

8 La comunicación filantrópica



Dr. Octavio Islas C.
Cátedra de comunicación estratégica
y cibercultura-Proyecto Internet

octavio.islas@itesm.mx


Salva un árbol.
Súmate a On-line Services.

www.americanexpress.com.mx

Dr. Octavio Islas

Comunicar inteligentemente las acciones filantrópicas de la organización no solo contribuye al desarrollo de una adecuada imagen institucional, además favorece el establecimiento de una positiva receptividad hacia ésta.

En la Industria Mexicana de *Coca-Cola*...



vertimos año con año en México

Apoyamos activamente a cientos de miles de micro y mediano empresarios

Creamos empleos para cientos de miles de mexicanos

Contribuimos consistentemente a la educación de los niños

...estamos comprometidos con el futuro de México

- Sabemos que no hay constructor más sólido que la confianza, y por ello invertimos año con año en México.
- Apoyamos activamente a los más de 900,000 clientes, en su mayoría micro y mediano empresarios a quienes nuestros productos les generan el 40% de sus utilidades.
- Si se tomaran de la mano todas las personas para las que generamos empleos, directos e indirectos, se formaría una cadena humana de la Ciudad de México hasta Acapulco.
- Contribuimos consistentemente a la educación de los niños para verlos sonreír hoy, porque ellos son el mañana que queremos ver crecer.

Los orígenes de la filantropía empresarial se remontan a los grandes barones industriales, quienes donaban parte de sus ganancias a través de fundaciones.



Amigo empresario:

La Asociación Mexicana de Ayuda a Niños con Cáncer, I.A.P., confía en la mercadotecnia con causa social.

Si está interesado en que su empresa contribuya y forme parte de nuestro esfuerzo por ayudar a salvar las vidas de niños y adolescentes con cáncer, de escasos recursos y sin seguridad social de nuestro país, hoy es el momento.

Mayores Informes:

Magisterio Nacional No. 100
Tlalpan Centro
CP 14000, México, D.F.
Tels. (55) 5513 7111 / 5513 6667
Fax (55) 5573 2309
lvarela@amanc.org

La filantropía de las empresas también ha sido objeto de objeciones.

Milton Friedman afirmaba que nada podría dañar tanto a las empresas como la doctrina de la responsabilidad social.

Child of Africa
Africa 02

Why should you support a group...

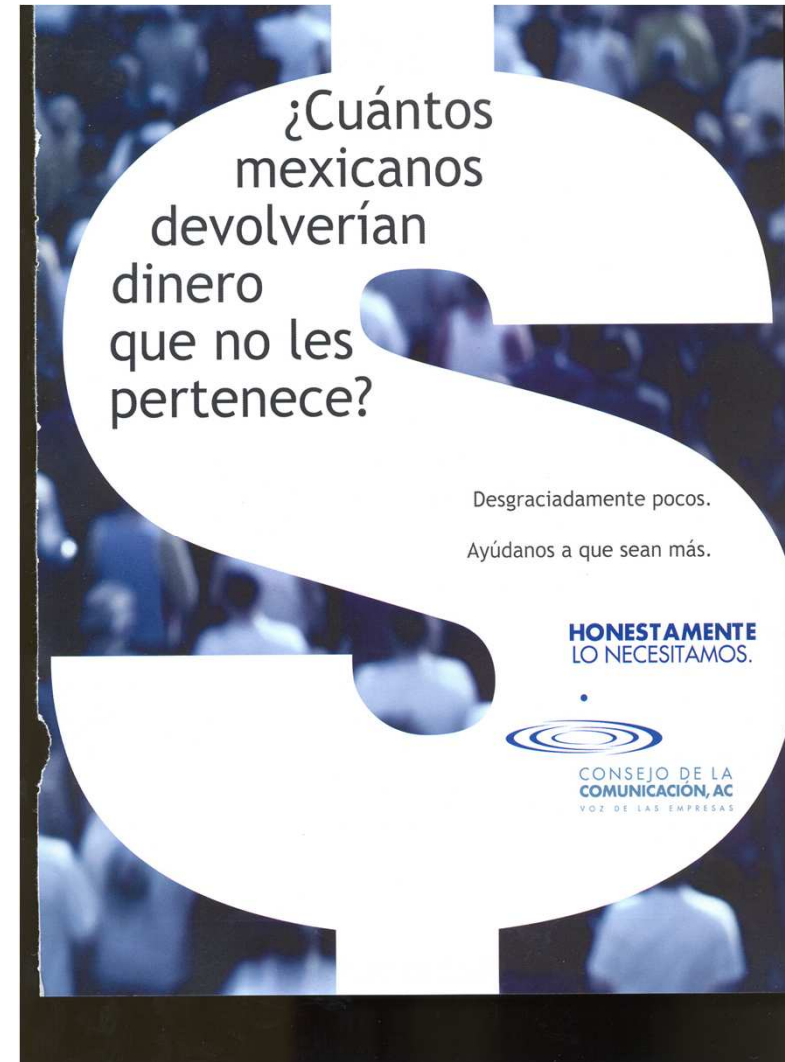
that saves people in countries you've never been to - and quite possibly have never even heard of. It's easy to feel compassion for people in places covered by the evening news or morning paper. But what about catastrophes in places so isolated many people have never heard of? You can make a difference.

CONCERN
WORLDWIDE
USA

PLEASE SEND YOUR GIFT TO CONCERN WORLDWIDE U.S. www.concernusa.org
104 East 40th Street, Room 903, New York, NY 10016 212-557-8000 • 166 East Superior Street, Suite 502, Chicago, IL 60611 312-527-0679

Founded in Ireland in 1968, Concern has 3,000 personnel working in 29 countries, helping to eliminate hunger and poverty in the developing world. Concern Worldwide U.S. Inc. is a New York not-for-profit corporation exempt from Federal income taxation under section 501(c)(3). Concern Worldwide U.S. Inc. supports projects carried out in the field by Concern Worldwide, registered in Ireland.
Design donated by MCS Advertising Ltd. and placement generously donated by this publication.


A diferencia de lo
propuesto por
Friedman, hoy el
prestigio de una marca
o de un corporativo en
buena medida depende
de su elevada
responsabilidad social.



¿Cuántos
mexicanos
devolverían
dinero
que no les
pertenece?

Desgraciadamente pocos.
Ayúdanos a que sean más.

