



hombre naturaleza

INFORME
ANUAL 2014





1. CARTA DEL PRESIDENTE

La Fundación Hombre Naturaleza se enorgullece en presentar los resultados correspondientes a la gestión del año 2014, período durante el cual maduramos significativamente como organización.

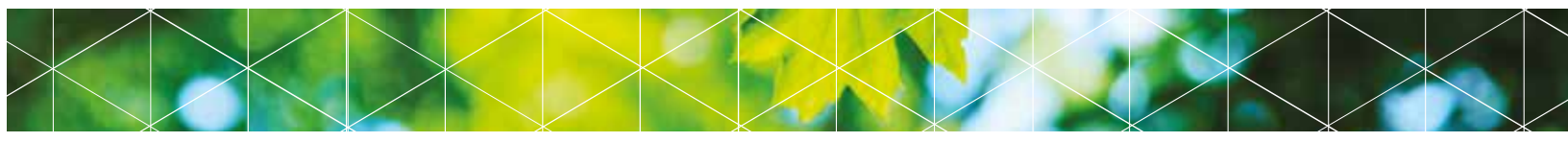
Nuestra meta, en el período analizado, fue buscar la sostenibilidad en todos los proyectos que iniciamos. Hoy mostramos con satisfacción los resultados, y es algo que hacemos conscientes de que seguiremos trabajando para que nuestros aportes tengan los impactos esperados; con un alcance especial en la sociedad de comprensión de los valores naturales, sociales y culturales.

No se trata sólo del espacio en el que se desarrolla la vida: agua, suelo, aire, seres vivos y las relaciones entre ellos; sino también los elementos tan inmateriales como la cultura.

Hemos avanzado. Nuestros programas se han elaborado sobre las necesidades reales de las comunidades y hemos procurado culminar cada proyecto exitosamente.

En el presente documento podrán constatar los resultados de una gestión consciente. Una labor apegada a nuestra misión, consecuente con la naturaleza.

Emmanuel Acha
PRESIDENTE DE LA FUNDACIÓN HOMBRE NATURALEZA. A.C.





CONSEJO DIRECTIVO

Sr. Manuel Arango Arias
Sr. Miguel Alemán Magnani
Sr. Emilio Azcárraga Jean
Arq. Javier Sordo Madaleno
Biól. Ramón Pérez Gil
Sr. Juan A. Pérez Simón
Sr. Juan Ignacio Casanueva

1.2 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA, ORGANIZACIONAL

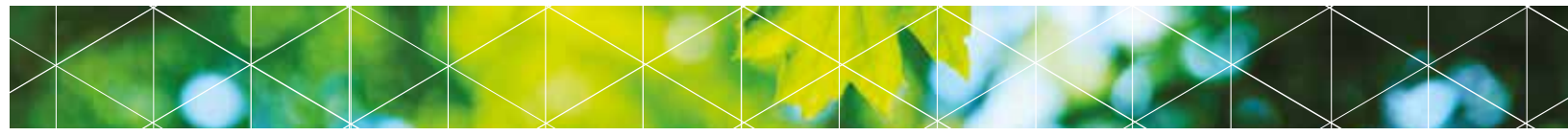
Emmanuel Acha Martínez
PRESIDENTE

Lic. Blanca Mercedes Alemán González
DIRECCIÓN GENERAL

Lic. Sandra Peregrina Galván
DIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN AMBIENTAL

Biol. Luis Alberto Chávez Campeán
DIRECCIÓN DE CONSERVACIÓN Y EDUCACIÓN AMBIENTAL

Lic. Juliana Gallardo Troyo
SUBDIRECCIÓN DE COMUNICACIÓN AMBIENTAL



ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Período 2013 – 2014,

la Fundación Hombre Naturaleza ejecutó varios proyectos de responsabilidad social gracias a las alianzas con otras instituciones gubernamentales y empresas privadas.

Accenture, Lexmark, Sonrisa® Natura®, Cadena Comercial OXXO y Sunbeam Mexicana. Comisión Nacional Forestal (CONAFOR), Municipio de Morelia, Michoacán, Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, Secretaría del Medio Ambiente del gobierno del Distrito Federal, Comisión Nacional Forestal (CONAFOR). Hospira, Secretaría de Medio Ambiente y Desarrollo Territorial, brigadistas, Reforestamos México, A.C., del Gobierno del Estado, Secretaría de Urbanismo y Medio Ambiente (SUMA) Michoacán, Fundación Grupo México, voluntarios y ejidatarios.



Secretaría de Medio Ambiente
y Desarrollo Territorial
GOBIERNO DEL ESTADO DE JALISCO



FUNDACIÓN
GONZALO RÍO ARRONTE, I.A.P.



accenture

Sunbeam

REFORESTAMOS
MÉXICO, A.C.

