



INFORME DE SUSTENTABILIDAD 2015

Ayudamos a **la gente** a
obtener más de la vida

MetLife

Contenido

PÁGINA

2	Carta de la Directora General
4	Perfil institucional
8	Nuestra sustentabilidad
9	Modelo de sustentabilidad
10	Pilares de la sustentabilidad
16	Ética y cumplimiento
18	Ética en los negocios
18	Código de conducta
18	Gestión de riesgos
20	Anticorrupción
21	Prevención de lavado de dinero
21	Privacidad de datos
22	Conflicto de intereses
22	Gobierno corporativo
23	Capacitación normativa
23	Ciudadanía corporativa
24	Desempeño económico
26	Nuestros productos
28	Centrados en el cliente
30	Cerca de ti

PÁGINA

34	Desempeño social
37	Capacitación
38	MetLife International University
39	Atracción y retención de talento
42	Desempeño en seguridad
43	Diversidad e igualdad de oportunidades
43	Salud y bienestar
44	Fundación MetLife - Vinculación con la comunidad
45	Inclusión financiera
46	Proyectos de voluntariado y eventos
50	Abastecimiento responsable
51	Impulso y desarrollo de proveedores
52	Desempeño ambiental
54	Compromiso ambiental
54	Energía
55	Agua
55	Papel
56	Residuos
58	Sobre este informe
61	Materialidad
62	Pacto Mundial



CARTA DE LA DIRECTORA GENERAL

Estimados lectores:

Me enorgullece presentarles nuestro Informe Anual de Sustentabilidad 2015.

En MetLife, tal como lo hacemos desde 1863, nos enfocamos a garantizar un mañana seguro para las personas, las familias y las comunidades alrededor del mundo.

Con el firme propósito de cumplir nuestra promesa de ayudarles a obtener más de la vida, alcanzamos logros relevantes en lo económico, social y ambiental, que nos permiten avanzar con nuestro compromiso hacia la sustentabilidad.

Me gustaría hablarles de algunos de forma puntual:

Operamos con ética e integridad y corremos riesgos calculados. Por ello, reforzamos los procesos de evaluación de riesgos con el análisis de indicadores clave en las prácticas de venta e instauramos el Comité de Negocios de Alto Riesgo y Modelos de Negocio.

Cuidar y respetar a nuestros clientes es el centro de todo lo que hacemos, ya que define nuestro trabajo. Con el objetivo de poner las necesidades del cliente primero, nos enfocamos en escucharlos, entender a fondo sus necesidades y mejorar el servicio que proveemos, superar sus expectativas y generar confianza, con lo que garantizamos una experiencia de alta calidad.

Así, aumentamos nuestra comunicación al recibir más de 877 mil llamadas, atendimos personalmente a más de cinco mil clientes, contamos con más de 257 mil interacciones en redes sociales y 12 mil descargas de Apps.

Con nuestra plataforma, One People Place, principal herramienta para la evaluación y seguimiento de desempeño de nuestros colaboradores, se evaluaron el 100% de los trabajadores en 2015.

Fuimos reconocidos, por cuarta ocasión, por el Workplace Wellness Council-México (Consejo Empresarial de Salud y Bienestar), como una Organización Saludablemente Responsable. El programa LIFE, ofrece a nuestros colaboradores opciones de equilibrio entre la vida laboral y personal y promueve un estilo de vida saludable. Estas iniciativas fortalecen un excelente lugar para trabajar.

2015 fue un año de transformación para nuestra Fundación, al renovar sus estatutos se consolidó a la inclusión financiera como su principal eje de acción social, el cual está estrechamente ligado a la sustentabilidad de nuestro negocio y con el desarrollo social y económico de las comunidades a las que servimos.

MetLife participa en la creación e impulso de una cultura de previsión financiera que permite a nuestros clientes hacer frente a situaciones críticas propias o de sus seres queridos, dando continuidad a familias y sueños, y coadyuvando con la sociedad en la construcción de un México más sólido.

Con la Fundación creamos valor al invertir 5.8 millones de pesos en proyectos y organizaciones sociales con alto impacto social en México. Además, marcamos la diferencia para 2,117 personas beneficiadas con 1,531 horas de voluntariado por parte de 578 colaboradores.

Cuidar y preservar el entorno es nuestra prioridad. Generamos una cultura que propicie el uso adecuado de los recursos naturales, por ello durante 2015 participamos en campañas para la protección del medio ambiente. Gestionamos y medimos nuestros consumos a fin de identificar áreas de oportunidad que nos permitan reducir nuestra huella ambiental en especial en los principales insumos.

Con este informe alineamos nuestros principios a los del Pacto Mundial y evidenciamos nuestro cumplimiento y avance en los mismos. Durante 2015 reportamos los proyectos que desarrollamos o apoyamos y que contribuyen al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, alineándonos a la iniciativa global en pro de la transformación positiva de nuestro mundo.

En MetLife, ayudamos a la gente a obtener más de la vida, por ello no descansaremos hasta encontrar nuevas y mejores formas de hacer las cosas y haremos de nuestra empresa un mejor lugar, lo que confirma nuestro compromiso de velar por el bienestar de los mexicanos al dar protección y seguridad a sus familias.

Cordialmente,

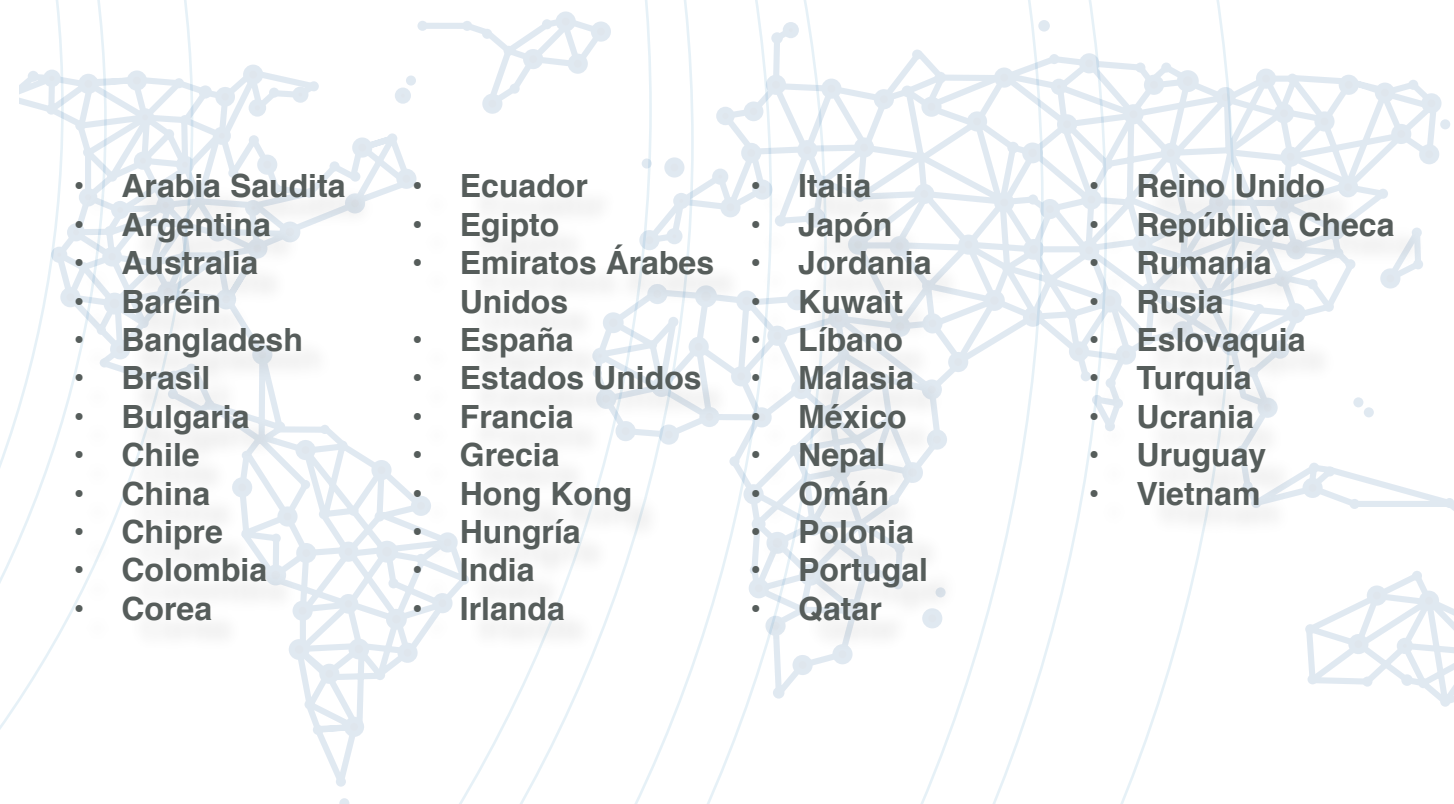
Sofía Belmar Berumen
Directora General



PERFIL INSTITUCIONAL



Fundada en **1863**, MetLife es una de las empresas de seguros de vida más grandes del mundo. Es proveedora de seguros de vida, renta vitalicia, beneficios para colaboradores y gestión de activos a nivel mundial. Al servicio de aproximadamente 100 millones de clientes, con más de 65 mil colaboradores, MetLife opera en 44 países y es líder en el mercado nacional de seguros en **más de 20 países**. Invertió más de 4.7 trillones de dólares en seguros de vida y en 2015, pagó 50 billones de dólares a asegurados.



MetLife México ha logrado consolidarse como una de las aseguradoras más importantes del país, y la más grande en seguros de vida, con más de **70 años de experiencia** en los mercados nacionales de seguros.

Actualmente, somos un símbolo de fortaleza financiera y servicio de clase mundial para beneficio de nuestros clientes. Sin importar el lugar donde te encuentres en nuestro país, siempre encontrarás a un representante de nuestra familia **MetLife cerca de ti**.

*MetLife México, S.A. es filial de MetLife Inc. que opera bajo la marca MetLife.



Nuestros valores

Son la guía para alinear las acciones de todos los que trabajamos en MetLife y así vivir juntos nuestro propósito corporativo como One MetLife:



Poner a los clientes primero

Cuidar y respetar a nuestros clientes es el centro de todo lo que hacemos, ya que define nuestro trabajo, le da forma a la cultura de nuestra gente y se irradia hacia nuestros accionistas y comunidades.



Ser los mejores

No descansamos en nuestra búsqueda de nuevas y mejores formas de hacer las cosas. Como líderes en nuestra industria, elevamos constantemente el nivel, corremos riesgos calculados y aprendemos rápidamente de nuestros errores.



Hacer las cosas fáciles

Los productos de nuestra industria no siempre son fáciles de comprender. Es por eso que siempre buscamos formas más simples de brindar a los clientes mejores soluciones. Al hacerlo, nuestro objetivo es superar sus expectativas y generar confianza.



Tener éxito juntos

Unidos por un propósito común, nos rige el compromiso con la integridad y diversidad. Somos abiertos e incluyentes y con orgullo tomamos y aplicamos las mejores ideas de cualquier parte de nuestra empresa.



Misión

Tranquilidad financiera para todos



Propósito

Ayudar a la gente a obtener más de la vida



NUESTRA SUSTENTABILIDAD

MetLife México tiene el compromiso de garantizar un mañana en el que podamos seguir ayudando a las personas, las familias y las comunidades alrededor del mundo a expandir las posibilidades de su futuro. Trabajamos arduamente para mantener la confianza de nuestros clientes y promover la estabilidad en la comunidad a la que prestamos servicios.

Actuamos con integridad, transparencia y responsabilidad ambiental en lo que hacemos. Utilizamos nuestra solidez financiera para impulsar el crecimiento económico y crear valor a nuestros accionistas, clientes, agentes y colaboradores, y nos enfocamos en promover una cultura de inclusión y corresponsabilidad para la sociedad que nos acoge.

A lo largo del presente informe encontrarás la forma en la que MetLife México contribuye en 9 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible del Pacto Mundial.



