

COMUNICACIÓN DE PROGRESO

 <p>APOYAMOS AL PACTO MUNDIAL</p>	<p>Esta es nuestra Comunicación sobre el Progreso en la aplicación de los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas.</p> <p>Agradecemos cualquier comentario sobre su contenido.</p>
--	--

ÍNDICE

1. DECLARACIÓN DE APOYO CONTINUO.....	2
2. THE MAESTROS EN NÚMEROS.....	3
3. DESCRIPCIÓN DE LAS MEDIDAS.....	4
a) Derechos humanos.....	5
b) Trabajo.....	7
c) Ambiente.....	10
d) Anticorrupción.....	19
3. MEDICIÓN DE LOS RESULTADOS.....	20
4. CONTRIBUCIÓN A LOS ODS.....	24

1. DECLARACIÓN DE APOYO CONTINUO

The Maestros

H.E. António Guterres
Secretario General
Naciones Unidas
New York, NY 10017
USA

Ciudad de México, 18 de Mayo 2022

Estimado Sr. Secretario General,

Me complace comunicarle que **Sector Films S.A. de C.V. [The Maestros]** apoya Los Diez Principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas referente a los Derechos Humanos, Estándares Laborales, Medio Ambiente y la lucha contra la corrupción. Mediante esta comunicación, expresamos nuestra intención de apoyar y desarrollar esos principios dentro de nuestra esfera de influencia. Nos comprometemos a hacer del Pacto Mundial y sus Principios parte de la estrategia, la cultura y las acciones cotidianas de nuestra compañía, así como involucrarnos en proyectos cooperativos que contribuyan a los objetivos más amplios de Desarrollo de las Naciones Unidas, en particular los Objetivos del Desarrollo Sostenible. **The Maestros** comunicará claramente este compromiso a nuestras partes interesadas y al público en general.

Reconocemos que un requisito clave para participar en el Pacto Mundial es el envío anual de una Comunicación sobre el Progreso (CoP) que describa los esfuerzos de nuestra compañía por implementar Los Diez Principios. Apoyamos la transparencia y la rendición de cuentas, y por lo tanto nos comprometemos a reportar el progreso de aquí a un año de haber ingresado al Pacto Mundial, y anualmente desde esa fecha, tal como lo indica la política de CoP del Pacto Mundial. Esto incluye:

- Una declaración firmada por el director general expresando su apoyo continuo al Pacto Global y la renovación de nuestro compromiso continuo con la iniciativa y sus principios.
- Crear e implementar un manual de lineamientos para una filmación sostenible durante el 2022 y 2023. Dicha guía es la herramienta para transformar el modelo tradicional bajo el que operan las áreas de arte, alimentos y vestuario; fomentando el reciclaje, el ahorro de recursos, la reducción de jornadas extremas, e incorporando este modelo dentro de todos los procesos de la preproducción, rodaje, y postproducción.
- Medir, reducir y compensar la huella de carbono de doce de nuestras producciones más representativas durante el segundo semestre del 2022 y primer semestre del 2023.
- Integrar una línea de negocio comercial con enfoque ecológico la cual es una práctica que The Maestros implementa en beneficio del gremio y con la intención de incitar a las empresas proveedoras a unirse a esta misión.
- La meta es establecernos como una empresa sostenible para el 2025 y con poder de transformación positiva entre la cadena de proveedores, equipo de trabajo, talento y clientes.

A través del presente documento es como en The Maestros expresamos nuestro compromiso continuo con el Pacto Mundial y sus principios y lograr los mejores resultados solo es posible con el apoyo de nuestra comunidad a quienes agradecemos por su contribución hacia el desarrollo sostenible de nuestra empresa.

Atentamente,



Luis Enrique Nava Rivas
Director General



Prado Sur 265
Lomas de Chapultepec
México D.F.

themaestros.tv
contacto@themaestros.tv

T: +52 (55) 5545 8620
T: +52 (55) 5545 8622

2. THE MAESTROS EN NÚMEROS

3

Oficinas
(Colombia, Chile y México)

43%

Mujeres en
el equipo

76.8_{tCO₂}

Huella de carbono

30

Directores

85%

de las adquisiciones son a
proveedores locales

5

Contribución a ODS

45%

del equipo trabaja desde
casa

3. DESCRIPCIÓN DE LAS MEDIDAS

La visión de The Maestros es clara en cuanto a la rentabilidad que el desarrollo sostenible representa para su negocio debido a lo cual el equipo directivo tomó la decisión de operacionalizar la sostenibilidad en el sistema operativo de la empresa. La dirección general se capacita constantemente y transfieren el conocimiento al equipo de trabajo con lo cual se genera una transformación de fondo en beneficio de las personas y el planeta.

La estrategia para posicionarse como pioneros en la oferta de filmaciones carbono neutral implica el ofrecer a los clientes la alternativa de forma opcional con lo cual se busca comenzar a sensibilizar al mercado y paulatinamente cobrar por dicho servicio para capitalizar la inversión realizada.

Sin embargo la razón principal es por la responsabilidad moral que tiene la empresa con la sociedad debido al nivel de conciencia que tienen al identificar el impacto ambiental que los rodajes dejan en el entorno. En The Maestros tienen un constante interés por innovar y tienen la certeza de que su incorporación al Pacto Mundial de la ONU, podrá motivar a más productoras a unirse y así lograr que la industria sea sostenible en general y no solo como individuos.

La intención principal es aminorar la huella de carbono en sus producciones y sentar un precedente en la reducción de contaminantes en Chile y México al integrar una línea de negocio comercial a través de la oferta de filmaciones ambientalmente responsables. Es una misión que implica la colaboración de los clientes, los proveedores, el *crew* y talento de cada proyecto por lo cual se agradece a toda la comunidad por ser parte del plan de sostenibilidad de The Maestros.

