

ESTUDIO 2014

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN MÉXICO DESDE UN ENFOQUE SECTORIAL

Estudio 2014

Siete sectores, una Responsabilidad Social

Con la participación de:



Confían EN NOSOTROS































Mensaje de nuestra DIRECTORA GENERAL

Nuestra misión

Estamos comprometidos en proporcionar a individuos y organizaciones soluciones estratégicas, integrales y personalizadas de Responsabilidad Social, más allá de la filantropía.

Nuestra visión

Ser reconocidos en Iberoamérica como la agencia de Responsabilidad Social siempre a la vanguardia.

La Responsabilidad Social significa para muchas empresas un gasto y no una inversión, por ello, en ResponSable, abordamos el tema de la Responsabilidad Social (RS) como vector de Competitividad y de Creación de Valor: **una estrategia de negocios más allá de la filantropía.**

El éxito de las empresas hoy, es un asunto de interés público: requieren evidenciar que su existencia aporta bienestar, equilibrio y desarrollo a la sociedad.

Lograr esto no implica que la empresa modifique su esencia o razón de existencia, simplemente es hacer lo mismo pero con medios y formas diferentes.

Para apoyar a las organizaciones, hemos desarrollado una solución integral de responsabilidad social que se alinea a sus necesidades, podemos mencionar:

- Club LideRS
- Capacitaciones estratégicas
- Norma ISO 26000
- Comunicación en RS

ResponSable es sinónimo de expertise y calidad de un servicio personalizado.

GWENAELLE GERARD
DIRECTORA GENERAL EN RESPONSABLE



Un éxito desde su **Ira edición**

¿Por qué un "Panorama de la Responsabilidad Social en México"?

En ResponSable hemos visto nacer desde estrategias hasta programas y áreas de responsabilidad social y en varias ocasiones nos han consultado empresas del IPC Sustentable así como organizaciones internacionales, quienes buscaban datos estadísticos y mejores prácticas que les permitieran tomar decisiones estratégicas en torno a la gestión de la RS en su empresa.

Sin embargo, en México carecíamos de información al respecto: aunque contábamos con esfuerzos para recopilar los tipos de impactos de las empresas, no había un estudio que permitiera entender cómo se aplica y gestiona la Responsabilidad Social.

Edición 2013:



Algunas cifras

- + 1,300 personas contestaron la encuesta en línea
- 47 personas entrevistadas entre los cuales 8 CEOs
- + 20 Buenas prácticas
- + 50 aliados de difusión
- + 2,000,000 de personas oyeron hablar del Estudio

Comunicación

- Comunicación directa a través de la distribución de 600 informes impresos
- Difusión de un E-book a más de 100,000 personas gracias a nuestros mailings y a los mailings de nuestros aliados
- Evento de lanzamiento: coctel de presentación de resultados con 186 empresas nacionales y multinacionales
- Comunicación digital con la creación de una página web y el envío de 70 mailings a más de 172,992 personas
- Alcance de 508,391 personas en las redes sociales
- Creación de un micro sitio web: 5,000 visitas

Descarga el informe
Dando Clic aquí

Gracias al apoyo de:

HSBC 

RICOH
imagine. change.


pwc

ALSTOM

AMERICAN EXPRESS

Coca-Cola México


GRUPO MODELO
MÉXICO


IPS

MASISA

Panorama de la Responsabilidad Social en MÉXICO

Edición 2014 - Sectorial

La edición 2013 fue un gran éxito y nos permitió recopilar datos globales de cómo se implementa la Responsabilidad Social en México en las grandes empresas y en las PyMEs. Actualizar estos datos para la edición 2014 no tendría mucho impacto, ya que los cambios serían mínimos. Conscientes de que realizar un estudio así tiene que ser una herramienta de trabajo para los lectores y sobre todo, para las empresas en México, decidimos realizar para la edición 2014 un estudio sectorial. Teniendo un referente de la Responsabilidad Social de esta naturaleza, las empresas podrán evaluar dónde se sitúan y a su vez, compararse con otros sectores.

