



ENTERPRISE  
WORLDWIDE  
MÉXICO

Contadores Públicos Certificados, Abogados  
y Consultores

---

INFORME DE  
RESPONSABILIDAD  
SOCIAL 2015

---

***Nuestras acciones nos determinan.***



Contadores Públicos Certificados, Abogados  
y Consultores

---

INFORME DE  
RESPONSABILIDAD  
SOCIAL 2015

---

*Nuestras acciones nos determinan.*

# ÍNDICE

---

|   |   |    |
|---|---|----|
|    | MENSAJE DE NUESTRO SOCIO DIRECTOR               | 4  |
|    | BHR EIW/MX                                      | 6  |
|   | 2.1 Enterprise Worldwide International          | 6  |
|   | 2.2 Enterprise Worldwide México                 | 11 |
|    | SUSTENTABILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL        | 22 |
|  | GRUPOS DE INTERÉS                               | 26 |
|  | ENFOQUES DE GESTIÓN E INDICADORES CLAVE         | 27 |
|   | 5.1 Dimensión Social                            | 27 |
|   | 5.2 Dimensión Ambiental                         | 48 |
|  | SOBRE NUESTRO INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL | 53 |
|  | ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI                    | 56 |



# INTRODUCCIÓN



*Adquiriendo el compromiso que conlleva a nuestra firma a ser ejemplo en materia de progreso y bienestar, hoy ante ustedes, refrendamos nuestro esfuerzo, presentando el Segundo Informe de Responsabilidad Social y Sustentabilidad en beneficio de una mejor sociedad.*



Los grandes retos, el aprendizaje y las oportunidades de este lustro (2011-2015), nos han dejado un cúmulo de enseñanza y han aportado una mejor visión en nuestra forma de actuar y de pensar. El conocimiento y la experiencia nos han ido enriqueciendo y generando en la Firma, consciencia empresarial y competencias en pro de un entorno mejor.

En BHR Enterprise Worldwide México, hemos dirigido los esfuerzos de los últimos años para aportar con liderazgo acciones que promueven los 10 principios del Pacto Mundial en nuestras esferas de influencia.

Las actividades que realizamos pretenden generar cambios con alcances importantes en rubros ambientales, sociales y gubernamentales, contribuyendo con entusiasmo en diversas áreas por medio de una constante comunicación. En el ámbito empresarial, a clientes y proveedores, les aportamos servicios diferenciados de

gran valor que promueven la cultura organizacional establecida con bases sólidas y adecuadas. En materia social, apoyamos de manera gratuita a fundaciones y asociaciones civiles con beneficios que impactan directamente a toda una comunidad.

En la Firma, seleccionamos y capacitamos a cada uno de nuestros colaboradores, promoviendo su talento y garantizando una retribución justa, elongando al máximo el valor de sus contribuciones .

Con información previa, describimos en nuestro Primer Informe de Responsabilidad Social y Sustentabilidad, presentado el 25 de Septiembre de 2013, los avances en materia de progreso y respaldo a las Naciones Unidas, así como los resultados del compromiso alcanzados en la práctica e instrumentación de los proyectos realizados con anterioridad.

Hoy nuevamente, en nuestro afán de con-

tinuar con las acciones y los valores fundamentales de la Comunicación del Progreso (COP) a nuestros grupos de interés, refrendamos el compromiso, presentando con dedicación el Segundo Informe de Responsabilidad Social y Sustentabilidad de BHR Enterprise Worldwide México en beneficio de una mejor sociedad.

Particularmente en México, sabemos de las reservas naturales y el potencial que tiene nuestro país debido a la diversidad de especies y animales que habitan su territorio, por lo que promovemos la responsabilidad ambiental con un enfoque preventivo de nuestras actividades que le favorecen, con iniciativas y tecnologías respetuosas.

Además, apoyamos y respetamos la protección de los derechos humanos, implementando programas internos de capacitación y evaluación que fomentan el mejor clima dentro de nuestra organización y fuera de ella.

En BHR Enterprise Worldwide México contribuimos en la generación de trabajo bien remunerado evitando condiciones forzosas y prácticas de discriminación entre nuestros

colaboradores. Combatimos la corrupción basados en nuestro código de ética y los conceptos rectores de la Firma.

Optimizamos nuestros recursos y suministros día con día, y desarrollamos nuevas áreas de oportunidad que dinamizan y fortalecen nuestra cultura organizacional, incentivándola a garantizar el cumplimiento de los objetivos establecidos y las metas, enfocando los caminos hacia la responsabilidad y sustentabilidad de nuestro entorno.

Esperamos que nuestro informe sea de su interés y reitero el compromiso de que en BHR Enterprise Worldwide México, continuaremos trabajando con empeño, para generar valor sustentable en un entorno ambiental y social a nuestros clientes, colaboradores, socios y la comunidad empresarial en general.

*Carlos Brito, Socio Director*





*Existimos para colaborar y compartir recursos, para que nuestros clientes tengan acceso a la contabilidad de la calidad, de impuestos, y servicios de consultoría en todo el mundo.*



## 2.1 Enterprise Worldwide International

75

PAISES

200

OFICINAS

6000

COLABORADORES

Las personas tienen más éxito trabajando juntos cuando tienen un propósito y comparten ideales y valores comunes. Al estar centrados en generar ideas afines, comunidades y clientes similares, Enterprise Worldwide ve regularmente el impacto que este enfoque de colaboración tiene sobre los miembros y sus firmas independientes. Es una filosofía apasionada que está en el núcleo de la misión y visión de nuestros miembros.

## Regiones de Enterprise Worldwide

Norteamérica | Sudamérica | Europa  
Asia Pacífico | Medio Oriente



- Participación de los miembros: Todos los miembros de Enterprise Worldwide participan activamente.

- Crecimiento: Donde quiera que haya una necesidad pretendemos tener un recurso contable ahí.

- Manejamos la filosofía de Five Star Client Service® enfocada a compartir un lenguaje común y expectativas para servirnos unos a otros.

-Mejores prácticas: Generamos acceso a información de vanguardia obteniendo ventajas competitivas para las industrias.

-Referidos: Alta calidad para el intercambio comercial y la información.

-Enfoque Internacional: Evolucionamos y ofrecemos cada vez mayor valor a nuestros miembros globales.

-Testimoniales.

## 2.2 BHR Enterprise Worldwide México

**9<sup>a</sup>** Firma mas importante de México (IAB)



“

*Somos una firma consolidada de Contadores Públicos Certificados, Abogados y Consultores de Negocios que construimos sinergias sólidas y relaciones exitosas.*

”

PERMITIENDO  
INCREMENTAR  
EL VALOR DE SU  
EMPRESA

OPTIMIZANDO  
SU  
OPERACIÓN

FAVORECIENDO  
EL CRECIMIENTO  
DE SUS  
UNIDADES

## Regiones de Enterprice Worldwide México

### Ciudad de México

Monterrey | Guadalajara | Puebla | Tijuana | León | Mexicali  
Ensenada | San Luis Río Colorado | Cd. Obregón | Mérida  
Los Mochis | Mazatlán | Hermosillo | Nogales | Villahermosa

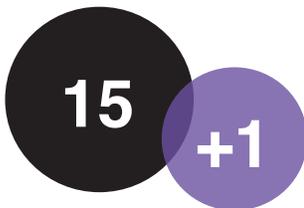
“

*Actualmente contamos con 15 sedes en el interior de la República Mexicana y +1 en la Cd. de México, ofreciendo servicios de Compliance, Consultoría Fiscal, Outsourcing y otros servicios de gran valor diferenciador.*

”



SEDES EN EL INTERIOR  
DE LA REPÚBLICA



EN CIUDAD DE MÉXICO

BHR EWMX | + 400 colaboradores

- Servicios profesionales contables y de gestión y estrategias de negocios altamente diferenciadas.
- Capital humano especializado (HC).
- Tecnologías de la información de vanguardia (IT).
- Indicadores claves de desempeño (KPI's).
- Maximización del Retorno de inversiones de nuestros clientes (ROI).
- Rentabilidad a los Socios.
- Satisfacción a los colaboradores.
- Reconocimiento internacional como la 9ª firma más importante de México por el International Accountant Bulletin (IAB).

## FILOSOFÍA

### Misión

Ser la firma de Contadores Públicos Certificados, Abogados y Consultores de más alto nivel y mejor posicionada de México para ofrecer a las organizaciones globales valores y servicios diferenciados de calidad mundial que maximicen el retorno de sus inversiones, apoyados de la práctica y la experiencia de nuestros socios y colaboradores de reconocimiento y prestigio internacional.

### Visión

Obtener a mediano plazo el liderazgo nacional en la prestación de servicios de Compliance, Consultoría Fiscal Especializada, Outsourcing de Contabilidad y de Nómina, Estrategias Tecnológicas y otras Especializaciones basadas en:

- Crear valor diferenciador para nuestros clientes excediendo sus expectativas.

- Alcanzar la excelencia de nuestras prácticas fomentando el conocimiento y el análisis del entorno.

- Reconocer las cualidades y talentos únicos de capital humano de nuestra organización.

### Valores

- Diferenciación: Creamos una cultura organizacional con capital humano distinguido, laboratorio de negocios, servicios especializados e infraestructura tecnológica que proporcionan valor diferenciador a nuestros clientes y colaboradores.

- Disciplina: Adaptamos e integramos de manera ecuánime y progresiva las normas y exigencias para el mejor desempeño de la firma.

- Equidad: Trato justo e imparcial.

- Honestidad: Aceptamos la verdad como conducta de vida y actuamos conforme a ella.

- Lealtad: Reconocemos con nobleza los beneficios recibidos por clientes y colaboradores y correspondemos fielmente a ellos.

- Perseverancia: Todo se logra a través del esfuerzo continuo.

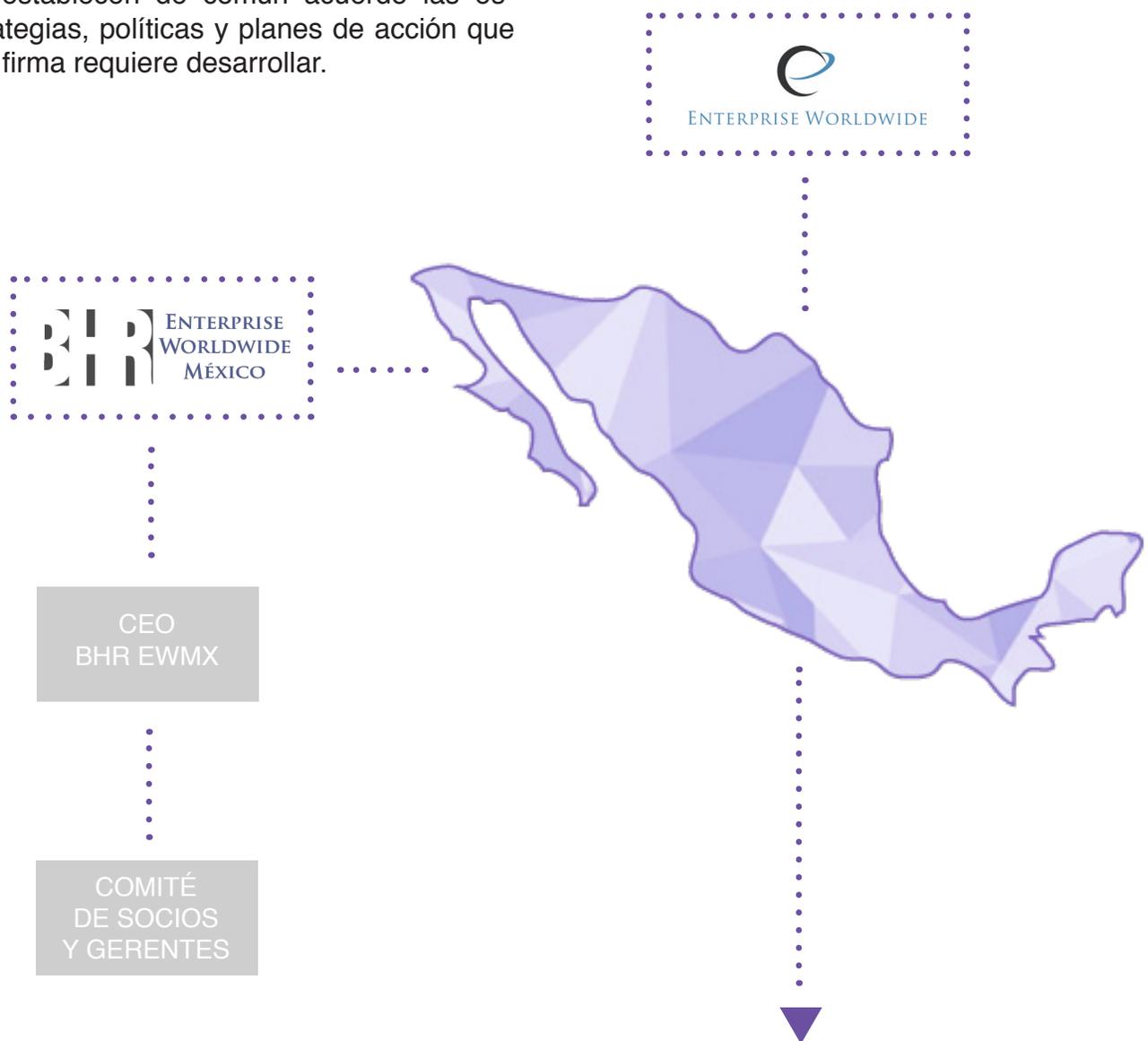
- Responsabilidad: Reconocemos y aceptamos las consecuencias de nuestros actos.

