MARSH GUY CARPENTER MERCER

4° INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL MÉXICO 2014

MARSH & McLENNAN COMPANIES

ÍNDICE

MD Mensaje de los Directores 3

NN 1. Nuestro negocio 5

CO 2. Comunidad 18

MA 3. Medio ambiente 23

CL 4. Colegas 27

Criterios del Informe 34

Datos de contacto 35

Anexos 36

MENSAJE DE LOS DIRECTORES

MENSAJE DE LOS DIRECTORES

En un entorno global en el que es cada vez más apremiante operar bajo criterios de responsabilidad social y desarrollo sustentable, Marsh & McLennan Companies México presenta su Informe de Responsabilidad Social 2014, documento elaborado bajo los parámetros y la metodología del *Global Reporting Initiative* (GRI) en su versión 3.1, como muestra del compromiso del Grupo con su misión de generar valor económico, social y ambiental a sus grupos de interés.

En 2014 no sólo logramos un buen desempeño económico, social y ambiental (los ejes en los que basamos nuestra gestión de responsabilidad social), sino que alcanzamos dos objetivos que nos planteamos el año anterior:

- Concluimos la construcción y equipamiento completo de la "Casa de la Artesana",

- Redujimos en un 30% nuestro consumo de energía eléctrica, gracias a la instalación del sistema BSM (*Building Management System*) en oficinas corporativas.

La práctica de la responsabilidad social es un compromiso estratégico que ejercemos de manera voluntaria, convencidos de que es fundamental para el desarrollo de los sectores y mercados en donde tenemos presencia y más allá.

En toda nuestra operación aplicamos criterios de ética y calidad de vida en el negocio, desarrollamos programas de vinculación y apoyo al desarrollo de las comunidades en donde trabajamos, así como acciones para el cuidado y preservación al medio ambiente.

Gracias a ello, hemos sido reconocidos con el Distintivo Empresa Socialmente Responsable del Centro Mexicano para la Filantropía y por la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial por quinto año consecutivo, liderando la promoción de esta práctica en los sectores en los que nos desarrollamos.

Este Informe de Responsabilidad Social refleja lo anterior y ofrece un panorama transparente de nuestros resultados, metas y objetivos. Es también muestra de nuestra adhesión y apoyo continuo a los 10 principios del Pacto Mundial de la Organización de las Naciones Unidas.

En este documento presentamos el progreso que MMC ha tenido en su propósito de operar con plena sustentabilidad y su compromiso de lograr cada vez mejores resultados. Somos conscientes de que se trata de una meta de largo plazo que requiere tiempo y constancia, pero contamos con la voluntad de la compañía y el talento de nuestros colaboradores para lograrlo.

Nuestro agradecimiento a los accionistas y a todos los colaboradores de MMC México, por el apoyo y compromiso brindado para la consecución de los logros que hoy reportamos.

Remigio Noriega González de León
Director General

MARSH

Albert J. Fischl Brunner
Director General

GUY CARPENTER

Sergio Torres Cross
Director General

MERCER

1. NUESTRO NEGOCIO

1.1 EL GRUPO MARSH & MCLENNAN COMPANIES

Marsh & McLennan Companies es una firma global de servicios profesionales que brinda asesoría y soluciones en las áreas de riesgo, estrategia y capital humano, cuyos ingresos anuales superan los 13 mil millones de dólares. A través de cuatro empresas líderes en el mercado -Marsh, Guy Carpenter, Mercer y Oliver Wyman- y una red de 57,000 colaboradores alrededor del mundo, ayuda a las organizaciones a identificar, planear y responder a sus necesidades críticas de negocio en más de 130 países.

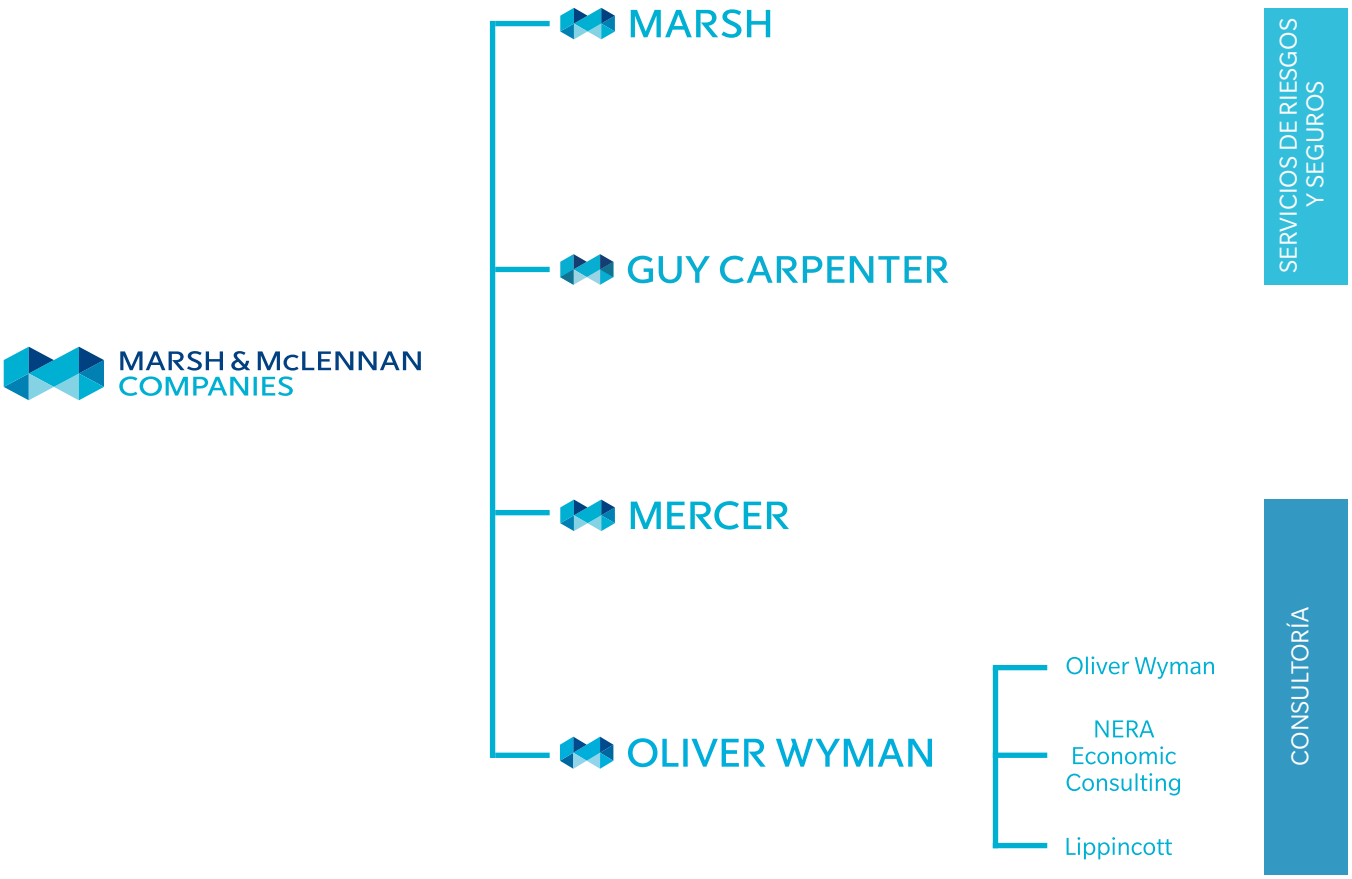
Clientes en
130 países

57, 000
colegas

13,000 millones
Ingresos anuales

Parte de las
Fortune 250

+140 años
Liderazgo e innovación



1.2. SERVICIOS DE MARSH & MCLENNAN COMPANIES EN MÉXICO

ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS Y SEGUROS

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

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

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

Especialista en riesgos y reaseguros, Guy Carpenter crea y ejecuta soluciones de reaseguro y administración de riesgos para todo tipo de clientes. Presta servicios de corretaje de reaseguros y servicios de modelación financiera, así como asesoría a compañías de seguros y reaseguros de todo el mundo. Para más información sobre los productos y servicios de Guy Carpenter en México, visite: www.guycarp.com