Los sectores que se analizarán son*:

- Alimentos & Bebidas
- Construcción
- Salud & Belleza
- Financiero: Bancos & Seguros
- Transporte & Logística
- Tecnologías de la Información y Comunicaciones
- Turismo

*Esta lista puede sufrir cambios según la pertinencia del análisis estadístico de uno o varios sectores.

¿Cómo lo vamos a lograr?

ResponSable tiene una red de contactos de más de 11,000 profesionales así como aliados estratégicos: cámaras binacionales, organizaciones internacionales, cámaras sectoriales, gobierno, entre otros. Para la realización del Estudio 2013 contamos con el apoyo de más de 50 aliados. La meta para realizar la edición 2014 es reforzar nuestras alianzas, particularmente con las cámaras sectoriales.

Visión de líderes de opinión

47 líderes de opinión fueron entrevistados para la edición 2013 entre ellos, el Secretario de Economía, 8 CEOs, así como Presidentes de cámaras nacionales. La meta para la edición 2014 será tener una representatividad de líderes de opinión a nivel sectorial.



Cintia Angulo de Leseigneur

Presidente y Directora General, ALSTOM Mexicana



Idefonso Guajardo Villareal

Secretario de Economía



Gerardo Gutiérrez Candiani

Presidente Consejo Coordinador Empresarial

¿Por qué PATROCINAR?

Patrocinar no es donar, quien patrocina obtiene una ganancia que se traduce en un beneficio económico.

Les invitamos a patrocinar la edición sectorial 2014 del Informe "Panorama de la Responsabilidad Social en México" con el fin de:

1. Aprovechar un branding de alto nivel tanto en su sector como en otros más.
2. Comunicar y explicar su compromiso con la Responsabilidad Social.
3. Posicionarse como referente en RS ante altos ejecutivos de Responsabilidad Social.

Les ofrecemos la posibilidad de difusión de manera global o de elegir una comunicación más precisa, enfocada a un sector en particular.

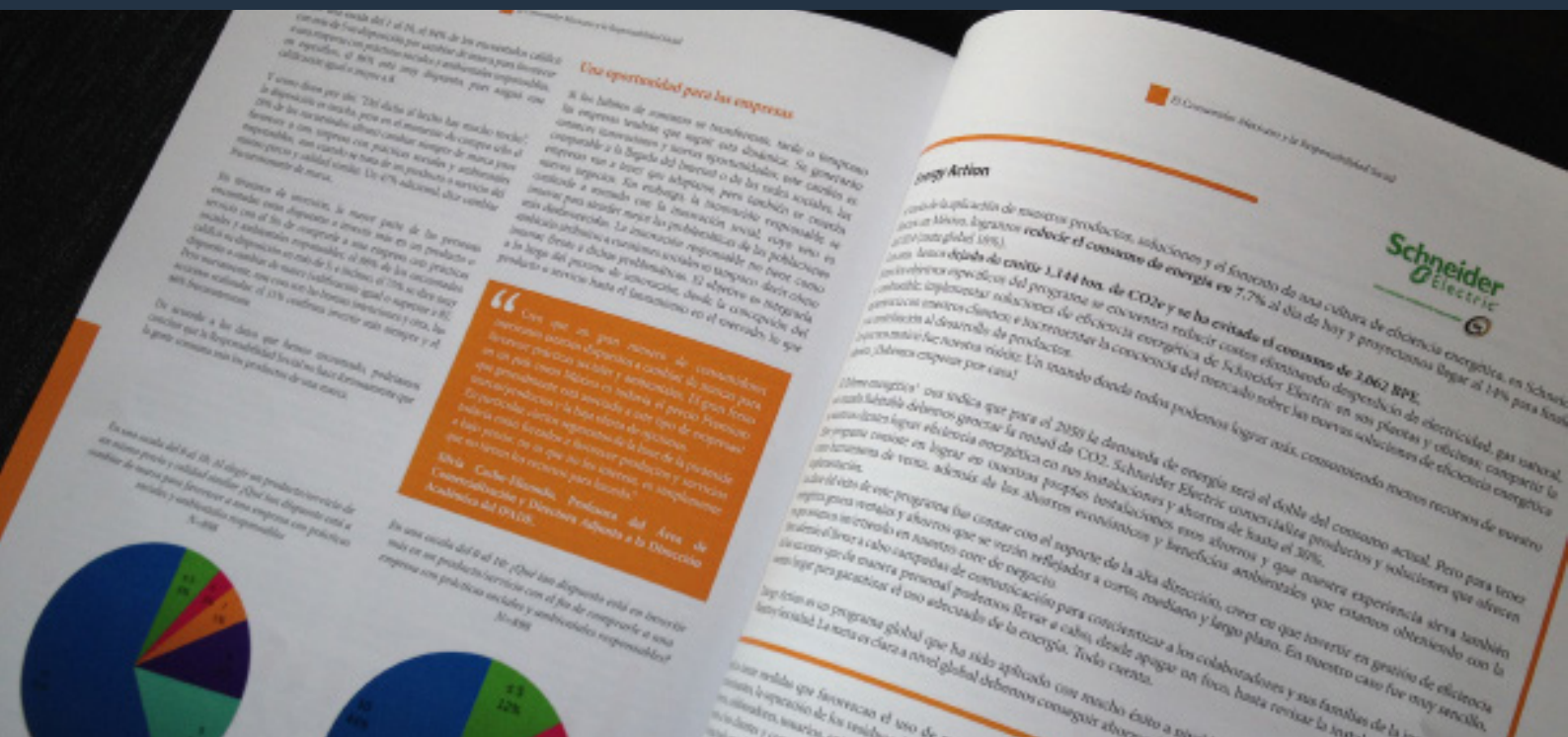
Su organización aumentará su **visibilidad y prestigio** en Responsabilidad Social, a través de:

1. Presencia en el **informe final** (logo, buenas prácticas, entrevistas...).
2. Visibilidad durante el **evento** de presentación de los resultados.
3. Proyección en la **comunicación**, tanto de parte de Responsable como de los aliados (logo en mailings, banners, redes sociales, mención en comunicados de prensa...).

En la opinión de Luis Peña Kegel, Director General de HSBC México:

"Para HSBC México es muy importante involucrarse de manera positiva en las comunidades donde operamos por medio de la implementación de programas en educación, medio ambiente y comunidad; conocer qué está pasando dentro de nuestros distintos grupos de interés relacionados al tema de Responsabilidad Social Corporativa nos permitirá ser cada vez más estratégicos en nuestras acciones y poder lograr un mayor impacto por medio de ellas."

Expertos pueden hablar de su expertiz.



Algunos EJEMPLOS



Presencia de marca. Informe.



Buenas prácticas



Logo en la portada



Entrevistas



Presencia de marca. Evento.



Presencia de marca. Medios.

Ficha PRÁCTICA

Idioma: español

Ejemplares impresos: mínimo 250

E-book: descargable sin costo

Presentación del informe:
Finales de octubre 2014 (tentativo)



1. RECOPIACIÓN DE DATOS CUANTITATIVOS (SEPTIEMBRE-OCTUBRE)

Recopilación de datos cuantitativos para reportar, por sector, indicadores sencillos de RS.

2. RECOPIACIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS (AGOSTO-OCTUBRE)

Recopilación de datos cualitativos que permitan dar a conocer cómo implementan las empresas la RS en su sector.

3. ENTREVISTAS (AGOSTO-OCTUBRE)

Entrevistas por sector con CEOs y personal a cargo de la Responsabilidad Social en empresas grandes y PyMEs.

4. ELABORACIÓN DEL INFORME (OCTUBRE)

Análisis de datos duros y redacción del informe: un capítulo por sector con base en las 7 materias fundamentales de la norma ISO 26000:

Gobernanza, Prácticas Laborales, Derechos Humanos, Prácticas justas de operación, Medio Ambiente, Consumidores y Comunidad.