## 2.2 Nuestra firma

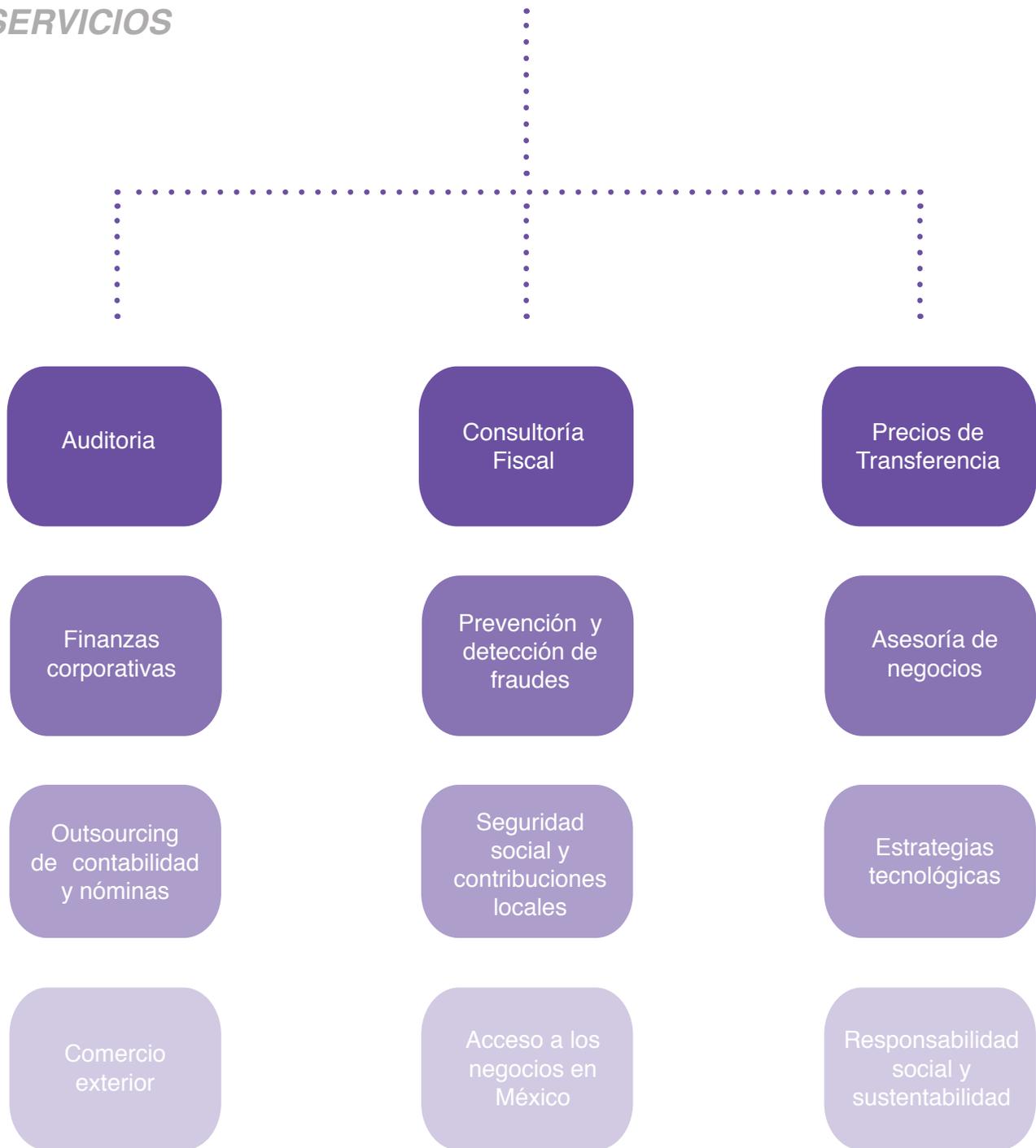
### BHR Enterprise Worldwide México

#### *ESTRUCTURA*

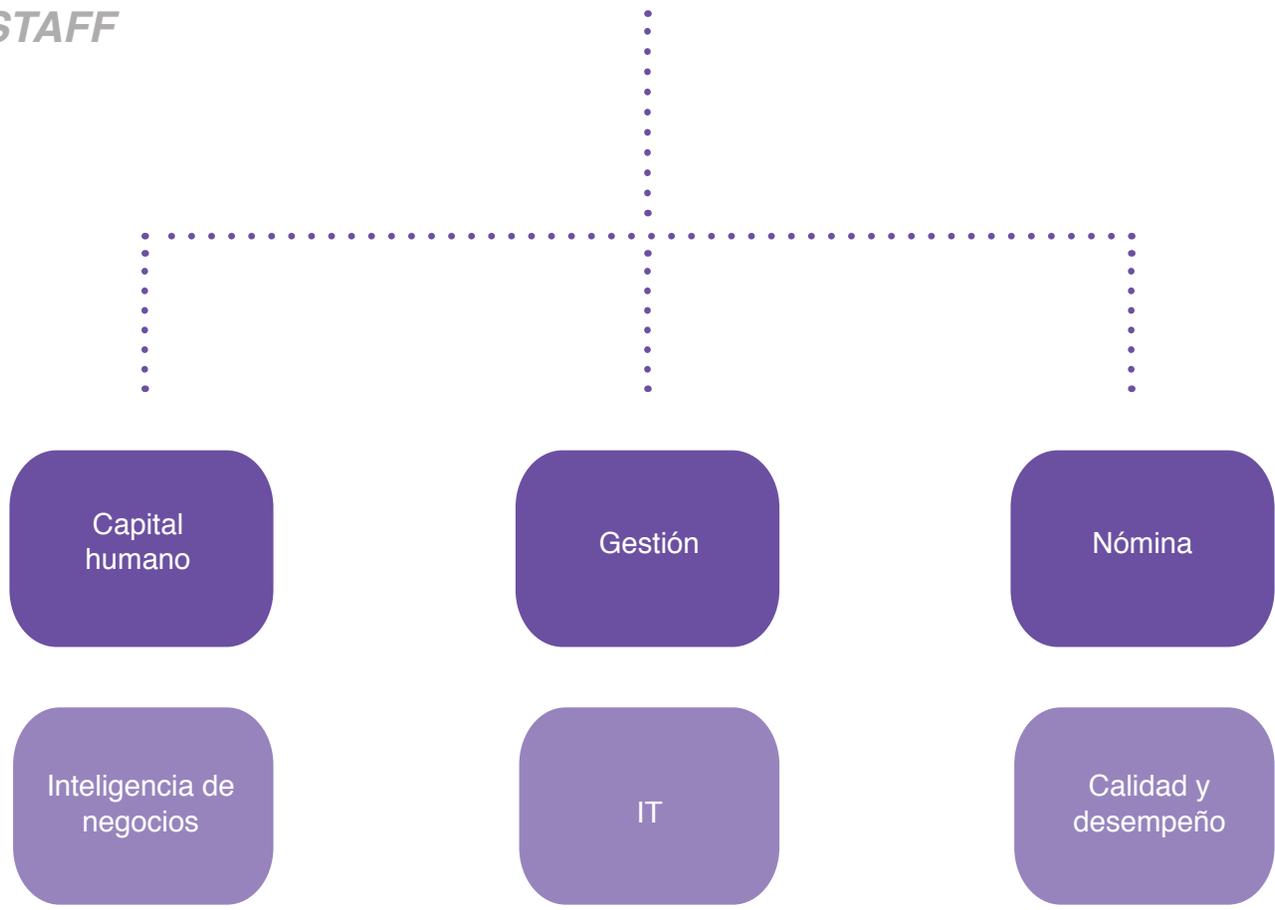
La firma está dividida por direcciones, gerencias y jefaturas que reportan directamente a nuestro CEO, a través del Comité de socios y gerentes en el cual se integran y establecen de común acuerdo las estrategias, políticas y planes de acción que la firma requiere desarrollar.



**SERVICIOS**



**STAFF**



## GOBIERNO CORPORATIVO



*Del resultado de los comités se establecen mecanismos para comunicar, dar recomendaciones o indicaciones de la Dirección General, dicha comunicación es llevada directamente por los gerentes, directores y mando medios a los colaboradores.*



*Órgano supremo de la sociedad conformada por un número plural de accionistas.*

### Asamblea de socios

- Define el direccionamiento estratégico de la Firma y el rumbo a seguir.
- Protege los derechos de los accionistas.
- Genera mecanismos de confianza a los inversionistas de la firma.

---

### Consejo de Administración

*Responsabilidades:*

- Mantener un control eficaz de la administración de la Firma con sistemas de rendición de cuentas a los accionistas y otros grupos de interés.
- Asesoramiento al equipo directivo.
- Realizar aportaciones adicionales y distintivas en el proceso de toma de decisiones estratégicas.

---

### Comité de Auditoría

- Promover un ambiente ético en concordancia con los valores y misión institucional.
- Observar que se cumpla con dichos enunciados a través de la revisión de los estados financieros, incluyendo la integridad de sus cifras y notas.

---

### Comité de Contabilidad

- Garantizar y asegurar que las operaciones contables se realicen eficaz y correctamente de acuerdo con las normas, regla-

## Comité de Contabilidad

mentos y leyes aplicables a nivel nacional e internacional, para cumplir con los compromisos con los clientes y a nivel interno

- Verificar y asegurar la facturación y la cobranza.

Gestionar y verificar el cumplimiento de los objetivos del área.

- Asegurar su desarrollo a partir de las oportunidades que representa.
- Colaborar con el desempeño y especialización de la Firma.

## Comité de Precios de Transferencia

### NUESTROS CLIENTES

Contamos con clientes en diversos sectores económicos a lo largo y ancho de la República Mexicana en donde tenemos presencia.

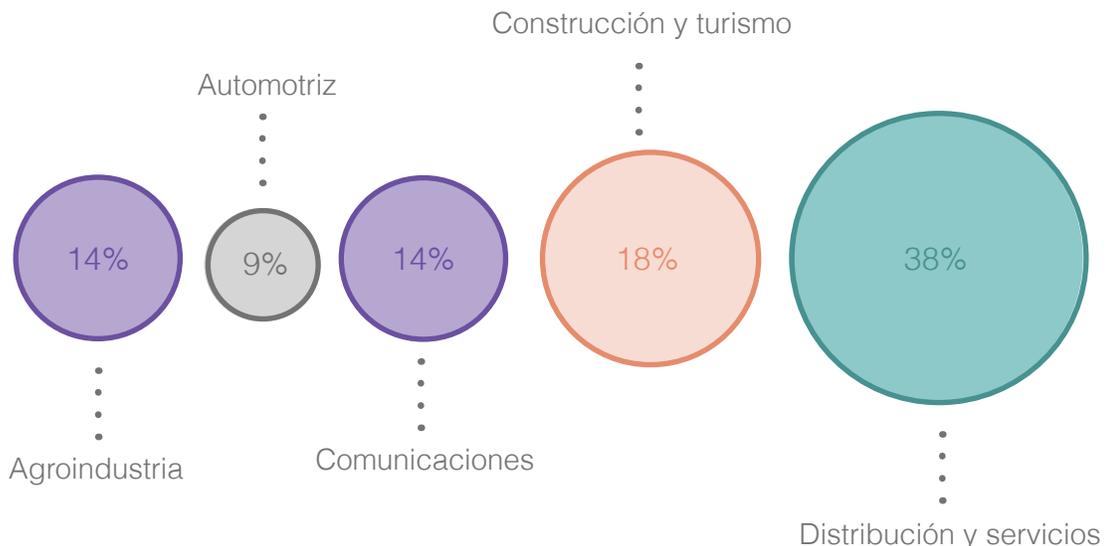
Dicha diversidad nos hace esforzarnos por entender y conocer sus negocios y así mismo por satisfacer sus necesidades, exceder las expectativas y generar valor.

Nuestros clientes se dividen en empresas multinacionales, empresa familiares o PYMES.

Actualmente en promedio a nivel nacional, nuestros clientes se encuentran distribuidos en los siguientes sectores económicos.



#### Sectores económicos de nuestros clientes:



Pretendemos alcanzar estándares de calidad que nos permitan ser recurrentes para nuestros clientes, procurando siempre su entera satisfacción sobre nuestros servicios.

Actualmente la mezcla de nuestros clientes son en un 79% de capital mexicano y en un 21% de capital extranjero.

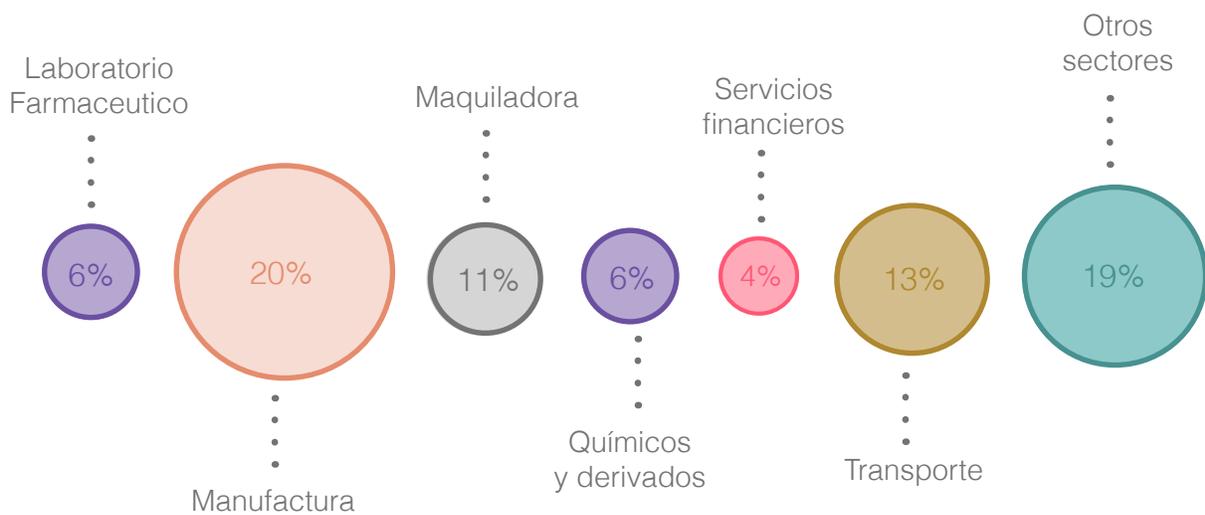
## CAPITAL EXTRANJERO

21%



## CAPITAL MEXICANO

79%



## PROGRAMA DE EVALUACIÓN DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Contamos con un programa de evaluación de satisfacción del cliente, que mide el grado de satisfacción de los servicios que brindamos.