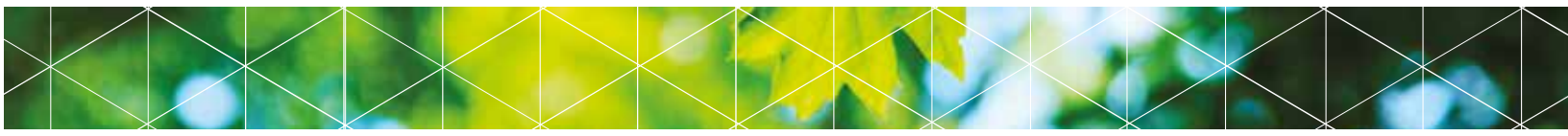


FUNDACIÓN HOMBRE NATURALEZA - EJES DE ACCIÓN

Acercar a la sociedad con su medio ambiente, promoviendo su participación en distintos programas que sensibilizan y educan sobre los problemas que aquejan a la naturaleza, proponiendo soluciones para la preservación del planeta.

Nuestra estrategia se traduce en tres ejes de acción:

- COMUNICACIÓN
- CONSERVACIÓN
- PUBLICACIONES



I. PROGRAMA DE CONSERVACIÓN

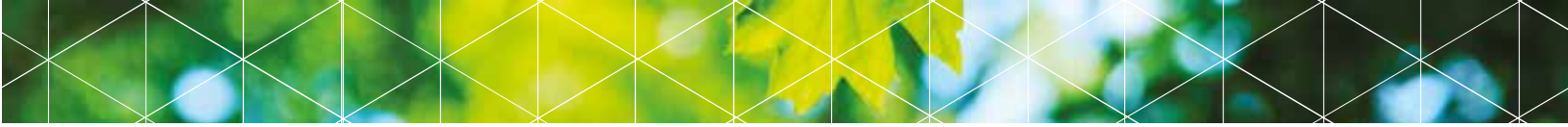
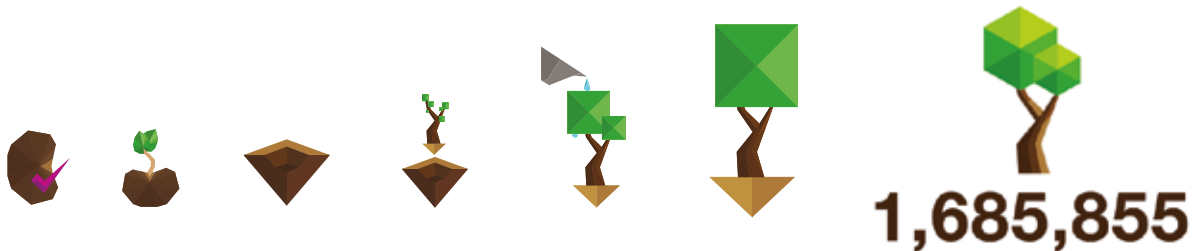
La supervivencia de todas las especies depende de la prevención y la conservación de los ecosistemas. Promovemos acciones, diseñamos, planificamos e innovamos para la conservación de los recursos naturales renovables, con énfasis en la restauración.

1.1 SIEMBRA VIDA

La restauración de áreas degradadas por medio de la siembra de árboles es una de las acciones que traen más beneficios a la población pues favorece la calidad de vida de las personas ya que los árboles reducen los niveles de contaminación del aire a través de la captura de partículas suspendidas y de gases de efecto invernadero, de la emisión de oxígeno a la atmósfera, contribuyen a infiltrar el agua al manto freático, a reducir la erosión del suelo, a modificar el clima local, aumentan la humedad a través de la evotranspiración, sirven como barreras contra el viento, reducen la contaminación auditiva y sirven como hábitat de diferentes especies de la vida silvestre.

La campaña de reforestación Siembra Vida, fue iniciada en el año de 2004 con la finalidad de la conservar y restaurar áreas rurales y urbanas principalmente dentro de nuestro país. Se realiza cada año durante la temporada de lluvias (ya que es en esa época donde los árboles se desarrollan), con la valiosa cooperación de organizaciones privadas, gubernamentales, de la sociedad civil y voluntarios.

A lo largo de estos diez años de Siembra Vida se han plantado 1'685,855 árboles en el Distrito Federal y en diferentes áreas de los estados de Chiapas, Estado de México, Jalisco, Morelos, Michoacán, Querétaro y Sonora. En este año, 2014, se llevaron a cabo 10 reforestaciones, en las cuales se plantó el total de 38,360 árboles nativos en la Sierra de Tepotzotlán y Valle de Bravo en el Estado de México, en San Nicolás Totolapan en el Distrito Federal y en diferentes comunidades rurales y urbanas del municipio de Morelia, Michoacán.





VOLUNTARIOS

Fomentamos una cultura del trabajo voluntario que compartimos la importancia de la excelencia de nuestros colaboradores en agentes de cambio, y promotores del medio ambiente .

El programa de Voluntarios HN se genera mediante alianzas con organizaciones de la sociedad civil, empresas privadas y de gobierno.

El programa de Voluntarios está organizado en dos ejes:

- Actividades corporativas: Son las iniciativas organizadas directamente por la Fundación Hombre Naturaleza.
- Actividades individuales o por áreas: Son todas las iniciativas individuales o de grupo.

Estamos orgullosos de "sembrar vida" con el apoyo de todos los que se han sumado a esta causa y por ello invitamos cada año a empresas, al gobierno de los estados, organizaciones de la sociedad civil, población, organizaciones campesinas y voluntarios se sumen a estas acciones de responsabilidad social y ambiental, para el bienestar local, regional y global.

