

Creando Comunidades  
**SOSTENIBLES**



**Casas GEO**<sup>®</sup>  
Te cambia la vida

# Informe de Comunidades Sostenibles 2011







**Casas GEO®**

**te cambia la vida**

# Informe de Comunidades Sostenibles 2011

## Índice

Acerca de nuestro informe 3

Perfil de la Empresa 7

Desempeño Económico 25

Desempeño Social 31

Desempeño Ambiental 57

Índice GRI 78

**Desde** hace más de 38 años, Casas GEO ha sido una empresa comprometida con el desarrollo responsable de México al brindar hogares de calidad a miles de mexicanos.

Soñando con un mejor México, hace casi una década que en Casas GEO llevamos a cabo un estudio para conocer con certeza lo que esperaba la gente que compra una casa; Así fue como descubrimos que la mayoría de las personas únicamente tienen la posibilidad de comprar una casa en toda su vida, pero que en el corto plazo aspiran a una casa más grande, a una casa mejor. Y la única forma de que la tengan, es que su vivienda actual adquiera más valor.

La conclusión fue contundente, todas nuestras políticas se encaminaron hacia la generación de calidad de vida y plusvalía en nuestros desarrollos a través de crear un sentido de corresponsabilidad entre GEO y los habitantes de los desarrollos. Solo esta combinación hace posible la generación de valor agregado, ese es el reto que desde ese entonces decidimos enfrentar.

Es así como durante la última década, redefinimos nuestra visión para enfocarnos en la evolución de la vivienda social, asumiendo el compromiso público de mejorar la calidad de vida de las familias mexicanas.

Para Casas GEO, el desarrollo sostenible ha tomado una gran relevancia, somos conscientes que el reto de nuestro sector en un plazo de 10 años, será proporcionar vivienda para 30 millones de mexicanos. Antes se hacían casas, ahora se desarrollan conceptos de vida.

Nuestro desafío es construir ciudades y comunidades con identidad propia y calidad, logrando eficiencias en toda nuestra cadena de valor mediante la densificación habitacional y la conservación de recursos naturales.

Como una muestra de nuestra visión hacia la sustentabilidad, en el 2011 Casas GEO cumplió con las condiciones y lineamientos para formar parte del Índice IPC Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV) integrado únicamente por 23 empresas, al haber alcanzado una puntuación competitiva en materia de adopción de políticas y sistemas sustentables en 3 ejes principales: Responsabilidad ambiental, Responsabilidad social y Gobierno corporativo.



A continuación presentamos con orgullo nuestro Segundo Informe de Comunidades Sostenibles, elaborado bajo los lineamientos del Global Reporting Initiative (GRI) y en el cual reafirmamos nuestra adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas y sus 10 principios como parte de nuestro compromiso hacia una gestión sostenible y transparente.

En este informe reflejamos los resultados de nuestra estrategia hacia la creación de comunidades sostenibles, lo que nos permite asegurar que estamos en el camino adecuado, seguros de que contamos con el mejor equipo de colaboradores para garantizar la sostenibilidad que nos permita generar riqueza en lo económico, lo social y lo ambiental.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Luis Orvañanos Lascurain'. The signature is stylized and enclosed within a faint, hand-drawn oval shape.

**Arq. Luis Orvañanos Lascurain**  
**Presidente del Consejo de Administración y Director General**  
**de Corporación GEO S.A.B. de C.V.**





El presente constituye el segundo Informe de Comunidades Sostenibles de Corporación GEO S.A.B. de C.V. y sus empresas subsidiarias, teniendo como antecedente cinco reportes de Responsabilidad Social y aplicando por segundo año consecutivo la guía G3 del Global Reporting Initiative (GRI) como parte de la integración hacia una gestión sostenible en congruencia con los estándares internacionales.

Asimismo, este documento se encuentra alineado a los requerimientos del Índice de Sustentabilidad de la Bolsa Mexicana de Valores, así como a los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.

**En este reporte anual se presentan los resultados desde el 1° de enero al 31 de diciembre de 2011, periodo en el cual se reafirma el compromiso hacia el desarrollo de Comunidades Sostenibles.**



Dentro del periodo de reporte se registraron algunos cambios organizacionales, mismos que se indican dentro del capítulo "Perfil de la Empresa".

La información fue generada a través de la identificación de usuarios clave y sistematización de indicadores, y fue recabada por las áreas de Sostenibilidad, Desarrollo Organizacional y Diseño Corporativo con datos proporcionados por las unidades de negocios y áreas corporativas correspondientes.

En este informe se presentan los resultados preliminares de la Evaluación de Sustentabilidad de la Vivienda, un estudio elaborado bajo la dirección del Centro Mario Molina y financiado por las principales instituciones de vivienda en México, del cual Casas GEO formó parte. Este estudio nos permitirá contar con indicadores más precisos en los ejes social y ambiental, y así cumplir de mejor manera con los principios de precisión, comparabilidad y exhaustividad de la información proporcionada, con lo cual garantizamos la transparencia de nuestras acciones en congruencia con nuestro compromiso como Empresa Socialmente Responsable.

**El segundo Informe de Comunidades Sostenibles de Casas GEO 2011 cuenta con un nivel de aplicación *B Self Declared*.**



Este informe presenta los resultados de **Corporación GEO S.A.B. de C.V.** y sus empresas subsidiarias en materia de responsabilidad social y sostenibilidad.

En él presentamos la visión general de la empresa, su historia, estrategia, cultura, gobierno corporativo, y compromiso ético así como su relación con grupos de interés.

El contenido de este informe se definió en función de nuestros grupos de interés con los cuales hemos establecido diversos canales de comunicación asegurando un diálogo directo con el fin de conocer sus expectativas e intereses.

Algunos de los medios a través de los cuales nos comunicamos con nuestros grupos de interés son:

- Encuesta de clima organizacional para **colaboradores**;
- Encuesta de satisfacción al **cliente**;
- Programa de retroalimentación con **proveedores**.

→ Encuesta en línea de nuestro Informe de Comunidades Sostenibles 2010 <http://sostenible.casasgeo.com/rs/>

- Grupos de enfoque con los colaboradores de las áreas involucradas con la gestión sostenible de la empresa.







El contenido de este informe se definió en función de nuestros grupos de interés con los cuales hemos establecido diversos canales de comunicación asegurando un diálogo directo con el fin de conocer sus expectativas e intereses.



Como parte de la metodología para determinar la información contenida en este informe y su materialidad, se contrastaron los resultados obtenidos por medio de nuestras vías de diálogo hacia nuestros grupos de interés con los objetivos estratégicos de Casas GEO. Finalmente, hicimos un cruce con los indicadores del GRI y los requerimientos del Índice de Sustentabilidad IPC de la Bolsa Mexicana de Valores.

El análisis de información arrojó cuatro temas relevantes para nuestros grupos de interés:

- . Impacto económico
- . Relación y beneficios para los GEOcolaboradores
- . Uso de la energía
- . Uso del agua

Las acciones emprendidas en estos asuntos, así como los resultados obtenidos se reportan a lo largo del informe.

Al final del documento, se incluye una tabla de referencia que señala la ubicación de cada indicador GRI dentro del informe para facilitar su lectura.

→ **Nota:** Para conocer el detalle así como mayor información en relación a las inversiones en subsidiarias y fideicomisos sobre los cuales se tiene control favor de consultar nuestro Informe Anual disponible en el sitio de internet de Relación con Inversionistas: [http://www.corporaciongeo.com/Archivos/Informes/Anual/Informe\\_Anual\\_2011.pdf](http://www.corporaciongeo.com/Archivos/Informes/Anual/Informe_Anual_2011.pdf)

# 1 Somos



el mejor lugar  
para vivir



*“Somos el mejor lugar  
para vivir”*



**Perfil de la empresa**

## Casas GEO, ideales con trascendencia y cultura de valores

**Corporación GEO S.A.B. de C.V.** es la desarrolladora de vivienda de interés social líder en México y América Latina en Comunidades Sostenibles.

Con más de **38 años de experiencia y presencia en 22 estados de la República**, GEO ha construido más de **600,000 casas** en las que habitan más de **2, 200,000 mexicanos**.

Para Casas GEO, su misión, visión y valores son los principios que impulsan, motivan y comprometen. Una filosofía puesta en práctica por todos los **GEOcolaboradores** que la creen, la viven y la hacen vivir.

# +38

años de experiencia



**600,000**

casas  
construidas



**22**

estados de la  
República Mexicana

### Misión:

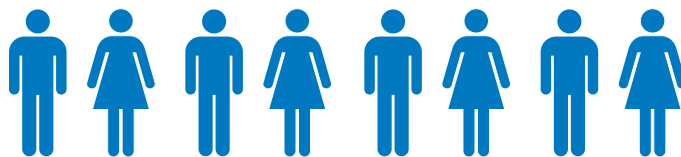
*Ser líderes en Calidad de Vida y Plusvalía, con rentabilidad, para nuestros clientes y colaboradores.*

En GEO, el trabajo diario es sinónimo de superar las expectativas, una empresa orientada a la generación de riqueza. Es bajo esta convicción consciente que en el año 2011, como parte de un proceso de alineación, se incorporó este compromiso dentro de la visión del grupo hacia 2015:

### Visión 2015:

*Ser el grupo líder en la generación de riqueza en lo económico, social y ambiental, que revoluciona la vivienda social en Comunidades Sostenibles:*

1. Que brinda satisfactores de bienestar dando **TODO POR EL CLIENTE** a lo largo de su vida.
2. Que es modelo de prácticas de clase mundial.
3. Que forma **GEOcolaboradores líderes** que viven la **Cultura GEO**.



**2, 200,000**

mexicanos beneficiados





## Valores GEO:

### *Pilares esenciales que nos sostienen y dan vida:*

- I. **Colaborador** - Ser el número uno en su especialidad, que trabaje en equipo, institucional, apasionado, íntegro, orientado al cliente y con responsabilidad social.
- II. **Producto** - Ofrecer el mejor lugar para vivir al alcance de nuestros clientes, en comunidades sostenibles y con la más alta calidad.
- III. **Servicio** - Asegurar la satisfacción de nuestros clientes en todos los puntos de contacto con la organización, siendo su primera opción.
- IV. **Rentabilidad** - Maximizar el valor de la empresa en lo económico, social y ambiental.
- V. **Cumplimiento** - Dar el resultado comprometido en tiempo, costo, forma y calidad.



**Casas GEO**®  
Te cambia la vida

## Nuestra presencia GEOgráfica

Las operaciones de Casas GEO se agrupan en **6 regiones** posicionadas dentro de las ciudades más dinámicas del país cubriendo alrededor del **80%** de la población nacional.



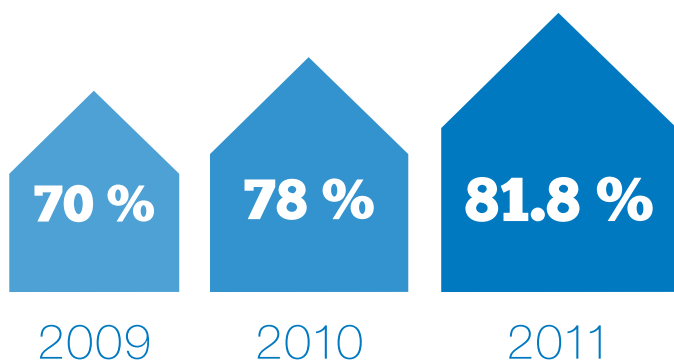
Abarcamos **22 estados** de la República Mexicana (al cierre de 2011).



En 2011 Casas GEO inició operaciones en los estados de **Aguascalientes, Sonora y Tabasco**.



Porcentaje de unidades escrituradas en los segmentos de vivienda económica y tradicional.



Nuestra estrategia de desarrollo de vivienda va dirigida hacia la base de la pirámide, es decir, la población de menores ingresos <sup>1</sup>.

### Tendencia de demanda – base de la pirámide

<sup>1</sup> Segmento económico, tradicional bajo y tradicional, nivel socioeconómico D, D+ y C

### Casas GEO el mejor lugar para vivir:

Aguascalientes ■ Baja California ■ Chiapas ■ Coahuila ■ Distrito Federal ■ Durango ■ Guanajuato ■ Guerrero ■ Hidalgo ■ Jalisco ■ México ■ Morelos ■ Nayarit ■ Nuevo León ■ Oaxaca ■ Puebla ■ Querétaro ■ Sinaloa ■ Sonora ■ Tabasco ■ Tamaulipas ■ Veracruz ■



Para más información, visite:

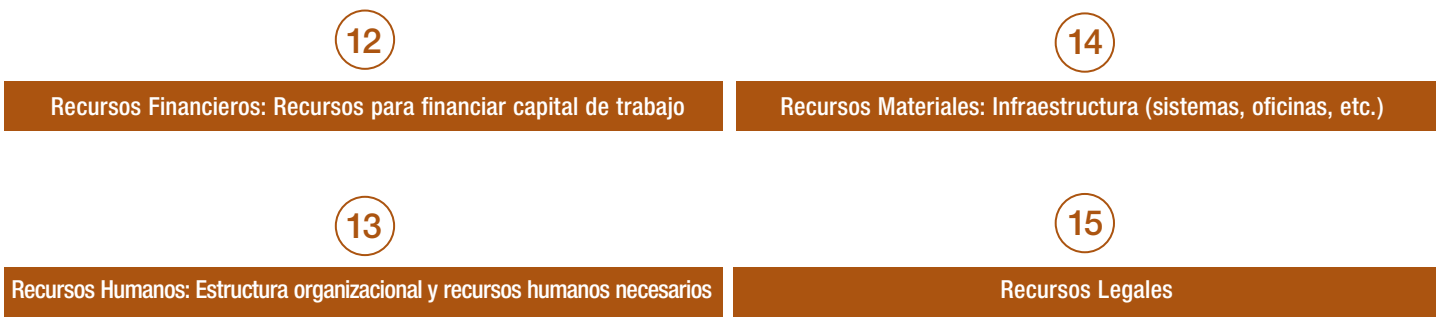
[www.casasgeo.com](http://www.casasgeo.com) / [www.corporaciongeo.com](http://www.corporaciongeo.com)



En GEO estamos involucrados en todas las actividades relacionadas con la adquisición de tierra, diseño, construcción, mercado-tecnia, comercialización, entrega de vivienda y creación de vida comunitaria para la organización vecinal hacia la formación de un tejido social saludable al interior de nuestras comunidades.



Planeación de servicios y transportes



## 38 años, 5 generaciones de grandes logros.

### 1973 - 1983 Creación de una empresa ganadora

- Casas GEO fue fundada en el año de 1973 por el Arq. Luis Orvañanos Lascurain y un grupo de socios y colaboradores comprometidos con grandes ideales.
- En 1976 GEO gana su primer Premio Nacional de Vivienda.



### 1984 - 1994 Especialización

- GEO se convierte en una promotora y desarrolladora de vivienda social y crece en su cobertura nacional.
- En este periodo se inician operaciones en Jalisco, Guerrero, Querétaro, Morelos, Reynosa, Baja California, Tamaulipas y Morelos.
- En 1989 se adopta el nombre de Casas GEO y es a partir de 1994 cuando las acciones de Casas GEO cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores bajo el símbolo GEOB.



### 1995 - 2000 Crecimiento

- Se consolida la estrategia de expansión, creciendo a Laguna, Puebla, Monterrey, Oaxaca y Veracruz.
- En 2005, Casas GEO ingresó al mercado europeo a través del índice LATIBEX bajo el símbolo XGEO, siendo la primera empresa de vivienda en México en obtener este logro.



### 2001 - 2009 Fortalecimiento y toma de mercado

- GEO redefine su misión para enfocarse en la base de la pirámide, a través de Calidad de Vida y Plusvalía para clientes y colaboradores.
- Casas GEO se consolida como la empresa más grande e innovadora del mercado de la vivienda social.



### 2010 - Creación de Comunidades Sostenibles

- En 2010, Casas GEO evoluciona hacia la sostenibilidad bajo la perspectiva de crear el mejor lugar en comunidades que ofrecen todos los satisfactores de bienestar sin comprometer a las generaciones futuras en los ámbitos económico, social y ambiental.





Siguiendo la estrategia de crear Comunidades Sostenibles, en 2010 se estableció la **Coordinación de Sostenibilidad** dentro de la estructura funcional de la empresa.

La Coordinación de Sostenibilidad analiza posibles brechas y áreas de oportunidad a partir de la identificación de riesgos relacionados con nuestro desempeño en materia de desarrollo sustentable y responsabilidad social. Reportamos directamente a los niveles más altos de la empresa a través de las Direcciones Generales Adjuntas para la definición de los planes de acción e indicadores de medición para los diferentes proyectos relacionados.

De forma complementaria, y con el fin de asegurar la implementación de criterios sostenibles en el desarrollo de todas las actividades de la empresa, se cuenta con el área de Ingeniería y Diseño Sostenible, las cuales establecen los principios y herramientas para la creación de diseños funcionales pensados en la gente, que den estructura humana y patrimonial a los clientes que habitan nuestras comunidades, garantizando así espacios que sean accesibles, sostenibles e incluyentes.

En Casas GEO se han implementado diversos proyectos bajo el esquema de Comunidades Sostenibles:

### Sostenibilidad social:

Trabajamos en programas de desarrollo comunitario para fortalecer las estructuras sociales y redes que permitan a las comunidades que desarrollamos ser independientes y autosuficientes.

### Sostenibilidad económica:

Creamos vivienda sustentable generando eficiencias en todos los procesos de la cadena de valor.

De esta forma, optimizamos los recursos y mantenemos nuestra estrategia de brindar plusvalía para aumentar el valor de las viviendas en el transcurso del tiempo.

### Sostenibilidad ambiental:

Desarrollamos comunidades teniendo en cuenta las tecnologías ecológicas, sistemas de ahorro de energía eléctrica, aislamiento térmico, equipos de ahorro de agua y calentadores solares.



En los últimos años, el desarrollo sostenible ha tomado una gran relevancia en el lenguaje político, económico y social a nivel global. En términos simples, se refiere a un desarrollo que utiliza los recursos disponibles, sin comprometer su existencia en el futuro como respuesta ante el crecimiento demográfico y el cambio climático.

La industria de la vivienda se encuentra en una fase de transición hacia la sostenibilidad, lo que representa para Casas GEO una oportunidad de detonar el crecimiento económico y de contrarrestar la marginación social de nuestro país al consolidar una visión de largo plazo consistente con el crecimiento de la industria y reforzando en el corto plazo **la liquidez y el equilibrio financiero**.

Comprometidos con la implementación de prácticas metodológicas de clase mundial, en Casas GEO nos orientamos hacia un modelo denominado GEOstrategia que se ha basado en el método de gestión de desempeño del negocio *Balanced Scorecard* (BSC).



El objetivo central de la GEOstrategia con un horizonte al 2015, es la generación de riqueza en lo económico, lo social y lo ambiental.



Hemos implementado un mapa estratégico donde se identifican nuestros 5 objetivos clave.



