

GANAR-GANAR

Especializada en Responsabilidad Social Corporativa

**Reforma
Energética
y Medio
Ambiente**

**Reputación de
una Empresa
Global
RepTrak® Pulse**

**Bosques
Competitivos
y Sustentables**

**Informes
Desarrollo
Sustentable**

**La Responsabilidad
Social Ambiental
no tiene rostro**





13 años comprometidos con el medio ambiente



Una compañía naranja con espíritu verde.



- Ahorro anual de más de 41.6 millones de litros de agua.
- Nuestras tiendas cuentan con plantas tratadoras de agua y aire acondicionado con sistema de recuperación de agua condensada.



- Promovemos el reciclado de diversos materiales:
 - 7 mil toneladas de cartón.
 - 450 toneladas de polietileno.
 - 950 mil tarimas de madera.



- Disminuimos el consumo de energía eléctrica hasta en un 60% en nuestras tiendas.
- Reemplazo de luminarias por tecnología LED en todo el país.
- Domos traslúcidos en tiendas para aprovechar la luz natural.

EN CEMEX NUESTRA
INVERSIÓN DE IMPACTO
SOCIAL ESTÁ ENFOCADA
EN 3 EJES PRINCIPALES:

01

PARTICIPAMOS DE
MANERA ACTIVA EN
EL DESARROLLO DE
COMUNIDADES
SOSTENIBLES



02

IMPULSAMOS
NEGOCIOS
SOCIALES
E INCLUSIVOS



03

EMPODERAMOS Y
DESARROLLAMOS
LAS CAPACIDADES
EN LAS PERSONAS



CONTRIBUIMOS AL DESARROLLO DE
+ 400 COMUNIDADES
EN MÉXICO, DONDE HEMOS
TRABAJADO EN CONJUNTO CON
+ 6.2 MILLONES
DE PERSONAS QUE HAN MEJORADO SU
CALIDAD DE VIDA



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

Consejo Editorial

Rubén Aguilar Monteverde †
Jorge Aguilar Valenzuela
Fernando Castro y Castro
Loreto García Muriel
Bruno Newman
Martha Hunter Smith
Jorge V. Villalobos Grzybowicz

Presidente

Eloy Rodríguez Alfonsín

Director General

M.B.A. Klaus Góerman Phinder

Director Ejecutivo

Federico J. Morales Perret

Coordinación

Promotora ACCSE, S.A. de C.V.

Producción

Grupo Especializado FMP, S.A. de C.V.

Redacción

Doriana Dondé Ugarte

Diseño Gráfico

L.D.G. Roberto Orozco Pérez

Community Manager

Lic. Federico Morales Dondé

Comercialización

María Rosa Martínez Córdova

Fotografía

Alex Rico, Omar Morales Rodríguez, Gabriel González, Javier Oyarzabal, Uriel Savariego, Fidel Ugarte L. y Lidia Yllan Juárez

Administración

C.P. Germán Tzompa González

Colaboradores

Pedro Mauricio Morales Gómez, Pam Quibec, Anik Varés Leal, Gabriela Herrera Rivera, Paul Sánchez Aguilar, Centro Mexicano para la Filantropía, Gerardo Soto, Sandra Paulina Tamez, Mauricio Pérez Mata, Doriana Dondé, Beverly Velázquez R., Rodrigo Kambayashi, Ursula Sánchez, Ximena Sánchez Cortés, Bernardo Kliksberg y Alonso G. Castellot

GANAR-GANAR, Año 12 – No. 70 septiembre / octubre 2014

Especializada en Responsabilidad Social Corporativa.

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: revistaganarganar@gmail.com

web: www.ganar-ganar.com.mx

Editor Responsable: Federico 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 30 de Agosto de 2014

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.

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



Editorial

Estimado lector (a)

México y el mundo entero atraviesan por momentos de tal magnitud y trascendencia que nos hacen patente la gran responsabilidad de contribuir al bien común de todos aquellos que participamos en la conciencia colectiva.

Las crisis humanitarias por pobreza, escasez de alimento, epidemias de graves enfermedades, desastres naturales y conflictos bélicos, además del ambiente de incertidumbre y miedo que genera la violencia provocada por la delincuencia organizada, nos hacen reforzar nuestra misión de ser un medio de comunicación que aporte buenas noticias dentro de este coctel de información negativa que bien podría llevarnos a un profundo desaliento respecto de nuestro destino.

Siendo así, un medio que no ignora la realidad pero que toma lo positivo de ésta para contagiarlo, queremos brindarle un contenido variado y enriquecedor que gira en torno a tres grandes aristas de la responsabilidad social de cualquier organización humana: Medioambiente y sustentabilidad con todo lo que conlleva; casos de éxito de alianzas intersectoriales y redes de apoyo para los nuevos actores del desarrollo; y, la contribución del emprendedurismo y los negocios sociales al progreso de la humanidad.

Todos estos temas son plasmados en nuestras páginas a través de colaboraciones diversas, desde la iniciativa privada, instituciones educativas, organismos empresariales, instancias de gobierno y organizaciones de la sociedad civil, hasta académicos e intelectuales que han encontrado en **GANAR-GANAR** el espacio para la publicación de sus reflexiones y artículos.

Sin lugar a dudas, la transparencia y la rendición de cuentas conforman un tema ineludible en la gestión socialmente responsable, por ello, en **GANAR-GANAR** nos dimos a la tarea de conformar un fichero de suma utilidad que aquí les presentamos con el título de "Transparencia y Rendición de Cuentas, Informes México 2013" para encontrar la muestra más significativa de las organizaciones que hoy refrendan su práctica de informar a sus diversos grupos de interés. Las más de 30 fichas que se publican en este número, representan el trabajo de acopio más representativo que los lectores interesados en el tema puedan tener en un solo documento y que también podrán consultar en www.ganar-ganar.mx.

Destaca también el recuento que, a más de una década de existencia, se hace de la iniciativa sectorial de mayor importancia para el reciclaje de los envases de PET, ECOCE es la referencia obligada de trabajo conjunto más allá de la competencia pues agrupa en una misma iniciativa a las empresas del sector de bebidas y alimentos que se esfuerzan día a día por ser la marca con más mercado y de mayor preferencia por los consumidores.

Como siempre, esperamos que esta lectura sirva de ejemplo y reflexión para encontrar soluciones a sus inquietudes en responsabilidad social.

Cordialmente
Eloy Rodríguez Alfonsín
PRESIDENTE



www.facebook.com/RevistaGanarGanar



@GanarGanar



Modelo de Sustentabilidad Corporativa

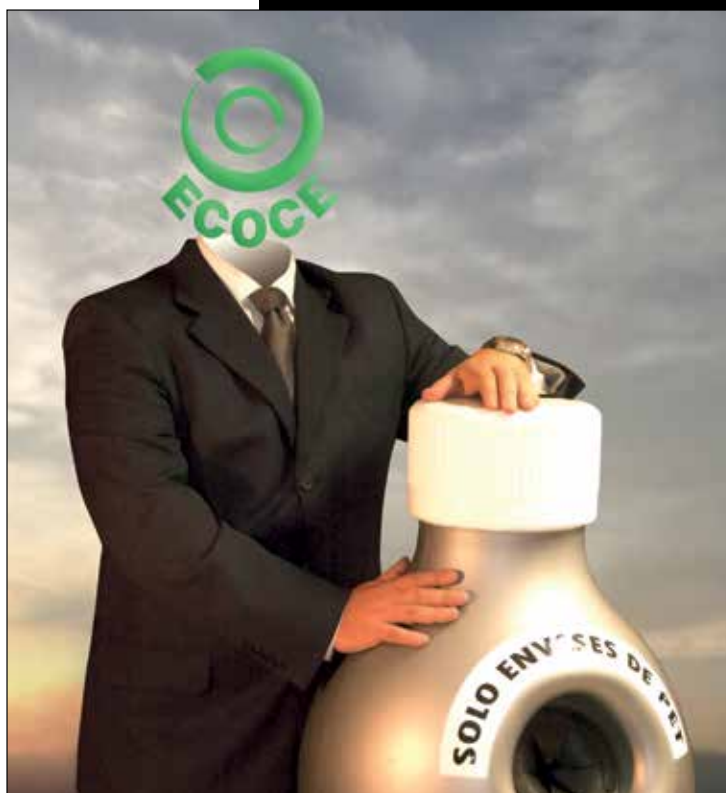
Este modelo tiene por objetivo guiar a las empresas en su proceso de evolución hacia la sustentabilidad, a través de una metodología sólida, progresiva y estructurada en etapas, que se vuelve operativa mediante el desarrollo de programas específicos en las áreas de:

- Reciclaje y reutilización de residuos
- Consumo sustentable
- Eficiencia energética y ahorro de agua
- Comunicación estratégica
- Compras y promociones sustentables



Para más información sobre nuestros servicios en sustentabilidad, escríbanos a info@accse.net o llámenos a los teléfonos (55) 5563-5970 y 5598-0784 <http://www.accionsocialempresarial.com>

- 8 **La reforma energética**
y el riesgo al medio ambiente
- 12 **La responsabilidad social y la reputación de una empresa, íntimamente ligadas**
de acuerdo al Estudio Global RepTrack® Pulse
- 16 **Redes de apoyo para los nuevos actores del desarrollo**
- 18 **Negocios sociables**
el "abono" que el PIB necesita
- 20 **Becas para impulso a la formación de niños y jóvenes mexicanos**
- 22 **PetStar, la planta de reciclaje de PET más grande del mundo... y está en México**
- 26 **Informes México 2013**
Transparencia y rendición de cuentas
- 30 **Principios en la empresa**
- 34 **Planta de tratamiento de aguas residuales y el cuidado de recursos naturales**
- 38 **Entrevista a Jorge Zindel Mundet**
Presidente de ECOCE
- 42 **Suplemento CEMEFI**
- 46 **Niños en alegría**
Mejor educación para el Estado de Guerrero



38



8



12

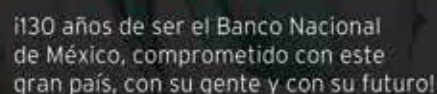


26



52

- 48 **Empresa con valor humano**
COPARMEX y USEM Querétaro
- 50 **RS gubernamental requiere alianzas intersectoriales**
- 52 **Bosques competitivos y sustentables**
- 54 **Reforestación 2014**
- 56 **MCM Telecom**
se puso la verde con causa
- 58 **Una relación imposible: La RSE y las Pymes**
la historia de Pepito
- 61 **Porque el mejor trato es el que viene del corazón...**
y entre dos es mejor
- 62 **Hotel Socialmente Responsable**
Rosas & Xocolate
- 66 **Por una gestión responsable de la educación**
- 70 **¿Qué quiere la gente en su trabajo?**
Visión Global de la RSC de Bernardo Kliksberg
- 72 **En opinión de Alonso G. Castellot**
- 73 **Breves de RSC por Doriana Dondé Ugarte**



Conoce más e involúcrate.



130 AÑOS
CON MÉXICO



#FIRMOYSOYPARTE

LA REFORMA ENERGÉTICA Y EL RIESGO AL MEDIO AMBIENTE

Por Pedro Mauricio Morales Gómez

Un tema que ha causado una considerable controversia en virtud de las reformas energéticas es el ambiental, y en particular el de los potenciales impactos negativos que se pudieran generar derivados del paquete de reformas y consecuente desarrollo del sector, principalmente en materia de hidrocarburos.

Actividades novedosas contempladas en el paquete de reformas, como el famoso, *fracking* (término inglés para referirse a la fracturación hidráulica) además de otras tradicionales como es el caso del transporte, exploración y explotación de hidrocarburos, han ocasionado protestas de diversos grupos de población y de organismos no gubernamentales, para tratar de impedir lo que aseguran será un potencial desastre ecológico. Inclusive, se ha llegado al grado de elaborar una iniciativa de ley para la prohibición del *fracking*, actividad que definitivamente puede ser considerada como de alto riesgo, al igual que muchas otras.

Las actividades de alto riesgo no deben ser prohibidas tajantemente por medio de una ley, sino que deben ser reguladas y por lo tanto limitadas para que las mismas puedan llevarse a cabo en aquellas zonas en las que los impactos ambientales y a la población sean mínimos, tras una adecuada evaluación del impacto ambiental. Sería absurdo pretender la prohibición de actividades de alto riesgo que son necesarias para la población, como es el ejemplo no solamente del sector energético, sino también de la minería o industria pesada, o inclusive una gasolinera en una zona residencial.

A pesar de ello, ya se han presentado ejemplos de disposiciones jurídicas que pretenden, erróneamente, la prohibición de alguna actividad de alto riesgo. Tal fue el caso de la reforma a la Ley de Desarrollo Rural Sustentable del Estado de Morelos, la cual claramente pretendía

prohibir en dicha entidad federativa la explotación minera a cielo abierto, actividad ciertamente riesgosa y con considerables impactos potenciales al ambiente, pero también estrictamente regulada por la normatividad ambiental federal.

Además, conforme a la legislación ambiental existente, las actividades riesgosas deben pasar por un estricto escrutinio por parte de las autoridades ambientales, así como las locales y la comunidad, antes de obtener su autorización en materia de impacto ambiental y aprobación de estudio de riesgo y programa de prevención de accidentes. Con ello, las autoridades ambientales federales, tras revisar el estudio sometido por el interesado, atenderá a los comentarios de autoridades locales y, en su caso, comunidades potencialmente afectadas e interesados, antes de emitir su dictamen sobre la viabilidad del proyecto.

Dentro del paquete de las reformas, en atención a las preocupaciones ambientales, se incluye una iniciativa de ley por la que se crea una nueva autoridad en materia ambiental y de seguridad industrial, la Agencia Nacional de Seguridad Industrial y de Protección al Medio Ambiente del Sector Hidrocarburos (la "Agencia"). Dicha agencia se crearía como un órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT).

La Agencia tendría diversas funciones en el sector de hidrocarburos, encontrándose facultada para emitir normas oficiales mexicanas y expedir licencias,



EN LA INDUSTRIA MEXICANA DE *Coca-Cola*[®]
ESTAMOS COMPROMETIDOS CONTIGO,
CON LA COMUNIDAD Y CON EL **PLANETA.**

POR ESO, HASTA HOY APOYAMOS LA PLANTACIÓN
DE MÁS DE **54 MILLONES DE ÁRBOLES**,
REABASTECIENDO LOS ACUÍFEROS
Y REGRESANDO ASÍ ALREDEDOR DEL **70% DEL AGUA**
QUE UTILIZAMOS EN NUESTROS PRODUCTOS.
NUESTRA META ES LLEGAR AL 100%.



Con la colaboración de:

SEMARNAT
SECRETARÍA DE
MEDIO AMBIENTE
Y RECURSOS NATURALES



**Y MÁS DE 700
COMUNIDADES**

Coca-Cola[®] México

Conoce más en coca-colamexico.com.mx

HAZ DEPORTE. HOLA 01800 704 4400 - INFORMACIÓN AL CONSUMIDOR SIN COSTO.

D.R. © The Coca-Cola Company 2014. "Coca-Cola" y la botella contour son marcas registradas de The Coca-Cola Company.



permisos, registros y autorizaciones en materia ambiental, así como dictar medidas técnicas para hacer frente a situaciones de emergencia en materia de actividades ligadas al sector hidrocarburos.

Dicha Agencia, ideada muy probablemente con el ánimo de calmar las preocupaciones y reclamos de grupos ambientalistas, en realidad duplica funciones de otras autoridades ya existentes (como es el caso de la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente, la Comisión Nacional del Agua y la propia Secretaría de Energía) y que inclusive podría generar temas controvertidos de competencias. ¿Qué ocurriría, por ejemplo, en el caso de algún accidente que tuviera como causas no solamente proyectos del sector hidrocarburos, sino también de otros sectores como pudiera ser la minería, pesca, energía geotérmica u otros sectores? Sería complicado determinar la norma a aplicar o la dependencia o agencia que tendría que actuar para atender dicha situación de emergencia, cuando hoy en día ya existen las autoridades requeridas para atender a tal contingencia.

Es muy importante destacar por lo tanto que México ya cuenta con un marco legal ambiental considerablemente completo y mucho más desarrollado que el que se tenía hace unos diez años para hacer frente a los impactos ambientales que pudieran generarse con motivo de la reforma energética. Se han emitido leyes, reglamentos y normas oficiales mexicanas específicas en temas de residuos y contaminación. Además, hoy en día, hacer frente a los casos de contaminación no dependerá únicamente de las autoridades administrativas o penales ambientales, pues la introducción en nuestro sistema legal de las acciones colectivas, así como de la entrada en vigor de la Ley Federal de Responsabilidad Ambiental, permite que comunidades afectadas y ONGs presenten acciones en contra de daños causados por actividades realizadas en contravención de normas ambientales, o de los términos y condiciones establecidos por las autoridades en los permisos otorgados en la materia.

Volviendo a la iniciativa de Ley por la cual se crea la Agencia, ésta no se limita a la creación de dicho órgano, sino que también contiene algunas disposiciones relacionadas con las responsabilidades y obligaciones de las empresas productivas del Estado y los particulares que realicen actividades del sector hidrocarburos (los "Regulados"). Conforme a la iniciativa, los Regulados deberán contar con órganos

de control interno en materia de seguridad industrial, seguridad operativa y de protección al medio ambiente que se encargue de la implementación, evaluación y mejora de su sistema de administración materia de Seguridad Industrial, Seguridad Operativa y de protección al medio ambiente.

Para poder tener seguridad de que cumplen con las normas y disposiciones aplicables en la materia, los Regulados podrán acreditar dicho cumplimiento por medio de auditores externos que hayan sido certificados por la Agencia, de forma similar a como hoy en día pueden realizar auditorías en materia ambiental con auditores certificados por la PROFEPA.

Como novedad, la iniciativa de Ley establece que para que los Regulados puedan tratar asuntos con los servidores públicos de la Agencia, deberá ser mediante solicitud de audiencia, para garantizar transparencia y procurar prevenir temas de corrupción. Se llevará un registro de dichas audiencias (siendo publicado en la página web de la Agencia) y serán grabadas, manteniéndose la información como reservada salvo para el Director Ejecutivo de la Agencia y los órganos federales de fiscalización.

Lo anterior es muestra clara de que México cuenta con un marco regulatorio para atender a los potenciales riesgos ambientales que los proyectos del sector hidrocarburos podrían generar, el cual se vería inclusive reforzado por la nueva iniciativa de ley que crea a la Agencia, por lo que no resulta razonable argumentar que dichas actividades deberían ser prohibidas tajantemente, pues muchas de ellas ya han sido realizadas a la fecha por PEMEX y no debe existir mayor riesgo porque sean realizadas por empresas del sector privado.

Inclusive en este último caso, el tema de la aplicación de las leyes ambientales debe ser más transparente que en el caso de PEMEX, pues la experiencia y la práctica así nos lo indican. Dicha aplicación, como comentamos, se verá reforzada por la participación que hoy en día pueden tener las comunidades y ONGs.

Esperamos por lo anterior, un futuro promisorio en el cumplimiento de la normatividad ambiental en el desarrollo del sector hidrocarburos. ●



Comparten el orgullo de haber inaugurado la
Planta de Reciclado de PET Grado Alimenticio
más Grande del Mundo, llevada a cabo
el pasado 16 de julio de 2014
y presidida por el

C. Lic. Enrique Peña Nieto

Presidente Constitucional de los
Estados Unidos Mexicanos



¡Súmate
y Recicla!



Para programar visitas:
tel. +52 (722) 180-6390 ext.130 ó comunicacion@petstar.mx

Toluca, Estado de México, México
<http://inauguracion.petstar.mx>



Museo Auditorio
PETSTAR

Información del Evento



Fernando Prado, socio y director de Reputation Institute Latinoamérica e Iberia



RESPONSABILIDAD SOCIAL Y REPUTACIÓN DE UNA EMPRESA, ÍNTIMAMENTE LIGADAS

Estudio Global RepTrak® Pulse

Por Pam Quibec

Además de estos resultados,
más de la mitad de las empresas
asegura que la reputación corporativa
tiene, al día de hoy, mayor prioridad
de la que tenía en 2013.



El estudio RepTrak Pulse, que busca conocer y evaluar la reputación (buena y mala) de las empresas y que es realizado por el Reputation Institute, en esta ocasión unió esfuerzos con el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) para así dar a conocer la lista de las 100 empresas con mejor reputación en México este 2014.

Pero, ¿por qué es valiosa esta investigación? De acuerdo con lo mencionado por Fernando Prado, socio y director de Reputation Institute Latinoamérica e Iberia, es de vital importancia para las marcas construir una reputación, ya que lo que mueve los comportamientos de los grupos de interés no es la realidad de la empresa, sino la percepción de la misma.

A partir de lo que el cliente o consumidor final cree de una marca en particular, determina de manera total su relación con el producto. De allí la importancia de mantener un buen diálogo con el público meta.

Para lograr obtener estos resultados un total de 4,659 personas fueron encuestadas buscando conocer su percepción acerca de más de 200 empresas de 19 diferentes industrias.

