

BREVES VERDES

Por Leonardo Aramis Flores Carranza

EN 2009 LA CANTIDAD DE PET ACOPIADA POR LA ASOCIACIÓN CIVIL ECOCE FUE DE 108 MIL 879 TONELADAS

FedEx[®] Express

SUPERA SUS METAS

La empresa de logística **FedEx** sigue dando pasos para cumplir sus compromisos ambientales y logró una reducción de 8.33% en las emisiones de aviación, respecto a 2005, lo cual representa un avance hacia la meta de reducir en 20% la intensidad de esas emisiones antes de 2020. Asimismo, obtuvo una mejora de 14.1%, desde 2005, en la eficiencia energética de los vehículos (el objetivo es incrementar en 20% la eficiencia de la flota terrestre antes de 2020). Por otro lado, sobrepasó la meta que se fijó en el ejercicio fiscal 2008 de adquirir 25 mil MWh en créditos de energía renovable, mientras sigue con la instalación de sistemas helioeléctricos con una capacidad corriente de de 3,92 MW.

EMISIONES A LA BAJA

Xerox Corporation tiene un programa integral en materia de protección del clima, en el cual se fijó como objetivo reducir 10% de las emisiones de carbono en las operaciones de la empresa, desde 2002 hasta 2012, porcentaje que incrementó a 25% dentro del mismo periodo, dado el éxito en el alcance de esa cifra durante los primeros seis años.



Continúa en siguiente hoja



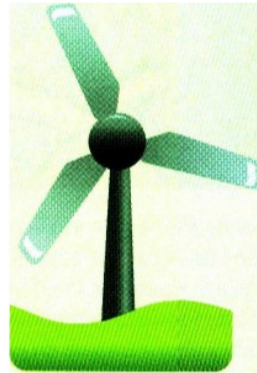


PREMIO AL BUEN MANEJO

Por segundo año consecutivo, **Nokia** fue reconocida con el premio Green Comm Award en la categoría "Empresas que aplican programas de manejo y aprovechamiento de residuos tecnológicos. Con este galardón son distinguidas las empresas de telecomunicaciones y tecnologías de la información que aplican programas en beneficio del medio ambiente en México.

ENERGÍA A LA ITALIANA

El grupo italiano **Enel Latin America, B.V.** y **SoWiTec Energías Renovables de México**, filial de la alemana SoWiTec International GmbH, desarrollarán una serie de proyectos de energía eólica en México con capacidad total de hasta 1,000 megavatios, en Sonora, Coahuila, Aguascalientes, Tamaulipas y Veracruz, con una capacidad preliminar por proyecto que oscila entre 100 y 200 MW.



EL TEMA DEL CAMBIO CLIMÁTICO FUE RECONOCIDO POR EL GOBIERNO DE MÉXICO EN EL PLAN NACIONAL DE DESARROLLO 2007-2011

EMPRESAS SE PINTAN DE VERDE

El Tecnológico de Monterrey campus Ciudad de México realizó la **Expo Negocios Verdes**, en la que se reunieron directivos de empresas, cuyo negocio coadyuva en el cuidado del medio ambiente y tiene como objetivo promover los mercados verdes, el desarrollo de tecnologías innovadoras que puedan detonar negocios y acelerar a las empresas ya existentes, así como motivar la creación de Pymes Verdes.



Fecha 09.07.2010	Sección Revista	Página 58-60
----------------------------	---------------------------	------------------------

SEGURO LO ENCUENTRA

Como "lo que funciona bien, nunca pasa de moda" la Sección Amarilla sigue siendo un referente que lleva los negocios a nuevos mercados, a través de publicidad en medios electrónicos e impresos, donde nueve de cada diez consultas se convierten en compras.

Según Benjamin Podoswa, director general de Sección Amarilla: "A pesar de la crisis de 2009, que derivó en que muchas empresas dejaran de anunciarse o algunas hasta de existir, en este 2010 han entendido la importancia de no dejar que su empresa guarde silencio, por lo que han iniciado nuevos modelos para anunciarse con nosotros; sin duda, algunos clientes han modificado el tamaño de su anuncio, pero siguen en este importante medio, porque saben de su efectividad".

Pero los planes de esta compañía no paran ahí y también para este año prevén grandes oportunidades y esperan crecer entre 5 y 10 por ciento, gracias al incremento de más anunciantes, en especial en su sitio de Internet. Para ello se implementarán campañas de publicidad y el nuevo slogan "Aquí lo encuentras", que enfatiza la importancia del uso del libro y qué se haría sin éste. ➤

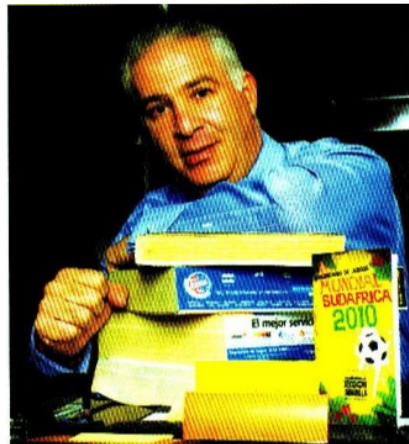


Foto: Enrique Berque

Benjamin Podoswa.

En 9 de cada 10 hogares y oficinas del país, Sección Amarilla tiene presencia.

La Sección Amarilla consta de 20 millones de copias al año en **135 variantes**.

En México hay 23.8 **millones de internautas** y más de 70 millones de usuarios de telefonía celular.

85% de los ingresos de Sección Amarilla provienen del **libro** y 15% de **Internet**.

Continúa en siguiente hoja

Página 3 de 4

Fecha 09.07.2010	Sección Revista	Página 58-60
----------------------------	---------------------------	------------------------

Es líder mundial en el consumo per cápita;
en 2009 éste fue de **22.4 kgs.**

El año pasado se produjeron casi **2.4 millones de toneladas.**

Es el quinto productor mundial.
Jalisco tiene **50%** de la producción nacional.

En el D.F. se comercializan entre **50 mil y 55 mil cajas** diarias.

EL HUEVO, BUENO PARA TODO

La Unión Nacional de Avicultores, el Instituto Nacional Avícola (INA) y el Gobierno de Jalisco, anunciaron el arranque de Saludablemente Rico, campaña publicitaria nacional, cuyo principal objetivo es impulsar el consumo de huevo en nuestro país. Covadonga Torre Marina, consejera del INA, dijo que el reto principal es contribuir a una mejor alimentación, en virtud de que el huevo, además de contener importantes nutrientes, como proteínas, ácido fólico y vitamina A, posee otros elementos como la colina, útil en la prevención del Alzheimer, así como la luteína y zeaxantina, que previenen las cataratas y la degeneración muscular. ➤