

LAS EMPRESAS MÁS ÉTICAS

DE MÉXICO 2022



**EL IMPACTO DE LAS
EMPRESAS MÁS
ÉTICAS EN LA
SOCIEDAD**

**LA CORRUPCIÓN:
UN TRIÁNGULO
EQUILÁTERO**

**LA ÉTICA EN LOS
NEGOCIOS:
LA NUEVA VENTAJA
COMPARATIVA**



**LAS EMPRESAS CON LAS QUE TODOS QUIEREN TRABAJAR, EN LA QUE TODOS
QUIEREN INVERTIR Y CON LAS QUE TODOS QUIEREN HACER NEGOCIO**

ACERCA DE LA EVALUACIÓN

Metodología

La metodología de Empresas Más Éticas [E+E] está basada en un modelo creado por Amitai® para implementar y evaluar los programas de integridad, basado en “3E´s”, que significa: La presencia de Elementos, La Evidencia de lo que se afirma y la Eficacia a través de un programa de mejora continua.

¿Qué hace a nuestra metodología diferente?

Varias cosas:

1. Se evalúan elementos transversales a todas las empresas en temas de ética agrupados en 4 pilares:

- **FILOSOFÍA ÉTICA DEL NEGOCIO.** Este aspecto se refiere a la existencia de los documentos que establecen lineamientos para los colaboradores, y compromisos de la empresa que dan base a un programa de ética y su difusión al interior de la misma. Por ejemplo, códigos de ética y/o conducta, políticas y procedimientos, etc.
- **LIDERAZGO ÉTICO.** Este punto se refiere a lo que comúnmente se conoce como el “Walk the Talk”. Dichos de otra manera, predicar con el ejemplo. Que lo que la alta dirección pide o exige de sus empleados, lo exigen con la autoridad moral que da el ejemplo.
- **PROMOCIÓN DE LA CULTURA ÉTICA.** En las dos versiones anteriores “Promoción y Vivencia de los Valores” se refiere a los esfuerzos de la empresa para promover a todo lo ancho y largo de la organización la cultura de hacer lo correcto. Esto incluye, trato justo y equitativo para empleados, proveedores, clientes y hasta competidores.
- **IMPACTO EN LA COMUNIDAD.** Se refiere a los esfuerzos de la empresa por devolver a la sociedad algo de lo que genera, ya sea en una comunidad o en todo el país.

2. Se aplica una encuesta a dos grupos de interés diferentes dentro de la empresa, que nos permite encontrar las brechas entre lo que la empresa hace, y lo que los empleados perciben, y con esto elaborar reportes comparativos.

3. Se valida que las respuestas hayan sido dadas por los grupos de interés a quienes van dirigidas (Empresa, colaboradores).

4. Se califica a través de un algoritmo de calificación objetivo, no hay lugar para interpretación subjetiva humana.

5. La existencia de un Comité consultivo que valida los cuestionarios, el proceso y los resultados antes de ser publicados.

El proceso inicia con un pre-registro de la empresa. Una vez realizado, se habilita la encuesta para los representantes de la empresa, y se envía al correo registrado, el link único para la empresa que dará acceso a los colaboradores para llenar la encuesta de dicha empresa, quien la hará llegar internamente a sus colaboradores.

Durante la encuesta sólo solicitamos evidencia de que cumplen los requisitos y del tamaño de la muestra corresponde a la empresa registrada. Si solicitamos los datos de los encuestados, que se mantienen confidenciales, con el fin de confirmar aleatoriamente, ya sea vía telefónica o por correo electrónico, las respuestas de quienes respondieron las encuestas de colaboradores por parte de la empresa.

Las empresas se organizan por tamaño en función del número de empleados que tengan en nómina de la siguiente manera:

MEDIANAS
Más de 51 y hasta
750 empleados

GRANDES
Más de
751 empleados

Es importante señalar que fundaciones de asistencia pública, dependencias de gobierno, ONG's y Asociaciones Civiles que reciban donativos, así como micro y pequeñas empresas con menos de 50 empleados no cumplen con los requisitos mínimos estadísticos y metodológicos para participar en el ranking, por lo cual, solo las medianas y grandes empresas podrán participar.

El objetivo es reconocer a empresas que tienen programas de ética efectivos, por consiguiente, sólo aparecerán en el listado las empresas que de acuerdo con esta metodología obtienen el mayor puntaje general de 60/70*, sin importar el número de empresas, y las 10 mejores por dimensión. Aquellas que no quedan en alguno de los listados, no se mencionan, o no se identifica el lugar que ocuparon. Esto con el objetivo de que siempre se tenga un sentido positivo de reconocimiento.

Hay empresas que bajaron posiciones, con el mismo, o aún mejor puntaje, otras que subieron, de la misma manera con mayor o igual puntaje. Esto se debe principalmente a que hubo más participantes y más empresas que calificaron con un puntaje de 60/70.

* Los dos años anteriores el puntaje máximo era de 70, este año fue de 85, para efectos comparativos se aplicó una fórmula para que fuera equiparable y poder comparar con años anteriores.

EL COMPLIANCE ES UNA NECESIDAD BÁSICA DE LAS EMPRESAS

Entrevista a César Alonso, director de Cumplimiento de Iberdrola México

¿Qué retos creen que afronta la compañía y el sector energético en materia de compliance?

