

Sarape®



MEMORIA ESG 2026

**Nos une
el propósito**

SOBRE ESTE REPORTE

Alcance. Este documento es el Informe ESG 2025 de Sarape e integra el desempeño Ambiental, Social y de Gobernanza de las cuatro entidades que conforman Sarape: Sarape Social (México, Guatemala y Europa), El Telar, Sarape Films y manto.

Periodo cubierto. Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2025.

Frecuencia. Anual. Este es el primer informe ESG consolidado del grupo bajo una metodología homologada para todas las organizaciones.

Fecha de publicación. Junio 2026.

Estándares de referencia. Este reporte ha sido elaborado con referencia a los Estándares GRI (Global Reporting Initiative) y considera la alineación con marcos complementarios como SASB (Sustainability Accounting Standards Board) y TCFD (Task Force on Climate-related Financial Disclosures), tal como se identificó en nuestro análisis de materialidad.

Reconocemos que este es el inicio de un proceso de mejora continua. Cada año fortaleceremos la cobertura de indicadores, la calidad de los datos y el alcance del inventario, especialmente en lo relativo a la medición de huella ambiental (Alcance 3) y la integración de oficinas que aún no figuran completamente en este reporte.

Contacto para consultas sobre este reporte. Para preguntas, retroalimentación o solicitudes de información adicional sobre este informe, puede contactarse con:

Marien Aubert (Líder de Evolución del Grupo)
marien@sarapesocial.com

Óscar Limón (Líder de Evaluación e Impacto)
oscar.limon@sarapesocial.com

sarapegroup.com

SOMOS SARAPE

Un grupo global de empresas y organizaciones creativas conformado por:



Somos una agencia internacional especializada en marketing e innovación social y medioambiental. Nos dedicamos a desarrollar metodologías personalizadas para gestionar y comunicar proyectos de manera efectiva, utilizando la creatividad, la innovación y el pensamiento ecosistémico como pilares fundamentales. Nuestro objetivo es generar economías con propósito, acelerando el impacto positivo de las empresas y ayudándolas a cumplir sus ambiciosas metas de sostenibilidad. Estamos presentes en diversas regiones, incluyendo México, Guatemala, España y algunas áreas de África, lo que nos permite tener un alcance global.



En la región de Centroamérica, nos enfocamos en la sostenibilidad y regeneración, comprometidas con la transformación sistémica a través de cambios de comportamiento. Abarcamos áreas clave como el crecimiento económico, la salud, la educación, la migración, la agricultura y el turismo regenerativo. Integramos metodologías para maximizar el valor social y ambiental, asegurando que nuestras intervenciones tengan un impacto duradero y significativo en las comunidades donde operamos.

El Telar

Somos una asociación civil, donataria autorizada, dedicada a provocar cambios significativos para el bienestar de las personas, comunidades y territorios. A través de programas de desarrollo y comunicación cuidadosamente diseñados, nos enfrentamos a los desafíos actuales y estamos orientados a resultados concretos, superando barreras sociales y ambientales en toda Latinoamérica.



Sarapefilms®

Somos una productora apasionada por desarrollar y producir historias con un fuerte impacto cultural y socioambiental. Como una empresa B certificada, cumplimos con los más altos estándares de impacto social y ambiental. Nuestro compromiso con la excelencia nos ha llevado a ser galardonada con el Creative Impact Award SIMA 2022, un reconocimiento a nuestra dedicación y calidad en la producción cinematográfica.



manto

Somos una desarrolladora innovadora de soluciones basadas en la naturaleza, enfocada en impulsar transiciones productivas regenerativas. Nuestro trabajo se basa en el aprovechamiento de los recursos naturales para crear modelos sostenibles que benefician tanto al medio ambiente como a las comunidades involucradas.



¿QUÉ SIGNIFICA SER SARAPE?

Ser Sarape es reconocer que, aunque cada organización tiene su propio impacto y esencia, juntas amplificamos nuestra capacidad de transformación. A Sarape Social, Sarape Films, El Telar de Sarape y manto nos une un mismo objetivo:

Crear valor con propósito.

Buscamos que cada acción beneficie a nuestras personas aliadas y active círculos virtuosos en todos los ecosistemas donde actuamos. Por eso este año nos enfocamos en la integración, entendiendo que ser Grupo va más allá del nombre: compartimos valores, visión y responsabilidad con las comunidades donde trabajamos.

"Buscamos que las inversiones y los esfuerzos ambientales y sociales generen valor estratégico. Creemos que se pueden hacer bien las cosas y podemos estar bien haciéndolas."

– Hassan Oropeza, CEO y Fundador

La transformación social pide colaboración profunda e inteligencia colectiva. Trabajar como Grupo nos permite coordinarnos mejor, elevar estándares y decidir con la integridad al centro de cada proyec-

PALABRAS DE NUESTRAS DIRECCIONES

“Este año comprendimos que el verdadero trabajo comienza internamente: haciendo equipo. Nos reinventamos, ajustamos ritmos, redefinimos roles y aunque nos reconstruimos, nuestros proyectos y compromisos nos sostuvieron. Este reporte refleja nuestros logros, pero, sobre todo, un aprendizaje: un futuro más justo se construye desde adentro hacia afuera”.

Paloma Patlán, Sarape Social México

“El 2025 demostró que el impacto real exige adaptación y una confianza profunda en el territorio y con todos los actores con los que colaboramos. Superamos los modelos de escritorio para co-crear soluciones con más de 50 aliados, transformando la agricultura regenerativa y el crecimiento económico en salud sistémica. Todo bajo una ética como base del desarrollo, asegurando que cada avance técnico sea, ante todo, una transformación humana con propósito y valor a largo plazo. En 2026, nos enfocaremos en salud, agricultura y turismo regenerativo, buscando conectar lo social con lo empresarial, lo local con lo global”.

Milagros Polanco, Sarape Social Guatemala

“Este año se definió nuestra identidad en Sarape, basada en colaboración y resiliencia. Fortalecimos procesos internos y llevamos a cabo intervenciones como LAPIS El Mirador, centradas en la educación y bienestar infantil. El Telar se consolida como un laboratorio de ideas para la educación ambiental, equidad de género e inclusión social. Nuestros programas generan confianza y credibilidad, preparándonos para un impacto más profundo”.

Mariana Lazos, El Telar

“Este año fue uno de evolución, donde nuestra experiencia nos impulsó a lanzar oficialmente manto como nuestra plataforma regenerativa. Definimos su ADN y propósito sobre pilares clave: agua, suelo, carbono, biodiversidad y cohesión social, consolidando un portafolio de proyectos en agricultura, ganadería y turismo. Nos afirmamos como un puente entre las personas, la revitalización de sus territorios y los objetivos climáticos de las empresas. Mirando al 2026, nuestro futuro regenerativo nos emociona aún más. El foco estará en el escalamiento territorial y técnico, expandiendo nuestro Modelo de Agregados de carbono y biodiversidad, llevando la agricultura regenerativa a nuevas cuencas e implementando pilotos en ganadería láctea y los primeros prototipos de turismo biorregional”.

Alessa Araiza, manto

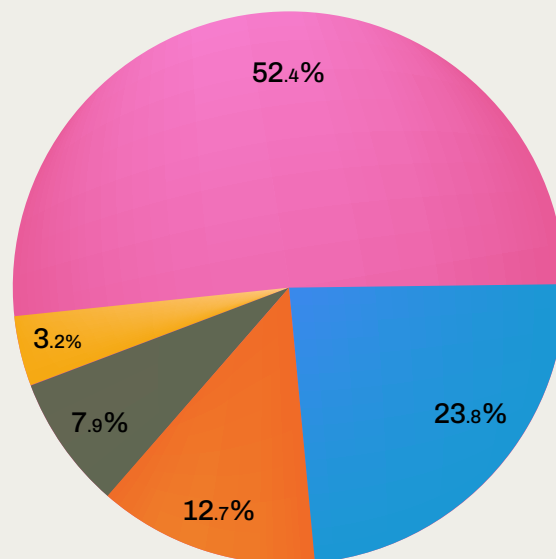


ANÁLISIS DE MATERIALIDAD ESG

Nuestro análisis de materialidad es el compás que guía nuestras decisiones en sostenibilidad. Este ejercicio reflexivo nos permite identificar y priorizar los temas Ambientales, Sociales y de Gobernanza (ESG) esenciales para asegurar la continuidad de nuestro negocio y la creación de valor a largo plazo.

Enriquecimos nuestra evaluación de materialidad con la participación de 63 voces diversas, cada una aportando una perspectiva única a nuestro diálogo. Contamos con la valiosa contribución de 34 empleados, 15 proveedores, 8 clientes, 5 beneficiarios, 1 inversionista y 1 participante de otro sector.

Estas voces aseguran que nuestras acciones estén alineadas con las necesidades reales de nuestros entornos y comunidades, fortaleciendo así nuestro compromiso con un futuro sostenible y equitativo.



DISTRIBUCIÓN DE RESPUESTA
Empleados 52.4%, Proveedores 23.8%,
Clientes 12.7%, Beneficiarios 7.9%, Otro 3.2%

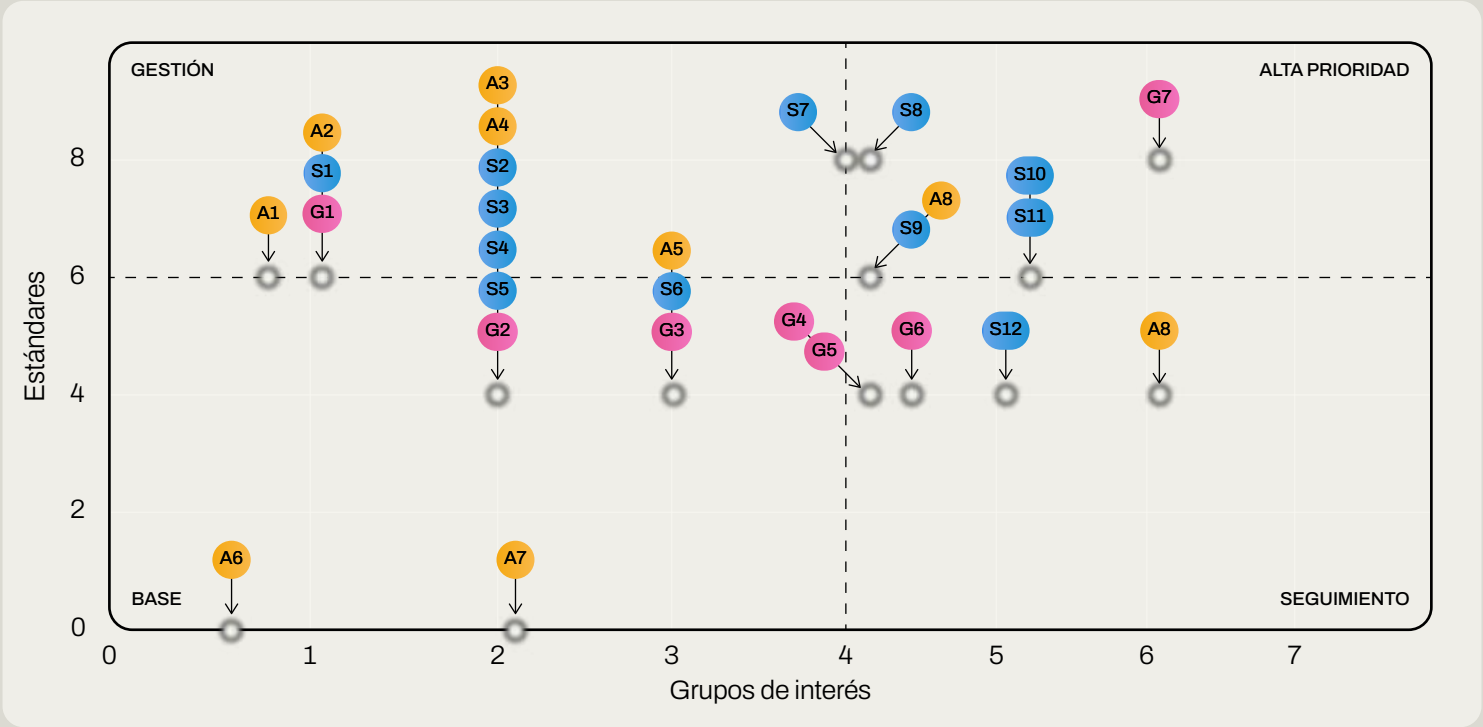
Metodología de evaluación.

