Breves de la RSC

Por Doriana Dondé Ugarte

El Consejo de la Comunicación impulsa la Labor Empresarial ahora con Ana y Mary

El Consejo de la Comunicación presenta la sexta fase de la ya reconocida campaña para impulsar la Labor Empresarial: Pepe y Toño, cuyo objetivo es sensibilizar a la población sobre su quehacer como piedra angular y factor indispensable para el crecimiento económico y desarrollo del bienestar social, adquiriendo pleno reconocimiento de la sociedad por su contribución al impulso de México.

En esta ocasión, y buscando siempre evolucionar así como presentar nuevas estrategias de comunicación, el Consejo presenta a Ana y Mary quienes al igual que Pepe y Toño representan a todos los empresarios que todos los días trabajan para generar empleo y bienestar social para millones de mexicanos. De esta manera, Ana y Mary se suman al mundo de Pepe y Toño para fortalecer el mensaje que nueve de cada diez empleos en México son generados por las empresas formales y gracias a estos empleos es que podemos dar a nuestras familias bienestar, construir un patrimonio y mejorar nuestra calidad de vida.

Levi Strauss de México dona 600 horas de labor social para la conservación en Piedra Grande

Como cada año, Levi Strauss & Co, celebra el Día de la Comunidad durante el mes de mayo; en México la labor de voluntariado tuvo lugar el día 22 del mencionado mes.

Este compromiso se encuentra arraigado dentro de los valores de la compañía a nivel mundial en donde la empresa colabora de manera significativa con las comunidades en donde tiene presencia.

Más de 150 empleados de Levi Strauss de México se reunieron para dedicar 600 horas de labor social para colaborar en mejoras del lugar para brindar condiciones de vida más favorables a la población que habita en Piedra Grande, Huixquilucan, Edo. De México. Los empleados de la afiliada en México comentaron: De esta manera, todos apoyamos con un poco de nuestro tiempo y esfuerzo bajo la filosofía de: *Giving back never goes out of style*.

Además de llevar a cabo labores de servicio a la comunidad, el voluntariado apoyó a la comunidad de Piedra Grande con una aportación económica por $5,000 USD destinados para beneficiar directamente a 17 familias.

Mujeres alrededor del mundo aceptan el reto de elegir sentirse bellas como una decisión personal, para su empoderamiento diario

Un asombroso 96% de las mujeres no eligen la palabra “bella” para describir cómo se ven. Dove cree que sentirse hermosa es una elección personal y que las mujeres deberían ser capaces de experimentarlo por sí mismas todos los días. A través de un entretenido y revelador video realizado en cinco países, Dove lanza su campaña EligeSentirteBella para alentarlas a reconsiderar las decisiones que toman sobre su belleza y cómo estas determinaciones afectan sus sentimientos y empoderamiento.

El video de Dove #EligeSentirteBella graba a mujeres reales en San Francisco, Shanghai, Delhi, Londres y Sao Paolo, en el que se les invita a reconsiderar la definición acerca de su propia belleza. En este video ellas se ven obligadas a tomar la decisión acerca de la forma en que se ven a sí mismas al ingresar a un edificio por dos puertas etiquetadas: una como “promedio”, y a un lado la evitada puerta de “hermosa”. El video tiene como objetivo revelar que la mujer a menudo tiene dificultades con el reconocimiento de su propia belleza.

Dove se ha comprometido a crear un mundo donde la belleza sea una fuente de confianza, no de ansiedad. Con el objetivo de inspirar a las mujeres a desarrollar una relación positiva con su apariencia física, pues cuando reconocen la belleza en sí mismas, tienen la capacidad de impactar positivamente en la autoestima de la siguiente generación. En el 2015 la marca se ha fijado como meta llegar a 15 millones de vidas con su programa de autoestima, hasta la fecha ha tocado 14 millones.

¡Mira cómo salvamos vidas juntos!

El agua limpia y potable es una necesidad para más de mil millones de personas alrededor del mundo. Cuando las personas tienen acceso al agua potable se transforman sus vidas, pues: mantiene a los niños sanos para que puedan asistir a la escuela, mientras que los adultos salen a trabajar y así generar un ingreso para sus familias.

En el año 2004, P&G creó el programa Agua Limpia para los Niños, a través del cual trabaja en conjunto con más de 150 aliados en el mundo, promoviendo y distribuyendo los sobres purificadores de agua P&G.

Durante los últimos 10 años, P&G ha entregado más de 8 mil millones de litros de agua potable a más de 75 países, ayudando a un estimado de 45,000 personas.