Durante el 2014 incrementamos la participación del programa de voluntario de nuestros colaboradores, contando con el involucramiento de más 20,000 personas que dedican su tiempo y esfuerzo para sembrar vida.

- Menciones de colaboración: Voluntarios Telmex quienes desde hace 12 años han acompañado el proceso como guías de grupo de las reforestaciones, la Comisión Nacional Forestal (CONAFOR) y a la Fundación Grupo México por la donación de plantas; el Municipio de Morelia, Michoacán, a la Secretaría de Medio Ambiente, a la Coordinación General de Conservación Ecológica (Tepotzotlán) del Gobierno del Estado de México y a los ejidatarios de San Nicolás Totolapan, Distrito Federal. Y la participación de la población propietaria de los terrenos que se han sido restaurados.



1.3 AZOTEAS VERDES

El objetivo del proyecto de naturación de azoteas es promover, gestionar e instalar azoteas verdes extensivas en zonas urbanas para aprovechar el espacio subutilizado de las azoteas lo que conlleva grandes beneficios ambientales, económicos, sociales y culturales. Este proyecto implica un cambio de actitud, conciencia y un verdadero interés por la conservación del medio ambiente.

Continuamente hemos solicitado el apoyo económico de diversas empresas e instituciones gubernamentales para instalar más metros cuadrados de azoteas verdes. La colocación de una azotea mejora nuestro ambiente y elevar la calidad de vida de todas las personas.

Grandes extensiones de áreas verdes se pierden en las ciudades y eso significa la reducción en la calidad del aire, agua y suelo, ya que la vegetación absorbe los gases de efecto invernadero y funciona como filtro de las partículas suspendidas e impurezas en el aire y en el suelo. Uno de los medios por los cuales se puede mitigar este problema en las ciudades es mediante la colocación de azoteas verdes.

Las azoteas verdes son espacios de vegetación que otorgan beneficios ambientales y sociales a las personas alrededor de ella, al ser colocada una azotea verde se rescatan plantas propias de la región que captan los gases de efecto invernadero, emiten oxígeno a la atmósfera y propician el ciclo natural del agua. En cuanto a los beneficios sociales, mejora el entorno, funciona como aislamiento acústico y se convierte en un área recreativa; además propicia el desarrollo de cultura ambiental. Como beneficios económicos, se reduce el uso de aire acondicionado y aumenta el valor de la propiedad.

En resumen se puede decir que con la colocación de una azotea verde se obtienen los siguientes beneficios:

- Mejora en la climatización del edificio (contra el efecto isla de calor).
- Prolongar la vida útil del techo.
- Retraso en el mantenimiento de impermeabilización.
- Filtración de contaminantes y CO₂.
- Mejora en la calidad del aire.
- Filtrar contaminantes y metales pesados del agua de lluvia.
- Proteger la biodiversidad de zonas urbanas.
- Posibilidad de captar agua pluvial.
- Reducción del uso de aire acondicionado por el aislamiento térmico.
- Aislamiento acústico.
- Área de recreo y esparcimiento.

AZOTEA VERDE EN EL MUSEO DE HISTORIA NATURAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO

Con la naturación de azoteas se promueve el aprovechamiento de espacios subutilizados en las zonas urbanas, la promoción, gestión e instalación de azoteas verdes conlleva grandes beneficios ambientales, económicos, sociales y culturales. Además de generar un cambio de actitud, conciencia y un verdadero interés por la restauración y conservación del medio ambiente.

Gracias al apoyo y donativo que recibimos por parte del Instituto del Deporte del Distrito Federal, al ser seleccionados con una "Fundación con causa" del Maratón Ciudad de México 2014, hemos canalizado íntegramente el donativo, para la instalación de una azotea verde de 80 m² en las instalaciones del Museo de Historia Natural ubicado en la 2^o sección del Bosque de Chapultepec. Este espacio además de todos los beneficios ya enumerados, será un área para desarrollar actividades de educación ambiental para los visitantes del Museo.

Este proyecto se realizó en coordinación con la Secretaría de Medio Ambiente, el Instituto del Deporte del Gobierno del Distrito Federal y con la Universidad Autónoma de Chapingo.



II. PROGRAMA DE PUBLICACIONES

Contribuimos a la difusión y al intercambio de conocimientos con información de interés para los gobiernos, las instituciones nacionales, la sociedad civil, el público en general y los medios de comunicación.

El propósito del programa de publicaciones es sensibilizar sobre las cuestiones relacionadas con el medio ambiente fomentando la formación de criterios.

Los temas:

- Reforestación.
- Servicios ambientales.
- Especies mexicanas en peligro de extinción.
- Monitoreo ambiental.



2.1 SANEAMIENTO Y REGENERACIÓN CUENCAS HIDROGRÁFICAS MANEJO INTEGRADO DE LA SUBCUENCA DEL RÍO SABINAL

Este año se publicó el Programa de manejo integrado de la subcuenca del río Sabinal, Chiapas. Esta publicación fue posible gracias Fundación Gonzalo Río Arronte, I.A.P., del gobierno y del Comité de Cuenca del estado de Chiapas, de instituciones académicas y de usuarios de la subcuenca.

