

LIVERPOOL Y NFL MÉXICO

RECAUDAN MÁS DE 400 MIL PESOS CONTRA LA CEGUERA

La Fundación Suiza podrá realizar cirugías a 75 personas más, de escasos recursos

— GANAR-GANAR —

Como resultado de la venta de los 50 cascos que integraron la iniciativa Fashion Touchdown 2015, promovida por Liverpool y NFL México en apoyo a la Fundación Suiza contra la Ceguera en México, es la recaudación total de 461,295.16 pesos.



Estos fondos se entregaron de manera íntegra a la Fundación para que se realicen alrededor de 75 cirugías de cataratas a personas de escasos recursos que más las necesitan en los estados de Guerrero, Chiapas y Oaxaca.

Los cascos fueron diseñados por marcas prestigiadas de moda y diferentes personalidades del espectáculo, la cultura, la moda y los deportes, además de medios de comunicación.

Liverpool y NFL México se congratularon de la participación de todas las personas que ayudaron –votando y/o comprando un casco– para reunir esta cantidad. Otorgaron a VISA un agradecimiento especial por colaborar en esta noble causa, al duplicar el monto total de la venta de los cascos, además de haber realizado un donativo adicional a la Fundación Suiza contra la Ceguera en México como parte de esta iniciativa.

Arturo Olivé, director general de NFL México, agradeció la participación de las diferentes personalidades y marcas de prestigio para hacer de

esta iniciativa una esperanza para decenas de personas de escasos recursos que podrán recuperar la vista a través de la Fundación. “Estamos realmente agradecidos por la magnífica respuesta que tuvimos de parte de todas las marcas de prestigio y de aquellas personalidades de los distintos ámbitos por su invaluable participación, a todos ellos, gracias”, dijo.

Norma Aragón, presidenta ejecutiva de la Fundación Suiza contra la Ceguera en México, agradeció a todos los participantes y al público en general por su apoyo para esta noble causa. Al momento, la institución ha realizado más de 6 mil operaciones desde su llegada a México en el año 2000.

“Con la aportación que hoy nos entregan, podremos operar a alrededor de 75 personas más, lo cual nos ayuda a continuar con nuestra labor. Una vez más, gracias”, agregó Norma Aragón.

Cabe mencionar que se registraron 47,630 votos en la página de internet en la que se pudieron apreciar los diferentes diseños de los participantes del Fashion Touchdown 2015, con lo que se pudo determinar a los primeros tres lugares que correspondieron a Conadeip con el primer lugar (17,141), Tercer y Cuarto (14,805) y de EA Sports (2,156). ●

MEJOR COMUNICACIÓN CORPORATIVA EN MATERIA DE SUSTENTABILIDAD



Unilever de México se siente orgulloso de haber ganado este reconocimiento y le está muy agradecido a los suscriptores de la revista GANAR-GANAR el haber votado por nuestras participaciones en esta publicación.

Unilever tiene como propósito lograr que un estilo de vida sustentable sea algo cotidiano. De ahí que todas nuestras acciones están encaminadas a este fin y se encuentran enmarcadas en nuestro Plan de Vida Sustentable.

Nos hemos puesto metas muy ambiciosas con fechas precisas como son:

1. **Mejorar la salud y el bienestar de más de 1,000 millones de personas**
2. **Reducir a la mitad el impacto ambiental derivado de la fabricación y el uso de nuestros productos.**
3. **Mejorar la calidad de vida de millones de personas y conseguir que el 100% de las materias primas utilizadas en nuestros productos sean sustentables.**

Somos una empresa con presencia en 190 países y dos mil millones de veces al día los consumidores alrededor del mundo están en contacto con nuestras 400 marcas. Es por ello que nos sentimos profundamente responsables de impactar positivamente al mundo entero

y motivar a nuestros consumidores, a los organismos empresariales que formamos parte y a los diferentes actores de la sociedad a unirse a estos esfuerzos.

En el 2015 comunicamos dentro de nuestros avances, el haber logrado evitar el envío de residuos a relleno sanitario en todas nuestras plantas, agencias, oficinas corporativas y centro de distribución. Para lograr esta meta, diseñamos una estrategia en nuestras operaciones que consistió en implementar las **5R's**, las cuales establecen el orden de prioridad en que debemos manejar los residuos: **Rechaza o evita, Reduce, Reúsa, Recicla y Recupera.**

En la implementación del programa participamos TODOS juntos: nuestras operaciones, nuestros proveedores, nuestros clientes y las autoridades. Vale la pena apuntar que para Unilever, la colaboración Público/Privada es una de las claves del éxito.

Con relación a las emisiones de Gases de Efecto Invernadero, en el 2015 comunicamos que logramos reducirlos 24% en nuestras operaciones de manufactura. Como parte de las acciones emprendidas para conseguirlo implementamos el uso de cabinets sustentables para nuestros helados, con los que logramos reducir 6,500 toneladas de CO₂.

Para el año 2050, la población mundial se incrementará en más de dos mil millones de habitantes. El reto es grande ya que el mundo necesita duplicar la productividad agrícola y aumentar los ingresos de los pequeños productores del campo, esto respetando estrictamente las fronteras agrícolas.

De ahí que nuestra ambición es que la producción agrícola sustentable se convierta en el eje central que permita lograr la seguridad alimentaria y mejorar la nutrición a nivel global. Somos uno de los mayores compradores de cultivos como el té, aceite de palma, frutas y verduras, por lo que hemos promovido la agricultura sustentable uniéndonos al compromiso de lograr la cero deforestación para el año 2030.

En 2015 dimos a conocer que a nivel mundial el 100% del aceite de palma que usamos en la elaboración de nuestros productos se compra de proveedores certificados por la Mesa Redonda de Aceite de Palma Sustentable y hemos firmado un convenio con Bonsucro, organización que promueve el uso de azúcar de caña sustentable. Asimismo, en el caso particular de México, 57% de las frutas que usamos provienen de fuentes sustentables.

Más de 2 mil millones de personas en el mundo tienen un escaso o nulo acceso a agua potable, de ahí que Unilever se propuso brindar para el 2020, 150 mil millones de litros de agua segura a través de nuestro purificador de agua Pureit. En 2015 comunicamos que hasta el momento hemos llevado más de 65 mil millones de litros de agua segura para beber a nuestros consumidores en todo el planeta.

Esta y más fueron las acciones y logros que comunicamos en 2015 a los lectores de Ganar-Ganar y otros medios. Nuestro compromiso con la sustentabilidad es patente. En Unilever estamos convencidos de que nunca hubo un mejor momento para crear un futuro mejor.

