



# INFORME

## de Comunidades Sostenibles

---

# 2012



Creando Comunidades  
**SOSTENIBLES**



**Casas GEO®**  
Te cambia la vida



# índice

5	i.	mensaje de bienvenida
6	ii.	acerca de nuestro informe
10	iii.	perfil de la empresa
20	iv.	gobierno corporativo
29	v.	trabajando juntos por méxico
30	vi.	generando alianzas
32	vii.	desempeño económico
38	viii.	desempeño social
86	ix.	desempeño ambiental
107	x.	premios y reconocimientos
108	xi.	pacto mundial de las naciones unidas
110	xii.	índice gri





hemos logrado definir  
un concepto de  
empresa con un rico  
contenido humano



## Arq. Luis Orvañanos Lascurain

PRESIDENTE DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN  
Y DIRECTOR GENERAL



## i. mensaje de bienvenida

El 2012 se presentó en forma especial y diferente. Un año atípico, con incertidumbre y conflictos en las principales potencias y economías del mundo.

Para México, un año de transiciones políticas y de reducción en el crecimiento económico.

En **Casas GEO** seguimos avanzando gracias al esfuerzo de todos los que somos parte de esta familia, con pasión e ideales sustentados en nuestra CULTURA, plasmada en la MISIÓN y VISIÓN con una filosofía de RESPONSABILIDAD SOCIAL, hemos logrado definir un concepto de Empresa con un rico contenido HUMANO, en el cual TODOS los involucrados sobre TODO nuestros Clientes y GEOcolaboradores, se beneficiarán, creando un círculo virtuoso en el que TODOS GANAN.

Como muestra de nuestra visión responsable, en el 2012 Casas GEO cumplió con las condiciones y lineamientos para continuar adherido al Índice IPC Sustentable de la Bolsa Mexicana de Valores (BMV).

A continuación presentamos nuestro **Tercer Informe de Comunidades Sostenibles**, en cumplimiento con 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, conscientes de que somos afortunados de trabajar en una empresa que nos permite con nuestro trabajo trascender hacia la construcción de un mejor país.

## ii. acerca de nuestro informe

El presente constituye el tercer 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 tercer 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.

Se presentan los resultados desde el 1º de enero al 31 de diciembre de 2012, periodo durante el cual 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, recabada por las áreas de Sostenibilidad y Desarrollo Humano con el apoyo de las Direcciones Corporativas así como de las Unidades de Negocio a nivel nacional.

El Informe de Comunidades Sostenibles de Casas GEO 2012 cuenta con un nivel de aplicación B Self Declared.



[...] aplicando por tercer 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.”

en su interior, el lector podrá conocer la visión general de la empresa, historia, estrategia, cultura, gobierno corporativo, y compromiso ético así como su relación con grupos de interés.



## ALCANCE, ESTRUCTURA Y MATERIALIDAD

En este informe se presentan los resultados de **Corporación GEO S.A.B. de C.V.** y sus empresas subsidiarias en materia de responsabilidad social y sostenibilidad.

- 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\\_2012.pdf](http://www.corporaciongeo.com/archivos/Informes/Anual/Informe_Anual_2012.pdf)

En su interior, el lector podrá conocer la visión general de la empresa, historia, estrategia, cultura, gobierno corporativo, y compromiso ético así como su relación con grupos de interés.

El contenido de este informe se definió como resultado de una estrategia de comunicación con grupos de interés con los cuales se han establecido diversos canales asegurando un diálogo abierto con el fin de conocer sus expectativas e intereses.

Algunas de las estrategias de comunicamos con los grupos de interés de Casas GEO son:

- Encuesta de satisfacción hacia todos los clientes;
- Programa de retroalimentación con proveedores;
- Encuesta en línea de nuestro Informe de Comunidades Sostenibles 2011

[http://storage.casasgeo.com/sostenible/pdf/Informe\\_de\\_Comunidades\\_Sostenibles\\_2011.pdf](http://storage.casasgeo.com/sostenible/pdf/Informe_de_Comunidades_Sostenibles_2011.pdf)

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

El análisis de información arrojó los siguientes temas relevantes:

- Impacto económico
- Impacto social
- Impacto ambiental
- Relación y beneficios para los GEOcolaboradores
- Impacto y uso de la tecnología

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.

[ el mejor lugar para vivir ]

### iii. perfil de la empresa

**Corporación GEO S.A.B. de C.V.** es la desarrolladora de comunidades sostenibles líder en México y América Latina.

Con más de 39 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 2.2 millones de mexicanos.

La empresa está involucrada en todas las actividades relacionadas con la adquisición de tierra, diseño, construcción, mercadotecnia, comercia-

lización, entrega de vivienda y creación de vida comunitaria para la organización vecinal hacia la formación de un tejido social saludable al interior de sus comunidades.

\*Para más información, visite [www.casasgeo.com](http://www.casasgeo.com) / [www.corporaciongeo.com](http://www.corporaciongeo.com)

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



**Casas GEO®**  
Te cambia la vida

---

**39** AÑOS

---



**22** ESTADOS DE LA REPÚBLICA

---

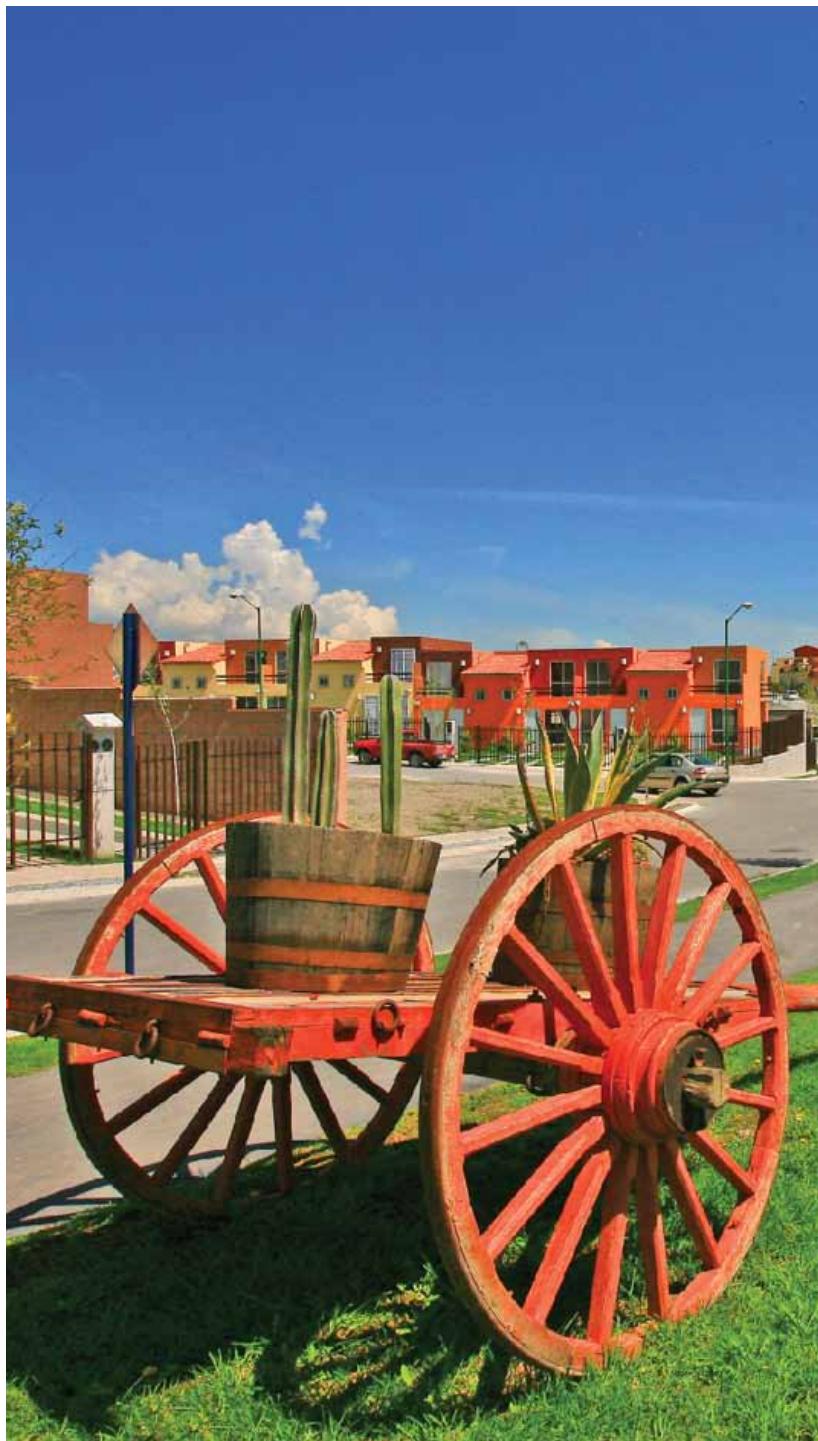


**+600,000** CASAS

---



**2.2** MILLONES DE MEXICANOS



## MISIÓN

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

## VISIÓN 2015

Ser el Grupo Líder en Rentabilidad, generando Riqueza en lo Económico, Social y Ambiental, que revolucione la Vivienda Social en Comunidades Sostenibles:

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

## VALORES GEO

### Colaborador

Ser el número uno en tu especialidad, que trabaja en equipo, institucional, apasionado, íntegro, innovador, orientado al cliente, con responsabilidad social.

### Producto

Ofrecer el mejor lugar para vivir al alcance de nuestros clientes, en comunidades sostenibles y con la más alta calidad.

### Servicio

Asegurar la satisfacción de nuestros clientes en todos los puntos de contacto con la organización, siendo su primera opción.

### Rentabilidad

Maximizar el valor de la empresa en lo económico, social y ambiental.

### Cumplimiento

Dar el resultado comprometido en tiempo, costo, forma.



# Fortalecimiento de GEO

## NUESTRA PRESENCIA GEOGRÁFICA

En 2012, como parte del proceso de crecimiento y fortalecimiento de GEO, se creó una Séptima Región a nivel nacional, consolidando nuestra presencia y crecimiento en el mercado para ofrecer **“EL MEJOR LUGAR PARA VIVIR”**.

Lo anterior se reflejará en un mejor control de las operaciones y, por consiguiente, permitirá alcanzar mejores resultados.



## ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD

La Coordinación de Sostenibilidad dentro de la estructura funcional de Casas GEO, es responsable de monitorear el desempeño en materia de desarrollo SOCIAL Y AMBIENTAL reportando 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.

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 las áreas 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 las Comunidades GEO, garantizando así espacios que sean accesibles, sostenibles e incluyentes.

En base la norma de planeación y diseño de comunidades sostenibles, los desarrollos habitacionales se conviven en tres ejes:

Con la Política Ambiental de Casas GEO, se busca crear conciencia en colaboradores, familiares, clientes, proveedores y gobierno de los beneficios del desarrollo sostenible de las comunidades en México.

### Sostenibilidad Social

Creación de espacios públicos seguros, accesibles e incluyentes estructurados con el apoyo de programas de desarrollo comu-

nitario para fortalecer las estructuras sociales y redes que permitan comunidades autogestivas, abiertas e independientes.

### Sostenibilidad Económica

Creación de viviendas eficientes, que generen ahorros en los consumos de energía y recursos naturales, y que a su vez tengan plusvalía a través del tiempo.

### Sostenibilidad Ambiental

Preservación de los recursos naturales de los entornos donde interactuamos, minimizando el impacto y uso de agua y energía. Cuidamos y restauramos la flora, fauna endémica, alimentando los mantos acuíferos y disminuyendo las emisiones de GEI de las viviendas en uso mediante diseños bioclimáticos y eco tecnologías.

Adicionalmente, en el 2012 se definió la Política Ambiental para que cada uno de los GEOcolaboradores, busque permanentemente mejorar el desempeño ambiental de oficinas, conjuntos habitacionales GEO y la vida de las comunidades de manera sostenible, además de crear conciencia en colaboradores, familiares, clientes, proveedores y gobierno de los beneficios del desarrollo sostenible de las comunidades en México.

A photograph of two children playing on a wooden deck. A girl in a colorful floral dress stands in the center, and a boy in a blue shirt sits on the right reading a book. In the foreground, there are colorful building blocks and two red hula hoops. The deck is surrounded by a wooden railing and is situated under a large, thick tree trunk. In the background, a bamboo structure is visible.

[...] Cuidamos y restauramos la flora, fauna endémica, alimentando los mantos acuíferos y **disminuyendo las emisiones de GEI** de las viviendas en uso mediante diseños bioclimáticos y eco tecnologías.

## LA GEOSTRATEGIA

Brindar calidad de vida ha sido la misión de GEO desde tiempo atrás, lo cual ha llevado a la empresa a mejorar sus procesos y productos, posicionándose en la vanguardia de la industria.

Al estandarizar cada uno de nuestros procesos con la consiguiente reducción de costos operativos, es posible ofrecerle al cliente un mejor producto: una casa más amplia, mejor equipada y que forma parte de una Comunidad Sostenible. Esto se deriva en una mayor satisfacción del cliente que tiene la capacidad para adquirir una vivienda que cubra sus necesidades, con la certeza de haber realizado una inversión que se aprecie a lo largo del tiempo.

Un factor fundamental para la creación de Comunidades Sostenibles ha sido el enfoque en el cliente, brindándole la mejor opción de productos de vivienda. Desde hace varios años, la estrategia modular de la Compañía se ha fortalecido mediante la integración de diez satisfactores de bienestar que, en combinación con el uso de mejores procesos constructivos, le permiten a GEO ofrecer más equipamiento con mayor espacio de construcción en las viviendas y servicios que fomentan calidad de vida.

Ante los constantes cambios consecuentes de la transición, GEO optó por mantener un rumbo conservador, de crecimiento moderado, dando prioridad a un equilibrio financiero. Esto le da aún mayor fortaleza entre la competencia para continuar liderando el mercado y capitalizar el impulso a la vivienda por parte de la nueva administración, ante la imperante necesidad de reducir el déficit de vivienda en el país.