El documento técnico contiene una investigación meticulosa sobre el estado ambiental de la subcuenca del río Sabinal y la propuesta operativa para restaurarla, así como la identificación de 12 proyectos prioritarios para esta región para mitigar el daño que se le ha hecho en este territorio y sanear el río.

El Programa de manejo integrado de la subcuenca del río Sabinal, Chiapas consta de cuatro tomos:

- Tomo I: Documento situacional.
- Tomo II: Nuevos estudios en la subcuenca.
- Tomo III: Plan de manejo integral.
- Resumen del Programa.
- Río Sabinal

La publicación impresa:

FICHA BIBLIOGRAFICA:

TÍTULO : RIO SABINAL TOMO I,II,III

AÑO DE EDICIÓN : 2013

NÚMERO DE PAGINA: 494

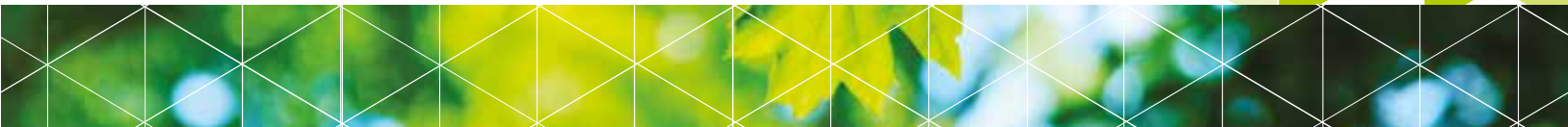
IMPRESA: DATAPRINT

CIUDAD DE EDICIÓN : MÉXICO D.F.

Fué recibida por Lic. Carlos Orsoe Morales Vázquez Secretario de Medio Ambiente e Historia Natural del Gobierno del Estado de Chiapas, al Lic. Samuel Toledo Córdoba Toledo, Presidente Municipal de Tuxtla Gutiérrez (actual presidente del Comité de Cuenca del río Sabinal).

El río Sabinal ha sido de gran importancia para el desarrollo del Estado de Chiapas, específicamente para el desarrollo de la ciudad de Tuxtla Gutiérrez pues se ubica en la subcuenca del río. Aunque ya lo sabemos, es importante recordar que el ser humano depende del agua para vivir y desarrollarse. Un río es fuente de vida y al depender de él, deberíamos ser más conscientes de cuidarlos, sin embargo no nos hemos preocupado por su preservación suficientemente. En el río Sabinal se ha permitido la descarga de aguas negras en el río, la acumulación de basura, la deforestación, el uso inmoderado de recursos naturales, entre otras acciones perjudiciales que han provocado el incremento de la contaminación del río a través de los años, provocando la disminución de flora y de fauna, una calidad mala del agua y por lo tanto, aumentando las posibilidades de infección.

La restauración de este río implicará a su vez la restauración de toda la subcuenca, pues la sanidad del río depende del equilibrio del ciclo natural del agua en toda la cuenca. Una cuenca hidrográfica es el territorio en el que se da el drenaje natural del agua, en el que la vegetación, la flora y la fauna juegan un papel primordial para preservar el equilibrio natural del ciclo biológico de toda la cuenca y por lo tanto del río. Esta cuenca se ha sobreexplotado pues se le han quitado recursos, lo cual ha provocado la alteración del ciclo natural lo cual ha traído repercusiones negativas a la salud y a la forma de vida humana a los habitantes de la ciudad de Tuxtla y de otros tres municipios de la subcuenca.





III. PROGRAMA DE COMUNICACIÓN

Nuestro objetivo es que la población humana sea consciente del medio ambiente que lo contiene se interese por él; que cuente con los conocimientos, aptitudes, actitudes, motivaciones y deseos necesarios para trabajar individual y colectivamente en su preservación.



3.1 ECOFILM FESTIVAL 2014

ECOFILM nace durante la sesión plenaria "Los medios de comunicación, elementos clave para una conciencia y participación social en la problemática del agua", que se llevó a cabo en la ciudad de México del 16 al 22 de marzo de 2006 en el marco del IV Foro Mundial del agua. Durante la conferencia de las partes 16 (COP16), mediante la difusión del concurso y festival de cortometrajes ambientales.

Ecofilm Festival se realiza anualmente en la ciudad de México, es un espacio de exhibición y concurso de cortometrajes que responde a la necesidad de sensibilizar a la sociedad sobre la problemática ambiental en el mundo, para sembrar una cultura ecológica con soluciones que benefician a todos los seres en interacción con su medio ambiente.

CRONOLOGÍA ECOFILM:

- 2011 – AGUA
- 2012 – ENERGÍA RENOVABLE
- 2013 – BIODIVERSIDAD TERRESTRE
- 2014 – RESIDUOS SÓLIDOS

CATEGORÍAS DE PARTICIPACIÓN:

1. Ficción
2. Documental
3. Animación
4. Campaña Audiovisual

Un aspecto importante en la decisión final del Jurado es la identificación de las prácticas sustentables documentadas durante el proceso de producción. El Jurado se conforma por profesionales de la Industria del cine y audiovisual; como por especialistas en los temas ambientales. La convocatoria se abre para cineastas, casas productoras, productores independientes, universidades, asociaciones civiles y todo interesado en destacar el espectro creativo de los temas medioambientales.