### 1. Cultura GEO:

La Cultura GEO es la mayor fortaleza del Grupo. Se basa en el cumplimiento y vivencia de la misión, visión y valores así como en las actitudes que deben de tener todos los colaboradores para ser Líderes GEO.



### 2. El Mejor Lugar para Vivir:

Ofrecer una comunidad sostenible creada pensando en el cliente, que cuente con todos los Satisfactores de Bienestar sin comprometer a las generaciones futuras en el ámbito económico, social y ambiental.



### 3. GEO+Más:

Generar más eficiencias para darle más al cliente, con una mejor casa, con más equipamiento y por lo tanto, mayor calidad de vida.

Simplificar, estandarizar e innovar los procesos a través de plataformas tecnológicas de vanguardia:

**Oracle, People Soft, Hyperion y Siebel**



### 4. Ser el número 1 en todas las plazas:

- . Ser el número 1 en satisfacción total del cliente.
- . Ser el número 1 en rentabilidad.
- . Mantener el liderazgo en el sector.



### 5. Cumplir con el presupuesto:

Entregar todo con actitud para garantizar el resultado: cumplir las metas, cumplirle al cliente.



En Casas GEO identificamos a nuestros grupos de interés con base en la metodología GRI. Tomamos en cuenta las expectativas de estos grupos, a los que consideramos clave dentro de nuestra gestión y los agrupamos de la siguiente forma:

### Inversionistas:

El grupo que aporta valor, rentabilidad y transparencia a cada una de nuestras actividades de negocio, creen en nuestros ideales y apuestan por ellos.

### GEOColaboradores:

El grupo más importante para el cumplimiento de nuestras metas, pues mediante su apoyo y participación logramos implementar nuestras estrategias y acciones en un ambiente de respeto y seguridad empresarial.

### Comunidades:

- **Comunidad GEO:** los habitantes actuales de nuestros desarrollos, quienes con su elección nos obligan a generar mejores prácticas trabajando todos los días por ofrecerles un patrimonio que genere Calidad de Vida con Plusvalía.
- **Comunidad externa:** los habitantes de las comunidades aledañas y cercanas a nuestras operaciones, a quienes brindamos mayores servicios e infraestructura por medio de nuestras actividades. Entendemos sus necesidades y expectativas por medio de un dialogo permanente y los hacemos parte de nuestras actividades sociales mediante programas incluyentes.





### Clientes:

Los futuros habitantes de nuestras comunidades. En GEO nos reinventamos todos los días con planes y acciones hacia el continuo desarrollo de nuestros productos y servicios, encaminados a obtener resultados humanos y de negocio que provoquen mejoras para que más familias nos favorezcan con su elección.

### Proveedores y contratistas:

Nuestros socios comerciales, aquellos con los que buscamos relaciones de largo plazo con un enfoque ganar-ganar, impulsando su crecimiento y la mejora de su negocio, y compartiendo con ellos nuestros valores éticos y metodología de gestión sostenible.

### Instituciones gubernamentales y gremiales:

Los organismos reguladores, paraestatales, institutos de vivienda, cámaras o asociaciones del rubro de la construcción y todos aquellos que de forma directa o indirecta están involucrados en la creación de comunidades sostenibles en el país.

### Organizaciones no Gubernamentales e instituciones de salud, sociales, ambientales y educativas:

Aquellos grupos de la sociedad civil que, al igual que nosotros, buscan brindar una vivienda digna y mejorar la calidad de vida de los que menos tienen.





**Casas GEO** se rige por medio de un sistema de gobierno corporativo en continuo fortalecimiento, en el cual interactúan el Consejo de Administración, los Accionistas y la Administración de la Sociedad.

→ *Para conocer nuestra estructura operativa, favor de seguir la siguiente liga:*  
<http://www.corporaciongeo.com/organigrama.aspx?menu=2&submenu=17&lenguaje=>

Corporación GEO, S.A.B. de C.V. es una de las emisoras mexicanas líderes en la aplicación de las mejores prácticas de gobierno corporativo. A partir de 1999, Corporación GEO inició la implementación del Código de Mejores Prácticas Corporativas sugerido por la Bolsa Mexicana de Valores y la Comisión Nacional Bancaria y de Valores.

Algunos lineamientos que destacan en la aplicación de estas prácticas son:

- Política de Comunicación y Revelación de Información que promueve la transparencia de la administración, la emisión y revelación responsable de la información con los accionistas y el mercado en general.
- Corporación GEO, S.A.B. de C.V. cuenta con una única serie accionaria – una acción, un voto.
- Primera empresa en México en implementar el Programa de Derechos de Accionistas (*Tag Along Rights*), con el fin de proteger los derechos de los accionistas minoritarios.



La encuesta acerca del nivel de cumplimiento con el Código de Mejores Prácticas Corporativas enviada a la BMV y a la CNBV se encuentra disponible en nuestra página de Relación con Inversinistas:

<http://www.corporaciongeo.com/Archivos/Practicas/C%c3%b3digo%20de%20Mejores%20Pr%c3%a1cticas%20Corporativas%202010.pdf>

El Consejo de Administración de Corporación Geo, S.A.B. de C.V. se apoya en dos Comités para el cumplimiento de sus funciones de auditoría y seguimiento:

Comité de Auditoría

Comité de Prácticas Societarias

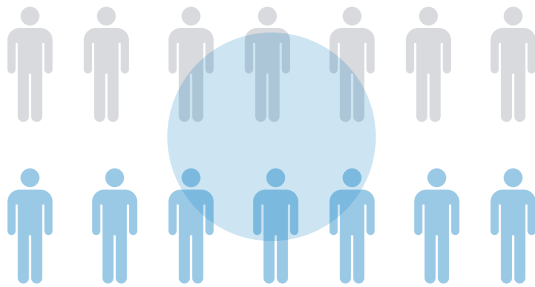
Integrados únicamente por Consejeros independientes

Durante el ejercicio social de 2011, el Consejo de Administración llevó a cabo el número de sesiones conforme a lo que establece la Ley del Mercado de Valores y sesionó legalmente de acuerdo con el quórum requerido por los estatutos sociales y la Ley General de Sociedades Mercantiles.





## 14 Consejeros propietarios



7 independientes

2010

44% consejeros  
independientes

2011

50% consejeros  
independientes

Todos los integrantes son Consejeros propietarios, no hay Consejeros suplentes.

→ Para mayor información relacionada con nuestro Consejo de Administración favor de visitar nuestra página web: <http://www.corporaciongeo.com/Archivos/Asambleas/Propuesta%20de%20Consejeros%202011.pdf>

Integrado por 14 Consejeros propietarios, de los cuales 7 son independientes y sesionan cuatro veces por año.

Los Comités de Auditoría y Prácticas Societarias se reúnen por lo menos cada tres meses y están integrados únicamente por Consejeros independientes.

A través de las Asambleas Generales de Accionistas que se celebran, los Accionistas hacen llegar sus recomendaciones al máximo órgano de gobierno.

En los acuerdos adoptados por la Asamblea General Anual Ordinaria de Accionistas de Corporación GEO, S.A.B. de C.V. celebrada el 30 de marzo de 2011, se ratificó al Arq. Luis Orvañanos Lascurain como Presidente del Consejo de Administración y Director General de la Sociedad.

Para conocer los principales acuerdos adoptados por la Asamblea General Anual Ordinaria de Accionistas favor de visitar nuestro sitio de Relación con Inversionistas:

→ <http://www.corporaciongeo.com/asambleas.aspx?menu=2&submenu=12&lenguaje=>

El Consejo de Administración está integrado de acuerdo a lo establecido en los Artículos 24 y 26 de la Ley del Mercado de Valores y son seleccionados por su experiencia, capacidad y prestigio profesional, considerando además que por sus características puedan desempeñar sus funciones libres de conflictos de interés y sin estar supeditados a intereses personales, patrimoniales o económicos.

La Asamblea General Anual Ordinaria de Accionistas califica la calidad, capacidad y experiencia de cada Consejero, de acuerdo con la propuesta de integración del Consejo de Administración y el currículum de los candidatos que es publicada por la Sociedad en la página web con la anticipación necesaria a la celebración de la asamblea.

En 2011, Casas GEO no registró multas ni sanciones no monetarias significativas derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones vigentes, ni con situaciones de corrupción, competencia desleal, discriminación o violación a los derechos humanos.

→ Los accionistas, colaboradores y demás grupos de interés tienen acceso a la información de la empresa a través del sitio web de Relación con Inversionistas, que se encuentra disponible en:

[www.corporaciongeo.com](http://www.corporaciongeo.com) y en el sitio de la Bolsa Mexicana de Valores, [www.bmv.com.mx](http://www.bmv.com.mx).



Casas GEO cuenta con un Código de Ética y Conducta en el cual se establecen los criterios éticos que dirigen la conducta de todos los GEOcolaboradores y de los miembros de los órganos de gobierno con los que GEO interactúa, así como las consecuencias ante su incumplimiento.

➔ Para conocer nuestro Código de Ética y Conducta favor de visitar nuestro sitio web: <http://www.corporaciongeo.com/archivos/Código%20de%20Ética%20y%20Conducta.pdf>

Nuestro código guía nuestro comportamiento en las comunidades en donde operamos y la relación con colaboradores, clientes, proveedores y accionistas, y se basa en la aplicación de altos estándares de ética en el desarrollo de las responsabilidades asignadas, actuando contra todas las formas de corrupción, incluyendo la extorsión y el soborno.

Contemplamos un programa de cumplimiento para darlo a conocer a todos los GEOcolaboradores de nuevo ingreso, así como difusión a través de una campaña permanente a través de los medios de comunicación internos.

**En 2011, el código fue refrendado por todos los colaboradores y se dio a conocer al 98% de los nuevos ingresos.**

Dentro de las normas éticas de nuestro código destacan:

- Comportamiento **honesto e íntegro**.
- Estricta **neutralidad** en asuntos de política y religión.

- **Se prohíbe la discriminación** contra cualquier colaborador o candidato debido a su raza, religión, nacionalidad, sexo, orientación sexual, edad, estado civil o capacidades diferentes.

- **Conflicto de intereses y operaciones con partes relacionadas** de acuerdo a lo que establece la Ley del Mercado de Valores en su Art. 28 fracción III inciso b .

- **Información precisa y oportuna** con transparencia y confidencialidad.

Asimismo, se prevén medidas para evitar la competencia desleal, las prácticas monopolísticas y medidas necesarias para garantizar la libre competencia.

El código se somete a revisiones periódicas poniéndolo a disposición de los miembros de los órganos de gobierno y GEOcolaboradores para sugerencias y actualizaciones que garanticen su vigencia y mejora continua.

El Código de Conducta opera a través del sistema de sugerencias, quejas y denuncias, un servicio anónimo y confidencial, que cuenta con el buzón de voz las 24 hrs los 365 días del año. Su seguimiento es responsabilidad del Comité de Ética, que es el órgano responsable de coordinar la investigación, análisis y respuesta de los casos presentados.

**Línea directa: 54805084**  
**Del interior: 018000438422**  
**[geoetica@casasgeo.com](mailto:geoetica@casasgeo.com)**



Nuestro código  
y normas éticas

- ✓ Honestidad
- ✓ Integridad
- ✓ Neutralidad
- ✓ Inclusión

En 2011 se resolvieron 87 casos de los 97. El resto siguen en proceso de resolución.

Adicionalmente, y como una de nuestras prácticas de anti-corrupción, contamos con un área de Auditoría Interna para garantizar un cumplimiento ético en todas las operaciones del grupo. Su función es independiente de la Administración de Corporación GEO y desempeña sus responsabilidades en todo momento con imparcialidad y objetividad. En 2011 se inició el proceso de certificación de todos los colaboradores del área de Auditoría Interna como CIA (*Certified Internal Auditor*) a través de *The Institute of Internal Auditors* (IIA) con apoyo de Pricewaterhouse Coopers como asesores.

Conforme al programa anual de Auditoría aprobado por el Comité de Auditoría y en conjunto con el plan estratégico de la Dirección General, se auditaron en el 2011 un total de 18 empresas del Grupo y sus fideicomisos, lo que en total representa el 85% (\$18,064 millones de pesos) del ingreso total consolidado (\$21,163 millones de pesos).



## Sugerencias

Tipo	2007	2008	2009	2010	2011
Mejoras a la empresa	4	7	12	90	2
Protección de bienes de la empresa	2	1	10	5	
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>22</b>	<b>95</b>	<b>2</b>



## Quejas

Tipo	2007	2008	2009	2010	2011
Abusos de poder y mal trato	13	22	48	26	57
Incumplimiento a un reglamento	23	29	51	28	10
Atención y servicio al cliente	20	21	45	11	15
Pagos a proveedores y contratistas	2	3	2	1	3
<b>Total</b>	<b>58</b>	<b>75</b>	<b>146</b>	<b>66</b>	<b>85</b>



## Denuncias

Tipo	2007	2008	2009	2010	2011
Denuncias	4	5	-	-	-
Falsificaciones de documentos	-	-	-	-	-
Acoso sexual	-	-	-	-	2
Robo y sustracción de bienes de la empresa (No relevantes)	7	-	7	3	-
Acciones que deterioran o provocan menoscabo al patrimonio de la empresa (No relevantes).	-	34	14	6	8
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>39</b>	<b>21</b>	<b>9</b>	<b>10</b>



En Casas GEO generamos y nos sumamos a iniciativas federales en materia de desarrollo de vivienda.

El panorama que posiciona al sector de la vivienda como base para el crecimiento de las ciudades y la reducción de la pobreza, ha hecho que las políticas públicas se orienten al fomento del desarrollo habitacional y apoyo a la industria.



A nivel de gobierno federal, la Comisión Nacional de Vivienda (CONAVI) es la instancia federal encargada de fomentar, coordinar, promover e instrumentar la política y el Programa Nacional de Vivienda del Gobierno Federal. Dicha institución, estableció en 2011 nuevas reglas para el otorgamiento de subsidios con una evolución hacia la vivienda vertical.

Casas GEO es la empresa desarrolladora de vivienda que ejerce el mayor número de subsidios federales de la CONAVI, lo que ha derivado en haber elevado nuestras metas orientadas a la construcción de desarrollos verticales alineados a estas nuevas las políticas de vivienda.

La vivienda vertical nos permite aprovechar mejor la tierra, ya que incrementa la capacidad de nuestra reserva territorial, posibilita mejores ubicaciones con menores tiempos y costos de traslados, genera ahorros en el mantenimiento de la infraestructura y mejora el espacio público y acceso a servicios.

En resumen, la adopción de la política pública de CONAVI para subsidios y vivienda vertical ha tenido un efecto muy positivo de igual forma para GEO como para los derechohabientes.

## Generamos alianzas y alcanzamos estándares internacionales

Para alcanzar nuestro objetivo de lograr Comunidades Sostenibles, trabajamos con instituciones nacionales e internacionales que cuentan con amplia experiencia y prestigio en la materia, tales como:



### Pacto Mundial de las Naciones Unidas

Refrendamos nuestra adhesión al Pacto Mundial, cuyos 10 principios han sido incorporados a este informe como parte de nuestra Comunicación de Progreso de acuerdo a la tabla de referencia cruzada entre éstos y los indicadores GRI.

Trabajamos para promover la ciudadanía responsable, el respeto a los derechos humanos, las condiciones de trabajo, el medio ambiente y las prácticas anticorrupción asegurándonos que el negocio sea parte de la solución para los desafíos de la globalización.



### The Alliance for Climate Protection

Es una organización no gubernamental dirigida por el Premio Nobel de la Paz (2007) y ex vicepresidente de los Estados Unidos el Sr. Al Gore.

En 2010 Casas GEO firmó un convenio de colaboración con *The Alliance for Climate Protection* para participar en actividades conjuntas para definir estrategias que disminuyan los efectos negativos del calentamiento global y crear un programa de trabajo que conduzca a la creación de Comunidades Sostenibles en los desarrollos de GEO.



### Asociación de Empresas para el Ahorro de Energía en la Edificación A.C., (AEAE).

Busca trabajar en asociación con organismos públicos y con empresas privadas establecidas en México, para participar en la reducción de gases efecto invernadero, en el desarrollo sustentable y asegurar el suministro de la energía.

GEO participó en el proyecto piloto “Viviendas con Cero Energía” (*Zero Energy Housing*). Este concepto se refiere a edificios de vivienda que son energéticamente eficientes, en los cuales se alcanza un “balance cero” entre la energía consumida de la red de suministro eléctrico y la energía generada mediante fuentes renovables, durante un año.



Centro de  
Transporte  
Sustentable

### Centro de Transporte Sustentable

En el 2011, Casas GEO y el Centro de Transporte Sustentable (CTS), trabajaron conjuntamente en el diseño de un piloto en base a la Metodología DOTS (Desarrollo Orientado al Transporte Sustentable), para mejorar la movilidad no motorizada, proteger al peatón y eficientizar el transporte público. Como resultado, se logró incrementar el ancho de las banquetas, mejorar la seguridad en los cruces peatonales, aumentar los espacios públicos de calidad, construir ciclovías seguras y andadores peatonales.



Vivienda y Entorno Sustentable

### Vivienda y Entorno Sustentable

Se conformó la Asociación en pro de la vivienda y el entorno sustentable integrada por: CONAVI, SHF, INFONAVIT, FOVISSSTE, Casas GEO, URBI, SADASI, ARA y VINTE y liderados por el Dr. Mario Molina y su equipo, como expertos en el tema de cambio climático. Esta asociación pretende lograr una respuesta unida del sector vivienda a los retos del cambio climático. Se trabaja en el marco de un grupo incluyente, que comparte una visión, para tomar las decisiones adecuadas y atender las dimensiones ambientales, económicas y sociales de la sustentabilidad en la política habitacional, en beneficio de la población que habita una vivienda.

El papel que desempeña la asociación como contribución a las iniciativas sustentables en el sector es generar y validar las líneas base que se tomarán en cuenta como punto de partida para la implementación de los proyectos y la cuantificación de las emisiones evitadas.



### Ciudades 8-80

El 15 de noviembre del 2010, se firmó un convenio de colaboración con Guillermo Peñalosa, Presidente de Ciudades 8 - 80 con el fin de:

- Fomentar la participación comunitaria en el contexto de las comunidades sostenibles.

- Definir los criterios de diseño para el desarrollo de nuestro Código de Comunidades Sostenibles GEO+Más.

# 2 Juntos



hacemos  
un negocio más rentable



“Juntos hacemos un negocio más rentable”



Desempeño económico

**De acuerdo** a proyecciones hechas por el Banco Mundial, se espera que en el 2050 la población global aumente a 9 mil millones de habitantes, de los cuales, cerca del 75%, una gran parte habitará en ciudades.

En México, se estima un rezago habitacional de 20.2 millones de hogares para los próximos 20 años.

Somos conscientes de que la industria de la vivienda representa uno de los principales motores de desarrollo para el país al impactar directamente en 37 industrias y generar cerca de 2 millones de empleos.