**HONESTAMENTE
LO NECESITAMOS.**


**CONSEJO DE LA
COMUNICACIÓN, AC**
VOZ DE LAS EMPRESAS

Proyecto Internet

Al que dé **mordida** llámalo así:



CORRUPTO

Haz clic y regístrate en: www.cc.org.mx



Al que **robe** llámalo así:



LADRÓN

Haz clic y regístrate en: www.cc.org.mx



**HONESTAMENTE
TE NECESITAMOS.**



Dr. Octavio Islas



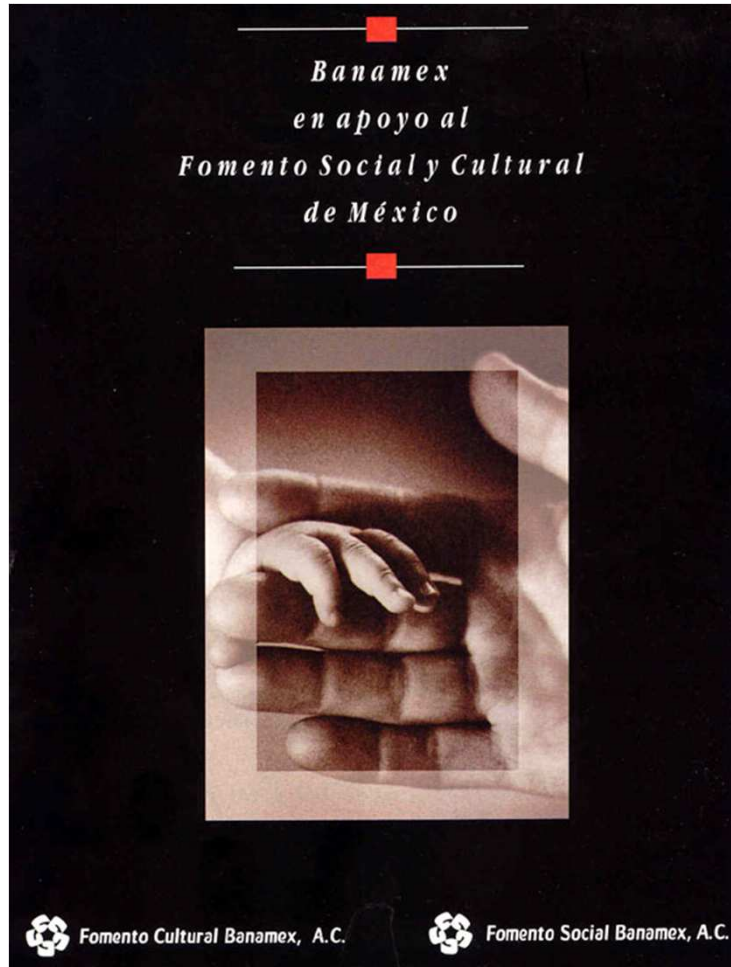
Las acciones
filantrópicas de la
organización deben
resultar
congruentes a su
misión y filosofía
institucional.



Proyecto Internet

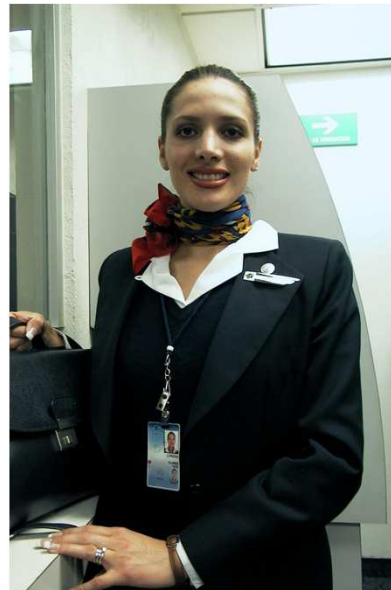


Dr. Octavio Islas



La filantropía puede ser uno de los medios más efectivos para llegar a públicos objetivo particulares.

Los empleados, por ejemplo.



becas pepsiCo

PARA QUIENES SOBRESALEN DEL RESTO

SI **OBSERVAMOS** CON ATENCIÓN EL CIELO, ENCONTRAREMOS **MILLONES DE ESTRELLAS** QUE VIAJAN A NUESTRO ALREDEDOR. ALGUNAS **BRILLAN** MÁS QUE OTRAS Y SE VEN MÁS **GRANDES**; CON SUERTE PODEMOS **VER** COMO ALGUNA SE **DESPRENDE** DEL RESTO E **ILUMINA** EL CIELO CON SU **LUZ**.

PepsiCo premia a sus estrellas que se esfuerzan a ser diferentes con los **Escal Awards**, reconociendo a las mentes que escapan y sobresalen del resto.

Los candidatos a los Escal Awards (Becas PepsiCo), deben cumplir con el siguiente perfil:

- Ser hijo dependiente de un empleado de tiempo completo de PepsiCo: Sabritas-Alegro, Gatorade, Garena, Quesitos o PepsiCo México.
- Tener máximo 25 años.
- No ser estudiante universitario.
- Estar inscrito al libro de preparatoria o equivalente.
- Estar inscrito en el nivel de estudios posterior (carrera profesional o técnica) o tener plan de hacerlo.

Los Escal Awards premian a los hijos de los empleados con base en sus talentos, universidades o técnicas, ya sea en su país o en alguna institución del extranjero.

TU HIJO PUEDE SER UNA ESTRELLA

Para obtener una solicitud y mayor información, acude a RH de tu localidad.
Fecha límite de recepción de documentos: 15 marzo 2004.

Sabritas ALEGRO Gatorade Garena Quesitos PEPSI

Las acciones
filantrópicas también
podrán responder a
problemas sociales.

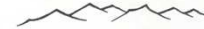


Hay cientos de causas que valen la pena. Sin embargo, la mayor parte de las organizaciones determinan la “causa” en términos de rentabilidad de imagen.



En la conservación del Berrendo
¡tomamos la estafeta!

estafeta®



y SIERRA
MADRE

Unidos para la conservación
del Berrendo.

Antiguamente considerado una cruce entre antilope y cabra, de ahí su denominación como *Antilocapra Americana*, el Berrendo es un mamífero de gran belleza que habitaba tranquilamente desde las estepas del Canadá hasta las serranías en el Estado de Hidalgo.

Destaca por ser el más veloz animal terrestre en la fauna americana. Posee excelente vista e inmediata reacción, que con esponjar el pelo blanco de sus cuartos traseros, alerta a la manada para escapar de sus depredadores.

Sin embargo el hombre es quien nuevamente ha puesto en peligro de extinción otra especie. En desatinado afán de cazador les persigue en vehículos motorizados, además de que al cercar pastizales aísla las manadas y les priva de su alimentación.

Afortunadamente en México, aún se encuentran tres subespecies: la *peninsularis* en Baja California, en Sonora la *sonorensis* y la *mexicana* de Chihuahua.

Estafeta, empresa líder en mensajería y paquetería, y la Agrupación Sierra Madre, **toman la estafeta** y realizan sus mejores esfuerzos para preservar la vida del más veloz mamífero americano: el Berrendo.



Fundación Pro Niños de la Calle, I.A.P.

Antecedentes

Existen en nuestra ciudad niños que después de sufrir carencias, rechazo, maltrato, indiferencia y/o violencia, se ven en la necesidad de abandonar sus hogares. Habitan en casas abandonadas, estaciones de autobuses, terrenos baldíos, basureros y alcantarillas. Al buscar una alternativa en la calle, aprenden a vivir con carencias, a sortear toda clase de peligros y a desarrollar habilidades de supervivencia. Generalmente consumen inhalantes tóxicos y se sumergen en un proceso de degradación física y emocional del cual es difícil salir.

El último censo de niños de la calle, elaborado en 1995 por UNICEF, DIF y el Departamento del Distrito Federal reportó la existencia de aproximadamente 2,400 niños y se estimó un aumento anual del 6.6%.¹

Actualmente hay cerca de 25 instituciones que atienden directamente a estos niños en la Ciudad de México, mismas que no alcanzan a cubrir la totalidad del problema. Dentro de éstas existen diversas opciones que basan su intervención en el ofrecimiento de un lugar para vivir. Sin embargo, un número significativo de chavos² entran y salen de las instituciones continuamente, sólo haciendo uso de los servicios sin llegar a hacer un verdadero cambio de vida.