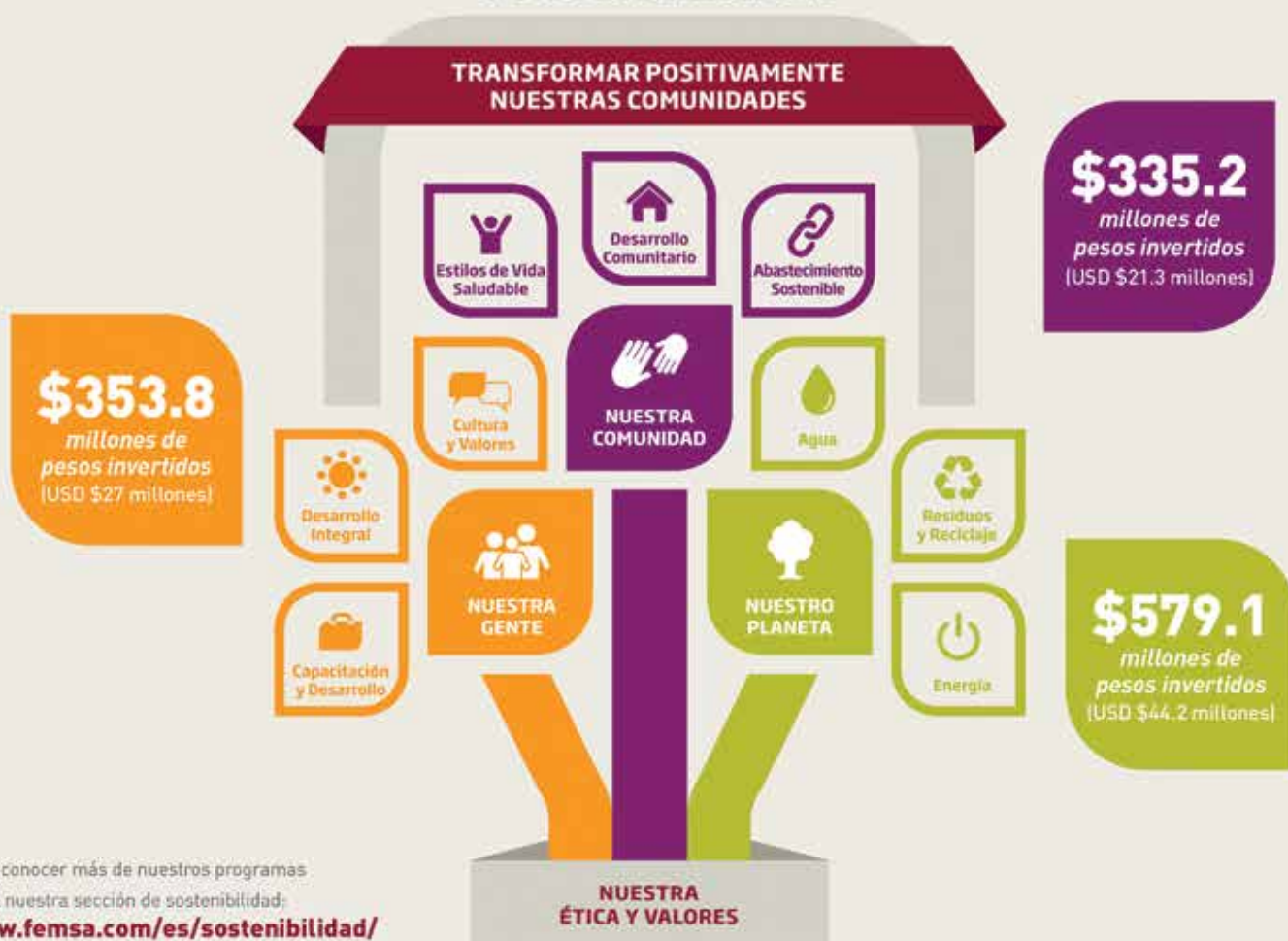
¿Qué es reputación?

De acuerdo con el estudio RepTrak® Pulse se trata de admiración, respeto y confianza; perspectivas que pueden provocar que las personas de un grupo decidan comprar o laborar en una u otra compañía y comprar o no un producto.



A través de nuestra Estrategia de Sostenibilidad, formada por tres ejes de acción y un eje base, buscamos atender las necesidades de nuestros grupos de interés y generar valor económico, social y ambiental, simultáneamente, y así transformar positivamente nuestras comunidades.

Nuestra Estrategia de Sostenibilidad



Para conocer más de nuestros programas visita nuestra sección de sostenibilidad:
www.femsa.com/es/sostenibilidad/



Liga a nuestro Informe de Sostenibilidad 2013.



Sostenibilidad: +52 (81) 8318.1956
sostenibilidad@femsa.com.mx
Comunicación Corporativa: +52 (81) 8328.6046
comunicacion@femsa.com
www.femsa.com



Las 10 empresas con mejor reputación 2013 y 2014

2014	2013
1 Google	1 Nestlé
2 SONY	2 Microsoft
3 GRUPO BIMBO	3 DAIMLER
4 GORRUBO	4 Kellogg's
5 Microsoft	5 COLGATE-PALMOLIVE
6	6 SONY
7 Nestlé	7 LG
8 hp	8 hp
9 SAMSUNG	9 La Costeña
10 DANONE	10 DANONE

Fuente: Estudio RepTrak® Pulse México, 2014.

“La ética -la integridad- es la dimensión de la reputación, que después de la oferta de productos es la que definitivamente más pesa en la opinión de los encuestados, pero también estamos analizando a la ciudadanía, que es por decirlo de alguna forma la inversión social, el apoyo a buenas causas, el cuidado del medio ambiente y el entorno de trabajo. Esas tres dimensiones pesan un poco más del 42% de la reputación aquí en México. Con ello se puede explicar que sí, la reputación la podemos explicar casi como la mitad por Responsabilidad Social Corporativa y es por ello que no podemos dejar de lado el ser una Empresa socialmente responsable”, aseguró Fernando Prado en exclusiva para **GANAR-GANAR**.

Comunicación, el paradigma de la buena reputación

Existen cientos de empresas que al día de hoy están implementando programas de RSE, pero que no cuentan precisamente con una buena reputación y muchas otras que no tienen programas con un gran impacto social o medioambiental, pero sí una difusión importante de su labor, es por ello que es vital que esa información, se dé a conocer al público en general.

No sólo es importante tener grandes proyectos que estén impactando favorablemente a las comunidades o a la ecología, es vital que la gente sepa que están sucediendo.

Dicho de otra manera: Una empresa por mucha que sea su labor, se quedará en el límite de lo que podría convertir su mayor fortaleza en temas de reputación si no lo anuncia. Si entendemos, que es precisamente la reputación la que puede mover a las masas a acercarse a una empresa y consumir sus productos o servicios, estamos hablando entonces de pérdidas millonarias, por no hacer algo tan simple como es abrir una relación comunicativa. Así se explicó durante la presentación del RepTrak® Pulse.

“El vínculo importante y relevante que hay entre la responsabilidad social y la reputación pasa muchas veces por la comunicación corporativa, el hecho de que las empresas sean suficientemente expresivas y sepan hacer saber a sus grupos de interés lo que realmente hacen, lo que realmente valen, y si se comunica de manera proporcional y de forma sincera lo que una empresa hace, al final construye Reputación” cerró Fernando Prado. ●

La reputación y la responsabilidad social

La reputación se compone de siete áreas claves que son:

1. Oferta
2. Innovación
3. Finanzas
4. Trabajo
5. Integridad
6. Ciudadanía corporativa
7. Liderazgo

Las tres últimas están ligadas de manera directa a la responsabilidad social.



Emocional

RepTrak® mide

Los siete factores clave de la reputación



Explicación Racional de lo emocional



Dentro de nuestra estrategia como Empresa Socialmente Responsable en Bepensa, destaca el Cuidado y Preservación del Medio Ambiente



Fundación Bepensa es la organización civil y brazo de Grupo Bepensa, conformada para cumplir con la responsabilidad social del grupo hacia la sociedad, su entorno y el planeta

Nuestra misión es ser una institución promotora de acciones orientadas a la creación, desarrollo y fortalecimiento de procesos sociales en materia de *salud, medio ambiente y desarrollo social*, en los lugares en los que Bepensa está presente.

Por medio de nuestra Fundación y como parte de nuestro compromiso por hacer una diferencia positiva en la comunidad y el entorno en el que nos desempeñamos, constantemente optimizamos nuestro desempeño operativo acorde a las mejores prácticas de desarrollo sustentable y promovemos una cultura verde entre nuestro personal; lo cual, aunado a los múltiples proyectos ecológicos que realizamos en la comunidad, fortalecen nuestro enfoque de proteger, preservar y mejorar el medio ambiente en todo lo que hacemos.

Una de nuestras líneas de trabajo es el programa de residuos sólidos ReQPet, cuyo objetivo es desarrollar acciones encaminadas a la reutilización y reciclado de plástico PET.

ReQPet se enfoca en la educación ambiental y al acopio permanente de PET, principalmente en escuelas primarias. Su participación es voluntaria y gratuita y se hace extensivo a todas las familias de la comunidad escolar, ya que la actividad comienza en el hogar. En base a la cantidad de PET recolectado, los participantes pueden canjear artículos diversos tales como aparatos de aire acondicionado, balones, pizarras y material didáctico.

Como parte del programa ReQPet se imparten pláticas a los alumnos con los siguientes temas: Reducir, Reutilizar, Reciclar; plástico termo-plástico, tipos de plástico, proceso de reciclado del PET y beneficios medioambientales del reciclaje; además de incluirse el trabajo de recolección periódica sin costo alguno para los participantes.

Actualmente ReQPet opera en las ciudades de Mérida, Progreso y Valladolid en Yucatán; y en las ciudades de Campeche y Cancún. Cuenta con 201 participantes y los alumnos beneficiados suman casi 50 mil. Todos ellos tienen la oportunidad de contar con un centro de acopio y recolección del PET que se genera en casa.

Para saber más visita www.fundacionbepensa.org



REDES DE APOYO PARA LOS NUEVOS ACTORES DEL DESARROLLO

Por Anik Varés Leal*



Los individuos, al igual que las familias, empresas y países, tenemos en común la búsqueda de un futuro mejor. Trazar los objetivos y la ruta para construir ese estado de bienestar, puede llegar a ser un ejercicio tan fascinante y enriquecedor como nuestras aspiraciones. Un buen ejercicio requiere tener la capacidad de ser autocríticos, analizar el pasado, observar el presente, proyectar a futuro, plantear alternativas realistas, prever consecuencias de manera sistémica y por supuesto poder de ejecución acompañado de su indispensable dosis de firmeza y flexibilidad.

En FEMSA cuentan con una historia que por más de 120 años ha buscado la fórmula para generar las condiciones que les permita operar y crecer. En este trayecto han aprendido que para hacerlo posible, es necesario que el entorno se desarrolle de manera paralela de tal forma que todos los actores puedan acceder a esas condiciones que les permitan existir y crecer. Así es como en FEMSA, desde su fundación en 1890, han entendido lo que hoy se le conoce como “Sostenibilidad”.

En el 2012, dieron inicio a un proceso de profundo análisis sobre su desempeño en materia de sostenibilidad con el objetivo de enfocar esfuerzos y mejorar el impacto de sus acciones para cumplir la visión de sostenibilidad: “Transformar positivamente nuestras comunidades”. De este ejercicio surgió la Estrategia de Sostenibilidad FEMSA, el Marco Estratégico y sus respectivos planes de implementación tanto a nivel corporativo como en las Unidades de Negocio: Coca-Cola FEMSA y FEMSA Comercio; y la unidad de Negocios Estratégicos conformada por FEMSA Logística, Imbera y PTM.

*Anik Varés Leal es Gerente de Sostenibilidad Social en FEMSA. Twitter: @FEMSA

Marco Estratégico de Sostenibilidad FEMSA

El Marco Estratégico de Sostenibilidad FEMSA, tiene como eje base la Ética y Valores, y tres ejes rectores: *Nuestra Gente y Nuestro Planeta* que están directamente relacionados a sus operaciones, mientras que su eje *Nuestra Comunidad*, incluye aquellas acciones que contribuyen a la generación de comunidades sostenibles.

A nivel directivo en el eje de *Nuestra Comunidad*, se detonó una reflexión en torno a los ámbitos en los que a través del tiempo han desarrollado capacidades para generar mayor valor. Fue así que se definió la importancia de apoyar el emprendimiento como un vehículo para impulsar economías locales, y con ello continuar potenciando las condiciones que permiten la sostenibilidad de las comunidades. Este objetivo se vuelve aún más relevante al considerar que en base al reporte de INEGI del II Trimestre de 2013 “el total de la ocupación bajo condiciones de informalidad en México –y de la cual el Sector Informal es sólo un componente– suma 29.3 millones de personas”, por su parte la ocupación específicamente en el Sector informal (empresas o negocios sin registros contables) es de 14.2 millones de personas¹.

Entre las experiencias que han desarrollado en FEMSA capacidades y conocimientos para participar en la detonación de economías locales, destaca la innovación en la generación valor, por ejemplo brindando los primeros esquemas de prestaciones médicas y de vivienda a los colaboradores desde 1906 y 1957 respectivamente, mucho antes de que existieran servicios de seguridad social en México; liderando la fundación del Tecnológico de Monterrey en 1943, expandiendo operaciones hacia Centro y Sudamérica y más recientemente a Filipinas, o creando la Fundación FEMSA como un instrumento de inversión social que apoya la conservación y el uso sostenible del agua y el mejoramiento de la calidad de vida a través de la educación, la ciencia y la tecnología aplicadas.

Plataforma de Emprendimiento

Apoyan el emprendimiento mediante una plataforma compuesta por varias iniciativas que privilegian el establecimiento de alianzas. Para contribuir de manera eficiente, identifican distintas etapas del camino de los emprendedores: creación, validación, capacitación, profesionalización y detonación.

Etapas de creación: semillero

A través de *Jóvenes con Valor*², en alianza con Avancemos Ashoka, forman y capacitan a jóvenes de 14 a 24 años para que se conviertan en agentes de cambio mediante el desarrollo de sus emprendimientos sociales. Durante un proceso de 15 meses,

los jóvenes reciben formación, acompañamiento técnico, redes de trabajo, monitoreo, evaluación y un capital semilla que varía entre los USD \$700 y \$1,300, así como asesoría de profesionales voluntarios.

Desde el 2011, han apoyado 3 generaciones de *Jóvenes con Valor* que con una inversión social de USD \$ 2.1 millones, ha impulsado 340 colectivos compuestos por 1,500 jóvenes emprendedores sociales de Michoacán, Nuevo León y Veracruz. En agosto de 2014 comenzará la 4ta Generación compuesta por 130 nuevos proyectos que son parte del compromiso establecido en el marco de la Clinton Global Initiative de apoyar 520 nuevos proyectos de emprendimiento social en un periodo de 4 años y con una inversión social de USD \$4.5 millones.

Mediante *Volver a Creer* buscan contribuir al proceso de reinserción socio-laboral de personas que cometieron un delito menor por primera vez, brindándoles oportunidades que mejoren su calidad de vida a través del emprendimiento. Este programa es posible gracias a la alianza de FEMSA, Renace, el Tecnológico de Monterrey y la Secretaría del Trabajo de Nuevo León.

Etapas de validación: acompañamiento en el camino del emprendedor

Para proyectos en los que identifican un alto potencial de escalamiento e impacto positivo, apoyan en Nuevo León, en alianza con The Impact Hub³, 10 proyectos de los cuales 5 participaron también en *Jóvenes con Valor*; y otros 10 en la Ciudad de México en alianza The Pool⁴. Estos esfuerzos en los que los participantes reciben capacitación, acompañamiento de un coach, mentorías, herramientas, y ventanas de oportunidad con mercados potenciales, buscan detonar emprendimientos innovadores, de alto impacto social y ambiental, que desarrollen sectores económicos estratégicos, fortalezcan el ecosistema emprendedor y propicien la creación de empleo en México de forma sostenible.

Estos son algunos ejemplos con los que FEMSA impulsa el ecosistema del emprendimiento en sus etapas tempranas en alianza con empresas, gobierno, organizaciones de la sociedad civil y universidades, que fomentan la creación de valor compartido y el desarrollo sostenible de las comunidades.

Para conocer más acciones que están transformando positivamente comunidades, se puede consultar su Informe de Sostenibilidad FEMSA 2013, disponible en versión descargable en formato PDF, mediante el micrositio en www.informesostenibilidad.femsa.com y en la aplicación disponible en la App Store de Apple. ●

Este artículo está basado en la presentación de la Plataforma de Emprendimiento de FEMSA en el marco del IX Congreso Internacional de RSC celebrado en Cancún en junio de este año.

¹Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo. Segundo Trimestre de 2013. <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/encuestas/hogares/regulares/enoe/>

²www.avancemos.org.mx/jovenesconvalor

³www.impacthubmt.com

⁴www.thepool.mx

NEGOCIOS SOCIALES

el “abono” que el PIB necesita

GANAR-GANAR

Romper ciclos de pobreza que, al mismo tiempo, generen 1% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional. Ese es el reto para México en el corto plazo y es posible alcanzarlo pues el país tiene todas las condiciones para detonar negocios sociales, es decir, empresas que solucionan problemas sociales.



Muhammad Yunus

De acuerdo con los organizadores del próximo Global Social Business Summit, encuentro que por primera vez se realizará en el continente americano y tiene a México como país sede, el territorio mexicano es un ecosistema propicio para detonar esos modelos de negocio.

En México, 45% de la población se encuentra por debajo del límite de la pobreza, es decir, 53.3 millones de mexicanos, en cifras del Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (Coneval).

De manera adicional, en el país se encuentran establecidas empresas globales y hay cada vez más empresarios comprometidos con el desarrollo sustentable de México, lo cual hace posible alcanzar mejores beneficios para un mayor número de pequeños productores y de sus comunidades.

Fue por esas condiciones que México fue elegido como la nación sede del próximo Global Social Business Summit, el cual contará con la presencia del premio Nobel de la Paz 2006, Muhammad Yunus.

Fue precisamente Yunus quien creó el concepto de negocio social, como una empresa que no paga dividendos y que tiene la misión primera de buscar el beneficio social. Es decir, este modelo de negocio tiene un enfoque parecido al de una organización de la sociedad civil, pero también genera sus propios ingresos para cubrir sus costos, como lo hace una empresa.

El negocio social, en línea con la definición propuesta por Yunus, ataca todo tipo de problemas sociales y económicos. Además, los inversionistas tienen la posibilidad de recuperar su inversión, pero se prioriza el reinvertir las utilidades en crecimiento e innovación.

Esa es la doble bondad que tienen los negocios sociales: permiten crecer creciendo, ganar ganando.

Cumbre internacional

Con cuatro ediciones anuales que lo preceden, el Global Social Business Summit busca promover el conocimiento, la discusión y la colaboración en torno de los nuevos negocios sociales.

La cumbre se realizó por primera vez en el año 2009 como una iniciativa de The Grameen Creative Lab, una empresa fundada conjuntamente por Muhammad Yunus y su asesor creativo Hanz Reitz, la cual busca soluciones a problemas sociales a través de la promoción de modelos de negocio innovadores.

La sexta edición del foro internacional se llevará a cabo los próximos 27 y 28 de noviembre en la Expo Bancomer Santa Fe, en la ciudad de México, donde se espera la presencia de más de 700 participantes procedentes de 60 países.

Entre los asistentes se prevé que se encuentren los principales líderes globales del sector privado, la sociedad civil, el gobierno, academia así como emprendedores.

El foro busca alinear los esfuerzos que permitan integrar una plataforma de incubadoras, fondos, capacitación y transferencia de conocimiento, políticas públicas de negocios sociales y estudios en la materia, todo lo cual permita alcanzar la meta de generar 1% del PIB mexicano a través de negocios sociales.

Esta edición del encuentro internacional es organizada en colaboración por Green Street the Earth's Fund, el Instituto Nacional del Emprendedor (Inadem) y diversas organizaciones como Ashoka, Compromiso Social Banamex, CEMEX, FEMSA, Fundación Televisa y Fundación Walmart, entre otros.



Inauguración del Global Social Business Summit 2011 en Viena, Austria

Promotores con causa

Los trabajos previos al Global Social Business Summit en México dieron inicio el 18 de junio pasado con la realización del taller Impacto económico de los negocios sociales y su potencial en México, organizado por The Grameen Creative Lab. Ahí se presentaron casos de éxito de los promotores y organizadores.

En México, de acuerdo con ellos, hay varios ejemplos que favorecen el ecosistema para los negocios sociales. Por ejemplo, el Inadem con la creación de fondos para impulsar a emprendedores sociales y la gestación de políticas públicas enfocadas en impulsar el emprendimiento en el país.

Otro caso es el de Fundación Walmart, que ha incorporado en su cadena de valor productos de comunidades rurales e indígenas a través de capacitación y el acceso a mercados. Compromiso Social Banamex, FEMSA y Fundación Televisa también promueven este ecosistema a través del impulso de nuevos negocios y emprendedores sociales mediante capacitación y fondeo.

La organización Ashoka dedica gran parte de su labor a vincular emprendedores con empresas, organizaciones y academias para escalar y replicar sus proyectos en México mientras que CEMEX lleva a cabo esfuerzos para vincular a la población más vulnerable con innovaciones y desarrollos de la empresa a través de sus Centros Productivos de Autoempleo; con esta iniciativa, que cuenta con 72 centros operando en toda la República Mexicana, las personas construyen o mejoran sus viviendas de forma asistida con materiales básicos de construcción elaborados por ellos mismos.

Autoridad moral

Desde que fundó el Grameen Bank de Bangladesh, Muhammad Yunus ha consolidado su experiencia en torno a los negocios sociales.

El Grameen Bank cuenta con 8.4 millones de personas de escasos recursos que reciben dinero en préstamo sólo en Bangladesh, lo que impacta positivamente a más de 63 millones de familias. El éxito de este modelo de negocio reside en que logra romper ciclos de pobreza, pues 99% de los hijos de quienes reciben los préstamos sabe leer y escribir.

La primera edición de la cumbre internacional, en 2009, se realizó en Autostadt Wolfsburg, Alemania, al igual que la segunda, del 2010.



El Global Social Business Summit 2013 en Kuala Lumpur, Malasia

En 2011 y 2012, el Global Social Business Summit se llevó a cabo en Viena, Austria; mientras que en 2013 tuvo lugar en Kuala Lumpur, Malasia.

En sus ediciones previas, el foro ha contado con la presencia de directores y presidentes de multinacionales así como de la reina Sofía de España; Shekhar Kapur, director de cine galardonado con un Oscar; Ron Garan, astronauta de la NASA; Thomas Stelzer, secretario general adjunto de las Naciones Unidas, y Heinz Becker, miembro del Parlamento Europeo, entre otros. ●



BECAS PARA IMPULSO A LA FORMACIÓN DE NIÑOS Y JÓVENES MEXICANOS

GANAR-GANAR



Con el fin de crear conciencia sobre la importancia de la educación, así como de impulsar a los jóvenes estudiantes de secundaria y preparatoria, la Fundación BBVA Bancomer, la Liga Bancomer MX y Voit, presentaron “El Balón de la Educación”, que será utilizado durante las jornadas 3, 4, 5 y 6 de la Liga Bancomer MX en sus 36 partidos.

Esta acción conjunta refrenda el liderazgo estratégico de BBVA Bancomer como una de las instituciones privadas que aporta mayor cantidad de recursos económicos para impulsar la calidad educativa. Al presentar “El Balón de la Educación”, Gustavo Lara Alcántara, director general de Relaciones Institucionales y Responsabilidad Social de BBVA Bancomer, destacó que la Institución cree firmemente en las alianzas estratégicas en favor de la educación. “Por esa razón decidimos impulsar con la Liga Bancomer MX y Voit este balón, que durante todo el mes de agosto buscará generar conciencia de la importancia de la educación en nuestro país, y del impulso a las nuevas generaciones”, detalló.

Lara agregó: “Para nosotros es un gusto que la familia futbolística, a través de la Liga Bancomer MX, se una a este esfuerzo de la Fundación BBVA Bancomer. Nosotros como Institución tenemos la firme convicción de seguir otorgando becas y estímulos a los jóvenes para mejorar así el presente y futuro de nuestro país”.