El sistema de compliance en la compañía se rige bajo una directriz global y desde el área de Cumplimiento de Iberdrola México nos enfocamos en tener la capacidad suficiente de influir y promover activamente la buena conducta y nuestro Código Ético a todos los empleados, todos los días.

El 2020 y 2021 trajo consigo nuevos desafíos para todas las empresas con la pandemia y el trabajo a distancia. Para reforzar los valores éticos en nuestros colaboradores, en 2021 se impartieron a los profesionales de Iberdrola México alrededor de 2,000 horas de formación en temas como prevención de delitos y anticorrupción.

En 2022 iniciamos un proyecto llamado "Proveedores sostenibles", que consiste en revisar y reforzar su sistema de cumplimiento, apoyándolos a revisar su código ético, sistema de denuncias y acciones para robustecer relaciones de confianza y a largo plazo. Esta iniciativa es relevante, ya que muchos de los proveedores con los que iniciamos este programa son pequeñas y medianas empresas.

¿De qué manera el compliance apoya a Iberdrola México para alinearse con los ODS?

El compromiso de Iberdrola México está enfocado en ofrecer energía competitiva, eficiente y amigable con el medio ambiente, siempre ubicando al dividendo social como eje rector de la empresa.

Desde compliance participamos creando proyectos que tienen el propósito de formar mejores ciudadanos y que animen a asumirnos como agentes de cambio en la solución de los retos globales, siempre en consonancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y en particular con el objetivo 16: Paz, Justicia e Instituciones Sólidas.

Actualmente, trabajamos en "Juegos, Valores, ¡Acción!", un programa en el que se imparten talleres en escuelas para que los niños y las niñas conozcan y se familiaricen, a través del juego, con conceptos como la empatía, respeto, igualdad de género, tolerancia, trabajo en equipo y responsabilidad.

A través de esta iniciativa, cuyo objetivo es promover la cultura de



legalidad, hemos impactado a más de 3,500 estudiantes de primaria, maestros y padres de familia de estados como San Luis Potosí, Puebla y Tamaulipas.

¿Cree que las empresas mexicanas están dando al compliance la importancia que merece?

La mayoría de las empresas ya están conscientes de que el sistema de compliance es trascendental para los negocios y debemos evaluar el nivel de la ética de nuestros principales socios. Es necesario tener un plan robusto de ética y cumplimiento. El compliance debe entenderse como una necesidad básica de las compañías con repercusiones incluso legales.

Iberdrola México firmó este año un decálogo de compromisos en Diversidad e Inclusión. ¿De qué manera el compliance ayudará a cumplir sus metas en la materia?

En materia de diversidad e inclusión, desde Cumplimiento funcionamos como un canal de comunicación y formación que recoge y gestiona las inquietudes de nuestros colaboradores. Apoyamos a realizar las indagaciones necesarias para que nuestros profesionales interactúen en un entorno de trabajo productivo y seguro. En todo ello, la sensibilidad en nuestras acciones y capacidad de respuesta se vuelven fundamentales.



"Juegos, Valores, ¡Acción!" es un programa en el que se imparten talleres en escuelas para que los niños y las niñas conozcan y se familiaricen, a través del juego, con conceptos como la empatía, respeto, igualdad de género, tolerancia, trabajo en equipo y responsabilidad."





A LA HORA DE HACER LO CORRECTO SER ÉTICO ES RENTABLE

Por redacción

Esta edición el listado de Empresas Más Éticas busca reflejar cómo, sin importar el tamaño y negocio donde se ubiquen, la incorporación de políticas de transparencia en la operación, son parte de la operación cotidiana de las corporaciones. Por convicción, rentabilidad y como parte de una tendencia acelerada por la pandemia, las organizaciones buscan hacer eco a la intención de hacer lo correcto al interior y exterior de las organizaciones.

Entre sus audiencias para lograrlo figuran directivos, colaboradores, proveedores, autoridades y consumidores. En conjunto todos observan el cumplimiento de hacer lo correcto como consecuencia de un convencimiento que va más allá de los reconocimientos. Esta tendencia ha evolucionado, ya que no sólo incorpora temas de compliance. Ahora las empresas incorporan al proceso de ser más ético temas como: sustentabilidad, compromiso con los colaboradores e inclusión basada en políticas, planes de acción y la revisión de los alcances de manera periódica. En el listado de este año, El Financiero se suma con la convicción de contribuir a la difusión de una tendencia sin retorno que impacta a las grandes, medianas y pequeñas organizaciones, pero también a los empleados, las familias y la sociedad, que en conjunto observan el camino seguido en este sentido.

Estamos ciertos que ser correcto en la operación va más allá de la convicción. La medición de los diferentes parámetros y categorías que generaron reconocimiento en 2022, partió de una metodología donde participaron la alta dirección en las empresas y los empleados, que han sido y serán pieza clave para llevar a buen puerto los distintos programas de ética.

Del cruce de ambas visiones es que se generaron los resultados presentados en esta edición en las encuestas generadas para hacer posible el ranking de Empresas + Éticas.

En consecuencia, las posiciones cambiaron, de tal razón que nuevos nombres aparecen en los listados, como reflejo de los cambios que trae atender a códigos y filosofías empresariales de transparencia. Su participación en la actividad productiva en definitivo, marcará una diferencia para reducir el peso económico que representa para el país la corrupción.