En la presente sección se describen las medidas implementadas de Mayo 2022 a Abril 2023 en cada uno de los cuatro pilares del Pacto Mundial para dar cumplimiento de forma gradual a los Diez Principios de dicho estándar empresarial. Para cumplir con lo anterior se creó un plan de sostenibilidad conformado por 55 actividades que se fueron desarrollando a lo largo del año y estas implican la operacionalización de ciertos procesos en la estructura corporativa, organizacional, financiera y de reportes de la empresa.

a) Derechos humanos

La ideología empresarial de The Maestros conlleva el respeto a los derechos humanos declarados internacionalmente por las Naciones Unidas en los dos países donde tienen operaciones (Chile y México). Propiamente se consideran los derechos fundamentales del humano, en la dignidad y el valor de la persona humana y en la igualdad entre hombres y mujeres, en la promoción del progreso social y a elevar el nivel de vida de las personas que colaboran directa e indirectamente en la empresa.

Desde su fundación en el 2004, al centro de su filosofía ha estado la excelencia creativa y la ética del trabajo; puntos que se aterrizan en el código de conducta profesional el cual es difundido entre las personas que colaboran en la empresa. Dicho código promueve que el equipo debe comportarse de una manera responsable con el entorno y coherente con los valores de The Maestros los cuales son: respeto, diversidad y tolerancia. Adicionalmente la empresa ha desarrollado y viralizado entre el equipo de trabajo diversos documentos para fortalecer la filosofía corporativa y estos se mencionan a continuación:



[Enlace al código de conducta](#)



[Política de sostenibilidad](#)



[Políticas calidad de vida](#)



[Políticas de protección civil](#)



[Políticas para la inclusión laboral de personas con capacidades diferentes](#)



[Procedimiento para una buena imagen](#)



[Deber ser](#)

Es importante resaltar que el 2022 es el año en que The Maestros da inicio a la operacionalización del propósito socioambiental en el negocio así que el planteamiento inicial dentro de este eje se enfoca en las siguientes acciones:

- Balancear la equidad de género entre el equipo de trabajo y a nivel directivo.
- Garantizar que a los trabajadores se les proporcionen instalaciones de trabajo seguras, adecuadas e higiénicas.
- Proteger a los trabajadores de acosos en el lugar de trabajo, lo que incluye acoso físico, verbal, sexual o psicológico, abuso o amenazas.
- Aplicar una matriz de riesgo para los proyectos que lo ameriten buscando eliminar cualquier situación que pueda dañar la salud humana durante los rodajes.

Dentro de las acciones destacadas en este rubro se encuentra el buzón para atención a situaciones especiales al cual está disponible para todas las personas que colaboran en la empresa.



Las solicitudes se atienden en michelle@themaestros.tv

Aunado a lo anterior The Maestros estipula en su [política para evitar impacto negativo sobre la comunidad](#) que la empresa debe entenderse como un individuo más dentro de la sociedad, por ende la visión de la misma debe de ir más allá de su compromiso económico con los socios y enfocarse también en el acuerdo con la sociedad en aspectos preocupantes. Para ello definen los siguientes objetivos:

- Aportar más en el sentido social en el sector en el cual se desarrollan sus actividades, pues ya con su experiencia en el área se conoce en totalidad las situaciones dentro de la misma.
- Evitar efectos negativos que la empresa pueda generar, mediante buenas prácticas internas y externas.
- Gestionar estratégicamente la responsabilidad social que lleve a una mejor relación con todos los grupos de interés relacionados a la organización.

Los principios que se cumplen son:

Principio	Descripción	Nivel de cumplimiento 1 mínimo 5 máximo
1	Las empresas deberían apoyar y respetar la protección de derechos humanos declarados internacionalmente.	★★★★★
2	Las empresas deberían asegurarse de no ser partícipes de vulneraciones de derechos humanos.	★★★★★

b) Trabajo

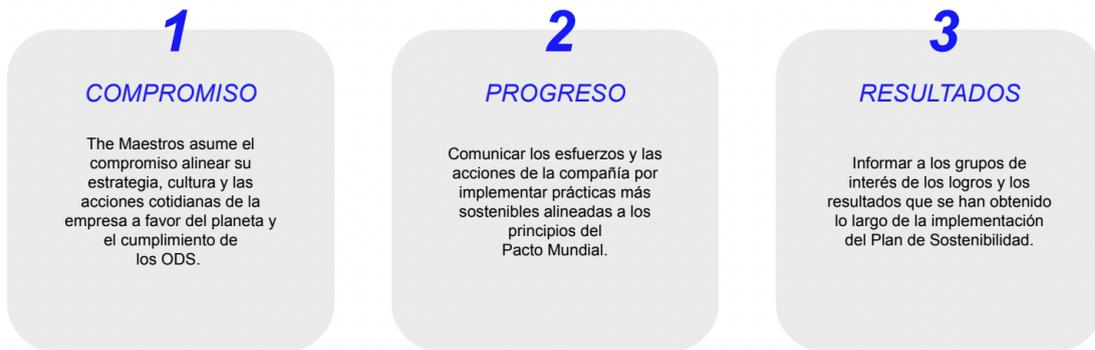
La dirección general de The Maestros entiende los beneficios de desarrollar de forma sostenible su negocio debido a lo cual están integrando prácticas socio-ambientales en cinco estructuras empresariales: corporativa, organizacional, costos, incentivos y reportes; con lo cual dan al programa en cuestión un marco sólido de referencia para soportar el eje de esta sección que es el trabajo.

Un punto sensible dada la naturaleza del sector de las producciones audiovisuales es la contratación de menores de 18 años, así que la empresa ha desarrollado contratos que cumplen con los protocolos decretados por la legislación y protección al trabajo adolescente permitido, los cuales se han elaborado bajo el Programa Internacional para la Erradicación del Trabajo Infantil (IPEC) de la Organización Internacional del Trabajo (OIT). Adicionalmente se gestiona previamente el permiso de la autoridad laboral, dicha autorización se solicita por parte de los representantes legales del menor, acompañando el consentimiento de éste.

