (NIV) ante el Registro Público Vehicular (REPUVE).
- La producción de 66 validaciones de muestras de diversos proveedores, acumulando un total de 790,061 km recorridos.
- La utilización de los protocolos y procesos formales de inspección y validación de productos para la identificación de oportunidades de mejora de calidad, riesgos de calidad y solución de anomalías en las muestras representativas de vehículos de pre-producción.

Italika también estableció indicadores clave de desempeño (KPIs), algunos de los cuales están sustentados en los Objetivos y Resultados Clave (ORCs), lo que permitió su avance de manera focalizada y determinar nuevas metas hacia el siguiente año. Para conocer los resultados, por favor, consulte la página 202 de la sección "Anexos" del presente Informe.



Banco Azteca

FS3, FS13, FS14

Desde su origen, Banco Azteca se propuso impulsar la inclusión financiera al atender a la población de la base de la pirámide, un sector olvidado por la banca tradicional para bancarizar al sector de menores ingresos. En función de la prosperidad incluyente y, de esta manera, contribuir a la mejora en la calidad de vida de la población, hoy se encuentra en más de 780 municipios y, en más de 170 de ellos, es la única institución financiera presente. Asimismo, se ha consolidado como el manejador más grande de pequeños pagos del sistema financiero mexicano, aunado a que cuenta con tecnología de alta calidad y total seguridad.

Banco Azteca fortaleció su estrategia centrada en los clientes para dar atención a las necesidades de la población, comprendida por diversas líneas de acción:

- Ofrecer una amplia gama de productos de ahorro y crédito.
- Ofrecer un servicio los 365 días de año en un horario de las 9 horas a las 21 horas.
- Fomentar el uso de la banca electrónica y banca móvil, permitiendo penetrar a cualquier rincón y operar en cualquier horario.
- Convenir con los clientes, de conformidad con el tipo de ingresos, que sus pagos sean semanales, quincenales o mensuales.
- Abrir cuentas desde MXN\$1 sin comisiones por manejo de cuenta o saldos mínimos.
- Ampliar el portafolio de Captación:
 - En Banca Comercial, para recaudar, realizar pagos de servicios y créditos a segmentos de Gobierno, Estados y Municipios.
 - Con un enfoque en el producto Guardadito, así como en las transacciones realizadas en caja y en cajeros automáticos (ATMs), con el objetivo de lograr la rentabilidad esperada de manera sostenida.
- Diseminar los recursos de los programas gubernamentales, a través de órdenes de pago y dispersión de cuentas (beneficiarios de programas como becas de educación media superior, educación básica, adultos mayores, personas con discapacidad, la escuela es nuestra, programa nacional de reconstrucción de escuelas y fomento a la economía social).
- Generar y robustecer las relaciones de largo plazo los clientes, por medio de una excelente atención y servicio en la red de sucursales.
- Ofrecer productos y servicios financieros más sencillos, confiables, innovadores y seguros para impulsar la bancarización y transformación digital del país.
- Perfilador de clientes. Consiste en que mediante el establecimiento de siete preguntas clave, el asesor financiero puede detectar las necesidades del cliente y ofrecer

Hoy, Banco Azteca se encuentra en más de 780 municipios y, en más de 170 de ellos, es la única institución financiera presente

un producto adecuado, además de mostrar una carpeta de ventas del segmento recomendado con los beneficios.

- Implementar campañas dirigidas a determinados segmentos.
- Reducir los tiempos de apertura a cinco minutos
- Mejorar la experiencia transaccional de clientes y usuarios en ventanillas.
- Canales digitales. Se ampliaron las funcionalidades mediante estos canales y se incorporaron las operaciones con mayor demanda en el área de captación: consulta de saldos, consulta de movimientos y generación de estado de cuenta; además, en el proceso de apertura se incluyeron los productos: Guardadito, Guardadito Digital, Débito Azteca, Débito Negocio, Inversión Azteca Plazo e Inversión Azteca Tradicional.

Esta estrategia centrada en el cliente también permitió a Banco Azteca implementar diversas medidas para mejorar la atención de los clientes en sucursales, entre ellas:

Plan Anti-Filas

Cuyo objetivo fue disminuir el tiempo en fila para clientes y usuarios, agilizando los tiempos invertidos en cada transacción realizada.

12 minutos, tiempo promedio de espera en fila por parte de los clientes, 37% de reducción en el tiempo promedio en fila

Renovación tecnológica de cajeros automáticos

Nueva propuesta de diseño de cajeros automáticos cuyo principal objetivo es asegurar que el cliente pueda vivir una experiencia única, memorable y congruente.

Banco Azteca renovó 396 cajeros automáticos, ubicados en 329 sucursales en México. Estos equipos cuentan con **touchscreen**, reconocimiento facial, lector de biométricos, lector de código QR y contactless.

De esta manera, Banco Azteca logró mejorar la experiencia transaccional de clientes y usuarios, incrementar la capacidad de atención en las sucursales y la conveniencia para clientes y usuarios a través de redes externas, además de favorecer la rentabilidad para continuar brindando servicios para pagos, depósitos y retiros.

11% de las transacciones físicas en sucursales migraron a formatos alternos



Sinergias

GRI 203, 413, 416, 419: 103-1, 103-2, 103-3

En la búsqueda por alcanzar sus objetivos y adoptar las mejores prácticas del sector, las empresas que conforman Grupo Elektra han establecido alianzas con diferentes entidades e instituciones, cuya importancia radica en que contribuyen a mejorar la experiencia de los clientes.

Tiendas Elektra



Derivado de la firma del convenio de colaboración entre Tiendas Elektra y la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO) que tuvo lugar en 2016 y en el que el organismo reconoció a Tiendas Elektra, Presta Prenda, Italika y Banco Azteca, durante 2019 la Empresa continuó con la implementación de buenas prácticas, como por ejemplo, la formación de más de 1,900 colaboradores en el conocimiento de prácticas comerciales sanas, Normas Oficiales Mexicanas, y el cumplimiento de todo requerimiento en las visitas de verificación.

Fue así como, a través de acuerdos y requerimientos de cumplimiento que

se establecieron, tales como la nueva regulación para obtener los registros y poder ejecutar las promociones del "Buen Fin", en 2019 Tiendas Elektra consolidó la relación con la PROFECO.

Destaca que el grupo interdisciplinario creado en 2018 para la atención inmediata de las quejas presentadas por los clientes brindó atención y seguimiento personalizado y expedito a cada uno de ellos a través del programa Conciliaexpres de la PROFECO, tanto por parte del Director de Operaciones como del Director de Administración asignados por la Procuraduría y Tiendas Elektra, respectivamente. De esta forma, se agilizó considerablemente la atención y resolución de los casos reportados en el año.

49 casos presentados vs Tiendas Elektra por motivos de variación entre la etiqueta y el registro en el sistema durante el "Buen Fin"; 100% de ellos fueron conciliados respetando la promoción comunicada

Para 2020, Tiendas Elektra tiene el propósito de continuar con el apego a los lineamientos que dicte la PROFECO, a fin de fortalecer este convenio y atender los casos que sean reportados ante esta instancia.

Italika

Italika también está comprometida con brindar apoyo a sus clientes y contribuir al fortalecimiento de las instituciones, por lo que en 2019 se incorporó al sistema de notificaciones electrónicas de PROFECO Concilianet e inició la gestión con esta Institución para su alta en el sistema de Conciliaexpres.

Banco Azteca

CONDUSEF

Por su parte, Banco Azteca ratificó el convenio de colaboración con la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF), el cual fue firmado en 2018 y surgió como resultado de la óptima calificación de Banco Azteca respecto al promedio de las instituciones financieras en materia de reclamos. La importancia de este acuerdo radica en que sentó las bases para la autorregulación y para fortalecer la capacitación en beneficio de los cuentahabientes en toda la Geografía.



En 2019, Banco Azteca obtuvo una calificación del IDATU de 9.59, la mejor valoración histórica recibida por la Institución en términos de atención a los usuarios

Esta situación, aunada a la alta calidad en el servicio de atención a las reclamaciones interpuestas por los usuarios²⁰ y a la valoración del cliente como el centro de la estrategia, al cierre de 2019, implicaron que Banco Azteca incrementara la calificación del Índice de Desempeño de Atención a Usuarios (IDATU), de 9.00 a 9.59, que representa la mejor calificación histórica obtenida por la Institución ante la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF) en la materia.

Con ello, Banco Azteca previene incumplimientos y sus consecuentes multas, asegura la adecuada gestión de procesos y aclaraciones, fortalece relaciones de largo plazo con sus clientes e impulsa su reputación entre los usuarios de servicios financieros, además de robustecer su relación con la autoridad.

Gobierno Federal de México

Debido a su amplia red de sucursales y a su compromiso con la prosperidad incluyente, a principios de 2019, Banco Azteca fue la Institución seleccionada por el Gobierno Federal de México para la distribución de los apoyos sociales derivados de sus programas de Bienestar.

Gracias a la infraestructura y alcance de Banco Azteca, al cierre de 2019²¹, la Institución logró dispersar cerca de MXN\$41,000 millones a aproximadamente 5.9 millones de personas beneficiadas por los programas sociales de Bienestar del gobierno mexicano

Beneficiarios²² únicos que recibieron sus recursos de los programas sociales de Bienestar en sucursales de Banco Azteca:

- 5,090,250 beneficiarios del programa de Educación básica y media superior.
- 644,442 beneficiarios del programa de Personas adultas mayores.
- 123,511 beneficiarios del programa de Personas con discapacidad permanente.

La meta para 2020 será alcanzar la cantidad de 7.4 millones de beneficiarios.

Corresponsalías

Con el fin de facilitar el acceso a los servicios financieros a una mayor cantidad de personas, así como fortalecer el nivel de servicio, en 2019 Banco Azteca firmó diversos convenios de colaboración para impulsar la prosperidad incluyente. Cuatro de ellos fueron establecidos con instituciones financieras, con el fin de compartir sus redes de cajeros automáticos en beneficio de sus clientes, brindándoles la posibilidad de retirar efectivo en moneda nacional y realizar consultas de saldo de tarjetas de débito, **sin cobro de comisión y de manera ilimitada**. El quinto acuerdo restante fue un convenio de corresponsalía con una empresa de autoservicio.

El primer convenio de colaboración fue concertado con Banco Multiva, acuerdo que posibilitó un incremento del 70% en la red de cajeros automáticos disponibles para los clientes de Banco Azteca.



El segundo de ellos fue con Banca Mifel, alianza que permitió que Banco Azteca incrementara su red de cajeros automáticos en 19%.



²⁰ Para conocer los requisitos con los que debe cumplir los productos y servicios de la Institución, consulte la página 205 del apartado "Anexos" del presente Informe.

²¹ Desde el inicio de los programas hasta el 8 de marzo de 2020

²² Para conocer los perfiles de los beneficiarios de estos programas, consulte la página 204 de la sección "Anexos" del presente informe.

El tercer convenio de colaboración fue suscrito por Banco Azteca y BanBajío, con la intención de ampliar sus respectivas coberturas a nivel nacional en beneficio de sus clientes. Con esta sinergia se presentó un aumento en la red de cajeros automáticos de Banco Azteca en un 58%.



Finalmente, el cuarto convenio de colaboración fue pactado con Banca Afirme. A través de este acuerdo, Banco Azteca amplió su red de cajeros automáticos en 141%, considerando que, al momento de la firma, la Institución ya contaba con 1,209 unidades.



Asimismo, con el fin de ampliar la cobertura bancaria a más segmentos de la población, Banco Azteca y Chedraui firmaron un convenio de corresponsalía, por medio del cual los clientes de la Institución pueden realizar operaciones en las 300 tiendas de autoservicio desplegadas en 25 entidades de México, como son depósitos a cuentas y tarjetas de débito, pagos a tarjetas de crédito, créditos personales y de consumo, crédito con garantía prendaria en Presta Prenda y Micronegocio Azteca.

De esta manera, Banco Azteca amplió su red de puntos de contacto con los clientes en un 7%.



*Nota. La cantidad de cajeros automáticos de Banco Azteca corresponde al número de unidades con las que contaba la Institución al momento de la firma del convenio de colaboración; cifras validadas por la unidad de negocio.

En 2019 también se establecieron convenios con OXXO –con 18 mil puntos de venta– y Walmart –con 3,134 sucursales– para el retiro de efectivo.

AMESPRE

En 2019, Banco Azteca firmó un convenio de colaboración con la Asociación Mexicana de Empresas de Servicios Prendarios (AMESPRE, A.C.), el cual consistió en el intercambio de información para el diseño de programas, estrategias y acciones tendientes a la prevención del delito, para evitar que se reciban en empeño o para su comercialización, celulares, tabletas, impresoras térmicas, motocicletas o cualquier otro artículo que sea propiedad de Banco Azteca y se haya obtenido de manera ilícita. Con ello, se inhibe el robo de equipos de telecomunicación, movilidad y herramientas de trabajo de los colaboradores de Cobranza y Crédito, al impedir su venta ilegal a través de las 2,699 empresas prendarias asociadas.

Para mayor información sobre el convenio de colaboración suscrito por Banco Azteca y AMESPRE, visite la página:

<https://amespre.org/wp-content/uploads/2020/01/12.06.19-BANCO-AZTECA.pdf>



Inclusión digital

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

En 2019, Grupo Elektra continuó desarrollando acciones para cumplir con el compromiso establecido dos años atrás en beneficio de la innovación y tecnología, en concordancia con la Estrategia Digital Nacional (EDN) establecida por el gobierno federal para construir un México Digital, y con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas. Así, fortaleció su estrategia para facilitar la inclusión de millones de familias a una economía digital y, de esta manera, contribuir al desarrollo del país.

E-commerce

203-2

La estrategia omnicanal de Tiendas Elektra contribuye a la reducción de la pobreza y las desigualdades, pues desde la plataforma de *E-commerce* posibilita el pago con Crédito Elektra, brindando a la población no bancarizada la oportunidad de obtener productos con esquemas de pagos accesibles que mejoren su calidad de vida y reduzcan su huella de carbono, al evitar que los clientes se desplacen a las sucursales, así como al facilitar la adquisición de productos ecoeficientes.

Al cierre de 2019, aproximadamente el 75% de Tiendas Elektra contaba con una zona determinada como digital; el Marketplace contaba con cerca de 750,000 SKUs; y se lanzó Elektra USA, cuyo propósito es atender a mexicanos que viven en Estados Unidos.

Para brindar mayores facilidades a sus clientes y mejorar su experiencia, en 2019, Tiendas Elektra inició con la implementación del servicio click and collect, así como con el arranque de pilotos de compra en tienda con envío a domicilio.

Por su parte, Italika cuenta con una sólida estrategia de *E-commerce* basada en tres ejes, que en 2019 fue robustecida a través del desarrollo de diversas iniciativas, como son:

Tienda en línea	Dropshipping	Marketplace
		
<ul style="list-style-type: none"> • Lanzamiento de la Tienda en Línea 2.0, basada en la plataforma omnicanal líder del mercado internacional Hybris Commerce de SAP. • Lanzamiento de la venta omnicanal con agencias propias, logrando los formatos operativos y de ventas ship to store y ship to home de ventas generadas en agencias propias. • Habilitación de 400 Centros de Servicio Italika (CESIT) como puntos de entrega físicos de ventas generadas digitalmente, proceso denominado store pick up con CESIT. • Crecimiento de la actividad en promociones bancarias, logrando negociaciones estratégicas. 	<p>Consolidación de los esfuerzos y desarrollos para brindar una mejor experiencia y oferta comercial elektra.com.mx y en los canales de autoservicios.</p>	

En 2019, en términos generales, Italika se enfocó en integrar el sistema Warehouse Management basado en SAP, lo que le permitió tener un mayor control en el almacén del inventario exclusivo de E-commerce.

Italika participó por cuarto año consecutivo en dos campañas clave en el desempeño del E-commerce debido a la oferta diferenciadora digital en las siete plataformas de venta con las que cuenta: Hot Sale y el Buen Fin

Italika logró un crecimiento de 92% en unidades y 71% en el monto de ingresos con la campaña Buen Fin vs el ejercicio anterior

Italika logró un crecimiento de 62% en unidades y 110% en el monto de ingresos con la campaña Hot Sale en relación con el año anterior

Las políticas en las que Italika basa la gestión de E-commerce son aquellas publicadas en el portal de Grupo Salinas y Grupo Elektra, las cuales abordan diversos temas, como ventas, prevención y operación por tipo de cliente. Aunado a estos instrumentos, para operar la venta, cuenta con sistemas internos y externos, como SAP e Hybris Commerce, y sistemas web de los socios comerciales, respectivamente.

Los KPIs en *E-commerce* para Italika son:

- Ventas
- Unidades
- Tiempo de entrega

Italika presentó un incremento de 42% en ventas de unidades y 48% en ingresos respecto al año 2018

La importancia de la plataforma E-commerce de Italika radica en que, en ocasiones, es posible generar esquemas y alianzas estratégicas con diversos socios comerciales, de tal manera que la oferta del producto cuenta con promociones bancarias –como meses sin intereses–, y con descuentos, brindando a los clientes oportunidades de acceso a un medio de transporte en condiciones asequibles y desde cualquier dispositivo.

Para obtener mayor información sobre los objetivos 2020 de *E-commerce*, por favor visite la página 205 del apartado “Anexos” del presente Informe.

150cc Z1

¡OFERTA DESTACADA!

Solo HOY de 12 pm a 10 pm

ZONA OUTLET

Últimas unidades a precios Irresistibles

a solo: \$22,999.00*

ME INTERESA

Oferta con descuento aplicable únicamente durante el tiempo que se encuentre publicada la oferta relámpago y/o hasta agotar existencias. (1) Promoción válida del 19 de junio de 2020 en el sku S2150150108P y horario establecido: de 12:00 pm a 10:00 pm. El artículo no está disponible ya que el inventario es limitado. La promoción no aplica en caso de haber cancelaciones y devoluciones. Envío a domicilio únicamente dentro de la República Mexicana. *El casco de regalo es tipo cachucha, el color varía dependiendo la disponibilidad, el tamaño y el color. Los precios incluyen IVA y si encuentran en Moneda Nacional. Fecha de impresión: 19 de junio de 2020.

Ya puedes comprar con crédito de Banco Azteca

LIBERARON LAS OFERTAS DE JUNIO

10% ó 5% de descuento*

ZONA OUTLET

Últimas unidades a precios irresistibles

Nuestros Modelos



TRABAJO

Ideal para largas jornadas y con alto rendimiento de combustible.

Conócelas



MOTONETA

Práctica, divertida y fácil de manejar.

Conócelas



LÍNEA Z

En cada latido vives tu pasión... eres Piloto Z.

Conócelas

Asimismo, con esta omnicanalidad, Italika continúa proveyendo motocicletas a clientes de la base de la pirámide, brindándoles facilidades de entrega del producto en su domicilio.

Italika cuenta con un catálogo extendido digital que se puede adquirir a través de la tienda en línea propia y de las 6 plataformas digitales líderes en el mercado nacional o en agencias propias, con entrega a domicilio y cobertura nacional

Tiendas Elektra tiene como objetivo para 2020 brindar al cliente la mejor experiencia omnicanal mediante una sólida oferta diversificada, mientras que Italika tiene previsto hacerlo a través de la reducción de tiempos de entrega a nivel nacional a 7 días hábiles en promedio

7.2
millones
de clientes
registrados
en 2019 en el
canal de
Banca Móvil

Banca Digital

FS14

En 2019, Banco Azteca avanzó en la promoción del uso de la aplicación móvil, ofreciendo una mayor gama de servicios y productos financieros para todos los segmentos de la población, incluyendo a los menos favorecidos. Además de que el proceso de enrolamiento es simple, a través de la Banca Móvil, los habitantes de comunidades que no cuentan con servicios bancarios cercanos pueden abrir cuentas de ahorro en su celular para recibir envíos de dinero, hacer pagos de servicios y de impuestos, así como envíos de dinero a familiares, evitando el traslado a una sucursal bancaria.

Banco Azteca garantiza contar en todas las sucursales con asesores digitales, cuya función es promover el uso de la aplicación móvil entre los clientes. Aunado a ello, durante el año se realizó una intensa campaña de señalización en sucursales difundiendo de manera clara los beneficios de realizar las transacciones en la banca móvil.

Entre la amplia gama de funcionalidades que se pueden realizar se encuentran el pago de servicios –luz, gas, agua, etc.–, impuestos, créditos, Depósito Azteca, tarjeta de crédito –de Banco Azteca o de otras instituciones–, Azteca Pago Elektra / Total Play; pago y/o Cobro Digital (CoDi) y con código QR; cobro a sus contactos; realización de retiros para el propio cliente o para otra persona, con código de barras o con código QR, tanto en la app como en ventanilla; consulta de saldos y movimientos de cuentas, inversiones, créditos y Guardadito Go; depósitos en ventanilla; envíos a una cuenta o a un celular; recepción de remesas de México y de otros países; liberación de nómina; recarga de tiempo aire; solicitud de estado de cuenta –captación y tarjeta de crédito–; visualización de saldo de AFORE y realización de aportaciones voluntarias.

Asimismo, los clientes pueden contratar Guardadito Tradicional, Guardadito Digital, Débito Negocio, Débito Azteca, VAS, Acepta Pago, portabilidad de nómina, créditos personales –nuevo, recompra o renovación–, tarjeta de crédito, Inversión Azteca Plazo, Inversión Azteca GS, Caja de Ahorro Plus, Crédito Nómina, Adelanto de Nómina; comprar o vender dólares desde Guardadito Go.

Con ello, Banco Azteca logró incrementar los saldos y la apertura de cuentas, mejorar la experiencia del cliente, reconocer la permanencia en saldos para clientes existentes, impulsar el ahorro y ofrecer una propuesta de valor que satisface las necesidades de los clientes.

La Banca Digital también permite mejorar la experiencia del cliente con medidas de:

- **Seguridad:** Login con usuario y contraseña, así como con huella y/o rostro, teniendo la posibilidad de habilitar esta última opción; recuperar o actualizar su contraseña y/o clave de seguridad; mostrar y ocultar cuentas y centavos; contar con una tarjeta virtual; consultar el último acceso, así como buscar movimientos específicos; reportar, cancelar o activar tarjeta.
- **Personalización:** Visualizar su perfil y editar datos, como el alias o correo electrónico; cambio de dispositivo; token; motor de promociones; cupones; agregar y editar cuentas frecuentes; cargo automático.
- **Comunicación:** Acceder a ayuda –llamar a Línea Azteca, escribir un correo electrónico o un mensaje vía WhatsApp–; contar con un centro de notificaciones, donde puede consultarlas y/o eliminarlas; localizar sucursales y cajeros; consultar el apartado de preguntas frecuentes, información legal, comprobantes del SAT y el módulo de finanzas, además de la opción de compartir información.

Aunado a lo anterior, en 2019, la Institución habilitó la primera etapa de “Olivia”, Chatbot de Banco Azteca, vía WhatsApp –la aplicación líder global en servicios de mensajería instantánea– a su gama de canales de atención y servicio a sus clientes digitales.

Este canal estará disponible para los clientes los siete días de la semana, las 24 horas del día, y permitirá ofrecer acompañamiento a los usuarios en la administración de sus cuentas y diversas operaciones, como transferencias de dinero, consulta de saldos, compra de tiempo aire y aperturas de cuentas.

Durante 2019, la estrategia de Banco Azteca en torno a la inclusión digital se centró en:

			
Continuar el crecimiento de la Banca Digital en cuanto al número de clientes	Acelerar las ventas digitales	Iniciar la construcción de soluciones centradas en el cliente	Sentar las bases para la construcción de las capacidades analíticas del Grupo

En 2019, la App Banco Azteca se ubicó en el 1^{er} lugar dentro del Ranking de Finanzas de Google Play

Cerca de **1.8** millones de créditos preaprobados a través de Banca Digital; cantidad 541.3% superior al resultado del año anterior

MXN\$1,546 millones, monto de ingresos monetarios generados por la Banca Digital; incremento de 161.6% respecto al año anterior

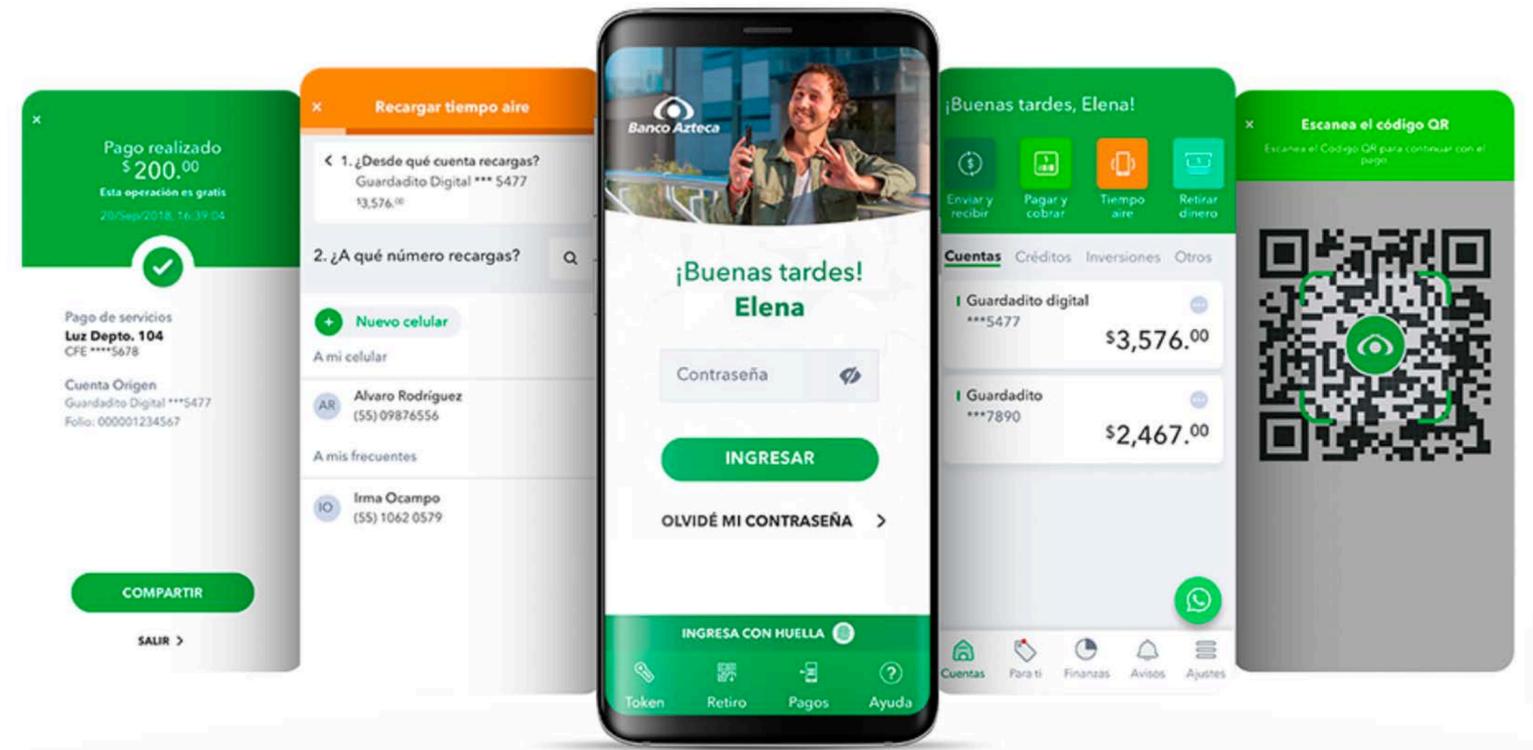
MXN\$140.8 millones invertidos por Banco Azteca en infraestructura para tecnologías de la información aplicadas a la Banca Digital y la lectura de biométricos en 2019; monto 494% superior a la inversión realizada en 2018

Para conocer mayor información sobre los objetivos 2020 de Banca Digital, por favor visite la página 205 del apartado "Anexos" del presente Informe.

24% de las aperturas de cuentas totales corresponden a aperturas digitales, superando la meta de 20%

2019 también fue el año en que Banco Azteca trabajó en la creación de sinergias con empresas de tecnología financiera (FinTech), con el objetivo de abrir nuevos mercados y extender su capacidad digital operativa con mayor presencia en los ecosistemas de tecnología financiera; por ello, la Institución participó en diversos foros, como Finnovista Summit 2019.

Banco Azteca tiene como objetivo a 2020 digitalizar a **10.5** millones de clientes



Información clara y certera

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

Grupo Elektra considera que brindar información clara y veraz al cliente es fundamental para promover la adquisición de productos y servicios de manera responsable y, de esta forma, proveer la mejor experiencia al cliente. Por ello, las empresas que lo conforman han establecido procedimientos para garantizar el cumplimiento en términos de etiquetado de los productos y servicios que ofrece, así como en marketing y publicidad.

Tiendas Elektra

416-1, 417-1

Por su parte, Tiendas Elektra cumple con requerimientos específicos para productos de importación y para aquéllos de fabricación nacional. Para los primeros, solicita una muestra al fabricante para posteriormente efectuar 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.

Si el producto cumple de manera satisfactoria las pruebas realizadas en el laboratorio interno, éste es enviado al laboratorio NYCE para que sea certificado; una vez certificado, el producto puede ser importado.

Para los productos de fabricación nacional, cuenta con un procedimiento en el que certifica que los productos que así lo requieran, cumplan con la Norma Oficial Mexicana correspondiente; para verificarlo, solicita la evidencia digital de observancia de la NOM al fabricante o proveedor 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.

La información que deben contener las etiquetas de los productos Tiendas Elektra es:

- Nombre y código del producto
- Modelo

- Descripción y características del producto
- Marca y 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

Durante 2019, se creó un procedimiento para que Tiendas Elektra y Banco Azteca establezcan en conjunto estrategias de publicidad y etiquetado por cada categoría de productos. En 2020 reforzarán estos procesos de enlace a través de la automatización

Algunos productos ofrecidos en Tiendas Elektra cuentan con:

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

Tiendas Elektra cuenta con una política que establece que, si existe una falla en los primeros 15 días de adquisición del producto, se efectúa el cambio físico inmediato del producto y, a partir del día 16 hasta el día 365 posteriores a la compra, se aplica la garantía del proveedor.

Tiendas Elektra robustece constantemente entre sus colaboradores el conocimiento de los productos que ofrece, por lo que en 2019 logró lanzar el programa Universidad Elektra, el cual imparte capacitación digital al personal en diversos temas, incluyendo las categorías y tipos de productos que se comercializan.

En 2019, Tiendas Elektra fue reconocida como el mejor proveedor de comportamiento comercial en el operativo del “Buen Fin”, al haber resuelto el 100% de las reclamaciones presentadas y haber registrado nula observación en sus campañas, preciadores y visitas de verificación llevadas a cabo por la Procuraduría Federal del Consumidor (PROFECO).

En 2019, Tiendas Elektra lanzó el programa Universidad Elektra para impartir capacitación constante a los colaboradores respecto a los procedimientos de la Empresa y las categorías de productos que en ella se comercializan

Durante el “Buen Fin”, Tiendas Elektra fue reconocida por contar con el menor número de reclamaciones ante la PROFECO, 100% de las cuales fueron conciliadas durante el año 2019.

Italika

417-1

Para los productos ofrecidos por Italika, la legislación aplicable es la Ley Federal de Protección al Consumidor y su reglamento, cumpliendo con todos los datos que ostenten los productos o sus etiquetas, envases y empaques y la publicidad respectiva, tanto de manufactura nacional como de procedencia extranjera, expresándose éstos en idioma español y su precio en moneda nacional en términos comprensibles y legibles conforme al sistema general de unidades de medida.

Ahora bien, en términos de marketing y publicidad, la estrategia de Italika se fundamentó en cinco acciones principales:

- Posicionar a Italika como la marca más relevante de motocicletas en todos los ámbitos de uso –herramienta de trabajo, movilidad, recreación, integración social y/o deporte–.
- Desarrollar un profundo conocimiento de los clientes a través de estudios de mercado y del análisis de sus interacciones con la marca para entender sus necesidades e intereses y mejorar las tasas de conversión.
- Asegurar que la oferta comercial de producto esté centrada en el cliente, alineada con la estrategia de marca y adecuada al uso que le dan los clientes del segmento objetivo.
- Implementar un ecosistema físico-digital centrado en el cliente para ofrecerle experiencias de compra y uso libres de fricciones.
- Mejorar la reputación de la marca, cambiar códigos culturales negativos asociados con el uso de la moto y abrir espacios para el motociclismo en el país.

Para atender estas líneas de acción y potenciar la reputación de marca de Italika, resultó crucial la continuidad en la arquitectura de marca con un modelo híbrido de marketing y publicidad, basado en tres pilares y niveles:



²³ Los registros de la CONDUSEF mencionados son: Sistema de Registro de Prestadores de Servicios Financieros (SIPRES), Registro de Contratos de Adhesión (RECA), Registro de Información de Unidades Especializadas (REUNE) y Registro de Despachos de Cobranza (REDECO).

De esta manera, la Empresa continuó con la comunicación diferenciada por pilar, tanto en imagen gráfica como en medios de comunicación masivos; adicionalmente, ejecutó campañas de lanzamiento 360 para cada uno de los lanzamientos que tuvieron lugar en 2019.

Banco Azteca

417-1, FS3

Con el objetivo de garantizar que la información entregada a los clientes y publicada cumpla con las características y requisitos autorizados para cada producto ofrecido por Banco Azteca, existen diversos controles relevantes en términos de entrega, autorización, publicación e información de los mismos, como son:

- La ley y disposiciones de transparencia emitidas por la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF), tales como: el buró de entidades financieras, contratos de adhesión y su incorporación en el Registro de Contratos de Adhesión (RECA), información relativa a montos, conceptos y periodicidad de las comisiones conforme a lo autorizado por el Banco de México (BANXICO), estados de cuenta, comprobantes de operación, publicidad y página de Internet, así como las actividades que se desvían de las sanas prácticas y usos relativos a la comercialización de las operaciones y servicios financieros.
- La Ley de Transparencia y Ordenamiento de Servicios Financieros.
- Los anexos de comisiones autorizados y supervisados, así como las circulares emitidas por el BANXICO.
- Las disposiciones de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), relativas a la operación de los propios productos y servicios.
- La ley, reglamento y lineamientos relativos al aviso de privacidad avalado por el Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI) y demás ordenamientos en materia de tratamiento de los datos personales.

Banco Azteca obtuvo una calificación de 10.0 en el cumplimiento de las obligaciones de ley respecto a los registros²³ de la CONDUSEF –SIPRES, RECA, REUNE y REDECO–

Todos los productos que integran el portafolio de Banco Azteca cuentan con una hoja de producto que incluye:

- Descripción del producto
- Beneficios
- Nombre, importe, periodo y canal de operación de las comisiones
- Términos y condiciones
- Folletos informativos
- Avisos de modificación
- Requisitos
- Indicador Ganancia Anual Total (GAT)
- Contacto para quejas y aclaraciones

Adicional a estos requerimientos generales, existen productos por unidad de negocio que deben cumplir ciertas especificaciones; para conocerlas, por favor consulte la página 205 del apartado “Anexos” del presente Informe.

Esta información también es actualizada de manera periódica en el sitio web y comunicada en todos los materiales impresos que se reparten en las sucursales.

Derivado del cumplimiento normativo, en el Buró de entidades financieras de la CONDUSEF, Banco Azteca obtuvo una calificación de 9.97 respecto a la Banca Digital

Banco Azteca ocupó la posición 12 de 51 en el Índice de Reclamaciones del sector bancario, debido a que por cada 10,000 contratos la Institución recibe 11.9 reclamaciones

De igual forma, para garantizar el conocimiento por parte de los clientes de los productos y servicios ofrecidos por Banco Azteca, cada vez que la Institución lleva a cabo el lanzamiento de una nueva iniciativa, ésta apoya a sus clientes por medio de acciones concretas. Algunos ejemplos que tuvieron lugar en 2019 fueron:

- Cajeros automáticos, a través de la activación con personas –Anfitriones– que asistieron al cliente en el uso de los cajeros automáticos en las sucursales.
- Alianzas con otros bancos para la ampliación de la red de cajeros automáticos / corresponsalías. Para ello se llevó a cabo una conferencia de prensa con los directivos de ambas instituciones y se desarrolló comunicación en digital y periódicos en el caso de las corresponsalías; para el caso de las alianzas con otros bancos, se actualizó el geolocalizador de sucursales y cajeros en el portal de Banco Azteca.
- Propuesta para emprendedores Acepta Pago. Se impartió capacitación a la fuerza de ventas para facilitar la transmisión de los beneficios a los clientes; se desarrolló comunicación digital; se ejecutó una demostración de este nuevo medio de pago en Expo Tendero.
- Actualización de la información en el portal público de Banco Azteca, referente a las características y beneficios de contar con Banca Digital.
- Muestra de las características de los productos y servicios previo a su contratación a través de Banca Digital.
- Notificación de información o características de los productos o servicios contratados a través de Banca Digital.
- Liberación de “Olivia”, Chatbot oficial de Banco Azteca para la atención al cliente, funcionalidad que brindó información relativa a productos o servicios ofrecidos por la Institución.

* Se consideran las participaciones, pues un colaborador pudo cursar diferentes eventos de formación, tanto de manera presencial como en línea. Para conocer mayor detalle sobre este tema, consulte la página 211 del apartado “Anexos” del presente Informe.

FS4

Adicionalmente, una de las acciones clave para brindar atención de calidad a los clientes es la capacitación de los colaboradores, pues es a través de la formación como Banco Azteca garantiza la óptima comunicación con el cliente para que los ejecutivos proporcionen información clara y precisa sobre los productos que ofrece la Institución y, de esta forma, el usuario elija la mejor solución.

58,875 participaciones* de colaboradores de Banco Azteca en México y Latinoamérica en cursos de formación para reforzar el conocimiento de los productos o servicios ofrecidos por la empresa

1,216,333 horas de capacitación para reforzar el conocimiento de los productos o servicios ofrecidos por Banco Azteca en México y Latinoamérica

De las preguntas recibidas por medio del Chatbot de Banco Azteca en 2019, 25.2% fueron referentes a productos de Crédito y 20.4% a productos de Ahorro

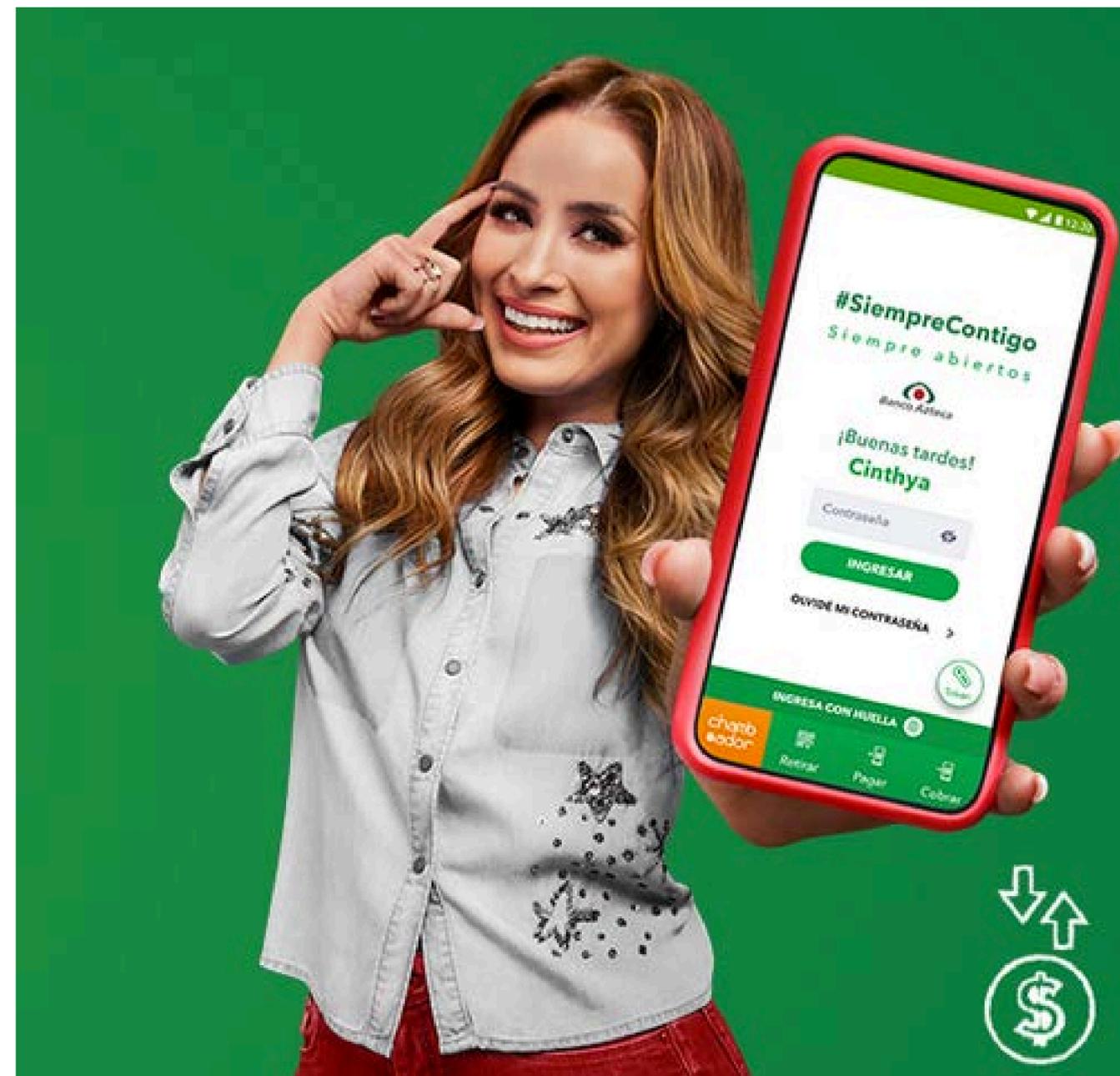
203-2

En 2019, Banco Azteca centró su estrategia de marketing y publicidad en el desarrollo de acciones de comunicación y promoción vinculadas a la oferta de valor de cada uno de los productos y servicios, para lo cual llevó a cabo una serie de estudios cualitativos y cuantitativos, buscando identificar los principales motivadores del uso del dinero y, de esta forma, diferenciar sus estrategias. Con base en ello, generó promociones específicas y materiales en donde éstas se explicaban de manera explícita para que el cliente conociera la mecánica y requisitos de participación.

La información en toda comunicación debe ser clara y consistente respecto a montos de incremento de saldo y reglas de mantenimiento, así como en relación con los beneficios de participar en las promociones, como el otorgamiento de mejores condiciones de crédito por concepto de montos y precios, o bien, la condonación de intereses ordinarios y moratorios. De esta manera, la Institución genera confianza y credibilidad entre sus clientes.

Asimismo, Banco Azteca desarrolla concursos dirigidos a los colaboradores, cuyo objetivo principal es incentivar el enfoque en: la apertura de cuentas, la retención de saldos, la renovación de inversiones y la contribución del personal en la recuperación de la cartera. De esta manera, se reconocen el desempeño de los colaboradores y el trabajo en equipo.

Apertura de **50 mil** cuentas
en promedio a la semana en México,
derivado de las campañas de temporada
en Banco Azteca



Mejora continua

GRI 203, 413, 416, 417: 103-1, 103-2, 103-3
416-1

Grupo Elektra tiene la firme convicción de que el proceso de mejora continua es un círculo virtuoso en el que los elementos clave son la oferta de productos y servicios de alta calidad, en conjunto con la búsqueda de la satisfacción de las necesidades de los clientes. Es así como año con año, el Grupo desarrolla iniciativas para acercarse a una mayor cantidad de clientes, ampliar y mejorar su oferta de valor y, por tanto, impactar de manera positiva en la experiencia de los usuarios.

Tiendas Elektra

Para garantizar que los productos ofrecidos por Tiendas Elektra cumplen de manera óptima con los requerimientos normativos y con las expectativas del cliente, la Empresa cuenta con un proceso de servicio postventa en el que cada caso reportado es evaluado por un equipo interdisciplinario que interactúa con los proveedores para su revisión y/o mejoras.

Adicional a ello, en 2019 ejecutó de manera satisfactoria sus planes de expansión, con la apertura de 60 tiendas y la transformación de 39 más.

Italika

La mejora continua es un tema de suma relevancia para Italika, derivado de la naturaleza de los productos y servicios que ofrece, pues la garantía de la seguridad del cliente es crucial. Es así como Italika, cuenta con el Área de Validación y Desarrollo de Producto, responsable de realizar actividades de evaluación y validación de producto, proceso que tiene como objetivo principal asegurar que los productos aprobados para su producción y venta satisfacen las expectativas de los clientes en términos de seguridad, funcionamiento y durabilidad.

Estas verificaciones son de vital importancia para asegurar la calidad y seguridad de uso de las motocicletas antes de iniciar su producción y venta masiva, pues replican las condiciones normales de uso de los clientes; los protocolos permiten identificar riesgos de seguridad asociados a defectos de diseño y/o funcionamiento de los productos y corregir los posibles defectos.

El Área de Validación y Desarrollo de Producto basa su gestión en diversas herramientas para lograr la mejora de los productos, entre las que se encuentran:

Recursos Humanos especializados: <ul style="list-style-type: none"> • 6 ingenieros • 4 técnicos • 15 pilotos 	Identificación de fallas durante el proceso de validación	Colaboración técnica con los proveedores para solucionar fallas encontradas
Equipos de medición: <ul style="list-style-type: none"> • Dinamómetro • Vibrómetro • Cámara de lluvia • Durómetro • Interfaz digital 	Herramientas para la mejora de productos en Italika	Desarrollo organizacional: <ul style="list-style-type: none"> • 2 maestrías • 1 certificado de <i>Core tools</i> • 1 certificado de Análisis de Modo y Efecto de Fallos (AMEF)
Gastos operativos (OPEX)	Gastos de capital (CAPEX)	<i>Benchmark</i> vs otros productos del mercado para identificar fortalezas y áreas de oportunidad que Italika debe aprovechar

Todos los protocolos de pruebas y validación de producto se encuentran documentados e integrados en un sistema de conformidad con el formato documental pautado por la ISO 9001:2015.

Durante el proceso de validación de muestras, se entregan motocicletas prototipo a usuarios, con el objetivo de obtener las opiniones y retroalimentación de los aspectos

1,019
Centros de Servicio Italika (CESIT) en México y Latinoamérica



funcionales del producto que requieren ser mejorados antes de su aprobación para producción y venta masiva.

Aunado a los procesos de evaluación y validación de producto previo a la producción y venta masiva, Italika cuenta con 1,019 Centros de Servicio (CESIT) en México y Latinoamérica, donde brinda el servicio postventa, orientado a recolectar información representativa del desempeño del producto en el mercado. Este proceso identifica las oportunidades de mejora de los productos, mismas que son documentadas y canalizadas al Departamento de Ingeniería y Calidad Estratégica para el desarrollo de cambios y mejoras de ingeniería en los productos que actualmente se encuentran en el mercado.

Estos CESIT, además de tener la imagen de la marca, personal y técnicos calificados, así como equipo especial para atender cada Italika, cuentan con un stock de refacciones para atender de manera rápida cualquier necesidad del cliente.

Asimismo, cuenta con Refacciones Italika y un Centro de Distribución que abastece a los distribuidores en toda la República Mexicana para proveer a los clientes, calidad, confianza y disponibilidad en las compras de sus piezas originales. Cabe señalar que Refacciones Italika ha desarrollado empaques funcionales y atractivos, así como kits que contienen varias piezas para suplir la demanda y necesidades del cliente.



En 2019 Italika cumplió con la primera fase del proyecto de migración de contenido nacional de sus productos, con

356
componentes

Banco Azteca

FS4, FS15

De conformidad con su compromiso con la eficiencia y la efectividad, Banco Azteca busca ampliar su oferta y mejorar de manera permanente no sólo sus productos y servicios, sino también sus procesos, además de promover el crecimiento prudente de los productos actuales. Así, durante 2019 lanzó diversas soluciones para satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientes, algunas de las cuales se mencionan a continuación.

Con la finalidad de continuar con la práctica del ahorro y atraer mercado nuevo que había sido desatendido, Banco Azteca lanzó al mercado Guardadito Digital, producto ofrecido en las sucursales y con la apertura de cuenta en cinco minutos.

828,714 cuentas de Guardadito Digital
aperturadas en 2019, lo cual representa la inclusión
de más de 500 mil clientes al cierre del año

Igualmente, lanzó Acepta Pago –Mobile Point of Sale (MPoS)–, dispositivo que permite a personas o negocios recibir pagos con tarjeta –de débito o crédito–, en efectivo o con código QR y cuyas principales ventajas son:

- Depósito de las ventas de forma inmediata, incluyendo fines de semana.
- Comisión competitiva.
- Aceptación de diversos medios de pago y registro de transacciones de pago en efectivo en la aplicación de Acepta Pago.
- Accesibilidad para cualquier persona o negocio.

Para mejorar de manera integral su oferta, Micronegocio Azteca lanzó el producto MAZ Emprendedora, mientras que Presta Prenda incorporó nuevos medios y canales de pago a través de corresponsales; lanzó un producto que ofrece el resguardo de alhajas y piezas de oro con una línea de crédito preautorizada; y desarrolló un nuevo formato de tienda con una oferta diferenciada y enfocada en los clientes.

Afore Azteca llevó a cabo mejoras en su oferta de valor, principalmente derivadas de cambios regulatorios. Una de ellas consistió en la migración del Sistema de Ahorro para el Retiro a un modelo de SIEFORES Generacionales, la cuales se caracterizan por tener un nivel de riesgo acorde al quinquenio que por año de nacimiento pertenece

el trabajador y, a diferencia del modelo anterior, es la misma SIEFORE la que modifica su estructura de riesgos, en lugar de migrar a los trabajadores de una SIEFORE a otra. El objetivo de este cambio es contar con tasas de reemplazo mayores para los trabajadores al llegar a la edad de retiro.

En 2019, la calificadora internacional Morningstar²⁴ otorgó una calificación Neutral junto con 4 Administradoras más a las Sociedades de Inversión de Afore Azteca

Cada año la Calificadora Fitch Ratings realiza una evaluación de los portafolios de inversión, otorgando a Afore Azteca la calificación Bueno/AAA(mex) para 2019

Punto Casa de Bolsa creó y lanzó nuevos productos para atraer nuevos prospectos y retener a sus clientes. Asimismo, cumplió con su objetivo de incrementar el número de clientes activos, con la finalidad de democratizar la bolsa, logrando aumentar la cantidad de cuentas activas en un 20%.

En 2019 se colocaron
26 mil
dispositivos de Acepta Pago



²⁴ Esta calificadora revisa diferentes áreas como son: rendimientos, precios, personas, procesos y la propia administradora.

Satisfacción del cliente

Considerar al cliente como el centro de la estrategia de Grupo Elektra permite tener resultados positivos en su satisfacción; esta variable es monitoreada a través del Índice de Promotores Neto (IPN), herramienta que posibilita medir la lealtad que los clientes tienen a una empresa, con base en las recomendaciones valoradas en una escala de 1 a 10. El índice permite clasificar a los clientes en tres categorías:



- **Detractores.** Son aquellos clientes que se encuentran insatisfechos con el servicio.
- **Pasivos.** Clientes satisfechos con el servicio, pero que no lo recomiendan.
- **Promotores.** Clientes que recomiendan y promueven a la compañía, sus productos y servicios.

Este estudio se realiza trimestralmente y facilita la identificación de los puntos positivos que el cliente reconoce sobre los productos y servicios, así como los puntos que considera que deben mejorar. Cada reporte es analizado y se establecen las acciones correctivas pertinentes.

Tiendas Elektra

En 2019, Tiendas Elektra llevó a cabo entrevistas presenciales para determinar qué tan dispuestos estaban los clientes a recomendar a la Compañía con un familiar o amigo, de conformidad con su experiencia con las líneas de producto que adquirieron. Los principales hallazgos fueron los siguientes:

61.5%, IPN de clientes de Tiendas Elektra al cierre del cuarto trimestre de 2019, resultado 12.5pp superior al obtenido en el tercer trimestre del mismo ejercicio

Las razones por las cuales los clientes promotores recomendarían a Tiendas Elektra son la extensa cobertura o presencia geográfica, amplios horarios, la simplicidad de los trámites, la rapidez en la entrega de los productos y la atención por parte de los ejecutivos, así como la variedad de marcas y la calidad de los productos.

Italika

En el caso de Italika, como línea de producto evaluada en las entrevistas realizadas por Tiendas Elektra, fue la mejor valorada por los clientes.

Cabe señalar que constantemente se realizan evaluaciones a los CESIT para identificar su nivel de servicio al cliente. Adicionalmente, Italika cuenta con un Call Center que desarrolla e implementa las estrategias que mejoran la experiencia de los clientes y que contribuyen a consolidar relaciones rentables de largo plazo.

Banco Azteca

La metodología del Índice de Promotores Neto (IPN), al basarse en la probabilidad de recomendación, parte de que un cliente muy satisfecho está dispuesto a recomendar una marca a otras personas arriesgando su credibilidad frente a su círculo social.

Integra a una muestra de cerca de 10 mil clientes a quienes se les encuesta de manera presencial en sucursal o vía telefónica. Banco Azteca aplica esta metodología para la medición de la satisfacción del cliente desde 2012.

Del cierre de 2018 al cierre de 2019 los detractores de la marca bajaron de 8.5% a 5.2%

68.8%, IPN de clientes de Italika como línea de producto en Tiendas Elektra al cierre del cuarto trimestre de 2019; incremento de 11.1pp respecto al resultado del tercer trimestre del año

El IPN subió a 64.8%*, 3pp de 2018 a 2019. Algunas de las fortalezas que destacan para la obtención de este resultado son los días y horarios de atención, los montos para abrir una cuenta, la seguridad para realizar envíos o recibir dinero, entre otras

* Éste dato fue verificado por un tercero para más información referirse a la página 238 de éste informe.

70.5%,
IPN obtenido en promedio por Banco Azteca en Latinoamérica en 2019



Actualmente,
7 de cada 10
clientes de Banco Azteca están muy satisfechos y recomendarían activamente la marca a otras personas

Valor de marca

Además de la satisfacción del cliente, un indicador que permite a las empresas de Grupo Elektra determinar la efectividad de sus procesos y de la gestión de una estrategia enfocada en el cliente es el valor de las marcas. Esto es, la estimación de la percepción que tienen los clientes –y no clientes– respecto a las marcas o a los productos, servicios y soluciones asociados a ellas, de conformidad con diferentes variables, tales como calidad, reconocimiento y reputación, atención al cliente y respuesta a sus solicitudes, ingresos, presencia, recordación, entre otras.

Como consecuencia de la sólida trayectoria y reconocimiento en el segmento de comercio especializado que caracterizan a Tiendas Elektra, la Compañía figuró en la posición 12 del ranking de las empresas con mejor reputación corporativa en México, en la categoría Autoservicios y Departamentales: Merco Empresas 2019 (Merco Sectores)²⁵.

En el caso de Italika, de acuerdo con el estudio Brand Dynamics, realizado en 2019 por Millward Brown Kantar –consultora experta en el conocimiento y análisis estratégico de marcas, comunicación y medios–, el cual mide la predisposición de la gente a comprar la marca con mayor frecuencia en el presente, Italika incrementó en 5 puntos el Poder de Marca, logrando ser la marca de motocicletas más poderosa en México.

Aun cuando en 2019 no se llevó a cabo el premio Superbrands otorgado por el Consejo Mexicano de Marcas, Italika ha sido acreedora a este reconocimiento en tres ocasiones anteriores, lo que la clasifica como una de las marcas de mayor prestigio en el mercado y líder en su segmento.



²⁵ Esta medición es realizada por el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (Merco), con la finalidad de valorar el posicionamiento reputacional de las empresas, con base en cinco etapas a través de las que se recopilan los datos de diferentes fuentes de información y grupos de interés. Las cinco fases son: Encuesta a directivos, Evaluación de expertos, Evaluación directa, Merco Consumo y Merco Digital.

Banco Azteca ocupó la posición 265 en el ranking global “Banking 500, 2019”, elaborado por Brand Finance. La Institución alcanzó un valor de marca de USD\$556 millones

Por tercer año consecutivo, Banco Azteca figuró en el “Banking 500”, ranking elaborado por Brand Finance y publicado por la revista inglesa “The Banker”. Este estudio jerarquiza marcas de bancos a nivel mundial considerando, entre otros factores, la importancia de la marca en las decisiones de compra, la inversión en mercadotecnia y los ingresos de cada compañía atribuibles a la marca.

Banco Azteca se ubicó en la posición global 265, con una clasificación AA (muy fuerte) –a sólo un nivel de la máxima posible, AAA– e incrementó el valor de su marca en casi USD\$100 millones, pasando de USD\$458 millones en la edición 2018 del ranking, a USD\$556 millones en 2019.

El incremento en el valor de la marca de Banco Azteca es producto de una mayor eficiencia en la operación, basada en un modelo que impulsa la inclusión financiera y que incursiona en nuevos negocios y en canales basados en la tecnología, como la banca digital.

Asimismo, por segundo año consecutivo y como resultado del amplio reconocimiento y prestigio en el mercado, Banco Azteca obtuvo una posición en el ranking de las empresas con mejor reputación corporativa en México Merco Empresas 2019, ocupando el lugar 58 y avanzando 34 escaños con respecto a la edición 2018.

Banco Azteca se ubicó en la posición 58 de “Las empresas con mejor reputación en México 2019” y formó parte de la lista “Las empresas más responsables y con mejor gobierno corporativo en México”, ambos rankings realizados por Merco

Banco Azteca figuró en el ranking 2019 Mexico Top Brand Intimacy Ranking de MBLM, el cual identifica las marcas más amadas por los clientes

Valor social

El valor del talento

El talento de Grupo Elektra representa el factor clave que conduce a cada una de las empresas que lo conforman hacia el logro de los objetivos del negocio. Por ello, el Grupo tiene como compromiso generar un óptimo ambiente laboral, desarrollar de manera permanente las capacidades de los equipos de trabajo y promover su bienestar integral, creando las condiciones propicias para inspirar a todos los colaboradores, consolidar entre ellos el sentido de pertenencia y el incremento de su satisfacción, fomentando así su estabilidad y productividad, además de contribuir a la prosperidad incluyente.

Atracción de talento

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

Grupo Elektra cuenta con un proceso de reclutamiento inclusivo y estandarizado que permite identificar el talento desde el inicio para que los colaboradores cuenten con planes de sucesión a mediano y largo plazo. Entre las mejoras implementadas en 2019 en este modelo de atracción y retención se encuentran:

- Establecimiento del Manual de Atracción de Talento.
- Implementación del Hiring Room, plataforma para la gestión de candidatos de Grupo Salinas.
- Estandarización de la publicación de vacantes en LinkedIn y bolsas de trabajo electrónicas.
- Establecimiento de los lineamientos para promociones de personal en Corporativo.
- Actualización de la Política de Inclusión y No Discriminación.
- Creación de la Política de Publicación de Vacantes.

