



PHILIPS APOYA A STARTUPS MEXICANAS en el 1776 Challenge Cup

Los finalistas de Latinoamérica fueron 1DOC3, Aggrupa, qAIRa, Shippify y la mexicana Fri, que estarán en la gran final mundial en Washington, D.C.

— GANAR-GANAR —

Philips, empresa dedicada a mejorar la calidad de vida de las personas a través de innovaciones significativas, en coordinación con 1776 la cual es una incubadora global y fondo de capital semilla que descubre a compañías recién creadas de alto impacto enfocadas en resolver los problemas más críticos del mundo ayudándoles a convertirse en compañías exitosas, llevó a cabo la final regional del 1776 Challenge Cup en las oficinas de Startup México en la que participaron 22 empresas emprendedoras de Latinoamérica mostrando distintas propuestas enfocadas a mejorar la vida de las personas y dispuestas avanzar a la final en Washington D.C., EE.UU., en junio de 2016, donde competirán entre 45 compañías de todo el mundo por un fondo económico de hasta 1 millón de dólares en premios y asesorías del más alto nivel empresarial para seguir desarrollando su proyecto.

Mark Stoffels, Country Manager de Philips México comentó: “Los ganadores que representarán a Latinoamérica en la final mundial fueron dignos vencedores en sus categorías, propusieron ideas innovadoras y con gran potencial contribuyendo así de manera contundente a mejorar el bienestar y la salud de las personas, además mostraron altas iniciativas de valor, mismas que en Philips forman parte de nuestra visión y misión como compañía. Es por ello, que como patrocinadores del evento a nivel global, es un honor poder colaborar con estas Startups locales que llevan ADN de innovación”.

En el transcurso del evento, asistieron mentores e inversores de distintas compañías y asociaciones, donde trata-

ron los temas de tendencias de innovación y propuestas de los concursantes. Los finalistas fueron seleccionados por un panel de jueces conformado por:

Dona Harris, co-fundadora de 1776; Guillermo Garza, Director Startup México; Cesar Carrasco, Director de Finanzas para Philips Latam; Marcelo Cabrol, Gerente Oficina de Relaciones Externas, Banco InterAmericano de Desarrollo y Rafael Alonso, Analista de Estrategia, New Ventures México

Los países participantes de la región fueron Colombia, El Salvador, Ecuador, México y Perú, de donde resultaron ganadoras cinco startups para la final en junio. Dentro de los finalistas se encuentra la propuesta mexicana Fri, una Startup dedicada al sector económico y que propone un servicio de transferencia de dinero móvil que promueva la inclusión financiera, esto permitirá a los usuarios realizar pagos, ahorrar y presupuestar su dinero de manera sencilla.

Además de la asociación con 1776, Philips apoya alrededor del mundo ideas innovadoras locales y laboratorios de diseño digitales junto con universidades líderes, institutos de investigación y empresarios, también en colaboración con el gobierno y organizaciones humanitarias como UNICEF, Philips ha entregado tabletas y smartphones para brindar soluciones al monitoreo de mujeres embarazadas en Indonesia, además de monitores de respiración automatizado para ayudar a mejorar el diagnóstico y tratamiento de la neumonía infantil en África y la India. ●

Lo mejor de la Responsabilidad Social
y la Sostenibilidad

PREMIOS GANAR-GANAR



10 MARZO
2016



www.ganar-ganar.mx



LAS EMPRESAS DEL 1% DE INVERSIÓN SOCIAL

79 empresas socialmente responsables han hecho público su compromiso de inversión social de al menos 1% de sus utilidades antes de impuestos

— Por Eloy Rodríguez Alfonsín —

Después de poco más de 20 años del nacimiento del programa Mira por los Demás del Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi) en donde, entre otras cosas, se invitaba a que los ciudadanos y las empresas donaran al menos el 1% de sus utilidades antes de impuestos a obras de inversión social, se logró que en mayo de 2015 se diera a conocer un listado de las primeras empresas que anunciaron su compromiso de invertir al menos un 1% de sus utilidades en causas sociales.

Todas ellas forman parte del selecto grupo de las más de mil 100 empresas que en 2015 recibieron el Distintivo ESR (Empresa Socialmente Responsable) que fueron convocadas a compartir su experiencia respecto a sus mejores prácticas, aciertos y áreas de oportunidad a las que se han enfrentado al tener este compromiso de inversión. Por supuesto, la inversión social que genera la iniciativa privada representa, más que una fuerte cantidad económica, un mensaje de la clase empresarial a ser un coadyuvante proactivo en la solución de las diversas problemáticas a las que nuestro país se enfrenta.

En palabras de Jorge Villalobos Grzybowicz, Presidente Ejecutivo del Cemefi, “contar con el estándar del 1%

como política de inversión social para las empresas les permite vincular los montos de las donaciones que realizan a los resultados empresariales. A mejores resultados, mayores montos de donativos. Además, les permite establecer compromisos con procesos sociales que requieren tiempo de maduración”.

