



GENTERA



LÍDERES DE LA INCLUSIÓN FINANCIERA

Anexo
del Informe Anual y de
Sustentabilidad 2016

Relacionamiento con grupos de interés (102-21, 102-40, 102-42, 102-43, 102-44)

En Genera consideramos el diálogo con grupos de interés como parte esencial de las operaciones, alineado con nuestro propósito de crear valor compartido, y fomentamos la comunicación mediante una diversidad de canales. Más allá de la voluntad de conocer sus expectativas y aportar respuestas, buscamos consolidar relaciones de confianza e impulsar su participación en los diferentes procesos de gestión y comunicación de nuestro desempeño.

Determinamos los grupos de interés mediante un análisis realizado con el apoyo de especialistas externos, considerando entidades y personas que se podrían ver afectados por nuestra operación, y aquellos que podrían impactarnos.

A continuación presentamos nuestros diferentes grupos de interés, los mecanismos de comunicación que ofrecemos, así como las expectativas e intereses obtenidos a través de los mismos.

Grupo de Interés	Principales canales y mecanismos de comunicación	Expectativas e intereses destacados
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Línea telefónica de servicio al cliente • Página web • Buzón de sugerencias • Asesor (comunicación directa) • Encuestas de satisfacción • Redes sociales • Revistas y publicidad impresa 	<ul style="list-style-type: none"> • Excelencia y rapidez en la entrega de productos y servicios. • Seguridad de los productos. • Claridad de la información entregada sobre productos y servicios. • Información sobre gestión de las finanzas (educación financiera).
Colaboradores	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicación interna (tablero de avisos, campanazo, intranet, pantallas, correos, boletines internos y revistas) • Medios de denuncia del Código de Ética y Conducta • Reuniones de integración (mensuales) • Encuentros anuales de ventas y servicios de soporte (CEAS) • Encuesta anual de clima laboral • Grupo focal para el Informe Anual y de Sustentabilidad 2016 	<ul style="list-style-type: none"> • Contribución hacia la sociedad mediante voluntariado y donaciones. • Clima laboral y cultura organizacional. • Oportunidades de capacitación y desarrollo de carrera. • Salud y seguridad en el ámbito laboral. • Excelencia en la atención y satisfacción del cliente.
Inversionistas	<ul style="list-style-type: none"> • Área de Relación con Inversionistas • Comentarios y análisis de la administración • Estados Financieros Consolidados (trimestral) • Notas sobre los Estados Financieros Consolidados (trimestral) • Presentación corporativa (trimestral) • Conference Call (trimestral) • Paquete de información financiera (trimestral) • Información de instrumentos financieros derivados (trimestral) • Informe Anual y de Sustentabilidad • Reportes trimestrales a la BMV • Reporte anual a la BMV • Estados Financieros Dictaminados (anual) 	<ul style="list-style-type: none"> • Resultados financieros y operativos. • Estrategia corporativa: modelo de negocio, innovación y posicionamiento en el mercado.