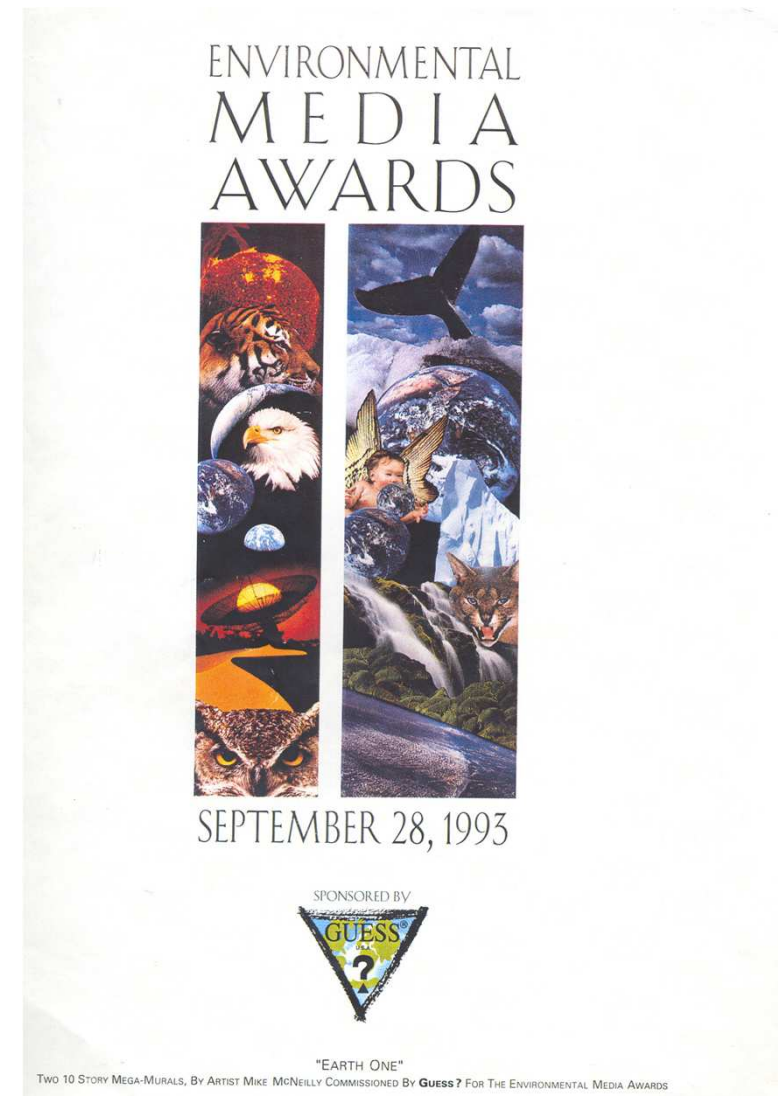
FUNDACION PRO NIÑOS DE LA CALLE, I.A

Zaragoza 277 Col. Guerrero, C.P. 06300 México, D.F.
Tel. 5782 0619 / 5597 9299 / 5583 8615
e-mail: proninos@data.net.mx

¹ "El Censo de los Niños en Situación de Calle en la Ciudad de México" UNICEF, Departamento del Distrito Federal, Sistema de Desarrollo Integral de la Familia (DIF)

² Entendemos como chavos a los niños y adolescentes hasta los 18 años de edad.

En primera instancia debemos identificar las necesidades sociales más próximas y congruentes con las actividades de la empresa.



El éxito de una acción comunicativa filantrópica radica en la sinceridad que alcanza entre los destinatarios.



[EN PRIMERA PERSONA]

La amenaza del sida

BILL GATES

NUEVA DELHI.— India está en camino de convertirse en una superpotencia económica global. Su economía ha superado significativamente al resto de Asia en los últimos años; se vaticina que sus sectores de tecnología de la información y farmacéutico, competitivos a nivel internacional, crecerán dramáticamente esta década, y el poder de compra del país es ahora el cuarto del mundo después de Estados Unidos, China y Japón.

Pero gran parte de este progreso está amenazado por el sida. India tiene ya al menos 4 millones de infectados con VIH, y el Consejo Nacional de Inteligencia de EU pronostica que la cifra podría dispararse a entre 20 y 25 millones para el 2010.

Aún hay tiempo, sin embargo, para evitar una epidemia extendida de sida en India, pues las tasas de infección de VIH son bajas, de menos de 1% entre la población adulta. Después de fracasar en la tarea de evitar una enorme tragedia en el continente africano, la comunidad internacional tiene la oportunidad de apoyar los esfuerzos de India para contener una crisis antes de que sea tarde.

Además del imperativo humanitario, existen otras razones para que Occidente se preocupe por el futuro de India. Se trata de la democracia más grande del mundo y un aliado crucial en una región inestable. Con una de las fuerzas de trabajo científicas y técnicas más grandes del mundo, es también un socio en los negocios cada vez más importante para muchos países.

Los dirigentes del país están conscientes del riesgo que el sida representa, y están empezando a hablar del tema en público, rompiendo añejos tabúes en cuanto a hablar de sexo, consumo de drogas y ahora esta enfermedad. Los esfuerzos de prevención realizados están empezando a dejar resultados tangibles.

Con los años, he desarrollado lazos profesionales y personales estrechos con India. Su industria del software —de gran crecimiento— ha hecho del país un socio crucial de muchas empresas estadounidenses, entre ellas Microsoft.

La Fundación Bill y Melinda Gates está en India esta semana para establecer un compromiso a largo plazo con sus socios indios acerca de una nueva e importante iniciativa de prevención dirigida a las llamadas poblaciones móviles, que incluyen chefes de camioneros, soldados y trabajadores migrantes. La iniciativa se centrará en estrategias de prevención probadas, como asesoría voluntaria y distribución de condones, además del tratamiento de enfermedades de transmisión sexual y programas de educación para reducir temores y el estigma que se relacionan con el sida. India no puede enfrentarse sola al desafío del sida. Países ricos, corporaciones e instituciones filantrópicas deben contribuir a los esfuerzos para contener la crisis de sida en el país antes de que se propague. Deben destinarse más recursos y conocimientos a los programas de prevención, a capacitación de empleados de salud y a nuevas investigaciones.

Sabemos cómo prevenir la propagación del VIH y el sida. La disyuntiva es clara y sombría: India puede ser el escenario de la epidemia más grande y devastadora, o con el apoyo del resto del mundo, puede convertirse en el mejor ejemplo de cómo este virus puede ser derrotado.

Bill Gates es presidente del consejo de Microsoft Corp. y cofundador de la Fundación Bill y Melinda Gates.

© The New York Times



■ ALTRUISMO Bill Gates con Anjali Gopalan, directora de una fundación que atiende a pacientes con el VIH en Nueva Delhi.

La educación es una de las causas recurrentes en materia de filantropía empresarial.