CONSULTORÍA

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

Líder global en consultoría de recursos humanos, la firma trabaja con clientes para resolver sus más complejas problemáticas de recursos humanos, diseñando y estableciendo estrategias de gestión en capital humano, salud, beneficios, retiro, riesgos y finanzas. Para más información sobre los productos y servicios de Mercer en México, visite: www.mercer.com.mx

» Oliver Wyman

Líder en consultoría de gestión global que combina el conocimiento profundo de la industria con experiencia especializada en estrategia, operaciones, gestión de riesgos y la transformación de la organización. 3,700 profesionales de la firma ayudan a los clientes a optimizar sus negocios, mejorar sus operaciones y perfil de riesgo y acelerar su rendimiento para aprovechar las oportunidades más atractivas. Para más información sobre los productos y servicios de Oliver Wyman visite: http://www.oliverwyman.com/

NUESTRAS OFICINAS EN MÉXICO

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

1.3 NUESTRA FILOSOFÍA

NUESTRA MISIÓN:

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

NUESTRA VISIÓN:

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

NUESTROS VALORES:

CLIENTES

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

Realizaremos nuestras actividades de conformidad con las más altas normas éticas y profesionales, y no toleraremos conductas que se desvíen de dichas normas.

INTEGRIDAD

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

COLEGAS

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

EJECUCIÓN

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

1.4 ÉTICA EN EL NEGOCIO

En Marsh & McLennan Companies creemos firmemente que la ética desempeña un papel fundamental en nuestro actuar cotidiano e implica a todos los niveles y áreas, incluso a todos nuestros grupos de interés.

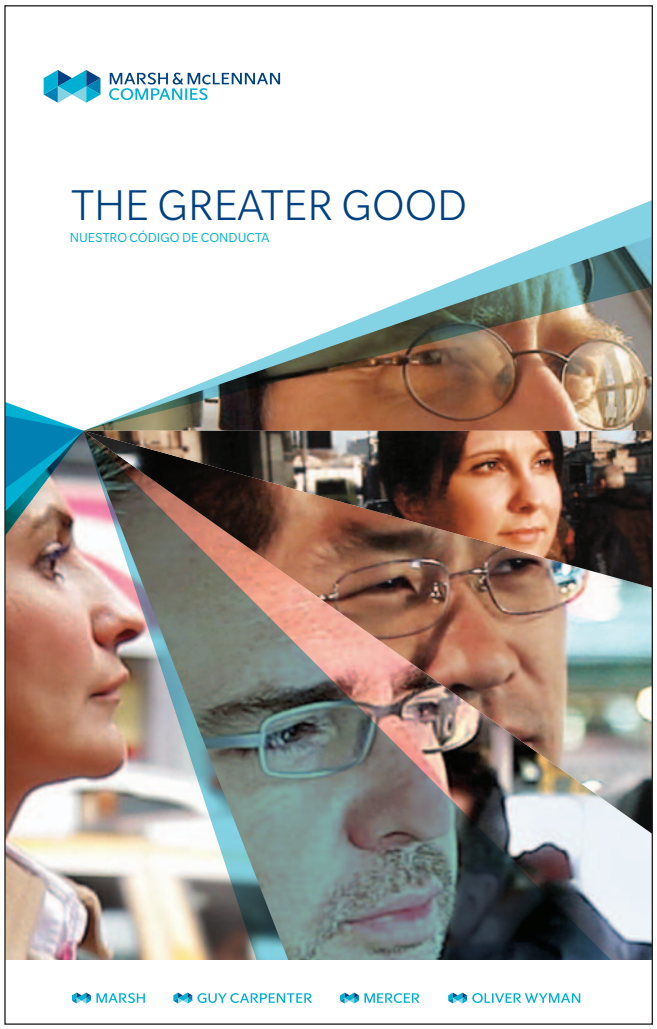
Contamos con canales de denuncia y seguimiento para todos los grupos y buscamos ofrecer un ambiente sano. Ello implica no sólo cumplir con la legalidad en nuestras operaciones sino actuar de manera íntegra en todos los sentidos y de manera congruente con nuestra filosofía corporativa.

Vamos más allá de lo requerido por ley; creemos firmemente que la ética tiene un papel fundamental para el éxito de nuestro negocio por lo que trabajamos de manera transparente y justa en todo momento.

En nuestro Código de Conducta *"The Greater Good"* expresamos cómo debe de ser nuestro actuar con cada uno de nuestros grupos de interés. Este código es entregado a todos nuestros colaboradores, quienes tienen la obligación de leerlo, comprenderlo y aplicarlo en todo momento.

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

Para saber más sobre nuestro Código de Conducta, puede descargar una copia en español, en nuestra página: www.mmc.com/about/code.php



En diciembre conmemoramos el Día Anticorrupción regalando pulseras blancas con la leyenda *"Di no a la corrupción"* a todos nuestros colegas.

Para mantener a nuestros colegas actualizados, impartimos cursos de capacitación en temas relacionados con ética, corrupción y seguridad. Cada año el 100% de los colaboradores realiza su recertificación en conocimientos del Código de Conducta y toma por lo menos uno de los cursos que se encuentran disponibles en nuestra plataforma de formación en línea.

Empresa	Curso
Marsh y Mercer	1. The Greater Good Certification: Our Code of Conduct. 2. Anti-Bribery and Corruption Training. 3. Conflicts of Interest. 4. Antitrust and Trade Practice Compliance. 5. "Choose Your Path" (courses related to Data Protection, Email and Social Media, Trade Sanctions, Anti-corruption and Records Retention, Promoting respect in the Workplace, Confidential and sensitive information). 6. Compliance (Policies, procedures, code of conduct, AML, etc.)
Guy Canpenter	1. Working with Confidential Information & Data Security 2. The Greater Good: Our Code of 3. Antitrust and Trade Practice Compliance 4. Business Conduct Curriculum 5. Comprensión de la Ley Sobre Prácticas Corruptas en el Extranjero (FCPA) 6. Professional Obligations 7. Ethical Awareness 8. Record Keeping & Retention 9. Antitrust and Trade Practice Compliance 10. Global Bribery and Corruption Awareness 11. Resolving Conflicts of Interest

En Marsh & McLennan Companies tenemos un especial cuidado para prevenir, identificar y, en su caso, sancionar actos de corrupción y soborno.

Los medios con los que cuenta MMC para hacer denuncias respecto a temas de ética son:

HOTLINE

Es un servicio seguro y gratuito que opera las 24 horas del día a nivel mundial. Todos los asuntos denunciados son remitidos a los departamentos apropiados dentro de la organización para su investigación y resolución. Para ingresar al sistema se marca al 01 800 288 28 72, posteriormente se selecciona el idioma en el menú de opciones y un especialista atiende la consulta realizando algunas preguntas y después envía un reporte al área encargada.

También se cuenta con la opción de dirigirse a la página: https://mmceuhotline.alertline.com/gcs/welcome?locale=es y completar el proceso.

DIME

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

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

Durante 2014 se presentaron dos denuncias por estos canales, una menos que el año anterior. Dichas denuncias fueron resueltas por las vías institucionales.