Modelo de sustentabilidad

El modelo de sustentabilidad representa los temas relevantes para el negocio en este ámbito, bajo la perspectiva de la importancia que tiene para la empresa, así como para nuestros grupos de interés. Destacan además aquellos aspectos que nos permiten mantener el liderazgo en la industria de seguros, y programas de beneficios para colaboradores, es decir, el modelo de sustentabilidad es la representación gráfica de nuestra estrategia interna de negocios.

Pilares de la sustentabilidad



Diálogo con grupos de interés

El conocimiento de las necesidades de nuestros grupos de interés nos brinda la oportunidad de innovar y hacer crecer el negocio. Por ello, contamos con diversos canales de atención que nos permiten estar cerca de ellos y responder de manera efectiva a sus expectativas frente a la empresa.

La identificación y selección de las audiencias está determinada por la estrategia de sustentabilidad y propósito corporativo, mientras que la intersección con las mismas es responsabilidad de todos los que trabajamos en MetLife.



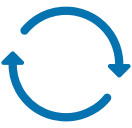
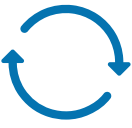
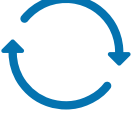
Lo hacemos por:
Apoyar a las personas a lograr la vida que quieren.

Grupo de interés

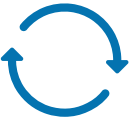
Expectativas

Respuesta

Canales de comunicación

 Colaboradores	Liderazgo cercano	Programa de reconocimiento MetLife International University	Asambleas Correo electrónico Juntas de líderes Sesiones de retroalimentación	
	Participación en voluntariado y espacios de colaboración	Voluntariado corporativo		
 Clientes	Beneficios y prestaciones	Programa Life	Centros de servicio Call center Diálogo directo con agentes Chat online Sitio Web Redes Sociales MetPoint	
	Estrategia y avances del negocio	Horario flexible		
 Fuerza de ventas / Agentes	Programas de apoyo hacia la comunidad	Evaluación de desempeño / <i>Great Place to Work</i>	Correo electrónico Contacto telefónico Relación directa MetLife Internacional University	
	Cumplir la promesa comercial y cobertura	Remuneración total / Código de Conducta		
 Reguladores / Autoridades	Cumplimiento de promesa de venta	Diversidad e inclusión / Modelo de Equidad de Género / Fundación	Área de relaciones corporativas Reuniones oficiales a través del área legal Reportes Correo electrónico	
	Información veraz, clara y útil sobre las características de los productos	Llamadas de seguimiento		
 Inversionistas y accionistas	Servicios digitales	Encuestas de satisfacción	Reuniones presenciales Atención telefónica Asamblea de accionistas Correo electrónico	
	Buen servicio y oferta de valor	Estrategia de atención centrada al cliente		
 Sindicato	Canales de atención para resolver quejas y aclaraciones	Comunicación sencilla y simplificada	Reuniones mensuales con líderes sindicales	
	Precios accesibles	Metpoint, aplicaciones móviles y chat online		
 Sindicato	Cumplimiento en tiempo de respuesta	Llamada de bienvenida		
	Planes de carrera, productos, atractivos y capacitación	Accesibilidad de contacto a través de medios de comunicación		
 Sindicato	Nuestro respaldo en los productos	Precios competitivos pensados en nuestros clientes		
	Poder proveer otros servicios para MetLife	Capacitación y herramientas para ventas		
 Sindicato	Cumplimiento de leyes, reglamentos y normas aplicables	Planes de desarrollo		
	Pago oportuno de impuestos y contribuciones	Premios y reconocimientos por parte de autoridades		
 Sindicato	Desempeño responsable	Evaluaciones en temas de ética y cumplimiento vía online		
	Inversión y creación de empleo	Seguimiento de los requerimientos legales y capacitación normativa		
 Sindicato	Inversión social	Valor económico generado y distribuido		
	Agrupación sectorial	Cuidado del medio ambiente y la sociedad		
 Sindicato	Retorno de inversión	5,483 Agentes y 1,311 empleos en 2015		
	Sueldos y prestaciones competitivos	Programas en beneficio de la comunidad		
 Sindicato	Respeto a derechos y libertades	Participación y diálogo con la Comisión Nacional de Seguros y Finanzas y la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros		
	Aplicación del Código de ética	Informes de resultados		
 Sindicato	Salud y seguridad en el trabajo	Estructura del Gobierno Corporativo		

Frecuencia de la comunicación:



Continua



Periódica



Mensual



Anual



Retos de ayer, los hechos de hoy

En 2015, por décima ocasión desarrollamos el Informe de Sustentabilidad MetLife, principal herramienta de comunicación con audiencias internas y externas acerca de nuestras acciones en este ámbito.

Retos 2016

Mantener y permear la cultura de la sustentabilidad en cada uno de los colaboradores, para que puedan dimensionar cómo cada una de sus acciones contribuye a la sustentabilidad del negocio y a dar valor a nuestros clientes.



ÉTICA Y CUMPLIMIENTO

La base de nuestra sustentabilidad

Compromiso

En MetLife contamos con políticas globales y procedimientos que nos permiten actuar alineados a principios éticos y a la normativa aplicable al negocio. A través de sistemas, capacitaciones y otras herramientas, garantizamos el conocimiento y adhesión a dicha normativa por parte de nuestros colaboradores y agentes, en pro del óptimo desempeño de la empresa, la prevención de riesgos y la satisfacción total de nuestros clientes.

Logros



- **100%** de nuevos colaboradores recibieron formación en temas de ética y cumplimiento, prevención de lavado de dinero, anticorrupción, código de conducta y privacidad de la información
- Reforzamos los procesos de **evaluación del riesgo y análisis de indicadores** clave de prácticas de venta
- Contamos con **certificación anual** sobre conflictos de interés
- Conformación del **Comité de Negocios de Alto Riesgo y Modelos de Negocio**
- **Reforzamiento** de contratación con terceros
- Aplicamos la primera **encuesta de ética corporativa 2015**
- Nos alineamos a la **herramienta global web de automatización** de reportes de regalos y entretenimientos

Retos

Continuar con la integración de las mejores prácticas de *Compliance* alrededor del mundo en las políticas y procesos internos de la empresa.

Reforzar nuestras políticas y procedimientos para la prevención de fraudes.

Ética en los negocios

En MetLife estamos alineados con los más altos estándares de ética empresarial, mismos que hemos adoptado como guía para asegurar el cumplimiento ético de nuestra empresa en todas sus actividades. Realizamos evaluaciones y monitoreo constante para supervisar estas tareas y operaciones, mismas que se llevan a cabo en el marco de la legalidad y transparencia de manera permanente.

Código de conducta

El código de conducta de MetLife constituye nuestra base de acción interna, conformado por diversas declaraciones de principios y valores. En él incorporamos fundamentos morales y normativos de carácter universal que sirven como guía para el desempeño cotidiano de nuestra organización.

En 2015, por primera vez, realizamos una encuesta global de ética en los 44 países en los que tenemos presencia. En México contamos con la participación del 59% de los colaboradores. Como resultados relevantes de esta encuesta destacamos que:

90% considera relevante y útil en sus operaciones laborales cotidianas el código de conducta y la capacitación que se brinda sobre el mismo.

Estos resultados sirven como línea base para medir nuestra cultura desde una perspectiva ética hacia el futuro. Algunas iniciativas específicas sobre áreas de oportunidad identificadas se desarrollarán durante 2016, para seguir fortaleciendo nuestra cultura ética como empresa.

Es normativo para cada colaborador y agente cumplir con un proceso anual de capacitación en línea dentro del cual se incluye como uno de los componentes estratégicos nuestro código de ética. La capacitación dura 45 minutos por persona.

Gestión de Riesgos

El programa global de riesgos de cumplimiento nos permite identificar, analizar y desarrollar estrategias para prevenir y mitigar riesgos, buscando siempre la satisfacción de nuestros clientes.

Identificamos distintos tipos de riesgos. Entre ellos están los relacionados con desastres naturales, riesgos operativos, financieros, económicos y de imagen o reputación. Contamos con una metodología que nos permite determinar la magnitud de los riesgos y presentar controles internos para la medición de los mismos, y así poder prevenir su materialización.



OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE No.16
Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear instituciones eficaces, responsables e inclusivas a todos los niveles.
MetLife opera con ética y transparencia acorde a la normativa local aplicable.

Comité de Negocios de Alto Riesgo y Modelos de Negocio

Con el fin de mejorar la gestión de riesgos, en MetLife creamos un Comité de Negocios de Alto riesgo, el cual está conformado por representantes de las áreas Legal, de Operaciones, Finanzas, Actuaría y Cumplimiento, entre otras. Este comité funge también como mecanismo de control, análisis y evaluación de los modelos de negocio de alto riesgo, de acuerdo a la política corporativa anticorrupción, y está enfocado en prevenir y reducir cualquier contingencia que atente con la sustentabilidad del negocio.

Nuestro modelo de prevención se basa en tres principales líneas de defensa que nos permiten identificar, asesorar y revisar el adecuado cumplimiento y gestión de las políticas y normativas internas y externas que rigen a la empresa. Con ello lograremos reforzar dentro de cada área la responsabilidad que le compete, así como buscar una mejor forma de atender y prevenir alguna situación de conflicto.



Anticorrupción

MetLife prohíbe estrictamente a los colaboradores otorgar u ofrecer cualquier elemento de valor con la intención de influir en el destinatario para ejercer sus responsabilidades laborales inadecuadamente, así como para realizar o mantener actividades comerciales de manera incorrecta, o asegurar para sí una ventaja comercial indebida. Esta prohibición se aplica cuando se trate tanto de funcionarios del gobierno como dentro de un entorno comercial o en cualquier otra situación.

Para reformar nuestros procesos internos y continuar manteniendo controles estrictos de anticorrupción, bajo el marco de la legalidad y la honestidad, hicimos mejoras en la identificación y transparencia de nuestras relaciones comerciales, con el fin de prevenir cualquier tipo de práctica ilícita en la que pueda verse afectada directa o indirectamente la empresa. Entre las prácticas más relevantes del año destacan:

- La Automatización del Sistema de Regalos y Entretenimientos
- Capacitación global y enfocada en áreas críticas conforme a la Política de Anticorrupción
- Incremento de información o documentación para mejorar el proceso de evaluación de Terceros (*Due Dilligence*)

Estos reforzamientos están enfocados en cumplir con las legislaciones competentes, facilitando a su vez este proceso a las áreas internas y procurando que el usuario y los agentes de ventas no se vean afectados por alguna situación de conflicto o de riesgo. Además también contamos con capacitación normativa en temas de anticorrupción.

Automatización del sistema de regalos y entretenimientos

Adoptamos un sistema global automatizado para el registro de regalos, con el objetivo de mejorar el monitoreo y contar con un mayor control del registro de los mismos.

Anteriormente este proceso se llevaba a cabo manualmente. Hoy, a través de la aplicación web, facilitamos esta tarea a nuestros colaboradores y agentes, además de que la información es revisada bajo los estándares corporativos que rigen a MetLife en todo el mundo.

Ética y transparencia en la venta

En MetLife establecemos relaciones comerciales honestas y éticas con el cliente, proporcionándole información clara y veraz para asegurar lo que más nos importa: su bienestar.

Contamos con diversas herramientas que nos permiten realizar un monitoreo de la venta de servicios y verificar que se realicen de manera adecuada, lo que nos ayuda a prevenir deshonestidades en las relaciones con nuestros clientes. Una de las herramientas clave es la “Llamada de Bienvenida”.

Llamada de bienvenida: a través de esta llamada notificamos a nuestros clientes lo que les estamos ofreciendo con el producto que contrataron. Nos aseguramos que cuenten con la información completa de su seguro.

Durante 2015, esta llamada y otros indicadores de servicio fueron consolidados en un sistema de monitoreo de ventas. El Sistema tiene un modelo de *data analytic* de calidad de venta. Reunimos información de todas las áreas de la compañía e identificamos por línea de negocio cuáles fueron los indicadores relevantes, para así conocer el comportamiento de los agentes. Con ello pudimos evaluar dentro de un rango 1-4 el cumplimiento de cada agente e identificamos sus áreas de oportunidad, para implementar medidas preventivas o correctivas según la calificación.