Para este reporte, mapeamos temas clave en una matriz de dos dimensiones y cuatro cuadrantes:

Grupos de interés (eje X)
Prioridad otorgada por inversionistas, colaboradores, clientes y comunidades.

Estándares normativos en ESG (eje Y)
Alineación con marcos globales como GRI, SASB y TCFD.

Cuadrantes clave
Alta prioridad, Gestión, Seguimiento y Base.



Gobernanza (G)

- G1. Gestión de riesgos
- G2. Innovación y transformación digital
- G3. Gobernanza corporativa
- G4. Transparencia y Anticorrupción
- G5. Relaciones con stakeholders
- G6. Prácticas de pago
- G7. Ética empresarial y cumplimiento

Ambiental (A)

- A1. Emisiones de gases de efecto invernadero
- A2. Gestión de residuos
- A3. Protección de la biodiversidad
- A4. Adaptación y resiliencia al cambio climático
- A5. Transición de energías renovables
- A6. Divulgación y reporte de la huella de carbono
- A7. Gestión de emisiones en la cadena de suministro
- A8. Consumo y gestión de agua
- A9. Reciclaje y reutilización

Social (S)

- S1. Medición de la satisfacción del cliente
- S2. Conciliación de vida laboral y personal
- S3. Desarrollo de talento y formación continua
- S4. Derechos laborales y libertad de asociación
- S5. Condiciones laborales en la cadena de suministro
- S6. Condiciones de trabajo y bienestar social
- S7. Protección de datos y privacidad
- S8. Diversidad Equidad e Inclusión
- S9. Salud y seguridad en el lugar de trabajo
- S10. Atención al cliente y experiencia de usuario
- S11. Protección de los derechos humanos
- S12. Impacto social y económico local

En la siguiente tabla se presenta un resumen de los principales temas materiales identificados, resultado del análisis y cruce de información realizado. Este compendio refleja aquellos asuntos prioritarios para la organización y sus grupos de interés, sirviendo como base para la toma de decisiones y la gestión estratégica.

TEMA MATERIAL	CATEGORÍA ESG	CUADRANTE	ODS VINCULADOS
Diversidad, equidad e inclusión	Social	Alta prioridad	5, 8, 10
Ética Empresarial y cumplimiento	Gobernanza	Alta prioridad	16
Protección de Datos y Privacidad	Social	Alta prioridad	16
Consumo y gestión de agua	Ambiental	Alta prioridad	6, 12
Atención al cliente y experiencia de usuario	Social	Alta prioridad	12
Salud y seguridad en el lugar de trabajo	Social	Alta prioridad	3, 8
Emisiones de gases de efecto invernadero	Ambiental	Gestión	13
Gestión de residuos	Ambiental	Gestión	11, 12
Medición de la satisfacción del cliente	Social	Gestión	12
Gestión de riesgos	Gobernanza	Gestión	16
Transición a energías renovables y eficiencia	Ambiental	Gestión	7, 13
Protección de la biodiversidad	Ambiental	Gestión	14, 15
Adaptación y resiliencia al cambio climático	Ambiental	Gestión	13

En este contexto, la materialidad establece los temas críticos que realmente importan para la organización y sus grupos de interés, delimitando el foco de atención estratégica. A partir de ello, posteriormente se realizó el análisis de riesgos que actúa como un complemento indispensable, ya que permite identificar, evaluar y priorizar los eventos que podrían afectar negativamente esos aspectos materiales.

En otras palabras, mientras la materialidad define el "qué importa", el análisis de riesgos profundiza en el "qué podría salir mal", estimando su probabilidad e impacto para facilitar una gestión más informada, preventiva y alineada con los objetivos organizacionales.

ANÁLISIS DE RIESGO

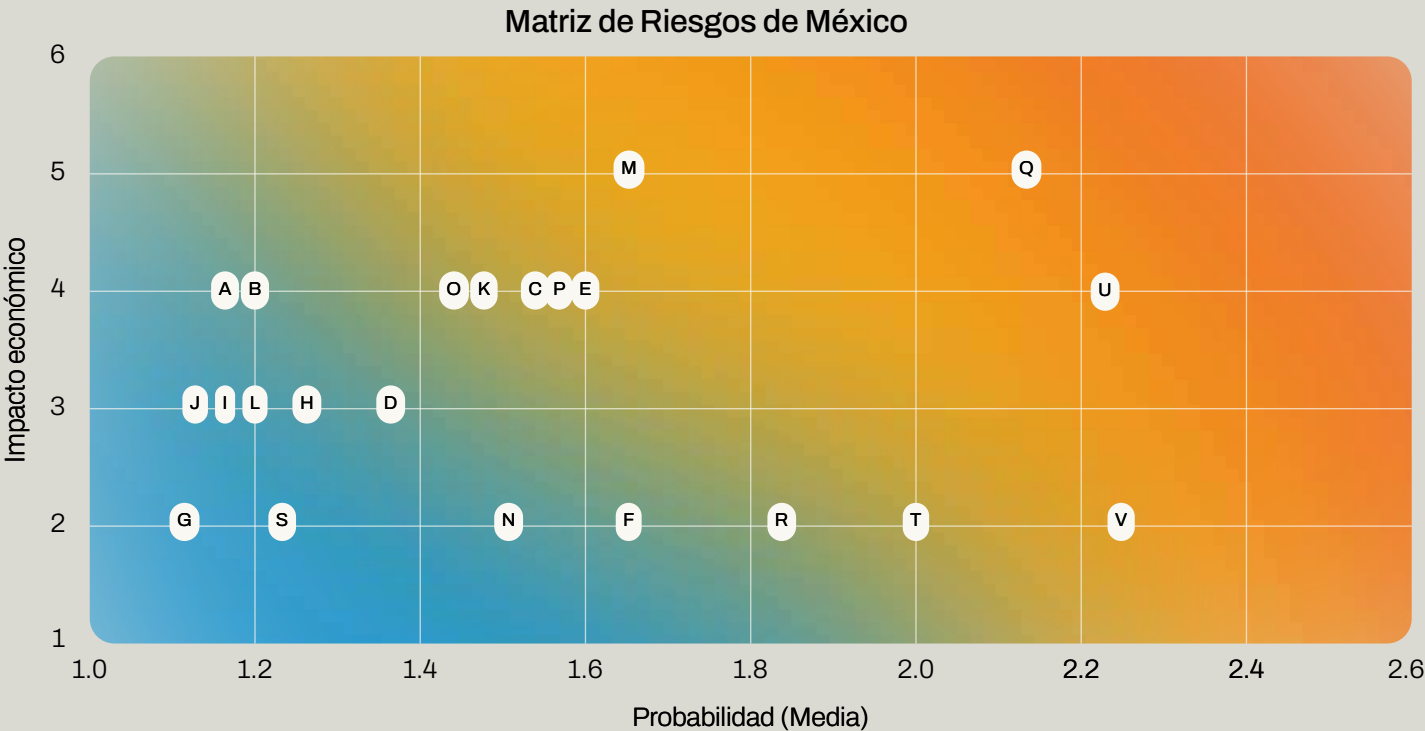
La matriz guía nuestra gobernanza, asegurando un entorno de trabajo seguro, diverso y equitativo, alineado con prácticas éticas. A continuación presentamos la matriz de riesgo de México y Guatemala apegada a los marcos normativos y legales de cada país.

Realizamos nuestra matriz de riesgos asegurando una visión integral. La matriz evalúa:

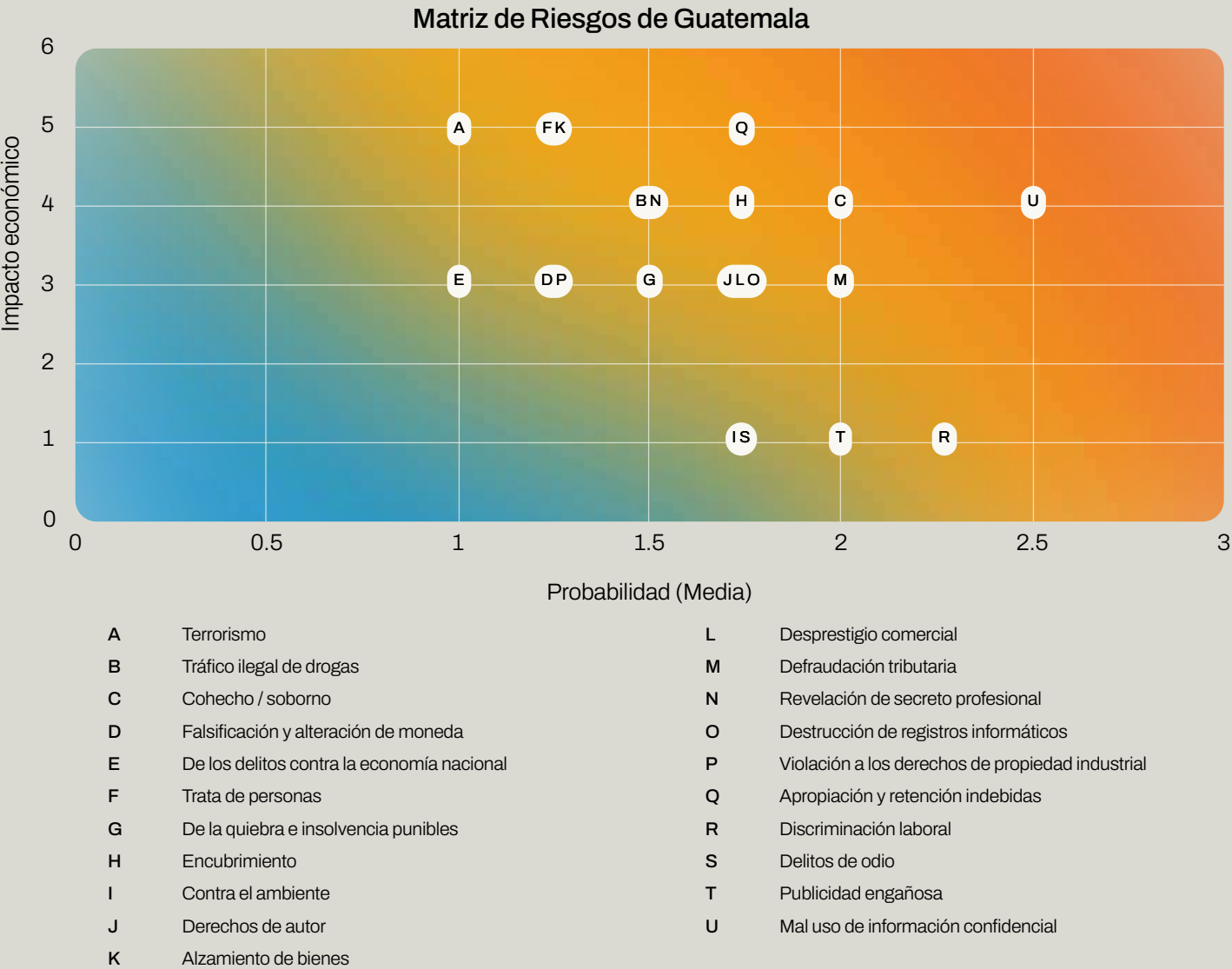
- Probabilidad (eje X)
- Impacto económico e institucional (eje Y)

Los riesgos se clasifican en tres líneas:

- **Riesgos críticos:** Delitos de alto impacto económico como fraude que requieren vigilancia.
- **Riesgos de probabilidad media:** Delitos como corrupción que necesitan controles preventivos.
- **Riesgos de cumplimiento:** Terrorismo y falsificación, aunque de baja probabilidad, se gestionan con tolerancia cero.