**El desafío es construir ciudades y comunidades a través de una estrategia que garantice la sustentabilidad económica.**

La construcción de vivienda y de edificaciones comerciales e industriales participan con cerca del 3.7% del PIB, lo que se traduce en un detonador de crecimiento económico al contrarrestar la marginación social de nuestro país.

En este año, la industria de la vivienda atravesó una fase de transición hacia el crecimiento sustentable, haciendo frente a una economía mundial con incertidumbre y cambios políticos en las principales potencias económicas.

**2011** representó una oportunidad para continuar creciendo y demostrar nuestro liderazgo en el desarrollo de viviendas de interés social:

- Entregamos **57,865 casas** escrituradas.
- Registramos un **incremento en escrituraciones** del 3.2% comparado con el 2010.
- Los **ingresos aumentaron** 10.5% comparado con 2010, ascendiendo a \$21,163 millones de pesos durante el año.



	2010	2011
Casas vendidas (unidades)	56,093	57,865
Ingresos	19,154.4	21,163.0
Utilidad Bruta	6,013.7	6,675.7
Utilidad Operativa	2,994.8	3,425.9
EBITDA	4,202.4	4,738.8
Utilidad antes de Impuestos	2,245.8	2,421.6
Utilidad Neta	1,414.5	1,437.0
Efectivo e Inversiones temporales	2,228.4	2,721.2
Cuentas por Cobrar a Ventas	5.6%	12.7%
Rotación de Inventarios (días)*	604	676
Rotación de Cuentas por Cobrar (días)	21	46
Rotación de Proveedores (días)	116	131
Ciclo Operativo (días)	510	591
Apalancamiento (pasivo a capital) (veces)	2.2	2.6
Deuda Neta	6,971.8	11,085.0
Deuda Neta / EBITDA (veces)	1.7	2.3
Cobertura de Intereses	2.7	2.6
Acciones en Circulación al final del año (millones)	549.4	549.4
Reserva Territorial (unidades)	387,904	365,221

• En millones de pesos, excepto donde se indique.  
Cifras de 2010 ajustadas para efectos comparativos.



→ **NOTA:** Para conocer mayor detalle sobre nuestros resultados económicos así como nuestros estados financieros consolidados 2011, favor de consultar nuestro Informe Anual disponible en el sitio de internet de Relación con Inversionistas. ([http://www.corporaciongeo.com/Archivos/Informes/Anual/Informe\\_Anual\\_2011.pdf](http://www.corporaciongeo.com/Archivos/Informes/Anual/Informe_Anual_2011.pdf))



## Principales resultados financieros

Las casas vendidas a través de hipotecas otorgadas por **INFONAVIT** (Instituto del Fondo Nacional de Vivienda para los Trabajadores) y **FOVISSSTE** (Fondo de la Vivienda del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores del Estado) representaron el **91% del total de créditos para GEO** a diciembre de 2011, colocándonos nuevamente como líderes del sector en número de viviendas escrituradas ante ambos institutos.

El total de unidades que se concentraron en los segmentos de menores ingresos (económico, tradicional bajo y tradicional) fue de **81.8%**, comparado con el **78.5%** de 2010.

Estos indicadores reflejan nuestra estrategia social hacia la vivienda en la base de la pirámide.

Los precios promedio de nuestros productos para cada segmento en **2011** fueron:

### Económico

**\$ 220,403 pesos**

### Tradicional bajo

**\$ 262,527 pesos**

### Tradicional

**\$ 365,248 pesos**

### Tradicional plus

**\$ 591,370 pesos**

### Media

**\$ 910,982 pesos**

### Residencial

**\$ 1,574,642 pesos**



## Alianzas estratégicas (Joint Ventures)

---

Hemos establecido alianzas con socios estratégicos, lo cual nos permite garantizar una mayor capacidad de planeación, ventaja de economías de escala y la oportunidad de diversificación hacia nuevos negocios. Adicionalmente aseguramos terrenos para los desarrollos a mediano y largo plazo.

Actualmente trabajamos asociados con Prudential Investment Management y con Sólida Administradora de Portafolios, S.A de C.V. en programas de inversión para el desarrollo de diferentes proyectos inmobiliarios bajo un esquema de fideicomiso.

La reserva territorial actual nos permite mantener la suficiente flexibilidad para el desarrollo de vivienda vertical y horizontal alineada a las políticas de asignación de subsidios.

En 2011, la reserva territorial de Casas GEO equivale a 365,221 viviendas, lo que es suficiente para 4.5 años de producción considerando un crecimiento anual constante en unidades.



# 3 Juntos



somos mejores  
Todos por ti, juntos por GEO



“Juntos somos mejores;  
Todos por TI, juntos por GEO”



Desempeño social

**Como parte** de nuestro compromiso social emprendemos acciones que generan riqueza y bienestar a nuestros grupos de relación, estableciendo lazos de colaboración y compromiso compartido.

## 1. GEOcolaboradores



## 2. Clientes



## 3. Comunidad



## 4. Proveedores y contratistas



## 1. GEOcolaboradores

Con más de 38 años de existencia, somos conscientes de que la suma de cada uno de los GEOcolaboradores simboliza la imagen de prestigio de la marca GEO. Sabemos que nuestra gente es el valor más importante para el cumplimiento de nuestras metas.

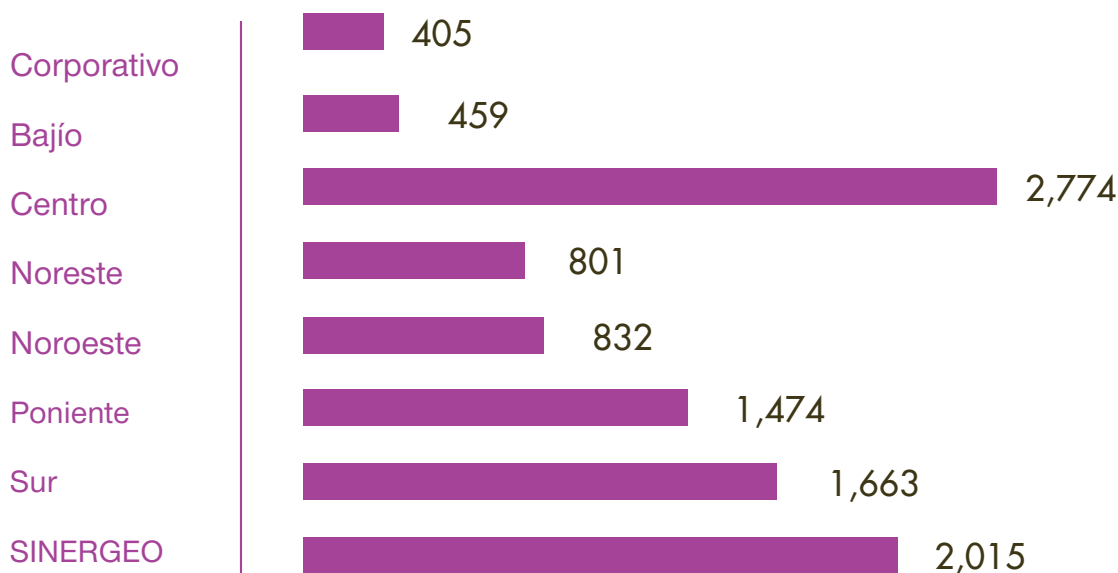
En GEO, todos los colaboradores son líderes que comparten características que los identifican y los vinculan como parte de un gran sueño.



GEO Líder es el que a través de estas actitudes vive y hace vivir la Cultura GEO, comprometido conscientemente con la misión, visión y valores. Ser GEO LÍDER es parte del ADN de todos nuestros colaboradores, siempre superando las expectativas sumamos esfuerzos por un mejor México.



#### Distribución del personal técnico administrativo



Al término del ejercicio 2011, contamos con:

**10,423** colaboradores técnico administrativos.



Al cierre de 2011, nuestra fuerza operativa estaba conformada por 14,517 colaboradores de obra bajo el esquema de nómina semanal.

Nuestra oferta laboral para personal de obra deriva del número de proyectos activos que estemos desarrollando, por lo que la permanencia de los empleados depende directamente del estado y fases de nuestros proyectos bajo la modalidad de contratación por obra determinada prevista en la legislación vigente.

Derivado de lo anterior, el número de colaboradores en obra presenta variaciones cíclicas, por lo que GEO no ofrece a ninguno de sus empleados un periodo mínimo de notificación previo a cambios organizacionales.

En GEO no existe una diferencia entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres. Así mismo los niveles profesionales que utilizamos son generales para todos y cualquiera puede aplicar dependiendo el perfil del puesto.

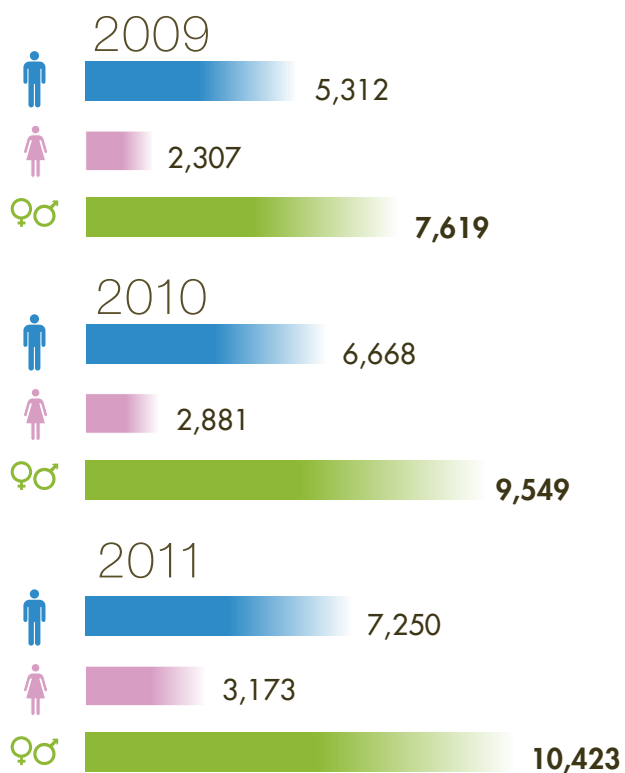
- Hemos elevado en un 40% la participación de mujeres en relación al 2009.
- El 16% de nuestros puestos gerenciales se encuentran cubiertos por mujeres.

Valoramos la experiencia y diversidad de nuestros GEOcolaboradores. De esta forma, incorporamos de forma exitosa adultos mayores de 50 años en todas las áreas de la empresa, lo que se traduce en un ambiente de conocimiento y sabiduría.

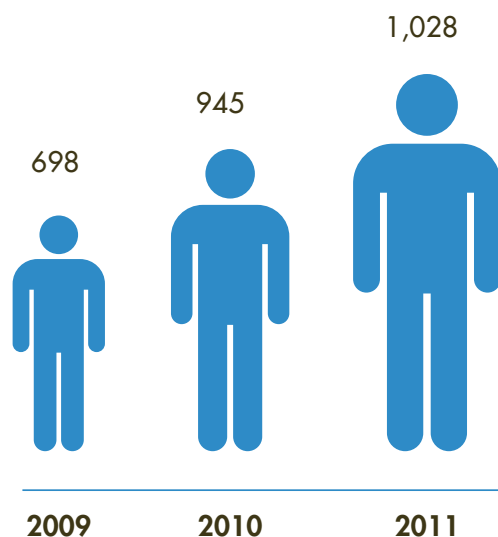


- Hemos elevado en un 43% la participación de colaboradores mayores de 50 años.

### Oferta laboral para personal administrativo



### Colaboradores mayores de 50 años





Sabemos que en manos de cada uno de los GEO Líderes está el seguir cambiando vidas en forma sostenible, accesible, oportuna y con excelente servicio. Por ello, en GEO, nuestra promesa es brindar Calidad de Vida y Plusvalía a nuestros colaboradores, lo que se traduce en un ambiente de respeto, seguridad, estimulante, de desarrollo profesional y congruente con la cultura de la empresa.

Para ello contamos con una serie de políticas y procedimientos orientados a asegurar una relación positiva y de ganar-ganar con nuestra fuerza laboral, buscando siempre su desarrollo, salud y seguridad.

Medimos y monitoreamos 10 Satisfactores de Bienestar Laboral que garantizan el desarrollo y productividad de nuestros colaboradores dentro del marco de los valores y el Código de Ética y Conducta de la empresa.



## I. Seguridad e higiene:

### • Calidad de Vida en Obra:

Con la finalidad de incrementar las condiciones y calidad de vida de nuestros trabajadores en obra, a partir del 2005, se inició este programa que a través de generar acciones concretas permite reflejar beneficios muy puntuales y medibles dentro de nuestras obras.



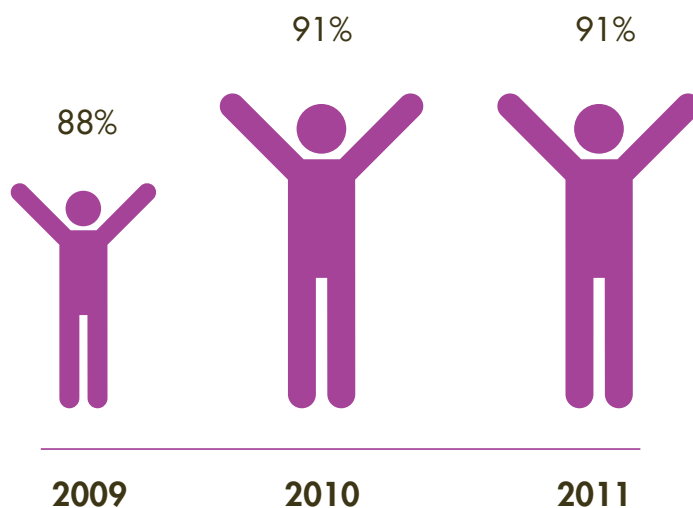
El proyecto de Calidad de Vida en Obra se ha institucionalizado y se ha creado una política que nos permite gestionar recursos para seguir impactando de forma positiva con los indicadores de costo-beneficio.

Como resultado, se han creado puestos de trabajo a nivel nacional, que nos permiten asegurar mejores condiciones para los GEOcolaboradores: Coordinadores de seguridad e higiene, médicos y enfermeras en cada una de nuestras obras.

El reto inicial se enfocó a mejorar el equipamiento y proveer de herramientas de trabajo ergonómicas especiales para cada una de las actividades que realiza nuestro personal clave en obra, así como capacitación.

En Casas GEO apoyamos con acciones convincentes y dirigidas a nuestros colaboradores de obra, aquellos que con su trabajo diario edifican los hogares que ofrecemos a nuestros clientes.

### Índice de calidad de vida en obra



En 2011 se mantuvo el nivel de calidad de vida en obra.



## Principales acciones de nuestro Programa de Calidad de Vida en Obra en 2011:

- 1** Comisión de Seguridad e Higiene asignada para cada uno de nuestros desarrollos en proceso de construcción.
- 160** cursos de seguridad e higiene
- 80** cursos de uso de equipo de protección
- 210** campañas de vacunación
- 395** pláticas preventivas
- 8,904** exámenes médicos aplicados
- 47** servicios médicos en nuestros desarrollos
- 69** comedores en obra
- 1** programa permanente de reducción de peso



Con estos esfuerzos impactamos a nuestros más de 14,962 colaboradores de obra, logrando controlar y reducir nuestra prima de riesgo, tasa de absentismo y accidentes laborales. Los beneficios de este programa se traducen no sólo en la salud e integridad de los trabajadores, sino también en el bienestar de sus familias.

### Tasa de absentismo.

<b>2010</b>		0.152
<b>2011</b>		0.148

Se redujo el índice de absentismo en 2011.

## II. Respeto personal y profesional

El ambiente de trabajo de Casas GEO se caracteriza por un total respeto hacia y entre nuestros colaboradores. En nuestro Código de Ética y Conducta se plasman los principios y valores que guían el actuar al interior y el exterior de la empresa.

El código contempla las normas que aseguran el respeto a los derechos humanos de las minorías, el rechazo al trabajo forzado y a la explotación infantil, así como la no discriminación.

Cualquier colaborador que detectara una falta a estas normas puede reportarlo a través del sistema de sugerencias, quejas y denuncias que opera las 24 horas de los 365 días del año.

Reconocemos la importancia que tienen las instituciones de diálogo social y esquemas de intermediación colectiva así como el derecho de nuestros colaboradores a negociar colectivamente en materia laboral y respetamos su libertad de asociación.

- En 2011 tuvimos 5,339 (35%) colaboradores de obra afiliados a una organización sindical.



Entre los acuerdos formales establecidos en nuestros contratos colectivos con los sindicatos, destacan los siguientes asuntos relacionados con la salud y seguridad de nuestros colaboradores de obra:

- GEO se compromete a proporcionar a todos sus trabajadores el equipo de seguridad que se requiera de acuerdo a la actividad de cada uno de ellos así como las herramientas que se requieran para el buen desempeño del trabajo a realizar, y serán responsables de su buen uso y conservación.

- En todo lo relativo a riesgos y enfermedades de trabajo, cumplimos con lo previsto en las leyes Federal del Trabajo y del Seguro Social, por lo que GEO está comprometido a afiliar a todos y cada uno de sus trabajadores ante el Instituto Mexicano del Seguro Social.

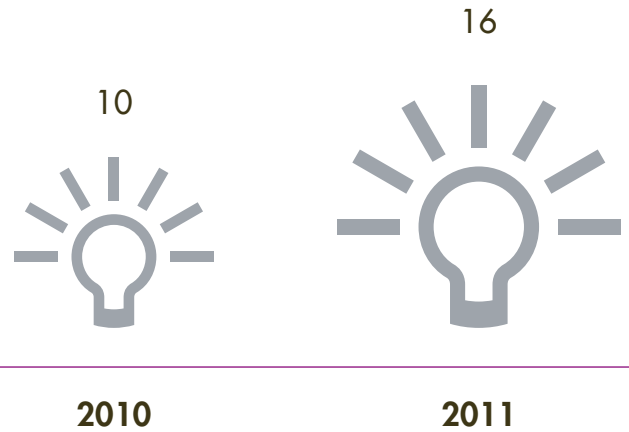
En GEO se respetan las disposiciones vigentes relativas a la edad mínima, consignadas en la legislación y la normativa laboral nacional, por ello, contamos con una política de no contratación de menores de edad ( menos de 18 años).

En 2011 tuvimos 24 colaboradores retirados mayores de 60 años.

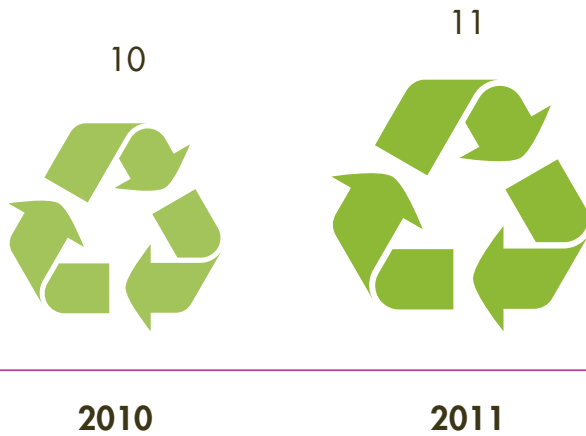


Generamos programas para el uso responsable de insumos de oficina, en especial para reducir el uso de papel, agua y energía eléctrica apoyándonos en campañas de comunicación interna.