Al hacer uso de la palabra, Sofía Ize Ludlow, directora de la Fundación BBVA Bancomer, destacó que de acuerdo con estadísticas, la esperanza escolar en México es de 8.6 años y ante esta situación la Fundación busca contribuir con iniciativas y becas educativas para transformar la vida de miles de personas a través de apoyos económicos.

“A lo largo de 11 años -añadió Ize- hemos impulsado a más de 59,000 becarios, con una inversión superior a los 1,350 millones de pesos con tres programas clave: el Programa de Becas de Integración ‘Por los que se quedan’, ‘Becas Adelante’ y la ‘Olimpiada del Conocimiento Infantil’. A través de ellos atacamos la deserción escolar, apoyando el sustento del becario y su familia a través de un estímulo mensual durante la duración de sus estudios. Además, con este tipo de becas fomentamos la excelencia académica al pedir a cada becario mantener un promedio mínimo de 8.5”.

Por su parte, Enrique Bonilla, director general de la Liga Bancomer MX, aseguró que es un privilegio hacer sinergia con la Fundación BBVA Bancomer porque es una institución modelo, preocupada por el desarrollo de las nuevas generaciones de jóvenes, brindando alternativas que reduzcan la deserción escolar y fomentando la excelencia académica.

“El ‘Balón de la Educación’ -enfaticó Bonilla- fortalece y se integra a los esfuerzos de la Liga Bancomer MX en el desarrollo de los jóvenes, de una formación integral que se trabaja en nuestros torneos de Fuerzas Básicas Sub 20, Sub 17, Sub 15 y 13.

Durante el evento, Israel Alva, director de Mercadotecnia de Voit, destacó que esta empresa se siente complacida de participar con el “Balón de la Educación” y que se suma a la concientización sobre la importancia de la educación a través del diseño específicamente creado para esta ocasión.

Por lo que se refiere a las iniciativas de la Fundación BBVA Bancomer, cabe mencionar que el Programa de Becas de Integración “Por los que se quedan” es único en su tipo al impulsar el desarrollo de los niños que viven en comunidades con altos índices de emigración. El programa cuenta con 17,800 becarios activos en 159 municipios de 20 estados del país, que son acompañados por 800 padrinas y padrinos, empleados del banco, y hasta la fecha ha beneficiado a 37,400 becarios.

“Becas Adelante” para preparatoria es un proyecto de continuidad que apoya a los mejores becarios egresados del programa “Por los que se quedan”, procedentes en esta primera etapa de operación de 143 municipios y 18 estados de la República Mexicana. La iniciativa becó en el pasado ciclo escolar a 6,000 jóvenes con la ayuda de 980 *madrinas y padrinos*.

La “Olimpiada del Conocimiento Infantil” es un esfuerzo conjunto con la Secretaría de Educación Pública (SEP). Cada año se entregan 1,000 becas en total por los 32 estados de la República Mexicana. El apoyo económico es de \$1,000 pesos mensuales durante los tres años de la secundaria. El éxito de la Olimpiada del Conocimiento Infantil se refleja en un promedio global de los becarios superior a 9.5 y una baja deserción escolar. Los 50 becarios más destacados de cada generación reciben de la Fundación BBVA Bancomer una ampliación de la beca por \$1,200 pesos mensuales, para los 3 años de bachillerato o equivalente ●



Creamos química que hace que una mayor potencia ame un transporte más limpio.

El precio del aumento de la movilidad es un incremento de emisiones. Si bien la sociedad no parece dispuesta a detener esto inmediatamente, la química nos ayuda a ir desde A hasta B con un menor impacto ambiental. Hemos disminuido el efecto ecológico que generan los coches de muchas maneras. Una de ellas gracias a los aditivos para combustibles que reducen las emisiones aumentando su eficiencia.

También fabricamos materiales que aumentan la capacidad de las baterías de los coches eléctricos, permitiéndoles competir con los automóviles convencionales para convertirse en una alternativa más viable.

Cuando mejorar el rendimiento también reduce el impacto ambiental es porque en BASF creamos química.

Para compartir nuestra visión, visite wecreatechemistry.com/automotive

 **BASF**

The Chemical Company



PETSTAR

LA PLANTA DE RECICLAJE DE PET MÁS GRANDE DEL MUNDO...Y ESTÁ EN MÉXICO

Reciclarán los embotelladores de Coca-Cola, socios de PetStar, el 70% de los envases de PET utilizados en su mercado

Por Pam Quibec



En nuestro país, se levanta la planta de reciclaje de PET grado alimenticio más grande del mundo, proyecto que existe gracias a Arca Continental, Coca-Cola de México, Bepensa, Grupo RICA, Corporación del Fuerte, Embotelladora de Colima y Embotelladora del Nayar, quienes decidieron hacer de México la nación con la visión más sustentable y ecológica en cuanto a botellas de plástico se refiere.

PetStar, que vivió su primera inauguración en el 2009, ha generado cifras de reciclaje récord. Hasta sus instalaciones ubicadas en el

kilómetro 1.5 de la carretera libre Toluca-Atlacomulco, Estado de México, llegan de manera anual 80 mil toneladas de botellas, de las cuales 65,000 (que equivalen a 3,100 millones de botellas o 2.4 veces el volumen del estadio Azteca), son lavadas, procesadas y convertidas en PET, para después ser incorporadas nuevamente a envases de plástico.

La inversión para lograr que PetStar sea hoy una realidad fue de 100 millones de dólares y el evento de inauguración fue presidido por el Presidente de la República, Enrique Peña Nieto, Eruviel Ávila Gobernador del Estado de México, Francisco Crespo, Presidente de Coca-Cola de México, Manuel Barragán Morales, Presidente del Consejo de Administración de Arca Continental, y Francisco Garza Egloff, Director General de Arca Continental.

“Asisto a la inauguración de esta ampliación, que implica una inversión de más de 1,100 millones de pesos y con un importante impacto en la generación de empleos. Más de 1,100 empleos generados de manera directa y que además se apoya a los recolectores pepenadores de PET, de varias partes del país. En suma son 24 mil personas que ahora a través de este trabajo también tendrán ingresos para sus familias y estarán contribuyendo a la preservación del medio ambiente”, aseguró Enrique Peña Nieto.

Hoy día y gracias a la labor de esta planta de reciclado, se ha logrado incorporar hasta el 100% de material reciclado en millones de envases de PET, así como reciclar un 70% de las botellas de PET utilizadas.

“Este importante proyecto forma parte del compromiso que tiene Coca-Cola con el bienestar integral a través de la elaboración de empaques más amigables con el medio ambiente. Gracias a la operación de PetStar, en México contribuimos para alcanzar la meta global de incorporación de material reciclado en nuestros envases, logrando actualmente elaborar millones de ellos con hasta 100 por ciento de material post consumo”, dijo Francisco Crespo, presidente de Coca-Cola México.

Por su parte, Francisco Garza Egloff, Director General de Arca Continental, afirmó: “La sustentabilidad forma parte de nuestra estrategia de negocios en el largo plazo, pues buscamos dejar una huella positiva en nuestro entorno y comunidades, y participar activamente en el desarrollo integral de la sociedad. Además de un importante impacto ambiental, económico y social, PetStar incluye un proyecto cultural y educativo, porque tratamos de ser también un agente transformacional en el México de hoy y de las próximas generaciones”.

Museo - Auditorio PETSTAR



Ha sido tan exitosa esta planta a nivel mundial, que de manera consecutiva, empresarios de diferentes naciones se dan a la tarea de visitar PetStar con la finalidad de aprender el modelo de reciclaje. De igual manera, estudiantes también se dan cita en las instalaciones, buscando conocer la labor al interior de la planta. Es por ello

que se creó el museo-auditorio, un espacio en el que se promueve la educación ambiental, la cultura del reciclaje y la difusión del concepto de responsabilidad compartida entre la sociedad, autoridades y empresas.

La construcción en donde se encuentra el museo está en proceso de obtener su certificación LEED como un edificio sustentable, y cuenta con un sistema de captación y tratamiento de agua pluvial, paneles solares, azotea verde, entre otras prácticas que favorecen al entorno.

Nuevas inversiones

El evento de inauguración de esta planta, fue también el foro en el que Francisco Crespo, Presidente de Coca-Cola México anunció que la compañía invertirá en este sexenio un total de 7 mil millones de dólares: “En esta década, entre el 2010 y el 2020 la industria mexicana de Coca-Cola va a invertir 12 mil 400 millones de dólares en México; casi siete mil millones de ellos en este sexenio” y agregó: “También en esta década, invertiremos más de 100 millones de dólares en promover la activación física y el balance energético” aseguró Francisco Crespo durante el evento de inauguración de Petstar. ●



Francisco Garza Egloff, Director General de Arca Continental



El Presidente de la República, Enrique Peña Nieto y Francisco Garza Egloff



Francisco Crespo, presidente de Coca-Cola México



Francisco Crespo durante la inauguración de la planta de reciclaje

COMPROMISO

CON LA SUSTENTABILIDAD Y LA DIVERSIDAD

Unilever lanzó desde 2010 su Plan de Vida Sustentable, con el compromiso de lograr metas en cuestión ambiental, económica y social. Su principal objetivo para 2020 es duplicar el tamaño de su negocio, al mismo tiempo que reducen el impacto ambiental de sus productos y aumentan el impacto social positivo.



HILDA CASTRO,
Directora Legal para México
y Caribe, Unilever

Sumado a los 3 objetivos principales que la empresa se ha planteado, para ayudar a más de mil millones de personas a mejorar su salud y bienestar, reducir a la mitad el impacto ambiental de sus productos y obtener el 100% de sus materias primas agrícolas de fuentes sostenibles; Unilever ha adquirido, a partir de 2014, nuevos compromisos para continuar apoyando la mejora de las comunidades en los diferentes países donde tiene presencia, así lo explica Hilda Castro Castellanos, Directora Legal para México y Caribe de Unilever, quien es miembro del Board de la compañía.

Entre ellos, se encuentran las oportunidades para las mujeres y la equidad de trabajo, que consiste en ofrecer igualdad de circunstancias a hombres y mujeres, proteger los derechos de los trabajadores tanto internos como externos, así como mantener un ambiente de respeto a la diversidad.

"Para Unilever, la diversidad es un tema de negocio con el que se busca inspirar a las personas para desarrollarse y alcanzar sus máximos niveles aprovechando el talento de cada persona" aseguró Hilda.

A fin de generar una mayor igualdad y diversidad dentro de la empresa, Unilever cuenta con un Diversity Council, enfocado en desarrollar las estrategias de atracción, retención y desarrollo de talento.

Asimismo, a través de su Plan de Vida Sustentable, para 2020, buscan apoyar a cinco millones de mujeres a nivel mundial así como para promover su seguridad.

EMPODERAR A LAS MUJERES

A nivel mediático, diferentes productos del portafolio de Unilever han llevado la publicidad más lejos, proponiendo empoderar a la mujer desde su belleza interna, a través de mensajes sociales que se han convertido en temas virales, es el caso de Proyecto Dove para la Autoestima.

Esta filosofía no es sólo una estrategia de mercado, es la auténtica ideología de una empresa transnacional.

Llevado al día día, Unilever ha sido pionero en esquemas flexibles como el de Agile Working, que como su nombre lo dice, busca que las personas trabajen por objetivos claros y resultados concisos. Por lo que este esquema de trabajo, permite a los colaboradores decidir el lugar donde prefieren realizar sus actividades laborales, ya sea desde el hogar o algún otro espacio que no los obligue a desplazarse por horas en el automóvil.



Esta decisión ha impactado de manera positiva tanto al medio ambiente, como a las personas que hoy gozan de una mejor calidad de vida, al no tener que asistir a una oficina de lunes a viernes con un horario establecido.

"Esta forma de trabajo ha sido gratificante para cientos de mamás que colaboran en la empresa, pues tienen la opción de decidir desempeñar sus actividades laborales desde la comodidad de su hogar, lo cual les permite organizarse de tal forma que pueden acompañar a sus niños por las tardes cuando hacen la tarea. Hoy comer en familia es para todos una opción", aseguró Hilda Castro.

Un dato importante a destacar, es que las oficinas cuentan con un área especial para las mamás que están en etapa de lactancia, además de brindar apoyo con guarderías; al embarazarse o tener un bebé, la compañía les ofrece la facilidad de poder estar más tiempo con sus hijos.

"Si tienes alguna necesidad particular y no puedes estar en la oficina, te conectas a través de una video llamada o por el teléfono. Es real la oportunidad que tenemos y vivimos al pertenecer a esta empresa que hace del Plan de Vida Sustentable una realidad para todos. En pocas palabras, crecimiento, diversidad, balance de vida y apoyo corporativo, es como podría describir mis 9 años de labor al interior de Unilever y esa es una oferta que tenemos todas las personas que pertenecemos a esta gran familia", finalizó.



TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS INFORMES MÉXICO 2013

Por Eloy Rodríguez Alfonsín*

El deber de informar la gestión de una organización es un tema ineludible y de gran relevancia, los grupos de interés de todas las organizaciones, públicas y privadas, tenemos el derecho de estar informados respecto al desempeño de las mismas, pues sólo con información oportuna y veraz se puede construir el ambiente de confianza que debe prevalecer en el concierto nacional e internacional para el desarrollo sustentable.

En **GANAR-GANAR**, recopilamos una serie de informes de gestión 2013 de empresas y organizaciones que operan en México, esperando que este ejercicio sea de utilidad para todos nuestros lectores bajo la premisa socialmente responsable de que todos formamos parte del ciclo de gestión de más de alguna de estas empresas y organizaciones, ya sea como usuarios, consumidores, proveedores, colaboradores, comunidad, etcétera.

Aquí presentamos el fichero más robusto de Informes o Reportes en México y, en nuestra versión en línea, incluye además las ligas correspondientes para consultar aquellos que sean de su interés.

Para un mejor entendimiento de este fichero, vale la pena destacar que, la metodología internacional de mayor trascendencia en materia de transparencia y rendición de cuentas en responsabilidad social empresarial es la Global Reporting Initiative (GRI), y ésta cuenta con tres versiones vigentes: G3, G3.1 y G4, de las cuales existen distintos niveles de aplicación además de que el signo “+” indica que el informe o reporte fue verificado por un tercero independiente.

*Presidente de revista GANAR-GANAR y Director Ejecutivo de Promotora Acción Social Empresarial (ACCSE).

Alfa  Reporte de responsabilidad social corporativa 2013 GRI 3.1 (A+ GRI Checked) Sector/Giro • Alimentos y bebidas • Productos de consumo, textil, construcción y automotriz • Telefonía, datos y seguridad informática • Energía, petróleo y gas. www.alfa.com.mx	ASUR  Informe anual de sostenibilidad 2013 GRI 3 (B Self declared) Sector/Giro • Aeropuertos www.asur.com.mx	Banamex  Informe de compromiso social, ciudadanía corporativa y desarrollo sostenible 2013 GRI 3.1 (A+ GRI Checked) Sector/Giro • Servicios financieros www.compromisosocialbanamex.com.mx	BBVA Bancomer  Informe anual integrado 2013 GRI 3.1 (A+ GRI Checked) Sector/Giro • Servicios financieros www.bancomer.com
Bimbo  Informe anual integrado 2013 GRI 3.1 (B GRI Checked) Sector/Giro • Alimentos www.grupobimbo.com	CEMEX  Informe de desarrollo sustentable 2013 GRI 3 (A+ GRI Checked) Sector/Giro • Cemento www.cemex.com	Coca-Cola México  Informe de Sustentabilidad 2013 GRI 3.1 (B+ Third party checked) Sector/Giro • Bebidas www.sustentabilidadcoca-cola.com.mx	Cuauhtémoc Moctezuma  Reporte de sustentabilidad 2013 Sector/Giro • Cerveza www.cuamoc.com
Elementia  Informe de Sustentabilidad 2013 GRI 3 (A+ GRI Checked) Sector/Giro • Productos para la industria de la construcción • Cemento www.elementia.com	Empresas ICA  Reporte integrado de actividades 2013 GRI 4 (Esencial) Sector/Giro • Construcción e infraestructura www.ica.com.mx	FEMSA  Informe de sostenibilidad 2013 GRI 4 (Exhaustiva) Sector/Giro • Bebidas • Comercio • Cerveza www.informesostenibilidad.femsa.com	FEMSA Comercio Oxxo  Informe de responsabilidad social 2013 Metodología propia del área de responsabilidad social. Sector/Giro • Comercio www.oxxo.com

FEMSA Logística  Informe de sostenibilidad 2013 GRI 4 (Exhaustiva)	Fundación BBVA Bancomer  Informe anual 2013 GRI 3 (A+ GRI Checked)	Fundación FEMSA  Informe anual 2013 Metodología propia.	Gas Natural Fenosa  Informe responsabilidad corporativa 2013 GRI 4 (Exhaustiva)
Sector/Giro	Sector/Giro	Sector/Giro	Sector/Giro
•Logística y transporte	•ONG	•ONG	•Energía y gas
www.fl.com.mx	www.fundacionbbvabancomer.org	dwdesignworks.com.mx	www.gasnaturalfenosa.com.mx
General Motors  Reporte de responsabilidad social 2013 Metodología propia.	GNP Seguros  Informe de Responsabilidad social empresarial 2013 GRI 3 (A+ GRI Checked)	Grupo Financiero Banorte  Informe anual 2013 GRI 4 (Exhaustiva)	GRUPO HERDEZ  Informe anual integrado 2013 GRI 3.1 (B GRI Checked)
Sector/Giro	Sector/Giro	Sector/Giro	Sector/Giro
•Automotriz	•Seguros	•Servicios Financieros	•Alimentos
www.gm.com.mx	www.gnp.com.mx	www.banorte.com	static.globalreporting.org
Grupo México  2013 Desarrollo sustentable GRI 3 (A+ GRI Checked)	Lala  Sustentabilidad 2013 Metodología propia informe integrado.	MAPFRE MÉXICO  Informe anual 2013 Responsabilidad Social GRI 3.1 (B+ Third party checked)	MetLife México  Informe de responsabilidad social empresarial 2013 GRI 3.1 (B+ Third party checked)
Sector/Giro	Sector/Giro	Sector/Giro	Sector/Giro
•Minería	•Lácteos	•Seguros	•Seguros
www.gmexico.com.mx	www.grupolala.com	aplicaciones.mapfre.com.mx/Varios/responsabilidad/index.html	www.metlife.com.mx

Mexichem  Informe de sustentabilidad 2013 GRI 3 (A+ GRI Checked)	Nestlé  Informe de creación de valor compartido México 2013 GRI 3 (B+ Third party Checked)	OMA  Reporte de sustentabilidad 2013 GRI 3.1 (B+ Third party checked)	Pemex  Informe de Sustentabilidad 2013 GRI 3.1 (A+ GRI Checked)
Sector/Giro	Sector/Giro	Sector/Giro	Sector/Giro
•Industria química	•Alimentos	•Aeropuertos	•Petróleo y energía
www.mexichem.com	www.nestle.com.mx	www.oma.aero	www.pemex.com
Peñoles  Informe de desarrollo sustentable 2013 GRI 3.1 (A+ GRI Checked)	Sindicato GNP  Informe de responsabilidad social 2013 GRI 3 (C+ Third party checked)	Smurfit Kappa  Informe de desarrollo sustentable 2013 GRI 3.1 (A+ Self declared)	Sports World  Informe anual 2013 GRI 3.1 (B+ Third party checked)
Sector/Giro	Sector/Giro	Sector/Giro	Sector/Giro
•Minería	•ONG	•Industria del papel	•Acondicionamiento físico
cs.penoles.com.mx	accse.net/Reportes/GNPSindicato2013/	www.smurfitkappa.com	www.sportsworld.com.mx
Unilever  Plan de vida sustentable 2013 Metodología propia.	Vesta  Informe anual 2013 GRI 3.1 (B GRI Checked)	Vitro  Informe de desarrollo sustentable 2013 GRI 3.1 (A+ Third party checked)	Walmart  Informe financiero y de responsabilidad social 2013 GRI 3.1 (A GRI Checked)
Sector/Giro	Sector/Giro	Sector/Giro	Sector/Giro
•Alimentos y bebidas •Productos de consumo e higiene personal	•Inmobiliario	•Vidrio	•Tiendas de autoservicio
www.unilever.com.mx	vesta.com.mx	www.vitro.com	www.walmartmexicoycam.com

PRINCIPIOS EN LA EMPRESA

Por Gabriela Herrera Rivera*

En los últimos tiempos, vivimos un fenómeno muy interesante en el mundo empresarial, el relacionado con la necesidad de que las empresas se conviertan en lugares en donde los seres humanos encuentren la felicidad, especialmente porque el tiempo que una persona invierte en su vida laboral, respecto de las demás actividades, es el que más la consume. Por ello, es necesario hablar de principios, comportamientos que brindan a las empresas valor agregado y que se manifiesta en su labor diaria.

En las últimas investigaciones realizadas por diversas universidades, se concluye que la inversión al desarrollar una cultura organizacional adecuada en las empresas, es un factor clave del éxito, partiendo de la base que el ser humano es el recurso más importante con el que se cuenta.

Los recursos tecnológicos y económicos son usualmente de carácter urgente, lo que obliga a muchas empresas a dedicar sus esfuerzos para mantenerlos en niveles de competitividad; y suele suceder que el más importante,

es decir, las personas, se deja para mejores momentos que casi nunca llegan.

A continuación hablaremos sobre los 6 principios que consideramos, las empresas deben incluir dentro de su filosofía empresarial. Cabe mencionar, que dichos principios son aplicables tanto para el desarrollo interno del ser humano, como para el contexto de las empresas.

Dignidad de la Persona: Es el primer principio básico. Todo ser humano es un ser único, irrepetible e inteligente, con voluntad libre y sujeto de derechos y deberes. Es el origen, centro y fin de toda la vida social y económica, y debe ser valorado como un todo. En las empresas, se debe cumplir con la siguiente “regla de oro”: tratar a los colaboradores con justicia, respeto, confianza y afecto.

*Gabriela Herrera Rivera Gerente de Comunicación y Relaciones Públicas USEM





INROADS DE MÉXICO, A.C.

Ven, conoce a los Inroaders y sé un agente de cambio en sus vidas.

23 septiembre 2014,
a las 18:30 hrs.
En Centro Médico ABC,
Observatorio.

¡Te esperamos!
Reserva tu lugar con Ismael Juárez:
ismael.juarez@inroads.org.mx
5663.0144 Ext. 102.

Da tu primer paso con fe, no es necesario que veas toda la escalera completa, sólo da tu primer paso.

Martin Luther King

INROADS de México es una incubadora de talento enfocada al desarrollo de jóvenes universitarios de alto desempeño académico, compromiso y potencial de liderazgo, que provienen de niveles socioeconómicos bajos.