A	Terrorismo	L	Comercio, tráfico de vehículos robados
B	Uso ilícito de instalaciones	M	Fraude
C	Contra la salud	N	Encubrimiento
D	Corrupción de personas menores de 18 años	O	Operaciones con recursos de procedencia ilícita
E	Tráfico de influencia	P	Contra el ambiente
F	Soborno	Q	En materia de derechos de autor
G	Falsificación y alteración de moneda	R	Discriminación laboral
H	Contra el consumo y riqueza nacionales	S	Delitos de odio
I	Tráfico de menores	T	Publicidad engañosa
J	Comercialización habitual de objetos robados	U	Revelación de información privada
K	Robo de vehículos	V	Mal uso de información confidencial



Según los resultados del análisis de riesgos se priorizará el trabajo en México en tres líneas:

- En materia de derechos de autor
- Revelación de información privada
- Mal uso de información confidencial

De la misma manera en Guatemala se enfocará la gestión de riesgos en estas tres líneas:

- Mal uso de información confidencial
- Apropiación y retención indebidas
- Cohecho y soborno

A partir de los resultados asumimos de manera institucional como Sarape el compromiso de fortalecer y ampliar nuestros procesos de gestión, incorporando asesoría especializada en ciberseguridad para robustecer la protección de la información y blindar aún más nuestras operaciones. De forma paralela, en Guatemala impulsaremos una revisión integral y el ajuste de todos los protocolos de seguridad, seguros del equipo y de las acciones en campo, asegurando así entornos de trabajo seguros y resilientes.

PREMIOS Y RECONOCIMIENTOS EXTERNOS

Los reconocimientos que recibimos en 2025 son señales de que vamos por buen camino. Cada uno valida una práctica de nuestras empresas y organizaciones y nos compromete a sostenerla.

Lo más relevante.

- Re-certificación como Empresa B tras superar el B Impact Assessment (BIA)
- Adhesión a los Women's Empowerment Principles (WEPs) de ONU Mujeres
- Benevity Goodie Awards 2025 — categoría Moonshot, primer lugar global con CEMEX
- Premio IRF "Find a Way" — Guatemala por el programa Vive la Vía
- Premio IRF "Find a Way" — México por la campaña Elige bien y seguro llegas
- Boston College Innovation Awards 2025 — 2° lugar global por Nodos de Resiliencia
- Publicación académica en ESIC y nominación a los Flourish Prizes 2025 vía AIM2Flourish

Membresías e iniciativas globales.

Women's Empowerment Principles (WEPs)

TIPO

Adhesión institucional

OTORGANTE

ONU Mujeres / Pacto Global de las Naciones Unidas

TEMA MATERIAL VINCULADO

Diversidad, equidad e inclusión

QUÉ SIGNIFICA

Sumarnos a una comunidad global de empresas comprometidas con la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres.

POR QUÉ NOS IMPORTA

Porque la igualdad no se declara, se construye día a día. Esta adhesión nos compromete con acciones concretas que se reportarán anualmente ante WEPs.TT

Membresías e iniciativas globales.

Empresa B (re-certificación)
TIPO
Recertificación trianual
OTORGANTE
B Lab Global, mediante el B Impact Assessment (BIA)
TEMA MATERIAL VINCULADO
Ética empresarial y cumplimiento, gobernanza
QUÉ SIGNIFICA
Cada tres años renovamos esta certificación, confirmando que seguimos integrando criterios sociales y ambientales en nuestras decisiones, operaciones y propuesta de valor.
POR QUÉ NOS IMPORTA
Demuestra impactos positivos reales para nuestros clientes y comunidades, no solo intención. La certificación es auditada por un tercero independiente.

Premios por proyectos de impacto.

Premio "Find a Way"
GUATEMALA
OTORGANTE
International Road Federation (IRF)
PROYECTO RECONOCIDO
Vive la Vía, programa de seguridad vial en Ciudad de Guatemala
TEMA MATERIAL VINCULADO
Salud y seguridad, impacto social y económico local
LOGRO
Reconocimiento global por la innovación de la iniciativa y su contribución a generar impactos sociales y ambientales positivos.
QUÉ RECONOCE
Soluciones replicables en seguridad vial que combinan diseño urbano, datos y articulación gubernamental.

Premios por proyectos de impacto.

Benevity Goodie Awards 2025
CATEGORÍA MOONSHOT

OTORGANTE
Benevity

PROYECTO RECONOCIDO
Movimiento Círculo Verde, en colaboración con CEMEX México

TEMA MATERIAL VINCULADO
Gestión de residuos, transición regenerativa

LOGRO
Primer lugar global en la categoría Moonshot.

QUÉ RECONOCE
Programas de impacto social con enfoque regenerativo, circular y alcance global, celebrando la colaboración entre territorios, organizaciones y comunidades.

Premios por proyectos de impacto.

Premio "Find a Way"
MÉXICO

OTORGANTE
International Road Federation (IRF)

PROYECTO RECONOCIDO
Campaña Elige bien y seguro llegas

TEMA MATERIAL VINCULADO
Salud y seguridad, atención al cliente y experiencia de usuario

LOGRO
Reconocimiento global Find a Way Award.

QUÉ RECONOCE
Estrategias de comunicación que generan cambio de comportamiento medible en seguridad vial.

Premios por proyectos de impacto.

Boston College Innovation Awards 2025

OTORGANTE

Boston College Center for Corporate Citizenship

PROYECTO RECONOCIDO

Nodos de Resiliencia, en Mérida (con CEMEX)

TEMA MATERIAL VINCULADO

Adaptación y resiliencia al cambio climático, impacto social y económico local

LOGRO

2° lugar global entre proyectos internacionales.

QUÉ RECONOCE

Enfoque colaborativo para fortalecer la resiliencia urbana, reducir riesgos ante desastres y promover comunidades sostenibles.

Publicaciones académicas.

ESIC

EDITORIAL ACADÉMICA

TÍTULO

Economía del comportamiento, neurociencia y gamificación: un lenguaje para la transformación social a través de la comunicación

APORTE

El capítulo explica cómo la comunicación puede impulsar cambios sociales más efectivos cuando integra economía del comportamiento, neurociencia y gamificación. Estas disciplinas permiten entender cómo las personas realmente toman decisiones, influidas por emociones, sesgos y estímulos, para diseñar mensajes e intervenciones más atractivas y participativas que no solo informen, sino que influyan en conductas.

POR QUÉ NOS IMPORTA

Fortalece nuestra presencia académica y consolida la base teórica detrás de nuestras metodologías de cambio de comportamiento.

AIM2Flourish

NOMINACIÓN A FLOURISH PRIZES 2025

TÍTULO

Narrativas que transforman: Impacto y Propósito

APORTE

Visibiliza innovaciones empresariales con impacto social a nivel global.

POR QUÉ NOS IMPORTA

Nominación a los Flourish Prizes 2025.

HITOS DEL SARAPE

Más allá de los reconocimientos externos, hay logros que celebramos hacia adentro: momentos en los que cada empresa y organización que forma Sarape dio un paso decisivo en su propósito. Estos hitos no llevan placa, pero marcan la trayectoria de Sarape y le dan textura al año que cerramos.

SARAPE
FILMS

Contamos historias por la justicia.

- Mis Dos Sentencias es un documental estrenado en febrero de 2025 en Nueva York que retrata a cuatro mujeres encarceladas por las acciones de sus parejas, evidenciando el machismo y las fallas del sistema judicial.
- Participamos en la Incubadora del GIFF con el proyecto Alina, una historia de legítima defensa, coproducido con Onza Américas. El largometraje fue seleccionado entre 25 proyectos y recibió asesorías de productores como Paola Herrera (Carlos Reygadas, Amat Escalante), Andrew Hou-chens (Tribeca, SXSW, Hot Docs) y Claudia Rivera Aubert.

SARAPE
SOCIAL
MÉXICO

Las narrativas que transforman empiezan con la verdad.

Seleccionadas entre los mejores de Iberoamérica en El Ojo con "No sé si abortar o no", una plataforma que acompaña decisiones difíciles con información clara y empática.

SARAPE
SOCIAL
GUATEMALA

Cada grano cuenta una historia de transformación.

Seleccionadas entre los mejores de Iberoamérica en El Ojo con "No sé si abortar o no", una plataforma que acompaña decisiones difíciles con información clara y empática.

MANTO

Los saberes que se regeneran.

- Transformamos nuestros aprendizajes sobre lo que implica operar un programa de carbono a partir de la experiencia en la cuenca Los Planes.
- Ese conocimiento nos permitió diseñar y ejecutar la Cumbre de Conciencia Agroempresarial, una iniciativa de articulación sistémica para transiciones regenerativas biorregionales y el primer paso en el desarrollo del programa de carbono en agricultura regenerativa para Jalisco.

EL TELAR

Donde el juego es aprendizaje.

- Acompañamos a las infancias de San Cristóbal para crear un espacio vivo de juego y convivencia.
- Con metodologías participativas, trabajamos con la comunidad de Vistahermosa Huitepec para habilitar un espacio de encuentro y sembrar la semilla para siguientes etapas de colaboración.

NUESTRO COMPROMISO CON LOS ODS

Como parte de nuestro compromiso con el desarrollo sostenible, alineamos nuestras acciones con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030. Este año contribuimos con nuestra operación a 13 de los 17 ODS:

Con nuestra operación contribuimos directamente a 13 de los 17 Objetivos del Desarrollo Sostenible

	ODS 1 Fin de la pobreza		
	ODS 2 Hambre cero		ODS 11 Ciudades y comunidades sostenibles
	ODS 3 Salud y bienestar		ODS 12 Producción y consumo responsables
	ODS 4 Educación de calidad		ODS 13 Acción por el clima
	ODS 5 Igualdad de género		ODS 15 Vida de ecosistemas terrestres
	ODS 6 Agua limpia y saneamiento		ODS 16 Paz, justicia e instituciones públicas
	ODS 10 Reducción de desigualdades		ODS 17 Alianzas para lograr los objetivos



GOBERNANZA

Congruencia como principio transversal

La gobernanza en Sarape se vive como práctica diaria: tomar decisiones con coherencia entre lo que decimos y lo que hacemos, con un valor con propósito siempre a la vista.