Número de campañas a nivel nacional de uso eficiente de insumos, papel y energía eléctrica



Campañas de reciclaje o reutilización de materiales



En 2011:

1. Logramos recolectar más de 1,000 Kg en material PET.
2. Campaña permanente a nivel nacional de impresión por ambos lados de la hoja.

En 2011 se inició un nuevo proyecto para recuperar, donar o desechar de forma adecuada los equipos de cómputo y/o de tecnología mitigando su impacto ambiental.



## IV. Clima laboral estimulante

Para dar cumplimiento a nuestro objetivo estratégico #1, **“Cultura GEO”**, llevamos a cabo de forma periódica diferentes eventos institucionales que resaltan nuestros valores, historia y forma de ser.

Desarrollamos un programa anual de actividades sociales, de integración, culturales y deportivas en las que participan nuestros colaboradores y sus familias fomentando un buen ambiente de trabajo, el sentido de pertenencia y el trabajo en equipo.

### Nuestros eventos institucionales y sus objetivos son:

#### Macroeventos:

Dar a conocer las iniciativas estratégicas e indicadores así como los proyectos regionales y las metas del año en un espacio de comunicación, capacitación, integración y motivación.

**8,000** GEOcolaboradores impactados

#### Desayunos trimestrales informativos:

Establecer eventos y acciones con carácter regional adecuados a sus necesidades y características que aseguren el cumplimiento de los objetivos alineados a la GEOstrategia y a la institucionalidad.

**3,000** GEOcolaboradores impactados

#### Retos trimestrales:

Reforzar el enfoque, ejecución de la estrategia y objetivos con la participación directa de los GEOcolaboradores; así como reconocer aquellos que han cumplido con pasión y entrega el cierre del periodo que concluyó.

**8,000** GEOcolaboradores impactados

#### Convención anual:

Reconocer a los GEO Héroes de todas las áreas de la empresa, fortaleciendo la integración, cumplimiento y motivación en un clima de diversión, aprendizaje y respeto con enfoque a la Cultura GEO y a la GEOstrategia.

**1,000** GEOcolaboradores impactados

#### Santa Cruz (3 de mayo):

Celebrar con el personal de obra en un ambiente de respeto y diversión basado en nuestras tradiciones, su compromiso y disposición para construir el mejor lugar para nuestros clientes.

**15,750** GEOcolaboradores impactados



### Eventos familiares y deportivos 2011:

#### Día de la madre

Festejamos a 1,200 GEOmamá.

#### Día del niño

Festejamos a 3,800 GEOniños.

Participamos en 51 torneos deportivos con 3,000 colaboradores.

Por cuarta ocasión el equipo de Casas GEO logra la victoria de la Copa Televisa 2011 teniendo como escenario el monumental Estadio Azteca.

## V. Sentido de trascendencia

Casas GEO participa en el fortalecimiento de las organizaciones locales que representan intereses legítimos de la comunidad a través de apoyar acciones de interés público que contribuyan a reducir la desigualdad social y fortalecer el capital social, natural y humano.

**Durante 2011, trabajamos en los siguientes programas en colaboración con autoridades locales:**

**Con el apoyo del Gobierno Municipal de Zumpango, Estado de México, trabajamos en los siguientes proyectos:**

1. Deportivo Buenavista en beneficio de más de 30,000 jóvenes y niños deportistas.
2. Domo Plaza en beneficio de 200,000 habitantes y con capacidad para 550 espectadores.
3. Estadio Nuevos Paseos de San Juan: con capacidad para 1,400 personas.
4. Zona Industrial Zumpango

Asimismo, contribuimos financieramente con las autoridades en la realización de actividades o programas no partidistas, de interés o beneficio general.



**Donaciones 2011: Más de \$3,877,283 en instituciones de asistencia pública y asociaciones civiles:**

Cruz Roja Mexicana I. A. P.  
 DIF Estatal Querétaro  
 Unión de Minusválidos de Querétaro I.A.P.  
 Fundación Roberto Ruiz Obregón, A.C.  
 Fundación Josefa Vergara y Hernández, I.A.P.,  
 El Alma Nos Habla, A.C.  
 Fundación Comunitaria Morelense, I.A.P.,  
 Consejo de Hombres de Negocios A.C.  
 Fundación GEO A.C.

## VI. Evaluación del desempeño con cumplimiento de la GEOstrategia

Como parte de la estrategia de desarrollo de nuestro personal, el 100% de nuestros GEOcolaboradores reciben una evaluación de desempeño al año.

Durante 2011 trabajamos en el desarrollo de una nueva metodología para llevar a cabo nuestra evaluación del desempeño alineada a nuestros 5 objetivos estratégicos con base en indicadores específicos tales como la utilidad que genera cada colaborador.

En 2012 se iniciará la aplicación de este nuevo sistema de evaluación del desempeño para determinar el cumplimiento e de los GEOcolaboradores y establecer los incrementos salariales.



## VII. Pertenencia y orgullo

Con el fin de promover la identificación con GEO y hacer propios la cultura, los logros y retos de la empresa, a la vez que generamos compromiso y entusiasmo de ser GEO, continuamos con la publicación de nuestro GEOBoletín institucional de difusión nacional (con ediciones semanales y bimestrales) para lograr alinear los canales y mensajes de comunicación a toda la República.

- GEOboletín nacional bimestral: 6 ediciones
- GEOboletín semanal: 52 ediciones

Además hemos implementado los GEOboletines regionales con el objetivo de fortalecer el sentido de pertenencia de cada una de nuestras 6 regiones.



## VIII. Remuneración competitiva

En materia de beneficios, otorgamos con todas las prestaciones establecidas por ley.

Todo GEOcolaborador (personal administrativo y de obra) tiene derecho a vacaciones con goce de sueldo, así como el pago de una prima vacacional, por cada año de servicio cumplido en GEO, y se otorgarán de acuerdo a lo establecido en la Ley Federal del Trabajo.

El aguinaldo corresponde a 15 días para el personal de obra y asesores comerciales y 30 días para el personal administrativo por año trabajado, o su parte proporcional en caso de que no se haya trabajado durante los 12 meses del año.

Adicionalmente contamos con un seguro de gastos médicos mayores para nuestro personal administrativo con cobertura para el colaborador, su cónyuge e hijos menores de 25 años, así como con un seguro de vida.

Aseguramos para nuestros colaboradores beneficios y compensaciones competitivas en comparación con el mercado y con el sector.

En 2011:

**1,016** colaboradores recibieron promociones y/o nivelaciones.



**4,146** colaboradores obtuvieron un incremento por su desempeño.



Trabajamos en conjunto con la Amafore (Asociación Mexicana de Afores) en una campaña interna de promoción y difusión de la cultura financiera de ahorro para el retiro con el objetivo de sensibilizar a todos nuestros colaboradores sobre la importancia de planear y ahorrar para el futuro.





## IX. Capacitación y desarrollo profesional

Contamos con sistemas y programas de formación técnica, gerencial y humana que fortalecen las competencias y la efectividad vinculadas a planes de vida y carrera.

**En el 2011 se impartieron 240, 463 horas hombre de capacitación, un promedio de 22.9 horas por colaborador.**

Hemos adquirido el compromiso de trabajar en la erradicación del analfabetismo y el rezago educativo, por lo que colaboramos activamente con el Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA) y por el cual recibimos a través del Consejo Nacional de Educación para la Vida y el Trabajo (CONE-VyT) un reconocimiento como empresa comprometida con la educación de sus trabajadores en GEO Jalisco.



En 2011, **160** colaboradores se inscribieron al programa de educación de GEO/INEA.

Hemos implementado un modelo de formación en obra a través de un programa de capacitación técnica dirigida a nuestro operativo en el cual los cursos se imparten bajo el modelo "aprendiendo - produciendo" donde los tiempos de aprendizaje se distribuyen en un 80/20 práctico-teórico.

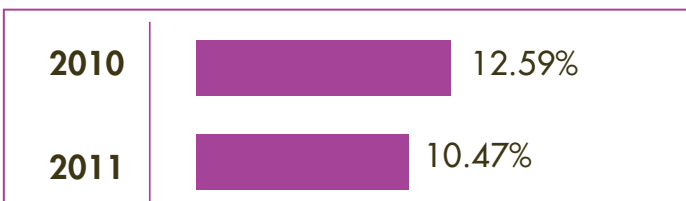


Actualmente contamos con **5** Escuelas de Cuadros Técnicos en Obra (ECTOS) de donde han egresado más de **500** colaboradores de obra.

## X. Estabilidad laboral

Trabajamos por establecer condiciones de continuidad laboral basadas en el crecimiento de la organización y en el logro de los resultados y la superación personal.

### Índice de rotación laboral no deseada



**Se redujo nuestro porcentaje de rotación en un 2.12%.**

Apoyamos el crecimiento y desarrollo profesional individual de nuestros GEO Líderes. En 2011 otorgamos 62 apoyos de becas para la realización de estudios de postgrado, especialización y actualización, con el fin de fortalecer sus competencias beneficiando su desempeño.

2011 representó un año importante en materia de capacitación, pues logramos implementar de forma exitosa la Fase I del nuevo Sistema de Planificación de Recursos Humanos. Esto nos permite mejorar, eficientar, homologar y controlar los procesos administrativos y de servicios internos para nuestros GEOcolaboradores.

Mediante la estandarización de las políticas y procedimientos del área de Desarrollo Humano, logramos un mayor control sobre los costos operacionales. Con esta primera fase, logramos homologar los procesos de nómina, comisiones, estructura organizacional y administración de personal.

En 2012, se iniciará la Fase II que contempla los módulos de reclutamiento y selección, perfiles de puesto, capacitación, compensaciones, evaluación del desempeño, relaciones laborales y seguridad e higiene.



Este año reconocimos a 760 colaboradores por sus más de 5 años de antigüedad, de los cuales 50 cuentan con más de 20 años trabajando en la empresa.

## 2. Clientes

### Trabajamos para ofrecerles el Mejor Lugar para Vivir

El compromiso con nuestros clientes se traduce en constante innovación y desarrollo de acciones que nos permitan garantizar un mejor producto que genere plusvalía a través del tiempo.

Mediante 10 categorías, hemos identificado los **Satisfactores de Bienestar** que alineados a nuestros objetivos estratégicos, nos permiten conocer y cumplir con las necesidades de los clientes que habitan las comunidades que desarrollamos.

A través de nuestra Política de Calidad de Vida Comunitaria, aseguramos la integración de los satisfactores dentro de nuestras comunidades.



### 1. Organización de vida comunitaria y diseño urbano

Crear una comunidad mediante el fortalecimiento del tejido social y urbano que propicie la organización y la vida en comunidad.



### 6. Áreas verdes y espacios públicos

Crear espacios públicos, seguros, accesibles, incluyentes y altamente funcionales que fomenten la integración comunitaria así como estilos de vida saludables.



### 2. Vivienda

Proveer un hábitat que brinde privacidad seguridad y confort mediante la optimización de recursos materiales y procesos desarrollados dentro de un marco de sostenibilidad y satisfacción.



### 7. Abasto de servicios

Prever centros de abasto y servicios básicos accesibles para todos los consumidores, diseñados pensando en los clientes interesados en adquirirlos, privilegiando la economía local y fomentando una comunidad autosuficiente.



### 3. Servicios básicos

Brindar servicios básicos de infraestructura y equipamiento, observando siempre el cumplimiento de la normatividad ambiental vigente.



### 8. Salud

Garantizar centro de salud en la comunidad y dotificarlo de acuerdo a las características y necesidades de la misma.



### 4. Transporte

Crear una comunidad sostenible que potencie un sistema de conexiones físicas y emocionales que privilegie al peatón y al ciclista en primer término.



### 9. Empleo

Facilitar la conectividad a las fuentes de empleo internas y fuera de la comunidad.



### 5. Seguridad

Proveer las condiciones básicas de infraestructura urbana y social, que minimicen los riesgos y amenazas a la integridad física y patrimonial.



### 10. Educación

Garantizar estancia infantil, jardines de niños, primarias, secundarias, preparatorias y centros comunitarios accesibles a todos.

## Así buscamos ser mejores

Trimestralmente generamos un indicador denominado **Índice de Plusvalía y Calidad de Vida Sostenible (IPLUCAVIS)**, el cual nos permite medir cada una de nuestras unidades de negocio con un enfoque hacia la creación de comunidades sostenibles.

La metodología de este indicador contempla los siguientes ejes de medición:

- Evaluación de los Satisfactores de Bienestar.
- Medición del nivel de satisfacción del cliente.

**Durante 2011, nuestro IPLUCAVIS alcanzó un promedio nacional de 81.3 comparado contra el 81.1 de 2010.**

Sólo a través de conocer su opinión, preferencias, aquello que les satisface y aquello que no, es posible construir una empresa basada en el cliente.



En 2011 aplicamos un total de **65,454 encuestas** a nuestros clientes en diferentes etapas del proceso posteriores a la venta para conocer su **nivel de satisfacción**.

Las encuestas que aplicamos se enfocan en evaluar la calidad, el servicio y la puntualidad en los siguientes procesos:

### Plática de inducción

Una vez escriturada la vivienda, con este proceso garantizamos que los clientes conozcan todas las condiciones (derechos, obligaciones, ventajas, restricciones) que tiene al adquirir una vivienda sujeta al régimen de propiedad en condominio y/o el cumplimiento del reglamento interno del desarrollo.

**En 2011 se encuestó a un total de 23,629 clientes en este proceso, con los siguientes resultados:**



Pláticas de inducción									
	Abril - Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Promedio 2011
<b>Promedio*</b>	9.14	8.90	8.84	8.89	8.91	8.89	8.94	8.99	<b>8.94</b>
<b>Encuestas</b>	3,076	3,161	1,755	1,754	3,057	3,630	3,374	3,822	<b>23,629</b>

- El 89.6 % de los clientes calificaron con 9 y 10, que son los únicos rangos admisibles.

- El objetivo 2012 es reducir el porcentaje de clientes con rangos de calificación no admisibles, de un 10,4 % a un 5%

\*Rango de calificación de 1 a 10

## Entrega de viviendas

Este procedimiento consiste en asegurar que todos nuestros clientes reciban, en la fecha prometida, un producto de excelente calidad, tanto en la parte de vivienda, incluyendo servicios de agua y luz, como en urbanización (áreas comunes), haciendo del momento de la entrega de la vivienda un día especial y trascendente, con base en un acto emotivo y significativo para nuestros clientes.



**A la entrega de la vivienda, se encuestó en 2011 a un total de 25,292 clientes, con los siguientes resultados:**

- El 94.7% de los clientes calificaron con 9 y 10.
- El objetivo es reducir el porcentaje de clientes con rangos de calificación no admisibles, de un 5.3% a un 3%.

Entrega de vivienda									
	Abril - Mayo	Junio	Julio	Agos.	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Promedio 2011
<b>Total general</b>	9.20	9.36	9.30	9.31	9.28	9.36	9.33	9.54	<b>9.34</b>
<b>Encuestas</b>	3,390	3,267	1,726	1,879	3,150	4,154	3,793	3,933	<b>25,292</b>



## Atención de garantías:

Mediante nuestro proceso de atención de reportes de garantías, brindamos atención profesional de los desperfectos que puedan aparecer en las casas que entregamos.

Esto nos permite llevar una estadística detallada de la incidencia de los mismos para encontrar las soluciones apropiadas y disminuir gradualmente su impacto.

Cuando un cliente presenta un reporte de desperfectos en su vivienda, cubierto por las garantías, se aplica una encuesta al término de la reparación correspondiente.

**En el año 2011 se aplicaron un total de 5,528 encuestas, con los siguientes resultados:**



Atención de garantías									
	Abril - Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.	Promedio 2011
<b>Total general</b>	9.23	9.38	9.37	9.38	9.50	9.45	9.60	9.46	<b>9.42</b>
<b>Encuestas Aplicadas</b>	402	672	532	546	862	948	772	794	<b>5,528</b>

El 92.8% de los clientes calificaron con 9 y 10, que son los únicos rangos admisibles.

**El objetivo en 2012 es reducir el porcentaje de clientes con rangos de calificación no admisibles, de un 7.2 % a un 5%.**

## Satisfacción del cliente con su vivienda:

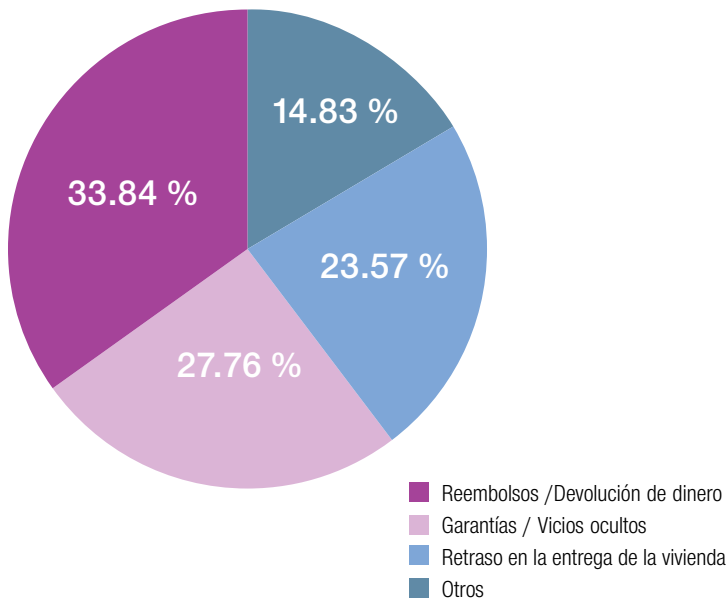
Cada tres meses, a través de Línea GEO centro de "atención telefónica" realizamos una encuesta vía telefónica a clientes que ya habitan sus viviendas para evaluar su nivel de satisfacción.