Proyecto Internet

Filantropía

NUMERO 1
\$20.00

ENERO-MARZO
1996

Universidad
y Filantropía

Propuesta
para
un Nuevo
Marco Legal

Charla
con
Germán
Dehesa

Un Ejemplo
de
Compromiso
Comunitario



Dr. Octavio Islas



Proyecto Internet

FUNDACION TELMEX

OFRECE 1000 BECAS A ESTUDIANTES DE PRIMER INGRESO A NIVEL UNIVERSITARIO

Fundación TELMEX ofrecerá 1,000 becas en todo el territorio nacional a estudiantes que destaquen por la dedicación y empeño en sus estudios, así como en actividades culturales, deportivas y de apoyo a la comunidad, y deseen continuar sus estudios universitarios. Serán considerados estudiantes que actualmente cursen o hayan concluido el último año de preparatoria, vocacional o bachillerato e ingresen al nivel superior en el próximo ciclo escolar.

A los becarios se les entregará una computadora personal con acceso a la Red Mundial de Computadoras Internet, a fin de integrarlos a los sistemas de vanguardia en telecomunicaciones y a la red de información y comunicación más grande del mundo.

Las becas consistirán en un salario mínimo mensual durante 12 meses, y podrán ser refrendadas anualmente hasta concluir la carrera mientras los estudiantes mantengan un desempeño académico de excelencia.

A los becarios se les otorgará un diploma de reconocimiento y credencial que los acredite como Becarios TELMEX y se les proporcionarán libros, materiales y asistencia a cursos y seminarios como parte de su formación extracadémica.

Requisitos

- Calificación promedio superior a 9, que deberá ser mantenido sin materias reprobadas para conservar la beca.
- Haber destacado en alguna actividad extraescolar (deportes, actividades sociales, actividades culturales, publicaciones y apoyo a la comunidad, etcétera)
- Cada 12 meses se realizará una evaluación del rendimiento académico de los estudiantes para refrendar la beca.

Este apoyo no implica ningún compromiso de los becarios para con la Fundación salvo mantener un nivel académico de excelencia.

PARA MAYOR INFORMACIÓN:

Directores, maestros y alumnos interesados favor comunicarse
a partir del lunes 10 de junio de 1996
al número 91 800 91600

(Lada 800 sin costo) en días y horas hábiles desde cualquier parte de la República.

Fecha límite para recepción de solicitudes: 28 de junio de 1996



Dr. Octavio Islas

La institucionalización de la filantropía comprende la creación de fundaciones corporativas, las cuales, amortiguan críticas y cuestionamientos: Fundación Cultural Televisa.

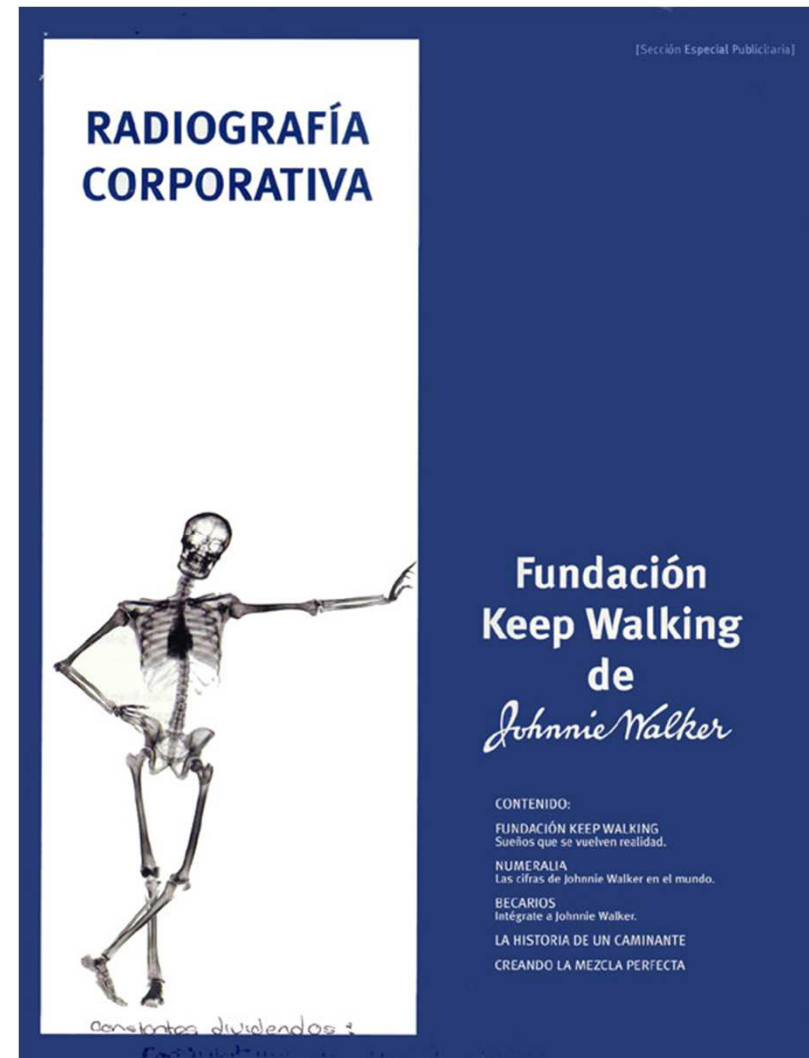


**HONESTAMENTE
TE NECESITAMOS.**
regístrate en: www.cc.org.mx

**NO TE CALLES.
ALZA LA VOZ.**



Las fundaciones son
instancias idóneas
para realizar la
transmisión del legado
cultural institucional.



Postal de la Fundación



RADIOGRAFÍA CORPORATIVA

Fundación Keep Walking Sueños que se vuelven realidad

¿Tienes alguna idea para contribuir al desarrollo de tu comunidad?
¿Necesitas apoyo para echar a andar un proyecto innovador?
La Fundación Keep Walking te está buscando.

Fomentar los valores de progreso, el espíritu de innovación y las ideas vanguardistas. Esta es la misión de la Fundación Keep Walking, una iniciativa mundial de Johnnie Walker.

La Fundación tiene sus raíces en la filosofía de responsabilidad social empresarial de Johnnie Walker. Como parte del grupo Diageo, la marca tiene el compromiso de destinar el 1% de sus ganancias anuales a proyectos que contribuyan al progreso de la comunidad.

El objetivo principal de la Fundación es brindar recursos económicos y asesoría a todos aquellos individuos que se encuentren al inicio del viaje para alcanzar sus sueños de progreso personal y comunitario. Busca apoyar a gente ordinaria dispuesta a hacer esfuerzos extraordinarios, con deseos de triunfar y convertir sus sueños en realidad.



En México, la Fundación Keep Walking organiza cada año un concurso en el que premia a los mejores proyectos de sueños sin fines de lucro y sueños con fines de lucro. Los miembros del jurado que evalúan los proyectos son personalidades con espíritu progresista y pensamiento de vanguardia, cuyas trayectorias son motivo de inspiración. El fondo total para apoyar los proyectos seleccionados es de \$ 600,000 m.n.