**Esta estrategia, enfocada en la misión, permitió a GEO adecuarse con mayor rapidez a las nuevas reglas implementadas por los institutos de vivienda y a mantener el liderazgo en la industria.**

## GRUPOS DE INTERÉS

Para Casas GEO un proceso importante es la identificación de sus grupos de interés con base en la metodología GRI para de esta forma, tomar en cuenta sus expectativas.

- **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.







[...] 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[...]



- **Cientes:**

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.



## iv. gobierno corporativo

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

Para conocer la 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.

Al 2012, se encuentra en total cumplimiento con dichos lineamientos establecidos en las operaciones de la Empresa contribuyendo a una mejor integración y funcionamiento de su Consejo de Administración, quien tiene la responsabilidad de trabajar de manera conjunta con los diferentes Comités para la determinación de la estrategia, vigilar la operación y aprobar la gestión de la Empresa.

## ESTAS PRÁCTICAS SON:

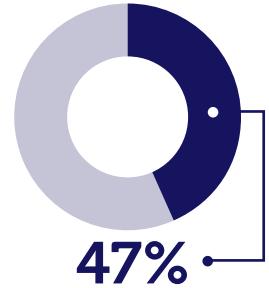
Política de Comunicación y Revelación de Información que promueve la transparencia de la administración, la emisión y revelación responsable de la información con los accionistas y el mercado en general.

GEO cuenta con una única serie accionaria –

**UNA  
ACCIÓN,  
UN  
VOTO**

**1**era

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.



**47%**  
De los miembros del Consejo de Administración son Consejeros Independientes.



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:

<http://www.corporaciongeo.com/practicass.aspx?menu=26&submenu=14&lenguaje=>

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 y Comité de Prácticas Societarias, quienes se reúnen por lo menos cada tres meses.

Durante el ejercicio social de 2012, 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.

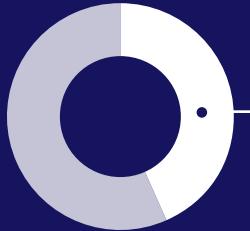




7 CONSEJEROS INDEPENDIENTES



8 CONSEJEROS RELACIONADOS



47%

DE LOS MIEMBROS DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN SON CONSEJEROS INDEPENDIENTES.

+25%

DE LO ESTABLECIDO EN LA LEY DEL MERCADO DE VALORES

## CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

El Consejo de Administración de Corporación GEO está conformado actualmente por siete Consejeros Independientes y ocho Consejeros Relacionados, equivalente a un 47% de Consejeros Independientes, excediendo el mínimo de 25% establecido en la Ley del Mercado de Valores.

El Consejo de Administración es electo anualmente por la Asamblea General Ordinaria de Accionistas, siendo el órgano responsable de la alta dirección y de la estrategia global de la Compañía.

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 28 de marzo de 2012, 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



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 2012, 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).**



## GEO ÉTICA

Casas GEO cuenta con un Código de Ética y Conducta en el cual se establecen los criterios 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.

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, teniendo como fecha última de actualización el mes de Diciembre del 2012.

Para conocer el Código de Ética y Conducta favor de visitar el sitio web:  
<http://www.corporaciongeo.com/etica.aspx?menu=2&submenu=13&lenguaje=>

En 2012, el código fue refrendado por todos los colaboradores y se dio a conocer al 100% de los nuevos ingresos.

Dentro de las normas éticas 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 garantizar la libre competencia.

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.

### SISTEMA DE SUGERENCIAS, QUEJAS Y DENUNCIAS

**24 hrs**  
**365 días**

**Línea directa:**  
5480 5084

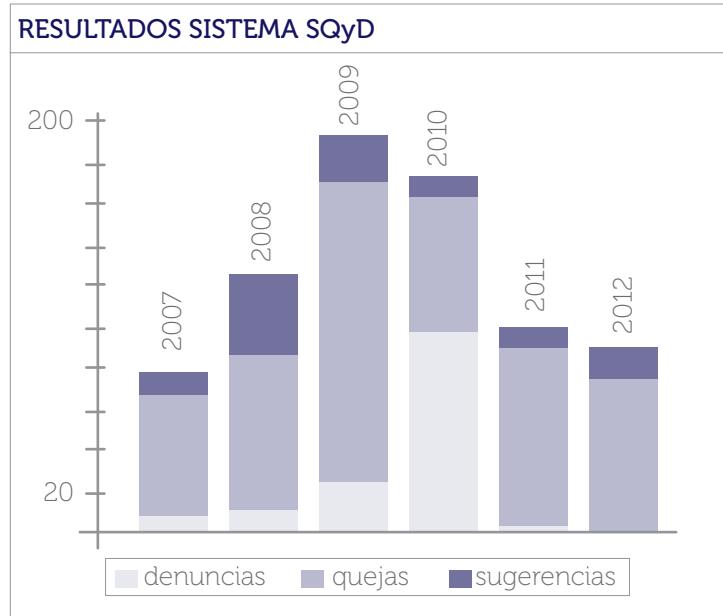
**Del interior:**  
01800 0438 422

[geoetica@casasgeo.com](mailto:geoetica@casasgeo.com)

2012

87  
casos

Clasificación de los reportes recibidos:



Clasificación y acciones:

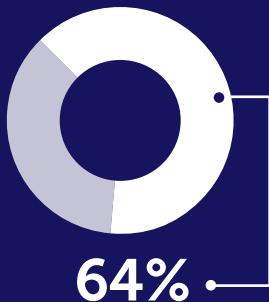
Tipo	QUEJAS						SANCIONES 2012		OTRAS ACCIONES DE ACUERDOS DE MEJORA LABORAL
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Actas Administrativas	Bajas	
Abusos de poder y mal trato	13	22	48	26	57	28	11	5	12
Incumplimiento a un reglamento	23	29	51	28	10	31	6		25
Falta de atención y servicio al cliente	20	21	45	11	15	12			12
Falta de pagos a proveedores y contratistas	2	3	2	1	3	1			1
<b>TOTAL</b>	<b>58</b>	<b>75</b>	<b>146</b>	<b>66</b>	<b>85</b>	<b>72</b>	<b>17</b>	<b>5</b>	<b>50</b>

Tipo	DENUNCIAS						SANCIONES 2012		OTRAS ACCIONES DE ACUERDOS DE MEJORA LABORAL
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	Actas Administrativas	Bajas	
Acoso sexual					2	1	1		
Falsificaciones de documentos	4	5				1		1	
Robo y sustracción de bienes de la Empresa			7	3		6		3	3
Acciones que deterioran o provocan menoscabo al patrimonio de la Empresa	7	34	14	6	8	7		4	3
<b>TOTAL</b>	<b>11</b>	<b>39</b>	<b>21</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>15</b>	<b>1</b>	<b>8</b>	<b>6</b>

Adicionalmente, como una práctica de anti-corrupción, se cuenta 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.



**2012**



**64%**

GECOLABORADORES DEL ÁREA DE AUDITORIA INTERNA SE CAPACITARON EN ESQUEMAS DE FRAUDE EN LOS ESTADOS FINANCIEROS.

Conforme al programa anual de Auditoría 2012 aprobado por el comité de Auditoría y en conjunto con el plan estratégico de la Dirección General, se auditaron 18 empresas con 32 unidades de negocio y sus Fideicomisos que representan el 82% del ingreso total consolidado.

[...] En alineación con la política de vivienda, Casas GEO se ha orientado en los últimos años a la construcción de desarrollos verticales, ya que este tipo de vivienda, permite **aprovechar mejor la tierra al incrementar la capacidad de la reserva territorial** [...]



## v. por un mejor México

Casas GEO se suma a iniciativas federales en materia de desarrollo de vivienda.

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, continúa estableciendo nuevas reglas para el otorgamiento de subsidios con una evolución hacia la vivienda vertical.

En alineación con la política de vivienda, Casas GEO se ha orientado en los últimos años a la construcción de desarrollos verticales, ya que este tipo de vivienda, permite aprovechar mejor la tierra al incrementar la capacidad de la 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.

## vi. generando alianzas

GEO trabaja de la mano con instituciones nacionales e internacionales que cuentan con amplia experiencia y prestigio, tales como:

The Alliance for Climate Protection



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



Centro de Transporte Sustentable



Centro de Transporte Sustentable

Vivienda y Entorno Sustentable A.C.



Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI)



Pacto Mundial de las Naciones Unidas





Adicional a estas alianzas con las que ya se venía trabajando, en el 2012 se firmó una alianza con la organización internacional de Scouts, un movimiento con más de 31 millones de integrantes en 161 países que tiene la misión de contribuir a la educación de las y los jóvenes a través de un

sistema basado en valores, para que participen en la construcción de un mundo mejor.

El objetivo de esta alianza es crear cultura y promover una formación integral en los niños y jóvenes de las Comunidades GEO.



estos resultados fueron posibles gracias al compromiso de brindar calidad de vida y plusvalía a miles de familias mexicanas, posicionándose un paso adelante en la industria de vivienda.

## vii. desempeño económico

La estrategia financiera de GEO está basada en la búsqueda de eficiencias que impulsen un crecimiento sostenible, que a su vez se transforme en valor económico para sus grupos de interés.

Lograr que GEO sea la marca de vivienda de interés social mejor posicionada en el mercado es el resultado de años de implementar estrategias comerciales y financieras sólidas, siempre enfocadas en nuestro mercado objetivo.

De igual manera, GEO ha modificado su estrategia financiera, privilegiando la rentabilidad y la generación de flujo de efectivo. Este enfoque

conservador se traducirá en un crecimiento sostenible y moderado, que sin duda sentará bases más sólidas para el futuro de GEO.

En el 2012, GEO fortaleció su liderazgo en el desarrollo de viviendas de interés social entregando más de 55,485 unidades, manteniendo el liderazgo en participación de mercado con INFONAVIT con un 13.1% en vivienda nueva.

Estos resultados fueron posibles gracias al compromiso de brindar calidad de vida y plusvalía a miles de familias mexicanas, posicionándose un paso adelante en la industria de vivienda.



+55,485 VIVIENDAS



13.1%

EN PARTICIPACIÓN DE MERCADO  
CON INFONAVIT, EN VIVIENDA NUEVA



## PRINCIPALES RESULTADOS FINANCIEROS

Información selecta de valuación:

En millones de pesos al cierre de cada año, excepto donde se indique

	2011	2012	Var. (%)
Ingresos	20,104.8	19,078.3	-5.1%
EBITDA	4,527.5	4,288.2	-5.3%
EBDITA en dólares	324.6	330.7	1.9%
Deuda Neta	10,834.6	11,953.2	10.3%
Acciones Promedio en Circulación	550.6	552.0	NA
Acciones en Circulación al Final del Año	549.4	554.3	NA
Precio de la Acción al Final del Año (pesos)	17.4	15.1	-12.9%
EBITDA por Acción (pesos)	8.2	7.7	-6.1%
Precio / EBITDA (veces)	2.1	2.0	NA
Utilidad por Acción antes de Impuestos (pesos)	4.0	3.6	-10.0%
Utilidad por Acción (pesos)	1.9	1.9	-0.9%
Precio / Utilidad (veces)	7.6	8.0	NA
Valor en Libros por Acción (pesos)	18.4	20.4	11.1%
PRECIO / VL (veces)	0.9	0.7	NA
Valor de Capitalización de Mercado	9,537.4	8,381.2	-12.1%
Valor de la Empresa	22,206.8	22,134.5	-0.3%
VE / EBITDA (veces)	4.9	5.2	NA

NOTA: Para conocer mayor detalle sobre nuestros resultados económicos así como nuestros estados financieros consolidados 2012, 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\\_2012.pdf](http://www.corporaciongeo.com/Archivos/Informes/Anual/Informe_Anual_2012.pdf)



El total de viviendas que se concentraron en los segmentos de menores ingresos (económico, tradicional bajo y tradicional) fue de 82.8%. Estos indicadores reflejan una estrategia social hacia la vivienda en la base de la pirámide.

Los precios promedio de los productos para cada segmento en 2012 fueron:

Económica	\$ 220,224 pesos
Tradicional bajo	\$ 254,676 pesos
Tradicional	\$ 346,896 pesos
Tradicional plus	\$ 570,032 pesos
Media	\$ 859,777 pesos
Residencial	\$ 1,591,641 pesos



## ALIANZAS ESTRATÉGICAS (JOINT VENTURES)

Mediante alianzas con socios estratégicos, podemos garantizar una mayor capacidad de planeación, ventaja de economías de escala y la oportunidad de diversificación hacia nuevos negocios.

Actualmente se trabaja con Prudential Investment Management y con Sólida Administradora de Por-

tafolios, 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 permite mantener la suficiente flexibilidad para el desarrollo de vivienda vertical continuando alineados a las nuevas políticas de asignación de subsidios.



## viii. desempeño social

Como parte del compromiso social de Casas GEO, se emprenden acciones que generan riqueza y bienestar a sus grupos de relación, estableciendo lazos de colaboración y compromiso compartido.



hoy es el momento de ser  
mejores juntos



## GEOCOLABORADORES

Más de 39 años de experiencia y éxitos no son casualidad, son el resultado de los mejores colaboradores en los diferentes eslabones que existen para llegar a entregar un hogar, desde la adquisición de la tierra, el diseño y construcción hasta la cobranza, entrega y la calidad de vida comunitaria. Todos juntos transformando a las comunidades y al país.

Al término del ejercicio 2012, Casas GEO se conformó por:

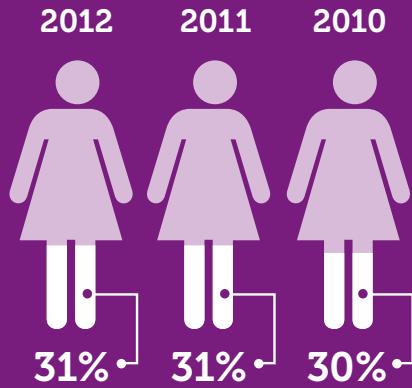
	2012	2011	2010
 GEOCOLABORADORES	17,552	24,940	23,794
 COLABORADORES TÉCNICO ADMINISTRATIVOS	9,719	10,423	9,549
 COLABORADORES DE OBRA BAJO EL ESQUEMA DE NÓMINA SEMANAL	7,833	14,517	14,245

**[...] no existe una diferencia entre el salario base de los hombres con respecto al de las mujeres [...]**

La oferta laboral para personal de obra deriva del número de proyectos activos, por lo que la permanencia de los empleados depende directamente del estado y fases de los 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 son generales para todos y cualquiera puede aplicar dependiendo el perfil del puesto.