1.5 GOBIERNO CORPORATIVO

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

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

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

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

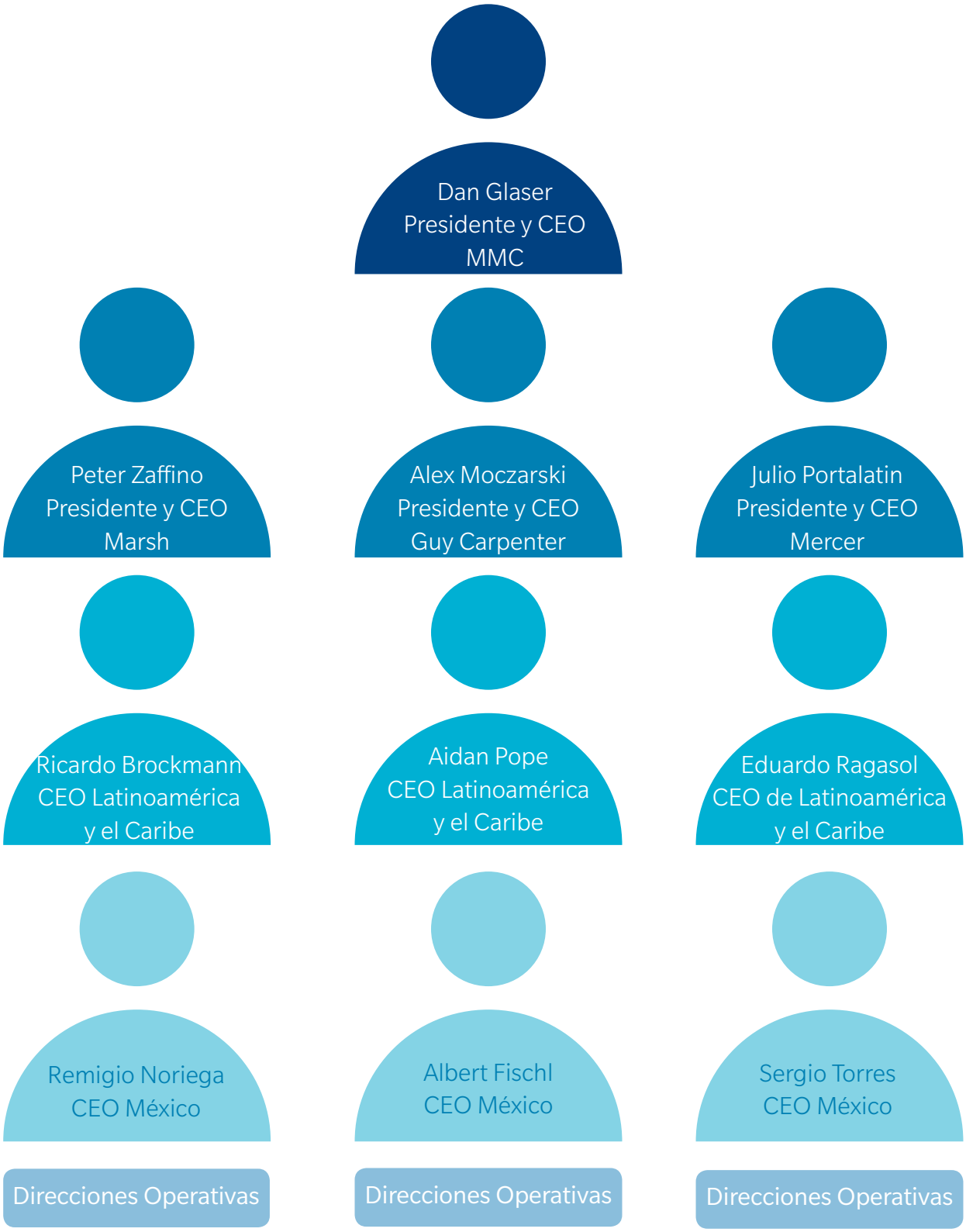
Para apoyar en sus funciones, el Consejo Directivo de Marsh & McLennan Companies cuenta con cuatro comités:

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

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

Si desea conocer más detalles sobre el gobierno corporativo de MMC a nivel global, visite: http://www.mmc.com/about/governance.php

ESTRUCTURA OPERATIVA



1.6 ESTRATEGIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

GRUPOS DE INTERÉS

Para Marsh & McLennan Companies ser buenos ciudadanos corporativos implica ser consecuentes en nuestra manera de actuar, especialmente con las personas con las que trabajamos, en la comunidad y en el medio ambiente.

Identificamos y clasificamos a nuestros grupos de interés en internos y externos de acuerdo a la manera en la que influyen o son influidos por nuestras actividades de negocio.

Utilizamos diversas herramientas que nos permiten conocer las expectativas de nuestros grupos de interés e integrarlas en nuestra estrategia de responsabilidad social.

	Grupos de Interés	Mecanismos de diálogo y comunicación
Internos	**Colaboradores:** nos esforzamos por ofrecer un buen lugar para trabajar y crecer profesionalmente.	Intranet, correo electrónico, reuniones internas, buzón de sugerencias, encuesta de clima, tableros de comunicación interna, tableros electrónicos, participación en actividades de responsabilidad social, encuesta de opinión de RSE.
	Clientes: ofrecemos servicios de alta calidad con una actitud de servicio.	Encuestas de servicio, entrevistas de servicio al cliente, pláticas y reuniones cotidianas, correo electrónico, Informe Financiero Anual e Informe de Responsabilidad Social Empresarial de Marsh & McLennan Companies, página web, prensa, redes sociales, eventos presenciales y en línea.
	Accionistas: Realizamos nuestras tareas de negocio generando valor de manera honesta y transparente.	Informe Financiero Anual e Informe de Responsabilidad Social Empresarial de Marsh & McLennan Companies.
Externos	**Socios de negocio / Proveedores:** Contratamos y pactamos con empresas locales que coadyuvan a lograr nuestros objetivos de negocio.	Reuniones regulares, correo electrónico, participación en actividades de responsabilidad social, Informe de Responsabilidad Social Empresarial de Marsh & McLennan Companies.
	Comunidad: Apoyamos y buscamos caminos para elevar la calidad de vida de grupos vulnerables del país.	Reuniones periódicas, visitas “in situ”, proyectos conjuntos y a través de organizaciones especializadas.
	Reguladores: Trabajamos de la mano con las instituciones gubernamentales para contribuir a contar con un sector que trabaje de manera ética y coordinada.	Eventos, reuniones, circulares y acuerdos semanales.

MATERIALIDAD Y ASUNTOS RELEVANTES

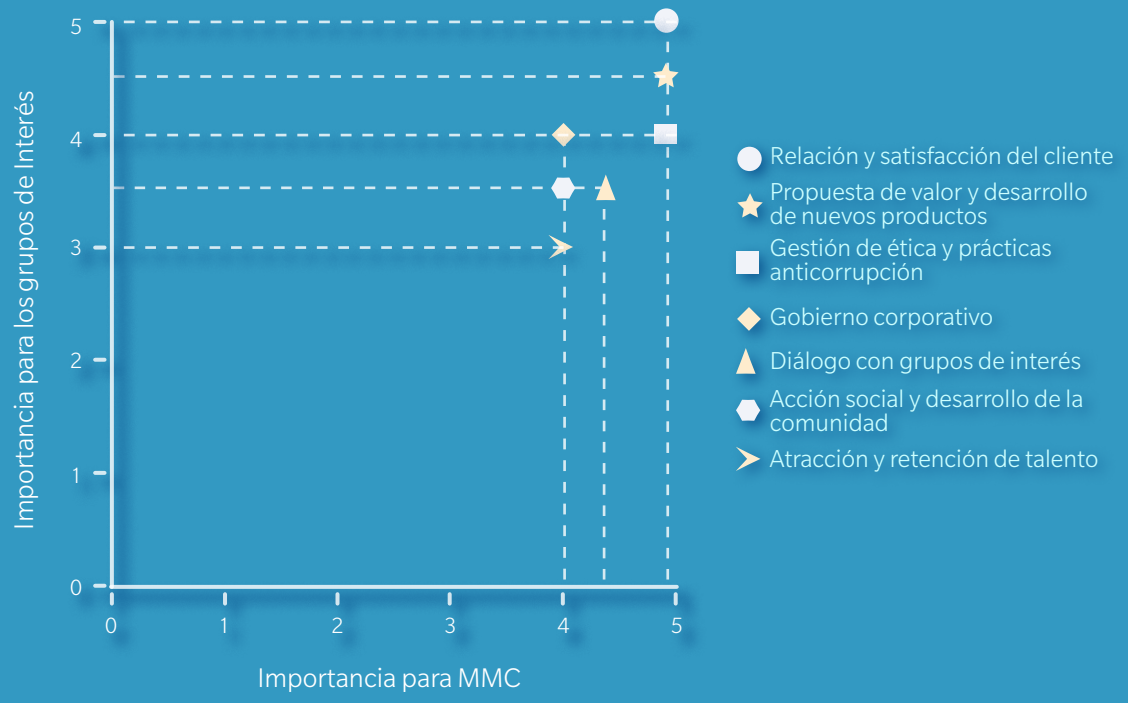
Con base en nuestras herramientas de diálogo y comunicación, determinamos los asuntos más relevantes para los grupos de interés.