Este año, la Fundación Keep Walking organizó el Seminario de Líderes Emprendedores: de los Sueños a la Realidad, para apoyar a los participantes en el concurso. Puedes encontrar información sobre el seminario y las bases del concurso en:

www.johnniewalker.com.mx

"Nada extraordinario en el mundo se ha logrado sin pasión"

George W.F. Hegel

[Sección Especial Publicitaria]

JOHNNIE WALKER: LA HISTORIA DE UN CAMINANTE.

En 1820 John Walker trabajaba como encargado de la sección de whiskies de malta en una tienda de abarrotes en Kilmarnock, Escocia. John se dio cuenta de que el sabor de los whiskies variaba en cada botella, así que empezó a experimentar para crear uno más consistente, haciendo mezclas exclusivas para clientes distinguidos. Su reputación y la de su whisky crecieron, sentando las bases para la marca que seguramente conoces.



El hijo de John, Alexander Walker, heredó de su padre la pasión por la mezcla de whiskies. En 1867 creó la mezcla Old Highland, que llegaría a ser lo que hoy conocemos como Johnnie Walker Etiqueta Negra. Alexander fue el creador de la botella cuadrada y la etiqueta inclinada, diseños muy innovadores para su época. A su vez, transmitió la afición de la familia a sus hijos George y Alexander II. Los hermanos Walker se complementaron y formaron el equipo perfecto: Alexander II se convirtió en un maestro de las mezclas, mientras que George se encargó de viajar alrededor del mundo estableciendo una red de distribución de whisky.

George ideó la imagen del caminante, la cual ha permanecido por casi 200 años como símbolo de la experiencia, calidad y el buen gusto de la marca. Caminando hacia la derecha en señal de progreso, fue uno de los primeros iconos en ser reconocidos mundialmente. En 1867 Johnnie Walker se convirtió en marca registrada, cuando Alexander se decidió a "hacer de nuestro whisky un producto de tal calidad que nada en el mercado se interponga en su camino." Hoy en día, Johnnie Walker es la marca de whisky más vendida en el mundo. (1)

"La recompensa de algo bien hecho es haberlo hecho"

Ralph Waldo Emerson

CREANDO LA MEZCLA PERFECTA



INGREDIENTES:

- Agua
- Trigo
- Cebada
- Levadura
- Turba (formada por la descomposición gradual del brezo)

PROCESO:

1. Se remoja el grano y se mantiene tibio hasta que germine para que produzca las sustancias y azúcares, que son base para elaborar el alcohol
2. El aroma se logra exponiendo el grano maltado al humo de una fogata con turba
3. Se agrega la esencial agua escocesa
4. Se incorpora un poco de levadura
5. Se fermenta durante 48 horas
6. Se destila dos veces en alambiques de cobre
7. Se deja reposar en barricas de roble blanco para que madure y se suavice
8. Se deja añejar por un mínimo de 3 años

La INDIVIDUALIDAD depende de:

- La ubicación de cada destilería
- Las características de los ingredientes naturales
- El método de destilación
- Las tradiciones artesanales

Proyecto Internet



WWW.EXP.COM.MX/ENLINEA
e-tools de EXP
(herramientas didácticas)

¿Para qué sirven las relaciones públicas?
En entrevista digital,
Jorge Ibarra,
gerente de marca
de Johnnie Walker,
explica cómo potenciar
el poder de las RP.
Descarga el video a
tu computadora y
proyéctalo en clase
(incluye material teórico
sobre el tema).

Un sueño hecho realidad.

A la fecha, la Fundación ha apoyado a 13 jóvenes emprendedores con ideas innovadoras. Un ejemplo es EnSEñAme, una iniciativa de Eileen Arzani O'Grady para lograr mejores condiciones de vida y oportunidades para las más de 360,000 personas con discapacidad auditiva en México, al promover su integración y participación activa en la sociedad.

Uno de los objetivos más importantes de EnSEñAme es que los niños con discapacidad auditiva puedan integrarse a la comunidad, instruyéndolos en la lengua de señas.

Eileen produjo un video infantil en lengua de señas mexicanas, que permitió a los niños -y a sus padres- familiarizarse con este lenguaje e integrarlo a su vida diaria. El video fue todo un éxito,

por lo que Eileen decidió emprender una segunda producción. El único problema era la falta de financiamiento.

Un día, Eileen vio una postal de la Fundación Keep Walking, y con ella la posibilidad de hacer realidad su sueño. Su iniciativa resultó una de las ganadoras de la categoría de Sueños sin fines de lucro en la edición 2001. Gracias a la Fundación Keep Walking obtuvo el financiamiento que necesitaba para continuar con su labor de producción de videos. Ella espera que, con el tiempo, se transforme en una importante colección didáctica que contribuya al desarrollo de su comunidad.

El siguiente sueño hecho realidad puede ser el tuyo.

Visita:

www.johnniewalker.com.mx

"La historia de la humanidad es su carácter"

Johann Wolfgang Von Goethe

[Sección Especial Publicitaria]



NUMERALIA

Las cifras de Johnnie Walker en el mundo.

- Es considerado el whisky escocés **#1** a nivel mundial
- Vende aproximadamente **120 millones** de botellas al año, en más de **200** países
- Fue una de las primeras marcas globales vendida en más de **120** países en 1920
- Está conformada por **27** destilerías, más que cualquier otra marca de whiskies
- La industria de Whisky Escocés emplea a **11,200** personas en comunidades rurales de Escocia



BECARIOS

En México, Johnnie Walker cuenta con un plan de becarios que busca impulsar el desarrollo profesional de los jóvenes. Este programa solicita estudiantes de las carreras de Mercadotecnia, Administración de Empresas, Economía, Contaduría Pública, Relaciones Industriales, Relaciones Comerciales, Psicología Industrial, Finanzas e Ingeniería Industrial. Si estás interesado, envía tu currículum a: reclutamiento76@terra.com.mx

Dr. Octavio Islas

La importancia del
efecto “multiplicador”.



SOS



18 MILLONES DE MEXICANOS GANAN MENOS DE **\$20.00 PESOS POR FAMILIA AL DÍA**

En Grupo Editorial Expansión creemos que todos tenemos la responsabilidad de contribuir para cambiar la situación de los mexicanos que viven sin lo más elemental. Súmate y participa apoyando a alguna de estas organizaciones que trabajan confiable y transparentemente para lograr una mejora en millones de mexicanos.

Invierte en el autodesarrollo de familias y comunidades completas, con base en su propio trabajo.



www.educa.org.mx
3095 5607



www.proempleo.org.mx
5511 0592



www.fondopaz.org
5570 2791



www.semillas.org.mx
5553 2900

El mercadeo con la causa es una efectiva publicidad: American Express dona x porcentaje de dólar de las compras realizadas con American Express para limpiar la Estatua de la Libertad.



La rentabilidad de la comunicación filantrópica se establece en el ámbito del prestigio, no necesariamente se refleja en las ventas.

Cada día
9 mujeres mueren
por cáncer de mama

Participa en la Cruzada Avon Contra
el Cáncer en la Mujer

Un beso
por la vida
AVON

Ayúdanos a ponerle fin a esta enfermedad.