PORCENTAJE DE LA PLANTILLA TÉCNICO-ADMINISTRATIVA COMPUESTA POR MUJERES

Asimismo, se valora la experiencia y diversidad, incorporando 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.



COLABORADORES MAYORES DE 50 AÑOS



RESULTADOS DEL ÍNDICE DE CALIDAD DE VIDA EN OBRA (ESCALA DEL 1 AL 100%)

## Satisfactores de Bienestar Laboral

En GEO se miden y monitorean 10 Satisfactores de Bienestar Laboral que garantizan el desarrollo y productividad de los colaboradores dentro del marco de los valores y el Código de Ética y Conducta de la empresa.

### 1. Seguridad e Higiene:

A partir del 2005 de forma trimestral se genera un Índice de Calidad de Vida en Obra, el cual mide las condiciones de los colaboradores de obra en materia de:

Iluminación, ventilación, espacio físico, señalización, capacitación, orden y limpieza, equipo de protección personal y brigadas de acuerdo a la Ley Federal del Trabajo.

Con este índice se impacta a los 7,833 colaboradores en obra.

Para conocer la Política de Calidad de Vida en Obra favor de seguir el siguiente vínculo:

<http://storage.casasgeo.com/sostenible/pdf/PoliticaCalidaddeVidaenObra.pdf>

Principales acciones del Programa de Calidad de Vida en Obra:

	2012	2011
Cursos en materia de seguridad e higiene	105	160
Platicas de prevención de enfermedades	448	395
Campañas de vacunación	92	210
Exámenes médicos aplicados	7,468	8,904
Servicios médicos en nuestros desarrollos	47	47
Comedores en obra	60	69
Programa permanente de reducción de peso	1	1

Con estos esfuerzos se impacta a todos los colaboradores de obra, logrando controlar y reducir la prima de riesgo, tasa de absentismo y accidentes laborales.



2012

0.126

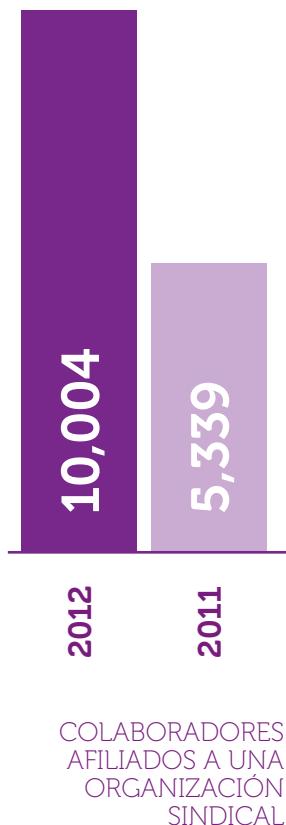
2011

0.148

2010

0.152

TASA DE ABSENTISMO



## 2. Respeto personal y profesional

El Código de Ética y Conducta establece 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.

El código se somete a actualizaciones periódicas que garantizan su vigencia y mejora continua, teniendo como fecha última de actualización el mes de Diciembre del 2012.

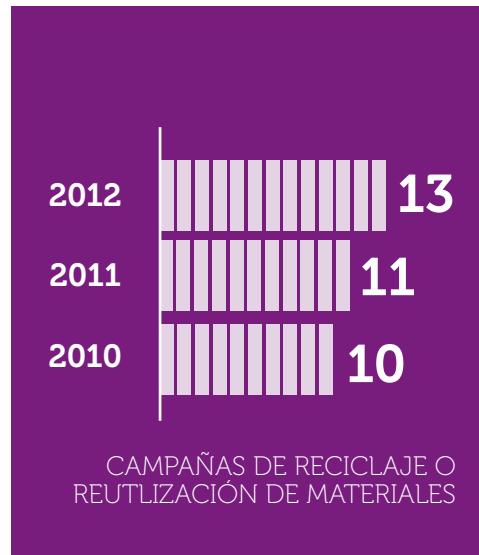
Para conocer el Código de Ética y Conducta favor de visitar el sitio web: <http://www.corporaciongeo.com/etica.aspx?menu=2&submenu=13&lenguaje>

GEO reconoce la importancia que tienen las instituciones de diálogo social así como el derecho de sus colaboradores a negociar colectivamente en materia laboral y respeto a la libertad de asociación.

Entre los acuerdos establecidos en los contratos colectivos con los sindicatos, destacan los relacionados con la salud y seguridad de los 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.
- En todo lo relativo a riesgos y enfermedades de trabajo, GEO cumple con lo previsto en las Ley Federal del Trabajo, por lo que GEO está comprometido a afiliar a todos 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, para ello se cuenta con una política de no contratación de menores de edad (menos de 18 años).



### 3. Entorno sostenible

Se desarrollan programas para el uso responsable de insumos de oficina, en especial para reducir el uso de papel, agua y energía eléctrica a través de campañas de comunicación interna.

Desde el 2011 se inició con una campaña permanente a nivel nacional de impresión por ambos lados de la hoja la cual ha generado un ahorro de 4.2 toneladas de papel, lo que equivale a 71.45 árboles adultos.

Asimismo, se construyó una Planta Purificadora de Agua para abastecer el consumo de agua potable de todos los Centros de Trabajo de la Región más grande, GEO Centro.



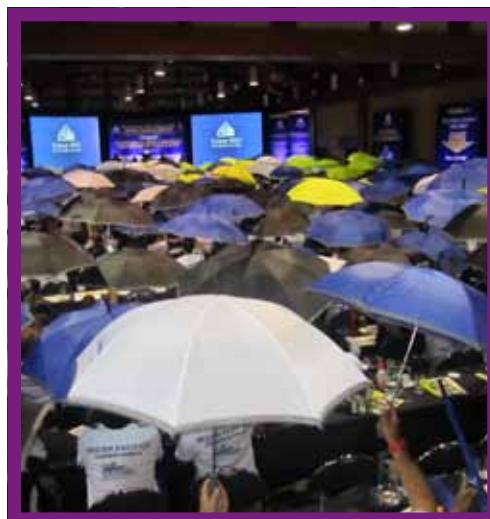
GEO reconoce la importancia que tienen las instituciones de diálogo social así como el derecho de sus colaboradores a negociar colectivamente en materia laboral y respeto a la libertad de asociación.

#### 4. Clima laboral estimulante

Anualmente se genera un programa de actividades sociales, culturales, deportivas y de integración para GEOcolaboradores y sus familias.

Eventos institucionales; sus objetivos e impacto en número de GEOcolaboradores:

Macroeventos	2012	2011
Difundir las iniciativas estratégicas e indicadores así como los proyectos regionales y las metas del año en un espacio de comunicación, capacitación, integración y motivación.	5,908	8,106
Desayunos trimestrales	2012	2011
Establecer acciones regionales que aseguren el cumplimiento de los objetivos alineados a la GEOstrategia.	1,860	3,010
Retos trimestrales	2012	2011
Enfocar los esfuerzos y reconocer aquellos que han cumplido con pasión y entrega el cierre del periodo que concluyó.	5,400	7,990
Santa Cruz (3 de mayo)	2012	2011
Celebrar con el personal de obra su compromiso y disposición para construir el mejor lugar para nuestros clientes.	17,327	15,750





### Eventos familiares, deportivos y su impacto

	2012	2011
Día de las madres	1,950	1,200
Día del niño	3,018	3,800
Torneos deportivos para GEOcolaboradores	35	51

En 2012 se llevó a cabo la Primer Carrera por la Vivienda con la participación de más de 200 GEOcolaboradores y sus familias.



## 5. Sentido de trascendencia

Casas GEO participa en el fortalecimiento de las organizaciones locales que representan intereses legítimos de la comunidad.

Donaciones a instituciones de asistencia pública y asociaciones civiles:

<b>\$5, 067,000</b>	<b>\$3,877,283</b>
<b>2012</b>	<b>2011</b>

- Cruz Roja Mexicana I. A. P.
- Centro para la Rehabilitación Integral de Minusválidos del Aparato Locomotor I. A. P.
- DIF Estatal Querétaro
- Unión de Minusválidos de Querétaro I. A. P.
- Fundación Merced Querétaro A.C.
- Sistema para el DIF del Estado de Querétaro
- Consejo de Hombres de Negocios A.C.
- Fundación Comunitaria Morelense, I. A. P.
- Fomento Ecológico Banamex A.C.
- Lluvias de Agua Viva A.C.
- Fundación GEO A.C.

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

Como parte de la estrategia de desarrollo de talento, los GEOcolaboradores reciben una evaluación de desempeño anual.

En 2012 se inició la aplicación de un nuevo sistema de evaluación del desempeño alineada a los 5 objetivos estratégicos con base en indicadores específicos tales como la utilidad que genera cada colaborador, en esta aplicación se evaluó al 41.12% de los GEOcolaboradores.



## 5 objetivos estratégicos

### 7. Pertenencia y orgullo

Como herramienta de comunicación institucional, se cuenta con el GEO Boletín de difusión nacional para lograr alinear los canales y mensajes de comunicación a nivel Nacional.

GEOboletines bimestrales:



Para conocer un ejemplo del GEOboletín favor de seguir el siguiente vínculo:  
<http://storage.casasgeo.com/sostenible/pdf/GEOBoletin.pdf>

## 8. Remuneración competitiva

Para determinar la práctica de compensación desde hace más de 15 años se participa en encuestas del mercado salarial, lo cual permite atraer y retener a personal con talento; así como fijar las bases de su compensación justa y competitiva.

La encuesta de sueldos y prestaciones en la cual se participa de forma anual, así como el diagnóstico de comparación de posiciones es el siguiente:

- **Empresa de consultoría Towers Watson.-** “Mercado de control” con la participación de 80 empresas tanto mexicanas como extranjeras con las mejores prácticas de compensación y de competencia contra mercado.
- **Empresa de consultoría Towers Watson.-** “Mercado General” con la participación de 180 empresas de diferentes giros y tamaños de ventas.
- **Empresa AON- Hewitt:** “Encuesta de desarrolladora de viviendas” donde GEO coordina y lidera la misma, con la participación de 17 empresas de la industria de la construcción.

Actualmente GEO, coordina la participación del Comité de Desarrolladoras de Vivienda y de forma trimestral se convoca a juntas para ver diversos temas de interés común como sueldos, prestaciones, ley privacidad, aspectos laborales, comisiones, etc.

En materia de beneficios, GEO ofrece a todos sus colaboradores (17,552) todas las prestaciones establecidas por ley y adicionalmente se otorga un seguro de gastos médicos mayores para el personal administrativo (9,719 colaboradores) con cobertura para el titular, su cónyuge e hijos menores de 25 años, así como un seguro de vida.

## INCREMENTO POR SU DESEMPEÑO



2012

4,686

GEOCOLABORADORES

2011

4,146

GEOCOLABORADORES

## PROMOCIONES Y/O NIVELACIONES



2012

630

GEOCOLABORADORES

2011

1,016

GEOCOLABORADORES

17,552  
GEOcolaboradores

TODAS LAS  
PRESTACIONES  
ESTABLECIDAS POR LEY



### HORAS HOMBRE DE CAPACITACIÓN TÉCNICO-ADMINISTRATIVA

2012 **164,116\***

2011 **203,817**

2010 **205,555**

\*En promedio anual equivalen a 22.20 horas de capacitación por el total del personal administrativo.

### HORAS HOMBRE DE CAPACITACIÓN EN OBRA

2012 **17,233**

2011 **36,646**

2010 **43,765**

### COLABORADORES EN EL PROGRAMA GEO-INEA

2012 **120**

2011 **160**

2010 **266**

## 9. Capacitación y desarrollo profesional

GEO mantiene programas de capacitación permanentes para todo su personal, orientados a la enseñanza y actualización en técnicas de construcción, de ventas y de administración, principalmente.

Adicionalmente, se colabora con el Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA) con el objetivo de trabajar en la erradicación del analfabetismo y el rezago educativo.

Del 2007 al 2012 se han otorgado 142 becas para la realización de estudios de postgrado, especialización y actualización, de los cuales siguen activos 114 GEOcolaboradores.

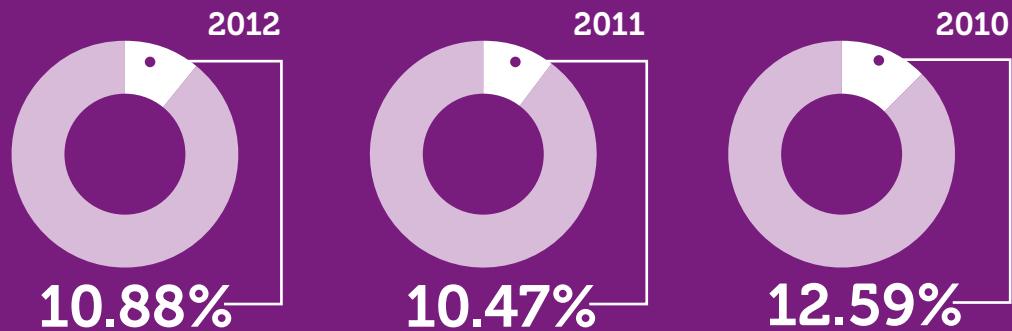




## 10. Estabilidad laboral

En 2012 se reconoció a 1,146 colaboradores por sus más de 5 años de antigüedad, de los cuales 45 cuentan con más de 20 años trabajando en la empresa.

### ÍNDICE DE ROTACIÓN LABORAL NO DESEADA



## CLIENTES

El compromiso de Casas GEO con sus clientes va implícito en su misión de generar plusvalía y calidad de vida.

Se han identificado 10 Satisfactores de Bienestar que alineados a los objetivos estratégicos, permiten conocer y cumplir con las necesidades de los clientes que habitan las comunidades sostenibles que se desarrollan.

### Satisfactores de Bienestar hacia el cliente





Organización de vida comunitaria y diseño urbano

## 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 sociedad.



Vivienda

## 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.



Servicios básicos

## 3. Servicios Básicos

Garantizar los servicios básicos (agua, gas, electricidad) que aseguren la habitabilidad y calidad de las viviendas, fomentando el manejo adecuado de los recursos naturales para garantizar su permanencia.