Tiendas Elektra

La visión de Tiendas Elektra es “Ser la empresa donde todos quieren trabajar” y, en el camino hacia el logro de esta visión, el capital humano es el activo más valioso, por lo que promueve una cultura organizacional en la que se generan las condiciones propicias para el desarrollo de sus colaboradores, centrada en una estrategia de transformación y en el trato humano y digno. Esta cultura está basada en 10 ejes principales:



Durante los últimos cinco años, Tiendas Elektra se ha esforzado por sensibilizar a sus colaboradores sobre la necesidad de un cambio en la Cultura de Tiendas Elektra e impulsar en ellos el deseo por adoptarla; en 2019 se centró en promover su comprensión sobre cómo adoptarla y generar la capacidad de dirigir acciones encaminadas a vivirla, haciéndolos protagonistas de esta cultura; mientras que para 2020 se ha propuesto instaurarla y asegurar que esta cultura perdure y sea practicada por las nuevas generaciones, contribuyendo a cumplir su visión.

Con la finalidad de promover la adopción de esta filosofía, Tiendas Elektra cuenta con dos iniciativas:

- Caravana de cultura, programa que genera apego a la cultura y transfiere su conocimiento a los colaboradores; se realiza cada seis meses en la Geografía, Centros de Distribución y el Corporativo.

401-1

339 nuevos colaboradores de Tiendas Elektra en el Corporativo en 2019; 177 vacantes de nueva creación y 162 de reemplazo

18 vacantes de Tiendas Elektra en el Corporativo fueron cubiertas por candidatos internos

- Promotores de cultura, colaboradores que desempeñan un rol activo en la transmisión de la cultura e identificación de problemáticas puntuales en la operación para atenderlas de forma directa.

Adicional a las mejoras implementadas en el proceso de atracción de talento de Grupo Elektra y a su cultura organizacional, Tiendas Elektra cuenta con tres herramientas más:

- Entrevista por competencias.
- Programa de Talento en Movimiento, para el desarrollo del talento interno.
- Panel en Corporativo para la selección de Talento Gerencial y Directivo.

Este conjunto de herramientas ha permitido a Tiendas Elektra tener una óptima gestión del proceso de atracción de talento, lo que trajo consigo que, en 2019, se consolidara como una de las mejores empresas para trabajar en México, al recibir la certificación Great Place to Work (GPTW).

Aunado a ello, Tiendas Elektra superó con éxito los compromisos que había establecido a inicios de 2019 para fortalecer los procesos de atracción de talento; entre los principales logros se encuentran:

- Reducir el tiempo transcurrido entre la selección del talento y su contratación, logrando una disminución de 60 a 35 días.
- Disminuir los requisitos del proceso de selección de candidatos.
- Utilizar la plataforma de Hiring Room.

Tiendas Elektra consolidó su presencia en el Talent Index de LinkedIn, al tener un crecimiento de 137% en el nivel de Engagement, de 84% en impactos y de 261% en el número de publicaciones compartidas, entre otras cifras relevantes



Italika

En Italika, la estrategia de atracción de talento fue reestructurada a fin de alinearla a la cultura y necesidades de la Empresa, buscando contratar al personal por sus habilidades y experiencia, sin distinción de género, edad o domicilio. Los mecanismos en los que se basó esta reestructura fueron:

- Políticas de Reingreso.
- Modificación de psicometría realizada por Círculo Laboral –empresa mexicana que desarrolla modelos de solución necesarios para la correcta toma de decisiones en los procesos de reclutamiento, selección y mejora en el personal–. Este ajuste implicó la adopción de la medición del Índice General de Honestidad (IGH) –evaluación que determina el grado de honestidad de una persona, a través del análisis de 18 variables– y del Diagnóstico de Respeto Organizacional (DRO) –prueba que analiza el respeto que una persona demuestra en el ámbito laboral por medio de la valoración de cuatro variables–.

Un evento relevante que definió el rumbo del proceso de atracción de talento en Italika en 2019 fue la apertura de la Línea de Ensamble número 5 en Ensamblika. En este marco, se priorizó el reclutamiento de campo y perifoneo, y se fomentó el reclutamiento 2.0, basado principalmente en redes sociales.

401-1

227 nuevas contrataciones en Italika derivado de la nueva estrategia de atracción de talento

Ensamblika cumplió su objetivo de mantener una plantilla completa de acuerdo con los requerimientos de mano de obra por temporada. Respecto a la cobertura de la plantilla administrativa en un 99% que tenía contemplado para 2019, alcanzó el 97% al cierre del año.

Italika evaluó los resultados del proceso de atracción de talento a través del seguimiento a los indicadores clave de desempeño (KPIs), representados por el número de vacantes a cubrir frente a las fechas de apertura y el compromiso de entrega del personal por reposición.

17 vacantes cubiertas por candidatos internos



Banco Azteca

En Banco Azteca, la línea estratégica desplegada durante 2019 se fundamentó en el “Modelo de Gestión de Alto Desempeño en 6 pasos”²⁶, definido por Grupo Salinas, enfatizando en el paso 3 “Equipo”, donde se estableció el nuevo proceso para la atracción, selección y contratación de talento. Este proceso de atracción de talento delega en los formadores de equipo –encargados de los equipos de trabajo– la responsabilidad de seleccionar a los mejores integrantes, bajo la premisa de que son ellos los garantes y promotores de la calidad del trabajo de su personal para el logro de los retos establecidos en la estrategia, mientras que los Business Partners del Área de Capital Humano desempeñan el rol de asesor que regula el proceso y provee los candidatos y la información necesaria para que los formadores realicen su selección.

80% de avance en la adopción del “Modelo de Gestión de Alto Desempeño en 6 pasos” en Banco Azteca al cierre del año

Aunado a este modelo, el proceso de atracción de talento en Banco Azteca obedeció a la utilización de diversas herramientas, entre ellas:

- La Política de Atracción de Talento y Contratación
- Sistemas de gestión de talento, como Talento GS –Success Factors–, SAP y MDP. La publicación de vacantes a través de bolsas de trabajo y redes sociales, un prefiltro a través de un Chatbot y la programación de entrevistas con los candidatos que pasan ese filtro.
- El programa de referidos, iniciativa en la que los colaboradores pueden referir a candidatos con experiencia en perfiles clave para la cobertura de una vacante.
- La aplicación de pruebas psicométricas y de competencias a los candidatos.

²⁶ Es el modelo que refleja la filosofía de gestión de Grupo Salinas y comprende la secuencia de actividades necesarias para implementar la estrategia y estructura, con el propósito orientar al equipo y la forma de ejecutar hacia un objetivo común. Los seis pasos son:

1. Estrategia
2. Estructura
3. Equipo
4. Sistema de información
5. Sistema de compensación e incentivos
6. Integración y evaluación

²⁷ Considera nuevas contrataciones en México y Latinoamérica.

* Éste dato fue verificado por un tercero para más información referirse a la página 238 de éste informe.



401-1

39,648* nuevas contrataciones en Banco Azteca²⁷, durante 2019; 43% mujeres y 57% hombres

MXN \$6,565,887.50, costo total de contratación en Banco Azteca México

715
personas promovidas en Tiendas Elektra; 15 en el Corporativo y 700 en Geografía

Retención de talento

Para Grupo Elektra, retener al mejor talento es un tema fundamental, pues, con ello, impulsa el compromiso de los colaboradores con la organización y, por lo tanto, facilita el logro de los objetivos individuales y organizacionales, incrementando la competitividad del Grupo. Es por esta razón que, de acuerdo con las prioridades estratégicas de cada una de las empresas que lo conforman, éstas desplegaron distintas acciones para robustecer los procesos que generen las condiciones propicias para incentivar la permanencia de los colaboradores.

Tiendas Elektra

404-2

Para la retención de talento, Tiendas Elektra basó su gestión en cuatro pilares principales:

- **Educación.** Cuenta con el programa Prepa Socio, dirigido a los colaboradores que no han concluido la educación media superior y que impulsa su desarrollo personal y profesional.
- **Comunicación.** La Empresa tiene un grupo privado en Facebook que permite a todos los colaboradores compartir contenido de interés y experiencias de su día a día; a su vez, posibilita la aproximación e interacción con las distintas dimensiones del negocio.
- **Promoción, a través del Programa de Talento en Movimiento.** Proceso de ascenso y/o movimiento lateral basado en la meritocracia y la objetividad. Las Parrillas de Talento representan el documento que concentra la información referente al perfil, desempeño de las últimas 52 semanas, así como la evaluación de competencias de los colaboradores en tienda, por lo que, al momento de requerir tomar una decisión, los datos pueden ser consultados en las parrillas, brindando a los colaboradores total claridad sobre lo que se necesita para crecer en la organización.
- **Reconocimiento.** Esquema donde se identifica y reconoce mensualmente a los colaboradores en tiendas que destacan en el cumplimiento de sus indicadores de desempeño.

Italika

La estrategia de retención de talento en Ensamblika se centró en la modificación del perfil operativo, dotándolo de criterios más precisos –candidatos mayores de 23 años, no estudiantes, con estabilidad laboral y cuyos trabajos anteriores se hayan encontrado enfocados en la industria–.

59.1%, índice de rotación general en Ensamblika: 24.1% voluntaria y 35% por despido

Banco Azteca

En 2019, la retención de talento cobró una gran relevancia en la estrategia de Banco Azteca, bajo la premisa del impacto positivo que tiene contar con mayor permanencia por parte de los colaboradores sobre el desarrollo de mayores y mejores cualidades organizacionales en la Institución, la potenciación de las capacidades para el logro de los objetivos del negocio, la disminución en los costos de operación, así como el efecto favorable sobre la motivación de los equipos y la reputación corporativa.

404-2

La prioridad estratégica de Banco Azteca para atender este tema como parte esencial de la agenda del negocio fue la ejecución de un plan para la identificación de áreas de oportunidad y la atención de los principales motivos de baja. De esta manera, en 2019 se implementó el Comité de Foco a Bajas, en el que participan diversas áreas y unidades de negocio.

El Comité sesiona semanalmente y funge como foro para revisar las cifras de rotación, identificar tendencias, compartir las mejores prácticas en la gestión de la rotación y desplegar los planes de acción necesarios para la contención de las salidas.

En 2019 Banco Azteca creó el Comité de Foco a Bajas, órgano establecido para el seguimiento de la retención de talento como parte esencial de la agenda del negocio

Destaca el caso de las sucursales de Banco Azteca quien identificó algunas áreas de oportunidad y determinó las líneas de acción para aprovecharlas:

- Evolución del proceso de seguimiento a la retención de talento, cuyo objetivo será centrarse en un análisis intensivo de los datos para identificar los perfiles del personal más exitoso en cuanto a la antigüedad y la productividad para replicarlos.

- Despliegue del programa de Jefe a Coach en las sucursales para apoyar a la transición del modelo de liderazgo.
- Desarrollo e implementación del nuevo modelo de inducción, el cual se centrará en la creación de una experiencia única para los nuevos colaboradores durante las primeras trece semanas de trabajo.

Adicionalmente, con el propósito de apoyar a las sucursales en la gestión de la rotación, se llevan a cabo visitas a las sucursales con problemas de rotación para determinar sus causas, así como para desarrollar e implementar planes locales de contención.

406 visitas a sucursales
y con planes locales de retención
de talento durante el año

El proyecto en las sucursales para evitar la rotación del personal logró que, en 2019, la Institución contara con 117 sucursales con un índice rotación equivalente a cero

8,125 líderes en Banco Azteca ocupan cargos gerenciales, regionales, zonales, territoriales y como jefes. Su antigüedad promedio es de 6 años, por lo que es un equipo caracterizado por la estabilidad y el compromiso con la Institución

Aunado a lo anterior, al existir una vacante, se promueve al personal, brindando crecimiento y oportunidades a manera de escalafón, especialmente a los colaboradores que cuentan con los conocimientos y las capacidades para cubrir puestos gerenciales, generando entre el equipo la voluntad de permanencia y de continuar esforzándose para mejorar día con día.

Asimismo, con fundamento en la Política de Compensaciones y en el sistema Talento GS, Banco Azteca está mejorando las condiciones laborales, al contar con nuevas prestaciones, o bien, al evaluar su implementación, tales como préstamos para casa habitación, préstamos personales y, sobre todo, el desarrollo de un plan de carrera para los colaboradores, así como los esquemas de compensación y contraofertas, nivelando los sueldos, estableciendo planes de vacaciones y permitiendo a los colaboradores elegir su horario.

401-1

47%*, índice de rotación general en Banco Azteca México; 35.7% voluntaria y 11.3% por despido

3 años
de antigüedad
media de los
colaboradores
de Banco Azteca
en la Empresa; 2
años y 9 meses
de antigüedad
promedio para
las mujeres y
3 años y 1 mes
para los hombres

* Éste dato fue verificado por un tercero para más información referirse a la página 238 de éste informe.

Diversidad e igualdad de oportunidades

GRI 401, 405, 406, 409: 103-1, 103-2, 103-3

Grupo Salinas tiene un firme compromiso con el fomento de la diversidad cultural, virtud que ha transmitido a todas sus empresas, debido a su amplia presencia geográfica y a los sólidos vínculos que han forjado con las comunidades en las que operan; esto ha permitido que cuenten con colaboradores de diversos orígenes, ampliando las perspectivas de los negocios, complementando sus estrategias y enriqueciendo sus operaciones.

En 2019 –anualidad declarada por la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas como el Año Internacional de las Lenguas Indígenas–, Grupo Salinas reafirmó la importancia de comprender de mejor manera nuestra historia y las tradiciones comunitarias, a través del impulso del orgullo por las raíces de los pueblos originarios.

De esta manera, Grupo Salinas contribuyó nuevamente a la inclusión social y la igualdad de oportunidades al contar con 1,200 colaboradores que hablan lenguas indígenas, como el Maya, el Náhuatl, el Zapoteco, el Mixteco y el Amuzgo, consolidándose como un conjunto de empresas con amplia diversidad y promotor de bienestar y progreso.

Con base en esta visión, de conformidad con el Código de Ética y Conducta, Grupo Elektra cuenta con mecanismos que garantizan la integridad, tanto de los colaboradores y los candidatos, como del propio grupo empresarial. Así, durante el proceso de contratación y dentro de la organización, se prohíbe toda práctica discriminatoria motivada por origen étnico o nacional, género, edad, discapacidades, condición social, condiciones de salud, religión, opiniones, preferencias sexuales, estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana, o bien, que anule o afecte los derechos y libertades de las personas.

Desde el proceso de reclutamiento y selección del personal para su ingreso a alguna de las empresas que conforman Grupo Salinas y Grupo Elektra, se realizan entrevistas en las que se destacan las destrezas y conocimientos de los candidatos, sin considerar género o discapacidad.

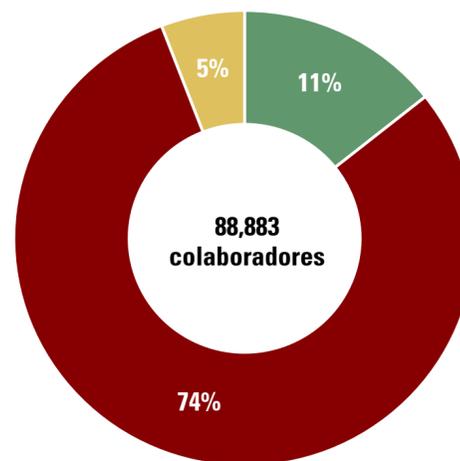
102-7, 102-8, 102-41

Al 31 de diciembre de 2019, la plantilla de Grupo Elektra estaba compuesta por 88,883 personas en seis países de América, de los cuales aproximadamente el 8% eran sindicalizados.

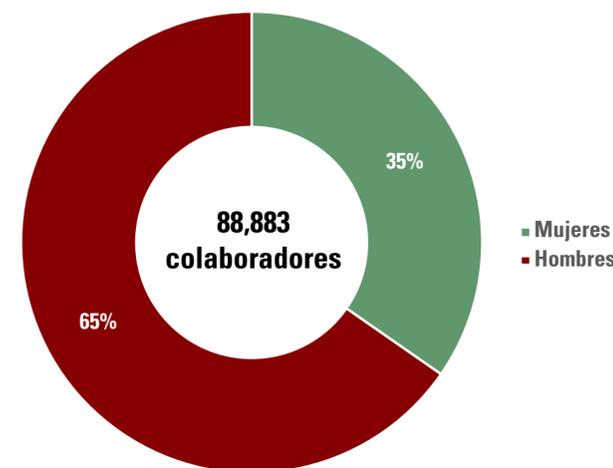
La Compañía considera que sus relaciones laborales son buenas y, a través de contratos colectivos, rige su relación con los sindicatos, mismos que son revisados de forma anual en materia de salario y de manera bienal a nivel contractual.

405-1

**Grupo Elektra
Desglose de plantilla
por empresa**



**Grupo Elektra
Desglose de plantilla por
género**



88,883
colaboradores
de Grupo
Elektra en
plantilla

Asimismo, con base en el Manual de capacitación de Grupo Salinas, desde la inducción, Grupo Elektra garantiza el acceso a la capacitación de todos sus colaboradores, poniendo a su disposición las herramientas para mejorar, conocer y desarrollar habilidades y comportamientos necesarios para el desempeño de sus funciones, asegurando que el Grupo cuente con personal calificado y certificado de acuerdo con las funciones y actividades de cada puesto y/o área.

Grupo Elektra fue certificado en el cumplimiento de la NMX-R-025-SCFI-2015 en materia de Igualdad Laboral y No Discriminación

412-2

Derivado de estas buenas prácticas, en 2019 Grupo Salinas obtuvo el Reconocimiento a la Excelencia por su compromiso con la Normalización y Evaluación de la Conformidad "John James Dupuis", otorgado por el órgano certificador ANCE.

Asimismo, Grupo Elektra fue certificado en el cumplimiento de la NMX-R-025-SCFI-2015 en materia de Igualdad Laboral y No Discriminación, garantizando con ello la alineación del Código de Ética, manuales, políticas, prácticas, procesos de capital humano y su autogestión en términos de derechos humanos.

Esta certificación destaca el compromiso y acciones de Grupo Elektra en materia de igualdad laboral y no discriminación, teniendo como principales ejes:

- Incorporar la perspectiva de género y no discriminación en los procesos de reclutamiento, selección, movilidad y capacitación.
- Garantizar la igualdad salarial.
- Implementar acciones para prevenir y atender la violencia laboral.
- Realizar acciones de corresponsabilidad entre la vida laboral, familiar y personal de los colaboradores.

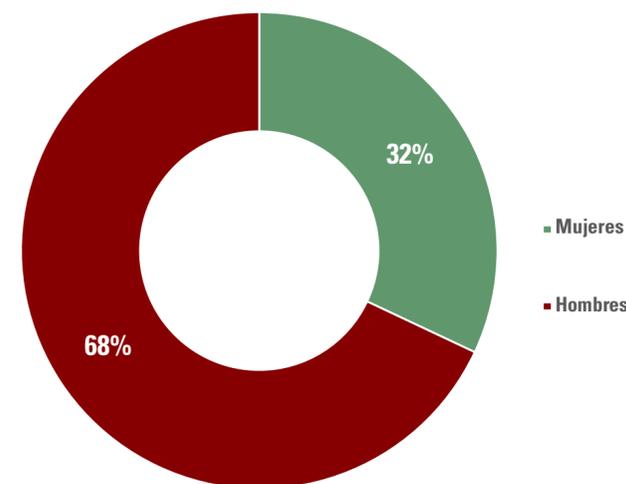
108 colaboradores de Grupo Elektra tienen una discapacidad o padecen una enfermedad; 15% de ellos se encuentran en Tiendas Elektra, 3% en Italika –en Ensamblika– y 82% en Banco Azteca

Tiendas Elektra

Tiendas Elektra está comprometida con ofrecer igualdad de oportunidades de desarrollo a todos los candidatos, sin importar la religión, raza, orientación sexual, nacionalidad, edad, etc., además de que respeta y aprecia la diversidad como fuerza laboral e innovación para la organización.

405-1

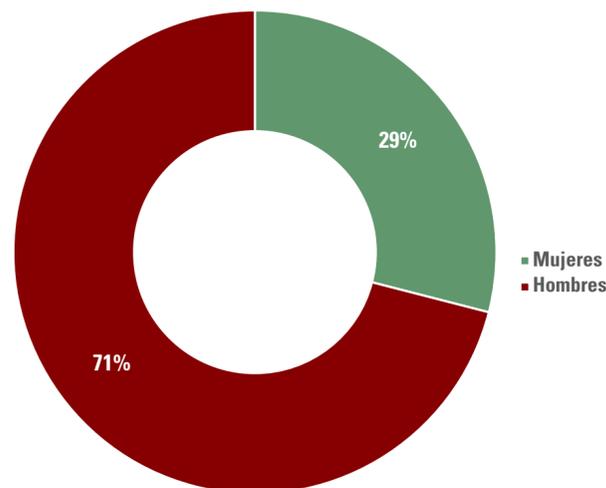
Tiendas Elektra Desglose de plantilla por género



Italika

405-1

Italika Desglose de plantilla por género



Ensamblika cuenta con 2,542 colaboradores por contrato permanente; 1,742 hombres y 800 mujeres

26 colaboradores en cargos gerenciales en Ensemblika, 5 de los cuales son mujeres; 4 de ellas en posiciones de top management y 1 en junior management

Italika respeta el derecho de sus colaboradores de pertenecer a un sindicato o estar suscrito a un convenio colectivo de trabajo, pues la Empresa involucra al sindicato en la inducción de su personal operativo; en ella se les brinda información y el formato para afiliación. Asimismo, año con año lleva a cabo una reunión con la comisión sindical para la revisión del contrato colectivo, haciendo llegar la información actualizada a todo personal sindicalizado.

102-41

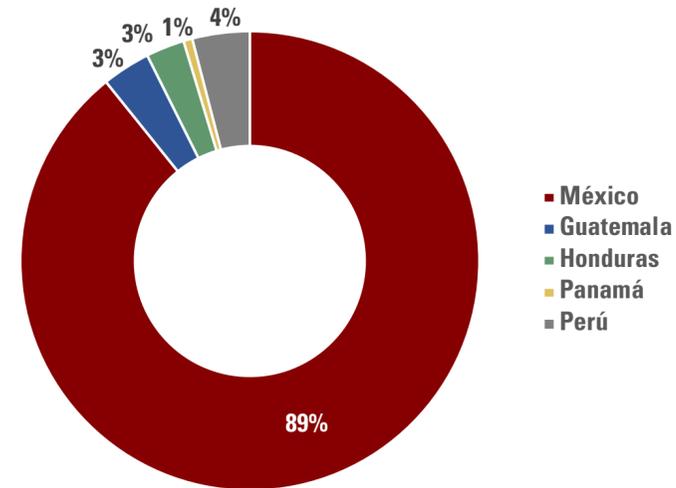
2,268 colaboradores sindicalizados en Ensemblika, equivalente al 89% del total

67% de los colaboradores sindicalizados en Ensemblika son hombres y 33% son mujeres

Banco Azteca

Banco Azteca promueve la igualdad de oportunidades y la no discriminación en la cobertura de posiciones, pues no considera factores de distinción en el proceso de selección. Los perfiles de búsqueda son establecidos de conformidad con la disponibilidad del talento requerido, tomando en cuenta una conformación equitativa de ternas, siempre y cuando la oferta de candidatos así lo permita.

Banco Azteca Desglose de plantilla por país

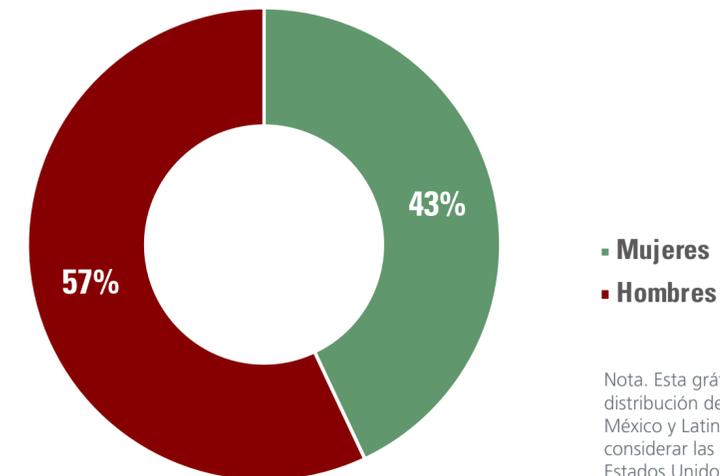


GRI 405, 406: 103-1, 103-2, 103-3

En Banco Azteca la igualdad de oportunidades y la equidad de género son factores clave en la consolidación de un clima laboral óptimo. De esta manera, las sucursales, Presta Prenda y Afore Azteca son las unidades con una mayor proporción de mujeres en sus plantillas, con 66%, 57% y 53%, respectivamente.

Destaca el caso de las sucursales, pues cerca del 36% de la plantilla de Banco Azteca se encuentra en la Geografía y gran parte de ellas se ubican en municipios de alta marginación.

Banco Azteca Desglose de plantilla por género



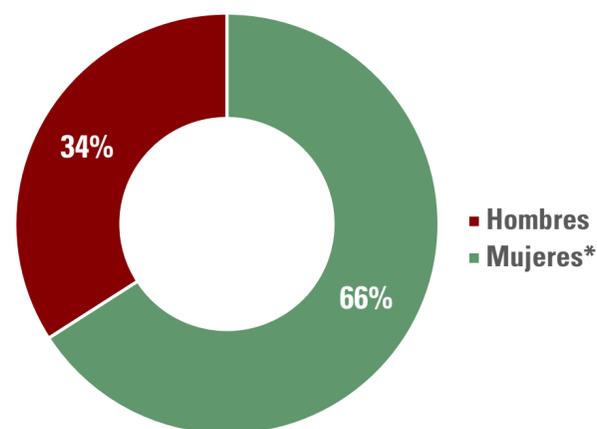
Nota. Esta gráfica muestra la distribución de la plantilla en México y Latinoamérica, sin considerar las operaciones en Estados Unidos.

0.2% de los colaboradores de Banco Azteca cuentan con un contrato temporal.

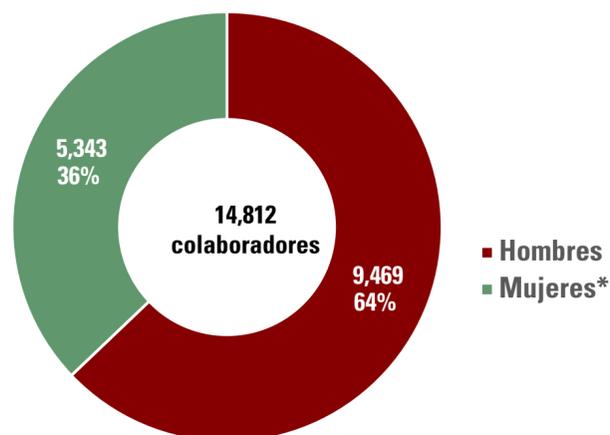
66% de la plantilla en sucursales está compuesta por mujeres, equivalente a 13,814 colaboradoras

La red de sucursales de Banco Azteca está compuesta en un 64% por colaboradores en el cargo de cajero; de este porcentaje, el 74% es ocupado por mujeres. Es decir, la mayoría de los clientes que asisten a las sucursales son atendidos por mujeres

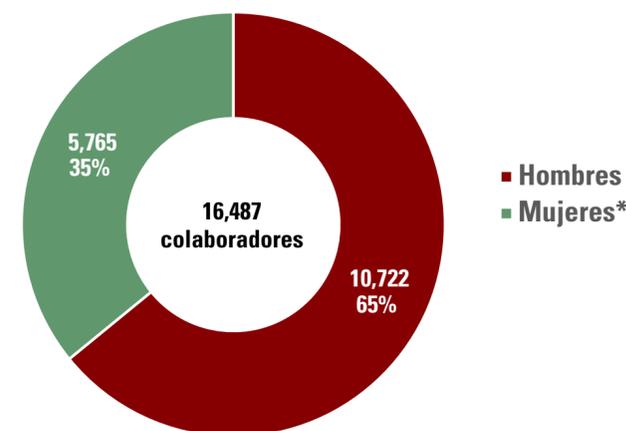
Desglose de plantilla de Banco Azteca en sucursales por género



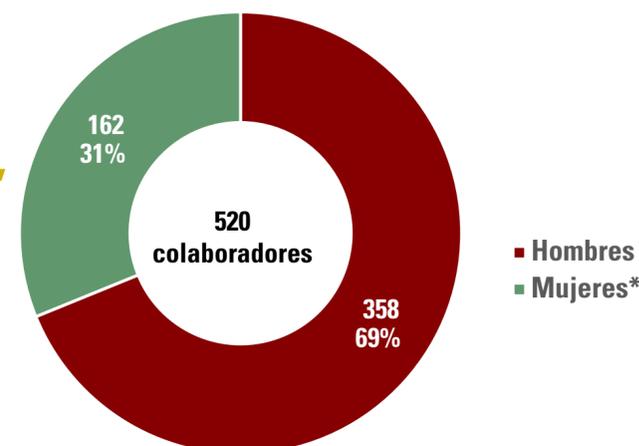
Banco Azteca Colaboradores en posiciones de junior management, por género



Colaboradores con cargos directivos, incluyendo mandos junior, medios y senior, por género



Banco Azteca Colaboradores en posiciones de top management, por género



35,804 colaboradores en posiciones generadoras de ingresos; 20,884 de ellos son mujeres, 58% del total

Nota. Los mandos junior son los correspondientes al primer nivel; mandos medios consideran al tercer y cuarto niveles por debajo del Director General; los cargos de senior y top management se refieren a los dos niveles que se encuentran por debajo del Director General.

* Éste dato fue verificado por un tercero para más información referirse a la página 238 de éste informe.



que tus
RAÍCES HABLEN

¿Hablas alguna lengua indígena?

Graba un video en donde nos muestres tus orígenes y gana una increíble Smart TV

Encuentra las bases en portalsocio.gs/participa

GRUPO SALINAS DESDE 1906 | familia socios | CUÉNTANOS

Asimismo, es de destacar que Banco Azteca cuenta en su plantilla con colaboradores que hablan algún dialecto o lengua indígena, permitiendo que, en caso necesario, se brinde atención a los clientes en alguna lengua indígena, como Maya, Náhuatl, Zapoteco, Mixteco, Otomí y otras 26 más. Son alrededor de 868 colaboradores que hablan estas lenguas y quienes se encuentran en 430 sucursales de Banco Azteca, distribuidas en 30 estados de la República Mexicana, con una mayor concentración en Oaxaca y Yucatán.

868 colaboradores de Banco Azteca que hablan algún dialecto o lengua indígena, equivalente al 4.1% del total de colaboradores ubicados en las sucursales; 173 de ellos realizan funciones gerenciales



actitud socio

“Amo mi lengua materna porque me la enseñó mi abuela y platico con los clientes que la hablan, **¡me gusta preguntarles cosas para mantenerla viva!**”

Bianey Xitlali Martínez Ángel
Banco Azteca • Oaxaca | 📍

CUÉNTANOS
¿Ya mandaste tu video o foto al concurso *Que tus raíces hablen?*

GRUPO SALINAS DESDE 1906 | familia socios | #ActitudSocio



que tus
RAÍCES HABLEN

Día Internacional de la Lengua Materna

• 21 de febrero •

#SociosCelebremos

GRUPO SALINAS DESDE 1906 | familia socios

Derechos Humanos

Italika

Con la finalidad de transmitir la importancia del respeto a los derechos humanos, la igualdad de oportunidades y la diversidad entre todos sus colaboradores, en 2019 también se llevaron a cabo distintas iniciativas en Ensamblika, como la impartición de pláticas dirigidas a todo el personal y de capacitación a sus colaboradoras para el desempeño de operaciones que antes eran asignadas solamente a personal masculino. De esta manera, al cierre del año ya existían cuatro colaboradoras en el puesto de Operador B de ajustes.

Para evaluar la efectividad de esta formación, se realizaron entrevistas uno a uno entre jefe y operadora, validando el nivel la satisfacción de las colaboradoras respecto a la capacitación y ejecución del puesto.

Todo formador en Ensamblika tiene la responsabilidad de mantenerse atento ante cualquier situación que pueda poner en riesgo la integridad del personal, teniendo la apertura para que los colaboradores se acerquen a ellos y aplicar las medidas correctivas pertinentes. Asimismo, adicional a los canales Honestel y Cuéntanos, Ensamblika ha puesto a disposición de sus colaboradores un buzón denominado “¿En qué te puedo ayudar?” gestionado por el director de la Planta y a través de cual también pueden hacerse llegar reportes de conductas que vulneren los derechos humanos.

Banco Azteca

Con base en la Ley Federal de Trabajo y las políticas de Banco Azteca, en 2019 se continuó con la impartición de un curso en línea dirigido a los formadores de equipos y en el que se abordó la relevancia de los derechos humanos desde el punto de vista del respeto a los derechos y beneficios de sus colaboradores.

Aunado a lo anterior, a través de la plataforma Talento GS / *Learning Management System (LMS) Legacy*, se impartió un curso en línea dirigido a todos los colaboradores, denominado “Medidas para evitar la discriminación”.

* Se consideran las participaciones, pues un colaborador pudo cursar diferentes eventos de formación, tanto de manera presencial como en línea. Para conocer mayor detalle sobre este tema, consulte la página 211 del apartado “Anexos” del presente Informe.

40,957 participaciones* de colaboradores de Banco Azteca en México y Latinoamérica en cursos de formación en materia de derechos humanos

50,519 horas de capacitación en derechos humanos en Banco Azteca en México y Latinoamérica



Desarrollo de talento

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

Capacitación

En Grupo Salinas, la capacitación es impartida en dos vertientes:

Capacitación presencial	Capacitación en línea
Integrada por diversos programas que abordan temas estratégicos y requerimientos específicos por parte de cada negocio.	Es el medio óptimo y accesible para hacer llegar información relevante a todos los colaboradores, tanto en Corporativo como en Geografía. En 2019, se lanzó el nuevo sistema de capacitación en línea: Talento Grupo Salinas (Talento GS), el cual se distingue por contener mejoras en el proceso de publicación de contenidos y en la especialización de la formación de acuerdo con las necesidades de cada área. Los resultados de esta modalidad pueden ser evaluados por medio de los reportes de seguimiento.

En 2019, la importancia de la capacitación radicó en su alineación a los Objetivos y Resultados Clave (ORCs) y en la atención de temas específicos, por lo que, a partir de ese ejercicio, la formación fue gestionada por cada unidad de negocio o área.

Tiendas Elektra

Tiendas Elektra cuenta con diversos programas de capacitación, entre ellos:

- **Prepa Socio.** Programa dirigido a los colaboradores que por alguna razón no han podido concluir sus estudios de preparatoria; para elegirlos se consideran el alto desempeño y constancia.

- **Universidad Elektra.** Plataforma de desarrollo, aprendizaje continuo y gestión del conocimiento que permite a Tiendas Elektra difundir la cultura en todos los niveles de la organización, desarrollar capacidades de negocio orientadas al cliente y habilidades de liderazgo, así como fortalecer la propuesta de valor hacia los colaboradores.
- **Top Talent.** Los colaboradores participantes en este programa concluyeron de manera favorable el plan de estudios con Harvard Business Publishing.
- **Certificación Líderes en Tienda Omnicanal.** Programa cuyo propósito es proporcionar al líder herramientas para garantizar la mejor experiencia de compra en su unidad de negocio, asegurando la ejecución impecable de los procesos operativos, así como la estandarización de la atención y el servicio omnicanal de Tiendas Elektra.



969 Líderes,
Especialistas
Regionales
y Zonales
certificados como
Líderes en Tienda
Omnicanal; 59%
a nivel nacional

Italika

Una de las acciones más destacadas de Italika en materia de formación en 2019 fue la implementación del simulador de capacitación, en el cual los operadores de nuevo ingreso invertían un lapso de 3 a 10 días.

Cabe señalar que en la inducción al personal operativo se proporciona información sobre los métodos que establecen los procedimientos para que los colaboradores puedan obtener una promoción o acceder a una nueva categoría laboral.

Banco Azteca

Para Banco Azteca, la relevancia de la capacitación radicó en que, además de dar cumplimiento a los cursos que por regulación le son solicitados, facilitó la construcción de una sólida estructura con perfiles idóneos, capacitados, motivados, que permiten a los colaboradores tener las herramientas necesarias para desempeñar satisfactoriamente su puesto.

Con fundamento en el Manual de Políticas y Procedimientos de Capacitación, el desempeño basado en los ORCs y el enfoque en la mejora continua, la efectividad y el servicio profesional, durante 2019, las líneas estratégicas que rigieron la formación en Banco Azteca fueron:

- El incremento en la productividad de los colaboradores, a través de la implementación de los ejes de capacitación –conocimientos, habilidades y competencias, así como actitudes–.
- El desarrollo de cursos presenciales y en línea, enfatizando en:
 - La capacitación por puesto, lo cual brindó claridad a las actividades de los puestos en los procesos metodológicos, administrativos y de gestión (Ciberseguridad/Seguridad de la Información y Gestión de Riesgos).
 - El reforzamiento en temas de cultura (Inducción, Ética, Derechos Humanos, Código de Conducta y Anticorrupción), robusteciendo el sentido de propósito de cada unidad de negocio y generando un mayor sentido de pertenencia entre los colaboradores.
 - La impartición de cursos especializados y técnicos, referentes a los procesos y productos de cada negocio, con el objetivo de garantizar el conocimiento y reforzar la viabilidad de operación por parte de los colaboradores.
- El cumplimiento normativo respecto a la formación en línea sobre determinados temas, la cual es obligatoria para todos los colaboradores y al finalizar ésta, se realiza un reporte ante los entes reguladores de la Banca en cada país. Algunos de los cursos en línea con mayor relevancia en 2019 abordaron los temas de Prevención

* El número de colaboradores capacitados se refiere a la cantidad de participaciones, pues un colaborador pudo recibir capacitación sobre el mismo tema en más de una ocasión.

de Lavado de Dinero (PLD), Personas Políticamente Expuestas (PEPs), antiextorsión, seguridad de la información y Protección de Datos Personales Personales (PDP), actualizaciones en los productos y las políticas correspondientes, así como seguridad y salud en el trabajo.

- El desarrollo de las habilidades de liderazgo, de excelencia y formación de equipos.
- La mejora de las habilidades técnicas y soft (blandas) de los colaboradores como ventaja competitiva.
- La optimización del servicio al cliente para incrementar su satisfacción.

Todo lo anterior, considerado como un mecanismo para fomentar el aumento en el nivel de satisfacción del personal y, en consecuencia, mejorar el clima laboral y reducir la rotación.

404-1

1,529,495 horas de capacitación total impartidas a 70,167 colaboradores* de Banco Azteca en México y Latinoamérica; 23.8 horas en promedio por colaborador

Uno de los principales beneficios de la estrategia de capacitación de Banco Azteca fue el mejoramiento del índice de rotación de colaboradores, que por ejemplo, en Presta Prenda, alcanzó una reducción

de **7%**

De conformidad con los Objetivos y Resultados Clave (ORCs), se diseñó un programa de certificación por perfilamiento de puesto, en el que la participación del formador de equipo es crucial. Este modelo de certificación ayuda a los colaboradores a cumplir con el mandato, funciones y tareas del puesto, además de que está ligado al esquema de compensación, pues al mantenerse actualizados y contar con las herramientas para el cumplimiento de metas, los colaboradores incrementan su productividad.

Entre los indicadores clave en los que Banco Azteca busca incidir y que, además, representan las métricas de los beneficios derivados de la inversión realizada en programas de desarrollo para los colaboradores, se encuentran:

- Satisfacción laboral.
- Incremento en los estándares de desempeño e indicadores clave del puesto.
- Retención del personal.

Aunado a los resultados, se llevan a cabo auditorías internas en las cuales se verifica que los colaboradores hayan cursado los programas en línea.

Para medir los beneficios derivados de la capacitación impartida, para la modalidad presencial, Banco Azteca utiliza el Modelo Kirkpatrick²⁸ –niveles 1 y 2–:

- Nivel 1, Reacción. Se vincula con la medición de la calidad del contenido y la metodología, a través de encuestas de satisfacción.
- Nivel 2, Aprendizaje. Se vincula con la medición del conocimiento generado, a través de exámenes previos y posteriores al curso o taller.

Para la modalidad en línea, mide la efectividad de la formación por medio del porcentaje de cumplimiento de los cursos, así como la aprobación de los colaboradores.

Banco Azteca cuantifica el retorno sobre la inversión (ROI, por sus siglas en inglés) al lograr que el personal certificado sea productivo en un menor tiempo, midiendo el número de semanas promedio que un colaborador tarda en alcanzar el porcentaje de cumplimiento de las metas esperadas antes de implementar los planes de certificación vs el promedio actual.

Al igual que en México, a través del reforzamiento de la capacitación de los colaboradores y del énfasis en la primera línea, en Banco Azteca en Latinoamérica existieron mejoras en los indicadores clave, tales como el índice de rotación del personal, la productividad y el índice de satisfacción del personal.

²⁸ El objetivo del Modelo Kirkpatrick es medir el impacto en los programas de formación y está conformado por cuatro niveles: respuesta, aprendizaje, desempeño y resultados.

Para conocer más detalle sobre los indicadores de capacitación, consulte la página 211 del apartado "Anexos" del presente Informe.

Por ejemplo, en Guatemala, se tuvieron mejoras de 13% en la rotación del personal, de 5% en la permanencia y de 16% en la productividad de los colaboradores capacitados, en comparación con el ejercicio 2018. De igual manera, en Banco Azteca Honduras se logró el aumento de la productividad en un 18%, así como una mejora en el Índice de Promotores Neto (IPN) de 7pp, alcanzando un 61%.

95% de colaboradores certificados por puesto, en promedio

MXN\$60,709,141 monto invertido en la capacitación de los colaboradores de Banco Azteca México en 2019; inversión de MXN\$1,004.6 por colaborador en promedio



Desarrollo de líderes

Banco Azteca, con la finalidad de atender una de sus líneas estratégicas prioritarias para la creación de valor de largo plazo, en 2019, continuó con el desarrollo de programas enfocados a la primera línea de mando y al desarrollo de habilidades de liderazgo, lo que facilitó la división y entendimiento de las funciones y tareas asignadas para desarrollar con certeza cada proceso, impactando de manera positiva en la eficiencia de los equipos de trabajo, en la satisfacción y la retención del personal. A continuación, se detallan los dos principales programas que ha desarrollado la Institución.

Fundamentos Gerenciales

Programa básico que busca desarrollar las habilidades de manejo de equipos que impulsen entre los formadores de equipo –Gerentes de Sucursal– el uso del recurso humano como elemento base para el logro de resultados. Es impartido en modalidad presencial y sus objetivos son:

- Compartir herramientas para el desarrollo y/o mejora de habilidades de gestión para los Gerentes de Sucursal.
- Asegurar la implementación de nuevas herramientas a través del acompañamiento efectivo del jefe.
- Contribuir al empoderamiento del Gerente, trabajando en sus competencias (saber hacer, poder hacer y querer hacer).

El curso se encuentra dividido en cinco módulos:

Selección

Objetivo. Aplicar un método en las entrevistas de selección de personal.

Entrenando para entrenar

Objetivo. Desarrollar habilidades, compartir conocimientos y modificar actitudes de manera eficaz para mejorar el desempeño.

Asegurando el resultado. La retroalimentación en acción

Objetivo. Aplicar diversas herramientas para evaluar el desempeño de forma eficaz.

Gestión de equipos

Objetivo. Identificar el grado de desarrollo de un equipo, aplicando acciones para la mejora del desempeño.

Herramientas para la mejora integral del desempeño

Objetivo. Compartir las mejores prácticas para retener y desarrollar a los colaboradores de su equipo.

En 2019, Banco Azteca logró capacitar a 1,800 Gerentes de Sucursal con el programa Fundamentos Gerenciales, equivalente al 97% del total



720 Gerentes de Sucursal habrían tomado el programa al terminar el año; con 1,800 Gerentes de Sucursal capacitados, la meta prevista fue superada en 150%



2,953
colaboradores
participantes
en el programa
Certificación de
Líderes; 95%
de ellos fueron
certificados a
nivel nacional



Líderes de Excelencia

Programa presencial que surgió ante la necesidad de:

- Instalar un programa de perfeccionamiento directivo para la mejora de habilidades de liderazgo y manejo de equipos.
- Motivar a los líderes para impulsar a los equipos de trabajo como factor esencial para el logro de resultados.
- Promover que los líderes sean agentes de cambio que guíen los esfuerzos hacia los objetivos de la Institución.

Así, se diseñó esta capacitación para ayudar a los líderes de la primera línea a cumplir su mandato de formador de equipo y desarrollar las siguientes habilidades:

- Seleccionar al mejor talento para conformar a su equipo.
- Acompañarlos durante su incorporación a la organización.
- Capacitarlos y entrenarlos hasta que puedan desempeñarse correctamente en el puesto.
- Motivarlos e impulsarlos a ser mejores a través de su liderazgo.
- Evaluarlos y retroalimentarlos buscando siempre la mejora continua.
- Llevar administrativamente toda la gestión del capital humano a su cargo.

Se trata de un programa formativo para el desarrollo de competencias específicas, impartidos por Harvard Business Publishing —consultoría de prestigio internacional— y dividido en tres módulos, en cada uno de los cuales se abordan 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

El programa tiene una duración total de 48 horas de formación, cada módulo dura 16 horas y éste se cursa en un lapso de seis semanas, por lo que el programa completo se cursa en un periodo de 18 semanas.

El impacto de este programa se materializa en:

- La estandarización de los procesos en todas las unidades de negocio.
- El posicionamiento de Banco Azteca como referente nacional en competitividad y buenas prácticas en el sector financiero.
- La creación de capacidades humanas que permiten a la Institución contar con personal altamente capacitado en el puesto, alineado a estándares de calidad globales.

- La mejora de la marca como empleadora, al contar con planes de certificación con reconocimiento a nivel nacional e internacional, como parte de su oferta laboral.
- La transparencia en los procesos de capacitación y entrenamiento en el trabajo, de acuerdo con la Secretaría de Trabajo y Previsión Social (STPS).
- Los costos del negocio, pues ayuda a disminuir la rotación del personal y a fortalecer las habilidades blandas de los líderes, enfocadas en la estrategia del negocio.

El promedio de permanencia de los líderes se encuentra por encima de la media, lo que demuestra la inversión en la capacitación y la solidez de los programas existentes. Adicionalmente, se evaluará la viabilidad de ligar a este programa la compensación ejecutiva, es decir, se considerará su consolidación como un programa que premie la excelencia en resultados, la antigüedad y otros factores cualitativos de los colaboradores dentro del plan de reconocimientos de categorías.



220
Directivos
capacitados en
2019, 42% del
total

Para gestionar correctamente a los tutores y aprendices participantes en Jóvenes Construyendo el Futuro, Grupo Salinas desarrolló la App Volemos Alto

“ Jóvenes Construyendo el Futuro ”

Es el programa del Gobierno Federal de México, dirigido a jóvenes de entre 18 y 29 años que actualmente no estudian y no trabajan, con la finalidad de que reciban capacitación hasta por un año y comiencen su experiencia laboral, impulsando el aprovechamiento de su talento y el desarrollo de sus habilidades.

El programa fue implementado en Grupo Salinas en abril de 2019 y la capacitación es impartida a través de tutorías, cuya duración varía dependiendo de cada área o negocio.

Tiendas Elektra capacita a los becarios durante seis horas diarias en atención al cliente y operaciones.

En las sucursales de Banco Azteca, tiene una duración de seis semanas, equivalente a 180 horas de instrucción para cada becario; mientras que, en el segmento de Cobranza y Crédito de la Institución tiene una duración de cuatro meses y más de 250 horas de formación para los becarios.

Desde su inicio, Grupo Salinas ofertó 2,000 espacios en diferentes unidades de negocio y, al cierre de 2019, contaba con 728 becarios activos y 75 contratados

Banco Azteca, cuenta con 1,441 colaboradores inscritos ante la Asociación Nacional de Bancos de México (ABM), quienes son capacitados con dos horas de formación en línea para forjarse como tutores; 1,200 de ellos en las sucursales de Banco Azteca –uno en cada sucursal– y 241 en oficinas de la Institución; en conjunto, impartieron una totalidad de 74,202 horas de capacitación a los becarios.

El número de horas de voluntariado invertidas por los tutores en la formación de los becarios durante 2019 fue equivalente a

MXN **\$5,750,655**

29 Considera las horas de capacitación impartidas a los becarios que concluyeron el programa, a quienes se encuentran en proceso de entrenamiento y a quienes desistieron antes de finalizar la formación.

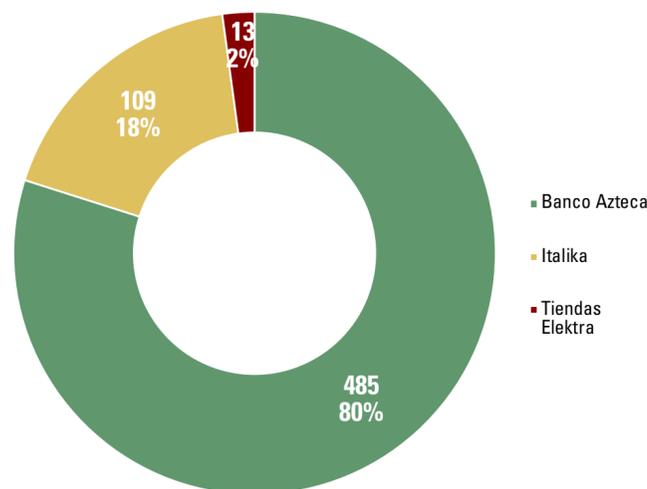


Banco Azteca cuenta con el **24%** de tutores activos con respecto a la totalidad de la banca en México

74,202 horas de capacitación impartidas²⁹ por los tutores a los becarios en 2019

Grupo Elektra cuenta con el 83% de los becarios activos en Grupo Salinas, mientras que suma el 89% de los casos de éxito de becarios contratados. A continuación, se presenta la participación de las empresas del Grupo en estos aspectos:

Becarios del programa Jóvenes Construyendo el Futuro activos en las empresas de Grupo Elektra



Notas:
• Cifras al cierre de diciembre de 2019.



Banco Azteca es el segundo banco con mayor número de becarios en el país. Cuenta con el 44% de becarios postulados y el 27% de becarios incorporados respecto a toda la banca en México

Banco Azteca cuenta con el **77%** de los casos de éxito en contratación de becarios respecto a la totalidad de la banca en México.

67 casos de éxito de becarios del programa Jóvenes Construyendo el Futuro contratados en las empresas de Grupo Elektra; 88% de ellos en Banco Azteca y 12% en Italika

En noviembre de 2019, Banco Azteca fue reconocido por la Secretaría del Trabajo y Previsión Social (STPS) y el Consejo Coordinador Empresarial (CCE) como una empresa comprometida con el programa “Jóvenes Construyendo el Futuro”

En Banco Azteca existen dos categorías de becarios de acuerdo con las funciones que realizan: quienes desempeñan el rol de anfitrión de sucursal y quienes efectúan actividades administrativas y de apoyo a Capital Humano.

Los becarios que desempeñan el rol de anfitrión de sucursal llevan a cabo las siguientes actividades:

- Brindar asesoría a los clientes sobre los trámites o transacciones que el usuario realizará.
- Identificar las necesidades de los clientes y direccionarlos a ventanilla o canales alternos.
- Instruir a los clientes en el uso de canales alternos como cajeros automáticos, pared electrónica y Banca Digital.

Con ello, los becarios contribuyen a mejorar la calidad en el servicio y a incrementar el Índice de Promotores Neto (IPN).

De esta manera, se implementó un programa piloto en las sucursales, denominado “Lanzamiento de actividad específica de medición de tiempo de clientes en fila a través de la App Volemos Alto”³⁰. En él, los becarios llevan a cabo la medición del tiempo de espera de los clientes en la fila antes de ser atendidos en ventanilla. Con la información recabada es posible establecer planes de acción para mejorar la calidad del servicio, mientras que los becarios se convierten en *Mystery Shoppers*.

Al cierre de 2019, esta actividad mostró un resultado positivo para el negocio en la región piloto, pues entre el 90 y el 96% de los clientes experimentaron un tiempo de espera máximo de 12 minutos antes de ser atendidos.

³⁰ Para conocer más sobre este programa, consulte el apartado “Anexos” del presente Informe.

Por otro lado, los becarios que desempeñan funciones administrativas y de apoyo a Capital Humano, se desarrollan en las áreas de:

- Atracción de talento, donde redactan las vacantes
- Reclutamiento, área en la que realizan entrevistas junto con el reclutador.
- Contratación, en la que realizan el armado de expediente y contratación de personal.
- Plantillas de personal, donde desarrollan reportes de plantillas.
- Administración de personal, donde realizan el seguimiento a trámites de colaboradores.
- Nómina, llevan a cabo la revisión de esquemas de compensación de puestos operativos.

Como actividades complementarias o secundarias, los becarios efectuaron las siguientes:

- Certificación Jr. como Especialista de Capital Humano en Cobranza y Crédito, la cual consta de cinco módulos con conocimientos básicos de Capital Humano; al finalizar, Grupo Salinas otorga una carta con valor curricular.
- Voluntariado Juguetón Grupo Salinas, acciones donde los aprendices brindaron horas de su capacitación en apoyo al evento Juguetón.



Comunicación

Adicional a la capacitación, Grupo Elektra considera la comunicación permanente de dos vías con todos sus colaboradores como un tema prioritario para mantenerlos informados y conocer sus expectativas y necesidades. De esta manera, cuenta con las herramientas que propician un clima organizacional óptimo y fortalecen el orgullo de pertenencia entre todo el equipo, posibilitando llegar de manera conjunta al logro de objetivos individuales y colectivos.

Además de mantener informados a los colaboradores sobre temas estratégicos a través de comunicados y boletines, uno de los canales con los que Grupo Elektra cuenta para conocer los intereses y requerimientos del personal es Cuéntanos. Fue a través de este conducto que los colaboradores abordaron diversos temas, entre los que se encuentran:

- La necesidad de atención de problemas de salud y psicológicos, tanto de los propios colaboradores, como de sus familiares.
- Sus inquietudes en temas operativos, cambios de puesto, esquema de compensación y extensión de la jornada laboral.
- La retroalimentación respecto a los concursos, trivias, campañas y actividades internas para el personal.
- La calidad del liderazgo al que están sujetos y la mejora en la comunicación con los líderes para optimizar su gestión.
- Sus aspiraciones y logros, así como las metas para continuar con su crecimiento laboral y personal.

Se brindó respuesta en la medida de lo posible a cada solicitud, o bien, se sentaron las bases para hacerlo en el mediano plazo. Así, estableció comunicación con cada colaborador que solicitó apoyo en términos de salud para conocer a detalle sus necesidades; proporcionó contención emocional y los canalizó a instituciones especializadas, al equipo de psicólogos externos o plataformas de ayuda. Asimismo, implementó algunas iniciativas, tales como:

- El programa de horarios fijos para algunas posiciones estratégicas.
- Los nuevos esquemas de compensación y escalafones.
- La impartición de formación de Jefe a Coach para la transformación del modelo de liderazgo, la cual culminará en 2020.
- La continuidad en los procesos de análisis e investigación para ofrecer mayores beneficios a los colaboradores.

Aunado a lo anterior, en sinergia con Capital Humano y las unidades de negocio, se han establecido focus groups como herramienta de escucha de las principales áreas

de oportunidad, tanto en el desempeño de los equipos de trabajo como en el clima organizacional. Éstas son abordadas a través de un plan de acción dirigido a las áreas de trabajo, donde los principales responsables de su aplicación son los Directores de área.

Evaluación de desempeño

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

En 2019, la estrategia de Grupo Salinas se centró en desplegar el proceso de evaluación de desempeño en los colectivos y las Áreas Centrales de las diferentes unidades de negocio. La relevancia estratégica de esta decisión radicó en la evaluación de desempeño de los niveles superiores de la organización, con la finalidad de que sean los líderes quienes impulsen este proceso hacia sus equipos de trabajo durante 2020 y 2021.



En términos generales, el proceso de evaluación del desempeño en Grupo Salinas y en Grupo Elektra se fundamenta en el modelo basado en Objetivos y Resultados Clave (ORCs), metodología a través de la cual se establecen objetivos estratégicos que permiten:

- El enfoque en las tareas relevantes para alcanzar los resultados del negocio.
- Que los colaboradores identifiquen actividades, responsabilidades y los resultados esperados.
- Cuantificar los resultados y determinar los avances en los objetivos.
- Hacer partícipes a los colaboradores en la ejecución de la estrategia, posibilitando que conozcan la manera en que aportan al éxito de la organización y generando en ellos un mayor compromiso.

Tiendas Elektra

En Tiendas Elektra, la evaluación de desempeño permite conocer el avance de los colaboradores en cuanto al logro de sus metas y los aspectos en los que es necesario trabajar para conseguir los resultados esperados en la mejora de la experiencia del cliente.

Los mecanismos en los que Tiendas Elektra apoya su proceso de evaluación de desempeño son:

- Detección de competencias. Es un conjunto de competencias institucionales anuales alineadas a la cultura y KPIs 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.

6,910⁴⁰⁴⁻³ colaboradores de Geografía asignados a la evaluación en 2019, de los cuales fueron evaluados 6,893; avance de 99.8%

566 colaboradores de Corporativo asignados a la evaluación en 2019, de los cuales fueron evaluados 553; avance de 97.7%

- Sistema de retroalimentación. Evaluación sistematizada que garantiza que el colaborador cuente con una sesión uno a uno para generar una experiencia de empatía, logros y acuerdos, que permitan desarrollar nuevas competencias para lograr sus objetivos. En ella se evalúan resultados y aptitudes, los cuales 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. Tiendas Elektra busca crear una cultura para que este proceso se lleve a cabo de manera frecuente.

Italika

En Ensamblika, la evaluación de desempeño estuvo centrada en la implementación de carrera de líderes, de acuerdo con la metodología de la certificación Great Place to Work (GPTW), así como en la realización de entrevistas uno a uno entre líderes y colaboradores, con la finalidad de proporcionarles retroalimentación. Para garantizar resultados satisfactorios, se brindó acompañamiento a los líderes en la administración del personal.

Banco Azteca

Banco Azteca basa la evaluación de desempeño en las siguientes herramientas:

- Sistema de Evaluación del Desempeño en Corporativo. Contiene los objetivos y resultados clave individuales, así como los funcionales, de forma individual y por nivel de importancia y, a esta información, se incorpora la evaluación de los comportamientos organizacionales –básico, en desarrollo, satisfactorio, avanzado y experto– para conformar la evaluación de desempeño personal. Se lleva a cabo en cuatro etapas:

Alrededor del **62%** de los colaboradores de Banco Azteca que fueron evaluados en 2019 son hombres y **38%** mujeres

97%* del personal objetivo recibió evaluación de desempeño al cierre de 2019, equivalente a 524 personas

- 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 el Jefe Directo debe evaluar el avance en los objetivos y, de ser necesario, ajustarlos, 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 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, además de asignar un valor al cumplimiento de cada objetivo, brindando una retroalimentación final al colaborador.

