

POR DOCEAVO AÑO CONSECUTIVO, LA FIRMA EL CEMEFI LE OTORGA
EL DISTINTIVO ESR

Ganar-ganar, clave para Kidzania

Un concepto donde todos tengan un beneficio ha hecho exitosa a la empresa

De los colaboradores de Kidzania, 10% son adultos mayores y personas con discapacidad.

Kidzania implementa actividades de RSE enfocadas en beneficiar a los niños menos privilegiados. El plan de la empresa involucra a visitantes, socios de industria, colaboradores y proveedores. FOTO: ESPECIAL



Viridiana Díaz
EL ECONOMISTA

POR DUODÉCIMO año consecutivo, el centro de diversiones para niños Kidzania recibió por parte del Centro Mexicano para la Filantropía el distintivo Empresa Socialmente Responsable, gracias a sus diversas actividades en pro del medio ambiente, la economía y a favor de la comunidad.

Kidzania nace desde su concepto como empresa donde su valor más grande es ganar-ganar, “estamos convencidos de que hacer un concepto ganador, donde todos tengan un beneficio, es lo que ha hecho que éste sea un concepto exitoso”, expli-

ca Maricruz Arrubarrena, directora general de Kidzania México.

“Un ganar-ganar me refiero a generar empleos, beneficios para la comunidad para los colaboradores, para los niños, para los padres, que están satisfechos con invertir en un lugar de esparcimiento y que a su vez es de aprendizaje, con las empresas generamos proyectos innovadores para ayudarlos, la rentabilidad para las marcas es acercarse a los niños de manera ética, eso ha hecho que Kidzania traspase fronteras y sobre todo ha ayudado a dejar el nombre de México en alto”, agregó.

Desde que nace Kidzania, hace casi 20 años, pues anteriormente era la Ciudad de los Niños, han manteni-

do la misión de regresar a la comunidad un poco de lo que reciben, “y como lo que más recibimos son niños, nuestro enfoque de RSE tiene que ir enfocado hacia a los niños, hoy tenemos por obligación entre 3 y 5% de todos nuestros visitantes que vienen de responsabilidad social, esto lo hacemos a través de alianzas con organizaciones sin fines de lucro, con los mismos gobiernos, donde les acercamos la oportunidad a niños que no tienen la oportunidad de venir a Kidzania o pagar un boleto de visitante, desde su condición”, enfatizó Maricruz Arrubarrena.

EMPRESA INCLUYENTE

Kidzania mantiene firme el estan-

darte de empresa incluyente, debido a que 10% de sus colaboradores son adultos mayores y personas con discapacidad, esto con el objetivo de integrar a estos sectores de la sociedad a la economía del país.

“Otra de las cosas que vale la pena destacar es que somos primer empleo: 80% de los chicos que trabaja en Kidzania, los que llevan a cabo actividades con los niños son estudiantes, a quienes les damos empleo de medio tiempo para que puedan pagar sus estudios, además de generar un currículum como primer empleo.

En línea con su estrategia de responsabilidad social, Kidzania maneja un tema de operaciones probono para niños, a través de diversas asociaciones que tienen niños para operar en condiciones difíciles como Unicef o Teletón, a éstas les otorgan la operación cubriendo los gastos, ellos venden boletos y con esto tienen fondos. En este ámbito han beneficiado a más de 700,000 niños.

“Para nuestro personal, tenemos un programa de capacitación que trabajamos con el DIF y con la Procuraduría de Justicia de la CDMX y Nuevo León, para darle a los chicos pláticas de autoestima, de *bullying*, de respeto, sexualidad, porque tenemos 1,350 jóvenes entre 17 y 22 años, y sólo por la naturaleza del trabajo tenemos una rotación de 90%, por lo que buscamos no sólo enseñar a los niños que nos visitan, sino también darles a nuestros jóvenes una capacitación integral”, destacó Maricruz Arrubarrena.

MEDIO AMBIENTE

En temas de medio ambiente Kidzania ostenta la Licencia Ambiental Única, otorgada por el gobierno federal, lo que

“ *Estamos convencidos de que en los niños que nos visitan o han visitado hemos generado la inquietud vocacional por muchas profesiones y oficios*”.

Maricruz Arrubarrena,
directora gral. de Kidzania México.

demuestra que los tres centros: Santa Fe, Cuicuilco y Monterrey tienen acciones en favor de temas ambientales.

APRENDER JUGANDO

Kidzania tiene el propósito de educar a los niños desarrollando habilidades para la vida, a través del fortalecimiento de valores, “inculcándoselos, pero sobre todo, dándoles competencias para la vida, porque aquí no les vamos a enseñar a sumar y restar, pero sí a ver la importancia del ahorro, del gasto eficiente, como se desarrolla la parte de higiene dentro de las empresas, de los procesos de manufactura, el cuidado al medio ambiente, las vialidades, respeto al peatón, al conductor, al ciclista, las leyes, entender de dónde vienen esos recursos que utilizamos como la luz, el petróleo y demás, ese aprendizaje hace de Kidzania un concepto 100% socialmente responsable, nuestro eslogan es “Prepárate para un mundo mejor”, y estamos convencidos de que en los niños que nos visitan o han visitado hemos generado la inquietud vocacional por muchas profesiones y oficios, que si no fuera por Kidzania no hubieran despertado el interés”, señaló la directora general de Kidzania México.

viridiana.diaz@economista.mx