Transporte y vialidades

## 4. Transporte

Crear una comunidad sostenible que potencie un sistema de conexiones físicas y emocionales de acuerdo al siguiente orden de prioridad:

- Primer lugar: Peatón
- Segundo lugar: Ciclista
- Tercer lugar: Transporte público
- Cuarto lugar: Transporte privado



## Creando Comunidades SOSTENIBLES



Seguridad

### 5. Seguridad

Proveer las condiciones básicas de infraestructura urbana y social, (Control de accesos, bardas perimetrales y personal de seguridad) que minimicen los riesgos y amenazas a la integridad física y patrimonial.



Áreas verdes  
y espacios  
públicos

### 6. Áreas verdes y espacios públicos

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



Abasto de  
servicios

### 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.



Salud  
y asistencia  
social

### 8. Salud y asistencia social

Garantizar un centro de salud en la comunidad de acuerdo a las características y necesidades de la misma, destinado a prevenir y tratar enfermedades, padecimientos y emergencias de los habitantes.



Empleo

### 9. Empleo

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



Educación  
y cultura

### 10. Educación y cultura

Garantizar que los habitantes tengan acceso a educación, cultura y formación comunitaria mediante estancia infantil, jardín de niños, primaria, secundaria, preparatoria y centros comunitarios de calidad.



**¡¡ FELICIDADES !!**  
CASAS GEO LES DA LA MÁS CORDIAL BIENVENIDA  
Y LES AGRADECE HABER NOS PERMITIDO COLABORAR  
POR REALIZAR SU SUEÑO  
DE SU CASA GEO!



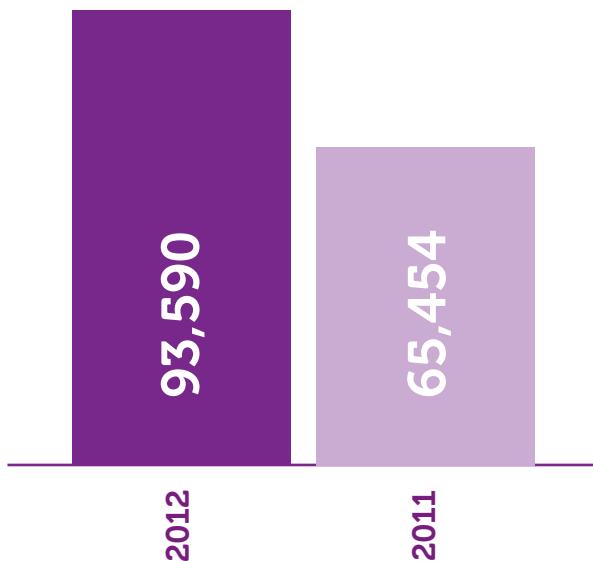
## Índice de Plusvalía y Calidad de Vida Sostenible

Para asegurar la integración de estos satisfactores se cuenta con una Política de Calidad de Vida Comunitaria que mide trimestralmente los avances en esta materia y genera un indicador denominado Índice de Plusvalía y Calidad de Vida Sostenible (IPLUCAVIS), para cada una de las unidades de negocio.

Para conocer el detalle de los resultados generales del grupo en el IPLUCAVIS favor de seguir el siguiente vínculo:

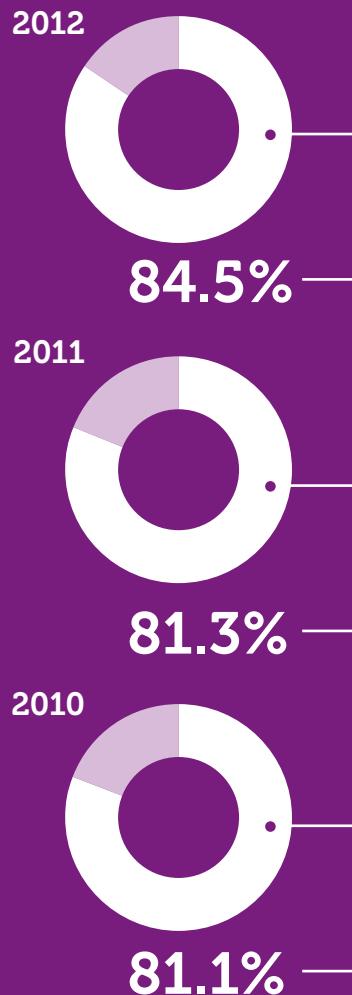
<http://storage.casasgeo.com/sostenible/pdf/IPLUCAVIS2012.pdf>

### ENCUESTAS DE SATISFACCIÓN APLICADAS A LOS CLIENTES



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

## RESULTADOS DEL ÍNDICE DE PLUSVALÍA Y CALIDAD DE VIDA SOSTENIBLE (ESCALA DEL 1 AL 100%):



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

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

## 1. Pláticas de inducción

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

En 2012 se encuestó a un total de 39,271 clientes en este proceso, con los siguientes resultados

### Pláticas de Inducción

Mes	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC	Promedio 2012
<b>Promedio*</b>	9.41	9.47	9.45	9.37	9.32	9.40	9.33	9.39	9.31	9.39	9.34	9.32	<b>9.37</b>
<b>Encuestas</b>	3621	2611	4066	2402	2847	4782	3398	3449	3681	3144	2032	3238	<b>39,271</b>

\*Rango de calificación de 1 a 10

## 92.9 % de los clientes

calificaron con 9 y 10, que son los únicos rangos admisibles contra el 89.6 del 2011.

## objetivo 2013

es reducir el porcentaje de clientes con rangos de calificación no admisibles, de un 8.5% a un 3%.





Entrega de vivienda

## 95.6 % de los clientes

calificaron con 9 y 10, que son los únicos rangos admisibles contra el 94.7 del 2011.

## objetivo

es reducir el porcentaje de clientes con rangos de calificación no admisibles, de un 4% a un 3%.

### 2. Entrega de vivienda

Consiste en asegurar que todos los 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.

En 2012 se encuestó a un total de 42,805 clientes, con los siguientes resultados:

Mes	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC	Promedio 2012
<b>Total Gral</b>	9.49	9.44	9.25	9.49	9.49	9.42	9.49	9.52	9.52	9.48	9.52	9.51	<b>9.46</b>
<b>Encuestas</b>	3717	3326	4627	2877	2932	4830	3475	3798	4121	3400	2444	3258	<b>42,805</b>

\*Rango de calificación de 1 a 10

### 3. Atención de garantías

Mediante el proceso de atención de reportes de garantías, se brinda atención profesional de los desperfectos que puedan aparecer en las casas que se entregan.

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.

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

En el año 2012 se aplicaron un total de 11,514 encuestas, con los siguientes resultados:

#### Atención de Garantías

Mes	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC	Promedio 2012
<b>Total Gral</b>	9.61	9.61	9.61	9.51	9.54	9.53	9.47	9.49	9.52	9.41	9.51	9.50	<b>9.53</b>
<b>Encuestas</b>	854	1085	896	944	1070	988	959	1135	887	1017	893	786	<b>11,514</b>

\*Rango de calificación de 1 a 10

## 92.8 % de los clientes

de los clientes calificaron con 9 y 10, que son los únicos rangos admisibles, el mismo porcentaje que en el 2011.

## objetivo 2012

es reducir el porcentaje de clientes con rangos de calificación no admisibles a un 5%.

#### 4. Satisfacción del cliente con su vivienda

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

##### Satisfacción del cliente con su vivienda

PREGUNTA	2012		2011	
	PROMEDIO 2011	% CLIENTES DE 9 Y 10	PROMEDIO 2012	% CLIENTES DE 9 Y 10
¿Considera que lo que pagó por su casa es poco, lo justo, o mucho por la casa que recibió?	87.35	80.70%		
¿Cómo califica en términos generales la calidad de vida en su comunidad habitacional?	89.14	61.90%		
¿Cómo califica la atención de garantías o desperfectos presentados en su vivienda?*	82.61	72.80%	86.74	76.51%
¿Cómo califica la atención del asesor de ventas?	87.02	76.10%		
¿Cómo califica las condiciones de su casa cuando se la entregaron?*	80.99	83.80%	83.93	72.55%
¿Cómo califica la calidad de su casa?*	84.17	85.40%	88.14	76.19%
¿Cómo califica los servicios de drenaje, alcantarillado, alumbrado público, vialidades, etc.?	85.81	49.40%		
¿Cómo califica el equipamiento y/o atractivos del conjunto?	88.46	59.40%		
¿Cómo califica la disponibilidad de servicios comerciales básicos cercanos?	76.39	87.80%		
¿Cómo califica el servicio de transporte público?	79.37	81.40%		
¿Cómo califica el diseño o el estilo de su casa?	89.83	71.40%		
¿Cómo califica los servicios de agua y luz en su vivienda?*	87.57	84.30%	89.59	77.44%
<b>PROMEDIO GLOBAL</b>	<b>84.89</b>	<b>74.20%</b>	<b>88.93</b>	<b>76.87%</b>

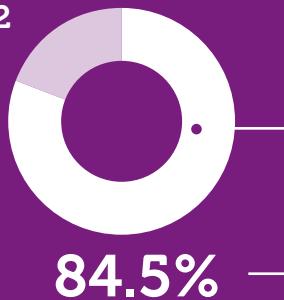
\*Preguntas aplicadas en el 2012

Adicionalmente, se cuenta con el Índice de Satisfacción del Acreditado (ISA), que 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.

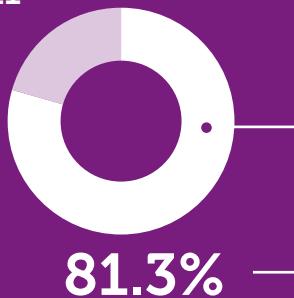
El índice mide el nivel de satisfacción que los habitantes tienen con la vivienda, el desarrollo habitacional, la atención y servicio que les brindaron, así como la relación entre precio pagado y valor recibido.

RESULTADOS DEL ÍNDICE DE PLUSVALÍA Y CALIDAD DE VIDA SOSTENIBLE (ESCALA DEL 1 AL 100%):

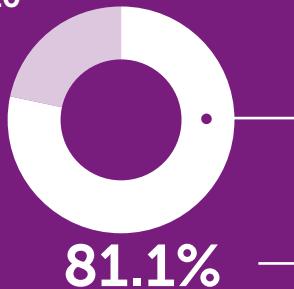
2012



2011

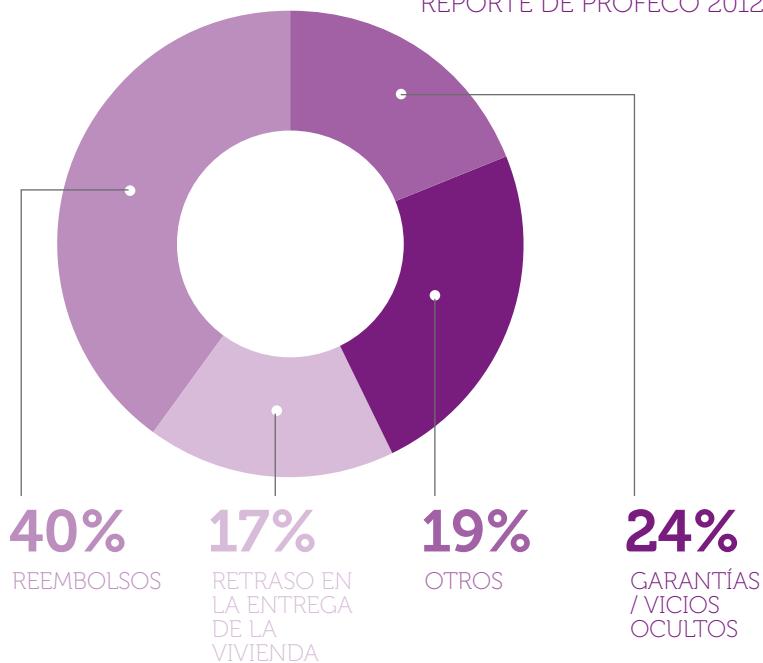


2010

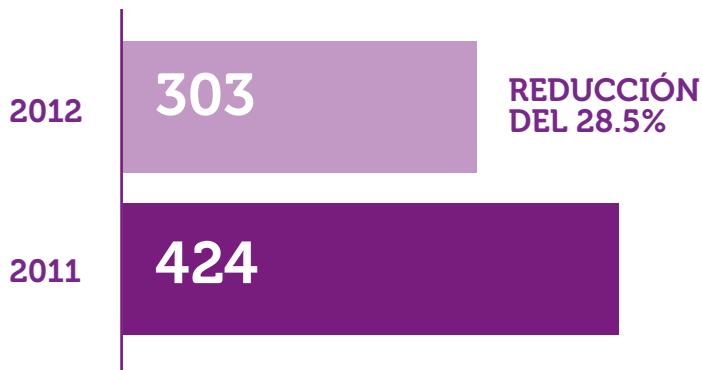


Los incidentes, fruto de incumplimiento o de insatisfacción de los clientes se reportan mediante la PROFECO (Procuraduría Federal del Consumidor)

REPORTE DE PROFECO 2012



Comparando el número de quejas del 2011 al 2012 podemos reportar lo siguiente:





## GEO tiene la meta de "ir por el cliente"

### Más cerca de los clientes

La estrategia de comercialización de Casas GEO es uno de los principales diferenciadores con respecto a la competencia, ya que adicional a los canales tradicionales (Centros de Atención a Ventas), en GEO se tiene la meta de "ir por el cliente" a través de canales innovadores.

GEO fue la primera desarrolladora que creó el concepto de las "Tiendas"; Las Tiendas GEO son puntos de dis-

tribución ubicados en lugares estratégicos a nivel nacional, en donde se les asesora y presenta virtualmente la Comunidad GEO a los clientes así como se les lleva sin costo alguno a conocer físicamente el desarrollo en una unidad móvil cómodamente equipada (GEO Bus).

Otra estrategia es 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 la página web.