Otro aspecto determinante en el proceso en los nombres de quienes participan es el efecto que en distintas actividades productivas ha generado el actual entorno macroeconómico. Por ende, la conciencia ha tenido como aliados a empresas relacionadas con la salud y bienestar, aunque también figuran los relacionados con la minería, tecnología, servicios, automotriz y manufactura. Sin embargo, todos en conjunto son testigo de la transformación en la era de una ética transformada de cara a los nuevos tiempos por venir.



VICEPRESIDENTE
Y DIRECTOR
GENERAL EDITORIAL
ENRIQUE QUINTANA
DIRECTOR
DE INFORMACIÓN ECONÓMICA
Y DE NEGOCIOS Y EDITOR
EN JEFE DE EL FINANCIERO
IMPRESO

VÍCTOR PIZ
DIRECTOR GENERAL DE
PROYECTOS ESPECIALES Y
EDICIONES REGIONALES

JONATHAN RUIZ
DIRECTOR GENERAL
DE INFORMACIÓN POLÍTICA
Y SOCIAL

GUILLERMO ORTEGA
DIRECTOR GRÁFICO

**RICARDO
DEL CASTILLO**

DIRECTOR DE INTERNET
JARDIEL PALOMEC

DIRECTOR DE TELEVISIÓN
ARIEL BARAJAS

COORDINADORA
DE OPERACIÓN EDITORIAL
ELIZABETH TORREZ

CONSULTOR/DIRECTOR
EN ENCUESTAS
Y ESTUDIOS DE OPINIÓN
ALEJANDRO MORENO

DIRECTORA COMERCIAL
LIZETH SÁENZ

DIRECTORA GENERAL
DE RELACIONES
INSTITUCIONALES
LAURA RODRÍGUEZ

Esta es una publicación editada, impresa y distribuida por Grupo Multimedia Lauman, SA de CV. Lago Bolsena No. 176, Col. Anáhuac, Delegación Miguel Hidalgo, CP. 11320. Tel: 555227-7600, www.elfinanciero.com.mx Editor responsable: Enrique Quintana. Reserva de Derechos al Uso Exclusivo: en trámite, Licitud de Título: en trámite, Licitud de contenido: en trámite. Ambos otorgados por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas de la Secretaría de Gobernación. Franqueo pagado; Registro N° 123 1190. Características 121651703. El Financiero se publica de lunes a viernes, derechos reservados. Queda estrictamente prohibida la reproducción parcial o total de los contenidos e imágenes de la publicación sin previa autorización de Grupo Multimedia Lauman, S.A.P.I. de CV. La información, opinión y análisis contenidos en esta publicación son responsabilidad de los autores, salvo error de apreciación de su parte.

SUSCRIPCIONES:
55 6820 9450
extensiones 103,104,105 y 107
y 018001808383
103,104,105 y 107 y
suscripciones@elfinanciero.com.mx

ATENCIÓN A CLIENTES:
55 6820 9450
y 018001808383 y
atencion@elfinanciero.com.mx

EN INTERNET:
http://www.elfinanciero.com.mx
*Marca Registrada.

Septiembre de 2022.
Número Especial
Diseño: A&L DISEÑO

EL IMPACTO DE LAS EMPRESAS MÁS ÉTICAS EN LA SOCIEDAD

Muchas empresas tienen programas de Cumplimiento (Compliance) normativo, pero pocas tienen programas de Ética. Por supuesto que el cumplimiento normativo es importante, pero es lo menos que se debería esperar de una empresa. Por ello, nos hemos dado a la tarea de buscar, identificar y reconocer públicamente a esas empresas que más allá del cumplimiento normativo, buscan auto-regularse y transformar la cultura al interior de la empresa.

Esta es la tercera entrega que AMITAI® hace de su ranking de Empresas Más Éticas (E+E). Los dos años anteriores nos vimos afectados en la participación por la pandemia derivada del COVID-19, ahora con visos de una lenta recuperación económica y un poco más de ánimo positivo, tenemos más empresas participando. Me siento muy honrado en presentar a esas empresas que son ejemplo de cómo la generación de riqueza no tiene que ser contraria a la sustentabilidad y el sentido social.

Este año, 35 empresas superaron la marca de 60/70¹ en sus programas de ética, independientemente de su tamaño, origen del capital y sector. Todas tienen un común denominador, todas tienen puntajes altos en varios de los 4 pilares que evaluamos, contra las 30 que lo lograron en los dos años anteriores.

Las Empresas Más Éticas, son las empresas con las que todos quieren trabajar, en la que todos quieren invertir y con las que todos quieren hacer negocio, porque tienen políticas sanas y consistentes con todos los grupos de interés y objetivos a largo plazo, que las hace sustentables, pero sobre todo, porque tienen un gran impacto positivo en la sociedad, tanto ambiental, como económico y sobre todo social-humano.

La dimensión de su influencia puede visualizarse en cifras. Las 35 empresas que quedaron en el listado, emplean a 366,612 empleados, quienes reconocen las condiciones y trato de las empresas hacia ellos como muy bueno. Pagan más de \$8,065 mil millones de pesos al mes en sueldos a esas 366 mil 612 familias y para ello, invierten aproximadamente \$69,172,352,160 dólares².