Los objetivos del análisis de materialidad son:

- Identificar los asuntos relevantes para MMC.
- Evaluar su importancia y desempeño de la empresa en torno a estos temas.
- Graficar los resultados en una "matriz de materialidad".

En 2014 identificamos 7 asuntos relevantes, de los cuales reportamos las acciones para incluirlos en la gestión de la empresa a lo largo del informe.

GRÁFICA DE MATERIALIDAD



SISTEMA DE GESTIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

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

a) Responsabilidad social: nuestras acciones en comunidades y el involucramiento de los colegas en estos esfuerzos.

b) Diversidad e inclusión: nuestro compromiso por fomentar un ambiente de trabajo inclusivo y de alto rendimiento basado en la excelencia, el respeto y la dignidad.

c) Sustentabilidad: nuestro compromiso con prácticas amigables con el medio ambiente tanto en nuestras operaciones como en nuestro trabajo con clientes para asesorarlos sobre sus retos ambientales.

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

Nuestra estrategia de responsabilidad social se basa en 6 ejes principales:

En Marsh, Guy Carpenter y Mercer los responsables de diseñar, ejecutar y evaluar la estrategia de RSE son los respectivos Comités de Responsabilidad Social, los cuales están integrados por colegas de todas las áreas.

Además, el grupo cuenta con una Coordinadora de RSE, quien se encarga de impulsar las iniciativas de cada comité con la supervisión de la Dirección de Recursos Humanos.

ESTRUCTURA DEL COMITÉ DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

MARSH Y MERCER

- Dirección General
- Dirección de Recursos Humanos
- Coordinación de RS

- Comité de Ética Empresarial
- Comité de Comunidad
- Comité de Calidad de Vida
- Comité de Medio Ambiente
- Comité de Diversidad e Inclusión
- Comité de Comunicación y Vinculación

GUY CARPENTER

- Dirección General
- Coordinación de RS

- Comité de Ética empresarial
- Comité de Comunidad
- Comité de Calidad de vida
- Comité de Medio ambiente

1.7 PREMIOS, RECONOCIMIENTOS Y ALIANZAS

Derivado de las acciones que realizamos en 2014, recibimos y/o renovamos algunos premios y reconocimientos.

MARSH

- Reactions Latin America Awards 2014. Mejor CEO y Mejor Corredor de Seguros
- Distintivo ESR, Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)
- American Chamber of Commerce of Mexico
- Cámara México-Alemana de Comercio e Industria
- Cámara Japonesa de Comercio e Industria de México
- Asociación Mexicana en Dirección de Recursos Humanos, A.C.
- Asociación de Recursos Humanos de la Industria en Tijuana, A.C.
- Cámara Minera de México
- Instituto Mexicano de Ejecutivos de Finanzas Monterrey
- Centro Mexicano para la Filantropía

GUY CARPENTER

- Distintivo ESR, Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)
- Reactions Latin America Awards 2014. Mejor Agente de Reaseguro
- Best LA Reinsurance Broker

MERCER

- Distintivo ESR, Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi)
- Ranking Súper Empresas 2014, Top Companies

2. COMUNIDAD

En línea con el compromiso de Marsh & McLennan Companies por ser un buen ciudadano corporativo, en MMC México hemos establecido un programa de vinculación con la comunidad centrado en la educación y la niñez en el que llevamos trabajando cinco años.

En México, poco más de la mitad de los 21 millones de niños, niñas y adolescentes viven en pobreza, y de ellos casi 5 millones padecen pobreza extrema.

En Marsh, Guy Carpenter y Mercer celebramos que este año se haya promulgado la "Ley General de los Derechos de Niños, Niñas y Adolescentes", iniciativa a la cual nos sumamos para que entre empresas, gobierno y sociedad contribuyamos a enfrentar los retos que aún presenta la infancia en nuestro país.

LA CASA DE LA ARTESANA

De la mano de nuestro aliado Child Fund México, hace tres años en Marsh y Mercer iniciamos el ambicioso proyecto de crear un espacio donde las mujeres de la comunidad de Hñahñu Batsi de San Andrés Daboxtha y de las de las comunidades aledañas del Cardonal, Hidalgo, pudieran desarrollar una actividad productiva de manera organizada.

Después de dos años de arduo trabajo, desde la donación del terreno, la cimentación y la albañilería, este año se concluyeron los trabajos de construcción incluyendo los acabados y las instalaciones eléctrica y sanitaria.

Asimismo, se habilitó el espacio con el equipamiento y la capacitación necesarias para que las mujeres pudieran dar inicio a sus labores productivas: la elaboración de artesanías y una cocina económica.

Hoy en día cuentan ya con un taller de trabajo completamente equipado con máquinas de coser, mesas de trabajo y demás herramientas necesarias.

Del mismo modo, se habilitó la cocina de la casa para que pudieran abrir al público su proyecto de cocina económica, para lo cual se hizo la donación de todos los muebles: estufa, refrigerador, electrodomésticos, vajillas, mesas, sillas, entre otras.

En el mes de octubre se llevó a cabo la inauguración oficial de dicha casa con la presencia de autoridades del lugar, de las artesanas y de representantes de Marsh y Mercer.

Con esta iniciativa beneficiamos directamente a más de 20 familias.

RECAUDACIÓN DE FONDOS

En Guy Carpenter, como cada año lanzamos el programa "Colaciones saludables" para recaudar fondos por parte de los empleados para cubrir las necesidades de la Escuela Primaria Vázquez, en Ixmiquilpan, Hidalgo. Con el monto recaudado contribuimos a mejorar la infraestructura de la escuela de manera que los alumnos cuenten con condiciones favorables para su aprovechamiento académico.

Este año también se recaudaron fondos para apoyar a la Cruz Roja y a los afectados por el huracán Odile en Baja California Sur a nivel global por parte de MMC.

DONATIVOS EN ESPECIE

Guy Carpenter donó a ChildFund dos sillones, un despachador de agua y un frigobar. Asimismo, se donó material de limpieza para la Asociación Hñahñu Batsi Ri Xudi A.C., pintura y material necesario para la Escuela Primaria Vázquez.

VOLUNTARIADO

Nuestro compromiso con la sociedad va más allá de apoyos económicos y en especie. En MMC México contamos con un grupo de entusiastas colegas dispuestos a donar su tiempo y talento de manera voluntaria en beneficio de los que más lo necesitan.

En 2014 se llevaron a cabo las siguientes actividades de voluntariado:

- Inauguración de la Casa de la Artesana: 18 colegas de Marsh y Mercer viajaron a El Sauz, Hidalgo donde realizaron un recorrido por la casa, se hizo la presentación del proyecto así como la inauguración oficial. Además, se llevó a cabo un convivio con las niñas y niños de la comunidad de Daboxtha.

- Pintura de la Escuela Primaria Vázquez: como parte del Día del Voluntariado 2014 de Guy Carpenter, un grupo de colaboradores se trasladó a la comunidad de Ri Xudi, en Hidalgo, para pintar la fachada y los salones de clase de la escuela.