"La capacidad de articulación y de influencia que tenemos como agencia nos obliga a ser más responsables con todo lo que diseñamos, porque cada vez impacta a más personas. Fuimos audaces en empujar hacia un valor con propósito, llevando todas las iniciativas sociales y ambientales hacia un modelo de valor compartido y estratégico."

— Marien Aubert

Lo más relevante de nuestra gobernanza en números y acciones.

67%

del Consejo son mujeres

33%

hombres

Código de Ética y Conducta con tres políticas marco: Anticorrupción y Prácticas Indebidas, Diversidad e Inclusión, y Canal de Denuncia

Política de No-Acoso activada con respuesta inmediata ante denuncia en 2025

Sesiones trimestrales del Consejo Operativo de Sarape

90%

de avance en plan de comunicación con grupos de interés

Comité de Ética y Compliance en consolidación para 2026

Composición del Consejo: liderazgo con paridad.

Nuestro máximo órgano de gobierno está integrado por 67% mujeres y 33% hombres. Esta composición es resultado de una decisión consciente: la diversidad en la toma de decisiones genera mejor estrategia y mayor coherencia con nuestro propósito.

El Consejo Operativo del Sarape sesiona trimestralmente para revisar objetivos, metas y avances de cada empresa, asegurando alineación entre las cuatro entidades del grupo.

Ética e integridad: nuestro marco normativo.

Sarape está comprometido con el impulso de cambios sistémicos orientados a la transformación social, en favor del desarrollo humano, sostenible y regenerativo. Por ello contamos con un Código de Ética y Conducta que establece los principios a seguir por todas las personas que en Sarape.

Este Código se articula en tres políticas integradas a la operación diaria:

- **Política Anticorrupción y Prácticas Indebidas:** cero tolerancia ante actos ilícitos. Lineamientos para prevenir conflictos de interés, soborno y prácticas indebidas.
- **Política de Diversidad e Inclusión:** principios que guían la gestión interna y las relaciones con clientes, comunidades y proveedores.
- **Canal de Denuncia:** mecanismo activo y accesible para reportar cualquier situación contraria al código.

La Política de No-Acoso establece el protocolo de respuesta ante cualquier denuncia. En 2025 activamos este mecanismo cuando un colaborador reportó acoso por parte de un cliente: comisión ad-hoc para investigación, cambio de cuenta a petición del colaborador y reporte formal a la empresa cliente para su seguimiento.

Casos confirmados de corrupción y acciones tomadas.

Durante 2025 no se confirmaron casos de corrupción en ninguna de las entidades del Sarape. La Política Anticorrupción y Prácticas Indebidas se mantiene activa como marco preventivo, y el Canal de Denuncia permanece disponible para reportar cualquier sospecha o incidente. Como compromiso 2026, ampliaremos la capacitación formal en políticas de ética y anticorrupción a todo el equipo del grupo, registrando cobertura y horas para reportar este indicador con mayor precisión en el próximo informe.

De vuelta a la operación independiente: una nueva etapa.

En 2025 completamos la transición de procesos administrativos, legales y contables que estaban centralizados con un grupo de empresas. Asumimos internamente la gestión de contratación, nómina, prestaciones, seguridad social y cumplimiento legal y fiscal.

Esta independencia no fue solo administrativa: nos permitió diseñar procesos a la medida de nuestra cultura y asumir plena responsabilidad sobre cada eslabón de la operación.

Grupos de interés: escucha activa como mandatorio.

Mantenemos comunicación constante con nuestros grupos de interés —clientes, equipo, comunidades, aliados, proveedores e inversionistas— a través de cuestionarios de materialidad, ejercicios de retroalimentación y espacios de diálogo directo.

Para 2026 ejecutaremos un plan de acción que atienda los aspectos materiales más relevantes identificados.

Compromisos en consolidación

COMPROMISO	AVANCE	PRÓXIMOS PASOS 206
Comunicación constante con grupos de interés	90%	Ejecutar plan de acción sobre los aspectos materiales identificados en análisis de materialidad.
Transparencia en la gestión: cultura de integridad y responsabilidad	60%	Consolidar el Comité de Ética y Compliance. Mantener sesiones trimestrales del Consejo Operativo del Grupo



AMBIENTAL

La sostenibilidad empieza en casa

Acompañar a otras organizaciones en sus compromisos ambientales nos invita a observar también nuestra propia operación. En esta sección compartimos los avances que estamos construyendo como Sarape, como parte de un camino de coherencia en evolución.

Esta sección reporta el desempeño ambiental del Sarape: nuestra huella, nuestras acciones concretas y nuestros compromisos hacia 2030.

Lo más relevante ambientalmente en números y acciones.

2.02 TONCO₂EQ

de huella de carbono total medida en oficinas Guadalajara 2025

95%

de las emisiones provienen del consumo de energía eléctrica (Alcance 2)

Medición completa de huella de carbono siguiendo estándares GHG Protocol.

Manifiesto Verde: principios de economía circular de Sarape.

Política de manejo de residuos operando al 100% en los dos espacios.

Política ambiental Sarapera activa sobre residuos y energía. Comité de Ética y Compliance en consolidación para 2026.

Meta 2040: net carbon zero en Alcances 1, 2 y 3 (Climate Pledge).

Pendiente 2026: completar medición de Alcance 3 e integrar oficinas CDMX al inventario.

Nuestra estrategia ambiental.

La estrategia ambiental interna de Sarape se organiza en cuatro líneas:

- **Eficiencia:** gestión responsable de energía, agua y residuos en operaciones.

- **Mitigación:** reducción de emisiones directas e indirectas, con metas anuales medibles.
- **Cultura regenerativa:** formación interna para que cada persona del equipo comprenda y practique hábitos alineados con nuestros compromisos.
- **Coherencia con manto:** los aprendizajes metodológicos de nuestros proyectos territoriales informan las decisiones operativas del grupo, cerrando el ciclo entre lo que hacemos afuera y lo que vivimos adentro.

Política ambiental Sarapera.

-
- I. Consumo responsable de agua
-
- II. Gestión circular de materiales
-
- III. Movilidad consciente
-
- IV. Compras sostenibles
-
- V. Oficina carbono neutro hacia 2030

Huella de carbono 2025.

Este año realizamos una medición de nuestra huella de carbono siguiendo los estándares del GHG Protocol Corporate Accounting and Reporting Standard, bajo el enfoque de Control Operacional.

Cobertura geográfica incluidas: Oficinas Guadalajara (datos completos y verificables).

Excluidas temporalmente: Oficinas Ciudad de México. Durante 2025 hubo una reestructuración operativa con cambio de domicilio que generó discontinuidad en la trazabilidad de datos. Para mantener la precisión del inventario, se priorizó normalizar la captura de datos para integrarse en 2026.

Emisiones Alcance 1: Emisiones directas.

COMPROMISO	DESCRIPCIÓN	EMISIÓN (tonCO ₂ eq)
Extintores	Emisiones Fugitivas	0.0008
Refrigeradores	Sistemas HVAC	0.1072
TOTAL ALCANCE 1		0.1080

Emisiones Alcance 2: Energía Eléctrica.

CONSUMO (kWh)	FACTOR DE EMISIÓN (kgCO ₂ eq/kWh)	EMISIÓN (tonCO ₂ eq)
4,301	0.444	1.9096

Emisiones totales en 2025.

ALCANCE	FUENTE	EMISIÓN (tonCO ₂ eq)
1	Fugas (extintores y refrigerantes)	0.1080
2	Consumo de energía eléctrica	1.9096
TOTAL		2.0176

El 95% de nuestras emisiones provienen del consumo eléctrico (Alcance 2), lo que orienta claramente nuestra estrategia de mitigación: eficiencia energética y transición hacia fuentes renovables son la prioridad para los próximos años.

Límites operativos.

Alcance 1 excluye combustión móvil (no tenemos flota vehicular propia; los traslados van con terceros en Alcance 3) y combustión estacionaria (sin calderas, hornos ni plantas de emergencia).

Alcance 3 está pendiente de medición. Los traslados a campo, viajes de avión, producción audiovisual y servicios de terceros serán incluidos en el inventario 2026. Reconocer esta brecha forma parte de nuestra transparencia como organización.

Acciones de mitigación 2025

En nuestra operación diaria

- Movilidad híbrida: política de trabajo remoto y presencial que reduce desplazamientos.
- Gestión circular de materiales: en talleres, eventos y reuniones usamos vasos y materiales reciclables y activamos la separación de residuos orgánicos.
- Separación de residuos orgánicos en la oficina de Guadalajara, con “Hagamos Composta”.
- Campaña de basura digital (Sarape Social México): eliminamos 35,000 correos electrónicos, reduciendo 1,000 kg de CO₂ y donando \$355 MXN a la conservación del bosque en Querétaro — un ejemplo pequeño pero concreto de que el compromiso ambiental vive en el equipo.

Lo que viene en 2026

- Normalizar la captura de datos para integrar las oficinas de CDMX al inventario de Gases de Efecto Invernadero (GEI).
- Incluir la medición de Alcance 3, incluyendo por primera vez de forma detallada los traslados a campo, viajes de negocio, servicios de tercero, entre otros.
- Implementar un sistema robusto de indicadores ambientales en proyectos y campañas.
- Desarrollar la estrategia de cumplimiento para el Climate Pledge, trazando la ruta crítica para alcanzar emisiones netas cero (net carbon zero) en los Alcances 1, 2 y 3 hacia el año 2040.
- Generar indicadores específicos en materia de residuos para fortalecer la trazabilidad y eficiencia de nuestras políticas de economía circular.
- Impulsar nuevas iniciativas de sostenibilidad enfocadas en la optimización del consumo de agua y la transición hacia fuentes de energía renovable en todos nuestros espacios operativos.



SOCIAL

Las personas en el centro

En Sarape, lo social es la razón por la que existimos. Cuidar a quienes hacen posible nuestro trabajo y acompañar a las comunidades donde operamos son dos caras del mismo compromiso con un valor con propósito.

Desde un pensamiento ecosistémico, entendemos que ambas dimensiones se alimentan mutuamente. El bienestar de nuestro equipo se traduce directamente en la calidad del impacto que generamos en territorio, y cada proyecto comunitario nos recuerda por qué vale la pena sostener una cultura interna sana, diversa y consciente.

Esta sección la organizamos en dos pilares:

- Talento y Cultura: cómo cuidamos a nuestra gente.
- Impacto en comunidades: cómo acompañamos la transformación de los territorios donde trabajamos.

Lo más relevante en Talento y Cultura.

84 PERSONAS

activas, 50% mujeres, 48% hombres, 2% trans y NB, brecha salarial 0%.

\$250,000

invertidos en formación, 760 horas de capacitación.

70%

de satisfacción del equipo, 70% recomendarían trabajar en Sarape.

Riesgo psicosocial Alto bajó

DE 17% A 11%

0

días de trabajo perdidos por lesiones.

0

accidentes y/o fatalidades relacionadas con el trabajo en 2025.

Evaluación 360 aplicada por primera vez a todo Sarape.