“Ahora el desafío es lograr que esta inversión social logre los resultados e impactos deseables. No se trata de que las donaciones sean extensiones o complementos de programas gubernamentales. Se pretende que las aportaciones voluntarias que realizan los ciudadanos y las empresas a acciones de beneficio social lleguen a donde no han llegado los gobiernos, y que estas acciones de ayuda a los demás permitan abordar con soluciones creativas los problemas que tenemos como sociedad”.

Es así que en esta edición de Ganar-Ganar, queremos compartir valiosos testimonios de algunas de estas empresas con el objetivo de animar a que muchas más hagan público su apego al estándar del 1%, de inversión social que, sin duda, servirá para orientar eficazmente su voluntad de contribución al desarrollo social.

Testimonios

Marcela Cristo

Directora de Sustentabilidad de Grupo Modelo y de Fundación Grupo Modelo.

Grupo Modelo, siempre ha invertido en programas sociales, sin embargo es ahora cuando le hemos dado mucha más fuerza a estas actividades gracias a Ricardo Tadeo, nuestro CEO y quien ha impulsado muchísimo los proyectos de sustentabilidad y de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) de la compañía. Si bien siempre habíamos hecho esa inversión, ahora es un ejercicio mucho más fácil ya que más allá de iniciarla solamente tuvimos que reforzar y replantear lo que se venía haciendo.

Comprometer el 1% de la utilidad de la empresa es algo que venimos realizando desde años atrás. Para Grupo Modelo, en donde tenemos el sueño como compañía de ser la mejor empresa cervecera uniendo a la gente por un mundo mejor, el comprometernos públicamente a hacer esta inversión social cae dentro de la filosofía de la empresa la cual venimos llevando a cabo de manera constante a lo largo del tiempo y que ahora solamente la hemos formalizado con este compromiso público.

Entre otras cosas, con la inversión social realizada hemos impulsado con mucha fuerza el programa de Voluntarios Modelo, el año pasado pudimos contabilizar 150 mil participaciones voluntarias, no nada más de la gente que trabaja con nosotros sino también abriéndolo a la sociedad y eso ha tenido un beneficio enorme pues hemos podido impulsar muchísimas actividades. Sin embargo también tenemos programas muy importantes como la promoción del consumo responsable de alcohol, campañas para promover la seguridad vial, el día del medio ambiente, limpieza de playas, Escuelas Modelo, etcétera. Son muchísimos los proyectos y las acciones que realizamos.

En Voluntarios Modelo, Grupo Modelo pone toda la infraestructura y la herramienta para las actividades de los voluntarios, herramientas que son donadas para las más de 555 instituciones con las que trabajamos en todo el país; además hacemos la difusión, organizamos las actividades, ponemos los recursos para que los voluntarios puedan trabajar y después donamos todo el material utilizado que haya quedado en buen estado.

En Grupo Modelo siempre estamos retándonos para hacer las cosas mejor, en 2015 nuestra meta fue tener 150 mil voluntarios y lo conseguimos. Además de que hemos invitado empresas que se sumen para potenciar los resultados, nosotros seguimos operando igual pero no todas las empresas tienen la capacidad o la infraestructura y simplemente hay que sumar fuerzas, cuando hacemos algo bueno por México no importa quién lo haga, cuando se hace en conjunto el impacto es mucho mayor.



Para nuestra campaña de Seguridad Vial de marzo ya tenemos más de 200 empresas que se han sumado. Lo que queremos es profesionalizar el trabajo voluntario, darle un gran impulso pues es algo que vemos que realmente funciona, que efectivamente une a la gente y aporta para construir un mundo mejor, sirve para conocer a la gente, para conocer incluso a tu vecino con el que siempre te ves y no sabes nada de él.

Para invitar a más empresas a sumarse a la responsabilidad social y en particular a las empresas del 1% de inversión social, es muy importante decirles que esto debe encontrarse inserto en el ADN de la propia empresa. Si el Director General o el Consejo no creen en esto, no va a permear, tiene que estar muy bien alineado.

Esta práctica ha ido creciendo y nos hemos dado cuenta de que las empresas necesitan tener una causa social, que tienen que invertir socialmente ya que eso nos garantiza permanecer a lo largo del tiempo. Yo les recomendaría que se acerquen a otras empresas que ya tienen desarrollada esta parte, que busquen consejo y que intercambien ideas y experiencias; el escuchar y el compartir prácticas es lo que hace enriquecedor este proceso.

Al final del día la Responsabilidad Social Empresarial es algo que llegó para quedarse, no es una moda, es algo que tiene que vivirse dentro de las empresas y cada vez más empresas lo van adoptando pero hay que profesionalizar ese tema. Que no quede en entregar un donativo a alguna causa, tiene que tener un porqué y un cómo para que funcione.