Grupo de Interés	Principales canales y mecanismos de comunicación	Expectativas e intereses destacados
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Área de compras • Código de Ética y Conducta para proveedores • Auditorías a proveedores • Página web • Medios de denuncia (buzón de transparencia, línea telefónica) 	<ul style="list-style-type: none"> • Ética e integridad en la operación. • Eficiencia en los procesos operativos. • Crecimiento de la empresa.
Autoridades, reguladores y legisladores	<ul style="list-style-type: none"> • Reunión 1x1 • Visitas a campo • Presentaciones con información del negocio • <i>Fact sheets</i> • Página web • Informe Anual y de Sustentabilidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplimiento con la normativa. • Condiciones para un entorno favorable de negocios. • Prevención y gestión de riesgos.
Comunidad	<ul style="list-style-type: none"> • Página web • Email • Redes sociales • Actividades de voluntariado 	<ul style="list-style-type: none"> • Información sobre cómo gestionar las finanzas (educación financiera). • Posibilidades que ofrecen los productos y servicios de Gentera para el desarrollo social y económico.
Organizaciones de la Sociedad Civil	<ul style="list-style-type: none"> • Página web • Email • Talleres para ONG con las que trabaja Gentera • Informe Anual y de Sustentabilidad • Convocatoria por la Educación (anual) • Informe de actividades de Fundación Gentera 	<ul style="list-style-type: none"> • Inclusión financiera a través de los productos y servicios ofrecidos. • Contribución al desarrollo social y económico de los clientes y su entorno. • Promoción de la educación financiera en la sociedad.
Competidores	<ul style="list-style-type: none"> • Resultados financieros públicos • Campañas de publicidad • Página web • Redes sociales 	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia corporativa y posicionamiento en el mercado. • Prácticas de competencia. • Resultados económicos.
Generaciones futuras	<ul style="list-style-type: none"> • Programa Incluso • Web Chavitos • Redes sociales • Iniciativas en alianzas con ONG • Actividades de voluntariado • Día de la Familia (anual) 	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo social y económico. • Educación en materia de finanzas.
Medios y Líderes de Opinión	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas de posicionamiento en medios masivos • Desplegados • Boletines de prensa • Web de boletines • Entrevistas 1x1 • Web para medios • Email 	<ul style="list-style-type: none"> • Resultados económicos, crecimiento y posicionamiento en el mercado. • Seguridad y protección de la información del cliente. • Ética e integridad del negocio; • Innovación e integración de nuevas tecnologías.

Grupo de Interés	Principales canales y mecanismos de comunicación	Expectativas e intereses destacados
Aliados	<ul style="list-style-type: none"> • Convenios • Alianzas sociales • Programas de Fiinlab 	<ul style="list-style-type: none"> • Contribución al desarrollo social y económico. • Promoción de la educación financiera en la sociedad. • Ética e integridad en la operación. • Innovación e integración de nuevas tecnologías.
Redes, Asociaciones y Organismos	<ul style="list-style-type: none"> • Participación en foros y comités • Reunión 1x1 • Envíos de información del negocio 	<ul style="list-style-type: none"> • Contribución al desarrollo socioeconómico. • Inclusión financiera. • Transparencia, ética e integridad.
Academia	<ul style="list-style-type: none"> • Programa de Becarios de Verano, servicio social y prácticas profesionales • Página web • Email 	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo de negocio e impacto social.

Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

En Genera tenemos como propósito la inclusión financiera, clave para el desarrollo socioeconómico del segmento sub-atendido, que de este modo puede implementar sus proyectos personales y profesionales.

A través del crédito, facilitamos el acceso del segmento sub-atendido a soluciones que mejoren su calidad de vida y contribuyan a fortalecer su situación familiar y la de la comunidad. Además, mediante la educación financiera y la entrega de soluciones para el ahorro, promovemos el manejo de las finanzas en nuestros clientes y la comunidad, y con los seguros contribuimos a instaurar una cultura de previsión.

En 2015, Naciones Unidas aprobó la Agenda 2030 para enfocar los esfuerzos de la comunidad internacional en los principales desafíos en materia social, ambiental y económica. Al respecto, ha establecido 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que materializan las brechas a resolver, en una contribución que su busca sea colectiva por parte de las administraciones públicas, las empresas y las organizaciones de la sociedad civil.

Desde nuestro origen, a través de las diferentes soluciones que proveemos, trabajamos en contribuir a resolver algunos de esos desafíos. Ayudamos a que nuestros clientes puedan implementar sus proyectos, con la contribución que éstos a su vez generen en sus comunidades. Con nuestro énfasis en el segmento sub-atendido y especialmente en la mujer, impulsamos la equidad de género y la reducción de las desigualdades sociales.

Contribuimos principalmente a:

ODS 1: Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.

ODS 5: Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.

ODS 10: Reducir la desigualdad en y entre los países.

Parámetros generales (102-32, 102-48, 102-49, 102-50, 102-51, 102-52, 102-53, 102-54, 102-56)

En Gentera, comunicamos nuestro desempeño financiero y no financiero, incluyendo información de los ámbitos social y de gobierno corporativo a través de nuestro Informe Anual y de Sustentabilidad. Desde el inicio de esta práctica, consideramos la metodología desarrollada por *Global Reporting Initiative* (GRI) y sus respectivas actualizaciones. En este sentido, el presente informe ha sido desarrollado en apego a los *GRI Standards* y su opción de conformidad esencial. De manera adicional, consideramos aquellos contenidos del suplemento GRI para el sector de servicios financieros, que estuvieran vinculados a los temas materiales.