Las acciones a implementar complementarias son:

- Al momento de contratar a una persona asegurar la no discriminación laboral enalteciendo la dignidad humana.
- Garantizar que la empresa no participe en ninguna forma de prácticas laborales forzadas u obligadas.
- Cumplir con los estándares mínimos de salario.
- Garantizar que las decisiones relacionadas con el empleo están basadas en criterios relevantes y objetivos.
- Asegurar que la contratación infantil cumpla con los estándares internacionales debidos.

La presente iniciativa es novedosa dentro de la empresa por lo cual se crearon diversos materiales de comunicación interna y externa tal como pláticas de sensibilización, correos electrónicos, micrositio web, un sello además de contenido para redes sociales. La estrategia de comunicación consta de tres fases:



A continuación se presentan algunos materiales desarrollados:



#TheMaestrosCero



[Overlay con mayor información](#)

Lay out micro sitio web



Historias para redes sociales

Los principios que se cumplen son:

Principio	Descripción	Nivel de cumplimiento 1 mínimo 5 máximo
3	Las empresas deberían defender la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho de negociación colectiva.	★★★★★
4	Las empresas deberían defender la eliminación de todas las formas de trabajo forzado u obligatorio.	★★★★★
5	Las empresas deberían defender la abolición efectiva de la mano de obra infantil.	★★★★★
6	Las empresas deberían defender la eliminación de la discriminación con respecto al empleo y la ocupación.	★★★★★

c) Ambiente

El pilar de medio ambiente se aborda desde dos perspectivas: al interior de la empresa y al exterior a través de los proyectos con clientes. La primera parte implica la medición de la huella ecológica de The Maestros la cual consistió en la creación de un formulario de indicadores para medir la huella de carbono, el volumen de agua y la regeneración de residuos. Para el segundo ángulo se realizaron diagnósticos ambientales en los rodajes y con ello se creó un manual de operación a la medida de las necesidades de la casa productora el cual culminó con un sello distintivo de la iniciativa **Clean Films**.

Al interior de la empresa

a) Huella de carbono

La siguiente sección muestra los resultados obtenidos de la medición de las emisiones consideradas dentro de los alcances I, II y III del programa GEI generadas por la empresa desde Mayo 2022 a Abril 2023.

ALCANCE I

Emisiones directas procedentes de las actividades de la organización con combustión en sitio. Considera las emisiones por la combustión de combustibles fósiles. Se contemplan los medios de transporte que son propiedad o están controladas por la empresa, como automóviles, camiones, autobuses, aviones, etc. Y todo traslado de materiales, y colaboradores de la empresa.

ALCANCE II

Emisiones indirectas que generan las centrales de producción de electricidad como consecuencia del consumo de energía eléctrica de los equipos utilizados por la empresa. Para los cálculos de la huella de carbono en este alcance se considera el Factor de Emisión del Sistema Eléctrico Nacional proporcionado por la SEMARNAT.

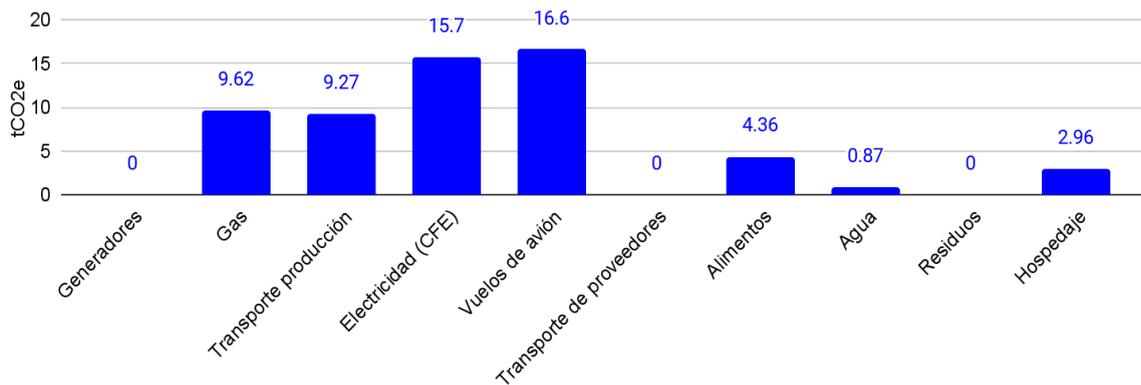
ALCANCE III

Emisiones indirectas consecuencia de las actividades que ocurren en fuentes que no son propiedad de la organización ni están controladas por ella. Se consideraron los vuelos y estancias de hotel, el transporte de proveedores, el agua consumida, la generación de residuos, y la preparación de alimentos.

1. Huella Corporativa

La primera área aborda la huella de carbono derivada de las actividades corporativas y empresariales, que incluye el consumo de recursos como agua, electricidad y gas en las oficinas, así como los desplazamientos en avión y las estancias en hoteles para fines empresariales, y el transporte diario del personal, entre otros aspectos.