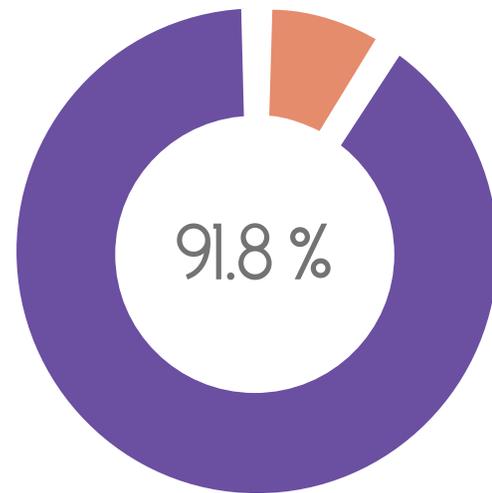
Consta de evaluaciones periódicas a los directores y mandos medios de nuestros clientes midiendo el servicio, el trato ofrecido por nuestros colaboradores, así como también la calidad de los servicios y su eficacia en tiempo y forma.

Alentamos a nuestros clientes que nos permitan ayudarnos a mejorar motivándolos a que nos aporten sugerencias en cada uno de nuestros proyectos entregados, de esta forma, garantizamos un proceso de mejora continua en todos nuestros servicios.

Los resultados de la última evaluación de satisfacción del cliente demuestran que la entrega de nuestros servicios, está satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes.

Como área de oportunidad tenemos que implementar el programa en todas las sedes de la República para poder estandarizar nuestra evaluación y mejorar aún más nuestros resultados.

*Nivel de satisfacción del cliente a nivel nacional*



Los clientes se encuentran en el rango de satisfechos y medianamente satisfechos.

## POLITICA DE CALIDAD

BHR EWMX es una firma de contadores públicos certificados, abogados y consultores de negocios que presta servicios especializados de calidad:

|   |   |   |
|---|---|---|
| <p><b>DESTINADOS A EXCEDER LAS EXPECTATIVAS Y SATISFACER NECESIDADES DE SUS CLIENTES</b></p> <p>Mediante el cumplimiento de normas y estándares de calidad.</p> | <p><b>VIVIENDO LA CULTURA DE LA CALIDAD</b></p> <p>Asumiendo el compromiso de vivir la Cultura de la Calidad.</p> | <p><b>MEJORA CONTINUA</b></p> <p>Siempre enfocados hacia la mejora continua de sus servicios y colaboradores.</p> |
|---|---|---|

## OBJETIVOS DE CALIDAD

### LOGRAR EL DESARROLLO

profesional y personal de los integrantes de la Firma mediante su capacitación permanente.

### CULTURA DE LA CALIDAD

Establecer la cultura de la calidad en los servicios de la Firma y en las áreas de soporte.

### MEJORAR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Medir y mejorar los niveles de satisfacción del cliente.

## NÓMINAS Y DISTINCIONES

Hemos trabajado arduamente en la implementación de las mejores prácticas y en la documentación de nuestras actividades relativas a la calidad de nuestros servicios y procesos administrativos. Gracias a esto, el organismo certificador SSG de México, ha evaluado las siguientes áreas de la firma:

- Servicios de Outsourcing de Contabilidad
- Servicios de Outsourcing de Nóminas
- Recursos Humanos
- Administración
- Sistemas

El resultado ha significado un gran honor y ha sido gratificante saber que hemos cumplido cabalmente con todos los requisitos para ser reconocidos con la norma internacional ISO 9001:2008.

De esta forma, hemos obtenido así la certificación a nuestro sistema de Gestión de Calidad, que a su vez ha quedado acreditada y respaldada por la ANSI-ASQ National Accreditation Board (ANAB) de los Estados Unidos de Norteamérica y por la Entidad Mexicana de Acreditación (EMA).



*Certificados en la norma internacional  
ISO 9001:2008*

## ASOCIACIONES Y MEMBRESÍAS

Es de suma importancia para BHR EWMX estar aliados con organizaciones que aporten valor a la Firma y al mismo tiempo, ayudar a cumplir con los objetivos misionales de nuestros aliados.

Colaborando en diversos aspectos los cuales nos sirven para mejorar continuamente la labor y misión de cada día. Brindar más y mejores servicios a nuestros clientes y desarrollar a nuestro personal.

Dicha mejora es posible gracias al trabajo constante que con dedicación y empeño realizamos y la labor conjunta con nuestros aliados en diversos temas.

Colegio de Contadores Públicos  
de México



Mantenernos agrupados en los conocimientos contables a través de los cursos, seminarios y diplomados impartidos por el Colegio es el objetivo de nuestra alianza, para de esta forma, poder entregar servicios de alta calidad a nuestros clientes.

Tenemos un registro por parte de CCPM como capacitadores autorizados para impartir cursos los cuales le dan al participante el derecho a un punto por cada hora de curso recibido, el cual podrá considerarlo para el cumplimiento de la norma de EPC (Educación Profesional Continua) al final del año.

“

*Es por esto que estamos asociados, somos miembros y apoyamos a diversas organizaciones que nos ayudan a consolidar nuestras metas trazadas, compartiendo sus principios y valores.*

”



“

*La misión del Colegio es agrupar y representar a los profesionales de la Contaduría Pública ante la sociedad y autoridades, generando servicios de valor y calidad que permitan el desarrollo de los contadores públicos y profesionales de disciplinas afines, contando con un equipo de trabajo competente y cumpliendo con los principios éticos y de responsabilidad social.*

”



Participamos en foros, conferencias y capacitaciones en diversos temas y demás actividades organizadas y convocadas por nuestro aliado USEM.

“

*Unión Social de Empresarios de México, USEM, es una organización no lucrativa que desde 1957 realiza un trabajo pionero en la formación social de l@s empresari@s para lograr empresas altamente productivas y plenamente humanas en beneficio de México.*

”



El objetivo que buscamos con el aliado, es estrechar los vínculos con la comunidad empresarial japonesa en México, para facilitar su consolidación en el territorio mexicano.

“

*La finalidad es estrechar los lazos de amistad entre los socios, defender y aumentar los beneficios que otorga, así como contribuir al intercambio económico entre México y Japón.*

”

## Alliance

Accounting & Consulting

海外進出日系企業支援 国際会計事務所

Asia Alliance Partner Mexico S., de R.L. de C.V.  
担当: 加村 (KAMURA)  
kamura@aapth.com

Generamos una alianza estratégica con la firma ASIA ALLIANCE PARTNER CO., LTD. (AAP), con sede en los países asiáticos de Japón (Tokio) y Tailandia (Bangkok).

AAP es una corporación internacional con amplia experiencia en la promoción de servicios contables y de impuestos, consultoría de negocios, auditoría y creación de empresas, con fortalezas basadas en la atención de organizaciones asiáticas que le permitirá a BHR Enterprise Worldwide México, aprovechar esta sinergia y maximizar las oportunidades en los servicios que proporcionamos a nuestros clientes Japoneses establecidos en México.

“

*Con la colaboración de AAP, elevaremos el nivel de personalización hacia estas organizaciones desde el primer contacto. Promoveremos una mejor atención y una mayor participación en este segmento de mercado hablando el mismo idioma y ofreciendo nuestros servicios personalizados.*

”



Enfocada en proveer una plataforma para el desarrollo del liderazgo juvenil, AIESEC ofrece a los jóvenes la oportunidad de participar en pasantías internacionales, vivir el liderazgo y participar en un ambiente de aprendizaje global.

Al año, recibimos talento joven internacional, quienes se vinculan a nuestras áreas de trabajo para aportar sus conocimientos y así mismo para que ellos aprendan de los negocios y la cultura mexicana.



*Presente en más de 110 países y territorios y con más de 60,000 miembros, AIESEC es la organización dirigida por jóvenes más grande del mundo.*



*Como meta se tiene adherirse a los principios del pacto mundial de la Organización de las Naciones Unidas el cual pide a las empresas que hagan suyos, apoyen y lleven a la práctica un conjunto de valores fundamentales en materia de:*

- Derechos Humanos
- Normas Laborales
- Medio Ambiente
- Lucha contra la corrupción





## SUSTENTABILIDAD Y RESPONSABILIDAD SOCIAL



*Enterprise Worldwide México establece su compromiso en materia de Responsabilidad Social y Sustentabilidad con la finalidad de cubrir y exceder los objetivos y las metas que permiten llevar a cabo su realización.*



*DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL  
DE LOS INTEGRANTES DE LA FIRMA*



*CREDIBILIDAD Y CONFIANZA CON  
NUESTROS CLIENTES Y REGULADORES*



*CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE*



*RESPONSABILIDAD SOCIAL*



*VALOR SOCIAL*





*DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL DE  
LOS INTEGRANTES DE LA FIRMA*



*Nos comprometemos y preocupamos por el desarrollo personal y profesional de los integrantes de la Firma.*



Es un objetivo con metas trazadas: Nos comprometemos y preocupamos por el desarrollo personal y profesional de los integrantes de la Firma.

Porque entendemos que los colaboradores son fundamentales para el desarrollo y promoción de nuestra Firma y su mejoramiento continuo nos permite ofrecer servicios de calidad y confianza.



*CREDIBILIDAD Y CONFIANZA CON  
NUESTROS CLIENTES Y REGULADORES*

La satisfacción de las necesidades de nuestros clientes son una pasión para la Firma así como la superación de sus expectativas, brindar servicios de calidad y generar confianza en los servicios encomendados, nos garantizará sostener relaciones sólidas y de largo plazo con nuestros clientes y reguladores.



## CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

- Utilizar eficientemente los recursos que usamos diariamente con acciones como ahorro de papel, de energía y agua.
- Así como también concientizar y capacitar a los colaboradores de cuidar el medio ambiente de forma personal en el entorno que los rodea.
- De la misma manera, dar una disposición final a los residuos, separando en la fuente lo desechado, para que se aproveche nuevamente en otro proceso productivo.

## RESPONSABILIDAD SOCIAL

Maximizar todos los impactos positivos de nuestras operaciones hacia nuestros grupos de interés, los cuales son personas u organizaciones con los que tenemos relaciones y minimizar aquellos que puedan ser negativos.

Sobre los objetivos y metas mencionados anteriormente se fundamenta nuestro compromiso en materia de responsabilidad social, considerando la ética en los negocios, la transparencia, el cuidado del medio ambiente y el desarrollo de las personas que integran la Firma.

De la misma manera alentamos y asesoramos a nuestros clientes para que integren la responsabilidad social y la sustentabilidad en sus operaciones cotidianas y en sus estrategias de negocios.

El Comité de Responsabilidad Social es de carácter consultivo y está conformado por un integrante de cada área, presidido por el Socio Director.

“

*La Responsabilidad Social Empresarial al interior de la Firma se gestiona a través de un Comité de Responsabilidad Social.*

”





“

*Buscamos generar valor a nuestros clientes, colaboradores y demás personas, grupos o individuos, con las que nos relacionamos día con día.*

”

En EWMX estamos conscientes de vincular nuestras actividades cotidianas con la sociedad y de esta forma ofrecer valor a las comunidades menos favorecidas o a organizaciones que se dediquen a realizar actividades encaminadas al apoyo de los más necesitados.

Todas estas acciones enmarcadas en nuestro modelo de responsabilidad social nos permitirán generar valor, crecer y mantener nuestro negocio de forma sustentable en el tiempo, poniendo atención y gestionando nuestros aspectos económicos, sociales y ambientales



# 4 GRUPOS DE INTERÉS



*Los grupos de interés son organizaciones o individuos con los cuales tenemos relación constantemente y que se ven afectados positiva o negativamente con nuestras actividades y servicios.*



**A** continuación mostramos un mapeo de nuestros grupos de interés y las expectativas que compartimos mutuamente.

## CLIENTES

*Calidad en los servicios, exceder expectativas, diversidad en equipos, experiencia y conocimiento.*

## SOCIOS

*Generación de utilidades, cuidado de la marca, transparencia.*

## COLABORADORES

*Desarrollo profesional y personal, capacitaciones y formación, promociones de nivel, sueldos competitivos y de acuerdo a responsabilidades encomendadas, innovación y generación de ideas.*

## REGULADORES Y AUTORIDADES

*Confianza, credibilidad, cumplimiento de Normas y Leyes.*



## COMUNIDAD EMPRESARIAL

*Ética, objetividad e independencia.*

## ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES

*Desarrollo y apoyo a comunidades menos favorecidas, desarrollo de personas.*

## MEDIO AMBIENTE

*Uso eficiente de los recursos, minimización de impactos.*



# ENFOQUES DE GESTIÓN E INDICADORES CLAVE

## DIMENSIÓN SOCIAL

---

**P**ara BHR Enterprise Worldwide México es muy importante el desarrollo profesional y personal de sus colaboradores, pues al considerar nuestro capital humano como el activo más valioso a través de éste y con su apoyo, garantizamos la sustentabilidad a largo plazo. Conocer sus gustos, necesidades y expectativas, nos hace cada día más fuertes.

Colaboramos en el progreso y educación de nuestra gente, les apoyamos a dominar el idioma inglés, y lo practicamos constantemente pues mantenemos negociaciones con clientes extranjeros. Otros beneficios se van dando en correspondencia al nivel de responsabilidad y el desempeño obtenido en las labores realizadas.

Mantenemos acciones en las distintas sedes como Nogales, Sonora, por ejemplo, otorgando becas de estudio a los hijos de colaboradores y realizando además, actividades recreativas, culturales y deportivas en familia.