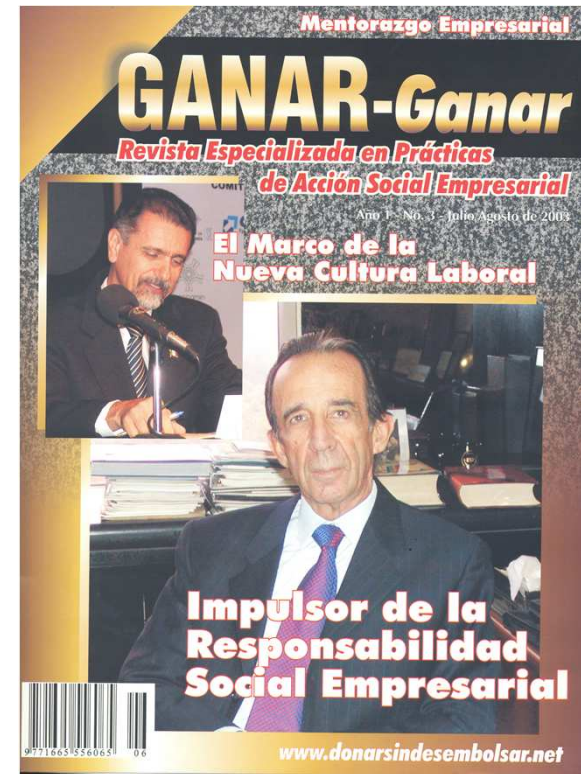
Toda mujer corre el riesgo. Debemos tomar todas las medidas de prevención.
Realízate periódicamente el autoexamen mamario y acude a tu médico.
Debemos asegurarnos de que cada mujer tenga la oportunidad de vivir.

Dirígete a tu Representante Avon, llama al 01-800-00-974-00
o visítanos en www.avon.com.mx

* Fuente: Secretaría de Salud

Comunicación Filantrópica

Las empresas socialmente responsables se convierten en tema y asunto de la *media literacy*.



En México no tenemos
agencias de publicidad
cuyo trabajo en
materia de
comunicación
filantrópica
efectivamente
destaque.

*Gracias a gente como tú,
estamos convirtiendo
una esperanza en realidad.*



*Evento de entrega simbólica del monto
acumulado en el primer año de donativos.*

De izquierda a derecha:
Lic. Maritela S. de Lerdo Tejada, Presidenta del patronato del Instituto Nacional de Pediatría (I.N.P.); Don
Pablo Escandón Cusi, Presidente y Director General de NADRO; Miguel Ángel Rodríguez Weber, Director
General del I.N.P.; Dr. Julio Frenk Mora, Secretario de Salud; Srita. Patricia López Suárez, quien repre-
sentó a los colaboradores de NADRO; así como el Lic. Benjamín Estrada Arroyo, Director de Relaciones
Industriales; el Sr. Carlitino Florentino Martínez, representante de los colaboradores de NADRO; y Don
Eustaquio Escandón Cusi, Director General Ejecutivo Adjunto.

Tu generosidad es importante, estamos dejando huella.

60° aniversario
NADRO

***“En NADRO la gente
hace la diferencia...”***



Dr. Octavio Islas

Proyecto Internet



MULTI ELEMENTS MÉXICO S.A. DE C.V.

AÑO 1: PROYECTO FUEGO

Para la celebración del primer año de la empresa se lanzará el proyecto de apoyo a la Fundación de Protección y Asistencia para Ancianas Desvalidas bajo el nombre **Proyecto Fuego**.

La Fundación de Protección y Asistencia para Ancianas Desvalidas se encuentra en Cerrada Nogal # 37 esquina con Roble en Cuautitlán de Romero Rubio. Bajo la dirección de la Hermana Eleasar, esta institución se ocupa de atender a 30 ancianas de familias de escasos recursos con un personal de cinco asistentes y un médico.

Los recursos que obtiene esta institución proceden, principalmente, de instituciones de apoyo social y beneficencia; también se cobra una modesta cuota a los familiares de algunas de las ancianas que todavía cuentan con ese apoyo. Sin embargo, esto no es suficiente para la manutención de la institución y el adecuado cuidado que estas personas necesitan. Es por ello que nace Proyecto Fuego.

A Proyecto Fuego lo conforma una Comisión de 10 personas: 8 son personal de la empresa en diferentes niveles y 2 pertenecen a la Fundación de Protección y Asistencia para Ancianas Desvalidas. La Comisión será la encargada de la autorización de las actividades a desarrollar dentro del proyecto y que serán planeadas por un equipo de trabajo de 15 personas que conformarán el Departamento de Comunicación Filantrópica.

1er. Retorno de Zoquipan No. 5 Jardines del Alba, Cuautitlán Izcalli, Edo. de Méx. C.P. 54750
Tels: 5873-0626, 5873-4837 y Fax: 5873-7859 multielements@yahoo.com



MULTI ELEMENTS MÉXICO S.A. DE C.V.

Mapa de públicos

Aliados	
Gente de escasos recursos	Personas de escasos recursos se verán beneficiados con el apoyo de la compañía a la institución
Ayuntamiento	Nuestro apoyo a la institución se verá traducido en apoyo al DIF del ayuntamiento que corresponde.
Asociaciones religiosas	Las instituciones religiosas llevan a cabo programas de apoyo a instituciones y es posible realizar programas en conjunto que minimicen costos o esfuerzos.
Familiares de las ancianas	Los familiares de las ancianas que se encuentren en la institución obtendrán de ésta y de nosotros beneficios tanto para las ancianas como para ellos.

Opositores	
Grupos de beneficencias	Al ser una empresa privada nos veremos en la posición de luchar contra aquellos grupos de beneficencia que estén apoyando proyectos o instituciones parecidas a la nuestra.
Grupos explotadores de ancianos	Para estos grupos no es conveniente que los ancianos tengan un apoyo por parte de empresas privadas pues se minimiza su posibilidad de explotación y maltrato.
Organizaciones competidoras	Este proyecto puede proporcionar a nuestra empresa cierto prestigio que se verá reflejado en una ventaja con la competencia.
Otros grupos necesitados	Al enfocarnos a una institución y una causa se excluye a otras que pueden requerir nuestra ayuda.

Indiferentes o desinformados	
Comunidad donde se localiza la institución	Nuestro apoyo es directamente a la institución por tanto no afectará ni beneficiará a la comunidad
Familias sin familiares ancianos	Se reflejará indiferencia al no tener esta situación en la familia
Nuestros clientes	Las actividades a realizar con la institución son independientes a la actividad propia de la compañía

1er. Retorno de Zoquipan No. 5 Jardines del Alba, Cuautitlán Izcalli, Edo. de Méx. C.P. 54750
Tels: 5873-0626, 5873-4837 y Fax: 5873-7859 multielements@yahoo.com

Dr. Octavio Islas

Proyecto Internet



MULTI ELEMENTS MÉXICO S.A. DE C.V.