- Sistema de Evaluación del Desempeño en Geografía-Ranking³¹. Evaluación multidimensional realizada a través de la plataforma Talento GS, que consiste en primera instancia, en la medición de la productividad, es decir, del nivel de cumplimiento de las metas de negocio individual asignadas. En segundo lugar, existe un proceso de retroalimentación entre el formador de equipo –Gerente de Sucursal– y el colaborador, bajo el modelo de conversaciones considerado en el proceso de transformación de Jefe a Coach que establece al menos una conversación de desempeño por trimestre.

Los colaboradores han reconocido la utilidad de la evaluación de desempeño de conformidad con este procedimiento, pues les permite conocer sus resultados, identificando las áreas de oportunidad para mejorar y trazar su trayectoria profesional dentro de la organización.

- Metodología de establecimiento de KPIs. A partir de la Dirección General se establecen objetivos estratégicos que impactan en todos los niveles de la organización; posteriormente, cada unidad de negocio identifica sus objetivos partiendo de los generales hasta llegar a la asignación de objetivos individuales.

Al proporcionar claridad de los objetivos individuales para cada colaborador, se establecen las expectativas relacionadas con el desempeño individual, permitiendo el enfoque en el cumplimiento de los mismos. Estos objetivos van acompañados de esquemas de compensación que ofrecen a los colaboradores un mayor grado de control en torno a su remuneración sobre una base clara y transparente, teniendo como resultado la oportunidad de ser dueño de su desarrollo económico en el ejercicio de sus funciones.

³¹ Esta modalidad no fue desplegada en Geografía durante 2019 debido a cuestiones técnicas, por lo que será ejecutada durante 2020.

* Éste dato fue verificado por un tercero para más información referirse a la página 238 de éste informe.

404-3

En 2019, se inició con la primera fase de la medición de los ORCs a fin de transmitirlos a toda la organización de acuerdo con la temporalidad determinada a finales de 2018.

La meta era implementar la evaluación para la primera línea de reportes directos del Director General, la cual fue superada al extender el alcance de esta metodología a la primera y segunda líneas de reporte.

Asimismo, la Institución realizó una evaluación 360° para las posiciones de Director Territorial de Operaciones y Director de Operación de Zona, con la finalidad de verificar las competencias básicas y habilidades de liderazgo. Todos los participantes recibieron un reporte con retroalimentación por escrito.

Asimismo, la meta que se tenía prevista para 2019 era evaluar, por medio del sistema Talento GS, el desempeño del 100% del personal que integra la Dirección General y las Direcciones de Negocio –es decir, la primera y segunda líneas de mando–, lo que equivalía a 539 líderes.



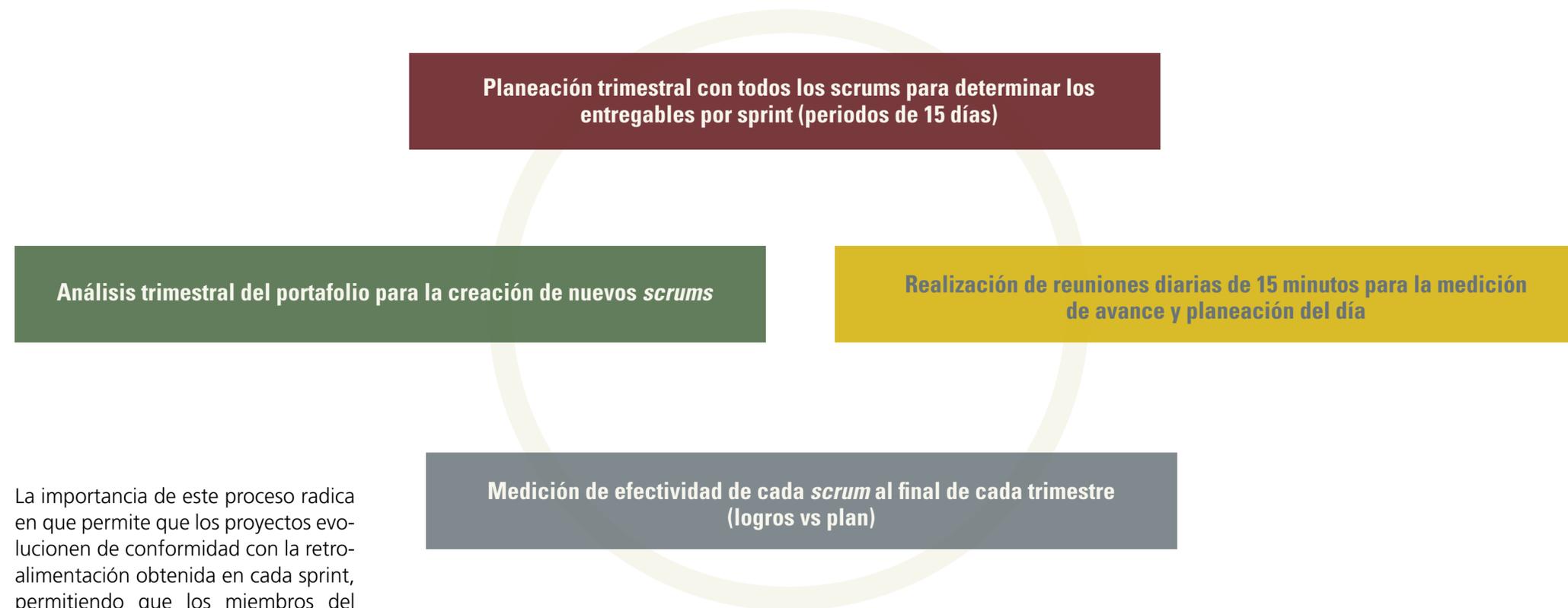
899 colaboradores definieron por primera vez en 2019 sus ORCs en Banco Azteca México; **98.5%** de ellos fueron evaluados

1,635 colaboradores de Banco Azteca en México definieron sus ORCs en 2019; **100%** de ellos fueron evaluados

ÁGIL

Adicional al modelo de Objetivos y Resultados Clave (ORCs), Banco Azteca ha implementado la metodología ÁGIL, la cual consiste en la conformación de equipos de trabajo multidisciplinarios que permiten adaptar la forma de trabajo a las condiciones del proyecto, llamados scrums, quienes trabajan con autonomía, flexibilidad e inmediatez para lograr la entrega de resultados a los clientes en tiempos reducidos.

El proceso que garantiza el óptimo desempeño de los scrums es el siguiente:



La importancia de este proceso radica en que permite que los proyectos evolucionen de conformidad con la retroalimentación obtenida en cada sprint, permitiendo que los miembros del equipo de trabajo ejecuten un conjunto de tareas, concentrándose en labores específicas, optimizando tiempos, incrementando la calidad de los procesos, fortaleciendo la colaboración e impactando positivamente en la satisfacción, tanto del personal y como de los clientes.

36
scrums y 321
 colaboradores
 de Banco Azteca
 desempeñaron
 sus funciones
 bajo la
 metodología **ÁGIL**
 durante 2019

Calidad de vida

Grupo Salinas está convencido de que la productividad de sus empresas está vinculada al bienestar y felicidad de sus colaboradores, por lo que, en 2019, a través del Área Corporativa de Desarrollo Humano, Comunicación e Integración del Grupo creó iniciativas que proveen salario emocional y fortalecen el vínculo de compromiso con la Empresa y la prosperidad incluyente (creación de valor económico, social y ambiental).

De esta forma, los programas de bienestar se distribuyeron en cinco pilares estratégicos:

Enriquecer la relación líder/colaborador, para que sea más humana y motivadora	Promover un estilo de vida saludable (bienestar físico y mental) de los colaboradores	Involucrar a los colaboradores y a sus familias en actividades de prosperidad incluyente y voluntariado	Crear colaboradores orgullosos y promotores de Grupo Salinas	Posicionar a Grupo Salinas como la mejor empresa en México y Latinoamérica, donde los colaboradores pueden tener un proyecto de vida
<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar a los líderes para que desarrollen competencias transversales (soft skills). • Conocer a los mejores líderes del Grupo e identificar a aquéllos que tienen áreas de oportunidad para su desarrollo. • Divulgar el concepto y campaña de Socio Líder en todas las empresas del Grupo, para informar a todos los líderes sobre las mejores prácticas para mantener un buen clima laboral 	<ul style="list-style-type: none"> • Garantizar que los altos ejecutivos cuenten con servicios de salud, para mejorar su calidad de vida. • Promover hábitos saludables para prevenir enfermedades y evitar el ausentismo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crear conciencia en los colaboradores y familiares sobre la importancia de los recursos para crear valor ambiental. • Involucrar a los colaboradores y familiares en actividades de voluntariado y prosperidad incluyente para que vivan los valores de Grupo Salinas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Motivar a los colaboradores a través del salario emocional para que expresen su orgullo por Grupo Salinas. • Involucrar a los colaboradores y familiares en actividades de voluntariado y prosperidad incluyente para que vivan los valores de Grupo Salinas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Obtener reconocimientos de instituciones externas para posicionar la buena reputación de Grupo Salinas.

Para garantizar la efectiva aplicación y gestión de los programas de bienestar y de responsabilidad social en las empresas del Grupo, éste trabajó en la mejora de los procesos y políticas que abarcan los ocho ejes: familia, momentos de vida, salud, deporte, medio ambiente, cultura, comunidad y seguridad.

403-3, 403-6

Los programas desarrollados en 2019 fueron los siguientes:

Eje	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.	<ul style="list-style-type: none"> 4,000 colaboradores = 3.5 toneladas registradas.
	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.	<ul style="list-style-type: none"> 10,374 colaboradores beneficiados con vacunas, tomas de glucosa, donación de sangre, estudios de gabinete, mastografías, etc.
	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.	<ul style="list-style-type: none"> 5,325 consultas con un Nutriólogo.
	Socios en armonía	Programa de consejos para respirar un momento dentro del centro de trabajo. Comprende masajes antiestrés y consultas de medicina tradicional china.	<ul style="list-style-type: none"> 5,040 colaboradores beneficiados.
Momentos de vida	<ul style="list-style-type: none"> Juntos de la mano Adolescentes en casa Uno más en la familia Nuestros hijos Felices XV Sueños, metas y logros En buenos términos Estamos contigo 	Acompañar a todos los colaboradores en los momentos más importantes de su vida y la de sus familiares.	<ul style="list-style-type: none"> 1,500 colaboradores beneficiados con acompañamiento. Para fortalecer la gestión del programa Uno más en la familia, se desarrolló una política que describe todos los beneficios del lactario y el tiempo al que cada colaboradora tiene derecho.
Familia	<ul style="list-style-type: none"> Día de las Madres Día de los Padres Pequeños Monstruitos Monstruitos de 10 Club Pequeños Socios 	Reconocer a los colaboradores jefes de familia y a sus hijos, creando vínculos emocionales con la Empresa, fortaleciendo el sentido de pertenencia y fomentando los valores de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> 15,500 colaboradores impactados.
Deporte	Copa Socios	Realizar actividades extralaborales que fomenten la integración entre colaboradores y lograr un mejor ambiente laboral.	<ul style="list-style-type: none"> 7,000 participantes (femenil y varonil).
	Juegos Bancarios	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.	<ul style="list-style-type: none"> 607 participantes, 360 medallistas.
	Torneos internos	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.	<ul style="list-style-type: none"> 1,993 participantes.

Eje	Programa	Objetivo	Logros
Medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> • Socio Verde • Socio Bici • Reciclaje • Ahorro de energía 	Crear una cultura ecológica a través de la concientización de los colaboradores sobre la importancia de adoptar estilos de vida saludable y la recolección de residuos, obteniendo efectos positivos en el medio ambiente y el entorno de trabajo.	<ul style="list-style-type: none"> • Socio Verde: 200,000 bolsas de plástico ahorradas y 93,000 vasos de plástico vendidos (en sustitución del vaso de cartón). • En Grupo Salinas se implementó un programa de traslado en bici entre corporativos, con la finalidad de reducir el uso del automóvil. Su respectiva política tiene la finalidad de regular el uso de este beneficio. <ul style="list-style-type: none"> • 250 usuarios de Socio Bici. • Reciclaje: para crear una cultura de gestión de residuos sólidos, se estableció una serie de criterios para la clasificación de residuos. <ul style="list-style-type: none"> • 2 toneladas de plástico y cartón reciclados. • 0.5 toneladas de electrónicos reciclados. • Para mejorar el uso de la energía en las instalaciones, se creó una política sobre el uso de la energía eléctrica para concientizar a los colaboradores sobre el uso de la misma.
Cultura	<ul style="list-style-type: none"> • Caminos de la libertad • Biblioteca Socio • Feria del libro • Universo Socio 	Fomentar el buen hábito de la lectura, así como la apreciación cultural entre los colaboradores y sus familias.	<ul style="list-style-type: none"> • Caminos de la libertad: 440 obras recibidas. • 5,000 préstamos en App de Biblioteca Socio. • 234 asistentes a visitas guiadas. • Participación en 4 ferias del libro.
Comunidad	<ul style="list-style-type: none"> • Socios corredores • Club de lectura • Mi fiel amigo • Socios al grito de gol • Socio de película 	Incentivar la participación de los colaboradores que tienen el interés de realizar actividades de voluntariado y apoyo a causas sociales.	
Seguridad	<ul style="list-style-type: none"> • Protección socio • Emergencias • Reconstrucción 	Garantizar la seguridad de los colaboradores es muy importante para el Grupo, por lo que creó una serie de programas de protección civil.	

Tiendas Elektra

La Empresa ejecuta diversas iniciativas para impulsar la calidad de vida de los colaboradores, entre las que se encuentra Contigo Elektra, programa que consiste en activaciones mensuales en las cuales los colaboradores participan y se divierten, contribuyendo de esta manera a la mejora del clima organizacional. Entre las dinámicas y celebraciones que se llevan a cabo están: Reyes magos, regala un dulce, Día del niño, Día de las madres, día del padre, Mes de la lectura, Aniversario, Día de muertos, Fin de año, etc.

De igual manera, Tiendas Elektra fomenta el equilibrio trabajo-familia al realizar Club Elektra Kids, programa que brinda a los colaboradores la oportunidad de pasar una jornada junto con su familia dentro de las instalaciones de la Empresa, además de generar actividades para los niños.

Italika

En Ensamblika, además de que las jornadas laborales comprenden de lunes a viernes durante 2019 se llevaron a cabo diversas iniciativas para incentivar el equilibrio trabajo-familia, entre ellas:

- Evento “Día de la Familia”, en el que el colaborador asiste en conjunto con su familia a un parque de diversiones.
- Curso de Verano, en el que durante dos semanas se imparten clases de robótica a los hijos de los colaboradores dentro de las instalaciones de Ensamblika.
- Graduaciones de categorías, eventos de reconocimiento a los colaboradores, quienes reciben un diploma de certificación y a los que asisten acompañados de sus familiares.

Banco Azteca

Banco Azteca busca la mejora permanente de las condiciones del lugar de trabajo de los colaboradores, lo que permite incrementar su calidad de vida al impulsar el equilibrio trabajo-familia.

38% de los colaboradores en la plantilla de Banco Azteca son padres de familia; en 2019 se les otorgaron diversos beneficios:

- 1,400 colaboradores que registraron el próximo nacimiento de sus hijos fueron apoyados.
- 500 hijos de colaboradores fueron apoyados en su regreso a clases.
- 915 colaboradoras ejercieron su derecho a baja por maternidad; 100% de ellas son usuarias del lactario

De igual modo, Banco Azteca se encuentra desarrollando acciones cuyo objetivo estratégico es reducir la rotación del personal al mejorar la calidad de vida de los colaboradores en la Empresa, pero que impactan de manera positiva en el impulso del equilibrio trabajo-familia; tal es el caso de:

- La disponibilidad de diferentes horarios para cubrir las necesidades de las áreas de negocio, con la finalidad de impulsar en sus actividades un equilibrio integral.
- Reconocimiento de resultados por clientes internos, quienes en caso de reconocer la labor del personal, asignan faros, los cuales se pueden intercambiar por una tarde o un día de descanso con goce de sueldo.
- La creación de la posición de personal de medio tiempo en las sucursales, instituida para compensar los picos de operación dentro de la sucursal para garantizar la calidad y velocidad en el servicio al cliente, se promueve además el cumplimiento de la jornada laboral de todo el personal.
- El programa de Horarios Fijos en sucursales. Esta iniciativa provee certidumbre en la asignación de la jornada laboral al personal, quien conoce con anticipación la conformación de sus horarios laborales de forma semanal, evitando cambios abruptos o unilaterales en la misma.

Asimismo, la Institución ha centrado sus esfuerzos en brindar mayor seguridad o certidumbre a los colaboradores respecto a su estabilidad económica, por lo que en 2019 invirtió el 20% adicional en el cambio de esquema de compensación.

Con base en este modelo, permite a sus colaboradores contar con vacaciones, permisos o ausencia en contingencias sin la afectación de sus ingresos, administrar su tiempo laboral para fomentar el equilibrio trabajo-familia, así como la posibilidad de obtener mayores ingresos.

MXN\$ **\$102,014,792** invertidos por Banco Azteca en iniciativas que impulsan la calidad de vida de los colaboradores

En adición, durante 2019, Banco Azteca promovió la salud de sus colaboradores en diversos frentes, pues además de participar en las iniciativas desarrolladas por el Grupo, lo hizo en la carrera de Fun, Finance & Running, a la que asistieron 66 colaboradores.

Beneficios sociales y compensaciones

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.

201-3, 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)³², entre otras prestaciones que suelen variar.



En Banco Azteca, tuvo lugar la gestión de nuevos esquemas de compensación con un enfoque 80/20, generando escalafones de compensación y salarios base de acuerdo con las zonas geográficas. Así, los esquemas de compensación alineados a las nuevas funciones y metas especializadas fueron desplegados al 100% para todos los puestos de las sucursales.

³² En 1994 Grupo Elektra estableció un plan de pensiones para sus colaboradores, incluyendo a sus funcionarios. Al 31 de diciembre de 2019, el pasivo relacionado con tales planes ascendió a MXN\$634.4 millones.

Para conocer los objetivos 2020 de Grupo Elektra en términos de beneficios sociales y prestaciones, por favor consulte la página 215 del apartado "Anexos" del presente Informe.

* Éste dato fue verificado por un tercero para más información referirse a la página 238 de éste informe.

Grupo Elektra ocupó la posición **7** del ranking de las empresas empleadoras más importantes de México, realizado por la revista Mundo Ejecutivo. La metodología utilizada considera el número total de empleos, la generación de ingresos por colaborador, la rentabilidad por colaborador y las mejores prácticas laborales

Satisfacción de los colaboradores

En 2019, con el fin de conocer la percepción de su personal con respecto a la labor que desempeñan los equipos de trabajo, Grupo Elektra continuó midiendo el nivel de satisfacción de sus colaboradores, a fin de identificar las áreas de oportunidad a fortalecer.

De esta manera, a través del Área Corporativa de Desarrollo Humano, Comunicación e Integración de Grupo Salinas, realizó las encuestas:

- **Happy Index**

Indicador que permite conocer el grado de satisfacción, estabilidad y compromiso de los colaboradores, tanto con la Empresa y sus líderes, como con sus compañeros de trabajo y entorno laboral.

Cada trimestre se implementa una encuesta interactiva de escala Likert (cinco respuestas) por medio de emojis, lo cual agiliza el tiempo y espontaneidad en las respuestas. En ella se evalúan siete ejes, así como un Score General:

- Líder directo
- Reconocimiento
- Trabajo en equipo
- Herramientas
- Mi puesto
- Compromiso
- Orgullo

El objetivo establecido para 2019 fue incrementar la participación promedio anual del indicador un 10% respecto a 2018 —42,000 colaboradores en promedio—. El indicador obtuvo una participación promedio de 61,745* colaboradores, equivalente al 92%* de la plantilla, por lo que la meta fue superada y la participación presentó un incremento de 42%



Banco Azteca en México obtuvo un score general de 8.1 en el primer trimestre de 2019, mientras que en el cuarto trimestre obtuvo 8.2, elevando 1pp el promedio de todo Grupo Salinas

86% de los colaboradores consideran que aportan valor a sus equipos de trabajo y 84% afirman que pueden desarrollarse personal y profesionalmente en la Institución

• **Jefe con Estrella**

A través de una prueba de reconocimiento, los colaboradores identifican y evalúan el liderazgo de aquellos que consideran sus líderes. En ella, otorgan estrellas en una escala de 0-5, siendo 0 la evaluación más baja y 5 la evaluación más alta.

Es un test que permite identificar a líderes o a futuros líderes que existen en el Grupo, así como mapear sus fortalezas y áreas de oportunidad.

63,000 colaboradores participantes en promedio en Jefe con Estrella, cantidad equivalente al 96% de la plantilla

Es de destacar que, durante 2019, Grupo Elektra amplió el conjunto de herramientas con las que contaba para conocer el perfil de sus colaboradores y medir su satisfacción; entre ellas:

• **Socio Único**

Es un sistema que ayuda, a través de información precisa y estratégica, a la gestión y toma de decisiones por parte del Grupo. Su objetivo es conocer a los colaboradores, tanto en lo general como en lo particular, saber quiénes son, qué les motiva, identificar su desarrollo personal y laboral, dentro y fuera del Grupo.

* Éste dato fue verificado por un tercero para más información referirse a la página 238 de éste informe.



El objetivo para 2019 fue tener al 100% de los líderes de Grupo Elektra evaluados con este indicador; se logró la nominación de 84% de los líderes con base en esta metodología



La calificación de Happy Index por género en Banco Azteca es de 8.2*, no hay diferencias en la satisfacción de los colaboradores

El sistema Socio Único recibió un reconocimiento internacional en “The Employee Engagement Awards North America” por “Mejor uso de la Tecnología” (Best use of Technology)

- **Censo Cuéntame Más+**
Es el censo que permite conocer a los colaboradores en diferentes aspectos de la vida, como familia, educación, salud, actividades socioculturales y de acción social; derivado de este programa, se realizan campañas y programas acordes a los gustos y necesidades del personal.

Cuéntame más para apoyarte siempre y en cualquier momento

Tus respuestas nos permiten conocerte mejor, para desarrollar planes que nos ayudan a cuidar tu salud y la de tu familia.

😊 Entra a tu Portal Socio y responde el censo.

Grupo SALINAS DISCIBLOS familia socios

- **Índice de Promotores Neto (IPN)**

Indicador que permite conocer el nivel de predisposición de los colaboradores para recomendar de manera natural a sus familiares a pertenecer al Grupo.

Los colaboradores son clasificados en tres categorías –Promotores, Pasivos y Detractores–.

Una vez analizados los resultados, se realizan reportes y se envían a cada unidad de negocio. De ser necesario, éstas dan seguimiento en conjunto con otras áreas para la toma de decisiones y, de esta forma, atender las áreas de oportunidad, posibilitando la mitigación de riesgos.

42,865 colaboradores participantes en promedio por trimestre; al cierre del 2019 se alcanzó la participación del 82% de la platilla

60%, IPN de colaboradores de Tiendas Elektra; 69.3% de colaboradores promotores netos. Los aspectos que presentaron un crecimiento en reacciones positivas fueron “me gusta mi trabajo” y “la empresa me ayuda a mejorar mi calidad de vida”

En el primer trimestre de 2019,
25,300 colaboradores fueron promotores vs 30,100 colaboradores promotores en el cuarto trimestre; es decir, al cierre del año, 4,800 colaboradores más recomendarían de forma natural a sus cercanos a unirse a la Empresa

7 de cada 10 colaboradores recomiendan de forma natural a sus amigos y/o familiares ser parte de Banco Azteca, debido al orgullo y sentido de pertenencia

El IPN de colaboradores en Banco Azteca al cierre de 2019 fue de **58.2%**³³

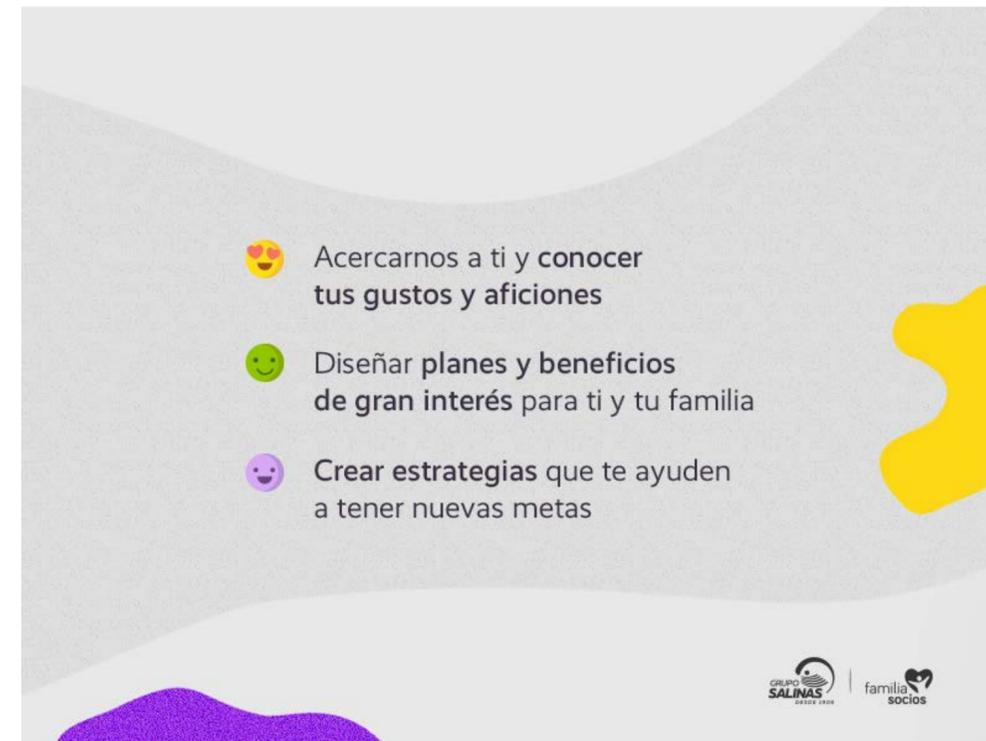
³³ Estos resultados han permitido a Banco Azteca consolidarse como el Banco número 1 en el ranking "Las Empresas Más Amadas por sus empleados 2019" de Love Mondays; en el ranking general ocupa la posición 11. Asimismo, Grupo Salinas encabeza el listado de las 10 empresas donde más mexicanos quieren trabajar 2019, de acuerdo con LinkedIn.

Para conocer los objetivos 2020 de Grupo Elektra en términos de satisfacción de los colaboradores, por favor consulte la página 215 del apartado "Anexos" del presente Informe.

• **Niko-niko**

Es una herramienta cuyo fin es conocer rápidamente el estado de ánimo que tienen los colaboradores al iniciar su día de operación, a través de una pregunta realizada en el primer login de sus operaciones, teniendo la opción de responder con tres caras (símbolos) a modo de semaforización: roja, estado de ánimo negativo; amarilla, neutro; y verde, positivo. Esto permite identificar patrones de conducta o comportamiento de los colaboradores, generar alertas y, por tanto, reducir riesgos.

Si en un lapso de 21 días, un colaborador ha respondido en al menos siete días consecutivos la cara roja (estado de ánimo negativo), en conjunto con el área responsable de la gestión del canal Cuéntanos, se contacta al líder del área donde opera el colaborador con la finalidad de que atienda las necesidades o inquietudes que éste pueda tener, así como conocer más sobre la razón de su comportamiento. De deberse a un factor personal, el Área Corporativa de Desarrollo Humano, Comunicación e Integración brinda la atención y el apoyo necesarios al colaborador.



Reconocimiento a los colaboradores

El Área Corporativa de Desarrollo Humano, Comunicación e Integración de Grupo Salinas tiene el firme propósito de mejorar la calidad humana y el valor emocional de cada uno de los colaboradores del Grupo, por lo que construyó el modelo de reconocimientos basados en cuatro pilares básicos:

Reconocimiento	Experiencia	Símbolo	Difusión
Que la felicitación por alcanzar la meta sea pública e incluya a sus líderes, compañeros, familia e incluso llegue al resto de los colaboradores. Al mismo tiempo, este reconocimiento se convierte en prestigio, que les da oportunidades de crecer dentro de la organización.	Que más allá de recibir un premio o un incentivo económico, vivan una experiencia que los entusiasme, algo que puedan recordar para toda la vida.	Que cada concurso se distinga de los demás por un símbolo, que además se convierta en un trofeo que reciban los ganadores y puedan mostrar con orgullo.	Que la experiencia de los ganadores se haga pública, permitiéndoles compartir sus conocimientos y, al mismo tiempo, entusiasmando a los demás colaboradores para que participen en próximas ediciones.

De estos cuatro pilares se desprenden cinco pasos a seguir:

1. Estrategia. Consiste en la identificación de procesos a optimizar, la selección de productos o servicios a impulsar, o bien, el mapeo de riesgos a escalar para prevenir su materialización. En esta fase se lleva a cabo la planeación de las métricas a incrementar, los objetivos y metas, así como la logística para la dinámica.
2. Comunicación. Selección de los mensajes a comunicar, el grupo objetivo y la definición de la estrategia de difusión.
3. Seguimiento. Aceleración de los indicadores durante el concurso.
4. Premiación. Diseño de una experiencia completa en la Ciudad de México para los ganadores.
5. Post experiencia. Difusión del evento y las experiencias de los ganadores.

Aunque la razón última de cada concurso es que la aplicación del Modelo Único de Recompensa y Reconocimiento es impulsar los indicadores de alguno de los productos del negocio, se destacan las cualidades humanas necesarias para alcanzar la meta y se premia con reconocimiento, valoración y un trofeo simbólico a quienes sean capaces de desarrollar esas cualidades. El Área Corporativa de Desarrollo Humano, Comuni-

cación e Integración busca generar esfuerzos adicionales en las unidades de negocio para generar un vínculo con el Grupo a partir del bienestar y satisfacción brindada a los colaboradores, con el fin de que los objetivos de la Empresa sean considerados como propios y sientan que su trabajo y esfuerzo es valorado, concientizándolos sobre la importancia de su aporte como parte clave del éxito.

En 2019, se desplegó la estrategia de reconocimiento para Geografía, con el objetivo de reconocer la trayectoria de los colaboradores y premiar la gestión de los Gerentes con el menor número de bajas, complementando el plan de reconocimientos por resultados.



Cabeza de Jaguar

Concurso de Cobranza de Banco Azteca que busca mejorar el porcentaje de eficiencia de recuperación de cartera generando motivación y esfuerzo por alcanzar las metas del negocio y así incrementar la productividad. Esta iniciativa tiene un costo anual promedio de MXN\$2.1 millones de pesos y los resultados en recuperación de cartera y eficiencia global han crecido de MXN\$36 millones en el año 2014 a MXN\$113 millones en 2017, mientras que, en 2018, se presentaron incrementos de 14% en la cobranza general y 9.4% en la cartera.

Corazón Azteca

Concurso de Captación de Banco Azteca enfocado en la apertura de nuevas cuentas y en la retención de saldos; busca reconocer al colaborador y fomentar el trabajo en equipo. Tiene una duración de ocho semanas y en él participan todos los Gerentes y Ejecutivos de las sucursales del país.

En 2019 se entregaron 84 premios de MXN\$10 mil, cinco premios de MXN\$15 mil, 14 premios de MXN\$20 mil y los 14 mejores Gerentes del país vivieron una experiencia en la CDMX con un acompañante.



En la tercera edición del concurso Corazón Azteca, se lograron MXN **\$1,119** millones de pesos en captación neta y más de 1,300% de incremento en captación vista en relación con el periodo anterior



“Reconocimiento por el Mejor Desarrollo de Estrategias Centradas en el Colaborador”

El crecimiento profesional de los colaboradores es un tema clave en la estrategia de retención de talento de Grupo Salinas y, por tanto, de Grupo Elektra, pues su propósito es impulsar el mejoramiento de las condiciones de los colaboradores, garantizando un bienestar integral.

Es así como Grupo Salinas fue acreedor al “Reconocimiento por el Mejor Desarrollo de Estrategias Centradas en el Colaborador”, otorgado por *Engage Awards* –organización que motiva a las organizaciones a alcanzar la excelencia del capital humano–, convirtiéndose en la primera entidad mexicana en recibir esta distinción.

La metodología utilizada por *Engage Awards* consiste en un análisis de los esquemas que ubican al colaborador en el centro de las decisiones de la organización, las cuales impactan en un incremento en el índice de retención de talento y, por tanto, en una mayor contribución de los colaboradores a la consecución de los objetivos de las compañías.

Derivado del impulso de acciones que contribuyen al bienestar del talento, Grupo Salinas logra un alto nivel de satisfacción en los colaboradores, lo que, en consecuencia, produce en ellos una mayor determinación por aportar valor a la Compañía y el incremento en la productividad.



“Reconocimiento por Beneficios a Empleados”

Derivado del firme compromiso de Grupo Salinas con el impulso a la productividad, el crecimiento profesional y el fomento del bienestar y el progreso de sus colaboradores, en 2019 recibió el “Reconocimiento por Beneficios a Empleados”. Este distintivo fue otorgado por *Employee Engagement Awards* (EEA), institución con presencia global, cuyo objetivo es educar e inspirar a las organizaciones para lograr la excelencia del capital humano y que, de esta forma, los colaboradores cumplan sus objetivos profesionales. EEA analiza la manera en la que los esquemas de reconocimiento y compensación de las organizaciones se alinean a los objetivos y la estrategia de negocio, aunado a cómo se logra de forma efectiva la motivación de los colaboradores más allá de la compensación.

Asimismo, EEA otorgó dos menciones especiales a Grupo Salinas. La primera de ellas en la categoría “Comunicación Interna”, debido a la eficiente comunicación de dos vías con los colaboradores; la segunda fue en la categoría “Mejor Uso de la Tecnología”, el uso de herramientas tecnológicas para reconocer al personal.



Seguridad y salud ocupacional

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

De acuerdo con el Código de Ética y Conducta de Grupo Elektra, la seguridad y la salud ocupacional son parte integral en el desempeño de sus actividades, por lo que se encarga de transmitir su importancia entre todos los colaboradores, a fin de prevenir condiciones inseguras o insalubres en los sitios de trabajo y mantener de esta forma un entorno laboral óptimo. Lo lleva a cabo a través de la concientización de los colaboradores en toda la organización y de la capacitación constante a los integrantes de las brigadas de seguridad.

403-1, 403-2, 403-3, 403-6

En las empresas que conforman Grupo Elektra, las directrices en materia de seguridad y salud ocupacional son las emitidas por Grupo Salinas, las cuales establecen que las instalaciones deben contar con Servicio Médico, área responsable de gestionar y vigilar el cumplimiento de políticas, reglamentos, normas de seguridad, manuales y procedimientos, así como de difundir, en conjunto con las áreas de Beneficios y Comunicación Interna, las campañas de vacunación y la semana de la salud –donde los colaboradores pueden acceder a descuentos en hospitales, laboratorios médicos y seguros– en el portal interno, pantallas, redes sociales, comunicados en los elevadores y boletines.

403-4

Además de contar con valoraciones y formatos generales, para mitigar riesgos en seguridad y salud ocupacional y verificar las condiciones seguras y salubres en los lugares de trabajo, así como la ejecución de acciones precisas y correctas, las unidades de negocio cuentan con un proceso de revisión diaria y el reporte por parte de los colaboradores. Asimismo, de acuerdo con la brigada para desastres, cada unidad de negocio se encarga de garantizar que la calidad de los procesos de gestión de la seguridad y la salud ocupacional y el personal responsable de su ejecución se encuentre debidamente calificado a través de la capacitación en caso de una contingencia.

403-8

El alcance del sistema de seguridad y salud aplica para todos los integrantes de Grupo Salinas, tanto colaboradores internos como externos, mientras que los resultados son auditados interna y externamente para verificar el cumplimiento con la legislación aplicable. De esta manera, también es posible identificar áreas de oportunidad a fortalecer en el sistema de gestión.

Cada unidad de negocio cuenta con un Área de Capital Humano, quien, en caso de ocurrencia de un accidente relacionado con el trabajo, lo informa y acude al despacho del Grupo para investigar el incidente, debido a que es la responsable de disponer las medidas correctivas y mejoras, además de comunicar la información pertinente a través del portal interno. El Área de Contrataciones requisita el Formato ST-7-Aviso de la atención médica inicial y calificación de probable riesgo de trabajo, el cual es entregado por el colaborador involucrado en el incidente ante el Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), con la finalidad de que este último evalúe el riesgo y el trabajador entregue el resultado a la empresa para su control e informe por medio del portal.

Adicional a los procesos y protocolos con lo que cuentan las unidades de negocio, existe un grupo de voluntarios responsables de la protección civil, quienes se encargan de la evacuación en caso de contingencias de desalojo o primeros auxilios. De acuerdo con los lineamientos generales de Grupo Salinas, la frecuencia de las reuniones o sesiones de este grupo de voluntarios es de dos veces al año, aproximadamente.

403-5

En alianza con La Cruz Roja Mexicana, se imparten cursos de capacitación a los colaboradores, para brindarles las herramientas necesarias para responder en caso de emergencia, como incendios o sismos, o bien, para prestar primeros auxilios.



Cabe señalar que, en México, el 23 de octubre de 2019 entró en vigor la nueva NOM-035-STPS-2018, "Factores de riesgo psicosocial en el trabajo-Identificación, análisis y prevención". Para dar cumplimiento a las disposiciones de esta reglamentación, el Área Corporativa de Desarrollo Humano, Comunicación e Integración y el Área Legal establecieron la estrategia correspondiente, la cual consistió en la impartición de capacitación por parte el Comité de Responsabilidad Social y la coordinación de la aplicación de cuestionarios.

Estos últimos fueron aplicados por parte de las unidades de negocio de Grupo Salinas con la finalidad de prevenir y corregir las condiciones derivadas del riesgo psicosocial, garantizando un ambiente laboral sano, una óptima distribución del tiempo en el trabajo y un entorno organizacional propicio para detectar fortalezas y debilidades, en búsqueda de mejorar la seguridad y bienestar del equipo de trabajo.

Así, cada unidad de negocio impulsó distintas acciones para prevenir los impactos en la salud de los colaboradores, derivados de los riesgos psicosociales, entre las que se encuentran:

- Impartición de capacitación a los líderes.
- Masajes terapéuticos en los lugares de trabajo.
- Mejora en la disposición física de los lugares de trabajo.
- Impulso del consultorio médico y visitas al nutriólogo.
- Promoción del cumplimiento de horarios y la finalización oportuna de las jornadas de trabajo.

IDEAS.
Te escuchamos para mejorar

Gracias a la IDEA de María, se **incrementaron los fondos de caja y contrató a un cajero extra** con lo que se mantuvo la atención eficiente hacia los clientes, ya que se evitó la saturación de operaciones en hora pico en la sucursal José Azueta la Antigua en Ciudad Cardel, Veracruz.

Con este proyecto se logró solventar el número de operaciones de Presta Prenda y Banco Azteca, demostrando a nuestros clientes que en nuestra institución financiera siempre hay dinero.

María Teresa Aguirre Figueroa
Analista Valudador

Tu idea hace la diferencia



MXN\$4,671,720,
monto invertido en 2019 por el Área Corporativa de Desarrollo Humano, Comunicación e Integración de Grupo Salinas en la implementación de iniciativas que atienden la nueva NOM-035-STPS-2018

- En conjunto con el Área Legal, la creación e implementación de la política de atención de discriminación, violencia, acoso sexual y riesgo psicosocial, cuyo objetivo es establecer los elementos para identificar, analizar y prevenir los factores de riesgo psicosocial, discriminación, violencia laboral y/o acoso sexual, así como promover un entorno organizacional favorable en los centros de trabajo.
- Creación de la campaña Socio Líder y aplicación del indicador Jefe con Estrella, con el propósito de fortalecer la relación Jefe-colaborador y promocionar un buen clima laboral. A través de Socio Líder, los colaboradores reciben consejos y herramientas para fortalecer la empatía y la inteligencia emocional, mientras que, con Jefe con Estrella, reconocen en otros miembros del equipo las aptitudes y valores de un líder.
- Difusión de la Política de Clima Organizacional.
- Promoción de los canales de comunicación: Cuéntanos, Honestel e Ideas.

Seguridad vial

403-7, 403-8

Para las actividades de Cobranza y Crédito de Banco Azteca, la seguridad de los colaboradores es prioritaria, pues desempeñan sus funciones a bordo de una italka. Previo a la visita a domicilio, se realizan las gestiones a la cobranza –llamadas telefónicas y carteo– que reduzcan las visitas domiciliarias y, por tanto, costos.

90 millones de visitas a domicilio realizadas por 11,719 gestores de cobranza con motocicleta en 2019

Fue así como en 2019 se generaron mapas de calor de la siniestralidad en el país y en función de los accidentes acontecidos en la República Mexicana; con ello se desarrollaron las campañas de comunicación para los operadores, continuando con el programa “Métete esto en la cabeza”.

Con el fin de generar conciencia entre los colaboradores, en cada Gerencia se estableció un tablero de días sin accidentes para dar a conocer el número de días sin un siniestro, con lo cual a partir de este ejercicio se les hizo partícipes en la contabilización del indicador de accidentes.



Asimismo, se desarrolló la Política de “Los Cinco No Negociables”, basada en las reglas de seguridad vial que prohíben:

1. Conducir una motocicleta sin casco
2. Dos personas a bordo de la motocicleta
3. Conducir la motocicleta en estado de ebriedad o bajo los efectos de algún estupefaciente
4. El uso de teléfonos móviles mientras se conduce
5. Prestar la motocicleta en virtud de ser una herramienta de trabajo

Se creó el “Centro de Continuidad Cobranza y Crédito”, mecanismo conocido como el C4, el cual brinda soporte y apoyo a la operación ante cualquier tipo de emergencia o evento en el que se ve involucrado el colaborador y sus activos, tales como accidentes, asaltos y fatalidades. La información de atención del C4 permite establecer el reporte diario de los eventos presentados y, en la recepción y atención de los accidentes reportados, es posible establecer la clasificación del accidente y su gravedad.

El C4 cuenta con un equipo especializado con instrucción en primeros auxilios como paramédicos. Cada evento es atendido de acuerdo con su gravedad y el equipo brinda un acompañamiento en el proceso hasta que el colaborador involucrado tenga una atención médica en institución hospitalaria.

403-9

En 2019, Banco Azteca disminuyó 39% los accidentes graves y muy graves³⁴

13% de reducción en el número de accidentes en todas las categorías, debido a las campañas de seguridad vial, así como un 11% de disminución en las fatalidades

Del total nacional de accidentes, el 90% fueron accidentes leves, en los que ningún colaborador fue hospitalizado ni hubo pérdidas materiales

Estos resultados se debieron a diversas razones, entre ellas, los cursos de manejo y la certificación de colaboradores en seguridad vial (Curso Oro) con los cuales adquirieron habilidades para el manejo, respeto a las normas viales y uso correcto de la motocicleta.

³⁴ Los accidentes graves y muy graves son aquellos que tienen complicaciones que ponen en riesgo la vida del colaborador o su integridad física de manera permanente.

1,353 colaboradores de Banco Azteca certificados en seguridad vial a nivel nacional

Instalación de **1,947** italikas con GPS e inmovilizador

³⁵ Número de colaboradores que pasaron por la plantilla activa de Cobranza (rotación).

Para conocer los objetivos 2020 de Grupo Elektra en términos de seguridad vial, por favor consulte la página 215 del apartado "Anexos" del presente Informe.

403-5

Banco Azteca, en conjunto con el equipo de Italka, construyó la mejor italka para Cobranza: el modelo 125 FL, exclusivo para los colaboradores de la Institución y el cual cubre las necesidades más relevantes de la operación, pues es ergonómico, cuenta con llantas que mejoran la adherencia y evitan derrapes, luces tipo LED, barras laterales para protección en derrapes o caídas, asiento individual, además de ser de color blanco para dar mayor visibilidad y seguridad a los conductores ante terceros en la vía.

48% de la flotilla utilizada para las actividades de Cobranza de Banco Azteca al cierre de 2019 estaba conformada por el modelo 125 FL.

Adicionalmente, con los objetivos de reducir la siniestralidad de robos, garantizar al colaborador que será localizado en caso de siniestro y definir las rutas de cobranza para tener una operación eficiente y en colaboración con Seguridad, Auditoría y Legal, Banco Azteca instaló equipos GPS e inmovilizadores en las Italikas utilizadas por los colaboradores dedicados a las actividades de Cobranza. Asimismo, con la finalidad de reducir los robos, la Institución sustituyó la utilización de tabletas por dispositivos con sistema operativo Android; estos equipos son genéricos y únicamente contienen la app de Banco Azteca.

Banco Azteca logró:

- Reducir los robos y asaltos a los colaboradores de Cobranza en un 12% en el año.
- Disminución de 21% en el número de robos de Italikas en las zonas con mayor índice de robo de unidades en el país.
- Ahorrar cerca de MXN\$28 millones por sustitución de equipos y MXN\$68 millones en compras de equipos nuevos para 2020, a consecuencia de los robos.

En 2019, fueron habilitados 18,138 colaboradores³⁵ en México; 97.02% con todas sus herramientas de trabajo, incluyendo uniformes seguros, ergonómicos, durables y de mayor calidad –constituidos por casco, esqueleto, guantes, rodilleras, espinilleras y botas–.

Sustitución de **3,000** tabletas por dispositivos Android en México



Solidaridad por el bienestar y el progreso

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

Grupo Elektra es un impulsor de oportunidades para las comunidades donde tiene presencia, por lo que las empresas que lo conforman contribuyen de manera importante a la reducción de la pobreza y de las desigualdades, así como a la promoción del desarrollo económico, el bienestar y el progreso de la población hacia la prosperidad incluyente.

Promotor de oportunidades

Tiendas Elektra

En 2019, Tiendas Elektra contribuyó al desarrollo de los lugares donde tiene presencia a través de diferentes frentes, pues abrió 60 tiendas nuevas, donde generó nuevas fuentes de empleo; efectuó la transformación de 39 tiendas; mejoró las plataformas tecnológicas de su cadena de suministro y de E-commerce, desarrollando nuevas plataformas para la estrategia omnicanal, la cual es crucial para mejorar la calidad de vida de millones de familias al brindarles acceso a mercancías de clase mundial en condiciones asequibles.

Italika

Italika, además de proporcionar un medio de transporte de productos y servicios ofrecidos por los usuarios permitiendo mantener y desarrollar fuentes de empleo, a través de sus agencias propias y las distribuidoras concesionadas, genera empleos directos e indirectos, respectivamente. Aunado a ello, al reforzar continuamente su estrategia de E-commerce y al brindar la oportunidad de adquirir un medio de transporte a crédito, impacta de manera positiva en la comodidad, autonomía y economía de los clientes.

Aporta soluciones de transporte en ciudades grandes y pequeñas, posibilitando a los usuarios contar con una alternativa ante el creciente tránsito vial, optimizando su tiempo de traslado y sustituyendo transportes públicos por un medio propio.

Banco Azteca

Grupo Elektra promueve, de manera transversal, la prosperidad incluyente a través de las empresas que lo integran. Sin embargo, destacan los esfuerzos de Banco Azteca en la inclusión financiera, pues desde su origen, ha buscado atender la necesidad derivada del bajo nivel de bancarización de los sectores de menores ingresos.

Inclusión financiera

GRI 203, 413: 103-1, 103-2, 103-3
203-1, 203-2, 413-1, FS1, FS13, FS14

El “Reporte Global sobre Desarrollo Financiero 2014” –publicado por el Banco Mundial– utiliza el caso de Banco Azteca como un ejemplo de modelo innovador de negocio que, a través de la facilitación del acceso al crédito, contribuye al crecimiento económico y la disminución de pobreza, permitiendo a los individuos iniciar sus propios micronegocios.

Uno de los principales hallazgos del estudio fue que, dos años después de la apertura de Banco Azteca, la Institución llevó a las zonas con una nueva sucursal bancaria a un incremento de 7.6% en el número de negocios, a una disminución de 1.4% en el nivel de desempleo y a un aumento de 7.0% en los niveles de ingreso. Esta evaluación de impacto mostró que la presencia de Banco Azteca ha promovido la supervivencia de los micronegocios y ha llevado a la expansión de oportunidades en el mercado laboral, así como a mayores ingresos entre la población desatendida por la banca tradicional

Por otro lado, el documento del Banco Mundial “De casas de empeño a bancos. El impacto del crédito formal en hogares informales” analiza los efectos de expandir el acceso al crédito en las decisiones y el bienestar de los hogares. Este 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, eliminando los dos principales requisitos por los que la banca tradicional no otorga créditos a este sector: el historial crediticio y la comprobación de un empleo fijo. Esto permitió que los mexicanos pertenecientes al sector informal pudieran obtener un crédito bancario por primera vez. Los resultados muestran que la presencia de Banco Azteca permitió a los hogares de las personas dedicadas al sector informal:

- Moderar 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 costosos y, en el caso de estos últimos, en ocasiones inseguros.

Para planear el establecimiento de una nueva sucursal, Banco Azteca realiza continuamente estudios de mercado y utiliza la información de las autoridades municipales sobre las zonas sin acceso a servicios bancarios y de los proveedores de envío de dinero internacional para identificar comunidades desatendidas en este servicio.

Adicionalmente, *Bankable Frontier Associates* (BFA) –firma de consultoría global especializada en servicios financieros para comunidades de bajos ingresos– desarrolló el informe “El impacto de Banco Azteca en el Perú”, publicación que muestra que la presencia de Banco Azteca aumenta la probabilidad de fortaleza económica en las comunidades peruanas en las que opera. BFA señala que pese a ser una de las economías más dinámicas de América Latina, Perú cuenta con 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 hoy cuenta con más de 150 sucursales, orientadas a localidades sin servicio de la banca tradicional. Según el estudio de BFA, la llegada de la Institución ha tenido efectos económicos positivos en esas localidades, reduciendo la probabilidad de desempleo y pobreza, en comparación con localidades donde no hay una sucursal de Banco Azteca, hallazgos que sugieren que el acceso a servicios financieros –como ahorros y créditos para segmentos desatendidos–, mejora las oportunidades económicas para las familias peruanas.

Con base en un modelo de negocio orientado a una operación eficiente y un amplio alcance geográfico para cubrir la cantidad de operaciones requeridas por los millones de clientes de la banca masiva, Banco Azteca diseña productos para beneficiar a los

En 2019, Banco Azteca destinó MXN **\$8,763** millones a préstamos dirigidos a emprendedores, mujeres con micronegocios y MiPyMEs

clientes desde su originación. Un ejemplo de ello es la oferta de productos de ahorro sin el requerimiento de un saldo mínimo, sin comisiones y con un monto de apertura de un peso, con lo que contribuye a la reducción de la pobreza y de las desigualdades, facilitando la recepción de transferencias internacionales y recursos de programas y apoyos sociales.

Asimismo, favorece el desarrollo económico regional al ofrecer créditos a cerca de 10.5 millones de clientes. Por ejemplo, con Préstamos Personales –el principal producto de la Institución–, en 2019 otorgó crédito a alrededor de 4.3 millones de clientes en México.

En 2019 creó el segmento emprendedor, para el cual desarrolló una oferta de productos y servicios accesibles dirigidos a pequeños negocios y comercios, con el fin de fomentar la creación de valor en las comunidades donde opera la Institución.

Esta oferta incluye una cuenta dirigida a los emprendedores para que administren sus recursos de manera sencilla, además de que incentiva la utilización gratuita de la banca digital y una terminal móvil para permitirles realizar cobros con tarjetas de crédito y débito, posibilitando la recepción del producto de sus ventas en su cuenta el mismo día.

De esta manera, desarrolla acciones específicas para la prosperidad incluyente de ciertos grupos tradicionalmente desatendidos. Por ejemplo, a través de Presta Prenda, tiene presencia en regiones en las cuales predominan lenguas indígenas, como en la zona del Istmo de Tehuantepec, Oaxaca, donde prevalece el zapoteco, misma que, además cuenta con un alto porcentaje de analfabetismo. Es por esto que la publicidad, tanto en medios impresos como en medios audiovisuales, es elaborada en español y en zapoteco. Además, en cada una de las sucursales que tiene Presta Prenda en esta zona, hay al menos un colaborador que habla la lengua con la finalidad de explicar de manera clara y cercana a los clientes las características y beneficios de los productos y servicios.

Por su parte, Afore Azteca, al ser una administradora de fondos para el retiro, es a través del manejo responsable de los recursos de trabajadores registrados y asignados como contribuye al progreso económico, buscando los mejores rendimientos y el otorgamiento de servicios de alta calidad para un retiro digno. Al cierre de 2019 contaba con 13.5 millones de cuentas administradas, lo que representó el 20% del total administrado por las AFORES; del total, 4.5 millones correspondían a trabajadores registrados y 9 millones a trabajadores asignados.

13.5 millones de cuentas administradas por Afore Azteca al cierre de 2019

45.5% de las cuentas individuales en Afore Azteca corresponden a mujeres

Respecto a los trámites de pensión, se llevaron a cabo disposiciones de recursos de los trabajadores por un monto de MXN\$679 millones³⁶ y, además, en lo referente a retiros parciales, éstos sumaron MXN\$1,711 millones, servicios que fungieron como apoyo en caso de desempleo o matrimonio, brindando un respaldo económico a millones de familias y sus hogares.

Cabe señalar que Banco Azteca no cuenta con políticas que limiten la oferta de algún producto o servicio en zonas marginadas o vulnerables a desastres naturales; al contrario, la Institución ejecuta acciones para incentivar el desarrollo económico de los países donde opera, la igualdad de oportunidades entre la población desatendida por la banca tradicional y el impulso de las zonas vulnerables de los países donde tiene presencia.

Como muestra de ello, en caso de desastres naturales, Banco Azteca abre una cuenta bancaria comunitaria y, a través de medios de comunicación interna y externa, convoca a la población a realizar donativos. Por ejemplo, en 2019 la Institución apoyó a las comunidades recibiendo y pagando todos los apoyos federales derivados del sismo ocurrido en el año 2017.

Aunado a lo anterior, Seguros Azteca ofrece diversas opciones para apoyar a la comunidad y a grupos específicos, pues brinda seguridad al contar con cobertura médica,

protección en caso de siniestro, cobertura para migrantes, educación, transferencias de dinero, entre otros. Desataca el seguro contra el robo de efectivo para los clientes de Banco Azteca que compran o vendan sus divisas, el cual fue mejorado durante 2019 al ampliar la cobertura de 3 a 4 horas de protección y, en el caso de los seguros de inclusión, incrementando el importe máximo de protección de \$1,000 o \$3,000 –dependiendo de la divisa– hasta los MXN\$6,000.

Punto Casa de Bolsa destaca por su propósito de impulsar a las familias mexicanas a hacer crecer su bienestar a través de los mercados financieros, acercando la bolsa a todos como una forma de ahorro. Su principal estrategia para facilitar el acceso a este tipo de servicios a grupos sociales de bajos ingresos es la apertura de cuenta desde MXN\$10 mil, además de ofrecer diversos productos y servicios para todo tipo de inversionista.

Banco Azteca está consciente de que existe aún una brecha importante entre el acceso a la extensa gama de servicios financieros y el entendimiento de su uso, por lo que ha complementado su oferta brindando a sus clientes las herramientas necesarias para tomar decisiones informadas, fomentando el ahorro y el acceso al crédito sano y sustentable.

La Institución tiene la convicción de que la relevancia de las iniciativas de inclusión financiera responsable radica en que representan un complemento esencial de los procesos de inclusión financiera y las medidas de reducción de la pobreza, pues permiten mejorar las finanzas personales y motivar el empoderamiento por medio de oportunidades económicas, es decir, promueven la prosperidad incluyente. Por esta razón, a través del Programa de Educación Financiera y Negocios “Aprende y Crece” Banco Azteca contribuye a la inclusión financiera, motivando que la población:

- Tenga un presupuesto personal y familiar.
- Aumente su nivel de ahorro.
- Cuente con una amplia gama de servicios y productos, que no cobren comisiones, manejo de cuenta o saldos mínimos.
- Evite el sobreendeudamiento.
- Evite el uso de servicios financieros informales.
- Tenga confianza en el sistema financiero formal.
- Use los servicios financieros de forma correcta y responsable.
- Sea consciente de los posibles riesgos de un uso inadecuado de los servicios financieros.
- Desarrolle habilidades para la adecuada toma de decisiones financieras.
- Aproveche las oportunidades productivas.
- Se capacite en temas empresariales para poder emprender un negocio o mejorar el que ya tienen.
- Conozca y utilice los servicios financieros ofrecidos por canales digitales.

³⁶ Este monto no incluye transferencias al Gobierno Federal o a aseguradoras para el pago de pensiones a través del Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) o de cuenta vitalicia, respectivamente.

Educación financiera

GRI 203, 413: 103-1, 103-2, 103-3
203-1, 203-2, 413-1, FS14, FS16

Los objetivos principales del Programa de Educación Financiera y Negocios “Aprende y Crece” son instruir a la población sobre la correcta gestión de las finanzas personales y promover una cultura emprendedora. Su importancia radica en que representa la materialización del compromiso de Banco Azteca con la inclusión financiera responsable y con el cambio cultural que permitirá consolidar la prosperidad incluyente para millones de personas en México y Latinoamérica.

El programa “Aprende y Crece” basa su gestión en diversos instrumentos, tales como:

- Presupuesto propio.
- Objetivos y metas anuales
- Recursos humanos especializados, equipo conformado por especialistas en finanzas personales y negocios, así como por diseñadores, pedagogos, psicólogos, guionistas, ilustradores y editores
- Pedagogía innovadora, pues utiliza diferentes metodologías pedagógicas con el fin de desarrollar capacidades financieras en los beneficiarios, dotándolos de los conocimientos, habilidades, actitudes y comportamientos necesarios para tomar decisiones financieras para su bienestar.
- Medios vanguardistas de aprendizaje, permitiendo a los usuarios elegir la forma en la que desean aprender. Entre los medios disponibles se encuentran: página web, redes sociales, e-learning, telenovelas, programas de televisión, cine-debates, obras de teatro, musicales, cuenta cuentos, talleres, stand-up comedy, concursos, boletines, guías, cuentos y revistas.
- Tecnología de vanguardia, ya que incorpora el uso de las tecnologías más avanzadas, como realidad virtual, aumentada e híbrida, magic wall, robot virtual, pantallas multi-touch, video-hologramas en 3D, entre otras.

El programa “Aprende y Crece” tiene el compromiso de educar en temas financieros y de negocios, tanto a los clientes de Banco Azteca, como a la sociedad en general, enfatizando en la atención de grupos vulnerables –beneficiarios de programas sociales, trabajadores del sector informal, estudiantes de escuelas públicas en zonas populares, entre otros–.