- Jornada de reforestación: en colaboración con la Secretaría del Medio Ambiente, 56 colegas de Marsh y Mercer participaron en la siembra de 600 pinos moctezumae en la comunidad de Topilejo.

- Semillas de vida: nuestros colegas de Marsh en Tijuana organizaron, junto con la asociación Semillas de vida, un "Dulcetón" para la posada de las niñas y niños de Cartolandia.

En 2014 organizamos el 2º Bazar Navideño con Causa MMC para promover el consumo responsable y el apoyo a pequeños proveedores locales.

COMPROMISO CON LOS PROVEEDORES Y SOCIOS DE NEGOCIO

Al ser parte fundamental de nuestro negocio, en MMC México hemos asumido el compromiso de transmitir nuestra filosofía de la responsabilidad social con proveedores y socios estratégicos.

PROVEEDORES 2014	
Guy Carpenter	Marsh y Mercer
200	402

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

Desarrollamos un Código de Ética para proveedores, el cual entregamos a nuestros proveedores estratégicos para que se adhieran a él y se comprometan con su cumplimiento.

Por tercer año consecutivo, en 2014 Marsh apoyó a un proveedor, Logistics Assistance Group, para que se postulara al Distintivo ESR (Empresa Socialmente Responsable). Este apoyo consistió en la asesoría por parte de una empresa consultora especializada en el tema y una beca de inscripción a dicho reconocimiento.

En septiembre de 2014 llevamos a cabo el 2º Encuentro Empresarial de Responsabilidad Social MMC. El objetivo de este evento es contar con un espacio de encuentro para compartir las mejores prácticas de las empresas más representativas del sector.

En esta ocasión el tema del encuentro fue "Trabajando por la sustentabilidad desde la empresa". Contamos con la presencia de algunos de nuestros clientes como ponentes (Deloitte, Microsoft, Wal-Mart y Torre Mayor), además de la participación de más de 50 asistentes.

3. MEDIO AMBIENTE

Basados en nuestra Política de Medio Ambiente, en Marsh & Mc Lennan Companies México generamos iniciativas que nos permitan reducir nuestra huella ambiental y crear una cultura del cuidado del medio ambiente entre nuestros colegas y otros grupos de interés.

MEDICIÓN DE EMISIONES DE CO_2

Al ser una empresa de servicios, las fuentes de emisión de CO_2 más significativas de MMC son:

- Emisiones directas: Vehículos propiedad de la empresa
- Emisiones indirectas: Electricidad y viajes de avión

Emisiones	2012	2013	2014
Emisiones directas de CO_2 (t)	1,158	854	904.48
Emisiones indirectas de CO_2 (t)	1,037	1,379	1,452
Total de CO_2 emitido (t)	2,195	2,233	2,356
Total de CO_2 por empleado (t)	2.44	2.34	2.60

(1) (t)= toneladas métricas
Alcance: Oficinas corporativas y foráneas de Marsh, Guy Carpenter y Mercer, excepto Nogales y Mexicali.

PROGRAMAS DE ECOEFICIENCIA

Nuestra estrategia de reducción de consumos se enfoca en dos ámbitos principales: electricidad y papel. Para lograrlo, en 2014 emprendimos las siguientes iniciativas:

Con la instalación del sistema *BMS,* logramos una disminución de 30% de energía eléctrica.

1. AHORRO DE ENERGÍA

La remodelación de nuestras instalaciones efectuada el año pasado, nos permitió este año lograr sustanciales ahorros de energía.

Gracias a la instalación del BMS (*Building Management System*) en las oficinas de Torre Mayor, se puede controlar la temperatura de manera automática dentro de las oficinas y áreas abiertas. Igualmente se instalaron sensores de presencia e intensidad de iluminación con lo cual controlamos el encendido de lámparas y aire acondicionado.

Estas medidas nos permitieron ahorrar un 30% en consumo de energía eléctrica en comparación con nuestro consumo del año anterior.

Por su cuenta, en Guy Carpenter se lanzaron comunicados internos con la finalidad de hacer conciencia del ahorro de luz dentro de las instalaciones.

CONSUMO DE ENERGÍA							
Guy Carpenter			Marsh y Mercer				
2012	2013	2014	2012	2013	2014		
					Corporativo	Foráneas	**Total**
87,840 Kw/h	116,520 Kw/h	113,876 Kw/h	1,356,500 Kw/h	1,903,500 Kw/h	1,277,694 Kw/h	908,537 Km/h	(1)2,186,231 Kw/h

(1) Si bien hubo una reducción del 30% de consumo en las oficinas corporativas en 2014, la cifra aumentó debido a que este año se reportan también los consumos de oficinas foráneas, con excepción de Nogales y Mexicali.

2. AHORRO DE PAPEL

El año pasado se lanzó la normativa de uso de papel en Marsh y Mercer. A raíz de esto, hemos podido implementar iniciativas, como la impresión predeterminada a doble cara, que nos permitieron una reducción del 13% en el número de impresiones en 2014 con relación al año anterior.

En Marsh, Guy Carpenter y Mercer tenemos instaladas bandejas de hojas utilizadas solo de un lado en cada estación de impresión con el fin de que los colegas las reutilicen y adquieran consciencia del uso eficiente de papel.

3. REFORESTACIÓN EN TOPILEJO

Al ser una de las actividades favoritas de nuestros colegas, este año realizamos nuevamente una jornada de reforestación. En esta ocasión el lugar elegido fue San Miguel Topilejo, en la delegación Tlalpan, D.F. Participaron 56 colegas de Marsh y Mercer, quienes nos ayudaron a plantar un total de 600 pinos Moctezumae.

4. OTRAS INICIATIVAS

MARSH Y MERCER

- Reciclaje de cartuchos de tóner, los cuales fueron entregados al proveedor, quien les dio una disposición adecuada.
- Reciclaje de cartón, plástico, aluminio y vidrio.
- Reciclaje de pilas.
- En Navidad lanzamos una campaña de comunicación para eliminar la compra de pinos naturales y en cambio adoptar un árbol que pueda ser devuelto a su hábitat.
- Se eliminó el uso de cubiertos desechables en nuestras oficinas.

GUY CARPENTER

- Se reciclaron los cartuchos de tóner, los cuales fueron entregados al proveedor para darles una disposición adecuada.
- Participación en el Mercado de Trueque organizado por la Secretaría del Medio Ambiente del DF , donde se intercambian latas de refresco y periódico por hortalizas de lechuga.

3. COLEGAS

Como firma global de servicios profesionales, nuestro éxito depende totalmente de la ardua labor y dedicación de nuestra gente. Por ello, para Marsh & McLennan Companies el factor humano es el aspecto más trascendente de todos los que conlleva el proceso corporativo.

DIVERSIDAD E INCLUSIÓN

El compromiso con la diversidad y la inclusión tiene ya un largo recorrido en las empresas que conformamos MMC. Comprendemos el valor de contar con equipos cuyas diferencias enriquecen el entorno laboral y lo nutren de innovación y talento.

A nivel global, en MMC se han creado comités y comunidades liderados por los altos directivos para posicionar el tema de la diversidad e inclusión al interior de las filiales y fomentar la reflexión y el intercambio de ideas.

A nivel local, el Comité de Diversidad e Inclusión de Marsh y Mercer ha trabajado en iniciativas para promover la igualdad de oportunidades al interior y que las y los colegas favorezcan con su actuación entornos libres de discriminación.