5. IMPRESIÓN

6. DIFUSIÓN (FINALES DE NOVIEMBRE)

Difusión del Informe, electrónico e impreso, con líderes empresariales y de gobierno. La presentación de los resultados del Informe se realizará durante un evento organizado con altos ejecutivos.

Paquetes DE PATROCINIOS

	Paquete Oro	Paquete Plata	Paquete Especial Sector	Paquete Bronce
Aportación (sin IVA):	\$ 200,000 M.N.	\$ 100,000 M.N.	\$ 70,000 M.N.	\$ 50,000 M.N.
Logo en la portada del Informe de resultados impreso:	Tamaño A	Tamaño B	Tamaño C	Tamaño C
Logo en la sección Agradecimiento del Informe de resultados	Tamaño A	Tamaño B	Tamaño C	Tamaño C
Logo en comunicación de ResponSable y de los aliados <i>(soportes de comunicación para invitar a llenar la encuesta y presentar resultados)</i>	Tamaño A	Tamaño B	Tamaño A <i>(sectorial)</i> Tamaño C <i>(general)</i>	Tamaño C
Página de publicidad*	Contraportada (1 página)	Interior de portada o de contra-portada (1 página)	-	-
Buenas prácticas en el Informe de resultados <i>(En su sector, Bajo aprobación de ResponSable)</i>	2 buenas prácticas (1 tamaño A y 1 tamaño B)	2 buenas prácticas (1 tamaño A y 1 tamaño B)	1 buena práctica (1 tamaño A)	1 buena práctica (1 tamaño A)
Publireportaje <i>(En su sector)</i>	2 páginas	1 página	1 página	-
Entrevistas en el Informe de resultados <i>(cita corta, cuadro de cita larga, cita en texto)</i>	SI	SI	SI	SI
Entrevista video <i>(con 1 o varias personas bajo aprobación de ResponSable)</i>	SI	SI	SI	SI
Logo en el evento de presentación de resultados	Tamaño A	Tamaño B	Tamaño C	Tamaño C
Insertos en bolsa a distribuirse en el evento de presentación de resultados	SI	SI	-	-
Participación como panelista durante el evento de presentación de resultados	SI	-	-	-
Análisis de percepción de su marca <i>(desde el enfoque consumidor y desde la perspectiva de las empresas de su sector)</i>	SI	SI	-	-
Número de lugares apartados en el evento	10	5	5	2
Ejemplares impresos	20	10	5	3
Mención en Comunicados de Prensa Pre y Post-Publicación del estudio <i>(comunicado general y sectorial)</i>	SI	SI	SI en comunicado sectorial	-

* Según disponibilidad y bajo aprobación de ResponSable

* Precios en pesos mexicanos. No incluyen el IVA

Otras opciones de PARTICIPACIÓN

	INVERSIÓN
Interior de portada o contra-portada (1 Página)	\$ 60,000 M.N.*
Buena Práctica Tamaño A - con logotipo, 400 palabras máx. <i>Aparecerá en la sección correspondiente a su sector.</i> <i>Posibilidad de compartir fotos y/o videos para ilustrar buena práctica en página web</i>	\$ 30,000 M.N.
Buena Práctica Tamaño B - con logotipo, 120 palabras máx. <i>Aparecerá en la sección correspondiente a su sector.</i> <i>Posibilidad de compartir fotos y/o videos para ilustrar buena práctica en página web</i>	\$ 15,000 M.N.
Análisis de percepción de su marca - desde el enfoque consumidor y desde la perspectiva de las empresas de su sector (datos confidenciales que no serán publicados).	\$ 30,000 M.N.
Insertos flyers en bolsas del evento	\$ 10,000 M.N.

***Sujeto a disponibilidad**

ResponSable

Álvaro Obregón #286, Int. 6B
Col. Roma Norte, Distrito Federal, D.F., C.P. 06700

Teléfonos: (+52 55) 2454-9076 | 77 | 78

email: hola@responsable.net

Web: www.ResponSable.net

RS, una estrategia rentable.



Agencia de Responsabilidad Social