Prevención de lavado de dinero

México al igual que otras naciones, se ha sumado al esfuerzo internacional de prevención de lavado de dinero y financiamiento al terrorismo; incorporando leyes y disposiciones para sancionar y penalizar esta práctica, desalentando de esta forma las actividades que lo originan.

Por ello, MetLife mantiene un fuerte compromiso para cumplir con las regulaciones relacionadas con prevenir, detectar y reportar operaciones con recursos de procedencia ilícita. Adicionalmente MetLife ha implementado un sólido programa de cumplimiento sobre las operaciones que realiza la institución, que es gestionado por el área de Prevención de Lavado de Dinero y vigilado por la Institución.

Privacidad de datos

En MetLife somos conscientes del compromiso que tenemos de preservar la confianza de nuestros clientes y colaboradores. Comprendemos nuestra responsabilidad al poseer y hacer uso de información personal. Nos esforzamos en cumplir con los lineamientos corporativos y la legislación local, para preservar la confidencialidad de la información y evitar cualquier daño, pérdida, alteración, destrucción o el uso, acceso o tratamiento no autorizado. Además, capacitamos a nuestros colaboradores sobre la importancia de tratar la información de manera segura todo el tiempo.

Conflicto de interés

Para MetLife es muy importante mantener un servicio de excelencia dentro y fuera de nuestras instalaciones para asegurados y agentes. Por ello, prevenimos que cualquier interés fuera del bienestar de estos grupos y el de la empresa entre en conflicto con los intereses particulares de nuestros colaboradores.

A nivel global, todos los colaboradores de MetLife realizan un cuestionario de 10-15 preguntas para identificar si existe algún conflicto de interés entre ellos. El cuestionario es de carácter obligatorio y se realiza vía web corporativa interna. En México se analizan y revisan los resultados para ver si existen conflictos de intereses, a fin de tomar medidas preventivas o correctivas si se detectan este tipo de situaciones.

Gobierno Corporativo

El Gobierno Corporativo se encuentra conformado por la Asamblea de Accionistas, el Consejo de Administración y los comités regulatorios. Dentro del Consejo de Administración, hay dos miembros que son mujeres y una de ellas es la Directora General.

Los cuatro comités regulatorios son: Inversiones, Administración de Riesgos, Reaseguro y Comunicación y Control.

El Consejo de Administración, con el apoyo de sus Comités y el equipo directivo, es el encargado de la toma de decisiones de la empresa. A través de actas se da seguimiento y control a las decisiones que se toman en este órgano.

En MetLife contamos con una estructura organizacional sólida y proactiva, enfocada en la implementación de estrategias que nos permiten el logro de objetivos y metas.

Constantemente trabajamos en el desarrollo de políticas y procesos de control, lo que nos permite mantener alineados al negocio, los propósitos y objetivos establecidos estratégicamente. A partir de abril 2015, se inició la implementación de los cambios regulatorios requeridos en la “LISF” (Ley de Instituciones de Seguros y de Fianzas) y “CUSF” (Circular Única de Seguros y Fianzas). Además, se hizo el reporte de cierre de la implementación de la Ley de impuestos en el extranjero FATCA (Foreign Account Tax Compliance Act).

Capacitación normativa



15,186
Horas de capacitación en curso normativo

- Lavado de dinero
- Anticorrupción
- Código de conducta
- Privacidad de datos personales



3, 796.5
Horas de capacitación por cada temática

Participantes



3,546
Agentes de ventas



1,298
Colaboradores

Ciudadanía corporativa

Comprometido con el desarrollo ético y sustentable del sector financiero y de seguros en México, MetLife forma parte de diversas asociaciones que promueven la integridad y la sana competencia en el mercado nacional a favor de las personas y las empresas. Entre ellas destacan:

INSTITUTO MEXICANO EDUCATIVO DE SEGUROS Y FINANZAS A.C.

LIMRA INTERNATIONAL

ASOCIACIÓN MEXICANA DE INSTITUCIONES DE SEGUROS

AMERICAN CHAMBER OF COMMERCE OF MEXICO

CONSEJO EJECUTIVO DE EMPRESAS GLOBALES



DESEMPEÑO ECONÓMICO

Garantizar la estabilidad

Compromiso

La tranquilidad financiera es nuestro compromiso. Al hacerlo, impulsamos la rentabilidad de nuestro negocio, generamos valor a nuestros accionistas y distribuimos riqueza y bienestar a la sociedad que nos rodea. Además, protegemos la vida y bienestar de nuestros clientes, quienes nos confían lo más preciado, su familia y su futuro.

Logros



- Total de clientes: más de **9 millones**
- Pago de siniestros: **31 mil millones de pesos**
- Primas totales: **53 mil millones**
- Total de pólizas vigentes: **2.1 millones**
- Capitalización en términos de patrimonio: **\$134,030,794,208**
- Capitalización en términos de deuda: **\$113,289,892,286**
- Total del capital de la compañía: **\$20,740,901,922**

Asegurados en el sector público

- Más de **3,000,000** (institucional)
- **1,960,557** (individual)

Asegurados en el sector privado

- **2,168,004** (institucional)
- **110,367** (individual)

Retos

Generar eficiencias operativas y financieras que nos permitan dar a nuestros clientes y agentes más de la vida que ellos quieren.

Nuestros productos

En MetLife diseñamos productos para satisfacer adecuadamente las necesidades de nuestros clientes. De esta manera, los protegemos a ellos y a sus familias, brindándoles la mejor atención y servicio con productos de primera calidad.

Seguro para empresas



Vida

- Vida Experiencia Propia
- Vida Experiencia Global
- Gastos Funerarios
- Vida Grupo Opcional sin Dividendos
- Gastos Funerarios Opcionales
- MédicaLife Empresarial



Accidentes personales

- Viaje Protegido
- Beneficios para colaboradores
- Cortos Plazos
- Riesgos Especiales



Gastos Médicos Mayores

- Protección Garantizada
- MédicaLife Modular



Vida - crédito

- Seguros de Vida Crédito



Institucionales

- Institucional Accidentes Personales y Escolares
- Exservidores Vida
- Exservidores GMM



Individual descuento por nómina

- Maestro20
- PT20
- MET99



Seguro para gobierno



Seguro para personas



Vida

- TotalLife
- TempoLife
- TempoLife Básico Estandarizado
- CáncerLife



Retiro

- Horizonte
- FlexiLife Sueños



Vida con Inversión de Ahorro

- MetaLife
- FlexiLife Protección
- EducaLife
- PerfectLife



Gastos Médicos Mayores

- MédicaLife Familiar
- MédicaLife Primordial
- Protección Garantizada
- MédicaLife Estandarizado
- Seguro Básico Estandarizado de Accidentes Personales

CERTIFICACIONES

Reconocimiento o certificación	Quien otorga	Pilar de sustentabilidad que se reconoce		
		Desempeño económico	Desempeño social	Ética y cumplimiento
Distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR) 12° año consecutivo	Centro Mexicano para la Filantropía	✓	✓	✓
Modelo de Equidad de Género (MEG) 4° año consecutivo	Instituto Nacional de las Mujeres en México		✓	✓
Organización Saludablemente Responsable	Secretaría de Salud		✓	
Calificación mxAAA	Standard and Poor's	✓		
Certificación ISO-9000 -Operación y Servicio al Cliente	Asociación Española de Normalización y Certificación (AENOR)	✓		
Mejor Práctica de Responsabilidad Social Empresarial en el rubro: promoción y consumo responsable	Centro Mexicano para la Filantropía		✓	✓
Galardón en Educación Ejecutiva por segundo año consecutivo, dentro de la categoría de "Empresa Vinculada" por el Plan de Capacitación y Desarrollo.	Instituto Tecnológico de Estudios Superiores (ITESM)		✓	
Regional Ambassador Winner – Customer Centricity	Corporativo MetLife		✓	
Knowledge Management	Knowledge Management Institute	✓	✓	

Centrados en el cliente

Desde el año 2012, todas las direcciones estratégicas y áreas operativas de la empresa reformularon sus estrategias internas de trabajo, con el fin de enfocarlas a un mismo objetivo -poner las necesidades del cliente primero-. Este enfoque nos orienta a escuchar a los clientes, entender a fondo sus necesidades y mejorar el servicio que proveemos, garantizando una experiencia de alta calidad.

Alineados con el compromiso activo de todos los colaboradores, durante 2015 en MetLife llevamos a cabo mejoras en nuestros procesos para mejorar y fomentar la satisfacción total de nuestros clientes. De esta manera nos hemos dedicado a escuchar:



OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE No.12
Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.

MetLife cuenta con políticas y procesos internos para garantizar la venta responsable de sus productos y la transparencia con el cliente.

Call Center

Atención de llamadas de servicio al cliente
872,951 Llamadas atendidas
122,690 Encuestas de satisfacción contestadas

Face to Face

Atención personalizada en centros o minicentros
446,995 Atenciones en Centros de Servicios
54,004 En minicentros

Redes Sociales

Twitter, YouTube y Facebook
21,633 seguidores en Twitter
236,144 seguidores en Facebook

MetLife Contigo

App Móvil para iOS donde se puede consultar red de médicos y hospitales, glosario de términos y llamadas directas al Call Center
12,102 Interacciones

Chat Online

Atención por medio de chat, en página de internet
66,947 Chats atendidos

Metpoint / Methome

Kiosco interactivo para la atención
1,786 Video-llamadas atendidas

Toda la información, sugerencias, inquietudes e incluso quejas recibidas a través de estos medios son sistematizadas, analizadas y estudiadas para convertirlas en acciones concretas que impacten, de manera positiva y directa, en nuestra sustentabilidad, así como en el bienestar y satisfacción de nuestros clientes.

Atención al Cliente directo

Buscando siempre tener el mejor servicio. En 2015 concretamos la apertura de canales en redes sociales (Facebook Messenger), la instalación de un buzón de voz para clientes en Call Center y la implementación de citas en línea para Centros de Servicios, IVR automático y APP móvil. También contamos con un número de atención exclusivo para ExServidores, Methome, cirugía programada online, la oportunidad de hacer transferencias electrónicas bancarias en Gastos Médicos Mayores y consultas en línea de los estados de cuenta para productos de inversión.

MetPoint y MetHome

En 2014 desarrollamos MetPoint (kiosco interactivo de servicio virtual) y MetHome (plataforma de atención por medio de conexión web desde su escritorio) los primeros en su tipo con el fin de ofrecer una computadora con pantalla táctil para que los clientes no gasten tiempo y dinero acudiendo a los centros tradicionales de atención al cliente. MetPoint está ubicado en las propias oficinas de los clientes institucionales, mientras que MetHome se encuentra directamente en la intranet de cada compañía. Ambas plataformas buscan ofrecer a nuestros prospectos y clientes un canal innovador de contacto y atención virtual automatizada para satisfacer sus necesidades de forma eficaz, logrando la evolución de un modelo tradicional y multicanalidad. Todo esto permitió que durante 2015 la iniciativa recibiera el reconocimiento a Mejores Prácticas del Centro Mexicano para la Filantropía en la categoría de consumo responsable.

Redes Sociales

La interacción con nuestros seguidores es esencial para MetLife. Por ello, en las redes sociales desarrollamos contenidos, estrategias y campañas alineadas a sus intereses y nuestros objetivos institucionales. En 2015 tuvimos un incremento de 6,000 seguidores en Facebook obtenidos de manera orgánica, logrando un *engagement score* de 2.8% (inc. 1.8%). De igual manera, presentamos un aumento de 1,500 seguidores en Twitter, obtenidos también de manera orgánica.

Finalmente, contamos con el lanzamiento de una campaña corporativa en canales digitales, logrando más de 20 millones de impresiones, 90 clics y cerca de 1.1 millones de reproducciones de nuestro video corporativo.