Algunas de las actividades que llevamos a cabo en 2014 fueron:

- Iniciamos una campaña con la Fundación *Medicall Home* para la recolección de abre fáciles que después serán intercambiados por sillas de ruedas para personas de escasos recursos.
- Se realizó una actividad de concientización sobre discapacidades entre nuestros colegas, quienes por unas horas tenían que trabajar con algún impedimento como un ojo cubierto, un brazo inmovilizado, etc. para vivir la experiencia de una persona con alguna limitación física.
- En diciembre abrimos una convocatoria en todas nuestras oficinas para tomarse una foto y formar parte del video navideño con el objetivo de promover la unión y el respeto por las diferencias de toda nuestra gente.
- Se lanzaron *webinars* y cursos en línea relacionados con diversidad e inclusión, tales como:

a. Planeando para el futuro: cuestiones legales y financieras para tus seres queridos con necesidades especiales
b. Presencia ejecutiva para convertirse en una empresa con diversidad
c. El proyecto de Trevor
d. Estilos de trabajo y comunicación efectiva
e. Conductas inclusivas y alternas: un nuevo modelo para la diversidad e inclusión
f. Manejo de conversaciones difíciles en un ambiente de trabajo diverso

EMPLEABILIDAD

Para el año 2014 la plantilla laboral del grupo fue de 905 colegas. Los cuadros que se muestran a continuación indican la distribución por nivel y sexo de Marsh, Guy Carpenter y Mercer:

PLANTILLA LABORAL DESGLOSADA POR CATEGORÍA Y GÉNERO 2014

Marsh:						
Puesto	Hombres 2012	Mujeres 2012	Hombres 2013	Mujeres 2013	**Hombres 2014**	**Mujeres 2014**
Directores	28	5	24	5	34	8
Subdirectores / Gerentes	93	64	83	66	100	72
Ejecutivos / Especialistas / Jefes de Área	127	200	138	189	129	187
Analistas / Auxiliares	20	20	72	134	81	140
Total	268	289	317	394	344	407
	Total empleados: 557		Total empleados: 711		**Total empleados: 751**	
	Total rotación: 0.13%		Total rotación: 10%		**Total rotación: 12.59%**	

Guy Carpenter:						
Puesto	Hombres 2012	Mujeres 2012	Hombres 2013	Mujeres 2013	**Hombres 2014**	**Mujeres 2014**
Directores	4	3	4	3	4	3
Subdirectores / Gerentes	9	10	10	9	10	11
Administrativos	14	22	14	19	17	23
Total	27	35	28	31	31	37
	Total empleados: 56		Total empleados: 62		**Total empleados: 68**	
	Total rotación: 12.5%		Total rotación: 1.69%		**Total rotación: 5.15%**	

PLANTILLA LABORAL DESGLOSADA POR CATEGORÍA Y GÉNERO 2014
CONTINUACIÓN

Mercer:						
Puesto	Hombres 2012	Mujeres 2012	Hombres 2013	Mujeres 2013	**Hombres 2014**	**Mujeres 2014**
Directores	10	17	10	6	8	7
Subdirectores / Gerentes	25	20	7	19	8	7
Consultores	118	90	26	23	10	7
Analistas / Auxiliares	ND	ND	ND	ND	16	23
Total	153	127	43	48	42	44
	Total empleados: 270		Total empleados: 91		**Total empleados: 86**	
	Total rotación: 11%		Total rotación: 0.15%		**Total rotación: 20%**	

GESTIÓN DEL TALENTO

En Marsh, Guy Carpenter y Mercer el desarrollo del talento de nuestros colegas es una condición para el logro de nuestros objetivos, por ello nos ocupamos de brindar la capacitación necesaria a todo el personal que lo requiera con base en un proceso sistematizado de detección de necesidades de capacitación y de evaluación del desempeño.

Ponemos a disposición de nuestro personal programas de desarrollo profesional y personal. Estos programas tienen como propósito fundamental generar oportunidades de crecimiento y movilidad dentro de la organización, lo que a su vez nos permite retener a los profesionales más capacitados.

Desarrollo del talento de nuestros colegas.

El siguiente cuadro muestra el número de horas de formación durante 2014.

PROMEDIO DE HORAS DE FORMACIÓN POR EMPLEADO 2014			
Puesto	Marsh	Guy Carpenter	Mercer
Directores	40.9	76.8	12
Subdirectores/ Gerentes	66.7	58.5	40
Ejecutivos/ Especialistas/ Consultores	25.8	28.7	40
Administrativos/ Analistas/ Auxiliares	9.3	23.9	40
Total de inversión	$2,570,449 (MXN)	ND	$779,704 (MXN)

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

Personal con buena formación se traduce en calidad laboral y éxito empresarial. Al ser la capacitación interna una parte esencial e inherente a la estrategia de MMC, hemos desarrollado herramientas que nos permiten ofrecer cursos y talleres en línea y de esta manera desarrollar el talento que la empresa necesita para seguir creciendo y siendo competitiva.

Una de estas herramientas es Career Link, un portal de capacitación de Marsh y Guy Carpenter en el que los colaboradores acceden a nivel mundial a cursos en línea. Este portal comprende más de 100 cursos en español y cerca de 1,800 en inglés, sobre varios temas. Los más sobresalientes abordan asuntos relativos a liderazgo, habilidades personales, gestión de proyectos, administración del desempeño y compliance, éste último de manera obligatoria.

También se ofrecen programa de *coaching* individual y grupal, otorgamiento de becas para diplomados, maestrías y cursos complementarios y programas de apoyo para concluir las carreras profesionales de los colaboradores.

Ejemplo de ello es que Marsh en 2014 otorgó 4 becas para que sus colegas pudieran cursar maestrías y diplomados por un monto de más de $300,000 (MXN).

Programa de coaching individual y grupal.

BIENESTAR

Ante un entorno laboral cada vez más dinámico y exigente, en MMC reconocemos la necesidad de que nuestros colegas se sientan tranquilos y seguros en el trabajo.

Por esta razón ofrecemos Beneflex, un modelo de prestaciones y beneficios para todos los que colaboran en MMC, inspirado en las mejores prácticas de compensaciones, el cual ofrece la posibilidad de armar el paquete de prestaciones y beneficios de acuerdo a las necesidades específicas de cada colega incluyendo planes de prevención (check ups médicos, planes dentales, planes de cuidado de la visión, etc.) y atención médica constante (consultas médicas de primer contacto, descuentos en análisis y compra de medicamentos, etc.).

Dentro de las oficinas de Marsh y Mercer se cuenta con un Servicio Médico que brinda asesoría médica de primer contacto sin costo para el personal. También cuenta con una sala de lactancia con todas las comodidades.

Marsh cuenta con un Plan de Beneficios para consultas médicas a precio accesible que está disponible para todos los colaboradores y sus familias.

Guy Carpenter, continúa realizando su programa "Colaciones saludables" por medio del cual fomenta un estilo de vida sano entre sus colegas invitándolos a tener una alimentación balanceada.

Mercer tiene un Plan de Bienestar de participación voluntaria titulado "Vive más", enfocado en fomentar un estilo de vida sana y promover la cultura de prevención. Este plan incluye análisis clínicos para diagnosticar riesgos de salud en los empleados, pláticas informativas sobre problemas de salud pública y detección temprana de enfermedades graves, servicio de nutricionista para guiar y cuidar a los empleados y campañas de seguridad y cuidado de la salud.

Con el fin de promover una cultura de la salud y la prevención entre el personal, en las oficinas de Marsh y Mercer se llevaron a cabo diversas actividades en 2014, entre ellas:

— 2da Campaña de donación de sangre: se invitó a colegas y vecinos de la Torre Mayor a participar, con un total de 40 donadores.

— Jornada de diagnósticos: se realizaron pruebas médicas como ultrasonidos, mastografías, etc. a un precio preferencial y en las oficinas.

— Feria de la salud: se invitaron a diferentes proveedores de salud para dar pláticas, valoraciones médicas gratis o a precio preferencial de vista, oído, dental, así como descuentos para gimnasios y pruebas de laboratorio.

— Vacuna de la influenza: a un precio preferencial para nuestros colegas y sus familias.