En Mérida, seguimos otorgando apoyos económicos para facilitar el transporte



*Contamos con un programa de capacitación constante el cual nos permite estar actualizados técnicamente con conocimiento de alto nivel.*



de los colaboradores, así como ayuda en gastos universitarios, contingencias y enfermedades.

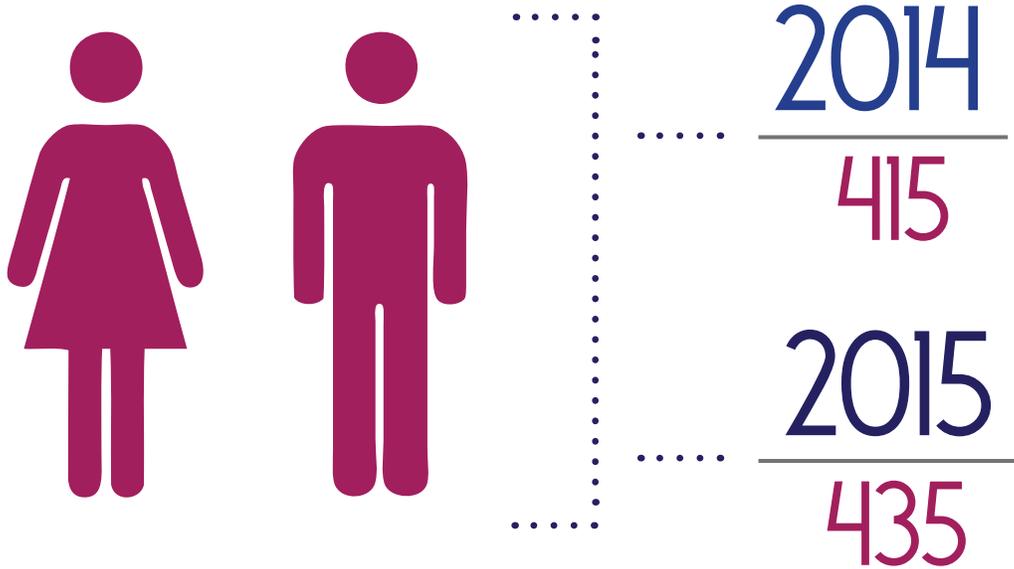
### **BENEFICIOS:**

- Seguro de gastos médicos mayores.
- Vales de despensa.
- Ayuda de alimentos.
- Ayuda de transporte.
- Fondo de ahorro.
- Bonos de productividad.

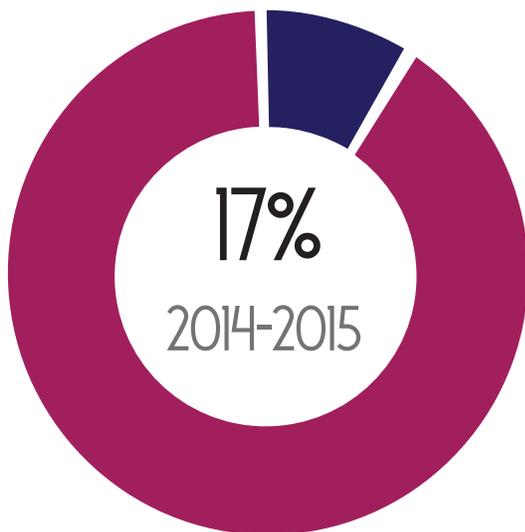
## COMPROMISO CON COLABORADORES

### *Generación de empleo*

*Número total de colaboradores de EWMX*

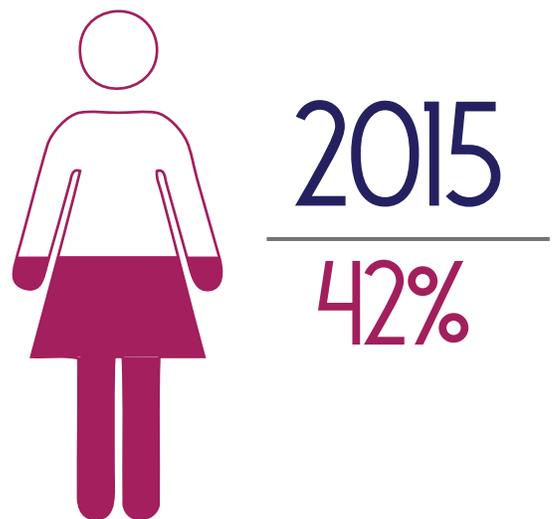


### *Rotación del personal promedio*



### *Equidad de género*

*Porcentaje de mujeres profesionistas*



## Inversión en capacitación y formación

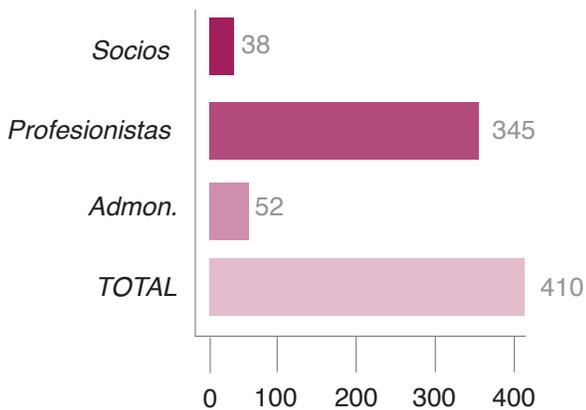
2014-2015



\$ 1,538,795.50 MX

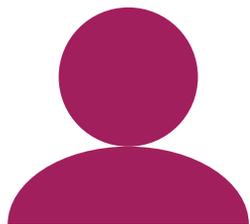
## Tipo de colaboradores

2014



## Promedio de inversión total por persona

2014-2015



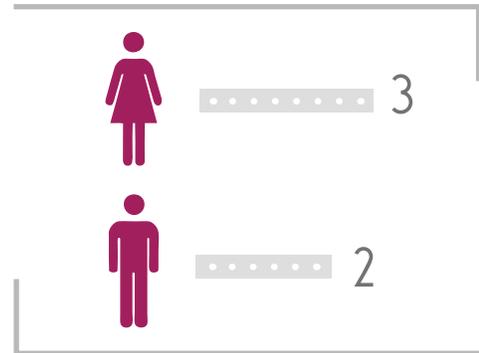
POR PERSONA

\$ 3,537.46 MX

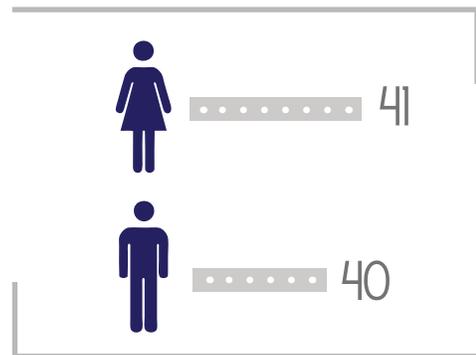
## Promociones de nivel

2014-2015

- Nivel directivo

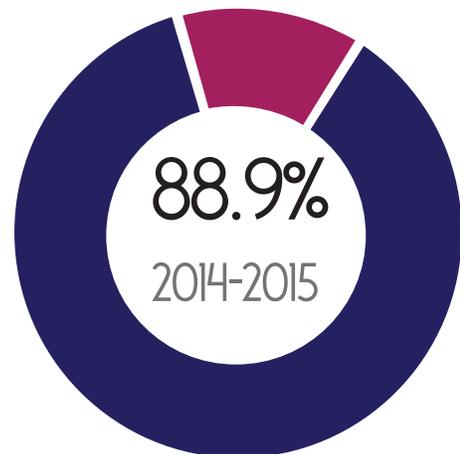


- Nivel no directivo



TOTAL DE PROMOCIONES: 86

Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones de desempeño.



## Horas totales de formación y capacitación

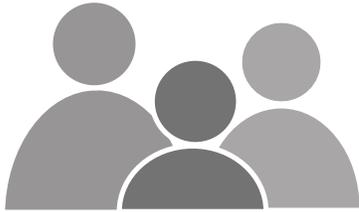


542.4 HRS

2014 - 2015

## Ética y transparencia

Colaboradores capacitados contra la corrupción



52 PERSONAS

2014-2015

## METAS Y ÁREAS DE OPORTUNIDAD

### MANTENER LA ROTACIÓN DEL PERSONAL

En un nivel estable y adecuado en nuestras sedes, debido a que es muy variable a lo largo de toda la República Mexicana.

### EVALUAR EL DESEMPEÑO

Aplicar las evaluaciones de desempeño a un mayor porcentaje de colaboradores en todas las sedes y estandarizar la aplicación de la evaluación.

### CULTURA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

Lograr diseminar la cultura de la responsabilidad social a los colaboradores para que adopten una cultura de trabajo y de vida sustentable.

## VALOR SOCIAL / RELACIONES CON LA COMUNIDAD

El porcentaje de la población en pobreza en nuestro país se ubica en un 45.5%, según CONEVAL. La calidad de los servicios para la población en pobreza y pobreza extrema es aún insuficiente y el acceso efectivo a los derechos sociales no favorece a grupos tales como: indígenas, discapacitados, adultos mayores y mujeres.

Nuestro plan estratégico de responsabilidad social, enfoca sus esfuerzos en generar valor social a la comunidad en México, a través de ayuda a los más necesitados, y aportando sinergias en las siguientes actividades:

- Apoyo y ayuda a comunidades desfavorecidas con el envío de comida, transporte y educación.
- Apoyo a través de servicios de gratuidad

“

*Agregar valor social a las comunidades con las que nos relacionamos, es un eje rector de nuestra estrategia de responsabilidad social.*

”

para organizaciones no gubernamentales y asociaciones civiles que brindan sus esfuerzos cada día para ayudar a las comunidades de escasos recursos.

El compromiso de la firma en sus distintas sedes se da a través de todos sus colaboradores con el esfuerzo que merecen las distintas causas, gestionando y participando activamente en el desarrollo de las comunidades.

Como lo anticipamos con anterioridad, hemos establecido un programa de voluntariado corporativo que entrará en vigor a partir de 2016 para reforzar nuestros vínculos con las comunidades, y así, seguir aportando el esfuerzo y la dedicación que cada causa amerita.



<sup>1</sup> Fuente: [http://www.coneval.gob.mx/informes/Pobreza/Pobreza\\_municipal/Presentacion/Pobreza\\_municipios.pdf](http://www.coneval.gob.mx/informes/Pobreza/Pobreza_municipal/Presentacion/Pobreza_municipios.pdf)

## HECHOS CON LAS COMUNIDADES EN 2014-2015



### MISIÓN

Organismo social que apoya a las personas que menos tienen, con programas de alimentación saludable, becas económicas y transporte estudiantil a través de la gestión de recursos voluntarios.

### VISIÓN

Ser una fundación altruista, reconocida por el decidido apoyo oportuno, desinteresado y por participar en la conformación de una sociedad más consciente y participativa, en el norte de Sinaloa.

### OBJETIVOS

1.- Gestionar recursos económicos en efectivo o en especie ante instancias y organismos públicos y/o privados, así como de particulares que estén dispuestos a respaldarnos, canalizándolos para el cumplimiento efectivo de nuestra misión y visión.



*Es una organización sin fines de lucro fundada para honrar la memoria de Perla Guadalupe Ramos Félix por Inicativa de sus Padres. Perla joven promesa Mochitense, que siendo estudiante del TEC de Monterrey, Campus Guadalajara, emprendió un viaje el día 30 de marzo del 2012 de retorno a la ciudad de Los Mochis, Sinaloa, para visitar y pasar las vacaciones de Semana Santa al lado de sus queridos padres, su hermano y de su familia, lamentablemente en el trayecto, el vehículo en el que viajaba, sufrió un accidente donde ella falleció.*



2.- Establecer un diagnóstico y un banco de datos de los aspirantes a recibir nuestro apoyo, para que en la medida de lo posible sean incorporados a nuestros programas de apoyo.

3.- Difundir constante y permanentemente nuestras acciones ante la sociedad, a fin de sensibilizarla e incorporar mas voluntarios en apoyo a nuestra misión.

4.- Realizar reuniones de evaluación y publicar los resultados, con el propósito de valorar nuestro compromiso.

5.- La ayuda que Fundación Perla Ramos otorga va dirigida aquellas personas que tienen necesidades de:

Alimentación

Jóvenes con deseos de superación académica, que desean emprender o reanudar sus estudios y que de alguna manera les es imposible.

Transporte a estudiantes que se les dificulte acudir a clases.

6.- Los programas de ayuda que Fundación Perla Ramos lleva a cabo son tres:

Programa de alimentación saludable.

Programa de becas económicas.

Programa de transporte a estudiantes.

## TOTAL DE PERSONAS BENEFICIADAS HASTA EL 14 DE DICIEMBRE DE 2015

TOTAL ENTREGADO :



\$191,534.00



FAMILIAS

3274.25



PERSONAS

13097

SITIO WEB

<http://www.fundacionperlaramos.org/>

REDES SOCIALES



Fundacion Perla Ramos





*Los integrantes del Patronato de D.A.R.E. son profesionistas y empresarios de la sociedad civil de Nogales que buscan lograr por medio de la educación preventiva una ciudad libre de drogas y violencia tendiendo a eliminar el consumo de drogas.*



## MISIÓN

Proporcionar a los niños y jóvenes la información y la formación necesaria para que aspiren a tener una vida libre de drogas y violencia.

## VISIÓN

Conforman un Patronato unido, fuerte y comprometido con el logro de sus objetivos, con resultados trascendentes.

## OBJETIVOS

Retardar drásticamente el consumo de tabaco y drogas ilegales en los alumnos que tomen completo el Programa.

1. Que los alumnos entiendan los riesgos y efectos físicos, emocionales, sociales y legales del alcohol, el tabaco, la marihuana

e inhalantes sobre su cerebro y su cuerpo (todavía en etapa de desarrollo).

2. Que los estudiantes comparen y contrasten las creencias comunes o generalizaciones de los jóvenes, contra estadísticas nacionales reales sobre el uso de estas drogas.