INROADS funciona a través de un Programa de Desarrollo de Liderazgo que ha implementado en alianza con Empresas Socialmente Responsables, comprometidas con la formación de jóvenes talentosos, dispuestas a financiar este programa y a brindar una ayuda económica a estos estudiantes.

Estas alianzas han sido un modelo de **Ganar-Ganar** porque promueven la igualdad de oportunidades, la diversidad y la inclusión laboral, lo cual se ha traducido en una movilidad social ascendente para los jóvenes beneficiarios y en un retorno de inversión social para las empresas participantes.

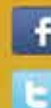
Te invitamos a sumarte a INROADS de México y a ser un agente de cambio en la vida de jóvenes universitarios de alto desempeño académico, compromiso y potencial de liderazgo, que provienen de niveles socioeconómicos bajos.

Contáctanos:

www.INROADS.org.mx



INROADS de México, A.C.
@INROADS_MX





Bien Común: Es el conjunto de condiciones concretas que permiten a todos los miembros de una comunidad, alcanzar un nivel de vida a la altura de la dignidad de la persona humana. Esas condiciones son de orden material, intelectual, moral e institucional. La construcción del bien común le corresponde a todos y a cada uno de nosotros, con cimientos fuertes y bien apilados, nos permitirá desarrollar y encontrar mejores oportunidades para alcanzar el bienestar de formar una familia y de crecer como personas.

Subsidiaridad: Es un principio que debe ser visto como una forma escalonada de desarrollo para todos. Se trata de que las personas tengan la oportunidad de alcanzar niveles de vida y valores superiores por sus propias capacidades. Es el apoyo de quien lo puede dar a quien lo necesita recibir, es la ayuda entre desiguales que te encamina hacia la libertad responsable, creativa y productiva.

Solidaridad: Reconoce a los demás como seres con idéntica dignidad a la nuestra y con igual derecho a desarrollarse como personas. La solidaridad implica conocer el problema del otro, escuchar, comprender la situación, identificarse, comprometerse, buscar soluciones, adaptarse, hacer equipo, afrontar el problema, resistir y respetar los valores y la cultura de las personas. Aplicar este principio en la empresa significa hacer lo necesario para que las personas que ahí colaboran crezcan, sean apoyados y apoyen a los demás, siempre en términos de respeto, dignidad y aprecio.

Participación: Nos guía para contribuir al desarrollo de la vida cultural, económica, política y social de la comunidad a la que pertenecemos. Participar es ser parte, tener parte y formar parte. La familia, la empresa y la sociedad necesitan de la participación de todos sus miembros para funcionar, desarrollarse, conocer mejor a los demás, generar propuestas, encontrar soluciones, recuperar valores y lograr una mejor convivencia, pero para que esto pase, se requiere que haya una participación justa, proporcionada y responsable. Para las empresas, este principio guía su transformación.

Destino Universal de los Bienes: Hablamos del trato y uso que como empresarios le damos a los recursos que administramos, al manejo de la riqueza que se posee, así como a los conocimientos, técnicas y deberes. Aplicar este principio en la empresa es usar los recursos que tenemos dando más peso al bien común que al bien privado, al bienestar de las personas que a las ganancias de capital, implica reconocer que ganancia y servicio van juntos siempre.

Finalmente, como parte de este país, como miembro de esta sociedad, como empresario o colaborador, la realidad social y económica de México nos exige una búsqueda decidida para alcanzar el bien concreto de quienes nos rodean y de nosotros mismos.●





Conócelo en: www.cuamoc.com y en www.cuamoc-rsc.com

un mejor futuro.

AGUA Y AIRE

PUNTOS CENTRALES DE LA INVERSIÓN AMBIENTAL DE PepsiCo

Por Paul Sánchez Aguilar



La visión corporativa de PepsiCo está guiada por “Desempeño con Sentido”, estrategia que guía a la organización para construir un negocio exitoso y sustentable, que se traduzca en una buena inversión para sus accionistas, en un buen ambiente de trabajo para sus colaboradores, en un ciudadano responsable con sus comunidades y en un buen guardián de los recursos del planeta.

“Desempeño con Sentido” es el motor para el crecimiento sostenido de esta empresa, alrededor del mundo y es una pieza central de su forma de operar en México en el largo plazo y donde están convencidos de que debe ser una prioridad el valor de la cultura ciudadana para fomentar un uso más responsable y más racional del vital líquido.

Es así como el pasado 24 de julio, y basada en dicha estrategia de sustentabilidad, la compañía anunció que realizará en nuestro país una inversión de 748 millones de pesos, para una Planta de Tratamiento y 10 proyectos más en las áreas de infraestructura, flota y medio ambiente, para mejorar su capacidad productiva. PepsiCo presentó un despliegue ambicioso de sus proyectos en el Distrito Federal, con lo que se fortalecerá la inversión e infraestructura de la empresa que además aspira a promover el progreso de la Ciudad de México.

La inversión que realizará, forma parte del compromiso de inversiones a nivel nacional para los próximos 5 años, el plan específico para la Ciudad de México constituye los 10 proyectos de alto impacto que trae consigo nuevas y mejores prácticas para el crecimiento a futuro.

Proyecto en Azcapotzalco

Al destacar que la protección al medio ambiente y el buen uso de los recursos naturales, es parte integral de su nueva filosofía de inversión y trabajo, Pedro Pa-



¿Sabías que...

ADO diseña estrategias como parte de su plan ESR?

ADO es la primera empresa en utilizar la nueva tecnología ultra limpia EURO V, que minimiza la emisión de gases y los transforma en otros que no dañan el medio ambiente.

En ADO instalamos las primeras terminales sustentables con celdas fotovoltaicas, generadores eólicos y recolectores de aguas pluviales, también ahorramos 18 000 000 de litros de agua con la instalación de 1200 mingitorios secos desde 2010.



Te acerca

ado.com.mx

75 años

BOULEVARD GUAYMAS 10000

dierna Bartning, Presidente de PepsiCo México, detalló los pormenores del inicio del primer proyecto de inversión en la Ciudad de México: la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales (PTAR).

Para atestiguar el acto, estuvieron presentes el Jefe de Gobierno del Distrito Federal, Miguel Ángel Mancera; Salomón Chertorivski Woldenberg, Secretario de Economía del Distrito Federal; Tanya Müller García, Secretaria de Medio Ambiente del Distrito Federal; Ramón Aguirre Díaz, Director General del Sistema de Aguas de la Ciudad de México; y Sergio Palacios Trejo, Jefe Delegacional de Azcapotzalco.

Pedro Padierna estimó que en esta Planta de Tratamiento de Aguas Residuales (Vallejo de Sabritas), se mejorará la estructura productiva. En este sentido, explicó que esta compañía cuenta con 7 plantas, y en varias de ellas han introducido nuevas líneas de producción; tecnologías de crecimiento y mezclado sistemas de empaque y embalaje.

Declaró que la planta de tratamiento que operará en Azcapotzalco, cuenta con un sistema pionero en México, combina 2 tecnologías: la ósmosis inversa y bio-membranas, para tratar el agua que se utiliza en los procesos de producción y el agua pueda utilizarse en los procesos alimenticios. “Gracias a esta tecnología se está reutilizando el 60 por ciento del agua que usa la planta y ahorrando el 40 por ciento del agua de esta planta”.

En segundo lugar, dijo, se buscará mejorar la calidad del aire, gracias a que de manera constante, invierte en la renovación de su flota vehicular, por lo que se están utilizando

unidades diésel e híbridos, por ser más eficientes y amigables con el medio ambiente, además, reducen en 43 por ciento las emisiones respecto a las unidades que se utilizaban tradicionalmente.

“El agua es una prioridad para el desarrollo de negocio de la empresa, pero también lo es para todos los habitantes de nuestra ciudad”, expresó Pedro Padierna, asegurando que se implementarán procesos con la mejor tecnología, al tiempo que impulsarán una cultura del cuidado del agua.

Desde el D.F.

El Jefe de Gobierno del Distrito Federal, refirió que esta planta de tratamiento dejará de consumir 40 por ciento de la red de agua potable, por lo que se estará dando un beneficio directo cuando menos a 8,000 habitantes. Calculó que esta planta tiene la capacidad de producir 438 millones de litros de agua al año.

Enfaticó que se trata de “una planta de tratamiento que refleja por un lado la confianza para invertir en la Ciudad de México, pero también refleja el compromiso con una capital sustentable”.

En el tenor de este evento, el Secretario de Economía del D.F. dejó asentado que la Ciudad de México es sin lugar a dudas el motor de la economía de nuestro país, así como la más competitiva de toda la República Mexicana.

La inversión que anunció PepsiCo, subrayó, reivindica el hecho de que el D.F. es el motor de la economía del país, así como la más competitiva de la República Mexicana.

Destacó que PepsiCo ha decidido hacer de la Ciudad de México, su centro financiero, tecnológico y de innovación para todo Latinoamérica. Y conminó a las empresas: “Las facilidades para todo aquel que quiera realizar un negocio lícito y sustentable tendrá el apoyo del Gobierno del D.F.” ●



Los frutos de la conservación



© Alianza WWF-Telcel

Una mariposa para el arte

La mariposa Monarca trae alegría a los habitantes de los bosques mexicanos donde hiberna. Las comunidades cuidan de ella y de su hogar: la Reserva de la Biosfera Mariposa Monarca. Una tarea grata que les trae beneficios por realizar actividades ecoturísticas, transformar madera, producir hongos comestibles y crear artesanías relacionadas con el espectáculo natural que ofrece este insecto viajero.



© Alianza WWF-Telcel

Conociendo al jaguar

El jaguar, el felino más grande de América, no está solo. Desde 2005, un grupo de 50 especialistas se ha reunido en ocho simposios bajo el título "El jaguar mexicano en el siglo XXI". Con el apoyo de la Alianza WWF-Telcel, los expertos buscan soluciones al riesgo de extinción en que se encuentra esta especie. Para los más de 4,000 jaguares que viven en México, este grupo de científicos es un aliado que se preocupa y ocupa de ellos.



© Alianza WWF-Telcel

Un tiburón mexicano

El océano Pacífico es el hogar de muchos tiburones. En 2001 científicos de la Alianza WWF-Telcel comenzaron a visitar Isla Guadalupe, el mejor lugar del mundo para observar al tiburón blanco. Desde entonces han fotoidentificado a 147 tiburones blancos y 58 han sido marcados con dispositivos acústicos. Hoy sabemos que 45 individuos de esta especie son visitantes habituales de este santuario mexicano, lo que confirma la salud del ecosistema. Los esfuerzos de la Alianza forman parte de la responsabilidad social de Telcel.

Alianza



telcel M.R.

Telcel, 18 años trabajando
en grandes acciones

La Responsabilidad Social Ambiental no tiene rostro



GANAR-GANAR

Especializada en Responsabilidad Social Corporativa

Entrevista a: Jorge Zindel Mundet Presidente de ECOCE

Por Klaus Germán Phinder



¿Cómo nace la idea de Ecología Y Compromiso Empresarial (ECOCE) y quiénes la conforman actualmente?

Fue en el año de 2001 que en México se presentaban dos fenómenos con el auge del uso de los envases de PET: el primero fue que la población consumidora no reconocía su responsabilidad de disponer correctamente de los residuos de sus envases y los tiraban en cualquier lado; la segunda era que cuando los envases eran depositados en los botes o en los rellenos sanitarios y tiraderos, éstos se encontraban inflados por lo que ocupaban mucho espacio.

De dicha situación el gobierno pidió a la industria de bebidas y alimentos le ayudara a buscar la forma de resolver estas situaciones, por lo que la industria embotelladora de refrescos y aguas carbonatadas, así como de agua purificada, prepararon un proyecto que analizó y estudió todos los sistemas de recuperación de envases existentes en el mundo, escogiendo como inspirador el “Punto Verde” pero no el sistema alemán, sino el de otros países europeos como España, Bélgica y Francia que funcionan con buenos resultados en poco tiempo, apoyados y en sinergia con la infraestructura municipal cuya figura jurídica de estos Sistemas de Gestión de Residuos (SIG), es la de una asociación civil sin fines de lucro.

Actualmente está integrada por 22 grupos industriales, con más de 120 plantas de la industria de Bebidas y Alimentos, con las marcas más reconocidas de refrescos, aguas purificadas, aguas minerales, bebidas deportivas, jugos, salsa y aderezos. Hoy somos el Plan Nacional Privado Colectivo de Manejo de Residuos Post-Consumo de envases PET, registrado ante SEMARNAT con el número PM-ROTR-008-2013.

¿Cuáles son sus principales programas y campañas?

Tenemos varios programas y proyectos porque constantemente estamos probando e innovando, pero los más relevantes son:

ECO-RETO, que es el Programa de Acopio Educativo en Escuelas, es gratuito y voluntario, participan desde jardines de niños hasta preparatorias, tanto del sector público como privadas, con este programa se recuperan residuos de envases principalmente PET durante todo el ciclo escolar, y al final de éste, en el mes de junio, se les regresa a las escuelas el valor total del material mediante una tarjeta o monedero electrónico de una cadena comercial importante. En el ciclo 2013-2014 tuvimos 6,390 escuelas, con más de 1'570,000 alumnos en 65 zonas metropolitanas del país con un efecto multiplicador de participación.

Otro es el Programa de Acopio Institucional, enfocado a las oficinas corporativas de empresas asociadas en ECOCE para instituciones de gobiernos, universidades, eventos deportivos masivos y otras Instituciones de diferentes sectores que quieran participar gratuita y voluntariamente en un programa de acopio de residuos de envases, con el objeto de sensibilizar a su personal y buscar una causa social para ayudarle con el valor del material acopiado. Ejemplos: Corporativos de Banamex, Seguros GNP, Oficinas de Pemex, Edificios de la PFP, FEPADE, INRH, SEP, Emoción Deportiva, IPN y la Cámara de Senadores.

Un programa con un sentido netamente social y de ayuda a comunidades marginadas es el Programa de Acopio Social, a través del cual se canaliza ayuda a los corredores de comunidades marginadas sin servicios municipales adecuados e incluso con migración del varón, donde se canjean los residuos de envases por productos de la Canasta Básica a la población directamente.



Todos los años desde el 2003 ECOCE ha desarrollado campañas de comunicación y de concientización sobre la importancia de no ensuciar el medio ambiente y reciclar envases, esto, enfocado a la población abierta por medios tradicionales electrónicos o impresos. Sin embargo actualmente incursionamos con nuestra campaña “No la tires... recicla” en diversos medios, entre ellos las Redes Sociales en internet, buscamos sensibilizar a la población de la importancia de su participación, de lo fácil de hacerlo y de igual manera buscar con los líderes de opinión su apoyo para lograr un México más limpio.

¿Qué percepción o cambios de actitud han visto por parte de las empresas y sociedad en general con respecto a su misión?

En el caso de los asociados de ECOCE, son empresas cuya filosofía de funcionamiento siempre ha considerado el beneficio de la comunidad y el respeto por el medio ambiente y ello se demuestra en que hemos logrado que acérrimos competidores comerciales, se unan y se sienten en la misma mesa por un fin común: México.

En cuanto a la sociedad, hace 12 años era moda ser verde o hablar sobre el medio ambiente, sin embargo la sociedad ha venido tomando conciencia. Ahora su visión del mundo ha cambiado y exige a la industria y al gobierno el que en todas las actividades se tenga un cuidado hacia el medio ambiente, tanto al aire, como al agua y suelo. Hemos avanzado como sociedad pero faltan algunos mecanismos que hagan la pinza entre la educación-conciencia con la aplicación real de la ley como en otros países.

¿Cuál es el impacto social y medioambiental alcanzado en cada uno de sus programas y campañas?

El impacto de todas nuestras acciones, incluyendo las campañas de comunicación es el mismo país o la misma población en general, diríamos que los más de 110 millones de mexicanos gozarán los beneficios de tener un país más limpio. Sin embargo podríamos cuantificar que en todo el proceso de educación, acopio y recuperación de envases por los distintos programas y acciones de ECOCE se rebasan los 10 millones de personas, por eso ahora el recuperar envases de PET se ha vuelto una oportunidad más que una necesidad.

De cara a su siguiente aniversario, ¿qué retos ven en el marco regulatorio del país y que busquen incidir para cumplir mejor su objeto social?

Como sabemos se está revisando la Ley General de Prevención y Gestión Integral de los Residuos dentro de la Cámara de Diputados después de sus 10 años de publicación y vigencia, el objeto principal es mejorar la recuperación de materiales reciclables, apoyar la inclusión de los sectores sociales para mejorar sus condiciones de trabajo y finalmente tener un manejo adecuado de los residuos para tener un país más limpio y saludable.

Es necesario que todos hagamos algo a favor de nuestro medio ambiente, la suma de esfuerzos y acciones nos darán más y mejores resultados. Por eso ECOCE está aprovechando su experiencia de 12 años para poder dar pasos hacia la realización de una gestión más integral de los residuos de envases y volverse un Plan de Manejo multimaterial que atienda y recupere envases reciclables para su re-aprovechamiento y reincorporación en la cadena productiva nacional generando, además de los beneficios ambientales, los beneficios económicos, sociales y de empleo que da el valor agregado.

Muchas gracias por su tiempo, ¿algo más que desee agregar?

Gracias a ustedes, a través de **GANAR-GANAR**, extendiendo una invitación a tus lectores para que se sumen a nuestros esfuerzos, ya que entre todos podremos tener un país más limpio y saludable. ●



No la tires...
¡Recicla! ✓

15
Años



Sociedad, industria y gobierno,
sumando esfuerzos por un país
más limpio y saludable.

Be
light

BONAFONT

ciel

Coca-Cola México

del Valle

e.pura

GATORADE

gepp

Gerber

HERDEZ
GRUPO
HERDEZ

JARRITOS
¡qué buenos son!

JUMEX

La Costeña

OMNILIFE

Penafiel

Sta. María
Agua 100% pura de manantial

Topo Chico
AGUA MINERAL



ecoce.mx

LAS 100 EMPRESAS CON MEJOR REPUTACIÓN EN MÉXICO

Por Centro Mexicano para la Filantropía



Siete de las diez empresas con mejor reputación en México cuentan con el Distintivo ESR (empresa socialmente responsable) que otorga el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi); lo anterior de acuerdo con el Rep Track Pulse México, estudio que realiza el Reputation Institute anualmente.

Cuarenta y cinco de las cien empresas mejor reputadas en México cuentan con el Distintivo ESR. “Se confirma entonces la hipótesis fundamental de que si una compañía no tiene acciones contundentes de responsabilidad social empresarial (RSE) es imposible que tenga una buena reputación”, afirmó Jorge Villalobos Grzybowski, Presidente Ejecutivo del Cemefi, en una conferencia de prensa realizada el 8 de julio junto con el Reputation Institute, que dirige Fernando Prado.

Se anunció que el Cemefi ha establecido una alianza con Reputation Institute para ofrecer un servicio de valor a las empresas que ya cuentan con el Distintivo ESR. Así, esas empresas podrán medir

también su reputación a partir de las percepciones de sus públicos. Para Mercedes Aragonés y Ruipérez, Presidente de la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE), el Rep Track Pulse México 2014 permite a las empresas constatar la importancia de comunicar bien sus acciones de RSE. Los consumidores construyen sus percepciones a partir de las acciones positivas o negativas de las empresas, y si éstas son socialmente responsables ganarán puntos en términos de reputación.

“Las compañías en México están redefiniendo su papel en la sociedad y preocupándose no solo por ofrecer productos y servicios de verdadera calidad capaces de satisfacer las expectativas de sus consumidores, sino también por construir una historia de confianza y credibilidad en torno suyo”; afirmó Fernando Prado, socio director del Reputation Institute Latinoamérica e Iberia; quien presentó a los asistentes las principales conclusiones del estudio realizado durante el primer trimestre de 2014.

Señaló que una buena reputación influye positivamente en el comportamiento favorable de los consumidores hacia una empresa: por cada 5 puntos que mejora su reputación, aumenta en un 7.5% la intención de sus clientes por recomendar los productos de una empresa, un 7.3% su intención de comprarlos y un 6.1% su intención de hacer un esfuerzo especial para concederle el beneficio de la duda en caso de crisis.

En el estudio destaca que Grupo Bimbo, Gamesa y Pascual Boing, son las únicas empresas de capital netamente mexicano ubicadas en el top ten de la lista del Rep Track Pulse México 2014. ●



INNOVACIÓN SOCIAL Y REDES DE SOCIEDAD CIVIL

EN LA AGENDA LOCAL Y GLOBAL

Por Centro Mexicano para la Filantropía



XIV CONGRESO DE
INVESTIGACIÓN SOBRE EL
TERCER SECTOR



Civil, realizado los días 4 y 5 de agosto en la Universidad Anáhuac México Norte y que tuvo como tema Innovación social y redes de sociedad civil en la agenda local y global.

El evento, organizado por el Centro Mexicano para la Filantropía, tuvo en su décima cuarta edición la presencia de destacados investigadores mexicanos y extranjeros, quienes presentaron en 70 ponencias de investigación, distribuidas en 21 mesas de trabajo; sus aportaciones al conocimiento y comprensión de la sociedad civil.

Se dijo que si bien las redes se vuelven necesarias para generar cambios, éstas deben de tener claridad en sus objetivos y tener un valor agregado para cada individuo u organización, dependiendo de la naturaleza de la red.

En el caso particular de las alianzas entre empresas y organizaciones de la sociedad civil, aún persiste un desequilibrio en la relación poder-dependencia. Para lograr una colaboración más efectiva, es de suma importancia que ambos actores reconozcan sus alcances, fortalezas y debilidades. Asimismo, es preciso reducir la brecha del capital cultural que existe entre ellos, traducido como elementos y estilos de comunicación. De esta forma, será posible potenciar los resultados, señaló Adriana Reynaga, investigadora de la UNAM.

En el marco de este evento, también se llevó a cabo la entrega del X Premio a la Investigación sobre Sociedad Civil. Los primeros lugares en cada modalidad se entregaron a:

Luis Enrique Portales, con la Tesis de Doctorado "Capital social como forma de enfrentar a la pobreza y promover el proceso de desarrollo en el Área Metropolitana de Monterrey: el caso de la colonia Fernando Amilpa y sus hogares".

Fernando Gaál Rodríguez, con la Tesis de Maestría "Los niños en la cooperación internacional para el desarrollo, ¿sujetos de derechos o de necesidades? El Programa Proniño en México: estudio de caso"

Tania Lizzeth Hernández Ortiz, con la Tesis de Licenciatura "Fuerzas sociales en torno a los problemas de secuestro e inseguridad en México 2008-2011, Alejandro Martí y Javier Sicilia. ●

La realidad social plantea una serie de problemáticas que por su complejidad resultan difíciles de resolver. Enfrentarlas implica el reto de encontrar soluciones adaptativas, centradas en las relaciones existentes en el sistema del cual surgen.