BALANCE TRABAJO-FAMILIA

En Marsh, Guy Carpenter y Mercer sabemos que es muy importante integrar a la familia en la vida laboral de cada colega. Por ello, desarrollamos actividades enfocadas hacia ese objetivo. En 2014 sobresalen las siguientes:

MARSH

- Torneo de boliche
- Marsh Kids
- Fiesta fin de año

GUY CARPENTER

- Torneo de Fútbol Femenino
- Fiesta fin de año
- Rosca de Reyes
- Posada

MERCER

- Torneo de boliche
- Torneo de Fútbol Skandia - Old Mutual
- Fiesta fin de año

CRITERIOS DEL INFORME

El Informe de Responsabilidad Social Empresarial de MMC 2014 es el cuarto informe de esta naturaleza que publicamos y contiene las actividades que han llevado a cabo Marsh, Guy Carpenter y Mercer en tres dimensiones: económica, social y medioambiental.

ÁMBITO DE APLICACIÓN

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

La periodicidad del Informe de Responsabilidad Social Empresarial de MMC es anual y abarca el periodo que va del 1° de enero al 31 de diciembre de 2014.

Para su elaboración, tomamos como base las directrices del *Global Reporting Initiative (GRI)*, las cuales nos ayudaron a definir nuestros contenidos apegados a sus principios e indicadores. Asimismo, hacemos referencia a los diez Principios del Pacto Mundial de Naciones Unidas, al cual Marsh y Mercer están adheridos.

Por cuarto año cuantificamos los indicadores GRI por lo que para algunas cifras se reportan como referencia los dos años anteriores (2013 y 2012). Esto también nos está permitiendo sistematizar cada vez más la información y desarrollar una metodología de cuantificación de datos estandarizada.

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

DATOS DE CONTACTO

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

MARSH
Katy Rodríguez

Paseo de la Reforma 505 piso 10
Edificio Torre Mayor
Col. Cuauhtémoc
C.P. 06500
México D.F.
Tel. 5999 4400
katy.rodriguez@marsh.com
www.marsh.com.mx

GUY CARPENTER
Katiuska Hernández

Insurgentes Sur 1898 Piso 9
Col. Florida
C.P. 01030
México, D.F.
Tel. 9140 7000
katiuska.hernandez@guycarp.com
www.guycarp.com

MERCER
Laura Gómez

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

ANEXOS

PACTO MUNDIAL

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

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

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

Índice GRI-G3.1

CONTENIDOS BÁSICOS PARTE I: Perfil

1. Estrategia y Análisis

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

2. Perfil de la organización

Perfil	Descripción	Reportado	Página/Respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación
2.1	Nombre de la organización.	Totalmente	37			
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios.	Totalmente	6,7			
2.3	Estructura operativa de la organización.	Totalmente	1 2			
2.4	Localización de la sede principal de la organización.	Totalmente	35			
2.5	Número de países en los que opera la organización.	Totalmente	6,7			
2.6	Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	Totalmente	34			
2.7	Mercados servidos.	Totalmente	6,7			
2.8	Dimensiones de la organización informante.	Totalmente	6			
2.9	Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	Totalmente	34			
2.10	Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	Totalmente	17			

3. Parámetros de la Memoria

3.1	Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	Totalmente	34			
3.2	Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiera).	Totalmente	34			
3.3	Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	Totalmente	34			
3.4	Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	Totalmente	35			

Perfil	Descripción	Reportado	Página/Respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación
3.5	Proceso de definición del contenido de la memoria.	Totalmente	14,34			
3.6	Cobertura de la memoria.	Totalmente	34			
3.7	Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	Totalmente	34			
3.8	La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades entre organizaciones.	Totalmente	34			
3.9	Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, de la memoria.	Totalmente	34			
3.10	Descripción del efecto que pueda tener el volver a expresar la dicha reexpresión.	Totalmente	34			
3.11	Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	Totalmente	34			
3.12	Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria.	Totalmente	37			
3.13	Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación	Totalmente	34			

4. Gobierno, compromisos y participación de los grupos de interés						
Perfil	**Descripción**	**Reportado**	**Página/Respuesta directa**	**Si aplica, indique la parte que no fue reportada**	**Razón de la omisión**	**Explicación**
4.1	La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	Totalmente	11			
4.2	Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	Totalmente	11			
4.3	En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	Totalmente	11			
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	Totalmente	10			
4.5	Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	Totalmente	Está regulado por las Directrices de Gobierno Corporativo de Marsh & McLennan Companies aprobadas por el Consejo de Administración. La liga a las directrices se encuentra disponible en la pág. 11			

Perfil	Descripción	Reportado	Página/Respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación
4.6	Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	Totalmente	Está regulado por las Directrices de Gobierno Corporativo de Marsh & McLennan Companies aprobadas por el Consejo de Administración. La liga a las directrices se encuentra disponible en la pág. 11			
4.7	Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	Totalmente	Está regulado por las Directrices de Gobierno Corporativo de Marsh & McLennan Companies aprobadas por el Consejo de Administración. La liga a las directrices se encuentra disponible en la pág. 11			
4.8	Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	Totalmente	8,9			
4.9	Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	Totalmente	15,16,36			
4.10	Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	Totalmente	15,16			
4.11	Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	Totalmente	4			
4.12	Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	Totalmente	18,25,36			
4.13	Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	Totalmente	17,36			
4.14	Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	Totalmente	13			
4.15	Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	Totalmente	13			
4.16	Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	Totalmente	13			
4.17	Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	Totalmente	14			

CONTENIDOS BÁSICOS PARTE II: Enfoque de la Dirección							
Enfoque de la Dirección	**Descripción**	**Reportado**	**Página/respuesta directa**	**Si aplica, indique la parte que no fue reportada**	**Razón de la omisión**	**Explicación**	**A reportarse en**
Dimensión económica		Enfoque de la dirección económica					
Aspecto	Desempeño económico	Parcialmente	6				
	Presencia en el mercado	Totalmente	6,7				
	Impacto económico indirecto	Totalmente	18				
Dimensión ambiental		Enfoque de la dirección ambiental					
Aspecto	Materiales	Totalmente	26				
	Energía	Totalmente	25				
	Agua	No			No disponible	Todas nuestras oficinas son arrendadas por lo que no tenemos control sobre su operación.	
	Biodiversidad	Totalmente	Todas nuestras oficinas se encuentran en suelo urbano y por lo tanto no tienen ningún impacto en la biodiversidad y otras áreas protegidas.				
	Emisiones, vertidos y residuos	Totalmente	24				
	Productos y servicios	Totalmente	26				
	Cumplimiento normativo	Totalmente	No se reportan multas ni sanciones por este concepto.				
	Transporte	Totalmente	24				
	Aspecto general	Totalmente	24				
Dimensión laboral		Enfoque de la dirección laboral					
Aspecto	Empleo	Totalmente	29				
	Relaciones empresa/ trabajadores	Totalmente	29				
	Salud y seguridad en el trabajo	Totalmente	32				
	Formación y educación	Totalmente	30,31				
	Diversidad e igualdad de oportunidades	Totalmente	28				

Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
Dimensión de Derechos Humanos		Enfoque de la dirección de Derechos Humanos					
Aspecto	Prácticas de inversión y aprovisionamiento	Totalmente	22				
	No discriminación	Totalmente	28				
	Libertad de asociación y convenios colectivos	Totalmente	29				
	Abolición de la explotación infantil	Totalmente	9				
	Prevención del trabajo forzoso y obligatorio	Totalmente	9				
	Prácticas de seguridad	Totalmente	10				
	Derechos de los indígenas	Totalmente	9				
Dimensión social		Enfoque de la dirección social					
Aspecto	Comunidad	Totalmente	18				
	Corrupción	Totalmente	9				
	Política pública	Totalmente	No se reporta participación en esta clase de actividades.				
	Comportamiento de competencia desleal	Totalmente	9				
	Cumplimiento normativo	Totalmente	No se reportan multas ni sanciones por este concepto.				
Dimensión de la responsabilidad sobre productos		Enfoque de la dirección para la responsabilidad sobre productos					
Aspecto	Salud y seguridad del cliente	Parcialmente	6				
	Etiquetado de productos y servicios	Parcialmente	7				
	Políticas para el diseño y venta justas de productos y servicios	Parcialmente	7				
	Comunicaciones de marketing	Parcialmente	7				
	Privacidad del cliente	Parcialmente	7				
	Cumplimiento normativo	Totalmente	No se reportan multas ni sanciones por este concepto.				