**En el año 2011 se encuestó a un total de 10,605 clientes. Los resultados de estas encuestas se comparan en la siguiente tabla contra los resultados obtenidos en 2010:**

Pregunta	2010		2011	
	Promedio 2010	% Clientes de 9 y 10	Promedio 2011	% Clientes de 9 y 10
¿Considera que lo que pagó por su casa es poco, lo justo, o mucho por la casa que recibió?	85.97	76.3%	87.35	80.7%
¿Cómo califica en términos generales la calidad de vida en su comunidad habitacional?	88.38	57.7%	89.14	61.9%
¿Cómo califica la atención de garantías o desperfectos presentados en su vivienda?	78.52	69.2%	82.61	72.8%
¿Cómo califica la atención del asesor de ventas?	86.53	74.2%	87.02	76.1%
¿Cómo califica las condiciones de su casa cuando se la entregaron?	78.76	81.5%	80.99	83.8%
¿Cómo califica la calidad de su casa?	83.29	82.6%	84.17	85.4%
¿Cómo califica los servicios de drenaje, alcantarillado, alumbrado público, vialidades, etc.?	85.09	46.0%	85.81	49.4%
¿Cómo califica el equipamiento y/o atractivos del conjunto?	87.68	45.7%	88.46	59.4%
¿Cómo califica la disponibilidad de servicios comerciales básicos cercanos?	75.32	86.2%	76.39	87.8%
¿Cómo califica el servicio de transporte público?	77.55	80.5%	79.37	81.4%
¿Cómo califica el diseño o el estilo de su casa?	89.65	65.0%	89.83	71.4%
¿Cómo califica los servicios de agua y luz en su vivienda?	86.64	82.6%	87.57	84.3%
<b>Promedio global</b>	<b>83.61</b>	<b>71.7%</b>	<b>84.89</b>	<b>74.2%</b>

Los incidentes, fruto del incumplimiento o de la insatisfacción de nuestros clientes se reportan mediante la PROFECO (Procuraduría Federal del Consumidor).

### Reporte de PROFECO 2011



El porcentaje más alto proyectado en la gráfica responde a reembolsos / devolución de dinero. En este punto de manera particular el problema percibido es que el cliente una vez que emite su adelanto puede cambiar de parecer y consecuentemente solicita su reembolso.

### Así nos acercamos a nuestros clientes:

Al cierre de 2011, contamos con más de 2,100 asesores capacitados para ayudarle al cliente a encontrar las opciones más adecuadas a sus necesidades.

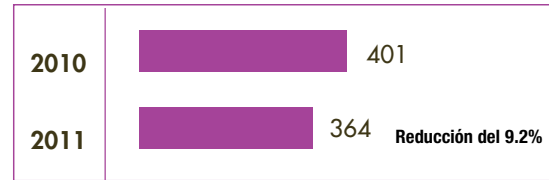
### Nuestra estrategia de comercialización es uno de los principales diferenciadores con respecto a la competencia.

En GEO, además de contar con los canales tradicionales (Centros de Atención a Ventas), tenemos la meta de "ir por el cliente", y esto lo hacemos a través de canales innovadores.

El **28%** de nuestras ventas se realizan por canales innovadores.

GEO fue la primera desarrolladora que creó el concepto de las "Tiendas". Las Tiendas GEO son puntos de distribución ubicados en lugares estratégicos a nivel nacional, en donde se les asesora y presenta virtualmente la Comunidad GEO a nuestros clientes. Además se les lleva sin costo alguno a conocer

Comparando el número de quejas de 2010 a 2011 podemos reportar lo siguiente:



### Otra herramienta para medir nuestro desempeño es el Índice de Satisfacción del Acreditado (ISA).

Esta es la calificación que otorgan los compradores de vivienda nueva a la desarrolladora/constructora que les vendió la casa, y se obtiene a partir de encuestas telefónicas aplicadas de manera aleatoria entre acreditados del INFONAVIT que hayan adquirido y habiten una vivienda nueva.

El índice mide el nivel de satisfacción que los habitantes tienen con la vivienda, el desarrollo habitacional, la atención y servicio que les brindaron, así como la relación entre precio pagado y valor recibido.

Mientras más alto es el ISA, más satisfechos están quienes le compraron a la empresa calificada. La máxima calificación que se puede obtener es de 100 puntos.

En 2011 obtuvimos una calificación de 79.39, un punto arriba contra el 2010 (78.39).

físicamente el desarrollo en una unidad móvil cómodamente equipada (GEO Bus).

Otra estrategia es nuestra Línea GEO, un centro de atención telefónica dedicado a la atención del cliente por medio de un número 01 800 sin costo para los clientes y nuestra página web.

Nuestros asesores le dan seguimiento a cada llamada o contacto, y apoyan al cliente con información que le facilite el proceso de compra de una Casa GEO. También se tiene contacto con los clientes por medio de redes sociales (Facebook y Twitter).

Anualmente se generan 2 millones de llamadas a clientes potenciales y se reciben 1 millón de llamadas de clientes.

**Línea@GEO**  
El mejor lugar al alcance de tu mano

Socio GEO es nuestro programa de lealtad y va dirigido a todas las personas mayores de edad (clientes, colaboradores y público en general) que deseen tener un ingreso adicional a través de la recomendación continua de prospectos.

Socio GEO ofrece a su comunidad de socios un esquema de beneficios que contempla descuentos en diferentes establecimientos comerciales, asistencias privadas, un seguro de vida, así como una comisión por cada vivienda escriturada.

GEO Fácil es nuestro programa de ahorro diseñado para personas que no pueden comprobar ingresos y que cuentan con la suficiente capacidad de pago. De esta forma, brindamos una solución real a los clientes que no pueden acceder a un crédito hipotecario en ninguno de los esquemas tradicionales.

En 2011, se firmaron más de 1,100 escrituras con GEO Fácil, contra 614 de 2010.



## Socios GEO 2011

Socios GEO Colaboradores	2,857
Socios GEO Clientes	7,456
Socios GEO Independientes	3,635
<b>Total Socios GEO 2011</b>	<b>13,948</b>



## Testimonio de un Socio GEO:

*“Soy madre soltera y vivo en Ecatepec, Estado de México. Conocí a Casas GEO por que vine a preguntar por el programa GEO Fácil y un asesor me platicó del programa Socio GEO y fue como me inscribí y empecé a participar. Me gusta mucho el programa porque me ha dado la oportunidad de ayudarles a muchas personas, además de que mis familiares y amigos ya me conocen como SOCIO GEO y esto me ha abierto muchas puertas”.*

*“Mi hija también ha sido testigo de todo lo que yo he vivido como Socio GEO, de los eventos que se han realizado para nosotros y ella también me ha dado todo su apoyo y me ha inspirado a que siga adelante y echándole muchas ganas para conseguir las metas que hemos planeado juntas”.*

**Maria Marcela Vega Patiño**  
Socio GEO desde 2009



## Comunicaciones y mercadotecnia

Casas GEO maneja una línea de comunicación clara y honesta que promueva la convivencia familiar en armonía con el ambiente y con la comunidad presentando imágenes y frases alusivas a reuniones en familia, actividades deportivas o recreativas al aire libre en compañía de familiares y amigos, buscando fomentar una interacción sana con la comunidad y con el entorno.

Bajo el mismo esquema, las actividades promocionales que se programan son pensadas en brindar a las familias mexicanas la oportunidad de mejorar su calidad de vida en una comunidad sostenible en la que su vivienda valdrá más con el paso del tiempo.

Con respecto a los patrocinios, se participa en múltiples actividades (deportivas, sociales y culturales) busca que éstas estén ligadas a algún proyecto de apoyo social o comunitario. Por ejemplo, se otorgó un patrocinio en la carrera “Corriendo por México”, apoyando la entrega de becas de estudios a jóvenes de bajos recursos.



## Información sobre nuestros productos y servicios

Una vez que nuestros clientes adquieren su vivienda en una Comunidad Sostenible GEO, les hacemos entrega del Manual del Propietario, un documento que tiene como objetivo servir como guía al cliente en el proceso de conocer el “funcionamiento” de su vivienda y conjunto habitacional, e indicar la forma de darle mantenimiento preventivo para garantizar la plusvalía del inmueble.

**El Manual del propietario contiene la siguiente información:**



### Manual del propietario

1. Localización regional del proyecto, plano general del conjunto habitacional, número de unidades de vivienda, descripción de lo que se ofrece y lo que no se ofrece o se prohíbe en el conjunto (equipamiento, servicios generales, accesos, delimitación perimetral, vigilancia, estacionamientos, etc.), así como un croquis con la ubicación de los servicios más cercanos al conjunto: centros comerciales, bancos, escuelas, parques, lavanderías, etc.
2. Información acerca de lugares, horarios y requisitos para contratar los servicios de energía eléctrica, agua, teléfono, gas, televisión por cable, pago de impuesto predial, sistema de recolección de basura, etc.
3. Orientación acerca de la vida bajo el régimen de propiedad en condominio.
4. Ventajas de nuestro sistema constructivo: uso de la más alta tecnología, bondades del diseño arquitectónico y urbanístico, regulación de las protecciones de herrería para puertas y ventanas (plano arquitectónico de diseño de las mismas), antena de televisión, red de teléfono, mantenimiento preventivo de las diferentes instalaciones (métodos y frecuencias), procedimiento para presentar un reporte por desperfectos cubiertos en las garantías del inmueble, garantías (vigencia y coberturas), recomendaciones en caso de diferentes emergencias.
5. Información sobre la ampliación o remodelación de la vivienda.
6. Teléfonos y correo electrónico de: servicios públicos, de emergencia, de servicio al cliente, calidad de vida comunitaria, call center, así como los nombres de los responsables de estos últimos servicios.

En cumplimiento con la Ley Federal de Protección de Datos (<http://lfpdp.mx>), garantizamos que los datos que nos proporcionan nuestros clientes no sean utilizados indebidamente ni susceptibles a extraviarse.

Para ello contamos con varios aliados estratégicos que nos permiten mantenernos a la vanguardia tecnológica, resguardando la información de clientes y socios de negocio sin perder operatividad, como es el caso de Oracle, un centro de datos que cuenta con altos niveles de seguridad.

## Iniciativas para la mejora continua

SinerGEO es la iniciativa de Casas GEO que nace con la misión de fortalecer la GEOstrategia acompañando al cliente a lo largo de su vida, para diversificar con rentabilidad al Grupo.

Al cierre de 2011, se encontraba conformada por más de 1,000 colaboradores enfocados en brindar soluciones a nuestros clientes. Se generaron ingresos por más de 300 millones de pesos.

Adicionalmente se trabaja con personal altamente capacitado y con el perfil adecuado para que se desempeñen responsablemente en sus labores diarias, además de contar con el Código de Ética y Conducta que es un documento que todos los GEOcolaboradores conocen y con el que están comprometidos.



Puntos de venta y acercamiento con nuestros clientes, (16 distribuidos en el área metropolitana de la cd. de México y en el interior de la república) localizados en zonas céntricas de las ciudades que tienen presencia GEO. Se comercializan productos de todos nuestros desarrollos y prototipos.



Tiendas de conveniencia ubicadas dentro de nuestros desarrollos dedicada a satisfacer las necesidades de abasto de nuestros clientes bajo el concepto de "mini súper de barrio" cuidando tanto su economía, como la ecología de las comunidades.



Brinda opciones de financiamiento. Ofrece una amplia gama de préstamos para equipar, remodelar o ampliar la vivienda.



Empresa especializada en el diseño y decoración de interiores. Ofrece la mejor opción de equipamiento con mobiliario hecho a la medida de la casa, permitiendo así la optimización de espacios.



Ofrece soluciones integrales de administración profesional dentro de nuestras comunidades para generar desarrollos sostenibles con plusvalía y calidad de vida. En 2010 se consolidó el programa de Hipotecas con Servicios del INFONAVIT por medio del cual se cobra la cuota de mantenimiento desde dicha institución y en 2011 un total de 4,800 viviendas fueron administradas con este programa contra las 1,899 de 2010.



Proporciona servicios de telecomunicaciones de última generación en los hogares de nuestros desarrollos para brindar televisión por cable, internet y telefonía IP. Actualmente opera en el Estado de México, Morelos y Querétaro con planes de extender operaciones al resto de los estados en donde tenemos presencia.

### 3. Comunidad

Nuestro compromiso social involucra el desarrollo sostenible de las estructuras y redes sociales que permitan a las comunidades ser independientes y autosuficientes.

Con base en nuestra política y estrategia de Comunidades Sostenibles, generamos acciones concretas dirigidas a los habitantes de nuestros desarrollos y comunidades aledañas.

Durante 2011, realizamos una inversión social en infraestructura y equipamiento de más de \$1,455 millones de pesos.



En educación:

+ de

100 aulas de jardín de niños y guarderías  
140 aulas de primaria  
110 aulas de secundaria



En espacios públicos y áreas verdes:

+ de

250,000 m<sup>2</sup> de jardines vecinales  
180,000 m<sup>2</sup> de zonas deportivas



En transporte y vialidades:

+ de

2,500,000 m<sup>2</sup> en obras de urbanización  
160 Km de estructura ciclista instalada  
26,000 bicicletas entregadas a nuestros clientes



En servicios básicos:

13 plantas de tratamiento de agua





Con la misión de promover, coordinar y garantizar el establecimiento de proyectos sostenibles de desarrollo comunitario, Fundación GEO trabaja en el mejoramiento de la calidad de vida y entorno de las comunidades.

El Programa de Desarrollo Comunitario está orientado a fomentar la organización comunitaria con la participación directa y activa de la población y tiene como objetivos:

- Impulsar y ejecutar acciones sostenibles que mejoren la calidad de vida de los habitantes de las comunidades;
- Facilitar el acceso a Satisfactores de bienestar social en materia de salud, educación, empleo, seguridad y vida comunitaria en los espacios públicos mediante alianzas y esquemas de colaboración dentro o fuera de la comunidad que permitan a la comunidad cumplir sus objetivos;
- Desarrollar una cultura que promueva el trabajo colectivo y el bien común al establecer metas que beneficien a todos.

El programa opera mediante mesas de trabajo en las cuales se determinan las necesidades de la comunidad a partir de un proceso de diagnóstico y planeación participativa.

Estas acciones se evalúan mediante una metodología de evaluación de impacto, la cual mide los indicadores de impacto mostrando el avance real del programa en los rubros de salud, educación, empleo, espacios públicos y seguridad a partir de una base cero y evaluando las soluciones y servicios ofrecidos así como la población beneficiada.

En este año, el Programa de Desarrollo Comunitario impactó a más de 36,000 personas.

#### Número de beneficiarios del Programa de Desarrollo Comunitario



#### Acciones del programa de desarrollo comunitario

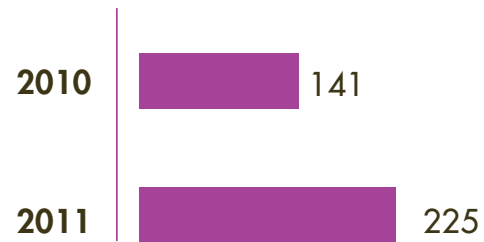
Satisfactor de Bienestar	Infraestructura	Servicios
Educación	Centro de cómputo (20 equipos) 2 aulas de Preescolar	17 nuevos talleres comunitarios Apertura ICATI (5 oficinas) Preparatoria abierta
Empleo / Abasto	“El Ofertón de Pilares”, 50 locales comerciales habilitados	Microcréditos Compartamos Banco 2 cooperativas para producción de piñatas 2 Ferias de empleo
Espacios Públicos / Vida comunitaria	2 canchas de futbol 5 teléfonos públicos Reforestación de más de 5000 árboles	Academia de futbol Academia de basquetbol Becas para escuela de natación
Salud	3 farmacias de genéricos 1 farmacia naturista 2 consultorios médicos Desayunos calientes en 1 escuela	30 jornadas de salud
Seguridad	3 casetas “Tecallis” con vigilancia permanente	

## Relación de actividades realizadas en 2010 y 2011

Fundación GEO es responsable de asegurar la operación sostenible de los Centros de Desarrollo Comunitario (CDC), los cuales son espacios públicos creados para el desarrollo integral de los habitantes de las comunidades y en donde se llevan a cabo actividades productivas, educativas, culturales y deportivas.

Los centros comunitarios cuentan con infraestructura como plaza, auditorios, cafeterías, centros de cómputo, consultorio o farmacia, estancia infantil, invernadero, ludoteca, parque infantil, salón de usos múltiples y servicios como servicio de café internet, capacitación técnica, clases de cómputo o de deporte, educación básica para adultos, preparatoria abierta y talleres comunitarios.

### Educación, empleo, espacios públicos, salud, seguridad y vida comunitaria



Se incrementó el número de actividades realizadas en 2011 en un 60%.

## Día de la Comunidad

En 2011, llevamos a cabo como cada año el “**Día de la Comunidad**”, nuestro proyecto de acción sostenible que busca mejorar los Satisfactores de Bienestar con mayor oportunidad en cada uno de nuestros desarrollos.

En este día, los habitantes de la comunidad GEO, las comunidades aledañas y los colaboradores como voluntarios, participan para trabajar en pro de la autogestión de las comunidades.



### Evolución del Día de la Comunidad



Los proyectos ejecutados contemplaron temas como el mejoramiento de espacios públicos, jornadas de salud y jornadas deportivas.

## Alianzas con otras instituciones

Con la finalidad de trabajar en equipo en temas afines, Fundación GEO ha establecido alianzas con prestigiosas instituciones del país, tales como:

Organización	Objetivo
CDI	Implementar modelo de alfabetización digital y centros de cómputo
CEMEX	Programa "Patrimonio Hoy" Asesoría y financiamiento para la ampliación de la vivienda
CONADE	Apoyo y asesoría para operación de centros deportivos populares
ILCE	Programas de educación a distancia y certificación en competencias laborales
PROEMPLEO	Programa "Emprende" para la capacitación y desarrollo de nuevos emprendedores
Fundación Dondé	Programas de apoyo a la educación a través de módulos educativos comunitarios
Grupo Carso para la salud	Establecer centros de salud de primer contacto
PREPANET (ITESM)	Preparatoria abierta en línea
Compartamos Banco	Programa de microcréditos para mujeres Proveedor de árboles y plantas y asesoría para su cuidado
Fundación Murrieta	Programa de rescate de espacios públicos "Pinta Tu Casa"
Tecamac Vendom	Apoyo económico para operación de Centros Comunitarios en Zumpango, Edo de Mex.
Universidad Panamericana	Apoyo en programas de rescate de espacios públicos
Universidad Autónoma del Estado de México	Apoyo en actividades de desarrollo comunitario a través de servicio social de alumnos

## Procuración de fondos 2011

Con el fin de ser transparentes en nuestras acciones sociales, generamos el **Reporte de Procuración de Fondos 2011** de la Fundación GEO:

Concepto	Periodo			
	2007	2008	2009	2010
<b>Corporativo</b>	\$2,044,073.7	\$3,815,545.0	\$1,174,250.0	\$927,700.0
<b>Donativos de colaboradores</b>	\$82,804.5	\$476,457.4	\$793,808.1	\$993,804.0
<b>Donativos en efectivo</b>	\$76,130.0	\$783,696.8	\$591,550.0	\$578,012.9
<b>Donativos en especie</b>	\$122,846.1	\$3,226,232.0	\$1,815,973.0	\$535,579.0
<b>Total ingresos</b>	\$2,325,854.3	\$8,301,931.2	\$4,375,581.1	\$3,035,095.9

Para 2012, nos hemos trazado las siguientes metas:

1. Incrementar el número de actividades comunitarias en un 80% y el número de participantes en un 70%
2. Iniciar la operación sostenible de tres centros comunitarios, a través del correcto diseño de espacios y usos.
3. Incrementar la procuración de fondos en un 250%.
  - Para conocer más sobre nuestra fundación, les pedimos visitar el sitio de internet: <http://fundaciongeo.com/>





## 4. Proveedores y contratistas

Trabajamos con el propósito de establecer y mantener una relación de largo plazo basada en la confianza, la cooperación y la generación de valor agregado con nuestros proveedores y contratistas.