Es decir, soluciones provisionales y particulares a las necesidades de la comunidad. Esto solo es posible con la colaboración y el aprendizaje, la participación y la convergencia de todos los actores involucrados.

Esta fue una de las principales reflexiones del Congreso de Investigación sobre Sociedad

SEMINARIO INTERNACIONAL DE MEJORES PRÁCTICAS

Por Centro Mexicano para la Filantropía



**RESPONSABILIDAD
SOCIAL
EMPRESARIAL®**
MEJORES PRÁCTICAS

El Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi), en conjunto con la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial y Forum Empresa, crearon desde el año 2000 el *Reconocimiento a las Mejores Prácticas en Responsabilidad Social Empresarial (RSE)*, en donde empresas de México y Latinoamérica postulan sus programas más destacados en la materia.

Las características esenciales que diferencian una mejor práctica del resto de los programas implantados por una empresa en materia de RSE, tienen que ver con responder a una necesidad del negocio, que atienda las expectativas de por lo menos uno de sus grupos de interés con resultados medibles y esté alineado al giro del negocio.

A 15 años de la creación del reconocimiento, más de 300 prácticas han sido reconocidas, incrementando considerablemente el interés de las empresas en participar, posicionando al Reconocimiento a las Mejores Prácticas en RSE como un elemento diferenciador que agrega valor a su marca y contribuye a mejorar su reputación.

Para la edición 2014 están abiertas 7 categorías: Ética Empresarial; Calidad de Vida en la Empresa; Cuidado y Preservación del Medio Ambiente; Vinculación con la Comunidad; Promoción del Consumo Responsable; Alianzas Intersectoriales y Voluntariado Corporativo.

El Seminario Internacional de Mejores Prácticas se llevará a cabo el lunes 24 y martes 25 noviembre de 2014 en Mérida, Yucatán, donde se presentarán las prácticas que resulten ganadoras.

El programa incluye conferencias magistrales, foros de buenas prácticas, paneles y el momento estelar, la premiación de los ganadores.

Los asistentes tendrán la oportunidad de conocer de primera mano los procesos que desarrollaron las empresas, para elevar un programa a la categoría de mejor práctica y gestionar sus impactos de manera positiva.

Si desea mayor información escríbanos a:
mejorespracticas@cemefi.org





XII ENCUENTRO IBEROAMERICANO OCT 13-15, 2014 • PUEBLA, MÉXICO



El Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) te invita a participar en el

XII Encuentro Iberoamericano de la Sociedad Civil Nuevos Roles y Expresiones de la Sociedad Civil

Del 13 al 15 de octubre de 2014
Centro Expositor, Puebla, México

Un espacio de intercambio y vinculación para fundaciones, organizaciones de la sociedad civil, empresas y organismos públicos de Iberoamérica que trabajan para mejorar la calidad de vida de los habitantes de la región y fomentar la corresponsabilidad de todos los actores sociales en la búsqueda del bien común.

Los Encuentros Iberoamericanos de la Sociedad Civil se iniciaron en España en 1992 con el objetivo de fortalecer a la sociedad civil promoviendo su visibilidad y su conocimiento por la sociedad, impulsando sus iniciativas y ayudándola a incidir en las políticas públicas relacionadas con su misión en sus respectivos países.

Desde entonces se han realizado diez encuentros en España y diversos países de Latinoamérica, con una periodicidad bianual. En 2014, la ciudad de Puebla, Pue., será la sede del XII Encuentro Iberoamericano de la Sociedad Civil, al que acudirán más de 700 personas de las más diversas organizaciones de la sociedad civil, empresas socialmente responsables, entidades de gobierno, legisladores, universidades y medios de comunicación de Iberoamérica.

¡Acompáñanos!



Más información e inscripciones en www.cemefi.org/encuentroiberoamericano

NIÑOS EN ALEGRÍA MEJOR EDUCACIÓN PARA EL ESTADO DE GUERRERO

Por Gerardo Soto



Alejandra Alemán es presidenta y fundadora de Niños en Alegría, organización que tiene como objetivo, mejorar las condiciones educativas de las niñas y niños en zonas marginadas del Estado de Guerrero para que puedan desarrollar al máximo su potencial educativo y social. Desde el 2003, ha beneficiado directamente a más de dos mil seiscientos niños y a sus familiares; asimismo, en colaboración con UNICEF ha operado el programa “Todos a la Escuela”, en el mismo Estado, por medio del cual se combate el rezago educativo.

La Fundación Niños en Alegría (NEA) nació con la idea de hacer remodelaciones completas a escuelas.

La Fundación obtiene el 50% de los fondos a través del desarrollo de diversas actividades que realiza durante el año y donativos de empresas, siendo que el 50% restante lo aporta el Gobierno del Estado de Guerrero; estas acciones son resultado del interés genuino de empresas y organizaciones que apoyan a la Fundación dentro de las cuales están: L’Oreal, Wizo, MoneyGram, Berger Joyeros, Soriana, ConSuPago, Fundación Banorte, AXA y Cementos Moctezuma, entre otras.

La Fundación cuenta con la calificación de Filantropía, asociación civil que tiene como objetivo maximizar el impacto de la filantropía en México mediante la calificación, profesionalización, vinculación y canalización de recursos a las asociaciones sin fines de lucro.

Niños en Alegría

En NEA se enfocan en una cosa: Crear una escuela digna y segura donde se transmita a los maestros, padres y a los propios niños la responsabilidad de preservarla ya que las instalaciones que deberán contar con espacios bien iluminados, aula de medios audiovisuales, baños dignos, entre otras cosas hay que aprovecharlas y mantenerlas en buen estado. Hasta hoy han levantado ocho centros de bienestar para niños que les ofrecen educación y seguridad, situación que se pudo comprobar al paso de los huracanes Ingrid y Manuel acaecidos en el 2013 y que no dañaron sus escuelas y hasta sirvieron de albergue.

Inauguración de la escuela primaria “Justo Sierra”

El pasado 24 de junio, se llevó a cabo la inauguración de la escuela primaria “Justo Sierra” en Acapulco de Juárez, construida por la Fundación Niños en Alegría, en colaboración con el Gobierno del Estado de Guerrero, por medio de la Secretaría de Educación de la entidad, con el apoyo de la Fundación Carlos Slim. Esta inversión en infraestructura educativa es parte de una serie de acciones que la Fundación realiza a lo largo del año, actividad relevante al tratarse de la segunda entidad que registra el mayor rezago educativo en México. El evento tuvo como fin celebrar el compromiso que comparte la Fundación y el Gobierno del Estado de Guerrero con empresas y organizaciones que apoyan proyectos educativos en las zonas más pobres del país. En la inauguración se encontraban el Secretario General del Gobierno del Estado; Alejandra Alemán, Presidenta de la Fundación y el Ing. Carlos Slim Helú.

Con base en las estimaciones de pobreza en México que elabora el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social

(CONEVAL), el Estado de Guerrero ocupa el segundo lugar de pobreza en México, siendo que el 27.9% del total de la población carece de oportunidades para continuar sus estudios, mientras que en el caso del municipio de Acapulco, con una población de 789,971 personas, el 19.2% no cuenta con las herramientas necesarias para acceder a la educación.

Con once años de experiencia en la construcción de escuelas, hasta la fecha, la Fundación ha conseguido edificar de la mano de sus benefactores y del gobierno estatal, siete escuelas primarias y un jardín de niños, beneficiando a más de 2,700 estudiantes. Prueba de ello es la escuela “Josefa Ortiz de Domínguez”, inaugurada en el año 2006 en la localidad de Barra Vieja, donde el porcentaje de analfabetismo bajó de 16.93% en 2005 a 10.39% en 2010 y la población que no asiste a la escuela disminuyó de 8.29% a 7.14%.

El impacto del trabajo de la Fundación en el Estado de Guerrero ha logrado atraer el interés de organizaciones nacionales e internacionales como United Way, Fondo Unido México, Alta Aéreo y OP USA que han aportan recursos para la construcción de escuelas en la región.

“Cada escuela es un logro que compartimos con nuestros cola-

boradores, con el Gobierno del Estado, con los padres de familia, directores y maestros de las escuelas, pero sobre todo, con los niños, a quienes dedicamos nuestro esfuerzo para darles un salón de clases digno y que tengan una mejor educación”, comentó Alejandra Alemán.

Además de la escuela “Justo Sierra” ubicada en el centro de Acapulco, la actividad de la Fundación también considera la inauguración de la escuela “Alejandro Cervantes Delgado”, en San Pedro las Playas, ambas con capacidad educativa para 180 niños. ●

Con base en las estimaciones de la pobreza en México que elabora el Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (CONEVAL) en el Estado de Guerrero hay 2'442,903 personas en situación de pobreza, ocupando el segundo lugar en México: Para la Fundación, estos datos dan cuenta de la importancia de operar en las colonias y barrios de mayor marginación del Municipio de Acapulco de Juárez. La intervención de Niños en Alegría en un plantel educativo, implica la reconstrucción y equipamiento de escuelas con el objetivo de invertir en el capital humano de los niños, mejorando sus condiciones educativas, para que puedan desarrollar al máximo su potencial.



EMPRESA CON VALOR HUMANO COPARMEX Y USEM QUERÉTARO

Por Mauricio Pérez Mata



Miembros de la comisión de Valor Humano de COPARMEX durante la inauguración del congreso

COPARMEX Querétaro, Mauricio Kuri, resaltó que de las 800 empresas afiliadas a este organismo apenas 30 están certificadas como empresas con valor humano, pero se está trabajando para que se sumen cada vez más, ya que es precisamente la persona lo que hace la diferencia en la competitividad y productividad de las empresas.

Uno de los ponentes, y caso de éxito de empresas que a través del valor humano lograron su crecimiento, fue Héctor González González, coordinador de Grupo Industrial Cuadritos, y quien a través de una visión de vida en la que se integra la cultura, el medioambiente y la sociedad para transmitir a sus empleados, logró crear el banco de alimentos más grande de América Latina.

“Yo empecé con 19 años cuando heredé el negocio de mi padre hace 35; a la fecha somos 1,300 colaboradores trabajando en lo mismo, así que hay que imaginar lo que puedes hacer cuando le llevas toda esta cultura a 1,300 personas, y luego si en vez de hacer un esfuerzo individual podemos hacer algo social, logras que todo mundo se inmiscuya, y consigues cosas como las que hemos logrado con respecto a nutrición y vida, que es hoy el banco de alimentos más exitoso de toda América Latina”, narró el empresario.

El empresario enfatizó la necesidad de que cada persona en su entorno genere cambios, ya que las autoridades tienen diferentes cuestiones que atender, por lo que el cambio se genera desde el individuo, y si esto se pasa a las empresas, pueden ser casos de éxito.

Mejoras económicas, mejor ambiente laboral, participación de los empleados e involucramiento del patrón, así como vincularse con la comunidad fueron algunas de las conclusiones durante el congreso, el cual buscó generar cambios sociales al interior de las compañías y transmitirlos a la sociedad para ser responsables. ●



Héctor González González, de Grupo Industrial Cuadritos



Samuel Jonhsson, de Johnsson Matthey

El pasado 7 de agosto, tuvo lugar el 1er congreso con el lema “Empresas con Valor Humano” en la Ciudad de Querétaro, organizada por la Comisión de Valor Humano de la Empresa de la COPARMEX, la USEM, Querétaro y múltiples empresas y organizaciones aliadas.

El objetivo principal de este congreso fue el de compartir e intercambiar las experiencias de empresas que tienen como guía la responsabilidad social.

El programa contó con la presencia de empresarios de reconocidas empresas como: Grupo Nupec, Johnson Matthey, Crown, y Grupo Industrial Cuadritos así como de Aliner Dachbrey, coach empresarial.

En la inauguración del evento el presidente de la



inclusite

Estamos trabajando
para llevar la inclusión
web a cada rincón
del país



Av. Santa Fe #440,
Lomas de Santa Fe
Cuajimalpa,
C.P. 05348, México, D.F.
Tel.: (55) 5207-0513

www.inclusite.com



InclusiteMexico



@InclusiteMx



RESPONSABILIDAD SOCIAL GUBERNAMENTAL ALIANZAS INTERSECTORIALES El caso de Zapopan

Por Sandra Paulina Tamez

Zapopan, uno de los municipios más grandes en extensión y población a nivel nacional, con 1'243,756 habitantes (INEGI, 2010), convirtiéndolo en el octavo municipio más poblado de México y el segundo más poblado en el Estado de Jalisco, cuenta también con una gran diversidad y riqueza natural especialmente en su zona rural, así como bosques, parques y camellones.

En este sentido, el Ayuntamiento presidido por el Dr. Héctor Robles Peiro, ha conjuntado esfuerzos a través de la colaboración de sus diversas dependencias, como lo son la Dirección General de Desarrollo Social y Humano y la Dirección General de Ecología, preservando áreas verdes y no sólo embelleciendo las colonias, sino que además, se da a las personas la posibilidad de contar con un espacio más seguro y digno donde llevar a cabo actividades de esparcimiento y recreación.

El Mtro. Mario Alberto Manzano Cuevas, director general de Desarrollo Social y Humano se ha dado a la tarea de recorrer las colonias para rehabilitar sus áreas verdes, siempre a petición de la comunidad y contando con la participación y el compromiso de la gente. Parques y Jardines, área encargada de donar árboles de diversas especies en el municipio, participa en las reforestaciones, siempre y cuando la comunidad que habita en los alrededores se comprometa a dar el debido mantenimiento. Asimismo, con el objetivo de lograr una mayor participación en las comunidades, el

Mtro. Manzano Cuevas busca generar convenios de colaboración con empresas y corporativos localizados en el municipio, para que participen con voluntarios en estas actividades.

El ejemplo más reciente de esto fue la reforestación y rehabilitación de "Parque Grande" el pasado sábado 26 de julio en la colonia Parques Tesistán, una colonia conformada por pequeños fraccionamientos cerca de la zona rural de Tesistán. Dicha reforestación fue resultado de una coordinación entre diversas áreas del ayuntamiento junto con FEMSA a través de sus unidades de negocio establecidas en Zapopan y Guadalajara.

Cabe resaltar, que fue gracias al empuje y entusiasmo de las mujeres de la colonia, que tanto FEMSA como el ayuntamiento lograron colaborar para la rehabilitación. Las señoras, quienes llevan a cabo reuniones vecinales regularmente, cuidan el parque y están en constante comunicación con el ayuntamiento para atender diversas necesidades de sus vecinos. El entusiasmo demostrado alentó a la empresa FEMSA, quienes además de participar con un gran número de voluntarios en la reforestación, proporcionaron pintura y otros materiales de construcción para rehabilitar parte de la Academia San Mateo del Instituto de Capacitación y Oferta Educativa de Zapopan, que próximamente ofrecerá cursos de repostería y otros

oficios, con el objetivo de generar actividades productivas para los habitantes de Parques de Tesistán, sobre todo jóvenes que no estudian ni trabajan actualmente.

En resumen, en la jornada de reforestación y rehabilitación participaron: 78 personas de la comunidad de Parques de Tesistán, más de 100 funcionarios públicos de las dependencias previamente mencionadas, 200 voluntarios de las unidades de negocio de FEMSA (Tiendas Súper Bara, Cadena Comercial OXXO, Centros de Distribución OXXO Guadalajara, e IMMEX), y el respaldo de la Comisión Nacional Forestal (CONAFOR), concientizando sobre el cuidado de las especies plantadas y sus beneficios.

Se plantaron 700 árboles de diversas especies como: Jacaranda, Rosa Morada, Atmosférica, Eugenia, y Trueno Verde.



Programa Comedores Comunitarios en Zapopan

El Programa Comedores Comunitarios en el municipio de Zapopan es un proyecto piloto que es parte de la estrategia SIN HAMBRE del Gobierno Federal. En Zapopan, en total se cuenta con 8 comedores comunitarios gracias al apoyo de la Secretaría de Desarrollo e Integración Social del Gobierno Estatal, quienes han dotado de recursos a varios municipios para abrir comedores comunitarios, mejorando la alimentación de numerosas familias jaliscienses.

Actualmente en Zapopan, en las colonias con mayor marginación y niveles altos de pobreza, existen problemas de nutrición que afecta tanto a adultos como niños, quienes incluso padecen sobrepeso y diabetes. El propósito de este programa es apoyar a las personas para que a través de la nutrición, se promuevan buenos hábitos de alimentación, higiene y organización comunitaria.

Cada comedor atiende hasta 150 personas diariamente de lunes a viernes, en su mayoría adultos mayores y niños, quienes pagando una cuota de recuperación mínima (4 pesos por plato) tienen la posibilidad de tomar el alimento.

Al día de hoy, el proyecto lleva más de un mes de operación, lo cual ha sido posible gracias al esfuerzo de la Dirección General de Desarrollo Social y Humano encabezada por el Mtro. Mario Alberto Manzano Cuevas, junto con el Sistema DIF Zapopan, quienes han trabajado mano a mano para que funcionen 5 de los comedores; mientras que en los otros tres comedores localizados en Parques Tesistán, Los Cajetes y Santa Ana Tepetitlán, son sus hombres y mujeres quienes de forma voluntaria, mantienen funcionando el comedor.

Asimismo, a través de los comedores comunitarios el ayuntamiento de Zapopan ha colaborado con organizaciones de la sociedad civil, permitiéndoles el uso de la



infraestructura del comedor como espacio para talleres de costura, dibujo, entre otros.

Los comedores se encuentran en las siguientes 8 colonias: Santa Ana Tepetitlán, Arenales Tapatíos, El Campanario, Los Cajetes, San Juan de Ocotán, Parques Tesistán, Parques del Auditorio y Santa Mónica de los Chorritos.

Aunque este proyecto piloto tiene una duración de 12 semanas en el municipio de Zapopan, tanto su alcalde el Dr. Héctor Robles Peiro, como el Mtro. Manzano, mantienen su compromiso de continuar con el programa y abrir más comedores comunitarios el siguiente año, contando con la participación de los ciudadanos de las colonias más necesitadas, principalmente con el interés de mujeres y hombres que busquen una mejor educación nutricional para ellos y sus hijos, así como generar su propio alimento a través de huertos, aprendiendo a cocinar y aprovechar los alimentos de forma económica y nutritiva.●

BOSQUES COMPETITIVOS Y SUSTENTABLES

Por Paul Sánchez Aguilar y Doriana Dondé

En el primer lugar del mundo que se celebró con una fiesta el día del árbol fue en una pequeña localidad extremeña localizada en Villanueva de la Sierra provincia de Cáceres, España en el año de 1805 gracias al ánimo e iniciativa del párroco del pueblo y el entusiasmo de toda su población que emocionados le siguieron; sin embargo el primer país que instituyó un día dedicado al árbol fue Suecia en el año de 1840, como un compromiso por el cuidado de los árboles pero principalmente la concienciación ante la importancia que tienen los recursos naturales y su conservación, enseñanzas que se introducirían en la educación de los niños desde muy temprana edad a través de prácticas que ellos mismos podrían constatar a lo largo del tiempo. Al emigrar los suecos a E.E.U.U. este valioso legado cultural sirvió para que también ahí instituyeran su propio Día del Árbol en 1872; a partir de entonces otros países del continente y del mundo lo empezaron a establecer.



México

Índice de Competitividad Forestal Estatal 2014

Ante la necesidad de fortalecer al sector forestal a través del análisis de información comparable sobre el aprovechamiento, la situación y la vulnerabilidad de los bosques en cada una de las entidades federativas, se construyó el Índice de Competitividad Forestal Estatal (ICoFE).

Con este esfuerzo, se pretende recomendar mejoras de política pública, tanto a nivel estatal como federal, para que se reflejen en los presupuestos gubernamentales.

El índice busca fortalecer las sinergias con otros actores fuera del sector y fungir como un sistema de seguimiento de los avances y retos en materia forestal.

Dicho trabajo se ha logrado gracias al esfuerzo conjunto del Instituto Mexicano para la Competitividad y la organización Reforestamos México A.C. (IMCO), cuyo resultado lo coloca como el primer índice de competitividad forestal en México y el mundo.

Este índice se enfoca en medir la competitividad forestal, entendida como la capacidad que tienen los bosques y sus habitantes para atraer y retener inversión y talento e incrementar su riqueza económica social y ambiental en el tiempo.

En las últimas tres décadas, nuestro país ha perdido cerca de la tercera parte de bosques y selvas primarias al no poder convertir este activo natural en uno productivo que permita su conservación a lo largo del tiempo. Con sesenta

millones de hectáreas de bosques y selvas, México triplica la superficie forestal de Finlandia, sin embargo su producción es diez veces la nuestra, y mientras que nosotros retrocedemos en extensión forestal, ellos aumentan dicho recurso.

Presentación del Índice

El ICoFE está compuesto por 42 indicadores económicos, ambientales, sociales y políticos que se organizan en cuatro subíndices: “Potencial de aprovechamiento forestal”, “Sofisticación de la producción”, “Permanencia de los bosques” y “Condición socio-política de los bosques”.

La información se obtuvo mediante fuentes públicas y los datos existentes más recientes. Los resultados generales se presentan en cinco grupos o clusters de competitividad, ya que las diferencias entre las entidades de un mismo grupo se encuentran en un empate técnico.

Esta primera versión del informe, servirá como una línea base para evaluar y mejorar la forma en que el sector público promueve y regula sus bosques.

Las posturas

Ernesto Herrera, de Reforestamos México, declaró que con la publicación de este índice, se buscará generar una agenda de trabajo, por ejemplo, con la Comisión Nacional Forestal, y discutir estos temas de una manera más abierta y plural para mejorar las condiciones a las que se aspira en materia forestal.

Pugró porque se aplique la parte económica en la parte forestal, de lo contrario, difícilmente se podrá lograr mantener en pie a los bosques. Como proyecto a largo plazo, confió en que 22 millones de hectáreas, cerca de un tercio de los bosques del país, sean manejadas de una forma sustentable.

Denunció que la existencia de madera ilegal orilla a que los precios de estos productos se castiguen, y se tenga que importar esta materia prima.

“Tenemos un México que cada vez se hace más urbano, 74 por ciento de la población está viviendo en ciudades y hemos abandonado, no sólo el campo, sino los bosques”.

