Responsabilidad Social y Sostenibilidad

ISSN 1665-5567

GANAR-GANAR

15º aniversario GANAR-GANAR

EMPATÍA, SENSIBILIDAD Y TALENTO A FAVOR DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Gisela Noble
Patricia García
Martha Smith

Mariuz Calvet
Lorena Guillé
Martha Herrera

Mónica Flores
Loreto García
Marcela Cristo

ClimatePartner°
clima neutral
Impresión | ID 11894-1802-1001

No. 91/ Año 16
Marzo-Abril 2018

$70.00

ganar-ganar.mx

$70.00 M.N.

THE HOME DEPOT
¡SUPERAMOS las
6,000
JORNADAS DE
VOLUNTARIADO
en México!
A través de nuestro programa de voluntariado "Equipos Depot",
en el que nuestros asociados (as) contribuyen a mejorar la
calidad de vida de sus comunidades, hemos logrado:
Beneficiar a 3.3 millones de familias desde el año 2001.
Realizar jornadas en nuestras tiendas en las 32 entidades del país, Oficinas de Apoyo y Centros de Distribución.
Tan solo en 2017 realizamos 720 Equipos Depot.
+7,500 Asociados se sumaron, lo que representa casi la mitad de nuestra plantilla.
420 escuelas e instituciones beneficiadas.
Seguiremos trabajando para mejorar espacios y generar felicidad en los hogares mexicanos.
homedepot.com.mx
/TheHomeDepotMx
blog.homedepot.com.mx
clubdejardineria.com.mx

En CEMEX, nuestro talento **es la base que nos sostiene.** De países, culturas y orígenes diferentes, **la diversidad de nuestra gente hace de CEMEX un ambiente más sólido y emocionante para crecer.**

Fomentando un espacio de trabajo inclusivo, dinámico y diverso, valoramos las fortalezas y cualidades únicas de cada individuo para crear oportunidades compartidas para la innovación, el aprendizaje y el crecimiento. Damos la bienvenida a hombres y mujeres que se desarrollan y crecen a través de retos y cambios constantes.

Juntos construimos un mejor futuro para nuestras familias, nuestros clientes y las comunidades en donde vivimos y trabajamos.

CEMEX

Construyendo un mejor futuro

GANAR-GANAR

MARZO-ABRIL 2018 AÑO 16 NO. 91

20

FUNDEMEX impulsa el desarrollo de empresas sociales

34

EMPATÍA, SENSIBILIDAD Y TALENTO A FAVOR DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Gisela Noble, Patricia García, Martha Smith \ Mariuz Calvet, Lorena Guillé, Martha Herrera \ Mónica Flores, Loreto García, Marcela Cristo

8 CON BIMBO SOLAR el Grupo ratifica su Compromiso Ambiental

10 COMEX POR UN MÉXICO BIEN HECHO

12 FUNDACIÓN BILL & MELINDA GATES realiza una nueva acción para erradicar la poliomielitis

13 UN RÉCORD DE $84 MILLONES DE DÓLARES RECAUDADOS para obras benéficas a través de eBay en 2017

14 SOSTENIBILIDAD factor crítico para las empresas en México: KPMG

16 ASCIENDE MÉXICO en el índice de Competitividad del Talento Global (GTCI)

18 THE HOME DEPOT entregó el donativo de su Colecta "Haz más por los demás"

19 ACTINVER APOYA A.C. acciones en el 2017 y desafíos para 2018

22 IPKON contribuye a la mejora de la imagen de los espacios públicos en los túneles vehiculares de la CDMX

24 PFIZER Global Health Teams 2018

26 LA FEMINIZACIÓN de la RSC en México

28 BRECHA DE GÉNERO EN EL MUNDO LABORAL ¿Cómo resolverla?

32 FORTALECIENDO EL GOBIERNO CORPORATIVO a través de Women Corporate Directors

52 REVISTA GANAR-GANAR a lo largo de 15 años

54 SUPLEMENTO CEMEFI

58 NUEVAS ESTRELLAS de la responsabilidad social

62 PROGRAMA DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO Factores básicos para su evaluación

64 BITCOIN ¿en caída o un nuevo sistema de pago?

68 BREVES DE LA RSC por Doriana Dondé U.

30

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL DE GÉNERO se ubica en el mainstream empresarial

60

ONU MEDIO AMBIENTE Y LA OMS enfrentarán unidos los riesgos ambientales para la salud

Grupo ADO evoluciona

Nuestro propósito es simplificar la vida de las personas con soluciones de movilidad.

MOBILITY ADO ¡Bienvenido!

GANAR-GANAR

Responsabilidad Social y Sostenibilidad

GRUPO EDITORIAL ACCSE FM, S.A DE C.V.

CONSEJO EDITORIAL

Jorge Aguilar Valenzuela
Loreto García Muriel
Carlos Ludlow Saldívar
Jorge V. Villalobos Grzybowicz
Felipe Cajiga Calderón
Martha Hunter Smith
Bruno Newman

Presidente: Klaus Gérman Phinder

Director General: Federico J. Morales Perret

Director Ejecutivo: Eloy Rodríguez Alfonsín

Relaciones Públicas: Sara Orellana C.

Redacción: Doriana Dondé Ugarte

Diseño Gráfico: Roberto Orozco Pérez

Comercialización: María Rosa Martínez Córdova

Redes Sociales: DIM-ID

Fotografía: Gabriel González, Alex Rico, Javier Oyarzabal, Fidel Ugarte L. y Lidia Yllan Juárez

Administración: Germán Tzompa González

Colaboradores: KPMG, Michelle Rangel, Paola Palma, Adriana Prieto Gaspar de Alba, Great Place to Work, Centro Mexicano para la Filantropía, Tania Cerda, Emilio Guerra Díaz, Luis E. Montoya Fernández, J. Walter Thompson Intelligence y Doriana Dondé U.

GANAR-GANAR, Año 16 – No. 91 marzo / abril 2018
Publicación Bimestral Editada por: GRUPO EDITORIAL ACCSE FM, S.A DE C.V.
Carracci 105 P.B. Col. Insurgentes Extremadura Delegación Benito Juárez, México, D.F. 03740.

Tels.: 1518-0905, 5615-8268, 5563-9912 y 5563-5970
e-mail: info@ganar-ganar.mx - web: www.ganar-ganar.com.mx

Editor Responsable: Federico J. Morales Perret
Certificado de Reserva de Derechos al Uso Exclusivo:04-2006-062909333500-102, ISSN: 1665-5567
Certificado de Licitud de Título:14146, Certificado de Licitud de Contenido:11719
Ambos otorgados por la comisión calificadora de publicaciones y revistas ilustradas de la Secretaría de Gobernación
Permiso SEPOMEX PP09-1162
Impreso por Grupo Stellar, S.A. de C.V. Enrique Rébsamen, No. 314-315, México D.F. 03020
Este número se terminó de imprimir el 28 de febrero de 2018 con un tiraje de 5,000 ejemplares

Los artículos y anuncios presentados son responsabilidad de sus autores. Queda estrictamente prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos sin previa autorización de Grupo Editorial ACCSE FM, S.A. de C.V.

Aviso de privacidad

GRUPO EDITORIAL ACCSE FM, S.A. DE C.V., con domicilio en Luis Carracci 105-PB, Col. Insurgentes Extremadura, C.P. 03740, Delegación Benito Juárez, México, D.F., es responsable de recabar sus datos personales, del uso que se le dé a los mismos y de su protección. Su información personal sólo será utilizada para proveer los productos y servicios que ha solicitado, informarle sobre cambios en los mismos y en su caso, evaluar la calidad del servicio que le brindamos.

EDITORIAL

Es un honor escribir estas líneas con motivo de nuestro ejemplar de XV aniversario por diversos motivos que me permitiré enunciar:

El primero de todos es por lo que representa llegar a un decimoquinto año ininterrumpido de publicaciones de un medio de comunicación especializado, lo cual no es fácil en nuestros tiempos de era digital que nacen medios enfocados a brindar información coyuntural de forma inmediata y de la cual no estamos alejados gracias a nuestro portal www.ganar-ganar.com, al Newsletter semanal y a los videos alojados en YouTube de Ganar-Ganar TV; sino que desde hace 15 años tenemos la gran fortuna de poder brindar información de investigación, de opinión, de casos y entrevistas a grandes personalidades, lo que crea el gran valor agregado de ser ejemplares coleccionables y de referencia para brindar un acervo histórico de la Responsabilidad Social Empresarial y la Sostenibilidad en nuestro país.

El segundo motivo es por tener el privilegio de contar con el cariño, respaldo y apoyo de nuestros lectores, quienes no únicamente nos leen de manera consecutiva sino que han conformado una verdadera comunidad que interactúa con nosotros ofreciéndonos contenidos, propuestas de entrevistas, de investigación y de opinión; ya que gracias a lo anterior y presentándose previamente a nuestro valioso Consejo Editorial y al trabajo de los colaboradores del Grupo Editorial, podemos coordinar importantes portadas como la que tienen ustedes en sus manos, donde verdaderamente se traduce este esfuerzo en un logro que se vería difícil de alcanzar por lo que representa reunir, entrevistar y tener a valiosas mujeres que mucho han aportado a la responsabilidad social en México ligado al Día Internacional de la Mujer.

El tercer motivo es que confiamos en que el cuidadosamente seleccionado contenido relacionado a nuestro enfoque editorial como revista especializada y a la mujer -en esta edición- sean de gran utilidad, tales como: la feminización de la RSC en México, la brecha de género en el mundo laboral y el fortalecimiento de la brecha de género en el mundo laboral, así como del trabajo que realizan Women Corporate Directors para robustecer el gobierno corporativo; junto con artículos de empresas como Bimbo, Comex, Home Depot, Pfizer, Ipkon, las Nuevas Estrellas de la Responsabilidad Social, sin menoscabo del contenido de opinión e investigación de gran valía, sean de su agrado.

Cordialmente
Klaus Gérman Phinder
PRESIDENTE

Esta revista está impresa sobre papel español NIVIS, certificado por el Pan European Forest Council, basados en procesos renovables y sustentables.

PetStar® une esfuerzos con **AMANC** a través del programa **Acopio con Causa**

Somos una empresa comprometida con la **Sustentabilidad**

AMANC® Asociación Mexicana de Ayuda a Niños con Cáncer, I.A.P.
Reciclando y Ayudando

Mayama
Saca lo mejor de ti.

Reciclando y Ayudando

es una campaña promovida por **AMANC** y apoyada por **PetStar** que consiste en recolectar las botellas de PET para ayudar al acompañamiento de niños con cáncer.

En 2017 se recuperó un total de **250 mil envases**, lo cual representó un mayor ingreso económico para la Asociación.

Te invitamos a seguir donando tu PET el último sábado de cada mes.

Más información
www.amanc.org

A partir de 2017, **PetStar** colabora con **Mayama** en su centro ubicado en **Guadalajara,** en el que se atienden **240 niñas y niños** hijos de recuperadores o pepenadores.

¿Quieres conocer el proceso de acopio y reciclaje?

Entra a nuestro Tour Virtual **www.petstar.mx**

ESR Empresa Socialmente Responsable
1% Inversión Social

Coca-Cola México · ARCACONTINENTAL · Bepensa · RICA Corporación RICA · NAVAR · Embotelladora

CON BIMBO SOLAR
el Grupo ratifica su Compromiso Ambiental

Con la red de producción de energía Bimbo Solar, Grupo Bimbo logrará integrar 33 sistemas, los que en conjunto generarán 3.7 MW, que equivalen a evitar anualmente la emisión de 2 mil 500 toneladas de CO_2

En la inauguración del sistema instalado en el edificio corporativo de Grupo Bimbo ubicado en la Ciudad de México, que comprende 308 paneles solares, los cuales abastecerán el 20% de la energía que consume esta instalación; estuvieron presentes varias personalidades, como el Ing. Rafael Pacchiano, el Ing. Odón de Buen, el Dr. Marcelino Madrigal, el Ing. Julian Willenbrock, el Lic. Daniel Servitje, y el Ing. Javier González Franco, Director General Adjunto de Grupo Bimbo por mencionar algunos.

"Con la incorporación de esta tecnología en nuestras operaciones y en el edificio corporativo, en Grupo Bimbo estamos dando otro paso importante en nuestro firme compromiso con la sustentabilidad y el planeta", aseguró Daniel Servitje, Presidente y Director General de Grupo Bimbo. Agregó que "todas las acciones suman y todos los esfuerzos cuentan para cuidar nuestro entorno. Debemos asegurar que el progreso del presente se dé protegiendo el patrimonio natural del futuro".

GANAR-GANAR

El Ing. Rafael Pacchiano, Secretario de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales señaló "Hoy celebramos lo que Bimbo hace, ya que rompe los paradigmas que hay en México, puesto que no es viable ni económicamente rentable no ser responsable con el medioambiente, es importante producir energías renovables e implementar acciones en materia de sustentabilidad, como lo hace esta empresa. Por ello, extiendo la invitación para que otras compañías se sumen en favor del cuidado de nuestro planeta".

Por su parte, Julian Willenbrock, cofundador y Director General de Enlight comentó: "acciones como éstas impulsan un cambio radical en la manera en la que consumimos y generamos energía en el planeta. Para Enlight es un honor ser parte de este cambio y nos entusiasma hacerlo de la mano de Grupo Bimbo, una empresa líder, comprometida con la mejora continua en sus operaciones, con el planeta y con la sociedad".

Esta iniciativa complementa la estrategia de energía renovable de la compañía, la cual está alineada a su visión y a su propósito de construir una empresa sustentable, altamente productiva y plenamente humana.

Esta primera etapa, compuesta por 33 sistemas, abastecerá en su conjunto 3.7 MW a 24 centros de ventas, siete sucursales de El Globo, el edificio Corporativo y el Cedis Metropolitano, que actualmente se encuentra en construcción y contará con el sistema de autoabastecimiento de energía solar en techos más grande de México y el segundo más grande de Latinoamérica, con una potencia de 2.2 MW.

Cabe resaltar que Grupo Bimbo ha estado siempre a la vanguardia en la implementación de acciones para reducir la huella ambiental y entre las más relevantes destaca y ratifica su compromiso con el planeta y el bienestar de las generaciones presentes y futuras.

FRESNILLO PLC
UNA DÉCADA
TRANSFORMANDO LA MINERÍA

Fresnillo plc, compañía minera de plata líder del mundo y uno de los productores de oro más grandes de México, **celebra diez años construyendo y promoviendo una industria minera diferente,** ejecutando con rigurosidad, ciencia y disciplina la **vocación del oficio minero.** En este sentido, también reconoce que el sector enfrenta el reto a nivel global de continuar con niveles de productividad y rentabilidad; además de cumplir con sus compromisos en materia de inversión social y medio ambiente.

El principal objetivo de Fresnillo plc es **inspirar a sus colaboradores a encaminar las acciones institucionales para cumplir y mejorar la totalidad de sus indicadores,** además opera con procesos y estándares de la más alta calidad cumpliendo la normatividad más exigente en la materia, para asegurar un alto desempeño.

Fresnillo plc es una de las empresas más competitivas a nivel nacional e internacional, esta trayectoria le ha brindado una posición de gran privilegio en la creación de valor. Asimismo, mediante procesos productivos innovadores ha fortalecido su posición competitiva y ha generado un sinnúmero de empleos.

Genera 15,900 empleos directos y 63,600 indirectos.

Desde sus inicios Fresnillo plc fue concebida como aquella **empresa minera de vanguardia** y con una estrategia de negocios bordada finamente para dar siempre los mejores resultados en materia de productividad y responsabilidad social. Por lo que cada programa, política y práctica se realiza con la destreza, pasión y maestría que conlleva el oficio minero.

Durante estos diez años, la compañía se ha caracterizado por mantener un firme **compromiso con el medio ambiente**, cumpliendo cabalmente con cada una de las políticas ambientales establecidas. Como ejemplo de ello, se encuentra su Estrategia de Sustentabilidad, donde uno de sus objetivos es minimizar el impacto ambiental y la huella de sus actividades, a través –entre otras cuestiones– de la reducción de energía, reutilización del agua y trabajar en los esfuerzos de conservación y reforestación.

Asimismo, Fresnillo plc **tiene como prioridad la promoción de apoyos a las comunidades,** se involucra y se mantiene inmersa para conocer a profundidad y pasar a ser parte de ésta. Además de que dirige esfuerzos en materia educativa, ambiental, desarrollo de capacidades e infraestructura, así como contribuciones al bienestar social en salud y deportes.

Fresnillo plc llega a su décimo aniversario con gran algarabía y satisfacción, por superar siempre expectativas de negocio y de inversión social.

"Mantendremos siempre el compromiso de dejar una huella positiva en todas nuestras labores e impactos a la comunidad, sociedad, medio ambiente y equipo de trabajo".

Ing. Octavio M. Alvídrez Ortega
Director General de Fresnillo plc.

Comex

por un México Bien Hecho

Continúa transformando zonas vulnerables para beneficio de miles de mexicanos.

Tan sólo para este 2018 se busca alcanzar la meta de un millón de personas beneficiadas por este programa de impacto social de PPG Comex, lo que se traducirá en casi 200 mil metros cuadrados de espacios públicos recuperados.

Para ello, la firma en conjunto con gobiernos estatales, municipales y locales, así como artistas urbanos y la participación de las comunidades, reflejan la identidad y los valores que caracterizan a sus habitantes a través del diálogo y la sana convivencia, dando vida a intervenciones artísticas que cuentan historias a través del color, con lo que se genera un cambio positivo en el entorno.

20 imponentes iniciativas que conforman este programa y están ubicadas en 13 estados de la República Mexicana, han transformado la vida de aproximadamente 700 mil personas, con el trabajo conjunto de más de 832 artistas urbanos nacionales e internacionales y con quienes la marca impulsa el granito de arena con el que se renueva y fortalece la convivencia y se devuelve la belleza de los sitios en los que interactúa la sociedad.

Entre los proyectos destacan: la recientemente inaugurada Macro-intervención de arte urbano más grande del mundo, también conocida como la Primera Galería de Street Art al aire libre de México, ubicada en Tlajomulco de Zúñiga, Jalisco; que beneficiará a un total de 37 mil 726 personas, con sus 41 mil metros cuadrados intervenidos con más de 10 mil litros de pintura y 3 mil aerosoles por 30 artistas comunitarios locales, nacionales e internaciones; y con la que PPG Comex buscará romper un récord Guinness.

Y la restauración de una cancha de fútbol abandonada en el barrio de Tlacuitlapan, Zacatecas, actividad impulsada conjuntamente con Colectivo Tomate para beneficio de más de 100 familias zacatecanas. Se trata de la intervención artística de 102 metros cuadrados con los que se impacta directamente a la población infantil de la comunidad, convirtiéndola en agente activo de cambio al transformar su entorno con actividades recreativas que ayudan a prevenir la violencia.

Además, ´Comex por un México Bien Hecho' concentra a las "Ciudades Murales" Tuxtla Gutiérrez en Chiapas; La Paz en Baja California y Zacatecas; también los "Murales Monumentales" en los bajo puentes de Tlajomulco; los "Murales de la película COCO" elaborados en la capital del país y los "Techos de Talavera" en Puebla, entre otros.

A la fecha se han invertido un total de 25 millones de pesos y una inversión adicional de 15 millones que se destinará a proyectos como las 'Ciudades Murales' en Villahermosa, San Cristóbal de las Casas y Morelia, por enlistar algunos y se recuperarán 2 500 m^2 de barda ferroviaria en Guadalajara, Jalisco.

Este programa de impacto social, además, otorga mayor visibilidad a los lugares intervenidos, fomentando el turismo y generando empleos en las comunidades.

Con proyectos como estos, se continuarán transformando zonas vulnerables para crear un nuevo sentido de comunidad, pues con una sociedad fortalecida se construye un país distinto, un 'México Bien Hecho'.

5to concurso de cartel y video

nuestro planeta es la neta

IMU Recicla

Grupo IMU llevó a cabo el **5° Concurso de Cartel y Video.**

Entrega de Premios **a los Ganadores**
marzo de 2018

Patrocinado por

RICOH imagine. change.