Lo más relevante de Impacto en comunidades.

74

proyectos ejecutados por Sarape en 2025.

MÁS DE 286,000

beneficiarios directos entre Guatemala, México y proyectos de El Telar.

Premios internacionales: Boston College Innovation Awards, IRF "Find a Way" (México y Guatemala), Benevity Goodie Awards (Moonshot).

Alcance territorial: 7 estados de México, 2 departamentos de Guatemala y Estados Unidos.

Más de 50 comunidades y aliados en Guatemala.

5 piezas documentales sobre Alma Monarca, primera obra propia presentada en Jalisco desde José Pablo Moncayo hace 70 años.

Talento y Cultura.

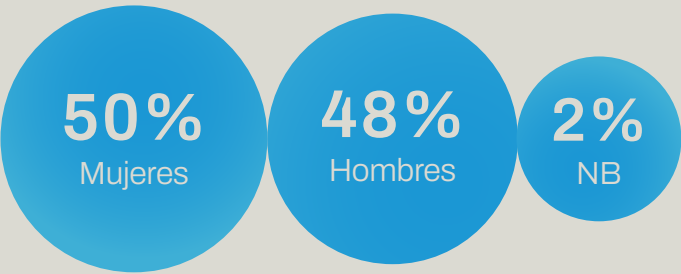
Somos diversidad.

EQUIPO ACTIVO A DICIEMBRE 2025

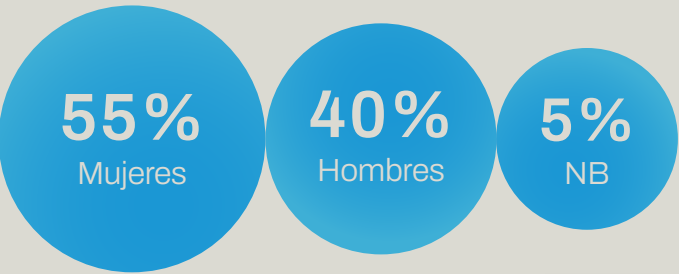
TOTAL 103 Personas



GÉNERO



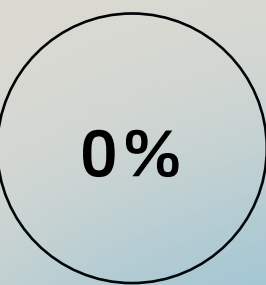
GÉNERO LIDERAZGOS



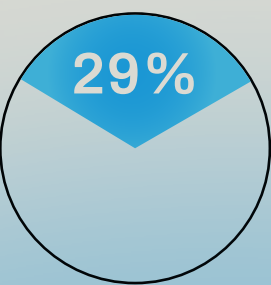
EDADES



BRECHA SALARIAL



TASA DE ROTACIÓN



Escuchar para mejorar: atracción de talento.

35 personas nuevas se sumaron al equipo en 2025. El tiempo promedio de contratación fue de 2 meses; algunos procesos fluyeron bien y otros se retrasaron por carga operativa o por la especialización técnica que pedían los perfiles.

Desde la escucha activa a candidatos y candidatas, identificamos fallas en la comunicación durante el proceso. Tomamos nota y actuamos: comunicación clara y constante en cada etapa, manual de reclutamiento, capacitación a liderazgos y más capacidad operativa. Establecimos KPIs para monitorear la calidad del proceso, porque medir es la única manera de mejorar de verdad.

También nos sumamos al programa federal "Jóvenes Construyendo el Futuro", incorporando a una joven en Recursos Humanos.

Cumbre Virtual 2025: un equipo, un propósito.

El 26 de septiembre todo el equipo se articuló en la Cumbre Virtual Somos Sarape: alineación estratégica, dinámicas de teambuilding y capacitación en Comunicación Asertiva.

Cumbre de Líderes: el liderazgo se practica.

El liderazgo se ejercita todos los días. Por eso pausamos operaciones tres días para mirar a la organización con profundidad: no sólo desde los resultados, sino desde la cultura, los hábitos y los valores que de verdad vivimos.

Formación y desarrollo: invertir en las personas.

Capacitar al equipo es clave para lograr el impacto que buscamos. En 2025 invertimos cerca de \$250,000 pesos en cursos, talleres, foros y encuentros: 760 horas de aprendizaje colectivo.

Algunos temas que trabajamos: creatividad e innovación, diseño regenerativo, conservación, producción audiovisual, género, comunicación asertiva, procuración de fondos y marketing digital.

Integración como estrategia.

La palabra del año fue integración. Tras la separación de grupo de empresas al que pertenecíamos nos planteamos dos objetivos:

1. Homologar procesos y cultura como Sarape. Tomamos las mejores prácticas de cada empresa y unificamos reclutamiento, onboarding, control de personal y expedientes. Aplicamos por primera vez Diagnóstico de Clima, Encuesta de Riesgos Psicosociales y Evaluación 360 a todo Sarape.
2. Independizar Recursos Humanos. Asumimos internamente los procesos legales, de nómina y prestaciones, asegurando el cumplimiento legal y fiscal sin errores.

Ambos objetivos se cumplieron. Para 2026 nos quedan pendientes la homologación de la Evaluación de Desempeño, el pago de nóminas y el Plan de Carrera, Crecimiento y Bonos.

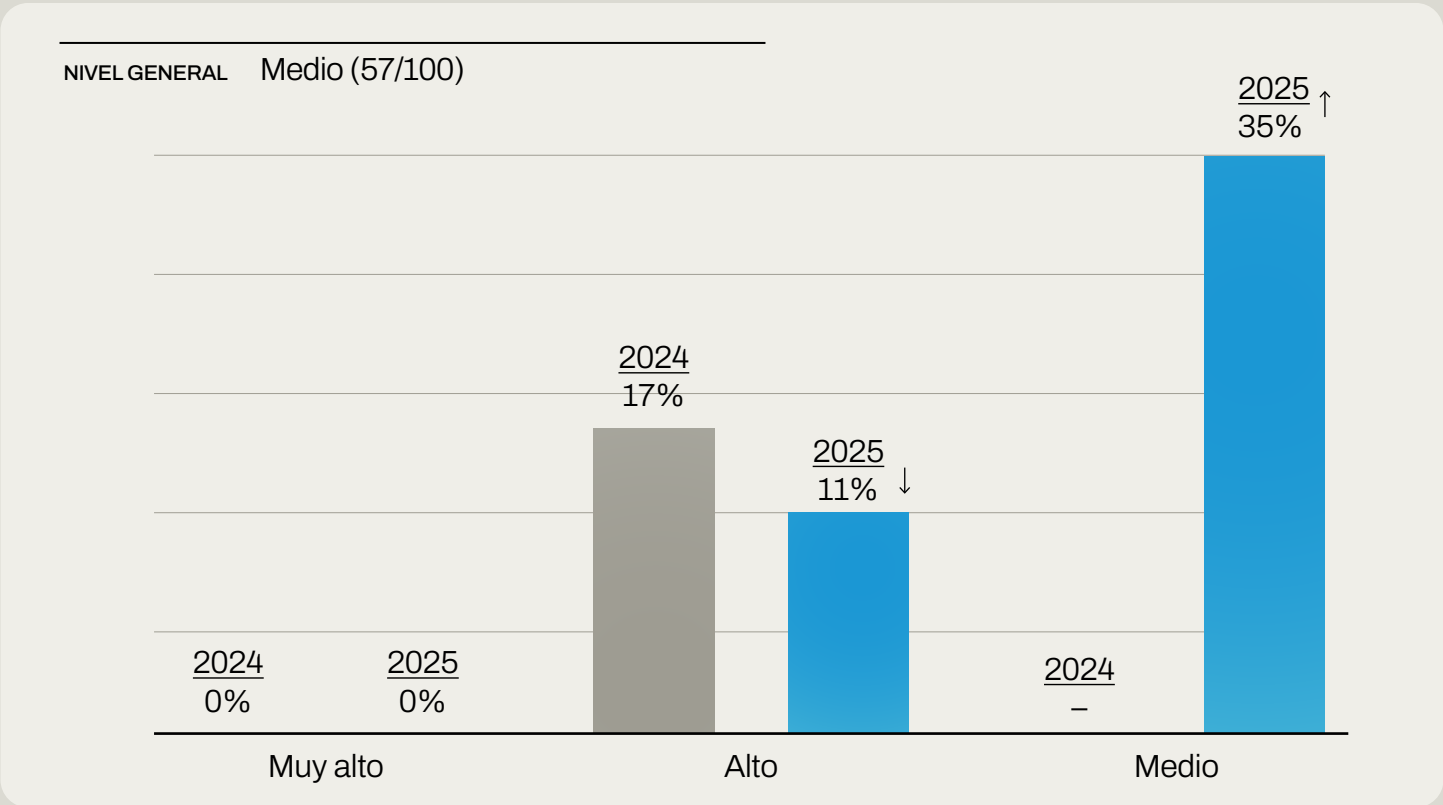
Seguridad y salud en el trabajo.

La salud y seguridad del equipo es prioridad. Contamos con:

- Seguridad Social (IMSS) para empleados
- Seguro privado (Seguros Monterrey o Seguro Sofía) para colaboradores y prestadores de servicios
- Seguro de vida para colaboradores de Sarape Social México y manto
- Protocolo y capacitaciones para seguridad en campo
- Brigada de Seguridad en oficinas
- Participación en el Simulacro Nacional en Guadalajara y CDMX

Riesgos psicosociales: tercer año midiendo.

Por tercer año consecutivo y primero con todo Sarape aplicamos la Encuesta de Riesgos Psicosociales.



El riesgo Alto bajó 6 puntos y el Muy Alto se mantiene en cero. El crecimiento del Medio refleja una mejor identificación de los riesgos, no un retroceso.

Resolución de conflictos: actuar con firmeza.

En 2025 atendimos una denuncia por acoso que un colaborador sufrió por parte de un cliente. Conformamos una comisión ad-hoc, investigamos los hechos conforme a nuestra Política de No-Acoso, cambiamos al colaborador de cuenta de inmediato a su petición y reportamos la situación a la empresa cliente para que diera seguimiento según su protocolo.

Evaluación de desempeño: crecer con claridad.

Nuestro modelo combina dos herramientas.

La Evaluación de Desempeño alinea los esfuerzos individuales con la estrategia de valor con propósito, ofrece retroalimentación objetiva y reconoce logros. En 2025 se aplicó en Sarape Social México, Guatemala, manto y El Telar. Para 2026 buscamos unificarla en todo Sarape.

Las Evaluaciones 360, basadas en el modelo de competencias de Sarape, recogen miradas de líderes, pares y equipo a cargo. En 2025 por primera vez todas las organizaciones del grupo participaron, consolidando esta metodología como transversal para el desarrollo del talento sarapero desde un enfoque ecosistémico.

Impacto en comunidades.

Somos puente entre organizaciones y comunidades

para generar transformación con propósito. Acompañamos a otras organizaciones en el diseño, implementación y gestión de programas con impacto. Estos programas se materializan gracias a la inversión y el compromiso de nuestros clientes; nuestro rol es aportar conocimiento técnico, metodologías y acompañamiento estratégico para alinear sus objetivos de negocio con impactos positivos y medibles en donde operan.

Impacto consolidado por empresa.