Actualmente, contamos con más de **25,000 proveedores** y contratistas, de los cuales el **95%** son nacionales, y provienen de las localidades donde trabajan. A través de ellos generamos más de **20,000 empleos** de forma indirecta.

Nuestro catálogo de proveedores y contratistas está integrado únicamente por aquellos que compartan nuestros valores éticos y que además posean una sólida reputación de equidad e integridad en su trabajo.

Como parte de este compromiso social y de nuestro proceso de institucionalización, llevamos a cabo desde 2009 el **Programa de Certificación y Evaluación de Proveedores y Contra-**

**tistas** a nivel nacional a través de una metodología de gestión y desarrollo que contempla un análisis en temas de responsabilidad social empresarial.

**De 2009 a 2011 hemos certificado a un total de 108 proveedores y contratistas.**

Implementamos un proceso de retroalimentación en el cual les solicitamos a los proveedores y contratistas certificados que nos hicieran llegar sus comentarios de acuerdo a los resultados obtenidos para poder mejorar el proceso puntualmente en donde se detectó alguna falla.

Como resultado de este proceso de retroalimentación, se detectaron las siguientes áreas de oportunidad:

Áreas de oportunidad	Acciones
<b>Almacén.</b> - Falta de cuidado en el material durante la estiba causando daños en los mismos.	Repartición de fichas técnicas a los almacenes sobre la buena estiba del material, así como capacitación a los almacenistas.
<b>Contratos.</b> - Tiempo excesivo en la generación de los contratos.	Generación de políticas y control de las mismas sobre la elaboración de un contrato (incluyendo tiempos y documentos anexos).

Como una de nuestras mejores prácticas, en 2011 Casas GEO participó en el programa "**Liderazgo Ambiental para la Competitividad**", una iniciativa de la SEMARNAT (Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales).

Invitamos a 9 proveedores estratégicos a desarrollar proyectos de ecoeficiencia ambiental con beneficios tanto ecológicos como económicos en colaboración con la PROFEPA (Procuraduría Federal de Protección al Ambiente).

- **Accesorios Plásticos para la Construcción S.A. de C.V. (DAC)**
- **Grupo Industrial en Poliestireno S.A. de C.V. (GIPSA)**
- **Grupo Imperquimia S.A. de C.V.**
- **Industrial Bloquera Mexicana S.A. de C.V.**
- **IUSA S.A de C.V.**
- **LEVITON S. de R.L. de C.V.**
- **TAMEX S.A. de C.V.**
- **URREA Dando Vida al Agua S.A. de C.V.**

# 4 Juntos



**Usamos**  
responsablemente los  
recursos naturales

“Juntos usamos responsablemente los recursos naturales”



Desempeño ambiental



**Parte fundamental** de la transformación de las viviendas de Casas GEO en comunidades sostenibles es su compromiso con el medio ambiente. Nuestra estrategia comprende iniciativas enfocadas a la reducción del impacto ambiental a mediano y largo plazo.

# 4 programas de reducción del impacto ambiental

## Programas para el aprovechamiento y cuidado de los recursos naturales.

En Casas GEO hemos implementado los siguientes programas para optimizar el uso de los recursos naturales.

### 1) GEO+Más

El enfoque de este proyecto es generar eficiencia y ahorro para darle más a nuestros clientes por el mismo precio.

En términos ambientales, este programa establece los criterios de uso de tierra y materiales así como los lineamientos en materia de espacios públicos y diseño urbano para el desarrollo de nuestras comunidades sostenibles.

En 2011 incrementó el número de viviendas verticales lo que se tradujo en mayores espacios públicos, más metros de casa y ahorros en infraestructura (Vialidades, instalaciones, servicios).

### 2) Hipoteca Verde INFONAVIT

Este programa otorga un monto adicional de crédito para financiar eco-tecnologías en la vivienda tales como sistemas ahorradores de agua, lámparas fluorescentes y calentadores solares. Esto se traduce en ahorros representativos en el consumo de agua y energía, otorgándole la posibilidad de una mayor capacidad de pago al derecho habiente.

En congruencia con los requerimientos institucionales llevados por INFONAVIT, GEO se ha destacado en la dotación de ecoeficiencias en la vivienda en 2011 al ser la desarrolladora mediante la cual se implementó un mayor número de hipotecas verdes.



### 3) Asociación “Vivienda y Entorno Sustentable A.C. (VESAC)

A través de esta asociación, las desarrolladoras de vivienda a nivel nacional, el gobierno y la academia comparten la responsabilidad en la gestión sustentable en las iniciativas del sector. La asociación está conformada por la CONAVI, SHF, INFONAVIT, FOVISSSTE, y por las principales desarrolladoras de vivienda: Casas GEO, URBI, SADASI, ARA y VINTE. La iniciativa está liderada por el Dr. Mario Molina y su equipo, como expertos en el tema de cambio climático.

Por medio de esta iniciativa trabajamos en la política habitacional desde la perspectiva de la sostenibilidad.



### 4) GEOplanta.

Es una política que establece criterios de vegetación para cada zona climática donde GEO tiene presencia. El fin es generar espacios públicos distintivos para nuestras comunidades con ahorros de agua y energía. Esta se desarrolló en conjunto con Desarrollo y Gestión Urbana (DGU), una consultora independiente con experiencia en el manejo de espacios públicos sustentables a nivel nacional.

### Los principales objetivos de la Asociación Vivienda y Entorno Sustentable son:

- Acciones tendientes al desarrollo de conjuntos habitacionales sustentables que contribuyan a la preservación y mejoramiento del medio ambiente, fomento y uso sustentable de los recursos naturales.
- Constituir un sistema central de información de cobertura nacional y vínculo con organismos nacionales e internacionales para la difusión e intercambio de información en el mercado de la vivienda y de adelantos tecnológicos que se den en materia de vivienda sustentable.
- Fomentar y realizar investigación y desarrollo tecnológico de materiales y procesos constructivos, pruebas de mercado y sistemas de información relacionados con la vivienda.
- Desarrollar convenios, contratos, pactos y cualquier otro tipo de acuerdos con dependencias o entidades del gobierno federal o gobiernos estatales y/o municipales. También podrá celebrar convenios con asociaciones civiles y organizaciones no gubernamentales.
- Generar las condiciones para el intercambio de información y colaboración entre los miembros de la asociación en materia de vivienda.



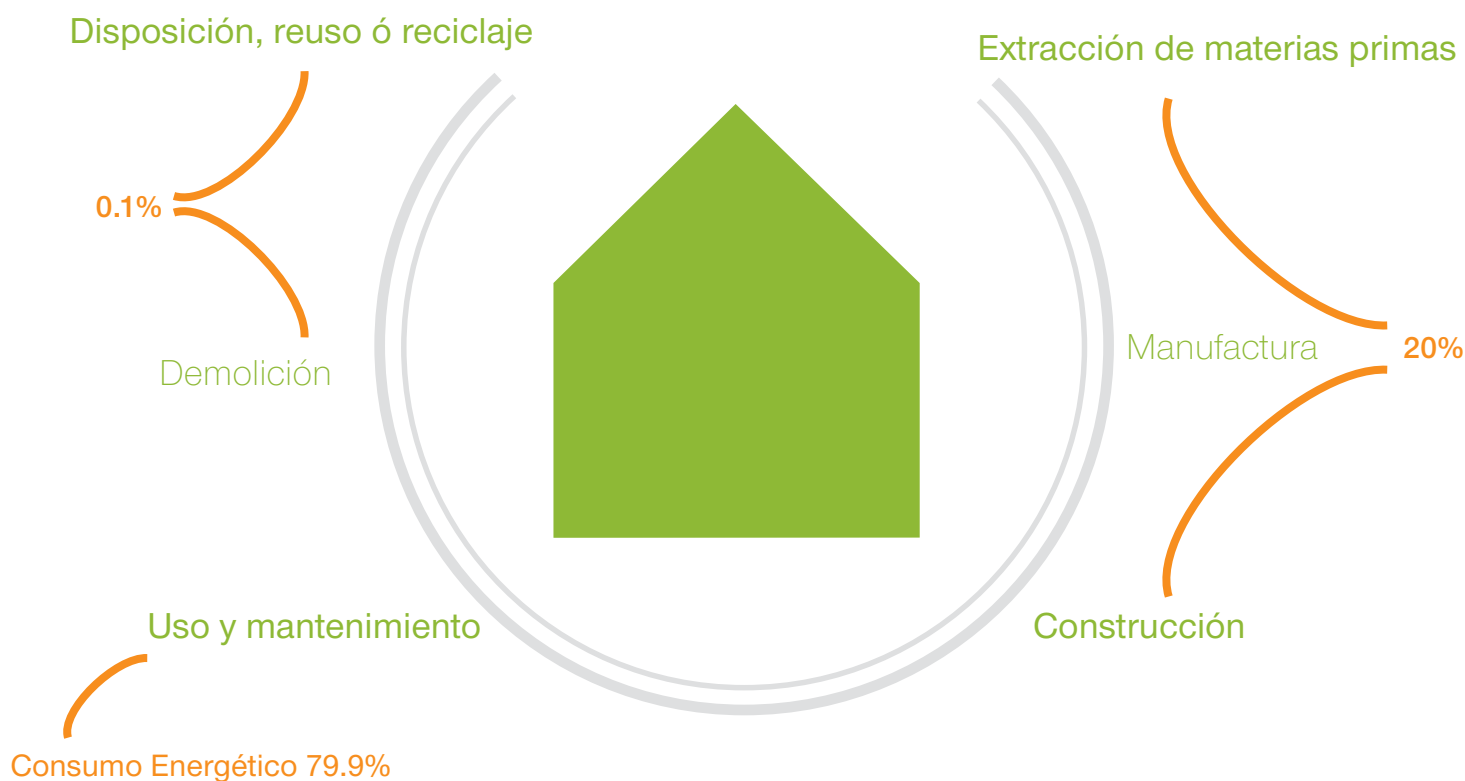
Bajo la premisa de que lo que no se mide no se puede mejorar, en 2011 trabajamos de la mano con el Centro Mario Molina en un estudio de análisis y medición del impacto ambiental de la industria de la vivienda en todas las etapas del ciclo de vida de una vivienda.

Derivado de este estudio, hemos podido identificar en dónde se encuentran nuestro impacto más alto de manera que podamos tomar medidas para mitigarlo.

### El estudio comprende seis áreas:

1. Uso eficiente de la energía
2. Cuidado del agua
3. Biodiversidad
4. Transporte
5. Manejo adecuado de desechos
6. Innovaciones ambientales

### Etapas del ciclo de vida de una vivienda



En la Figura I se observa que es en las etapas de extracción de materias primas, manufactura y construcción donde ocurre aproximadamente el 20% de los impactos ambientales de la vivienda, mientras que el 80% restante se lleva a cabo en la etapa de uso y mantenimiento.

Fuente: CMM: Evaluación del Desempeño de la Vivienda. Elaborado con datos de Crawford, 2011.



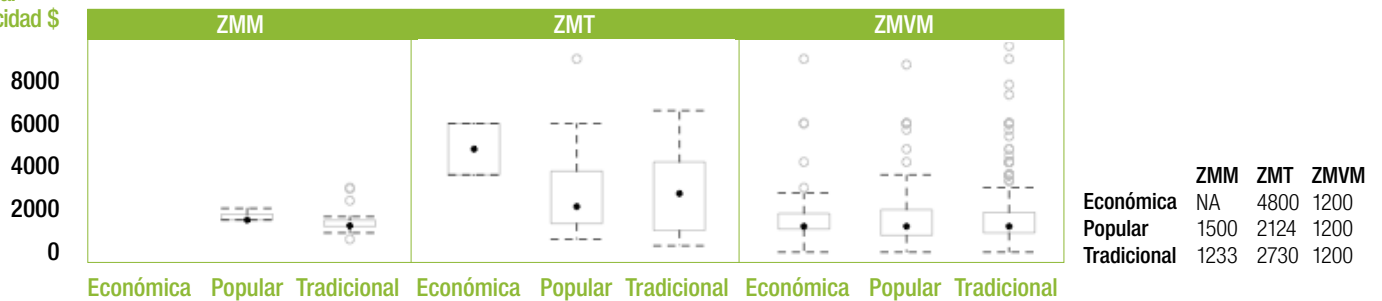
En Casas GEO hemos logrado disminuir el uso de la energía por medio de diversas iniciativas, tales como el programa Hipoteca Verde, diseño bioclimático y la instalación de equipos fotovoltaicos y sistemas de iluminación LED.

**Medición del uso de energía en nuestras vivienda**

A través de una encuesta realizada por el Centro Mario Molina, establecimos indicadores del consumo anual de energía eléctrica por cada vivienda de Casas GEO en uso y la frecuencia de los pagos.



**Gasto anual en electricidad \$**



**Fuente:** CMM: Evaluación de la sustentabilidad de la vivienda en México.  
**ZMM:** Zona Metropolitana de Monterrey  
**ZMT:** Zona Metropolitana de Tijuana  
**ZMVM:** Zona Metropolitana del Valle de México

**Hipoteca Verde**

**Ahorros de energía de viviendas con Hipoteca Verde en 2011**

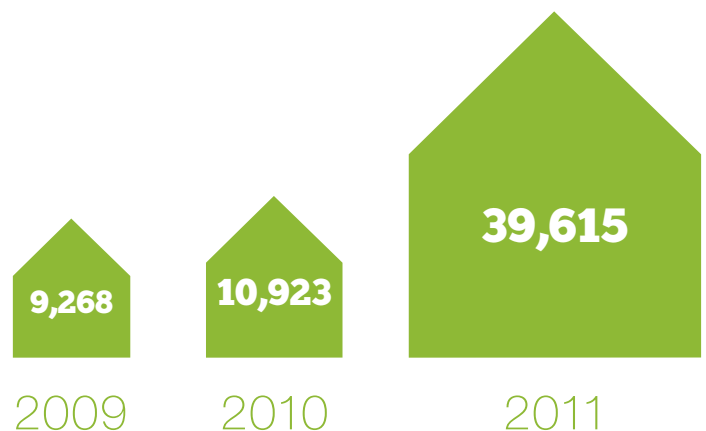
Mediante la implementación de calentadores de agua, calentadores de paso, aislamiento térmico y lámparas fluorescentes logramos los siguientes ahorros de CO2:

Unidades	Ton de CO2 evitadas por el total de viviendas
Ton CO2/kh año por calentadores de agua	3,126
Ton CO2/kh año por calentadores de paso	8,241
Ton CO2/kh año por aislamiento térmico en zonas cálidas	655
Ton CO2/kh año por lámparas fluorescentes	4,489

Las unidades presentadas en esta tabla comprenden el total de 39,615 viviendas construidas con Hipotecas Verdes.

Esto representa un total de 2.07 toneladas de CO2 evitadas al año por vivienda.

**Incremento de Hipotecas Verdes en Casas GEO de 2009 a 2011**



## Equipos fotovoltaicos

Otra de las iniciativas para la conservación y mejoras energéticas en la eficiencia en la vivienda, fue la instalación de equipos fotovoltaicos para alumbrado público y otras áreas de importancia para las comunidades.



**Equipos fotovoltaicos:** Compuestos por: una lámpara de bajo consumo de energía (generalmente LEDs); un panel fotovoltaico; una batería y un controlador de carga; todo esto integrado a un poste. Cada uno de estos equipos puede proporcionar un ahorro de energía de entre 300 a 500 W/ Hora diarios en contrataste con los sistemas tradicionales

## Impacto social del uso eficiente de energía

Con la implementación de nuestro programa de eficiencia energética hemos logrado importantes ahorros en la economía familiar de nuestros clientes. Considerando que el perfil socioeconómico de nuestros clientes oscila en el segmento de 1- 6.99 VSM (veces el salario mínimo), su ahorro mensual aproximado es de \$215 pesos.

### Ahorro económico de nuestros clientes

Segmento VSM	Ahorro mínimo mensual \$
1 - 6.99	215.00
7 - 10.99	290.00
De 11 en adelante	400.00

**VSM: Veces Salario Mínimo**

**Fuente:** Manual Explicativo de Vivienda Ecológica, Hipoteca Verde, INFONAVIT (Diciembre, 2011).

## Cuidado del agua

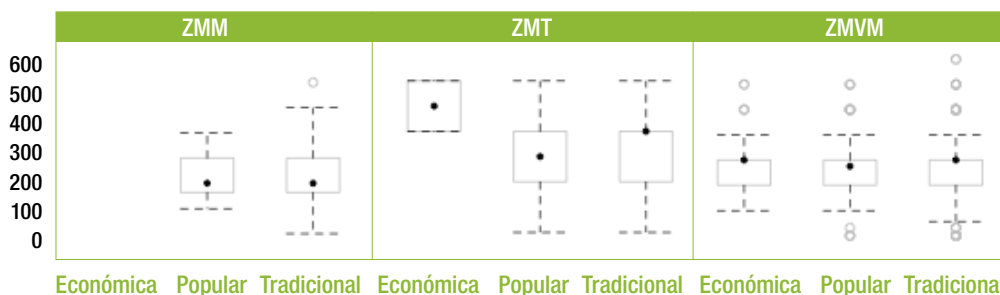
Uno de los recursos más importantes en el ámbito del desarrollo de la vivienda es el agua. Es por esto que en Casas GEO implementamos acciones que nos permiten garantizar el adecuado manejo y permanencia de este recurso vital.

### Medición del consumo de agua en nuestras viviendas

Mediante la implementación del estudio del Centro Mario Molina se identificaron los consumos generales, siendo la Zona Metropolitana de Tijuana donde se encuentran niveles más altos de consumo en el entorno de la vivienda tradicional. Esto se midió de acuerdo al nivel de dependencia de la vivienda y su entorno sobre el suministro de la red.



### Consumo anual de Agua (m³)



	ZMM	ZMT	ZMVM
<b>Económica</b>	NA	444.7014	296.4676
<b>Popular</b>	222.3507	296.4676	278.2176
<b>Tradicional</b>	222.3507	370.5845	296.4676

**Fuente:** CMM: Evaluación de la sustentabilidad de la vivienda en México.

**ZMM:** Zona Metropolitana de Monterrey

**ZMT:** Zona Metropolitana de Tijuana

**ZMVM:** Zona Metropolitana del Valle de México

### Ahorros de agua de viviendas GEO con Hipoteca Verde en 2011

Nuestras iniciativas de cuidado del agua son:

#### Ahorros de agua con la iniciativa de Hipoteca Verde

Los ahorros bajo el esquema de Hipoteca Verde se derivan de la implementación de sistemas ahorradores de agua como son muebles sanitarios de bajo consumo, regaderas ahorradoras de agua y kits de llaves ahorradoras de agua.