Análisis FODA

FORTALEZAS		OPORTUNIDADES		DEBILIDADES		AMENAZAS	
Empresa	Proyecto	Empresa	Proyecto	Empresa	Proyecto	Empresa	Proyecto
<ul style="list-style-type: none"> Capacidad de compromiso Deseo de aportar algo a la comunidad - sociedad 	<ul style="list-style-type: none"> Fin sin afán de lucro Apoyo a un sector muy débil 	<ul style="list-style-type: none"> Darnos a conocer no sólo por nuestra actividad en las comunicaciones sino también por nuestra labor social 	<ul style="list-style-type: none"> Sector poco observado por las grandes corporaciones Crear conciencia en la comunidad que rodea a la institución 	<ul style="list-style-type: none"> Nuestra empresa está empezando y aún es poco conocida Al tiempo en la que la gente nos desconoce, puede empezar a rumorarse la explotación de quienes ayudamos 	<ul style="list-style-type: none"> Se trata de una institución dirigida por un miembro de la estructura de la Iglesia Católica Existen instituciones similares en otro tipo de religiones? 	<ul style="list-style-type: none"> Una mala ejecución de las actividades comerciales de la empresa puede amenazar la legitimidad de nuestros objetivos El personal de la empresa puede no creer en la causa 	<ul style="list-style-type: none"> Un mal uso de los fondos que se aporten al proyecto son amenaza directa a su legitimidad Contrapublicidad

1er. Retorno de Zoquiapan No. 5 Jardines del Alba, Cuautitlán Izcalli, Edo. de Méx. C.P. 54750
Tels: 5873-0626, 5873-4837 y Fax: 5873-7859 multielements@yahoo.com

Dr. Octavio Islas

Proyecto Internet



MULTI ELEMENTS MÉXICO S.A. DE C.V.

Presupuesto

Para la realización de sus actividades¹, el Departamento de Comunicación Filantrópica obtendrá un presupuesto de \$800,000 pesos distribuido de la siguiente forma:

Evento de lanzamiento	\$ 25,000.00
Impresión de Circulares	\$ 5,000.00
Impresión de Pósters	\$ 45,000.00
Actividades de Colecta	\$ 10,000.00
Actividades de Donación	\$ 18,000.00
Actividades de Convivio	\$ 60,000.00
Participación en Foros	\$ 10,000.00
Inserciones en Revistas	\$216,000.00
Inserciones en Periódicos	\$300,000.00
Reuniones Bimestrales	\$ 60,000.00
Periódico Mural	\$ 36,000.00

Al final de las actividades, el presupuesto que no se llegue a utilizar será transferido a la institución en un fideicomiso.

¹ La descripción de las actividades está disponible en el Programa de Acciones Estratégicas del Proyecto.

Dr. Octavio Islas



MULTI ELEMENTS MÉXICO S.A. DE C.V.

Programa de Acciones Estratégicas

Público	Imagen Punto de Partida	Objetivo General	Objetivo Específico (Radio de Acción)	Medios o Canales a emplear	Calendarización	Costo	Criterio de Evaluación de Efectividad	Oportunidad de Mejora
P P I ú a b n i t i a c o S i c n t e r t a n o r i a i	O indiferente	Informar sobre la importancia de las actividades filantrópicas para el desarrollo de la comunidad y de la empresa.	Infundir en la planta secretarial el sentimiento de solidaridad hacia la causa. Buscamos que nuestro radio de acción logre cubrir más allá del 50% de este público	<ul style="list-style-type: none"> * Presentación del proyecto filantrópico en el evento de aniversario de la empresa que involucra al personal y accionistas de la empresa, representantes del gobierno local, estatal y federal, medios de comunicación y asociaciones filantrópicas o de beneficencia pública. * Difusión de información para el personal acerca de la causa a través de circulares y posters * Actividades de colecta monetaria y donación de artículos * Actividades de convivio con la institución 	<ul style="list-style-type: none"> * Presentación del proyecto: en el evento de aniversario de la empresa * Difusión de información: las circulares saldrán cada inicio de semana durante el primer mes y posteriormente, cada inicio de mes. * Posters: Cada mes un poster diferente * Actividades de colecta monetaria y donaciones de artículos: permanentes durante un año. (Ver NOTA) * Actividades de convivio con la institución: mensual 	<ul style="list-style-type: none"> * Evento de Aniversario: Cuenta con un presupuesto de \$25,000 pesos * Circulares: entre 100 y 300 circulares hay un costo de \$0.15 c/u * Posters: costo de impresión de 150 posters en un rango de \$15-25 pesos c/u * Actividades de colecta monetaria: contarán con un presupuesto de \$10,000 para cubrir sus necesidades materiales (alcanías, urnas, etc.) * Actividades de donación de artículos: contarán con un presupuesto de \$18,000 pesos para sus necesidades (transportación, almacenaje, etc.) * Actividades de convivio con la institución: cada actividad contará con un presupuesto de \$5,000 pesos 	<ul style="list-style-type: none"> * Eventos de Convivencia: medición de la asistencia de los convocados * Difusión de información: la efectividad de circulares y posters se evaluará mediante una encuesta periódica para observar qué tanta información retiene el personal acerca del proyecto. * También se utilizarán los métodos de encuesta para determinar si la gente observa que las metas del proyecto se logran. * Se considerará que la colecta monetaria es efectiva si cada mes se logra un incremento de por lo menos 30% en el monto de recaudación. * Se considerará que las actividades de donación de artículos son efectivas si en cada mes se incrementa la donación en un 15%. 	

NOTA:

- * El evento de aniversario se realizará el viernes más próximo a la fecha de aniversario
- * Difusión de información: las circulares saldrán cada inicio de semana durante el primer mes y proveerán la información más relevante acerca de la causa. Posteriormente, cada inicio de mes saldrá a la circulación una carta en donde se informe al personal de la empresa los avances del proyecto y los resultados de las colectas y donaciones.
- * Los posters se colocarán tanto en la empresa como en la comunidad en la cual se localiza la institución a la cual se apoya y se planea que cada mes sea un poster diferente
- * Las actividades de colecta monetaria serán permanentes durante el año que dura el proyecto. Las donaciones de artículos se realizarán cada quincena en las instalaciones de la empresa y también se organizarán colectas en la comunidad donde se localiza la institución cada mes.

1er. Retorno de Zoquipan No. 5 Jardines del Alba, Cuautitlán Izcalli, Edo. de Méx. C.P. 54750
Tels: 5873-0626, 5873-4837 y Fax: 5873-7859 multielements@yahoo.com

Dr. Octavio Islas

Proyecto Internet



MULTI ELEMENTS MÉXICO S.A. DE C.V.