THETA 360° experience.

grupo imu
imágenes y muebles urbanos
Hacemos mejores ciudades

ESR EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE

busca las bases en:

IMU Recicla @IMURecicla

imurecicla.blogspot.mx

www.imurecicla.com

Para erradicar la poliomelitis, FUNDACIÓN BILL & MELINDA GATES realiza una nueva acción

GANAR-GANAR

La Fundación Bill & Melinda Gates se ha caracterizado por su incansable lucha para erradicar la poliomielitis en el mundo. Hasta hace unos días, Nigeria era uno de los tres países donde aún se registraban casos de esta enfermedad, sin embargo, a finales del 2017 las autoridades sanitarias dieron a conocer que no se habían producido nuevas víctimas.

A pesar de las medidas impuestas para evitar nuevos contagios, en agosto de 2016 se descubrieron dos casos de polio en Nigeria. Esta situación alertó a los organismos internacionales en materia de salud, debido al inminente peligro que representa este virus.

Los esfuerzos de la nación africana para erradicar la polio nunca han cedido. En 2014, Japón, a través de la OCDE, dio el visto bueno a Nigeria para que el programa de vacunación se pusiera en práctica. Allí se acordó que en cuatro años Nigeria debía pagar el importe total de la ayuda. No obstante, en 2017 el país tuvo un déficit público y no pudo pagar la ayuda japonesa, señala el diario nigeriano *Premium Times.*

Esta situación ponía en peligro la continuidad de la ayuda, no obstante, la Fundación Bill & Melinda Gates, acordó pagar la deuda, si Nigeria alcanzaba la meta de al menos un 80 % de cobertura de vacunación al año. El objetivo se cumplió y la Fundación comenzó el pago de la deuda que asciende a 76 millones de dólares.

El que no se registren nuevas víctimas de poliomielitis en este país, no quiere decir que esté erradicada por completo, pero sí se puede hablar de un gran avance para que en un corto plazo esta meta pueda ser cumplida.

Lamentablemente, en países como Afganistán y Pakistán, los esfuerzos internacionales para evitar nuevas víctimas por este virus se han visto obstaculizadas por grupos islámicos que impiden el trabajo de los voluntarios en las zonas de mayor conflicto.

La Fundación Carlos Slim se suma a los esfuerzos de la Fundación Bill & Melinda Gates para apoyar la Iniciativa Global para la Erradicación de la POLIO en el mundo, en dos frentes simultáneos: interrumpir la transmisión del polivirus salvaje y fortalecer la inmunización rutinaria.

La aportación de Fundación Carlos Slim ha permitido la compra de más de 266 millones de vacunas contra la polio en beneficio de niños de 25 países de África y Asia.

UN RÉCORD DE $84 MILLONES DE DÓLARES RECAUDADOS para obras benéficas a través de eBay en 2017

GANAR-GANAR

Con $ 84 millones de dólares a través de eBay for Charity en 2017, se está demostrando su compromiso de apoyar a las miles de organizaciones benéficas que utilizan la plataforma para conectarse y recaudar fondos todos los días, “este año, continuaremos enfocándonos en aprovechar nuestra plataforma, y entregando nuevas experiencias en nombre de la comunidad de eBay. Junto con nuestros compradores y vendedores de eBay, nuestro objetivo es recaudar $ 1,000 millones de dólares para organizaciones benéficas para el 2020”, dijo Brenda Halkias, Gerente General de eBay for Charity.

eBay for Charity ayuda a los miembros de la comunidad de eBay a conectarse y apoyar a sus organizaciones benéficas favoritas cuando compran o venden en EE. UU. y en el extranjero. Los vendedores pueden donar hasta el 100 por ciento de los ingresos a su organización benéfica, mientras que los compradores pueden agregar una donación a su compra durante el pago. Hasta la fecha, la comunidad de eBay ha recaudado casi $ 810 millones de dólares para obras de caridad.

A través de eBay for Charity, permitimos que millones de personas se unan y tengan un impacto. El programa permite a las organizaciones benéficas vender artículos y recaudar fondos con tarifas reducidas, y los consumidores pueden comprar y vender para beneficiar a organizaciones sin fines de lucro o simplemente aportar cierta cantidad en el momento del pago. Las empresas también pueden apoyar a sus organizaciones favoritas mediante la donación de un porcentaje de los ingresos de sus ventas. Solo en 2017, en promedio, se recaudaron $ 160 dólares por minuto.

En el 2017, las subastas de alto perfil de experiencias únicas y artículos trajeron grandes donaciones de caridad. El Power Lunch anual con Warren Buffet recaudó casi $ 2.7 millones para GLIDE, una organización benéfica con sede en San Francisco que tiene la misión de romper los ciclos de pobreza y marginación; mientras que una exclusiva escultura e impresión creadas por el artista Ai Weiwei recaudaron casi $ 800,000 para el Fondo de Arte Público, que ayuda a llevar el arte contemporáneo a la ciudad de Nueva York; y, la guitarra acústica de Ryan Adams con letras originales y firmadas resultó en más de $ 63,000 para la ACLU, que trabaja para defender y preservar los derechos y libertades individuales.

De cara al año 2018, eBay for Charity lanzará una variedad de campañas de alto perfil en asociación con algunas de las principales estrellas y marcas para ayudar a recaudar fondos para causas importantes. Desde la igualdad de los derechos de las mujeres hasta la sostenibilidad ambiental y el bienestar animal, eBay for Charity está trabajando para ayudar a conectar a la comunidad con las causas que más les importan.

eBay for Charity en números:

- Hasta la fecha, se han recaudado casi $ 810 millones de dólares en eBay for Charity.
- Los compradores y vendedores de eBay ayudaron a recaudar más de $ 84 millones de dólares en todo el mundo solo en 2017. *
- Siete millones de listados de caridad fueron creados por la comunidad de eBay a través de una comunidad que vendía globalmente en 2017. *
- En promedio, más de 43,000 listados de caridad estuvieron disponibles en eBay en cualquier día de 2017. *
- En promedio, se recaudaron $ 160 dólares por minuto en eBay globalmente en 2017. *
- Más de 40,000 organizaciones benéficas están representadas en eBay for Charity

* Datos recabados del 1 de enero de 2017 al 31 de diciembre de 2017.

SOSTENIBILIDAD

Factor crítico para las empresas en México

KPMG

- **Nueve de cada 10 empresas incluye la sostenibilidad en su estrategia de negocios**
- **Ante la Ley General de Cambio Climático, solo 28% de los empresarios afirma conocerla**
- **El 18% de las organizaciones no identifica sus riesgos más críticos en lo ambiental y social**

El 98% de los directivos encuestados en México considera la sostenibilidad crítica y relevante para el futuro de sus organizaciones, además 87% ya lo está incluyendo en su estrategia. En los últimos diez años, la sostenibilidad ha ido cobrando relevancia, 47% de la muestra afirma que su organización emite un reporte de sostenibilidad o tiene algún tipo de comunicación formal con sus grupos de interés (*stakeholders*) –porcentaje superior en 14 puntos al 2016-, de acuerdo con la encuesta bienal Desarrollo Sostenible en México 2018 de KPMG en México, firma multidisciplinaria que brinda servicios de Auditoría, Impuestos y Asesoría.

Jesús González, Socio Líder de Asesoría en Sostenibilidad de KPMG en México, enfatiza: "Desde hace ya una década, la sostenibilidad es un paradigma que ha experimentado cambios importantes: pasó de estar vinculado exclusivamente a los aspectos ambientales y de Responsabilidad Social Corporativa para convertirse en un fenómeno enriquecido por factores internos y externos que pueden comprometer la supervivencia de las organizaciones en el largo plazo".

Por quinta ocasión, KPMG en México desarrolla este estudio para monitorear el nivel de comprensión y evolución de este concepto para el fortalecimiento de la economía y de la sociedad en general. En esta ocasión se incluye la opinión de 143 altos directivos en el país de empresas, 74% de ellas de capital mexicano, de diversos sectores económicos.

Principales resultados

- Al calificar el nivel de madurez de la sostenibilidad en las empresas, 70% de la muestra se percibe en un nivel alto o medio (24% madurez alta y 46% madurez mediana), porcentaje superior a la edición anterior.
- El tema comienza a ser reconocido en el ámbito de la gestión de riesgos, al respecto 50% de los directivos declara que esta materia se gestiona en los consejos de administración y comités especializados (39% en 2016), aunque es de destacar que 45% lo aborda a veces y, además, no de manera formal ni como parte de la agenda, mientras que solo 5% no lo conversa.
- Tener información no es suficiente: esta se debe analizar para lograr un balance en temas ambientales y sociales, pero a la vez con retorno económico y manejo del riesgo. De hecho, cuando se consideran los riesgos que pueden poner en entredicho la sostenibilidad de una empresa o gobierno, uno de los factores más importantes -y no siempre considerado de manera integral- son los *stakeholders*. Según la encuesta, 54% de los encuestados tiene identificados claramente a estos grupos, y 31% los tiene categorizados por su relevancia y, en consecuencia, tiene mayor capacidad de coordinación y gestión de los mismos.

Monitoreo de aspectos críticos

Los riesgos y posibles impactos deben ser proactivamente controlados. Los resultados muestran que 18% de las organizaciones aún no identifica los temas más críticos en lo ambiental y social.

Impacto sociales y económicos

Ante la pregunta ¿Ha sufrido su organización impactos económicos por aspectos sociales y/o ambientales?, 59% de los ejecutivos reconoce haber sufrido un impacto económico por razones ambientales o sociales.

La comunicación con grupos de interés se fortalece

5 de cada 10 mencionan que utilizan medios formales. Existen diferentes estándares de reporte y operación que utilizan las organizaciones, entre las que se encuentran los Objetivos de Desarrollo Sostenible, visión 2030 (32%); 10 Principios del Pacto Mundial (28%); Global Reporting Initiative (20%); ISO26000 (18%); AS8000 (2%); y AA1000 (2%).

Ley General de Cambio Climático (LGCC) y CO_2

En línea con la situación global, México se ha impuesto el compromiso de reducir en 30% sus emisiones de CO_2 y Gases de Efecto Invernadero (GEI) para 2020, y en 50% para 2050.

La sostenibilidad no debe ser entendida como algo complejo o solo para empresas grandes. La sostenibilidad es que las organizaciones permanezcan en el largo plazo e implica gestión reputacional, ahorro a través de energía y reducción de riesgos regulatorios. La sostenibilidad es una estrategia que contiene preocupaciones transversales.

Fuente: Desarrollo Sostenible en México 2018, KPMG en México 2018
https://home.kpmg.com/mx/es/home/insights/2018/02/encuesta-desarrollo-sostenible-en-mexico-2018.html

Fundación DEVLYN

ASCIENDE MÉXICO en el Índice de Competitividad del Talento Global (GTCI)

GANAR-GANAR

El Grupo Adecco, la escuela de negocios INSEAD y el grupo de telecomunicación TATA dieron a conocer el Índice Global de Competitividad de Talento (GTCI) 2018 en el marco de la reunión anual del Foro Económico Mundial en Davos, Suiza

Entre las 119 economías participantes, México asciende del lugar 74 al 71 en comparación al año pasado, al mejorar su acceso a oportunidades de crecimiento en el entorno laboral y su capacidad de ofrecer aprendizaje continuo, variables que a su vez fortalecen el mercado laboral.

Sin embargo, el estudio apunta que "nuestro país cuenta con dificultades para *retener talento* (ocupa el lugar 77 en este pilar), desafío que es probable que mejore una vez que mejore en *estilo de vida* (lugar 80 en este subpilar), particularmente al ofrecer más seguridad a sus ciudadanos".

De acuerdo con Gerardo Calderón, director de mercadotecnia y relaciones públicas de Adecco México, "este informe nos permite comprender que vivimos en una era de disrupción, incertidumbre y divisiones constantes como sociedades globales, la cual es posible afrontar por medio de la diversidad de talento multidisciplinario en las organizaciones de trabajo, activo que a su vez permite ayudar a superar desigualdades e impulsar la innovación".

Este reporte también explica que las organizaciones existen en un contexto global marcado por cambios tecnológicos, inestabilidad geopolítica y volatilidad económica, escenarios que transforman la forma en que vivimos y trabajamos; asimismo, desde este contexto el GTCI 2018 integra las mejores prácticas que diversos países y ciudades han puesto en marcha para desarrollar a su talento interno de cara al trabajo del futuro.

Resultados de México

Para conocer los avances de cada nación el Índice mide seis pilares, de los cuales nuestro país obtuvo los siguientes resultados con relación al *ranking* general del GTCI integrado por los 119 países: habilitación (73), atracción (78), crecimiento (50), retención (86), competencias técnicas (68) y conocimientos globales (72).

"En comparación a 2017, avanzamos con pasos pequeños en cada uno de los pilares, a excepción de competencias técnicas donde descendimos nueve lugares, del 68 al 77, y quedando en la misma posición en conocimientos globales (72)", indicó el directivo Gerardo Calderón.

Resultados globales

El informe concluye que de las 119 economías analizadas Suiza es el país más capacitado para atraer, retener y capacitar a su fuerza de trabajo ante los desafíos de innovación del conocimiento y avances tecnológicos; de igual forma, en el top 10 general, seguidos del país helvético, se ubican Singapur (2), Estados Unidos (3), Noruega (4), Suecia (5), Finlandia (6), Dinamarca (7), Reino Unido (8), Países Bajos (9) y Luxemburgo (10).

En el caso de Latinoamérica participan 19 países, región encabezada por Chile (33 general de GTCI), seguido de Costa Rica (35), Uruguay (44), Panamá (45) y Argentina (49); por su parte, México (71) se ubica en el séptimo lugar, por debajo de Colombia (61) y por encima de Brasil (73) y Perú (74).

HAZLO SENCILLO

IDEACCIÓN

ACCOUNTABILITY

Afan

CONFERENCIAS

RECLUTAMIENTO

TALLERES

CONSULTORÍA

500 CLIENTES

27 AÑOS

25 PAÍSES

www.afan.mx

THE HOME DEPOT
entregó el donativo de su Colecta Haz más por los demás

El monto recaudado fue de más de $3.7 MDP pesos y beneficiará a víctimas de los sismos de septiembre de 2017

GANAR-GANAR

The Home Depot entregó un donativo por más de $3.7 MDP pesos, aportados por sus clientes en la *Colecta Haz más por los demás,* llevada a cabo del 15 de septiembre al 15 de diciembre del 2017 en sus más de 120 tiendas de la República Mexicana.

El monto recaudado fue destinado en su totalidad a las instituciones TECHO y CRUZ ROJA MEXICANA con el fin de dar continuidad al apoyo que la tienda del mandil naranja ha promovido en beneficio de las víctimas de los sismos acaecidos en septiembre del año pasado. Estuvieron a recoger el importante donativo, Alejandro Muguerza, Director Nacional de Captación de Fondos de la Cruz Roja Mexicana y Emilia García Directora Ejecutiva de TECHO.

Gracias a estos recursos, más de 1 600 personas serán beneficiadas con la reconstrucción de sus viviendas a través de TECHO, y con la recepción de víveres de primera necesidad, que serán distribuidos por la Cruz Roja.

"Nos llena de satisfacción ser un canal de ayuda y poner nuestra infraestructura al servicio de las causas y personas más necesitadas de nuestro país, en esta ocasión a través de la Colecta *Haz más por los demás,* para seguir apoyando a la recuperación de las comunidades afectadas por los sismos vividos el año pasado", declaró Érika Díaz, Directora Senior de Mercadotecnia, Venta en Línea y Relaciones Públicas de The Home Depot México.

Las cajeras y cajeros del mandil naranja realizaron una labor fundamental al sensibilizar a los clientes respecto a la causa que apoya la colecta, y favorecer así la obtención de mayores beneficios para ambas instituciones.

Además de la colecta, The Home Depot se sumó a las labores de apoyo a los damnificados través de:

- **La donación de $13.5 millones de pesos** en mercancía para labores de rescate y reconstrucción de viviendas entregados a instituciones como: La Cruz Roja Mexicana, DIF Nacional, Centro Nacional de apoyo para contingencias epidemiológicas y desastres A.C. (Cenaced), TECHO, Fundación Televisa, Protección Civil y la Secretaría de Marina.

- **$250,000 dólares donados** para la reconstrucción de viviendas en las zonas afectadas a través de TECHO y Operación Bendición.

- **Instalación de centros de acopio, del 11 al 24 de septiembre**, en 120 tiendas de The Home Depot, donde recibieron productos de primera necesidad como alimentos enlatados, artículos de higiene personal y de limpieza, así como herramientas.

Como parte de sus actividades de responsabilidad social, en el 2017 The Home Depot otorgó alrededor de $116 MDP pesos en donaciones en especie y, con la participación de más de 8 000 asociados (as), realizó 700 jornadas de voluntariado "Equipos Depot", reafirmando con ello su compromiso de generar mejores condiciones sociales, de calidad y dignidad de vida en el país.

Durante el 2018, la compañía dará continuidad y reforzará sus proyectos comunitarios, mismos que cada año impactan positivamente en más de 900 ONG's y -a través de éstas- llegan a más de un millón de mexicanos.

ACTINVER APOYA A.C.

acciones en el 2017 y desafíos para 2018

No fue fácil para México, hubo situaciones que nos obligaron a reflexionar y a cambiar nuestra visión para estrechar la mano y ayudar de manera incondicional a quien en ese momento lo necesitaba, uno de estos hechos fueron los terremotos ocurridos en el mes de septiembre de 2017, el tiempo ha pasado y hemos demostrado seguir siendo una sociedad unida y ejemplar, con un espíritu de lucha y valor inigualable.

Ante estos hechos, colaboradores, clientes y accionistas de Grupo Financiero Actinver a nivel nacional, decidieron crear un Fondo Extraordinario a través del Programa de Responsabilidad Social Actinver Apoya A.C. dirigido exclusivamente para acciones de reconstrucción y auxilio para las familias afectadas por los sismos de septiembre de 2017 en las comunidades más vulnerables de nuestro país; de esta manera se entregaron a los afectados:

- 150 catres y 300 cobijas en el Albergue de Jojutla, Morelos.
- Se apoyó a 200 personas damnificadas de Iztapalapa con alimentos, catres y cobijas.

En Chiapas a través de nuestro Centro Financiero de Tuxtla Gutiérrez se entregaron:

- 200 cajas de Nutrileche. - comunidad de Pomposo Castellanos, Municipio de Cintalapa; Chiapas
- Seis kits de Vivienda temporal para el telebachillerato comunitario #98.- comunidad San Luqueño Municipio de Tonalá, Chiapas
- 44 viviendas temporales. - comunidades de Azteca y Malpaso del Municipio de Arriaga, Chiapas
- 108 láminas galvanizadas. - Municipio de Acala, Chiapas.

Se hizo el lanzamiento de la Campaña de Navidad “Abriga Un Corazón” que este enero entregó chamarras, guantes y gorras a 150 niños y niñas de Casas Hogar en Querétaro, Cuajimalpa y Zacatepec, Morelos.

Finalmente, durante 2017 Actinver Apoya A.C. cumplió apoyando a través de donativos a Asociaciones e Instituciones como:

1. Un Mañana para la Comunidad A.C.
2. Iluminemos de Azul A.C.
3. Apoyando Angelitos con Autismo A.C.
4. Fundación Proempleo Productivo A.C.
5. Fundación de Protección y Asistencia para Ancianos Desvalidos I.A.P.
6. Ojos que Sienten A.C.
7. GRUPEDSAC

Sabemos que el 2018 estará lleno de nuevos retos y objetivos por cumplir, y es por ello por lo que enfocaremos el desarrollo de Actinver Apoya A.C. en puntos específicos:

- **Seguir generando confianza** frente a las instituciones que trabajan con nosotros para impulsar el crecimiento de nuestros programas.
- **Lograr una mayor sustentabilidad.**

De esta manera, en Actinver Apoya A.C. lograremos tener un mayor impacto en la sociedad mexicana y ser una iniciativa de cambio social líder a nivel nacional.