Cerca de ti

En MetLife cimentamos el éxito en la cercanía y vínculo con nuestros clientes a través de la división del modelo de negocio de la empresa en los ámbitos público y privado, que a su vez se derivan de los sectores individual e institucional, adicional a una amplia infraestructura humana y tecnológica que permiten que nuestros productos y servicios siempre estén cerca de los asegurados.

- **Negocio público**

El Negocio Individual Público cerró en 2015 con ventas cercanas a los 3 mil millones de pesos y casi 2 millones de asegurados gracias a la consolidación de beneficios tangibles en la oferta de valor que brinda MET99, entre los que destacan vales de estudios médicos, revisiones dentales o revisiones oftálmicas con lentes graduados sin costo.

Adicionalmente, se lanzó la campaña titulada “Ejército Azul” dirigida para clientes en dependencias de gobierno, la cual incluyó esfuerzos publicitarios y artículos promocionales enfocados a la actividad de los clientes reales y potenciales -maestros, policías, doctores o enfermeras-.

En términos de estrategia de ventas en 2015 se abrieron nuevos mercados llegando a 227 mil nuevos prospectos y se expandió la estructura comercial a través del crecimiento acelerado de agentes que sentó las bases para consolidar el volumen de crecimiento previsto para los próximos años.

En 2015, en ésta línea de negocio creamos un reconocimiento interno denominado “Trofeo Hidalgo” dirigido a quienes contribuyen notablemente a la educación financiera del país. La primera edición de este trofeo fue adjudicada como homenaje *post mortem* al Fundador de la promotoría 32 veces campeón en ventas de Vida.

El negocio de seguros para el sector público representa una pieza clave para la sustentabilidad económica, por ello contamos con una fuerza de ventas comprometida y capacitada que brinda un servicio eficiente y cercano a fin de darle a nuestros usuarios finales tranquilidad y seguridad, para alcanzar la vida que quieren.

En el Negocio Institucional Público nos enfocamos en ser una aseguradora especializada en cubrir las necesidades en materia de Seguros de Vida y Gastos Médicos Mayores establecidos para el Sector Gobierno, en sus diferentes niveles, para proveerles beneficios con altos estándares de calidad.

Atendemos a más de 3 millones de Servidores Públicos, haciendo extensivo este beneficio a sus familias, incluso dando continuidad a su protección cuando se retiran de la Administración Pública.

En MetLife estamos constituidos por un equipo altamente especializado en atender al sector público, a través de nuestra asesoría profesional y ética.

Contamos con una amplia infraestructura a nivel nacional, con la cual garantizamos los más altos estándares de servicio y con la finalidad de estar siempre cerca de nuestros clientes.

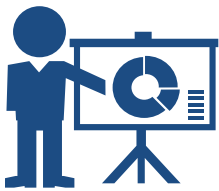
• **Negocio privado**

Gran parte del negocio privado tiene como base a los intermediarios de seguros. En el caso del Individual, a los agentes y promotores. En el caso del Institucional, a despachos y brokers, además del canal directo.

Con el fin de mantener la fidelidad de nuestros intermediarios para ambos casos, en MetLife contamos con diversos medios de fidelización, motivación y capacitación para nuestros promotores, entre ellos convenciones y conferencias a nivel nacional e internacional.

Entre los eventos de 2015 destaca “Metstars” que se enfoca en reconocer la lealtad y el compromiso de nuestros promotores nuevos y consolidados del negocio individual. Los participantes del programa son convencionistas internacionales que reciben una serie de beneficios económicos y en especie.

Dentro del sector de negocio individual, los agentes y promotores cuentan con un sistema de compensación diferenciado, dependiendo de su experiencia y tiempo intermediando nuestros productos. En MetLife, nos hemos esforzado por proveerles con uno de los esquemas más atractivos del mercado, que cuenta con programas de lealtad, campañas de ventas y de reclutamiento, así como también apoyo para la renta de oficinas.



Capacitación y herramientas para ventas

- **CIA (Carrera Inicial de Agente)**
» 672 Participantes
- **FSCP *Financial Services Certified Program***
» 26 Participantes
- **Materias impartidas en el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey**
Management, liderazgo situacional, inteligencia emocional, negociación colaborativa
» 2 Cursos para promotores:
 1. Inteligencia emocional para el relacionamiento estratégico
 2. El arte de la negociación colaborativa



Premios para colaboradores

- **Títulos de campeonato en ambos ramos (Vida y GMM) nivel regional y nacional**
» 8 títulos otorgados



Convenciones

Convención	N. de participantes de negocio individual privado	N. de participantes de negocio individual público
Nacional	118	523
Internacional	77	315
America’s Council	6	8
Prime Americas	20	
Mejores Prácticas		69





DESEMPEÑO SOCIAL

Generar el impulso

Compromiso

En MetLife fundamentamos el desempeño empresarial en el desarrollo de **nuestros colaboradores como el motor central de crecimiento** e impulsamos el progreso de la sociedad y comunidad que nos rodea como parte de la estrategia integral de sustentabilidad.

Logros



- Implementación del programa *GLDP Global Leadership Development Program* por primera vez en México, apoyando las iniciativas de desarrollo global de talento



- Se realizaron **1,633** consultas de nutrición durante **2015** y se perdieron **332 KG** en el total de la población del edificio corporativo



- **80%** de los colaboradores consumen el menú saludable en el comedor



- **50%** de los colaboradores consumen *snacks* saludables



- Nuestra fundación consolida el enfoque de inclusión financiera



- **Reconocimiento** del *Workplace Wellness Council-México* por cuarto año consecutivo, como Empresa Saludablemente Responsable



- **Certificación** en el Modelo de Equidad de Género (MEG) por sexto año consecutivo

Retos

Diseñar e implementar una **estrategia de Wellness** a nivel regional.

Reforzar las plataformas de nutrición (implementación de consultorio virtual).

Estandarizar e implementar una semana de salud anual y la obtención de métricas de salud.

Implementar herramientas tecnológicas que faciliten y administren el trabajo diario.

Seleccionar proveedores con mejores capacidades aún, y con propuestas de valor que apoyen el crecimiento sustentable de nuestra organización.

Potencializar la inclusión financiera y el voluntariado corporativo de Fundación MetLife.

Talento

En MetLife nos preocupamos por impulsar el talento de los colaboradores y agentes acorde a una filosofía empresarial, para brindar productos y servicios orientados a las necesidades y satisfacción de nuestros clientes. En México contamos con el apoyo, confianza y trabajo de 4,794 personas, donde el 37% es decir 1,311 está constituido por colaboradores y el 62%, es decir 3,483 personas, representa a toda la fuerza de ventas.

Las mujeres cuentan con una mayoría de representación del 54% en la plantilla de colaboradores, mientras que los hombres tienen la tasa más alta entre la fuerza de ventas con el 59%. Llevamos una relación cordial con el Sindicato de Trabajadores de MetLife (SinTra MetLife), en aras de maximizar los beneficios y transparencia con nuestros colaboradores. Al cierre de 2015, el 21% es decir, 227 colaboradores cuenta con un convenio colectivo de trabajo.



OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE No.8
Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo, así como el trabajo decente para todos.

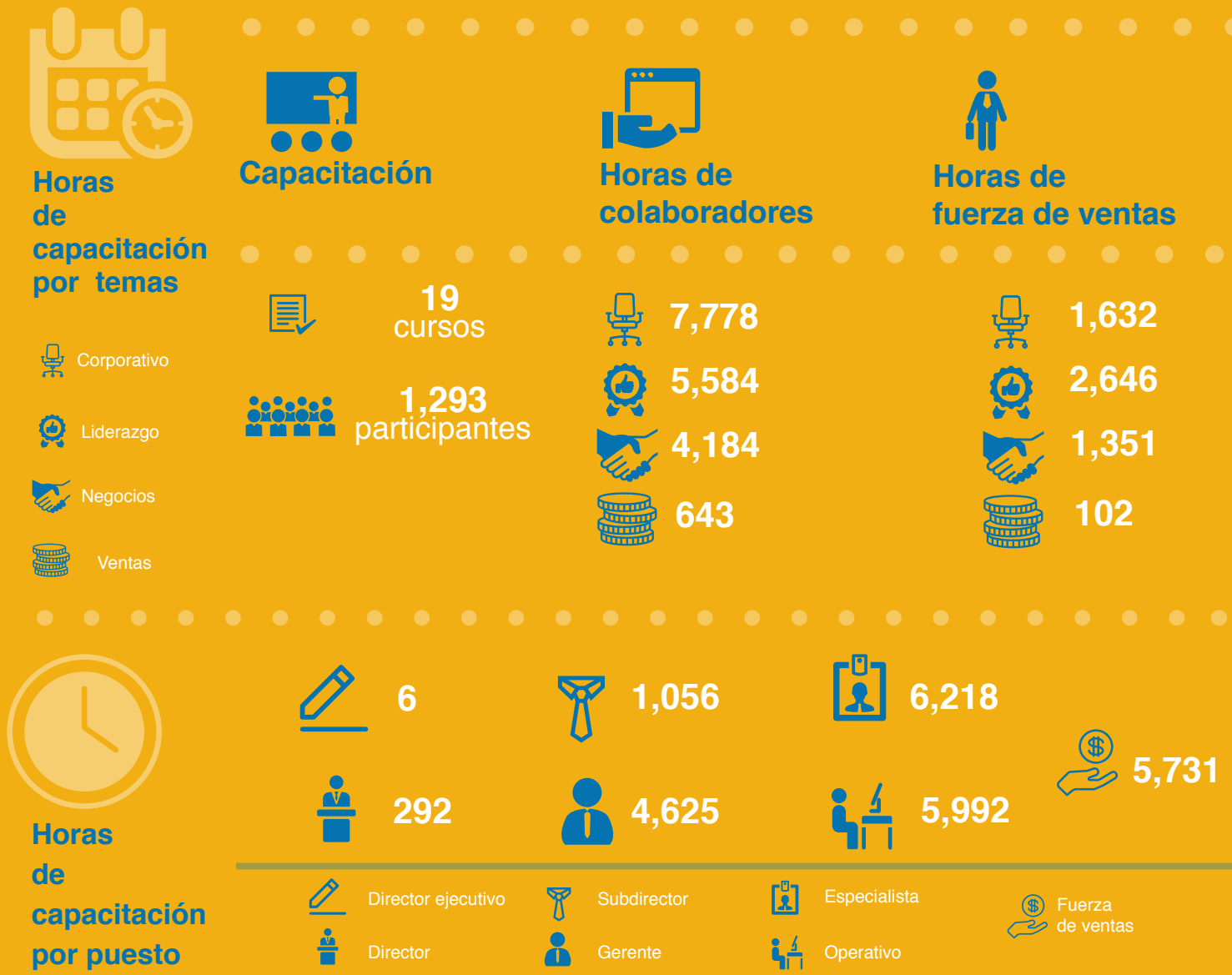
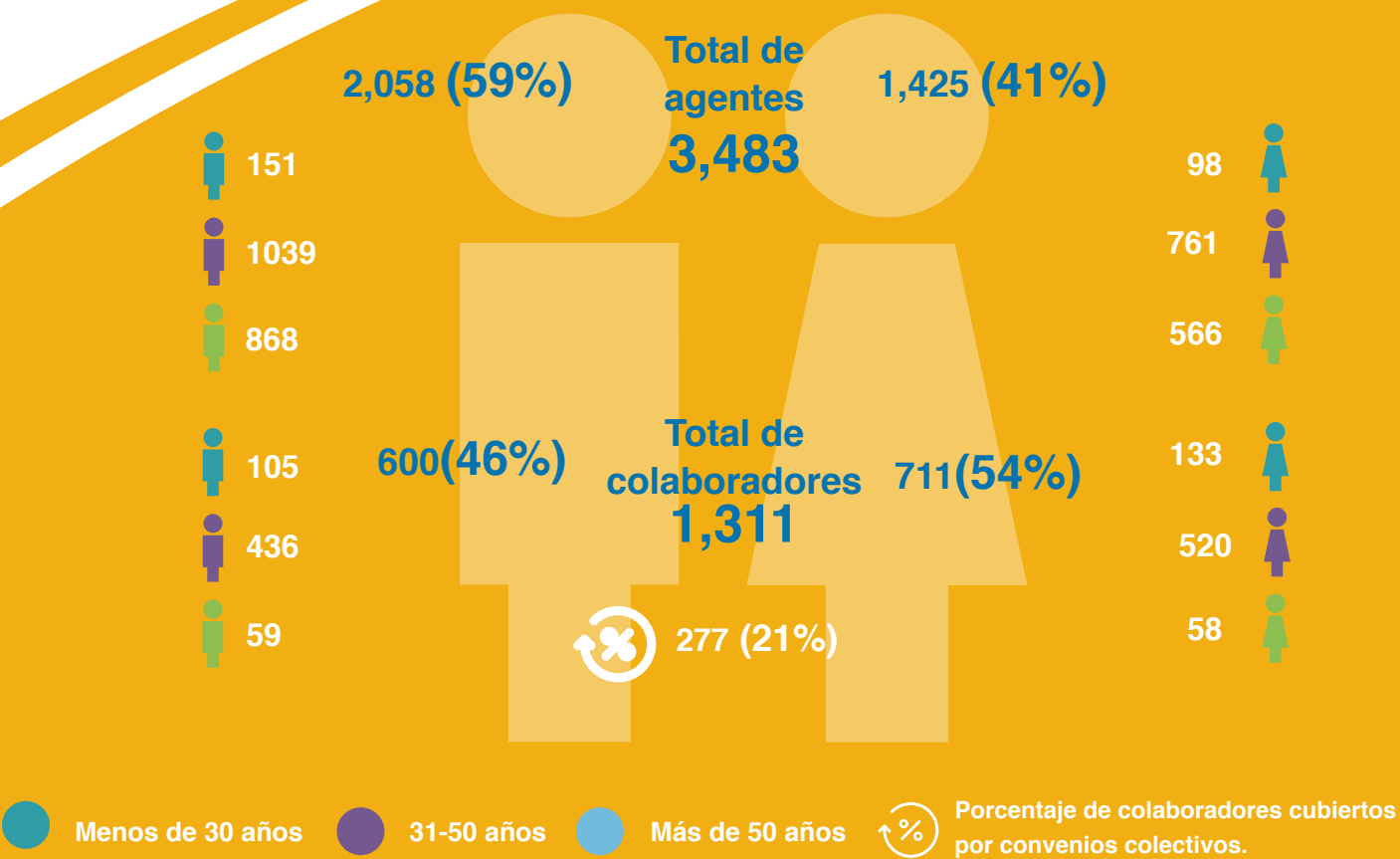
MetLife propicia y mantiene excelentes condiciones laborales y herramientas de desarrollo profesional y personal para sus colaboradores.