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



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



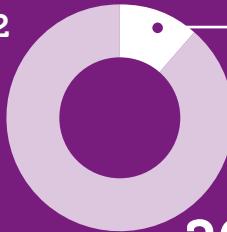


## Socio GEO

Es el programa de lealtad que proporciona ingresos, beneficios y oportunidades 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.

TOTAL DE ESCRITURAS A TRAVÉS DEL PROGRAMA SOCIO GEO

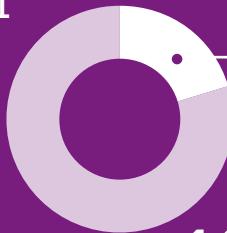
2012



**20.33%**

del total de escrituras,  
9,667

2011



**11.63%**

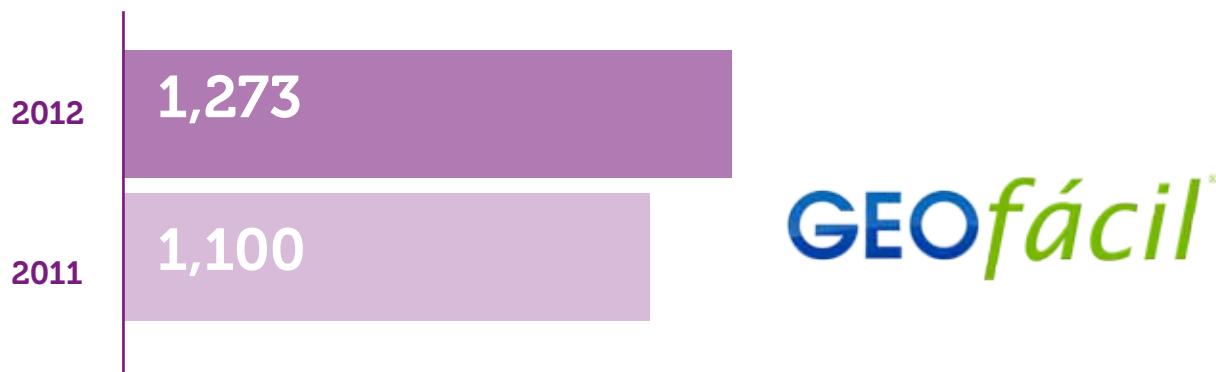
del total de escrituras,  
6,177



## GEO Fácil

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

### TOTAL DE ESCRITURAS A TRAVÉS DEL PROGRAMA GEO FÁCIL



## 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.

Para conocer el detalle de las Estrategias de Publicidad y Promoción 2012 favor de seguir el siguiente vínculo:  
<http://storage.casasgeo.com/sostenible/pdf/EstrategiasPublicidadyPromocion2012.pdf>

Con respecto a los patrocinios, se participa en múltiples actividades (deportivas, sociales y culturales) que estén ligadas a algún proyecto de apoyo social o comunitario.

## Información sobre nuestros productos y servicios

Una vez que los clientes adquieren su vivienda en una Comunidad Sostenible GEO, se les hace 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.

Para conocer un Manual del Propietario favor de seguir el siguiente vínculo:  
<http://storage.casageo.com/sostenible/pdf/ManualdelPropietario.pdf>

## Privacidad del cliente

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.



## Buscando ser mejores



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, diversificando con rentabilidad al grupo.

El ciclo de GEO termina con la entrega de la casa, y el de SinerGEO inicia con la entrega de la misma.

Al cierre 2012, se encontraba conformada por más de 1,400 colaboradores enfocados en brindar soluciones a los clientes generando ingresos en el 2012 por más de 445 millones de pesos

	<p>Puntos de venta y acercamiento con nuestros clientes. Cuenta con una red de 16 tiendas en la Ciudad de México y Área Metropolitana, Puebla, Morelos, Guadalajara y Monterrey, con 498 asesores de venta. Se comercializan productos de todos nuestros desarrollos y prototipos.</p>
	<p>Brinda opciones de financiamiento. Ofrece una amplia gama de préstamos para equipar, remodelar o ampliar la vivienda. Hoy es el procesador más importante de FOVISSSTE</p>
	<p>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. Los servicios que ofrece son diseño, entrega e instalación.</p>
	<p>Ofrece soluciones integrales de administración profesional dentro de nuestras comunidades para generar desarrollos sostenibles con plusvalía y calidad de vida. Administrando en el 2012 40,624 viviendas.</p>
	<p>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. Atiende mensualmente a 77,300 clientes.</p>
	<p>Proporciona servicios de telecomunicaciones de última generación en los hogares de nuestros desarrollos para brindar televisión por cable, internet y telefonía IP. Al cierre del 2012 ha instalado una red de más de 32,000 viviendas, con presencia en 7 estados y 18 desarrollos.</p>



## COMUNIDAD

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

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

### Infraestructura y equipamiento

Durante el 2012, se realizó una inversión social en infraestructura y equipamiento de más de \$900 millones de pesos.

#### EDUCACIÓN

- + de 70 aulas de Jardín de Niños y Guarderías
- + de 120 aulas de Primaria
- + de 90 aulas de Secundaria

#### ESPACIOS PÚBLICOS Y ÁREAS VERDES

- + de 320,000 m2 de jardines vecinales
- + de 113,000 m2 de zonas deportivas

#### TRANSPORTE Y VIALIDADES

- + de 2,300,000 m2 en obras de urbanización
- + de 228 Km de estructura ciclista consolidada
- + de 12,000 bicicletas entregadas a nuestros clientes

#### SERVICIOS BÁSICOS

- 9 Plantas de tratamiento de agua



promover, coordinar  
y garantizar el  
establecimiento de  
Proyectos Sostenibles  
de Desarrollo  
Comunitario





## Fundación GEO

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.

### 1. Programa de Desarrollo Comunitario

El Programa de Desarrollo Comunitario de fundación, es un proceso alineado a los objetivos estratégicos de GEO y está orientado a fomentar la organización comunitaria con la participación directa y activa de la población trabajando mediante mesas de trabajo en las cuales se determinan las necesidades de la comunidad a partir de un proceso de diagnóstico y planeación participativa.

Actualmente el Programa de Desarrollo Comunitario opera en 9 desarrollos GEO ubicados a lo largo del país. A través de este Programa, hemos logrado desarrollar un modelo integral, que ofrece servicios especializados, económicamente sostenibles, que tienen por propósito brindar atención integral para las comunidades GEO generando así espacios para el encuentro.

La efectividad del programa se mide a través de una evaluación de impacto en los rubros de salud, educación, empleo, espacios públicos y seguridad a partir de una base cero y valorando las soluciones y servicios ofrecidos así como la población beneficiada.

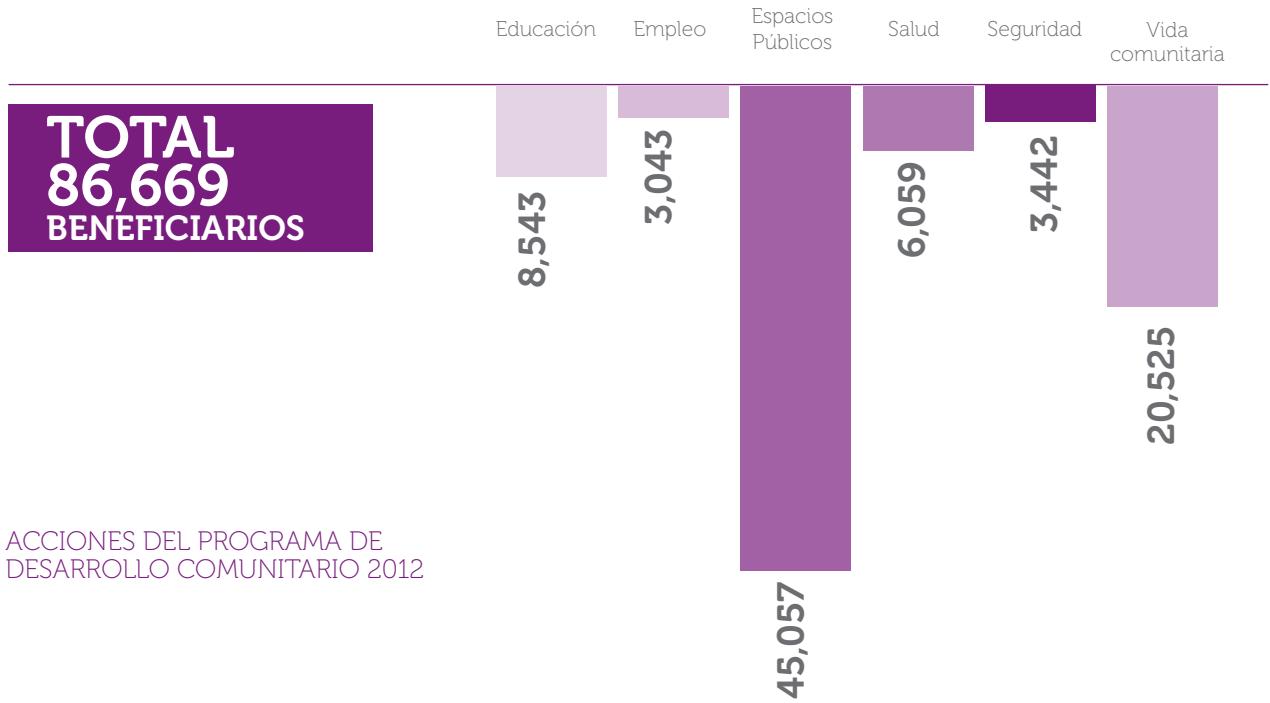
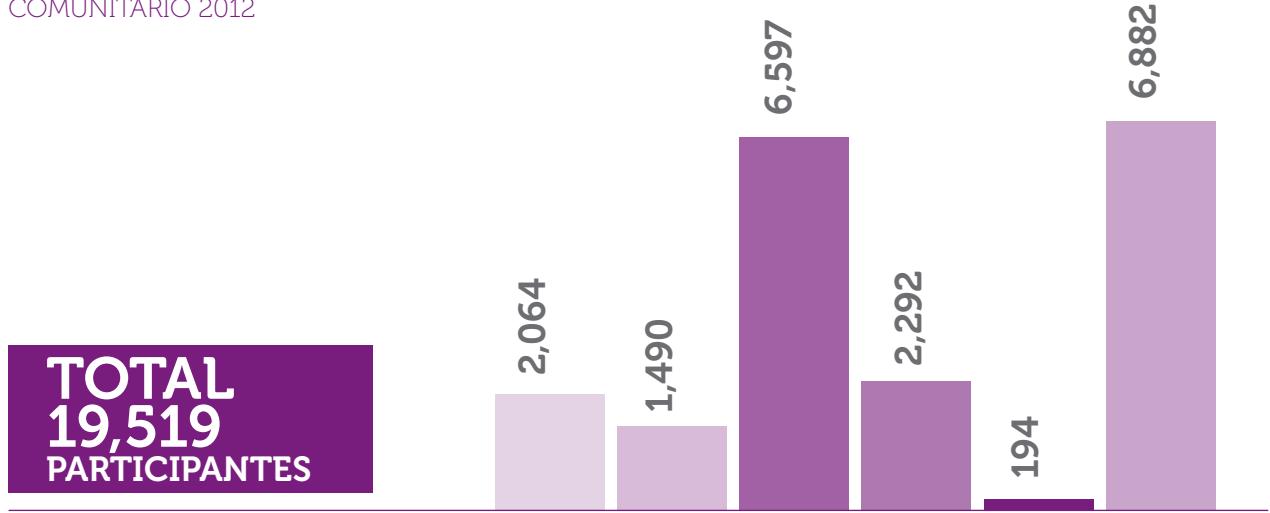
## IMPACTO DEL PROGRAMA DE DESARROLLO COMUNITARIO

Los Programas de Desarrollo Comunitario de Fundación GEO en el 2012 tuvieron un crecimiento del 99% en actividades realizadas y 140% en beneficiarios en relación con el 2011.

	2011	2012	CRECIMIENTO 2012 VS 2011	OBJETIVO 2012	CUMPLIMIENTO
<b>Actividades</b>	225	448	99%	405	111%
<b>Participantes/ Beneficiarios</b>	36,167	86,669	140%	61,484	141%



ACCIONES DEL PROGRAMA DE DESARROLLO  
COMUNITARIO 2012



ACCIONES DEL PROGRAMA DE  
DESARROLLO COMUNITARIO 2012

# CENTRO DE DESARROLLO COMUNITARIO

FARMACIA

## PREPANET

Preparatoria en línea

Sólo 2 años



Ministerio de Educación  
del Estado de México





## 2. Centros de Desarrollo Comunitario

Fundación GEO garantiza la operación sostenible de los Centros de Desarrollo Comunitario (CDC), 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 café internet, capacitación técnica, clases de cómputo o de deporte, educación básica para adultos, preparatoria abierta y talleres comunitarios.

### NÚMERO DE ACTIVIDADES EN LOS CENTROS COMUNITARIOS



Se incrementó el número de actividades realizadas en el 2012 en un 99%

### 3. Día de la Comunidad

En el 2012, se llevó a cabo el “Día de la Comunidad”. Esta iniciativa tiene como objetivo mejorar los Satisfactores de Bienestar con mayor oportunidad en cada uno de los desarrollos de GEO a nivel nacional.