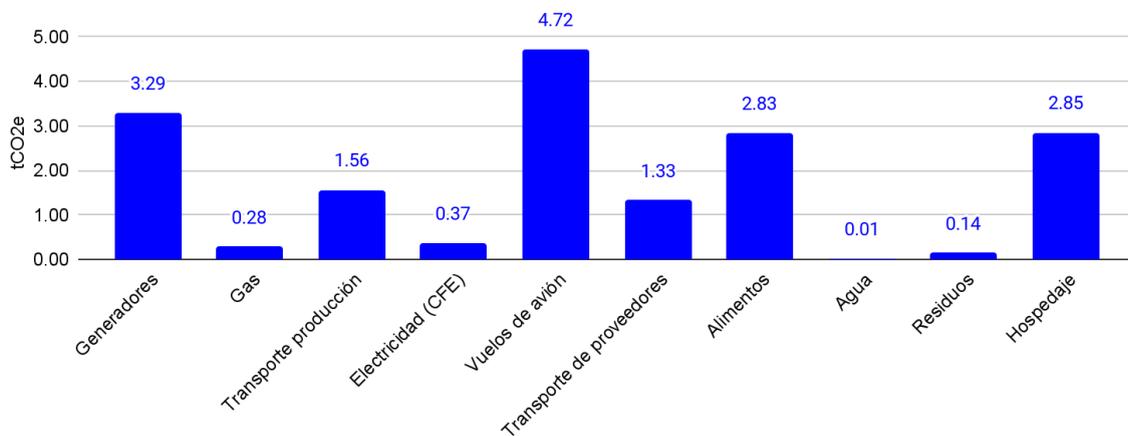
Huella de Carbono Corporativa			
Fuentes directas		tCO2e	%
Alcance 1	Generadores	0.00	0.0%
	Gas	9.62	16.2%
	Transporte producción	9.27	15.6%
Fuentes indirectas			
Alcance 2	Electricidad (CFE)	15.70	26.4%
Alcance 3	Vuelos de avión	16.60	28.0%
	Transporte de proveedores	0.00	0.0%
	Alimentos	4.36	7.3%
	Agua	0.87	1.5%
	Residuos	0.00	0.0%
	Hospedaje	2.96	5.0%
TOTAL		59.38	100%



2. Huella de los Rodajes

La segunda área se enfoca en la medición de la huella de carbono de los tres rodajes específicos en los que se evaluaron los impactos ambientales. Se consideran las emisiones resultantes de la producción de los comerciales, teniendo en cuenta todas las fuentes de emisiones contaminantes y los consumos de agua utilizados durante la filmación.

Huella de Carbono Rodajes			
Fuentes directas		tCO2e	%
Alcance 1	Generadores	3.29	18.9%
	Gas	0.28	1.6%
	Transporte producción	1.56	9.0%
Fuentes indirectas			
Alcance 2	Electricidad (CFE)	0.37	2.1%
Alcance 3	Vuelos de avión	4.72	27.2%
	Transporte de proveedores	1.33	7.7%
	Alimentos	2.83	16.3%
	Agua	0.01	0.0%
	Residuos	0.14	0.8%
	Hospedaje	2.85	16.4%
TOTAL		17.38	100%



3. Huella empresarial

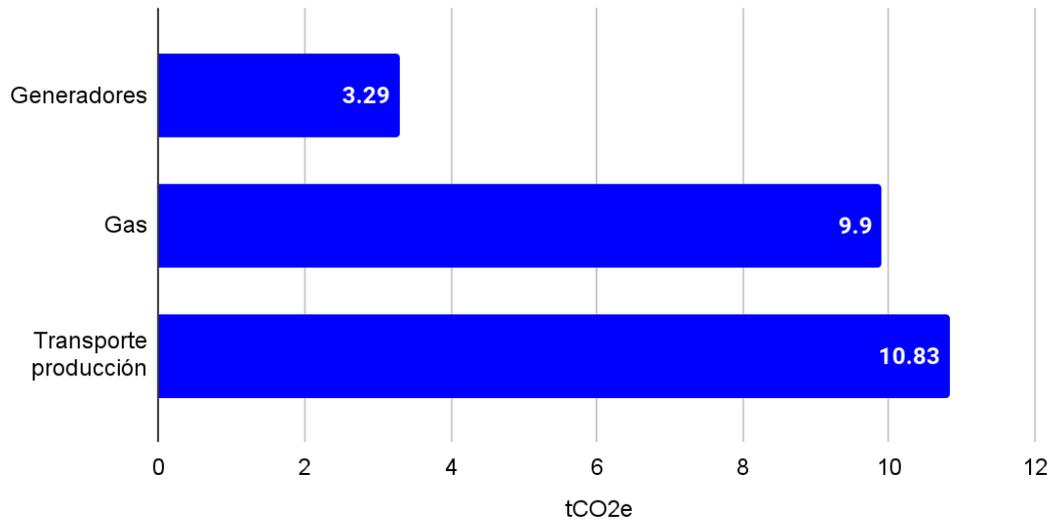
La tercera área presenta la huella de carbono total del año medido, que implica la suma de la huella de carbono de las dos primeras secciones mencionadas anteriormente. Esto proporciona una visión completa de la huella de carbono anual de la empresa, considerando tanto las actividades corporativas como los impactos generados por los rodajes específicos.

Huella de Empresarial			
Fuentes directas		tCO2e	%
Alcance 1	Generadores	3.29	4.3%
	Gas	9.90	12.9%
	Transporte producción	10.83	14.1%
Fuentes indirectas			
Alcance 2	Electricidad (CFE)	16.07	20.9%
Alcance 3	Vuelos de avión	21.32	27.8%
	Transporte de proveedores	1.33	1.7%
	Alimentos	7.19	9.4%
	Agua	0.87	1.1%
	Residuos	0.14	0.2%
	Hospedaje	5.81	7.6%
TOTAL		76.76	100%