Capacitación



Transformamos la vida de los colaboradores al brindarles herramientas que permiten potencializar su desempeño y avanzar en el Plan de Capacitación y Desarrollo diseñado para ellos. En 2015 se implementaron dentro de todo el corporativo 19 cursos que dan continuidad al plan iniciado desde 2013, y que tiene como objetivo brindar herramientas que contribuyan a su desarrollo profesional y personal, ayudando al logro de sus metas y permitiéndoles aplicar una serie de herramientas y conocimientos dentro de su gestión diaria.

En 2015 se llevó a cabo la sesión anual de estrategia para más de 160 líderes de MetLife México –*Management Meeting*.



MetLife International University

El área de Recursos Humanos de MetLife apoya la estrategia de negocio al integrar prácticas innovadoras y eficientes de atracción, desarrollo y retención de talento local. Además, juega un papel clave al homogeneizar la cultura organizacional de la compañía, la cual permanece en constante evolución y reestructuración.

Con la finalidad de entender la forma de pensar y actuar de las nuevas generaciones y descubrir cómo enfrentar estos cambios generacionales y adaptar los procesos internos del área de Recursos Humanos, nos propusimos como reto principal en 2015 el rediseño de nuestra oferta educativa, alineándonos a las nuevas expectativas y estándares organizacionales, y teniendo presente en todo momento la misión y la visión de la compañía. Todo esto con el fin de acelerar el valor que nuestros servicios generan, desarrollando habilidades de aplicación inmediata para impulsar en los colaboradores un mayor conocimiento de la razón de ser de la organización y de los productos que ofrecemos, entendiendo de manera global quién es MetLife.

En MetLife International University nos esforzamos por brindar servicios de calidad y que satisfagan además las necesidades de nuestros colaboradores. Por ello, optamos por una selección más precisa y contundente de la oferta educativa, llegando al 100% de la población y brindándoles herramientas más poderosas para el aprendizaje.

Buscamos seguir un modelo que obedezca a las necesidades de toda la organización, traducido en esfuerzos alineados, estructurados y secuenciados para toda la compañía. Por esta razón, durante el último trimestre, replanteamos nuestra estrategia de acuerdo al rumbo que MetLife está siguiendo, y a un proceso natural de mejora y evolución.

Tenemos claro que la capacitación a los colaboradores es muy importante para MetLife, por esta razón, dedicamos 27 horas a este proceso, mediante preparación presencial, vía *e-learning* y virtual, en toda la organización, con las diferentes materias que se incluyen en el Plan de Capacitación y Desarrollo.

Gracias a este Plan se obtuvo, por segundo año consecutivo, el Galardón en Educación Ejecutiva, dentro de la categoría de “Empresa Vinculada” por parte de nuestro socio estratégico, el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), como muestra del esfuerzo continuo que invertimos para desarrollar el talento dentro de la organización.



Atracción y retención de talento

Impulsamos prácticas y facilitamos herramientas que nos permitan potencializar el talento de nuestros colaboradores, como son:

Enfoque a desarrollo de talento

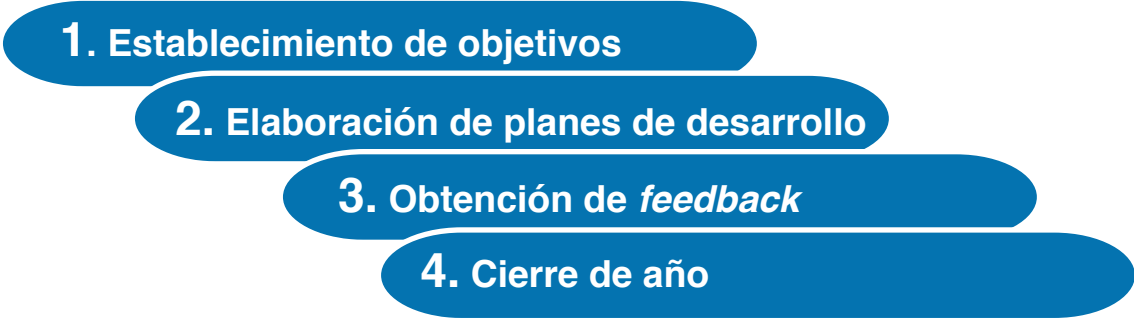
- Movilidad de talento interno a nivel regional y global: durante 2015 se trabajó un plan para implementar un nuevo sistema de atracción de talento. El objetivo es que en 2016 contemos con el sistema *Success Factors*, el cual muestre las oportunidades de carrera profesional para que colaboradores internos puedan aplicar a las vacantes disponibles.

Enfoque a la atracción de talento

- **Jrs Met:** Esta iniciativa convoca a jóvenes de 16 a 21 años, para que se adhieran al mundo laboral en MetLife, y así conozcan el funcionamiento de la empresa y participen en proyectos de impacto en diferentes áreas con el objetivo de impulsar su desarrollo profesional. Algunos de los participantes de estos programas entran al programa de Becarios dando continuidad a su carrera con nosotros.
- **Becarios:** El programa busca el talento recién egresado para integrarlo a la empresa, por un año. Antes de concluir este periodo son contactados por Atracción de Talento para validar nuevamente sus competencias e intereses a fin de buscar oportunidades de vincularse permanentemente en la compañía.
- **Trainees:** Esta iniciativa se lanzó en el año 2015, convocamos candidatos de las universidades más representativas de la carrera de Actuaría, con el objetivo de atraer talento joven con alto potencial para el área. A través de eventos en universidades, entrevistas por competencias y *Assessment Center* se seleccionó al personal con las mejores competencias y actitud para integrarlos al área técnica. Previamente fueron rotados en diferentes actividades del área para finalmente consolidarse como Actuarios en la empresa.

Evaluación de desempeño

La plataforma **One People Place** es nuestra principal herramienta para la evaluación y seguimiento del desempeño de los colaboradores. Esta plataforma trabaja en cuatro etapas durante el año:



El porcentaje de rotación de los colaboradores en MetLife es de 15.9%

El 100% de los colaboradores en MetLife recibieron una evaluación formal de desempeño en 2015

En 2015, el total de los colaboradores de MetLife contó al menos con tres objetivos de negocio ingresados en la plataforma *One People Place* (OPP), para el proceso de evaluación de desempeño personal.

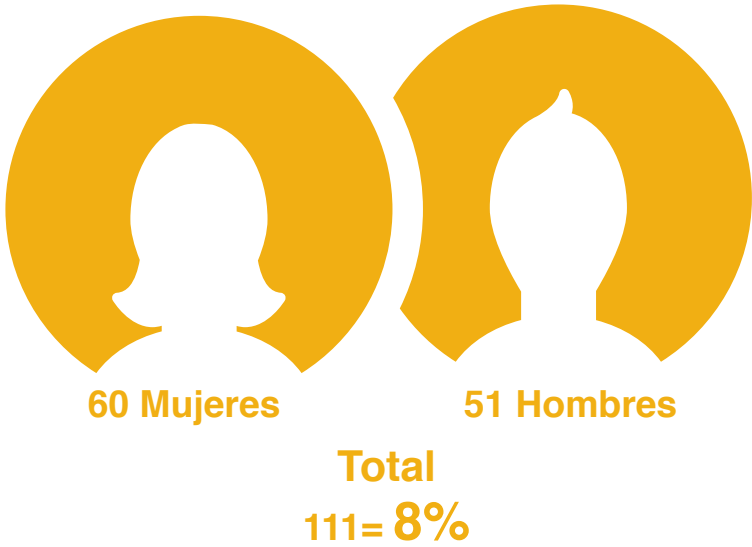
El utilizar esta herramienta ha permitido la obtención de reportes de seguimiento y cumplimiento de gran valor para el óptimo desempeño del colaborador. Además de automatizar la manera de documentar la información de evaluación de desempeño, facilita su consulta (la plataforma cuenta con tutoriales, información para líderes y colaboradores), y unifica todo bajo una misma plataforma.

Reconocemos el talento

Conscientes de que el reconocimiento de nuestros colaboradores es crucial para generar y mantener el compromiso hacia la empresa, promovemos el talento en MetLife México. Durante 2015 se realizaron 111 promociones.



OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE No.5
Lograr la igualdad entre los géneros y empoderar a todas las mujeres y las niñas.
MetLife apoya la equidad de género en su operación diaria.



Durante 2015 también se generaron 187 nuevas contrataciones, de las cuales el 52% fueron mujeres y el 48% hombres. Las vacantes no requieren ni especifican género ni edad requerida para el puesto. Nuestros procesos de selección y contratación de personal y/o promoción dependen de las capacidades de la persona y que ellas se adapten a los requerimientos del puesto, ya que reconocemos el talento de las personas y no su condición.

En MetLife contamos con una plataforma *Center Stage*, la cual brinda agradecimientos a los colaboradores que destacan por su buen liderazgo y apego a los valores de la Institución (anteriormente era conocida como “Aplausos”). Aunado a lo anterior, contamos con los *Latin America Recognition Awards* con los cuales se reconoce a las personas que demostraron, gracias al cumplimiento extraordinario de sus objetivos, un desempeño impecable de acuerdo a los valores y competencias de Liderazgo MetLife.

Diversidad e igualdad de oportunidades

La igualdad de oportunidades es una de las temáticas que más interesa fomentar en nuestra cultura interna. Por esta razón, rechazamos plenamente cualquier tipo de discriminación por cuestiones ajenas al talento y desempeño del colaborador, como son cuestiones de género, edad, lugar de procedencia, religión, ideología política, orientación sexual, condición social, económica o física.