3. Que los alumnos amplíen sus conocimientos acerca de la variedad de cosas positivas que pueden hacer en su escuela y comunidad, que no incluyen el uso de sustancias dañinas.

4. Que los alumnos entiendan que son las estrategias de rechazo y aprendan habilidades de comunicación sólidas, así como técnicas de asertividad y resistencia y sean capaces de aplicarlas en forma apropiada en una variedad de situaciones apegadas a la realidad.



## Mesa directiva

MDF José Adalberto Rubio Ozuna PCFI

*Presidente del Consejo de Administración*

Dr. Martin Fernando Medina Zúñiga.

*Secretario*

L.C. Arturo Bermúdez Espejo.

*Tesorero*

## RESULTADOS

Actualmente se atienden: 108 primarias, 9 secundarias, 6 universidades.

### *Escuadrón Deportivo Juvenil DARE AC*

Este organismo es un programa para jóvenes de 15 a 21 años que quieren ser policías de nivel municipal, estatal o federal, aquí se les imparte orden cerrado, defensa personal policíaca, karate, yudo, ciclismo, natación entre algunas otras disciplinas deportivas en un 80% práctica y 20% teórica, esto con la finalidad de sacar a los jóvenes del ocio y la inactividad.

## MISIÓN

Proporcionar a los adolescentes y jóvenes conocimientos y habilidades que fomenten su formación integral como ciudadanos responsables, alejados de drogas y violencia.

## VISIÓN

Formar un escuadrón juvenil fortalecido para mantener ciudadanos responsables con bases sólidas y actitud positiva, teniendo así una alta calidad de vida.

## LEMA

Preparar, Prevenir y Proteger.

## GRADOS DIRIGENTES

-Capitán Supremo:

Adalberto Rubio Ozuna

-Comandante:

Francisco Cota Soto

-Oficiales:

Iván Luque

Tomas Valenzuela

Javier González

Anneth Carmona

Hannia Burgara

Esteban Moreno



SITIO WEB

<http://darenogales.org.mx/>

REDES SOCIALES

 Dare Nogales



# FUNDACIÓN MANITAS QUE HABLAN

## MISIÓN

Lograr que aquellos quienes cuentan con capacidades diferentes tengan formación integral y logren incorporarse con mayor facilidad a la sociedad.

## OBJETIVO SOCIAL

Impulsar, fomentar, estimular, patrocinar o directamente administrar toda clase de actividades tendientes a la promoción de la participación organizada de los niños, adolescentes y jóvenes con discapacidad auditiva y de lenguaje, principalmente de escasos recursos económicos, en las acciones que mejoren sus propias condiciones de subsistencia y elevar su calidad de vida.

## ACTIVIDADES

### 1.- Terapias de Lenguaje a Señas Mexicanas

Hay integrantes en la institución que cuando llegan a sus terapias no saben el lenguaje a señas oficial, por lo que personal capacitado en el área les brinda terapias de LSM, y así puedan comunicarse ampliamente.

### 2.- Terapias de Lenguaje Oral y escrito

Hay integrantes que aún pueden oralizar, es decir, que, por sus restos auditivos, aún



*Esta organización tiene como objetivo atender niños y jóvenes con problemas de audición y habla (sordomudos) a ellos se les da platicas especializadas y lenguaje de señas.*



pueden lograr comunicarse de una manera oral.

### 3.- Apoyo Psicológico a los beneficiarios de la institución.

En la mayoría de las ocasiones los integrantes de la institución, necesitan apoyo psicológico, tanto ellos como sus familiares, ya sea por motivos de aceptación de la discapacidad, así como por la edad, por ejemplo, los adolescentes.



Adalberto Rubio en actividades de la organización.

#### 4.- Apoyo pedagógico a beneficiarios de la institución

Hay integrantes sordos, en primaria, secundaria, preparatoria y universidad, la capacidad de entendimiento en una persona sorda es un poco mas lenta que la de la mayoría de los oyentes, con este apoyo pueden tener una asesoría extra clase de las materias que ellos llevan, igualmente, con personal capacitado.

#### 5.- Lectura Labiofacial.

Es muy importante para los sordos comprender lo que los oyentes hablan, por ello se les enseña la lectura labiofacial, para un poco más de comprensión al momento de una conversación.

#### 6.- Lectoescritura para personas con Discapacidad auditiva.

Si bien la comprensión lectora de un sordo es un poco más lenta, pueden llegar tomar las acciones pedagógicas especiales pertinentes para ello.

#### 7.- Adiestramiento Auditivo.

Cuando en el niño existen restos auditivos se tienen que trabajar sonidos para su

identificación, es por ello que se les da este tipo de terapia.

## RESULTADOS

Anualmente se benefician un aproximado de 80 jóvenes por año por problemas auditivos y de lenguaje, así como también se preparan a los adultos con enseñanza de lenguaje de señas.

## APORTACIONES

La aportación financiera es en especie ya que se ha apoyado en la donación de equipo de computo así como otros recursos materiales para las clases que se imparten a esta organización, la asesoría contable y fiscal es gratuita para ellos así como toda la promoción para bajar recursos del gobierno, aquí tampoco se les hace ningún cobro.

#### Presidenta

Teresa Hernández

#### Vicepresidente

Adalberto Rubio Ozuna



#### SITIO WEB

<http://pablillovalen.wix.com/manitas-que-hablan>

#### REDES SOCIALES

 Manitas Que Hablan Nogales lap



## FUNDACIÓN EMPRENDE CON FUTURO A.C.



*Una sociedad civil, sin fines lucrativos; una Institución de investigación, desarrollo tecnológico y administrativo, con personalidad jurídica propia y con representación nacional e internacional, ajena a actividades partidistas o políticas.*



### MISIÓN

Coordinar iniciativas, proyectos acciones y compromisos para dignificar la imagen profesional de las instituciones educativas, mejorando la calidad educativa y desarrollando el espíritu emprendedor de los futuros profesionistas de la localidad.

### VISIÓN

Lograr ser una fundación promovida por profesionistas, empresarios y egresados de las diversas Universidades de Nogales, emprendiendo acciones para atacar áreas de oportunidad en el financiamiento de nuevos proyectos de investigación científica, tecnológica y de negocios, formando así una cultura participativa de estudiantes, comprometidos en el Estado de Sonora.

### FINES

Desarrollar e implementar el Sistema de Educación Empresarial de Mediana y Alta Gerencia en Sonora. Evaluar y certificar el desempeño, productividad, reclutamiento, selección, capacitación de personal, así como la investigación científica, peritaje, asesoría técnica, consultoría, entre otros, de Sonora; uniendo esfuerzos, talentos y conocimientos, dirigiéndolos a todos los sectores de la sociedad a fin de dar respuestas o propuestas. Realizar actividades de cualquier tipo o naturaleza que tenga por objeto generar recursos humanos y económicos para el beneficio de los estudiantes.



Cabe destacar que en este organismo participa como Vicepresidente, nuestro socio Adalberto Rubio.

## RESULTADOS

Cada año entregamos un promedio de \$ 100,000.00 (cien mil pesos en efectivo) en becas a jóvenes de escasos recursos.



## SITIO WEB

<http://www.emprendeconfuturo.org>

## REDES SOCIALES

 Fundación Emprende con Futuro





*Hace 18 años fue fundada la asociación por la Hna. Leticia Amezcua, con la finalidad de ayudar a los más necesitados de la sociedad. El grupo creció rápidamente y se ha convertido en un eje fundamental de apoyo a los Colegios Yermo del Estado de Puebla.*



### MISIÓN

Apoyar en el desarrollo educativo, a familias de escasos recursos para fortalecer la vivencia de valores en la sociedad.

### VISIÓN

Ser una asociación modelo que contribuya a disminuir la deserción escolar en el Estado de Puebla.

### VALORES

Caridad, Servicio, Integridad, Honestidad, Compromiso.

### DONATIVOS

BHR EWWW ha apoyado en el servicio de auditoría por más de 4 años a título gratuito a la Fundación Abre tu Corazón.



## TRANSPARENCIA

Son miembros del CEMEFI (Centro Mexicano para la Filantropía), organismo independiente que busca promover y articular la participación filantrópica, comprometida y socialmente responsable de los ciudadanos y sus organizaciones, para alcanzar una sociedad más equitativa, solidaria y próspera.

## APOYOS

Actualmente ayudan a tres escuelas de la congregación Yermista:

### *Santa María del Monte*

Es una población enclavada en la Sierra Negra de Puebla a unos 50 km de Tehuacán, pertenece al Municipio de Vicente Guerrero, Pue.

Ese colegio cuenta con 148 niños y se les brinda educación primaria.

Se les apoya con BECAS EDUCATIVAS e INFRAESTRUCTURA:

Remodelación de salón de usos múltiples (San José María de Yermo y Parres)

Remodelación de salón de computo, dirección y biblioteca.

Computadoras para laboratorio.

Remodelación de aulas colocando plafón, repellido interior y pintura.

Actualmente están por iniciar los trabajos de remodelación de los baños.



### *Juventud y Hogar*

Escuela secundaria donde se enseñan oficios a niñas de escasos recursos, que les permitan desarrollarse en la vida.

Se ofrece la formación en cocina y corte y confección.

Apoyan por medio de becas a las alumnas.



### *San Francisco Totimehuacán*

Un poblado conurbado a la ciudad de Puebla, en donde se apoya a la secundaria Yermo con un alcance de 150 niños.

Ese colegio cuenta con 150 niños y se les brinda educación secundaria.



### *SITIO WEB*

[www.abretucorazon.org](http://www.abretucorazon.org)

### *REDES SOCIALES*



Abre tu corazón



*Son empresarios, la mayoría pertenecientes al C.C.E., que movilizan recursos sociales y económicos para dinamizar de manera corresponsable y sustentable las economías locales de los municipios marginados del Estado de Puebla, transmitiendo los valores empresariales por medio del fortalecimiento y aceleración de las empresas sociales, haciéndolas visibles a los mercados globales como parte del patrimonio con el que contamos como Estado de la Responsabilidad Social Empresarial compartida en la promoción del desarrollo.*



## Misión

Ejercitar la Responsabilidad Social Empresarial para cultivar el desarrollo sostenible en el Estado de Puebla.

## Visión

Ser una Fundación Empresarial sustentable y referente en el desarrollo de modelos exitosos que potencialicen a las empresas sociales del Estado de Puebla.

## Objetivo General

Construir una Economía con sentido social en Puebla que promueva el Desarrollo Económico Comunitario articulando al sector empresarial con las micro-regiones y otros sectores para la dinamización de las economías locales.

## Objetivo Específico

Dinamizar e impulsar micro, pequeñas y medianas empresas en sociedades marginadas del Estado de Puebla a partir del aprendizaje de habilidades, actitudes y creación de oportunidades desde la sustentabilidad, relación con el medio ambiente, desarrollo humano y rescate de tradicio-

nes culturales en un mundo global.

## Donativos

BHR EWWM ha apoyado en el servicio de auditoría por 3 años a título gratuito a la Fundación Empresarios por Puebla.



## SITIO WEB

<http://fepp.org.mx>

## REDES SOCIALES

 Fundación Empresarios por Puebla

# GRUPO SCOUTS DE NOGALES



*Este grupo pertenece a las Asociación Scout de Mexico A.C., agrupación encargada de formar mejores ciudadanos.*



Cuentan con 4 secciones:

Niños de 7 a 10 en la sección de manada, quienes visten de color amarillo, de 10 a 15 la sección de tropa, ellos visten de verde, la sección de 15 a 18 son los jóvenes de comunidad, ellos portan su uniforme azul y finalmente la sección del clan de rovers, estos jóvenes se encuentran en etapa terminal del escultismo, tienen edades de 18 a 21 años.





CASA HOGAR  
SAN MARTÍN DE  
PORRES Y  
JUAN XXIII A.C.

Son 3 religiosas de la Congregación de Dominicas del Santísimo Rosario A.R. que se dedican en cuerpo y alma a la atención y educación de 70 niños huérfanos y necesitados que tienen por el momento en la casa hogar.

La Casa Hogar San Martín de Porres y Juan XXIII recibe a niños maltratados, abandonados, huérfanos y con discapacidad.

Los niños que reciben son desde maternal hasta nivel superior. Son canalizados del DIF Nacional de México, la Procuraduría del Estado de México y municipales por motivo de abandono, maltrato, omisión de cuidados, desintegración familiar y orfandad. A los niños se les brinda protección, vestido, alimentación, y estudios desde Preesco-

*La casa hogar San Martín de Porres y Juan XXIII A.C. fue fundada por las madres Misioneras Dominicanas del Santísimo Rosario A.R. el 12 de diciembre de 1965 con el nombre de San Martín de Porres.*

*El 7 de abril de 1973 se fundó la casa de los niños, con el nombre de Juan XXIII A.C.*

lar a nivel Superior, para que ellos se formen en una educación integral y puedan egresar de la Institución, aportando servir a Nuestra Sociedad y llegar a formar familias integradas.

### Visión

Formar a niñas y niños comprometidos y responsables con ellos mismos, brindándoles una educación integral, formándoles en valores éticos para integrarse a la sociedad.

### Misión

Dar protección proporcionando a los niños una formación en valores éticos, obteniendo familias bien integradas en la sociedad.



## Filosofía

Se promueve la comunicación, el respeto, el compromiso, la solidaridad, la puntualidad, la responsabilidad, la honestidad y la gratitud.

## Beneficios y servicios

Casa, vestido, sustento, recreación, asistencia médica, educación escolar, atención psicológica, formación espiritual en valores religiosos y sacramentos.

## Dimensión humana

Se busca que los niños adquieran una visión clara del proceso de desarrollo psico-sexual por el que pasan para ayudarles conforme avance su edad a que tengan una madurez afectiva aceptando con naturalidad los cambios fisiológicos que ocurren en su crecimiento como producto de una nueva etapa en su vida.