Muebles sanitarios de bajo consumo	Regadera ahorradora de agua	Kits de llaves ahorradoras de agua
231,352	462,703	433,784
m3/año	m3/año	m3/año

Ahorro por el total de viviendas con Hipotecas Verdes al 2011.

Esto representa un ahorro de 28.47 m3 de agua por vivienda al año.



#### Reciclaje de agua en 2011

Al 2011 se encontraban en operación **19 Plantas de Tratamiento Fijas:**

- 10 en el Estado de México (Villas de la Laguna, Hacienda Las Misiones, Hacienda Las Misiones 2da. Etapa, Hacienda Vista Real, Las Palmas 3ra. Etapa, Hacienda Santa Clara, Real Santa Clara, Pueblo Nuevo, Villas del Campo, Jardines de Santa Teresa y Santa Cruz).
- 2 en Morelos (Campo Verde y Arco Antiguo);
- 1 en Jalisco (Arvento);
- 2 en Veracruz (Hacienda Sotavento y Hacienda los Cafetales);
- 1 en Pilares.

Como parte de nuestra estrategia GEO+Más consideramos en nuestros desarrollos la construcción de:

- Plantas de tratamiento que nos permiten reutilizar agua para uso doméstico en nuestros desarrollos;
- Vasos de regulación para captación de agua que nos permite reutilizarla para uso urbano, riego y para recarga de mantos acuíferos;
- Pozos de absorción y charolas de regulación; y
- Humedales y otros elementos de paisaje urbano que nos permiten hacer un uso más eficiente del recurso.

La construcción y operación de las plantas de tratamiento derivan en ahorros de agua:

### Ahorros de agua de viviendas GEO con Hipoteca Verde en 2011

Volumen de agua tratada en 2011	Volumen de agua reutilizada en 2011 (m3/año)	Volumen de agua reutilizada en 2011 (pipas de 10 m3)	Ahorro anual por reuso de agua (considerando \$300 por pipa)
7,925,221	1,614,997	144,220	43,265,923
Tratamiento	Reutilización	Número de pipas	Ahorro anual en pesos

**Nota:** Información referente a las plantas de tratamiento reportadas. Para estos resultados realizamos estudios específicos de cada una pero a manera de síntesis reportamos los datos globales.

Del volumen de agua tratada, una gran parte se ha donado a los municipios y otra parte considerable se deposita en la red municipal.

El agua ha sido reutilizada en el riego de áreas verdes en nuestros desarrollos y también en algunos de los procesos constructivos, evitando así el uso de 144,220 pipas que normalmente se contratarían para regar estos espacios.





Uno de los aspectos más importantes de la estrategia medioambiental de Casas GEO es la conservación de la biodiversidad.

### Medición del terreno urbanizable en la construcción

Los impactos a la biodiversidad más importantes en el ámbito de la construcción son aquellos derivados del proceso de urbanización relacionados al cambio de uso de suelo. Para identificar el impacto de GEO se consideró el estudio del Centro Mario Molina, cuyos resultados arrojan que la empresa se asienta particularmente en terrenos cuyo uso predominante es el agrícola por lo que el nivel de vulnerabilidad es bajo.



### Vivero Ciudad Verde



Como parte de las iniciativas realizadas en 2011 con alto respeto a los espacios naturales protegidos y áreas de alta biodiversidad destacan:

	Categoría	Ponderación	Vulnerabilidad
1	Área urbana	0	Muy baja
2	Área sin vegetación aparente	10	Muy baja
3	Área agropecuaria	20	Baja
4	Especial	30	Baja
5	Pastizal natural	40	Media
6	Vegetación hidrófila	60	Alta
7	Matorral	70	Alta
8	Selva	90	Muy alta
9	Bosque	100	Muy alta

Fuente: CMM: Evaluación de la sustentabilidad de la vivienda en México.



### Vivero Ciudad Verde

En el 2011, el Vivero tuvo una producción de **23,000 árboles** de diversas especies<sup>1</sup>, los cuales fueron sometidos a un proceso de crecimiento y reembolso para su desarrollo. De una altura original de entre 15 cm a 35 cm, logramos que el 56 % de este material vegetal llegara a una altura entre los 65 cm a 100 cm, de manera que el siguiente año ya cumplan con una altura de 150 cm a 180 cm y con ello puedan salir a ser plantados a los diversos desarrollos.

Asimismo se logró la colocación de **848,000 plantas** en los diversos desarrollos que atendemos, de las cuales el 43.6 % fueron árboles y el resto fueron plantas de ornato.

De esta manera cumplimos con el objetivo de desarrollar el mayor número de árboles con un método integral donde todos los recursos que le fueran aportados a la vegetación se aprovecharan al máximo, manteniendo un equilibrio natural y con ello lograr ser una unidad de negocio que proteja y preserve el medio ambiente.

<sup>1</sup> Trueno (*Ligustrum lucidum*), Cedro blanco (*Cupressus Lusitanica*), Liquidámbar (*Liquidambar styraciflua*), por mencionar algunas.

## Programas educativos del Vivero Ciudad Verde

Paralelo a las acciones referentes al Vivero Ciudad Verde, Casas GEO tiene la tarea de impartir cursos de capacitación a los niños que habitan nuestros desarrollos. Esto con el fin de crear en ellos una conciencia ambiental y de que conozcan el proceso de crecimiento de una planta y valoren las que tienen en su comunidad como fuente de oxígeno para los seres vivos. En estos cursos les impartimos a los niños las diversas técnicas de sembrar hortalizas así como también la forma correcta de plantar un árbol.

## Hábitats protegidos o restaurados

En colaboración con la Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT) y la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas, en GEO Baja California participamos en el programa de conservación y manejo: Zona de Preservación Ecológica: Cañon Doña Petra - Presa Emilio López Zamora, Municipio de Ensenada, B.C.

El objetivo general de este programa es garantizar la recarga de acuíferos; la conservación de la diversidad biológica y paisajística, con el propósito de lograr el aprovechamiento sustentable de los recursos a través del disfrute de los servicios ambientales que ofrece la zona.

## El área natural protegida contempla una superficie de 205 Has.

Derivado de los trabajos que se realizan de vegetación y áreas verdes también se realizan trabajos de restauración y reforestación de arboledas.

Otros trabajos que se llevan a cabo dentro de los desarrollos son los trasplantes de árboles que se logran rescatar durante el proceso de construcción. Estos se conservan mediante un proceso denominado banqueo y se trasladan a diversos puntos dentro de la misma obra ya sean camellones, glorietas, accesos o espacios públicos. Con ello vestimos nuestros desarrollos con árboles de gran talla y no dañamos la vegetación nativa que se encuentra en los predios.

Hemos realizado trasplantes de árboles en diversos desarrollos de Zumpango y en la Hacienda Margarita, en Hidalgo.

Tenemos un convenio con Probosque, una institución del Gobierno del Estado de México, que apoya con la donación de árboles en etapa de desarrollo. Por medio de Probosque en 2011 logramos plantar **5,462 árboles** durante el evento de El Día de la Comunidad con Fundación GEO.



### Programa de educación ambiental

En 2011 fuimos visitados por 3 grupos de 35 niños de desarrollos de Zumpango, Estado de México. El objetivo de estas visitas fue enseñar a los padres e hijos las diversas técnicas para cultivar hortalizas para el autoconsumo en sus hogares y de esta manera impactar también en el cuidado de las áreas verdes de su comunidad.

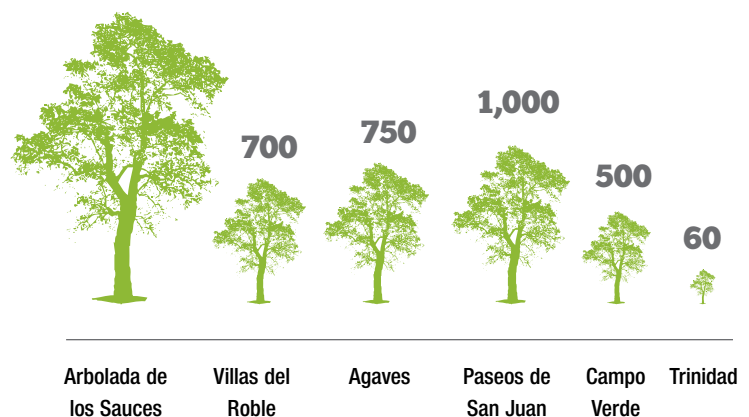


### Reforestación en Valle de los Sauces

El desarrollo Valle de los Sauces en Atacomulco, Estado de México, cuenta con una arboleda que comprende un inventario de alrededor de 1,000 árboles dentro de los que se encuentran principalmente el Sauce Ahuejote y el Tejocote, los cuales se están restaurando para que forme parte del desarrollo, con lo que logramos:

- Preservar la vegetación endémica de la zona,
- Contribuir a la conservación del medio ambiente,
- Tener fuentes directas que produzcan oxígeno para las personas que habitan en ese lugar,
- Brindar espacios para poder realizar actividades físicas al aire libre.

### 2,452 Árboles plantados en nuestros desarrollos



El transporte es una fuente significativa de emisiones contaminantes, por lo cual nos esforzamos en disminuir su impacto ambiental en nuestras actividades y desarrollos.



Material transportado	Kilómetros recorridos
Asfalto	208 km ZMT 43.4 km ZMM 90 km ZMVM 1,311 km ZMC
Acero	2,449 km
Block	15.5 km ZMM
Cemento	109.3 km ZMT 21.9 km ZMM 29.5 km ZMVM 319 km ZMC
PVC	2,360.5 km ZMT 4.3 km ZMM 399 km ZMVM 2,041 km ZMC

**Fuente:** CMM. Evaluación de la sustentabilidad de la vivienda en México.

**ZMM:** Zona Metropolitana de Monterrey

**ZMT:** Zona Metropolitana de Tijuana

**ZMVM:** Zona Metropolitana del Valle de México

**ZMC:** Zona Metropolitana de Cancún

### Maquinaria de Casas GEO

En Casas GEO contamos con el parque de maquinaria más extenso en México, el cual comprende:

- 3,449 equipos mayores y menores y 869 vehículos de transporte desde camionetas utilitarias hasta camiones de todo tipo.
- Los más altos estándares de disminución de ruido y reducción de gases contaminantes a la atmósfera.
- La maquinaria tiene un promedio de antigüedad de 5.6 años.

Para mantener en óptimas condiciones a todos nuestros equipos, GEO cuenta con un área de Maquinaria, integrada por un gran equipo de profesionales, conformado por 234 personas (personal administrativo y de mantenimiento), los cuales garantizan el correcto funcionamiento de los mismos, a fin de evitar que afecten al medio ambiente con ruido y emisiones contaminantes fuera de norma.





## Impacto por transporte de personal o clientes

Contamos con sistemas de transporte en los desarrollos que nos permiten hacer un uso racional y eficiente de energía y con ello reducir el impacto generado por la transportación en obra. En 2011 recorrimos 11,580,000 kms.

Algunas de las medidas implementadas para reducir estos recorridos son:

- Control de combustible vía sistema que no permite a los transportes suministrar más combustible que el que indica el tiempo que el motor de los vehículos estuvo encendido.
- Vehículos que transportan a los habitantes de nuestros desarrollos hasta los puntos en donde de manera colectiva pueden utilizar el transporte público hacia sus centros de trabajo.
- Contamos con transportes que llevan en conjunto a los clientes a los desarrollos para ver físicamente la comunidad GEO.

## Infraestructura ciclista en las comunidades GEO

Con el fin de favorecer la movilidad alternativa, en nuestros desarrollos creamos ciclovías y espacios que fomenten la peatonalidad. En 2011 logramos consolidar 160 Kms de infraestructura ciclista.



### Kilómetros recorridos por transportación en obra

11,365,000



2010

11,580,000



2011

### Emisiones de gases de efecto invernadero de Casas GEO 2011:

**Emisiones directas:** 2,547.6 Ton de CO<sub>2</sub>

**Alcance:** Solamente se reportan las emisiones por Km recorridos para la transportación en obra.

### Kilómetros de infraestructura ciclista consolidada

100



2010

160



2011

### Bicicletas entregadas a nuestros clientes

20,000



2010

26,271



2011

## Implementación de metodología DOTS (Desarrollos Orientados al Transporte Sustentable).

En alianza con el Centro de Transporte Sustentable (CTS), una organización internacional sin fines de lucro enfocada a generar entornos urbanos competitivos bajo esquemas de transporte sustentable, en 2011 implementamos la metodología DOTS en el nuevo desarrollo de La Noria en Zumpango, lo que nos permitió incrementar el espacio peatonal y ciclista en un 70% para fomentar espacios más competitivos y amables para el usuario tanto en vialidades como en claustrros habitacionales.



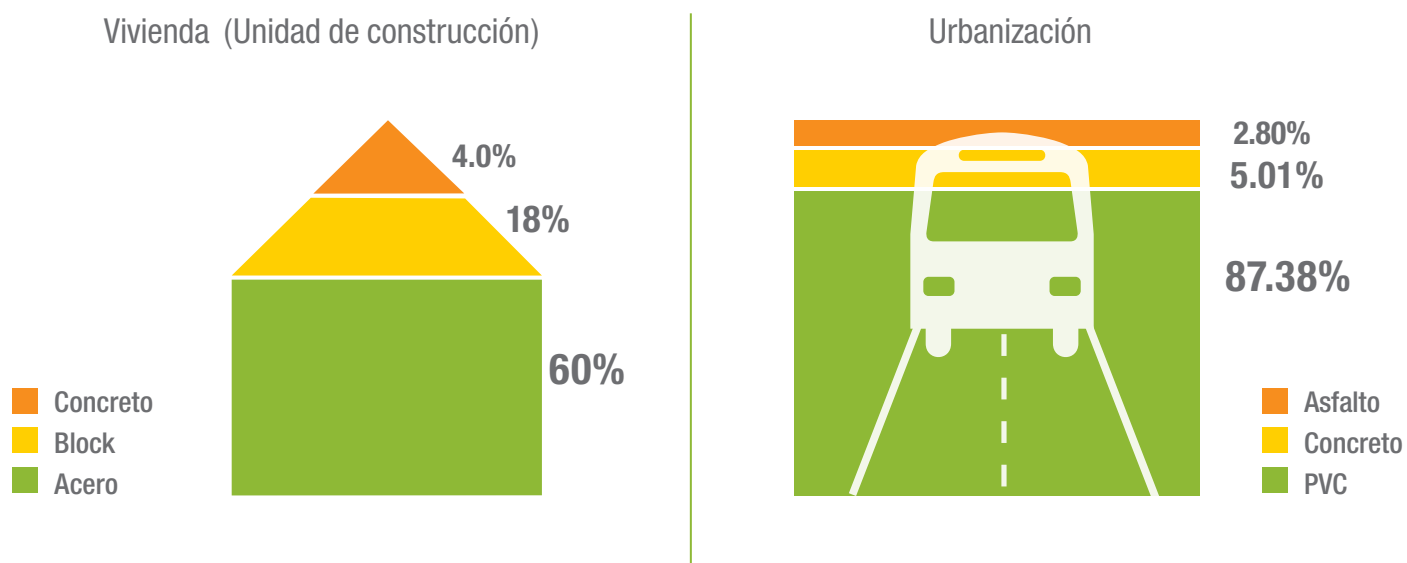
## Manejo adecuado de desechos

### Materiales utilizados

En el proceso del desarrollo y construcción de la vivienda utilizamos diversos materiales de construcción, todos de la mejor calidad, lo cual contribuye a la eficiencia de nuestros procesos y productos.

Gracias al estudio del Centro Mario Molina, identificamos los siguientes materiales en la construcción de la vivienda: concreto, block y acero, que representan el 82% del total de la vivienda, en contraste con la urbanización donde predomina el asfalto, el concreto y el PVC.

Proporción en peso de los principales materiales de construcción en la vivienda (unidad de construcción) y en la urbanización.



Fuente: CMM; Evaluación de la sustentabilidad de la vivienda en México.

## Principales materiales valorizados usados en la vivienda

Los materiales valorizados más utilizados en el desarrollo de la vivienda son el concreto, los morteros, el block, el acero y los materiales precolados.

Vivienda (mts2)	Porcentaje de los materiales que son valorizados (solo vivienda)			
	Concreto y moteros	Block	Acero	Precolados
45	14.46	9.68	11.81	5.66
58	18.5	12.5	13.73	6.81
37	23.37	5.74	13.69	

La información referida en este cuadro aplica a los prototipos de vivienda de 45, 58 y 37 mts<sup>2</sup> más representativos de la empresa.

## Etapa de construcción

Para esta etapa el mayor impacto, de acuerdo al estudio CMM se deriva del uso de diesel para las actividades de compactación y nivelación de un metro cúbico de terreno.

El consumo del combustible por compactación y nivelación de un metro cúbico de terreno es de 1.84 litros de diesel consumidos por hora.

El consumo de agua por el metro cuadrado de vivienda es de 79 litros.

## Residuos de la construcción

### Desperdicio de materiales

De acuerdo al sistema tradicional de construcción, el desperdicio de los materiales usados en la vivienda se desglosa de la siguiente manera:

<b>Concreto</b>	1% de desperdicio.
<b>Acero</b>	No se considera desperdicio por ya venir en un paquete definido para el prototipo de vivienda.
<b>Block liso gris</b>	1.5 % de desperdicio.
<b>Tubería de PVC</b>	1% de desperdicio.



Otros sistemas constructivos considerados de última generación, como ALPHA tienen una merma de materiales no mayor a 0.1% (para mayor referencia de este sistema constructivo ver el apartado especial de ALPHA en la sección de Innovación Ambiental: Eficiencia de producción).





**Eficiencia en la producción**

Dentro de los procesos de producción industrial se implementan acciones para eficientar los procesos tanto de producción como de construcción, tales como:

- Investigación y desarrollo de concretos y morteros con mejor desempeño.
- Estudios de logística de suministro de materiales y mano de obra con el fin de eficientar tiempos y costos de movimientos en los procesos de la obra misma.
- Evaluación y, en su caso, renovación de equipo y maquinaria clave en los procesos.
- Prefabricación de elementos en la fábrica de ALPHA:



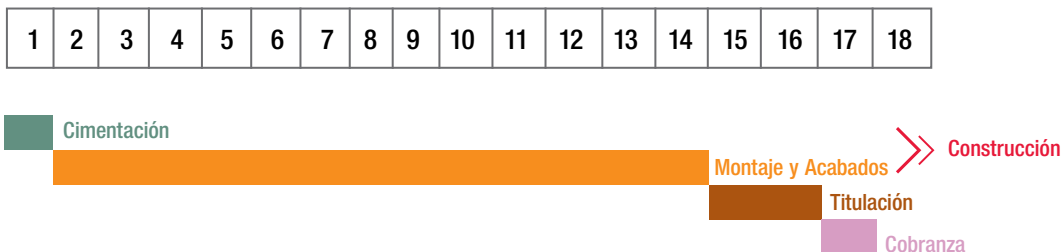
**ALPHA**

Es la fábrica de vivienda industrializada de GEO, mediante la cual se reduce la merma de materiales.