Es por ello que en 2015 mantuvimos, por sexto año consecutivo, la Certificación en Modelo de Equidad de Género (MEG), otorgado por el INMUJERES. Esta normativa cambiará en 2016 y será amparada por la Secretaría de Economía.

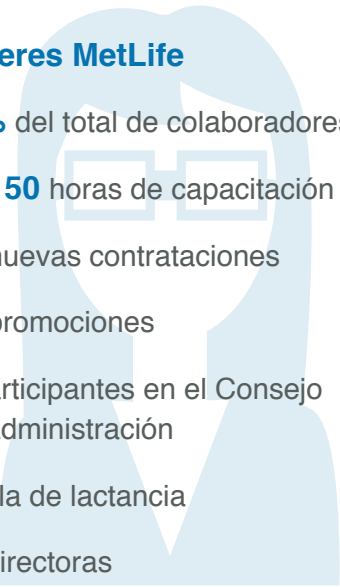
Remuneración Total

Transformamos la vida de nuestros colaboradores, al brindarles herramientas que permiten potencializar su desempeño y avanzar en el Plan de Capacitación y Desarrollo que es diseñado para ellos, como:

- Seguro de Vida
- Servicio de comedor
- Seguros de Gastos Médicos Mayores
- Plan de pensiones
- Bono por desempeño
- Asignación de auto de acuerdo al grado jerárquico
- Vales de despensa
- Aguinaldo
- Prima vacacional
- Días de vacaciones adicionales a los que ofrece la ley
- Vales de gasolina (de acuerdo a nivel y funciones)
- Vales de restaurante (colaboradores en sucursales)

Mujeres MetLife

- 54%** del total de colaboradores
- 12,150** horas de capacitación
- 99** nuevas contrataciones
- 60** promociones
- 2** participantes en el Consejo de Administración
- 1** sala de lactancia
- 11** directoras



Salud y bienestar, un mejor lugar para trabajar

Brindamos a nuestros colaboradores un ambiente y condiciones laborales amigables y seguras que les permiten desarrollar su potencial. Por ello, hemos sido reconocidos por el *Workplace Wellness Council-México* (Consejo Empresarial de Salud y Bienestar), por cuarta ocasión, como una Organización Saludablemente Responsable. Parte importante de este logro se atribuye a nuestro programa LIFE, que ofrece a los colaboradores opciones de equilibrio entre la vida laboral y personal, además de promover un estilo de vida más saludable. Algunas de las prácticas de LIFE actualmente son casos de éxito, y serán replicadas a nivel regional durante 2016.



OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE No.3
Garantizar una vida sana y promover el bienestar para todos en todas las edades.
MetLife promueve la salud, bienestar y hábitos saludables entre sus colaboradores por medio del programa LIFE.



Objetivos LIFE: Impulsar entre nuestros colaboradores hábitos saludables a través de una nutrición basada en una dieta balanceada, además de promover la salud física y emocional.

Prácticas para promover el balance entre la vida laboral y familiar

En MetLife fomentamos el cuidado de las familias de nuestros colaboradores. Por ello, implementamos acciones que pueden realizar con sus seres queridos, a fin de compartir más tiempo juntos.

Este año realizamos:



Torneo de la amistad. Es un torneo de fútbol con duración de un fin de semana en Oaxtepec.



Juegos Bancarios. Mini Olimpiada Interbancaria de diferentes disciplinas, en la que se busca conciliar el trabajo en equipo de las familias de los colaboradores.



Carrera MetLife. Carrera de 5 y 10 km, en la que participaron colaboradores, familiares y amigos con el fin de fomentar un estilo de vida saludable.



Desempeño en seguridad

En MetLife nos aseguramos de que las actividades realizadas en todas nuestras áreas cumplan siempre con los máximos requerimientos de seguridad e higiene. Para lograr esto, trabajamos alineados a la Ley General de Protección Civil, y desarrollamos procesos para la gestión integral de riesgos que puedan surgir por operación o fenómenos naturales.



Contamos con colaboradores capacitados en primeros auxilios contra incendio y evacuación



Apoyo a los centros de servicio a manifestaciones



Capacitación de brigadistas con una cobertura del 100% en oficinas a nivel nacional



Protocolo de llamada de bomba



Monitoreo de tormentas y huracanes, para dar aviso de estos eventos y proteger a los colaboradores



Talleres de sismos y conocimiento de evacuación del inmueble



Baja de robos en comparación con el año 2014



Apoyo a los colaboradores con la línea 911, CAE (Centro de Atención a Emergencia)

Fundación MetLife - Vinculación con la comunidad

En México y en todo el mundo, desde 2013 la Fundación MetLife tiene un objetivo principal: inclusión financiera.

La inclusión financiera significa que las familias de bajos ingresos y sus negocios tengan acceso a una gama completa de servicios financieros de calidad y asequibles, otorgados por proveedores confiables, respetando al cliente. Estos servicios permiten una mejor administración de sus ingresos y activos que en última instancia contribuyen a una mayor autosuficiencia y seguridad financiera.



En 2015 para consolidar el enfoque de inclusión financiera, la Fundación MetLife México renueva sus estatutos con lo que refrenda y amplía su compromiso a favor de los proyectos sociales que le permite a más familias aprovechar estos servicios.

La estrategia de inclusión financiera de Fundación MetLife se construye sobre tres fuertes pilares:



Aumentar la preparación, la disposición y la capacidad de las familias de bajos ingresos para poder interactuar con el sector financiero.

Investigar y compartir lo que aprendemos con la comunidad de inclusión financiera.

Apoyamos a las organizaciones sociales que tienen la capacidad de abordar una o más de estas prioridades.



OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE No.11
Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles.
Fundación MetLife promueve iniciativas que fomentan el desarrollo comunitario a través del voluntariado corporativo.

Inclusión financiera

Como parte de nuestra estrategia de inclusión financiera dimos continuidad a los siguientes tres proyectos que iniciaron en 2015:

1. El buen socio te apoya A. C.

Objetivo: El proyecto busca el diseño y validación de un instrumento psicométrico confiable para la identificación de emprendedores rurales que carezcan de información financiera, pero que sí puedan ser sujetos de crédito.

Número de Beneficiados: 3,600 adultos

Estado: Veracruz



3. Fundación EDUCA México A. C.

Objetivo: El programa busca implementar en 10 escuelas privadas no lucrativas, que dan atención a niños y adolescentes de escasos recursos la metodología Aflatoun, ésta tiene el objetivo de darle a los beneficiarios y sus familias una base ética en el uso del dinero, ahorro y la planeación, impulsando la bancarización y el uso de servicios formales; aumentando así su autonomía, conocimientos y autoestima, lo que les ayudará a construir un patrimonio en el futuro.

Número de Beneficiados: 2,375 niños, niñas y adolescentes de escasos recursos

Estados: Ciudad de México, Estado de México, Querétaro, Chiapas y Michoacán



OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE No. 10
Reducir la desigualdad en y entre los países.
Fundación MetLife invierte en proyectos que fomentan la inclusión financiera para mejorar la accesibilidad a productos y servicios financieros de calidad para todos.

2. Asociación Mexicana de Transformación Rural y Urbana A. C. (AMEXTRA)

Objetivo: El proyecto busca llevar a cabo un estudio para identificar nuevos productos financieros de ahorro y/o crédito y hacer una prueba piloto para evaluar su eficacia.

Número de Beneficiados: 1,500 adultos

Estados: Chiapas, Distrito Federal y Estado de México



OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE No.1
Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo.
Fundación MetLife apoya proyectos que fomenten la inclusión financiera de las personas como herramienta para superar la pobreza y mejorar su calidad de vida; además, dona a causas que promueven la superación de contingencias y escasez de recursos básicos, en caso de emergencia.

Además durante 2015 se gestionaron 5.8 millones de pesos en proyectos sociales de la siguiente forma:

Organización Social	Donativo 2015
PATRONATO DEL HOSPITAL GENERAL DE MÉXICO A.C.	\$1,000,000
EMPRESARIOS POR LA EDUCACIÓN BÁSICA DE TAMAULIPAS A.C.	\$133,333
PATRONATO DEL HOSPITAL GENERAL DE MÉXICO A.C.	\$250,000
ASOCIACIÓN MEXICANA DE TRANSFORMACIÓN RURAL Y URBANA A.C.	\$337,000
INSTITUTO NUEVO AMANECEER A.B.P.	\$100,000
UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA A.C.	\$400,000
PRODESARROLLO FINANZAS Y MICROEMPRESA A.C.	\$400,000
ASOCIACIÓN PROGRAMA LAZOS I.A.P.	\$400,000
FUNDACIÓN EDICA MÉXICO A.C.	\$608,000
FONDO PARA LA PAZ I.A.P.	\$233,333
FUNDACIÓN EL BUEN SOCIO TE APOYA A.C.	\$561,000
EDUCACIÓN VOCES Y VUELOS I.A.P.	\$88,242
FUNDACIÓN DE APOYO INFANTIL YUCATÁN A.C.	\$146,862
FUNDACIÓN DEL EMPRESARIO CHIHUAHUENSE A.C.	\$148,333
FUNDACIÓN MEXICANA PARA EL DESARROLLO RURAL A.C.	\$176,667
FUNDACIÓN CADAVIECO A.C.	\$200,000
ASOCIACIÓN MEXICANA DE TRANSFORMACIÓN RURAL Y URBANA A.C.	\$67,000
UNIÓN DE EMPRESARIOS PARA LA TECNOLOGIA EN LA EDUCACIÓN A.C.	\$200,000
EL BUEN SOCIO TE APOYA A. C.	\$154,000
FUNDACIÓN DE APOYO INFANTIL A.C. (SAVE THE CHILDREN)	\$200,000
TOTAL DONATIVOS 2015	\$5,803,770

Proyectos de voluntariado y eventos

Buscamos que todo colaborador o invitado de la fuerza de ventas o cadena de valor voluntario tenga experiencias únicas de vida, que le generen sentido de pertenencia con la empresa y a la vez nos permitan impulsar de forma activa y positiva el desarrollo social de la comunidad. Como se describen a continuación:

Voluntariado:

- Girls Scouts

Niñas de entre 9 y 15 años de edad convivieron con integrantes de la red de mujeres de MetLife foro que promueve el desarrollo de las mujeres e impulsa su participación en los ámbitos económicos y sociales de la vida diaria. A través de ejemplos, actividades y relatos de sus propias experiencias, las mujeres del foro incentivaron a las niñas para desarrollar su máximo potencial personal y futuro profesional.



- Impulsa ser emprendedor

Este programa tiene como objetivo brindar a los estudiantes de escuelas públicas, a través de los talleres dictados por los voluntarios, herramientas para iniciar su propia empresa, incrementando sus conocimientos y habilidades en distintas áreas como son: la toma de decisiones empresariales, la confección de un plan de negocios, la importancia de la comunicación, la publicidad, los dilemas éticos, las franquicias, la mercadotecnia y las organizaciones sin fines de lucro.



• Techo

Se llevó a cabo la construcción de 20 viviendas en Xochimilco y Puebla para familias en situación vulnerable, con el apoyo de voluntarios.



• Dress for Success

Nuestros voluntarios, por medio de un taller, brindaron capacitación a mujeres en situación vulnerable, sobre técnicas para lograr una inserción efectiva al mercado laboral. En 2015, además, se realizó una colecta de ropa ejecutiva gracias a la cual se donaron 700 piezas.



Eventos

• KaBoom

En 6 horas los voluntarios de MetLife construyeron un parque de juegos para niños de 3 a 12 años, en una comunidad vulnerable cerca al Ajusco, Ciudad de México. Este programa busca generar espacios recreativos para que los niños puedan desarrollar la conciencia de ciudadanía y comunidad.