DIMENSIÓN ECONÓMICA							
Enfoque de la Dirección	**Descripción**	**Reportado**	**Página/respuesta directa**	**Si aplica, indique la parte que no fue reportada**	**Razón de la omisión**	**Explicación**	**A reportarse en**
Desempeño económico							
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	Parcialmente	6				
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	Totalmente	25				
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	Totalmente	19				
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	Totalmente	MMC no recibe ayuda financiera del gobierno.				
Presencia en el mercado							
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Totalmente	22				
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	Totalmente	El 100% de nuestros directivos son locales, y al igual que el resto de nuestros colegas, se seleccionan con base en la Política de reclutamiento y selección.				

Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
Impacto económico indirecto							
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	Totalmente	19				
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	Totalmente	21,21				

DIMENSIÓN AMBIENTAL							
Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
Materiales							
EN1	Materiales utilizados en peso o en volumen.	No			No disponible	No se cuenta con un sistema de medición.	
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	No			No disponible	No se cuenta con un sistema de medición.	
Energía							
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	Totalmente	25				
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	Totalmente	25				
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	Totalmente	25		No disponible	No se cuenta con un sistema de medición.	
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	Totalmente	25				
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	Totalmente	25				

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

Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	No			No material	Las oficinas de MMC se localizan en terrenos urbanos y por tanto no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad	
EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	No			No aplica	Las oficinas de MMC se localizan en terrenos urbanos y por tanto no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad	
Emisiones, vertidos y residuos							
EN16	Emisiones, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	Totalmente	24				
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	No			No aplica	MMC no produce otras emisiones de gases de efecto invernadero	
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	Totalmente	25,26				
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	Totalmente	En las oficinas de MMC no se utilizan sustancias destructoras de la capa de ozono.				
EN20	NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	No			No material	Los servicios de MMC no producen emisiones significativas de NOx y SOx.	
EN21	Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	Totalmente	Las oficinas de MMC se localizan en terrenos urbanos por lo que el vertido se hace por medio de la red urbana.				
EN22	Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	No			No disponible	No contamos con métodos de medición.	
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	Totalmente	Las oficinas de MMC se localizan en terrenos urbanos por lo que el vertido se hace por medio de la red urbana.				

Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	No			No aplica	Los servicios de MMC no producen residuos clasificados como peligrosos.	
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	No			No aplica	Las oficinas de MMC se localizan en terrenos urbanos y por tanto no impacta en espacios naturales protegidos y/o sobre la biodiversidad.	
Productos y servicios							
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	Totalmente	25,26				
EN27	Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de la vida útil, por categorías de productos.	No			No material	Los servicios de MMC no producen no generan cantidades relevantes de desperdicios	
Cumplimiento normativo							
EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	Totalmente	No se reportan multas ni sanciones por este concepto.				
Transporte							
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	Totalmente	24				
Aspecto general							
EN30	Desglose por tipo de gastos e inversiones ambientales.	No			No disponible	No se tiene contabilizado este concepto.	

DIMENSIÓN SOCIAL							
Enfoque de la Dirección	**Descripción**	**Reportado**	**Página/respuesta directa**	**Si aplica, indique la parte que no fue reportada**	**Razón de la omisión**	**Explicación**	**A reportarse en**
Empleo							
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	Totalmente	29,30				
LA2	Número de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupos de edad, sexo y región	Totalmente	29,30				
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	Totalmente	32,33				
LA15	Tasa de retorno al trabajo y retención tras baja por nacimiento, por género	No			No disponible	No se tiene contabilizado este concepto.	
Relaciones empresa/trabajadores							
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo.	No			No aplica	MMC no cuenta con un acuerdo colectivo.	
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	No			No aplica	MMC no cuenta con un acuerdo colectivo.	
Salud y seguridad en el trabajo							
LA6	Porcentaje total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	Totalmente	MMC cuenta con un Comité de Protección Civil que representa a todos los trabajadores de la empresa.				
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	No			No material	Los servicios de MMC no representan riesgos de salud y seguridad significativos para sus empleados.	

Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	Totalmente	30,31				
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	No			No aplica	MMC no cuenta con un acuerdo colectivo.	
Formación y educación							
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	Totalmente	31				
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que los apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	Totalmente	31				
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	Totalmente	30				
Diversidad e igualdad de oportunidades							
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a grupo minoritario y otros indicadores de diversidad.	Totalmente	30				
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	Totalmente	A mismo puesto y obligaciones, mismo salario entre hombres y mujeres.				

DIMENSIÓN DE DERECHOS HUMANOS							
Enfoque de la Dirección	**Descripción**	**Reportado**	**Página/respuesta directa**	**Si aplica, indique la parte que no fue reportada**	**Razón de la omisión**	**Explicación**	**A reportarse en**
Prácticas de inversión y aprovisionamientos							
HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	Totalmente	22				
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	Totalmente	22				
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	Totalmente	10				
No discriminación							
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	Totalmente	No se reportaron incidentes de esta naturaleza.				
Libertad de asociación y convenios colectivos							
HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	No			No aplica	MMC no cuenta con un acuerdo colectivo.	
Abolición de la explotación infantil							
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Totalmente	Nuestra actividad de negocio requiere de personal altamente calificado por lo que el riesgo de explotación infantil es prácticamente nulo.				

Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
Prevención del trabajo forzoso y obligatorio							
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso o no consentido y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	Totalmente	9				
Prácticas de seguridad							
HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	Totalmente	10				
Derechos de los indígenas							
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	Totalmente	No se reportaron incidentes de esta naturaleza.				

DIMENSIÓN SOCIAL							
Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
Comunidad							
SO1	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida.	Totalmente	18,19,20				
SO1 (G3.1)	Porcentaje de operaciones con involucramiento de la comunidad local, evaluación de impacto y programas de desarrollo implementados.	Totalmente	18,19,20				
SO9	Operaciones con impactos negativos significativos en comunidades locales ya sean potenciales o reales	Totalmente	18,19,20				

Enfoque de la Dirección	Descripción	Reportado	Página/respuesta directa	Si aplica, indique la parte que no fue reportada	Razón de la omisión	Explicación	A reportarse en
SO10	Medidas de prevención y mitigación implementadas en operaciones con impactos negativos significativos en comunidades locales.	Totalmente	19,20				
Corrupción							
SO2	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	Totalmente	9,10				
SO3	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anticorrupción de la organización.	Totalmente	10				
SO4	Medidas tomadas en respuesta a los incidentes de corrupción.	Totalmente	10				
Política pública							
SO5	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	Totalmente	No se reporta participación en esta clase de actividades.				
SO6	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países..	Totalmente	No se reportan esta clase de aportaciones.				
Comportamiento de competencia desleal							
SO7	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	Totalmente	No se reportan esta clase de acciones.				
Cumplimiento normativo							
SO8	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	Totalmente	No se reportan multas ni sanciones por este concepto.				

DIMENSIÓN PARA LA RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS							
Enfoque de la Dirección	**Descripción**	**Reportado**	**Página/respuesta directa**	**Si aplica, indique la parte que no fue reportada**	**Razón de la omisión**	**Explicación**	**A reportarse en**
Salud y seguridad del cliente							
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos	Parcialmente	7				
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Totalmente	No se reportan esta clase de incidentes.				
Etiquetado de productos y servicios							
PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	Parcialmente	7				
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	Totalmente	No se reportan incumplimientos de esta naturaleza.				
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	No			No disponible	Esa información es considerada como confidencial	

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