Como ejemplo, desde su origen, “Aprende y Crece” ha impulsado el empoderamiento económico de la mujer a través de diversas iniciativas con contenidos especiales, como son:



- **3 telenovelas** con contenido financiero para mujeres, difundidas en formato de cine-debate interactivo que proyecta el contenido en intervalos para que una coach especializada intervenga posicionando diversos temas, tales como la creación de un negocio, calidad en el producto, ser un líder y no un jefe, servicio al cliente, preparación frente a la competencia, el precio en el mercado de los productos propios y, atracción de clientes y marketing.
- **16 talleres presenciales** de Educación Financiera y Negocios dirigidos a mujeres, con una duración de 1.5 horas cada uno; incluyen material didáctico de apoyo con ejercicios y el manual del curso. Algunos de los temas impartidos son: Importancia de tus finanzas personales, 10 grandes ideas para mejorar tu negocio, 15 buenas ideas de marketing para aprender a emprender, Inteligencia financiera, Inicia tu negocio, Haz algo diferente, entre otros.
- **40 video tips** para mujeres denominados "Tere emprendedora", cápsulas diseñadas con la técnica "Visual Thinking Video", que consiste en traducir las ideas en

imágenes y enseñar de forma sencilla diversos temas. Cada una de ellas tiene una duración de 4-5 minutos y, hasta el cierre de 2019, contaban con más de 1.2 millones de reproducciones en línea.

- **Línea Mujer**, canal que brinda asesoría psicológica, médica y legal. Esta iniciativa cuenta con la certificación en asistencia vía telefónica a víctimas y personas relacionadas en situación de violencia de género por parte del Instituto Nacional de las Mujeres (INMUJERES).

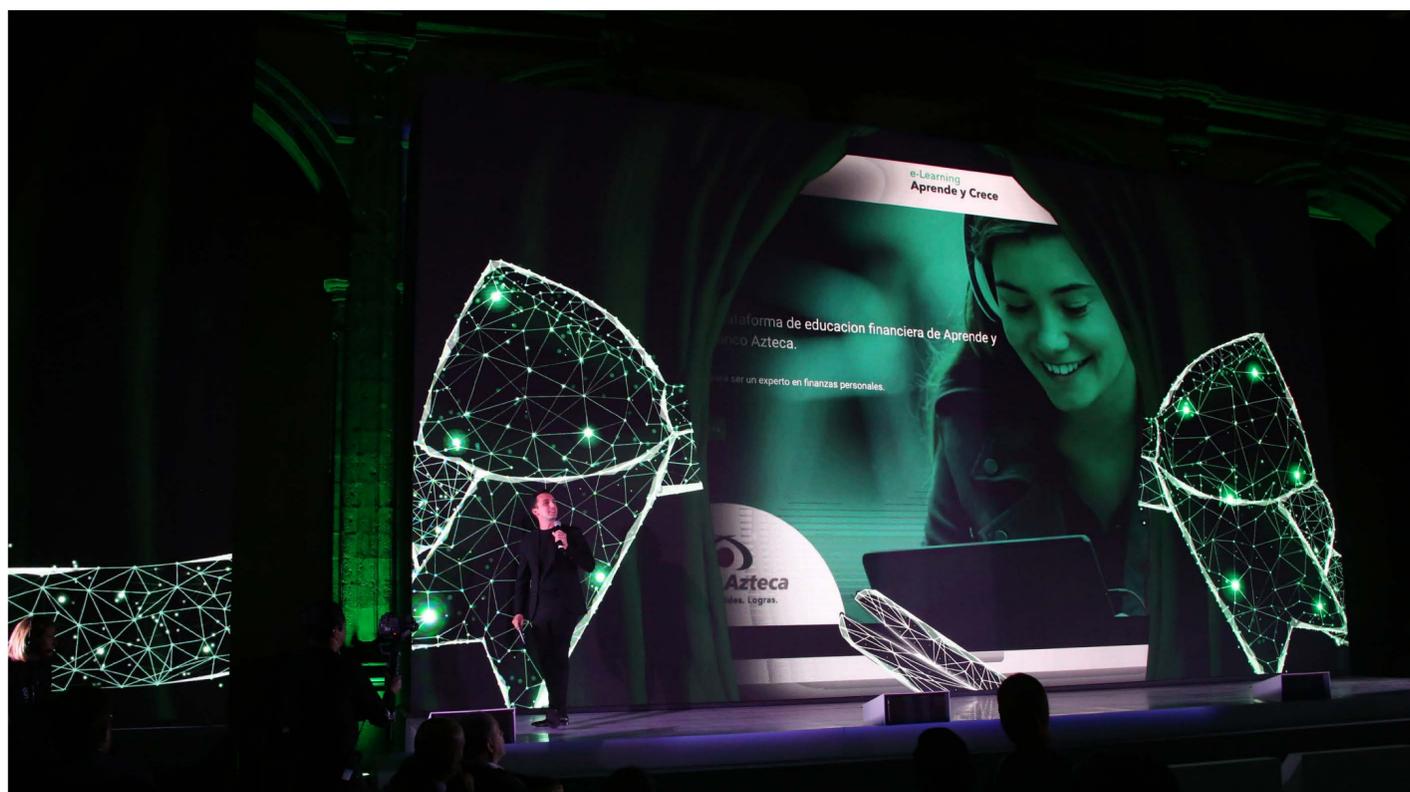
Las actividades que actualmente forman parte del Programa de Educación Financiera y Negocios "Aprende y Crece" han sido evaluadas de forma interna utilizando diversas herramientas, como son:

- Encuesta de satisfacción, con la finalidad de detectar si los talleres de capacitación son gratos para los participantes y si han cubierto sus expectativas.
- Evaluación pre post, se aplica antes del inicio de la actividad, con el propósito de determinar los conocimientos previos con los que cuentan los asistentes y posterior a la ejecución de la actividad, para identificar si hubo un incremento en los conocimientos adquiridos por los participantes. Los resultados de esta evaluación indican que el grado de aprendizaje, nivel obtenido y aplicabilidad en la vida diaria es de un 85% a un 95%.
- Diagnóstico por parte de evaluadores externos, evaluación del diseño, metodología e implementación de las actividades por parte de expertos en educación financiera, con el propósito de identificar áreas de mejora.

Con el fin de lograr un mayor impacto, el programa "Aprende y Crece" suma esfuerzos con instituciones públicas y privadas a través de alianzas estratégicas, entre las que se encuentran:

México

- Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF)
- Banco de México (BANXICO)
- Instituto para la Protección al Ahorro Bancario (IPAB)
- Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (CONSAR)
- Instituto de los Mexicanos en el Exterior (IME)
- Museo Interactivo de Economía (MIDE)



Guatemala

- Superintendencia de Bancos de Guatemala
- Banco de Guatemala (BANGUAT)
- Instituto Técnico de Capacitación y Productividad (INTECAP)
- Asociación Guatemalteca de Empresas de Ventas Directas (AGEVD)

Honduras

- Comisión Nacional de Bancos y Seguros (CNBS)
- Banco Central de Honduras (BCH)
- Ciudad Mujer
- Centro Interactivo de Enseñanza Chiminike

Panamá

- Banco Nacional de Panamá
- Superintendencia de Bancos de Panamá
- Asociación Panameña de Ejecutivos de Empresa (APEDE)
- Instituto Nacional de Formación Profesional y Capacitación para el Desarrollo Humano (INADEH)

Perú

- Superintendencia de Banca y Seguros (SBS)
- Banco Central de Reserva del Perú (BCRP)
- Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social (MIDIS)
- Asociación de Bancos del Perú (ASBANC)

Entre los logros alcanzados por el Programa de Educación Financiera y Negocios "Aprende y Crece" en 2019 se encuentran los siguientes:

México

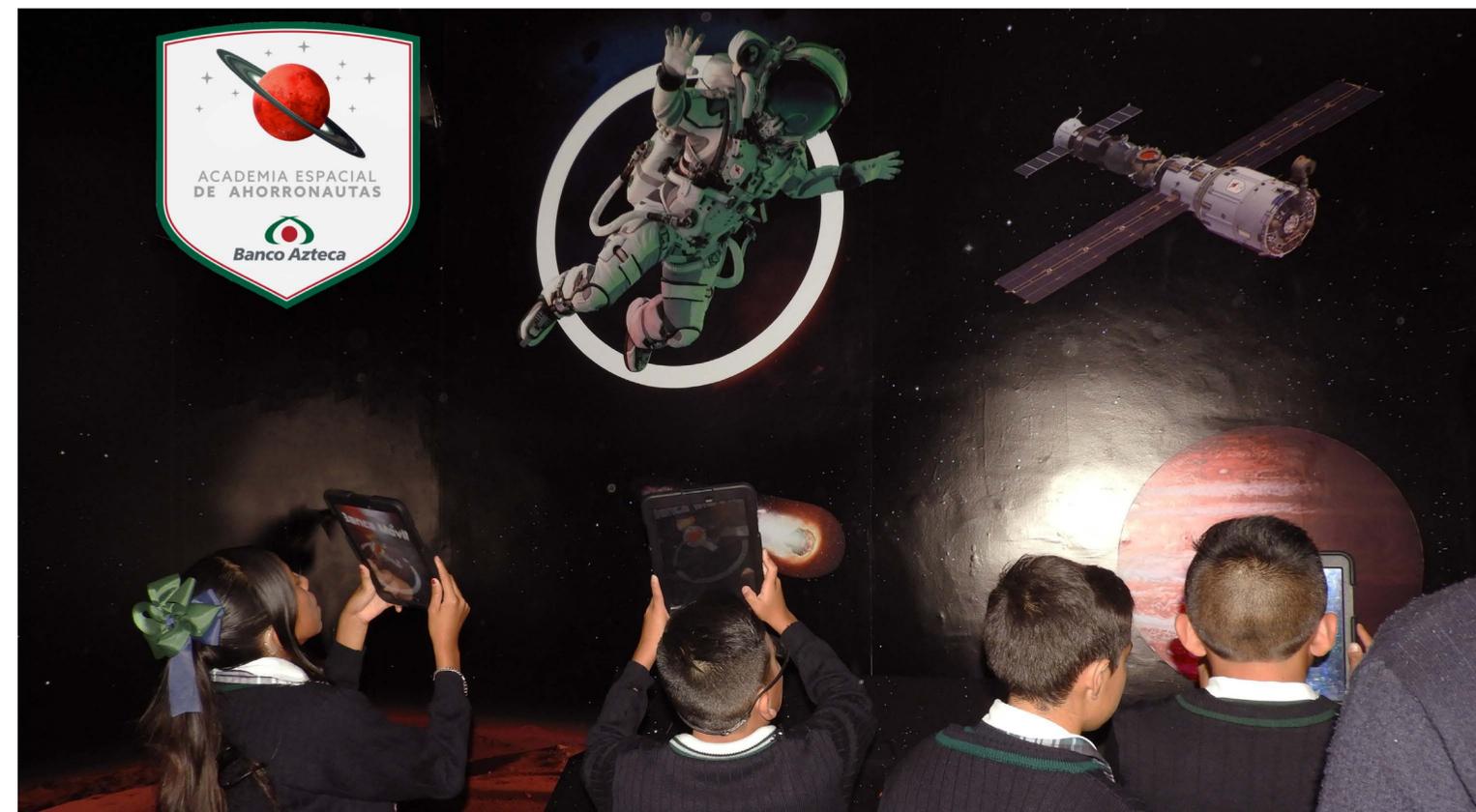
Iniciativas dirigidas a la sociedad en general



- Inauguración de la "Academia Espacial de Ahorronautas", instalación que permanecerá hasta el año 2021 en el Museo Interactivo de Economía (MIDE). Este proyecto tiene el objetivo de ofrecer a los visitantes una experiencia formativa en finanzas personales que les permita tomar decisiones informadas, a través de herramientas innovadoras, como son la realidad híbrida (virtual y aumentada), magicwall, pantallas multitouch, timeline y video-hologramas.
- Lanzamiento del Diplomado e-Learning Financiero "Aprende y Crece".

En los primeros ocho meses de la "Academia Espacial de Ahorronautas" en el MIDE, la instalación recibió **230 mil** visitantes

En los primeros tres meses de funcionamiento del Diplomado e-Learning Financiero "Aprende y Crece", la plataforma contó con más de 1,300 estudiantes activos



- Migración del sitio web www.aprendeycrece.com al portal de Banco Azteca, con una interfaz centrada en el usuario y en la mejora de su experiencia.
- Seguimiento a los participantes de las actividades presenciales a través de videoconferencias y grupos cerrados en redes sociales.
- Por 3er año, Banco Azteca, Afore Azteca y Seguros Azteca fueron las únicas instituciones financieras calificadas con 5 estrellas en el Buró de Entidades Financieras de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF), en materia de educación financiera.
- Por 6° año consecutivo destacó la participación de “Aprende y Crece” en la Sede Central de la Semana Nacional de Educación Financiera, con la instalación de “Ciudad Futuro: La banca digital un mundo sin efectivo”.

Iniciativas dirigidas a niños y jóvenes

- Participación de Banco Azteca en la Global Money Week y el Día Mundial del Ahorro en México, con el propósito de brindar herramientas a niños y jóvenes para convertirse en ciudadanos económicamente responsables y los conocimientos sobre los beneficios del ahorro formal como un medio para adquirir otros productos financieros.
- Contribución a la educación financiera en edades tempranas, mediante la participación y patrocinio de “Aprende y Crece” en el 3er Concurso de Dibujo y Pintura Infantil “Trazos Financieros” de la CONDUSEF.
- Participación en campaña BTL de Banca Digital en la Facultad de Contaduría de la UNAM con actividades de educación financiera, con el propósito de dar a conocer la oferta de valor que Banco Azteca tiene para los jóvenes a través del conocimiento y beneficios de la App. En el marco de esta actividad se brindó la oportunidad a los jóvenes de abrir una cuenta digital.

Iniciativas dirigidas a jóvenes emprendedores

- Colaboración con la Universidad de Nuevo México (UNM) para apoyar a líderes universitarios de comunidades indígenas, con el fin de desarrollar proyectos productivos en beneficio de sus comunidades, a través de la impartición de un taller de educación financiera y emprendimiento en la Embajada de Estados Unidos en México.
- Impartición de cuatro talleres de negocios para jóvenes emprendedores –“La nueva era digital” y “15 buenas ideas de marketing para aprender a emprender” –, en alianza con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Su objetivo fue dar a conocer ideas de mercadotecnia para desarrollar un negocio innovador, rentable y de larga permanencia en el mercado.
- Impartición del taller “Impulsa tu inteligencia financiera”, con el objetivo de identificar los conceptos clave para alcanzar la libertad financiera, a través del análisis de situaciones vivenciales que permita a los participantes mejorar sus finanzas.

Iniciativas dirigidas a migrantes

- Apoyo brindado a migrantes y sus familias mediante la participación del programa en la Semana de Educación Financiera de Estados Unidos y Canadá, impartiendo los talleres “Pon tu negocio ya” e “Invierte tu dinero para mejorar tu futuro” en los Consulados de Huston y San Antonio, Texas. El objetivo fue proporcionar herramientas y técnicas financieras a los participantes, a fin de que tengan la posibilidad de administrar sus remesas de manera óptima, por medio de productos financieros formales que los apoyen en la generación de un patrimonio.
- Patrocinio de 50,000 ejemplares de la guía “Más vale estar preparado” por parte de “Aprende y Crece” y en colaboración con el IME y la CONDUSEF. Esta guía fue distribuida en todos los consulados de México en Estados Unidos y Canadá.
- Publicación de un número especial para migrantes del boletín impreso “Aprende y Crece”, el cual fue distribuido en 16 consulados de México en Estados Unidos. Su objetivo fue acercar información financiera general a los connacionales.

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

Latinoamérica

Iniciativas dirigidas a la sociedad en general

- Instalación permanente de la “Academia Espacial de Ahorronautas” dentro del Museo de los Niños Chiminike, en Honduras.
- Participación exitosa en los foros de educación financiera más importantes de la región:
 - Feria Financiera Familiar, en Perú.
 - Semana de la Educación Financiera, en Honduras.
 - Global Money Week y Día Mundial del Ahorro, en Guatemala, Honduras, Panamá y Perú.

Iniciativas dirigidas a colaboradores

- Impartición de diversos talleres a los colaboradores de Banco Azteca en Latinoamérica.

Iniciativas dirigidas a niños y jóvenes

- Desarrollo de capacidades financieras en niños y jóvenes, a través de diversos eventos en escuelas primarias, secundarias y universidades. Es de destacar la colaboración de Banco Azteca Perú en la propuesta denominada “Finanzas en mi colegio”³⁷, impulsada por la ASBANC con el propósito de incluir temas de educación financiera y su ejecución real en el currículo de educación nacional; con esta iniciativa fueron 2,000 alumnos de primaria los beneficiarios.

Iniciativas dirigidas a mujeres

- Contribución al empoderamiento económico de la mujer mediante educación financiera y de negocios, así como con asesorías sobre diversos temas –legales, psicológicos, salud, entre otros–, con el objetivo de brindarles las herramientas para afrontar los retos del día a día.

Iniciativas dirigidas a emprendedores

- Impulso de la cultura emprendedora de los profesionales técnicos en formación.

Iniciativas dirigidas a migrantes

- Apoyo a migrantes y sus familias con actividades de finanzas personales y negocios para que puedan optimizar el uso de sus remesas.

³⁷ Para mayor información sobre esta iniciativa, visita las páginas:
<https://www.youtube.com/watch?v=AseReWPZ5sc>
<https://www.youtube.com/watch?v=9SgNCsuaSvs>



Resultados consolidados del Programa de Educación Financiera y Negocios “Aprende y Crece” en 2019



Es de destacar que el programa promueve el uso de la banca móvil, pues encauza varias de sus iniciativas a la instrucción sobre el uso y beneficios de herramientas financieras digitales. Tal es el caso del Diplomado e-Learning Financiero “Aprende y Crece”, la Academia Espacial de Ahorranautas en el MIDE y la “Ciudad Futuro: La banca digital, un mundo sin efectivo”. Esta última tuvo el objetivo de crear en los asistentes una experiencia en torno a la banca móvil, mediante el simulador de una App bancaria que mantiene el flujo de las finanzas digitales en la ciudad, con la intención de que sus habitantes adquieran las habilidades y la confianza necesaria para realizar un manejo eficiente sus finanzas personales.

Adicionalmente, con el propósito de que los usuarios tengan total certeza respecto a que las operaciones realizadas por medios digitales gozan de una mayor eficiencia que aquéllas efectuadas en una sucursal y con los mismos resultados, “Aprende y Crece” difunde la inserción de la tecnología en los servicios financieros, su correcto uso, sus beneficios y las medidas de seguridad a través de talleres y publicaciones –físicas y digitales–.

Derivado de las acciones que ejecuta “Aprende y Crece”, los clientes y la población en general cuentan con las herramientas para desarrollar un presupuesto familiar, planear sus gastos, ahorrar, pensar en su futuro, emprender y mejorar sus negocios. Son responsables del uso del crédito, pues comprenden que no pueden exceder su capacidad de pago y conocen las consecuencias del sobreendeudamiento, los pagos tardíos, el impago y el funcionamiento de las sociedades de información crediticia.

Para conocer mayor información sobre los objetivos 2020 del programa “Aprende y Crece”, por favor visite la página 216 del apartado “Anexos” del presente Informe.

* Éste dato fue verificado por un tercero para más información referirse a la página 238 de éste informe.

14,854,445*  niños, jóvenes, mujeres, emprendedores, empresarios, trabajadores, clientes y usuarios de servicios financieros beneficiados por “Aprende y Crece” en México y Latinoamérica durante 2019, superando en un 35% la meta que Banco Azteca tenía prevista para el cierre del año

Para 2020, el programa de educación financiera tiene como objetivos fortalecer el Diplomado e-Learning Financiero “Aprende y Crece” y promover la “Academia Espacial de Ahorranautas” en México

El programa de educación financiera se ha propuesto lanzar el e-Learning financiero e instalar la “Academia Espacial de Ahorranautas” en Guatemala para el año 2020; en Panamá y Perú para 2021; y en Honduras para 2022

Diplomado *e-Learning* Financiero “Aprende y Crece”

Es una propuesta educativa gratuita, con validez curricular en educación financiera y negocios, y abierta al público en general a través del *sitio web* de Banco Azteca. Al ser una plataforma en línea, facilita el acceso en todo momento y desde cualquier lugar.

Su objetivo es generar capacidades financieras para promover el correcto uso de los productos y servicios financieros, el logro de metas financieras en las diferentes etapas de la vida y fomentar una cultura emprendedora.

Este curso cuenta con más de 700 recursos educativos, tales como infografías animadas, videos, podcasts, ejercicios, evaluaciones, entre otros y consta de ocho módulos, los cuales abordan los temas de ahorro, crédito, seguros, inversión, ahorro para el retiro, emprendimiento, desarrollo empresarial y las herramientas financieras digitales. Tiene una duración de 120 horas y, al finalizarlo, el participante recibe un Diploma en Educación Financiera y de Negocios.

La importancia de este Diplomado radica en que, además de tratarse de una herramienta que impulsa la inclusión financiera, cuenta con la revisión y diagnóstico de la Facultad de Economía de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y cumple con los estándares de diversas instituciones y organismos globales, como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y el Programa Internacional de Evaluación de los Alumnos (PISA).

De esta forma, quienes cursen el Diplomado *e-Learning* Financiero “Aprende y Crece” adquirirán la capacidad de promover mejoras en los negocios e impulsar el emprendimiento, aunado a que conocerán el mundo de las Tecnologías de Información y la Comunicación (TIC’s) en materia de finanzas personales.

38 Para mayor información sobre la iniciativa Empodérate impulsada por el PNUD, visite la página: <https://www.mx.undp.org/content/mexico/es/home/presscenter/pressreleases/2019/06/pnud-invita-a-recaudar-fondos-para-los-emprendimientos-con-impac.html>.

39 Para conocer mayor detalle sobre el número de voluntarios participantes en éstas y otras acciones de voluntariado, así como sobre las instituciones beneficiadas, consulte la página 217 del apartado “Anexos” del presente Informe.

Apoyo a la comunidad

Adicional a la naturaleza intrínseca de las empresas de Grupo Salinas y de Grupo Elektra tendiente a impulsar la prosperidad incluyente, éstas realizan acciones colectivas e individuales para contribuir al bienestar de la sociedad en general.

Así, en 2019, ambos Grupos apoyaron la iniciativa Empodérate³⁸ del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), cuyo objetivo es contribuir a que los jó-

venes de comunidades vulnerables, idealmente mujeres, personas con algún tipo de discapacidad y población LGTBTTIQ, cuenten con más y mejores oportunidades para participar en actividades económicas que incrementen sus ingresos de manera sostenible, al ofrecer alternativas integrales y de largo plazo mediante el emprendimiento con impacto social y el autoempleo.

En esta iniciativa participaron 600 jóvenes; 100 de ellos fueron seleccionados para recibir una capacitación sobre cómo traducir su idea de negocio viable, rentable y alineado a la agenda 2030. Los 40 mejores proyectos recibieron un acompañamiento técnico y financiero a mediano plazo.

En 2019, Grupo Salinas realizó un donativo de 31 tabletas a los jóvenes integrantes de los proyectos finalistas de Empodérate del PNUD; 12 de ellas fueron donadas por Grupo Elektra –3 por Tiendas Elektra y 9 por Banco Azteca–

Asimismo, el Área Corporativa de Desarrollo Humano, Comunicación e Integración de Grupo Salinas desplegó el programa de voluntariado “Contigo por México”, a través del cual busca fomentar la participación de los colaboradores de Grupo Salinas en los programas y actividades desarrollados por Fundación Azteca, realizando diversas iniciativas por cada unidad de negocio, de acuerdo con sus intereses. Los resultados³⁹ fueron los siguientes:

34 instituciones beneficiadas

291 voluntarios de Grupo Salinas participantes; 66 de ellos son colaboradores de Grupo Elektra



628

horas de voluntariado donadas

En adición, con el fin de generar un cambio positivo en el clima laboral y eliminar las barreras de discriminación, Tiendas Elektra participó en diversas actividades de voluntariado. En el marco del Día del Adulto Mayor llevó a cabo la visita a un asilo, donde los voluntarios convivieron con más de 200 adultos mayores, aunado a la realización de una colecta de artículos de primera necesidad.

Por su parte, Banco Azteca impulsa a sus colaboradores para que participen en actividades de apoyo y obras sociales en las comunidades en las que tiene presencia. Fue así como en 2019 visitaron asilos de ancianos y hospitales que atienden a personas de escasos recursos; se donaron despensas, medicinas y víveres en diferentes comunidades de los estados de Zacatecas y San Luis Potosí.

Asimismo, Banco Azteca Latinoamérica realiza donaciones económicas o en especie, para lo cual lleva a cabo una evaluación de las causas que las solicitan, el o los grupos que serán beneficiarios y si se trata de programas o movimientos similares a los liderados por Fundación Azteca.





Fundación Azteca

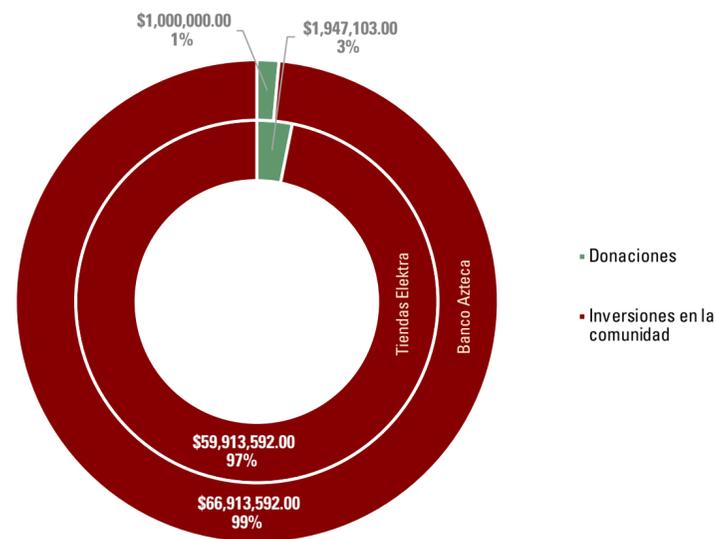
GRI 203, 413: 103-1, 103-2, 103-3
102-12, 203-2, 413-1, 413-2
Principios 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 y 10

Fundación Azteca es el principal brazo social de Grupo Salinas. A través de programas de alto impacto y numerosas sinergias con los sectores público y privado, así como con la sociedad civil, ha generado valor social, ambiental y educativo por más de 20 años.

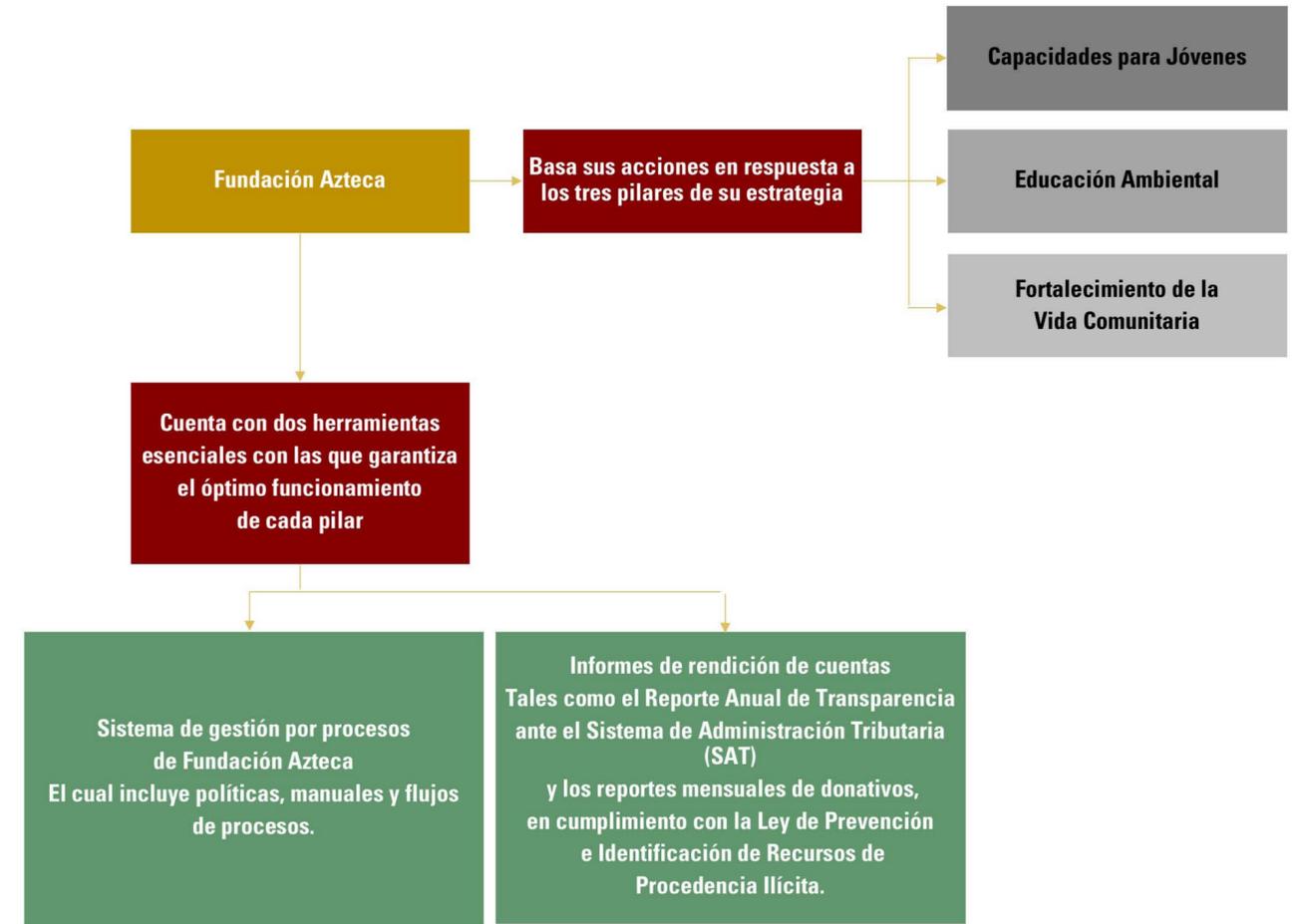
La totalidad de acciones de responsabilidad social empresarial del Grupo es realizada única y exclusivamente para ofrecer mejores condiciones de vida a las generaciones presentes y futuras de los países en los que opera.

Es así como Fundación Azteca ha impactado de manera positiva en la calidad de vida de millones de personas, a través de la vinculación de las necesidades más apremiantes con diversas organizaciones cuyo propósito es contribuir al bienestar de la sociedad.

Aportaciones de Grupo Elektra para el desarrollo de las acciones de Fundación Azteca en 2019



Nota. Para conocer las contribuciones de ciudadanía corporativa y filantropía realizadas por Grupo Elektra, consulte la página 218 de la sección "Anexos" del presente Informe.



Alrededor de **\$130 millones** de pesos destinados por Grupo Elektra en 2019 para el apoyo de las acciones desarrolladas por Fundación Azteca

En 2019, Fundación Azteca mantuvo una comunicación permanente con sus grupos de interés, quienes a través de diferentes canales dieron a conocer las siguientes expectativas y necesidades:

- Desarrollo de capacidades para generar proyectos sostenibles.
- Difusión de sus causas.
- Vinculación para crear sinergias y potenciar el impacto de sus acciones.
- Donativos en especie para fortalecer sus finanzas.

Con base en lo anterior, Fundación Azteca dio respuesta de la siguiente manera:

- Reorientó sus esfuerzos, a fin de contribuir al desarrollo de capacidades de las organizaciones para impulsar su profesionalización y dotarlas de herramientas que les permitan desarrollar proyectos sostenibles para ampliar su impacto, viabilidad y escala.
- Estableció acuerdos de colaboración con instituciones destacadas en materia de innovación social como British Council e Impact Hub.
- Reconfiguró los apoyos que proporciona, con el objetivo de sentar las bases para una filantropía estratégica.

1,250 llamadas, 50 formatos del Seminario "Educación e Innovación" y 750 formatos de la "Cumbre de Empoderamiento e Innovación Social" recibidos por Fundación Azteca en 2019

87,847 personas impactadas con las publicaciones de Fundación Azteca en redes sociales

Así también, para 2020, Fundación Azteca ha establecido un objetivo estratégico, el cual consiste en implementar una metodología de marco lógico en todos sus programas, incluyendo la definición, monitoreo y evaluación de indicadores de operación, producto (output), resultado (outcome) e impacto.

Capacidades para Jóvenes

Plantel Azteca



Fundación Azteca tiene la firme convicción de que la educación es la herramienta más poderosa para el progreso. Por esta razón, a través del Plantel Azteca –institución privada que cuenta con secundaria y bachillerato– otorga becas a jóvenes de escasos recursos para facilitar su acceso a una educación académica de alta calidad, con excelencia técnica, valores y nuevas herramientas tecnológicas.



1,914 alumnos becados en el ciclo escolar 2018-2019 en el Plantel Azteca CDMX

759 alumnos graduados de Plantel Azteca en 2019; 584 de nivel secundaria y 175 de bachillerato

En 2019, con base en el Modelo de Habilidades para la Vida –iniciativa internacional formulada por la Organización Mundial de la Salud–, Fundación Azteca logró impactar de manera positiva al 100% de los estudiantes y docentes de los Planteles Azteca.

Asimismo, en 2019, el modelo educativo que caracteriza a Plantel Azteca cambió su denominación a Modelo Educativo para el Talento y Liderazgo en Plantel Azteca; con él se logró intervenir al 10% de los estudiantes, docentes y directivos.

Beneficiarios del Modelo Educativo para el Talento y Liderazgo en Plantel Azteca en 2019:

- **103** alumnos de secundaria y 25 docentes en Puebla
- **284** alumnos de secundaria y 23 docentes en Guanajuato

Asimismo, en Plantel Azteca CDMX se llevaron a cabo el Modelo de Naciones Unidas de Harvard (HNUN) y la segunda edición del Modelo de Naciones Unidas AztecMUN. En cada uno de estos eventos se otorgaron tres reconocimientos a los mejores delegados y tres menciones honoríficas.

212

alumnos de bachillerato participantes de los Modelos de Naciones Unidas en 2019: 4 en el de Harvard y 208 en el de AztecMUN

Vinculación y becas

El objetivo de este programa –el cual engloba otras iniciativas desarrolladas en años anteriores por Fundación Azteca– es apoyar a los alumnos y egresados de Plantel Azteca con becas, pasantías y bolsa de trabajo a fin de contribuir a su formación académica, así como a la continuidad de sus estudios y vida profesional.

1,078

jóvenes beneficiarios del programa de Vinculación y Becas de Fundación Azteca durante 2019

Fue así como en 2019, estudiantes de secundaria y de bachillerato de Plantel Azteca CDMX obtuvieron becas para participar en las British English Olympics, en Londres y en la olimpiada mundial de proyectos de emprendimiento denominada The Masters, en París.

Asimismo, en conjunto con el programa “Semillero Banco Azteca”, se otorgaron una estancia profesional con una duración de cinco semanas y un estímulo económico de \$4,000 a 16 alumnos de bachillerato de Plantel Azteca CDMX.

16

alumnos de bachillerato de Plantel Azteca CDMX beneficiarios de una estancia profesional y un estímulo educativo, a través del programa “Semillero Banco Azteca”

En 2019 se dio continuidad al programa Becas Generación Bicentenario, iniciativa que inició en 2010 y en la cual fueron seleccionados los 1,000 mejores estudiantes de educación primaria, secundaria y media superior, quienes durante toda su preparación educativa son beneficiarios de un apoyo mensual. El propósito de este programa es incentivar a niños y jóvenes mexicanos a forjarse como ejes transformadores del país.

1,000

estudiantes de educación media y superior del Programa Becas Generación Bicentenario graduados en 2019

Durante 2019 continuó vigente el programa México de 10, a través del cual, desde 2016, Fundación Azteca brinda becas de manutención a egresados de Plantel Azteca con alto desempeño académico. En 2019 Fundación Azteca apoyó a 50 alumnos universitarios de excelencia.

7 estudiantes de secundaria y 5 de bachillerato de Plantel Azteca participaron en las British English Olympics y en la olimpiada mundial The Masters, en Londres y en París, respectivamente



Robótica

Este proyecto surgió con el fin de despertar en niños y jóvenes el interés por los programas STEM –ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas–, además de incentivar el desarrollo de múltiples habilidades por medio del patrocinio a equipos mexicanos en concursos y campeonatos de Robótica a nivel nacional e internacional.

Así, con base en un esquema lúdico y divertido, los niños y jóvenes aprenden de la mano de expertos, mientras interactúan y conforman equipos con concursantes de otros estados o países.

En 2019, el equipo de Robótica Aztech participó en diversos torneos organizados en alianza con FIRST Robotics; el equipo obtuvo los premios de:

- *Excellence in Engineering Award Sponsored by Delphi. X. Engineering Inspiration Award, Regional Winner.*
- *Industrial Design Award sponsored by General Motors, Regional Winners.*

El programa de Robótica fue patrocinador de la eliminatoria FIRST Global México y de la delegación mexicana en el FIRST Global en Dubái, Emiratos Árabes Unidos, equipo que obtuvo la medalla de oro “Dr. Mae Jemison Award for International Unity”.



Orquesta Sinfónica y Coros Esperanza Azteca (OSEA)

Por 10 años, este programa de desarrollo humano, social y artístico tuvo el propósito de impactar de manera positiva en la calidad de vida de niños y jóvenes de escasos recursos por medio de la música, mientras aprendían valores como disciplina, excelencia y trabajo en equipo.

La importancia de esta iniciativa radica en que brinda a las nuevas generaciones la oportunidad de acceder a una educación musical de excelencia con maestros profesionales y comprometidos, además de que se trata de un modelo replicable que garantiza su continuidad gracias a la suma de esfuerzos privados, gubernamentales y sociales.

2019 fue un año de diversos logros en torno a este programa, entre los que se encuentran:

- El debut de las Orquestas de Colima, Morelos y Zacatecas con un total de 553 niños y jóvenes.
- La realización de una residencia del programa Global Leaders con 127 alumnos de las orquestas de la Ciudad de México.



El equipo Aztech de Plantel Azteca CDMX se posicionó en el 2º lugar en el ranking en el Torneo Regional FRC Laguna 2019

- La graduación de nueve jóvenes de la cuarta generación del Instituto Superior de Música Esperanza Azteca.
- La participación del Cuarteto Lingnum –conformado por destacados jóvenes de Esperanza Azteca– en el Concurso Nacional de Cuartetos de Cuerda, quienes lo ganaron, además de realizar una gira por Suiza, Austria e Italia.
- Dos conciertos binacionales en Las Cruces, Nuevo México y en Ciudad Juárez, organizados por el Consulado General de México en El Paso, The New Mexico State University y la Orquesta Esperanza Azteca Ciudad Juárez.
- La visita del reconocido cellista Yo-yo Ma a la Secretaría de Educación Pública, quien participó como solista en un concierto con la Orquesta Sinfónica Esperanza Azteca Fundadora de Puebla y con integrantes de otras OSEA de la Ciudad de México; en total participaron 677 alumnos.
- En el marco de la celebración de los 10 años del programa:
 - La publicación de un libro conmemorativo por parte de Círculo Editorial Azteca.
 - La gira de tres conciertos en París en alianza con la Organización para el Crecimiento y Desarrollo Económicos (OCDE).
 - La gira con la Youth Orchestra of the Americas.
 - Un concierto de aniversario Side by Side con la Orquesta Sinfónica de Minería en la Sala Nezahualcóyotl, dirigido por el maestro Raúl Delgado.

62 orquestas sinfónicas y coros infantiles y juveniles

25 conciertos y eventos en México, Estados Unidos, Panamá y Europa durante 2019

Para conocer las alianzas estratégicas y los objetivos 2020 de los programas realizados por Fundación Azteca y dirigidos a fortalecer las capacidades para jóvenes, consulte la página 219 del apartado "Anexos" del presente Informe.

17,000 niños y jóvenes beneficiarios del programa en todo el país

El programa Orquesta Sinfónica y Coros Esperanza Azteca se encuentra en un periodo de transición hacia una nueva etapa, pues durante 2019 la Secretaría de Educación Pública anunció la creación del Programa de Educación Musical y Orquestas Escolares dirigido a las escuelas públicas de educación básica, con la finalidad de promover el desarrollo integral a través de la enseñanza de las artes, en especial de la música. Por lo anterior, Fundación Azteca está formulando un nuevo programa basado en el mérito y talento, que estará dirigido a los mejores músicos mexicanos menores de 25 años, de cualquier escuela o programa musical en México y será lanzado en 2020.



Educación Ambiental

21,280 colaboradores de Banco Azteca han participado en las campañas destinadas al cuidado del medio ambiente



Limpiemos Nuestro México

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

A lo largo de 10 años, a través de este programa, Fundación Azteca ha generado valor ambiental y social al realizar una labor de sensibilización respecto a la gravedad de la contaminación por basura. Es un llamado a la acción permanente para lograr un objetivo claro: tener un México limpio, sostenible y comprometido con la protección del entorno y la biodiversidad.

Más de **5 millones** de personas reunidas en la Jornada Nacional, a través de 101,412 brigadas

25,412 toneladas de residuos sólidos recolectadas en la Jornada Nacional

“Desierto de los Leones Orgullosamente Limpio”

Esta iniciativa se ha replicado en otros países. Tal es el caso de Limpiemos Nuestra Guatemala, iniciativa que fue reconocida en 2019 por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y la Fundación Ciudades Conectadas, debido a su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

En 2019, la iniciativa Limpiemos Nuestra Guatemala fue reconocida por el PNUD y la Fundación Ciudades Conectadas por su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

En su novena edición, Limpiemos Nuestra Guatemala se consolidó como el movimiento de limpieza más grande del país centroamericano, al reunir a empresas, autoridades y a la sociedad civil, con el objetivo de trabajar en equipo en la concientización con respecto a los efectos de la basura en el medio ambiente y en la salud pública, así como fomentar el hábito del reciclaje.

4,700 toneladas de basura recolectadas en la 9ª edición de Limpiemos Nuestra Guatemala, gracias a la participación de 602,190 voluntarios inscritos en 3,968 brigadas a nivel nacional



4,840 voluntarios participantes

35.5 toneladas de basura recolectada

1,056 horas de voluntariado



¡Que Viva la Selva Lacandona!

Su objetivo es crear conciencia sobre la importancia de la preservación de este ecosistema.

En el mes de febrero de 2019, 25 miembros de The Hispanic Federation –ONG con sede en los Estados Unidos enfocada en apoyar a las comunidades hispanas– viajaron a la Selva Lacandona y donaron USD\$20,000.

Así también, en marzo del mismo año, se llevó a cabo el programa Embajadores de la Selva, en el que especialistas impartieron formación sobre la importancia de su preservación a los niños que viajaron a la Selva Lacandona.

5 proyectos productivos para fomentar el desarrollo de los emprendimientos ecoturísticos de la región y evitar la deforestación; se contó con la participación de empresas capacitadoras de alto nivel



Fortalecimiento de la Vida Comunitaria Red Social Azteca



Su propósito es impulsar la inversión de impacto y crear e integrar capacidades en las organizaciones de la sociedad civil (OSC) para generar prosperidad incluyente.

Con el fin de crear capacidades, alianzas y sinergias entre estas instituciones, en 2019 se impartió el seminario “Educación e Innovación” a 50 OSC de la zona centro del país.

De igual forma, se realizó la primera Cumbre de Emprendimiento e Innovación Social a la que asistieron 700 OSC de México, donde fueron capacitadas en diversas metodologías para el emprendimiento sustentable con impacto.

948
 horas de
 voluntariado

4,155 beneficiarios de Red Azteca en todo el país





Movimiento Azteca (MOVA)

Se trata de una iniciativa de corresponsabilidad social y ambiental en la que participan Fundación Azteca y Grupo Elektra, además de otras organizaciones. Esta campaña exhorta a la sociedad en general a realizar aportaciones a diversas instituciones con causas concretas.

En 2019 se llevaron a cabo cinco Movimientos Azteca (MOVA), en los que se recaudaron más de \$130 millones de pesos en beneficio de diversas instituciones, como la Fundación IMSS, A.C., la Red Nacional para la prevención de la Discapacidad, I.A.P. (RENAPRED), la Red Nacional para la Prevención del Cáncer, A.C. (RENAPCAN), la Cruz Roja Mexicana y el Banco de Alimentos, entre otras causas locales. Los recursos recolectados posibilitaron:

- La adquisición de 3,026 sillas cama
- La realización de jornadas de prevención de cáncer y discapacidad en todo el país
- La difusión y apoyo a 30 causas que cuentan con diversos objetos sociales
- La adquisición de 60 ambulancias nuevas
- Una mejor alimentación para personas de escasos recursos

Más de MXN\$ **130** millones recaudados en los 5 MOVA realizados en 2019; más de 4.3 millones de personas beneficiadas en el país

En 110 MOVA han sido apoyadas alrededor de **344** organizaciones y más de 5.8 millones de personas: niños, niñas, jóvenes, adultos y personas de la tercera edad



MXN\$ **2,564,839,086.38**
recaudados en 110 MOVA



Vive sin Drogas

Es una campaña orientada a la promoción de la elección de una vida sana y libre de adicciones entre los jóvenes. El programa profundiza en diversos temas, como el consumo de drogas, el alcoholismo, el uso correcto de redes sociales, el tabaquismo, los trastornos alimenticios y el bullying, además de promover tanto el deporte, como actividades artísticas y culturales.

Voluntarios de Banco Azteca Guatemala participaron en las siete giras de Vive sin Drogas realizadas en Baja Verapaz, Izabal, El Progreso, Ciudad de Guatemala y Huehuetenango.

48,824 impactos directos en los eventos efectuados, cantidad 33% superior al resultado de 2018

Obtención del Premio Nacional de Periodismo por parte de Vive sin Drogas, otorgado por el Club de Periodistas de México



Juguetón



Año tras año, Juguetón –la iniciativa de recolección de juguetes más grande del mundo– alegra a miles de niños en situaciones críticas. Este proyecto alcanza a escuelas, internados, comunidades indígenas, hospitales, casa hogar, comedores populares, guarderías, centros penitenciarios, centros de día para menores y albergues de migrantes.

Es la campaña de recolección de juguetes más grande e importante a nivel mundial, logrando reunir cerca de 17.5 millones de juguetes en su 24ª edición.

En México, Banco Azteca colaboró con la iniciativa a través de sus 1,800 sucursales y 1,500 cajeros automáticos, invitando a sus clientes a realizar donaciones en efectivo para contribuir a la compra de juguetes.

Banco Azteca Honduras participó en la séptima edición de “Juguetón” en ese país. De esta manera, entregó 15,000 juguetes a niños de la ciudad de Choloma.

17.5 millones de juguetes recolectados en la 24ª edición de Juguetón





Un Nuevo Bosque

www.gruposalinas.com.mx/es/un-nuevo-bosque

102-12

Desde hace 17 años, esta iniciativa ha llevado a cabo campañas de reforestación en diversas zonas del país, con la intención de sensibilizar a la sociedad sobre la importancia del cuidado del entorno y de la contribución a la preservación de las reservas naturales. En ella participan la ciudadanía, la iniciativa privada y organismos públicos.

En 2019, Un Nuevo Bosque alcanzó la cifra de más de **7 millones de árboles plantados desde su origen**



La Ciudad de las Ideas

<https://ciudaddelasideas.com>

102-12

Surgió hace 10 años con el objetivo de impulsar la lucha por la libertad entre los jóvenes de México y otros países del mundo, en un contexto innovador, disruptivo y creativo que motiva la reflexión y el pensamiento vanguardista.

A través de la música, fotografía, plástica, videos y escritura, La Ciudad de las Ideas exhorta a jóvenes de hasta 25 años a expresar el significado de la libertad, así como los retos a los que los individuos y sociedades deben enfrentarse para alcanzarla y preservarla.

En 2019 se llevó a cabo la 12ª edición de este foro, en la que se reunieron más de 60 personalidades de prestigio internacional, entre científicos, humanistas y líderes de opinión, quienes presentaron interesantes ponencias sobre diferentes temas, como ciencia, filosofía, negocios, arte y cultura.

Bajo el lema "This is Epic", participaron destacados personajes, como Rigoberta Menchú Tum, Premio Nobel de la Paz; Siddharta Mukherjee, ganador del premio Pulitzer; Sean Spicer, ex secretario de Prensa de la Casa Blanca en la Administración Trump; Maanasa Mendu, creadora de una herramienta capaz de transportar energía eléctrica a países en desarrollo; Nicolás Celis y Gabriela Rodríguez, productores de la película "Roma"; y Valeria Souza, científica mexicana especializada en ecología evolutiva, entre muchos otros.



Caminos de la Libertad

www.caminosdelalibertad.com

102-12



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.



Kybernus

www.kybernus.org

102-12

Este programa forma parte de la labor social de Grupo Salinas y tiene como misión identificar e impulsar a líderes jóvenes en todos los estados del país.

Kybernus nace ante la necesidad de crear una sociedad próspera en la que nos vaya bien a todos, con la convicción de que eso solo es posible con los buenos liderazgos que hacen que las cosas suceden

Las principales líneas de interés de los liderazgos Kybernus son:

- La participación ciudadana y la cultura cívica, por lo que impulsan iniciativas de colaboración entre la ciudadanía y el sector público, impactando directamente en el fortalecimiento de las instituciones y el empoderamiento de la juventud en los temas públicos, a través de paneles, capacitaciones y foros.
- El Estado de Derecho y la Cultura de la Legalidad, con un enfoque en el fortalecimiento del sistema de justicia, de la participación y del compromiso de la ciudadanía en el cumplimiento de las leyes.
- Los Derechos Humanos y la Cultura de Paz, promoviendo políticas públicas locales e impartiendo capacitación y sensibilización.

Impulso de:

- 160 iniciativas de participación ciudadana y cultura cívica
- 23 iniciativas referentes al Estado de Derecho y Cultura de la Legalidad
- 43 iniciativas en Derechos Humanos y Cultura de Paz a través de las agendas locales en 2019

* Éste dato fue verificado por un tercero para más información referirse a la página 238 de éste informe.

Durante 2019 se impulsaron 57 iniciativas para la erradicación de la violencia de género y la igualdad sustantiva de género en el ámbito público y privado

En su segundo año de trabajo, la Red Nacional de Género Kybernus llevó a cabo el segundo encuentro nacional de Género, donde se determinó la agenda 2020. Asimismo, este organismo impulsó la “Ley Olimpia”, la cual fue aprobada en 16 estados y a nivel federal en México y que, entre otros aspectos, tipifica la violencia digital como un delito.

Este programa es también un impulsor de la innovación sostenible y la resiliencia en pro del desarrollo económico y del bienestar humano, pues durante 2019, desde las agendas locales de los Colectivos Kybernus, se promovieron causas de los líderes Kybernus asociadas a estos temas.

A nivel local, en los 32 estados de la República Mexicana, se desarrollaron 50 iniciativas de sustentabilidad, 130 de emprendimiento y desarrollo empresarial, así como 15 de innovación y tecnología; todas ellas en alianza con actores estratégicos locales*

El enfoque de la mayor parte de las iniciativas desarrolladas se fundamentó en “pensar desde lo local para tener un impacto global”; una gran proporción se centró en: capacitaciones, mentoría de proyectos y difusión de historias de éxito.

4 nuevas Redes Nacionales Kybernus especializadas con 188 participantes:

- Género
- Sustentabilidad
- Emprendimiento
- Derechos Humanos de Cultura de Paz

En 2019 se llevó a cabo la primera edición del Premio Kybernus al Valor Ciudadano, el cual surgió con el objetivo de reconocer el mérito de los ciudadanos a nivel local y nacional, cuyas acciones tienen un impacto positivo en la construcción de una sociedad justa, participativa, democrática y libre, orientada a generar entornos propicios para el desarrollo.

Los temas considerados por el Premio Kybernus al Valor Ciudadano 2019 fueron: Libertad y responsabilidad social; Estado de derecho y Cultura de la legalidad; Derechos Humanos y prevención de la violencia; Fortalecimiento de la sociedad civil; e Igualdad de oportunidades.

En esta primera edición se seleccionó un proyecto por estado y los creadores de las iniciativas se reunieron en la Ciudad de México para evaluar y elegir a un ganador nacional. El proyecto ganador fue proveniente del estado de Querétaro y se centra en brindar acceso a cirugías fetales y cardíacas.

2019 fue también el año en el que Kybernus y la Facultad de Contaduría y Administración de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) firmaron un convenio de colaboración con el objetivo de generar prosperidad incluyente a través del desarrollo de acciones conjuntas en cuatro ejes rectores:

500

aplicaciones al Premio al Valor Ciudadano Kybernus; entrega de 35 premios locales y 1 premio nacional

Objetivos del convenio con la UNAM:

Vinculación y fortalecimiento de actividades de emprendimiento	Difusión de la importancia de la empresa en la creación de prosperidad	Impulso de programas de formación de capital humano	Programas de financiamiento desde el sector privado
<p>Busca apoyar iniciativas de emprendedores y crear nuevas empresas que atiendan las necesidades de la sociedad, con base en políticas públicas en las que primen el respeto a la equidad de género y la sustentabilidad como ejes de desarrollo.</p> <p>Se establecerán las acciones pertinentes para el fortalecimiento del sistema de incubación de la UNAM.</p>	<p>Para ello se desarrollarán contenidos y se abrirán espacios en diversos medios para posicionar la cultura del emprendimiento y, de esta manera, fomentar el desarrollo de más y mejores empresas.</p>	<p>Comprende considerar a la Facultad de Contaduría y Administración de la UNAM como un consultor externo potencial de los programas de liderazgo, emprendimiento, capacitación, formación de cultura organizacional y gestión de alto desempeño de Grupo Salinas. Asimismo, se impulsarán iniciativas de formación de capital humano a través de prácticas profesionales, estadías, bolsas de trabajo para pasantes, practicantes y Profesionistas de la Facultad.</p>	<p>Como parte de este eje, se prevé el diseño e impulso conjunto de un esquema de aceleración de empresas startups, creadas dentro y fuera de la UNAM. Para ello, se fomentarán programas de financiamiento del sector privado y se generarán cursos, herramientas y simuladores que ayuden a definir y gestionar exitosamente sus requerimientos de financiamiento. Los startups serán evaluados de conformidad con criterios técnicos y financieros para garantizar su permanencia y la de los emprendedores.</p>

Valor ambiental

Compromiso ambiental

Con base en las directrices transmitidas por Grupo Salinas, el Código de Ética y Conducta de Grupo Elektra establece su compromiso con el desarrollo de sus actividades en armonía con el entorno, de manera responsable con el fin de, no solamente minimizar el impacto de sus operaciones, sino también de impulsar la conciencia y adopción de buenas prácticas en materia ambiental entre sus colaboradores y la cadena de suministro. Entre las pautas que considera se encuentran:

- La promoción del conocimiento y conservación del medio ambiente y sus recursos entre los colaboradores.
- El reconocimiento de las prácticas ambientales responsables en el día a día, haciendo partícipes a los colaboradores y sus familias en las campañas de reforestación y limpieza.
- El impulso al desarrollo y difusión de las tecnologías amigables con el medio ambiente en sus operaciones.
- El establecimiento de la obligación de los integrantes de Grupo Elektra de demostrar comportamientos responsables en materia medioambiental, cumpliendo y haciendo cumplir las normas, políticas y procedimientos de preservación del entorno con que cuenta, además de reportar todo riesgo ambiental potencial.
- La Certificación Círculo de Proveedores⁴⁰, en la cual se verifican, entre otros criterios, el compromiso y cumplimiento ambiental.
- El uso de fuentes de energía renovable en oficinas y sucursales.
- La existencia de canales de comunicación abiertos con los grupos de interés para que conozcan el progreso del Grupo en este tema.

Grupo Salinas y Grupo Elektra trabajan de manera permanente en la realización de cambios significativos y colectivos para optimizar el consumo e incrementar el ahorro de energía, papel, agua y tratamiento de residuos, así como para fomentar una cultura responsable y sostenible, con beneficios a corto y largo plazo.

Asimismo, Grupo Elektra, como parte de su responsabilidad socioambiental, incorpora la mitigación de los impactos ambientales, por medio de la oferta de productos ecoeficientes y créditos verdes adecuados a las demandas y necesidades de las comunidades, los cuales permiten su movilidad, el uso eficiente de combustible y la reducción de emisiones, tanto en su traslado como en el hogar.

⁴⁰ Para conocer más acerca de este tema, consulte el apartado "Prosperidad compartida" del presente Informe.

⁴¹ Para obtener mayor detalle sobre la cobertura de la información ambiental, consulte la página 221 de los Anexos de este Informe.

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

Es de destacar que, en búsqueda de cumplir con su compromiso medioambiental, Grupo Salinas y Grupo Elektra se han sumado a diferentes iniciativas de protección de la biodiversidad o se encuentran en proceso de hacerlo, entre las que se pueden mencionar:

- Conservación directa de la biodiversidad. Grupo Salinas, a través de un convenio con el Centro de Investigaciones Biológicas y Acuícolas de Cuernavaca de la Universidad Autónoma Metropolitana, se ha comprometido a proteger al ajolote mexicano (*Ambystoma mexicanum*) –especie en peligro de extinción–, brindando un santuario en sus instalaciones en la CDMX. Se planea proteger a más especies en el resto de corporativos de Grupo Salinas.
- Conservación indirecta de la biodiversidad. El proyecto paperless de Banco Azteca, podría contribuir con la conservación de un estimado de 53,000 árboles al año, lo cual trae consigo la conservación de hectáreas de bosque donde cohabitan diversas especies de animales –aves, reptiles, mamíferos, anfibios, insectos, arácnidos, anélidos, etc.– y otras plantas; de ellas se ha estimado la conservación de más de 6,500 aves.
- Conservación de la biodiversidad y mejora del ambiente. Los programas de reforestación, como Un Nuevo Bosque, implican la conservación y mejoramiento de suelos, retención de agua en suelos, secuestro de CO₂ de la atmósfera y emisión de oxígeno, así como reducción de la temperatura local donde se plantan los árboles. Aun cuando su valor económico no se ha calculado, estos beneficios ambientales sin duda contribuyen a la conservación de especies, al saneamiento del agua, al incremento de servicios ambientales y a la mitigación del cambio climático.

Gestión ambiental

El Área de Energía y Medio Ambiente de Grupo Salinas está especializada en la gestión de temas de eficiencia energética y medioambientales⁴¹. Es la responsable de generar soluciones estratégicas, ejecutar proyectos tecnológicos, de innovación y de investigación, así como de garantizar el cumplimiento de la normativa ambiental. Dentro de las estrategias desarrolladas en 2019 se encuentran:

- Continuar con la certificación de equipos de iluminación y aire acondicionado para estar a la vanguardia en el uso de tecnologías limpias y eficientes.