• KIVA

Kiva es una organización no gubernamental, con la cual se han unido fuerzas para lanzar una iniciativa entre colaboradores de América Latina de MetLife, cuyo objetivo es destinar un préstamo de \$25 dólares para proyectos emprendedores a nivel mundial a través de la plataforma www.kiva.org



• Plaza Sésamo

Se lanzó la iniciativa global multimedia en Boca del Río, Veracruz, llamada "Sueña, Ahorra, Alcanza", con la intención de ayudar a niños y adultos a adquirir habilidades y comportamientos financieros prudentes y sanos.

www.plazasesamo.com/ahorra



• Ideas 42

En alianza con CONSAR e Ideas42 se presentaron a medios masivos de comunicación los resultados del informe: "El uso de las ciencias del comportamiento para aumentar los ahorros para el retiro".

http://www.ideas42.org/wp-content/uploads/2015/11/42_571_MexicoPensionsReport_SPA final_digital-1.pdf



En 2015 alcanzamos ahorros en GCS/*Procurement* por \$ 2 MM USD run rate.

Además, logramos desarrollar una estrategia de *Real Estate* y Administración de *Facilities* para los principales inmuebles en propiedad y renta que tenemos, con el fin de brindar lugares seguros, funcionales y agradables a los colaboradores y terceras partes.

Abastecimiento responsable

En MetLife operamos de manera ética y buscamos generar valor a la sociedad a través de relaciones comerciales justas con nuestros proveedores, impulsando así su desarrollo y la promoción de los valores institucionales y principios en el ámbito de influencia.

Nuestra cadena de suministros, al ser una empresa de servicios, concreta las prioridades de compras en la adquisición de productos y/o servicios principalmente de *hardware*, *software*, servicios de tecnologías de la información, administración de talento, consultoría, publicidad y varios gastos que implica el mantenimiento y operación de oficinas. Es por ello que el 92% de nuestros proveedores son nacionales.

En 2015 incorporamos una estrategia de colaboración entre el GCS y *Procurement* para la implementación operativa de una Política de Compras, y el sistema de Compras, Ariba, como una solución integral del proceso *Procure to Pay* (P2P), cuyo proceso es el siguiente:



Impulso y desarrollo de proveedores

En MetLife buscamos trabajar con proveedores que gestionen sus operaciones de manera ética y que, compartan los valores institucionales y principios como empresa. Ya que nuestros proveedores son pieza clave para mantener la competitividad en el mercado y reconocemos la importancia que tienen en el cumplimiento de las metas de la empresa.

Como generadores de un impacto económico importante, tenemos que cuidar que éste sea siempre positivo. Es por esto que solicitamos a nuestros proveedores el cumplimiento de distintas disposiciones éticas, legales y de costos, entre otros.

En 2015 impulsamos a uno de nuestros proveedores a participar en el proceso de autodiagnóstico del Centro Mexicano para la Filantropía, para optar por el distintivo de Empresa Socialmente Responsable bajo la categoría de Cadena de Valor. PS Gráficos desarrolló su proceso exitosamente en 2015 y será condecorado en 2016 con ese distintivo, el cual promovemos entre nuestros proveedores cercanos para impulsar en la cadena de valor la adaptación de prácticas de responsabilidad social, por quinta ocasión.





DESEMPEÑO Ambiental

Mantener el compromiso

Compromiso

En MetLife creemos que la cultura medioambiental es una responsabilidad compartida que requiere de la cooperación e integración de toda la sociedad. Por esa razón, estamos comprometidos con promocionar en toda la estructura organizacional, la cultura de ahorro de recursos para reducir nuestro consumo de energía, agua y residuos en todos nuestros proyectos y actividades diarias.

Logros



- Reciclamos suficiente papel como para evitar que **216 árboles** fueran talados para fabricar papel nuevo.



- Ahorramos **330,970 litros de agua** durante el reciclado de papel, equivalente a mantener una regadera abierta durante 276 horas continuas.



- Reciclamos **100.4 kg de aluminio/ferro** equivalente a mantener encendido un foco incandescente de 60 watts durante 48.8 horas igual a 2108.4 kW/h.



- Reciclamos **12,730 kg de papel y cartón** que contribuyen a no utilizar 52,191.4 kilowatts para fabricar papel de fibra virgen, mismos que servirían para abastecer 12.4 años de electricidad a un hogar promedio.



- Reciclamos **521.3 kg de botellas PET** equivalente a fabricar 5,422 camisas extra grandes de fibra textil.

Retos

Continuar impulsando la conciencia ambiental entre nuestros colaboradores.

Compromiso ambiental

Al ser una empresa socialmente responsable, tenemos el compromiso de cuidar y preservar el entorno, generando una cultura que propicie el uso adecuado de los recursos naturales.

Es por ello que durante 2015 participamos en diferentes eventos y campañas para la protección del medio ambiente, además de gestionar y medir el consumo a fin de identificar áreas de oportunidad que nos permita reducir el impacto ambiental y el consumo de nuestros principales insumos: energía, agua, papel y generación de residuos.

Energía

En 2015 logramos ahorrar 52,191 kW de energía eléctrica, y tuvimos un consumo promedio de 194,230 kW/h. Estos ahorros fueron promovidos en gran medida por campañas de sensibilización, las más relevantes del año fueron:

1. Primera semana por el cuidado de la Tierra (Earth Week 2015)

El objetivo primordial de esta semana fue concientizar a nuestros colaboradores acerca de la importancia del cuidado del planeta a través de:

- Mailings informativos
- Trípticos informativos para el ahorro de energía eléctrica y agua
- Venta de focos ahorradores (Led) a precios accesibles para incentivar a los colaboradores a utilizar las nuevas tecnologías que contribuyan al ahorro de energía eléctrica



Earth Hour 2015

=

130,000 watts de ahorro



Apagado mensual del sign “MetLife” de Torre Esmeralda III durante 2 horas



Para 2016 utilizaremos nueva tecnología Led obteniendo un ahorro de 18 kW/año.



Consumo de energía en 2015 = 194,230 kW/h

2. Campaña Earth Hour

El 28 de marzo participamos en la iniciativa global ‘la hora del planeta’, apagando nuestro anuncio luminoso de Torre Esmeralda III en la Ciudad de México durante una hora. Con ello logramos un ahorro de 130,000 watts. Además de esta campaña, en MetLife decidimos mantener apagado durante dos horas al mes este letrero, como una colaboración adicional a la “hora del planeta”.

Agua

Como resultado de nuestra estrategia enfocada en generar conciencia acerca del uso del agua, en MetLife ahorramos 330,970 litros de agua que hubieran sido utilizados para fabricar papel nuevo.

Con el fin de promover el buen uso del agua, a través de nuestras redes sociales enviamos mensajes incentivando la importancia de su cuidado, y hacemos lo mismo en comunicados internos en la empresa.

Papel

Como medida de reducción en el uso del papel, en MetLife realizamos un cambio en los formatos, lo que nos permitió disminuir la cantidad de hojas impresas.

En el centro de impresión de Planet Partner logramos una reducción en los insumos no sólo de papel sino también de tinta y electricidad, al contar con un control de impresiones y fotocopias responsable.



OBJETIVO DE DESARROLLO SOSTENIBLE No.13
Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos.
MetLife optimiza sus consumos e incentiva una conciencia del cuidado del medioambiente entre colaboradores.

76% de reducción en el consumo de papel

Consumimos 18,567,000 hojas de papel que equivalen a 86,893 toneladas

La diferencia de consumo de 2014 a 2015 fue de 20,479 toneladas



Residuos

Optando por cuidar y preservar el medio ambiente, en MetLife separamos los residuos orgánicos e inorgánicos de forma que podamos hacer un uso correcto de los materiales reciclables.

Llevamos a cabo varios programas de reciclaje. Uno de ellos incluye papel y cartón, y el otro un programa de acopio para residuos sólidos, como son el PET y el aluminio, y de esta forma evitamos el consumo adicional innecesario de recursos naturales, ayudando a conservar nuestro entorno.

En relación al uso de sustancias para la limpieza y el mantenimiento de las oficinas, en MetLife contamos con certificaciones que garantizan su correcta disposición final.

12,729 kilos de
papel y cartón



13,351
kilos
en total de
materiales
reciclables

100 kilos
de aluminio/
fierro

521 kilos
de PET

Para ayudarnos en la tarea de reciclar nuestros residuos, colaboramos con un centro de reciclaje que recoge todos los residuos reciclables y comparte con nosotros los reportes mensuales del impacto ecológico que tenemos en MetLife.

Recolección	Tipo de material	Cantidad en Kilos
Enero	Papel	608.2
	PET	33.3
	Latas de Aluminio	0
Febrero	Papel	1015.8
	PET	64
	Latas de Aluminio	7.8
Marzo	Papel	1074.8
	PET	43.8
	Latas de Aluminio	11
Abril	Papel	1182.6
	PET	43.8
	Latas de Aluminio	6.8
Mayo	Papel	922.6
	PET	50.8
	Latas de Aluminio	6.2
Junio	Papel	1386.6
	PET	72.2
	Latas de Aluminio	11.4
Julio	Papel	1247.8
	PET	60.4
	Latas de Aluminio	9.4
Agosto	Papel	978.2
	PET	41.6
	Fierro	4.6
Septiembre	Latas de Aluminio	15.2
	Papel	1266.4
	PET	34.8
Octubre	Latas de Aluminio	9.8
	Papel	1178
	PET	36.4
Noviembre	Latas de Aluminio	9.2
	Papel	649.2
	PET	24
Diciembre	Latas de Aluminio	8.6
	Papel	1219.4
	PET	16.2
TOTAL	Latas de Aluminio	0.4
	Papel	13,351.3
	PET	

Cantidad en Kilos por categoría	
Tipos de papel y cartón	12,729.6
PET	521.3
Aluminio / Fierro	100.4
TOTAL	13,351.3



SOBRE ESTE INFORME

El Informe Anual de Sustentabilidad 2015 de MetLife México S.A. destaca el desempeño de la empresa en los ámbitos económico, social y ambiental, siguiendo la metodología del *Global Reporting Initiative* GRI en su versión G4, así como indicadores del complemento sectorial de Servicios Financieros con opción «de conformidad» esencial con la guía G4. Los datos recopilados en este informe corresponden al periodo del 1º de enero al 31 de diciembre del 2015 y se presentan a través de sus capítulos. En algunos temas se muestran comparaciones respecto a nuestro desempeño plasmado en la memoria correspondiente al 2014.

Cabe mencionar que no hubo cambios en relación a la localización, apertura o cierre de instalaciones, inversiones en infraestructura o cambios de estructura de capital.

Respecto a la información cuantitativa expresada en los diferentes capítulos se mencionan las fórmulas de cálculo de indicadores y metodología utilizados para su obtención. Se abordan los temas materiales que corresponden a las oficinas corporativas de MetLife México, S.A. No incluye actividades y logros de agentes, corredores, promotorías y reaseguradoras.

Este informe y los dos documentos anteriores, se encuentran disponibles en el sitio www.metlife.com.mx

Para mayor información y/o retroalimentación respecto al contenido de este informe, enviar un mensaje electrónico a: fundacionmetlife@metlife.com.mx

Conocer los asuntos materiales de nuestra empresa es de suma importancia, ya que presentan un gran impacto en la sustentabilidad. Entendemos asuntos materiales como todos aquellos aspectos de gran relevancia para nuestros grupos de interés y para la industria de aseguradoras, que pueden poner en riesgo la continuidad de nuestro negocio. Este año retomamos el estudio realizado en 2014. En la siguiente gráfica se describe el proceso realizado, tomando en cuenta la recolección de información de 2015 y entrevistas con directores claves, se volvieron a priorizar los asuntos para así establecer los indicadores y temáticas relevantes a reportar.



Identificación: Se visualizaron los asuntos relevantes a través de entrevistas con ejecutivos y directores de áreas claves, se analizó la opinión pública y percepción de grupos de interés de manera indirecta, es decir, a través de encuestas y sondeos internos.

Priorización: Los asuntos fueron ponderados y priorizados según la relevancia para la sostenibilidad de negocio en el largo plazo y la percepción de grupos de interés.