Objetivos generales

Constituir un foro de sensibilización utilizando el cine y a través del cortometraje, como vínculo de comunicación con la población respecto a los problemas medioambientales más importantes de nuestro tiempo, sus orígenes y posibles alternativas de solución para propiciar cambios de conducta y actitud a favor del ambiente.

Objetivos Específicos

- Ampliar las perspectivas culturales desde un enfoque social y comprometido con la problemática ambiental.
- Crear un foro de exhibición de cortometrajes nacionales e internacionales con la temática medioambiental.
- Acercar a la sociedad a los temas fundamentales para impulsar una vida sustentable.
- Posicionar al distrito federal como sede cultural internacional.
- Generar sinergia en la divulgación de la educación y cultura ambiental.
- Divulgar la muestra de cortometrajes en relación a la estrategia de comunicación que se proyecte en el Plan Nacional de Cultura.
- Llevar las producciones cinematográficas a jóvenes artistas del interior de la república mexicana, estimulando la creación audiovisual.

Actividades realizadas

Se efectuó la conferencia de Prensa de la 4ª edición Ecofilm Festival con el tema "Residuos Sólidos", el miércoles 01 de Abril del presente año en las instalaciones de la Cineteca Nacional a las 12:00hrs y se realizaron funciones abiertas al público sin ningún costo a las cuales asistieron 180 espectadores en cada una; donde estuvieron presentes invitados especiales, así como representantes y agregados culturales de diversas embajadas.

Se prepararon paquetes de prensa, con los DVD correspondientes a las ediciones 2011 Agua / 2012 Energía renovable / 2013 Biodiversidad Terrestres para promover y contar con el apoyo para la difusión de la 4ta Edición.

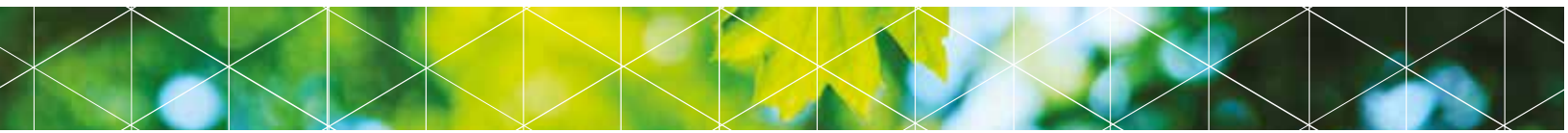
El presidium estuvo representado por :

Blanca Guerra / Presidenta Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas
Manuel Arango / Presidente del Jurado
Sr. Luis Fernando Ramírez Yañez, Gerente de Sostenibilidad FEMSA
Tanya Müller / Secretaria de Medio Ambiente del Distrito Federal (Sedema)
Lic. Rafael Pacchiano Alamán /Subsecretario de Gestión para la Protección Ambiental

El 1 Abril del presente año se publicó la Convocatoria de la 4ª edición bajo el tema "Residuos Sólidos". El período de recepción fue del 01 de abril al 17 de julio del presente año. Las bases de participación y hojas de registros se pusieron a disposición de los usuarios como archivos descargables en la página web de www.ecofilmfestival.org.

Se registraron en total 849 proyectos; 226 en la categoría de ficción, 251 en animación, 175 en documental, y 197 en campaña publicitaria; este año se incrementó en 19 % los proyectos recibidos con respecto al 2013.

Los Estados Nacionales participantes fueron: Guanajuato, Jalisco, Oaxaca, Baja California, Estado de México, Michoacán, DF, Querétaro, Chiapas, Veracruz, Nayarit, Colima, Puebla, Chihuahua, Morelos, Veracruz, Nuevo León, Durango,



La 4ª edición del festival contó con la participación de 27 países a través de 261 materiales audiovisuales distribuidos de la siguiente manera: 3 largometrajes, 57 cortometrajes de animación, 106 de ficción, 89 documentales, 9 piezas de campañas audiovisuales; este año se incremento un 35% respecto al 2013.

Los países participantes fueron: Alemania, Austria, Argentina, Bélgica, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Croacia, Dinamarca, España, Estados Unidos, Finlandia, Grecia, India, Irán, Latvia, Noruega, Países Bajos, Perú, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rumania, Serbia, Sudáfrica, Taiwan.

El proceso de revisión y evaluación estuvo a cargo de Grupos de Preselección, durante el período del 18 de julio al 5 de agosto, que revisaron el total de proyectos inscritos para proporcionar al Jurado las piezas más relevantes, a fin de emitir la decisión final.

Las iniciativas recibidas fueron sometidas a la evaluación final del jurado compuesto por:

Comisión de Selección Cine:

Pedro Torres / Fotógrafo, Productor de cine y televisión

Blanca Guerra / Presidenta de la Academia Mexicana de Artes y Ciencias Cinematográficas, A.C.