## Dimensión cultural y académica

Fomentar en los niños la superación personal y en comunidad en el hogar, en la escuela y en la sociedad en general por medio de la participación en la investigación documental, visitas a museos, estudio de obras literarias, programas culturales, en la televisión, obras teatrales, etc. llevándolos así a la adquisición de conocimientos y a la elevación de su nivel educativo, obteniendo de esta manera su adecuada formación humana.

## Dimensión social y psicológica

Se les educa a relacionarse con los demás; a ser conscientes que es cada niño es un ser eminentemente social y que necesita de los otros. Se busca que acepten que sólo viviendo en relación con los que los rodean se logran relaciones sociales y humanas satisfactorias. Se fomenta mediante la

participación en las actividades de equipo con responsabilidad, espíritu de servicio y compañerismo a fin de que descubran los elementos necesarios para la relación con las personas con quienes conviven.

## Dimensión espiritual

Se busca despertar en los niños el sentido de lo trascendental para que descubran por medio de su propia Fe la existencia de Dios y de esta manera darle sentido a su existir. La instrucción religiosa la reciben dentro de la institución a través de su participación en Actos Litúrgicos, retiros, convivencias, y pláticas.

## Donativos

A través de nuestros socios y colaboradores, la firma aporta actividades lúdicas y recreativas, además de donaciones en especie a diversas asociaciones. Un ejemplo de ello es la Casa Hogar San Martín de Porres y Juan XXIII, A.C.



SITIO WEB

<http://casahogarsanmartindeporres.org>



## DIMENSIÓN AMBIENTAL

**M**éxico es parte de un selecto grupo de países considerados megabiodiversos. Dichos países son naciones poseedoras de la mayor cantidad y diversidad de animales y plantas, pues casi el 70% de la diversidad mundial de especies se encuentran en éstos.<sup>2</sup>

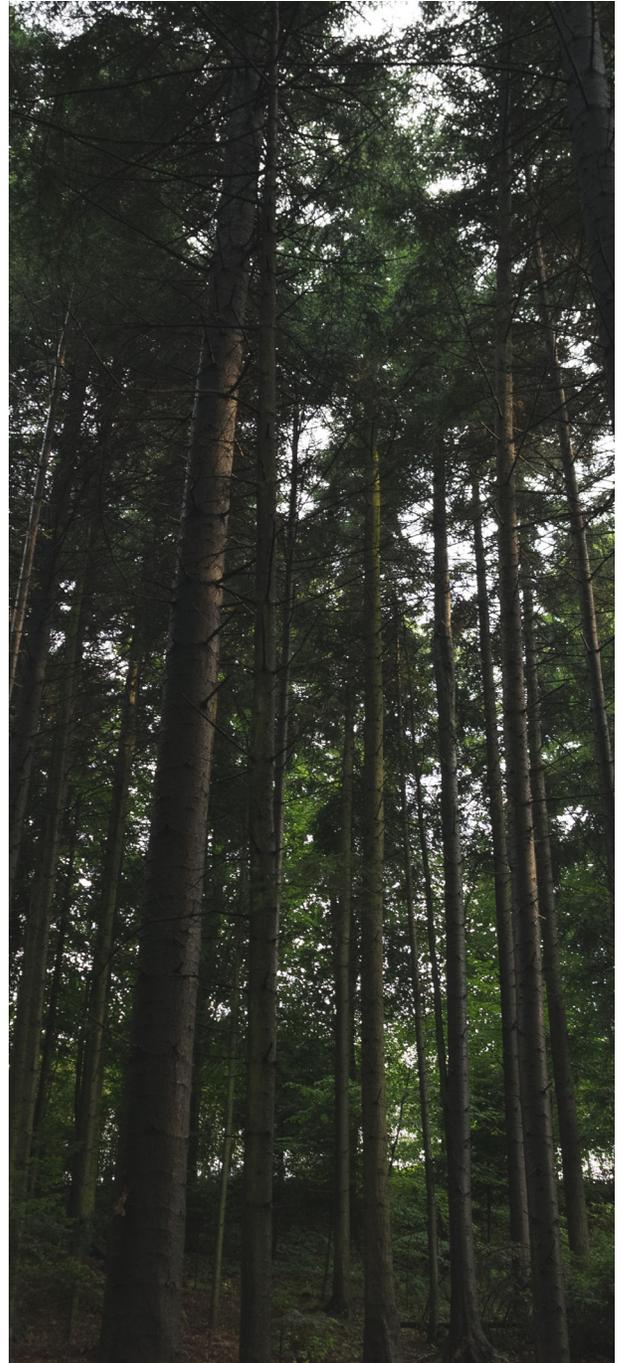
Algunos de los países megadiversos son:



“

*En BHR EWMX, somos conscientes de que el impacto de nuestras operaciones cotidianas se refleja directa e indirectamente en el medioambiente.*

”



<sup>2</sup> Fuente: <http://www.biodiversidad.gob.mx/pais/quees.html>

## IMPACTOS MEDIOAMBIENTALES

Seguimos con el compromiso de eliminar impactos medioambientales, mejorando los procesos y procedimientos de nuestras distintas áreas.

Los programas que tomamos en cuenta para esta mejora son:

- El consumo de papel.
- El consumo de energía eléctrica.
- Los viajes en auto y en camión derivados de la prestación de nuestros servicios.
- El consumo de agua.

“

*Para nosotros, es un mandato cuidar, mantener y proteger esa gran cantidad de riqueza natural que poseemos, para que las futuras generaciones logren disfrutar de dicho legado natural.*

”

## PROGRAMAS DE AHORRO

“

*En una segunda etapa, el plan contempla que el 30% de nuestro consumo sea en papel reciclado.*

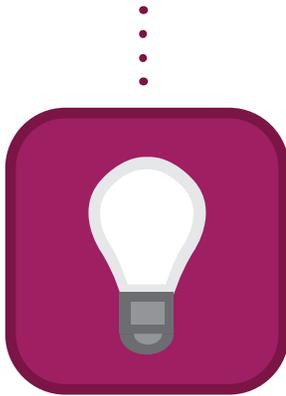
”

### PAPEL



Se establece en todas nuestras sedes un programa de ahorro de papel reutilizando las hojas que se han impreso por una cara e imprimir documentos si es estrictamente necesario, trabajar en formatos electrónicos al máximo posible y realizar los mantenimientos preventivos programados periódicamente a nuestros equipos de impresión.

## ENERGÍA ELÉCTRICA



Para la reducción del consumo de energía eléctrica, se establece un programa de eficiencia energética en todas nuestras sedes, enfocado a las siguientes acciones ahorradoras:

- Apagar las luces y computadoras durante los horarios de comidas y en aquellas zonas comunes poco utilizadas.
- Utilizar únicamente focos y tubos ahorradores de energía.
- Utilizar luz natural al máximo cuando sea posible subiendo cortinas y persianas.
- Graduar el aire acondicionado a temperaturas adecuadas.

---

## VIAJES EN VEHÍCULOS



De la misma manera, para gestionar de una mejor forma nuestros consumos de viajes en auto, camión y avión se establece:



*Implementar nuevas tecnologías de comunicación e información, como la tecnología IP en nuestras instalaciones.*



Para que de esta forma, las reuniones de trabajo y las personas que intervienen desde diferentes ubicaciones en la República Mexicana lo hagan a través de videoconferencias y teleconferencias en entornos interactivos con clientes o con colaboradores de la Firma, sin necesidad de viajar.

## CONSUMO DE AGUA



Para gestionar de una mejor forma el consumo de agua, se establecen las siguientes políticas:

- La instalación de dispositivos ahorradores y muebles de bajo consumo en todos los servicios de agua a nivel nacional, siendo una prioridad.
- Así como también controles que interrumpan automáticamente el flujo del agua cuando no se hace uso de ella.

En materia de disposición de residuos, es de obligado cumplimiento separar en la fuente residuos orgánicos e inorgánicos, para lo cual todos los colaboradores deben ayudar a dicho programa.

## INDICADORES MEDIOAMBIENTALES DE LA FIRMA DE OCTUBRE DE 2014 A SEPTIEMBRE DE 2015



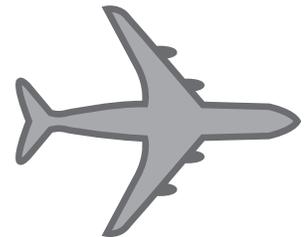
CONSUMO DE PAPEL

5.49 TONELADAS



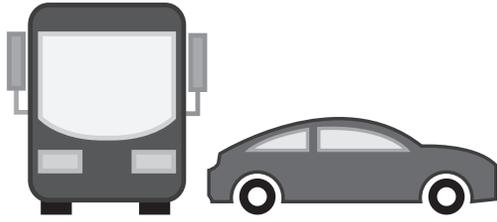
CONSUMO DE ENERGÍA ELÉCTRICA

136.893.6 KW/H



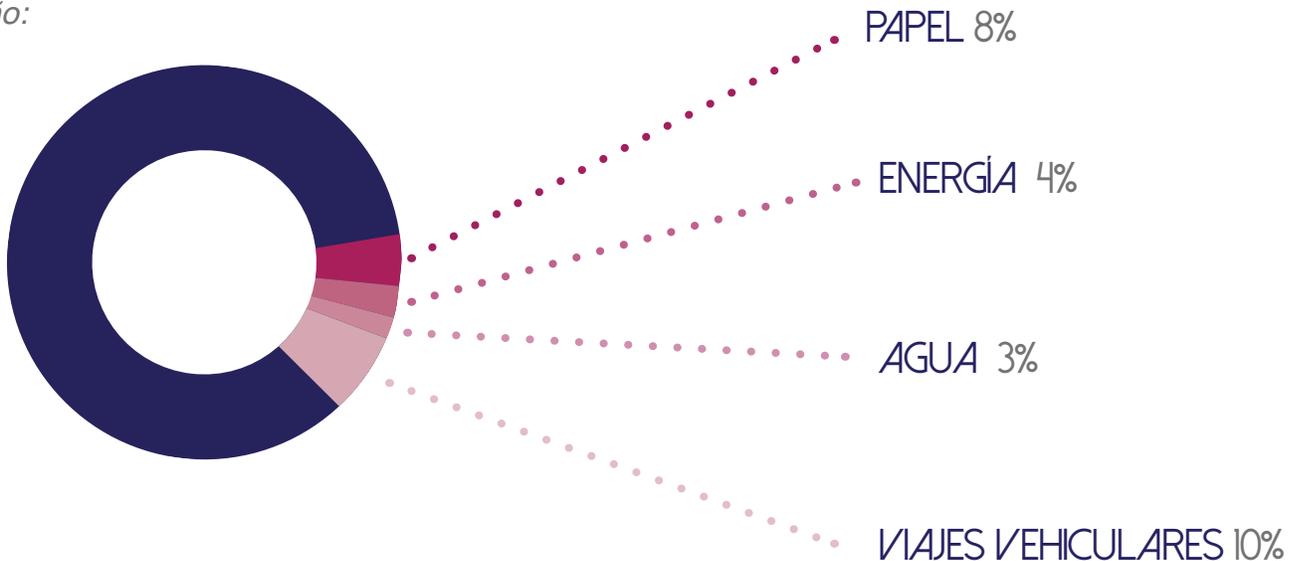
VIAJES EN AVION

228.352.5 KM



## METAS Y ÁREAS DE OPORTUNIDAD

*Reducción en consumos para el próximo año:*



## COLABORADORES

Las metas son importantes siempre y cuando nuestros colaboradores estén conscientes de que la preservación y el cuidado del medio ambiente son importantes.

Es por eso que impartimos formación en

los diferentes temas medioambientales, para que ayuden a cumplir con las metas establecidas y que dichas capacitaciones les ayuden de forma personal a incentivar el ahorro en sus hogares.

## 6

## SOBRE NUESTRO INFORME DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

“

*Para el proceso de definición del contenido se realizó consulta con nuestros principales grupos de interés: clientes, colaboradores y proveedores, mediante metodologías, encuestas y sistemas de gestión implementados en la Firma como lo es el Sistema de Gestión de la Calidad ISO 9001:2008.*

”

**E**l periodo cubierto por este informe de responsabilidad social comprende entre octubre del año 2014 a septiembre de 2015.

Seguimos identificando los temas relevantes, expectativas y preocupaciones compartidas entre los grupos de la Firma, así como también del análisis, FODA realizado recientemente. Así como de la realización de un benchmarking actualizado de empresas homólogas, políticas, lineamien-

tos y directrices internas de la Firma.

Otras fuentes de información para la elaboración siguen siendo: los programa de satisfacción del cliente, las encuestas de clima laboral, las evaluaciones a los proveedores e interesados en general.

El informe incluye todas las prácticas identificadas como materiales y relevantes dentro del contexto del desarrollo sustentable de la empresa y teniendo en cuenta



el alcance e impacto de los temas prioritarios en nuestras oficinas al interior de la República Mexicana durante el periodo comprendido del informe.

De la misma manera, se utilizan técnicas de medición estadística como promedios simples, sumatorias o razones en los indicadores reportados, aplicando los protocolos técnicos de indicadores de la guía 3,1 del Global Reporting Initiative, con un nivel de aplicación C.

Se solicitará una verificación externa de la memoria a una organización independiente con el objetivo de mejorar continuamente nuestro proceso de reporte anual.