Público	Imagen Punto de Partida	Objetivo General	Objetivo Específico (Radio de Acción)	Medios o Canales a emplear	Calendarización	Costo	Criterio de Evaluación de Efectividad	Oportunidad de Mejora
A d P s e ú o b c B l i e c a n c o i f o i E n c x e e t e n e r f i a n o s a P n ú t b l ó i p c i a c a s o	X negativo	Informar sobre los compromisos que adquiere la empresa hacia la sociedad, el medio ambiente y el desarrollo del país.	ETAPA 1: Lograr que en los primeros seis meses del proyecto, al menos un 30% de las asociaciones reconozcan la legitimidad de los compromisos con los que la empresa labora y promueve la causa. ETAPA 2: Lograr que en el segundo semestre del proyecto por lo menos dos asociaciones se comprometan a continuar con el proyecto una vez que éste cumpla un año bajo el apoyo de la empresa.	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación del proyecto filantrópico en el evento de aniversario de la empresa que involucra al personal y accionistas de la empresa, representantes del gobierno local, estatal y federal, medios de comunicación y asociaciones filantrópicas o de beneficencia pública. • Participación en foros y eventos de filantropía. • Búsqueda de contactos entre las asociaciones que componen a este público. • Publicidad en Revistas especializadas: de preferencia revistas de filantropía, mercadotecnia, comunicación y negocios; publicando un artículo en el que se de a conocer la causa y su desarrollo. • Publicidad en Periódicos: Inserción de artículos acerca del proyecto y de sus avances en 2 periódicos de extenso tiraje a nivel nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> • Presentación del proyecto: en el evento de aniversario de la empresa. • Participación en foros: dependiendo de la fecha en la que éstos se lleven a cabo. • Búsqueda de contactos entre las asociaciones: constante. La comunicación con este sector debe ser permanente. • Revistas especializadas: se publicará un artículo cada mes en una revista cada vez de forma que se logren cubrir doce revistas especializadas. • Periódicos: inserción mensual. 	<ul style="list-style-type: none"> • Evento de Aniversario: cuenta con un presupuesto de \$25,000. • Para la participación en foros se contará con un presupuesto total de \$10,000. • Publicidad en Revistas Especializadas: cuenta con un presupuesto de hasta \$18,000 pesos mensuales. • Inserciones en Periódicos: cuenta con un presupuesto de hasta \$25,000 pesos mensuales. 	ETAPA 1: Se considerará que la primera etapa ha sido exitosa si al término del primer semestre se comprueba mediante encuestas y entrevistas que se ha logrado la meta de cambio de percepción en las asociaciones. ETAPA 2: se considerará que la segunda etapa ha sido exitosa si, después de que la empresa haya manejado el proyecto durante un año, se logra transferirle a alguna asociación de forma de que el la institución no quede desprotegida.	

1er. Retorno de Zoquipan No. 5 Jardines del Alba, Cuautitlán Izcalli, Edo. de Méx. C.P. 54750
Tels: 5873-0626, 5873-4837 y Fax: 5873-7859 multielements@yahoo.com

Dr. Octavio Islas

Proyecto Internet



MULTI ELEMENTS MÉXICO S.A. DE C.V.

Público	Imagen Punto de Partida	Objetivo General	Objetivo Específico (Radio de Acción)	Medios o Canales a emplear	Calendarización	Costo	Criterio de Evaluación de Efectividad	Oportunidad de Mejora
G P o ú b b i l e i r c n o o E L x t o c e r r a l o	3 positivo	Reforzar la imagen de la empresa ante el gobierno local a través de proyectos que beneficien el desarrollo social de la comunidad.	A través de esta causa pretendemos que el gobierno local y sus instituciones de asis-tencia no sólo se encuentren enteradas de nuestras actividades sino que también se integren a por lo menos un 30% de las actividades de administración y desarrollo de los proyectos que patrocinamos.	• Reuniones con la Directiva del DIF local y con las autoridades del Ayuntamiento • Constante convocatoria a las autoridades para que participen en los eventos del proyecto	• Reuniones: bimestrales de forma de que se logren seis reuniones durante el proyecto. • Convocatoria a los eventos: actividades de colecta monetaria y actividades de donación de artículos. (Ver NOTA)	• Reuniones bimestrales: contarán con un presupuesto total de \$10,000 para efectos de material gráfico, presentaciones, papelería y café. * El costo de la participación del DIF y los representantes del gobierno local será absorbido por los presupuestos de las actividades de colecta monetaria y las actividades de donación de artículos.	Se considerará que las reuniones con el DIF local y las autoridades del ayuntamiento han sido efectivas si se logra la participación de estos sectores en las actividades de colecta y donación que se realicen dentro del proyecto y si se logra que se integren a un 30% de las actividades de administración y desarrollo del mismo.	

NOTA:

- * Las actividades de colecta monetaria serán permanentes durante el año que dura el proyecto. Las donaciones de artículos se realizarán cada quincena en las instalaciones de la empresa y también se organizarán colectas en la comunidad donde se localiza la institución cada mes.
- * Las actividades de colecta monetaria cuentan con un presupuesto de \$10,000 para cubrir sus necesidades materiales (alcancías, urnas, etc.)
- * Las actividades de donación de artículos cuentan con un presupuesto de \$18,000 pesos para sus necesidades (transportación, almacenaje, etc.)

1er. Retorno de Zoquipan No. 5 Jardines del Alba, Cuautitlán Izcalli, Edo. de Méx. C.P. 54750
Tels: 5873-0626, 5873-4837 y Fax: 5873-7859 multielements@yahoo.com

Dr. Octavio Islas

Proyecto Internet



MULTI ELEMENTS MÉXICO S.A. DE C.V.

Público	Imagen Punto de Partida	Objetivo General	Objetivo Específico (Radio de Acción)	Medios o Canales a emplear	Calendarización	Costo	Criterio de Evaluación de Efectividad	Oportunidad de Mejora
C I P o a ú m e l n m i d r o a e M d a i L o x c a t a l o q u e l a b o r a e n	O indiferente	Informar a la comunidad local que labora en la empresa la preocupación que por los sectores vulnerables la empresa comparte con ellos.	Lograr que el 100 % de nuestro personal residente en la localidad donde se encuentra la institución esté enterado de la causa.	<ul style="list-style-type: none"> • Difusión de información para el personal acerca de la causa a través de circulares y posters • Periódico mural: se colocará un pizarrón en la entrada de la empresa y otro en el frente de la institución en la que los empleados y residentes de la localidad podrán ver los diferentes eventos que se llevarán a cabo en pro de la causa. Tendrá un calendario de actividades mensuales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Difusión de información: las circulares saldrán cada inicio de semana durante el primer mes y posteriormente, cada inicio de mes. (Ver NOTA) Posters: Cada mes un poster diferente • Periódico mural: este será fijo y la información en él se modificará el primer día de cada mes o cada que sea necesario comunicar algo nuevo a la comunidad. 	<ul style="list-style-type: none"> • Circulares: en rango de 100 a 300 circulares hay un costo de \$0.15 por circular • Posters: costo de impresión de 150 en un rango de \$15-25 pesos por póster • Periódico Mural: cada uno contará con un presupuesto de \$1,500 pesos mensuales para cubrir sus necesidades (diseño, material, etc.) 	<ul style="list-style-type: none"> • Difusión de información: la efectividad de circulares y posters se evaluará mediante una encuesta periódica para observar qué tanta información recibe el personal acerca del proyecto. • También se utilizarán los métodos de encuesta para determinar si la gente observa que las metas del proyecto se logran. • Periódico mural: retroalimentación a base de sugerencias y participación del público en el periódico. 	

NOTA: * Difusión de información: las circulares saldrán cada inicio de semana durante el primer mes y proveerán la información más relevante acerca de la causa. Posteriormente, cada inicio de mes saldrá a la circulación una carta en donde se informe al personal de la empresa los avances del proyecto y los resultados de las colectas y donaciones.

1er. Retorno de Zoquipán No. 5 Jardines del Alba, Cuautitlán Izcalli, Edo. de Méx. C.P. 54750
Tels: 5873-0626, 5873-4837 y Fax: 5873-7859 multielements@yahoo.com

Dr. Octavio Islas