Bruno Bichir / Actor Mexicano

Toto Vega / Actor Colombiano y Gestor Cultural

Comisión Especialista en el tema Residuos Sólidos:

Armando Quintero Mateos /

Coordinador General de Comunicación Social de la Secretaría

Claudia Maité Gonzalez Labastida /

Asesora de la Subsecretaría de Fomento y Normatividad Ambiental.

María Fernanda Montes de Oca /

Asesora de la Dirección de Gestión Integral de Residuos

Ing. Cuauhtémoc Ochoa Fernández /

Subsecretario de Fomento y Normatividad Ambiental

Tanya Müller García /

Secretaria de Medio Ambiente del Distrito Feredal (Sedema)

Sylvia del Carmen Treviño Medina / Directora General de Industria

Comisión de selección Internacional:

Candida Brady / Periodista, Cineasta britanica

Wiendelt Hooijer / Gerente Proyecto 'Green Filmmaking' Holanda.

Chai Locher / Líder del Proyecto 'Green Film Making' Holanda

Toto Vega / Director de Festiver, Colombia

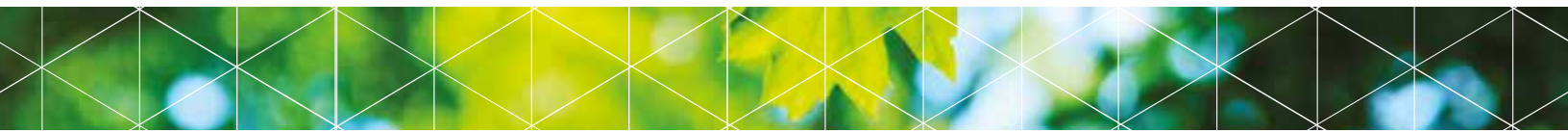
Se otorgaron cuatro premios:

Primer Premio \$ 1'000'000.00 MX

Primeros lugares de cada categoría: \$ 100,000.00 MX

Segundos lugares de cada categoría: \$50,000.00 MX

Como parte de las alianzas que realiza Ecofilm Festival a fin de construir vínculos a nivel internacional, este años se logra una alianza con Vancouver Film School Canadá Canada (VFS), logrando una beca de Animación de Personajes Digitales. El ganador del primer lugar en la categoría de animación, tendrá por misión completar un cortometraje con una temática asignada, para ser exhibido en foros internacionales.



Beca VANCOUVER FILM SCHOOL. 68,438.00 CAD \$ 850'000.00 MX

Los premios fueron otorgados por SEMARNAT, FEMSA, FUNDACION CCP, VANCOUVER FILM SCHOOL. VFS, EXPORTADORA DE SAL.

A continuación los proyectos seleccionados:

GANADOR 4ta edición / **Los Artugios del Señor Tlacuache** / Tayde Vargas / Documental

BECA VFS / **Náufrago** / Edson Castro García / Animación

CATEGORÍA INTERNACIONAL / **Dinner for few** / Nassos Vakalis/ Animación

CATEGORÍA Animación

1º / **PETer Plastik**/ Arnold Abadie

2º / **Máquina** / Rene David Reyes García

3º / **La misma canción** / Ricardo Tostado Arévalo

Documental

1º / **Orgánico - El campo y La Ciudad** -/ Juan Pablo Rojas

2º / **Eco constructores Oaxaca** / Uriel López Salazar

3º / **¿Que pasa con todo el alimento que se desperdicia en México?** / Alejandra Ballina Villaseñor

Ficción

1º / **Paredes de Cauch** / Mónica Blumen

2º / **CODEX** / Fernando Sepúlveda

3º / **ERA** / Mario Arturo Gordillo Loarca

Campaña Publicitaria

1º / **Historia diaria** / Roberto Martínez Báez

2º / **Superficial** / Alejandro Brito

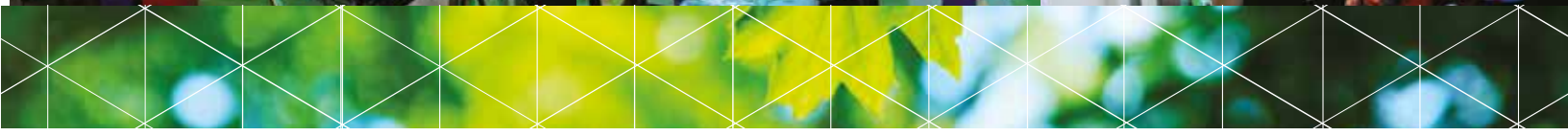
3º / **Re Si Dúo: Sol y Do** / Raúl Agapito Escutia Alonso

COMUNIDAD DIGITAL

El trabajo en redes sociales es continuo, se interactúa los siete días de la semana fortaleciendo los lazos con la comunidad Ecofilm Festival, así como difundiendo y dando cobertura en vivo del quehacer de Ecofilm en eventos, muestra y certámenes nacional e internacionales.

La presencia en línea de ECOFILM ha consolidado una identidad digital propia que ha permitido poner en marcha novedosas dinámicas formas de compartir información del tema rector en comunidades digitales gestionada desde el mismo festival y en colaboración con otras instancias y empresas.