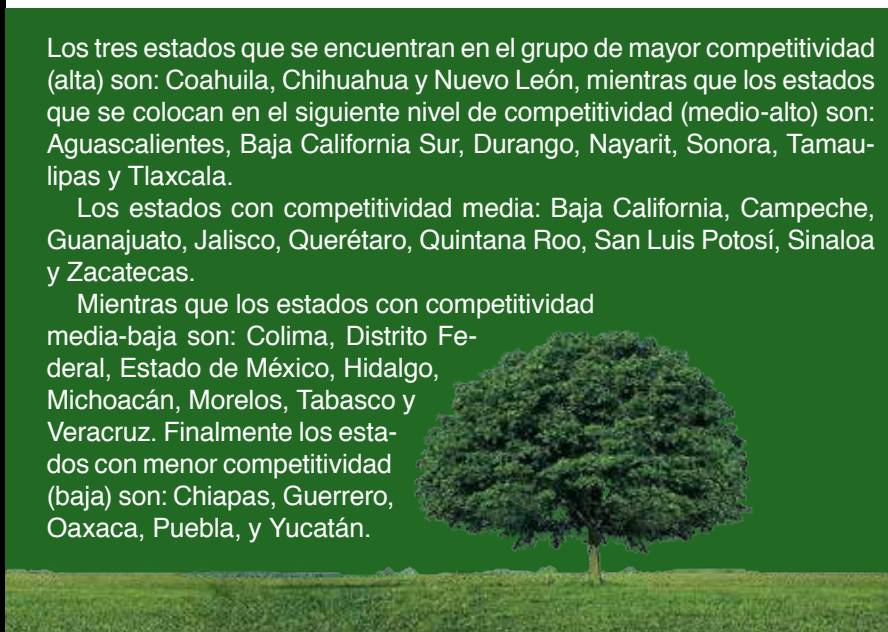
Por su parte, Rodrigo Gallegos, del IMCO, puntualizó que de entre los datos relevantes del estudio, se desprende que cerca del 36 por ciento de la superficie forestal nacional se encuentra dentro de estados con un nivel de competitividad bajo o medio-bajo. El 28.5 por ciento se ubica en un nivel medio, mientras que solamente el 35 por ciento de la superficie forestal cuenta con una competitividad alta o media-alta.

Aun el Estado más competitivo en el manejo de sus bosques, manifestó, obtiene apenas una puntuación de 57.5 por ciento sobre el escenario ideal. “Por lo que se estima que todos los estados se encuentran lejos de alcanzar el nivel de competitividad deseable en el país”.

Los tres estados que se encuentran en el grupo de mayor competitividad (alta) son: Coahuila, Chihuahua y Nuevo León, mientras que los estados que se colocan en el siguiente nivel de competitividad (medio-alto) son: Aguascalientes, Baja California Sur, Durango, Nayarit, Sonora, Tamaulipas y Tlaxcala.

Los estados con competitividad media: Baja California, Campeche, Guanajuato, Jalisco, Querétaro, Quintana Roo, San Luis Potosí, Sinaloa y Zacatecas.

Mientras que los estados con competitividad media-baja son: Colima, Distrito Federal, Estado de México, Hidalgo, Michoacán, Morelos, Tabasco y Veracruz. Finalmente los estados con menor competitividad (baja) son: Chiapas, Guerrero, Oaxaca, Puebla, y Yucatán.



Son diversas las características que comparten los estados mejor evaluados, como por ejemplo, tener una menor pérdida de bosques (en el caso de Nuevo León y Coahuila recuperación de éstos); tener una de las mayores inversiones en estudios forestales; contar con proyectos estratégicos y legislación en materia forestal a nivel estatal, además de una baja incidencia de incendios forestales y uso de leña en hogares.

La doctora Grethel Aguilar, Directora Regional de la UICN, externó su convencimiento de que el ICoFE es un medio para alcanzar grandes impactos como la reducción de la pobreza y la deforestación, y la mejora en el uso y conservación de los recursos naturales.

Dijo que el índice será un apoyo para la Cruzada Nacional Contra el Hambre: “Porque las comunidades deben ser actores activos, y al generarse ingresos con negocios forestales sostenibles, se podría mejorar su calidad de vida”.

María Magdalena Ruiz, Secretaria de Medio Ambiente y Desarrollo Territorial del Estado de Jalisco, dijo que este índice debe hacer que generemos una prospectiva de equidad y bienestar social, viendo al territorio de manera diferente, para evitar la degradación regional, pobreza y desigualdad.

REFORESTACIÓN 2014

Grupo Martí reforesta el Bosque de Chapultepec

Tanto clientes como colaboradores de Sport City de Grupo Martí, colaboran en el programa de rehabilitación y saneamiento del Bosque de Chapultepec.

A través de programas de reforestación, limpieza y descompactación de suelo, favorecen a este bosque que representa el pulmón verde más grande de la Ciudad de México, dado que representa el 52% de las áreas verdes de la Ciudad.

Por quinto año consecutivo, la empresa realizó esta actividad el pasado 2 de agosto en la Segunda Sección de Chapultepec (frente al Sope), con la participación como invitado especial de Jorge Van Rankin, locutor y conductor,

Entrevista para GANAR-GANAR, la Gerente de Relaciones Públicas de Grupo Martí, Ana Zuñiga, explicó que la campaña de reforestación lleva el nombre de "Más oxígeno para los deportistas", y que han establecido una alianza con Fideicomiso Probosque de Chapultepec en el proceso de saneamiento y la reforestación de todas las áreas verdes.

El fideicomiso, dijo, realiza un estudio para determinar qué especies de árboles son aptas para el tipo de terreno a reforestar. Los árboles que plantamos son jóvenes, es decir, de 4 a 6 metros de altura, lo que garantiza un adecuado desarrollo.

Respecto a los resultados obtenidos en estos cinco años de esfuerzos, mencionó que han sido benéficos en el sentido de que aproximadamente el 90 por ciento de los árboles plantados se han desarrollado. El primer año sembraron alrededor de 120 árboles en la zona de la pista de atletismo denominada "El Sope"; posteriormente en el parque Rosario Castellanos fueron plantados 50 árboles y algunas plantas; y el resto de los años y la reforestación de 2014, se sembraron 120 árboles.

El tipo de árboles que se plantaron este año fueron capulines, encinos, pinos, colorín y tejocotes, de un total de 42 árboles; cuya actividad se dividió en 5 grupos para realizar esta labor.



Volkswagen siembra 1,000 árboles en el parque El Ameyal, en Cuautlancingo



En el marco de la celebración del Día Mundial del Árbol, Volkswagen de México inició con la reforestación del Parque Recreativo El Ameyal, ubicado en Cuautlancingo Puebla, donde se sembraron mil árboles.

Vecinos del municipio de Cuautlancingo y colaboradores de Volkswagen de México se dieron a la tarea de sembrar los árboles de Encino blanco, cultivados en los viveros de Volkswagen de México, plantándolos en toda la periferia y áreas verdes del parque.

El evento fue presidido por el Presidente Municipal de Cuautlancingo, el Sr. Félix Casiano Tlahque, y el vicepresidente de Relaciones Corporativas de Volkswagen de México, el Sr. Thomas Karig, así como el Sr. Oscar Domínguez representante del VW Bank, entidad que también colabora en esta labor.

El Parque Recreativo El Ameyal se extiende sobre una superficie de 7 hectáreas, cuenta con una laguna natural, áreas verdes, senderos, palapas, pista para correr, ciclista, área de juegos infantiles, canchas deportivas, restaurantes, servicios sanitarios y estacionamiento.

Además de la donación y siembra de los mil árboles para la reforestación de este parque recreativo, Volkswagen de México entregó equipo de bombeo y riego para el mantenimiento de los Encinos blancos recién sembrados, así como botes de basura para el equipamiento del parque.

De este modo y en total consonancia con su política de Responsabilidad Social Corporativa, Volkswagen de México estrecha sus acciones de colaboración con el Ayuntamiento de Cuautlancingo, en beneficio de los pobladores de este municipio.

Impulsa BBVA Bancomer la reforestación de 50 hectáreas en el Parque Nacional del Ajusco



BBVA Bancomer es la primera institución financiera en adoptar el modelo de apoyo a un bosque. El proyecto contempla la recuperación de 50 hectáreas en el Parque Nacional del Ajusco en un periodo de 5 años.

El plan denominado "Bosque BBVA Bancomer" se implementa en una zona arbolada que es propiedad de las comunidades de San Miguel y Santo Tomás Ajusco, promoviendo la generación de empleos temporales para la comunidad.

La reforestación se lleva a cabo gracias a la colaboración de empleados y sus familiares, demostrando que es posible sumar voluntades a favor del medio ambiente.

La institución refrenda su compromiso con México y se suma a los esfuerzos de cuidar el medio ambiente a través de su Plan de Eco-eficiencia y acciones que permitan aprovechar de manera eficiente los recursos naturales.

Como parte de su compromiso social y de cuidado del medio ambiente, el Grupo Financiero BBVA Bancomer realiza la segunda reforestación del Parque Nacional del Ajusco, uno de los pulmones más importantes de la Ciudad de México, con el cual busca rehabilitar 50 hectáreas (500 mil metros cuadrados) en un periodo de 5 años.

El modelo de "Bosque BBVA Bancomer", iniciado en 2013 en colaboración con Pronatura, contempla la reforestación en la zona media del Ajusco, con un esquema para sembrar 10,000 árboles anualmente y el compromiso permanente de cuidar las zonas previamente plantadas, con el apoyo de empleados y familiares de la institución financiera.

El ingeniero Uriel Galicia, director de estrategia y desarrollo de BBVA Bancomer explicó que la reforestación muestra el compromiso que tiene cada colaborador de BBVA Bancomer con el cuidado del ambiente y el planeta. "Es destacable la labor que todos estamos haciendo este día, pero es más importante subrayar los esfuerzos que realizamos en favor de la conservación de nuestro entorno cada día, en un compromiso que se ha convertido en una constante", dijo.

La segunda reforestación del plan por 5 años, contó con la participación de más de 940 personas entre colaboradores, familiares y amigos.

Inician Oster® y Coleman® su campaña anual de reforestación en la Sierra Norte de Tepotzotlán



En México cada año se pierden en promedio 500 mil hectáreas forestales, lo que ubica a nuestro país en el quinto lugar en deforestación a nivel mundial y como uno de los mayores responsables del cambio climático. Se estima que de continuar a este ritmo, para el año 2050, todas las selvas y bosques de México habrán desaparecido.

Por estas razones y como una empresa preocupada por el medio ambiente y el fomento de una cultura ecológica entre sus empleados, Sunbeam Mexicana, emprendió la tercera edición de la Campaña Anual de Reforestación, que tendrá como objetivo compensar la pérdida de bosques con la plantación de árboles en la Sierra de Tepotzotlán, territorio ubicado en la parte norte del Estado de México. Con mucho entusiasmo y compromiso, más de 100 colaboradores de las marcas Oster® y Coleman®, participarán junto a sus familias en la reforestación de más de 1,000 árboles en la Sierra de Tepotzotlán. Los empleados y sus familias, podrán vivir un momento de unión e

integración con el ambiente y al mismo tiempo conocer la importancia de la reforestación como una herramienta de impacto positivo en la biodiversidad del planeta, ya que su deforestación no sólo pone en riesgo la vida de miles de plantas y animales, sino también el sustento económico de muchas familias que trabajan diariamente con los frutos que la tierra produce.

Las marcas Oster® y Coleman® llevarán a cabo esta gran labor gracias al apoyo conjunto de Hombre Naturaleza y Fundación Telmex, instituciones que buscan promover la educación y concientización de los ciudadanos sobre los problemas que aquejan a nuestro medio ambiente.

Gerdau Corsa realiza de manera exitosa la cuarta jornada de reforestación en el Estado de México



Gerdau Corsa, empresa comprometida con el medio ambiente, en colaboración con las autoridades de Ecología del municipio de Tlalnepantla, Estado de México, llevaron a cabo de manera exitosa la "Jornada de Reforestación 2014", plantando más

de 1900 árboles en el parque estatal Sierra de Guadalupe, el pasado 26 de julio.

Gracias al trabajo en equipo para fomentar una cultura ambiental y sustentable, esta es la cuarta edición de la jornada de reforestación en México, en donde se logró la participación de más de 600 voluntarios provenientes de las diferentes oficinas y plantas donde opera la acerera, incluyendo familiares, trabajadores del municipio y personal del parque estatal.

Con estas acciones, la empresa superó en más de un 50 por ciento la convocatoria registrada en años anteriores, confirmando el compromiso de cada uno de los colaboradores con el desarrollo sustentable de la comunidad.

El parque estatal Sierra de Guadalupe, considerado "reserva ecológica", abarca cuatro municipios del estado de México: Coacalco de Berriozábal, Ecatepec de Morelos, Tlalnepantla de Báez, Tultitlán y la delegación Gustavo A. Madero del Distrito Federal. La superficie es de 6 mil 503 hectáreas, de las cuales la inmensa mayoría (el 82 por ciento) se localiza en el estado de México y el porcentaje restante en el Distrito Federal.

Gerdau Corsa busca alternativas de realización sustentables dentro y fuera de la empresa, creemos que uniendo esfuerzos con las autoridades y colaboradores, impulsamos el desarrollo de una conciencia ciudadana preocupada por el medio ambiente. Nos enorgullece ver que los empleados y sus familias se entusiasman al participar en estos programas sociales mediante el trabajo comunitario. Resulta muy gratificante involucrarlos en acciones sustentables que tienen beneficios mutuos para la sociedad.

Con base en eso, Gerdau posee objetivos compatibles con los estándares globales de sostenibilidad empresarial, respeta la diversidad y preserva recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras.●

MCM TELECOM SE PUSO LA VERDE CON CAUSA

Por Beverly Velázquez R.

Cuando el Comité de Vinculación con la Comunidad de MCM Telecom se propuso la meta de que la empresa construyera una casa para una familia de escasos recursos, jamás imaginó que su proyecto fuera a tener tan buena respuesta entre sus empleados, clientes y proveedores.



Comité de Vinculación con la Comunidad de MCM Telecom

Todo comenzó como un deseo que el Director General le transmitió al Comité: que la gran familia MCM Telecom uniera esfuerzos para ayudar a una familia a tener un hogar digno. Fue así como los empleados que conforman el Comité pusieron manos a la obra.

El primer paso fue contactar a la organización de la sociedad civil con la cual trabajarían, “construyendo”. Esta asociación busca impulsar la solidaridad en el voluntariado a través de proyectos de construcción con el fin de complementar su desarrollo humano y que tienen como objetivo transformar a México. Trabajan en las comunidades más necesitadas de nuestro país a través de proyectos de construcción dirigidos a satisfacer las necesidades básicas de las familias beneficiadas. El acuerdo entre MCM Telecom y Construyendo fue que la empresa se comprometía a otorgar los recursos económicos y humanos necesarios para construir la casa de alguna familia que la organización designara.

Familia beneficiada por Construyendo

El siguiente paso consistió en emprender una campaña para lograr la meta de recaudación. Aprovechando la fiebre mundialista, el Comité de Vinculación con la Comunidad lanzó la campaña “Compra una playera con causa y participa”, la cual consistió en invitar a los empleados a adquirir una playera del Mundial y hacer extensiva la invitación a clientes y proveedores. Así, por cada playera que se vendiera, MCM Telecom pondría la misma cantidad para donar todo a Construyendo.

Campaña de recaudación de fondos

La excelente respuesta de las personas no se hizo esperar y las playeras se acabaron en tan solo tres días. A petición de muchos que vieron en esta campaña una oportunidad de ayudar, el Comité mandó a hacer

más. Finalmente, con la participación de todos se lograron vender 600 playeras a un costo de \$200 pesos cada una.

En solidaridad con la causa, de manera paralela, el Comité de Calidad de Vida organizó la Quiniela del Mundial MCM, por medio de la cual la empresa donó una cantidad adicional a los premios de los ganadores.

Para asegurar la transparencia en el manejo de estos fondos, fueron depositados a la cuenta de Voz MCM A.C., la fundación encargada de implementar las acciones sociales de la empresa. Por su parte, una vez que se reunieron los recursos necesarios, Construyendo inició la búsqueda de la familia a la que se va a beneficiar. De esta manera, lo que comenzó como una aspiración, gracias a la participación de los empleados, clientes y proveedores de MCM Telecom, así como al liderazgo de quienes conforman los Comités de Responsabilidad Social y al indudable compromiso de la empresa por contribuir con la comunidad, se hizo realidad.

Con este proyecto MCM Telecom logró un doble beneficio: por una parte, contribuir a mejorar la calidad de vida de una familia, y por el otro, dar la oportunidad a los empleados de vivir una experiencia muy enriquecedora ayudando a otros. ●

5° Concurso Escolar

nuestro planeta ...es la meta

Recicla tus Pilas Usadas

¡A recolectar chavos!



ILUSTRACIÓN: ROBERTO SADI CENTENO

En Grupo IMU (Imágenes y Muebles Urbanos) sabemos que recolectando y reciclando pilas usadas es posible concientizar a las nuevas generaciones y cultivar una actitud en pro de la ecología.

Los alumnos recolectan del 20 al 31 de octubre.

Sigue recolectando, ubica tu columna más cercana:



IMU Recicla



@IMURecicla



imurecicla.blogspot.mx

www.imurecicla.com



grupo **imu**

imágenes y muebles urbanos



imuRecicla

UNA RELACIÓN IMPOSIBLE: LA RSE Y LAS PYMES LA HISTORIA DE PEPITO

Por Rodrigo Kambayashi*

Antes de contarles la historia de Pepito y su Pyme, una breve introducción a la problemática parece inexcusable. En México, cuando hablamos de RSE (Responsabilidad Social Empresarial) es casi imposible evitar la imagen seductora de las acciones filantrópicas de las grandes multinacionales en comunidades marginadas. Pero, volteemos hacia otro ángulo olvidado últimamente: Las Pymes, la columna vertebral de nuestra economía. Mucho se ha hablado de ellas como una fuente responsable del motor fértil de cualquier tejido económico, sin embargo en este artículo tomaremos como ángulo a los emprendedores quienes con sus diferentes características tallan y dirigen las actividades económicas de sus organizaciones.

Está en chino, pero no es imposible,
existe un área de oportunidad donde las propias Pymes podrían organizarse en grupos dentro del mismo sector para crear pequeñas alianzas a fin de impulsar la RSE.

El discurso normativo de los emprendedores es confuso. En temas de marketing y comunicación se tiende a confundir la pequeña escala con lo artesanal, y por ende, con lo socialmente responsable. Lo que nos lleva a entrar en un ciclo no precisamente prodigioso, donde además la filantropía se diluye en el interior de las pequeñas y medianas empresas tomando el lugar formal de la RSE en su desarrollo.

Un estudio remarcable¹ revela que una gran mayoría de Pymes latinoamericanas realizan acciones y actividades ligadas con la RSE a pesar del desconocimiento formal del concepto. Sin embargo también existe el caso opuesto, más peligroso: Hay quienes dicen tenerlas cuando en realidad no existen. La única realidad es que muy pocas tienen infraestructura y acciones coordinadas sistemáticamente para llevar a cabo acciones de RSE².

Todo esto hace aún más difícil la tarea de mapear a gran escala el vínculo real de la RSE con las Pymes. No es que mi afición por los cuentos se desborde cuando pienso en RSE, pero creo que en este caso podría ser útil al querer discutir de los emprendedores y la RSE, junto con todas sus elocuentes falacias. Basado en un estudio de caso³, este cuento está inspirado en los emprendedores normales⁴. Los que ya tienen una idea de negocio puesta en marcha que funciona poco a poco. Se dieron de alta en Hacienda y además, quieren apoyar el desarrollo social de alguna manera. Así que, les contaré la historia de Pepito.



¹ la Situación de la Responsabilidad de la Empresa en las Pymes de Latinoamérica y el Caribe, Vives & Corral. BID e IKEI 2005

² la Situación de la Responsabilidad de la Empresa en las Pymes de Latinoamérica y el Caribe, Vives & Corral. BID e IKEI 2005

³ Kambayashi, 2014

⁴ excluyendo a los emprendedores sociales.

Del famoso Pepito

El señor Pepito, que ya creció y dejó los chistes atrás (aunque le siguen pesando en su pasado), tiene una familia, puso su changarro, y por azares del destino, se da cuenta de que la responsabilidad social es algo más que puro blablablá. Le gustaría poner en marcha algunas de esas ideas en su negocio.

Pepito no tiene mucha experiencia en su nuevo negocio, fue más bien una oportunidad en donde invirtió todos sus ahorros y se juntó con otros de sus familiares para abrirlo. Uno de ellos medio conoce de administración y el tercero nada de estudios, pero pues tenía un dinerito guardado también.

Si tomáramos una radiografía al negocio de Pepito sería algo así:

El negocio empezó hace poco más de un año y medio, a pesar de que el registro de la sociedad llegó hasta hace un par de semanas. En contabilidad, las cuentas apenas se están poniendo en orden y están saliendo justas, aunque nadie sabe cómo. Lo cual es una buena señal, aunque ya se viene la renta del mes. En recursos humanos, tienen tres empleados que son amigos y dos familiares que eran desempleados. Tienen registrado sólo a uno de ellos, para no pagar las cargas sociales tan altas, además prefieren pagar su nómina en efectivo para que los empleados ganen más y le cueste menos al negocio.

Esto fue una sugerencia del contador, quien por cierto es amigo de un primo de Pepito. Los empleados se sienten muy cercanos a los socios, pues trabajan codo con codo y se conocen de años. Lo mismo pasa con los proveedores: Es un amigo de toda la vida y, a pesar de que no sean los mejores precios del mercado, se echan la mano y éste les aguanta los pagos hasta dos o tres meses. Reina la confianza y la *buena onda*.

En Mercadotecnia no hay plan ni estrategia, pues no hay dinero ni tiempo. La desorganización impera y gira en torno a la operación diaria, con un servicio al cliente altamente personalizado, lo cual implica horas extras de todos.

Teniendo en cuenta el contexto, Pepito se interesa por la responsabilidad social. Investiga en sus ratos libres. Lee la revista *GANAR-GANAR* y se convence. Está dispuesto a proponer un par de acciones a sus socios para ser una organización más responsable. Convoca a una junta de socios y expone con elocuencia los beneficios de la RSE. Propone tres cambios sencillos, casi casi clásicos:

- 1) Escoger mejor a sus proveedores para que ellos respeten los principios del Pacto Mundial.
- 2) Cumplir con los mínimos de la ley y registrar a todos sus empleados en el Seguro Social, para que tengan una cobertura médica básica.

- 3) Financiar una ONG que siembre árboles dentro de su comunidad donde podrían además hacerlo, deduciendo impuestos.

Los socios se ven a los ojos. Piensan un segundo... ¡y se tiran al piso de la risa! Pepito, frunciendo el ceño, los mira enojado.