En países en vías de desarrollo o subdesarrollados, las empresas tienen un impacto social mayor que en aquellos países con robustas estructuras de servicios y seguridad social, pues



contribuyen con sus prestaciones a lograr bienestar en las personas que emplean, tales como mejor distribución de la riqueza, seguridad y otros beneficios sociales como acceso a servicios de salud. Si esto pueden lograr 35 empresas, imaginemos lo que 350, 3,500 o 35,000 Empresas Más Éticas pueden lograr. Así que no cesaremos en nuestros intentos para impulsar la promoción y el reconocimiento a esas Empresas Más Éticas.

Por su metodología, Empresas Más Éticas ha sido el indicador más confiable para identificar empresas con robustos programas de ética y cumplimiento en México. E+E tiene tres niveles de diagnóstico, por lo que adicional al ranking, ofrece de manera opcional un reporte de los resultados específicos de la empresa comparados contra los publicados en el ranking, y sus diferenciales al interior entre representantes de la empresa y colaboradores; y para quienes quieren llevarlo al siguiente nivel, E+E puede llevar a cabo un diagnóstico a la medida del programa de integridad con diferentes cortes y dimensiones propias de la empresa. Todos estos niveles de diagnóstico, sirven para encontrar fortalezas y áreas de oportunidad para mejorar sus programas, y poder aspirar, en su caso, a obtener una certificación empresarial en integridad.

AQUÍ LES COMPARTIMOS ALGUNOS DE LOS PRINCIPALES HALLAZGOS DE E+E 2022

- **35 empresas** lograron el resultado de 60/70, comparado con 30 en los dos años anteriores.
- **14 empresas** que no habían participado anteriormente se colocaron entre las 35 mejores, incluyendo el primer lugar. Sólo Walmart había participado en el 2020, pero no en el 2021.
- **Las que más subieron:** AXA Seguros subió 8 posiciones, NTT Data México (Antes Everis) subió 7 posiciones, y General Motors y Braskem Idesa subieron 6 posiciones.
- **La diferencia en 2022** entre la puntuación del primer lugar (65.83) con el quinto (64.79) es de 1.04; mientras que en 2021 la diferencia entre el primer lugar (64.51) con el quinto (63.57) es de 0.94. Esto significa que al haber más empresas e ir reforzando sus programas, se van cerrando las diferencias.
- **AbbVie Farmacéuticos** obtuvo también el primer lugar en las dimensiones de Filosofía Ética del Negocio y Promoción de la Cultura Ética.
- **Bridgestone México** quedó en primer lugar en la dimensión de Impacto en la comunidad.
- **Por tercer año consecutivo**, una empresa del ramo farmacéutico ocupa el primer lugar.

1 Los dos años anteriores el puntaje máximo era de 70, este año fue de 85, para efectos comparativos se aplicó una fórmula para que fuera equiparable y poder comparar con años anteriores.

2 <https://www.animalpolitico.com/sin-competitividad-no-hay-paraiso/cuantos-empleos-se-generan-por-millon-de-dolares-de-inversion/>

Fernando Senties*

CEO Amitai.

LinkedIn:

www.linkedin.com/in/fernando-senties/



Septiembre
2022

LA CORRUPCIÓN: UN TRIÁNGULO EQUILÁTERO

Opinión

María Amparo Casar*

 Presidenta Ejecutiva
de Mexicanos
Contra la
Corrupción
y la Impunidad


**EMPRESAS
+ ÉTICAS**
2022

 Septiembre
2022


Comienzo con la premisa de que México no está condenado a ser un país corrupto aunque la sola voluntad para erradicarla o al menos para disminuir los altos niveles de corrupción, requiere de dos condiciones. La primera, reconocer que la voluntad o la prédica moral no bastan. La segunda, registrar e internalizar que el fenómeno de la corrupción NO se concentra únicamente en el sector público.

Nos puede parecer que la corrupción es más grave en el ámbito público porque se trata de recursos que aportamos todos los mexicanos y son desviados para beneficios privados, pero empresarios y ciudadanos somos también parte de la corrupción sistémica que priva en el país. A golpe de conductas individuales contribuimos a que la corrupción y la impunidad sobrevivan.

Esta segunda condición es central pues de ella se deriva el hecho de que no hay experiencia exitosa de combate a la corrupción en el mundo que no incluya al triángulo de servidores públicos, sector privado y ciudadanos. Si la corrupción es un triángulo equilátero, también lo es la política para combatirla.

Existe en nuestra percepción y en nuestra conducta la idea de que los individuos -empresarios o ciudadanos de a pie- somos únicamente víctimas de la corrupción y solemos justificarla y tolerarla porque de otra manera nos quedamos en desventaja y "las cosas no funcionan". Puede haber algo de cierto en esto.

Dado el ambiente de alta y creciente corrupción, aquel o aquella que se corrompe tiene más posibilidades de llevarse la licitación; aquel o aquella que cede ante la petición de un soborno, obtendrá más rápido un permiso de construcción; aquel o aquella dispuesta a pagar por una manifestación de impacto ambiental, podrá poner en operación a su empresa más rápidamente; aquel o aquella que entrega dinero por que le adelanten su cita en el IMSS o le inscriban al hijo en la escuela más cercana, obtendrá el servicio al que debería de tener derecho.