Sarape articula capacidades complementarias para generar impacto territorial verificable:

EMPRESA	PROYECTOS	BENEFICIARIOS DIRECTOS	PREMIOS
Sarape Social México	20	— 253	Boston College Innovation Awards (Nodos de Resiliencia)
Sarape Social Guatemala	6	193,089	IRF "Find a Way" Global (Vive la Vía)
El Telar	4 (En 7 ciudades)	5,790	"Find a Way" (México) Campaña Elige bien y seguro llegas.
manto	11	414	Cumbre Agroempresarial SADER-DIAGEO
Sarape Films	48	—	Estreno mundial Mis Dos Sentencias (Justice Film Festival NY)



Comunicación y estrategia para el impacto

20 proyectos ejecutados articulando metodologías de cambio de comportamiento, comunicación estratégica y evaluación de impacto.

Estos proyectos demuestran que la transformación social requiere estrategias integrales que conecten el propósito empresarial con el impacto territorial verificable.

FICHA DE PROYECTO

CEMEX: cuatro programas estratégicos



CLIENTE
CEMEX

UBICACIÓN
México

TEMÁTICA
Sustentabilidad, seguridad vial, vivienda, resiliencia urbana.

ALIANZAS
Gobiernos locales, comunidades, sectores productivos.

RECONOCIMIENTOS
Boston College Center for Corporate Citizenship — Innovation Awards 2025.

METODOLOGÍA
Implementación y comunicación de cuatro programas que combinan educación, diseño urbano, autoconstrucción y modelo colaborativo para resiliencia

- LOGROS CLAVE
- EM0: trabajo con gobiernos y comunidades por cero muertes y lesiones graves en tránsito, mediante educación, diseño urbano e intervenciones tácticas (ciclovías, señalización) y diseño de políticas públicas
 - Patrimonio Hoy: vivienda digna mediante manuales de autoconstrucción comunitaria
 - Círculo Verde: cultura ecológica, reciclaje y educación ambiental
 - Nodos de Resiliencia: 2° lugar global en Boston College Innovation Awards 2025 por su enfoque en reducción de riesgos, resiliencia urbana y sostenibilidad comunitaria.

FICHA DE PROYECTO

BBVA México: educación financiera para PyMEs



CLIENTE	UBICACIÓN
BBVA México	Digital (México)
TEMÁTICA	
Educación financiera	
ALIANZAS	
Plataforma BBVA Edufin	



METODOLOGÍA
Ruta pedagógica que traduce objetivos financieros en aprendizajes accionables, desarrollada en una serie de cuatro módulos que abordan los desafíos financieros de las PyMEs.
LOGROS CLAVE
- Alineación de contenidos e indicadores para impulsar cambios reales en la gestión - Mejora en la capacidad de las personas dueñas de negocio para entender, organizar y tomar decisiones financiera

FICHA DE PROYECTO

Driscoll's: reputación comunitaria con productores



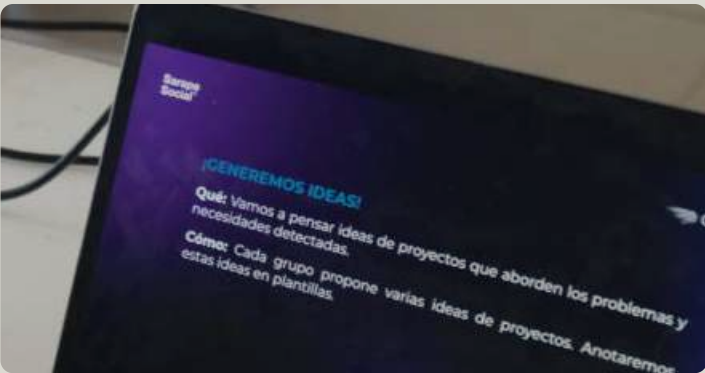
CLIENTE	UBICACIÓN
Driscoll's	Puebla y Tlaxcala
TEMÁTICA	
Comunicación comunitaria, reputación corporativa	



METODOLOGÍA
Estrategia de comunicación participativa y pedagógica en territorio, modelo de reputación comunitaria con medición estructurada y capacitación a personal operativo en vocería basada en evidencia.
LOGROS CLAVE
90% de confianza percibida hacia la empresa 93% de satisfacción en actividades comunitarias 91%–100% de satisfacción en procesos de capacitación interna - Fortalecimiento de relaciones con productores agrícolas

FICHA DE PROYECTO

Clarios: STEM y emprendimiento



CLIENTE
Clarios

UBICACIÓN
Nuevo León

TEMÁTICA
Educación STEM, emprendimiento, responsabilidad corporativa



METODOLOGÍA
Diseño de programas sociales integrales vinculados con tecnología, cuidado ambiental y emprendimiento, con acompañamiento estratégico y desarrollo de narrativa de impacto

- LOGROS CLAVE
- Replanteamiento estratégico del programa Arranca el Futuro
 - Modelo de fortalecimiento de capacidades en STEM con enfoque en campo y optimización de recursos.

FICHA DE PROYECTO

L'Oréal Group: consumo responsable



CLIENTE
L'Oréal Group

UBICACIÓN
México

TEMÁTICA
Consumo responsable, reducción de plásticos



METODOLOGÍA
Diseño e implementación de campaña de consumo responsable enfocada en productos refill.

- LOGROS CLAVE
- Promoción de hábitos de consumo que reducen el uso de plástico y envases de un solo uso.
 - Posicionamiento de la marca en sostenibilidad desde la acción del consumidor.

FICHA DE PROYECTO

Kellogg's, OXXO y BAMX: marketing con causa



CLIENTE
Kellogg's, OXXO,
BAMX

UBICACIÓN
Querétaro, Puebla
y Monterrey

TEMÁTICA
Seguridad alimentaria, marketing con causa



METODOLOGÍA
Campaña en punto de venta con dinámicas lúdicas y educativas para sensibilización.

- LOGROS CLAVE**
- 65% de conversión en punto de venta.
 - 6 de cada 10 personas alcanzadas se sensibilizaron sobre desperdicio de alimentos.
 - Transformación del espacio comercial en un momento de conexión y concientización.

FICHA DE PROYECTO

Diageo: reputación digital



CLIENTE
Diageo

UBICACIÓN
Digital (México)

TEMÁTICA
Reputación corporativa, comunicación digital



METODOLOGÍA
Activación de redes sociales con enfoque en reputación corporativa y narrativa estratégica

- LOGROS CLAVE**
- Activación de redes sociales con enfoque en reputación
 - Fortalecimiento del posicionamiento de marca a través de narrativa estratégica

FICHA DE PROYECTO

BAMX: posicionamiento de causa



CLIENTE
Banco de Alimentos
de México

UBICACIÓN
México

TEMÁTICA
Seguridad alimentaria



METODOLOGÍA
Diseño de estrategia de comunicación para posicionamiento de causa.

- LOGROS CLAVE
- Fortalecimiento del posicionamiento del no desperdicio de alimentos y la seguridad alimentaria en México

Otros clientes de Sarape Social México

Campañas de comunicación con: Philip Morris, Frabel, InDrive, Fundación Marisa, INFEJAL, Neo y Orbia.

Transformación comunitaria con enfoque regenerativo

6 proyectos ejecutados, 193,089 beneficiarios directos, 100,765 indirectos.

FICHA DE PROYECTO

Conexión Raíz



CLIENTE

Fundación BI
(Banco Industrial)

UBICACIÓN

Alta Verapaz

TEMÁTICA

Agricultura regenerativa, educación financiera, fortalecimiento del tejido social.

ALCANCE E IMPACTO

193 beneficiarios directos (137 mujeres, 56 hombres), 965 indirectos, 363 horas de monitoreo en parcela.

ALIANZAS

2 gobiernos locales, Banco Industrial.

METODOLOGÍA

Modelo agroforestal con bioinsumos, cosecha asociativa de café, malanga y cúrcuma, junto con educación financiera en laboratorios de ideas (La Joya).

LOGROS CLAVE

- Socialización de aplicación digital para productores.
- Plan de vida definido para participantes.
- Bancarización de beneficiarios.
- Área sembrada con modelo agroforestal.

FICHA DE PROYECTO

Vive la Vía



CLIENTE	UBICACIÓN
ABI Foundation	Ciudad de Guatemala
TEMÁTICA	
Seguridad vial y movilidad sostenible.	
ALCANCE E IMPACTO	
89,000 beneficiarios directos, 97,000 indirectos.	
ALIANZAS	
Municipalidad de Guatemala, EMETRA, EMT, ABI Foundation	



METODOLOGÍA
Intervenciones innovadoras en seguridad vial para motoristas, recolección de datos de siniestralidad 2024–2025 y campañas en puntos de intervención
LOGROS CLAVE
- Premio IRF "Find a Way" a nivel global - Convenio gubernamental vigente hasta 2026 - Rueda de prensa y publicación en medios locales - Participación en Congreso de Seguridad Vial

FICHA DE PROYECTO

Mejores Días Para Crecer Juntos



CLIENTE	UBICACIÓN
Kellanova	Alta Verapaz y Chimaltenango
TEMÁTICA	
Nutrición infantil y desarrollo comunitario	
ALCANCE E IMPACTO	
3,799 beneficiarios directos (382 mujeres, 350 hombres, 449 infancias 0–6 años, 753 infancias 0–14 años), 2,800 indirectos.	
ALIANZAS	
2 gobiernos locales, Kellanova	



METODOLOGÍA
Primera implementación de Kobo Toolbox sin internet, 2 evaluaciones nutricionales, evaluación post nutricional con estudiantes de la URL y 1 tour de medios.
LOGROS CLAVE
- Crecimiento normal en menores de 5 años: de 35.8% a 52.9% (+17.1%) - Retardo severo en mayores de 5 años: de 17.8% a 13.8% (–5%) 27% más madres perciben mejora en energía de sus hijos 12% más familias desayunan diariamente (de 87% a 99%) 18.6% más familias practican higiene de manos consistentemente.

Otros clientes de Sarape Social Guatemala

Grupo AG (Informe de lanzamiento y sostenibili-
dad junto con campaña Varillas de Esperanza), AG
Export (Manuales de fortalecimiento para PyMEs)



Tejiendo bienestar desde el espacio común

4 proyectos ejecutados en 7 ciudades: León, Querétaro, CDMX, Aguascalientes, Sisal, Guadalajara, San Cristóbal de las Casas. 5,790 beneficiarios totales.

FICHA DE PROYECTO

LAPIS El Mirador



CLIENTE

LAPIS, Fundación FEMSA, Fundación Placemaking México, Coca-Cola

UBICACIÓN

San Cristobal de las Casas

TEMÁTICA

Regeneración de espacios públicos, infancias, cohesión comunitaria.

ALCANCE E IMPACTO

249 niños y niñas beneficiados, 642 m² intervenidos, más de 50 personas voluntarias, 2 activaciones lúdicas

ALIANZAS

LAPIS, Fundación FEMSA, Fundación Placemaking México, Coca-Cola FEMSA

METODOLOGÍA

Diseño participativo con infancias, jornadas de voluntariado, instalación de comité comunitario y materiales educativos para uso y mantenimiento.

LOGROS CLAVE

- Mejora de accesibilidad, seguridad y funcionalidad (acceso, senderos, iluminación, delimitación)
- Instalación de mobiliario y juegos
- Primera etapa de baño ecológico para infancias

TESTIMONIO

"El LAPIS ha sido visitado frecuentemente por las familias de la comunidad, incluyéndome. Estamos muy contentos de tener un espacio común de encuentro, además de tener un lugar donde llevar a las niñas y niños después de la escuela."