- Actualizar el Sello de Energía para asegurar que luminarias, plantas de emergencia y aires acondicionados cumplan con los más altos estándares de eficiencia energética.
- Contar con canales de comunicación permanente con la comunidad para asegurar el uso responsable de la energía, el agua y el manejo de los residuos.
- Mejorar continuamente los sistemas de medición del consumo energético por inmueble para asegurar que cumplen con balances de ahorro y eficiencia.
- Asegurar el uso de energías renovables –geotérmica, eólica y solar– en continuo desarrollo para el mayor número posible de empresas de Grupo Salinas.
- Extender lo más posible el ciclo de vida de los productos, bienes y servicios adquiridos por las empresas, como por ejemplo, la baja de activos fijos con base en procedimientos para operar el reciclaje de partes de equipos que han sido deshabilitados; promover el reciclaje y reúso de los materiales de vida corta y larga.
- Promover la cultura de la separación de residuos, así como la integración de cadenas de valor al reciclaje y reutilización de los productos desechados por Grupo Salinas –cartón, papel, plásticos, metales, combustibles, etc.–.
- Actualizar y verificar catálogos de mobiliario ahorrador de consumo de agua en Corporativos y Geografía, para asegurar el mínimo consumo posible.
- Asegurar buenas prácticas de uso de agua en baños y cocinas, así como en actividades de riego, usando solamente pipas con agua tratada y realizándolo de noche para maximizar la absorción y minimizar su evaporación.

El Área de Energía y Medio Ambiente, en conjunto con Tecnologías de la Información, desarrolló el Sistema de Gestión de Energía (SIGEN)⁴², herramienta que ha posibilitado contar con la información referente a los consumos eléctricos de las empresas que conforman Grupo Salinas.

El SIGEN contiene datos que son utilizados para generar reportes mensuales para las empresas de Grupo Salinas, que informan sobre el gasto de electricidad, el incremento en gasto por tiendas nuevas o sucursales, la facturación eléctrica del acumulado, la proporción de la energía renovable y no renovable por empresa, el precio por kilowatt (kW) y su variación con respecto al año anterior, así como un análisis histórico de tarifas y consumo.

Esta herramienta permite asegurar el cumplimiento de las normas y políticas a través de:

- El análisis mensual del consumo de energía eléctrica a través de un comparativo contra los consumos históricos.
- La auditoría de los inmuebles representativos para crear programas de mitigación ambiental.
- La elaboración del reporte para el Registro Nacional de Emisiones, en cumplimiento con la Ley General de Cambio Climático, con el fin de alcanzar los objetivos inter-

nacionales adquiridos por México para reducir sus emisiones en un 30% para 2025 y 50% para 2050.

- La medición del éxito de campañas de comunicación generadas en el año –número de visitas al portal–.
- El monitoreo mensual de la generación y ganancias de residuos entregados para reciclaje.
- La ejecución de auditorías internas de seguimiento.
- La detección de oportunidades de mejora en los parámetros establecidos por la normatividad en términos de infraestructura, salud y bienestar, protección civil y medio ambiente.
- El cumplimiento de los estándares de calidad del agua y manejo de residuos⁴³.

Derivado de esto último, durante 2019, el SIGEN impactó de manera positiva en los ingresos de Grupo Elektra, pues permitió detectar cobros indebidos en la facturación de la electricidad, llevando a la recuperación de MXN\$4.9 millones.

Aunado a lo anterior, las ventajas con del SIGEN radican en que permite:

- Contar con información confiable, trazable y tendencias para tomar decisiones de negocio informadas.
- Identificar el comportamiento del consumo de los inmuebles de manera consolidada o individual por intervalos de tiempo.

Cerca de MXN **\$564.5** millones invertidos por Grupo Elektra durante 2019 en proyectos de prevención y gestión ambiental

Metas 2021:

Con base en los Objetivos Clave de Desempeño, el Área de Energía y Medio Ambiente ha establecido las metas hacia 2021, entre las que se encuentran:

- Asegurar una disminución en los costos de energía, así como analizar la factura eléctrica, conciliar proveedores de energía y detectar errores de cobro, a través de:

El impacto positivo del SIGEN en los ingresos del negocio se materializó en 2019 al detectar cobros indebidos en la facturación de la electricidad y recuperar MXN\$4.9 millones para Grupo Elektra

⁴² 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).

⁴³ Para mayor información, consulte la página 220 del apartado “Anexos” del presente Informe.

- La generación de tres propuestas de compra de energía, garantizando las mejores condiciones comerciales.
- La recuperación de MXN\$5 millones por errores de factura eléctrica.
- Evaluar tecnologías para mejorar las condiciones de rentabilidad y operación de las unidades de negocio, así como presentar proyectos rentables para su implementación, por medio de:
 - La implementación de 80 proyectos.
 - El ahorro de MXN\$15 millones por proyectos implementados.
 - La evaluación de 150 proyectos.
- Cumplir las normativas ambientales evitando multas, así como actualizar manuales y políticas de eficiencia energética y medio ambiente, mediante:
 - La actualización de tres políticas.
 - La ejecución de 12 campañas ambientales en Grupo Salinas.
 - La elaboración de tres informes de medio ambiente para el IPC de la BMV.
 - La elaboración de cuatro reportes RENE y presentarlos ante la SEMARNAT.



Energía

GRI 302: 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 normas⁴⁴ para garantizar la correcta gestión de los centros de trabajo, seguridad de los colaboradores, el

confort en los lugares de trabajo, así como el uso eficiente de la energía en los diferentes procesos. De igual forma, cuentan con políticas internas dirigidas a maximizar el aprovechamiento de los recursos energéticos.

FS1

Desde 2014, Grupo Elektra estableció un convenio de colaboración con la Asociación de Normalización y Certificación del Sector Eléctrico (ANCE), con el objetivo de garantizar que los equipos energéticos que se instalen en sus empresas sean los más eficientes del mercado, además de estar certificados y avalados por esta organización con reconocimiento oficial.

Así, desde 2015, las empresas de Grupo Elektra cuentan con el Sello de Energía, herramienta interna que permite asegurar la adquisición de equipos eficientes, mediante su verificación técnica –fichas, certificados y pruebas físicas–. Durante 2019 se actualizó la información del sello con equipos nuevos y recomendaciones de instalación. Derivado de estos esfuerzos, la eficiencia ha aumentado considerablemente durante el periodo 2015-2019.

En este periodo, en cuanto al aire acondicionado, Grupo Elektra ha logrado mejorar 33% la eficiencia de los equipos (Seasonal Energy Efficiency Ratio o SEER), pasando de 13.9 en 2015 a 18.5 en 2019 en promedio –de considerar el total de equipos comprados en Grupo Salinas, el SEER incrementa a 19.3–. En términos de iluminación, se ha logrado incrementar el 89% de la eficiencia (lumen/watt) de los modelos de luminarias que más se han adquirido.

Adicionalmente, en 2019 se ejecutaron diversas iniciativas de ahorro de energía para contribuir a la mitigación del cambio climático, entre las cuales destacan:

- Ahorro de electricidad. Se fundamenta en la implementación y monitoreo de paneles solares en tres sucursales, para determinar la viabilidad de extender esta tecnología al resto de la operación de Tiendas Elektra y Banco Azteca. Se proyectan ahorros del 30% en el consumo eléctrico de Geografía.

Implementación de programa piloto de paneles solares en 3 sucursales para el ahorro de energía eléctrica

De acuerdo con el análisis de factibilidad, 126 sucursales tienen potencial técnico y económico para la expansión de esta iniciativa

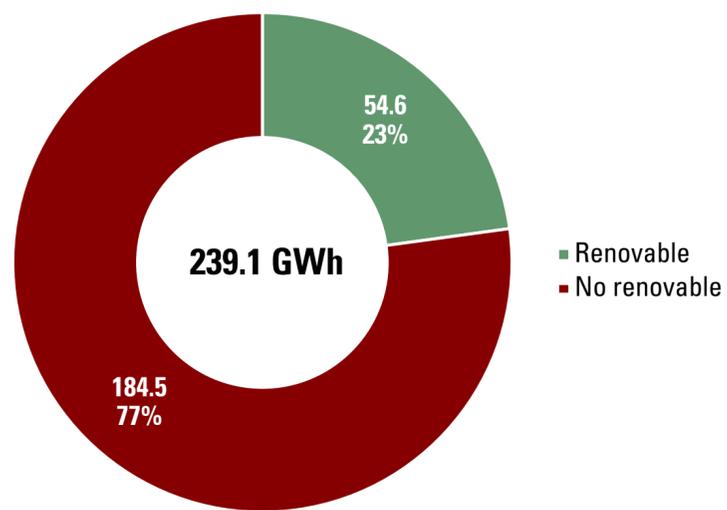
MXN **\$488**
millones
invertidos por
Grupo Elektra
en la compra de
luminarias y aires
acondicionados
eficientes en
2019

⁴⁴ Para mayor información, consulte la página 220 del apartado "Anexos del presente Informe".

302-1

239.1 GWh de energía eléctrica consumidos por Grupo Elektra en 2019; reducción de 11% con respecto al año anterior

**Grupo Elektra
Consumo de energía eléctrica por tipo de fuente (Gigawatts/hora)**



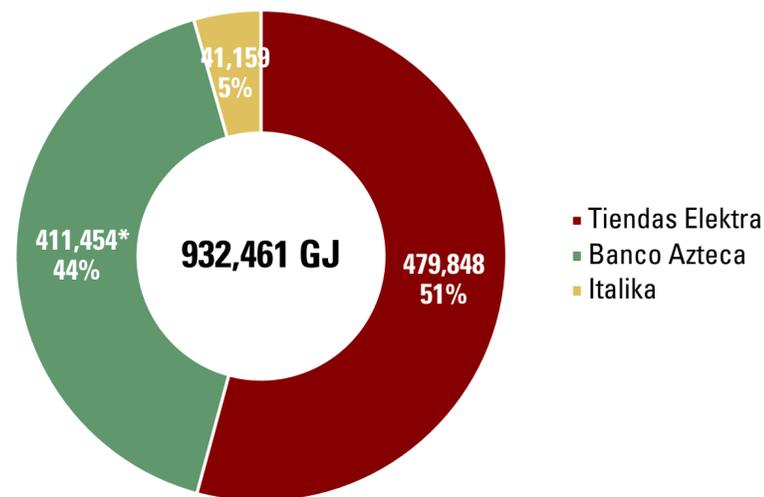
Nota. GWh significa Gigawatts por hora.

302-1

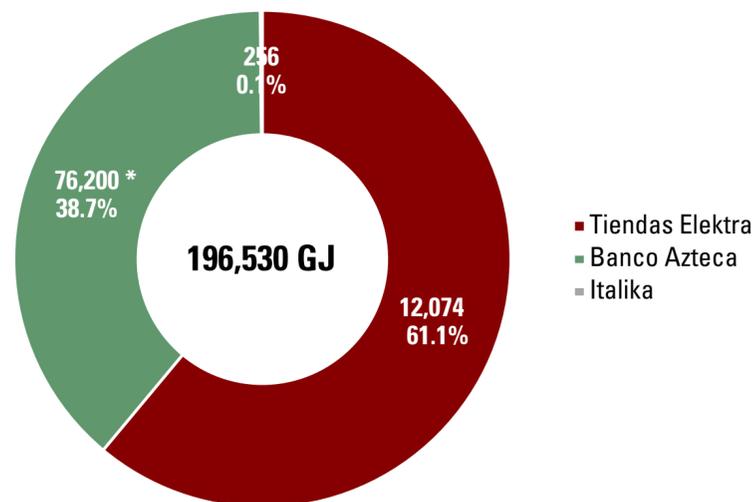
23% de la energía consumida por Grupo Elektra en 2019 provino de fuentes renovables

302-1, 302-2

**Grupo Elektra
Consumo de combustible proveniente de fuentes no renovables (Gigajoules)**



**Grupo Elektra
Consumo de combustible proveniente de fuentes renovables (Gigajoules)**



Notas:

- GJ significa Gigajoules.
- La distribución del consumo de energía no renovable por empresa y por fuente fue:
 - Tiendas Elektra: 121.1 GWh de energía eléctrica; 1,978,483 litros de gasolina; 27,602 litros de diésel; 49,356 litros de gas LP.
 - Italika: 6.3 GWh de energía eléctrica; 476,381 litros de gasolina; 1,516 litros de diésel; 82,583 litros de gas LP.
 - Banco Azteca: 57.1 GWh de energía eléctrica; 5,306,518 litros de gasolina.

* Éste dato fue verificado por un tercero para más información referirse a la página 238 de éste informe.

Notas:

- GJ significa Gigajoules.
- La distribución del consumo de energía renovable por empresa y por fuente fue:
 - Tiendas Elektra: 33.3 GWh de energía eléctrica (12.1 GWh eólica y 21.2 GWh geotérmica).
 - Italika: 0.1 GWh de energía eléctrica proveniente de energía geotérmica.
 - Banco Azteca: 21.2 GWh energía eléctrica (7.7 GWh eólica y 13.5 GWh geotérmica).

302-3

130,111 kWh de energía eléctrica consumidos por sucursal de Tiendas Elektra en 2019; incremento* de 11% con respecto al ejercicio anterior

51,852 kWh y 816,667 kWh de energía eléctrica consumidos por las agencias de Italika y las naves de Ensamblika en 2019

8 kWh de energía eléctrica consumidos por Italika armada en 2019, reducción de 4% con respecto al ejercicio anterior

32,781 kWh de energía eléctrica consumidos por sucursal de Banco Azteca en 2019; aumento* de 34% con respecto al año anterior

* El incremento en el consumo de energía eléctrica se debe a la expansión de las áreas comercial y de operación.

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. Con base en esta metodología,



en 2019 se calcularon los incrementos y reducciones en el consumo energético como resultado directo de las iniciativas a favor de la eficiencia y conservación energéticas⁴⁵, obteniendo lo siguiente:

Tiendas Elektra presentó un aumento de **25,697 GJ** en el consumo energético en 2019 vs 2015

⁴⁵ Para las tres empresas de Grupo Elektra, el año base de cálculo es 2015. Se consideró la diferencia entre el año base y el año actual, expresado en Gigajoules (GJ). Se toma ese año base para normalizar con el primer reporte del RENE de año completo (no parcial, como el de 2014), que se le presentó a la SEMARNAT en 2015, debido a que la mayoría de las emisiones de GEI provienen de la energía eléctrica.

Italika presentó un aumento de **3,724 GJ** en el consumo energético en 2019 frente a 2015

Banco Azteca tuvo una disminución de **22,511 GJ** en el consumo energético en 2019 respecto a 2015

302-4, 302-5

Unidad de negocio	Meta prevista en el consumo eléctrico para 2019	Resultado 2019	Meta 2020
Tiendas Elektra	No sobrepasar 150 GWh, de acuerdo con el programa de expansión inicial proyectado el mismo año.	154.4 GWh de energía eléctrica consumidos, sobrepasando la meta por 4.4 GWh.	Aumento de 12% en el consumo eléctrico, debido a la expansión planeada de 65 tiendas adicionales y 37 transformaciones.
Italika	Incremento de 15% en el consumo eléctrico, debido a que a finales de 2018 entraron en operación la línea de ensamble No. 5 y la nave 6, y tuvo lugar el incremento en operaciones de la nave 5.	6.4 GWh de energía eléctrica consumidos por Italika.	Incremento de 10% en el consumo eléctrico, debido a que, de momento, se consideran dos naves adicionales para almacenamiento.
Banco Azteca	Aumento del 10% en el consumo eléctrico con respecto al ejercicio 2018, lo cual equivalía a tener un consumo de energía por debajo de los 53.0 GWh.	78.3 GWh de energía eléctrica consumidos por Banco Azteca, con lo que sobrepasó la meta prevista por 48%.	Aumento del 10% en el consumo eléctrico, debido a la expansión del negocio.

El consumo total de energía en Banco Azteca aumentó 12% con respecto a 2018, principalmente debido a la expansión del negocio, mientras que el consumo de energía renovable se mantuvo constante de 2018 a 2019. Cabe mencionar que todos los inmuebles nuevos deben iniciar operación con energía de CFE para, posteriormente, ser analizados e integrados al programa de energía renovable, aproximadamente un año más tarde.

Al mejorar los procesos de obra, gestión y conexión de energía CFE, se logró disminuir el consumo de diésel por operación de plantas de emergencia a la apertura compro-

metida de nuevas tiendas, donde el 30% de la operación corresponde a Banco Azteca. Esto implica un ahorro de MXN\$9.4 millones para Banco Azteca y MXN\$22 millones para Tiendas Elektra, debido a la reducción en el uso de plantas de emergencia y de 383,500 litros de diésel en tiendas durante 2019, lo cual también se traduce en la mitigación de emisiones de Alcance 3, calculadas en 1,087 tCO₂e.

MXN **\$31.4** millones en ahorros por disminución en consumo de diésel de plantas de emergencia de sucursales

La meta para 2020 es mantener la demanda energética actual en sucursales y un consumo similar o superior de energía renovable por empresa –alrededor del 35% para Tiendas Elektra y Banco Azteca–, que se traduciría en un aumento de energía renovable del ~8% para Banco Azteca y del ~14% para Tiendas Elektra de 2019 a 2020





Emisiones

GRI 305: 103-1, 103-2, 103-3

Grupo Elektra, a través del desarrollo de proyectos de rediseño eléctrico, la implementación de iluminación LED, la optimización de equipos de aire acondicionado, la instalación de aislantes térmicos en tiendas, sucursales y agencias, la certificación de algunas tecnologías más eficientes y ahorradoras, la ejecución de un mantenimiento más eficiente y la puesta en marcha de campañas de comunicación para concientizar a los colaboradores sobre la importancia de apagar las luces, los equipos de cómputo y el aire acondicionado, así como de mantener las puertas cerradas, ha logrado mitigar e, inclusive, reducir la generación de emisiones de GEI.

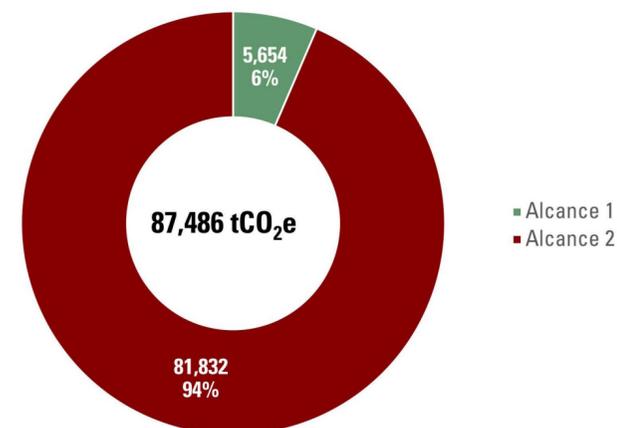
El SIGEN es una herramienta que ayuda a la toma de decisiones en cuanto a acciones que permitan minimizar o evitar consumos que generen emisiones indirectas de Alcance 2 a corto y mediano plazo.

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.

Asimismo, las empresas que conforman Grupo Elektra elaboran el reporte anual del RENE, el cual 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 RENE completo de Tiendas Elektra y Banco Azteca se calculó en el año 2015, mientras que el primer RENE parcial⁴⁶ para Italika fue calculado en 2018.

305-1, 305-2, 305-4, 305-5

Tiendas Elektra Emisiones de GEI (toneladas de dióxido de carbono equivalente)



46 El RENE es parcial cuando únicamente se reportan los datos correspondientes a un semestre; al siguiente año de que la SEMARNAT solicita el reporte éste debe integrar los datos del año completo.

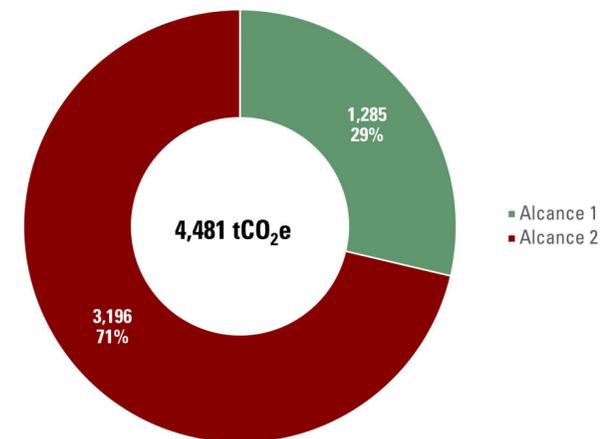
Notas:

- Las emisiones directas e indirectas se componen por dióxido de carbono (CO₂), metano (CH₄) y óxido de nitrógeno (N₂O).
- Los cálculos de emisiones de GEI provienen de los consumos de combustibles y energía eléctrica reportados ante el RENE. El año base fue 2015, primer año del reporte; en él los resultados obtenidos fueron los siguientes:
 - Alcance 1: 5,519.4 tCO₂e.
 - Alcance 2: 69,179 tCO₂e.
 - Total Alcance 1 + Alcance 2: 74,698.79 tCO₂e.
- 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 (CO₂, N₂O, CH₄) 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.
- En 2019, Tiendas Elektra utilizó 135 tCO₂e de hidrofluorocarbonos (HFC) y 0.5 tCO₂e de dióxido de carbono (CO₂) en la recarga de extintores.

74 tCO₂e emitidas por sucursal de Tiendas Elektra en 2019 (alcance 1 y 2)

305-1, 305-2, 305-4, 305-5

Italika Emisiones de GEI (toneladas de dióxido de carbono equivalente)



Notas:

- Las emisiones directas e indirectas se componen por dióxido de carbono (CO₂), metano (CH₄) y óxido de nitrógeno (N₂O).
- Los cálculos de emisiones de GEI provienen de los consumos de combustibles y energía eléctrica reportados ante el RENE. El año base fue 2018, primer año del reporte parcial ante el RENE y año previo a la apertura de nuevas naves y reestructura de Italika; en él los resultados obtenidos fueron los siguientes:
 - Alcance 1: 85.83 tCO₂e.
 - Alcance 2: 468.72 tCO₂e.
 - Total Alcance 1 + Alcance 2: 554.55 tCO₂e.
- 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 (CO₂, N₂O, CH₄) 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.

533 tCO₂e emitidas por nave de Ensamblika; 118 tCO₂e emitidas por agencia propia de Italika en 2019 (alcance 2)

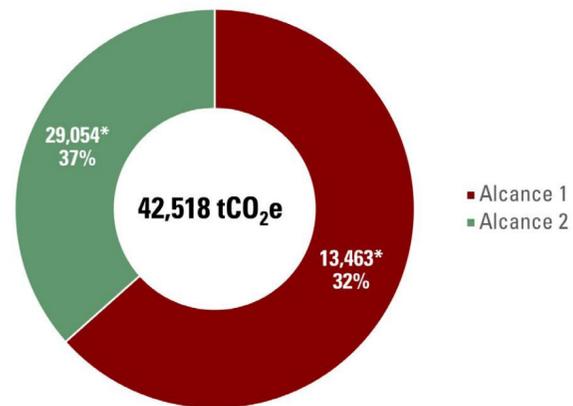
El proceso de medición de emisiones en Ensamblika es fundamental para su reducción. Por ello, con el fin de proteger la calidad del aire, la Planta de ensamble debe cumplir con la NOM-085-SEMARNAT-2011, que establece los niveles máximos permisibles de emisión de los equipos de combustión de calentamiento indirecto, que pueden liberar partículas, monóxido de carbono (CO), bióxido de azufre (SO₂) y óxidos de nitrógeno (NOx), por utilizar combustibles convencionales o sus mezclas. Esto sucede, especialmente, al momento de realizar pruebas de arranque y funcionamiento de las motocicletas en cabinas de ajuste más de 3,000 veces al día.

305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5

Banco Azteca Emisiones de GEI (toneladas de dióxido de carbono equivalente)

Para estas estimaciones se consideraron los cálculos realizados para el RENE, con factores de emisión provistos por la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) y Potenciales de Calentamiento Global provistos por el Cuarto Informe de Evaluación del Panel Intergubernamental sobre Cambio Climático de las Naciones Unidas (AR4 del IPCC)

Este dato fue verificado por un tercero para más información referirse a la página 238 de éste informe.



Notas:

- Las emisiones directas e indirectas se componen por dióxido de carbono (CO₂), metano (CH₄) y óxido de nitrógeno (N₂O).
- Los cálculos de emisiones de GEI provienen de los consumos de combustibles y energía eléctrica reportados ante el RENE. El año base fue 2015, primer año del reporte; en él los resultados obtenidos fueron los siguientes:
 - Alcance 1: 13,463.3 tCO₂e.
 - Alcance 2: 29,054 tCO₂e.
 - Total Alcance 1 + Alcance 2: 42,518 tCO₂e.
- 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 (CO₂, N₂O, CH₄) 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.

9 tCO₂e emitidas por sucursal de Banco Azteca en 2019 (alcance 1 y 2)

2019 fue el primer año en el que el Área de Energía y Medio Ambiente realizó la estimación de las emisiones del Alcance 3 para Banco Azteca por concepto de viajes de negocios o de trabajo en avión, sumando 2,000 tCO₂e.

2,000 tCO₂e emitidas por Banco Azteca por concepto de viajes de negocios/trabajo en avión durante 2019 (alcance 3); con ello, la Institución logró la meta de mantenerse por debajo de las 3,000 tCO₂e, equivalente a 45 millones de km de vuelo

302-4, 302-5

Unidad de negocio	Meta prevista en la emisión máxima para 2019	Resultado 2019	Meta 2020
Tiendas Elektra	78,900 tCO ₂ e, métrica establecida considerando un aumento del 18% proporcional al año anterior.	87,147 tCO ₂ e, resultado 10% por encima de la meta prevista, debido a la expansión del negocio por arriba del número de Tiendas proyectadas.	95,800 tCO ₂ e, considerando aumento del 10% por la expansión del negocio y la inclusión de emisiones de Alcance 3.
Italika	5,000 tCO ₂ e, considerando el cambio de razón social que incluye nuevas naves y agencias de venta.	4,412 tCO ₂ e, superando la meta en 12%.	4,500 tCO ₂ e, considerando 1% de aumento en la operación actual. Adicionalmente se cuantificarán emisiones de Alcance 3.
Banco Azteca	21,500 tCO ₂ e, considerando una disminución del 10% proporcional al año anterior.	21,650 tCO ₂ e, sobrepasando la meta en 0.7%. Aunque las emisiones del Alcance 2 se mantuvieran por debajo de 10,000 tCO ₂ e debido a la estrategia de mantenimiento constante de la demanda energética por sucursal, se tuvo un incremento de 19% en el consumo de energía eléctrica como consecuencia de la expansión del negocio a nivel nacional, sobre todo por la apertura de 114 oficinas en 2018 y de 95 más en 2019.	24,000 tonCO ₂ e, asumiendo un incremento por emisiones de Alcance 3. Para 2020 y 2021 se espera la paulatina disminución en el consumo de combustibles por parte de Banco Azteca, por ejemplo, consumos de gasolina menores a 5.5 millones de litros al año, impactando en la reducción de emisiones de Alcance 1, manteniéndose por debajo de las 13,000 tCO ₂ e.

Hoy en día, las empresas de Grupo Salinas se encuentran en proceso de autorización e implementación de la verificación de los datos de emisiones, a completarse en 2020. Este requerimiento, solicitado por la SEMARNAT aplica para todas aquellas empresas que sobrepasan anualmente las 25,000 toneladas de CO2 equivalente. La verificación consiste en comprobar que los datos reportados anualmente sean repetibles por el verificador.

Adicionalmente, en 2019 se contribuyó a la mitigación de GEI a través de Un Nuevo Bosque, campaña de reforestación, en la que, con la ayuda de 22,000 voluntarios a nivel nacional se plantaron 221,340 árboles, implicando la captura de más de 4,400 toneladas de CO2 de la atmósfera y más de 53,000 toneladas de O2 liberadas a la atmósfera.

Agua

GRI 303: 103-1, 103-2, 103-3

Grupo Salinas y Grupo Elektra refuerzan 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. Adicionalmente, en 2019, realizaron diferentes iniciativas para contribuir al saneamiento de este recurso, destacando las siguientes:

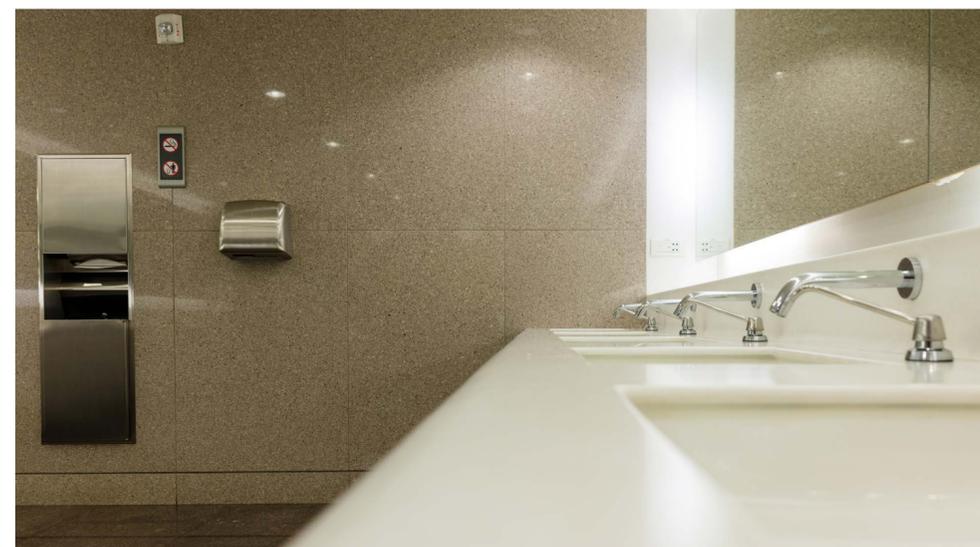
- Campañas de sensibilización. Se realizaron 31 campañas al interior de las empresas de Grupo Salinas, que incluyeron temas como: el ahorro de agua al interior de las empresas; la participación de Grupo Salinas en el Pacto Mundial de las Naciones Unidas y su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible; ideas sobre cómo cuidar el medio ambiente; la importancia del Día Mundial del Agua, del Día Internacional de los Bosques y del Día Mundial del Medio Ambiente; cambio climático.
- Reemplazo de garrafones de agua. Durante 2019 se instalaron 70 despachadores de agua en Corporativos y una prueba piloto en las sucursales –18 inmuebles de Grupo Elektra–. Cada despachador implica un ahorro de 31% en el costo con respecto a un garrafón –estimado de MXN\$10.8 millones al año por la red total de sucursales–. Otras ventajas de la sustitución de garrafones por despachadores son:
 - Reducción en el espacio físico de almacenamiento en sucursales y tiendas.
 - Eliminación de costos incluidos por mercadotecnia y el traslado de los garrafones desde la planta de purificación hasta la sucursal o tienda.
 - Al suprimir el transporte de los garrafones hasta las tiendas y sucursales, se evita la emisión de GEI por el uso de combustible fósil.
 - Ahorro en el salario del trabajador tercerizado dedicado a su distribución hasta cada lugar de consumo.

- Ahorro en el tiempo y esfuerzo invertidos por los colaboradores para instalarlos.
- Mitigación del riesgo de salud por lesiones al colocarlos y por el consumo del agua contenida en los contenedores de plástico que, probablemente se han expuesto al sol, y que, bajo esta condición liberan sustancias dañinas para la salud de los colaboradores.
- Planta de tratamiento de agua. En Torre Grupo Salinas –edificio en el que también se encuentran las oficinas de Italika–, se reciclan entre 10 y 30 m³ diarios de agua residual y se devuelven a las instalaciones sanitarias, contribuyendo con un ahorro aproximado del 20% del agua consumida al año.

303-4

- Captación pluvial. Dos inmuebles de Grupo Salinas alojan unidades de negocio de Banco Azteca e Italika –Montes Urales 450 y Torre Grupo Salinas–, mismos que contribuyen al ahorro de alrededor de 330 m³ de agua al año por captación pluvial.

Cerca de 330 m³ de agua ahorrados al año por captación pluvial



13,155
m³ de agua residual tratados en Torre Grupo Salinas durante 2019; 3,650 m³ tratados en los pisos ocupados por Italika

Alrededor del **12%** del agua total captada por Italika fue tratada y reutilizada

- Saneamiento del agua por reforestación. En 2019, Un Nuevo Bosque –campaña de TV Azteca en la que participa Grupo Elektra–, contó con la reforestación de más de 221,000 árboles, lo que contribuyó a la retención de más de 44,000 m³ de agua en el suelo.
- Saneamiento del agua por reducción de consumo. El proyecto paperless de Banco Azteca podría ahorrar más de 150 mil m³ de agua al año, cantidad de agua utilizada desde el origen hasta la terminación de la producción de papel.

303-1, 303-3

El agua consumida por los Corporativos de Grupo Elektra –Tiendas Elektra, Italika y Banco Azteca– en la Ciudad de México es provista al 100% por el Sistema de Aguas de la Ciudad de México (SACMEX), mientras que Geografía depende de la distribución local por municipio. El recurso se utiliza en sanitarios, riego –actividad para la cual los Corporativos también adquieren pipas de agua tratada–, 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.

303-2

Para Grupo Elektra se llevan a cabo dictámenes de pre-gestoría que incluyen una verificación de servicios, como electricidad, drenaje y agua; dentro de este último rubro, se evalúa la viabilidad del suministro con las instancias locales, incluida la presión de agua, el dictamen de factibilidad de suministro y el tipo de drenaje o destino final de las aguas residuales. Asimismo, existe un procedimiento para la evaluación del uso de suelo, la permeabilidad del sustrato y la extensión de las áreas verdes aledañas, que impactan en la recarga de mantos freáticos locales.

303-5

427,953 m³ de agua consumidos por Grupo Elektra en 2019

Unidad de negocio	Meta prevista en el consumo máximo para 2019	Resultado 2019	Meta 2020
Tiendas Elektra	240,900 m ³ de agua para 2019, considerando un aumento nulo en el consumo en mismas tiendas y la adición de 120 tiendas nuevas a partir del año base –2017–, lo que implica un consumo anual promedio de 175 m ³ por tienda, además del consumo en Corporativos.	242,082 m ³ de agua consumidos por Tiendas Elektra*; 41,144 m ³ en Corporativos y 200,938 m ³ en Geografía. Tiendas Elektra sobrepasó su meta en 1%.	246,500 m ³ , calculando un incremento en el consumo solamente para tiendas nuevas –alrededor de 40– y sin considerar un aumento en mismas tiendas, con un consumo aproximado de 40,000 m ³ en Corporativos.
Italika	33,800 m ³ de agua, considerando un consumo anual promedio de 70 m ³ por agencia y 9 m ³ por persona en Ensamblika.	33,800 m ³ de agua, considerando un consumo anual promedio de 70 m ³ por agencia y 9 m ³ por persona en Ensamblika y cumpliendo la meta en 100%.	Con base en un aumento en el número de agencias –alrededor de 18– y un consumo similar en mismas agencias y corporativos, la meta prevista será un consumo máximo de agua de 35,000 m ³ .
Banco Azteca	195,000 m ³ de agua, considerando un consumo promedio de 60 m ³ anuales por sucursal stand alone (DAZ), un promedio de 75 m ³ por sucursales ubicadas dentro de Tiendas Elektra y una expansión de 45 tiendas nuevas y 22 nuevos DAZ.	152,072 m ³ ** de agua consumidos por Banco Azteca*; 35,766 m ³ en Corporativos y 116,306 m ³ en Geografía. Banco Azteca logró superar la meta establecida a inicios del año en 22%.**	Consumo máximo de 200,000 m ³ ** de agua, considerando un aumento en el consumo únicamente para sucursales nuevas –cerca de 40 en 2020– y un consumo anual promedio de 60 m ³ por sitio.

* Nota: El consumo de agua en Corporativos está contabilizado a partir de las lecturas de los medidores de agua, las cuales se registran mensualmente. Para obtener el consumo de agua en Geografía, se consideró el consumo per cápita del negocio comercial (70%) y del negocio financiero (30%), a partir del uso de sanitarios y lavamanos (descarga de 4.8 litros en sanitarios y 1 litro en lavamanos), el consumo por limpieza (de 3 a 5 cubetas diarias de 17 litros cada una), así como el uso de sanitarios por clientes y visitantes.

** Éste dato fue verificado por un tercero para más información referirse a la página 238 de éste informe

Los objetivos que Grupo Elektra estableció para 2019 en materia de disminución de costos y para continuar con el aumento de ahorros en la gestión de los recursos hídricos, continuarán vigentes en 2020, a excepción de la realización del monitoreo del consumo de agua a través del SIGEN, pues es una actividad que, posterior a la evaluación, quedó descartada. El Grupo se enfocará en la sustitución de mobiliario sanitario convencional por ahorrador en Corporativos y Geografía; la evaluación del establecimiento de más plantas de tratamiento de aguas residuales y sistemas de captación de agua pluvial; así como en la mejora de la comunicación entre áreas para recopilar los datos del consumo de agua.



Materiales

GRI 301: 103-1, 103-2, 103-3
301-1

Derivado de la naturaleza del negocio, los materiales utilizados por Grupo Elektra para la operación son en su mayoría piezas de iluminación, de aire acondicionado y material de empaque:

6,728 piezas de luminarias, 596 piezas de aire acondicionado y 5,094,562 piezas de material de empaque adquiridas por Grupo Elektra en 2019

Las variaciones en los materiales adquiridos se deben a la expansión del negocio y a la contabilización de materiales de embalaje tanto para Tiendas Elektra como para Italika.

En Banco Azteca se ha implementado un proyecto paperless para reducir el consumo y uso de papel en sucursales bancarias y operaciones internas –más de 250 operaciones–, además de programas sociales –becas y tarjetas de Bienestar–, con ahorros estimados en más de MXN\$360 millones anuales, evitando el uso de más de 3,129 toneladas de papel.

De cumplirse el ahorro de 3,129 toneladas de papel, se evitaría usar más de 21 GWh de electricidad y la emisión de más de 11,700 toneladas de CO₂ a la atmósfera.



Residuos

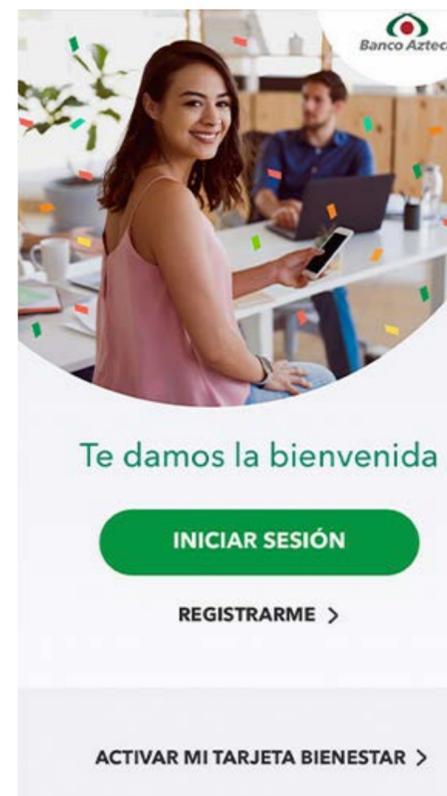
GRI 306, 307: 103-1, 103-2, 103-3; GRI 308: 103-2
301-2, 306-2, 306-4

De conformidad con la normatividad aplicable⁴⁷, la Política de Recolección de Residuos Sólidos y 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.

El monitoreo de los residuos generados continuó realizándose con base en los datos provistos por el personal de mantenimiento y los proveedores que prestan el servicio de recolección. Para estos últimos, preferentemente, deben generar cadenas de valor y ser social y ambientalmente responsables; 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, además, continúa impulsando las acciones de gestión de residuos, para maximizar su valor y mitigar las descargas a tiraderos. Por ello, continuó realizando campañas de comunicación sobre manejo de residuos al interior de las empresas, con la finalidad de separar aún más los residuos y poder reciclar la mayor cantidad posible de materiales. En 2019, del Corporativo Las Torres –Torres Esmeralda– que comparten Tiendas Elektra y Banco Azteca se recuperaron 14 toneladas de reciclables, mientras que, de los Centros de Distribución –centrales para la operación de comercio y banco– se recuperaron 7 toneladas de reciclables.

Adicionalmente, se retiraron los botes individuales de oficinas para evitar mezclas de basura y mitigar el riesgo de ser acreedor a sanciones por incumplimiento de la normativa.



⁴⁷ Para mayor información, consulte la página 220 del apartado "Anexos del presente Informe".

Iniciativas internas

301-2

A estas acciones se suman las iniciativas desarrolladas por otras áreas de Grupo Salinas, como son:

- Proyecto para el ahorro de 93,000 vasos de cartón al sustituirlos por ecológicos, evitando el uso de 46 toneladas de papel y 147 toneladas de madera.
- Socio Verde Recicla, a través del cual se lograron reciclar 327 kg de PET, 391 kg de tapas de botellas –polipropileno–, 13.2 kg de latas de aluminio y 1,287.5 kg de electrónicos.
- Se dejaron de utilizar 200,000 bolsas de plástico en comedores corporativos.
- Participación social ‘Cero Residuos’, que consistió en la recepción de 386 propuestas de colaboradores para reducir los residuos y el impacto ambiental. Las propuestas se condensaron en nueve rubros y se han implementado acciones para siete de ellos: rechazo de plásticos, descuentos por reúso de vasos, paperless en sucursales, retirar basureros individuales, separación de residuos, transporte gratuito para socios, retiro de bolsas de plástico.
- El retiro de 450 impresoras, logrando recuperar 1,033 kg de metales ferrosos, 1,437 kg de corrugado, 270 kg de tóner, 1,617 kg de plásticos y 135 kg de metales no ferrosos; acción que además evitó la emisión de 8.4 tCO₂e y el uso de 7,820 litros de gasolina.

48 6,016 toneladas de estos residuos fueron enviadas a re-llenos sanitarios certificados: 2,277 por parte de Tiendas Elektra; 3,329 por parte de Banco Azteca y 410 por parte de Italika. Banco Azteca generó 6 toneladas de residuos peligrosos, mientras que Italika generó 5 toneladas de este tipo de desechos, cantidades que fueron entregadas a los proveedores acreditados para su gestión.

* Éste dato fue verificado por un tercero para más información referirse a la página 238 de éste informe.

306-2

14,934 toneladas de residuos generados y gestionados⁴⁸ por Grupo Elektra en 2019

El enfoque principal de Grupo Elektra para alcanzar las metas previstas será robustecer los esfuerzos en la separación de residuos desde el origen, con el fin de incrementar la recuperación de reciclables. Para lograrlo, el Grupo realizará campañas de concientización y llevará a cabo el monitoreo de las actividades de reciclaje de Ensamblika y en Corporativos.

301-3

Unidad de negocio	Meta prevista en la generación máxima para 2019	Resultado 2019	Meta 2020
Tiendas Elektra	2,520 toneladas, considerando la generación de 1,000 toneladas anuales en Corporativos y 1,500 toneladas en Geografía, así como un aumento del 10% en residuos reciclables.	2,306 toneladas de residuos generados y gestionados por Tiendas Elektra; 2,277 de ellas correspondientes a residuos sólidos urbanos; 3 a residuos de manejo especial; 26 enviadas a reciclaje. Tiendas Elektra superó la meta en 8.5% al cierre del año.	2,600 toneladas, estimando un aumento del 3.5% en Geografía, comparado con 2019, debido al crecimiento en el número de tiendas, y un 10% de incremento en la recuperación de residuos reciclables. Tiendas Elektra se ha propuesto realizar un censo de residuos a nivel nacional para determinar la viabilidad de la implementación de una logística de recolección de residuos para Geografía.
Italika	9,100 toneladas, considerando un aumento del 40% en residuos reciclables con respecto al año anterior, debido a la puesta en funcionamiento de una nueva línea de ensamblaje. Los residuos reciclables y de manejo especial de Italika corresponden al 96% del total de los residuos generados por la empresa.	9,279 toneladas de residuos generados y gestionados por Italika; 410 de ellas correspondientes a residuos sólidos urbanos; 1,525 a residuos de manejo especial; 7,339 enviadas a reciclaje. Italika sobrepasó la meta prevista para la generación de residuos en 2%.	10,000 toneladas de residuos, considerando un aumento del 10% de éstos por concepto del incremento en el número de agencias. Aumentar el volumen de residuos reciclables de acuerdo con el aumento proporcional de ensamblaje de motocicletas en Ensamblika (767,893 motos ensambladas en 2019).
Banco Azteca	3,000 toneladas, considerando que en Geografía se genera el 96% de los residuos.	3,349* toneladas de residuos generados y gestionados por Banco Azteca; 3,329 de ellas correspondientes a residuos sólidos urbanos; 1 a residuos de manejo especial; 13 enviadas a reciclaje. Banco Azteca superó la generación de residuos al cierre del año en 11%,* derivado de la expansión del negocio y, por ende, del incremento en el número de colaboradores.	3,200* toneladas, considerando un aumento del 2% en el número de colaboradores, debido a la apertura de cerca de 40 sucursales nuevas. Banco Azteca robustecerá su proyecto paperless en las sucursales, con el cual se esperarían ahorros anuales adicionales de más de 620 toneladas de papel bond y térmico en las operaciones.

Acerca de este informe

102-1, 102-5, 102-50

Para Grupo Elektra, S.A.B. de C.V. es muy grato presentar la 8ª edición de su Informe de Sustentabilidad, la cual expresa los resultados del desempeño económico, social y ambiental de sus operaciones durante el periodo comprendido entre el 1º de enero y el 31 de diciembre de 2019.

102-54

Este Informe ha sido elaborado de conformidad con los Estándares GRI: opción Esencial, además de cumplir con el 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 y, cuando es posible, en Guatemala, Honduras, Panamá y Perú. En cuanto a los datos ambientales, únicamente se consideran las operaciones en México –para obtener mayor detalle sobre la cobertura de la información ambiental, consulte la página 221 de los Anexos de este Informe–.

102-10

Entre los principales cambios que tuvieron lugar durante el periodo de reporte se encuentran la venta de la totalidad de las acciones de Banco Azteca El Salvador por parte de Grupo Elektra, por lo que para este Informe ya no reporta información referente a su operación.

Asimismo, Advance America cambió su denominación a Purpose Financial, aunado a que se integra a esta última como una marca.

De conformidad con el compromiso de Grupo Elektra con la evolución y su participación en diversas evaluaciones, para este Informe decidió enfatizar en la presentación de información ambiental, social y de gobierno corporativo –ESG, por sus siglas en inglés– de Banco Azteca, razón por la que se muestra información detallada sobre esta unidad negocio. Grupo Elektra tiene previsto reportar de manera homologada este tipo de información para Tiendas Elektra e Italika en el mediano plazo.

A la fecha de publicación del presente Informe, México atraviesa por una crisis sanitaria que ha afectado la estabilidad a nivel global, por lo que existen temas en los que no es posible estandarizar la profundidad o cobertura de la información, mientras que, en otros se prevé que las metas y objetivos no serán alcanzados de manera satisfactoria; para mayor detalle, por favor consulte las páginas 35 y 75 del Informe Anual de Grupo Elektra, disponible en: <http://www.grupoelektra.com.mx/Documents/ES/Downloads/Grupo-Elektra-Informe-Anual-2019.pdf>.

Los montos contenidos en este Informe se encuentran expresados en pesos mexicanos (MXN/MN), salvo que se especifique el uso de otra divisa.

102-48, 102-49

Las cifras financieras reportadas en el presente Informe para 2018 difieren de las publicadas en el Informe del año anterior, debido a cambios internos.

102-56

Derivado del compromiso corporativo de Grupo Elektra con la rendición de cuentas y la transparencia, y con base en los preceptos del Programa de Ética, Integridad y Cumplimiento (PEIC), por primera vez el Informe de Sustentabilidad se encuentra en proceso de verificación externa de los datos correspondientes a Banco Azteca, el cual es realizado por Valora Sostenibilidad e Innovación, S.A. de C.V.

Principios para la elaboración del Informe

La importancia del Informe de Sustentabilidad 2019 de Grupo Elektra radica en que es una herramienta 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) como se explica a continuación:

Contexto de sostenibilidad

Grupo Elektra manifiesta la aportación al cumplimiento de su propósito por generar prosperidad incluyente a través de la creación de valor económico, social y ambiental. Es así como en 2019 y como resultado de la adhesión de Grupo Salinas al Pacto Mundial de las Naciones Unidas en el ejercicio previo, Grupo Elektra ratificó su compromiso con la Agenda 2030, al vincular los aspectos materiales de las tres empresas que lo conforman a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) e identificar las metas específicas a las cuales contribuyen sus acciones.

Materialidad

El objetivo de Grupo Elektra es generar valor económico, social y ambiental; para lograrlo, el entendimiento de los impactos de sus operaciones y el enfoque en los temas de mayor relevancia son cruciales. Por ello, en 2019 nuevamente llevó a cabo un estudio de materialidad, a fin de validar los aspectos materiales y, de esta manera, aprovechar las áreas de oportunidad en cuanto al fortalecimiento de los procesos de gestión de los temas clave y de la estrategia de sustentabilidad en cada una de las empresas que lo conforman.

Participación de los grupos de interés

Una vez más, la participación de los grupos de interés fue un factor clave en torno a la mejora continua de Grupo Elektra, pues con la finalidad de validar los aspectos materiales, se llevó a cabo un diálogo con proveedores y colaboradores. Así, para la conformación del presente Informe, se consideraron las opiniones proporcionadas por éstos y otros *stakeholders* con respecto a la información que estiman más relevante, tanto para su comunicación como para el fortalecimiento de la estrategia de sustentabilidad del Grupo.

Exhaustividad

Los resultados del desempeño económico, social, ambiental y de gobierno corporativo de Grupo Elektra y sus empresas son presentados de manera exhaustiva, de tal manera que es posible identificar los impactos significativos en los aspectos materiales y su cobertura, así como denotar la evolución de los temas clave al comparar la información con los datos reportados en ejercicios anteriores.

Anexos

Creación de valor sustentable

Materialidad

Diálogo con grupos de interés

Los temas relevantes derivados del análisis de los factores de riesgo a los que se encuentran sujetas las empresas que conforman Grupo Elektra fueron presentados a dos de sus grupos de interés –colaboradores y proveedores–, a través de un diálogo basado en encuestas en línea, con el objetivo de validar los aspectos materiales a gestionar durante el periodo 2019-2020.

La muestra estuvo conformada por:

- 368 colaboradores
- 215 proveedores

La encuesta estuvo comprendida por tres secciones:

- Preguntas que posibilitaron el conocimiento de la opinión de los grupos de interés, así como el contexto en el que se desarrolla su relación con Grupo Elektra en términos cualitativos.
- Preguntas que permitieron la evaluación cuantitativa de los temas relevantes del estudio de materialidad 2019.
- Una pregunta para la priorización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

102-44

Los resultados del diálogo con los grupos de interés fueron los siguientes:

Colaboradores

26% de los colaboradores encuestados considera que la igualdad de oportunidades en términos de crecimiento y compensaciones es un tema prioritario para Grupo Elektra, pues al existir un ambiente de equidad, se fomenta la competencia sana y se genera un mayor compromiso de los colaboradores con las Empresas que lo conforman, impactando en la mayor productividad de los equipos de trabajo y el consecuente logro de los objetivos de negocio.

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

71% de las menciones fue para capacitación y reforzamiento del conocimiento de los productos y servicios a ofrecer al cliente, pues consideran que contar con información referente a los manuales y procedimientos de cada producto y servicio es relevante para la mejora continua de las técnicas de venta y, de esta manera, ofrecer la mejor experiencia al cliente.

Temas de mayor relevancia	Dimensión	Temas de menor relevancia
<ul style="list-style-type: none"> • Ética e integridad • Corrupción, soborno y transparencia • Prevención del lavado de dinero / fraudes • Desarrollo de productos y servicios / responsabilidad sobre productos • Gestión de relaciones con clientes 	Económica	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno corporativo • Temas financieros
<ul style="list-style-type: none"> • Políticas ambientales / sistema de gestión ambiental • Gestión de los recursos hídricos • Biodiversidad • Cambio climático y otras emisiones atmosféricas • Gestión de residuos 	Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Materiales • Ecoeficiencia energética
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de capital humano • Diversidad e igualdad de oportunidades • Derechos humanos • Inclusión financiera 	Social	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de temas sociales • Atracción y retención de talento • Salud y seguridad ocupacional • Impacto social • Estándares con proveedores

Proveedores

74% de los proveedores encuestados aseguran que sus empresas cuentan con programas o acciones que, además de garantizar el cumplimiento normativo, abordan diversos temas de sustentabilidad, tales como protección del medio ambiente, prácticas laborales, derechos humanos, apoyo a la sociedad, anticorrupción, comercio justo y libre competencia.

65% de los proveedores participantes consideran que Grupo Elektra ha influido en que sus empresas adopten este tipo de programas.

Temas de mayor relevancia	Dimensión	Temas de menor relevancia
<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de la RSC • Ética e integridad • Corrupción, soborno y transparencia • Prevención del lavado de dinero / fraudes • Desarrollo de productos y servicios / responsabilidad sobre productos • Gestión de relaciones con clientes 	Económica	<ul style="list-style-type: none"> • Gobierno corporativo • Temas financieros • Operaciones
<ul style="list-style-type: none"> • Políticas ambientales / sistema de gestión ambiental • Gestión de los recursos hídricos • Biodiversidad • Cambio climático y otras emisiones atmosféricas • Gestión de residuos 	Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Materiales • Ecoeficiencia energética
<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de capital humano • Diversidad e igualdad de oportunidades • Salud y seguridad ocupacional • Derechos humanos • Estándares con proveedores 	Social	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión de temas sociales • Atracción y retención de talento • Impacto social • Inclusión financiera

Correlación de aspectos materiales y Estándares GRI

102-47

Una vez obtenidos los aspectos materiales de Grupo Elektra para el periodo 2019-2020, se llevó a cabo la revisión y traducción a los estándares temáticos establecidos por los Estándares GRI como se muestra a continuación:

Aspectos materiales	Estándares temáticos (GRI Standards)
Gestión de la RSC	GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización GRI 203: Impactos económicos indirectos
Impacto social	GRI 413: Comunidades locales
Inclusión financiera	
Gobierno corporativo	GRI 102: Contenidos Generales > Gobernanza
Gestión de riesgos	GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización GRI 102: Contenidos Generales > Estrategia
Ciberseguridad	GRI 102: Contenidos Generales > Gobernanza
Prevención del lavado de dinero / fraudes	
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
Temas financieros	GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización GRI 201: Desempeño económico GRI 207: Impuestos
Desarrollo de productos y servicios / responsabilidad sobre productos	GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización GRI 416: Salud y seguridad de los clientes GRI 417: Marketing y etiquetado
Gestión de relaciones con clientes	GRI 418: Privacidad del cliente
Gestión de la marca	
Operaciones	GRI 419: Cumplimiento socioeconómico

Aspectos materiales	Estándares temáticos (GRI Standards)
Políticas ambientales / sistema de gestión medioambiental	GRI 301: Materiales GRI 302: Energía
Materiales	GRI 303: Agua y efluentes
Ecoeficiencia energética	GRI 304: Biodiversidad
Gestión de los recursos hídricos	GRI 305: Emisiones
Biodiversidad	GRI 306: Efluentes y residuos
Cambio climático y otras emisiones atmosféricas	GRI 307: Cumplimiento ambiental
Gestión de residuos	
Atracción y retención de talento	GRI 102: Contenidos Generales > Perfil de la organización
Gestión de temas sociales	GRI 401: Empleo
Salud y seguridad ocupacional	GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo
Desarrollo de capital humano	GRI 404: Formación y enseñanza
Diversidad e igualdad de oportunidades	GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades GRI 406: No discriminación
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

Aspectos materiales por Empresa

Aspectos materiales	Tiendas Elektra	Italika	Banco Azteca
Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)	●	●	●
Gobierno corporativo	●	●	●
Gestión de riesgos	●		●
Ciberseguridad	●	●	●
Ética e integridad	●		●
Corrupción, soborno y transparencia	●	●	●
Prevención del lavado de dinero / fraudes			●
Gestión de la marca	●	●	●
Temas financieros	●	●	●
Operaciones	●	●	●
Desarrollo de productos y servicios / responsabilidad sobre productos	●	●	●
Gestión de relaciones con clientes	●	●	●
Políticas ambientales / sistema de gestión medioambiental	●	●	●
Materiales	●	●	●
Ecoeficiencia energética	●	●	●
Gestión de los recursos hídricos	●		
Biodiversidad		●	●
Cambio climático y otras emisiones atmosféricas	●	●	●
Gestión de residuos	●	●	●
Gestión de temas sociales		●	
Atracción y retención de talento	●		●
Desarrollo de capital humano	●	●	●
Diversidad e igualdad de oportunidades	●	●	●
Salud y seguridad ocupacional	●	●	
Derechos humanos	●	●	●
Impacto social	●	●	●
Inclusión financiera			●
Estándares con proveedores	●	●	●

Priorización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible

Como parte del diálogo con colaboradores y proveedores realizado en 2019, los grupos de interés participaron en la priorización de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU, de conformidad con la relevancia para su unidad de negocio y/o empresa a la que pertenecen. Los resultados para Grupo Elektra fueron los siguientes:



Nota. Los porcentajes mostrados representan la frecuencia de las menciones.