## PUNTO DE CONTACTO

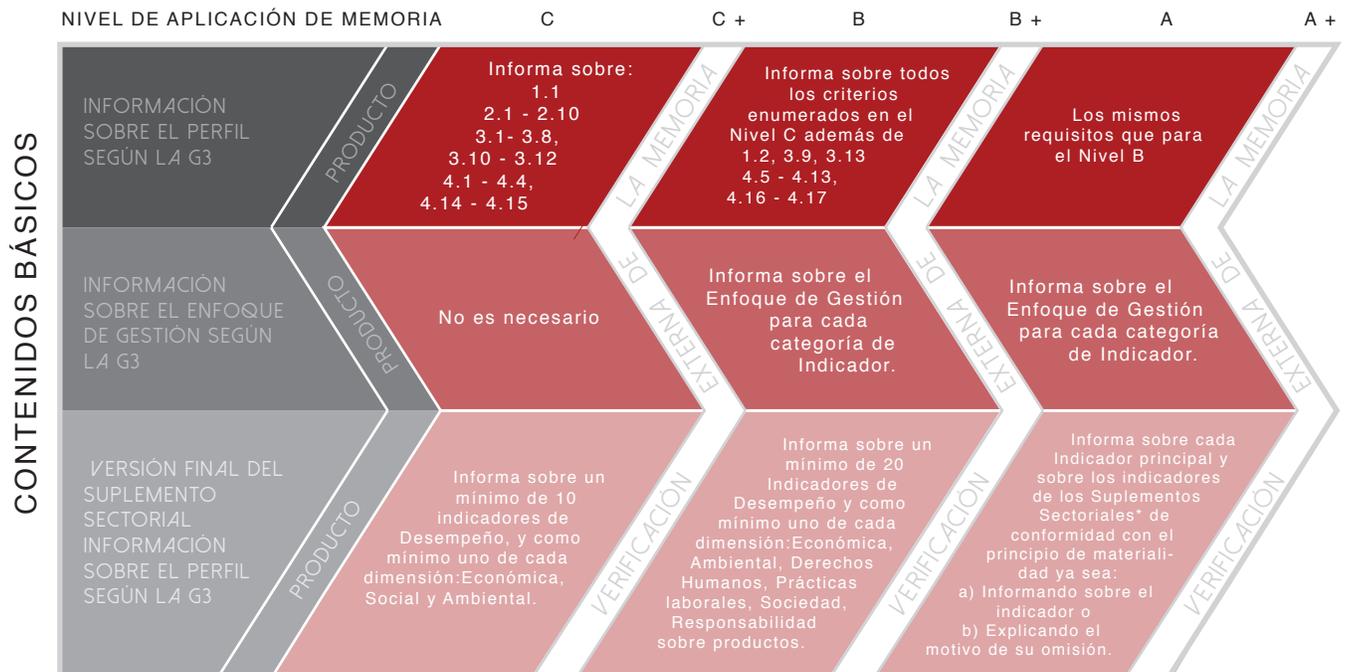
Para cualquier cuestión relativa al informe o su contenido, ya sean dudas, comentarios o inquietudes, se podrán comunicar al siguiente correo electrónico o por vía telefónica.

LIC. MARISOL SUÁREZ

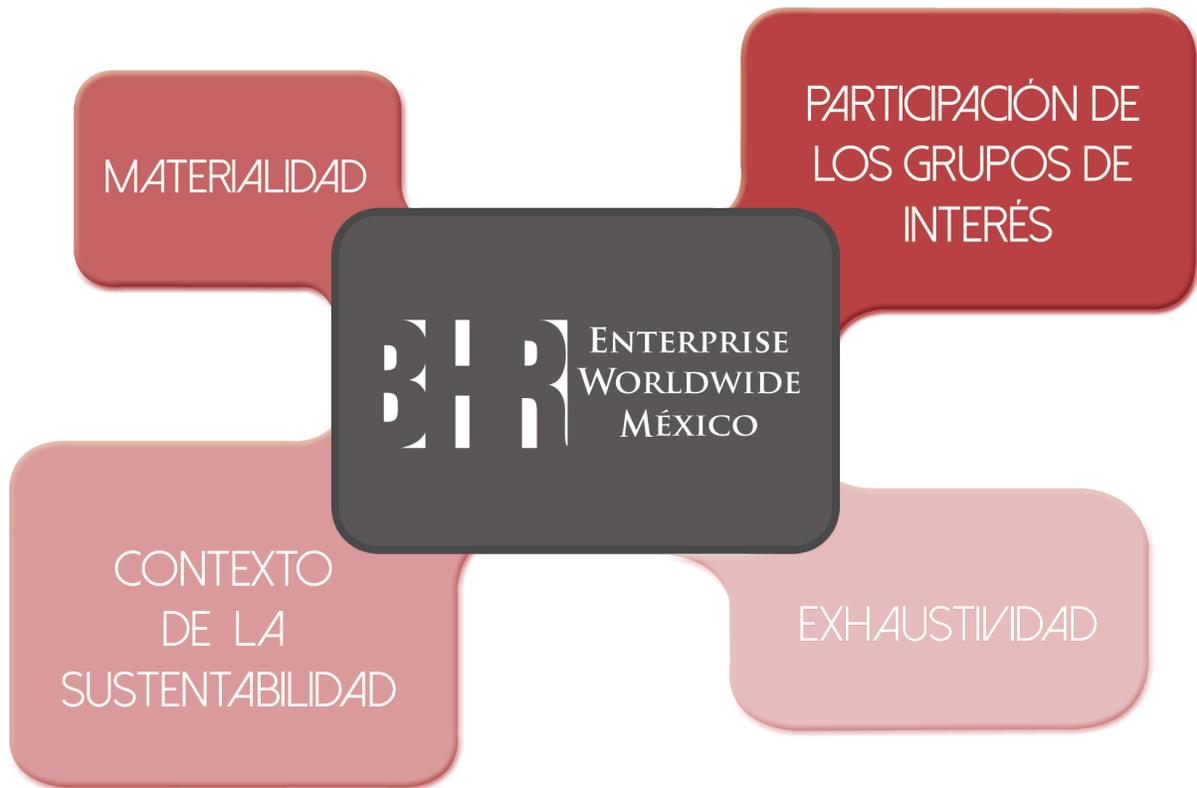
EMAIL  
lsuarez@ewmx.com.mx

TELÉFONO  
5447 7400 ext. 403

## SUPLEMENTO SECTORIAL



## CUATRO PRINCIPIOS DEL CONTENIDO DEL INFORME





# ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI

| GRI                       | ESTRATEGIA Y ANÁLISIS   | INDICADOR | PÁGINAS                 |
|---------------------------|---|-----------|-------------------------|
| PERFIL                    | Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización sobre la relevancia de la sostenibilidad para la organización y su estrategia. | 1.1       | 4 y 5                   |
|                           | Descripción de los principales impactos, riesgos y oportunidades.   | 1.2       | 4, 5, 22, 30            |
| PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN | Nombre de la organización.  | 2.1       | Portada y contraportada |
|                           | Principales marcas, productos y/o servicios.  | 2.2       | 6,8,12,13               |
|                           | Estructura operativa de la organización, incluidas las principales divisiones, entidades operativas, filiales y negocios conjuntos.                           | 2.3       | 7,9                     |
|                           | Localización de la sede principal de la organización.   | 2.4       | Contraportada           |
|                           | Número de países en los que opera la organización.  | 2.5       | 6                       |
|                           | Naturaleza de la propiedad y forma jurídica.  | 2.6       | 6                       |

| GRI                             | ESTRATEGIA Y ANÁLISIS  | INDICADOR | PÁGINAS  |
|---------------------------------|--|-----------|--|
| PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN       | Mercados servidos (incluidos el desglose geográfico, los sectores que abastece y los tipos de clientes / beneficiarios).   | 2.7       | 9, 15, 16  |
|                                 | Dimensiones de la organización informante.   | 2.8       | 28 y 29 Parcial por considerarse información confidencial  |
|                                 | Cambios significativos durante el periodo cubierto por la memoria en el tamaño, estructura y propiedad de la organización. | 2.9       | 28, 29, 30   |
|                                 | Premios y distinciones recibidos durante el periodo informativo.   | 2.10      | 18   |
| PERFIL DEL INFORME              | Periodo cubierto por la información contenida en la memoria.   | 3.1       | 53   |
|                                 | Fecha de la memoria anterior más reciente.   | 3.2       | 4  |
|                                 | Ciclo de presentación de memorias.   | 3.3       | 53   |
|                                 | Punto de contacto para cuestiones relativas a la memoria o su contenido.   | 3.4       | 54 y contraportada   |
| ALCANCE Y COBERTURA DEL INFORME | Proceso de definición del contenido de la memoria.   | 3.5       | 53   |
|                                 | Cobertura de la memoria.   | 3.6       | 53   |
|                                 | Indicar la existencia de limitaciones del alcance o cobertura de la memoria.   | 3.7       | No se reporta información económica por ser considerada confidencial, no se tiene calendario previsto para ello. |

| GRI                             | ESTRATEGIA Y ANÁLISIS  | INDICADOR | PÁGINAS |
|---------------------------------|--|-----------|---------|
| ALCANCE Y COBERTURA DEL INFORME | 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 comparabilidad entre periodos y/o entre organizaciones.                            | 3.8       | 53      |
|                                 | Técnicas de medición de datos y bases para realizar los cálculos.  | 3.9       | 53      |
|                                 | Descripción del efecto que pueda tener la reexpresión de información perteneciente a memorias anteriores, junto con las razones que han motivado dicha reexpresión (por ejemplo, fusiones y adquisiciones, cambio en los periodos informativos, naturaleza del negocio o métodos de valoración). | 3.10      | 4 y 5   |
|                                 | Cambios significativos relativos a periodos anteriores en el alcance, la cobertura o los métodos de valoración aplicados en la memoria.  | 3.11      | 4 y 5   |
| ÍNDICE DEL CONTENIDO DEL GRI    | Tabla que indica la localización de los contenidos básicos en el informe.  | 3.12      | 56      |
| VERIFICACIÓN                    | Política y práctica actual en relación con la solicitud de verificación externa de la memoria. Si no se incluye en el informe de verificación en la memoria de sostenibilidad, se debe explicar el alcance y la base   | 3.13      | 53 y 54 |

| GRI          | ESTRATEGIA Y ANÁLISIS   | INDICADOR | PÁGINAS                                    |
|--------------|---|-----------|--|
| VERIFICACIÓN | cualquier otra verificación externa existente. También se debe aclarar la relación entre la organización informante y el proveedor o proveedores de la verificación.                                    | 3.13      | 53 y 54                                    |
| GOBIERNO     | La estructura de gobierno de la organización, incluidos los comités del máximo órgano de gobierno responsable de tareas tales como la definición de la estrategia o la supervisión de la organización.  | 4.1       | 14 y 15                                    |
|              | 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). | 4.2       | 14 y 15                                    |
|              | En aquellas organizaciones que tengan estructura directiva unitaria se indicará el número y el sexo de miembros del máximo órgano de gobierno que sean independientes o no ejecutivos.                  | 4.3       | No material                                |
|              | Mecanismos de los accionistas y empleados para comunicar recomendaciones o indicadores al máximo órgano de gobierno.  | 4.4       | 14   |
|              | Vínculos entre la retribución de los miembros del máximo órgano de gobierno, altos directivos y ejecutivos y el desempeño de la organización.   | 4.5       | No reportado por considerarse confidencial |
|              | Procedimientos implantados para evitar conflictos de intereses en el  | 4.6       | No existen los procedimientos              |

| GRI   | ESTRATEGIA Y ANÁLISIS   | INDICADOR | PÁGINAS                       |
|---|---|-----------|-------------------------------|
| GOBIERNO  | máximo órgano de gobierno.  | 4.6       | No existen los procedimientos |
|   | Procedimiento de determinación de la composición, capacitación y experiencia exigible a los miembros del máximo órgano de gobierno y sus comités, incluida cualquier consideración sobre el sexo y otros indicadores de diversidad.   | 4.7       | No existen los procedimientos |
|   | Declaración de misión y valores desarrollados internamente, códigos de conducta y principios relevantes para el desempeño económico, ambiental y social, y el estado de su implementación.  | 4.8       | 10                            |
|   | 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. | 4.9       | 14 y 15                       |
|   | Procedimiento para evaluar el desempeño propio del máximo órgano de gobierno, en especial con respecto al desempeño económico, ambiental y social.  | 4.10      | 14 y 15                       |
| COMPRO-<br>MISOS CON<br>INICIATIVAS<br>EXTERNAS | Descripción de cómo la organización ha adoptado un planteamiento o principio de precaución.   | 4.11      | 4, 5, 24                      |
|   | Principios o programas sociales,  | 4.12      | 31 a 47                       |

| GRI  | ESTRATEGIA Y ANÁLISIS   | INDICADOR | PÁGINAS  |
|--|---|-----------|--|
| COMPRO-<br>MISOS CON<br>INICIATIVAS<br>EXTERNAS        | ambientales y económicos desa-<br>rrollados externamente, así como<br>cualquier otra iniciativa que la orga-<br>nización suscriba o apruebe.  | 4.12      | 31 a 47  |
|  | Principales asociaciones a las que<br>pertenezca y/o entes naciona-<br>les e internacionales a las que la<br>empresa apoya.   | 4.13      | 19 a 21  |
| PARTICI-<br>PACIÓN DE<br>LOS GRU-<br>POS DE<br>INTERÉS | Relación de grupos de interés que<br>la organización ha incluido.   | 4.14      | 26   |
|  | Base para la identificación y selec-<br>ción de grupos de interés con los<br>que la organización se compromete.   | 4.15      | 53   |
|  | Enfoques adoptados para la inclu-<br>sión de los grupos de interés, in-<br>cluidas la frecuencia de su partici-<br>pación.  | 4.16      | 26   |
|  | Principales preocupaciones y as-<br>pectos de interés que hayan surgido<br>a través de la participación de los<br>grupos de interés y la forma en la<br>que ha respondido la organización<br>a los mismos en la elaboración de<br>la memoria.   | 4.17      | 26   |
| DIMENSIÓN<br>ECONÓMI-<br>CA                            | <p data-bbox="505 1507 919 1535">DESEMPEÑO ECONÓMICO</p> Valor económico directo generado<br>y distribuido, incluidos ingresos,<br>costos de explotación, redistribu-<br>ción a empleados, donaciones y<br>otras inversiones en la comunidad,<br>beneficios no distribuidos y pa-<br>gos a proveedores de capital y a<br>gobiernos. | EC1       | No declarado por<br>considerarse infor-<br>mación confidencial |