Juan (el cuñado de Pepito) toma la palabra. -A ver Pepito, me gustan tus ideas, pero vayamos punto por punto. Si tuviéramos más tiempo y estuviéramos más organizados como para hacer eso, podríamos intentarlo.

-Pero ¿cómo le vamos a decir a Luis (el proveedor principal) que tiene que cuidar al medio ambiente? Ya sabes cómo tiene el genio y no me quiero meter con él. Además está tapado de chamba y es el único proveedor que tenemos, ¿en dónde vamos a encontrar otro?

-Ok, imagínate, lo mareamos y lo convencemos. Este tipo de acciones a él le van a costar, pues tiene que cambiar toda su cadena de suministro. ¿Qué va a hacer con sus demás proveedores? Y ¿quién crees que va a pagar ese excedente? Él no cuenta con la infraestructura para cambiar y ¡nos lo va a querer cobrar!

Lalo (el otro socio, amigo de Pepito) dice: -Y mira, nada más te digo, acabo de echarle un ojo a las cuentas... Si contratamos a los cinco empleados, incluidos nosotros, y pagamos las cargas sociales que nos corresponden, no vamos a poder pagar la renta. Nosotros en México, por cada 1,000 pesos que declaramos por un empleado registrado, pagamos 604⁵ pesos de cargas sociales/patronales y ellos reciben como 700. Es decir, nosotros al final gastamos 1,600 y ellos reciben 700, y todo para recibir un servicio médico de dudosa calidad. Mejor les damos 1,000 a ellos y ¡listo! ¿Tú crees que vale la pena? Salimos ganando los dos.

Pepito, dice pensativo: -Bueno, ¿Y lo de los árboles? ¿No les gusta?

Juan -ya más serio- Uno, esa idea es más filantropía que otra cosa. Y dos, esos de la ONG son de los de alguna multinacional que hacen esto para deducir sus impuestos. Además, nosotros este año nos vamos a declarar en pérdidas como hicimos el año anterior, si no, pagaríamos un chorro de impuestos.

Pepito asiente con la cabeza mientras le da un trago a su café y se queda pensando: -Mejor vamos a descansar pues se hace tarde y mañana hay que darle desde temprano- Ve su reloj y se va a su casa. Juan y Lalo tienen que pagar la cuenta.

Fin de la historia

⁵Varía por sector y, sobretudo, por la prima de riesgo del puesto ejercido

Moralejas

1. La RSE tiene un costo altísimo en las Pymes; no es un tema exclusivo de las grandes multinacionales o corporativos sin embargo, en el sector de las Pymes está considerada como un tema casi lujo. Sus estrategias implican un costo adicional, tanto al interior como al exterior de la organización.

El costo de oportunidad de cada peso extra gastado es altísimo. Eso hace que las barreras de entrada de las estrategias de RSE sean gigantes y además consideradas como una tarea extra a realizar que no aportaría un valor a corto plazo.

2. Ser Pyme no es sinónimo inmediato de responsable. Se dice que estas Pymes son socialmente responsables por naturaleza porque trabajan con proveedores locales y tratan “bien” a sus empleados, pero la verdad es que no siempre es el caso y muchas veces sólo se busca el mejor precio sin importar las consecuencias sociales o ambientales de estas decisiones. Un peso menos, significa mucho más cuando tienes dos en la bolsa que cuando tienes que gastar 1,000 con 2,000 en la cuenta del banco aunque porcentualmente sean equivalentes.

3. La cercanía de las relaciones sociales de los empresarios con su entorno no siempre ayuda al desarrollo de la RSE, sobre todo cuando este discurso no está totalmente asimilado. Este es un concepto aún ajeno a la mayoría de las Pymes y por lo tanto, su interiorización no se lleva a un nivel tal que permita generar un discurso convincente con las partes interesadas que derive en acciones de RSE. Las partes interesadas en gran confianza los pueden rechazar abiertamente pues saben que no cambiarán de proveedor por un tema “no clave” que sólo implica más trabajo.

4. El primer paso para la RSE es el cumplimiento de la ley. El alto nivel burocrático de registros innecesarios se vuelve una penuria para los emprendedores y esto, aumenta la probabilidad de que las Pymes no estén 100% al día con sus papeleos administrativos. Cuando sus empleados no están dados de alta en el Seguro Social, no es por malicia de los responsables. A pesar de que sea altamente debatible, en el corto plazo es más benéfico para los empleados no estar dados de alta y recibir esa ayuda en efectivo y poder disponer de ella en caso de emergencia.

5. Falta de políticas públicas, e instituciones adecuadas para impulsar la RSE en las Pymes. A pesar del gran esfuerzo de los organismos como el INADEM (Instituto Nacional del Emprendedor), donde se enfoca en el correcto establecimiento de las Pymes dejando la RSE a un punto relegado donde sólo se toca el tema del distintivo ESR del Cemefi, sin proponer un seguimiento puntual

y sobretodo, más amplio en cuestiones de RSE. No hablamos de una regulación legislativa, pero sí de un fomento sistemático desde el sector público.

6. Falta de Infraestructura y apoyo multisectorial. A pesar de que existe un interés de las Pymes y de los emprendedores por la RSE, no existen organizaciones ni en el sector civil ni en el privado, que se dediquen a este tema con seriedad. La sociedad civil se está inclinando por aquellos a quienes es más fácil apoyar y que no impliquen un cambio de fondo, sino un desarrollo en su forma⁶. Las grandes empresas son un ejemplo a seguir para las Pymes y los pequeños emprendedores ¿Y ellas, qué hacen en temas de RSE? Se tienen que organizar para formar confederaciones y llevar a cabo estas operaciones en conjunto con otras grandes empresas. Esto sigue estando lejos de la realidad de las Pymes y de los emprendedores. Sean del tipo que sean.

7. La falta de organización y comunicación entre las Pymes. Esto se suma a la inestabilidad de la operación y se obtiene un ambiente poco propicio para pensar en otras cosas que el día a día e incluso cumplir con el mínimo legal. Su naturaleza de mercado tan dinámica no ayuda en la planeación a mediano y largo plazo. Agreguemos otro factor clave: La falta de comprensión del concepto de RSE. Esta buena intención original se convierte en una utopía extravagante.

Moraleja de la moraleja

Está *en chino*, pero no es imposible. Independientemente de la clásica crítica de las estructuras fiscales y el sistema de seguridad social actual, más estudios a gran escala parecen más necesarios que nunca. A pesar de sus grandes virtudes la sociedad civil se mueve mucho por modas que sólo siguen el camino para aumentar la posibilidad de la obtención de fuentes de financiamiento. Este tema no puede esperar a ponerse de moda. Mientras perseveramos a que exista una intervención legislativa que se alíe a una sociedad civil emancipada, existe un área de oportunidad donde las mismas Pymes podrían organizarse en grupos dentro del mismo sector para crear pequeñas alianzas con el fin de agrupar ideas, fuerzas, información y concentrar tanto atención a gran escala como poder de negociación, a fin de impulsar la RSE por cadenas productivas, localidad, luego por sector, e idealmente después, por mercado. ●

⁶Las OSC tienden a trabajar en proyectos que estén bajo la mira de las fuentes de financiamiento, es decir, de los temas de “moda” dictados por los financiadores.

*Rodrigo Kambayashi: Maestro en sociología organizacional y candidato a doctor en sociología económica por la Universidad de París Sorbonne. Investigador RSE.

PORQUE EL MEJOR TRATO ES EL QUE VIENE DEL CORAZÓN... Y ENTRE DOS ES MEJOR

GANAR-GANAR



Nacional Monte de Piedad, Institución de Asistencia Privada fundada el 25 de febrero de 1775 I.A.P. y KidZania, concepto 100% mexicano de “eduentretenimiento” (educación y entretenimiento) hicieron entrega de un donativo para Aldeas Infantiles S.O.S. México, I.A.P. como parte del convenio entre ambas instituciones y gracias a la donación de kidZos otorgada por los niños dentro de KidZania. Esta iniciativa es resultado de un esfuerzo de ambas instituciones con el objetivo de fomentar entre los niños mexicanos y sus familias la importancia de ayudar al otro y así generar una mayor conciencia social.

Aunado al donativo que les fue otorgado, durante junio y julio, Aldeas Infantiles S.O.S. México, I.A.P. tuvo la oportunidad de hacer uso de las instalaciones de los centros infantiles con la finalidad de difundir su misión entre los visitantes y sensibilizarlos ante la labor que hacen a favor de niños y adolescentes que han perdido su hogar por diversas circunstancias.

Aldeas Infantiles S.O.S. México, I.A.P. fue fundada en 1971 y tiene como principal objetivo la formación de familias para niños y niñas que han perdido la protección de sus padres, integrándolos en un sistema que les permita desarrollar una mejor calidad de vida. Actualmente, la institución beneficia a 705 personas con alojamiento a largo plazo en 8 aldeas de la República y a 866 personas en el programa preventivo del abandono infantil.

Desde marzo de 2014, Nacional Monte de Piedad es la primera Institución de Asistencia Privada presente en los centros infantiles de KidZania en México y su objetivo es difundir entre los visitantes del centro la labor asistencial que realiza apoyando a distintas causas de salud, educación, vivienda, problemas sociales y emergencias; asimismo, informar a los pequeños sobre los beneficios del préstamo prendario y la relevancia de la Institución al ser la primera Institución financiera del continente.

En la sección de Nacional Monte de Piedad dentro de KidZania, los niños realizan varias actividades tales como: ser valuadores, en este caso de juguetes que asemejan los artículos que se reciben en una sucursal real. También pueden *botear* por las calles de KidZania para recaudar kidZos a favor de la Institución de Asistencia Privada que se esté beneficiando. Posteriormente, los kidZos recibidos a través de la donación de los niños son convertidos en pesos mexicanos y donados a la institución correspondiente.

“Para Nacional Monte de Piedad es muy importante promover el desarrollo de todos los niños en México y qué mejor forma de hacerlo que a través de alianzas estratégicas con Instituciones que también procuran el bienestar de la niñez, como KidZania y Aldeas Infantiles S.O.S. México”, comentó Jorge Contreras, Director de Inversión Social de Nacional Monte de Piedad, I.A.P. ●

Nacional Monte de Piedad y KidZania
tienen el gusto de invitarte a la entrega del donativo
para **Aldeas Infantiles S.O.S. México, I.A.P.**

Este donativo es posible gracias a los clientes que acuden a
Nacional Monte de Piedad y a la alianza con KidZania a favor de los niños de México.

Dar **El Mejor Trato** también es divertido.

Fecha: Jueves 31 de julio de 2014 **Hora:** 16:15 hrs.
Lugar: KidZania Cuicuilco, Plaza Inbursa Cuicuilco,
Av. San Fernando No. 649, Col. Peña Pobre, C.P. 14060, México, D.F.

Confirma tu asistencia con:
 Marisa Bolívar
 T. 5525-9501 Ext. 114 mbolivar@nmpic.com.mx
 Juan Carlos Villaseñor
 T. 5525-9501 Ext. 113 jcvillaseñor@nmpic.com.mx

HOTEL SOCIALMENTE RESPONSABLE

Rosas & Xocolate encamina un gran proyecto urbano sustentable para la avenida más emblemática de Mérida

Por Úrsula Sánchez



El nacimiento de una idea

Mientras Carol Kolozs (quien actualmente es el vicepresidente de Turismo de la Cámara Nacional de Comercio (<<Canaco, Servytur Mérida>>)) caminaba por Paseo de Montejo, avenida emblemática de la ciudad de Mérida, en Yucatán, observó una avenida que reflejaba una gran historia con arquitecturas del siglo pasado pero tristemente en un estado de completo abandono. "Me llamó mucho la atención y por lo tanto fue incomprensible para mí entender cómo se permitió el deterioro de una avenida tan grandiosa e importante para esta comunidad", nos comenta visiblemente emocionado Carol en entrevista exclusiva para **GANAR-GANAR**, y continúa: "Mi curiosidad me llevó al final a adquirir dos casonas que habían estado totalmente abandonadas por más de 30 años y en un grave estado de deterioro, a punto de caerse". Esta tristeza que sintió Carol fue una gran motivación para pensar en adquirirlas y empezar un proyecto de restauración sin definir un propósito específico más que el rescate de las casas.

Para este enamorado de la historia, tradiciones, arquitectura y costumbres de la región, era imposible dar crédito a lo que tenía delante de sus ojos, y desde ese momento no pudo sacar de su cabeza la idea de rescatarlas y devolverles la vida, con el único deseo de que no se perdieran en el olvido y así demostrar los beneficios de apreciar el gran valor histórico y cultural que representa esta gran avenida.

El proyecto y la restauración

La idea de encontrar un proyecto con beneficio económico sustentable para las dos propiedades, derivó en un refinado concepto al que llamó Hotel-Boutique Rosas & Xocolate, que daría luz y sofisticación a la más importante vía de la ciudad.

Las labores empezaron con el esfuerzo de encontrar el equipo de arquitectos y diseñadores que podrían lograr la integración y definición de un concepto único y exclusivo. Afortunadamente junto con el despacho de arquitectos Reyes Ríos/Larrain, liderado por el Arquitecto Salvador Reyes Ríos y la Diseñadora Josefina Larrain, quienes cuentan con la experiencia de haber recuperado haciendas henequeneras y edificaciones coloniales, y cuyo trabajo es reconocido internacionalmente, colaboraron en estrecha coordinación para lograr su objetivo.

Materiales y mano de obra de la región

En el proceso de construcción y al usar materiales y acabados locales, Carol identificó la obra con su lugar de origen. Se usaron estucos impermeables a base de resina del árbol endémico *chukum*, selladores orgánicos, tierra roja *cancab*, piedra caliza labrada y madera de árboles subtropicales.



Mérida

es un gusto verte

avanzar

2 Informe
de Gobierno



Ayuntamiento de Mérida
2012-2015

En el Ayuntamiento de Mérida trabajamos sin parar de manera integral por todo el municipio. Abatimos rezagos y atendemos a quienes más nos necesitan, por eso realizamos obras como estas:

- **Más de 108,000 ciudadanos** se beneficiaron con programas de educación, capacitación y superación.
- **Consultas médicas gratuitas** y nuevos cursos de verano para adultos mayores.
- Entregamos **más de 1,500** aparatos ortopédicos a personas con discapacidad.



Conoce nuestras acciones en:

#orgulloqueseapreuma

merida.gob.mx



Todo el trabajo de restauración fue hecho a mano por trabajadores mayas yucatecos y los muebles fabricados por ebanistas de la región. Rosas & Xocolate es reconocido como un hotel de diseño y a la vez ganador en el año 2011, del Premio Nacional reconocido como “Íconos del Diseño”, a la mejor restauración arquitectónica de México, que otorga la prestigiada revista *Architectural Digest*.

Hoy en día las áreas comunes del hotel se prestan para exhibir arte original de artistas locales para promover y destacar el talento yucateco.

Tecnología que cuida el medio ambiente

Otro interés de Carol fue el de dotar al hotel con tecnología que ayudara a la preservación del medio ambiente, así que fue pionero en traer al Estado e instalar sistemas de aire acondicionado que utilizan un tipo de gas que no contamina. Además el hotel cuenta con más de 500 luces leds, que reducen el consumo de energía.

Dispone de diecisiete habitaciones con tinas al aire libre, muros dobles y ventanales de cristal hermético, que le proporcionan al huésped completo silencio en medio de la concurrida avenida.

Compromiso con la sociedad

Una vez logrado lo anterior, Carol volteó su mirada hacia Paseo de Montejo que requería urgentemente de un rescate integral y que para ello se necesitaría un esfuerzo coordinado. Con este objetivo, fundó el Patronato de Paseo de Montejo y fue por mucho responsable de atraer la atención y enfoque de las autoridades y sociedad de la gran necesidad de revitalizar esta emblemática avenida.

Un logro en particular en gestiones con el H. Ayuntamiento de Mérida, fue el cambio de la sede de las celebraciones del Carnaval que por muchos años contribuyó a dañar el patrimonio cultural de la ciudad.

El ejemplo que aporta Rosas & Xocolate podría ser la inspiración para eventualmente retornar la vida grandiosa de Paseo Montejo y convertirla en un gran proyecto de turismo y convivencia social, regenerando uno de los espacios urbanos más emblemáticos de la ciudad.

“Nosotros encaminamos este viaje con la visión de un proyecto sustentable, y estamos seguros que con la colaboración de la sociedad yucateca, instituciones gubernamentales y empresarios aseguramos el futuro de esta gran avenida”, concluyó Carol. ●



RECONOCIMIENTOS Y CERTIFICACIONES

• Tesoros de México

Es el décimo establecimiento en Yucatán que recibe la placa “Tesoros de México”, otorgada por la Secretaría de Turismo federal por cumplir con los estándares de calidad y servicio que cumple con las tendencias internacionales de Turismo Prémium.

• Ícono del Diseño 2011

“Íconos del Diseño”, a la mejor restauración arquitectónica de México, que otorga la prestigiada revista *Architectural Digest*.

• Distinción Bohemia

De autoría propia, su cocina es reconocida en la innovación en comida regional yucateca y recibió la “Distinción Bohemia” en 2011, un reconocimiento a la calidad, sofisticación, experiencia e ingenio de los chefs en México.

• Spa

En 2012 se hizo acreedor al SPA Awards como uno de los 50 mejores SPA de México.

Rosas & Xocolate es miembro de Design Hotels, un prestigiado grupo de más de 200 hoteles de diseño, con sede en Berlín, Alemania.

Centros de Empleabilidad y Emprendimiento impulsan el desarrollo profesional de México

Nacional Monte de Piedad, I.A.P. y un grupo de aliados, abrieron las puertas del nuevo **Centro así** en Mérida el 21 de agosto del 2014, como parte de su compromiso por ayudar a quien lo necesite para capacitarse profesionalmente en uno de los Centros para la Empleabilidad y el Micro Emprendimiento apoyados por la institución.

Estos espacios brindan la oportunidad de recibir asesoría profesional gratuita a quienes buscan un empleo o las habilidades para crecer en el que ya tienen; así como a quienes quieren empezar o mejorar su propio negocio.

Los Centros para la Empleabilidad y Micro Emprendimiento apoyados por Nacional Monte de Piedad, I.A.P. son una realidad gracias a la planeación y el trabajo en conjunto de un grupo de aliados estratégicos de distintos sectores que fueron convocados por la institución para hacer posible este innovador proyecto: La Fundación ProAcceso, el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, Fundemex, Fundación Proempleo y Enova.



Cada uno de estos aliados aporta lo mejor de su experiencia a la iniciativa, combinando sus objetivos de profesionalización y educación, bajo una misma visión, para generar proyectos de Inversión Social Directa que aumenten la productividad laboral y oportunidades de empleo formal en México.

El **Centro así** en Mérida, Yucatán se une al **Centro Creible** en Ecatepec en el Estado de México, para llevar los servicios de la iniciativa a más personas en diferentes zonas del país.

Nacional Monte de Piedad, I.A.P. y sus aliados planean abrir 3 centros durante el 2014 como parte de una prueba piloto: Ecatepec, Mérida y Monterrey; con la intención de validar el modelo e invitar a otros aliados a sumarse a esta iniciativa única en México y América Latina.



POR UNA GESTIÓN RESPONSABLE DE LA EDUCACIÓN

GANAR-GANAR

El desarrollo sostenible está indisolublemente ligado a un enfoque humanista de la educación, por lo que escuelas de negocios, sector privado y representantes de gobierno de América Latina lanzaron formalmente el capítulo regional de los Principios para una Educación Responsable en Gestión (PRME, por sus siglas en inglés), bajo el auspicio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.



El pasado mes de junio se dieron cita en la EGADE Business School, en la ciudad de México, alrededor de 125 participantes que reflexionaron en torno a los retos y oportunidades de implementar PRME en las instituciones académicas de la región, de cara a las problemáticas globales.

Los asistentes coincidieron en que, en las agitados aguas de los mercados globales, se ha vuelto esencial entender las conexiones fundamentales entre el mundo de los negocios, el medio ambiente y la sociedad.

El papel de las empresas como una fuerza global se está volviendo más urgente y complejo, y los conceptos relacionados con responsabilidad social y sustentabilidad están ganando reconocimiento como elementos esenciales en la gestión de los negocios, por lo que la creciente complejidad e interdependencia requiere nuevas aproximaciones, advierte el Pacto Mundial en un documento oficial sobre PRME, colocado en la página de internet de los Principios.

Las compañías -aseguran- necesitan líderes con talento y éticamente preparados, que puedan no sólo avanzar hacia las metas organizacionales de la empresa y cumplir con sus obligaciones legales y fiduciarias respecto a sus accionistas, sino que también estén preparados para enfrentarse al gran impacto y al potencial actual de los nego-

accesos

estilo de vida y discapacidad

La mejor revista en temas de discapacidad

Ahora en formato digital

Descárganos en tu dispositivo móvil, o síguenos en
www.revistaccesos.com



Disponible en el
App Store



DISPONIBLE EN

Google play





cios, como fuerza global que ha de jugar un papel positivo para la sociedad.

“Cualquier cambio significativo y duradero en la conducta de las corporaciones hacia la responsabilidad social y la sostenibilidad pasa por involucrar a las instituciones que actúan más directamente como elementos inductores de los comportamientos empresariales, especialmente la academia”.

Seis postulados

Los seis principios suscritos por representantes de escuelas de negocios, sector privado y gobierno de los países de la región latinoamericana son:

1. **Propósito:** Desarrollaremos las capacidades de los estudiantes para que sean futuros generadores de valor sostenible para los negocios y la sociedad en su conjunto, y para trabajar por una economía global incluyente y sostenible.
2. **Valores:** Incorporaremos a nuestras actividades académicas y programas de estudio los valores de la responsabilidad social global, tal y como han sido descritos en iniciativas internacionales, tales como el Global Compact de Naciones Unidas.
3. **Método:** Crearemos marcos educativos, materiales, procesos y entornos pedagógicos que hagan posible experiencias efectivas de aprendizaje para un liderazgo responsable.
4. **Investigación:** Nos comprometeremos con una investigación conceptual y empírica que permita mejorar nuestra comprensión acerca del papel, la dinámica y el impacto de las corporaciones en la creación de valor sostenible social, ambiental y económico. Principios para la Educación Responsable en Gestión.
5. **Partnership:** Interactuaremos con los gestores de las corporaciones empresariales para ampliar nuestro conocimiento de sus desafíos a la hora de cumplir con sus responsabilidades sociales y ambientales y para explorar conjuntamente los modos efectivos de enfrentar tales desafíos.
6. **Diálogo:** Facilitaremos y apoyaremos el diálogo y el debate entre educadores, empresas, el gobierno, consumidores, medios, de comunicación, organizaciones de la sociedad civil y los demás grupos interesados, en temas críticos relacionados con la responsabilidad social global y la sostenibilidad.