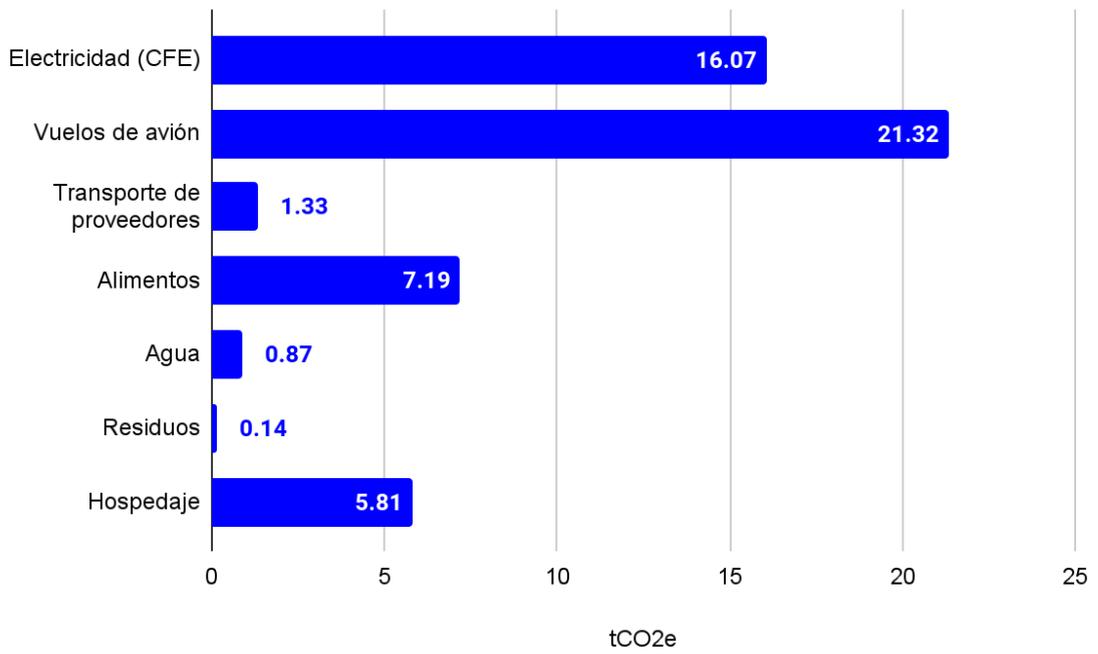
Total = 76.76

toneladas de CO₂e

Fuentes Directas



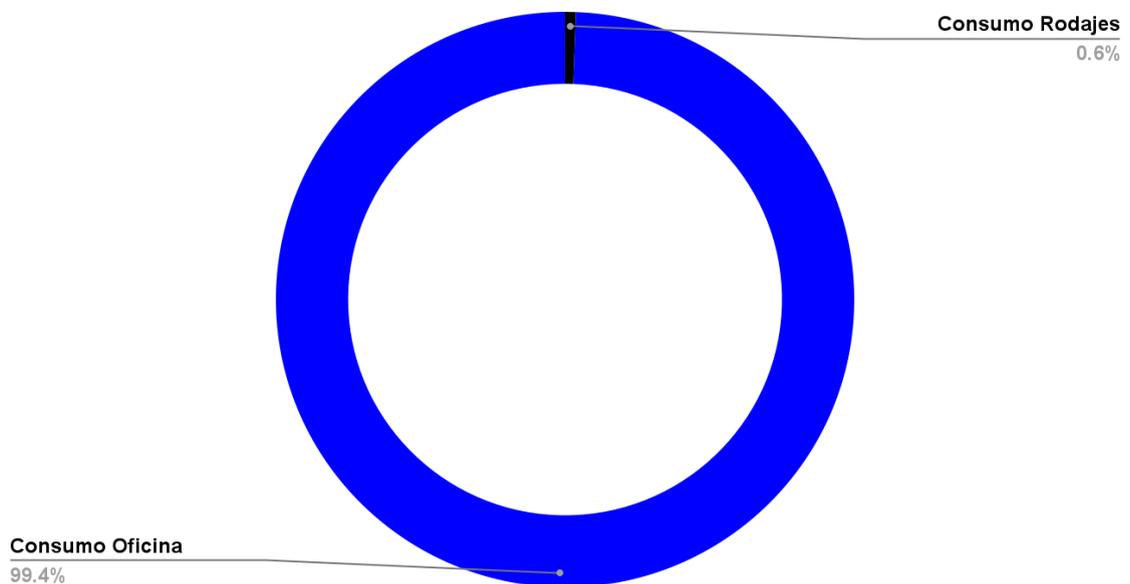
Fuentes Indirectas



b) Consumo de Agua

En la siguiente sección se muestra el volumen de consumo de agua de la empresa The Maestros desde mayo de 2022 hasta abril de 2023. El total de agua consumida se compone principalmente del agua suministrada a las oficinas de la empresa. Además, se incluyen los consumos de agua de los tres rodajes en los que se registraron datos para estimar el impacto ambiental.

A continuación se presenta el consumo total en metros cúbicos (m³) y un gráfico que muestra el porcentaje correspondiente a las dos principales áreas de operación que involucran el consumo de agua.



Al exterior de la empresa

Al iniciar el presente programa en Mayo del 2022 se identificó en uno de los rodajes que la empresa ya contaba con iniciativas para el cuidado ambiental tal es el caso del uso de envases de grado ecológico, recipientes para la separación de residuos, suministro de agua para beber en garrafón, además cuentan con un inventario de vasos reusables y los restos de los alimentos son entregados a la empresa Horizonte O para ser compostados.

Lo anterior fue debido a que The Maestros estableció previo al presente programa una [política ambiental](#) en la cual se establecen las siguientes directrices:

- Cumplir con todos los requisitos legales en materia ambiental, así como en todos los requisitos voluntarios en materia ambiental que la organización suscriba.
- Mejorar continuamente su comportamiento ambiental y el desempeño de los procesos del sistema de gestión ambiental de la empresa.
- Prevenir la contaminación asociada a sus actividades.
- Minimizar la generación de residuos derivada de su trabajo, especialmente los residuos generados durante la grabación de material audiovisual y el proceso relacionado.

En aras de fortalecer este eje el grupo de especialistas contratados realizó dos diagnósticos en dos rodajes con características distintas, uno un set en las instalaciones de Televisa San Ángel y el otro en una locación aleatoria lo cual da un panorama más amplio sobre los impactos ambientales en cada tipo de rodaje y adicionalmente se llevó a cabo un levantamiento de las cifras correspondientes para la medición de la huella de carbono, de agua y generación de residuos. Lo anterior representa el punto de partida para la actualización de los objetivos de la política ambiental así como la creación de manuales de operación que faciliten el uso eficiente de recursos y con ello se minimice el daño al entorno.