— Ernesto, integrante de la comunidad

FICHA DE PROYECTO

Open Walls



CLIENTE
Art Wknd GDL, Subaru, QIN

UBICACIÓN
Guadalajara

TEMÁTICA
Arte urbano, transformación de espacio público

ALCANCE E IMPACTO
64.5% percepción positiva del mural, 87% considera al arte como medio de reflexión, transformación del anfiteatro durante GDL ART WKND 2025

METODOLOGÍA
Intervención artística liderada por Guillermo Celis con artistas tapatíos para transformar el espacio público en un lugar más vibrante, inclusivo y significativo

ALIANZAS
Art Wknd GDL, Subaru, QIN, Sarape Social, Wall Writers, Cultura GDL, Gobierno de Guadalajara

FICHA DE PROYECTO

Ferias Fundación Grupo Modelo (AB INBEV)



CLIENTE
Fundación Grupo Modelo

UBICACIÓN
León, Querétaro, CDMX, Aguascalientes, Sisal, Perú

TEMÁTICA
Consumo responsable, seguridad vial, prevención.

ALCANCE E IMPACTO
5,334 personas alcanzadas, 101 actividades, 18 días de activaciones, 2 alianzas.

ALIANZAS
Fundación Grupo Modelo, Secretaría de Seguridad Ciudadana CDMX.

METODOLOGÍA
Espacios dinámicos e interactivos sobre consumo responsable, capacitación a personal de establecimientos (Servicio Responsable de Bebida) y campañas con SSC CDMX sobre el binomio alcohol-volante.

LOGROS CLAVE

- Reducción de 16.8 puntos en ventas ilícitas a menores (87.4% → 70.6%)
- Capacitación de 245 establecimientos con 82.2% de certificación
- Distribución de más de 74,000 muestras de Corona Cero
- Más de 3,000 personas en dinámicas educativas
- 45 oficiales capacitados en escucha y empatía
- 276 voluntarios limpiaron playas
- Mejora del 56.9% en conocimientos sobre prevención

TESTIMONIO
Me di cuenta de la poca conciencia que existe al no pedir identificación. Conocí muchas colonias y me gustó aportar capacitando sobre los daños del alcohol en menores. Agradezco la oportunidad."

FICHA DE PROYECTO

Cumbre ConCiencia Agroempresarial



CLIENTE
Diageo, SADER, Don Julio

UBICACIÓN
Guadalajara

TEMÁTICA
Agricultura regenerativa, transiciones productivas, gobernanza territorial.

ALCANCE E IMPACTO
207 asistentes, calificación 9.44/10, 4 alianzas.



METODOLOGÍA
2 días de conferencias, paneles y networking, con 2 conferencias magistrales y 5 paneles temáticos sobre agua, suelo, economía circular y ordenamiento territorial.

LOGROS CLAVE
Visión empresarial, regenerativa y de corresponsabilidad público-privada articulada en un solo espacio

TESTIMONIOS
"Todo, los ponentes con demasiada experiencia y el hecho de que todo estuviera bien organizado en tiempos, hizo el foro interesante y nada tedioso."

"La agricultura regenerativa sí funciona, y que las empresas grandes y representativas de la cadena estén participando y abiertas a compartir su experiencia y conocimiento."

"Buen nivel de los presentadores y panelistas, así como de los comentarios y puntos de los participantes."

manto

Soluciones basadas en la naturaleza para territorios regenerativos

FICHA DE PROYECTO

Pulso Norte: Agricultura Regenerativa



CLIENTE

Kilimo, Latidos por el Agua

UBICACIÓN

Norte de México

TEMÁTICA

Agricultura regenerativa, riego de precisión



ENFOQUE

Acelera seguridad hídrica en cuencas críticas

LOGROS CLAVE

- Diagnósticos participativos en 3 cuencas principales
- Caracterización de hectáreas agrícolas
- Narrativas compartidas

FICHA DE PROYECTO

Los Planes: Capital Natural



CLIENTE
iAlumbra, Rancho Cacahilas

UBICACIÓN
Baja California Sur

TEMÁTICA
Modelo de agregados de carbono y biodiversidad

ENFOQUE
Primer modelo de créditos de alta integridad

- LOGROS CLAVE
- 250 muestras de carbono orgánico del suelo
 - Modelos comparativos de prácticas regenerativas (obras de retención)
 - Línea base con metodología DUMAS y Ecometric

FICHA DE PROYECTO

Raíces del Agua



CLIENTE
Killimo, Diageo

UBICACIÓN
Jalisco

TEMÁTICA
Gestión hídrica comunitaria, agricultura regenerativa.

ENFOQUE
Cadena agrícola resiliente

- LOGROS CLAVE
- Narrativas compartidas
 - Articulación comunitaria

FICHA DE PROYECTO

Transiciones Regenerativas Lácteas



CLIENTE
Mondelēz

UBICACIÓN
Hidalgo, Jalisco, Guanajuato
y Aguascalientes

TEMÁTICA
Ganadería sostenible en cadena láctea



ENFOQUE
Reducción de emisiones Alcance 3.

- LOGROS CLAVE
- Línea base de Alcance 3 en ganadería
 - Diseño de diagnóstico y análisis sostenible

FICHA DE PROYECTO

Modelo de Turismo Regenerativo



CLIENTE
Casitas Maraika

UBICACIÓN
Puerto Vallarta

TEMÁTICA
Turismo regenerativo



ENFOQUE
Modelo pionero con impacto biocultural

LOGROS CLAVE
Modelo replicable de turismo con impacto ecosistémico.

Otros clientes de manto

Altos Planos Inc (Análisis de ciclo de vida), Metalsa (Estrategia de economía circular), CHEP México (Benchmark clientes LATAM), Nuup (Innovación agrícola con herramientas tecnológicas).

Sarapefilms®

Historias que transforman

46 proyectos totales (24 con Sarape, 22 externos),
36 personas en el equipo, 17 clientes externos.

Eventos pro bono y coberturas con descuento social.

PROYECT

Manifiesto manto

Cobertura Sistema B (1)

Cobertura Sistema B (2)

FLII

REDIM

DESCRIPCIÓN

Pieza audiovisual pro bono que articula la visión, propósito y pilares regenerativos de manto como brazo regenerativo de Sarape

Cobertura a costo de producción del evento sobre el mundial como impulsor de la economía mexicana

Cobertura a costo de producción de mesas de diálogo en Guadalajara enfocadas en conectar empresas grandes con empresas B

Segundo año de colaboración cubriendo 50% del costo. Cobertura completa del evento, entrevistas a sponsors y contenido digital. Reunión de empresas e inversores sobre inversión de impacto

Animación sobre mecanismo de protección de adolescentes en movilidad. Descuento del 20% con plazos extendidos. Perspectiva infantil, no adultocentrista. Aplicación de cuestionarios en 3-4 países, creación de guion, identidad visual y nuevo personaje (ave que representa el mecanismo)

FICHA DE PROYECTO

L'Oréal: Conserva la Belleza



CLIENTE
L'Oréal Group

UBICACIÓN
Digital (México)

TEMÁTICA
Consumo responsable, sustentabilidad



DESCRIPCIÓN
Contenidos para Amazon México que conectan cuidado personal con cuidado del planeta, posicionando productos refills.

FICHA DE PROYECTO

Grupo AG (Aceros de Guatemala)



CLIENTE
Aceros de Guatemala

UBICACIÓN
Guatemala

TEMÁTICA
Sostenibilidad, vivienda



DESCRIPCIÓN
Primera participación con Grupo AG: video emocional e inspirador para Informe de Sostenibilidad 2024, junto con contenidos para campaña Varillas de Esperanza que beneficia a dueños de hogares sin terminar.

FICHA DE PROYECTO

InDrive: Cuidar nos Mueve



CLIENTE
InDrive

UBICACIÓN
Ciudad de México

TEMÁTICA
Movilidad de cuidados



DESCRIPCIÓN
Producción audiovisual para campaña del primer movimiento de movilidad de cuidados en Latinoamérica. Red de apoyo entre usuarios, conductores y aliados.

FICHA DE PROYECTO

Gobierno de Jalisco: Jalisco con Estrella



CLIENTE
Gobierno de Jalisco

UBICACIÓN
Jalisco

TEMÁTICA
Infraestructura educativa



DESCRIPCIÓN
Video emblema del programa que transforma infraestructura de más de 7,000 escuelas públicas en espacios seguros y funcionales.

FICHA DE PROYECTO

Shell LiveWIRE: New Ventures



CLIENTE
Shell LiveWIRE

UBICACIÓN
Nueva Orleans

TEMÁTICA
Economías locales, emprendimiento



DESCRIPCIÓN
Videos de pequeñas empresas que participan en una iniciativa que fortalece economías locales mediante emprendimiento, innovación y empleabilidad. Iniciativa presente en 20 países.

FICHA DE PROYECTO

Jr. NBA y Her Time to Play (NBA para ESPN)



CLIENTE
NBA, ESPN

UBICACIÓN
México

TEMÁTICA
Deporte, transformación social



DESCRIPCIÓN
Serie de cortometrajes y programa de televisión sobre el proyecto social de NBA. Entrenamiento, superación de obstáculos y deporte como medio de transformación y bienestar

FICHA DE PROYECTO

Instituto de Liderazgo Simone de Beauvoir (ILSB)



CLIENTE
ILSB

UBICACIÓN
México

TEMÁTICA
Agenda feminista, defensoras del territorio



DESCRIPCIÓN
Segunda temporada del podcast Mujeres de Fuego y Tierra sobre defensoras del territorio en México, junto con video conmemorativo de 25 aniversario con línea de tiempo, archivo y momentos clave

FICHA DE PROYECTO

Juan Pablo Contreras: Mechicano



CLIENTE
Juan Pablo Contreras

UBICACIÓN
Jalisco

TEMÁTICA
Legado musical mexicano



DESCRIPCIÓN
5 piezas documentales sobre el proceso creativo de Alma Monarca del primer compositor en presentar obra propia en Jalisco desde José Pablo Moncayo (hace más de 70 años).

FICHA DE PROYECTO

Mis Dos Sentencias (estreno mundial)



CLIENTE
Producción propia

UBICACIÓN
Mundial

TEMÁTICA
Sostenibilidad, vivienda

RECONOCIMIENTOS
Estreno en Justice Film Festival 2025



DESCRIPCIÓN
Documental que acompaña las historias de Gheisel, Fabiola, Natividad y Selene, mujeres encarceladas por las acciones de sus parejas, exponiendo el abuso, el machismo y las fallas sistémicas que moldearon sus vidas. Estreno en febrero de 2025.

FICHA DE PROYECTO

Fundación Grupo Modelo: contenidos mensuales



CLIENTE
Fundación Grupo Modelo

UBICACIÓN
México

TEMÁTICA
Consumo responsable, medio ambiente



DESCRIPCIÓN
Contenidos mensuales para redes sociales en instalaciones, Feria de San Marcos e intervenciones en universidades. Posicionamiento como empresa socialmente responsable en consumo responsable y medio ambiente.