De esta forma, los habitantes de las comunidades 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

	2012	2011	2010	2009	2008	2007
<b>Voluntarios</b>	18,473	16,794	11,640	9,518	2,300	1,100
<b>Proyectos</b>	49	41	41	15	14	1



## ACTIVIDADES REALIZADAS EN EL DÍA DE LA COMUNIDAD DEL 2012

---

Feria del empleo  
Jornada de limpieza  
Huerto urbano  
Rehabilitación plaza central (pintura, siembra de árboles y grafiti verde)  
Jornada de pintura en GEO parque, escuela primaria y jardín de niños del desarrollo  
Comparsa circense  
Feria de juegos

---



#### 4. 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	BENEFICIO	DÓNDE OPERA
Asociación de Scouts de México, AC	Atender a niños y jóvenes generando sentido de identidad y fomentando la cultura del trabajo colectivo	Educación Espacios Públicos Vida Comunitaria	Zumpango
Secretaría de Educación Pública	Acercar el servicio de preparatoria abierta que permita concluir los estudios a jóvenes y adultos de nuestros desarrollos	Educación (Preparatoria Abierta)	Zumpango
Krispy Kreme	Generar alternativas de ingreso regular para la Fundación	Procuración Fondos	Oficinas Corporativas Zumpango Monterrey
INFONAVIT	Gestión de recursos para el rescate y mejoramiento de espacios públicos	Espacios Públicos	Monterrey
CTS EMBARQ	Cooperación institucional para la procuración de fondos y su aplicación en La Trinidad	Espacios Públicos	Zumpango (Plan Maestro Regeneración Trinidad)
Centro Universitario UTEG	Gestión de talleres educativos a bajo costo para la capacitación para el empleo	Talleres Educativos	Tlajomulco, Jalisco
Instituto de Formación para el Trabajo del Estado de Jalisco (IDEFT)	Gestión de talleres educativos a bajo costo para la capacitación para el empleo	Talleres Educativos	Tlajomulco, Jalisco
Colegio de Bachilleres del Estado de Jalisco (COBAEJ)	Acercar el servicio de preparatoria abierta que permita concluir los estudios a jóvenes y adultos de nuestros desarrollos	Educación (Preparatoria Abierta)	Tlajomulco, Jalisco
Secretaría de Educación del Gobierno del Estado Jalisco	Alianza para utilizar las aulas de pre-ensamble generando un espacio de atención comunitaria donde opera el PDC	Infraestructura (Aulas para Talleres Comunitarios)	Tlajomulco, Jalisco
Consejo Estatal contra las Adicciones en Jalisco	Gestión de talleres dirigidos a jóvenes con el fin de prevenir las adicciones. Estas actividades no tienen costo para la comunidad	Talleres Prevención Adicciones	Tlajomulco, Jalisco

## 5. Procuración de fondos 2012

Con el fin de ser transparentes en las acciones sociales, se presenta el siguiente Reporte de Procuración de Fondos 2012 de la Fundación GEO:

<b>DONATIVOS FUNDACIÓN GEO</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>CRECIMIENTO 2012 VS 2011</b>
Donativos particulares efectivo	\$3,000	\$119,500	3883%
Donativos centros comunitarios	\$455,340	\$633,569	39%
Donativos GEOcolaboradores	\$545,914	\$456,841	-16%
Día de la comunidad	\$919,449	\$1,047,370	14%
Donativos en especie	\$1,005,990	\$1,107,136	10%
Empresas del grupo GEO	\$1,008,969	\$250,000	-75%
<b>Gran total</b>	<b>\$3,938,662</b>	<b>\$3,614,415</b>	<b>-8%</b>

Para el 2013, nos hemos trazado las siguientes metas:

- Crear una red de voluntariado permanente que colabore con los comités vecinales en cada desarrollo.
- Desarrollar seis alianzas estratégicas con organismos clave.
- Desarrollar una plataforma sólida de redes sociales para proyectar el trabajo de Fundación Comunidades.
- Desarrollar un programa de capacitación orientado a la formación permanente de promotores comunitarios y comités vecinales.
- Aperturar 2 unidades de negocio donde opere el Programa de Desarrollo Comunitario.
- Incrementar la calidad y especialización de las actividades que ofrece Fundación GEO.
- Incrementar el número de participantes en nuestras actividades en un 40%.
- Desarrollar 5 proyectos específicos productivos y culturales que tengan una trascendencia simbólica importante para las comunidades.
- Inaugurar un Centro Comunitario que promueva la sana convivencia e integración comunitaria en el desarrollo "Hacienda Margaritas" en Pachuca, Hidalgo.

Para conocer más sobre Fundación GEO, les pedimos visitar el sitio de internet: <http://www.fundaciongeo.com/>

## PROVEEDORES Y CONTRATISTAS

En GEO la relación con proveedores y contratistas se encuentra basada en confianza, cooperación y generación de valor agregado.

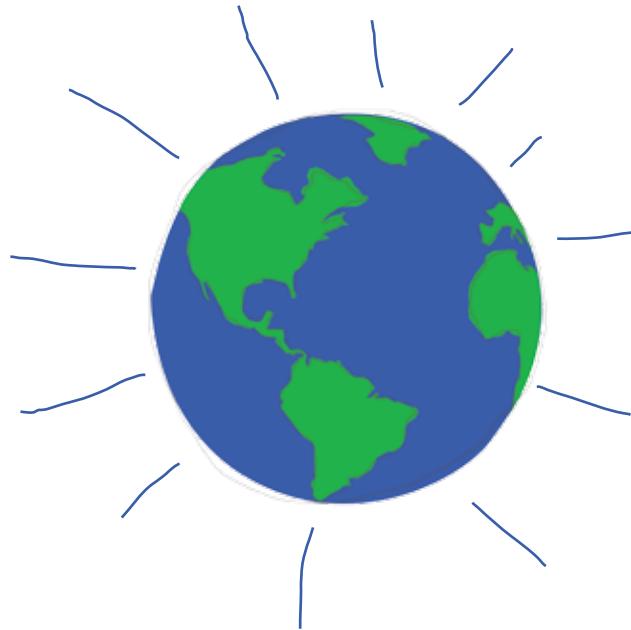
Se mantiene relación con más de 25,000 proveedores y contratistas, de los cuales el 95% son nacionales.

Se tiene participación conjunta en diferentes proyectos a través de la Cámara Nacional de la Industria de Desarrollo y Promoción de Vivienda (CANADEVI) con programas de desarrollo de proveedores, mejores prácticas en las compras, y Compras de Clase Mundial.

Como parte de un proceso de institucionalización, se lleva a cabo a partir del 2009 el Programa de Certificación y Evaluación de Proveedores y Contratistas a nivel nacional a través de una metodología de gestión y desarrollo que contempla un análisis en temas de Responsabilidad Social Empresarial.

Del 2009 al cierre del 2012 se han certificado un total de 153 proveedores y contratistas.





Hoy es el momento  
de cuidar nuestros  
recursos naturales

## xi. desempeño ambiental

Para Casas GEO el compromiso con las generaciones futuras se fundamenta en el cuidado y protección del medio ambiente.

En el 2012 se publicó la Política Ambiental para que cada uno de los que participa en nuestra organización, busque permanentemente mejorar el desempeño ambiental de oficinas, conjuntos habitacionales GEO y la vida de las comunidades de manera sostenible.

En materia ambiental, GEO cuenta con las siguientes políticas institucionales:

---

### GEO+más

Establece los criterios de uso de tierra y materiales así como los lineamientos en temas de espacios públicos y diseño urbano para el desarrollo de nuestras comunidades sostenibles, su objetivo principal es generar eficiencias y ahorros en la cadena de producción para dar más a los clientes por el mismo precio.

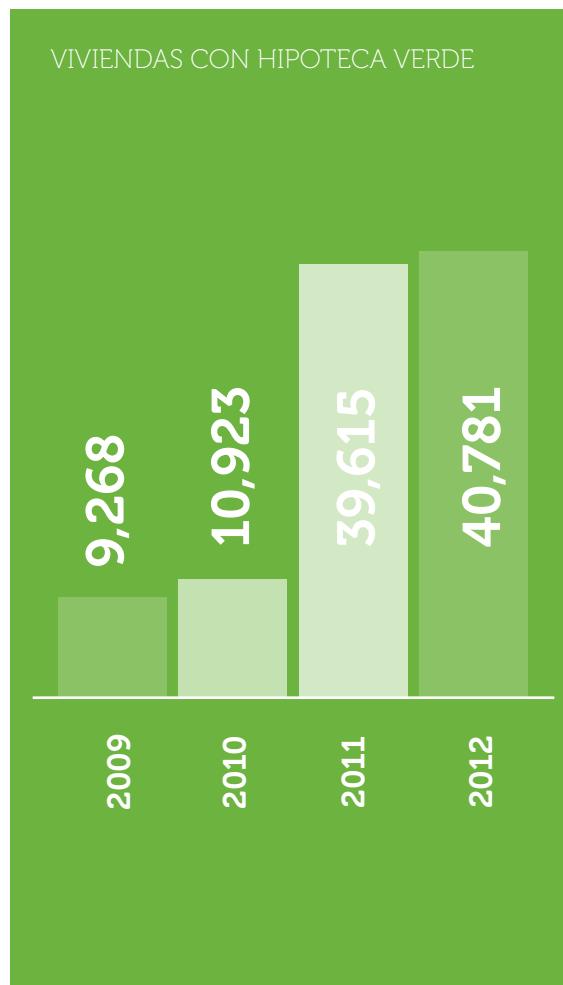
### GEOnaturaleza

Tiene como objetivo mejorar espacios abiertos al menor costo económico - ambiental, mediante el diseño y establecimiento de áreas verdes sostenibles, coherentes con el medio ambiente y con las características de las especies vegetales. Adicionalmente provee de criterios, lineamientos y recomendaciones que permiten el aprovechamiento y manejo de los recursos para las áreas verdes. Y finalmente genera una naturación en los desarrollos GEO que garantice su permanencia y desarrollo adecuado, eficientando los recursos para el mantenimiento óptimo y contribuyendo en el desarrollo integral de los conjuntos GEO.

Adicionalmente, GEO es parte de la Asociación "Vivienda y Entorno Sustentable A.C. (VESAC), a través de la cual, 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.

Es así, como a partir del 2011 se ha colaborado de la mano con el Centro Mario Molina en un estudio de análisis y medición del impacto ambiental de la industria de la vivienda que permite a GEO conocer y optimizar su impacto en todas las etapas del ciclo de vida de una vivienda.



## Análisis y medición de nuestro impacto ambiental

### 1. Hipoteca Verde

Hipoteca Verde se refiere a un Programa del Gobierno Federal que consiste en el otorgamiento de un monto adicional de crédito para eco-tecnologías en la vivienda tales como sistemas ahorradores de agua, lámparas fluorescentes y calentadores solares. Lo que 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 el año 2012, del total de viviendas escrituradas el 73.5% fueron viviendas desarrolladas bajo el esquema de Hipoteca Verde.

Los logros en la implementación del Programa Hipoteca Verde son:

a) Ahorros en AGUA por el uso de muebles sanitarios de bajo consumo, regaderas ahorradoras y kits de llaves ahorradoras de agua:

<b>AHORRO DE AGUA</b>		
MUEBLES SANITARIOS DE BAJO CONSUMO	REGADERAS AHORRADORAS DE AGUA	KIT DE LLAVES AHORRADORAS DE AGUA
326,248 Lts/año	1,141,868 Lts/año	1,141,868
<b>2,610</b>		
<b>TOTAL DE M3 POR AÑO</b>		

b) Ahorros de GAS por el uso de calentadores solares de agua y calentadores de gas de paso:

<b>AHORRO DE GAS</b>	
CALENTADORES SOLARES DE AGUA	CALENTADOR DE GAS DE PASO
254	116
<b>Lts GLP /año por vivienda</b>	
326	7,445
<b>7,770</b>	
<b>Tons de CO2 anuales evitadas por ecotecnología</b>	

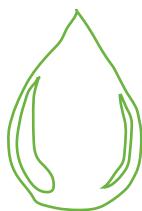
c) Ahorros de ENERGÍA ELÉCTRICA por el uso de aislamiento térmico en zonas cálidas, aislamiento térmico en zonas frías y por el uso de lámparas fluorescentes compactas:

AHORRO DE ENERGÍA ELÉCTRICA		
AISLAMIENTO TERMICO EN ZONAS CALIDAS	AISLAMIENTO TERMICO EN ZONAS FRIAS	LAMPARAS FLUORESCENTES COMPACTAS
8	28	14
<b>kWh/año</b>		
7,347,676	1,298,671	8,478,370
AHORRO TOTAL ANUAL		
<b>8,470</b>		
Ton de CO2 anuales evitadas por ecotecnología		

En resumen:

El ahorro económico anual estimado por cada vivienda (en función del uso y función de las ecotecnias) es de \$7,413.00 pesos.

El total de emisiones evitadas por todo el conjunto de ecotecnologías en la vivienda (correspondientes a gas y energía eléctrica) es de 16,240 Tons de CO2.





## 2. Cuidado del Agua

Como parte de la Política GEO+Más se considera en todos los desarrollos de Casas GEO la construcción de:

- Plantas de tratamiento que permiten reutilizar agua para uso doméstico;
- Vasos de regulación para captación de agua que 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 permiten hacer un uso más eficiente del recurso.

En el año 2012 se construyeron las siguientes plantas de tratamiento:

UBICACIÓN	CAPACIDAD (LPS)
LA PROVINCIA	43
CAMPO VERDE (ETAPA IX)	39
MONTEBELLO	62
MISIONES DE SAN FRANCISCO	50
LOS PILARES	50

El volumen de agua reutilizada reportada se ha empleado para el riego de áreas verdes en nuestros desarrollos, evitando así el uso de 12,112.20 pipas que normalmente se contratarían para regar estos espacios.

Los ahorros generados por la construcción de plantas de tratamiento y el reciclaje de agua en el 2012 son:

TRATAMIENTO (LTS ANUALES)	TRATAMIENTO TOTAL EN M3	REUTILIZACIÓN (% AGUA REUTILIZADA EN M3/AÑO)	NÚMERO DE PIPAS (ESTIMANDO UN USO ANUAL Y UNA CAPACIDAD DE 10M3)	AHORRO ECONÓMICO EN PIPAS POR LA CONSTRUCCIÓN DE LAS PTARS (considerando un costo de \$300.00 pesos por pipa de 10M3)
4,325,162,400.00	4,325,162.40	1,081,290.60	12,112.20	4,420,953.00

Nota: Información referente a las plantas de tratamiento reportadas. Para estos resultados realizamos estudios específicos de cada una pero a manera de síntesis y referencia a informes de sostenibilidad anteriores se reportan los datos globales.



### 3. Biodiversidad

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

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**.

Adicionalmente, con el objetivo de generar estrategias y acciones para la gestión de impactos sobre la biodiversidad, en Casas GEO se realiza el diseño de las Comunidades de acuerdo a las características climáticas de cada lugar, así como estudios de las arboladas para conocer su estado de salud y proponer un plan de manejo para evitar que sean abatidos.

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.





#### a) Vivero Ciudad Verde

A través de la Unidad de Negocios “Vivero Ciudad Verde”, se lleva a cabo la producción de la flora empleada en todos los desarrollos de la Región Centro.