EL CCE, A TRAVÉS DE LA FUNDACIÓN DEL EMPRESARIADO EN MÉXICO

impulsa el desarrollo de empresas sociales como vía para salir de la pobreza

GANAR-GANAR

Las empresas sociales tienen el objetivo de producir, integrar cadenas productivas y generar valor agregado con esquemas de distribución equitativa del ingreso, priorizando la reinversión de utilidades e impactando en el desarrollo regional sostenible. Para promoverlas, el pasado mes de enero Fundemex -que forma parte del CCE (Consejo Coordinador Empresarial)- realizó el seminario "La empresa social, un instrumento eficaz de impacto en el desarrollo", en la Ciudad de México.

El evento, tuvo el objetivo de multiplicar los esfuerzos del Programa de Fortalecimiento de la Empresa Social y fomentar nuevas alianzas entre empresas líderes del sector privado y empresas sociales. Esta vinculación permite que empresas consolidadas establezcan cadenas de proveeduría o contribuyan con capacitación o transferencia tecnológica al desarrollo de empresas sociales. A la fecha, se ha impulsado la creación de 15 alianzas empresariales, en nueve estados del país, generando alrededor de 1,765 empleos formales en zonas de alta y muy alta marginación.

Juan Pablo Castañón Castañón, presidente del CCE, afirmó que "las empresas sociales tienen un gran impacto social; son sostenibles en el largo plazo; tienen a la persona al centro de sus acciones; y fomentan el diálogo social, la solidaridad y el trabajo en equipo". En la actualidad, agregó, 48% de la población que nace en el quintil socioeconómico más bajo, permanece en ese nivel de ingreso; por lo que es indispensable impulsar la movilidad social a través de proyectos productivos. En este sentido, dijo, "la figura de la empresa social puede lograr un verdadero impacto, a través de la creación de empleos formales y el desarrollo sostenible de comunidades marginadas, sólo fortaleciendo la capacidad de generar ingresos, los mexicanos podemos salir de la pobreza de manera permanente".

En el marco del evento, el CCE, Fundemex y la Universidad Iberoamericana (UIA) firmaron un convenio de colaboración para fortalecer a las empresas sociales. A lo largo del día, participaron representantes de organismos internacionales, como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF), así como miembros de sectores público y privado en México.

Los expertos expusieron los retos y oportunidades que enfrentan las empresas sociales en materia de inclusión financiera, integración de cadenas de valor y políticas públicas para la inclusión económica. Todos compartieron, desde diferentes perspectivas, cuáles son las alternativas para integrar a una empresa social al mercado de forma más plena. Dentro de las alternativas planteadas destacó su incorporación en las cadenas de valor de empresas con mayor desarrollo y el impulso de convenios para el aprovechamiento de sus ventajas competitivas.

LAS COSAS POR SU NOMBRE®
AGENCIA DE PUBLICIDAD
Creatividad sin Límites
Of. 6378 9965 | Cel. 55 63 16 64 71
lapatrona@lascosasporsunombre.mx
Av. Tecamachalco #62, Col. San Miguel Tecamachalco, Edo. México
www.lascosasporsunombre.mx

IPKON

contribuye a la mejora de la imagen de los espacios públicos en los túneles vehiculares de la CDMX

- ***Ipkon trae a Latinoamérica la primera unidad Unimog***
- ***Contribuirá al cuidado y mantenimiento de más de 11 000 m² de espacios públicos en túneles***
- ***El propósito de Ipkon es crear una gestión óptima del espacio público, sostenible, estético y respetuoso con el medio ambiente***

Ipkon, empresa de espacios publicitarios de gran formato en túneles vehiculares en la Ciudad de México, presentó la primera unidad móvil que llega a Latinoamérica denominada Unimog con el respaldo de Mercedes Benz, la cual será destinada a la limpieza y mantenimiento de túneles. De esta manera Ipkon continúa con su contribución en el rescate y mejora de la imagen urbana en la Ciudad de México.

Unimog es el nombre por el que se conoce a una variedad de camiones medianos multipropósito de tracción en las cuatro ruedas producido por Mercedes-Benz. Su nombre es un acrónimo que proviene del alemán UNIversal MOtor Gerät.

Esta unidad contribuirá a la limpieza de los 54 000 m² de superficie de los túneles de la Ciudad de México en los que está presente Ipkon. Este modelo cuenta con un rodillo y un tanque con capacidad de 6 000 litros de agua tratada con lo que diariamente llega a limpiar superficies de 4 000 m². Esta tecnología es utilizada actualmente en países como Alemania y Japón.

Ipkon es un ejemplo de publicidad exterior que ha dirigido su negocio a la innovación y creatividad en espacios publicitarios sustentables, a través del rescate de 54 mil metros cuadrados en túneles. El propósito de Ipkon es crear una gestión óptima del espacio público, sostenible, estético y respetuoso con el medio ambiente, operando en un marco de legalidad

Hugo Camou, presidente de IPKON comentó: “Cuidamos que los túneles donde se ubican los espacios publicitarios de gran formato de Ipkon reciban mantenimiento continuo, a través de la contraprestación que aportamos, esto permite que la ciudad se beneficie ya que mediante la publicidad que se exhibe en estos espacios Ipkon contribuye al mejoramiento del espacio público, haciendo que el trayecto de los usuarios de las vías urbanas resulte más seguro y amigable. Todo ello aunado con la creatividad que han desarrollado las marcas para anunciar sus productos en estos medios, lo que da como resultado campañas más atractivas y efectivas”.

¿Ya eres parte de la Red?

Tú, OSC que le interesa capacitarse
y profesionalizarse
¡te invitamos a ser parte de la Red!

¿QUÉ ES LA RED?

La Red es una alianza entre Fundaciones Empresariales y empresas con actividad social que se unen para alinear las opciones de apoyo y así lograr unificar la labor social en nuestro País. Paralelamente, dentro de esta Red, las Organizaciones de la Sociedad Civil como la tuya, podrán contar con un espacio único para profesionalizarse y capacitarse dentro de los criterios internacionales que rigen la actividad social de forma gratuita.

¡ES TOTALMENTE GRATUITO!
Y PUEDEN SER PARTE:

Fundaciones Empresariales
Empresas con Actividad Social
Organizaciones de la Sociedad Civil
Asociaciones Civiles
Instituciones de Beneficencia Pública
Instituciones de Asistencia Privada
Organizaciones No Gubernamentales

¿CUÁLES SON LOS BENEFICIOS?

Recibir capacitación presencial y en línea de forma gratuita
Recibir asesoría legal para tu OSC de forma gratuita
Sinergia y colaboración con otras OSC
Acceder a las Convocatorias Nacionales e Internacionales
Recibir boletín mensual con novedades
e información de interés

Completa tu perfil en www.RedAsociaciones.com
¡Y forma parte de una Red que puede cambiar el rumbo de tu país!

Talento Pfizer, trabajando por un México más saludable

El Global Health Teams (GHT) de Pfizer es un programa internacional corporativo y voluntario que despliega equipos multifuncionales de colaboradores de alto nivel, a fin de trabajar como consultores en diversos proyectos de ONG's, empresas sociales o entidades gubernamentales dedicados al cuidado de la salud en mercados emergentes.

Hasta el momento, dicho proyecto ha contado con la participación de más de 450 colaboradores de la farmacéutica quienes han contribuido con cerca de 350 mil horas de trabajo voluntario en más de 40 países.

Para esta edición, desde el 12 de febrero y hasta el 2 de marzo, un equipo de nueve directivos de Pfizer alrededor del mundo (Japón, Irlanda, Reino Unido y Estados Unidos) se encuentran en la CDMX para aportar su talento en beneficio de instituciones seleccionadas. Para esta edición, dos ONG's locales y una empresa social: **Fundación Salvati A.C.**, **Fundación Alzheimer México I.A.P.**, y **Clínica Oftalmológica Salauno.**

Compañía biofarmacéutica que define **los estándares de excelencia a nivel mundial**

El compromiso de Pfizer con la construcción de un México más saludable comprende de un trabajo cercano con la comunidad de profesionales de la salud, organizaciones de la sociedad civil y autoridades gubernamentales. Las premisas básicas en las que se sustenta el programa de Responsabilidad Social Corporativa de la farmacéutica son la ética y la inversión social; en el primer caso, la forma de hacer negocios es tan importante como el negocio mismo.

Por otro lado, la inversión social busca impulsar el fortalecimiento institucional de todas las organizaciones a las que la empresa brinda su apoyo, lo que la convierte en un aliado confiable de la sociedad civil que trabaja directamente para mejorar la salud de las comunidades.

En ese sentido, Lizete de la Torre, Directora de Asuntos Corporativos de Pfizer en México, señaló que “el GHT es una iniciativa que se hace dos veces al año en varios países desde el 2011; de hecho, su primera edición fue en México. Por ello, nos sentimos muy honrados de que nuestro país haya sido elegido por segunda vez para seguir beneficiando a más organizaciones”.

A lo largo de tres semanas, los participantes trabajan en proyectos para ayudar a mejorar los sistemas del cuidado de la salud, generando nuevas perspectivas en los retos globales y demostrando cómo el sector privado y la sociedad pueden colaborar en conjunto para hacerles frente. Adicionalmente, los colaboradores de Pfizer regresan con una experiencia de vida al haber logrado un impacto en la sociedad.

Esto es posible gracias a la colaboración de PYXERA, una ONG basada en Estados Unidos y con representantes en diversos países como México, quienes ayudan a Pfizer a encontrar los proyectos de organizaciones civiles más adecuados con los que la empresa pueda colaborar.

Más allá de una labor filantrópica de dar un donativo a estas instituciones, la empresa farmacéutica les brinda conocimiento para desarrollar proyectos de impacto social y que éstos, a su vez, tengan un efecto multiplicador, ampliando la red de personas beneficiadas.

El 2 de marzo se dará cuenta de los resultados del trabajo que se hará a lo largo de estas tres semanas con cada una de ellas, así como un seguimiento a largo plazo.

“Una población saludable es crucial para que un país sea productivo y con un desarrollo globalmente competitivo. Por ello, debemos actuar como socios estratégicos la industria privada, las autoridades, la comunidad médica y las organizaciones de la sociedad civil”, destacó Rodrigo Puga, Presidente y Director General de Pfizer en México.

El programa Global Health Teams (GHT) de Pfizer es una muestra del compromiso que la compañía tiene desde hace más de 165 años con la población general y los grupos vulnerables.

Pfizer no solo propicia un mundo más saludable a través del desarrollo de más y mejores terapias innovadoras que mejoran la calidad de vida de los pacientes, sino también fomenta un cambio sistémico con proyectos capaces de resolver, desde la raíz, necesidades puntuales de salud.

Pfizer

Innovar para llevar a los pacientes **terapias** que de manera significativa **mejoren sus vidas**

Salvati®
EDUCAR PARA SALVAR

FUNDACIÓN ALZHEIMER
ALGUIEN CON QUIÉN CONTAR I.A.P.

salauno®
Ver. Vivir. Transformar.

Pfizer tiene presencia en **180 países** y emplea a nivel global a más de **85,000** colaboradores/as

LA FEMINIZACIÓN de la RSC en México

Adriana Prieto Gaspar de Alba*

Está claro que la tendencia de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) va en incremento en el mundo y México no es la excepción. Más allá de analizar el fenómeno de este crecimiento me gustaría concentrarme en algunas habilidades y competencias que las mujeres que toman puestos dentro de esta área deberían considerar.

Curiosamente cada vez es más común que sean más las mujeres que ocupan puestos de Responsabilidad Social Corporativa en las empresas, no estoy diciendo que no haya hombres, pero, sí somos más las mujeres que acaparamos más estas áreas. Aún no logro descifrar la respuesta, pero tengo algunas pistas sobre por qué sucede esto.

Las mujeres ocupan un papel clave en esta línea del tiempo. Hoy, grandes mujeres íconos de la RS se han formado por la vida diaria y experiencia personal, inspirando a otras mujeres para adentrarse a este mundo y haciéndolo crecer.

Hasta hace unos años, comenzaron a existir licenciaturas y maestrías especializadas en responsabilidad social. Antes eran algunas materias de índole social y/o humano que aplicarían a esta área. Puedo decir que las mujeres que nos movemos en este mundo siempre fuimos intensas en este tipo de materias. Esta sería la primera señal para poder adentrarse a la RSC.

Me gustaría concentrarme en las habilidades y competencias que, son el mínimo común para estar en el mundo de la RSC, estas son: pasión, innovación, creatividad, capacidad de resiliencia, perseverancia, preparación y conocimientos; ingredientes básicos que se necesitan para ejercer en la RSE.

*Adriana Prieto Gaspar de Alba: Es Gerente de Responsabilidad Social Corporativa de Grupo Aeroméxico. Egresada de la Universidad Iberoamericana en la carrera de Relaciones Internacionales; y concluyó la Maestría en Administración y Emprendimiento Social por parte de la Universidad ORT México.

Sonará romántico empezar por la pasión, pero definitivamente si no te apasiona la RSC "no la vas a hacer en este ecosistema". Debes estar convencida de que la educación es el futuro de un país porque cuando te toque ir a recaudar fondos para tu Fundación de Educación, debes tener un discurso que salga del corazón y no una guía que te diga cómo vender la educación para que te donen o te hagan un cheque al portador. Debes estar convencida de que los derechos humanos son la base de todo: de una política de anticorrupción, un código de conducta o una campaña de marketing sobre LGBT (Lesbianas, Gais, Bisexuales y Trans) para celebrar el día de la diversidad.

Los puestos de responsabilidad social y en específico de recaudación de fondos son perfectos para las mujeres que no pueden tener una vida "godin". Recaudar fondos no requiere estar en una oficina ocho horas diarias, lo que necesitas es tener buenas relaciones, contacto y un excelente discurso que enganche a tu posible donador. Te da la flexibilidad para ser *multitask* mientras cumplas tus metas.

Innovación y Creatividad van de la mano. Al ser un área "relativamente nueva" en una empresa, está en constante evolución. Además, hay que sumar que existen corporaciones donde el capital humano del área es mínimo frente al número de colaboradores de la organización. Tienes que desarrollar la capacidad de hacer mucho con pocas manos y colaboradores. Debes hacer del área de Responsabilidad Social, un área estratégica y no operativa. Debes crear aliados con el resto de las áreas para que así, tengas embajadores de los proyectos y cuando sea la hora de ejecutar ya tienes expertos de distintos temas listos para agilizar el proceso y ejecutar el proyecto.

Un punto que siempre se debe considerar es que en RSC es imposible ser experto en todos los temas. Quien diga que lo es, es un ser extraordinario o miente. Es aquí donde te apoyas en las organizaciones de la sociedad civil ya que ellos sí son maestros en sus causas y están especializados, y que aliándose contigo como empresa son más fuertes. Me remonto al Objetivo de Desarrollo Sostenible 17, mi favorito porque estoy convencida de que sin él difícilmente los demás se pueden cumplir: Alianzas para Lograr los Objetivos.

Resiliencia y Perseverancia. Debes tener la capacidad de cambio porque podrás tener tus metas a cumplir ese año y pensarás que ya tienes el rompecabezas armado, sin embargo, las circunstancias pueden variar cada día y no por eso abandonarás lo que ya trabajaste. A diferencia de trabajar en una OSC o una Fundación, se podría decir que todos los colaboradores tienen el mismo *mindset* lo que ayuda para la ejecución de tus objetivos. En una empresa existen escenarios donde colaboradores no tienen noción de lo que hace el área RSC o simplemente no les interesa, una situación así se convierte en un reto para ti para poder involucrarlos y se sumen al Proyecto. También, existen casos donde la industria es propensa a que haya más hombres que mujeres o que por su naturaleza es una "industria de hombres, volviéndose un mayor reto para ganar credibilidad, aliados y además destrabar proyectos. Para situaciones como estas la mejor solución es el voluntariado. Curiosamente en los programas de voluntariado corporativo que he participado y coordinado siempre es mayor la participación de las mujeres, de todas las edades, puestos y áreas. El voluntariado es el espacio y oportunidad perfecta para crear empatía con otras mujeres que pueden sumar y ser embajadoras de la RSC.

El último ingrediente que se necesita en el ecosistema es el conocimiento tanto de derechos humanos, como de habilidades y competencias las cuales no son jerárquicas son transversales; es una combinación que día a día pones a prueba y debes aplicar para resolver, proponer o defender.

Más allá de tener una preparación académica especializada en el sector, existe ya una amplia bibliografía que aporta alto conocimiento para aplicar técnicas, metodologías, romper mitos, propuestas y planteamientos de hacia dónde va la RSC. Las mujeres ocupan un papel clave en esta línea del tiempo. Hoy, grandes mujeres íconos de la RS se han formado por la vida diaria y experiencia personal, inspirando a otras mujeres para adentrarse a este mundo y haciéndolo crecer.

La RSC no tiene género, pero la participación de la mujer en ella es mayor y va en crecimiento. No hay mejor testimonio de mujeres líderes en la RSC que demuestren que la responsabilidad social no es un peso para la empresa sino una manera de hacer negocio generando impacto social o ambiental.

BRECHA DE GÉNERO EN EL MUNDO LABORAL
¿Cómo resolverla?

Paola Palma

Diversas medidas de progreso social muestran que, a nivel internacional, las brechas de desarrollo entre hombres y mujeres en áreas como educación y salud se están cerrando. Cada año, más niñas y mujeres tienen mayor acceso a servicios médicos y también, pueden educarse y permanecer más tiempo en la escuela.

Sin embargo, hay muy pocos cambios en la brecha de desigualdad laboral entre hombres y mujeres. De hecho, las mejoras en este rubro son tan pequeñas que, según datos del *Global Gender Gap Report* del Foro Económico Mundial, tardaremos 217 años para alcanzar plena igualdad de género.

En un intento por comprender la brecha de género laboral y cómo puede reducirse, el Foro Económico Mundial se dio a la tarea de clarificar la situación de las mujeres trabajadoras con datos empresariales en tiempo real provenientes de la aplicación LinkedIn.

Analizando 12 sectores económicos, los resultados son contundentes. La participación femenina en posiciones de liderazgo es baja en la mayor parte de las industrias analizadas. Al mismo tiempo, la tasa de crecimiento de mujeres en puestos de liderazgo ha aumentado apenas 2% durante la pasada década.

El estudio muestra que únicamente tres industrias registran un liderazgo corporativo femenino por arriba del 40%: la industria del cuidado de la salud, la educación y las actividades no lucrativas. En industrias como la manufactura o la energía, el liderazgo femenino no llega ni al 20%. Como puede apreciarse, los sectores donde el rol de la mujer ha sido mayor históricamente, son los que continúan ofreciendo mayor posibilidad de acceso a roles de liderazgo.

¿Qué hacer para mejorar esta situación?

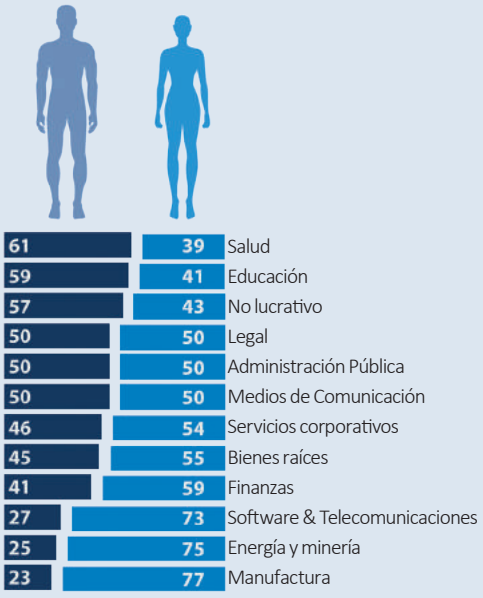
Existe evidencia que demuestra que, cuando hay más mujeres en posiciones de liderazgo, las oportunidades para incorporar a más profesionales femeninas aumenta dentro de las industrias y empresas. De hecho, existen datos que corroboran que las CEO favorecen salarios mayores para las mujeres empleadas frente a los ofrecidos por CEO masculinos.

Esto nos habla de un círculo virtuoso a favor de la igualdad. A mayor número de mujeres en posiciones de liderazgo, menor brecha salarial y de oportunidades entre mujeres y hombres.