Los contenidos han sido revisados y aprobados por la Dirección Ejecutiva de Relaciones Externas y Responsabilidad Corporativa y por el Área de Auditoría Interna, con el fin de reforzar los procesos de monitoreo y recopilación de información tras el crecimiento de Gentera y la adaptación de los nuevos *GRI Standards*. Por lo mismo y, a diferencia del informe precedente, hemos tomado la decisión de no proceder a una verificación externa en esta ocasión.

En el presente informe integrado, rendimos cuentas del desempeño de Gentera y la totalidad de nuestras empresas durante 2016, incluyendo por primera vez el desempeño de FiinLab, nuestro laboratorio de innovación para la inclusión financiera, luego de su creación y lanzamiento oficial este año.

A lo largo de la publicación detallamos los mecanismos de medición y fórmulas de cálculo utilizadas. Cabe destacar que no existe reexpresión de datos respecto a lo incluido en el Informe Anual y de Sustentabilidad 2015.

Para más información acerca del presente informe, favor dirigirse a:

Relación con inversionistas

investor-relations@gentera.com.mx

Información de sustentabilidad

contacto@gentera.com.mx

Determinación de los temas materiales (102-46, 102-47, 102-49)

Para la definición de los contenidos a incluir en este informe, es decir, qué temas son materiales, así como los límites internos y externos de los mismos, dónde son relevantes, llevamos a cabo un **proceso en 4 etapas**: identificación, priorización, validación y revisión. Este recorrido, nos ha permitido integrar el **enfoque estratégico de la compañía con la perspectiva de los grupos de interés**, con actividades específicas por etapa:

Revisión e identificación

Enfoque de Gentera

- Análisis de documentos corporativos, incluyendo nuestro Código de Ética y algunas de las principales políticas, entre otros.
- Entrevistas a ejecutivos clave de Gentera y nuestras empresas, que plantearon un amplio conjunto de temas.

Perspectiva de los grupos de interés

- Análisis de los resultados obtenidos por Genera y nuestras subsidiarias en la interacción que mantenemos regularmente con los grupos de interés, incluyendo la encuesta de clima laboral (*Great Place to Work*, GPTW) y los principales requerimientos de información por parte de los inversionistas, así como las apariciones en prensa.
- Asimismo, realizamos un análisis de los principales temas reflejados por la industria, conforme a lo señalado en destacadas publicaciones de Global Reporting Initiative (Suplemento Sectorial GRI de Servicios Financieros, *Sustainability Topics for Sectors*), el análisis anual de RobecoSAM (*Sustainability Yearbook*), la materialidad sugerida por SASB, aspectos incluidos en el documento de referencia de la iniciativa PSI de UNEP -FI y en la publicación *Inclusión Financiera en América Latina y el Caribe: Datos y Tendencias 2015* del FOMIN¹

Priorización y validación

Luego de la generación de listado de temas potencialmente relevantes, procedimos a la priorización de los mismos y determinación de los temas materiales, considerando de nuevo la doble perspectiva de la estrategia de la compañía y del enfoque de los grupos de interés, en este caso levantada mediante:

Enfoque Genera

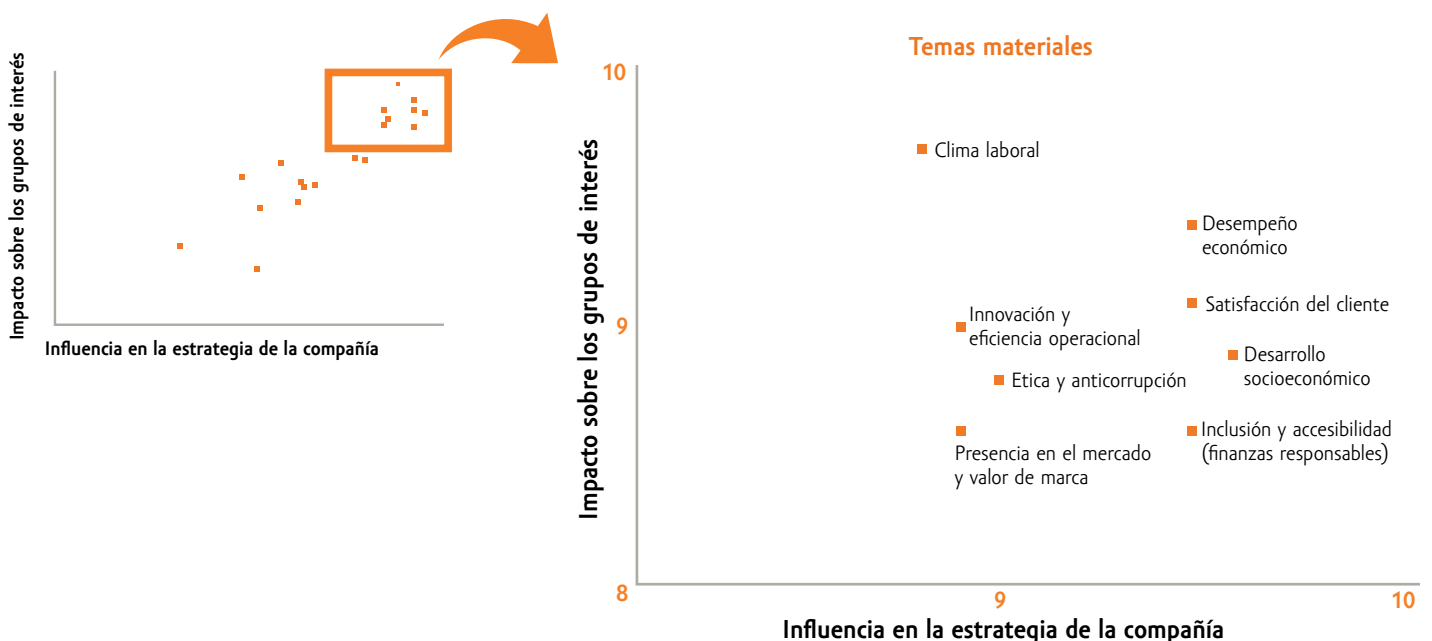
- Profundidad entregada a los temas por parte de los ejecutivos entrevistados.

Perspectiva de los grupos de interés

- Consulta directa a nuestros colaboradores mediante la realización de un *focus group*, así como indirecta a nuestros clientes mediante el análisis los estudios de percepción de marca, entrevistas al equipo a cargo del posicionamiento de ésta y la visita a diferentes sucursales y comisionistas en el Estado de Puebla.

El listado de temas materiales resultante fue validado por la Dirección Ejecutiva de Relaciones Externas y Responsabilidad Corporativa para su inclusión en el presente informe, y lo presentamos a continuación.

Matriz de materialidad



¹ Sustainability Accounting Standard Board (SASB), Principles for Sustainable Insurance (PSI), The United Nations Environment Programme Finance Initiative (UNEP-FI), Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN).

Tema material (ESTÁNDAR GRI 102-47)	LIMITES (Cobertura)	
	INTERNOS (ESTÁNDAR GRI 103-1)	EXTERNOS (ESTÁNDAR GRI 103-1)
Clima laboral	Genera ¹	N/A
Desarrollo socioeconómico		Cientes y comisionista
Desempeño económico		Inversionistas y otros proveedores de capital, comisionistas
Ética y anticorrupción		N/A
Gestión de riesgos		Inversionistas y otros proveedores de capital Comisionistas Clientes
Inclusión y accesibilidad (finanzas responsables)		Comisionistas Clientes
Innovación y eficiencia operacional		Comisionistas Entidades financieras (entrega/recepción crédito) Clientes
Presencia en el mercado y valor de marca		Inversionistas Comisionistas
Satisfacción del cliente		Comisionistas Clientes

Adicionalmente a los temas determinados como materiales, Genera gestiona y comunica sus emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI), poniendo cada año a disposición de los grupos de interés el inventario correspondiente al período. El informe de las emisiones 2016 puede consultarse en la siguiente liga:

<http://bit.ly/2go1uCU>

¹ Debido a las similitudes de los segmentos de clientes y tipo de negocio de las diferentes subsidiarias (sector financiero y de seguros), el límite está compuesto por la totalidad de las entidades que conforman Genera.