No podríamos ser una empresa como la que somos hoy si no vivimos y destinamos gran parte de los esfuerzos para la inversión social. Los invito a registrarse en: www.voluntariosmodelo.com.mx



Patricia García
Directora General Adjunta de Personal y Asuntos
Corporativos de Grupo Financiero Monex

Desde hace 12 años nosotros nos planteamos ciertos objetivos y estrategias de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), creemos que eso implica un ganar-ganar pues trae consigo lograr resultados financieros exitosos impactando positivamente en los grupos con los que tenemos relación. En ese sentido, nos interesa la RSE desde un punto de vista integral, no como un proyecto o como algo aislado sino como parte de nuestra estrategia, es parte de la forma de hacer negocios. Ser financieramente exitoso no implica que no debas cuidar a los grupos de interés.

Cuando el Cemefi lanzó esta Convocatoria del 1%, nos pareció importante sumarnos porque ya veníamos trabajando en ello, pero también creemos que es importante hacer explícito este compromiso frente a nuestros colaboradores, clientes y accionistas. Entre más empresas se sumen crecerá el estímulo para que más empresas lo hagan.

Yo opino que es un mito eso de creer que es un gasto el hecho de ser responsable, ya que ser rentable y ser responsable son cosas compatibles. Las empresas no tienen que elegir entre ser rentables y ser responsables, se puede ser rentable siendo responsable. A veces sonará que ser responsable es costoso pero en realidad ser irresponsable es mucho más costoso. Y no solamente por los costos que impactan y por los *reprocesos* y desperdicios, sino por todo el impacto que se tiene hacia afuera.

El ser socialmente responsable, empezando por ser responsable en el trabajo junto a tu equipo de colaboradores y hacer las cosas bien, por supuesto que es rentable.

La experiencia en Monex ha sido bastante buena, hemos tenido descubrimientos juntos y yo creo que el equipo de trabajo lo toma muy bien. Nosotros veníamos haciendo jornadas de voluntariado básicamente con el personal de la empresa y el año pasado surgió la idea del propio personal de invitar a clientes y

familiares para hacer crecer el alcance. En Pachuca, Hidalgo, en una sucursal donde tenemos 17 colaboradores, lograron reunir a 200 personas y fue una experiencia realmente positiva. Lo cierto es que no debe ser a partir del área de RSE de donde salgan todas las ideas, sino encaminar o encauzar todas esas iniciativas que surgen también de la propia gente.

En la RSE lo *padre* es que siempre hay temas, nunca se terminan. Siempre hay cosas que se pueden mejorar y el impacto siempre es positivo. No hay manera de que algo te salga mal, la actitud de la gente siempre es muy positiva y eso se contagia.

En Monex la inversión social la hacemos buscando apoyar o poniendo un granito de arena en comunidades que tienen un alto índice de migración. Es triste ver que la gente se tiene que ir porque no hay oportunidades en sus comunidades; hemos estado trabajando muy de la mano con una fundación en el Bajío donde justo trabajan en desarrollar proyectos productivos para que las comunidades tengan una manera autosustentable de mantenerse.

También tenemos proyectos de apoyo a la cultura, la cinematografía y la educación; y como Institución Bancaria participamos en el programa Béalos impulsado por toda la banca, de igual manera invertimos en educación financiera y también apoyamos el tema de investigación social a través del Cemefi, con el Premio a la Investigación sobre el Tercer Sector. Tenemos varios años apoyando este Premio y creemos que es algo muy importante pues comúnmente en el medio financiero sólo se apoya la investigación en temas financieros y económicos, pero, en Investigación social hay trabajos muy valiosos y de gente muy comprometida que suponemos necesitan ayuda para ser conocidos y difundidos. Este Premio se otorga con el objeto de que más gente se anime a hacer investigación social.

Nos parece que podemos trabajar dentro y fuera de la empresa de manera coordinada. Sentimos que todo el tema de la RSE tiene muchísimas aristas, sobre todo al interior. Es un error pensar que la RSE es un gasto, es una inversión que sí se recupera y es un ganar-ganar, pues en realidad todos ganamos con eso.

Yo recomendaría a las empresas que apenas están incursionando en RSE o que ya están dentro del tema, que le den un espacio en sus presupuestos a la inversión social, si no pueden con el 1% de todas maneras asuman el porcentaje que sea, pero sí cuantificarlo y sobre todo también cuantificar los beneficios. Tiene que ser algo que también te ayude al interior y eso es lo que realmente hace que haya una tasa de retorno.

Si sólo lo ves como asistencialismo nunca va a haber ese retorno de la inversión, pero si realmente lo ves como inversión social y siempre trabajándolo muy desde el interior de la empresa, siempre va a ser positivo el retorno, positivo en muchos sentidos. ●



TECNOLOGÍA QUE TRANSFORMA A LA EDUCACIÓN

En Samsung desarrollamos tecnología que no solo hace más fácil tu vida, sino que gracias a nuestros programas de **Ciudadanía Corporativa**, que incluyen: **Smart School Solutions**, **Tech Institute** y **Soluciones para el Futuro**, aseguramos la educación y fuente de empleo para las personas que más lo necesitan.