Si has comprado productos de P&G en los últimos 10 años, entonces también has sido parte de este programa que cambia vidas. ¡Ayudemos a salvar una vida cada hora para el año 2020 y a brindar Un Mejor Día a más personas!

Excelencia Ambiental 2014 premio otorgado por PROFEPA a Holcim México

La planta de cemento de Holcim México ubicada en Tecomán, Colima, recibió el reconocimiento a la "Excelencia Ambiental 2014" que otorga la Procuraduría Federal de Protección al Ambiente (PROFEPA), durante una ceremonia realizada en el marco de la conmemoración del Día Mundial del Medio Ambiente.

Juan José Guerra Abud, secretario de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) y Guillermo Haro Bélchez, titular de la PROFEPA, entregaron el reconocimiento a Gerardo Kemnitz, director de la planta Tecomán de Holcim México.

El reconocimiento "Excelencia Ambiental" es otorgado por la PROFEPA a todas aquellas empresas que demuestren una mejora continua en su desempeño ambiental, un compromiso ejemplar con la preservación del ambiente y una responsabilidad social permanente con el entorno. Este reconocimiento representa el máximo nivel de desempeño ambiental para una empresa en México.

Recibe Pabellón México el reconocimiento "Hacia una Expo Sustentable", por su diseño arquitectónico en la Expo Milán 2015

En el marco del Día Mundial del Medio Ambiente, el Pabellón México recibió el reconocimiento del programa "Hacia una Expo Sustentable" por su diseño arquitectónico. Sólo dos países, México e Irlanda, y tres empresas, New Holland Agricultura, Carlsberg Italia y Lavazza recibieron este reconocimiento. La ceremonia tuvo lugar en el Expo Centre de la Expo Milano 2015 ante un público de 3,000 personas aproximadamente.

El Día Mundial del Ambiente es una iniciativa del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA). Este pabellón es un proyecto del arquitecto Francisco López Guerra, y constituye un cúmulo cultural, en diálogo con los temas de alimentación, energía vital y sustentabilidad. Su gran estructura externa, inspirado en la forma de una gran mazorca de maíz, cubre el pabellón de 1,910 m^2, situado en una ubicación privilegiada en la intersección de dos avenidas principales. El interior ofrece una exposición con todo tipo de productos típicos, rodeado por una corriente de agua que da vida a los jardines y lleva a los visitantes a lo largo de rampas en espiral, donde se pudieron explorar las riquezas gastronómicas, ecológicas y culturales de México.

Realiza Gas Natural Fenosa VII Jornada de Reforestación en Distrito Federal

De forma anual desde hace siete años y para conmemorar el Día Mundial del Medio Ambiente, Gas Natural Fenosa en México (GNF) reforestó 2,000 árboles en el Paraje Valle del Tezontle que es una zona natural protegida del Parque Nacional del Ajusco con categoría de suelo de conservación.

Esta actividad fue posible a la alianza entre GNF, Naturalia, Comité para la Conservación de Especies Silvestres A.C., la autoridad comunal de San Miguel y Santo Tomás Ajusco, voluntarios de GNF, sus familias, seguidores de nuestras redes sociales y nuestra embajadora medio ambiental Adriana Rivera Melo.

Esta reforestación contribuye a preservar los servicios ambientales que requiere la Ciudad de México tales como agua, oxígeno, captura de CO_2, regulación de temperatura y hogar de la biodiversidad de la zona. Con esta actividad dan comienzo las Jornadas de Reforestación que la empresa realiza en algunas de las entidades más importantes donde tiene presencia.

TAN GRANDE COMO NUESTRA GENTE

Peñoles guarda un compromiso inquebrantable hacia la sustentabilidad.

Estamos convencidos de que nuestro crecimiento económico debe estar acompañado por un desempeño igualmente destacado en las dimensiones ambiental y social, ya que ésta es la única manera de asegurar nuestra permanencia en el largo plazo.

INFORME ANUAL 2014
CONSÚLTALO EN WWW.PENOLES.COM.MX

Disponible en el App Store

www.penoles.com.mx

PEÑOLES®

Fundación
BBVA Bancomer

Que su educación no se detenga

Fundación BBVA Bancomer sigue impulsando un mejor futuro para miles de estudiantes mexicanos con una beca y un programa de padrinos a alumnos de excelencia académica y necesidad económica.

Gracias a este esfuerzo, hemos contribuido a **reducir la deserción escolar** en nuestro país y motivamos a los jóvenes a continuar sus estudios.

Fundación BBVA Bancomer,
por una generación de líderes mexicanos.

adelante.