Las cuentas activas administradas por Comunicación WWW. ECOFILMFESTIVAL.ORG, la primera presente en las redes de: Facebook, Twitter, Google Plus, You Tube, y recientemente Instagram, y la segunda en: Facebook, Twitter, Instagram y Blogger



ALCANCE DEL FESTIVAL DURANTE EL AÑO

Asistentes: 115,250 mil

Eventos: 15

Cortometrajes en competencia Nacional: 850

Cortometrajes en competencia Internacional : 261

Seguidores vía streaming: 30,893

Proyecciones: 55

Número de películas: 4 largometrajes / 1,061 cortometrajes

Testimoniales de convocatoria con personalidades relevantes

Spot de lanzamiento

Testimoniales de convocatoria con personalidades relevantes

Desarrollo web: multimedia, emailing, redes sociales

Visuales: cartelera, poster, postal, banner

Televisión: spots: 354 / WTRP's 74.7 / Impactos: 1,926,500

Radio: spots: 600 / WTRP's: 525/ Impactos: 1,181,000

Cine Salas: 616 / Minutos totales: 2,564 / Impactos: 45,000

Universidades: En el interior de la República y Provincia

Revistas: FR ENTE, YACONIC, MARVIN, fancine

Web: Clicks: 300,000

Medios Impresos: cartel, postal, banner, parabuses, invitaciones

Medios electrónicos: redes sociales, mailing, campañas virales

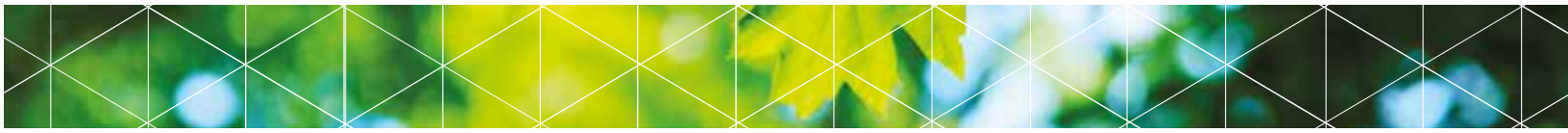
Publicidad en autobuses 5M2 / 3 meses para las diferentes zonas del DF.

Publicidad en Parabuses IMU / 3 meses PB DF, PB Edo. México, Guadalajara, Tijuana.

Renta de espacios publicitarios en el METRO ISA de la ciudad de México y del interior de la República 3MESES.

Activaciones en 8 estados de la República Mexicana : Guadalajara, Distrito Federal, Querétaro, Guanajuato, Estado de México , Monterrey, Morelos y Puebla

Impactos totales : 8,535,236,756





EL FESTIVAL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Secretaría de Cultura del Distrito Federal

- Inserción en la Página Web de la Secretaría de Cultura
- Anuncio mensual de convocatoria
- Encarte de en La Jornada
- Entrevista en Código D.F. radio cultural en línea
- Programa especial en Capital 21, televisión por internet

Impactos: 93,888,740

Espacio en el Sistema de transporte Colectivo Metro

- 20 Paneles de andén
- 20 paneles de estación
- 300 cabeceras
- Espacios en exterior: 100
- Anuncio del spot de televisión en el Metrobús
- Distribución de 500 carteles para le Metrobús

Impactos: 8,196,755,000

METROBUS / 5M2.

- 17 espacios exteriores de 8m2
- Metrobús línea 1 Corredor Insurgentes.
- Impactos: 103,888,740

AUTOBUSES

PRIMER PERIODO

MÉXICO, GUADALAJARA, MONTERREY, MORELIA, TIJUANA, CANCÚN, GUANAJUATO, LEON, ZACATECAS

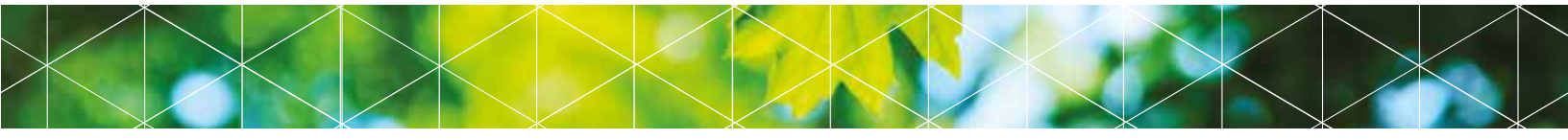
SEGUNDO PERIODO

MÉXICO, GUADALAJARA, MONTERREY, MORELIA, TIJUANA, CANCÚN, GUANAJUATO, LEON, ZACATECAS

Impacto: 196,755,000

METRO ISA CORPORATIVO

- Panel de ANDEN, estación: COYOACAN
- Panel de ANDEN, estación: CHILPANCINGO
- Panel BANCA, estación: GENERAL ANAYA
- Panel ANDEN, estación: UNIVERSIDAD