El camino para reducir la brecha de género laboral aún es largo y no podrá revertirse en el corto plazo. Sin embargo, es responsabilidad de las empresas promover una mayor equidad en sus equipos laborales, tanto en el acceso a posiciones de liderazgo como en los ingresos salariales por trabajos similares.

Promover la equidad y la inclusión como valores dentro de las empresas es una responsabilidad global que implica una transformación de códigos culturales y formas de pensamiento. Si queremos brindar condiciones de bienestar a la sociedad y alcanzar una economía sana y sostenible, la discriminación laboral hacia la mitad de la población no puede ni debe continuar.

Total de empleados por industria



La grandeza no es definida por el sexo, se logra por la capacidad de asumir riesgos.

El 90% del personal de ACCSE
–agencia # 1 en consultoría de
responsabilidad social–
SON MUJERES.

accse
Acción Social Empresarial

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL
de género se ubica en el mainstream empresarial

Dafne Navarro M. / Knowledge Management / Great Place to Work® México

Y sí, prácticamente en todas las organizaciones de nuestro país, los términos de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o Responsabilidad Social Empresarial (RSE), ya forman parte del léxico y estrategia organizacional; hablar de la Responsabilidad Social de Género (RSG) es de uso poco común.

La RSC representa un modelo de gestión sumamente trascendente para la sociedad actual además de ser una estrategia para favorecer el desarrollo sostenible de las organizaciones.

Una característica importante de la RSC es que tiene un carácter voluntario: se trata de un compromiso por parte de las personas que forman parte de instituciones públicas o privadas y/o empresas para contribuir al bienestar de la sociedad tanto local como global.

El concepto de RSE tiene un brillante futuro porque en su núcleo captura las preocupaciones más importantes de la opinión pública respecto a las relaciones de las organizaciones y la sociedad (Carroll, 1999). En cualquier caso, la RSE se convertirá en importante éxito competitivo (Porter y Kramer, 2006).

Así la sociedad está mirando de cerca a las organizaciones, evaluando en tiempo real el impacto de sus acciones en el cumplimiento de la ética y gobernabilidad empresarial, calidad de vida en el trabajo, cuidado y preservación del medio ambiente, vinculación y compromiso con la comunidad y su desarrollo.

Las Mejores Empresas para Trabajar® toman estos importantes retos para hacer de la sustentabilidad y de la responsabilidad social temas clave dentro de las estrategias organizacionales, reconociendo el impacto que tiene su actividad hacia el entorno social.

Temas de género en las organizaciones

En la agenda de la RSE se está indexando el tema de género. A pesar de que las mujeres están más productivamente involucradas en las empresas y sus condi-

ciones laborales han mejorado en las últimas décadas, aún existen amplias evidencias de la desigualdad que perpetuán en prácticas de selección de personal, desarrollo laboral, salario vs funciones y segregación.

La RSG se convierte hoy en una tendencia del management empresarial que busca incorporar la clave de género en la agenda de la gestión de la RSE, reinterpretar las relaciones existentes entre la empresa y sus grupos de interés clave de género.

Conlleva la integración del enfoque de género y en particular, de las áreas emergentes como la igualdad y la diversidad de género, en las operaciones comerciales de las empresas e impregna el diálogo con todos los grupos de interés para conocer sus demandas y expectativas, y desarrolla políticas de género que sean compatibles con las estrategias empresariales de búsqueda de productividad y eficiencia y rendimiento económico.

(De la Torre y Maruri, 2009).

RSG en la agenda estratégica

A pesar de que todas las líneas estratégicas son importantes, existe un punto de partida fundamental para fomentar la RSG en las organizaciones, independientemente de su giro o tamaño. Este punto referido trata de la igualdad de género, desde una perspectiva interna y externa que promueva la generación de círculos virtuosos que impacten de manera positiva a los colaboradores, sus familias, el negocio y el mundo.

Los elementos básicos sugeridos para crear una estrategia de igualdad de género se basan en una premisa de seis acciones de intervención a nivel organizacional donde todos se involucran y participan.

1. **Compromiso de la organización**
2. **Conocimiento de la situación**
3. **Conocimiento de los recursos de apoyo a las empresas**
4. **Información continua e interna de las estrategias de la empresa**
5. **Asignación de responsabilidades**
6. **Seguimiento y evaluación.**[1]

El tema de innovación en la línea de la RSG es un *must* para las empresas que pertenecen a los Mejores Lugares Para Trabajar™, ahí desarrollan iniciativas que se transforman en mejores prácticas dentro de cada sector.

Enfocadas a lograr un **equilibrio de género** en los procesos de selección, demuestran que la organización busca equidad al número de hombres y mujeres colaboradores.

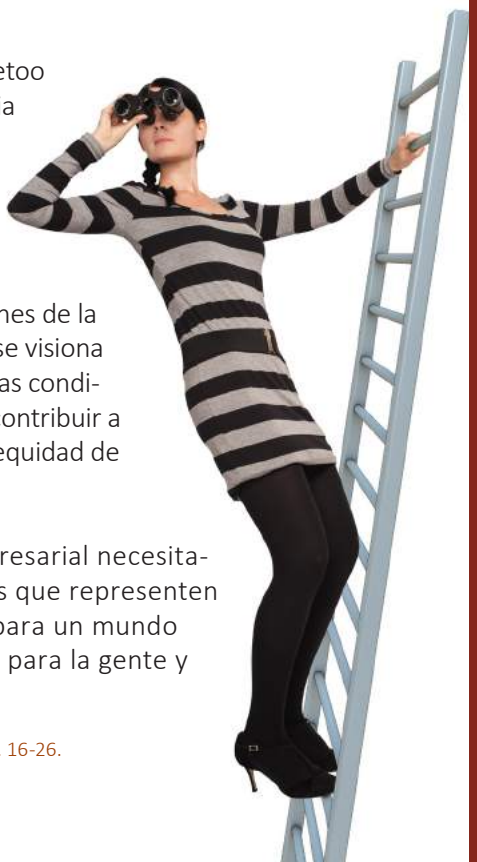
Se implementan sistemas de remuneración basados en la evaluación del desempeño, con ello van acortando el *gap* de las **diferencias salariales** entre ambos géneros.

La **sensibilidad al trabajo-familia** abre la posibilidad a adoptar formas de trabajo flexibles, programas de reducción y acogida de quienes han estado un tiempo fuera de la empresa.

Los líderes más confiables participan en redes de apoyo dentro de las organizaciones, asumiendo el rol de mentor o *coach* que impulsan a grupos de mujeres a posiciones de liderazgo.

De esta manera se cumple uno de los principios fundamentales de la RSG que es la creación de buenas prácticas específicas, impulsadas tanto desde la esfera pública como privada; interesadas en atender a las expectativas de los grupos de interés relacionados a la organización.

Cada vez más empresas reconocen que promover la RSG no es solamente "lo que se debe hacer" sino que puede ser también una estrategia de competitividad en el mundo actual.



Movimientos como #Metoo están creando conciencia acerca del rol que presentan las mujeres en las empresas industria, economía y nuevo orden mundial; este esfuerzo de organizaciones de la sociedad civil y privada se visiona en apoyarlas a generar las condiciones necesarias para contribuir a un mejoramiento de la equidad de género para todos.

En el *mainstream* empresarial necesitamos más protagonistas que representen el compromiso social para un mundo mejor en los negocios, para la gente y para el mundo.

[1] De Fundación Mujeres et al. (2006): Buenas prácticas para integrar la igualdad de género en las empresas, pp. 16-26.

FORTALECIENDO EL GOBIERNO CORPORATIVO

a través de Women Corporate Directors

Michelle Rangel

Women Corporate Directors (WCD) es una organización que tiene 15 años activa, siendo su propósito el colocar a mujeres en Consejos de Administración a nivel global, actualmente funciona en 80 países, como África, Perú, Brasil, Argentina, Japón, Colombia y Panamá, por mencionar algunos.

De acuerdo con Karen Mauch, Copresidente del capítulo mexicano de Women Corporate Directors, junto con Magdalena Carral: "Nos encargamos de reunir, capacitar y formar mujeres capaces y con experiencia".

Al día de hoy en las empresas mexicanas solamente el 6% de sus integrantes son mujeres en el Consejo, donde la mitad son patrimoniales y únicamente el 3% son consejeras independientes, dando como resultado un Gobierno Corporativo no tan eficaz, lo cual es básico e importante para el éxito de una empresa. El colocar mujeres en algún Consejo sube la rentabilidad de la empresa y, si es una empresa listada, el comportamiento de las acciones mejora, compartió Karen Mauch. En términos de participación del género femenino dentro de Consejos de Administración, América Latina se encuentra en una posición no muy favorable, siendo México uno de los países con menor representación femenina en los Consejos de esta región.

Women Corporate Directors promueve la integración de mujeres en Consejos de Administración e invita a quienes ya forman parte de alguno para participar en el equipo. Hoy en día el comité ejecutivo de México está formado por: Adriana Sánchez, Bárbara Mair, Karen Mauch, Laura Tapia Navarro, Magdalena Carral, Martha Smith, Mónica Loaiza, Simona Visztova y Susan Rucker.

Para formar parte de esta organización es necesario tener experiencia como consejera en una empresa listada, en alguna empresa que facture más de 200 millones de dólares en ventas anualmente o en una ONG de gran tamaño, sin embargo, en Los Ángeles y Nueva York, la asociación global está trabajando en un programa de formación para mujeres que tienen toda la capacidad pero no han sido parte de un Consejo, lo anterior para que se abra el espectro de visión a empresas que necesitan consejos profesionales y que están en ciernes en su Gobierno Corporativo.

WCD cuenta con socios globales para compartir ideas, experiencias y encontrar soluciones prontas y efectivas, generando un conocimiento elevado, capacitación continua y creación de un nivel de Gobierno Corporativo de lo mejor del mundo.

Para la apertura de Women Corporate Directors en México, se recibió apoyo de patrocinio por parte de Spencer Stuart, Marsh y KPMG, así como un seminario sobre los tipos de riesgos que existen dentro de una empresa por parte de Marsh. Otro gran aliado es el International Financial Corporation (IFC), subsidiario de World Bank, quien ha brindado una presentación de las responsabilidades legales de consejeros de empresas públicas en México.

Con este tipo de proyectos se crea una conciencia del valor agregado del Gobierno Corporativo, la estadística global comparte que los negocios familiares que sobreviven son el 13% después de la 3a generación y gracias a esta Organización en pro del género femenino, México podrá tener una Bolsa de mujeres capaces y preparadas a disposición de quien quiera mejorar su empresa.

PREMIOS
GANAR-GANAR

Lo mejor de la Responsabilidad Social
y la Sostenibilidad

365 días
para crear

15 años

5475 días
trabajando
por México

8 marzo 2018

PEÑOLES

FUNDACIÓN TELMEX telcel

CEMEX
Construyendo un mejor futuro

PETSTAR

Industria Mexicana de Coca-Cola®

grupo imu
imágenes y muebles urbanos

MOBILITY ADO

ISM CORPORATIVO

LAS COSAS POR SU NOMBRE
www.lascosasporsunombre.mx

EMPATÍA, SENSIBILIDAD Y TALENTO
a favor de la Responsabilidad Social

En el XV aniversario de la revista Ganar-Ganar, así como el Día Internacional de la Mujer, celebramos con nuestros lectores compartiendo valiosos testimonios de algunas de las mujeres que han protagonizado el desarrollo de la responsabilidad social en México en los últimos años. Así como ellas, muchas otras mujeres empresarias y directivas han puesto su vocación, profesión y talento al servicio de los negocios responsables y la creación de valor compartido, la lista sería interminable por lo que aquí les compartimos una pequeña, pero muy meritoria muestra, de algunas de las mujeres que día con día dan vida a la responsabilidad social.

Martha Smith >>>>>

Los principales logros y satisfacciones en mi carrera profesional han sido varios. El primero fue descubrir que **mi verdadera misión en la vida es la de trabajar en el sector social**. Ese descubrimiento me llevó a grandes satisfacciones con personas que tal vez requerían de un apoyo para descubrir su potencial humano. He conocido a muchas personas verdaderamente extraordinarias en este camino, quienes han aportado mucho a mi propio crecimiento y desarrollo como ser humano.

Otra satisfacción ha sido el descubrimiento de mi naturaleza como emprendedora social. Y ya me conozco muy bien en ese sentido… **me encanta trabajar para levantar nuevos programas, proyectos y organizaciones**, ya sea para mercados no bien atendidos o para necesidades específicas. Pero nunca, nunca, lo hago sola. Los momentos más grandes de mi carrera han sido conocer a personas con la misma visión, formar equipos y trabajar de la mano con ellos. Tal vez para mí no hay cosa más increíble en lo profesional que esos trabajos en equipo. Entre mis recuerdos están: Reciclable por Naturaleza, Fundación del Empresariado en México, A.C., la U.S. Mexico Foundation (constituida en los Estados Unidos), Separación obligatoria de residuos sólidos en el Municipio de Valle de Bravo, y muchos más.

Los principales retos para mí con las organizaciones que de alguna manera les di vida institucional, han sido las transiciones de la Dirección en el momento que decido pasar a un puesto más estratégico al Consejo Directivo. No me he visto muy capaz de comunicar al Consejo Directivo los perfiles requeridos para esos puestos de dirección y hemos sufrido, por consecuencia, algunos tropiezos. De alguna manera es lo contrario del fenómeno del conocido "Síndrome del Fundador" dado que he querido dejar las organizaciones en manos de profesionales y pasar la batuta en forma profesional, pero no me dio resultados positivos en alguna ocasión. Eso ciertamente ha cobrado un precio en las organizaciones.

Mi visión sobre la economía y el desarrollo de México a partir de la gestión socialmente responsable y sustentable es la siguiente: Pienso que **los modelos híbridos de Organizaciones no lucrativas con empresas sustentables nos dan modelos que tienen el potencial de ser escalables con gran impacto social y ambiental**.

Por otra parte, defiendo la filantropía pues considero que el desarrollo de México continuará dependiendo de modelos filantrópicos para muchos organismos. **La filantropía** nos permite ser creativos, flexibles y tomar riesgos que difícilmente en otros sectores podemos hacer. También **nos permite regresar algo de lo mucho que hemos recibido en esta vida**.

Ahora dedico por lo menos el 50% de mi tiempo profesional a estos modelos, entre empresas sociales fortalecidas por Fundemex a emprendedores sociales que necesitan afinar sus modelos a través de incubación y aceleración. Esto último lo hago como Consejera y Mentora del Instituto Irrazonable.

Nos quedan muchos retos en cuanto a mecanismos financieros y fondos de inversión para estos modelos, así como políticas públicas para mejorar el ecosistema en el cual funcionan estos esquemas híbridos. Ejemplo, el Capitalismo creativo en las palabras de Bill Gates. <<<

Fotografías por Gabriel González

Los momentos más grandes de mi carrera han sido conocer a personas con la misma visión, formar equipos y trabajar de la mano con ellos.

Martha Smith

Consejera Editorial de Ganar-Ganar

Mónica Flores

Presidente de ManpowerGroup para Latinoamérica

La Inclusión Consciente es "garantizar que todas las personas se sientan invitadas y que su potencial humano sea valorado".

Mónica Flores >>>>>

Uno de mis principales logros y satisfacciones en mi carrera profesional es ser presidenta para Latinoamérica de ManpowerGroup, responsable de la operación de 18 países, con más de 3,500 empleados *staff* y más de 120,000 empleados temporales a mi cargo.

Bajo mi liderazgo, ManpowerGroup se ha convertido en la empresa más grande de Latinoamérica según Staffing Industry y líder de RPO según el *ranking* de Everest Group PEAK Matrix. Asimismo, ManpowerGroup ha obtenido diversos reconocimientos por su responsabilidad social e inclusión, como: Modelo de Equidad de Género, Institucionalidad y Transparencia, Distintivo Empresa Incluyente Gilberto Rincón Gallardo, Empresa Familiarmente Responsable, Empresa Socialmente Responsable, Las empresas más innovadoras, Súper Empresas, entre otros.

Como Presidenta de Fundación ManpowerGroup, a través de diferentes programas, **hemos beneficiado a más de 65,000 personas con rezago educativo, adultos mayores, personas con discapacidad, víctimas de trata de personas, refugiados y migrantes**, entre otros.

También los reconocimientos que he recibido me llenan de satisfacción ya que he sido distinguida por diversas revistas como una de las mujeres más poderosas de los negocios en México y LATAM.

En 2017 fui nombrada Presidente de American Chamber of Commerce of Mexico. En 2016, recibí el premio "Flama, Vida y Mujer" en el Ámbito Empresarial, otorgado por la Universidad Autónoma de Nuevo León, así como el reconocimiento "Mujer destacada del año de México y Latinoamérica en los Negocios" por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos. Distinguida como uno de los 10 principales promotores globales de la diversidad por Global Diversity y una de las 5 mujeres más destacadas en la Responsabilidad Social Empresarial. Fui distinguida por el Senado de la República Mexicana como "Mujer Destacada del Año 2011".

En el 2016 tuve la oportunidad de correr con la antorcha olímpica en los Juegos Olímpicos de Río de Janeiro.

Los pequeños detalles también son muy importantes para mí. **Es muy gratificante recibir cartas y correos de gente que ha trabajado conmigo me da gusto saber que tuve un impacto positivo en ellos**; también ver cómo les cambia la vida a aquellos que beneficia Fundación ManpowerGroup.

Mi visión de la economía y el desarrollo de México a partir de la gestión socialmente responsable y sustentable comprende a la inclusión y diversidad como un tema de negocios. Al hablar de diversidad me refiero a diversidad de talento y por tanto de pensamiento. Esto genera innovación, competitividad y conocimiento.

La Inclusión Consciente es "garantizar que todas las personas se sientan invitadas y que su potencial humano sea valorado". Lamentablemente, estamos estancados en pláticas y discusiones circulares. Necesitamos realizar acciones concretas para lograr resultados reales.

La única forma de hacer negocios de manera exitosa de cara al futuro es mediante la responsabilidad social y la sustentabilidad. Es la manera en que nuestro país podrá combatir los grandes retos a los que nos enfrentamos como Estado de Derecho y seguridad, dar certeza jurídica a la inversión privada, promover el desarrollo de talento, generar empleos formales bien remunerados y articular una sociedad más incluyente.

En todo el mundo y en todos los niveles socioculturales y económicos, hay grupos vulnerables tales como personas con discapacidad y adultos mayores con deseos de ser productivos y autosuficientes. Hoy, las empresas pueden empezar a generar oportunidades de trabajo para estas personas. **El primer paso es darse cuenta de la situación y el segundo es tener la voluntad para hacerlo. No existe nada más gratificante que saber que puedes ayudar a una persona a obtener su sustento y el de su familia.**

Todos tenemos derecho a cumplir nuestros sueños profesionales mediante acceso a un trabajo digno, a la educación y capacitación para ser mejores personas, mejores ciudadanos y construir el México que todos queremos. Vamos por el camino correcto y hemos avanzado bastante, pero todavía falta mucho por hacer. <<<

Lorena Guillé

Directora de Responsabilidad Social Corporativa y Directora Ejecutiva de Fundación Cinépolis

Uno de mis mayores retos sociales fue diseñar un modelo colaborativo multisectorial que nos permitiera crecer el número de beneficiarios de nuestro programa social "Del Amor nace la Vista", hemos contribuido a devolverle la vista a más de 41 mil personas con catarata.

Lorena Guillé >>>>>

Me alegra haber incursionado profesionalmente en el mundo de la Responsabilidad Social Corporativa en 2002, cuando el tema recién emergía en México. Es un privilegio trabajar impulsando la práctica de la responsabilidad y del cuidado en el sector empresarial, traduciéndolo en acciones concretas a través del rol que desempeño en Cinépolis.