La corrupción se expande a la esfera pública y privada”.

Sin la pretensión de juzgar a nadie, me parece que hay una especie de resignación y de internalización de los costos de la corrupción, a decir “así opera el sistema”, sin darnos cuenta que somos nosotros los que alimentamos ese sistema, que las cosas podrían ser distintas y que, al final todos saldríamos ganando si no hubiera corrupción.

Desde hace unos años se ha abierto una ventana de oportunidad que debemos aprovechar y ampliar: el empresariado mexicano ha comenzado a valorar el hecho de que con la corrupción se puede obtener una ganancia inmediata, pero que al final, la corrupción es un impuesto que encarece el valor de la inversión y que están dispuestos a ser parte de un colectivo que proponga políticas públicas para remediar la situación y salir del vergonzoso ranking en que el Índice de Percepción de Corrupción de Transparencia Internacional sitúa a México en la posición 124 de 180.

Ampliar esa ventana de oportunidad desde la óptica empresarial pasa por la admisión de que, en el caso del sector privado, el problema también se desdobra en tres: la corrupción que se da entre un servidor público y un empresario, la que se da entre dos empresas y la que se da al interior de una empresa.

Corregir los tres lados del triángulo no es fácil, pero se puede.

RANKING GENERAL

7

	LUGAR EN EL RANKING 2022		LUGAR EN EL RANKING 2021
AbbVie Farmacéuticos	1	□	N/A*
Sanofi México	2	▼	1
Walmart de México y Centroamérica	3	□	N/A*
Pfizer México	3	▲	2
Covestro	5	▲	9
Silent4Businesss	6	▲	7
General Motors México	7	▲	13
Axa Seguros	8	▲	16
Braskem Idesa	9	▲	15
Herbalife México	10	□	N/A*
AES Corporation	11	—	11
Intel	12	▼	6
Uber	13	▼	12
NTT Data Mexico (Antes Everis Mexico)	14	▲	21
Stendhal	15	□	N/A*
Baxter	16	▼	5
Recurso Confiable	17	□	N/A*
Bridgestone México	18	□	N/A*
Ztech	19	□	N/A*
Solintegra del Golfo de México	20	▲	25
Banregio	21	▼	18
Grupo Proeza	22	□	N/A*
Industrias Peñoles	23	▼	10
Genera	24	□	N/A*
Grupo Danone México	25	□	N/A*
Seguros Monterrey New York Life	26	▼	22
Iberdrola México	27	▼	3
Softtek	28	□	N/A*
Kueski	29	□	N/A*
Cotemar	30	□	N/A*
Banca Afirme	31	▼	19
Volkswagen de México	32	□	N/A*
Tangelo	33	□	N/A*
Resuelve Tu Deuda	34	▼	23
BakerMcKenzie	35	▼	17

NOTA: El cambio de posición no significa necesariamente cambio en puntaje. Se debe principalmente a empresas nuevas que participaron.

*N/A - Se refiere a las empresas que participan por primera vez en el ranking.



Septiembre
2022

TRANSPARENCIA, ÉTICA Y ALCANCES

El ranking de las Empresas Más Éticas (E+E) reconoce a todas las organizaciones que han priorizado sus contribuciones sociales sobre la rentabilidad. Es muy grato para esta iniciativa de AMITAI®, premiar a las empresas que tienen un impacto social y humano; no sólo entre sus colaboradores en todos los niveles

sino que además, llevan a cabo acciones y programas que trascienden su estructura para llegar a familias, proveedores y la sociedad en general. Felicitamos ampliamente a todas las empresas que conforman el listado 2022 de E+E; y también a todas las que se postularon este año; organizaciones, que aunque no aparecieron en esta ter-

cera edición del ranking, demostraron su interés y compromiso por fomentar e impulsar una cultura ética al interior y exterior de sus empresas.

Cabe mencionar, que esta edición las organizaciones mostraron un alto nivel; por lo cual, las diferencias en los puntajes entre un lugar y otro, en general fue mínima. Son datos que,

sin duda, reflejan el alcance que tiene la metodología desarrollada por AMITAI® para evaluar la robustez de los programas de integridad en las empresas.

¡Trabajar con una Empresa Ética es trabajar con una empresa que brinda confianza, certeza y que marca la diferencia!

EMPRESAS DESTACADAS POR DIMENSIÓN

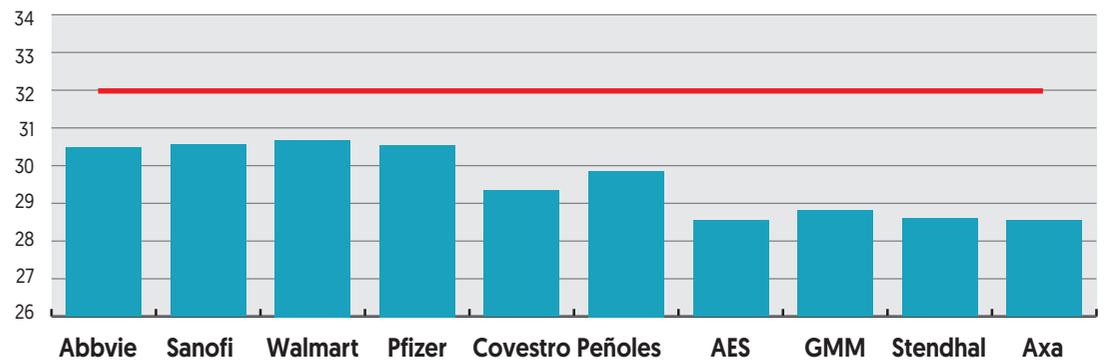
Las siguientes 4 gráficas permiten observar la percepción de los colaboradores en las organizaciones, respecto al total posible generado por la encuesta respondida por directivos de las empresas. Este comparativo es relevante porque amplía la perspectiva de los que dirigen y operan los programas de ética.