METRO GDL

- Panel ANDEN, estación: JUAREZ
- Panel ANDEN, estación: PLAZA UNIVERSIDAD

METRO MTY

- Panel ANDEN, estación: CUAUHTEMOC
- Panel ANDEN, estación: UNIVERSIDAD

CENTRALES de camiones

- Panel en: TIJUANA

AEROPUERTO

- BAGGAGE Terminal 1
- BAGGAGE Terminal 1

Impacto : 18,919,008

REVISTA YACONIC

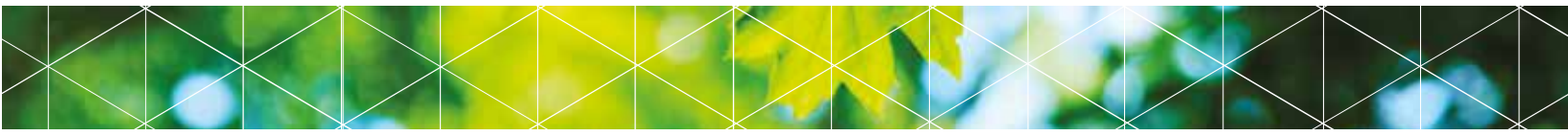
25 mil ejemplares
260 puntos de distribución

Impacto: 18,919,008

DISTRIBUCIÓN CULTURAL

La distribución consistió en 5 rutas (centro, sur, norte, oriente y poniente) de distintos centros, agencia, foros, etc. En total se distribuyeron a 685 espacios. Asimismo, se realizó una distribución de carteles, en universidades las siguientes instituciones:

Canal 11, Canal 22, Cine Nacional, City Producciones, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, Coordinación Nacional de Desarrollo Cultural, Dirección general de Televisión educativa, Difusión Cultural UNAM, Dirección General de Actividades Cinematográficas UNAM, Equipment & Film Design, Secretaría de Relaciones Exteriores,





2.2 CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN

Diseño de comunicación e implementación interna y externa para difundir acciones a favor del medio ambiente.

#SUMATÚ&YO

Plantemos para el planeta es una iniciativa que pretende incluir gobiernos, empresas y personas. Esta campaña solo es un germen a convertirse en una expresión importante e inequívoca de nuestra determinación común de cambiar las cosas de manera palpable.

El objetivo de la campaña es crear una movilización a favor del medio ambiente, esto alentó la iniciativa de plantar desde nuestra propia comunidad.

El mensaje "¿Sabes cuanto oxígeno nos da un árbol?" se caracteriza por su sencillez y brevedad con la finalidad de facilitar al público su rápida percepción y asimilación. Apela al valor o interés de la conservación de los arboles. Transmite la concientización de 22 árboles para suplir la demanda de oxígeno de una persona al día.

Alcance visitantes de 32 000

CAMPAÑA 3RS

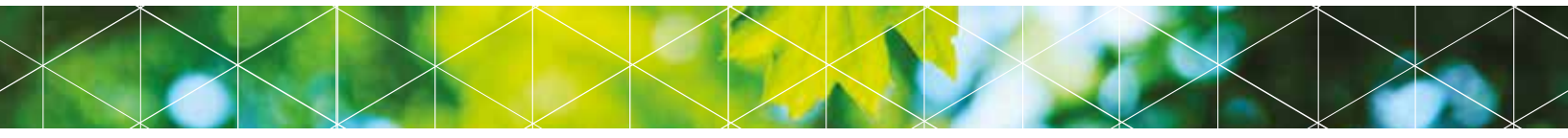
Plan de Campaña promocional

En el proyecto cultural uno de los objetivos de la fundación es generar actividades que contribuyan a la participación de nuevos públicos que generan sinergia con el entorno una cultura sustentable. En este año el tema de nuestra campaña fue "Residuos Sólidos".

Objetivo: La idea es brindar información ambiental correcta de la separación de residuos sólidos, para crear el hábito de arrojar los desechos separados en los contenedores adecuados.

Mensaje: La campaña apela disminuir la cantidad de desechos generados adoptando medidas como: comprar productos que tengan menos envases y embalajes, evitar el uso de productos descartables (vasos, platos, cubiertos de plásticos, etc.), evitar el uso de bolsas de plástico, consumir papel reciclado para escribir, reciclar los desechos orgánicos, entre otros.

Alcance de Visitantes 23,000



CONCLUSIONES

Iniciamos 2014 con la intención de incidir en la conducta, hábitos y actitudes de la población.

Hemos logrado estrategias creativas y exitosas de comunicación y conservación en relación con el medio ambiente.

Continuaremos construyendo sobre la base de nuestras prioridades estratégicas, con la finalidad de realizar progresos en nuestros objetivos para el 2015.

Tenemos la certeza que entre más se conozca el estado actual del medioambiente planetario, podremos generar la reflexión pública y las modificaciones de conductas globales con el respaldo de las sociedades, expandiendo la conciencia colectiva.

Quisiéramos hacer extensivo nuestro agradecimiento a todos los colaboradores que integran la Fundación Hombre Naturaleza por el entusiasmo, talento y experiencia; cada día se mantuvieron fieles a nuestra misión de crear una relación armónica entre el ser humano y su entorno natural.

Gracias también a las instituciones gubernamentales, empresas privadas y personas por la continua confianza.



Mercedes Alemán
DIRECTORA GENERAL