| GRI  | ESTRATEGIA Y ANÁLISIS   | INDICADOR | PÁGINAS                                 |  |
|--|---|-----------|---|--|
| DIMENSIÓN<br>ECONÓMI-<br>CA  | Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.   | EC2       | No material                             |  |
|  | Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.  | EC3       | EWMX no cuenta con planes de jubilación |  |
|  | Ayudas financieras significativas recibidas de gobierno.  | EC4       | No material                             |  |
|  | PRESENCIA EN EL MERCADO   |           |   |  |
|  | Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar desglosado por sexo y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.     | EC5       | Información confidencial                |  |
|  | Política, prácticas y proporción de gasto correspondientes a proveedores locales en lugares en donde se desarrollan operaciones significativas.                         | EC6       | No material                             |  |
|  | Procedimiento para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas. | EC7       | No existen dichos procedimientos        |  |
|  | IMPACTOS ECONÓMICOS<br>INDIRECTOS   |           |   |  |
| Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructura y los servicios prestados, principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, probono o en especie. | EC8   | 32 a 47   |   |  |

| GRI                 | ESTRATEGIA Y ANÁLISIS  | INDICADOR | PÁGINAS  |
|---------------------|--|-----------|--|
| DIMENSIÓN AMBIENTAL | Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.  | EN9       | Toda el agua se capta a través de los organismos operadores de agua locales. |
|                     | Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.  | EN10      | No reciclamos el agua  |
|                     | BIODIVERSIDAD  |           |  |
|                     | Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas.  | EN11      | Nuestras instalaciones no se encuentran en dichas áreas.                     |
|                     | Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegida, 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. | EN12      | Nuestras instalaciones no se encuentran en dichas áreas.                     |
|                     | Hábitats protegidos o restaurados.   | EN13      | No hemos restaurado hábitats.  |
|                     | Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.  | EN14      | No contamos con estrategia o política relacionada.                           |
|                     | 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 encuentran en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.  | EN15      | No contamos con instalaciones u operaciones en dichas áreas.                 |
|                     | EMISIONES, VERTIDOS Y RESIDUOS   |           |  |
|                     | Emisiones totales. Directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.   | EN16      | No se cuenta con inventario de dichas emisiones.                             |

| GRI  | ESTRATEGIA Y ANÁLISIS   | INDICADOR | PÁGINAS  |
|--|---|-----------|--|
| DIMENSIÓN AMBIENTAL  | Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.   | EN 17     | No se cuenta con inventario de dichas emisiones.                 |
|  | Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.   | EN18      | 52   |
|  | Emisiones de sustancias destructoras de la capa de ozono, en peso.  | EN19      | No se han contabilizado dichas emisiones.                        |
|  | NO, SO y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.  | EN20      | No se han contabilizado dichas emisiones.                        |
|  | Vertimiento total de aguas residuales, según su naturaleza y destino.   | EN21      | Toda el agua se vierte al servicio público de alcantarillado.    |
|  | Peso total de residuos gestionados, según tipo y método de tratamiento.   | EN22      | No disponible  |
|  | Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.   | EN23      | No se han presentado   |
|  | Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del convenio de Brasilia.   | EN24      | No se manejan residuos de ésta naturaleza                        |
|  | Identificación, tamaño, estado de protección y el valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y agua de escorrentía de la organización informante. | EN25      | Toda el agua vertida se va al servicio público de alcantarillado |
| PRODUCTOS Y SERVICIOS  |   |           |  |
| Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y | EN26  | 52        |  |

| GRI   | ESTRATEGIA Y ANÁLISIS  | INDICADOR | PÁGINAS   |
|---|--|-----------|---|
| DIMENSIÓN AMBIENTAL                                   | servicios y grado de reducción de ese impacto.   | EN26      | 52  |
|   | Porcentaje de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil por categoría de productos.  | EN27      | Los servicios que ofrecemos no se embalan o empaquetan. |
|   | <p style="text-align: center;">CUMPLIMIENTO NORMATIVO</p> Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimientos de la normativa ambiental.  | EN28      | No se tuvieron multas en el periodo reportado.          |
|   | <p style="text-align: center;">TRANSPORTE</p> 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. | EN29      | 52  |
|   | <p style="text-align: center;">GENERAL</p> Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.  | EN30      | No disponible   |
| DIMENSIÓN SOCIAL: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO | <p style="text-align: center;">EMPLEO</p> Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato, por región y por sexo.  | LA1       | 28  |
|   | Número total de empleados y tasa de nuevas contrataciones y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.   | LA2       | 28  |
|   | Beneficios sociales para los empleados con jornada completa que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada.   | LA3       | 27  |

| GRI  | ESTRATEGIA Y ANÁLISIS  | INDICADOR     | PÁGINAS                             |
|--|--|---------------|-------------------------------------|
| DIMENSIÓN SOCIAL:<br>PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO   | Niveles de reincorporación al trabajo y de retención tras la baja por maternidad o paternidad, desglosados por sexo.                                 | LA15          | No disponible                       |
|  | RELACIONES<br>EMPRESA/TRABAJADORES   |               |                                     |
|  | Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.   | LA4           | No contamos con convenio colectivo. |
|  | Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluso si estas modificaciones son especificadas en los convenios colectivos. | LA5           | No contamos con convenio colectivo. |
|  | SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO  |               |                                     |
| 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. | LA6  | 14 y 15       |                                     |
| Tasas de ausentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.   | LA7  | No disponible |                                     |
| 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.         | LA8  | 34, 36, 45    |                                     |

| GRI  | ESTRATEGIA Y ANÁLISIS  | INDICADOR | PÁGINAS  |
|--|--|-----------|--|
| <p>DIMENSIÓN SOCIAL:<br/>PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO</p> | <p>Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.</p>   | LA9       | No disponible  |
|  | <p><b>FORMACIÓN Y EDUCACIÓN</b><br/>Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.</p>  | LA10      | 30   |
|  | <p>Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.</p>                           | LA11      | 27   |
|  | <p>Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y desarrollo profesional.</p>  | LA12      | 29   |
| <p>DIMENSIÓN SOCIAL:<br/>DERECHOS HUMANOS</p>                    | <p><b>DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES</b><br/>Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.</p> | LA13      | No disponible  |
|  | <p>Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.</p>  | LA14      | No existe diferencia entre salarios del mismo nivel jerárquico.            |
| <p>DIMENSIÓN SOCIAL:<br/>DERECHOS HUMANOS</p>                    | <p><b>PRÁCTICAS DE INVERSIÓN Y ABASTECIMIENTO</b><br/>Porcentaje y número total de contratos y acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas</p>   | HR1       | No se han detectado riesgos significativos en materia de Derechos Humanos. |

| GRI                                   | ESTRATEGIA Y ANÁLISIS  | INDICADOR | PÁGINAS  |
|---------------------------------------|--|-----------|--|
| DIMENSIÓN SOCIAL:<br>DERECHOS HUMANOS | que incorporan preocupaciones en materia de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.   | HR1       | No se han detectado riesgos significativos en materia de Derechos Humanos.   |
|                                       | Porcentaje de los proveedores, contratistas y otros socios comerciales significativos que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos y medidas adoptadas como consecuencia.  | HR2       | No material, EWMX no tiene operaciones significativas fuera del territorio mexicano por lo que no se han detectado riesgos derivados de la explotación infantil o de la existencia de trabajos forzados. |
|                                       | Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluido el porcentaje de empleados formados.  | HR3       | No disponible  |
|                                       | <p style="text-align: center;">NO DISCRIMINACIÓN</p> Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.   | HR4       | No se reportaron incidentes en el periodo reportado.   |
|                                       | <p style="text-align: center;">LIBERTAD DE ASOCIACIÓN Y CONVENIOS COLECTIVOS</p> Operaciones y proveedores significativos identificados en los que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos pueda ser violado o pueda correr riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos. | HR5       | No se tienen proveedores u operaciones que pongan en riesgo los convenios colectivos.  |
|                                       | <p style="text-align: center;">EXPLOTACIÓN INFANTIL</p> Operaciones y proveedores significativos identificados que conllevan un riesgo significativo de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a la abolición efectiva de la explotación infantil.                                      | HR6       | No se tienen proveedores u operaciones que conlleven riesgo de explotación infantil.<br><br>Se tiene planeado ser parte del pacto mundial de la ONU.   |

| GRI   | ESTRATEGIA Y ANÁLISIS   | INDICADOR | PÁGINAS   |
|---|---|-----------|---|
| <p>DIMENSIÓN SOCIAL:<br/>DERECHOS HUMANOS</p> | <p><b>TRABAJOS FORZADOS</b><br/>Operaciones y proveedores significativos identificados como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado u obligatorio, y las medidas adoptadas para contribuir a la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.</p> | HR7       | <p>No se cuentan con operaciones que puedan derivar en un riesgo que atente con el trabajo forzado u obligatorio.</p> |
|   | <p><b>PRÁCTICAS DE SEGURIDAD</b><br/>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.</p>   | HR8       | <p>No contamos con personal de seguridad.</p>   |
|   | <p><b>DERECHOS DE LOS INDÍGENAS</b><br/>Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.</p>   | HR9       | <p>No se han reportado incidentes de ésta naturaleza.</p>   |
|   | <p><b>EVALUACIÓN</b><br/>Porcentaje y número total de operaciones que han sido objeto de revisiones o evaluaciones de impactos en materia de derechos humanos.</p>  | HR10      | <p>No se han detectado riesgos significativos en materia de derechos humanos.</p>                                     |
|   | <p><b>MEDIDAS CORRECTIVAS</b><br/>Número de quejas relacionadas con los derechos humanos que han sido presentadas, tratadas y resueltas mediante mecanismos conciliatorios formales.</p>  | HR11      | <p>No se han detectado riesgos significativos en materia de derechos humanos.</p>                                     |
| <p>DIMENSIÓN SOCIAL:<br/>SOCIEDAD</p>         | <p><b>COMUNIDADES LOCALES</b><br/>Porcentaje de operaciones donde se han implantado programas de</p>  | SO1       | 32 a 47   |

| GRI  | ESTRATEGIA Y ANÁLISIS   | INDICADOR  | PÁGINAS  |  |
|--|---|--|--|--|
| DIMENSIÓN SOCIAL: SOCIEDAD   | desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local.   | SO1  | 32 a 47  |  |
|  | Operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales.   | SO9  | No material, no se tiene un impacto negativo significativo posible o real en las comunidades locales derivado de la prestación de los servicios. |  |
|  | Medidas de prevención y mitigación implantadas en operaciones con impactos negativos significativos posibles o reales en las comunidades locales. | SO10   | 50 y 51  |  |
|  | <b>CORRUPCIÓN</b>   |  |  |  |
|  | Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.                                | SO2  | 14 y 15  |  |
|  | Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización.   | SO3  | 30   |  |
|  | Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.  | SO4  | No se reportaron actos o incidentes de corrupción.   |  |
| <b>POLÍTICA PÚBLICA</b>  |   |  |  |  |
| Posición en las políticas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de "lobbying". | SO5   | Nos declaramos apolíticos.                       |  |  |
| Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones.         | SO6   | No realizamos aportaciones a partidos políticos. |  |  |
| <b>COMPORTAMIENTO DE COMPETENCIA DESLEAL</b>   |   |  |  |  |
| Número total de acciones por   | SO7   | No tuvimos prácticas ni acciones monopólicas.    |  |  |

| GRI  | ESTRATEGIA Y ANÁLISIS   | INDICADOR     | PÁGINAS  |
|--|---|---------------|--|
| DIMENSIÓN SOCIAL: SOCIEDAD   | competencia, y sus resultados.  | SO7           | No tuvimos prácticas ni acciones monopólicas.  |
|  | <p><b>CUMPLIMIENTO NORMATIVO</b></p> <p>Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.</p>  | SO8           | No tuvimos multas ni sanciones significativas en el periodo reportado.   |
|  | <p><b>SALUD Y SEGURIDAD DEL CLIENTE</b></p> <p>Fase 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, porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.</p> | PR1           | No material, EWMX por los servicios ofrecidos no tienen impactos significativos en la salud y seguridad de sus clientes por sus servicios. |
|  | <p>Número total de incidentes derivados del incumplimiento de 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 resultados de dichos incidentes.</p>  | PR2           | No se registraron incidentes derivados del incumplimiento legal o códigos.   |
| <p><b>ETIQUETADO DE PRODUCTOS Y SERVICIOS</b></p> <p>Tipo 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.</p> | PR3   | No disponible |  |

| GRI                        | ESTRATEGIA Y ANÁLISIS  | INDICADOR | PÁGINAS   |
|----------------------------|--|-----------|---|
| DIMENSIÓN SOCIAL: SOCIEDAD | Número total de incumplimiento de las regulaciones 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. | PR4       | No se registraron incumplimientos de regulaciones de códigos en ésta materia. |
|                            | Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.   | PR5       | 17 y 18   |
|                            | COMUNICACIONES DE MARKETING  |           |   |
|                            | Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad otras actividades promocionales y los patrocinios.                  | PR6       | 21  |
|                            | Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a comunicaciones de marketing, incluso publicidad, promoción y el patrocinio.  | PR7       | No se registraron incidentes en esta materia.                                 |
|                            | PRIVACIDAD DEL CLIENTE   |           |   |
|                            | Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respecto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.   | PR9       | No se registraron incidentes en esta materia.                                 |
|                            | CUMPLIMIENTO NORMATIVO   |           |   |
|                            | Costo 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.   | PR10      | No se registraron multas de incumplimientos en ésta materia.                  |



Contadores Públicos Certificados, Abogados  
y Consultores

### *Contacto*

Linda Marisol Suárez Ríos | [lsuarez@ewmx.com.mx](mailto:lsuarez@ewmx.com.mx)

Insurgentes Sur 1989, piso 6, Colonia Florida CP. 01030, México D.F.

Enterprise Worldwide México es una firma de contadores públicos certificados y consultores de negocio que construye relaciones duraderas con sus clientes ofreciendo servicios de calidad y confianza.