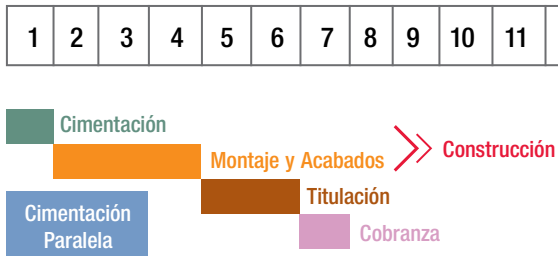
Mediante **ALPHA**, en 2011 logramos reducir los tiempos del montaje de vivienda vertical al sistema tradicional en nueve semanas.

**Comparativo del sistema ALPHA vs el sistema tradicional**

Sistema tradicional de construcción vertical



Sistema industrial ALPHA para construcción vertical

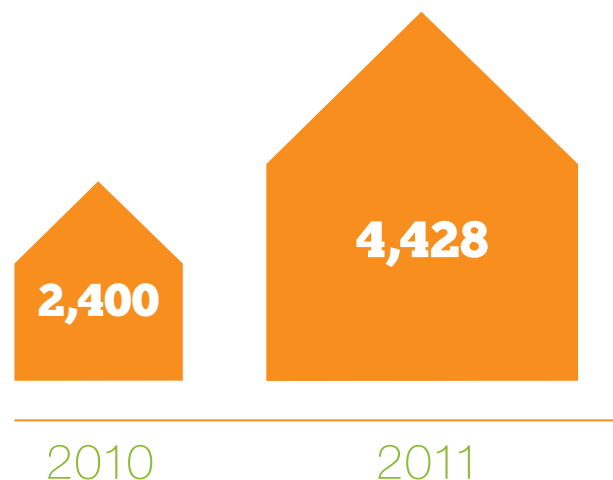


Fuente: ALPHA.


## Total de vivienda construidas con ALPHA 2010 - 2011

Con la fábrica ALPHA, este año logramos construir **4,421 viviendas**. En comparación con 2010 se identifica un incremento de 2,028 viviendas más.


Iniciaron operaciones dos plantas ALPHA más, una en Monterrey y una en Jalisco, con una capacidad de producción de **1,500 viviendas verticales** cada una. La inversión fue de \$123MDP (millones de pesos) para la planta de Monterrey y \$112MDP para la planta de Jalisco y se generaron más de **400 empleos directos** en cada una.



## Los beneficios de la fábrica ALPHA son:



**Cliente**



- Calidad del producto
- Metros cuadrados
- Rápida entrega de vivienda



**Casas GEO**  
Te cambia la vida

**Corto plazo:** Mejora en el capital de trabajo

**Largo plazo:** Mejora márgenes y retornos

Agiliza la construcción vertical  
Amigable con el medio ambiente  
Apoya nuestra visión social

Fuente: ALPHA.

## Retos ambientales para el año 2012

Derivado de los impactos identificados gracias al estudio de análisis y medición que realizamos en conjunto con el Centro Mario Molina en este año, tenemos el reto de llevar a cabo en 2012 y los años que le siguen las acciones siguientes:

**Eficientar nuestros procesos a la vez que conservamos los recursos actuales y futuros.**

- Por medio de nuestra estrategia **GEOMás**, generar mayores eficiencias operativas en el proceso de linealidad de secuencia de obra considerando aquellos procesos o aspectos en los que sabemos tenemos mayor impacto dentro del ciclo de vida de la vivienda.



**Lograr comunidades más competitivas con mayor calidad de vida y plusvalía.**

- Con el fin de seguir construyendo el **Mejor Lugar para Vivir** seguiremos normando el diseño y construcción de nuestras comunidades sostenibles a través de la inserción de nuestros **10 Satisfactores de Bienestar** y los **7 Principios de diseño de nuestras comunidades sostenibles**. Esto fomentará mayormente el uso del transporte, equipamiento de salud y educación, equipamiento de áreas verdes, de acuerdo a los nuevos lineamientos de la CONAVI.



**Consolidar desarrollos en el país bajo el esquema de los DUIS.**

- Incursionar en los **Desarrollos Urbanos Integrales Sostenibles (DUIS)** en congruencia a las necesidades de los gobiernos municipales o estatales de cada estado. A la fecha reportada tenemos un desarrollo en Morelos en proceso de aprobación. El objetivo es que en 2012 se sumen otros desarrollos a este esquema.





## Reducir el impacto ambiental mediante la densificación y verticalización.

- Fomentar la **densificación** y **verticalización** en nuestros desarrollos, esto con el fin de **reducir el impacto ambiental** de terreno urbanizado, movimientos de tierra u otros que de antemano hemos identificado pueden ser optimizados a través de esta tipología de vivienda.



## Mayor número de viviendas bajo el sistema ALPHA

- Incrementar el número de viviendas construidas mediante el sistema **ALPHA** con el fin de tener procesos más eficientes.



## Premios y Reconocimientos

Corporación GEO fue acreedora a los siguientes premios y reconocimientos durante 2011:

- Reconocimiento Infonavit por ser la desarrolladora de vivienda que más créditos individualizó en el 2010. México 2011.
- Distintivo como Empresa Socialmente Responsable otorgado por la CEMEFI por sexto año consecutivo. México 2011.
- Reconocimiento Infonavit como segundo lugar, de acuerdo con el Índice de Satisfacción del Acreditado en el Valle de México. México 2011.
- Noveno lugar en el ranking de las 50 empresas con mayor responsabilidad social en México 2011.



**EMPRESA  
SOCIALMENTE  
RESPONSABLE**

Desde el 2005, **Corporación GEO** está adherida a los Principios del Pacto Mundial. El Pacto Mundial, lanzado en 2000, es la iniciativa de ciudadanía corporativa más importante del mundo.

Más de 3,000 empresas de 100 países, además de más de 700,000 organizaciones sindicales y de la sociedad civil a nivel internacional, participan de la iniciativa.

**Juntos, trabajamos para promover la ciudadanía corporativa responsable, asegurándonos que el negocio sea parte de la solución para los desafíos de la globalización. De esta manera, el sector privado, en asociación con otros actores sociales, podemos ayudar a lograr una economía mundial más sostenible e integradora.**

Este 2011 reafirmamos nuestra adhesión al Pacto Mundial, cuyos diez principios han sido incorporados a este informe como parte de su Comunicación de Progreso, de acuerdo a la tabla de referencia cruzada entre éstos y los indicadores GRI.

**Tabla de referencia cruzada entre los Principios del Pacto Mundial y los Indicadores del GRI**

Áreas	Principios del PM	Indicadores pertinentes del GRI
<b>Derechos Humanos</b>	<b>Principio 1</b> – las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados internacionalmente.	EC5, LA4, LA6 – 9; LA13 – 14, DH1 – 9, SO5, RP1 – 2, RP8
	<b>Principio 2</b> - las empresas deben asegurarse de no ser cómplices de abusos a los derechos humanos.	DH1 -9, SO5
<b>Trabajo</b>	<b>Principio 3</b> - las empresas deben sostener la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a celebrar contratos colectivos de trabajo.	LA4 – 5, DH1 – 3, DH5, SO5
	<b>Principio 4</b> – las empresas deben sostener la eliminación de todas las formas de trabajo forzado y obligatorio.	DH1 – 3, DH7, SO5
	<b>Principio 5</b> – las empresas deben sustentar la abolición efectiva del trabajo infantil.	DH1-3, DH6, SO5
	<b>Principio 6</b> – las empresas deben sostener la eliminación de discriminación respecto del empleo y la ocupación.	EC7, LA2, LA13 – 14, DH1 – 4, SO5
<b>Medio Ambiente</b>	<b>Principio 7</b> – las empresas deben apoyar un abordaje cauteloso de los desafíos ambientales.	EC2, AM18, AM26, AM30, SO5
	<b>Principio 8</b> – las empresas deben implementar iniciativas para promover mayor responsabilidad ambiental.	AM1 - 30, SO5, RP3 - 4 AM2, AM5 – 7, AM10, AM18,
	<b>Principio 9</b> – las empresas deben alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías que no dañen el medio ambiente.	AM26 – 27, AM30, SO5
<b>Anti-corrupción</b>	<b>Principio 10</b> – las empresas deben combatir la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el pago de sobornos.	SO2 - 6

**PERFIL** **Páginas**

1.1 Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	2
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	2
<hr/>	
2.1 Nombre de la organización.	3
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.	10-11
2.3 Estructura operativa de la organización.	13,19
2.4 Localización de la sede principal de la organización.	3a de forros
2.5 Número de países en los que opera la organización.	11
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	3
2.7 Mercados servidos.	28
2.8 Dimensiones de la organización informante.	26-27
2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	3
2.10 Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	73

**PERFIL DE LA MEMORIA** **Páginas**

3.1 Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	3
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiera).	3
3.3 Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	3
3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	3a de forros

**ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA** **Páginas**

3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria.	3
3.6 Cobertura de la memoria.	3
3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	3
3.8 La base para incluir información en el caso de negocios conjuntos (joint ventures), filiales, instalaciones arrendadas, actividades subcontratadas y otras entidades que puedan afectar significativamente la comparación entre periodos y/o entre organizaciones.	
3.9 Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos, incluidas las hipótesis y técnicas subyacentes a las estimaciones aplicadas en la recopilación de indicadores y demás información de la memoria.	3
3.10 Descripción del efecto que pueda tener el volver a expresar la información (la reexpresión de información) perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión.	3
3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	3

**ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI** **Páginas**

3.12 Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria.	78-83
--	-------

**VERIFICACIÓN** **Páginas**

3.13 Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria.	74
---	----

Si no se incluye el informe de verificación en la memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base de cualquier otra verificación externa existente. También se debe aclarar la relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación.



4.1 La estructura de gobierno de la organización, incluyendo los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.	18
4.2 Ha de indicarse si el presidente del máximo órgano de gobierno ocupa también un cargo ejecutivo (y, de ser así, su función dentro de la dirección de la organización y las razones que la justifiquen).	19
4.3 En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria, se indicará el número de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.	19
4.4 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	19
4.5 Vínculo entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos (incluidos los acuerdos de abandono del cargo) y el desempeño de la organización (incluido su desempeño social y ambiental).	19
4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	19
4.7 Procedimiento de determinación de la capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno para poder guiar la estrategia de la organización en los aspectos sociales, ambientales y económicos.	19
4.8 Declaraciones de misión y valores desarrolladas internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.	8, 9, 20
4.9 Procedimientos del máximo órgano de gobierno para supervisar la identificación y gestión, por parte de la organización, del desempeño económico, ambiental y social, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas, así como la adherencia o cumplimiento de los estándares acordados a nivel internacional, códigos de conducta y principios.	13-14
4.10 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	13-14

## COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS

4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución	29
4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	22-23
4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	22-23

## PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS

4.14 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	16-17
4.15 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	16
4.16 Enfoques adoptados para la inclusión de los grupos de interés, incluidas la frecuencia de su participación por tipos y categoría de grupos de interés.	4
4.17 Principales preocupaciones y aspectos de interés que hayan surgido a través de la participación de los grupos de interés y la forma en la que ha respondido la organización a los mismos en la elaboración de la memoria.	5

## ENFOQUES DE GESTIÓN Y DIRECCIÓN / INDICADORES CENTRALES

## Páginas

### DESEMPEÑO ECONÓMICO

EC1: Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	27, 41, 51
EC2. Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	14
EC3. Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	41, 51-52
EC4. Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	<b>Casas GEO no recibió ayuda directa del gobierno</b>
EC5 Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	<b>El rango no es significativo</b>

PRESENCIA EN EL MERCADO		Páginas
EC6. Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.		55
EC7. Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	<b>El 100% de nuestros directivos son locales los cuales se seleccionan con base en la Política de reclutamiento y selección</b>	
IMPACTO ECONÓMICO INDIRECTO		Páginas
EC8. Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.		51-53
EC9. Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.		26,34,51,55
INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN		
MATERIALES		Páginas
EN1. Materiales utilizados en peso o en volumen.		68
EN2. Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.		69
ENERGÍA		Páginas
EN3. Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.		NA
EN4. Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.		ND
EN5. Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.		61,67
EN6. Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.		61-62
EN7. Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.		61-62
AGUA		Páginas
EN8. Captación total de agua por fuentes.	<b>Casas GEO compra o subcontrata diferentes empresas particulares las cuales tienen los permisos adecuados de la Conagua (Comisión Nacional del Agua) para la provisión del recurso.</b>	
EN9. Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	<b>No ha habido fuentes de agua afectadas</b>	
EN10. Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.		63
BIODIVERSIDAD		Páginas
EN11. Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.		64
EN12. Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a la áreas protegidas		64
EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS		Páginas
EN13. Hábitats protegidos o restaurados.		65
EN14. Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.		64-65

EN15. Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la IUCN y en listados nacionales y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones.	<b>No se reportaron especies</b>
EN16. Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	67
EN17. Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	NA
EN18. Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	61
EN19. Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.	NA
EN 20. NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	NA
EN 21. Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	63
EN22. Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.	69
EN23. Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	<b>No se reportaron derrames</b>
EN24. Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	<b>No se transportan residuos peligrosos</b>
EN25. Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	<b>No se presentaron afectaciones significativas</b>

## PRODUCTOS Y SERVICIOS Páginas

EN26. Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.	58,59
EN27. Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de la vida útil, por categorías de productos.	NA

## CUMPLIMIENTO NORMATIVO

EN28. Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	19
--	----

## TRANSPORTE

EN29. Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	66-67
--	-------

## ASPECTO GENERAL

EN30. Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	ND
--	----

## EMPLEO

LA1. Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	33-34
LA2. Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupos de edad, sexo y región.	34-43
LA3. Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	42

## RELACIONES EMPRESA/TRABAJADORES

LA4. Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo.	38
LA5. Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	38

## SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO

LA6. Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de salud y seguridad conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de salud y seguridad en el trabajo.	37
---	----



LA7. Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	37
LA8. Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	36-37
LA9. Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	38

## FORMACIÓN Y EDUCACIÓN

LA10. Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	43
LA11. Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que los apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	43
LA12. Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	41

## DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES

LA13. Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a grupo minoritario y otros indicadores de diversidad.	34
LA14. Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	34

## INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE DIRECCIÓN

### PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y APROVISIONAMIENTOS

HR1. Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	55
HR2. Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	55
HR3. Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	20

### NO DISCRIMINACIÓN

HR4. Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	19
--	----

### LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS

HR5. Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	38
--	----

### ABOLICIÓN DE LA EXPLOTACIÓN INFANTIL

HR6. Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	38
---	----

### PREVENCIÓN DEL TRABAJO FORZOSO Y OBLIGATORIO

HR7. Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzoso o no consentido y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	
---	--

### PRÁCTICAS DE SEGURIDAD

HR8. Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	20
---	----

## DERECHOS DE LOS INDÍGENAS

HR9. Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas. 19

## INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN

### COMUNIDAD

SO1. Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida. 51-53

### CORRUPCIÓN

SO2. Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción. 21

SO3. Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anticorrupción de la organización. 20

SO4. Medidas tomadas en respuesta a los incidentes de corrupción. 21

### POLÍTICA PÚBLICA

SO5. Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying". 22

SO6. Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países. NA

### COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL

SO7. Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados. **No se presentaron casos**

### CUMPLIMIENTO NORMATIVO

SO8. Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones. 19

## INFORMACIÓN SOBRE EL ENFOQUE DE GESTIÓN

### SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE

PR1. Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos 60

PR2. Número total de incidentes derivados del incumplimiento la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. **No se presentaron incidentes**

### ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

PR3. Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos. 49

PR4. Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes. **No se presentaron incumplimientos**

PR5. Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente. 46-47

## COMUNICACIONES DE MARKETING

PR6. Programas de cumplimiento con las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividad promocionales y los patrocinios.	49
PR7. Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	<b>No se presentaron incidentes</b>

## PRIVACIDAD DEL CLIENTE

PR8. Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	<b>No se presentaron reclamaciones</b>
--	--

## CUMPLIMIENTO NORMATIVO

PR9. Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	19
---	----

## SUPLEMENTO SECTORIAL CONSTRUCCIÓN Y BIENES RAÍCES

CRE1 Energía consumida por edificio de acuerdo a su tamaño	61
CRE2 Agua consumida por edificio de acuerdo a su tamaño	62
CRE3 Gases de efecto invernadero emitidos por edificio de acuerdo a su tamaño	ND
CRE4 Emisiones de gases de efecto invernadero emitidos por edificio de acuerdo a su tamaño, de de los edificios de nueva construcción y actividad reurbanística.	<b>No llevamos a cabo actividades de remodelación</b>
CRE5 Suelos y otros activos recuperados y con necesidad de recuperación para el uso del suelo existente o previsto según la normativa legal.	<b>No se presentaron casos</b>
CRE6 Porcentaje de las operaciones de la organización verificadas según un sistema de gestión de seguridad y salud internacionalmente reconocido.	<b>No contamos con un sistema de gestión validado internacionalmente</b>
CRE7 Número de personas desplazadas o restablecidas voluntaria o involuntariamente, desglosado por proyecto.	<b>En el 2011 tuvimos 22 GEOcolaboradores que se transfirieron de forma voluntaria.</b>
CRE8 Tipo y número de certificaciones, clasificaciones y sistemas de etiquetado en materia de sostenibilidad para nueva construcción, gestión, ocupación y desarrollo.	22-23

## REFERENCIAS:

NA.- No aplica a la empresa.

ND.- Información no disponible.

NM.- Indicador no material a la empresa, por tanto no impacta o no es relevante.





## Datos de contacto

Tu participación es muy importante para nosotros porque nos permite ser mejores.

Para cualquier opinión, duda o sugerencia sobre este informe comunícate con:

Dr. Gabriel Lagos Quintana  
Coordinador de Sostenibilidad  
Teléfono: (52) 55 52 73 59 09 Ext. 7032  
glagos@casasgeo.com

Lic. Cinthia Lazcano / clazcano@casasgeo.com  
Dra. Célida Gómez / cigomez@casasgeo.com

### **Oficinas Corporativas:**

Corporación GEO, S.A.B. de C.V.  
Margaritas no. 433 Col. ExHacienda Guadalupe  
Chimalistac C.P. 01050, México D.F.  
Teléfono: (52) 55 5480 50 00

[www.casasgeo.com](http://www.casasgeo.com)  
[www.corporaciongeo.com](http://www.corporaciongeo.com)  
<http://sostenible.casasgeo.com/>  
[www.fundaciongeo.org](http://www.fundaciongeo.org)

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

**Creatividad y diseño: Comunica**



Vida comunitaria  
y diseño urbano



Seguridad



Salud



Educación



Servicios básicos



Áreas verdes, espacios públicos  
e imagen urbana



Transporte



Abasto de productos  
y servicios



Empleo



Vivienda

El mejor lugar para vivir