A continuación se describen los nuevos objetivos ambientales para los rodajes:

- Manejar de forma correcta los residuos haciendo uso de materiales ecológicos y asegurando la correcta disposición final de los mismos.
- Medir, reducir y compensar las emisiones de carbono directa e indirectas de los rodajes así como actividades corporativas.
- Crear una campaña de comunicación para que las y los actores relevantes sean parte de las soluciones sostenibles.
- Evitar el daño ambiental a través del mantenimiento regular de los procesos de producción y sistemas de protección ambiental (control de contaminación del aire, residuos, sistemas de tratamiento del agua, etc.).

- Garantizar procedimientos de emergencia para prevenir y abordar los accidentes que afectan el ambiente y la salud humana.
- Minimizar el uso de químicos y otras sustancias peligrosas y garantizar el manejo y almacenamiento seguro de estos.

La estrategia a mediano plazo es transformar el modelo tradicional de la industria, fomentando el reciclaje, el ahorro de recursos como desechables y energía, la reducción de jornadas extremas, e incorporar este modelo dentro de todos los procesos de la preproducción, rodaje y la postproducción tanto en Chile como en México con la meta de que más de 60% del equipo de trabajo adopte esta nueva filosofía y tenga claro el propósito. Una vez que lo anterior pase se tendrá la oportunidad de crear una nueva línea de negocio sostenible para ofrecerle a los clientes el servicio Clean Films con lo cual se busca generar ingresos que soporten el programa en cuestión siendo así un programa sostenible.

Manual Clean films

El manual contiene un plan de acción para la producción sostenible de rodajes el cual contiene los protocolos, listas de verificación y formularios. En dicho documento se detallan las estrategias y actividades a seguir desde la planeación, operación y postproducción de los rodajes para la organización sostenible de rodajes. Se mencionan los estándares de referencia e incluye formularios de medición. La intención es que las y los profesionales de la industria puedan implementar acciones sostenibles en un plan de mejora continua a largo plazo.

El siguiente diagrama describe las diferentes fases y las acciones sugeridas a implementar en cada una de ellas.

Previo



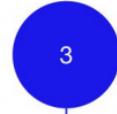
- Considerar a las personas y el planeta.
- Identificar posibles riesgos ambientales y/o sociales.
- Organizar al equipo de trabajo, la infraestructura y preparar los formatos.
- Comunicar las acciones a realizar.

Durante



- Comunicar las acciones a realizar.
- Tener un equipo en sitio para el levantamiento de datos y cifras para el reporte.
- Llenado y envío de formatos.
- Tomar evidencia fotográfica
- Coordinar el correcto manejo de residuos.

Posterior



- Reporte de resultados con hallazgos y recomendaciones.
- Adquirir los certificados de carbono correspondientes.
- Comunicar los resultados entre los grupos de interés.

El reporte final servirá como una herramienta útil para evaluar el rendimiento ambiental de cada filmación y poder monitorear la mejora continua de los objetivos de sostenibilidad. Este documento será útil tanto para The Maestros como para todos los actores relevantes que busquen conocer el impacto ambiental del proyecto.



Los principios que se cumplen son:

Principio	Descripción	Nivel de cumplimiento 1 mínimo 5 máximo
7	Las empresas deberían apoyar un planteamiento preventivo con respecto a los desafíos ambientales.	★★★★★
8	Las empresas deberían llevar a cabo iniciativas para fomentar una mayor responsabilidad ambiental.	★★★★★
9	Las empresas deberían promover el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas con el medio ambiente.	★★★★

d) Anticorrupción

The Maestros incita a que las actividades empresariales en colaboración con clientes y proveedores se lleven a cabo de manera honesta, íntegra y responsable. La empresa se hace responsable de cumplir con todas las leyes aplicables en los países donde tenga actividad y negocios, esto quiere decir que se alinean a leyes globales como la *Foreign Corrupt Practices Act* (FCPA) de los E.U.A. Lo anterior es el objetivo de la [política anticorrupción](#) con la que ya contaba The Maestros previo al inicio del presente programa y que se extiende a todo el equipo de trabajo, sin importar su lugar de residencia.

A continuación se describen las medidas que ha tomado su empresa en el área de anticorrupción.

- Evaluar el riesgo de la corrupción al hacer negocios.
- Mencionar las palabras “anticorrupción” y/o “comportamiento ético” en los contratos con socios comerciales.
- Garantizar que los procedimientos internos respaldan el compromiso anticorrupción de la empresa.

Los principios que se cumplen en este rubro son:

Principio	Descripción	Nivel de cumplimiento 1 mínimo 5 máximo
10	Las empresas deberían trabajar contra la corrupción en todas sus formas, como la extorsión y el soborno.	★★★★★

3. MEDICIÓN DE LOS RESULTADOS

A un año de la implementación del plan de sostenibilidad para The Maestros se cuenta con una estructura, procedimientos y la línea base de indicadores que permiten la evaluación y mejora continua del programa. En la primera etapa se trabajó en permear la cultura por el desarrollo sostenible como parte de la organización, se crearon manuales y se sentaron las bases para la creación de una nueva línea de servicio de filmaciones carbono neutral.

El presente plan de sostenibilidad implicó la formación de un comité verde al interior de la empresa y se remarca que es vital contar con el apoyo y el sentido de pertenencia de las funciones corporativas tales como desarrollo de negocios, compras, operaciones y recursos humanos pues son clave para la incorporación de la sostenibilidad en la estrategia del negocio, la cultura y las operaciones.