Logrando la colocación de más de 925,000 de plantas en los diversos desarrollos de la Región contra las 848,000 del 2011.

En el 2012 se realizaron actividades como: reforestación, plantación de arbustos, diseño de áreas verdes, producción de plantas cubre suelo, transplante de árboles grandes, estudios dasonómicos, talleres y capacitación.

En total, durante el 2012 el vivero recibió un total de 850 niños y 350 padres de familia del 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.



## b) Poro de Naturación GEO

En 2012 Casas GEO inició un proyecto denominado "Poro de Naturación" ubicado en el desarrollo de "Las Plazas", Zumpango, Estado de México. Las plantas seleccionadas son en su totalidad nativas y se encuentran bajo protección especial, amenazadas o en peligro de extinción, de acuerdo a la NOM-059-SEMARNAT-2010 (Protección ambiental-Especies nativas de México de flora y fauna silvestres - Categorías de riesgo y especificaciones para su inclusión, exclusión o cambio-Lista de especies en riesgo).

En 2013 se pretende consolidar otros Poros de Naturación en espacios abiertos de desarrollos GEO de diversas regiones geográficas de México.



#### 4. Transporte

El transporte es una fuente significativa de emisiones contaminantes, por lo cual el enfoque dentro de Casas GEO es dirigido a disminuir su impacto ambiental en las actividades y desarrollos.

##### a) Maquinaria

En lo que se refiere al proceso constructivo, GEO Importex es la empresa filial de Casas GEO que se encarga de la operación y mantenimiento de los vehículos de transporte de materiales.

Actualmente, Casas GEO se cuenta con el parque de maquinaria más extenso en México, el cual comprende 2,634 equipos mayores, menores y vehículos de transporte que cumplen con los más altos estándares de disminución de ruido y reducción de gases contaminantes a la atmósfera y operan bajo un control de combustible vía sistema, el cual no permite suministrar combustible adicional que el que indica el tiempo que el motor de los vehículos estuvo encendido.

Esta medida permite tener ahorros de hasta el 30% en combustible, pues durante los tiempos en que los vehículos están esperando ser cargados, descargados y en espera de instrucciones, tienen que estar apagados, y con esto se garantiza un menor desgaste del motor, menor emisión de contaminantes a la atmósfera y por consiguiente menor consumo de combustible.



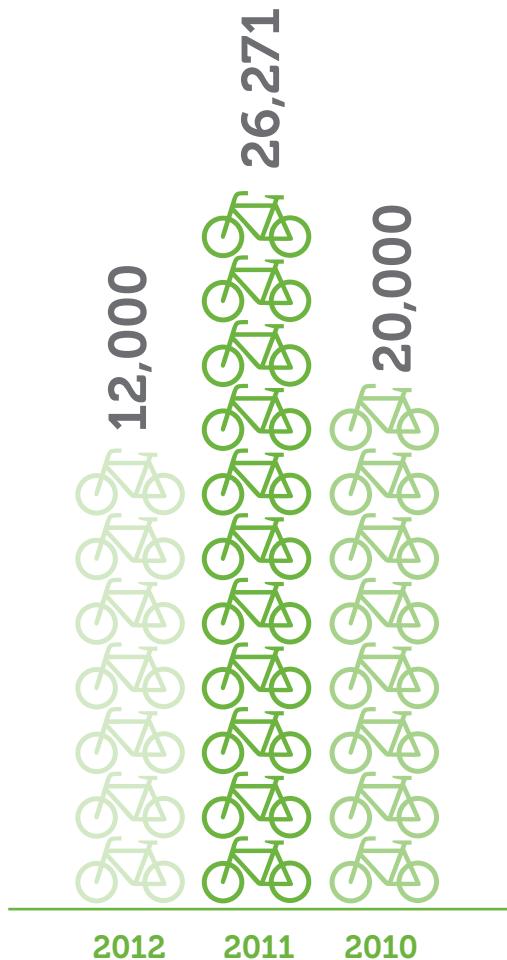
Los motores de los equipos GEO cumplen con las normas más estrictas. Tal es el caso de la norma Euro 3, misma que supone un total de 132.39 Kg de NOx; 703.0 Kg de CO + HC + PM; y 2.069 Kg de CO<sub>2</sub>. Esta norma rige los valores límite para la emisión de contaminantes por el escape y el procedimiento para la medición de la evaporación de carburantes.



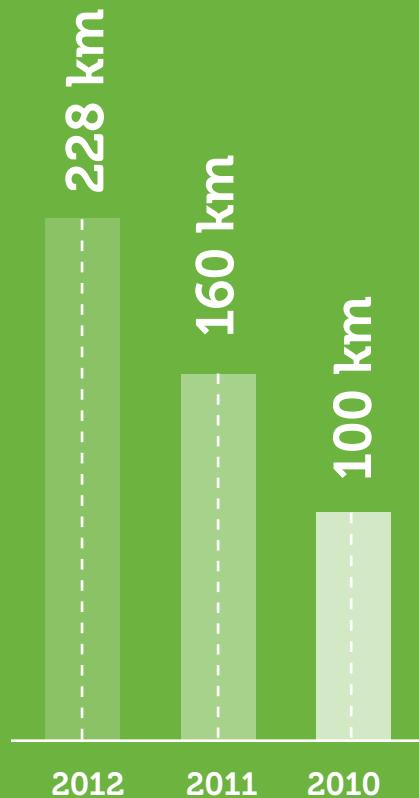
b) Infraestructura ciclista en las Comunidades GEO

En relación al uso del transporte dentro de las Comunidades GEO y con el fin de favorecer la movilidad alternativa y no motorizada, se contempla dentro de todos los desarrollos la creación de ciclovías y espacios que fomenten la peatonalidad.

BICICLETAS ENTREGADAS A CLIENTES GEO:



KILÓMETROS DE ESTRUCTURA CICLISTA CONSOLIDADA





c) Implementación de metodología Desarrollos Orientados al Transporte Sustentable (DOTS). 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 el 2012 se implementa la metodología DOTS en el nuevo desarrollo de La Noria en Zumpango, lo que 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 claustros habitacionales.

La Noria dio pauta en el 2012 a que se desarrollara un convenio con la Embajada Británica y el Banco Mundial, con el fin de promover esquemas de desarrollo mediante el transporte sustentable, mismos que serán aplicados a diferentes desarrollos dentro de GEO para lograr comunidades más competitivas y con un entorno más amable para peatones y ciclistas.

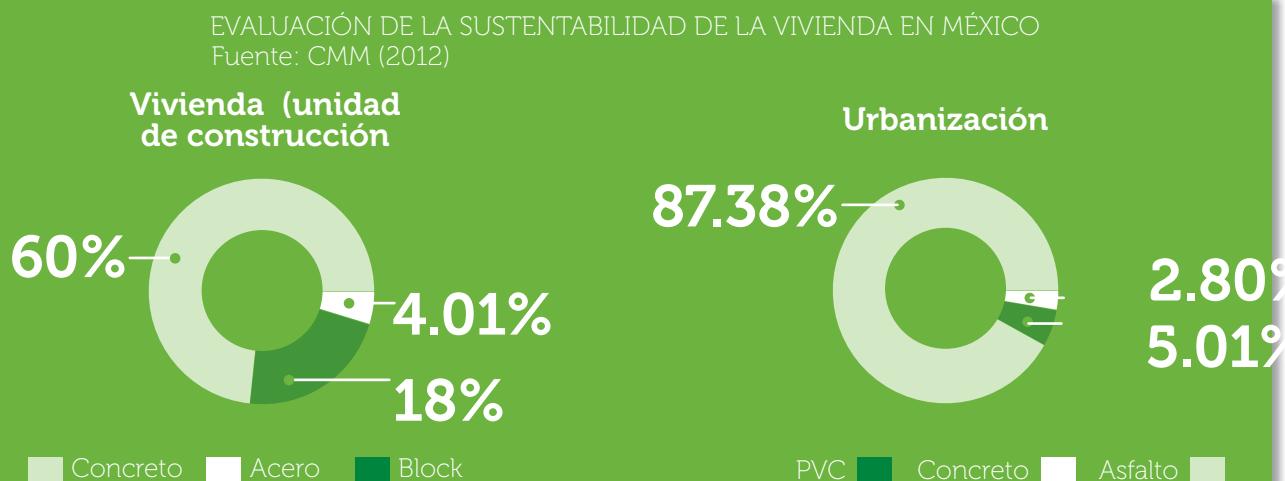


## 5. Innovaciones ambientales para el uso adecuado de materiales

En el proceso del desarrollo y construcción de la vivienda GEO emplean materiales de construcción de la mejor calidad, lo cual contribuye a la eficiencia de procesos y productos.

Gracias al estudio del Centro Mario Molina, se identificaron 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.



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

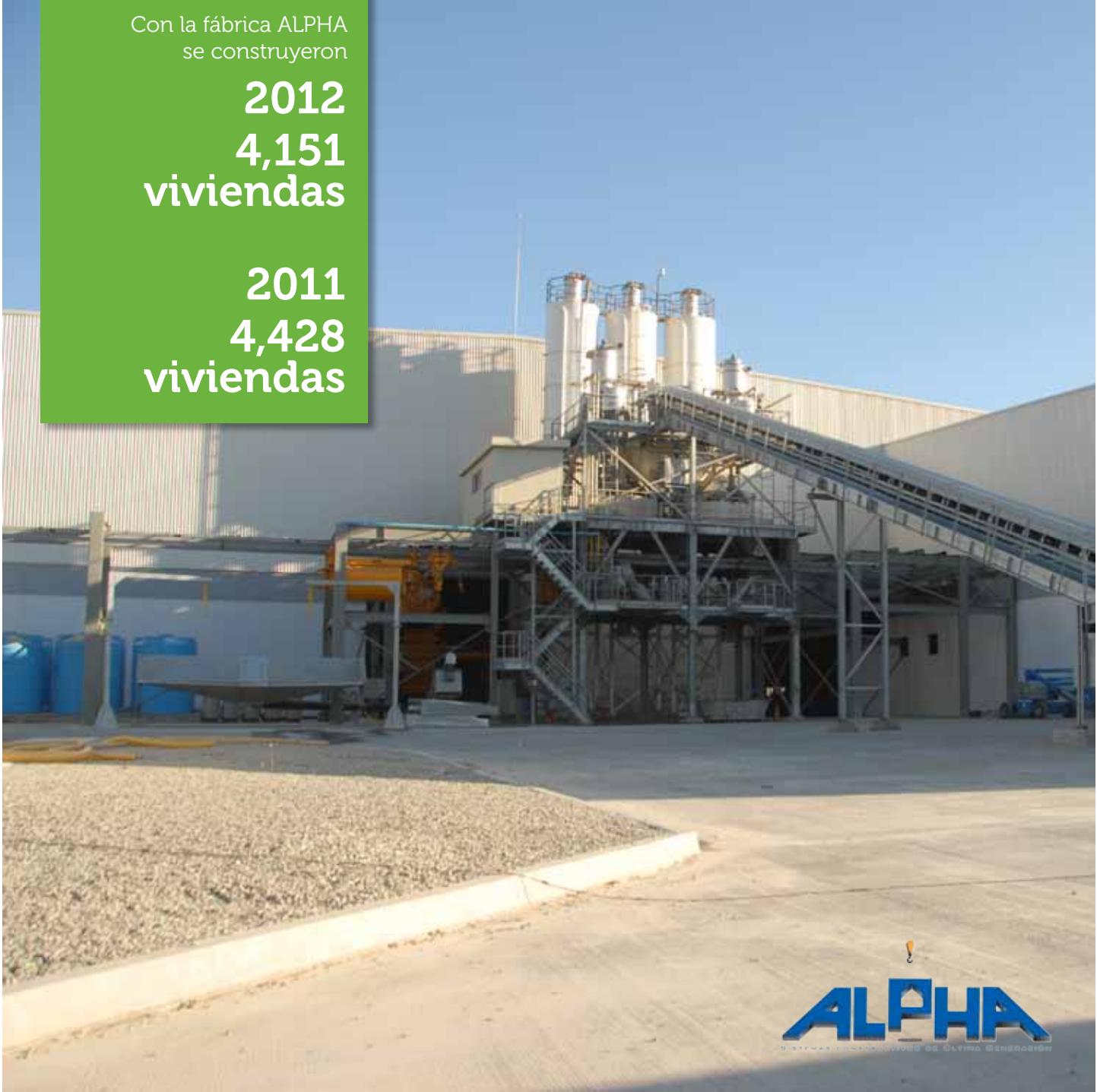
- Investigación y desarrollo de concretos y morteros con mejor desempeño.
- Estudios de logística de suministro de materiales y mano de obra con el fin de eficientar tiempos y costos de movimientos en los procesos de la obra misma.
- Evaluación y, en su caso, renovación de equipo y maquinaria clave en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



Con la fábrica ALPHA  
se construyeron

**2012**  
**4,151**  
**viviendas**

**2011**  
**4,428**  
**viviendas**



ALPHA  
SISTEMAS INTEGRADOS DE OLYMIA SINGAPORE

## 6. Retos ambientales al 2013

- Implementar las políticas de vegetación GEO Natura en el 80% de nuestras viviendas con el fin de ahorrar agua y proteger nuestro patrimonio vegetal, generando plusvalía.
- Contar con al menos 2 Desarrollos Urbanos Integrales Sostenibles (DUIS) en congruencia a las necesidades de los gobiernos municipales o estatales de cada estado.
- 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, de tal forma que como parte de nuestra estrategia de Comunidades Sostenibles, en GEO tenemos una política interna para desarrollar el 60% vivienda vertical y 40% vivienda horizontal misma que hemos estado operando en los últimos años. Estimamos que para el 2013 esta política se mantenga o de contar con las condiciones favorables se incremente el porcentaje de vivienda vertical.



## x. premios y reconocimientos

Corporación GEO fue acreedora a los siguientes premios y reconocimientos durante el 2012:

- Reconocimiento Infonavit por ser la desarrolladora de vivienda que más créditos individualizó en el 2011.
- Distintivo como Empresa Socialmente Responsable otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) por séptimo año consecutivo.
- Reconocimiento de Grupo Mundo Ejecutivo por su labor como una de las empresas con mayor responsabilidad social en México.
- Premio Estatal de Vivienda Jalisco 2012.