Índice de contenidos GRI (102-55)

Estándar GRI 102: Contenidos Generales 2016	
Contenido	Página/s
Perfil de la organización	
102-1	Contraportada
102-2	1
102-3	Contraportada
102-4	1
102-5	57
102-6	1
102-7	11, 20, 24, 26, 28,
102-8	42, 42
102-9	37,
102-10	26, 29, 27
102-11	60
102-12	33, 41
102-13	13
Estrategia	
102-14	8
102-15	8, 60
Ética e integridad	
102-16	12, 59
102-17	59
Gobierno	
102-18	57,
102-19	57
102-20	57
102-21	57, 1
102-22	57
102-23	57
102-24	57
102-25	57, 59
102-26	57
102-27	57
102-28	57
102-29	60
102-30	60
102-31	60
102-32	4
102-36	42, 42, 57
102-37	42, 42

Contenido	Página/s
Participación de los grupos de interés	
102-40	1
102-41	42, 42
102-42	1
102-43	36, 48, 49, 1
102-44	1
Práctica del informe	
102-45	1
102-46	4
102-47	4
102-48	4
102-49	4, 4
102-50	62, 4
102-51	62, 4
102-52	62, 4
102-53	62, 4
102-54	4
102-55	7
102-56	4

Tema material	Estándar GRI	Contenido	Página/s
Clima laboral	GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	A/7 (Anexo)
		103-2	A/7 (Anexo)
		103-3	
	GRI 401: Empleo 2016	401-1	42, 42
		401-2	42, 42
	GRI 404: Capacitación y educación 2016	404-1	46
		404-2	33, 46
		404-3	46
	GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1	42, 42, 57
Desarrollo socioeconómico	GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	A/7 (Anexo)
		103-2	A/7 (Anexo)
		103-3	
	GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	203-1	28, 29, 36, 37
		203-2	33, 37
Desempeño económico	GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	A/7 (Anexo)
		103-2	A/7 (Anexo)
		103-3	
	GRI 201: Desempeño económico 2016	201-1	38, 39
		201-3	42, 42
		201-4	

Tema material	Estándar GRI	Contenido	Página/s
Ética y anticorrupción	GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	A/7 (Anexo)
		103-2	A/7 (Anexo)
		103-3	59
	GRI 205: Lucha contra la corrupción 2016	205-1	59
		205-2	59
		205-3	59
GRI 415: Política pública 2016	415-1	59	
Gestión de riesgos	GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	A/7 (Anexo)
		103-2	A/7 (Anexo)
		103-3	60
		412-2	59
		410-1	59
Inclusión y accesibilidad (finanzas responsables)	GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	A/7 (Anexo)
		103-2	A/7 (Anexo)
		103-3	20, 31
		FS1	31, 34,
		FS2	34, 60
		FS4	33, 34
		FS7	24, 26, 28
		FS13	26, 28
		FS14	26, 28
	FS16	31	
Innovación y eficiencia operacional	GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	A/7 (Anexo)
		103-2	A/7 (Anexo)
		103-3	34, 36
		416-1	34
Presencia en el mercado y valor de marca	GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	A/7 (Anexo)
		103-2	A/7 (Anexo)
		103-3	1, 12, 20
		FS6	20, 24, 26, 28
Satisfacción del cliente	GRI 103: Enfoque de gestión 2016	103-1	A/7 (Anexo)
		103-2	A/7 (Anexo)
		103-3	13, 34
	GRI 216: Salud y seguridad de los clientes 2016	416-1	34
	GRI 417: Mercadotecnia y etiquetado 2016	417-1	34
		FS15	34
	GRI 418: Privacidad de los clientes 2016	418-1	35

GENTERA

LÍDERES DE LA INCLUSIÓN FINANCIERA

(102-1, 102-3, 102-5)

Gentera, S.A.B. de C.V.
Av. Insurgentes Sur 1458
Col. Actipan, Del. Benito Juárez
Ciudad de México

Clave de pizarra en la Bolsa Mexicana de Valores durante 2016: GENTERA