Vinculación de Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y aspectos materiales

Aspectos materiales	ODS	Metas específicas de los ODS	Metas 2020 Grupo Elektra	Avance al cierre de 2019
Gestión de la RSC Impacto social Inclusión financiera		3.5 Fortalecer la prevención y el tratamiento del abuso de sustancias adictivas, incluido el uso indebido de estupefacientes y el consumo nocivo de alcohol.	Continuar promoviendo el programa "Vive sin drogas". Realizar al menos 20 eventos de "Vive sin drogas".	Se continuó promoviendo el programa "Vive sin drogas"; se llevaron a cabo 26 eventos en México.
		3.6 Para 2020, reducir a la mitad el número de muertes y lesiones causadas por accidentes de tráfico en el mundo.	Reducir el número de accidentes de los colaboradores de Banco Azteca en un 20% en relación con 2019. Realizar la segunda vuelta de la certificación al 100% de los Líderes de Cartera en México.	13% de reducción en el número de accidentes en todas las categorías de Banco Azteca en relación con 2018. Se realizó la primera vuelta de la certificación en seguridad vial; 1,353 colaboradores de Banco Azteca certificados a nivel nacional.
		4.7 Garantizar que todos los estudiantes adquieran los conocimientos teóricos y prácticos necesarios para promover el desarrollo sostenible, en particular mediante la educación para el desarrollo sostenible y la adopción de estilos de vida sostenibles, los derechos humanos, la igualdad entre los géneros, la promoción de una cultura de paz y no violencia, la ciudadanía mundial y la valoración de la diversidad cultural y de la contribución de la cultura al desarrollo sostenible, entre otros medios.	Impartir educación financiera a niños y jóvenes a través del programa "Aprende y Crece". Mantener al menos 14 millones de beneficiarios del programa "Aprende y Crece".	Se impartió educación financiera a niños y jóvenes a través del programa "Aprende y Crece". Se superó la meta prevista para 2019 referente a mantener 11 millones de beneficiarios del programa, alcanzando 14.8 millones.
		5.a Empezar reformas que otorguen a la mujer el derecho en condiciones de igualdad a los recursos económicos, así como el acceso a la propiedad y al control de la tierra y otros bienes, los servicios financieros, la herencia y los recursos naturales, de conformidad con las leyes nacionales.	Impulsar la inclusión financiera y contribuir al progreso de las mujeres.	Se impulsó la inclusión financiera y se contribuyó al progreso de las mujeres a través de "Aprende y Crece" y de productos específicos, como los ofrecidos por Banco Azteca a través de Micronegocio Azteca.
		5.c Adoptar y fortalecer políticas acertadas y leyes aplicables para promover la igualdad de género y el empoderamiento de todas las mujeres y las niñas a todos los niveles.	Llevar a cabo dos cursos al año dirigidos a colaboradores de corporativo sobre equidad de género y el empoderamiento de la mujer. Impartir, a través de "Aprende y Crece", al menos un curso o taller de educación financiera y negocios dirigido a mujeres. Llevar a cabo al menos 10 proyectos a nivel nacional sobre equidad de género. (Kybernus)	Se impartió un curso en línea dirigido a todos los colaboradores, denominado "Medidas para evitar la discriminación". Se impartieron 16 talleres presenciales de Educación Financiera y Negocios dirigidos a mujeres. En 2019, a través de los colectivos Kybernus, se impulsaron 57 iniciativas para la erradicación de la violencia de género y la igualdad sustantiva de género en el ámbito público y privado.
		8.1 Mantener el crecimiento económico per cápita de conformidad con las circunstancias nacionales y, en particular, un crecimiento del producto interno bruto de al menos el 7% anual en los países menos adelantados*.	Mantener el porcentaje de variación del salario promedio de los colaboradores de Banco Azteca en México vs el salario mínimo por encima del 200%*.	Los tutores impartieron 74,202 horas de capacitación a los becarios del programa Jóvenes Construyendo el Futuro.
		8.6 Reducir la proporción de jóvenes que no están empleados y no cursan estudios ni reciben capacitación.	Impartir 180 horas de capacitación a cada beneficiario del programa Jóvenes Construyendo el Futuro.	Banco Azteca contribuye al desarrollo económico de México al atender a cerca de 15.5 millones de clientes.
		8.10 Fortalecer la capacidad de las instituciones financieras nacionales para alentar y ampliar el acceso a los servicios bancarios, financieros y de seguros para todos. 8.b Para 2020, desarrollar y poner en marcha una estrategia mundial para el empleo de los jóvenes y aplicar el Pacto Mundial para el Empleo de la Organización Internacional del Trabajo.	Fomentar la inclusión financiera facilitando el acceso a servicios financieros a millones de familias mexicanas. Beneficiar a 1,200 personas con el programa Jóvenes Construyendo el Futuro.	1,200 beneficiarios del programa Jóvenes Construyendo el Futuro.
		17.16 Mejorar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible, complementada por alianzas entre múltiples interesados que movilicen e intercambien conocimientos, especialización, tecnología y recursos financieros, a fin de apoyar el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en todos los países, particularmente los países en desarrollo.	Dar seguimiento a las metas establecidas para cada aspecto material de Banco Azteca en vinculación con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.	
		17.19 Aprovechar las iniciativas existentes para elaborar indicadores que permitan medir los progresos en materia de desarrollo sostenible y complemente el producto interno bruto, y apoyar la creación de capacidad estadística en los países en desarrollo.	Llevar a cabo un estudio de riesgos ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG, por sus siglas en inglés).	En 2019 se dio inicio al estudio de impacto ESG de Banco Azteca.

Aspectos materiales	ODS	Metas específicas de los ODS	Metas 2020 Grupo Elektra	Avance al cierre de 2019
Gestión de riesgos		16.4 De aquí a 2030, reducir significativamente las corrientes financieras y de armas ilícitas, fortalecer la recuperación y devolución de los archivos robados y luchar contra todas las formas de delincuencia organizada.	Capacitar al 100% de los colaboradores de Banco Azteca en gestión de riesgos.	Se impartió capacitación al 88% de los colaboradores** de Banco Azteca en gestión de riesgos.
Ciberseguridad			Capacitar al 100% de los colaboradores de Banco Azteca con acceso a información privilegiada en el tema de ciberseguridad.	Se impartió capacitación al 91% de los colaboradores** de Banco Azteca con acceso a información privilegiada en el tema de ciberseguridad.
Prevención del lavado de dinero / fraudes			Mantener la capacitación en Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento al Terrorismo al 100% de la plantilla de Banco Azteca.	Se impartió capacitación en Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento al Terrorismo al 96% de la plantilla** de Banco Azteca.

Notas:

* Derivado de la crisis sanitaria que ha afectado la estabilidad a nivel global, existen temas en los que se prevé que las metas y objetivos no serán alcanzados de manera satisfactoria. Para mayor información, por favor consulte las páginas 35 y 75 del Informe Anual de Grupo Elektra, disponible en: <http://www.grupo-elektra.com.mx/Documents/ES/Downloads/Grupo-Elektra-Informe-Anual-2019.pdf>.

** Para lo cual se consideran las variaciones en el Head Count a lo largo del año; corresponde a datos de Banco Azteca México.

Valor económico

Prosperidad que genera confianza

Banco Azteca

Ingresos totales

Banco Azteca México Ingresos totales (cifras en millones de pesos)	2016	2017	2018	2019
Ingresos por intereses	32,924	39,378	46,841	53,726
Comisiones cobradas	1,599	1,873	1,633	2,063
Resultado por intermediación	814	1,643	1,883	1,866
Otros ingresos neto	528	410	95	0
Total	35,864	43,304	50,451	57,654
Utilidad de la operación	2,409	3,432	4,032	2,736
Gasto de Administración y Promoción	(26,621)	(30,784)	(35,198)	(41,081)

Nota. La utilidad operativa mostrada en esta tabla incluye el efecto de la Utilidad o Pérdida en Participación Subsidiaria. Este monto disminuye después de la utilidad operativa.
* Considera las actividades económicas que forman parte de la clasificación efectuada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía.

Principios Fiscales

GRI 207: 103-1, 103-2, 103-3
207-1, 207-2, 207-3

Para Banco Azteca, la metodología de cálculo de impuestos representa, más que una estrategia, el cumplimiento de las disposiciones de Ley de las autoridades fiscales basado en tres enfoques principales:



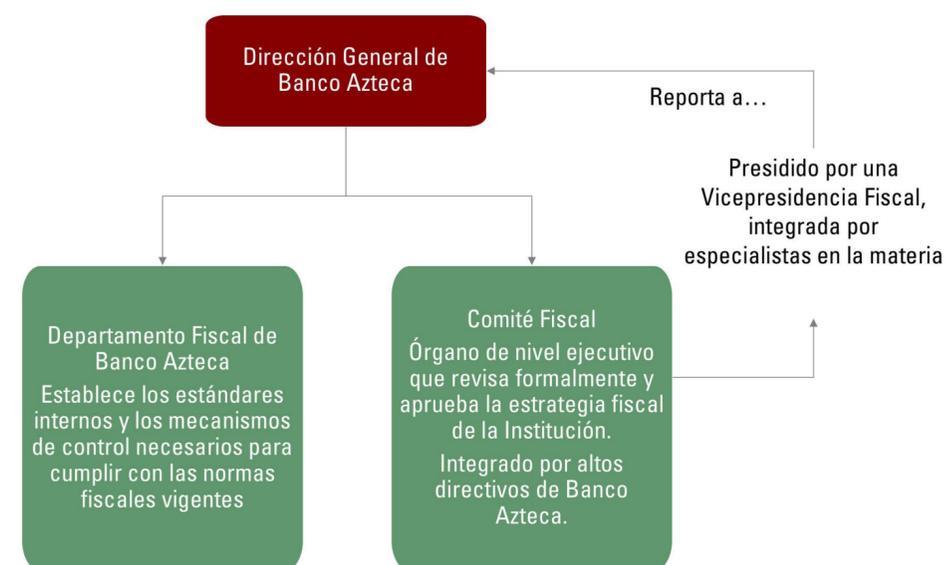
Así entonces, la determinación y presentación de las obligaciones fiscales de Banco Azteca están basadas en los principios de **transparencia, integridad y prudencia**, por lo que la Institución está comprometida con el cumplimiento de las siguientes normas básicas:

- Las decisiones fiscales de Banco Azteca están vinculadas al pago de impuestos en el país y en todas las jurisdicciones donde se dedica a actividades económicas y comerciales.
- Emplea estructuras con suficiente sustancia económica, alineando su pago de impuestos con prácticas comerciales efectivas y generando valor.
- Realiza interpretaciones justas de la normativa fiscal y de las disposiciones de los tratados de doble imposición.
- Ha establecido una política de precios de transferencia para todas sus transacciones con partes relacionadas, ya sean personas o corporaciones. En ella prioriza los principios de libre competencia, creación de valor y la asunción de riesgos y beneficios. En este contexto, las transacciones realizadas entre las empresas del grupo económico cumplen con la regla de precios de transferencia, de seguir las condiciones de precios de mercado abierto –principio de plena competencia–. Además, se compromete a no transferir el valor generado a jurisdicciones de bajos impuestos, ni a utilizar estructuras fiscales con el propósito de evadir impuestos.
- La economía digital ha transformado las relaciones económicas y la voluntad de continuar haciéndolo, alterando la estructura misma de productividad, crecimiento y creación de valor; impactando a nivel nacional e internacional. Los sistemas tributarios evolucionan y Banco Azteca está tomando medidas activas para adaptarse

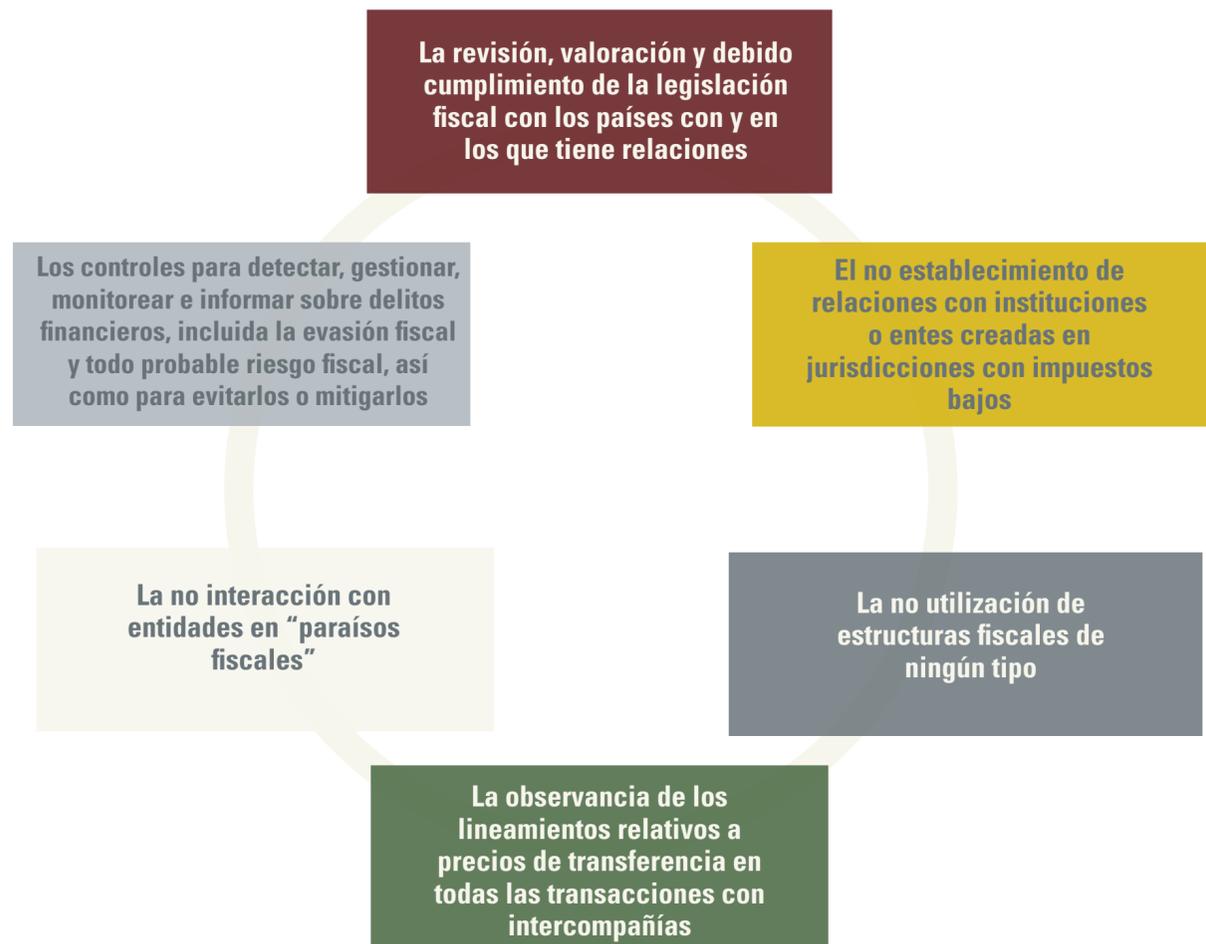
a este nuevo entorno y, para hacer frente a los desafíos de la economía digital en materia fiscal, incorporando su presencia virtual en todos los ámbitos y en sus evaluaciones de generación de valor.

- Se esfuerza por establecer relaciones de cooperación recíproca con todas las autoridades fiscales con las que trabaja, como consecuencia de sus actividades de negocio. Estas relaciones se basan en los principios de transparencia, confianza mutua, buena fe y equidad.
- Para Banco Azteca, el pago de impuestos, de conformidad con la normativa aplicable, es una parte importante de su contribución a la economía y bienestar, tanto nacional como de todas las jurisdicciones en las que opera, ya que contribuye a que los recursos recaudados por la autoridad se aprovechen en los diferentes gastos e inversiones del Gobierno Federal, en búsqueda de un Desarrollo Sustentable.
- Al diseñar y desarrollar productos financieros, Banco Azteca toma en cuenta sus implicaciones fiscales para sus clientes y les da información relevante, de manera clara, transparente y responsable, para ayudarlos a cumplir con sus obligaciones tributarias.

Gobernanza



La correcta gestión de los asuntos fiscales es parte fundamental de la cultura y las prácticas comerciales de Banco Azteca; para ello, la Institución ha desarrollado estrictas políticas y procedimientos que abordan diversos temas, entre los que se encuentran:



Así, para evitar incumplimientos, la Dirección Fiscal es la encargada de dar a conocer la normativa, las políticas y los procedimientos entre todas las áreas estratégicas y operativas, a través de opiniones técnicas, estudios fiscales, notas técnicas e instrucciones normativas, incentivando el compromiso de sus colaboradores.

Para evaluar los procesos de gestión de la estrategia fiscal y el funcionamiento del órgano de supervisión de la misma, de forma mensual se ejecuta un análisis. En él se compara el avance y se supervisa de conformidad con el Plan Anual establecido por el Comité Fiscal, de acuerdo con las proyecciones anuales, encaminado a cumplir con los resultados esperados.

Por su parte, el área de Auditoría Interna, dentro de su ámbito de competencia, recaba toda la información y casos en materia fiscal, e identifica aquellos que comprometan la ética e integridad de la organización, para su debida atención y desahogo. Aunado a esta verificación, los resultados de la estrategia fiscal son auditados por un despacho externo; su procedimiento se basa en la emisión de su opinión de conformidad con las Normas Internacionales de Auditoría (NIA), emitidas por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos y las cuales debe cumplir

en la revisión de Estados Financieros y del Código de Ética. En adición a las NIA, el auditor externo debe aplicar los artículos 32A del Código Fiscal de la Federación y 58, fracciones I, IV y V de su reglamento.

Uno de los canales a través de los cuales Banco Azteca se relaciona con las autoridades fiscales es la Asociación de Bancos de México (ABM), de cuyo Comité Fiscal es miembro. Una de las principales funciones de este Comité es establecer los medios de comunicación con las autoridades fiscales para la aclaración criterios, estímulos y mecanismos relacionados con las Instituciones de Crédito.

207-4

Banco Azteca es una Institución Financiera con presencia en la República Mexicana y no cuenta con entidades o representaciones en otros países que consoliden su información financiera y fiscal. A continuación, se presentan los resultados de la gestión en México:

Banco Azteca, S.A. Institución de Banca Múltiple Reporte sobre información comercial, financiera y fiscal

(cifras en millones de pesos)

Concepto	2018	2019
Ingresos totales	51,068	57,770
Ingresos por intereses	46,841	53,726
Comisiones y tarifas cobradas	1,633	2,063
Resultado por intermediación	1,883	1,866
Otros ingresos	100	115
Tasa impositiva declarada (estado de resultados) y la tasa impositiva en efectivo (estado de flujo de caja)	30%	30%
Utilidad operativa	3,962	2,728
Impuestos reportados	484	1,109
Ajustes acumulables (reporte de ajuste anual por inflación en el ISR)	406	299
Tasa de impuesto efectiva (en %)	27%	26%
Impuestos en efectivo pagados	484	1,109

Gestión de riesgos

Estabilidad financiera y riesgo sistémico

Banco Azteca cumple con las Disposiciones de Carácter General Aplicables a las Instituciones de Crédito de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), disponibles en la página: <https://www.cnbv.gob.mx/Normatividad/Disposiciones%20de%20car%C3%A1cter%20general%20aplicables%20a%20las%20instituciones%20de%20cr%C3%A9dito.pdf>, por lo que puede consultar los resultados del balance general consolidado correspondiente a 2019 en las páginas: <http://www.grupoelektra.com.mx/es/banco-azteca-financieros> y http://www.grupoelektra.com.mx/News/Reporte.aspx?idPdf=3021&tp_doc=2&sit=IREKT.

De acuerdo con información de la CNBV, en México existen siete instituciones de banca múltiple de importancia sistémica local, clasificadas en cuatro grados. Banco Azteca no se encuentra dentro de este grupo, no obstante, por temas regulatorios, la Institución cumple con los cálculos establecidos que se alinean a los requerimientos mínimos de Basilea. Para mayor información, consulte el comunicado ubicado en la página: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/350032/Comunicado_de_Prensa_047_Instituciones_de_importancia_sist_mica_dic_17.pdf.

Razón de Apalancamiento

En aras de procurar la estabilidad financiera del sistema bancario en su conjunto, así como dar cumplimiento a los acuerdos del Comité de Supervisión Bancaria de Basilea, la Comisión Nacional Bancaria y de Valores, a través de las Disposiciones de Carácter General aplicables a las Instituciones de Crédito, estableció la metodología para calcular la razón de apalancamiento de las instituciones de crédito y la obligación de revelarla. Con fundamento al Artículo 2 Bis 120, de estas Disposiciones, Banco Azteca difunde al público en general a través de su página electrónica en Internet (<http://www.grupoelektra.com.mx/es/banco-azteca-financieros>), la información relativa a su Razón de Apalancamiento.

La Razón de Apalancamiento de Banco Azteca, S.A. al cierre de diciembre de 2018 y 2019 fue:

Componentes del índice de apalancamiento	2018*	2019*
Activos Ajustados (millones de pesos)	164,307	202,728
Capital Básico (millones de pesos)	19,735	21,371
Razón de apalancamiento**	12.01%	10.54%

* Las fuentes de información son:

- Para 2018:
 - www.grupoelektra.com.mx/Documents/ES/Apalancamiento/Formato%20Razón%20de%20Apalancamiento_Dic18.pdf
 - www.grupoelektra.com.mx/News/Reporte.aspx?idPdf=2899&tp_doc=2&sit=IREKT
- Para 2019:
 - http://www.grupoelektra.com.mx/Documents/ES/Apalancamiento/Formato%20Razón%20de%20Apalancamiento_Dic19.pdf
 - www.grupoelektra.com.mx/News/Reporte.aspx?idPdf=3025&tp_doc=2&sit=IREKT

** La razón de apalancamiento se define como el cociente del Capital Básico entre los Activos Ajustados.

Plan de Continuidad de Negocio

Gestión de riesgos: 103-1, 103-2, 103-3
FS2

El Plan de Continuidad de Negocio tiene el objetivo de garantizar la persistencia de las operaciones cuando se presenta la materialización de algún riesgo. Es una guía estratégica para que la operación del negocio tenga continuidad ante una situación de contingencia, provocada por un evento que interrumpa los procesos críticos de Banco Azteca debido a condiciones adversas o amenazas. Las cuatro directrices principales que orientan este Plan de Continuidad de Negocio son:

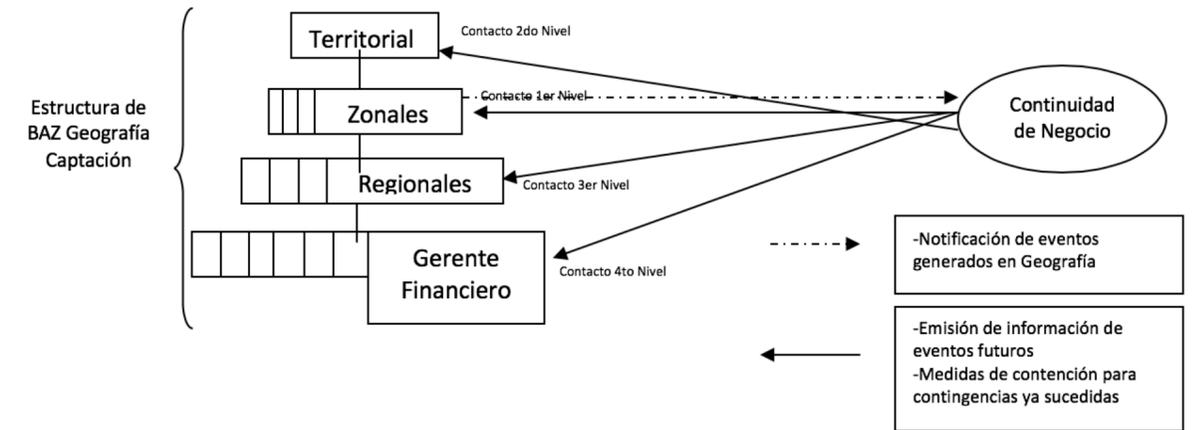


Colaboradores	Inmuebles	Sistemas	Clientes
Comprende las medidas orientadas a brindar ayuda económica a los colaboradores que resulten damnificados por la ocurrencia de algún evento natural o climático. En caso de que su domicilio sufra daños, existe un proceso que coordina Fundación Azteca, el cual consiste en administrar un fondo de donativos realizados por los colaboradores. Aunado a ello, se busca agilizar apoyos inmediatos, como atención médica o traslados a través de áreas especializadas.	Implica la solicitud a las áreas de Protección Civil, Inmuebles y Mantenimiento, la evaluación de los daños que sufra la estructura en caso de alguna eventualidad física que genere la interrupción de la operación. Esto es con el objetivo de determinar la manera en que se reactivará la operación en el corto y mediano plazo, pudiendo trasladarla a otra sede, reparar el inmueble afectado o cerrarlo definitivamente.	Consiste en la validación de la viabilidad de efectuar los procesos de captación y crédito de manera normal, e identificar si existe alguna afectación física en equipos y servicios para que, en caso positivo, se genere un reporte de atención dirigido a las áreas responsables.	Radica en que, ante la ocurrencia de una contingencia, las Direcciones involucradas evalúan la situación de las zonas de influencia, con la finalidad de determinar la aplicación de apoyos a los clientes, tales como la bonificación de intereses. Ésta puede ser una medida obligatoria en caso de que la autoridad correspondiente así lo establezca, o bien, voluntaria, pues Banco Azteca tiene la facultad de determinar si se brinda o no el apoyo. Así, la institución identifica a los clientes que no lograron efectuar su pago, eliminando la comisión generada durante el periodo de contingencia y evitando la afectación de su historial por una situación externa.

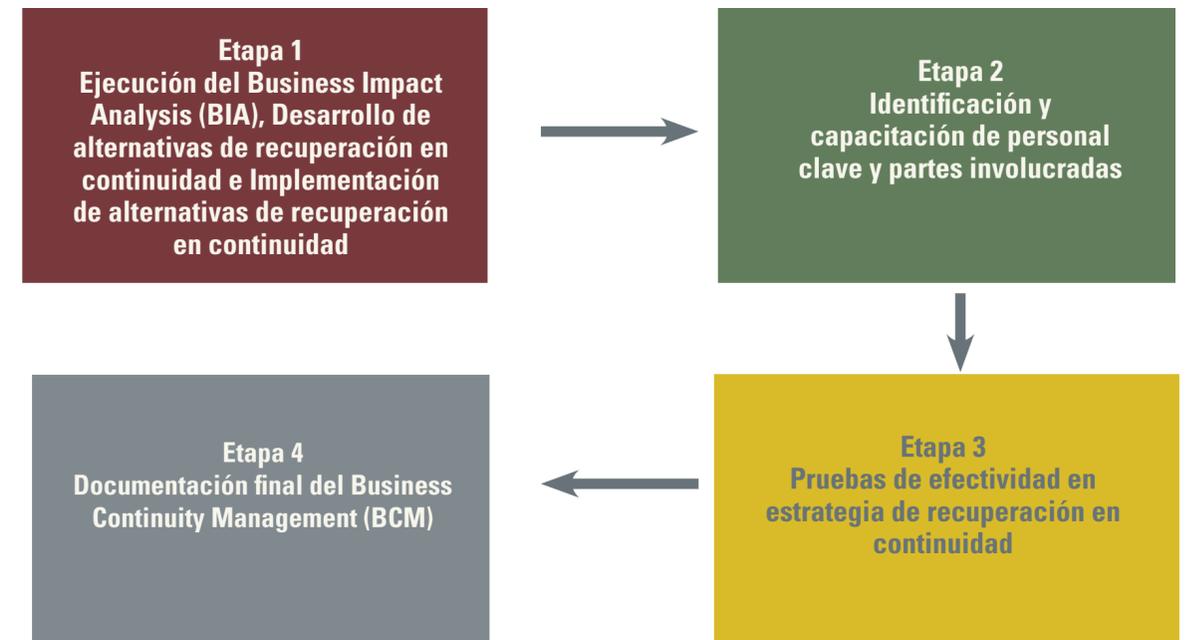
Los objetivos del Plan de Continuidad de Negocio son determinar los procesos críticos para la continuidad de negocio en caso de contingencias operativas; estimar los impactos cuantitativos y cualitativos que podría padecer la organización como resultado de la ocurrencia de algún evento de interrupción; evaluar la prioridad de recuperación de los procesos críticos, los tiempos objetivo (RTO) y la tolerancia a la pérdida de información (RPO) relacionada; así como definir los requerimientos mínimos para la operación en contingencia, tales como:

- Requerimientos de TI (aplicaciones, sistemas, servicios, respaldos, software, hardware)
- Personal esencial (crítico)
- Información vital (física y/o electrónica)
- Mobiliario y equipo (estaciones de trabajo, equipo de cómputo, entre otros)
- Suministros e insumos (formatos, papelería, entre otros)
- Financieros

Gobernanza (Geografía)



El Plan de Continuidad de Negocio consta de cuatro etapas:

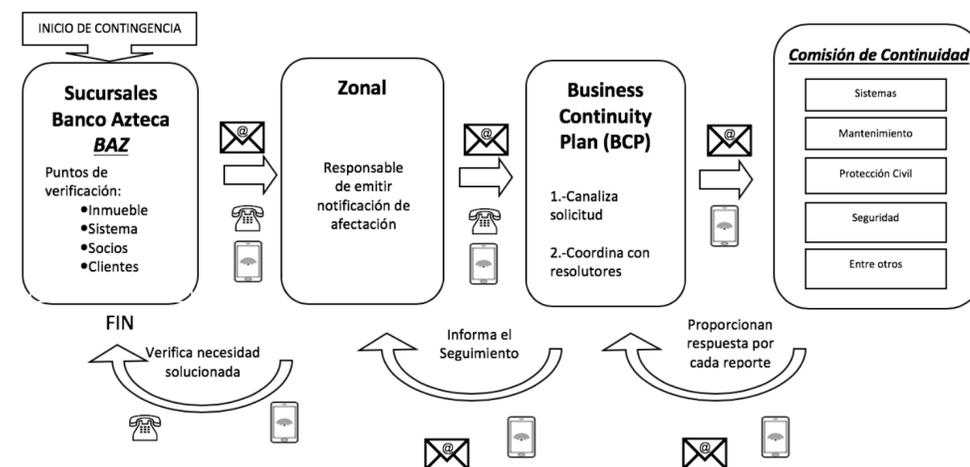


El Plan de Continuidad de Negocio es aplicado a Geografía –sucursales– y Corporativo, por lo que Banco Azteca da a conocer los lineamientos a los colaboradores que se encuentran en todos los lugares donde opera por medio de diversos documentos, como guías, manuales y protocolos. Estos instrumentos establecen las acciones a ejecutar previo, durante y después de la materialización de algún riesgo natural, social, tecnológico o referente a la seguridad física, con el objetivo de concientizar a los colaboradores sobre la adecuada manera de responder ante un riesgo identificado con antelación o que se presente de manera súbita y, de esta forma, preservar su integridad y garantizar la continuidad de la operación con el menor impacto posible.

Con el apoyo del Área de Comunicación Institucional, estos documentos son difundidos a través de la aplicación interna Zeus, que considera un repositorio de documentos (Zeus Box) y un chat oficial (BCP Geografía), así como el portal institucional de Métodos y Procedimientos (Políticas y Procesos). Este último cuenta con ocho guías de operación en contingencia que abordan los procedimientos de actuación ante la materialización de riesgos hidrológicos, volcánicos y sísmológicos, así como los referentes a concentraciones masivas, fallas tecnológicas, incendios, asaltos y pandemias. Estas guías están dirigidas al gerente financiero y establecen los pasos a seguir de forma inmediata y local antes, durante y después del evento de contingencia para evitar el impacto negativo en la operación de la sucursal; incluyen contactos de atención para brindar apoyo de manera centralizada.

En el caso de ocurrencia de alguna contingencia, el área de Continuidad de Negocio emite las recomendaciones específicas orientadas a la atención de las necesidades existentes, mientras también solicita apoyo a las áreas responsables de su vigilancia. Asimismo, efectúa el monitoreo y coordinación de las actividades pertinentes para lograr la recuperación de la operación en niveles aceptables en el menor tiempo posible.

El proceso para la atención de contingencias en caso de presentarse se muestra a continuación:



En 2019, Banco Azteca modificó los procesos del Plan de Continuidad de Negocio de conformidad con los lineamientos dictados por los reguladores bancarios, como el Banco de México (BANXICO) y la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV). De esta forma, logró con éxito:

- Documentar ocho guías de contingencia y 203 procesos.
- Alineación de 11 sistemas al Business Impact Analysis (BIA) y Disaster Recovery Plan (DRP).
- Ejecutar y documentar dos pruebas BCP en el año, cumpliendo así con la prueba que es requerida por la normatividad y efectuando una segunda prueba como mejor práctica por parte de Continuidad de Negocio.
- Realizar y documentar la primera prueba integral del BCP en un escenario de ejecución del DRP; logró realizar una más en el año.
- Duplicar el número de centros alternos, de dos a cuatro, con la instalación de:
 - Un Centro Alterno Adicional en la Ciudad de Querétaro con esquema de funcionamiento activo-activo.
 - Un Centro de Comando, cuya función principal será alojar al personal estratégico para la toma de decisiones relevantes, encaminadas a garantizar la continuidad de negocio.
- Desarrollar y documentar 22 cuestionarios BIAs, mediante los cuales logró recopilar la información pertinente y detallada para conocer las áreas y personal críticos que deberán operar los sistemas que darán continuidad al negocio.
- Desarrollar la estrategia de continuidad para el back office de Banco Azteca.
- Implementar el Plan de Continuidad de Negocio en Latinoamérica:
 - Obtuvo la aprobación de la metodología en Panamá, Honduras y Guatemala.
 - Aplicó el cuestionario BIA en los tres países para identificar los procesos críticos de la Institución.
 - Presentó el plan de trabajo.
 - Publicó el Manual BCP en el portal de Métodos y Procedimientos de Panamá.

Asimismo, 2019 fue el año en que el área de Continuidad de Negocio implementó un programa piloto de protocolo de seguimiento para evaluar el nivel de conocimiento y de aplicación de los protocolos de acción en contingencia en las sucursales por parte de los colaboradores. Para ello, realizó una encuesta mensual, aunada a la visita de validadores de Franquicia, quienes a través de 17 indicadores obtuvieron una ponderación para cada sucursal visitada, proceso que tendrá continuidad en 2020.

El informe con los resultados de la evaluación es emitido en la segunda semana del mes posterior a la visita. En él es posible identificar las sucursales con un bajo desempeño en la validación y generar el plan de remediación, el cual consiste en enviar vía correo electrónico a las sucursales, los documentos necesarios para optimizar los resultados. En los tres meses de operación del piloto, los resultados fueron los siguientes:

Parámetro	Octubre 2019	Noviembre 2019	Diciembre 2019
90%-100% = cumple: sucursal de excelencia	383	1,092	1,118
70-89% = por debajo del objetivo: sucursal que presenta inconsistencias en su desempeño	55	111	127
51%-69% = no cumple: sucursal que debe presentar un plan de atención inmediato	52	23	14
0%-50% = daño económico: sucursal que está afectando los resultados del Banco y/o la experiencia del cliente y del colaborador	187	275	234
Total mensual de sedes evaluadas	677	1,501	1,493

Cerca del 80% de las sucursales cumplen con sucursal de Excelencia lo que implica que conocen los protocolos de actuación para reaccionar antes, durante y después de una contingencia, garantizando la respuesta oportuna de los colaboradores y asegurando la continuidad de la operación en las sucursales.

FS9

De conformidad con la regulación, los resultados del Plan de Continuidad de Negocio fueron evaluados a través del procedimiento de Auditoría Interna, proceso que se realiza una vez al año. De acuerdo con el órgano revisor, la política de Continuidad de Negocio, los análisis BIA, el BCP, la valoración de procesos críticos y las pruebas aplicadas al plan, éste cumple parcialmente con los estándares de Control Interno que garantizan una correcta ejecución operativa y el cabal apego a la normatividad aplicable. Las áreas de oportunidad a atender hacia 2020 con base en planes de trabajo y pruebas de efectividad serán:

- Establecimiento de un proceso en pruebas de Continuidad de Negocio e informe de los resultados a la Alta Dirección.
- Ejecución de pruebas a diversos procesos y recursos.

Logros 2019:

- Se obtuvo la autorización de un modelo interno para el cálculo de reservas para cartera de consumo de facturación semanal no revolvente. Cabe mencionar que

con este modelo se logró una segmentación por producto que permitió reconocer de mejor manera el riesgo para cada uno de ellos, identificando variables que ayudan a reconocer adecuadamente la probabilidad de incumplimiento de la oferta.

- 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.
- Se desarrollaron nuevos informes ejecutivos en materia de riesgo de crédito, que permiten la consulta de información en forma directa con la actualización de las bases de datos de Banco Azteca. Lo anterior permite garantizar la información más reciente para la toma de decisiones.
- La automatización de procesos e informes regulatorios al Banco de México (BANXICO) que permiten un monitoreo más oportuno del Riesgo de Liquidez (CCL/CFEN).
- La revisión, actualización y mejora de manuales, normas y políticas que permitieron el desarrollo y fortalecimiento de la cultura 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), la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF), la Comisión Nacional del Sistema de Ahorro para el Retiro (CONSAR) y la Comisión Nacional de Seguros y Fianzas (CNSF).
- Los niveles de capitalización son resultado de una gestión activa, que permite soportar el crecimiento y velocidad del negocio. Se tiene una política interna que busca mantener un nivel superior al mínimo regulatorio definido como meta institucional. Se cuenta con una estrategia para estimar la solvencia del Banco previo al cierre de mes, y en caso de ser necesario, se realizan aportaciones de capital. Esta estrategia se ha llevado desde el inicio de operaciones y ha hecho posible que la Institución pueda afrontar situaciones adversas en la economía nacional, logrando mantener siempre un adecuado balance entre el nivel de capital y la rentabilidad del mismo.

Objetivos 2020:

- Continuar promoviendo el desarrollo y aplicación de una cultura de Administración Integral de Riesgos, estableciendo los lineamientos que permitan la aplicación eficiente de las políticas y procedimientos prudenciales en la materia.
- Mantener una Unidad de Administración Integral de Riesgos (UAIR) de carácter independiente para lograr una eficiente Administración Integral de Riesgos.
- Mantener una clara estructura organizacional mediante la cual se lleve a cabo una

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 prudenciales establecidos por las autoridades nacionales y con las recomendaciones formuladas en el ámbito internacional.
- Implementar los elementos necesarios para mantener la oportuna 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 establecida por el Consejo de Administración.
- Incorporar criterios ambientales, sociales y de gobierno corporativo –ESG, por sus siglas en inglés– en la gestión de riesgos para el análisis de crédito comercial y Afore Azteca.

Gestión de riesgos ambientales

Bonificaciones realizadas por Banco Azteca y Micronegocio Azteca en apoyo a los clientes, derivado de las contingencias que tuvieron lugar en 2019

Bonificaciones efectuadas a clientes de Banco Azteca				
Contingencia	Mes de ocurrencia del evento	Número de pedidos bonificados	Bonificación a Saldo*	Bonificación a moratorios*
Siniestro en Miacatlán	Abril	114	MXN\$2,950.00	-
Siniestro en Tamazunchale	Abril	666	MXN\$16,201.00	MXN\$2.00
Siniestro en La Morita	Abril	425	MXN\$10,860.00	MXN\$191.00
Incendio en Cárdena, Tabasco	Junio	548	MXN\$25,908.00	MXN\$47.00
Credimax, tormenta tropical Narda	Septiembre	3,271	MXN\$76,910.00	MXN\$11.00
Credimax, tormenta tropical Narda 6008 DAZ Ocampo	Septiembre	55	MXN\$771.00	-
Credimax, conflicto en Culiacán	Octubre	1,931	MXN\$47,069.00	-
Credimax, conflicto en Culiacán	Octubre	524	MXN\$11,474.00	MXN\$34.00
Frente frío en Sinaloa	Noviembre	536	MXN\$19,952.00	MXN\$304.00
Total		8,070	MXN\$212,095.00	MXN\$589.00

Bonificaciones efectuadas a clientes de Micronegocio Azteca				
Contingencia	Mes de ocurrencia del evento	Número de pedidos bonificados	Bonificación a Saldo*	Bonificación a moratorios*
Falla de energía eléctrica en Jonuta	Mayo	20	MXN\$5,015.00	-
Falla de energía eléctrica en Jonuta	Mayo	20	MXN\$5,015.00	-
Tormenta tropical Ivo, Los Mochis	Agosto	45	MXN\$3,627.00	-
Tormenta tropical Ivo, Los Mochis	Agosto	23	MXN\$2,036.00	-
Inundación en Monterrey, Nuevo León	Septiembre	51	MXN\$10,833.00	-
Tormenta tropical Ivo, Los Mochis	Agosto	8	MXN\$602.00	-
Tormenta tropical Ivo, Los Mochis	Agosto	25	MXN\$3,430.00	MXN\$227.00
Huracán Lorena	Septiembre	42	MXN\$6,920.00	MXN\$492.00
Tormenta tropical Narda, Pacífico	Septiembre	112	MXN\$27,319.00	-
Tormenta tropical Narda, Pacífico	Septiembre	9	MXN\$1,621.00	-
Culiacán y Navolato	Octubre	60	MXN\$9,891.00	-
Culiacán y Navolato	Octubre	6	MXN\$1,214.00	-
Culiacán y Navolato	Octubre	38	MXN\$6,099.00	-
Tormenta tropical Narda, Pacífico (grupo faltante)	Septiembre	9	MXN\$2,093.00	-
Contingencia Sistema Micronegocio Azteca	Noviembre	58	MXN\$5,933.00	-
Frente frío no. 19	Diciembre	8	MXN\$1,746.00	-
Total		534	MXN\$93,394.00	MXN\$719.00

* Nota: Cifras expresadas en pesos mexicanos.

Matriz de riesgos relacionados con la gestión ambiental y el cambio climático para Banco Azteca

201-2, 307-1, FS5

Rubro	Relevancia e inclusión	Descripción
Normatividad ambiental	Relevante. Siempre considerada	Las empresas de Grupo Salinas y de Grupo Elektra analizan siempre los requerimientos regulatorios en materia ambiental. La importancia y magnitud de los riesgos ambientales se reflejan en las matrices de materialidad, en las que el cumplimiento de normatividad se considera un impacto externo para las empresas del Grupo, para Banco Azteca y sus grupos de interés. Los impactos relacionados con el cambio climático derivan principalmente del consumo de electricidad y combustibles, por lo cual los riesgos identificados se enmarcan en la Ley General de Cambio Climático de México y el Registro Nacional de Emisiones (RENE).
Regulaciones federales y estatales emergentes	Relevante. Siempre considerada	Con la finalidad de mantenerse a la vanguardia y listas para responder ante cambios en los factores de riesgo, las empresas de Grupo Elektra monitorean constantemente las reformas a la legislación y las regulaciones emergentes en México.
Innovación tecnológica	Relevante. Siempre considerada	Constantemente se evalúan las mejoras tecnológicas e innovaciones que respalden la transición a menores emisiones de carbono y que tengan un impacto positivo de eficiencia y costo. Por ejemplo, en la transición a opciones de energía renovable (como la eólica y la geotérmica), o la inversión en mejoras para incrementar las eficiencias de equipos electromecánicos y de iluminación.
Marco jurídico y legal	Relevante. Regularmente considerada	Las Áreas de Jurídico y la de Energía y Medio Ambiente atienden auditorías internas para evitar incumplimientos relacionados con temas ambientales, en caso de que éstos surjan. En 2019, las empresas de Grupo Elektra no recibieron sanciones ambientales.
Mercados y oportunidades de negocio	Relevante. Regularmente considerada	Los cambios en el mercado de ciertos productos básicos, productos y servicios, así como riesgos relacionados con el clima, se consideran efectos indirectos relevantes. Por ejemplo, el aumento del costo de la energía y combustibles –que tienen un impacto climático– puede impactar directamente al sector industrial y afectar la rentabilidad de sus actividades comerciales y, por tanto, la capacidad de pagar los préstamos respectivos. Adicionalmente, Banco Azteca incluye en su cartera, créditos corporativos para la generación de proyectos de gran escala de energía renovable, así como créditos al consumo en productos que reducen el consumo de energía y agua en el hogar.
Reputación empresarial y gestión de marca	Relevante. Siempre considerada	La empresa está enfocada en convertirse en el mejor grupo financiero de México. Por lo tanto, atiende las necesidades de sus grupos de interés y considera su gestión de marca y reputación dentro de los análisis de materialidad, los cuales, además de representar la herramienta para que la Institución se enfoque en los aspectos más relevantes, sirven como base para posteriores análisis de riesgos y oportunidades. Así, si dentro de los aspectos materiales existen temas ambientales, Banco Azteca tiene la responsabilidad de generar estrategias para su gestión.

Rubro	Relevancia e inclusión	Descripción
Inmuebles y gestión operativa	Relevante	A través de un sistema de comunicación interno (Zeus) de Geografía, las áreas de Mantenimiento y Operaciones vigilan constantemente el estado de los inmuebles de las empresas, incluyendo las áreas vulnerables a riesgos climáticos como inundaciones, huracanes o volcanes. En caso de siniestro, se cuenta con protocolos de acción, dentro del Programa de Continuidad Operativa, para proveer a los colaboradores de instrucciones para antes, durante y después del evento. También se cuenta con un seguro que cubre inmuebles por desastres naturales.
Eficiencia energética	Relevante. Siempre considerada	Grupo Salinas cuenta con un Sello de Energía –que determina la máxima eficiencia de aires acondicionados y luminarias– y el constante reemplazo de los equipos, además de la implementación de aislantes térmicos y buenas prácticas –como mantener puertas cerradas, regular los equipos, reportar fallos, etc.– que ayudan al ahorro de electricidad. Gracias a ello, es posible aumentar el rendimiento de aires acondicionados de sucursales en zonas con altas temperaturas, con lo cual se evitan inconformidades que pudieran afectar la operación del negocio. Por otra parte, buscando la eficiencia energética en sucursales Banco Azteca se encuentra en proceso de evaluación de un piloto para determinar la viabilidad de instalación de paneles solares en sucursales.
Emisiones de GEI	Relevante. Regularmente considerada	Las emisiones de GEI directas e indirectas generadas por Banco Azteca dependen principalmente del consumo de energía eléctrica y combustibles, respectivamente. Aquellas generadas indirectamente por adquisición de bienes y servicios y viajes de negocios son también relevantes. Los riesgos de emisiones de gases refrigerantes, particularmente el R-22, se controlan con servicios de recarga con proveedores y con el reemplazo de equipos que usan refrigerantes ecológicos –como el R410A–. Las renovaciones son parte del presupuesto anual de mantenimiento. Igualmente, muchos viajes de negocios han disminuido en el tiempo, siguiendo la actual y permanente transformación digital al interior de las empresas, así como impulsando reuniones en línea y trabajo colaborativo a distancia.
Agua y Residuos	Relevante. Siempre considerada	Banco Azteca promueve constantemente la correcta separación de los residuos generados por los colaboradores y mantiene un programa de reciclaje junto con el Área de Energía y Medio Ambiente, que vincula a los proveedores de recolección y procesamiento para crear cadenas de valor. Asimismo, durante el año se implementan campañas de comunicación que aluden al ahorro del agua y otros insumos de sanitarios y comedores, con el fin de crear conciencia y fomentar el buen uso de los recursos.
Cadenas de valor	Relevante. Siempre considerada	Banco Azteca pone especial atención a sus vínculos con sectores industriales sensibles al cambio climático, como la minería, el petróleo y el gas, los productos químicos, las herramientas tecnológicas, entre otros, debido al potencial que tienen para afectar áreas naturales, sus efectos en comunidades indígenas y el patrimonio cultural. De ahí que en su proceso de certificación a proveedores incluya factores sociales y ambientales en su cadena de valor, así como impulse la adopción de prácticas sustentables permeando los Objetivos de Pacto Mundial entre sus proveedores.

Cultura corporativa

Lucha contra la corrupción

Desglose de demandas judiciales o multas por corrupción contra Grupo Elektra durante el periodo 2015-2019

205-3

Multas o demandas judiciales por corrupción	Monto 2015	Monto 2016	Monto 2017	Monto 2018	Monto 2019*
Número de multas o demandas judiciales	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00
Monto total de las multas o demandas judiciales	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00
Porcentaje de los ingresos	0%	0%	0%	0%	0%

Lobbying, representación de intereses

Desglose de contribuciones por representación de intereses durante el periodo 2015-2019

415-1

	Monto 2015	Monto 2016	Monto 2017	Monto 2018	Monto 2019*
Lobbying, representación de intereses o similar	MXN\$11,800,000.00	MXN\$12,100,000.00	MXN\$12,300,000.00	MXN\$12,600,000.00	MXN\$14,515,900*
Campañas políticas locales, regionales o nacionales / candidatos / organizaciones políticas	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00
Asociaciones comerciales o grupos de exención de impuestos	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00
Otros	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00
Totales	MXN\$11,800,000.00	MXN\$12,100,000.00	MXN\$12,300,000.00	MXN\$12,600,000.00	MXN\$14,515,900*
Porcentaje de los ingresos	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%	0.02%

Libre competencia

Desglose de demandas judiciales o multas por competencia desleal contra Grupo Elektra durante el periodo 2015-2019

206-1

Multas o demandas judiciales por competencia desleal	Monto 2015	Monto 2016	Monto 2017	Monto 2018	Monto 2019*
Número de multas o demandas judiciales	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00
Monto total de las multas o demandas judiciales	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00	MXN\$0.00
Porcentaje de los ingresos	0%	0%	0%	0%	0%

* Éste dato fue verificado por un tercero para más información referirse a la página 238 de éste informe.

Protección de datos personales

Mecanismos de protección de la privacidad de datos dados a conocer a los clientes por parte de Banco Azteca

Objetivos 2020:

- De conformidad con el compromiso con la mejora continua del SGSDP, optimizar el portal www.datospersonalesgs.com para mejorar la experiencia del usuario y agilizar la generación de solicitudes ARCO.
- Continuar con la difusión y fomento de la cultura de protección de datos personales.
- Retomar la suscripción de un convenio de colaboración entre Grupo Salinas y el INAI para la impartición de capacitación a los colaboradores y directivos.

Mecanismo	Cobertura (porcentaje de clientes que han sido informados)	Descripción del mecanismo o proceso
Naturaleza de la información capturada	100%	Banco Azteca informa a sus clientes sobre la naturaleza de la información recabada y su uso, a través del aviso de privacidad integral del sitio web, en la sección denominada "Datos Personales que serán sometidos a tratamiento", disponible en www.bancoazteca.com.mx para prospectos, clientes y usuarios de la Institución a nivel nacional.
Uso de la información recolectada	100%	
Posibilidad de que los clientes decidan la manera en que su información sea recolectada, usada, retenida y procesada	100%	La aceptación del Aviso de Privacidad es opcional para los prospectos, clientes y usuarios, por lo que siempre se muestra previo al tratamiento de los datos personales, aunado a que en todo momento pueden hacer valer sus derechos ARCO.
Que el consentimiento no sea obtenido	100%	El consentimiento se obtiene en todo momento, salvo las reglas del consentimiento tácito contempladas en la LFPDPPP.
Disponibilidad de la opción de objeción	100%	El Aviso de Privacidad –físico o electrónico– contiene casillas que otorgan al prospecto, cliente y usuario la posibilidad de oponerse al tratamiento de sus datos personales con respecto a las finalidades secundarias.
Si la opción consentimiento es requerida	100%	
Solicitud de acceso a los datos en nombre de la empresa	100%	El aviso de privacidad integral del sitio web lo menciona en la sección denominada "Identidad y Domicilio del Responsable", disponible en www.bancoazteca.com.mx para prospectos, clientes y usuarios de Banco Azteca a nivel nacional.
Solicitar que sus datos se transfieran a otros proveedores de servicios	100%	El aviso de privacidad integral del sitio web lo menciona en la sección denominada "Con quién se comparten los Datos Personales", disponible en www.bancoazteca.com.mx para prospectos, clientes y usuarios de Banco Azteca a nivel nacional.
Política de divulgación de terceros (entidades públicas y privadas)	100%	
Solicitar que sus datos sean corregidos	100%	El aviso de privacidad integral del sitio web lo menciona en la sección denominada "Medio y Procedimiento para ejercer el Derecho de acceso, rectificación, cancelación y oposición ("Derechos ARCO") y Revocación del Consentimiento", disponible en www.bancoazteca.com.mx para prospectos, clientes y usuarios de Banco Azteca a nivel nacional.
Solicitar que sus datos sean eliminados	100%	
Tiempo en que sus datos son conservados en archivos corporativos	100%	Se mantienen por 10 años, de conformidad con lo establecido por el artículo 115 de la Ley de Instituciones de Crédito.
La manera en que la información es protegida	100%	El aviso de privacidad integral del sitio web lo menciona en la sección denominada "Conservación y Seguridad de los Datos Personales".

Prevención de Lavado de Dinero

Prevención del lavado de dinero / fraudes: 103-1, 103-2, 103-3

Con base en el modelo basado en Objetivos y Resultados Clave (ORCs), Banco Azteca estableció de manera transversal una serie de indicadores clave de desempeño (KPIs) para orientar sus esfuerzos hacia el óptimo funcionamiento del Programa de PLD/FT, entre los que se encuentran:

Concepto	Indicadores clave de desempeño (KPIs)	Resultado 2019
Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento al Terrorismo (PLD/FT) –México–	Cumplimiento de obligaciones por parte del Oficial de Cumplimiento	100%
	Análisis de todas las alertas generadas por el sistema	
	Elaboración del curso de capacitación en materia de PLD/FT para todo el personal	
	Atención de los requerimientos de auditoría interna	
	Envío de todos los reportes regulatorios en tiempo y forma a la autoridad	
	Actualización de la metodología de evaluación de riesgo de la Institución	
	Emisión de opinión respecto a las iniciativas legales en materia de PLD/FT	
	Participación directa o a través de las asociaciones en los ejercicios de actualización regulatoria en materia de PLD/FT que inciden en la Institución	
	Atención de todas las consultas de las unidades de negocio para determinar los mitigantes para el cumplimiento de las normas y la gestión de riesgos de PLD/FT en los productos, servicios y canales	
	Atención de las alertas generadas por el sistema en:	
<ul style="list-style-type: none"> • Captación • Crédito • Remesas 	<ul style="list-style-type: none"> • Identificar áreas de oportunidad en los parámetros de algunas alertas. • Sentar las bases para la construcción de un análisis universal que contempla variantes de atención propios de cada país. 	
Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento al Terrorismo (PLD/FT) –Latinoamérica–	Atención de requerimientos regulatorios	Permitió dar respuesta a los requerimientos de las autoridades en tiempo y forma con información 100% analizada y revisada por parte de las áreas responsables.

Para atender la estrategia y lograr un adecuado desempeño en los indicadores clave que estableció, Banco Azteca continuó consolidando su gestión mediante un conjunto de herramientas, como son:

Sólida estructura de gobierno corporativo de Banco Azteca

Conformada en México por el Comité de Normatividad y Mejores Prácticas, órgano que realiza las funciones del Comité de Comunicación y Control; y, en Latinoamérica, por los órganos colegiados de cumplimiento en cada país. Cabe señalar que, en Gua-

temala, la regulación no exige la existencia de un Comité, sin embargo, Banco Azteca ha adoptado esta buena práctica.

Manual de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo

Es el documento con base en el cual Banco Azteca ha desarrollado sus políticas de identificación y conocimiento del Cliente y del Usuario, así como los criterios, medidas y procedimientos internos que adopta para dar cumplimiento a lo previsto en las disposiciones en materia de PLD/FT, y para gestionar los riesgos a los que está expuesto.

Guía Operativa

Adicional al Manual, Banco Azteca México cuenta con un documento complementario llamado “Mitigantes de Prevención de Lavado de Dinero y Financiamiento del Terrorismo” –Mitigantes PLD/FT–, que describe las medidas y procedimientos implementados por el Oficial de Cumplimiento respecto a las actividades relacionadas con el Programa de PLD/FT de la Institución. Esto permite asegurar que Banco Azteca México cumpla con lo previsto en las Disposiciones de Carácter General (DCG) a que se refiere el artículo 115 de la Ley de Instituciones de Crédito en México, en relación con las medidas y procedimientos mínimos que debe observar para prevenir, detectar y reportar los actos, omisiones u operaciones que pudieran favorecer, prestar ayuda, auxilio o cooperación de cualquier especie para la comisión del delito previsto en los artículos 139 Quáter o 400 Bis del Código Penal Federal. Para las entidades en Latinoamérica, se tienen establecidos Manuales en que cumplen con las directrices normativas específicas de cada uno de los países. En todos los casos, estos documentos tienen como finalidad:

- Reforzar los criterios uniformes establecidos, de conformidad con los procesos operativos encaminados a prevenir, detectar y reportar aquellas operaciones que pudieran realizarse con recursos de procedencia ilícita y de financiamiento del terrorismo.
- Describir cada módulo de monitoreo que generan las alertas, con el fin de conocer las características y motivos por los que un cliente pudiera caer en una operación inusual.
- Informar sobre los parámetros que un cliente debe cumplir para que sea alertado en el sistema de PLD; así como, la periodicidad en que debe ser tratada cada alerta generada.
- Detallar los resultados de consulta observados en cada alerta creada, información con la cual se realiza el análisis del caso.

Políticas

Instrumentos que incorporan las disposiciones de cada país y las mejores prácticas internacionales e incluyen la debida diligencia para el conocimiento de los prospectos de los grupos de interés que interactúan con Banco Azteca, contar con información actualizada y conservarla para cumplir con el Programa de PLD/FT, que, de acuerdo con la normatividad aplicable, de ser por un periodo no menor a 10 años.

Política Conoce a tu Cliente

Establece las medidas necesarias que permitan tener una identificación y conocimiento del cliente y de los usuarios, incluyendo los de régimen reforzado y clientes Personas Políticamente Expuestas (PEPs).

Política Conoce a tu Empleado

Aborda las medidas necesarias que permitan tener una identificación y conocimiento del colaborador prospecto, el cual se encuentra dentro del Manual de Recursos Humanos de la Institución.

Política Conoce a tu Proveedor

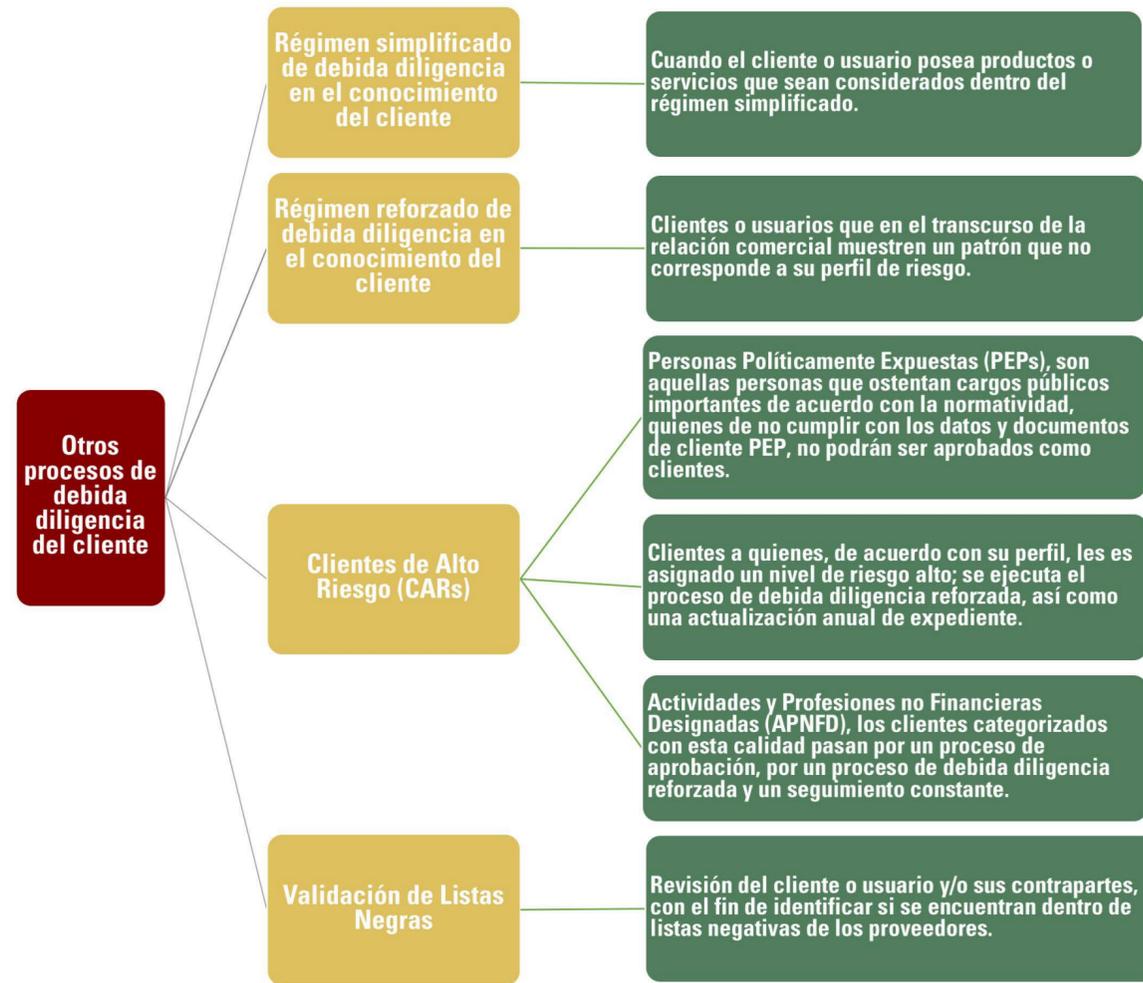
Establece los controles de debida diligencia durante la selección, contratación y renovación de los contratos de los proveedores.