Llamado a la acción

El Pacto Mundial hizo un llamado a todas las instituciones y asociaciones académicas dedicadas a la educación de líderes de negocios para que respalden los PRME y participen “activamente” en una plataforma global para la educación responsable en gestión.

El papel de la plataforma será apoyar la educación responsable en gestión y coordinar esfuerzos para el desarrollo de estos Principios por parte de aquellos agentes que pueden generar cambio: las instituciones académicas relacionadas con la gestión y sus asociaciones, informó.

Finalmente, anticipó que se convocará una reunión mundial de educadores en gestión, incluyendo profesores, decanos y asociaciones involucradas en el progreso de la educación en gestión, para avanzar en el esfuerzo de divulgación y adopción de los Principios.

Bogotá, anfitrión en 2015

Durante la Tercera Reunión Regional de PRME para América Latina y el Caribe (LAC), además de suscribirse formalmente el capítulo regional, los participantes se comprometieron a convocar a una reunión anual de la región, desarrollar una red de investigación para LAC, establecer página web para el Capítulo PRME LAC y crear plataformas de medios sociales para el capítulo. También deberán dar estructura y coordinación al Comité Directivo del Capítulo PRME LAC.

El capítulo regional fue discutido por primera vez durante la Primera Reunión Regional PRME LAC, que tuvo lugar en diciembre de 2011 en el IAE Business School de Buenos Aires, Argentina.

El PRME Capítulo LAC se integró inicialmente en el 2013, durante la Segunda Reunión Regional de PRME LAC, realizada en CENTRUM Católica Business School, en Lima, Perú.



CENTRUM Católica Business School

Después de esta tercera reunión, los signatarios de PRME lanzaron el capítulo de manera formal y acordaron realizar la Cuarta Reunión Regional de PRME LAC en la Universidad Externado de Bogotá, Colombia, en 2015. ●

GRUPO DEVLYN

Con más de **75 años de experiencia**, el grupo de óptica más grande de México no sólo controla y opera una amplia variedad de tiendas dentro del ramo óptico, también ha logrado una exitosa expansión de sus actividades hacia la especialización **optométrica** y **oftalmológica**.

DEVLYN 

OptiMart

VETRO

Fundación
DEVLYN
La vida es un espectáculo, ¡qué bello deber ser!

CLÍNICA DEVLYN
OF TALMOLOGÍA ESPECIALIZADA

CORVIS
CLÍNICA OPTOMÉTRICA DE FORMACIÓN VISUAL

CLÍNICA DE OPTOMETRÍA
ESPECIALIZADA

LA VIDA ES UN ESPECTÁCULO,
NO DEJES DE VERLA.

www.devlyn.com.mx

DEVLYN 

VISIÓN

GLOBAL de la RSC

Bernardo Kliksberg*

¿QUÉ QUIERE LA GENTE EN SU TRABAJO?



Una empresa socialmente responsable, debe mostrar en primer término que aplica los principios de responsabilidad social en su propia casa, con sus trabajadores.

Ello implica antes que nada, priorizar la creación de puestos de trabajo en una época histórica con altas tasas de desempleo que han llegado a records históricos en los jóvenes. Una quinta parte de ellos están a nivel mundial fuera del sistema educativo y del mercado de trabajo; De igual modo 26 millones de personas están desempleadas en Europa; un porcentaje creciente de los desocupados en muchos países lo son “de larga duración”.

Por otra parte hay un reclamo de amplios sectores de la sociedad porque sea una realidad la consigna de la OIT, (Organización Internacional del Trabajo) que propone crear “trabajos decentes”. Una empresa líder en su área, IKEA, recientemente anunció un plan para aumentar en un 17% su salario promedio mínimo en USA. El profesor Ton, del MIT anota: “probablemente IKEA se está dando cuenta que es difícil obtener lo mejor de los empleados, si no ganan lo necesario para vivir”. El presidente de la empresa, Rob Olsen, dice: “Esto viene de la decisión de la empresa de crear una vida diaria mejor para nuestra gente...”.

Costco, exitosa empresa, reconocida como líder en trabajo decente, hace años que paga mucho más que la competencia y otorga múltiples beneficios. Tiene solo

*Bernardo Kliksberg, Presidente de la Red Latinoamericana de Universidades por el Emprendedurismo Social.

3% de rotación, un altísimo rendimiento laboral, y sus acciones han subido un 200% entre el 2003 y 2013, comparado con un 30% en la competencia.

Las condiciones y beneficios salariales son un mínimo imprescindible para crear condiciones de trabajo decente.

Hay hoy otros factores a tener también en cuenta para obtener compromiso laboral y productividad. Según una encuesta de Gallup, en 142 países la proporción de empleados que se sienten involucrados es solo de un 13%.

The New York Times (1/6/14) publica las conclusiones de una muy reveladora encuesta realizada por *The Harvard Business Review* y *The Energy Project*. Los autores, Tony Schwartz y Christine Porath señalan que el compromiso o involucramiento, incide claramente en los resultados finales de la empresa. Analizando 263 estudios sobre 192 empresas de USA en el 2012 Gallup encontró que las que estaban en el 25% de más compromiso, tenían respecto a las del 25% de más bajo involucramiento, 22% más de ganancia, 10% más de satisfacción de los clientes, 28% menos de robos, y 48% menos de accidentes de trabajo.

¿De qué depende el involucramiento? Según una encuesta de los autores, a más de 20,000 empleados de “cuello blanco”, de satisfacer cuatro necesidades básicas de los mismos:

1. **Renovación.** Los empleados que toman un descanso cada 90 minutos tienen un 30% más de focus (enfoque o concentración) que los que no lo toman, o toman uno solo en el día. Muestran asimismo un 50% más de capacidad para pensar creativamente, y un 46% de mejores niveles de salud, y bienestar. Cuantas más horas trabajan los empleados después de las 40 horas, peor se sienten y menos involucrados están. Si se sienten estimulados por sus supervisores a tomar pausas, se duplica la probabilidad de que se queden en la empresa.
2. **Valor.** Los empleados que tienen supervisores que los cuidan, y apoyan, sienten aumentar su sensación de confianza y seguridad. Tendrán más del doble de probabilidad de quedarse en la empresa, y estarán un 67% más involucrados.
3. **Focus.** Solo un 20% de los encuestados dicen que pueden focalizarse en una tarea por vez en su trabajo. Los que pueden tienen un 50% más de involucramiento. Solo un tercio pueden priorizar tus tareas. Ellos tienen 1.6 más veces de enfocarse en una tarea a la vez.
4. **Propósito.** Los empleados que derivan significado de su trabajo, tienen 300% más de posibilidad de quedarse en la organización. También tienen 1.7 veces más satisfacción laboral, y 1.4 veces más involucramiento.

Este factor es el que tiene más impacto de todos los analizados en la encuesta. Los empleados están mucho más involucrados si ven su trabajo como una oportunidad para hacer una diferencia positiva en el mundo.

Si bien los altos ejecutivos admiten que estas prácticas son las indicadas, invierten muy poco en ellas.

Según las cifras de la encuesta 70% de los entrevistados no tienen pausas para pensamiento creativo o estratégico, 66% no pueden enfocarse en una sola tarea por vez, 60% no tienen posibilidades de hacer lo que más les gustaría, la mitad no encuentran “significado” en la tarea, y no se sienten conectados a la misión de la compañía.

Un factor adicional es el clima de confianza. El estudio encontró que los empleados tienen un profundo deseo por flexibilidad respecto a dónde y cuándo deben trabajar. Si esa flexibilidad está presente aumenta su involucramiento.

Si por lo contrario, como sucede con frecuencia, los empleadores desconfían que no vayan a hacer su trabajo sin supervisión constante y estrecha, esa tendencia lleva a un clima de desconfianza que reduce el involucramiento.

Estudios recientes sobre el impacto de la presencia de instrumentos de monitoreo digital en el lugar de trabajo confirmaron de hecho algunas de las conclusiones anteriores. Mostraron que las personas son más productivas si tienen más interacción social. La introducción de pausas para tomar el café colectivamente o en grupos de trabajo, o de un lugar habilitado para el mismo fin, creó nuevas oportunidades para la interacción social entre los trabajadores. Mejoraron los resultados y bajó la rotación.

Un estudio de la Universidad de Zurich, comprobó asimismo que la gerencia convencional centrada en el control y las sanciones, estimula las motivaciones más egoístas.

El primer signo de responsabilidad social en las empresas latinoamericanas es si las empresas están atentas a qué sucede realmente con su personal, y dispuestas a reformas que tengan en cuenta las necesidades de quienes dedican a ellas gran parte de su vida diaria.

Si pregonan la Responsabilidad Social, pero hacia adentro mantienen estructuras de desconfianza, vigilancia rígida, falta de estímulos, marginación del eje fundamental de la productividad, el involucramiento, y otras prácticas desestimulantes estarán creando una brecha que afectará seriamente su desempeño y su credibilidad. ●



Por Alonso G. Castellot

Gran cierre logró el V Concurso de Reciclaje de Residuos Coparmex-Semarnat, bajo la batuta de Alfred Rodríguez, Presidente de la Comisión de Sostenibilidad Ambiental de la Confederación. Se superó la meta de participación con 136 proyectos inscritos, con una notable mejoría en la calidad de la presentación de las ideas, como del grado de innovación de los proyectos. En el evento de premiación que presidieron el Secretario de Medio Ambiente y Recursos Naturales Juan José Guerra Abud y Juan Pablo Castañón, Presidente Nacional de la Coparmex,

El premiado con el primer lugar en la categoría de Residuos Sólidos Urbanos fue la Fundación para el Desarrollo Sustentable de la Juventud A.C. con un innovador proyecto para la Construcción de Casas con Botellas de PET; en la categoría Residuos de Manejo Especial el galardón fue para la Comisión Nacional de Libros de Texto Gratuito, con el proyecto "Recicla para Leer", una iniciativa del Gobierno Federal para captar el papel y el cartón de desecho de todas las oficinas gubernamentales para permutarlo por papel nuevo y reciclado para la elaboración de libros de texto gratuitos y materiales educativos nuevos.

El jurado declaró desierta la categoría de Residuos Peligrosos.

Entre los proyectos premiados que llamaron la atención, el Monedero Ecológico, que promueve la cultura del reciclaje, por medio de incentivos y recompensas que se acumulan en una tarjeta plástica de manera similar a una tarjeta de débito y en la que por cada kilo de cualquier residuo acopiado, se le otorga al monedero un "PECO" o "Peso Ecológico".

Asimismo, de la Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla el proyecto "Valorización de los Productos de la Degradación Anaerobia de la Sangre Animal", es una solución muy viable para aprovechar los residuos de los rastros, con la generación de biogás y la drástica reducción de la grave huella ambiental que hoy generan.

Del 29 al 31 de octubre próximos se realizará en la Ciudad de México el Encuentro Nacional de la Coparmex. En el marco de la celebración de los 85 años de la Confederación, el tema del Encuentro es la CONFIANZA, como condición necesaria para la prosperidad. En el evento que se prepara para recibir a 2 mil empresarios, se pretende abrir un espacio de debate y discusión en el que participarán líderes y expertos, nacionales e internacionales, en temas políticos, sociales, económicos y empresariales, de la talla del economista y escritor venezolano Moisés Naim, fundador y presidente del Grupo de los Cincuenta (G50), que es reconocido como uno de los principales expertos en temas de política y economía internacional y sin duda uno de los columnistas latinoamericanos más leídos en el mundo, como también el expresidente chileno Ricardo Lagos, quien fue uno de los principales opositores al régimen militar de Augusto Pinochet.

Tema que habremos de tratar en los siguientes números de **GANAR-GANAR**, las lecturas y necesidades urgentes que nos dejó la Semana Nacional del Emprendedor, que si bien fue un extraordinario evento para impulsar el desarrollo del Ecosistema Emprendedor merece un amplio reconocimiento al INADEM presidido por Enrique Jacob; la cantidad enorme de proyectos de negocios con una alta contribución al bien común, con modelos de negocios disruptivos, requieren de consenso, definiciones y un marco legal para que verdaderamente puedan contribuir a cambios de fondo en la mezcla de generación de riqueza y bienestar para todos los mexicanos.

Habrá que estar pendientes de la XVII Cumbre Mundial de Microfinanzas, a inicios de septiembre en Mérida y la VI Cumbre Mundial de Negocios Sociales en el mes de noviembre en la Cd. de México, ambos eventos ponen de manifiesto el desarrollo de un nuevo entorno, más responsable, no sólo para el diseño de proyectos de negocios, sino del sistema económico del que todos formamos parte. ●

Breves de RSC y más... qué, cómo, cuándo

Por Doriana Dondé Ugarte

Libera PMA más de 300 tortugas



Como medida de conservación y garantizando un trato digno y respetuoso de las especies animales y protección de la vida silvestre a través del cumplimiento y disposiciones jurídicas, la Procuraduría Estatal de Protección al Medio

Ambiente (PMA) liberó a 373 tortugas Verdes y Loras en los campamentos "El Callejón", ubicado en Nautla, y el de playa Lechuguillas, en Vega de Alatorre. El titular de la dependencia, Dalos Ulises Rodríguez Vargas, precisó que la intensión de salvaguardar los huevos de los quelonios se debe a que están siendo depredados y la especie adulta siendo cazada como fuente de alimento, por ello, fueron liberadas 282 tortugas Verdes y 91 Loras que serán más vigiladas por PMA para que no se capture o comercialice con las diferentes especies en peligro de extinción así como la aplicación de una multa de hasta 5 mil salarios mínimos. Además se brindará seguimiento por oficio sin necesidad de existir ningún tipo de denuncia y, será turnado al Ministerio Público correspondiente en contra de quien realice este tipo de actividad que podría recibir una sanción que va de los seis meses a dos años de prisión. En ambos lugares los grupos ambientalistas recibieron credenciales como vigilantes honoríficos de la PMA, debido a que recorren las costas protegiendo los nidos y trasladándolos al refugio para que después de su nacimiento sean liberadas al mar. ●

Del pupitre a la reinversión en el aula

En el marco del 11º Congreso de Formación Docente "Del pupitre a la reinversión en el aula" y como parte fundamental de las actividades de su programa de Responsabilidad Social Corporativa, SAP México hizo entrega



del donativo de la plataforma de colaboración en la Nube, SAP Jam, para la conformación de la red docente de Fundación Educa, A.C., con el fin de impulsar la educación del país. La plataforma, entrará en funcionamiento a partir del ciclo escolar 2014-2015. El personal docente podrá obtener como principales beneficios de esta donación la resolución de problemas del día a día que se presenten dentro de las aulas y así poder desarrollar proyectos colaborativos que puedan ayudar a otros miembros de la red en situaciones similares. Uno de los principales objetivos del programa es generar una constante actualización en temas de relevancia en la práctica docente en sus escuelas entre la comunidad de profesores.

Otra gran ventaja que traerá la conformación de esta red a través de SAP Jam, es vincular a todas las escuelas que son apoyadas por Fundación Educa y trabajar en comunidad; además de permitir la interacción no sólo a nivel docente, sino también a nivel directivo. ●

Estrena Ensenada edificio sustentable



La Terminal Internacional de Ensenada (EIT por sus siglas en inglés) inauguró su nuevo edificio administrativo, el cual modernizó su infraestructura para el aprovechamiento energético mediante una inversión de alrededor de 38

millones de pesos. La nueva edificación de tecnología LED posee características que permitirán reducir el consumo de energía en un 60% respecto al inmueble anterior, lo que equivale a un ahorro aproximado de 85 mil kilowatts por año.

El nuevo edificio fue desarrollado conforme a los más altos criterios de sustentabilidad internacionales, con base en lo estipulado por el U.S. Green Building Council y los requisitos LEED (Leadership in Energy & Environmental Design). El recinto portuario opera más de 150 mil TEU's (contenedores de 20 pies) anuales y representa un impacto económico de más de 4 millones de dólares para la ciudad de Ensenada.

Por último, para reducir la huella ambiental fueron utilizados materiales, mano de obra y servicios que estuvieran disponibles a nivel local y que contaran con certificado de responsabilidad ambiental en sus procesos. ●

Telcel en apoyo a la ecología con el XXXII Maratón Internacional de la Ciudad de México



Por séptimo año consecutivo, Telcel es parte de la prueba atlética de mayor relevancia a nivel nacional, el Maratón Internacional de la Ciudad de México que se divide en dos fechas:

el Medio Maratón, que se llevó a cabo el domingo 27 de julio del 2014; y el Maratón completo, el 31 de agosto.

Para esta XXXII edición del evento, Telcel realizó actividades y dinámicas para que tanto corredores como espectadores, vivieran una excelente experiencia deportiva y al mismo tiempo promover el tema que este año tuvo el Maratón: "Ecología", con diferentes actividades: Túnel digital, Zona Telcel-Samsung y Reciclaje Telcel. También, en apoyo a la preservación de la mariposa Monarca y la reforestación de los bosques donde hiberna, se entregaron pulseras con la imagen de esta especie a todos los atletas para que la portaran a lo largo del evento como un distintivo. ●

CMR, Bank of America Merrill Lynch y Bancos de Alimentos de México ponen en marcha el programa “Al Rescate”



Con el propósito de rescatar miles de toneladas de alimentos anuales, CMR, Bank of America Merrill Lynch (BoFAML) y Bancos de Alimentos de México (BAMX) anunciaron la puesta en marcha del Programa “Al Rescate: Salvando alimentos, mejorando vidas”, mediante el cual se sistematizará la recolección de alimentos no utilizados en diversos restaurantes, para distribuirse entre organizaciones de la sociedad civil.

El Programa contempla sólo alimentos que no fueron utilizados en la preparación de platillos y que nunca salieron de las cocinas, por lo que mantienen su valor nutricional y garantizan su inocuidad. Durante el primer mes se realizó una prueba piloto en la que se contó con la participación de 525 colaboradores de estos cinco restaurantes de CMR, que lograron rescatar del desperdicio 500 kilos de alimentos. Se espera que al terminar el año se incorporen 27 restaurantes más que multiplicarán de manera significativa el volumen de alimentos rescatados. Lo anterior incluye algunas ciudades del interior del país como Guadalajara, Monterrey y León. ●

Limpieza de playas mexicanas



Fundación Grupo Modelo y la marca Corona® presentaron la iniciativa Corona Save the Beach, mediante la cual 300 voluntarios donaron su tiempo y esfuerzo para limpiar de desechos la playa de Barra Vieja, a fin de apoyar en la conservación de esta zona de Acapulco, la Fundación convocó a voluntarios y sumó a las comunidades cercanas a limpiar y crear conciencia para no ensuciar más nuestras playas. Gracias al apoyo de los voluntarios, a SEMARNAT, al Gobierno Municipal y las Secretarías de Turismo del Gobierno Estatal y Municipal es que se lograron retirar tres toneladas de basura de la playa de Barra Vieja, además que se llevaron a cabo pláticas de concientización ambiental a los locatarios que tienen sus negocios sobre la playa. Los protagonistas de esta alianza adoptarán playas en diversos lugares del mundo, con el objetivo de apoyar con la limpieza, incrementar la protección ambiental de áreas sensibles y ofrecer mayor información a los usuarios para que no tiren basura. ●

DuPont conquistó el oro en el certamen Creativity International Awards



Durante más de 200 años de historia y publicidad, DuPont ha ganado innumerables reconocimientos en la materia; sin embargo en esta ocasión conquistó el oro en la 44 Edición de los Creativity

International Awards, organismo multidisciplinario internacional que premia a lo mejor del diseño gráfico y campañas publicitarias de todo el mundo. The FORTUNE Global Re:Set Campaign es el proyecto ganador de DuPont, el cual surgió en 2012 a raíz de una sociedad de liderazgo y colaboración que hizo la compañía con la revista FORTUNE. “Durante el Foro Global de FORTUNE, DuPont fue diferente a los demás patrocinadores. Representó la oportunidad de mostrar un liderazgo de primer orden e ir más allá de estampar un logo en un banner. Mientras otras compañías daban bolsas o algún otro promocional, DuPont brindó a los asistentes un reportaje que plasmaba los retos a los que se enfrenta China y el resto del mundo en alimentación, energía y protección” explicó Erich Parker, Director Creativo de DuPont. ●

Unilever recibe reconocimiento del programa liderazgo ambiental para la competitividad



Unilever de México a través de su planta ubicada en Naucalpan, Estado de México, recibió un reconocimiento por parte de la Procuraduría Federal de Protección al Medio Ambiente (PROFE-

PA) y el Centro Interdisciplinario para la Prevención de la Contaminación, A.C. (CIPREC), por su compromiso con la sustentabilidad a través del Programa Liderazgo Ambiental para la Competitividad. Entre los resultados del Programa en cuestión se encuentran: ahorro a las empresas proveedoras por mil 707 metros cúbicos de agua, lo cual equivale a llenar tres albercas semiolímpicas; 787 mil 216 Kwh equivalente a mantener 2,441 televisores de 32” encendidos ocho horas diarias durante un año, y 25 mil 235 toneladas de residuos urbanos por año, equivalentes a los residuos generados por 10 mil habitantes del D.F. en cinco años.

Dentro de los avances que Unilever ha logrado en materia ambiental se encuentra la eliminación del 100% de los residuos a relleno sanitario en operaciones de producción, distribución y logística en sus cinco plantas ubicadas en Cuernavaca, Lerma, Tultitlán y Naucalpan; oficinas corporativas, y; en las agencias de Helados Holanda® en toda la República Mexicana. ●

INDUSTRIAS PEÑOLES

13 AÑOS CONSECUTIVOS
COMO

**EMPRESA
SOCIALMENTE
RESPONSABLE.**



Acciones sociales 2013



Ambiental

147



Infraestructura social

119



Salud e Integración familiar

504



Educación

306



Autodesarrollo

273

Total 1,349

Peñoles manifiesta su compromiso social a través de programas formales de vinculación, con el propósito de ser reconocida como una empresa responsable, un factor de desarrollo regional y un buen vecino.

WWW.PENOLES.COM.MX





Fundación

BBVA Bancomer

Queremos cumplir más sueños

En **Fundación BBVA Bancomer** nos dedicamos desde hace 12 años a **impulsar la educación** de jóvenes mexicanos de excelencia académica y necesidades económicas, para disminuir la deserción escolar y procurar un **mejor futuro para ellos y para México**.

Hemos apoyado a más de 60,000 jóvenes, con tu ayuda serán más.

Dona en www.fundacionbbvabancomer.org

Fundación BBVA Bancomer, por una generación adelante.

adelante.



#YOSIGO
A la Educación