## xi. pacto mundial de las naciones unidas

Desde el 2005, Casas GEO se adhirió a los Principios del Pacto Mundial, 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 en esta iniciativa.

En el 2012, Casas GEO refrenda su adhesión al Pacto Mundial, cuyos diez principios han sido incorporados a este informe como parte de la 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
Derechos Humanos	<p><b>Principio 1</b> – las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos proclamados internacionalmente.</p> <p><b>Principio 2</b> - las empresas deben asegurarse de no ser cómplices de abusos a los derechos humanos.</p>	EC5, LA4, LA6 – 9; LA13 – 14,
Trabajo	<p><b>Principio 3</b> - las empresas deben sostener la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a celebrar contratos colectivos de trabajo.</p> <p><b>Principio 4</b> – las empresas deben sostener la eliminación de todas las formas de trabajo forzado y obligatorio.</p> <p><b>Principio 5</b> – las empresas deben sustentar la abolición efectiva del trabajo infantil.</p> <p><b>Principio 6</b> – las empresas deben sostener la eliminación de discriminación respecto del empleo y la ocupación.</p>	DH1 – 9, SO5, RP1 – 2, RP8
Medio Ambiente	<p><b>Principio 7</b> – las empresas deben apoyar un abordaje cauteloso de los desafíos ambientales.</p> <p><b>Principio 8</b> – las empresas deben implementar iniciativas para promover mayor responsabilidad ambiental.</p> <p><b>Principio 9</b> – las empresas deben alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías que no dañen el medio ambiente.</p>	DH1 -9, SO5
Anti-corrupción	<p><b>Principio 10</b> – las empresas deben combatir la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el pago de sobornos.</p>	LA4 – 5, DH1 – 3, DH5, SO5

## xii. índice gri

ÁREAS	PÁGINAS
<b>1. ESTRATEGIA Y ANÁLISIS</b>	
1.1 Declaración del máximo responsable sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia.	5
1.2 Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.	5,14,16
<b>2. PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN</b>	
2.1 Nombre de la organización.	10
2.2 Principales marcas, productos y/o servicios.	10
2.3 Estructura operativa de la organización.	20,23
2.4 Localización de la sede principal de la organización.	3a de forros.
2.5 Número de países en los que opera la organización.	10
2.6 Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.	10
2.7 Mercados servidos.	36
2.8 Dimensiones de la organización informante.	32,35
2.9 Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización.	6
2.10 Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.	108
<b>3. PARÁMETROS DE LA MEMORIA PERFIL DE LA MEMORIA</b>	
3.1 Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.	6
3.2 Fecha de la memoria anterior más reciente (si la hubiera).	6
3.3 Ciclo de presentación de memorias (anual, bienal, etc.).	6
3.4 Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.	3a de forros.
<b>ALCANCE Y COBERTURA DE LA MEMORIA</b>	
3.5 Proceso de definición del contenido de la memoria.	9
3.6 Cobertura de la memoria.	6
3.7 Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.	6
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.	9

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.	9
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.	9
3.11 Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.	9
<b>ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI</b>	
3.12 Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en la memoria.	110
<b>VERIFICACIÓN</b>	
3.13 Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria.	6
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.	6
<b>3. GOBIERNO, COMPROMISOS Y PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS</b>	
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.	20
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).	23
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.	23
4.4 Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicaciones al máximo órgano de gobierno.	23
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).	23
4.6 Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el máximo órgano de gobierno.	25
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.	23
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.	12, 14, 25-26
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.	14
4.10 Procedimientos para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.	14,23

**COMPROMISOS CON INICIATIVAS EXTERNAS**

4.11 Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.	37
4.12 Principios o programas sociales, ambientales y económicos desarrollados externamente, así como cualquier otra iniciativa que la organización suscriba o apruebe.	30-31
4.13 Principales asociaciones a las que pertenezca (tales como asociaciones sectoriales) y/o entes nacionales e internacionales a las que la organización apoya.	30-31

**PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS**

4.14 Relación de grupos de interés que la organización ha incluido.	17,19
3.13 Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria.	6
4.15 Base para la identificación y selección de grupos de interés con los que la organización se compromete.	17
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.	9
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.	9

**ENFOQUES DE GESTIÓN Y DIRECCIÓN / INDICADORES CENTRALES****DIMENSIÓN ECONÓMICA****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.	35,49,72
EC2. Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	16
EC3. Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	49,72,76-77
EC4. Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	En 2012 Casas GEO no recibió ayuda directa del gobierno.
EC5 Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	El rango no es significativo.
EC6. Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	84

EC7. Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	El 100% de nuestros directivos son locales y son seleccionados con base en la Política Institucional de Reclutamiento y Selección
---	---

<b>IMPACTO ECONÓMICO INDIRECTO</b>	
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.	72,75-82
EC9. Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	32-35,40,72,84
<b>DIMENSIÓN AMBIENTAL</b>	
<b>MATERIALES</b>	
EN1. Materiales utilizados en peso o en volumen.	103
EN2. Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	103
<b>ENERGÍA</b>	
EN3. Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	N.A.
EN4. Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	N.D.
EN5. Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	90
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.	88,90,98,104
EN7. Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	88,90,104
<b>AGUA</b>	
EN8. Captación total de agua por fuentes.	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.
EN9. Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	No ha habido fuentes de agua afectadas
EN10. Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	92-93
<b>BIODIVERSIDAD</b>	
EN11. Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.	94-97
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 las áreas protegidas.	94

<b>EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS</b>		
EN13. Hábitats protegidos o restaurados.		97
EN14. Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.		94
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.		No se reportaron especies.
EN16. Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.		90
EN17. Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.		N.A.
EN18. Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.		88-90
EN19. Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.		N.A.
EN 20. NOx, SOx y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.		N.A.
EN 21. Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.		93
EN22. Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.		104
EN23. Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.		No se reportaron derrames.
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.		No se transportan residuos peligrosos.
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.		No se presentaron afectaciones significativas.
<b>PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>		
EN26. Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios y grado de reducción de ese impacto.		87-88
EN27. Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de la vida útil, por categorías de productos.		N.A.
<b>CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b>		
EN28. Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.		24
<b>TRANSPORTE</b>		
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.		98
<b>ASPECTO GENERAL</b>		
EN30. Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.		N.D.
<b>DIMENSIÓN SOCIAL: PRÁCTICAS LABORALES Y ÉTICA EN EL TRABAJO</b>		
<b>EMPLEO</b>		

LA1. Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	40
LA2. Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupos de edad, sexo y región.	40-41,53
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.	51
<b>RELACIONES EMPRESA/ TRABAJADORES</b>	
LA4. Porcentaje de empleados cubiertos por un acuerdo colectivo.	44
LA5. Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	40
<b>SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO</b>	
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.	42
LA7. Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	42-43
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.	42,52
LA9. Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	44
<b>FORMACIÓN Y EDUCACIÓN</b>	
LA10. Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	52
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.	52
LA12. Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	50
<b>DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES</b>	
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.	40-41
LA14. Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	40
<b>DIMENSIÓN SOCIAL: DERECHOS HUMANOS</b>	
<b>PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y APROVISIONAMIENTOS</b>	
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.	84
HR2. Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.	84
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.	25

<b>NO DISCRIMINACIÓN</b>	
HR4. Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	26-27
<b>LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS</b>	
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.	44
<b>ABOLICIÓN DE LA EXPLOTACIÓN INFANTIL</b>	
HR6. Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	44
<b>PREVENCIÓN DEL TRABAJO FORZOSO Y OBLIGATORIO</b>	
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.	44
<b>PRÁCTICAS DE SEGURIDAD</b>	
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.	25
<b>DERECHOS DE LOS INDÍGENAS</b>	
HR9. Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	24
<b>DIMENSIÓN SOCIAL: SOCIEDAD</b>	
<b>COMUNIDAD</b>	
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.	75-82
<b>CORRUPCIÓN</b>	
SO2. Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	27
SO3. Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimiento anticorrupción de la organización.	27
SO4. Medidas tomadas en respuesta a los incidentes de corrupción.	26-27
<b>POLÍTICA PÚBLICA</b>	
SO5. Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying".	29
SO6. Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	N.A.
<b>COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL</b>	
SO7. Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	No se presentaron casos.
<b>CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b>	
SO8. Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	24

<b>DIMENSIÓN SOCIAL: RESPONSABILIDAD DEL PRODUCTO</b>	
<b>SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE</b>	
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.	88
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.
<b>ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS</b>	
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.	69
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.	59-64
<b>COMUNICACIONES DE MARKETING</b>	
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.	68
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.	No se presentaron incidentes.
<b>PRIVACIDAD DEL CLIENTE</b>	
PR8. Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	No se presentaron reclamaciones.
<b>CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b>	
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.	24
<b>SUPLEMENTO SECTORIAL: CONSTRUCCIÓN Y BIENES RAÍCES</b>	
CRE1 Energía consumida por edificio de acuerdo a su tamaño.	90
CRE2 Agua consumida por edificio de acuerdo a su tamaño.	89,93
CRE3 Gases de efecto invernadero emitidos por edificio de acuerdo a su tamaño.	N.D.
CRE4 Emisiones de gases de efecto invernadero emitidos por edificio de acuerdo a su tamaño, en los edificios de nueva construcción y actividad reurbanística.	No llevamos a cabo actividades de remodelación.
CRE5 Suelos y otros activos recuperados y con necesidad de recuperación para el uso del suelo existente o previsto según la normativa legal.	No se presentaron casos.
CRE6 Porcentaje de las operaciones de la organización verificadas según un sistema de gestión de seguridad y salud internacionalmente reconocido.	No contamos con un sistema de gestión validado internacionalmente

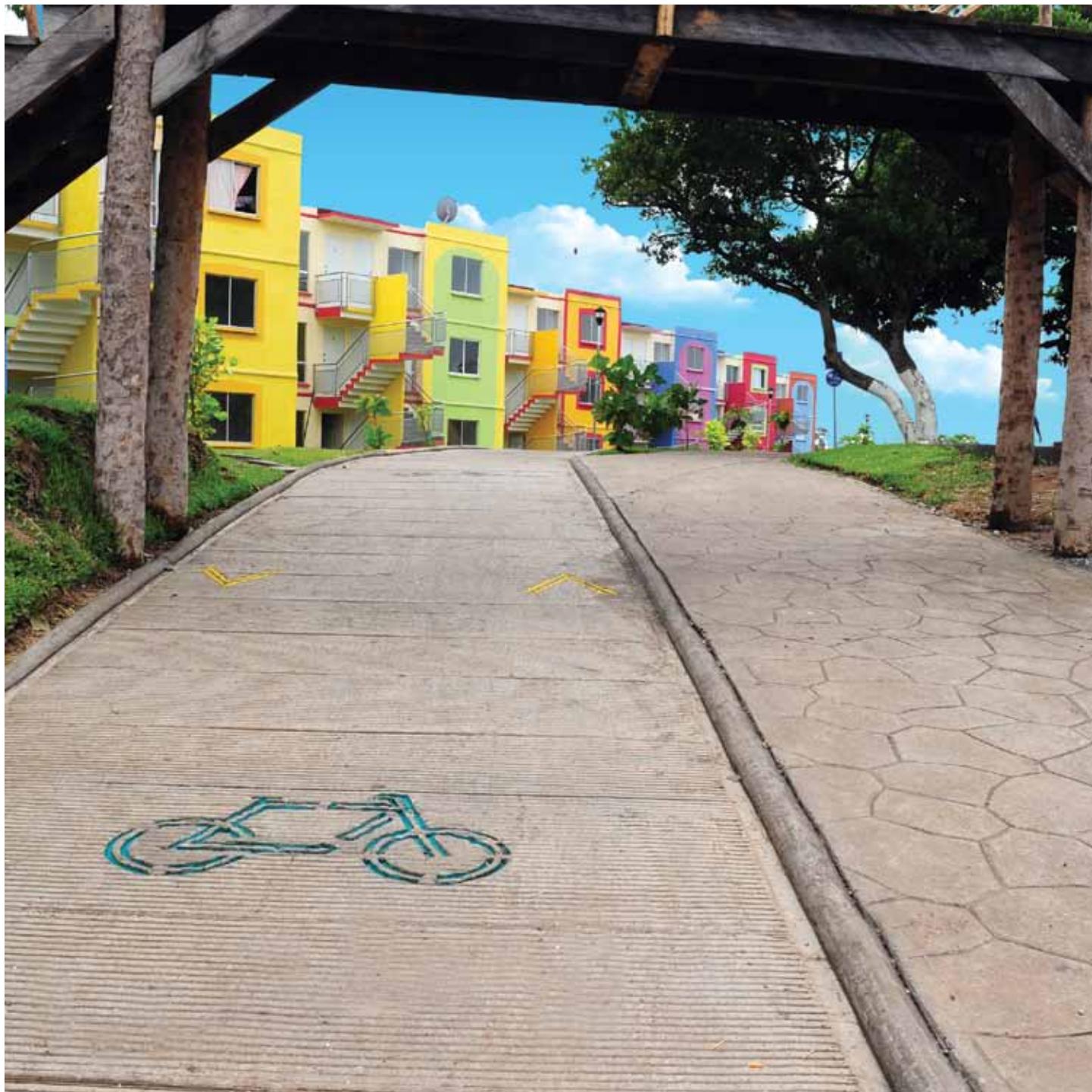
CRE7 Número de personas desplazadas o restablecidas voluntaria o involuntariamente, desglosado por proyecto.	En el 2012 tuvimos 250 GEOcolaboradores que se transfirieron de forma voluntaria.
CRE8 Tipo y número de certificaciones, clasificaciones y sistemas de etiquetado en materia de sostenibilidad para nueva construcción, gestión, ocupación y desarrollo.	30

REFERENCIAS:

N.A.- No aplica a la empresa.

N.D.- Información no disponible.

N.M.- 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 Morales**

clazcano@casasgeo.com

**Lic. Karina Olivia Garcia**

kgarciam@bienestar.ac

**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)

**Creatividad y Diseño**

**Arq. José Vargas Mendoza**

**D.G. Karla Elizabeth del Río Segura**



**Casas GEO®**  
Te cambia la vida