Me enorgullezco de ser parte del equipo Cinépolis. De estar cerca del liderazgo social y empresarial de Alejandro Ramírez, nuestro CEO. **De liderar la estrategia de responsabilidad social y de Fundación Cinépolis desde sus inicios hace 12 años**. De contribuir junto a mi gran equipo de trabajo a la transformación social de México. Con ellos, cientos de oftalmólogos altruistas y clientes y aliados donantes, **hemos contribuido a devolverle la vista a más de 41 mil personas** con catarata a través del programa social "Del Amor nace la Vista" (2006 a la fecha). También me siento orgullosa de diseñar la experiencia de **llevar el cine a las comunidades más vulnerables de nuestro país** con el programa "Ruta Cinépolis" el cual, gracias a un equipo distinguido, hemos llevado a la auto-sustentabilidad. Desde el 2009 más de 400 mil personas han sido testigos de las cerca de mil funciones de cine gratuitas y al aire libre que hemos realizado en México y Haití.

Asimismo, buscando constantemente cómo utilizar el cine como herramienta generadora de conciencia social colectiva, **fundé en 2008 el DHFest, primer Festival Internacional de Cine de Derechos Humanos en México**, que contó con siete ediciones y que evolucionó en 2016 **para convertirse en el primer Festival de Cine Consciente de Latinoamérica MIRA Film Fest**.

Uno de los mayores retos profesionales a los que me he enfrentado es inspirar una visión de responsabilidad social compartida dentro de Cinépolis, para lo cual **invitamos**, **acompañamos y guiamos en la toma de decisiones responsables a toda la organización**, conscientes del impacto de nuestras decisiones en la prosperidad de nuestro negocio y el de las generaciones presentes y futuras.

Y uno de mis mayores retos sociales fue diseñar un modelo colaborativo multisectorial que nos permitiera crecer el número de beneficiarios de nuestro programa social "Del Amor nace la Vista" para realizar cirugías de manera más efectiva y eficiente a las miles de personas que padecen ceguera por catarata que sueñan con volver a ver y, que por la pobreza en la que viven, la falta de acceso a los servicios públicos de salud, la diabetes y la falta de conocimiento de que la ceguera por catarata es reversible, pasan años en la oscuridad, afectando de esta manera no sólo su calidad de vida, sino la de sus cuidadores -por cada persona con ceguera, dos más dejan de ser productivas-, y generando un impacto notable en la agenda social y económica del país.

La visión de la economía y el desarrollo de México a partir de la gestión socialmente responsable y sustentable se remonta a un sueño: **que todas las empresas que operan en México dispongan de su capacidad instalada y activos para generar valor en la sociedad**, comenzando en la vida dentro de su compañía y hacia afuera, y que se haga un compromiso real de guiar a todos los miembros de la organización a tomar decisiones responsables -hacia la calidad de vida de nuestra gente, la ética empresarial, el planeta y las comunidades donde operan- en su actuar diario, conscientes del impacto de estas decisiones en la prosperidad de sus negocios y el de las generaciones presentes y futuras.<<<

Loreto García Muriel

Consejera Editorial de Ganar-Ganar

No puedo concebir una vida sin servicio. Y me es imposible imaginar que la existencia humana consista en ocupar un espacio de este maravilloso mundo sin entregar algo de sí mismo que contribuya a transformarlo en un mejor sitio para todos.

Loreto García Muriel >>>>>

Nací mujer en un mundo de hombres. Fui una niña deseada y esperada con ilusión, por mis padres y mis tres hermanos. Reconozco que esto es un privilegio que no todos viven. Me rodearon de cariño y fascinación. Como se imaginarán, mi existencia también venía envuelta con muchas expectativas.

Muy pronto mi **sensibilidad**, me hizo dar cuenta de que la vida no es justa. Mientras unos teníamos salud y podíamos correr o brincar, mi hermano y otros niños se rehabilitaban en mi casa a causa de una fuerte epidemia de poliomielitis. Algunos teníamos el privilegio de ir al colegio y salir de vacaciones, al mismo tiempo que otros vivían en la calle y su gran lujo era comer los bombones que compartíamos a la vez que inventábamos juntos divertidos juegos.

Mi mente siempre estaba **inquieta**, me gustaba agradar a mis papás y mis maestros, pero siempre me ha costado mucho trabajo obedecer. Soy capaz de gozar los momentos intensamente, sin embargo, mi actitud de búsqueda continua me obliga a innovar. No me permito insistir en alcanzar, año con año, los mismos logros profesionales. Mi **rebeldía** me lleva en ocasiones a ser necia y también perseverante, a ser disruptiva y también creativa, a defender mis ideas y también a abrirme a los cambios que considero constructivos.

Fue imposible cumplir con las expectativas que se crearon con mi nacimiento. No sin dolor, fui rompiendo paradigmas y al mismo tiempo rompí los sueños de quienes más me querían.

Empecé a trabajar a los 19 años. Nunca he escogido caminos fáciles ni pre-trazados. Pienso que mis logros profesionales se refieren a:

- Aportar algo **diferente**, implementar proyectos **integrales** que tienen más que ver con **sinergias** que con individualismos.
- Partir de las **necesidades** manifiestas de la población de cada uno de los proyectos que me han tocado iniciar.
- **Confiar** en el **potencial** de las personas y en la posibilidad que tienen para impulsar su propio crecimiento y el desarrollo social.
- Partir de las **posibilidades** más que de las limitaciones, de las **oportunidades** más que de los fracasos, de los **aciertos** más que de los errores.
- **Comprometerme** en cada uno de los proyectos que he liderado y reconocer el momento de **soltar** y permitir que otros le impriman también su sello.

En el otoño de mi vida, decidí retirarme del trabajo formal después de 46 años. Encuentro todavía asignaturas pendientes, sueños sin realizar, aportaciones que ofrecer y energía para continuar. Todo ello enfocado a una misión muy clara que me impulsa y me atrae: **colaborar en la construcción de un país en el que todos podamos vivir con dignidad y convivir con armonía**.

Mi participación en diversas organizaciones sociales – Cemefi, Fundación Haciendas del Mundo Maya, Empresarios por la Educación, Cimiento Económico, Fundación Merced, Consejo Nacional del Compromiso con la Calidad y Equidad en la Educación y en especial el Centro de Desarrollo de la Comunidad que tengo el privilegio de presidir – le dan sentido a mi existencia y motivación a mi esfuerzo.

No puedo concebir una vida sin servicio. Y me es imposible imaginar que la existencia humana consista en ocupar un espacio de este maravilloso mundo sin entregar algo de sí mismo que contribuya a transformarlo en un mejor sitio para todos. Deseo que los años que me queden sean fructíferos y productivos.

Felicito a la revista Ganar – Ganar por impulsar la responsabilidad social, por difundir buenas prácticas, por convocar a la población, por contagiar el compromiso y por ser constructores de la conciencia y de la esperanza. Les agradezco infinitamente el permitirme el privilegio de pertenecer a este gran sueño que hoy cumple 15 años y tiene visos de eternidad. <<<

Martha Herrera

Directora Corporativa de Responsabilidad Social CEMEX y Centro CEMEX-Tec de Monterrey para el Desarrollo Sostenible

Hemos aprendido que juntos podemos crear valor compartido y apoyar a la autorrealización de cada persona.

Martha Herrera >>>>>

Hoy me siento profundamente agradecida por tener la oportunidad de ser y hacer lo que mi pasión y propósito marcan. **Desde hace 22 años, he crecido junto a CEMEX, logrando contribuir a nuestro propósito de *Construir un mejor futuro***. Me siento plena al saber que la vocación de servicio que descubrí desde hace muchos años la he podido vivir al máximo y la he reafirmado con mi objetivo de transformar a otros, y especialmente a las mujeres, jóvenes y personas en situación vulnerable con el fin de mejorar la calidad de vida y el bienestar de éstas.

Junto al gran equipo de CEMEX, hemos logrado transformar a muchas comunidades en los países que operamos, colaborando con alianzas multisectoriales. Hemos aprendido que, al escuchar activamente y formalmente a nuestros empleados y socios comunitarios, hemos podido crear valor compartido y apoyar a la autorrealización de cada persona.

En este tiempo, a través de las iniciativas sociales a nivel global y gracias al esfuerzo colectivo de un gran equipo de trabajo, de aliados comprometidos y de una ciudadanía apasionada, **hemos logrado asociarnos e impactar positivamente a más de 12.6 millones de socios comunitarios**. Esta es mi mayor satisfacción, ya que mi motivación siempre ha sido y será, el que las personas, con guía, apoyo y seguimiento, puedan lograr su propia transformación. A lo largo de mi trayectoria, de quienes más he aprendido a escuchar, co-crear, equivocarme y seguir mejorando es de nuestros amigos de las diferentes comunidades. Ellos han sido mi motor para seguir soñando en grande y continuar buscando aliados con quienes aterrizar esos sueños en una realidad concreta para ellos y sus familias, a través de acciones que trasciendan y dejen huella en lo que yo llamo las **"5p's": en las personas, en el planeta, para la prosperidad, con participación proactiva y mucha pasión**.

Hoy en día vivimos en tiempos de constante cambio y muchos retos a nivel global, desde cambio climático y desastres naturales, hasta crisis alimentarias, migración forzada, desempleo, desigualdad y muchas más. La pregunta que nos hemos hecho es cómo podemos contribuir, cada uno, desde nuestra trinchera, en abordar estos retos. Desde CEMEX, estamos firmemente comprometidos con plantear los retos sociales en áreas donde tengamos un *expertise* y valor que agregar. Es por ello por lo que **nuestra estrategia de negocio responsable busca abonar directamente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas** a través de procesos de negocio innovadores y sostenibles.

Aunque de manera indirecta contribuimos con varios ODS como compañía, nuestras acciones están particularmente enfocadas a los objetivos de erradicación de la pobreza, igualdad de género, empleo, crecimiento económico, alianzas y desde luego, desarrollo de comunidades sostenibles.

Cada día vivo y me repito que esta es una carrera de retos continuos; y en lo profesional, **el reto es seguir promoviendo una cultura de negocio responsable**. La responsabilidad social es un viaje de muchas paradas donde debe haber mejora continua. Lo importante es evolucionar y liderar el cambio buscando la transformación de otros.

Con respecto a la visión de la economía y el desarrollo de México a partir de la gestión socialmente responsable, considero que las empresas no podemos estar desligadas del desarrollo social, y por ello debemos enfocar nuestros esfuerzos a crear valor para todos nuestros grupos de interés y para la sociedad en su conjunto. Por ello, es necesario compartir nuestro conocimiento, incentivar la innovación y sobre todo crear modelos de negocios sostenibles con un impacto económico, social y ambiental. **Las empresas deben de centrarse en las personas, -empleados, clientes, grupos de interés y la cadena de valor-** escuchándolas, formándolas y juntos co-crear y diseñar acciones concretas. Es crítico que todos los involucrados cuenten con valores que demuestren la integridad y tenacidad de los mexicanos, para así lograr el desarrollo económico, social y ambiental que nuestro país necesita.

México es nuestro, es nuestra responsabilidad liderar y ser agentes de cambio. Para mí, el estar activamente participando en más de 20 consejos nacionales e internacionales es algo muy valioso, porque además de seguir aprendiendo constantemente de los demás, corrobora mi compromiso de ser una activista social y una ciudadana propositiva y reafirma mi creencia de que colaborando con otros, es como se logran realizar los sueños de poder impactar a más y más personas en el mundo. <<<

Marcela Cristo Vaca

Directora de Sustentabilidad y Directora de Fundación Grupo Modelo

Sin dudar creo que la mayor satisfacción es poder trabajar en causas tan nobles que unen a la gente. En México estamos avanzando y mucho tiene que ver la Iniciativa Privada, preocupada y ocupada en generar valor a la sociedad.

Marcela Cristo Vaca >>>>>

Volviendo la vista atrás puedo decir que me siento afortunada, hemos tenido muchos logros, pero definitivamente, creo que uno de los más grandes, es el programa Voluntarios Modelo que promueve la cultura del voluntariado. **Empezamos hace tres años y en 2017 logramos reunir 200 mil participaciones voluntarias**, exportando recientemente la práctica a Honduras, El Salvador, Colombia, Perú y Ecuador. **El ver cómo la gente es feliz regalando su mañana para ayudar a otros**, ser parte de eso y hacerlo crecer, es un logro increíble.

Mi trabajo está lleno de satisfacciones. Todos los días, mi equipo y yo tenemos experiencias que nos llenan y nos motivan para seguir adelante. **Sin dudar creo que mi mayor satisfacción es poder trabajar en causas tan nobles que unen a la gente**. El ver cómo llegan familias completas a ayudar como voluntarios, porque estamos sembrando en todos ellos la semilla de compartir, ayudar y de crear lazos. Por esto mismo, mi principal satisfacción es que mi hijo nos acompañe a realizar estas acciones de Fundación Grupo Modelo y me diga que se siente súper orgulloso de lo que hacemos y, además, poderlo hacer partícipe a él, es increíble.

Creo que el mayor reto social al que nos enfrentamos día con día es definitivamente la apatía de la gente. Nos falta mucho para ser empáticos ante los problemas de nuestra sociedad y, justo por eso, en Fundación Grupo Modelo buscamos tomar acción que incluya a la gente y todos seamos parte de la solución. Por ejemplo, hoy en día, tenemos un gran proyecto, Zacatecas Ciudad Modelo, que lanzamos en 2015 junto con CONADIC (Comisión Nacional para las Adicciones) donde buscamos reducir en 10% el consumo excesivo de alcohol en adultos de Zacatecas para 2020. Es un reto sumamente ambicioso que involucra a muchos actores: gobierno, ONG's, sociedad y empresa. **Seguimos trabajando para que en 2020 alcancemos la meta, pero la idea es que todos juntos lo hagamos**.

Mi visión de la economía y el desarrollo de México a partir de la gestión socialmente responsable y sustentable corresponde a la siguiente reflexión: Las empresas han migrado a una participación mucho más activa dentro del país, asegurando la permanencia en el tiempo de la misma empresa al gestionar de una manera responsable sus recursos y su vinculación con las comunidades donde opera y donde trabaja.

En México estamos avanzando y mucho tiene que ver la Iniciativa Privada, preocupada y ocupada en generar valor a la sociedad. En Grupo Modelo es muy importante generar ese valor desde varios ejes: el bienestar de la sociedad, la gente, el medio ambiente y la salud.

Por ejemplo, impulsamos la generación de empleos, con nuestro proyecto del centro de servicios compartidos en Aguascalientes, que brinda servicios de tecnología a muchos países dentro de la compañía. La construcción de una nueva Planta de cerveza en el estado de Hidalgo y migrando a energías renovables. **Para finales de 2019, todas nuestras operaciones cerveceras provendrán de fuentes renovables** y estamos participando fuertemente para impulsar acciones de cuidado de agua en el campo con proyectos como la tecnificación de riego por goteo, entre otros; y, por otro lado, estamos muy enfocados en la promoción de un consumo responsable de alcohol a través de campañas que nos comprometen a ser parte de la solución.

Las empresas son un aliado importante para que los países alcancen los Objetivos de Desarrollo Sostenible lanzados por la ONU y tengamos, todos, una mejor calidad de vida, pero no sólo en papel, sino en la realidad, que la gente se sienta cada vez más productiva y más feliz. <<<

Gisela Noble Colín

Directora de Fundación Walmart de México

Uno de mis principales retos fue desarrollar programas sociales que hicieran sentido tanto a las comunidades, como a la empresa.

Gisela Noble Colín >>>>>

Uno de los principales logros y satisfacciones en mi carrera es haber descubierto **que lo que me apasiona es la capacidad de transformar la vida de las personas**. Cuando ingresé a Walmart de México y Centroamérica, encontré una empresa con una gran apertura al cambio e innovación, y que, además, tiene un interés genuino en ayudar a la gente, así como transformar y desarrollar a nuestro país.

Parte fundamental de mi carrera dentro de la compañía ha sido diseñar estrategias que contribuyan al desarrollo de las distintas comunidades donde tenemos presencia, y es una gran satisfacción ver que con el apoyo e impulso de la empresa éstas tienen un mayor impacto.

A lo largo de mi trayectoria, me he dado cuenta de que **las empresas pueden impulsar el desarrollo a través de una visión sistémica, conectando los puntos necesarios para hacer que las cosas pasen**. Mi rol en Fundación Walmart de México ha sido ese: conectar esos puntos, aprovechar las ventajas operativas de la compañía y generar entusiasmo en la gente, impulsarla a trabajar para cumplir sus sueños.

Mi primer reto profesional fue descubrir cómo enfocar mi carrera de Administración de Empresas hacia temas sociales, cómo poder hacer realidad proyectos sociales con impacto y resultados tangibles. El motor de mi vida profesional fue haber descubierto esta sinergia entre ambos rubros.

Dentro de Walmart de México y Centroamérica uno de mis principales retos fue desarrollar programas sociales que hicieran sentido tanto a las comunidades, como a la empresa; tomar ventaja de las capacidades de una empresa tan grande para mejorar la calidad de vida en los lugares donde tenemos presencia.

Con relación a lo anterior, otro desafío fue descubrir cómo generar impacto y agregar valor a través de estos programas. Para lograrlo, **tuvimos que hacer las cosas de manera distinta, innovar y tomar la filantropía estratégica como el camino, pero siempre a través de las actividades esenciales de la compañía**.

Un reto constante a nivel interno es seguir contagiando el entusiasmo por la transformación, motivar a la gente para hacer que las cosas sucedan y potenciar el apoyo comunitario de la empresa.

Mi visión de la economía y el desarrollo de México a partir de la gestión socialmente responsable y sustentable se refiere a potenciar el desarrollo económico de nuestro país, a través de una gestión responsable de acciones sociales.

A través de los programas sociales de Fundación Walmart de México hemos podido ver los impactos en la economía de las comunidades con las que trabajamos. Por ejemplo, a través del programa Agricultura Inclusiva, los productores participantes han incrementado sus utilidades y ventas. Fue un grupo pequeño, pero con gran impacto en su localidad, pues hoy son generadores de empleo, lo cual ha transformado la vida de las familias que ahí habitan.

A través de este programa, la compañía descubrió la necesidad de transformar el campo mexicano para que haya suficiente abasto con productos de calidad y frescura adecuada, en donde exista una ganancia justa para los productores.

Este programa está basado en esquema de agricultura inclusiva, en el que pensamos en los retos que un pequeño productor tiene para poder vender dentro de nuestra empresa, y el pequeño productor piensa en los retos y cambios necesarios para ingresar canales de venta en mercados modernos. Como resultado de este proyecto, Walmart de México y Centroamérica ha transformado sus prácticas de compra, impulsando el ingreso de estos proveedores y desarrollándolos dentro de la empresa.

Este proyecto es un ejemplo de que podemos potenciar el desarrollo económico de nuestro país, a través de una gestión responsable de acciones sociales en las que impulsemos el desarrollo de quienes nos rodean. <<<

Patricia García Gutiérrez

Directora General de Administración de Personal y Asuntos Corporativos de Grupo Financiero Monex

Es una gran responsabilidad y a la vez una gran oportunidad el ser una influencia positiva en los demás.

Patricia García Gutiérrez >>>>>

He tenido la oportunidad de desarrollar mi carrera profesional en el sector financiero, que me gusta mucho principalmente por el dinamismo.

Al inicio de mi carrera en la parte de Tecnología y posteriormente en Capital Humano, Responsabilidad Social, Comunicación y Mercadotecnia.

El cambiar en mi carrera a los temas de personal y comunicación ha sido increíble porque **me permitió ampliar mis áreas de especialidad; pero sobre todo porque te brinda muchas satisfacciones personales**.

Desde hace 17 años colaboro en Grupo Financiero Monex, estoy a cargo de las funciones de personal, responsabilidad social, calidad, mercadotecnia y comunicación corporativa.

Sin duda trabajar en una empresa como Monex ha sido un honor y me siento muy orgullosa de ser parte del equipo directivo. Junto con mi equipo hemos apoyado la construcción de una cultura organizacional sólida, basada en prácticas de Responsabilidad Social Corporativa.

Desde hace 15 años Monex ha sido reconocido como una de las mejores empresas para trabajar en México por parte del Great Place to Work, el año pasado fue la número cuatro del sector financiero. También durante 14 años hemos recibido el distintivo ESR por parte del Cemefi.