FICHA DE PROYECTO

BBVA: Plataforma Edufin



CLIENTE	UBICACIÓN
BBVA	México

TEMÁTICA
Educación financiera, cambio de comportamiento



DESCRIPCIÓN
Videos para la plataforma BBVA Edufin dirigidos a distintas audiencias para promover talleres de educación financiera

FICHA DE PROYECTO

Diageo: Estrategia de Comunicación y Reputación



CLIENTE	UBICACIÓN
Diageo	Digital (México)

TEMÁTICA
Estrategia ESG, construcción de comunidad



DESCRIPCIÓN
Reels mensuales para Instagram que visibilizan la estrategia ESG de la marca y construyen comunidad.

FICHA DE PROYECTO

Fundación Friedrich Naumann: Democracia y Estado de Derecho



CLIENTE	UBICACIÓN
Fundación Friedrich Naumann	México

TEMÁTICA
Estado de derecho, economía de mercado, sociedades abiertas



DESCRIPCIÓN
Producción de videos documentales y entrevistas con organizaciones como México Evalúa, Impunidad Cero y Denuncia.org promoviendo valores democráticos.

FICHA DE PROYECTO

Alina (Incubadora GIFF)



CLIENTE

Coproducción con Onza
Américas

UBICACIÓN

Guatemala

TEMÁTICA

Sostenibilidad, vivienda

RECONOCIMIENTOS

Selección oficial Incubadora GIFF



DESCRIPCIÓN

Largometraje seleccionado entre 25 proyectos en la Incubadora del GIFF, con asesorías de productores como Paola Herrera (Carlos Reygadas, Amat Escalante), Andrew Houchens (Tribeca, SXSW, Hot Docs) y Claudia Rivera Aubert. Narra la historia de Alina Narciso Tehuaxtle, ex policía sentenciada a 45 años por matar a su pareja en defensa propia, cuya lucha legal logró comprobar la legítima defensa, salir libre en 2023 e impulsar la #LeyAlina en Baja California.

Otros clientes de Sarape Films

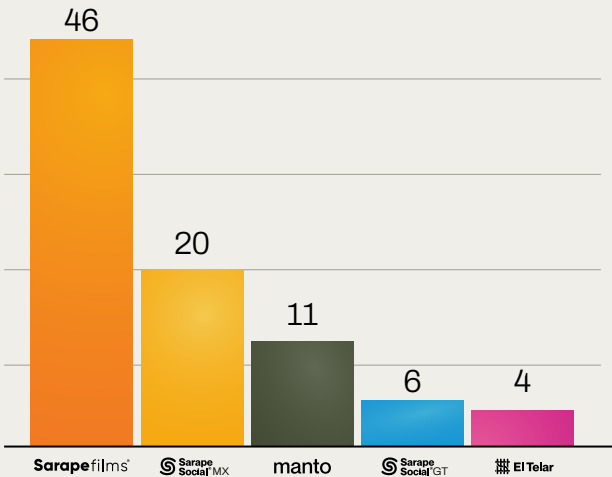
México por el Clima (Video del evento “Semana de acción” en CDMX), Imeplan – IberMedia (Videos para el Sistema de Bicicletas Públicas MiBici), Tec de Monterrey – Campus Guadalajara (Documental, junto con time lapse de Arena Borregos), México Circular Hotspot (Cobertura del primer encuentro de empresas para impulsar la economía circular).

RESUMEN DEL PORTAFOLIO 2025

Distribución de proyectos por temática (74 proyectos).

TEMÁTICA		TEMÁTICA	
Sustentabilidad	9	Género, diversidad e inclusión	3
Educación y Cultura	8	Salud	3
Seguridad Vial	8	Primera infancia	2
Consumo Responsable	6	Agricultura Regenerativa	2
Transiciones regenerativas	6	Educación Financiera	2
Seguridad Alimentaria	5	Recuperación del espacio público	2
Estrategias ESG	5	Otros	13

Distribución de proyectos por empresa.



Alcance territorial.

MÉXICO

7 estados (Jalisco, Chiapas, CDMX, Guanajuato, Querétaro, Aguascalientes, Yucatán)

GUATEMALA

Alta Verapaz, Chimaltenango, Guatemala

INTERNACIONAL

Estados Unidos (Nueva Orleans)

Alianzas estratégicas por empresa.

17
Clientes Externos

Sarapefilms

+44
Actores articulados

manto

5
Gobiernos locales

Sarape Social GT

8
Aliados institucionales

El Telar

CÓMO MEDIMOS NUESTRO IMPACTO

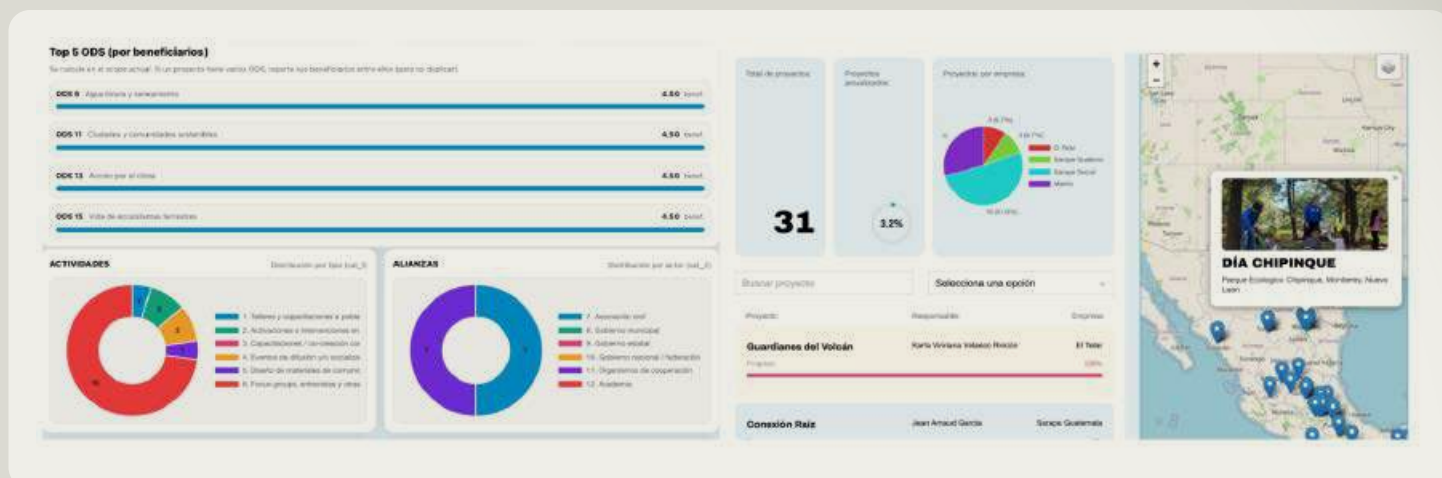
Medir más allá de rendir cuentas, es aprender. Nuestro modelo de evaluación articula medición, aprendizaje y toma de decisiones en todos los proyectos que acompañamos, y orienta la gestión interna de Sarape.

El punto de partida es construir un lenguaje común entre las cuatro organizaciones: criterios, indicadores y metodologías homologadas que aseguren coherencia en el seguimiento de resultados. Para lograrlo, centralizamos información clave en una plataforma de gestión de impacto que facilita análisis oportuno y basado en evidencia. La plataforma integra indicadores específicos para cada proyecto, permitiendo el seguimiento en tiempo real de avances, resultados y desempeño frente a los objetivos establecidos. Esta herramienta facilita la consolidación y análisis continuo de información estratégica, proporcionando datos validados y oportunos que fortalecen la toma de decisiones basada en evidencia. Contar con esta capacidad de monitoreo permite identificar áreas de éxito y de mejora para asegurar una gestión más eficiente, transparente y orientada a maximizar el impacto de nuestras intervenciones.

Las herramientas de medición que usamos combinan lo cuantitativo y lo cualitativo: evaluaciones longitudinales, matrices de indicadores, sociogramas sistémicos, modelos de reputación comunitaria y mediciones de percepción. Esto nos permite entender qué resultados logramos y cómo ocurrieron los cambios.

La gestión del conocimiento cierra el ciclo: sistematizamos aprendizajes, elaboramos reportes ESG ante organismos nacionales e internacionales y desarrollamos materiales que traducen datos en narrativas de impacto claras y accionables.

Así, la evaluación deja de ser un ejercicio de control y se convierte en una herramienta estratégica para mejorar continuamente, fortalecer nuestra propuesta de valor y orientar la visión de impacto del Sarape a largo plazo.



COMPROMISOS CUMPLIDOS Y AVANCES 2025

Reportar avances implica también reconocer lo que falta. Esta tabla resume el estado de nuestros compromisos ESG al cierre de 2025 y lo que viene en 2026, vinculados a los temas materiales identificados en nuestro análisis de materialidad.

Gobernanza.

COMPROMISO	TEMA MATERIAL VINCULADO	AVANCE	PRÓXIMOS PASOS 2026
Comunicación constante con grupos de interés	Relaciones con grupos de interés	90%	Ejecutar plan de acción para atender los aspectos materiales más relevantes identificados en el análisis de materialidad
Transparencia en la gestión: cultura de integridad y responsabilidad	Ética empresarial y cumplimiento	60%	Consolidar el Comité de Ética y Compliance. Mantener sesiones trimestrales del Consejo Operativo de Sarape

Ambiental.

COMPROMISO	TEMA MATERIAL VINCULADO	AVANCE	PRÓXIMOS PASOS 2026
Manifiesto Verde con principios de economía circular y regeneración	Gestión de residuos, transición energética	100%	Publicar en web oficial y socializar a todas las personas colaboradoras
Bases operativas para impacto ambiental individual: gestión de residuos y consumo responsable	Consumo y gestión del agua, gestión de residuos	50%	Completar medición de huella de carbono (Alcances 1, 2 y 3) en todas las oficinas
Indicadores ambientales en proyectos y campañas	Emisiones de GEI, adaptación al cambio climático	20%	Implementar sistema de medición en plataforma de gestión de impact
Plan global de manejo de residuos, agua y energía	Transición a energías renovables, gestión del agua	50%	Desarrollar estrategia para cumplir el Climate Pledge: net carbon zero 2040

Social.

COMPROMISO	TEMA MATERIAL VINCULADO	AVANCE	PRÓXIMOS PASOS 2026
Diversidad, inclusión y cultura colaborativa en todos los países	Diversidad, equidad e inclusión	90%	Reportar avances ante WEPS. Reconocemos que diversidad e inclusión es trabajo continuo
Programa integral de bienestar, salud y seguridad en el trabajo	Salud y seguridad en el lugar de trabajo	85%	Finalizar protocolo de seguridad en campo
Cultura de innovación e impacto global	Desarrollo de talento y formación continua	85%	Implementar mínimo dos capacitaciones en tendencias de innovación tecnológica. Generar espacios de diálogo e intercambio creativo
Programa de internships para jóvenes recién egresados	Impacto social y económico local	55%	Consolidar convenios con universidades para prácticas profesionales

Este reporte documenta nuestras acciones y logros, así como lo que reconocemos que falta, porque la honestidad sobre los pendientes es parte del mismo compromiso.

Crear valor con propósito significa que cada decisión —operativa, estratégica, cultural— tiene consecuencias para las personas y los territorios con quienes trabajamos. Esa responsabilidad nos obliga a ser mejores cada año.

Sarape®

MEMORIA ESG 2026

Nos une el propósito