Tras el análisis de los resultados se identificaron diversas acciones a implementar en las siguientes fases del presente plan de sostenibilidad. Estas van relacionadas a los cuatro pilares del Pacto Mundial y el comité puede dar seguimiento a la implementación de las mismas bajo una herramienta de documentación de acciones para la mejora continua y se puede recurrir al apoyo de una empresa especializada externa para ejecutar ciertas actividades. Es así que las áreas de mejora son:

- Si bien la empresa durante el periodo del reporte creó un buzón de sugerencias; una buena práctica identificada implica que dicha herramienta de denuncia sea anónima para lo cual se sugiere migrar a una plataforma especializada en el tema y acompañar lo anterior de una capacitación tanto al personal que atiende las denuncias como para las personas que tienen una situación.
- Se realizaron visitas a la oficina y se estudiaron dos rodajes para conocer la dinámica en cuanto a la generación residuos con lo cual se definió la clasificación de residuos (4 categorías) y además se cuenta con un kit de recipientes para los rodajes. Por lo que para dar un correcto manejo de residuos se recomienda contratar a un tercero que transporte, de la correcta disposición final a los materiales y provea un reporte con el detalle del peso de los materiales.
- Un equipo de trabajo motivado por lo general es más productivo y una estrategia para impulsar el logro de los objetivos empresariales es el vincular los resultados en uno o más de los temas materiales de sostenibilidad.
- Es recomendable actualizar la política de sostenibilidad para la segunda fase del programa incluyendo los siguientes rubros: libertad de expresión, acceso a agua y saneamiento, derechos de los pueblos indígenas y derechos de las personas refugiadas y migrantes además de externar una postura sobre la libertad de asociación y la negociación colectiva.

En la tabla que aparece a continuación, se incluyen los indicadores más relevantes resultantes del programa de sostenibilidad de The Maestros correspondientes al periodo Mayo 2022 a Abril 2023 en concordancia con los lineamientos del Pacto Mundial México y la Iniciativa Mundial de Información (por sus siglas en inglés *GRI*).

No.	INDICADORES	TEMPORALIDAD	UNIDADES	Resumen	
1	GENERALES				
1.1.1	Número de proyectos que incluyen estrategias de sostenibilidad	Mensual	#	2	
1.1.2	Número de ODS que The Maestros apoya gracias a sus actividades.	Anual	#	3	
1.2.1	Materiales donados a proyectos sociales.	Semestral	Pza.	229	
1.2.2	Porcentaje del presupuesto de adquisiciones utilizado en proveedores locales.	Semestral	%	85	
1.3.1	Número de mensajes con información del programa o el Pacto enviados.	Mensual	#	17	
1.4.1	Número de personas del comité de sostenibilidad.	Anual	#	4	
1.5.1	Número de firmas de la política externa.	Mensual	#	5	
1.5.2	Contratos firmados con clientes con las cláusulas nuevas.	Mensual	#	1	
1.6.1	Número de proyectos con objetivos/acciones sociales, ambientales y/o económicos (2023).	Mensual	%	100	
2	DERECHOS HUMANOS				
2.1.1	Se han identificado los datos demográficos.	Anual	Lote	Si	
2.1.2	Número de empleados por contrato, especificar medio o tiempo completo y género.	Medio tiempo	Mensual	#	1
		Tiempo completo	Mensual	%	25
		Por proyecto	Mensual	%	75
		Género	Mensual	%	57.14%
2.2.1 2.3.1 2.4.1	Sistema de reporte de incidentes	Número de incidentes reportados	Por definir	#	1
		Número de incidentes resueltos	Por definir	#	1
		Número de personas en el comité de toma de decisión	Por definir	#	4
2.5.1	¿La Compañía cuenta con políticas / programas que promuevan la igualdad de oportunidades (independientemente del género y otras diversidades) que explícitamente se extiende a toda la cadena de valor?	Anual	Sí/No	Sí	
2.6.1	Promedio de horas de capacitación que los empleados de la organización han llevado a cabo durante el periodo del informe.	Anual	#	1	

2.6.2	Número de mensajes enviados respecto al tema.	Bimestral	#	2	
2.7.1	La empresa cuenta con medidas a tomar en el período del informe destinadas a contribuir a la abolición efectiva del trabajo infantil.	Anual	Sí/No	Sí	
2.7.2	Número total de fugas identificadas, robos o pérdidas de datos.	Mensual	#	0	
3	ESTÁNDARES LABORALES				
3.1.1	¿El sistema de la compañía y todos los empleadores importantes a lo largo de la cadena de valor tienen políticas que establezcan que la contratación, colocación, remuneración, asunción, las decisiones de entrenamiento, disciplina, retiro y terminación se basan en factores objetivos y no están relacionados con el género, edad, nacionalidad, etnia, sexualidad, raza, color, credo, casta, idioma, discapacidad mental o física, etc.?	Anual	Sí/No	Sí	
3.1.2	Promedio de horas de trabajo por semana, incluidas las horas extra.	Mensual	#	45	
3.1.3 3.1.4 3.1.5	Sistema de reporte	Número de incidentes reportados	Por definir	#	0
		Número de incidentes resueltos	Por definir	#	0
		Número de personas en el comité de toma de decisión	Por definir	#	4
3.2	Contratos firmados con cláusula.	Semestral	%	100	
3.3	Promedio de horas de capacitación que los empleados de la organización han llevado a cabo durante el periodo del informe, por: Género y Categoría.	Anual	#	1	
3.4	Representación de mujeres en puestos gerenciales, puestos calificados (no gerenciales) y no calificados.	Anual	#	4	
3.5	Número de empleados nuevos por grupo de edad, género y región.	Mensual	#	4	
3.6	Número de empleados despedidos por grupo de edad, género y región.	Mensual	#	1	
3.7	Proporción de empleados contratados por proyecto contra por contrato.	Mensual	%	75	
4	MEDIO AMBIENTE				
4.1.1	Huella ecológica:	Huella de carbono	Semestral	tCO2e	76.76
		Volúmen de agua	Semestral	m3	552.88
4.1.2	Consumo de energía.	Bimestral	Kw	21,781	
4.1.3	Consumo de combustibles líquidos (diesel).	Mensual	l	N/A	
4.1.4	Consumo de combustibles líquidos (Gas LP).	Mensual	l	6,090	
4.1.5	Consumo de combustibles gaseosos.	Mensual	kg	N/A	
4.1.6	Tipo de anticongelante (AC).	Mensual	kg	N/A	