Entre las prácticas de responsabilidad social corporativa hemos instrumentado un programa llamado Creando Bienestar orientado a mejorar la calidad de vida de nuestros colaboradores y sus familias.

Otra gran satisfacción que tiene que ver con comunicación corporativa y Mercadotecnia es que demanda una constante innovación y creatividad. Algo que ha sido muy importante en mi carrera es que he tenido la oportunidad de conocer gente muy valiosa, tanto con la que he trabajado directamente, como otros con los que hemos llevado a cabo algún proyecto o iniciativa y a quienes les he aprendido mucho.

Particularmente en el tema Responsabilidad Social Corporativa he coincidido con gente muy comprometida en temas sociales y con gran apertura a trabajar en equipo.

Dentro de mis retos profesionales **veo el renovar e innovar las responsabilidades a mi cargo para seguir construyendo una cultura Organizacional sólida en Monex**. Que esté a la altura del crecimiento y cambios del negocio para continuar acompañando el desarrollo de la empresa con prácticas de Responsabilidad Social Corporativa. Ello implica mantenernos actualizados en las mejores prácticas y aquellas que puedan generar valor en Monex adaptarlas y alinearlas a la estrategia del Grupo. También tenemos el reto de atraer y retener talento, esto es algo constante.

Considero que un reto en particular que tenemos **todos los que tenemos oportunidad de tener una posición de liderazgo en las diferentes empresas y sectores es impulsar y desarrollar a nuestros equipos de trabajo**. Estoy convencida de que es una gran responsabilidad y a la vez una gran oportunidad el ser una influencia positiva en los demás. Si tuviéramos más líderes que impulsen un liderazgo participativo que permite que la gente crezca sin duda redundaría en beneficios tanto para los colaboradores, como en las empresas y para nuestro país.

Mi visión de la economía y el desarrollo de México **es que debe ser a través de una gestión socialmente responsable y sustentable, no hay otra forma de hacerlo. En ese sentido la economía no puede verse como algo independiente o desvinculado, sino como parte fundamental para ese desarrollo**.

Las empresas, por ejemplo, tienen un impacto relevante en ese proceso y el adoptar una gestión responsable y sustentable es además una excelente inversión, que genera beneficios tangibles.

Desafortunadamente a veces se ve como un gasto cuando en realidad es una gran inversión, que redunda en aprendizajes al interior de la empresa, aumenta el compromiso del personal, la lealtad de clientes, entre muchos otros; definitivamente son un ganar-ganar.

Cada uno desde su lugar de influencia puede contribuir con prácticas responsables y sustentables. <<<

Mariuz Calvet Roquero

Directora de Sustentabilidad e Inversión Responsable de Grupo Financiero Banorte

Es una gran satisfacción tener la oportunidad hoy de estar en el sector financiero, el cual representa un motor del desarrollo económico de las personas y las ciudades, además de formar parte de un Grupo en donde las iniciativas y los proyectos se suceden con un compromiso con el desarrollo sostenible de México.

Mariuz Calvet Roquero >>>>>

La pasión que ha movido mis intereses académicos y posteriormente mi desarrollo profesional se relaciona con los grandes retos sociales y ambientales que enfrenta la humanidad; y la posibilidad de generar estrategias y alianzas nacionales y globales para lograr el desarrollo sostenible de un mundo con justicia social.

Al iniciar mi carrera estos temas no ocupaban un lugar prioritario en la agenda global y, en el transcurso de mi carrera profesional ha sido un reto el generar conciencia de la importancia de la integración de los temas sociales y ambientales en las organizaciones.

Mi mayor logro ha sido participar, como el día de hoy, en organizaciones que reconocen el potencial de impacto positivo que se puede generar en México, cada una desde su sector, integrando los criterios económicos, sociales y ambientales en el día a día de sus operaciones, y en donde es una prioridad consolidar un gobierno corporativo fuerte. Es una gran satisfacción tener la oportunidad de estar en el sector financiero el cual representa un motor en el desarrollo económico de las personas y las ciudades, además de formar parte de un Grupo en donde las iniciativas y los proyectos se suceden con un compromiso con el desarrollo sostenible de México y una visión de largo plazo mediante un desempeño responsable.

Durante muchos años, hablar de la problemática social y de la importancia del cuidado al medio ambiente dentro de las empresas, representaba un tema alejado a la rentabilidad y por mucho tiempo, encasillado a la gestión y compromisos de filantropía de las mismas. **He sido testigo de la evolución positiva de la responsabilidad social hacia la sustentabilidad corporativa vista como una visión de negocio y de generación de valor para todos**, por lo que mis principales retos sociales y profesionales han impulsado esta evolución básicamente con tres factores:

En México y en otros lugares del mundo, la evolución de la importancia de integrar y reportar sobre el desempeño en sustentabilidad de las empresas ha sido un motor en este campo.

Las reformas en el marco regulatorio nacional e internacional que, en muchos temas, ha convertido algunos esquemas sociales y ambientales en obligaciones de cumplimiento normativo. Todo esto ha facilitado la conciencia social y ambiental en las empresas y, aunque hay muchísimo por hacer los avances en México han sido importantes.

La proliferación de las alianzas de los sectores público, privado y de la sociedad civil para la generación de soluciones e iniciativas para temas sociales y ambientales.

Mi visión de la economía y el desarrollo de México a partir de la gestión socialmente responsable y sustentable se refiere al entorno global que se nos presenta con enormes retos, los cuales nos afectan a todos: el crecimiento poblacional, el desarrollo económico, la escasez de recursos naturales, la migración y expansión de las ciudades, el crecimiento de la clase media y las demandas de consumo que esto implica.

Este entorno muestra retos sin precedentes que deben ser atendidos en trabajo coordinado de todos: gobierno; sociedad civil y sector privado. La generación de alianzas es la única manera de hacer frente a los grandes retos y esto se facilita con la existencia de un marco de acción globalmente aceptado como son los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas. Es necesario, además, un actuar responsable de cada uno de nosotros.

El desarrollo sostenible de México y de todo el mundo requiere, primero, de una visión de largo plazo en los planes de desarrollo, que tome en cuenta los retos y riesgos, así como las oportunidades que éstos ofrecen. Segundo; se requieren de alianzas multi-sectoriales y, tercero, de alineación hacia estos objetivos comunes globales en donde se consideren no solamente el crecimiento económico y la rentabilidad, sino también los grandes temas sociales y ambientales, así como la ética, la transparencia y la solidez del gobierno corporativo de las organizaciones. <<<

GANAR-GANAR

A LO LARGO DE 15 AÑOS

2003

- Federico J. Morales Perret hace la propuesta a Eloy Rodríguez Alfonsín y Klaus Gérman Phinder de hacer una revista con los temas de acción social empresarial en los que ellos asesoran a las empresas.
- En marzo nace el primer número de la Revista Ganar-Ganar. En el transcurso del año, surge la edición número 2 de Ganar-Ganar. Aparece el primer empresario en la portada de la Revista, Adrián Vargas Guajardo (qepd) entonces Presidente del Consejo de la Comunicación. En los siguientes números, sale en portada Manuel Arango Arias, impulsor de la Responsabilidad Social Empresarial y fundador del Cemefi (Centro Mexicano para la Filantropía) y el empresario Pablo Escandón Cusi.

2004

- Aparecen en portadas Héctor Rangel Domene, Roberto Servitje y Carlos Fernández González.
- En afortunadas conversaciones con Bruno Newman, sugiere la integración de un Consejo Editorial y presenta a los socios de Ganar-Ganar con Don Rubén Aguilar Monteverde (qepd), banquero profesional y gran promotor de la responsabilidad social y la filantropía.
- Se integra el Consejo Editorial de Ganar-Ganar con tres miembros, Don Rubén Aguilar Monteverde, Bruno Newman, Pablo Escandón Cusi. Y en julio Martha Smith. Se integra al Consejo Editorial de Ganar-Ganar.

2005

- Aparecen en portadas Frank J. Devlyn, Juan Domingo Beckmann, José Luis Barraza y Alfredo Achar Tussie.
- Se integra Don Fernando Castro y Castro (qepd), al Consejo Editorial de Ganar-Ganar.

2006

- Tercer Aniversario de Ganar-Ganar celebrando por primera vez los Premios Ganar-Ganar el día 23 de marzo.
- Aparecen en portadas Lorenzo Zambrano, Louise Goeser y Marcos Achar Levy.
- Se documenta el listado de las 123 Empresas Socialmente Responsables 2016 tras seis años de historia del propio Distintivo ESR.
- Jorge Villalobos G., Presidente Ejecutivo del Cemefi, se integra al Consejo Editorial de Ganar-Ganar.
- Aparece la sección especial del Cemefi dentro de Ganar-Ganar.

2007

- Aparecen en portadas Carlos Slim Domit, Xavier y Esteban López Ancona, Marcos Martínez Gavica.
- El 8 de marzo se celebra el 4o Aniversario de Ganar-Ganar y la segunda entrega de Premios Ganar-Ganar, nace la escultura de los Premios Ganar-Ganar.
- Grupo Editorial ACCSE FM, S.A. de C.V. obtiene el Distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR).

2008

- Tras cinco años de trabajo continuo, se publican los primeros testimonios de los Consejeros Editoriales, Rubén Aguilar, Bruno Newman, Martha Smith, Jorge Villalobos y Fernando Castro y Castro.
- Salen en portadas Eduardo Ortiz Tirado y Guillermo Álvarez Cuevas.

2009

- Comienza su participación Loreto García Muriel como Consejera Editorial de Ganar-Ganar.
- Aparecen en portadas Alejandro Ramírez Magaña, Rafael Rangel Sostmann, José Ignacio Mariscal Torroella y Arturo Elías Ayub.

Referencias cronológicas por Eloy Rodríguez Alfonsín

2010

- Aparecen en portadas Martha Smith, Presidente Ejecutiva de FUNDEMEX y Consejera de US Mexico Foundation, Eduardo Serrano Berry, Juan Alberto González Esparza y Daniel Servitje Montull.
- Se publica el lanzamiento de la Norma ISO 26000 (Responsabilidad Social).

2011

- Aparecen en portadas el Dr. Mario Molina y Roberto Hernández Ramírez.
- El 19 de diciembre muere Don Rubén Aguilar Monteverde.

2012

- Se decide instituir el Premio Don Rubén Aguilar Monteverde en el marco de los Premios Ganar-Ganar y se le entrega a Alejandro Ramírez Magaña.
- Salen en portadas Miguel Rincón Arredondo, Cecilia Riviello y Luis Robles Miaja.
- Se integra Jorge Aguilar Valenzuela al Consejo Editorial de Ganar-Ganar.
- Nace el proyecto de televisión por Internet Ganar-Ganar TV a través de YouTube.

2013

- Aparecen en portadas Marco Antonio Slim Domit, Raúl Medina Mora Icaza y Gerd Dressler.
- Premio Don Rubén Aguilar Monteverde otorgado a Manuel Medina Mora.
- Ganar-Ganar se convierte en impreso Clima Neutral a través de nature office y Scolel' Te México Plan Vivo.

2014

- Salen en portadas Juan Romero, Alfredo Rimoch, Michael Stumpp y especial sobre Lorenzo Zambrano como homenaje luctuoso del empresario regiomontano.
- Premio Don Rubén Aguilar Monteverde es entregado a Carlos Slim Domit.

2015

- Portadas de Ángel Alverde Losada, Miguel Alemán Velasco, Eduardo Osuna, los consejeros Jorge Aguilar Valenzuela, Fernando Castro y Castro, Loreto García Muriel, Bruno Newman, Martha Smith y Jorge Villalobos, comparten sus testimonios en entrevista de portada.
- El Premio Don Rubén Aguilar Monteverde se otorga a Alfredo Harp Helú.
- Carlos Ludlow Saldívar se incorpora al Consejo Editorial de Ganar-Ganar. el 2 de julio, fallece Don Fernando Castro y Castro.

2016

- Salen en portadas Fernando Alanís Ortega, John Santa Maria y Francisco Suárez, Jaime Cámara y el equipo Directivo de PetStar y Ricardo Saldívar Escajadillo.
- El Premio Don Rubén Aguilar Monteverde se otorga al Dr. Guillermo Soberón Acevedo.

2017

- Salen en portada Manuel Arango Arias, trece años y seis meses después de haber sido protagonista de nuestro tercer número de Ganar-Ganar. En otras ediciones salen Mayra González y José Marcos Ramírez, se publica edición en homenaje a Don Lorenzo Servitje Sendra, fallecido el 3 de febrero de 2017.
- Se integra Felipe Cajiga Calderón al Consejo Editorial de Ganar-Ganar.
- Son Protagonistas de la portadas de Ganar-Ganar número 86 Mercedes Aragonés, Jorge Villalobos, Felipe Cajiga y Carlos Ludlow, tras 17 años de trayectoria del Distintivo ESR. En la número 87: Nicolás Mariscal Torroella, Gustavo Arballo Luján y Roberto Calvet Roquero.
- Se le entrega el Premio Don Rubén Aguilar Monteverde al Dr. David Kershenobich Stalnikowitz.

2018

- Sale en portada Jesús Martínez.
- Ganar-Ganar cumple 15 años y se celebra el décimo quinto aniversario de Ganar-Ganar y los Premios Ganar-Ganar el 8 de marzo.

La Casa de la Filantropía y la Responsabilidad Social Empresarial

Espacio único en México de colaboración

Crecimiento y Compromiso

Por Centro Mexicano para la Filantropía

Con la promesa de convertirse en un espacio privilegiado para el emprendimiento social, donde la creatividad dará cabida a sinergias intersectoriales para el bien público, La Casa de la Filantropía y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) continúa recaudando fondos para su edificación.

Este ambicioso proyecto emprendido por el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) está cada vez más cerca de convertirse en una realidad gracias a la confianza de sus donantes, que a finales de 2017 ya rebasaban el centenar.

Organizaciones de la sociedad civil y fundaciones que forman parte de la membresía Cemefi, e incluso ciudadanos en lo individual, conforman la numerosa lista de donantes que aumenta día con día. Los cimientos de la campaña fueron colocados por la Fundación Manuel Arango, que realizó el donativo más significativo para La Casa. Meses más tarde, la Fundación Sertull y la Fundación Televisa anunciaron que también apoyarían la construcción.

Clave ha sido la participación del sector empresarial, particularmente el de las empresas socialmente responsables que, convencidas del gran valor social que tiene esta obra, se han sumado al proyecto arquitectónico. Tal es caso de CEMEX, que casi desde el inicio de la campaña decidió darle solidez al inmueble al donar la totalidad del cemento que requerirá su construcción. Un grupo selecto de empresas, entre ellas Helvex, Grupo Aries, BBVA Bancomer, Grupo Bimbo y Cooperativa La Cruz Azul, han otorgado importantes donativos inspirados en los valores de colaboración y compromiso que el Cemefi busca fomentar en La Casa de la Filantropía y la RSE.

La generosidad de las personas también quedará plasmada en los muros del inmueble, pues asociados y consejeros de la institución, así como miembros del equipo operativo han hecho aportaciones con sus propios recursos. Destacan también las aportaciones de destacados filántropos como Pilar Servitje de Mariscal y la familia De Nicolás Machado.

La Casa de la Filantropía y la RSE reconocerá en sus instalaciones a todos aquellos que la hicieron posible. En el patio central, donde se espera la mayor afluencia de visitantes, habrá un largo muro en el que se requerirá mucha creatividad para escribir los nombres de cada uno de sus donantes, además de que los grandes donativos patrocinarán espacios específicos del edificio.

"La Casa donde todos crecemos" será un espacio de encuentro, aprendizaje y sinergias que el Cemefi espera inaugurar durante el primer semestre de 2019. La asociación agradece desde este espacio a todos los que ya han dejado su huella en el proyecto con sus aportaciones, e invita a todos a sumarse para hacerlo realidad.

Para conocer todo acerca de La Casa de la Filantropía y la Responsabilidad Social Empresarial visita la página electrónica www.cemefi.org/lacasa. En este sitio puedes hacer también un donativo en línea.

XI Encuentro Latinoamericano de Empresas Socialmente Responsables

Empresas Disruptivas, Negocios con Valor

Por Centro Mexicano para la Filantropía

El próximo 14 de mayo se inaugurará el XI Encuentro Latinoamericano de Empresas Socialmente Responsables, cuyo eje temático es Empresas Disruptivas, Negocios con Valor. Este año el evento pretende reunir experiencias innovadoras que están marcando nuevas tendencias en la responsabilidad social, y permiten visualizar nuevos horizontes y agregar valor a las estrategias de negocio.

Durante tres días, la Ciudad de México será el punto de reunión para líderes empresariales, ideólogos y estudiosos de la responsabilidad social empresarial, representantes de otros sectores vinculados con la empresa, directivos y ejecutivos que lideran estrategias de sustentabilidad, comercio justo, recursos humanos, alianzas estratégicas, consumo responsable, comunicación y vinculación con la comunidad de más de 800 empresas líderes en México y América Latina.

El Encuentro tiene como objetivo mostrar un panorama enriquecedor con propulsores de una gestión socialmente responsable. Esto será posible mediante diversos espacios: foros, conferencias, talleres, cursos, paneles, conferencias y mesas de aprendizaje. El punto central del programa son las ceremonias de entrega del Distintivo ESR® para empresas que operan en México y Latinoamérica, el Reconocimiento de Empresa Ejemplar por su RSE en América Latina. Destaca también la entrega del Caracol de Plata, edición profesional, que reconoce mensajes publicitarios de empresas destinados a crear conciencia y buscar soluciones a los problemas sociales.

Luego de once años, el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) y la Alianza para la Responsabilidad Empresarial en México (AliaRSE) han posicionado este Encuentro como el foro del sector privado más grande de la región, dedicado a la responsabilidad social. Ahí se darán cita empresas de diferentes países y sectores que han realizado esfuerzos importantes para implantar modelos de negocio socialmente responsables, que están dispuestos a compartir experiencias, pero también a establecer alianzas de cooperación, incluso con empresas de su sector o con otras con giros de negocio con los que nunca consideraron relacionarse.

El encuentro estimula el conocimiento, las relaciones profesionales y las alianzas institucionales; así como el intercambio de experiencias y mejores prácticas, el diálogo y la identificación de temas fundamentales para la agenda empresarial local, nacional y global.

El espacio aunque pensado para el encuentro, el intercambio, la discusión, el planteamiento de ideas, la sinergia y la colaboración entre las empresas socialmente responsables, contará también con la participación de importantes actores, como organismos de la sociedad civil vinculados con la actividad de la empresa; organizaciones promotoras de la responsabilidad social; representantes de consumidores; y académicos; junto a representantes de organismos públicos y de los diferentes niveles de gobierno.

El Caracol de Plata cumple 18 años

Por Centro Mexicano para la Filantropía

Hablar del Caracol de Plata es hablar de una iniciativa que es referencia en el mercado de la comunicación de habla hispana, una iniciativa que está a punto de cumplir 18 años. Fue a finales de 1999, cuando un grupo de la iniciativa privada en México se propuso impulsar en la región el concepto de responsabilidad social empresarial (RSE), justo cuando éste recién empezaba a tomar fuerza en Iberoamérica.

Buscando capitalizar el impacto que tenían los medios de comunicación en las masas, nació la idea de convocar a las empresas para crear, patrocinar y difundir mensajes publicitarios que detonaran conciencia y plantearan soluciones a los problemas que vive la sociedad en general; beneficiando de igual forma a sus empleados y a las comunidades donde operan.

Para alcanzar ese propósito, se creó el Reconocimiento Iberoamericano al Mensaje de Beneficio Social, Caracol de Plata, un concurso en el que se premia a los mensajes de bien social más destacados. Uno de los principales objetivos del certamen ha sido lograr que cada vez más empresas incluyan en sus estrategias de mercadotecnia y publicidad este tipo de mensajes. A lo largo de 18 años, más de siete mil mensajes y campañas de bien público provenientes de 21 países iberoamericanos han participado, y más de 600 empresas de distintos giros han colaborado en su realización.

Algunas cifras relevantes

Cuando una empresa es socialmente responsable*...

- el 93% de los consumidores dice que tiene una mejor imagen de ésta;
- el 90% dice que es más probable que confíe en esa empresa; y
- el 88% dice que sería más leal a la empresa.