TOP 10

- 1 Abbvie Farmacéuticos
- 2 Sanofi México
- 3 Walmart de México y Centroamérica
- 4 Pfizer México
- 5 Covestro
- 6 Industrias Peñoles
- 7 AES Corporation
- 8 General Motors de México
- 9 Stendhal
- 10 Axa Seguros

FILOSOFÍA ÉTICA DE NEGOCIO

[Calificación de empresa vs colaboradores]



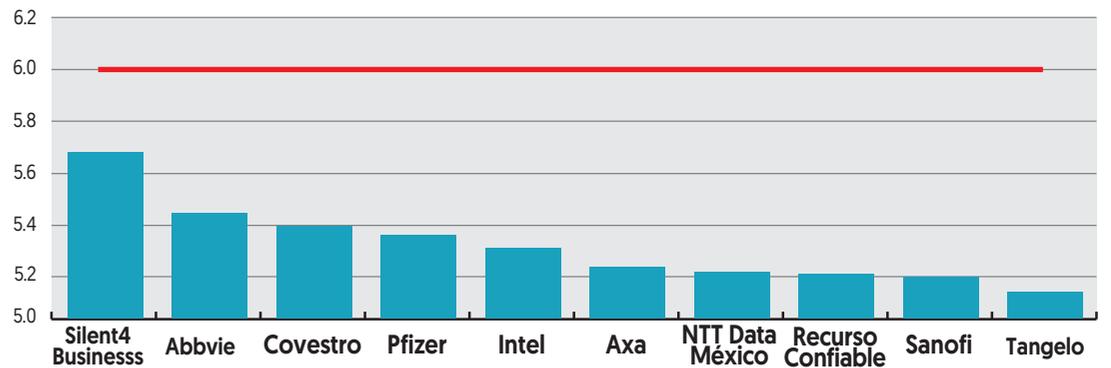
Septiembre
2022

TOP 10

- 1 Silent4Businesss
- 2 Abbvie Farmacéuticos
- 3 Covestro
- 4 Pfizer México
- 5 Intel
- 6 Axa Seguros
- 7 NTT Data Mexico, [Antes Everis Mexico]
- 8 Recurso Confiable
- 9 Sanofi México
- 10 Tangelo

LIDERAZGO ÉTICO

[Calificación de empresa vs colaboradores]

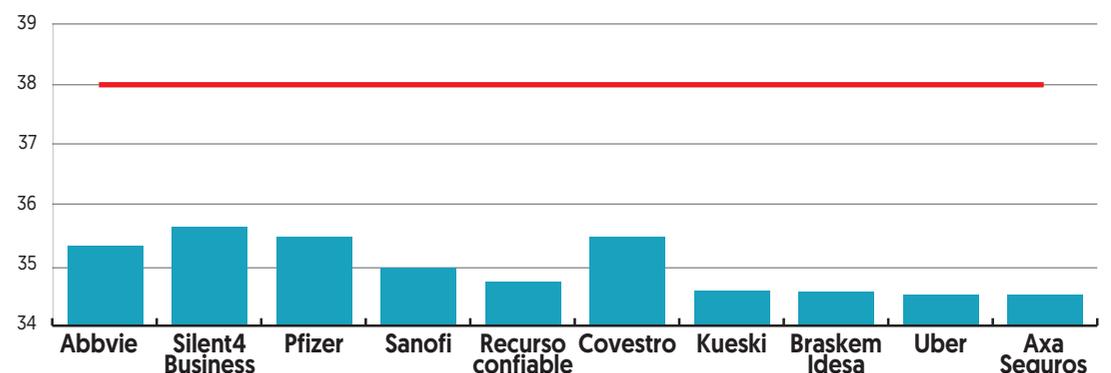


TOP 10

- 1 Abbvie Farmacéuticos
- 2 Silent4Businesss
- 3 Pfizer México
- 4 Sanofi México
- 5 Recurso Confiable
- 6 Covestro
- 7 Kueski
- 8 Braskem Idesa
- 9 Uber
- 10 Axa Seguros

PROMOCIÓN DE LA CULTURA ÉTICA

[Calificación de empresa vs colaboradores]