Procedimiento de debida diligencia en el conocimiento del cliente

Banco Azteca cuenta con el proceso de debida diligencia en el conocimiento del cliente, comprendido por tres etapas: identificación, verificación y monitoreo. Las dos primeras son para recabar y confirmar la información del cliente o usuario, mientras que la de monitoreo permitirá evaluar la pertinencia de continuar con la relación comercial.



Para la inclusión de un nuevo cliente, se definieron distintos estándares de mitigación de riesgo para el establecimiento de la relación comercial, los cuales, también se aplican durante el transcurso de dicha relación.



1 Las operaciones inusuales o sospechosas son aquellas transacciones, operaciones o relaciones comerciales, que no son consistentes con el perfil previamente determinado del cliente, que no guarden relación con la actividad profesional o económica, que salen de los parámetros de normalidad establecidos para determinado rango de mercado o que pudieran hacer pensar que el cliente, usuario o empleado está desarrollando actividades que no cuenten con un fundamento económico legal evidente, así como las que están constituidas o relacionadas con actividades ilícitas o que se consideren que pueden estar destinadas para el lavado de activos o el financiamiento del terrorismo.

Sistema de monitoreo de PLD/FT

Sistema desarrollado internamente por la Unidad PLD con el objetivo de cumplir con la regulación aplicable en México. Este sistema se encuentra integrado por submódulos que proporcionan las herramientas para el ejercicio de las funciones de monitoreo y análisis, entre las cuales se encuentran:

- Información estadística referente al número de clientes y/o usuarios –personas físicas y personas morales (jurídicas)–.
- Conservar y actualizar, así como consultar los datos de identificación y conocimiento de clientes.
- Transaccionalidad histórica por parte de los clientes y/o usuarios.

- Detección de clientes y usuarios que se encuentren registrados en listas negras y de PEPs, mediante procesos en línea o nocturnos.
- Generación, análisis y dictaminación de alertas de operaciones inusuales e internas preocupantes en reportes de transacciones que auxilian en el análisis de los clientes y/o usuarios.
- Generación, encriptación, envío y respaldo de los reportes regulatorios para su transmisión a la autoridad.
- Mantener esquemas de seguridad de la información procesada que garantice la integridad, disponibilidad, auditabilidad y confidencialidad de la misma.

En el caso de Latinoamérica, se trata del proceso de seguimiento y atención de las alertas generadas dentro del sistema PLD con el que cuenta la institución, el cual permite de manera mensual conocer las alertas que se tienen en proceso de atención, en seguimiento por requerimiento de información adicional, o bien, cerradas.

Botón operación sospechosa (BOS)/Botón de Operación Inusual (BOI)

Herramienta disponible en la primera línea de defensa, en Geografía; se refiere al medio electrónico que de manera segura y confidencial el personal de las sucursales en México y de las agencias en Latinoamérica puede remitir información al Oficial de Cumplimiento de posibles operaciones inusuales o internas preocupantes.

Análisis de operaciones inusuales y determinación de operaciones sospechosas

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, a través del BOS/ BOI de las sucursales y que pueden deberse a alguno de los escenarios descritos anteriormente, o bien, a situaciones propias del cliente o usuario. Así, desde la primera línea de defensa, el personal en cargos operativos funge como parte fundamental en la detección, escalamiento y prevención de los riesgos.

La Institución monitorea las alertas generadas con la finalidad de identificar posibles operaciones inusuales¹ y 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 propietario real o beneficiario final de los recursos. El proceso es el siguiente:

- Descarga de alertas, realizando la consulta en el módulo correspondiente en el sistema de monitoreo según la periodicidad de cada una.
- Preanálisis global de todas las alertas con base en un enfoque basado en riesgo para identificar y clasificar las operaciones que motivaron la alerta según su grado de riesgo. De esta manera, las operaciones que representan un menor grado de riesgo son descartadas.
- Primer nivel de análisis de las alertas que no fueron descartadas en el preanálisis global.

Con base en el resultado del análisis de las alertas con los factores de riesgo PLD/FT, los analistas detectan si se presentan una o varias circunstancias o elementos para considerar las operaciones inusuales. En caso de identificarlas, procederán a la elaboración del reporte para que el Oficial de Cumplimiento analice y, en caso de considerarlo necesario, someta al Comité la dictaminación de las operaciones.

Posteriormente, en caso de que el Comité dictamine que la operación debe ser reportada como inusual, los analistas elaborarán la razón y descripción del reporte de acuerdo con lo establecido en el documento de mejores prácticas para la notificación de operaciones inusuales emitido por la autoridad.

De los más de 15.5 millones de clientes de Banco Azteca, sólo el 0.01% de ellos presentaron operaciones inusuales o internas preocupantes en 2019.

100% de los colaboradores involucrados en reportes de operaciones internas preocupantes enviados a la autoridad en 2019 fueron dados de baja de la Institución y bloqueados, de tal forma que no puedan ser clientes o usuarios de Banco Azteca.

Revisión de listas negras internas e internacionales

Es el proceso de análisis de los oficios recibidos y emitidos por las diferentes autoridades u organismos intergubernamentales –como la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), la Unidad de Inteligencia Financiera, la Subprocuraduría Especializada en Investigación contra la Delincuencia Organizada, el Grupo de Acción Financiera Internacional (GAFI), el Consejo de Seguridad de las Naciones Unidas o la Oficina de Control de Activos Extranjeros del Departamento del Tesoro de los Estados Unidos de América (OFAC)² – o los reportes de operaciones inusuales y preocupantes enviados a la autoridad. Su objetivo es identificar y validar los prospectos a clientes, usuarios, proveedores y empleados en cada una de las listas que gestiona la Institución. Banco Azteca cuenta con tres proveedores de listas:

- Dos de ellos son reconocidos en temas relacionados con el Cumplimiento Normativo a nivel internacional, por considerarse líderes en soluciones de información, pues proveen bases de datos robustas de investigación en línea, que contribuyen al monitoreo y análisis de clientes y usuarios, toma de decisiones y mitigación de riesgos.
- Un proveedor nacional experto en el campo de servicios de información de los sectores gubernamental y financiero; cuenta con amplia experiencia en investigación, recopilación, automatización, desarrollo y actualización de bases de datos confiables.

Banco Azteca utiliza dos procedimientos para identificar y mitigar riesgos respecto a coincidencias con listas negativas:

- En línea, cuando alguna persona intenta celebrar un contrato o realizar alguna operación con la Institución, éste se detecta y no permite continuar con el proceso.
- Nocturno automatizado, en el que diariamente se descargan las actualizaciones de las listas de los proveedores y se cotejan contra la base de datos de todos los clientes y usuarios de Banco Azteca. Al identificar una coincidencia entre nombre y fecha de nacimiento, se genera una alerta en el Sistema PLD/FT para su análisis y posible reporte.

En 2019, se implementó el criterio de proximidad para identificar coincidencias entre los nombres de los clientes y/o usuarios contra los registros de listas negativas, lo que permitió a Banco Azteca México incrementar la efectividad del proceso de detección de personas sujetas a programas de sanciones.

Evaluación de riesgos

Proceso cuyo objetivo es determinar el grado de riesgo de cada cliente –bajo, medio e inaceptable– y, de esta manera, evaluar la viabilidad de la apertura o continuación de las relaciones comerciales. Para ello, Banco Azteca en México ha creado una serie de políticas, procedimientos y controles de gestión de riesgos denominado “Modelo de evaluación de riesgos de los clientes y usuarios”, el cual consta de;



En 2019, los riesgos que se presentaron fueron: extorsión, operaciones inusuales con divisas y con transferencias, así como actividades internas por parte de los colaboradores en contra de las políticas de PLD de Banco Azteca.

² De acuerdo con las disposiciones a las que Banco Azteca está sujeto, la Institución no tiene la obligación de realizar el cruce con las listas de la OFAC, sin embargo, adoptó esta medida como política interna.

Criterios automáticos

El Modelo incluye criterios de clasificación automática, es decir, que, con la conjunción de características específicas, Banco Azteca puede determinar inmediatamente un grado de riesgo sin tener que revisar el conjunto global de los factores, no importando el momento en que estas características se reúnen. Su utilización se basa en criterios objetivos de acuerdo con las mejores prácticas en la gestión PLD/CFT, donde el grado de riesgo será asignado por la simple materialización del escenario.

Uno de los escenarios de asignación predeterminada es la coincidencia de los datos del cliente o sus relacionados –beneficiarios, socios, accionistas o representantes legales– con los datos de personas ubicadas en las listas publicadas por organismos intergubernamentales o gubernamentales. En caso de coincidencia con estas listas, el Modelo asignará al cliente o prospecto de cliente un grado de riesgo inaceptable.

El Modelo también asignará un grado de riesgo inaceptable a los clientes o prospectos cuyo país de nacionalidad se ubique en las listas del GAFI de jurisdicciones no cooperantes o con deficiencias estratégicas en PLD/CFT o, alternativamente, se encuentre en los programas de sanciones de la OFAC.

Respecto a los clientes o prospectos que deban ser considerados PEPs, de conformidad con el listado publicado por la SHCP y que, además, tengan un país de nacionalidad distinto a México, el Modelo asignará un grado de riesgo Alto. En el caso de que el cliente o prospecto deba ser considerado como PEP y que, además, su país de nacionalidad sea México, el Modelo asignará un grado de riesgo que no podrá ser menor a medio.

En caso de que algún cliente –persona moral– cuente con la autorización de Banco Azteca México para depositar dólares en efectivo de manera ilimitada, de acuerdo con lo establecido por la Ley de Instituciones de Crédito, el Modelo asignará un grado de riesgo alto.

Si de los escenarios anteriormente descritos continúan materializándose, el grado de riesgo no podrá modificarse a la baja en ninguno de los casos anteriores, ni aun transcurriendo los seis meses de asignación del grado de riesgo actual.

Evaluación *onboarding*

En el proceso de identificación del cliente, el Modelo de riesgos utiliza un esquema de rating basado en un sistema cualitativo. De esta manera, la Institución determina la exposición al riesgo usando escalas predefinidas. La intención de crear este sistema cualitativo es formar una base de conocimiento que eventualmente pueda ser verificada con pruebas estadísticas y un conjunto de datos empíricos.

Si el prospecto de cliente no se ha ubicado en alguno de los supuestos anteriormente señalados, el grado de riesgo será determinado por la estimación del índice de riesgo, el cual se obtiene de evaluar la información declarada y presentada por el prospecto mediante una calculadora en el *front* que contiene los factores de riesgo identificados.

Evaluación transaccional

El procedimiento para clasificar a los clientes con base en su transaccionalidad utiliza un modelo de regresión, con el objetivo de utilizar características de exposición al riesgo. A partir de que los clientes comienzan a realizar operaciones, el Modelo evalúa, mediante procesos automáticos, cada una de las transacciones para detectar cambios en su comportamiento.

Cuestionario de debida diligencia (EDD)

El Modelo aplica cuestionarios de debida diligencia a clientes particulares con el objeto de practicarles una evaluación con información completa y verificable; para estos efectos, se convirtió en un “cuestionario clásico de rating”, para el cual se definieron preguntas con respuestas claras sobre los factores de riesgo relevantes para determinar la exposición del riesgo del cliente.

Uso de categorías y factores de riesgo

El Modelo de riesgo usa una categorización de los riesgos de LD/FT de conformidad con las guías del GAFI y del Grupo Wolfsberg –riesgos relacionados con tipos de cliente, áreas geográficas y canales de distribución–. Al evaluar estos riesgos Banco Azteca debe considerar variables de riesgo relacionadas con cada categoría, factores que pueden incrementar o reducir el riesgo planteado.

Los factores de riesgo son aquellos indicadores que explican cómo y en qué medida cada cliente representa riesgo para Banco Azteca, como, por ejemplo:

- Riesgos asociados a las características del cliente:
 - Listas negativas
 - Personas Políticamente Expuestas
 - Actividad económica
 - Perfil transaccional
 - Antigüedad (fecha de constitución/nacimiento)
 - Estructura accionaria
- Riesgos asociados con las jurisdicciones implicadas: Riesgo país y Riesgo municipio.
- Riesgos asociados con los tipos de transacciones: Tipo de producto, Tipo de servicio y canal de distribución.

Grados de riesgo

El Modelo contempla un sistema de clasificación de clientes que cuenta con cuatro grados de riesgo bien definidos: bajo, medio, alto e inaceptable. Este conjunto de grados de riesgo se considera idóneo, pues, en primer lugar, incluye los grados “alto” y “bajo”, que son los mínimos exigibles por las disposiciones. Por otro lado, cuenta con un grado “medio”, para permitir una mejor diferenciación del riesgo. Por último, el conjunto de grados de riesgo incluye una categoría transitoria de “inaceptable”, el cual describe los criterios por los cuales Banco Azteca México debe prohibir o interrumpir una relación comercial, por tratarse de riesgos no gestionables para la Institución.

Criterios para limitar o cancelar relaciones comerciales

Banco Azteca cuenta con criterios objetivos documentados en los manuales de políticas y procedimientos, sobre el inicio, continuación y cierre de relaciones comerciales con sus clientes, entre los que considera los siguientes supuestos:

Al inicio de la relación comercial

- Que, como parte del proceso de cruce de listas, el cliente se encuentre registrado en una de las listas de personas bloqueadas que den a conocer autoridades nacionales o extranjeras, organismos internacionales o agrupaciones intergubernamentales en materia de prevención de lavado de dinero y financiamiento al terrorismo, o en alguna de las listas emitidas por la OFAC.
- Cuando la persona de que se trate se niegue a presentar a Banco Azteca la totalidad de la información y/o documentación necesaria para su identificación y conocimiento o ésta resulte ser falsa o apócrifa.
- Cuando represente un grado de riesgo inaceptable para Banco Azteca, en términos del Modelo.
- En el caso de instituciones o intermediarios financieros que no tengan presencia física en jurisdicción alguna.

Durante la relación comercial

- Cuando las operaciones realizadas no sean congruentes con lo inicialmente declarado y/o la información proporcionada no las justifique.
- Cuando el cliente o usuario haya sido reportado por Banco Azteca a la SHCP a través de la Comisión, derivado de que su operación, actividad, conducta o comportamiento no concuerden con los antecedentes o actividad conocida por Banco Azteca o con el perfil transaccional habitual de dicho cliente en función del origen y destino de los recursos.
- Cuando actúen en beneficio, por encargo o a cuenta de un tercero sin haberlo declarado.

Banco Azteca cuenta con procesos documentados para limitar o cancelar la relación comercial o prestación de servicios, los cuales no contemplan ningún tipo de distinción, discriminación o asignación de tipo de riesgo específico por la naturaleza inherente del cliente o prospecto de cliente, es decir, se realiza una evaluación integral a través de un modelo estadístico, que considera todos los factores generadores de riesgo en materia de LD/FT, a excepción de los supuestos referidos en la sección de “Criterios para limitar o cancelar relaciones comerciales”.

En Latinoamérica, Banco Azteca cuenta con la “Matriz de riesgo de clientes y usuarios”, instrumento de control y de gestión compuesto por políticas, procesos, productos, servicios, entre otros, utilizado para identificar las actividades más importantes la Institución, el tipo y nivel de riesgo inherente de estas actividades y los factores exógenos y endógenos que generan estos riesgos.

Controles internos

Integrados por procesos diseñados para garantizar que el Programa de Cumplimiento sea ejecutado de manera correcta, entre ellos:

Identificación del propietario real o beneficiario final

Proceso para conocer a la persona natural que, por medio de otra o de cualquier acto o mecanismo, obtiene los beneficios derivados de una cuenta, contrato u operación y es quien, en última instancia, ejerce los derechos de uso, disfrute, aprovechamiento o disposición de los recursos, esto es, como el verdadero dueño de los recursos. En el caso de las personas morales, también aplica a aquella persona o grupo de personas que ejerzan el control sobre ésta, así como, en su caso, a las personas que puedan instruir o determinar, para beneficio económico propio, los actos susceptibles de realizarse a través de fideicomisos, mandatos o comisiones.

Límites operativos

Se refiere a límites en cuanto al número y monto de operaciones por cliente o, en su caso, usuario, tomando en consideración el canal, instrumento monetario y la zona geográfica. Algunos de ellos fueron robustecidos en 2019 para reducir el riesgo de LD/FT, entre los cuales destacan:

Controles en monto a operaciones de compra de dólares en efectivo

Durante 2019, Banco Azteca actualizó límites para la realización de operaciones de compra de dólares de los Estados Unidos de América en efectivo en sucursales ubicadas en zonas geográficas en las que se identificaron riesgos de LD/FT.

Controles en retiros en efectivo de cuentas de captación

Se establecieron límites al monto que puede retirarse en efectivo en cuentas de captación, en municipios donde se identificaron transacciones relacionadas con la tipología Ruta de Dinero, la cual es utilizada por grupos criminales para mover fondos desde la frontera norte del país a zonas de alta exposición al riesgo de narcotráfico.

Controles para retiros en cajeros automáticos del extranjero

Los controles que permitan administrar la frecuencia de retiros en cajeros automáticos que los clientes de Banco Azteca puedan realizar en el extranjero se encuentran en proceso de implementación, derivado de que se han observado movimientos inusuales en jurisdicciones de riesgo en materia de LD/FT.

Restricción de apertura de cuentas nivel 2

Se establecieron controles sobre la apertura de cuentas nivel 2 para Personas Políticamente Expuestas, con el objetivo de que dicho segmento utilice un producto apropiado de conformidad con su perfil, así como efectuar una debida identificación del cliente.

Control de número de operaciones en efectivo en cuentas de captación

Se han mantenido los controles sobre el número de transacciones de abono en efectivo que pueden realizarse en cuentas de captación de personas físicas, con el propósito de mitigar el riesgo asociado al uso de productos bancarios para recibir y transferir recursos en movimientos de baja cuantía acorde a patrones típicamente relacionados con tipologías de extorsión.

Pruebas de cumplimiento

Consiste en la ejecución de validaciones constantes por parte de la Unidad de PLD en sucursales y agencias, con el fin de verificar que las políticas y controles establecidos a través de los sistemas automatizados, tanto en México como en Latinoamérica, funcionen de manera correcta.

Monitoreo de operaciones

Es el proceso diario mediante el cual se agrupa la totalidad de las operaciones realizadas por los clientes y usuarios de Banco Azteca para dar seguimiento e identificar alertas tempranas que puedan derivar en posibles operaciones inusuales.

Cifras control

Es el proceso de validación de la efectividad del flujo de información que reciben las unidades de PLD/FT, a fin de garantizar la integridad de la información.

Compliance Check

Procedimiento realizado por el área de implementación y control de PLD. En él se desarrolla una serie de pruebas con el objetivo de verificar el óptimo funcionamiento de los mecanismos y sistemas de PLD/FT.

Revisión independiente

Evaluación del Programa de PLD/FT, conforme a las disposiciones y lineamientos descritos en la normatividad de la materia, para determinar el grado de cumplimiento y efectividad del programa. Los principales hallazgos de esta evaluación en México durante 2019 y atendidos durante el mismo ejercicio fueron:

- Detección de incidencias en la integración de expedientes de identificación.
- Rebase en operaciones en efectivo de compra de dólares de los Estados Unidos.
- Calidad de datos en el reporte regulatorio de operaciones objetivas.
- Incidencia en proceso automático, en el cual se validan los expedientes de clientes que abrieron una nueva cuenta.

En Latinoamérica, las áreas de oportunidad detectadas en 2019 y que serán atendidas en 2020 fueron:

- Actualización de manuales y expedientes.
- Robustecimiento de herramientas y desarrollo tecnológico.
- Mejoras en los procesos de debida diligencia.

El cumplimiento de las acciones de Banco Azteca en materia de PLD/FT genera certidumbre entre el público ahorrador al saber que sus recursos se encuentran resguardados en una Institución con alto nivel de cumplimiento, lo cual redundará en una mejor posición reputacional en el mercado.

Asimismo, este nivel de cumplimiento contribuye a contar con un sistema de prevención sólido y reconocido a nivel nacional e internacional, lo cual se refleja en el alto grado de confianza depositada en Banco Azteca por sus socios comerciales, las autoridades y los corresponsales. Estos últimos representan el grupo con quienes la Institución comparte el manual de políticas y procedimientos al inicio de la relación con los bancos corresponsales y, posteriormente, cuando éstos así se lo requieren. Asimismo, se les proporciona este documento solo en caso de que haya sido objeto de alguna modificación o actualización que deba ser de su conocimiento. Este documento se comparte a través del Director de Corresponsalía, o bien, del Oficial de Cumplimiento, a su par en el banco corresponsal a través de correo electrónico.

Adicionalmente, Banco Azteca participa activamente en las asociaciones bancarias de los países en los que tiene presencia, a fin de generar fortalecer y difundir una cultura de PLD/FT.

Banco Azteca participa de manera activa en otras asociaciones gremiales, como la Unión de Entidades Financieras de México (UNIFIMEX) y la Asociación de Bancos de México (ABM); en esta última, colabora como co-coordinador del Comité de Cumplimiento.

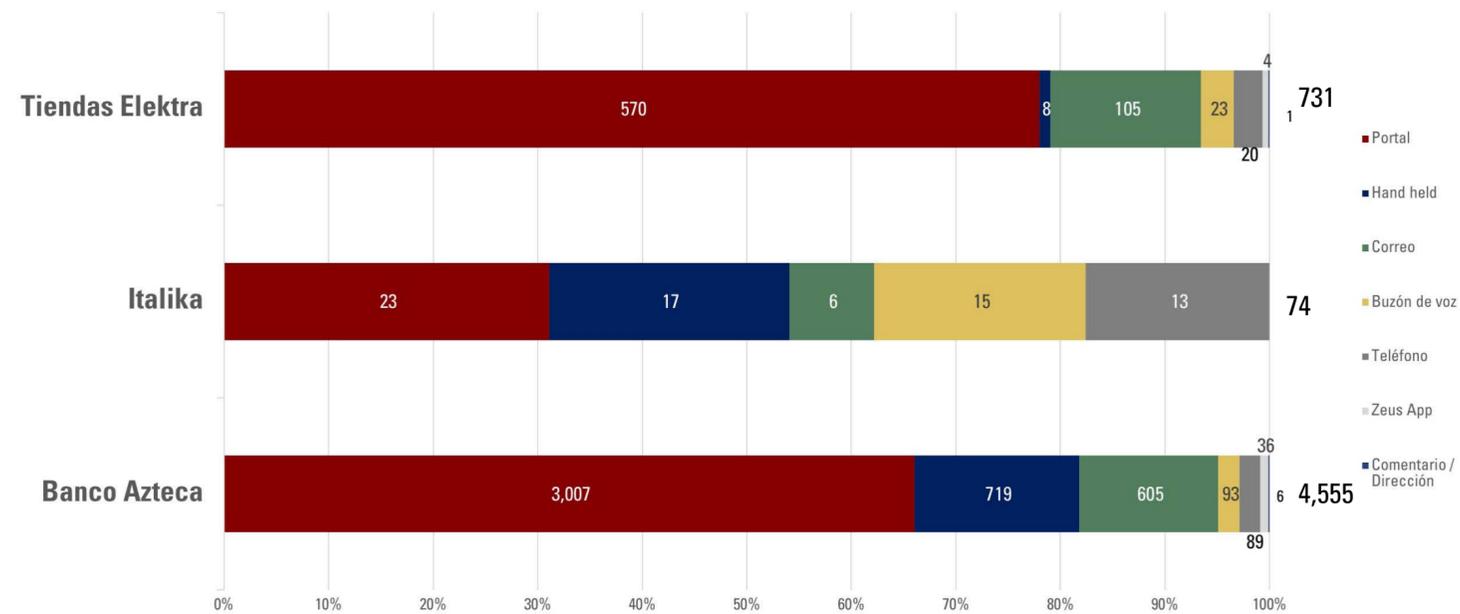
Banco Azteca funge como enlace del gremio bancario con las autoridades financieras y otros participantes del sistema financiero mexicano, así como con organismos internacionales, como GAFI, FINCEN, OFAC, entre otros.

Banco Azteca Honduras es parte de la Asociación Hondureña de Instituciones Bancarias (AHIBA), donde participa en los comités de los Oficiales de Cumplimiento y comparte casos relevantes y mejores prácticas en materia de PLD/FT.

Honestidad

Honestel

Medios de contacto



Indicadores clave de desempeño de Honestel

Denuncias recibidas e índice de confianza

Empresa	Denuncias recibidas	Anonimato
Tiendas Elektra	731	36%
Italika	74	31%
Banco Azteca	4,555	31%

Estatus de las denuncias

Empresa	Comprobado	No comprobado	En investigación	Totales
Tiendas Elektra	408	257	66	731
Italika	35	35	4	74
Banco Azteca	2,754	1,445	356	4,555

Denuncias cerradas e índice de efectividad

Empresa	Denuncias cerradas	Efectividad
Tiendas Elektra	665	61%
Italika	70	50%
Banco Azteca	4,199	66%

Prosperidad compartida

Objetivos y metas 2020:

Con base en el desempeño de 2019 en torno a la gestión de la cadena de suministro, Central de Compras ha establecido sus objetivos para 2020, entre los que se encuentran:

- **Enfoque en resultados**
 - Incrementar el valor de la Central de Compras en un 0.50%, con el fin de contribuir a la rentabilidad de Grupo Salinas.
- **Enfoque en el cliente**
 - Garantizar al menos el 80% de satisfacción de los usuarios.
 - Asegurar el uso de productos y servicios innovadores a los clientes internos, con el fin de ofrecer otras alternativas de abasto.
 - Desarrollar al 95% de los proveedores.
- **Procesos de gestión estratégica**
 - Implementar el “Modelo de Gestión de Alto Desempeño de los 6 pasos” al menos en un 95%.
 - Ejecutar los modelos de certificación y evaluación de desempeño.
 - Automatizar al menos el 70% de las compras.
 - Lograr un 30% de eficiencia de cumplimiento en fechas de entrega pactadas.
 - Reducir los tiempos de respuesta en diferentes partes del proceso.
- **Procesos para la generación de prosperidad incluyente**
 - Promover la colaboración y las sinergias entre las empresas de Grupo Salinas y Central de Compras.
 - Contar con una base de proveedores socialmente responsables para proyectos de Fundación Azteca y ambientales.
 - Fomentar la participación del equipo de Central de Compras en programas que generen prosperidad incluyente.
- **Capacidades organizacionales**
 - Cubrir el 80% de las vacantes que surjan en la Central de Compras con la promoción de personal.
 - Lograr el 95% de adhesión al Plan de Capacitación de los colaboradores.
 - Mejorar el entorno del área de trabajo y mantener un adecuado nivel de motivación, para lo cual buscará ejecutar auditorías de orden y limpieza basadas en el modelo “5S+1”³ en un 90%.
 - Lograr al menos un 80% en la satisfacción de los colaboradores de Central de Compras.
 - Contar con el 95% de disponibilidad del Sistema de Compras para asegurar el soporte de la operación, además de capacitar a los colaboradores en su utilización.
- **Fortalecimiento de la plataforma integral de compras**
 - Implementarla en Colombia.
 - Consolidar las estrategias de subastas para incrementar los niveles de ahorro y beneficios negociados para las unidades de negocio.
 - Corregir las incidencias presentadas durante el primer semestre de la implementación.

El modelo “5S+1” se refiere a la metodología que tiene por objetivo contar con lugares de trabajo ordenados, limpios y seguros, lo que se traduce en una mayor productividad y en un mejor clima organizacional; está conformada por cinco etapas, cuyos nombres inician con la letra “S” en japonés. Las denominaciones en español son: Organización, Orden, Limpieza, Estandarización y Disciplina, mientras que el número “1” significa la aportación realizada por cada colaborador para la consecución de la metodología “5S”.

Desarrollo incluyente

El cliente en el centro de la estrategia

Enfoque en el cliente

Italika

Indicadores Clave de Desempeño (KPIs)

Concepto	Indicadores clave de desempeño (KPIs)	Resultado 2019
Conocimiento del cliente	Realizar estudios del 100% de las 11 categorías de motocicletas en las que participa Italika –trabajo, semiautomática, motoneta, deportiva / naked, doble propósito, cuatrimoto, chopper, adventure, eléctrica y café racer–.	Inició con 3 categorías y en 2019 efectuó el estudio de las 8 categorías restantes.
	Incrementar la base de datos de clientes únicos de 800 mil a 1.5 millones	1,795,045 clientes únicos en la base de datos. 100% de cumplimiento.
Oferta de valor centrada en el cliente	Llevar a cabo 28 business case de 11 categorías y 14 subcategorías en las que participa Italika, más 4 categorías en las que la empresa tiene previsto incursionar	Inició con 5 categorías y en 2019 logró documentar los 23 business case. 100% de cumplimiento. Adicionalmente, Italika elaboró el Brandbook por categorías.
	Medir el Índice de Promotores Neto (IPN) de manera anual	Se llevó a cabo la actualización de diferentes procesos y herramientas, como: Brand Dynamics Estudio Customer Satisfaction Index IPN continuo de servicio postventa
Posicionamiento de Italika como la marca más relevante de motocicletas	Incrementar el Poder de Marca Italika de 16.7 al 17.5 para aumentar la predisposición de elegir a Italika sobre la competencia	Se incrementó el Poder de Marca de Italika del 16.7 al 22.1, consolidándose como la marca más poderosa de la industria en México. La meta fue superada en 26%.

Concepto	Indicadores clave de desempeño (KPIs)	Resultado 2019
Desarrollo de una estrategia para la mejora de la reputación de la marca	Incrementar una opinión positiva en la conversación referente a Italika en Facebook, de 27.9% en 2018 a 30% en 2019	En 2019 la opinión positiva de Italika en Facebook se incrementó a 36.4, superando la meta en 21%.
	Efectuar entrevistas trimestrales a los pilotos de Italika Racing	Se llevaron a cabo 90 entrevistas, derivado de la Rodada sin límites".
	Cubrir 9 eventos al año por parte de medios y publicaciones	En 2019 se cubrieron 15 eventos con medios de prensa, resultado 67% superior al previsto a inicios del año.
	Generar un contenido mensual, con notas e infografías sobre las categorías en las que participa Italika, dirigido a la prensa nacional y local	35 contenidos generados en prensa nacional y local.
Mejora de la experiencia del cliente	Participar en los eventos más relevantes del motociclismo para fortalecer la experiencia de clientes con la marca	Participación en 12 eventos de motociclismo.
	Ejecutar de 5 a 20 campañas de salida que acompañen al cliente y que permitan empoderarlo con base en los objetivos específicos de cada una de ellas	31 campañas ejecutadas en 2019; cantidad 55% superior al número máximo prospectado para el año.
Validación y Desarrollo de Producto	Validación de los modelos de motocicleta de acuerdo con el programa de lanzamiento de nuevos modelos	38 100% de cumplimiento.
	Impartición de cursos de conocimientos de los productos basados en nuevas plataformas o tecnologías	4 100% de cumplimiento.
	Cantidad de tipos de pruebas implícitas en el proceso de validación	19 Meta superada en 27%.

Sinergias

Banco Azteca

Perfil de beneficiarios de programas sociales

Perfil de beneficiarios de los programas sociales de Bienestar en Banco Azteca		
<p>Escuela Media Superior</p> <ul style="list-style-type: none"> • Edad: 18-24 años • Género: <ul style="list-style-type: none"> • Femenino 51% • Masculino 49% • Estados en los que se encuentran los beneficiarios: <ul style="list-style-type: none"> • Estado de México • Veracruz • Puebla • Significado del beneficio: <ul style="list-style-type: none"> • Independencia de los padres • Ahorro • Aprendizaje de cómo ser proveedores económicos • Gastos cotidianos: <ul style="list-style-type: none"> • Transporte • Ropa • Materiales escolares 	<p>Adultos Mayores</p> <ul style="list-style-type: none"> • Edad: 25-54 años • Género: <ul style="list-style-type: none"> • Femenino 46% • Masculino 54% • Estados en los que se encuentran los beneficiarios: <ul style="list-style-type: none"> • Ciudad de México • Veracruz • Estado de México • Significado del beneficio: <ul style="list-style-type: none"> • Dejar a un lado el rol de eslabones débiles • Extensión simbólica de la productividad propia • Gastos cotidianos: <ul style="list-style-type: none"> • Ropa • Medicamentos • Herramientas 	<p>Personas con discapacidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • Edad: 25-54 años • Género: <ul style="list-style-type: none"> • Femenino 45% • Masculino 55% • Estados en los que se encuentran los beneficiarios: <ul style="list-style-type: none"> • Veracruz • Puebla • Chiapas • Significado del beneficio: <ul style="list-style-type: none"> • Recompensa simbólica por oportunidades laborales reducidas • Ahorro para los familiares • Gastos cotidianos: <ul style="list-style-type: none"> • Ropa • Medicamentos • Herramientas
	Llevar a cabo 28 business case de 11 categorías y 14 subcategorías en las que participa Italika, más 4 categorías en las que la empresa tiene previsto incursionar	Inició con 5 categorías y en 2019 logró documentar los 23 business case. 100% de cumplimiento. Adicionalmente, Italika elaboró el Brandbook por categorías.
Oferta de valor centrada en el cliente	Medir el Índice de Promotores Neto (IPN) de manera anual	Se llevó a cabo la actualización de diferentes procesos y herramientas, como: Brand Dynamics Estudio Customer Satisfaction Index IPN continuo de servicio postventa
Posicionamiento de Italika como la marca más relevante de motocicletas	Incrementar el Poder de Marca Italika de 16.7 al 17.5 para aumentar la predisposición de elegir a Italika sobre la competencia	Se incrementó el Poder de Marca de Italika del 16.7 al 22.1, consolidándose como la marca más poderosa de la industria en México. La meta fue superada en 26%.

Inclusión digital

E-commerce

Objetivos 2020:

Tiendas Elektra

- Brindar al cliente la mejor experiencia omnicanal a través de una sólida oferta diversificada.

Italika

- Mejorar la experiencia del cliente reduciendo los tiempos de entrega a nivel nacional a siete días hábiles en promedio.
- Lanzar la forma de pago de crédito digital en conjunto con Banco Azteca.
- Generar alianzas estratégicas con diversas plataformas de movilidad o agregadores.

Banca Digital

Objetivos 2020:

- Lograr la digitalización de 10.5 millones de clientes.

Objetivos a mediano plazo:

- Migrar el 50% de la operación de venta de Banco Azteca a la App.
- Diversificar los ingresos de Banca Digital con productos más allá de la Institución, así como con la venta a mercado abierto de las capacidades digitales.

Objetivos a largo plazo:

- Convertir a la Banca Digital en un aliado diario de las personas, acercando de forma simple y rápida las soluciones acordes a sus momentos de vida, impulsando su desarrollo.

Información clara y certera

Banco Azteca

Adicional a los requerimientos generales que deben cumplir los productos de Banco Azteca, existen algunos de ellos que, además, están sujetos a ciertas especificaciones por unidad de negocio, tales como:

Crédito

- Aviso en administración de crédito en saldos insolutos.
- Contrato del producto de crédito al consumo.
- Términos y condiciones de programas específicos.
- 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.
- Estado de cuenta, aplicable por ejemplo para Tarjeta Azteca, Tarjeta Oro Garantizada y Tarjeta Oro Revolvente. Es el documento que informa, entre otros datos, los periodos pactados, el monto o límite de crédito, el saldo inicial y el de la fecha de corte; el monto a pagar en el periodo, la fecha límite de pago; los montos correspondientes al pago mínimo, al pago para no generar intereses al pago mínimo más la parte exigible de las promociones sin intereses o, en su caso, al pago fijo; el monto de crédito disponible, el saldo a favor; las comisiones cobradas, el monto, los conceptos que las generan, su fecha y moneda en que se originaron.
- Para el caso del negocio prendario y específicamente para la venta de oro, la Ley Federal de Protección al Consumidor y algunas Normas Oficiales Mexicanas.

Afore

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

Afore Azteca monitorea su desempeño con base en el Medidor de Atributos y Servicios de las AFORE (+MAS AFORE), indicador que lo ubicó en la posición número 8 en el ejercicio 2018.

Afore Azteca se ubicó en la posición número 8 en el Medidor de Atributos y Servicios de las AFORE (+MAS AFORE) en 2018.

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
- La Circular Única de Casas de Bolsa
- La Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros

Banca Digital

- Contratos de adhesión para banca electrónica.
- Información sobre costos y comisiones.
- Comprobantes de operación.
- Publicidad aplicable para banca por Internet.
- Implementación de sanas prácticas al uso relativo del ofrecimiento y comercialización de operaciones y servicios financieros.

Asimismo, 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.
- Auditorías internas y externas realizadas al menos una vez al año.

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	Correo electrónico	Sitio de Internet y Chat	Redes sociales	Unidad Especializada de Atención a Us
Tiendas Elektra Centro de Atención a Clientes (CAT): 01-800-510-1111	Tiendas Elektra contacto@elektra.com.mx	Relación con inversionistas www.grupoelektra.com.mx	Tiendas Elektra Facebook: @TiendasElektraMexico Twitter: @Tiendas_Elektra	Banco Azteca Vía telefónica: 55-1720-7272; 01-800-808-7272 Correo electrónico: ueau@bancoazteca.com.mx
Banco Azteca Línea Azteca: 5447-8810 opción 4	Banco Azteca infobazteca@bancoazteca.com.mx	Tiendas Elektra www.elektra.com.mx	Banco Azteca Facebook: @BancoAzteca Twitter: @BancoAzteca	
		Banco Azteca www.bancoazteca.com.mx		
		App Banco Azteca Móvil		

Patrocinios

Con el objetivo de impulsar la práctica segura del motociclismo deportivo y potencializar el talento de pilotos de todas las edades, en 2016 Italika lanzó la plataforma Italika Racing –misma que recibió el Distintivo Road to Moto GPTM en el año 2018–, año en que también iniciaron operaciones los Centros ITALIKA de Alto Rendimiento (CIAR), creados en colaboración con Lorenzo Competición México. Además de cursos de formación deportiva, en estas escuelas Italika imparte clases de seguridad en la conducción para motociclistas de todos los niveles y edades.

Fue en 2018 también cuando Italika aumentó su presencia en campeonatos de carácter internacional con la ITALIKA Women's World Cup, la primera Copa Internacional Femenil monomarca en la historia del motociclismo de velocidad.

En 2019, Italika participó en la primera Rodada sin Límites, evento realizado en conjunto con la Fundación México Incluye y que consistió en una rodada inclusiva en motocicleta por la República Mexicana; en ella participaron 23 personas con y sin

discapacidad, quienes rodaron durante 30 días para demostrar que la motocicleta no reconoce límites.

Con el fin de continuar impulsando la competitividad deportiva y la adopción de estilos de vida saludable, Italika patrocinó en 2019 a Astrid Madrigal como piloto oficial de la marca para Italika Racing, así como la Carrera Monarcas, destinando MXN\$400 mil.

En 2019, Banco Azteca también participó como patrocinador oficial de la “Expo Tendero”, iniciativa en la que se extendió la invitación a más de 30 mil dueños de pequeños negocios de la Ciudad de México y que fue una oportunidad para que la Institución presentara la oferta de soluciones para este segmento Emprendedor –tales como Crédito Empresario Azteca, Débito Negocio y Acepta Pago–.

Asimismo, Banco Azteca invitó al expositor David Konzevik a impartir una conferencia dirigida a 38 jóvenes de entre 17 y 25 años; este evento consistió en orientarlos para enfocar sus esfuerzos en actividades productivas a favor de la sociedad.

Finalmente, Afore Azteca participa como copatrocinador de las ferias de educación financiera que se realizan a través de la Asociación Mexicana de AFORES (AMAFORE), así como de la comunicación por medios masivos respecto al ahorro previsional.

Mejora continua

Con la finalidad de fortalecer el proceso de mejora continua, Grupo Elektra y sus empresas han establecido diversos objetivos y metas para el ejercicio 2020, entre los que se encuentran:

Tiendas Elektra

- Lograr una mayor participación en el mercado en las líneas de telefonía y motocicletas.
- Crecer en la preferencia del cliente con el producto Milenia⁴.
- Ejecutar 35 remodelaciones en tiendas para brindar una mejor experiencia al cliente.

Italika

- Profundizar en el conocimiento del cliente a través de estudios de mercado, cualitativos, cuantitativos, encuestas e interacciones para entenderlo y satisfacer sus expectativas.

- Conectar y reconectar al 100% los canales de interacción de Italika en Hybris Marketing SAP –plataforma especializada en el desarrollo de software y omnicanalidad para la gestión de clientes y productos– para conocer a profundidad la navegación del usuario en los diversos canales y generar estrategias particulares, de acuerdo con las necesidades de los clientes.
- Desarrollar una transformación digital a través de diversos canales, como el sitio web y la app, para romper el anonimato con el 50% de los clientes y ofrecer experiencias personalizadas.
- Realizar business case para el 100% de los lanzamientos que tengan lugar en 2020, con base a las necesidades del cliente.
- Mantener el valor de la marca Italika y que continúe siendo la más poderosa de la industria, de acuerdo con el estudio Brand Dynamics de Millward Brown Kantar.
- Fortalecer la reputación de la marca, invitando a medios de prensa a que cubran 15 eventos de marca durante el año e incrementar las publicaciones.
- Consolidar el valor de la marca Italika como una Empresa Socialmente Responsable (ESR®) que brinda facilidades de movilidad para transformar vidas, a través del desarrollo de una agenda social.
- Incrementar una opinión positiva de conversación sobre Italika en Facebook, del 36.4% al 39%.
- Validar 34 modelos de motocicletas de acuerdo con el programa de lanzamiento de nuevos modelos.
- Lograr la certificación EURO III - IV para 15 plataformas de motocicletas Italika.
- Impartir ocho cursos de conocimientos de los productos basados en nuevas plataformas o tecnologías.
- Incrementar tres tipos de pruebas implícitas en el proceso de validación de motocicletas.
- Sentar las bases de desarrollo de nuevos proveedores de motocicletas en otros países.
- Expansión de cinco puntos de venta en Perú.

Banco Azteca

- **Generales:**
 - Desplegar nuevos productos para diversos segmentos.
 - Impartir capacitación presencial y en línea relativa a diversos segmentos, productos y beneficios.
- **Cobranza:**
 - Contribuir en la recuperación, alcanzando la meta establecida de MXN\$1,600 millones; con una recuperación semanal promedio de MXN\$20-MXN\$25 millones.
 - Sistematizar los procesos de pagos a encargados y a despachos, con el fin de lograr mayor eficiencia en tiempos y disminuir posibles errores manuales en los procesos.

⁴ Para mayor información sobre este producto, visite la página: www.elektra.com.mx/garantia-milenia

- **Captación:**
 - Reducir el tiempo de apertura de una cuenta N4 a 10 minutos.
 - Mejorar el nivel de servicio de administración del efectivo para llegar a un 99.0%.
 - Alcanzar un IPN de clientes de Captación del 70%.
 - Renovar inversiones en 95%.
 - Recuperar al 10% de clientes de Captación.
 - Continuar trabajando para que en el mediano plazo (3-5 años) Banco Azteca logre:
 - Implementar el Ecosistema Digital de Captación para incrementar los saldos de manera masiva, reducir la salida de efectivo y fomentar la digitalización de clientes, impulsando:
 - La construcción de una red masiva de aceptación de pagos con código QR en micronegocios.
 - El incremento en los saldos de captación en sus cuentas.
 - El impulso en el e-commerce, a través del fomento de las transacciones en portales de Internet.
 - La visibilidad y penetración de marca.
 - Ampliar la red propia de cajeros automáticos para que en 2021 se encuentre compuesta por 3,500 ATMs.
 - Desarrollar campañas promocionales que permitan agregar valor a los clientes a partir de la oferta de cada uno de los productos.
 - Fortalecer el proyecto paperless en sucursales, tanto en el segmento de Captación como en Cajas y cajeros automáticos con:
 - La implementación de un plan para la eliminación de la impresión de tickets de transacciones para clientes.
 - El inicio de un plan de eliminación de impresiones mediante el envío digital de los principales documentos, como estado de cuenta, constancia de retención de impuestos y reimpresión de contrato.
 - La implementación de un pedestal digital para los documentos normativos.
- **Banca Digital:**
 - Impulsar la omnicanalidad entre los clientes, promoviendo la utilización de los canales alternos de Banco Azteca, como la banca móvil, canales de terceros, cajeros permanentes propios y los resultantes de las alianzas otras instituciones, con el fin de que realicen sus operaciones bancarias sin necesidad de acudir a una sucursal y, de esta manera, mejorar su experiencia.
- **Micronegocio Azteca**
 - Llegar a una colocación de MXN\$6,685 millones y a MXN\$1,164 millones en cartera.
 - Lograr una contribución neta de MXN\$116 millones y alcanzar los 193,300 clientes.
- **Banco Azteca Guatemala:**
 - Diseñar e implementar el acompañamiento en el ciclo de vida del cliente.
 - Contar con el 7.5% de clientes de captación en Banca Digital.
 - Generar un 15% de clientes nuevos por medio de los canales de originación en línea.
 - Incrementar la cantidad de clientes con venta cruzada, crédito y captación del 13% al 20% al cierre de 2020.
 - Crecer la cartera a razón de GTQ\$1.4 millones.
 - Generar nuevos empleos en las localidades donde tiene presencia.
 - Maximizar la experiencia del cliente a través de un servicio de calidad y la reducción de tiempos de apertura de 35 a 25 minutos.
 - Mejorar la mezcla de Captación, aumentando el porcentaje de participación de los saldos de Guardadito.
 - Crecer la cartera de Guardadito en un 35%.
- **Banco Azteca Honduras:**
 - Incrementar los saldos de captación en un 9%.
 - Facilitar la apertura de cuentas en forma ágil y con base en un proceso simplificado, a través de cuenta básica.
- **Banco Azteca Panamá:**
 - Consolidarse como la primera opción financiera y de retail para los segmentos que atiende.
 - Aumentar la base de clientes en 32% vs 2019.
 - Mejorar el Índice de Promotores Neto (IPN) de clientes de 74% a 85%.
 - Desarrollar nuevos canales de venta, con base en la tecnología.
 - Implementar 20 comercios de canales de terceros.
 - Incrementar la productividad, así como la venta promedio por vendedor.
 - Captar USD\$9 MM.
 - Mejorar los tiempos de apertura de cuenta Guardadito de 60 a 20 minutos.
- **Banco Azteca Perú:**
 - Desarrollar capacidades de analítica avanzada para conocer y atender de mejor manera al emprendedor en el ciclo de vida del negocio –prospección, originación, comportamiento, retención, cobranzas y recovery–.
 - Aumentar la colocación vs 2019, con énfasis en Consumo.
 - Priorizar la experiencia del cliente en los productos de Captación.
 - Contar con una mezcla de captación balanceada en la cual el índice de liquidez sea mayor a un 85%.
 - Realizar campañas de captación del producto Inversión Azteca tres veces al año.

- **Afore Azteca:**
 - Innovar el modelo comercial y aprovechar las nuevas tecnologías.
 - Establecer un fuerte enfoque en el cliente para reducir la tasa de salida de afiliados en 70 puntos base.
 - Establecer un modelo que preserve un alto sentido de responsabilidad fiduciaria en la inversión de los fondos.
 - Concluir el desarrollo de la Plataforma Integral de Servicios.
 - Garantizar que un 85% de las afiliaciones correspondan a clientes con saldo mayor a cero.
 - Ampliar la fuerza de ventas con 4,000 asesores multi producto con rentabilidad y disminuir la rotación de agentes promotores.
 - Disminuir en 20% los gastos derivados del envío de los estados de cuenta, concluyendo al cierre de 2020.
 - Contribuir con MXN\$8.3 millones de plusvalías durante 2020.

- **Punto Casa de Bolsa:**
 - Desarrollo de la nueva versión de su aplicación digital.
 - Mercado de dinero:
 - Aprovechar las relaciones del Grupo con empresas paraestatales y entidades gubernamentales, con el objetivo de incrementar la base de clientes y los flujos de operación.
 - Fortalecer, a través del área de análisis, la relación con los clientes existentes.
 - Incrementar los ingresos en 11.15% considerando una tasa de inflación anual del 3.00%.
 - Mercado de capitales:
 - Incrementar la operación de la cuenta propia en un 15%.
 - Generar ingresos por MXN\$15 millones.
 - Personas físicas:
 - Generar ingresos por MXN\$4.5 millones.
 - Aumentar 30% la cartera actual, alcanzando una nueva cartera por MXN\$82 millones.
 - Banca de inversión:
 - Continuar con la expansión de los productos que ofrece, incorporando productos de capitales estructurados, como: Certificados Bursátiles Fiduciarios de Desarrollo (CKDs) y Certificados Bursátiles Fiduciarios de Proyectos de Inversión (CERPIs).
 - Continuar ofreciendo productos de deuda, como las propuestas de buratilizaciones, emisiones quirografarias de largo y corto plazo.

Valor social

El valor del talento

Retención de talento

Objetivos 2020:

Tiendas Elektra

- Desarrollar una estrategia para mejorar la experiencia del candidato y los clientes internos.
- Reducir el tiempo de cobertura de vacantes.
- Impulsar la cultura organizacional para dirigir comportamientos.
- Automatizar el proceso de reclutamiento, selección y contratación.
- Desarrollar un pipeline de talento para las diferentes áreas de la organización.
- Eficientar los flujos y procesos de atracción y contratación.
- Ser una empresa aspiracional en el mercado laboral.
- Continuar con la certificación Great Place to Work e incrementar el resultado.
- Disminuir la rotación en Geografía.
- Promover al 10% de los colaboradores, en comparación con 2019.

Italika

- En Ensamblika, contratar:
 - 223 personas para incrementar dos grupos de producción de 30 operadores a 60.
 - 365 personas para la Línea de Ensamble número 6.
 - 105 personas para la apertura de la nave número 7 de producto terminado.

Banco Azteca

- Cobertura de vacantes de primera línea en 98% en Cobranza y Crédito.
- Disminución de rotación en Cobranza y Crédito como unidad de negocio por debajo del 30%.
- 75% de permanencia de la plantilla de Geografía, es decir, tener un máximo de 25% de rotación.
- Cobertura del 95% de la plantilla de Banca Digital y Estrategia de Clientes.
- Reducir la rotación del personal de Banca Digital al 25%.
- Retener el top talent en un 95%.
- Retener al 100% del talento y mantenerlo interesado en su desarrollo y crecimiento dentro de su área de trabajo para que, en el mediano plazo se consolide como formador de equipo y a largo plazo continúe en puestos directivos.

Desarrollo de talento

Capacitación

Tiendas Elektra

Cobertura de cursos de capacitación

Curso o programa	Porcentaje del total de colaboradores que fue capacitado a nivel global
Certificación Líderes en Tienda Omnicanal	100% de todos los colaboradores a nivel global (59% fue certificado, mientras el resto se encuentra en proceso de certificación)

Objetivos 2020:

- Desarrollo de la Universidad Elektra.
- Capacitar al 100% de los colaboradores de Tiendas Elektra en Universidad Elektra.
- Implementar programas Top Talent.
- Formación en Líder Coach.
- Elevar la productividad de los asesores de venta.
- Implementar planes de capacitación especiales para los Asesores en tienda y para los colaboradores en los Centros de Distribución.

Banco Azteca

Desglose de colaboradores capacitados y horas de capacitación impartidas en 2019

Indicador	México	Latinoamérica	Total
Número total de colaboradores capacitados	57,467	12,700	70,167
Número de hombres capacitados	36,394	7,467	43,861
Número de mujeres capacitadas	19,690	5,233	24,923
Número total de horas de capacitación	1,529,495	143,748	1,673,243
Número de colaboradores capacitados en cuestiones éticas	55,955	6,855	62,810
Número de horas de capacitación en cuestiones éticas	41,920	36,302	78,222
Número de colaboradores capacitados en temas de derechos humanos (cursos completos o módulos dentro de otros cursos)	33,655	7,302	40,957
Número de horas de capacitación en derechos humanos	36,961	13,558	50,519
Número de colaboradores capacitados en el conocimiento del Código de Ética	48,705	4,873	53,578
Número de horas de capacitación en el conocimiento del Código de Ética	51,307	3,236	54,543
Número de colaboradores capacitados en anticorrupción	51,239	8,165	59,404
Número de horas de capacitación en anticorrupción	137,839	28,246	166,085
Número de colaboradores capacitados en ciberseguridad/seguridad de la información	54,899	7,659	62,558
Número de horas de capacitación en ciberseguridad/seguridad de la información	48,288	7,660	55,948
Número de colaboradores capacitados en gestión de riesgos	51,239	7,388	58,627
Número de horas de capacitación en gestión de riesgos	43,026	8,568	51,594
Número de colaboradores capacitados en cuestiones para reforzar el conocimiento del producto o servicio que ofrece la empresa	50,352	8,523	58,875
Número de horas de capacitación en cuestiones para reforzar el conocimiento del producto o servicio que ofrece la empresa	1,170,154	46,179	1,216,333
Número de días promedio de capacitación por empleado	3.71	1.57	3.2

Cobertura de cursos de capacitación

Tipo de capacitación	Porcentaje del total de colaboradores que fue capacitado a nivel global
Inducción	100% de todos los colaboradores a nivel global (colaboradores de nuevo ingreso)
Ética	> 75% de todos los colaboradores a nivel global
Derechos humanos	> 50% de todos los colaboradores a nivel global
Anticorrupción	> 75% de todos los colaboradores a nivel global
Ciberseguridad/seguridad de la información	> 75% de todos los colaboradores a nivel global
Prevención de lavado de dinero	> 75% de todos los colaboradores a nivel global
Gestión de riesgos	> 75% de todos los colaboradores a nivel global
Liderazgo	100% de los colaboradores de la primera línea; < 50% de todos los colaboradores a nivel global
Reforzamiento del conocimiento del producto o servicio que ofrece la empresa	> 75% de todos los colaboradores a nivel global
Certificaciones y otros cursos normativos	> 75% de todos los colaboradores a nivel global

Objetivos 2020:

México

Cobranza y Crédito

- Continuar con la Certificación de líderes, manteniendo el 95% del personal certificado a nivel nacional.
- Impartir mayor capacitación al equipo de Cobranza para reducir las quejas del Registro de Despachos de Cobranza (REDECO) ante la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF).
- Lograr una rotación máxima del 30%.
- Incrementar la productividad por colaborador.

Sucursales

- Lograr la satisfacción de los colaboradores respecto al programa Fundamentos Gerenciales en un 98%.
- Capacitar al 100% de la primera línea de Directores de Corporativo y Directores Zonales y Territoriales de la Dirección General de Sucursales en el programa Líderes de Excelencia.
- Implementar en 2020 el programa Líderes de Excelencia en la segunda línea de Directores.
- Aprobación del 90% de los participantes del programa Líderes de Excelencia.
- Lograr la satisfacción de los colaboradores respecto al programa Líderes de Excelencia en un 98%.
- 100% de cumplimiento en aprobados y certificados en materia PLD.
- 98% de cumplimiento en la Certificación en BANXICO.

Micronegocio Azteca

- Contar con una capacitación más especializada y desarrollar un proceso de certificación que avale que el colaborador cuente con las competencias necesarias para desempeñar las funciones de su puesto.
- Continuar capacitando de forma continua a todos los colaboradores de la unidad de negocio, reforzando los temas primordiales para el logro de los objetivos del negocio.
- Diseñar contenidos de capacitación dirigidos a los formadores de equipos.
- Llevar a cabo sesiones de reforzamiento a través de aulas virtuales.

Presta Prenda

- Participación del 100% del personal de direcciones de Banca Digital.

Banca Institucional y de Gobierno (BIG)

- Continuar con el desarrollo de artículos de aprendizaje sobre los productos y servicios para Empresas y Gobierno, con la finalidad de fomentar el Programa Integral de Capacitación para cada puesto comercial de BIG.

- Mantener actualizada la oferta educativa transversal de Productos de nómina para personas físicas para capacitar a los asesores de servicios financieros.
- Desarrollar artículos de aprendizaje para el desarrollo de habilidades de liderazgo entre los formadores de equipos.

Afore Azteca y Seguros Azteca

- Generar un Programa Integral de Capacitación dirigido a todos los colaboradores de Banco Azteca y personal del Centro de Atención Telefónica para que:
 - Se certifiquen de conformidad con la Circular de Servicios emitida por la CON-SAR.
 - Tengan mayor dominio sobre los trámites y servicios de Seguros Azteca; lograr que esto se refleje en una mejor atención al cliente y en el incremento en la colocación de los productos.
- Desarrollar un modelo de enseñanza-aprendizaje, en el que se brinden al colaborador los conocimientos y herramientas necesarios para asesorar y orientar al cliente sobre los beneficios de estar afiliado a Afore Azteca y para atraer más clientes que adquieran productos de seguros.
- Realizar evaluaciones trimestrales que permitan identificar las necesidades de capacitación y mejorar el proceso.

Latinoamérica

Banco Azteca Guatemala

- Incrementar el IPN de colaboradores en la evaluación anual a 70%.
- Mejorar la productividad en los programas de Excelencia un 20%.
- Lograr la recertificación Great Place to Work, manteniendo un 87%.
- Capacitar al 100% de los colaboradores.
- Migrar el 100% del contenido de la plataforma actual a Talento GS.
- Elaborar el 100% de las mallas curriculares por puestos clave para plataforma.
- Elaborar contenido especial para puestos clave.

Banco Azteca Honduras

- Desarrollar las habilidades de todos los líderes para lograr una mejor gestión de los colaboradores, tanto en soft skills como en la gestión de resultados.
- Desarrollar los programas de:
 - Gerentes de Excelencia - Nivel Plata
 - Regionales de Excelencia - Nivel Plata
 - Sé Líder: Semillero de Líderes

Banco Azteca Panamá

- Actualizar como mínimo seis cursos presenciales y cuatro cursos en línea.
- Crear como mínimo cuatro cursos presenciales y dos en línea.
- Aumentar el porcentaje de capacitaciones presenciales en un 15% en comparación con el año 2019.
- Disminuir el porcentaje de cursos pendientes por finalizar del 3.4% al 2.2%.