El consumidor quiere comprometerse con los esfuerzos de las empresas socialmente responsables*...

- el 89% de los consumidores compraría un producto con un beneficio social o ambiental;
- el 80% hablaría con sus amigos y familiares sobre los esfuerzos de la empresa;
- el 76% donaría a una causa apoyada por una empresa en la que confía; y
- el 72% participaría como voluntario en esa causa.

*Fuente: 2015 Cone Communications / Ebiquity Global CSR Opportunity Study

Cumplir 18 años ha sido un gran logro. Y, siendo ahora un programa del Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi), el Caracol de Plata promueve la adopción de mensajes con causa como una herramienta de la RSE a través del Reconocimiento Iberoamericano a la Comunicación Empresarial con Causa, apostando a que las piezas y campañas publicitarias realizadas por las empresas a favor de causas sociales y ambientales, ayudarán a solucionar muchos de los problemas de Iberoamérica.

Campus ESR: las tendencias de capacitación en responsabilidad social empresarial

Por Centro Mexicano para la Filantropía

En 2017, el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) presentó Campus ESR, una iniciativa que concentra las propuestas de generación de conocimiento y capacitación para ejecutivos que trabajan en diferentes áreas vinculadas a la responsabilidad social empresarial (RSE) y la sustentabilidad.

La oferta del Cemefi es única en el mercado, ya que los temas de capacitación que propone responden a las necesidades específicas en la materia del sector privado. Entre esos temas destacan herramientas de implementación de la RSE, normas de responsabilidad nacionales e internacionales, modelos de gestión, prevención de riesgos, grupos de interés, transparencia y rendición de cuentas.

El año pasado, a través del Campus ESR, el Cemefi ofreció 243 horas de capacitación para aproximadamente 800 personas que trabajan en empresas de todos los tamaños y de todos los sectores productivos, de México y América Latina.

Además, la iniciativa cuenta con una oferta en línea sobre Fundamentos de la RSE, que es un curso que contiene conceptos fundamentales e instrumentos de implementación, con 20 horas de duración.

El modelo de Campus ESR incluye talleres, cursos, conferencias, espacios para compartir, mejores prácticas y foros de aprendizaje. También hace "trajes a la medida" para las empresas en diversas temáticas y les brinda contenidos para la formación de sus grupos internos. La dinámica es teórica y práctica, y los instructores son especialistas con reconocida experiencia de trabajo en las áreas del sector empresarial.

En el 2018, Campus ESR ofrece los siguientes cursos:

Fecha	Tema
15 de marzo	Gestión de Riesgos desde la Perspectiva Ética y de Reputación
20 y 21 de marzo	Sistemas de Gestión Integrados, Normas ISO: Calidad, Medio Ambiente, Seguridad Laboral y Riesgos
12 de abril	Evaluación de Impacto Social de Proyectos de Intervención de Organizaciones y de RSE
Del 12 al 14 de mayo	Nuevos Estándares para Reportes de Sostenibilidad GRI
Del 14 al 17 de mayo	Foros de Aprendizaje del Encuentro Latinoamericano de las ESR
14 de mayo	RSE para Periodistas
16 de mayo	Coaching en Reportes Integrados o GRI
28 de junio	Sistema de Compras Sustentables
11 de julio	ISO 37001 Antisoborno
Del 17 al 21 de julio	Semana de Capacitación del Programa de Acreditación de Consultores en RSE
26 de julio	ISO 26000 de Responsabilidad Social Empresarial
7 de agosto	Capitalización de Activos Intangibles
11 de septiembre	Vinculación con la Comunidad: Visión Estratégica
26 de septiembre	Indicadores de RSE y Sustentabilidad
Octubre	Foro Internacional PyMES Socialmente Responsables
Noviembre	RSE en la Era Digital: Comunicación, Creatividad, Innovación

NUEVAS ESTRELLAS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

¿QUÉ CONSIDERAN QUE ES SU MÁS RELEVANTE ACTIVIDAD EN TEMAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL?

Beta Procesos S.A. de C.V.

Como parte de nuestra responsabilidad social, apostamos principalmente al desarrollo y comunicación con pequeñas poblaciones (comunidades) que se encuentran cerca de nuestros 23 puntos de trabajo a nivel nacional, generando actividades recreativas y deporte e involucrando a las familias de todos nuestros colaboradores.

Estamos seguros de que el desarrollo de ciertos grupos de escasos recursos minimiza directamente la vulnerabilidad de crecer con delincuencia, adicciones y desintegración familiar.

Es una apuesta a largo plazo, pues son valores y formas de vida que van pasando de padres a hijos. Sin embargo, estamos seguros de que este tipo de acciones van directo a la raíz de los problemas sociales que vivimos hoy en día en el país.

Vitasanitas, S.A. de C.V.

Somos una empresa que ofrece soluciones para la salud humana, buscando ser congruentes con nuestros valores. Nuestro programa anual *Vivo Sanamente* es gratuito para cada colaborador y su familia, con evaluaciones médicas y planes personalizados. Los beneficios también llegan a diversas Asociaciones Civiles que trabajan con personas en situación vulnerable mediante donativos de la empresa, generados por el esfuerzo de cada colaborador. La salud de nuestros colaboradores y familias es muy importante en beneficio de comunidades sanas, donde, además, este mismo esfuerzo puede lograr un beneficio a la sociedad con sus integrantes más vulnerables. De esta manera, logramos fomentar hábitos saludables para nuestra sociedad y así poder prevenir crecientes enfermedades crónicas en nuestro país.

Suspensión y Dirección S.A. de C.V.

Desde el 2016 Suspensión y Dirección S.A. de C.V. ha focalizado sus esfuerzos en desarrollar acciones que contribuyen al desarrollo de sus colaboradores, accionistas, proveedores, clientes, OSC´s y miembros de las comunidades en donde nos encontramos operando. Nuestro compromiso es que nuestras acciones de responsabilidad social mejoren la calidad vida de nuestros clientes y colaboradores. Nuestra estrategia de RS está basada en 4 ejes: ética empresarial, calidad de vida en la empresa, vinculación con la comunidad y vinculación con el medio ambiente; y se sustenta en las siguientes acciones: Ética empresarial, Calidad de vida en la empresa, Vinculación con la comunidad y Vinculación con el medio ambiente.

BRP

En BRP la responsabilidad social está en el ADN de muchos de nuestras acciones. Contamos con programas de recompensas económicas por las ideas que generen ahorros en procesos o recursos. Además, las ganancias por el reciclaje del *scrap* son destinadas a proyectos sociales, de educación, salud, cultura y medio ambiente, buscando siempre el bienestar y la sustentabilidad. Finalmente, a través del departamento de Experiencia del Empleado, extendemos muchos de los beneficios y servicios que ofrece la empresa no solo a sus empleados sino también a todos los integrantes de su familia directa, logrando una verdadera comunidad alrededor de BRP.

GANFER Franquicias

Lo más relevante para nosotros ha sido lograr que más de 1,000 empleados de 30 diferentes ciudades se involucren directamente con el bienestar y mejoramiento de su comunidad cercana, a través de lo que llamamos *Ayudas a la comunidad*. Dichas actividades van desde visitar a niños y personas de la tercera edad en casas hogar, reforestación de áreas verdes en colonias, colectas de juguetes, apoyo en situaciones de emergencia, etc. Buscamos que dichas ayudas sean más de "hacer" que de "dar", lo que significa que procuramos que ellos se involucren activamente en la planificación y ejecución de la actividad, la empresa aporta, pero gran parte del logro es por cosas que ellos llevan a cabo. Y así, fomentamos en nuestra gente la satisfacción de ayudar al prójimo y valorar lo que tenemos.

IFAL

El Instituto de Formación Asociación de Logros IFAL es una empresa del Corporativo GAMAS encargada de la formación del Capital Humano en valores, competencias y habilidades, siendo el IFAL, el lugar donde inicia la vida laboral de quienes ingresan al grupo y se da seguimiento a su crecimiento. Para Corporativo GAMAS, la educación es un tema esencial que se promueve a través de Programas Institucionales, que forman vínculos y una sinergia entre los colaboradores que necesitan cubrir algún nivel educativo y quienes desean apoyar siendo asesores de alguna materia.Todos los años en el mes de junio se realiza una Feria Educativa dirigida a los colaboradores y sus familias, donde las Universidades, Academias, Cámaras y Asociaciones ofertan programas que van desde alfabetización hasta posgrados con convenios y becas.

Smurfit Kappa

Smurfit Kappa tiene como misión contribuir a la mejora de la calidad de vida de las comunidades en las cuales tiene el privilegio de operar. La Compañía cuenta con una serie de programas en México, entre los cuales se destaca el Centro Comunitario de Formación Integral (CCFI) ubicado en el área metropolitana. Este es un espacio de interacción social enfocado a promover el desarrollo integral infantil y familiar a través de actividades lúdicas, educativas y culturales. En 2017 se beneficiaron 218 personas, de los cuales el 5% son familiares directos de los colaboradores. La fundación invirtió más de USD 289 mil en el proyecto y en los próximos meses estará inaugurando una área nueva para niños, la cual tiene 619m^2 y beneficiará a más de 300 familias.

Más Limpio S.A. de C.V.

En la empresa Más Limpio S.A. de C.V. todos los temas de responsabilidad social son importantes, pero uno de los temas que ha tomado más relevancia es el de medio ambiente, se han realizado varias actividades muy relacionadas al tema y la actividad más destacada ha sido el reciclado de agua por medio de una planta de tratamiento -cuando el proceso lo permite- para poder así seguir mejorando el medio ambiente ya que el desperdicio de los recursos naturales es uno de los principales problemas hoy en día. Otra de la actividad que ha tomado importancia y es relevante para Más Limpio S.A. de C.V. es la donación de prendas a diversas asociaciones durante todo el año, cada vez son más asociaciones a las que intentamos ayudar y esta actividad se realizará mientras nuestro *stock* lo permita.

Construcciones Nirvana S.A. de C.V.

Nuestra actividad más relevante de RSE es el mejoramiento de la Calidad de Vida de nuestros colaboradores, los cuales son la fuerza de la empresa que a través de su productividad activa la inercia con los demás grupos de interés. Los colaboradores son el recurso más importante con el que contamos, por esto, nos interesa enfocarnos en este ámbito, mediante sus principios ofrecemos las mejores condiciones laborales a nuestro alcance fomentando una cultura basada en los demás ámbitos y principios de la RSE con lo que buscamos que nuestra gente genere convicciones establecidas en buenos fundamentos para la toma de decisiones diarias dentro de su vida personal y profesional.

BECCAR

Creer en las personas ha sido la base del desarrollo y crecimiento de BECCAR mediante un impulso a la comunidad, creando nuevas fuentes de empleo y de desarrollo sostenible para cientos de familias de toda la región en donde nos encontramos. Constantemente generamos alianzas con diversos actores sociales, universidades, cámaras empresariales y actores gubernamentales para consolidar a BECCAR como una empresa promotora del desarrollo sostenible y de la RSE. Mediante la capacitación y consolidación de los futuros profesionistas se ha generado una sinergia fundamental para la creación e innovación de los nuevos proyectos de BECCAR involucrándolos en los procesos de creación de nuevas tecnologías que hacen más fácil la vida a millones de personas.

ONU MEDIO AMBIENTE Y LA OMS enfrentarán unidos los riesgos ambientales para la salud

Las dos agencias desarrollarán un programa de trabajo conjunto y llevarán a cabo una reunión anual de alto nivel para evaluar el progreso y hacer recomendaciones para una colaboración continua.

Unidad de Comunicación para América Latina y el Caribe, ONU Medio Ambiente

El pasado mes de enero, la ONU Medio Ambiente y la Organización Mundial de la Salud acordaron una nueva colaboración de amplio alcance para enfrentar los riesgos ambientales para la salud que causan aproximadamente 12.6 millones de muertes anuales.

Erik Solheim, Director Ejecutivo de ONU Medio Ambiente, y Tedros Adhanom Ghebreyesus, Director General de la OMS, firmaron en Nairobi el acuerdo para intensificar las acciones conjuntas en el combate a la contaminación atmosférica, el cambio climático y la resistencia a los antimicrobianos, así como para mejorar la coordinación en gestión de residuos y productos químicos, calidad del agua, y alimentación y nutrición. La colaboración también incluye la gestión de la campaña Respira la Vida, que busca reducir la contaminación del aire a favor de múltiples beneficios climáticos, ambientales y de salud.

Aunque las dos agencias cooperan en una variedad de áreas, este acuerdo formal de cooperación es el más significativo en más de 15 años.

“Existe una necesidad urgente de que nuestras dos agencias colaboren más estrechamente para abordar las amenazas críticas a la sostenibilidad ambiental y el clima, que son los cimientos de la vida en la Tierra. Este nuevo acuerdo reconoce esa amarga realidad”, dijo Solheim.

“Nuestra salud está directamente relacionada con la salud del medio ambiente en el que vivimos. Juntos, los riesgos del aire, el agua y los productos químicos matan a unas 12.6 millones de personas al año. Esto no puede y no debe continuar”, indicó Tedros.

“La mayoría de las muertes por causas ambientales ocurren en países en desarrollo en Asia, África y América Latina, donde la contaminación genera los mayores costos para la salud”, agregó. La nueva colaboración crea un marco más sistemático para la investigación conjunta, el desarrollo de herramientas y orientación, la creación de capacidades, el seguimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, las asociaciones mundiales y regionales, y el apoyo a los foros regionales de salud y medio ambiente.

Las dos agencias desarrollarán un programa de trabajo conjunto y llevarán a cabo una reunión anual de alto nivel para evaluar el progreso y hacer recomendaciones para una colaboración continua.

La cooperación entre la OMS y ONU Medio Ambiente atiende a la Declaración Ministerial sobre Salud, Medio Ambiente y Cambio Climático de la COP 22 de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CMNUCC). En la declaración, emitida en Marruecos, se llama a la creación de una coalición mundial sobre “Salud, Medio Ambiente y Cambio Climático”. Apenas el mes pasado, bajo el tema “Hacia un planeta sin contaminación”, la Asamblea de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, que reúne a ministros de medio ambiente de todo el mundo, adoptó una resolución sobre medio ambiente y salud que solicitó ampliar las asociaciones con socios relevantes y agencias de la ONU, y que se elabore un plan de implementación para abordar la contaminación.

Erik Solheim, Director Ejecutivo de ONU Medio Ambiente y Tedros Adhanom Ghebreyesus, Director General de la OMS.

Las esferas prioritarias de cooperación entre la OMS y ONU Medio Ambiente incluyen:

-Calidad del aire: Un control más eficaz de la calidad del aire, incluida la orientación a los países sobre los procedimientos operativos estándar; evaluaciones ambientales y de salud más precisas, incluida la evaluación económica; y promoción, incluida la campaña Respira la Vida, que busca la reducción de la contaminación del aire a favor de beneficios climáticos y de salud.

-Clima: Abordar las enfermedades transmitidas por vectores y otros riesgos para la salud relacionados con el clima, incluso a través de una evaluación mejorada de los beneficios para la salud derivados de las estrategias de mitigación y adaptación al cambio climático.

-Agua: Asegurar un monitoreo efectivo de los datos sobre calidad del agua, incluso a través del intercambio de datos y el análisis colaborativo de los riesgos de la contaminación para la salud.

-Residuos y productos químicos: Promoción de una gestión más sostenible de los desechos y los productos químicos, especialmente en el área de los plaguicidas, los fertilizantes y el uso de antimicrobianos. La colaboración tiene como objetivo avanzar hacia una gestión responsable de los productos químicos en el ciclo de vida para 2020, un objetivo establecido en la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible de 2012.

La colaboración en curso entre la OMS y ONU Medio Ambiente incluye:

La Declaración Ministerial sobre Salud, Medio Ambiente y Cambio Climático - Anuncio OMS / ONU Medio Ambiente en la COP22.

La campaña Respira la Vida ha involucrado a países, regiones y ciudades, que cubren a más de 120 millones de personas, en compromisos para reducir la contaminación del aire. Están incluidas Santiago de Chile, Londres, Washington DC, y Oslo, mientras grandes ciudades de Asia y África se unirán próximamente. www.breathelife2030.org

El Enfoque Estratégico para la Gestión de Productos Químicos a Nivel Internacional (SAICM), que ha ejecutado en el pasado acciones efectivas para eliminar la pintura con plomo, las emisiones de mercurio y los contaminantes orgánicos persistentes.

Programa de VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Factores básicos para su evaluación

Emilio Guerra Díaz*

La presente reflexión forma parte de un estudio más profundo en el cual nos encontramos trabajando y tiene como propósito compartir algunos factores básicos a considerar respecto al proceso de evaluación de un Programa de Voluntariado Corporativo (PVC).

El ejercicio de evaluación puede realizarse desde dos grandes campos metodológicos: por un lado, el que corresponde a las escuelas de *Accountability* que son las más conocidas, seguidas, que han generado mayor literatura y que tienen mayor influencia en las empresas. Pero también desde la práctica de *Self accountability*, que resulta innovadora y muy útil para el análisis de la Evaluación de Impacto Social de dichos programas. Dice la lógica que para evaluar hace falta primero medir y luego valorar, pero ¿qué diferencias hay entre esas escuelas y cómo se manifiestan sus postulados?

Sucede que por diversos factores que no viene al caso señalar, a quienes se les encomienda la responsabilidad de reportar para qué sirvió el PVC y qué trajo de positivo a los propósitos de inversión social de la compañía en el último año, se enfrentan al reto de mostrar las contribuciones sociales, revelar si los objetivos y metas se alanzaron y cómo fue la participación de los empleados.

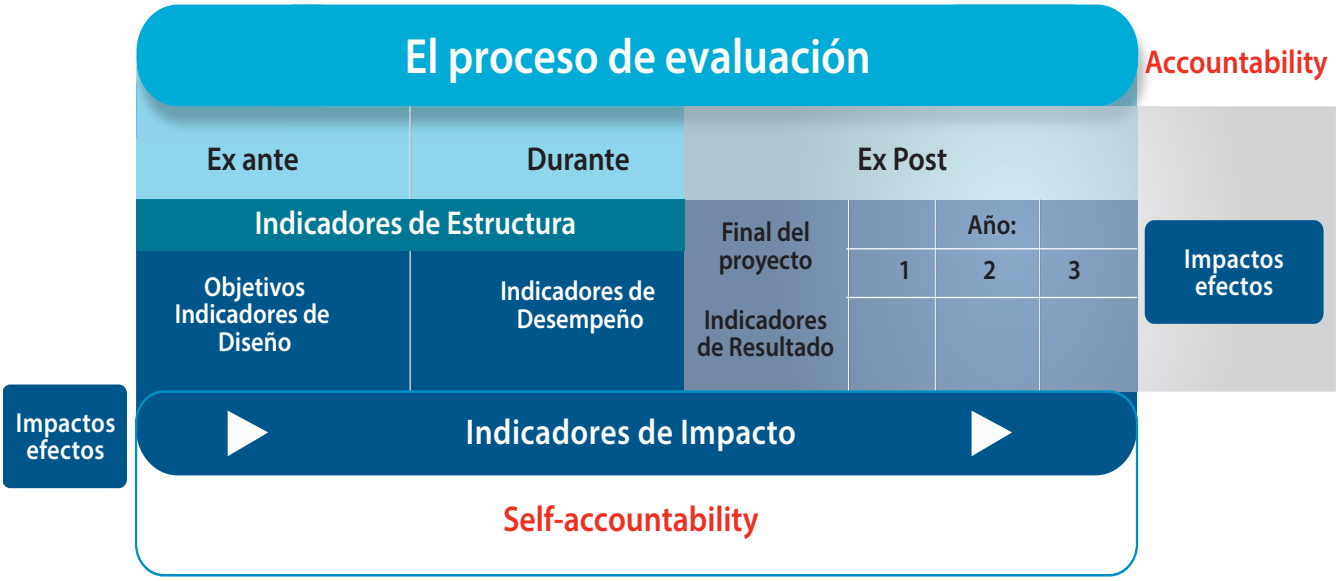
Lo anterior motiva que de manera indistinta se utilicen términos e indicadores de una dimensión para hablar de resultados, así en ocasiones a la medición se le da un atributo como si fuese de evaluación de Impacto Social, o la valoración se truca en la profundidad de su relevancia por no contextualizarla adecuadamente. Esta mezcla termina destacando del PVC la lectura que se hace de indicadores cuantitativos principalmente.