Validación: Los contenidos fueron sometidos a valoración por diferentes áreas para seleccionar los enfoques e indicadores a reportar en el informe anual.

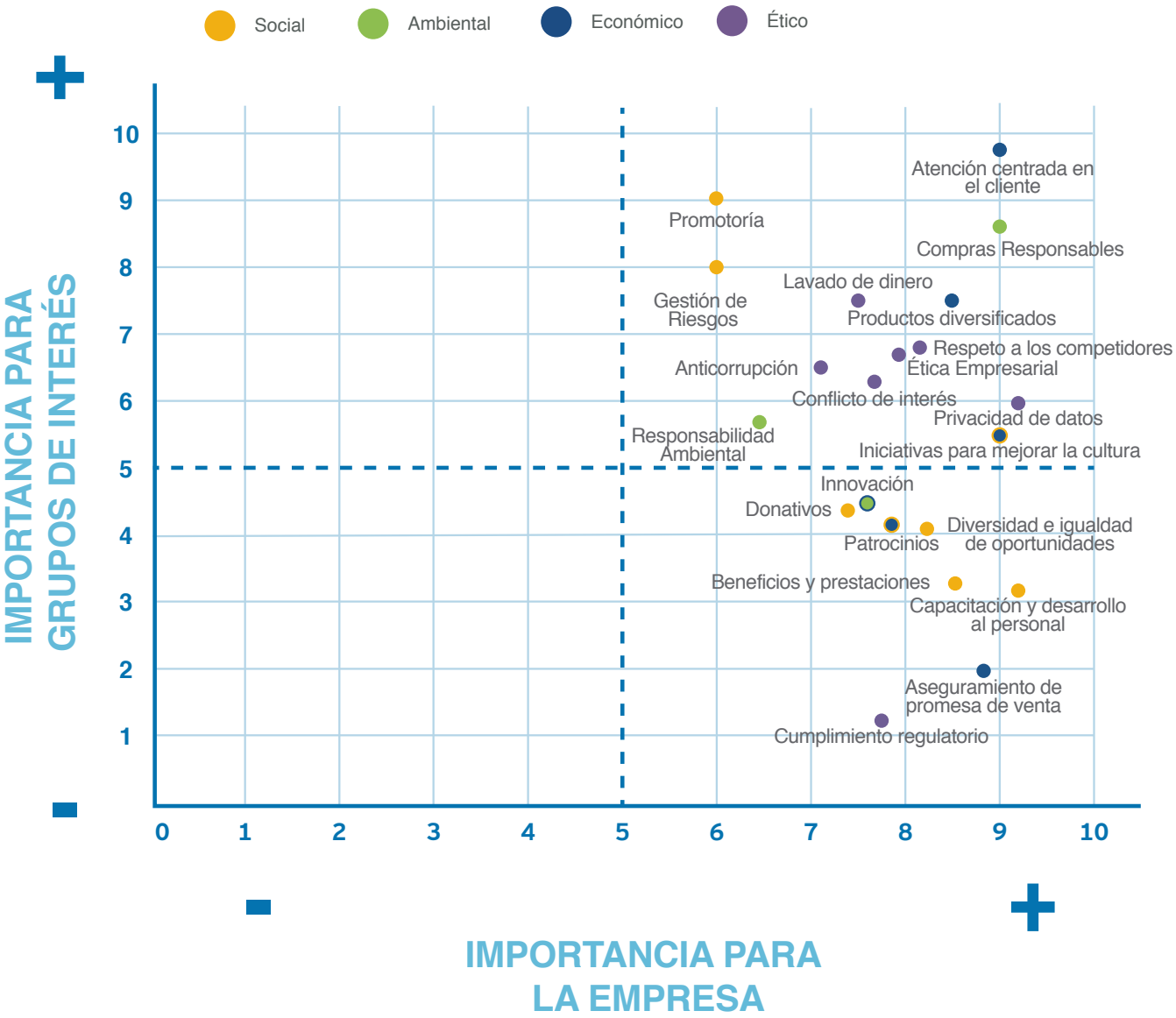
Informe de sustentabilidad: Se elaboró el informe y se validó.

Revisión: Por política interna el informe no cuenta con un proceso de verificación externa, ya que la prioridad del mismo es dar cumplimiento y alineación al informe corporativo, por lo cual las cifras y datos presentados pasan por un proceso de revisión detallada a nivel interno.

MATERIALIDAD

Como resultado del proceso de actualización de la materialidad realizado en 2015, los siguientes asuntos fueron incluidos a la matriz: promotoría, gestión de riesgos y ética empresarial. En este informe se presentó el perfil de nuestros agentes de venta, el nuevo comité de gestión de riesgos y la encuesta global de ética empresarial.

Adicionalmente los asuntos de compras responsables y atención centrada en el cliente subieron en su nivel de importancia, tanto para la empresa como para grupos de interés, mientras que el asunto de responsabilidad ambiental, bajó su nivel de relevancia para grupos de interés pero no para la empresa.



PACTO MUNDIAL

En MetLife México contribuimos en 9 de los 17 objetivos de Desarrollo Sostenible del Pacto Mundial.

A continuación, se describe de manera general cómo lo hacemos:



OBJETIVOS

DE DESARROLLO SOSTENIBLE

1

FIN DE LA POBREZA



2

HAMBRE CERO



3

SALUD Y BIENESTAR



4

EDUCACIÓN DE CALIDAD



5

IGUALDAD DE GÉNERO



6

AGUA LIMPIA Y SANEAMIENTO



7

ENERGÍA ASEQUIBLE Y NO CONTAMINANTE



8

TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



9

INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA



10

REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES



11

CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES



12

PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES



13

ACCIÓN POR EL CLIMA



14

VIDA SUBMARINA



15

VIDA DE ECOSISTEMAS TERRESTRES



16

PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS



17

ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS





OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

No. del objetivo	Cómo lo cumplimos	Ubicación en el informe 2015
1	Fundación MetLife apoya proyectos que fomenten la inclusión financiera de las personas como herramienta para superar la pobreza y mejorar su calidad de vida; además, dona a causas que promueven la superación de contingencias y escasez de recursos básicos, en caso de emergencia.	45
3	MetLife promueve la salud, bienestar y hábitos saludables entre sus colaboradores por medio del programa LIFE.	42
5	MetLife apoya la equidad de género en su operación diaria.	40
8	MetLife propicia y mantiene excelentes condiciones laborales y herramientas de desarrollo profesional y personal para sus colaboradores.	36
10	Fundación MetLife invierte en proyectos que fomentan la inclusión financiera para mejorar la accesibilidad a productos y servicios financieros de calidad para todos.	45
11	Fundación MetLife promueve iniciativas que fomentan el desarrollo comunitario a través del voluntariado corporativo.	44
12	MetLife cuenta con políticas y procesos internos para garantizar la venta responsable de sus productos y la transparencia con el cliente.	28
13	MetLife optimiza sus consumos e incentiva una conciencia del cuidado del medioambiente entre colaboradores.	55
16	MetLife opera con ética y transparencia acorde a la normativa local aplicable.	18

62 | INFORME DE SUSTENTABILIDAD 2015

INFORME DE SUSTENTABILIDAD 2015 | 63

ÍNDICE GRI

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

Indicador	Página / Respuesta directa	Verificación externa
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS		
G4- 1	P.2, 3	
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN		
G4- 3	P.59	
G4- 4	P.4, 5, 26 y 27	
G4- 5	P.59	
G4- 6	P.5	
G4- 7	P.59	
G4- 8	P.5, 26 y 27	
G4- 9	P.2-7, 26-27 y 36	
G4- 10	P.36	
G4- 11	P.36	
G4- 12	P.59-51	
G4- 13	P. 2, 3, 59 y 61	
G4- 14	México firmó la declaración de Río en 1992 y contempla sus disposiciones en la elaboración y aplicación de sus leyes y reglamentos. Nuestra compañía cumple con la normatividad mexicana en materia ambiental y en ese sentido aborda implícitamente los principios del convenio que cada ley considere.	
G4- 15	P.23	
G4- 16	P.23	

Indicador	Página / Respuesta directa	Verificación externa
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA		
G4- 17	P.59	
G4- 18	P.59, 60 y 61	
G4- 19	P.60 y 61	
G4- 20	P.60 y 61	
G4- 21	P.60 y 61	
G4- 22	P.59	
G4- 23	P.59, 60 y 61	
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS		
G4- 24	P.12-15	
G4- 25	P.10-11	
G4- 26	P.12-15	
G4- 27	P.12-15	
PERFIL DE LA MEMORIA		
G4- 28	P.59	
G4- 29	P.59	
G4- 30	P.59	
G4- 31	P.59	
ÍNDICE GRI		
G4- 32	P.59	
VERIFICACIÓN		
G4- 33	P.59 y 60	
GOBIERNO		
Estructura de Gobierno y su Composición		
G4- 34	P.22	
ÉTICA E INTEGRIDAD		
G4- 56	P.6, 7 y 18	

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

Indicador	Página / Respuesta directa	Omisión	Verificación externa
CATEGORÍA: ECONOMÍA			
Desempeño económico			
G4- EC1	P.25		
G4- EC9	P.50		
CATEGORÍA: MEDIO AMBIENTE			
G4-EN2	P.55		
Energía			
G4-EN3	P.54		
G4-EN6	P.54		
Efluentes y residuos			
G4-EN10	P.57		
Evaluación ambiental de los proveedores			
G4-EN32	P.50 y 51		
CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL			
SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO			
Empleo			
G4-LA1	P.36		
G4-LA2	P.41		
Salud y seguridad en el trabajo			
G4-LA5	100%		
Capacitación y educación			
G4-LA9	P.37		
G4-LA10	P.37-39		
G4-LA11	P.39-40		
Diversidad e igualdad de oportunidades			
G4-LA12	P.26		
Igualdad de retribución entre mujeres y hombres			
G4-LA13	No existe diferencia salarial, los pagos y compensaciones estan considerados de acuerdo a las habilidades profesionales, funciones y grado de responsabilidad		

Indicador	Página / Respuesta directa	Omisión	Verificación externa
Evaluación de las prácticas laborales de los proveedores			
G4-LA14	100%		
SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO			
Inversión			
G4-HR2	P.22		
Evaluación de los proveedores en materia de derechos humanos			
G4-HR10	P.50		
Lucha contra la corrupción			
G4-SO3	P.20		
G4-SO4	P.20 y 23		
G4-SO5	Ningun caso confirmado en 2015		
G4-SO7	Ninguno		
SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS			
Comunicaciones de mercadotecnia			
G4-PR8	P.21		
CATEGORÍA ESPECÍFICA DE SECTOR: IMPACTO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS			
ASPECTO ESPECÍFICO DE SECTOR: CARTERA DE PRODUCTOS			
FS8	P.45		
FS14	P.44 y 45		
SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD DE PRODUCTO			
ASPECTO G4: ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS			
FS15	P.18 y 21		
ASPECTO G4: ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS			
FS16	P.44-49		

MetLife

Derechos de autor y uso restringido

Las marcas, imágenes, fotografías, eslóganes, gráficos, textos y cualquier otra forma de expresión contenida en este informe, constituyen derechos reservados y protegidos conforme a la Ley Federal del Derecho de Autor y la Ley de Propiedad Industrial. Por lo tanto, queda prohibida, en forma enunciativa mas no limitativa, su explotación, reproducción, alteración, modificación, distribución y transmisión, total o parcial, sin autorización previa y por escrito de MetLife México, S.A.

MetLife tiene la propiedad y el derecho de autor sobre todos los textos aquí incluidos; y Peanuts Worldwide, LLC tiene los derechos de autor de todos los personajes y gráfica de PEANUTSTM que contiene este informe. Usted no está autorizado a usar nuestro logo como enlace, vínculo o liga a este manual a menos que obtenga nuestra autorización por escrito anticipadamente.

Los nombres MetLife Inc., Metropolitan Life Insurance Company, MetLife®, así como nuestros logos, no pueden ser utilizados de ninguna manera en publicidad relacionada a la distribución de este material, incluyendo el derivado del mismo.