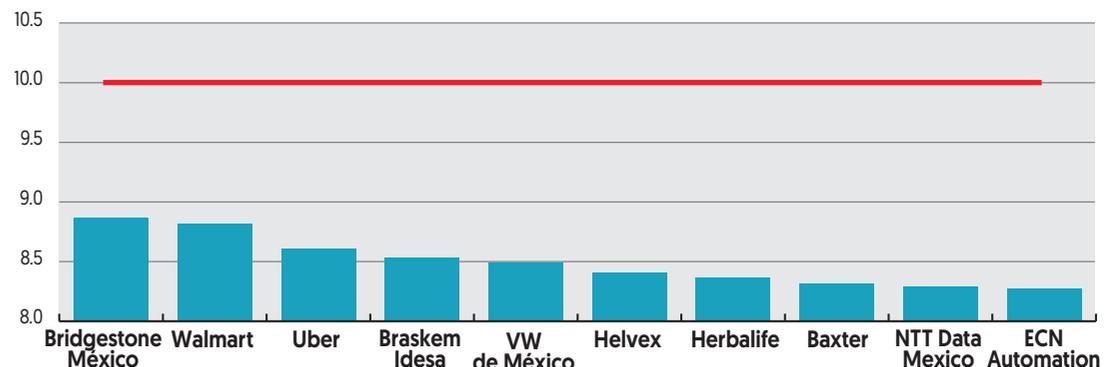


TOP 10

- 1 Bridgestone México
- 2 Walmart de México y Centroamérica
- 3 Uber
- 4 Braskem Idesa
- 5 Volkswagen de México
- 6 Helvex
- 7 Herbalife
- 8 Baxter
- 9 NTT Data Mexico, [Antes Everis Mexico]
- 10 ECN Automation

INTERACCIÓN CON LA COMUNIDAD

[Calificación de empresa vs colaboradores]