4.1.7	Cantidad de vuelos de avión.	Mensual	#	44	
4.1.8	Alimentos del comedor.	Mensual	#	972	
4.1.9	Noches de hotel por viajes de trabajo.	Anual	#	39	
4.2.1	Iniciativas de uso reducido de agua por la empresa a través de esfuerzos de conservación del agua como resultado de la iniciativa.	Bimestral	Lote	1	
4.3.1	Promedio de horas de capacitación que los empleados de la organización han llevado a cabo durante el período del informe.	Anual	Horas	2	
5 ANTICORRUPCIÓN					
5.1	Número total de incidentes de incumplimiento de la normativa y / o códigos voluntarios sobre comunicaciones de marketing, incluida publicidad, promoción y patrocinio, por:	Incidentes de incumplimiento de las regulaciones que resultan en una multa o sanción;	Anual	#	0
		Incidentes de incumplimiento de las regulaciones que resultan en una advertencia;	Anual	#	0
		Incidentes de incumplimiento de códigos voluntarios.	Anual	#	0
5.2	Número total de miembros del órgano de gobierno que recibieron capacitación sobre anticorrupción.	Anual	#	0	
5.3	Compromiso declarado públicamente de trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluyendo soborno y extorsión.	Anual	Si/No	Si	
5.4	Compromiso de cumplir con todas las leyes relevantes, incluidas las leyes anticorrupción.	Anual	Si/No	Si	

Tabla 5

4. CONTRIBUCIÓN A LOS ODS

El objetivo de la presente sección es demostrar a qué Objetivos del Desarrollo Sostenible contribuye The Maestro a través de la ejecución del plan de sostenibilidad 2022-2023. Para ello se realizó un mapeo de las áreas de alto impacto que ayudará a The Maestros a comprender dónde concentrar sus esfuerzos. Para cada una de las áreas de impacto potencialmente alto, se identificaron uno o más indicadores que expresan de la forma adecuada la relación que existe entre las actividades de la empresa y el impacto en el desarrollo sostenible, de tal manera que el desempeño se pueda monitorear a través del tiempo.¹

Actividades	Insumos	Productos	Resultados	Impactos
¿Qué actividades se llevan a cabo?	¿Qué recursos usados podrían afectar positiva o negativamente el ODS?	¿Qué se genera con esas actividades?	¿Qué cambios se ven en la población objetivo?	¿Cuáles son los cambios como resultado de esos productos?
Una productora de contenido audiovisual ubicada en Chile y México.	Se ha identificado que los rodajes se utilizan de plásticos, electricidad, combustibles, y productos desechables. Además se tienen algunos puntos sensibles relacionados a: eliminación de todas las formas de trabajo forzado, defender la abolición efectiva de la mano de obra infantil y trabajar contra la corrupción en todas sus formas, como la extorsión y el soborno.	Creación de comerciales, contenido digital, televisión y cine.	Los grupos que pertenecen a la población objetivo son: directivos, productores ejecutivos, proveedores, crew, talento y clientes. Se busca un cambio cultural en la forma en que se planean y producen los rodajes al considerar el aspecto ambiental y social en cada proyecto y que exista una transformación hacia el desarrollo sostenible de la industria.	El punto de partida es crear la línea base de indicadores socioambientales con los cuales se va a medir el desempeño del plan ambiental a largo plazo. Posterior a ello, la venta de filmaciones carbono neutral representa una nueva línea de negocio sostenible que propone representar parte importante de las ventas del negocio.

Tabla 1

En una entrevista realizada al Comité Verde de The Maestros al inicio del proyecto, se identificaron las prioridades de su negocio, lo cual fue alineado con el análisis de la tabla 1, dando como resultado que la prioridad es enfocarse en el equipo de trabajo y los proveedores, se comentó - "Buscamos transformar el modelo tradicional de la industria, fomentando el reciclaje, el ahorro de recursos como papel y plástico y la reducción de jornadas extremas, e incorporar este modelo dentro de todos los procesos de la preproducción, los rodajes, y la postproducción."

Una vez que se ha definido el propósito, el paso siguiente es definir la línea base. Para ello, el punto de partida para obtener los indicadores ambientales, sociales y

¹ Fuente: https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2016/10/SDG_Compas_Spanish-one-pager-view.pdf

económicos es el 2022-2023, debido a que en dicho periodo se inició el proceso de adhesión ante el Pacto Mundial.

El siguiente paso es anclar los objetivos de sostenibilidad dentro del negocio. El liderazgo activo del Director General y el comité de sostenibilidad será clave para iniciar con éxito el cambio organizacional de The Maestros.

Ahora bien, la integración de objetivos de sostenibilidad se da debido a que el equipo directivo comprende el valor agregado para el negocio. Los ODS a los que The Maestros, eventos corporativos contribuye son:

 <p>5 IGUALDAD DE GÉNERO</p>	 <p>8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO</p>	 <p>12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES</p>	 <p>13 ACCIÓN POR EL CLIMA</p>	 <p>17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS</p>
<ul style="list-style-type: none"> • Promover acciones que pongan fin a la discriminación de mujeres dentro de la industria. • Generar y promover oportunidades de trabajo en donde no se discrimina por género. 	<ul style="list-style-type: none"> • Jornadas laborales de acorde a las condiciones físicas ideales de las personas. • Inversión en el desarrollo de los menores que colaboran en la producción de materiales audiovisuales. • Evitar la emisión de comisiones de venta fuera de las negociaciones oficiales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Medición de la huella de carbono. • Manejo responsable de residuos. • Uso eficiente del agua. • Generación de conciencia para una producción sostenible. • Uso de productos y servicios ecológicos. • Venta de rodajes carbono neutral. 	<ul style="list-style-type: none"> • Compensación de la huella de carbono de rodajes a través de certificados de carbono. 	<ul style="list-style-type: none"> • Colaborar con la industria para desarrollar una cadena de proveeduría en pro del planeta y así los costos sean accesibles para los diversos grupos de clientes.

Tabla 2

The Maestros difunde los objetivos mencionados en la lista anterior a través de su página web, boletines internos/externos y redes sociales.

Comunicación de Progreso realizado por:
Jesús Herrera Arango
Sebastián Lanzagorta Pérez