Banco Azteca Perú

- Identificar alternativas que permitan incrementar la cantidad de capacitaciones presenciales, tanto para la Geografía como para el Corporativo.
- Rediseñar los procesos de onboarding para Geografía y de capacitación refuerzo, con la finalidad de realizarlos de manera presencial.
- Realizar el refuerzo de “El camino para vender mejor” para todos los Asesores Financieros y Gerentes / Subgerentes de Agencia; así como el refuerzo de “El camino para cobrar mejor”, dirigido a Jefes de Cobranza.
- Continuar desarrollando:
 - Talleres de Liderazgo
 - Escuelas de Jefes de Cobranza y Asesores Financieros; se tiene previsto llevar a cabo por lo menos seis nuevas Escuelas (tres por puesto).
- Complementar la oferta de la plataforma de capacitación en línea, de tal manera que permita la formación en onboarding, cursos normativos, actualizaciones sobre productos, servicios y procesos, así como el reforzamiento de soft skills y competencias.
- Crear al menos ocho contenidos virtuales.
- Lograr una cobertura en capacitación de mínimo 75%.
- Lograr un porcentaje de cumplimiento de cursos normativos del 85%, mínimo.

“Jóvenes Construyendo el Futuro”

Programa piloto

“Lanzamiento de actividad específica de medición de tiempo de clientes en fila a través de la App Volemos Alto”

El programa constará de cuatro fases:



Objetivos 2020:

Banco Azteca

- Vincular al 100% de aprendices en los 10 días hábiles posteriores a su inscripción en la plataforma de la STPS.
- Contar con un tiempo de respuesta de 48 horas para el trámite de baja.
- Realizar dos contrataciones semanales de aprendices.
- Distribuir el número total de contrataciones de aprendices al cierre de 2020 en un 80% para Banco Azteca y 20% para el resto de los negocios de Grupo Salinas.
- Reducir a cero el porcentaje de aprendices afectados en su apoyo económico por la falta de evaluación de desempeño por parte del tutor en la plataforma de la STPS.
- Atender el 100% de las quejas interpuestas por los becarios y la STPS, en un lapso no mayor a 72 horas.
- Certificar al 100% de los becarios con más de seis semanas de antigüedad.
- Lograr un índice de satisfacción del aprendiz de 80%.
- Cumplir en un 80% la medición de fila en sucursales por parte de los aprendices.
- Entregar los uniformes al 100% de los aprendices.
- Impulsar que el 40% de los becarios finalicen los 12 meses de su capacitación en Cobranza y Crédito.
- Aumentar el porcentaje de casos de éxito –contratación de los becarios de contratación–, a través de la difusión de los CV de los aprendices capacitados en el Centro de Atención a Clientes (CAT) y con los Especialistas de Capital Humano de Cobranza y Crédito.
- Reducir el tiempo de respuesta a las solicitudes de los becarios de 8 a 6 días.
- Reducir la rotación de los becarios de 59% a 50%.
- Trabajar en conjunto con Territoriales de Capital Humano y Especialistas de Capital Humano para reducir las declinaciones por no poder contactar a los becarios –causa principal de declinación en 2019–.
- Capacitar al 100% de los tutores activos.
- Integrar Especialistas de Desarrollo Organizacional.
- Integrar nuevos perfiles de acuerdo con las necesidades del negocio.
- Integrar un becario en corporativo para prueba piloto.
- Capacitar al 100% de los aprendices en contenidos Cobranza y Crédito y transversales.

Evaluación de desempeño

Objetivos 2020:

Tiendas Elektra

- Generar planes de acción para cada una de las áreas y darles seguimiento trimestral.
- Generar una cultura de retroalimentación en la que éste se lleve a cabo cada seis meses.
- Evaluar el talento apto en Geografía para parrillas de reemplazo.

Banco Azteca

- Incorporar al 100% de los Directores en el sistema de Evaluación de Desempeño.
- Incorporar a los Gerentes de Geografía en el proceso de asignación de ORCs individuales y aplicación de la evaluación de desempeño de forma semestral a las áreas de Dirección General, Áreas Centrales y personal que integra la cadena de mando de la Geografía–.
- Impulsar al personal de Afore Azteca y Seguros Azteca para que el 100% de ellos conozcan sus objetivos individuales, obtengan la debida retroalimentación y que el 9 box sea considerado para los planes de acción de desarrollo y sucesión.

Calidad de vida Beneficios y prestaciones

Objetivos 2020:

Tiendas Elektra:

- Establecer un esquema de compensación dividido en sueldo fijo y parte variable, lo cual generará rentabilidad y posibilitará la reducción del índice de rotación.
- Implementar horarios escalonados en Geografía, lo cual permitirá impactar de manera positiva en la calidad de vida de los colaboradores.
- Continuar remodelando las oficinas en el Corporativo y en los Centros de Distribución, con el fin de crear oficinas más cerca de la operación.

Satisfacción de los colaboradores

Objetivos 2020:

- Índice de Promotores Neto (IPN)
 - Incrementar la participación efectiva para alcanzar en el mediano plazo el 100% de participación.
 - Construir programas que atiendan las principales causas de insatisfacción en Tiendas Elektra.
- Jefe con Estrella
 - Incrementar el número de líderes nominados para alcanzar en el mediano plazo la nominación del 100% de los líderes.

Seguridad y salud ocupacional

Seguridad vial

Objetivos 2020:

- Reducir el número de accidentes en un 20% en relación con 2019.
- Contar con la primera base para la sistematización de la información persona y de activos de cada colaborador en Geografía para su captura en un software que permita una conexión con todos los despachos y cuarteles.
- Reducir la siniestralidad y bajas por accidentes de colaboradores.
- Realizar la segunda vuelta de la certificación al 100% de los Líderes de Cartera en México.
- Efectuar la transferencia de la capacitación del líder (Gerente) de cartera a los gestores, a través de:
 - La estandarización de la capacitación líder-gestor.
 - La apertura del centro de capacitación permanente en las zonas metropolitanas.
- Instalar más de 1,521 italikas con GPS e inmovilizador, para contar con 3,468 italikas con estos mecanismos de seguridad en el país.
- Migrar la administración del inventario a SAP de Grupo Salinas para garantizar:
 - La continuidad operativa y la centralización de los procesos.
 - Contar con herramientas por posición (función) y no por persona.
 - La automatización de la asignación inmediata de equipo por creación de una posición, en caso de robo o daño, o bien, por fin de vida útil.
 - La vinculación para la ejecución inmediata a despachos y áreas relacionadas de seguros y fianzas, C4, gasolina, CESIT de Italka, telefonía, entre otros factores.
- Migrar la operación en México al uso de “All in One”, sustituyendo más de 9,000 tabletas por dispositivos Android, con la finalidad de beneficiar a los 12,000 colaboradores de Cobranza en México.
- Ampliar las capacidades de Cobranza, por medio de la habilitación de Cobro con Tarjeta Contactless, CoDi, Código QR y Wallet Digital.
- Diversificar el abasto del dispositivo Android, minimizando los riesgos de tener un solo proveedor y generando mayor competencia en precios, mejora en los dispositivos y en la oferta de servicio.

Solidaridad por el bienestar y el progreso

Promotor de oportunidades

Banco Azteca

Inclusión financiera

Educación financiera

Resultados del Programa de Educación Financiera y Negocios “Aprende y Crece”, en México en 2019

41,800 participantes en eventos presenciales.

15,000 publicaciones educativas distribuidas en eventos y sucursales en México.

230,000 visitantes a la Academia Espacial de Ahorranautas en el MIDE

1,734,960 usuarios del portal web y las redes sociales de “Aprende y Crece”.

12,400,000 impactos a través de las campañas educativas mostradas en pantallas de las sucursales de Banco Azteca.

MXN\$17,116,562 invertidos por “Aprende y Crece” en México.

Resultados del Programa de Educación Financiera y Negocios “Aprende y Crece”, en Latinoamérica en 2019

16,681 participantes en eventos presenciales.

37,041 publicaciones educativas distribuidas en eventos y sucursales en Guatemala, Honduras, Panamá y Perú.

243,963 usuarios del portal web y las redes sociales de “Aprende y Crece”.

MXN \$5,856,547 invertidos por “Aprende y Crece” en Latinoamérica.

Objetivos 2020:

- Fortalecer el Diplomado *e-Learning* Financiero “Aprende y Crece”, mediante:
 - El posicionamiento de la plataforma en línea a través de una campaña estratégica para robustecer tanto el engagement como el tráfico de usuarios en medios on/offline.
 - La integración del e-Learning a la “Escuela para clientes” de Banco Azteca y a la plataforma de capital humano para la capacitación de los colaboradores de las sucursales (Geografía).
 - Establecer una alianza estratégica con alguna institución universitaria de prestigio en México para que avale el contenido del e-Learning.
 - El lanzamiento del e-Learning en:
 - Guatemala para 2020, con contenido avalado por una institución universitaria.
 - Panamá y Perú para 2021.
 - Honduras para 2022.
- Impartir el Taller “Aprende tus finanzas en un mundo digital” para promover el uso de la banca digital y el aprendizaje continuo para la toma de decisiones financieras informadas.
- Promover la “Academia Espacial de Ahorranautas”, mediante:
 - El impulso de la educación para el uso de la banca digital a través de una campaña estratégica de difusión de la instalación a través de medios on/offline.
 - Instalación de la “Academia Espacial de Ahorranautas” en:
 - Guatemala para 2020, en un museo de alta afluencia.
 - Panamá y Perú para 2021.
 - Honduras para 2022.
- Instalar otra exposición permanente en un museo de alta afluencia, cuyo objetivo será desarrollar las capacidades financieras de los asistentes, mediante el uso de tecnologías de vanguardia.
- Implementar el Modelo de Monitoreo y Evaluación de Impacto que se tenía previsto para 2019, mas no se llevó a cabo debido al enfoque en el establecimiento de nuevas iniciativas y fortalecimiento de las ya existentes.

Apoyo a la comunidad

Voluntarios participantes

Actividad	Unidad de Negocio	Participantes
Programa Jóvenes Construyendo el Futuro	Banco Azteca	1,441
Voluntariado bancario	Banco Azteca	700
Actividades desarrolladas por el Área Corporativa de Desarrollo Humano, Comunicación e Integración de Grupo Salinas	Grupo Elektra	66
	Otras áreas y unidades de negocio	225
Total Grupo Elektra		2,207
Total global		2,432

Instituciones beneficiarias de las iniciativas de voluntariado desplegadas por el Área Corporativa de Desarrollo Humano, Comunicación e Integración de Grupo Salinas

	Instituciones beneficiadas	Área de apoyo
1.	Albergue Reina Sofía de Cancerología	Albergue
2.	Albergue Ronald Mc Donald	
3.	Un granito de arena	Asilo
4.	Albergue la Esperanza	
5.	Hospital Vicentino Casa Hogar	
6.	Luz Azteca	
7.	Asilo nuestra señora del Camino	
8.	Hogar San Vicente de Paul	
9.	Casa Hogar Vicente García Torres	
10.	El pueblito de los abuelos	Casa hogar
11.	Casa Hogar Isabel la Católica	
12.	Quinta Carmelita	
13.	Casa Paco	Comunidad
14.	Centro de vida independiente Cuautitlán	
15.	Iniciativa Solidaria por la Alimentación	
16.	Centro Comunitario Jalmolonga	
17.	Ministerios de amor	
18.	Actitud femenina	
19.	Nivel Humano	
20.	APAC	Discapacidad
21.	Fundación Mosaico Down	Donación de sangre
22.	Blooders	
23.	Fundación Don Bosco	Educación
24.	Tecnológico Anáhuac	
25.	INP	Hospital
26.	Hospital Regional Coahuila	
27.	Suma Hospital para niños con Paladar Hendido	
28.	Hospital Shriners	Inclusión
29.	Olimpiadas Especiales	
30.	Owen	Mascotas
31.	Ladridos	
32.	Refugio el Gato Pardo	
33.	VIFAC	Mujeres
34.	Hospital Siglo XXI	Salud

Fundación Azteca

Contribuciones de ciudadanía corporativa y filantropía

México

Contribuciones de ciudadanía corporativa y filantropía por parte de Grupo Elektra durante 2019	Tiendas Elektra (monto en MXN)	Italika (monto en MXN)	Banco Azteca (monto en MXN)	Total	Porcentaje
Donaciones ¹	\$1,968,700.00	-	\$1,064,791.00	\$3,033,491.00	2.3%
Inversiones en la comunidad ²	\$59,913,592.00	-	\$66,913,592.00	\$126,827,184.00	94.5%
Iniciativas comerciales (patrocinios) ³	-	\$400,000.00	\$4,017,000.00	\$4,417,000.00	3.3%
Total	\$61,882,292.00	\$400,000.00	\$71,995,383.00	\$134,277,675.00	100.0%

1 La distribución de las donaciones realizadas por Tiendas Elektra y Banco Azteca fue la siguiente:
 - Tiendas Elektra: MXN\$1,947,103.00 por concepto de donaciones en especie a Fundación Azteca y MXN\$21,597.00 a los emprendimientos impulsados por la iniciativa Empodérate del PNUD, por concepto de las 3 tabletas donadas.
 - Banco Azteca: MXN\$1,000,000.00 por concepto de donaciones en especie a Fundación Azteca y MXN\$64,791.00 a los emprendimientos impulsados por la iniciativa Empodérate del PNUD, por concepto de las 9 tabletas donadas.
 2 Las inversiones en la comunidad realizadas por Tiendas Elektra y Banco Azteca corresponden a los montos destinados a Fundación Azteca.
 3 La distribución de las iniciativas comerciales o patrocinios realizados por Italika y Banco Azteca corresponden a:
 - Italika: MXN\$400,000.00 por concepto del patrocinio a Astrid Madrigal como piloto oficial de la marca para Italika Racing y a la Carrera Monarcas.
 - Banco Azteca: MXN\$2,000,000.00 por concepto del patrocinio a Expo Tendero, MXN\$2,000,000.00 por concepto del intercambio de pauta de televisión y el costo vinculado a la operación del stand; MXN\$17,000.00 por concepto del patrocinio de la conferencia de David Konzevik.

Contribuciones de ciudadanía corporativa y filantropía por parte de Grupo Elektra durante 2019	Tiendas Elektra (monto en MXN)	Italika (monto en MXN)	Banco Azteca (monto en MXN)	Total	Porcentaje
Contribuciones en efectivo	-	-	\$0.00	0.0%	2.3%
Tiempo de voluntariado ¹	-	\$1,830,705.00	\$1,830,705.00	1.4%	94.5%
Donaciones en especie ²	\$1,968,700.00	\$1,064,791.00	\$3,033,491.00	2.3%	3.3%
Gastos generales de gestión ³	\$59,913,592.00	\$67,913,592.00	\$127,827,184.00	96.3%	100.0%
Total	\$61,882,292.00	\$70,809,088.00	\$132,691,380.00	100.0%	

1 El tiempo de voluntariado donado por Banco Azteca corresponde a las horas de formación impartida por tutores a Becarios del programa Jóvenes Construyendo el Futuro.
 2 La distribución de las donaciones en especie realizadas por Tiendas Elektra y Banco Azteca fue la siguiente:
 - Tiendas Elektra: MXN\$1,947,103.00 a Fundación Azteca y MXN\$21,597.00 a los emprendimientos impulsados por la iniciativa Empodérate del PNUD, por concepto de las 3 tabletas donadas.
 - Banco Azteca: MXN\$1,000,000.00 a Fundación Azteca y MXN\$64,791.00 a los emprendimientos impulsados por la iniciativa Empodérate del PNUD, por concepto de las 9 tabletas donadas.
 3 Los gastos de gestión generales corresponden a los montos destinados por cada empresa a la operación de Fundación Azteca.

Latinoamérica

1 La distribución de las donaciones fue la siguiente:
 - Banco Azteca Honduras donó MXN\$59,000.00 al Hospital del Sur.
 - Banco Azteca Panamá realizó una donación de MXN\$43,401.00 a la Fundación Operación Sonrisa Panamá y una donación de útiles escolares a la Comunidad Emberan Wounaan, que ascendió a MXN\$56,610.00.

Contribuciones de ciudadanía corporativa y filantropía por parte de Grupo Elektra durante 2019	Banco Azteca en Latinoamérica (monto en MXN)	Total	Porcentaje
Donaciones ¹	\$159,011.00	\$159,011.00	100.0%
Inversiones en la comunidad	-	\$0.00	0.0%
Iniciativas comerciales (patrocinios)	-	\$0.00	0.0%
Total	\$159,011.00	\$159,011.00	100.0%

1 La distribución de las contribuciones en efectivo fue la siguiente: Banco Azteca Honduras donó MXN\$59,000.00 al Hospital del Sur y Banco Azteca Panamá realizó una donación de MXN\$43,401.00 a la Fundación Operación Sonrisa Panamá.
 2 Consistió en la donación de útiles escolares por parte de Banco Azteca Panamá a la Comunidad Emberan Wounaan.

Contribuciones de ciudadanía corporativa y filantropía por parte de Grupo Elektra durante 2019	Banco Azteca en Latinoamérica (monto en MXN)	Porcentaje
Contribuciones en efectivo ¹	\$102,401.00	64.4%
Tiempo de voluntariado	-	-
Donaciones en especie ²	\$56,610.00	35.6%
Gastos generales de gestión	-	-
Total	\$159,011.00	100.0%

Programas que impulsan las capacidades para Jóvenes

Alianzas estratégicas:

Plantel Azteca

- Gobierno del Estado de Puebla
- Gobierno del Estado de Guanajuato
- Universidad ICEL –International College for Experienced Learning–

Vinculación y becas

- Nacional Monte de Piedad
- Secretaría de Educación Pública (SEP)
- Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE)
- Banco Azteca
- TV Azteca
- BEO World

Robótica

- FIRST

Orquesta Sinfónica y Coros Esperanza Azteca (OSEA)

- Secretaría de Educación Pública (SEP)
- Global Leaders Program
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)
- Youth Orchestra of the Americas
- Orquesta Sinfónica de Minería
- Audi
- Curtis Institute of Music

Objetivos 2020:

Plantel Azteca

- Firmar convenios de colaboración con dos nuevas entidades federativas, a fin de implementar el MIE-PAZ para el ciclo escolar 2020-2021.
- Implementar el Modelo de Intervención Educativa Plantel Azteca (MIE-PAZ) en por lo menos dos planteles públicos adicionales en el país.

Vinculación y becas

- Contar con un programa de becas sostenible con reglas de operación claras y procesos eficientes.
- Garantizar que todos los beneficiarios puedan retribuir de manera solidaria los apoyos recibidos sumándose a las causas de Fundación Azteca u otras iniciativas sociales, ambientales, culturales, etc., de Grupo Salinas.

Robótica

- Aumentar el alcance de los programas de Robótica en los Planteles Azteca y mantener el desempeño de los equipos en las diferentes competencias.
- Aumentar el número de integrantes del equipo que deciden estudiar una carrera relacionada con STEM.

Orquesta Sinfónica y Coros Esperanza Azteca (OSEA)

- Fortalecer las capacidades del Instituto Superior de Música Esperanza Azteca.
- Consolidar “La Constancia Mexicana” –ubicada en Puebla de Zaragoza– como sede nacional de Esperanza Azteca.
- Posicionar a la Orquesta y Coro Nacional Esperanza Azteca en alianza con Directores y solistas internacionales.

Valor ambiental

Compromiso ambiental

Gestión ambiental

Cumplimiento

GRI 302, 303, 305, 306, 307: 103-2

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.

Energía:

- Normatividad
 - 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.
- Políticas internas
 - Política de Centralización y Pago de Servicios de Energía Eléctrica: en ella se detallan los procedimientos que deben cumplirse para asegurar los pagos de energía eléctrica.

- Política de Eficiencia Energética: establece las acciones para eficientar el uso de electricidad, sin afectar el confort y operación de los inmuebles.
- Política de Ahorro de Energía en los Puntos de Venta y Política de Ahorro de Energía en los Centros de Distribución: ambas contienen los procedimientos para eficientar al máximo la energía eléctrica en centros comerciales y centros de distribución, respectivamente.

Agua:

- Cada mes se realizan pruebas de limpieza en cisternas para el monitoreo de la calidad microbiológica del agua en laboratorios certificados, así como para verificar el cumplimiento de las siguientes normas:
- 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.
- NOM-AA-042-SCFI-2015: análisis de agua. Enumeración de organismos coliformes totales, organismos coliformes fecales (termotolerantes) y Escherichiacoli-método del número más probable en tubos múltiples.
- NMX-AA-108-SCFI-2001: calidad del agua. Determinación de cloro libre y cloro total.

Residuos:

- 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 establecidos.
- 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.

Cobertura de la información ambiental

Cobertura de la información ambiental*	Tiendas Elektra	Banco Azteca	Italika
Energía	Cobertura real = 100%, considerando un total de 1,187 RPUs.	Cobertura real = 100%, considerando la energía de 1,633 RPUs de sucursales y 1,299 RPUs de tiendas (que alojan sucursal), sumando un total de 2,932 RPUs.	Cobertura real = 94%, considerando un total de 43 RPUs de un total de 46 localidades.
Agua	Cobertura real = 16% (datos de lecturas de corporativos). Cobertura estimada = 84% (con cálculos de consumo de agua en Geografía).	Cobertura real = 14% (datos de lecturas de corporativos). Cobertura estimada = 86% (con cálculos de consumo de agua en Geografía).	Cobertura real = 92% (datos de lecturas de agua de Ensamblika). Cobertura estimada = 8% (con cálculos de consumo de agua en Geografía).
Residuos	Cobertura real = 29% (datos medidos en corporativos). Cobertura estimada = 71% (con cálculos de generación de residuos por persona en Geografía).	Cobertura real = 37% (datos medidos en corporativos). Cobertura estimada = 63% (con cálculos de generación de residuos por persona en Geografía).	Cobertura real = 95% (datos medidos en Ensamblika). Cobertura estimada = 5% (con cálculos de generación de residuos por persona en Geografía).

* Notas:

- La cobertura del consumo energético por empresa está dada por la facturación expedida por CFE y por lo tanto está estandarizada para todas las empresas de Grupo Elektra.
- No es posible estandarizar la cobertura del consumo de agua, debido a que cada región o zona, factura el agua de una manera diferente y no existe un monitoreo de Geografía, por lo cual se tienen que realizar estimaciones con base en el número de empleados por sitio para todas las empresas.
- La cobertura de residuos tampoco se puede estandarizar porque no existe un monitoreo referente a la generación de residuos en Geografía; sólo se registran los residuos generados en Corporativos. Sin embargo, se planea realizar un censo para conocer datos más ciertos sobre el volumen y tipo de residuos que se generan en Geografía.

Indicadores clave de desempeño en materia ambiental (KPIs)

Principales KPIs identificados por el Área de Energía y medio ambiente para Banco Azteca (al cierre de 2018)	Meta vinculada al KPI	Año objetivo (año en el que se cumplirá la meta)	Avance al cierre de 2019 (monto y porcentaje)	Modificación en año objetivo. Describa las razones
Proyectos de ingeniería	Inversión de MXN\$4.4 millones	2021		
Gestión de la información en recibos y consumo de energía	Inversión de MXN\$4.6 millones	2021		
Cumplimiento de normativa ambiental y políticas de eficiencia	Inversión de MXN\$0.08 millones	2021		
Propuestas de compra de energía, garantizando las mejores condiciones comerciales	<p>MXN\$23.1 millones Power Purchase Agreement (PPA) para Tiendas Elektra y TV Azteca</p> <p>MXN\$9 millones en el proyecto del Parque Fotovoltaico Chinampas en Tiendas Elektra y TV Azteca</p> <p>MXN\$0.4 millones en proyectos fotovoltaicos en Tiendas Elektra y Banco Azteca</p>	2021	0%	<p>Revisión del Power Purchase Agreement (PPA)</p> <p>Parque Fotovoltaico Chinampas</p> <p>Tres proyectos fotovoltaicos en techumbres</p>
Recuperación por errores de factura eléctrica	<p>MXN\$2,800,700 para Tiendas Elektra</p> <p>MXN\$1,390,300 para Banco Azteca</p> <p>MXN\$60,000 para Italika</p>	2019	<p>Total Grupo Elektra = MXN\$4.3 millones</p> <p>100%</p>	N/A
Ahorro por proyectos implementados (diseño de iluminación, licitaciones, pilotos y soluciones, optimización AA, optimización de renta de plantas, optimización eléctrica, solución iluminación AA, optimización UPS)	<p>MXN\$2,702,614 en Tiendas Elektra</p> <p>MXN\$7,922,658 en Banco Azteca</p> <p>MXN\$142,044 en Italika</p>	2019	<p>Total Grupo Elektra = MXN\$10.8 millones</p> <p>100%</p>	N/A
Proyecto de suministro de energía de media tensión (se evita el uso de plantas generadoras)	<p>MXN\$12.5 millones en Tiendas Elektra</p> <p>MXN\$18.8 millones en Banco Azteca</p>	2019	<p>Tiendas Elektra + Banco Azteca = MXN\$31.3 millones</p> <p>100%</p>	Este proyecto está en operación permanentemente

Energía

Consumo de energía

Indicador para Banco Azteca	Unidad de medida	Resultado año 2015	Resultado año 2016	Resultado año 2017	Resultado año 2018	Resultado año 2019	¿Cuál fue la meta para el cierre de 2019?
Consumo total de energía no renovable	MWh	31,219.2	17,195	13,821.18	48,100	57,100	53,000
Consumo total de energía renovable (biomasa, solar, eólica), comprada o generada para el autoconsumo.	MWh	N/A	7,000	6,300	21,600	21,200	22,200
Costo total del consumo de energía. Costos	Pesos mexicanos (MXN)	179,911,146	171,868,282	207,129,813	214,262,113	216,500,000	Depende de las tarifas existentes
Cobertura de los datos (como porcentaje del denominador)	Porcentaje de los ingresos totales: \$65,533 millones de pesos	0.0045	0.0045	0.0045	0.0033	0.0033	Costo entre ganancias

Objetivos 2020:

- No incrementar el consumo de energía eléctrica en mismas tiendas / sucursales de Tiendas Elektra y de Banco Azteca, así como en Ensamblika y agencias propias de Italika y que el consumo solamente se incremente en proporción a la expansión del negocio, dentro del estándar establecido (mínimo necesario para operar). Para 2020 se tiene previsto un aumento en el consumo eléctrico en:
 - 12% para Tiendas Elektra, debido a la expansión planeada de 65 tiendas adicionales y 37 transformaciones.
 - 10% del consumo eléctrico, debido a que, de momento, se consideran dos naves adicionales para almacenamiento.
 - 10% para Banco Azteca, debido a la expansión del negocio.
- Aumentar el consumo de energía renovable de manera paulatina hacia el futuro, manteniendo para 2020 la demanda energética actual en sucursales y un consumo similar o superior de energía renovable por empresa –alrededor del 35% para Tiendas Elektra y Banco Azteca–.

Emisiones

Emisiones Alcance 1

Indicador para Banco Azteca	Unidad de medida	Resultado año 2015	Resultado año 2016	Resultado año 2017	Resultado año 2018	Resultado año 2019	¿Cuál fue la meta para el cierre de 2019?
Emisiones directas (alcance 1)	Toneladas de CO ₂ equivalente	13,355.28	13,668.90	13,647.57	16,872.76	13,457	15,000
Cobertura de los datos (como porcentaje del denominador)	Para el cálculo fue considerado como denominador 25,000 t de CO ₂ equivalente, establecido como límite mínimo para las empresas objeto de reporte.	53	55	55	67	54	60

Emisiones Alcance 2

Indicador para Banco Azteca	Unidad de medida	Resultado año 2015	Resultado año 2016	Resultado año 2017	Resultado año 2018	Resultado año 2019	¿Cuál fue la meta para el cierre de 2019?
Emisiones indirectas (alcance 2)	Toneladas de CO ₂ equivalente	14,298.40	7,875.31	8,043.93	7,038.09	8,192.62	10,000
Cobertura de los datos (como porcentaje del denominador)	Para el cálculo fue considerado como denominador 25,000 t de CO ₂ equivalente, establecido como límite mínimo para las empresas objeto de reporte.	57	31	32	28	33	40

Emisiones Alcance 3

Indicador para Banco Azteca	Unidad de medida	Resultado año 2015	Resultado año 2016	Resultado año 2017	Resultado año 2018	Resultado año 2019	¿Cuál fue la meta para el cierre de 2019?
Emisiones derivadas de viajes de negocios	Toneladas de CO ₂ equivalente	N/D	N/D	N/D	N/D	2,000	3,000
Cobertura de los datos (como porcentaje del denominador)		N/D	N/D	N/D	N/D	8	12

Nota. N/D significa No disponible.

Fuente	Explicación de su relevancia	Toneladas de CO ₂ e emitidas	Metodología de cálculo de emisiones	Porcentaje de emisiones calculadas usando los datos obtenidos de proveedores o de alianzas en la cadena de valor
Viajes de negocio	Vuelos de avión para viajes de trabajo, necesarios para negociaciones, monitoreo y expansión del negocio.	2,000	Se tomó el promedio de 0.109 kg de CO ₂ por cada km recorrido en avión. El factor de conversión obedece a cálculos presentados en la sección 8 (Tabla 33) de 2018 GOVERNMENT GHG CONVERSION FACTORS FOR COMPANY REPORTING. Methodology paper for emission factors: final report*.	Considerando un total de 21,650 tCO ₂ e emitidas por Banco Azteca en 2019, el Alcance 3 representa 9.2% de las emisiones.

Objetivos 2020:

Tiendas Elektra

- No sobrepasar las 6,000 tCO₂e de Alcance 1 por año, y mantener cualquier aumento proporcional al consumo de combustibles fósiles por la expansión del negocio.
- No aumentar más de 80,000 tCO₂e de Alcance 2 por año, aunque se puede considerar un incremento por el consumo de energía eléctrica proporcional a la expansión del negocio.
- Emisión máxima de 95,800 tCO₂e, considerando un aumento del 10% por la expansión del negocio y la inclusión de emisiones del Alcance 3.

Italika

- Mantener las emisiones de Alcance 1 y 2 por debajo de las 5,000 tCO₂e al año.
- Emisión máxima de 4,500 tCO₂e, considerando 1% de aumento en la operación actual, aunado a la cuantificación de emisiones del Alcance 3.

Banco Azteca

- No sobrepasar las 15,000 tCO₂e de Alcance 1 por año, que supone mantener estable el consumo de combustibles fósiles en flotillas de autos y motos.
- No sobrepasar las 9,000 tCO₂e de Alcance 2 por año, manteniendo un aumento del consumo de energía eléctrica proporcional sólo a la expansión del negocio.
- Emisión máxima de 24,000 tCO₂e, asumiendo un incremento por emisiones del Alcance 3.

Metas climáticas

	Metas	¿Es una meta basada en ciencia?	Alcance	Porcentaje de emisiones en alcance	Año base	Emisiones en el año base en toneladas absolutas de CO ₂ e	Medida de intensidad / métrica	La meta fue establecida en el año	Porcentaje de reducción desde el año base	Año objetivo	Porcentaje logrado (reducción de emisiones)
Metas relativas	Meta establecida	No	Alcances 1 y 2 combinados	Alcance 1 = 62% Alcance 2 = 38% En 2019	2015	27,636	Valor de la intensidad medida en el año base: 7.52 (considerando 3,672 sucursales) Medida de intensidad utilizada: Toneladas totales entre número de sucursales	21,500 tCO ₂ e en 2019	10%	2019	10%

Iniciativas combinadas para la reducción de emisiones

- Estimación anual de la reducción de CO₂e (toneladas de CO₂e):
 - Banco Azteca redujo sus emisiones de 2018 a 2019 en 2261 tCO₂e –reducción del 9% del total–.
 - Se considera y proyecta una reducción promedio del 10% anual –12% para el ejercicio 2020–.

- Inversión total anual requerida:

La inversión en tecnología va de la mano con las reducciones de CO₂, ya que, al aumentar la eficiencia de los equipos, se optimiza el consumo energético, el cual genera emisiones indirectas de Alcance 2. En 2019, Banco Azteca invirtió MXN\$279.5 millones en tecnologías de aire acondicionado e iluminación –91% de la inversión en gestión ambiental–, que son 33% y 89% más eficientes en relación con los resultados 2015, respectivamente.

- Total de ahorros en costos anuales:

Aunque los costos entre equipos tradicionales y equipos eficientes no son comparables 1:1, se puede comparar una tienda línea base –antes de la actualización– contra una tienda en formato nuevo –incluye negocios de Tiendas Elektra y Banco Azteca–, resultando en incrementos de eficiencia energética (SEER) de 54% en aires acondicionados y 47% de eficiencia en luminarias (lumen/watt), así como un 8% en ahorro de consumo por m² (kWh/m²).

Así, proyectando un ahorro del 30% en costos de electricidad por el uso de estas tecnologías, se estima que una tienda de formato nuevo estaría ahorrando en promedio MXN\$130,000 anuales –MXN\$234 millones anuales, considerando 1,800 sucursales–.

- Período de recuperación promedio: de 3 a 4 años.

Productos y servicios bajos en carbono

Tipo	Descripción de los productos	Nivel de agregación	Porcentaje de ingresos provenientes de productos de "cambio climático" en 2019	Estimación del total de emisiones evitadas al año	Comentarios
Productos bajos en carbono	Banca digital: evita emisiones por transporte y, uso de papel Paperless: evita emisiones, tala de árboles, uso de agua y fomenta la conservación de la biodiversidad	Grupo de productos	Los ahorros estimados después de 1 año de haber implementado el proyecto paperless ascienden a MXN\$360 millones	Por 3,129 toneladas de papel (todas las operaciones) = 11,700 tCO ₂ e Por 625 toneladas de papel (sólo paquete operativo) = 2,349 tCO ₂ e	El proyecto paperless se irá realizando gradualmente. Aún no se implementa al 100% y por tanto los ahorros y las emisiones derivadas son únicamente estimados.
Emisiones evitadas por terceros	Consumo de diésel y gasolina en transporte desde la fuente a los Centros de Distribución de Tiendas Elektra	Toda la compañía	Ahorro anual estimado de MXN\$79,000 por evitar transporte de papel a Centros de Distribución	1,347 tCO ₂ e evitadas por dejar de utilizar transporte de papel a Centros de Distribución	Se asumen trayectos acumulados de 2,600 km de recorrido y un factor promedio de 0.45 tCO ₂ e/km; costo flete = MXN\$30 x km.

Agua

Consumo de agua

Indicador para Banco Azteca	Unidad de medida	Resultado año 2015	Resultado año 2016	Resultado año 2017	Resultado año 2018	Resultado año 2019	¿Cuál fue la meta para el cierre de 2019?
Consumo total de agua	Millones de metros cúbicos	0.2	0.2	0.2	0.3	0.15	0.2
Cobertura de los datos (como porcentaje del denominador)	Porcentaje de: ingresos de Banco Azteca (47,389,000,000 pesos)	0.0006	0.0006	0.0006	0.0009	0.0004	0.0004

Objetivos 2020:

Tiendas Elektra

- Mantener el consumo anual por debajo de los 250,000 m³.
- Mantener cualquier aumento de manera proporcional a la expansión del negocio.
- Analizar proyectos de captación o reutilización de agua de condensado de aires acondicionados en el futuro.

Italika

- Mantener el consumo anual por debajo de los 35,000 m³.
- Captar 300 m³ de agua pluvial y reutilizar 3,650 m³ con la operación de la planta de tratamiento en el Corporativo de Torre Grupo Salinas).

Banco Azteca

- No sobrepasar el consumo de 200,000 m³ por año.
- Captar 30 m³ de agua pluvial en el inmueble de Montes Urales.

Residuos

Indicador para Banco Azteca	Unidad de medida	Resultado año 2015	Resultado año 2016	Resultado año 2017	Resultado año 2018	Resultado año 2019	¿Cuál fue la meta para el cierre de 2019?
A) Total de residuos generados	Toneladas	3,235	3,235	3,516	3,323	3,335	3,000
B) Total de residuos usados/ reciclados/ vendidos	Toneladas	0	0	7	15	14	10
Total de residuos dispuestos (A-B)	Toneladas	3,235	3,235	3,509	3,308	3,321	2,990
Cobertura de los datos (como porcentaje del denominador)	Porcentaje de gastos de Banco Azteca por concepto de la recolección/gestión de residuos (2.6 millones de pesos vs 47,389 millones de pesos de ingresos).	0.00005	0.00005	0.00005	0.00005	0.00004	0.00005

Objetivos 2020:

Tiendas Elektra

- Continuar con los esfuerzos de separación de residuos, con el fin de incrementar el porcentaje de los materiales que se envían a reciclaje y disminuir el volumen de los enviados a vertedero.
- Generar como máximo 2,600 toneladas de residuos al cierre del año.
- Si se percibe operativa y logísticamente viable, implementar la recolección de reciclables en la Geografía.

Italika

- Generar como máximo 10,000 toneladas de residuos al cierre del año.
- Aumentar el volumen de residuos reciclables de acuerdo con el aumento proporcional de ensamblaje de motocicletas en Ensamblika.

Banco Azteca

- Continuar con los esfuerzos de separación de residuos, con el fin de incrementar el porcentaje de los materiales que se envían a reciclaje y disminuir el volumen de los enviados a vertedero.
- Generar como máximo 3,200 toneladas de residuos al cierre del año.
- Consolidar el proyecto paperless con el que se ahorrarían 260 toneladas de papel al año en las operaciones de Banco Azteca.

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI

102-55

Estándar GRI	Contenido	Páginas / Respuesta directa	Omisión
GRI 101: Fundamentos 2016			
Contenidos Generales			
GRI 102: Contenidos Generales 2016	Perfil de la organización		
	102-1	Nombre de la organización	4, 172
	102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	4, 5, 7
	102-3	Ubicación de la sede	240
	102-4	Ubicación de las operaciones	4
	102-5	Propiedad y forma jurídica	4, 172
	102-6	Mercados servidos	5, 7
	102-7	Tamaño de la organización	5, 7, 15, 32, 103
	102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	15, 103
	102-9	Cadena de suministro	70
	102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	40, 172
	102-11	Principio o enfoque de precaución	50
	102-12	Iniciativas externas	17, 147, 156, 157
	102-13	Afiliación a asociaciones	30
	Estrategia		
	102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	13
	102-15	Impactos, riesgos y oportunidades principales	13, 42, 50
	Ética e integridad		
	102-16	Valores, principios, estándares y normas de conducta	52
	102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	56, 62
	Gobernanza		
	102-18	Estructura de gobernanza	35
	102-19	Delegación de autoridad	37, 40
	102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	40
	102-21	Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales	37
	102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	35,38. No existe una restricción en el número de mandatos en los que los consejeros desempeñen sus funciones ni en el número de Comités.
102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	35	
102-24	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	35	
102-25	Conflictos de intereses	42	
102-26	Función del máximo órgano de gobierno en la selección de propósitos, valores y estrategia	37, 39	

Estándar GRI	Contenido	Páginas / Respuesta directa	Omisión	
GRI 102: Contenidos Generales 2016	102-27	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	37	
	102-28	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	40	
	102-29	Identificación y gestión de impactos económicos, ambientales y sociales	42, 50	
	102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo*	42. No ha existido incidencia alguna en Banco Azteca en materia de seguridad de la información, seguridad informática y ciberseguridad durante los años 2016, 2017, 2018 y 2019; de esta forma, no se ha tenido que afrontar el pago de multas o sanciones.	
	102-31	Evaluación de temas económicos, ambientales y sociales	37, 42	
	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	40	
	102-34	Naturaleza y número total de preocupaciones críticas	40	
	102-35	Políticas de remuneración	41. 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. 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: 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. La compensación de corto plazo se establece de acuerdo con: - Fija: el nivel mínimo de mercado; el ingreso anual (13 meses); prestaciones de mercado y el fondo de pensiones de conformidad con la legislación. - 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.	
	102-36	Proceso para determinar la remuneración	41	
	102-37	Involucramiento de los grupos de interés en la remuneración	41	
	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.
	Participación de los grupos de interés			
	102-40	Lista de grupos de interés	27	
102-41	Acuerdos de negociación colectiva	103, 105		

* Éste dato fue verificado por un tercero para más información referirse a la página 238 de éste informe.

Estándar GRI	Contenido	Páginas / Respuesta directa	Omisión	
GRI 102: Contenidos Generales 2016	102-42	Identificación y selección de grupos de interés	27	
	102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	21	
	102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	62, 175	
	Prácticas para la elaboración de informes			
	102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	172	
	102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	21	
	102-47	Lista de temas materiales	22-26, 177	
	102-48	Reexpresión de la información	32, 172	
	102-49	Cambios en la elaboración de informes	39, 172	
	102-50	Periodo objeto del informe	172	
	102-51	Fecha del último informe	2018	
	102-52	Ciclo de elaboración de informes	Anual	
	102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	240	
	102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI	172	
	102-55	Índice de contenidos GRI	229	
102-56	Verificación externa	172. Los datos contenidos en el presente informe son revisados de manera interna. Adicionalmente, algunos contenidos y datos correspondientes a Banco Azteca se encuentran en proceso de verificación externa.		
Temas materiales				
Temas financieros				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	32, 35, 50, 182	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	32, 35, 50, 182	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	32, 35, 50, 182	
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-1	Valor económico directo generado y distribuido	15, 32	
	201-2	Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	50, 189	
	201-3	Obligaciones del plan de beneficios definidos y otros planes de jubilación	185. 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.	
GRI 207: Impuestos 2019	207-1	Enfoque de la estrategia fiscal	35, 182	
	207-2	Gobernanza, control y gestión de riesgos en materia fiscal	35	
	207-3	Relacionamiento entre la gestión y los grupos de interés en materia fiscal	35	
	207-4	Reporte de impuestos por país	182	
Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa Impacto social Inclusión financiera				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	79, 82, 90, 136, 139, 147	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	79, 82, 90, 136, 139, 147	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	79, 82, 90, 136, 139, 147	
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	136, 139	
	203-2	Impactos económicos indirectos significativos	82, 89, 136, 139, 147	

Estándar GRI	Contenido	Páginas / Respuesta directa	Omisión	
GRI 413: Comunidades locales 2016	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	136, 139, 147	
	413-2	Operaciones con impactos negativos significativos –reales y potenciales– en las comunidades locales	147	
FSSS Comunidades locales	FS13	Puntos de acceso por tipo en áreas de escasa densidad de población o desfavorecidas económicamente	77, 136	
	FS14	Iniciativas para mejorar el acceso a los servicios financieros a personas desfavorecidas	77, 84, 136, 139	
	FS15	Políticas para el correcto diseño y oferta de productos financieros y servicios	76, 92	
	FS16	Programas de educación financiera	139	
Ética e integridad Corrupción, soborno y transparencia				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	53, 55, 59, 61	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	52-55, 59, 61	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	53, 55, 59, 61	
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	54	
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	54	
	205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	54, 191. Ninguna de las empresas que conforman Grupo Elektra ha sido acreedora a demanda judicial o multa alguna por corrupción en el periodo 2015-2019. Actualmente, ninguna de las empresas que conforman Grupo Elektra es sujeto de ningún tipo de investigación por corrupción.	
GRI 206: Competencia desleal 2016	206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	55, 191. Ninguna de las empresas que conforman Grupo Elektra ha sido acreedora a demanda judicial o multa alguna por corrupción en el periodo 2015-2019. Actualmente, ninguna de las empresas que conforman Grupo Elektra es sujeto de ningún tipo de investigación por corrupción.	
GRI 415: Política pública 2016	415-1	Contribuciones a partidos y/o representantes políticos	191. Con base en la legislación, Grupo Elektra no contribuye de manera alguna a partidos ni representantes políticos.	
Favor de referirse a los contenidos generales 102-16 y 102-17				
Gobierno corporativo Gestión de riesgos Ciberseguridad Prevención del lavado de dinero / fraudes				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	35, 42, 47, 50, 59, 184, 193	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	35, 42, 47, 50, 59, 184, 193	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	35, 42, 47, 50, 59, 184, 193	
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	44, 187	
Favor de referirse a los contenidos generales 102-15, 102-18 al 102-39				

Estándar GRI	Contenido		Páginas / Respuesta directa	Omisión
Desarrollo de productos y servicios / responsabilidad sobre productos Gestión de relaciones con clientes Gestión de la marca Operaciones				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	55, 57, 59, 79, 86, 90	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	52, 55, 57, 59, 79, 86, 90	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	55, 57, 59, 79, 86, 90	
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016	416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	86, 90	
	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.	
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	86, 87	
	417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	En 2019 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 2019 no existieron incumplimientos en materia de publicidad o información sobre los productos ofrecidos por Grupo Elektra.	
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente*	Durante el año 2019 Grupo Elektra y, por tanto, ninguna de las empresas que lo conforman recibieron sanción o multa alguna por parte del INAI, lo que avala el cumplimiento de las disposiciones legales en materia de protección de datos personales. En seguimiento a la información reportada en el Informe anterior, durante el ejercicio 2018 se recibieron 4 procedimientos administrativos de Investigación por parte del INAI únicamente en contra de Banco Azteca, los cuales fueron concluidos a favor del banco por no existir ningún incumplimiento de la normativa aplicable. Dichos procedimientos administrativos derivaron por inconformidades de los titulares por actos de cobranza. Durante el ejercicio 2019 se recibieron 3 procedimientos administrativos de Investigación por parte del INAI únicamente en contra de Banco Azteca, de los cuales 2 fueron concluidos a favor del banco por no existir ningún incumplimiento de la normativa aplicable derivados de actos de cobranza y 1 procedimiento actualmente se encuentra pendiente de resolver por parte del INAI, originado por un posible mal uso de información por parte de una sociedad de información crediticia, situación que es ajena a Banco Azteca.	
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	50, 136, 162	
	FS2	Procedimientos para la evaluación y el control de riesgos sociales y medioambientales en las líneas de negocio	42, 44, 50, 184	
	FS3	Procesos para monitorear la implementación por parte de los clientes de los requisitos sociales y medioambientales incluidos en contratos o transacciones	42-44, 61, 77, 87	

* Éste dato fue verificado por un tercero para más información referirse a la página 238 de éste informe.

Estándar GRI	Contenido		Páginas / Respuesta directa	Omisión
FSSS Cartera de productos	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	44, 61, 88, 92	
	FS5	Interacciones con clientes/sociedades participadas/socios empresariales en relación con los riesgos y oportunidades medioambientales y sociales	189	
	FS6	Porcentaje de la cartera para las líneas de negocio según la región, la dimensión (ej.: microempresas/PYMEs/grandes) y el sector de actividad	181	
	FS7	Valor monetario de los productos y servicios diseñados para proporcionar un beneficio social específico para cada línea de negocio desglosado según su propósito	34	
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	30	
Favor de referirse a los contenidos generales 102-2, 102-4 y 102-6				
Políticas ambientales / sistema de gestión medioambiental Materiales Ecoeficiencia energética Gestión de los recursos hídricos Biodiversidad Cambio climático y otras emisiones atmosféricas Gestión de residuos				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	152, 160, 162, 166, 168, 170	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	152, 160, 162, 166, 168, 170, 220	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	152, 160, 162, 166, 168, 170	
GRI 301: Materiales 2016	301-1	Materiales utilizados por peso o volumen	170	
	301-2	Insumos reciclados	170, 171	
	301-3	Productos reutilizados y materiales de envasado	171	
GRI 302: Energía 2016	302-1	Consumo energético dentro de la organización	163	
	302-2	Consumo energético fuera de la organización	163	
	302-3	Intensidad energética	163	
	302-4	Reducción del consumo energético	165, 167	
	302-5	Reducción de los requerimientos energéticos de productos y servicios	165, 167	
GRI 303: Agua y efluentes 2018	303-1	Interacciones con el agua como recurso compartido	169	
	303-2	Gestión de los impactos relacionados con la descarga de agua	169	
	303-3	Extracción de agua	169	
	303-4	Descarga de agua	168. El destino de las descargas de agua para Tiendas Elektra, Banco Azteca y Ensamblika es el drenaje, mientras que, para el Corporativo de Italika, es el drenaje y la planta de tratamiento de Torre Grupo Salinas.	
	303-5	Consumo de agua	169	
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	160	
	304-3	Hábitats protegidos o restaurados	152, 160	

Estándar GRI	Contenido		Páginas / Respuesta directa	Omisión
GRI 304: Biodiversidad 2016	304-4	Especies que aparecen en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales de conservación cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	No existen especies en peligro de extinción cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones; por el contrario, algunas empresas de Grupo Salinas se han comprometido con la protección de este tipo de especies al ofrecer un santuario dentro de sus instalaciones, acción que se tiene previsto extender a más empresas del Grupo.	
GRI 305: Emisiones 2016	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	166, 167	
	305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	166, 167	
	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	167	
	305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	166, 167	
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI	166, 167	
	305-6	Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)	Desde 2013, Tiendas Elektra no compra gas refrigerante que abate la capa de ozono (R22) y los equipos se han reemplazado de manera progresiva por nuevos gases ecológicos (R410a y R407c). Aun así, en 2019, Tiendas Elektra emitió 20 toneladas métricas de CFC-11 equivalente. Esta estimación fue calculada con base en la multiplicación de los kilogramos de gas R22 por los factores de emisión provistos por la SEMARNAT y su respectivo Potencial de Calentamiento Global del IPCC Global.	
	305-7	Óxidos de nitrógeno (NOX), óxidos de azufre (SOX) y otras emisiones significativas al aire	En 2019, Grupo Elektra emitió 77.3 toneladas de N2O y CH4, distribuidos como se muestra a continuación: <ul style="list-style-type: none"> • Tiendas Elektra: 13.3 t de N2O y 9.8 t de CH4 • Italka: 2.9 t de N2O y 1.7 t de CH4 • Banco Azteca: 32.5 t de N2O y 17.1 t de CH4 	
GRI 306: Efluentes y residuos 2016	306-1	Vertido de aguas en función de su calidad y destino	Grupo Elektra no cuenta con medidor de desagüe en ningún Corporativo, pero se estima un caudal de 6 litros por segundo para 1,460 personas. Dicho estimado se basa en el caudal recibido en la planta de tratamiento de Torre Grupo Salinas, que recibe diariamente un promedio de 1,460 personas. Ninguna empresa de Grupo Salinas vierte residuos peligrosos al drenaje, solamente aguas residuales de sanitarios y comedores, lo cuales cuentan con trampas de grasa y protocolos de desecho que no ensucian el agua con contaminantes disueltos.	
	306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	170,171	
	306-3	Derrames significativos	Por la naturaleza del negocio, no existen derrames significativos.	
	306-4	Transporte de residuos peligrosos	170	
	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.	
GRI 307: Cumplimiento ambiental 2016	307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	189. Derivado del apego de Grupo Elektra a la legislación ambiental aplicable, en el periodo de reporte no existieron incumplimientos a la normativa.	

Estándar GRI	Contenido		Páginas / Respuesta directa	Omisión
Atracción y retención de talento Gestión de temas sociales				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	97, 103	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	97, 103	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	97, 103	
GRI 401: Empleo 2016	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	97, 99-102	
	401-2	Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	125. 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.	
Favor de referirse a los contenidos generales 102-7 y 102-8				
Salud y seguridad ocupacional				
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 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-1	Sistema de gestión de seguridad y salud laboral	132	
	403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	132	
	403-3	Servicios de salud ocupacional	122, 132	
	403-4	Participación de los trabajadores, consulta y comunicación sobre salud y seguridad ocupacional	132	
	403-5	Formación de trabajadores en seguridad y salud laboral	122, 132, 135	
	403-6	Promoción de la salud del trabajador	132	
	403-7	Prevención y mitigación de impactos en seguridad y salud ocupacional vinculados con las relaciones comerciales	134. No hay políticas para remover a los colaboradores de su cargo, pues las actividades que realizan no son de alto riesgo.	
	403-8	Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de seguridad y salud laboral	133, 134	
	403-9	Lesiones relacionadas con el trabajo	134	
Desarrollo de capital humano				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	61, 109, 117	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	61, 109, 117	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	61, 109, 117	
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-1	Media de horas de formación al año por empleado	61, 110	
GRI 404: Formación y enseñanza 2016	404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	101	
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	118, 119	

Estándar GRI	Contenido		Páginas / Respuesta directa	Omisión
Diversidad e igualdad de oportunidades Derechos humanos				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	17, 41, 53, 71, 97, 103, 105	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	17, 41, 53, 71, 97, 103, 105	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	17, 41, 53, 71, 97, 103, 105	
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	41, 103, 104	
	405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	125	
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 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 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 412: Evaluación de derechos humanos 2016	412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	71, 73. En 2019, Grupo Elektra realizó la detección de puntos vulnerables en el tema de Derechos Humanos, los cuales se están mitigando con el desarrollo de una política que incluye el respeto a los derechos humanos, capacitación, reclutamiento considerando la inclusión, sistema de certificación de proveedores y códigos de conducta que incluyen un sistema de denuncia, disponible para los colaboradores y la cadena de suministro.	
	412-2	Formación de empleados en políticas o procedimientos sobre derechos humanos	104	
	412-3	Acuerdos y contratos de inversión significativos con cláusulas sobre derechos humanos o sometidos a evaluación de derechos humanos	71	
Estándares con proveedores				
GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	Explicación del tema material y su Cobertura	68, 71	
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	68, 71, 170	
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	68, 71	
GRI 204: Prácticas de adquisición 2016	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	70, 74	
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016	308-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios ambientales	71	
	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	73	
GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016	414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	71	
	414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	71, 73	
Favor de referirse a los contenidos generales 102-9 y 102-10				

Informe de Revisión Independiente para Relación con Inversionistas de Grupo Elektra sobre Banco Azteca, S.A. Institución de Banca Múltiple.

A los grupos de interés de Banco Azteca, S.A. Institución de Banca Múltiple,

Hemos sido requeridos por Relación con Inversionistas de Grupo Elektra S.A.B. de C.V. para proporcionar un nivel de aseguramiento limitado sobre la información correspondiente a Banco Azteca, S.A. Institución de Banca Múltiple (en adelante “Banco Azteca”) contenida en el Informe de Sustentabilidad 2019 de Grupo Elektra (en adelante el “Informe”), para el ejercicio comprendido del 01 de enero al 31 de diciembre de 2019. En cuanto a la información financiera incluida en dicho informe ha sido auditada por terceros independientes.

Este Informe de Revisión Independiente o las conclusiones a las que hemos llegado han sido preparado exclusivamente en interés de Banco Azteca de acuerdo a los términos de este encargo, por lo que no aceptamos ni asumimos ninguna responsabilidad y negamos cualquier responsabilidad de nuestro trabajo frente a terceros distintos a Banco Azteca.

Responsabilidades de la Dirección

Banco Azteca es responsable de preparar la información sujeta a nuestra revisión, libre de desviaciones materiales de conformidad con los contenidos, diseño y presentación del Informe, según la opción de conformidad “esencial” de los Estándares de Global Reporting Initiative (GRI).

Banco Azteca también es responsable de la aplicación y el mantenimiento del control interno que se considere necesario para que la información contenida en el “Informe” esté libre de desviaciones materiales debido a fraude o error, así como de identificar y asegurar que Banco Azteca cumple con las leyes y regulaciones aplicables a sus actividades.

Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad consistió en llevar a cabo una revisión limitada sobre el contenido del “Informe” en cuanto a los contenidos incluidos en los Estándares GRI e indicadores de desempeño propios de Banco Azteca, con base en el trabajo desarrollado, emitir este Informe de Revisión Independiente referido exclusivamente a la información correspondiente a nuestro alcance y por el “Informe” relativo al ejercicio comprendido del 1º de enero al 31 de diciembre de 2019.

El alcance de nuestra revisión independiente, así como de los procedimientos de recopilación de evidencias realizados fue de seguridad limitada, el cual es menor al de un trabajo de seguridad razonable y por ello también el nivel de seguridad que se proporciona. El presente informe en ningún caso debe entenderse como un informe de auditoría.

Estándares y procesos de revisión independiente

Nuestro trabajo ha sido realizado de acuerdo con la Norma ISAE3000, *Assurance Engagements other than Audits or Reviews of Historical Financial Information*, emitida por la *International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB) de la International Federation of Accountants (IFAC)* con el fin de asegurar que el proceso de revisión cumple con los requerimientos éticos para asegurar la independencia de nuestro trabajo como revisores de información no financiera.

Los procedimientos que realizamos, de manera general, se describen a continuación:

- Selección de información a verificar con base en la materialidad y conocimiento previo de la compañía.
- Entrevistas con el personal responsable de proporcionar la información contenida en el “Informe” para conocer los principios, sistemas y enfoques de gestión aplicados.
- Revisión de los procesos de recopilación, control interno y consolidación de los datos.
- Revisión de la cobertura, relevancia e integridad de la información incluida en el “Informe” en función de las operaciones y los aspectos materiales previamente identificados.
- Revisión de evidencias con base en un muestreo de la información de acuerdo a un análisis de riesgo.
- Revisión de la aplicación de lo requerido de conformidad con los Estándares GRI.
- Verificación de Índice de contenidos GRI del informe, según la opción de conformidad esencial.



Contenidos verificados

Contenidos Generales	
Contenido	Descripción
102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores
102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas
102-30	Eficacia de los procesos de gestión del riesgo en lo referente a los asuntos económicos, ambientales y sociales
102-42	Identificación y selección de grupos de interés
102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés
102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados
102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema
Contenidos Económicos	
201-1	Valor económico directo generado y distribuido
205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción
205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas
206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia
Contenidos Ambientales	
302-1	Consumo energético dentro de la organización
303-1	Extracción de agua por fuente
305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)
305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)
305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)
306-2	Residuos por tipo y método de eliminación
Contenidos Sociales	
401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal
404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional
405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados
412-2	Formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con derechos humanos.
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo
415-1	Lobbying, representación de intereses o similar
418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente

Los indicadores de desempeño revisados propios de Banco Azteca son los siguientes:

Tema	Indicador de desempeño
Satisfacción de empleados	Happy Index
Satisfacción de clientes	Índice de Promotores Neto (México)

Conclusión

Basados en nuestra revisión y la evidencia presentada por Banco Azteca no tuvimos conocimiento de situación alguna que nos haga creer que la información contenida en el “Informe Anual de Sustentabilidad de Grupo Elektra” no haya sido obtenida de manera fiable, no esté presentada de manera adecuada, tenga desviaciones u omisiones significativas, o que no haya sido preparada de acuerdo con los requerimientos establecidos en los Estándares GRI.

De manera adicional, hemos identificado oportunidades de mejora dentro de sus procedimientos sobre lo que hemos presentado un reporte para su atención y acciones de mejora continua de manera interna.



José Luis Madrid García
Presidente Valora México
Ciudad de México, a 29 de Julio de 2020
Valora Sostenibilidad e Innovación S.A. de C.V.

Contacto

102-3, 102-53

Para obtener mayor detalle sobre este informe o los temas referentes a la sustentabilidad en Grupo Elektra, comunícate con:

César Cano García
Gerente de Sustentabilidad
ccano@gruposalinas.com.mx

Periférico Sur 4121, Col. Fuentes del Pedregal, C.P. 14141, Ciudad de México