La narrativa de los resultados entonces se apoya en la utilización indistinta del concepto Impacto que en *accountability* puede tener distintos usos y significados. Uno muy común se puede leer en un informe: “el PVC de la compañía impactó a 2,000 personas”, lo que en realidad significa que impacto es sinónimo de cobertura. Otro caso interesante es: “publicitar las acciones de la compañía en materia de voluntariado permitió tener 20 mil impactos”, en este caso impacto es sinónimo de número de vistas o recordaciones publicitarias en la audiencia. En otro escrito se apunta que establecer un vínculo claro entre la estrategia del negocio y el PVC con los objetivos de las organizaciones de la sociedad civil con las que se puede establecer una alianza, permite obtener un “impacto relevante”, aquí el impacto simplemente es resultado.

La utilización de medidores como la que habitualmente se utiliza es el número de Horas/Hombre contabilizadas por el PVC donde se busca traducir en impacto: “impactamos con 20,000 horas en la comunidad”, es decir, aquí impacto significa tiempo movilizado a favor de las jornadas voluntarias, pero no dice lo que con esas horas se transformó en la comunidad. Como se observa, en general el impacto es reducido a una frase pomposa, rimbombante; o bien, a un indicador numérico, frío, un cálculo que no dice la cualidad de la transformación de las personas y su comunidad.

*Emilio Guerra es Director de la Red del Pacto Mundial de las Naciones Unidas en México y Consejero de la Alianza Mexicana de Voluntariado.

Sin embargo, al evaluar un PVC no se puede hablar de una sola evaluación pues sucede que dentro de él se pueden analizar distintos factores a saber (ver gráfico): evaluación de diseño del programa, (que también puede referirse a la estructura del mismo), evaluación del desempeño en la gestión que incluye por supuesto, la relación con organizaciones de la sociedad civil cuando las actividades se realizan en conjunto, la efectividad al desarrollar las acciones (logística), la actuación del coordinador(a), de los voluntarios de la empresa, la disponibilidad e interés de los mandos superiores y el financiamiento; la evaluación de resultados obtenidos por el PVC en la comunidad y finalmente, la evaluación de impacto social.



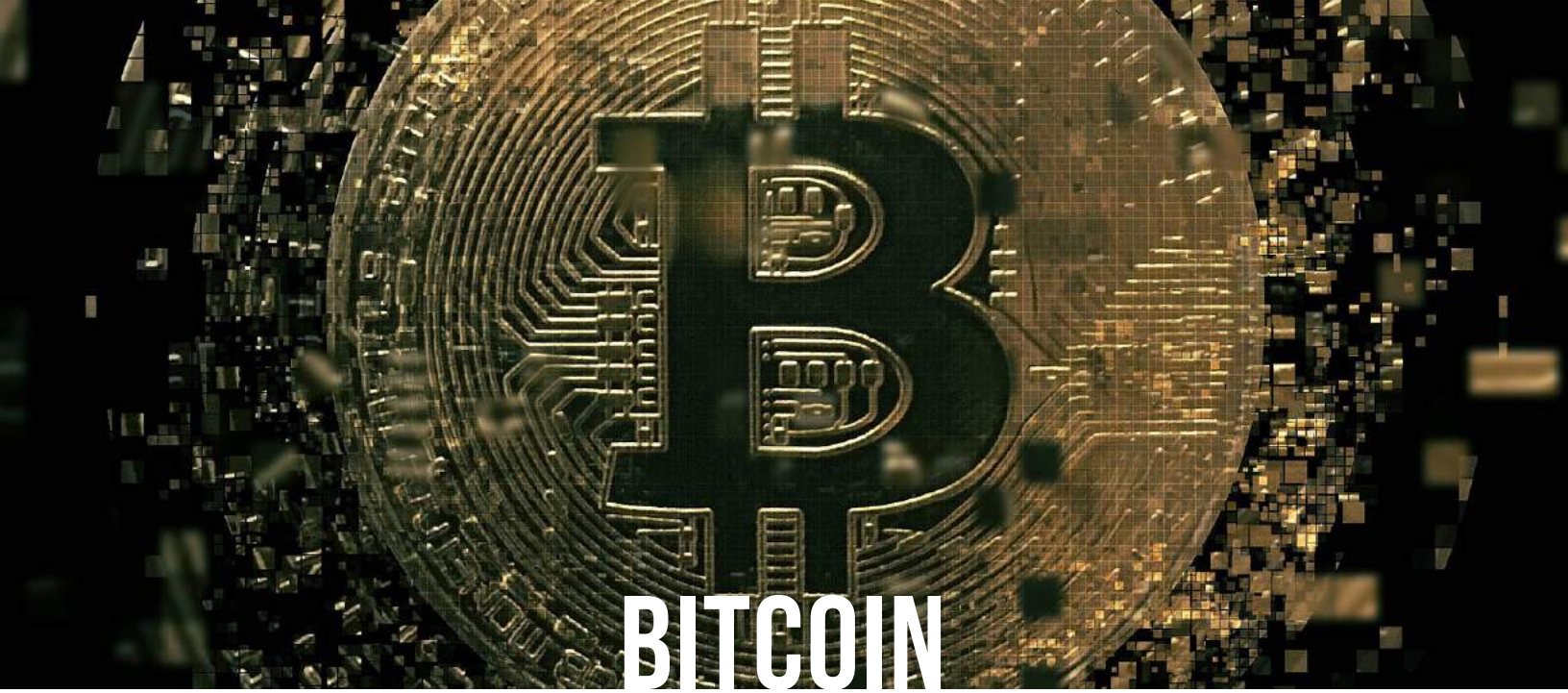
Desde el *Accountability* la evaluación de Resultados y la de Impacto Social suelen considerarse como iguales en la lógica de la elaboración de un reporte. Por otro lado, en estas escuelas ocurre que los resultados son considerados la materia prima de la evaluación de impacto social y ésta se presenta solo al final, después de haber concluido un ciclo de gestión (a partir de pasados el primero, segundo y tercer año) lo que genera un terreno fértil para consultores que proponen evaluar el Impacto Social del Voluntariado Corporativo, un gasto adicional al programa. También existe la tentación de estimar que medir el retorno de inversión, el SROI, permitirá evaluar el Impacto Social de un PVC cuando en realidad aquel es una herramienta para materializar una medición.

En cambio, desde el *Self accountability* los impactos y efectos pueden verse incluso desde el inicio del PVC en su diseño, durante su implementación y desarrollo y hasta el final, incluso pasado un tiempo razonable de la conclusión de las actividades de servicio voluntario. Sus indicadores se seguirán manifestando.

Así, en las prácticas tradicionales de evaluación de Impacto Social, se tiene que volver la vista atrás y recopilar información y opiniones y percepciones que algunas quizá se diluyeron con el tiempo. Indagar información que quizá ya se escapó.

Desde la forma de trabajo de *Self accountability* las transformaciones se van observando, se pueden sistematizar y valorar en el momento mismo en que ocurren, lo que provoca situar a las personas en la relevancia de los cambios sociales positivos generados por la participación voluntaria por encima de los indicadores cuantitativos.

La evaluación del Impacto Social de un PVC desde el *Self accountability* es un ejercicio inspirador, gran motivador y generador de cultura de la donación y participación que influye en las transformaciones de las personas y sus comunidades. En México, la Alianza Mexicana de Voluntariado trabaja con esta metodología.



BITCOIN
¿en caída o un nuevo sistema de pago?

Luis E. Montoya Fernández*

Desde el 2009 esta moneda virtual ha incrementado su valor en más de 6,000% anual; para muchos se traduce en un aumento no sustentado, es decir en nada tangible o cuantificable, lo que muchos en el sistema financiero llamaríamos una burbuja especulativa. Una burbuja especulativa se da por el aumento en el precio de algún bien que no tiene fundamentos, generado por la demanda excesiva que existe en el activo. Por lo tanto, podría ser que en el corto plazo bajara dramáticamente hasta llegar a niveles en donde el Mercado lo percibe como correctamente valuado.

Esta moneda es criptográfica, creada por algoritmos que son generados por una computadora y que codifican una serie de transacciones cifradas, que a su vez otros computadores replican para que las transacciones sean confiables (*blockchain*), su creador sostiene que es una forma muy segura de realizar una transferencia ya que todas las computadoras enlazadas registran estas operaciones dando certeza de que un Bitcoin pasó de manos de una persona a otra. Este algoritmo fue creado por Satoshi Nakamoto en el año 2009 luego de la gran burbuja en el mercado inmobiliario en los Estados Unidos que generó una gran recesión y de la que apenas se están recuperando. Recientemente se dio a conocer en una entrevista para la BBC que el verdadero creador del bitcoin fue Craig Wright un empresario y científico computacional australiano, aún existen dudas sobre el verdadero creador de esta moneda, aunque muchas personas han mostrado evidencias de que Craig es el verdadero creador.

Este algoritmo tiene un número finito de Bitcoins que puede estar en circulación y que se espera se puedan alcanzar para el año 2140. Actualmente existen poco más de 16,000 millones de Bitcoins circulando en el globo de los 21,000 millones disponibles que puede generar dicho algoritmo y que llegada esta cifra solo se podrán realizar transacciones y funcionar como método de pago seguro.

* Luis E. Montoya Fernández, Licenciatura en Dirección Financiera por el ITAM

¿Para qué fueron creadas?

Las instituciones financieras son quienes controlan en la actualidad la mayoría de las transacciones sin efectivo (transferencias electrónicas) y son beneficiadas cuantiosamente por las comisiones que genera dicha actividad, lo que el Bitcoin pretende es realizar pagos de un ente a otro sin necesidad de un tercero, haciéndolas más seguras y a un costo reducido. Las monedas virtuales fungen ya como método de pago, el problema es que no están respaldados por ningún ente regulador y su precio esta fincado en la oferta y demanda que exista, lo que para muchos lo hace una moneda riesgosa al no estar respaldada por una entidad en cuanto a su liquidación, transparencia y fundamentales, por el contrario, como en el caso del peso mexicano que es regulado por un banco central el cual da certidumbre de su valor intrínseco.

Hoy en día el Bitcoin se ha convertido en un instrumento que se utiliza principalmente para especulación (compra y venta para poder obtener un rendimiento de estas transacciones), lo cual la hace muy volátil, es decir en un solo día se puede ganar o perder valor. Desde su creación esta moneda ha logrado su máximo histórico de 19,511 USD por Bitcoin, cuando en su creación hace ocho años un Bitcoin podía ser comprado por 50 USD, esto no es un rendimiento menor, ya que estamos hablando de alrededor de 350 veces la inversión inicial.

El temor de muchos especialistas y ahora bancos centrales que hasta el año pasado no reconocían a esta moneda, empiezan a dar sus posturas en torno a las monedas virtuales ya que la cantidad de dinero que está puesta en este activo es grande, sin mencionar que desde diciembre de 2017 ya existen derivados sobre el Bitcoin en uno de los principales mercados de derivados en el mundo "Chicago Mercantile Exchange" (instrumentos financieros que adquieren valor al estar vinculado al precio del subyacente). Aunado a esto en los últimos años las criptomonedas han estado involucradas en actividades no lícitas, ya que al no estar centralizadas por una institución no se puede rastrear el intercambio de éstas.

Desde 2014 el Banco de México advirtió al público de los riesgos del uso de estos activos virtuales que no son considerados como moneda de uso legal sino como activos de almacenamiento e intercambio de información electrónica sin respaldo de alguna institución. Hasta el momento no ha emitido regulación alguna para el uso de éstos, sin embargo, ha mencionado en repetidas ocasiones que si llegase a representar un riesgo mayor para el sistema financiero y sistema de pagos tomará medidas correctivas.

Las monedas virtuales fungen ya como método de pago, el problema es que no están respaldados por ningún ente regulador y su precio esta fincado en la oferta y demanda que exista.

Hacia dónde va...

En el último año se ha hablado mucho del impacto ambiental que se está generando al hacer minería sobre el Bitcoin ya que la cantidad de energía que se necesita para las computadoras que replican los algoritmos es importante, lo cual hizo que China prohibiera la minería de estas monedas dándole un golpe fuerte a su valor. En las últimas semanas China y Corea del Sur han impuesto regulaciones importantes contra el uso de estas monedas por el impacto que ha tenido en negocios ilícitos. Sin embargo, la euforia por esta moneda y las plataformas que logran el intercambio de estas monedas siguen en crecimiento, así como el apetito de nuevos y viejos inversionistas en realizar transacciones en torno a las monedas virtuales.

#FUERZAMÉXICO

AHORA PRODUCIMOS AL NIVEL DE LAS MÁXIMAS POTENCIAS.

Soy mexican@

SOMOS MEXICANOS

somosmexicanos.mx

Consejo de la Comunicación
Voz de las Empresas

Luis Carracci 105-P.B. Col. Insurgentes Extremadura
CDMX C.P. 03740 Tel.: (55) 5563-9912

Breves de RSC

Doriana Dondé U.

Fundación MAPFRE en 10 años de actividad han apoyado a más de 100 millones de personas

El impacto del Programa de Cooperación Internacional engloba más de 800 proyectos y ha beneficiado directamente a casi un millón de personas, principalmente niños y adolescentes, uno de los más exitosos en este campo es Comunidad MAPFRE-UP en México, donde cada año se facilita la alimentación y cuidados básicos a los sectores más vulnerables de la sociedad; otro caso de éxito es el programa Educa tu Mundo, el cual ha llegado a más de 5 millones de jóvenes alrededor del mundo y ha facilitado la formación de más de 5,000 profesores en materia de prevención de accidentes, promoción de hábitos para una vida sana, así como la difusión de conocimientos financieros para incentivar una cultura de ahorro a una temprana edad; además gracias a un financiamiento otorgado por la Fundación desde hace más de 20 años se ha logrado otro proyecto de investigación con células madre desarrollado por el neurocirujano Dr. Vaquero y su equipo, el cual, en modo experimental, consiguió devolver la movilidad a personas con determinadas lesiones medulares.

Natura, reconocida en el Foro de Davos como la empresa latinoamericana más sustentable

De acuerdo con el ranking Global 100, elaborado por Corporate Knights, compañía canadiense de medios e investigación, Natura se ubicó en el lugar 14 a nivel mundial, lo que representa un avance de cinco posiciones con respecto a 2017; y es su novena aparición consecutiva en la lista.

Las empresas presentes en la actual edición del ranking se destacaron entre casi seis mil firmas de 22 países y de diversos sectores de la industria que fueron evaluadas a partir de 17 indicadores, que abarcan sustentabilidad, gobierno y acción social.

El uso sustentable de la biodiversidad amazónica es uno de los principales vectores de innovación de la compañía, que tiene más del 80% de sus ingredientes de origen vegetal. También se diferencia por el uso de alcohol orgánico en todas las líneas de perfumería y por sus envases ecoeficientes, con materiales posconsumo, PET reciclado y sistema de repuestos.

ABB y la Ciudad de Davos abren el camino a la movilidad sostenible a través de innovadoras modalidades de transporte eléctrico

Davos y ABB han establecido una asociación de largo plazo para proporcionar infraestructura eléctrica para transporte público y privado; desde automóviles, autobuses, trenes, barcos y teleféricos, destacándose: Autobús eléctrico (e-bus TOSA), su batería se puede recargar en tan solo 20 segundos a medida que los pasajeros abordan y descienden; Vehículos eléctricos (e-cars) ABB, este sistema de transporte amigable con el medio ambiente podría reducir las emisiones de dióxido de carbono en 1.000 toneladas anuales. Vehículos eléctricos (e-cars) ABB ya es el líder mundial en carga rápida, con más de 6.000 estaciones instaladas en más de 50 países.

En Davos, los líderes mundiales podrán ver en funcionamiento las ocho recién instaladas ABB Terra 53, estaciones de carga de CC de 50 kW, compatible con CCS, CHAdeMO y estándares de carga de CA de 43 kW simultáneos. Estos últimos se encuentran en Europa y América del Norte. “Cambiar a vehículos eléctricos ya no implica un cuestionamiento, ahora el tema es más bien cuándo y qué tan rápido”, dijo Ulrich Spiesshofer, CEO de ABB.

El sector Industrial puede incrementar su producción con Energía más asequible y limpia

El incremento en la producción estadounidense de gas natural derivado del auge del sector de shale está transformando el mercado global del gas. De acuerdo con el informe “Perspectivas del mercado de gas natural en Latinoamérica y el Caribe” *, hace menos de una década, con la producción de Gas Natural en declive, se esperaba que Estados Unidos se convirtiera en un gran importador de Gas Natural Licuado y un mercado de último recurso para cargamentos excedentes alrededor del mundo. El informe resalta que la demanda de gas está subiendo en la mayoría de los países, alimentada por el crecimiento económico, además, de que muchas plantas eléctricas a base de diésel se están convirtiendo para utilizar Gas Natural que es más barato y limpio. La oposición social y ambiental a nuevos proyectos hidroeléctricos también ha acelerado la transición al uso de este hidrocarburo. Este gas se usa cada vez más para respaldar fuentes de energía renovable intermitentes, incluyendo eólica y solar. A futuro, las industrias podrían estar más interesadas en considerar las soluciones a base de gas para situaciones en donde típicamente han comprado equipos a diésel.

*Fuente: http://www19.iadb.org/intal/intalcdi/PE/2015/15799es.pdf, informe elaborado por Lisa Viscidi, escrito por Bulmaro Rojas, Director General de Generac-Ottomotores

El presidente del FIDA insta a los líderes reunidos en el Foro Económico Mundial a no dejar de lado a las poblaciones más pobres y marginadas del mundo

“La colaboración internacional y el desarrollo económico solo tendrán resultados satisfactorios si se toman en cuenta las necesidades y las realidades de los millones de personas de las zonas rurales asediadas por el hambre, la pobreza y las crisis provocadas por el cambio climático”, dijo el presidente del FIDA (Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola) Gilbert F. Houngbo antes de unirse a los debates de alto nivel en Suiza. “Los líderes deben tener en cuenta las realidades de estas personas mientras abordan la gran cantidad de desafíos económicos de la agenda mundial”. A modo de ejemplo, Houngbo señaló que, en los últimos años, recientemente considerados como los más calurosos desde que se tienen registros, aumentó el número de personas que padecen hambre debido al cambio climático y los conflictos. “El hecho de que 815 millones de personas pasen hambre en la actualidad no se debe a los niveles de producción mundial, sino más bien a la pobreza y las desigualdades, los conflictos y la exclusión de los pequeños productores de sistemas alimentarios más grandes”, añadió Houngbo.

X500

PLAYER 1

PEÑOLES

Contigo

Presenta

FIRST

LAGUNA REGIONAL

Del 21 al 24 de marzo

Torreón, Coahuila

firstlagunaregional.com.mx

FirstLagunaRegional

Ayúdanos a construir

Cemefi

LA CASA DE LA FILANTROPÍA Y RSE

DONDE TODOS CRECEMOS

El Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) ha emprendido un gran proyecto, la construcción de La Casa de la Filantropía y la Responsabilidad Social Empresarial, un edificio multifuncional que será un espacio de encuentro para las organizaciones de la sociedad civil y las empresas socialmente responsables.

La Casa albergará también las oficinas del Cemefi, permitiéndole atender de mejor manera a todos los públicos a los que sirve y a la sociedad en general, en un lugar pensado para estimular la Colaboración, el Crecimiento y el Compromiso de todos para construir un México mejor.

Te invitamos a formar parte de esta iniciativa a través de un donativo económico. Con tu apoyo y generosidad lograremos impulsar una sociedad más equitativa, solidaria y próspera.

¡Tú puedes sumarte!
Construyamos juntos el espacio donde todos Crecemos
www.cemefi.org/lacasa

Cemefi
CENTRO MEXICANO PARA LA FILANTROPÍA