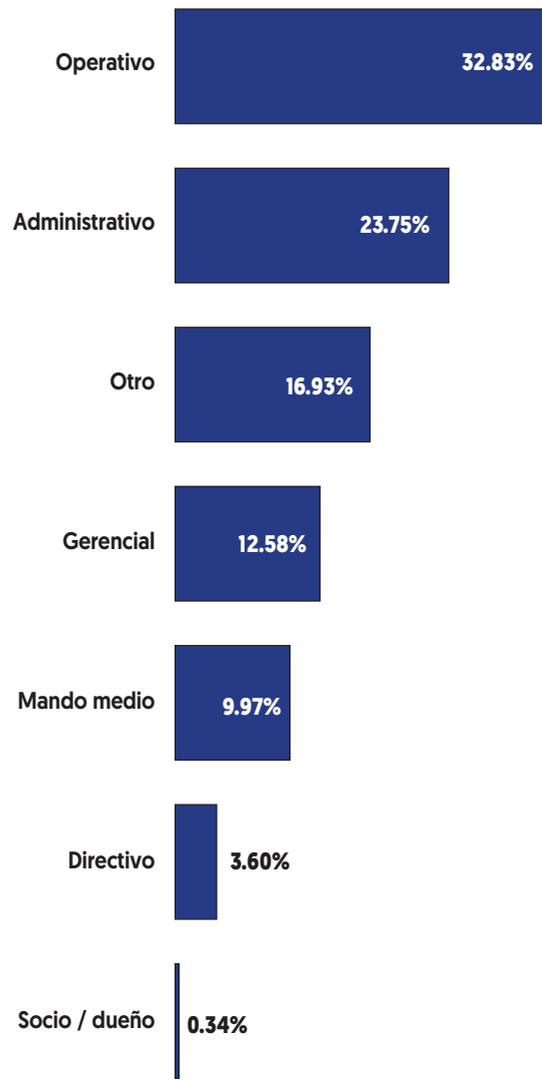


DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS DE LA EVALUACIÓN

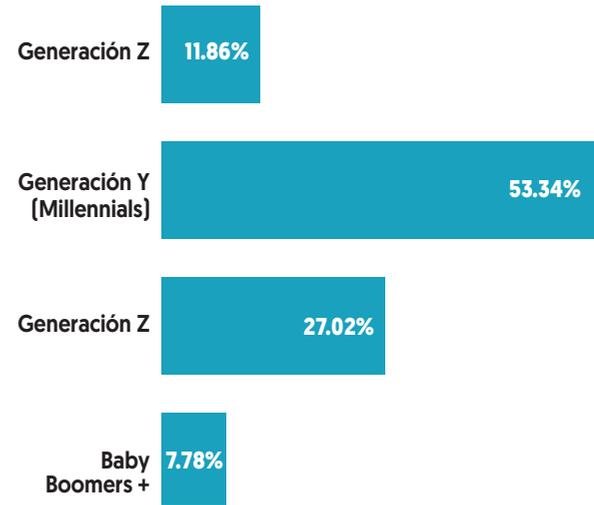
DISTRIBUCIÓN POR ÁREAS



DISTRIBUCIÓN POR ROLES

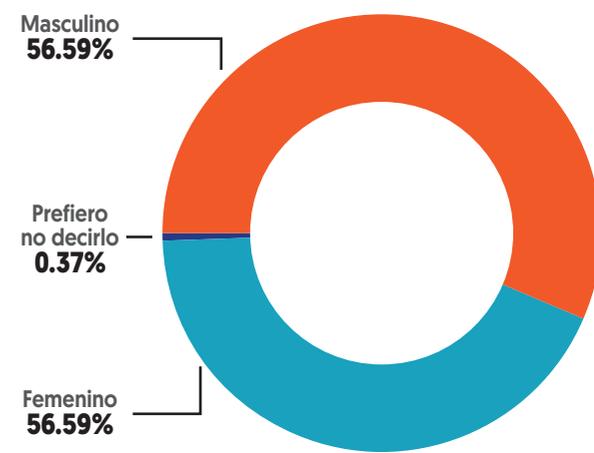


DISTRIBUCIÓN POR GENERACIÓN



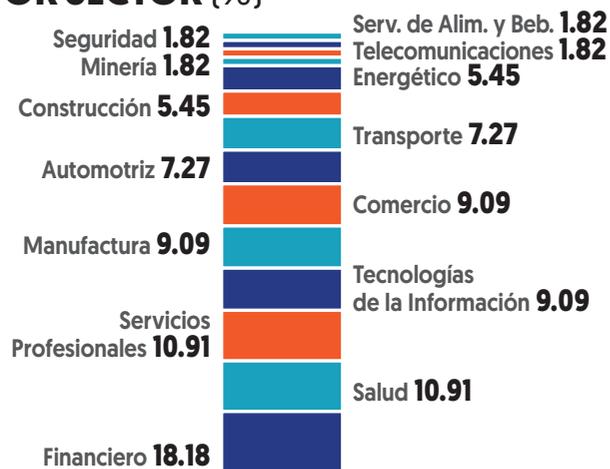
Estadística

DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO



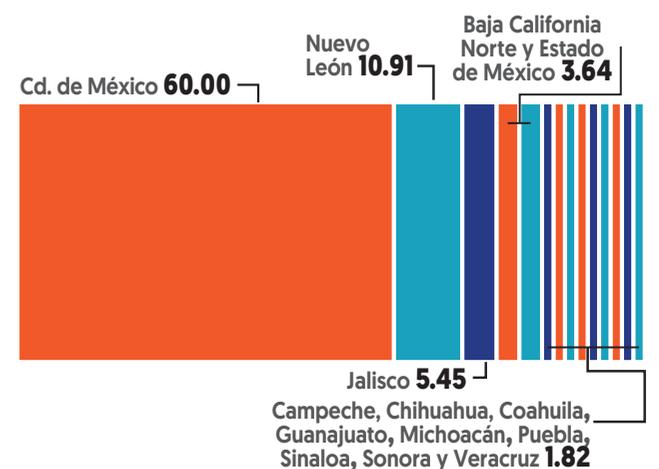
Septiembre 2022

DISTRIBUCIÓN DE EMPRESA POR SECTOR [%]

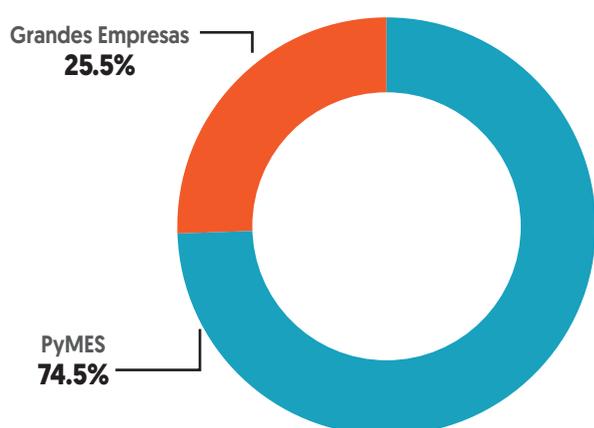


COMPOSICIÓN DE LAS EMPRESAS QUE PARTICIPARON

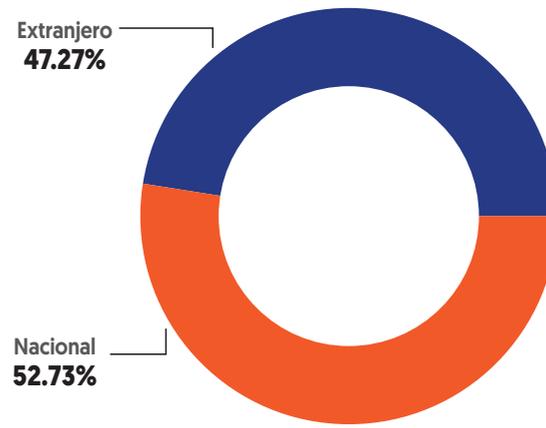
DISTRIBUCIÓN POR ESTADO [%]



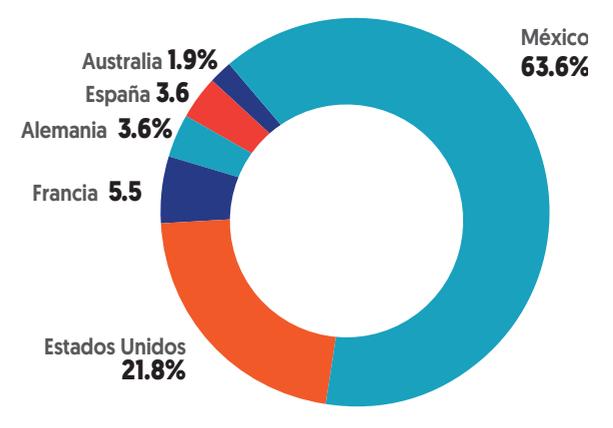
DISTRIBUCIÓN POR TAMAÑO DE EMPRESA



DISTRIBUCIÓN POR ORIGEN DEL CAPITAL



DISTRIBUCIÓN DE EMPRESA POR PAÍS DE ORIGEN



Arturo de la Rosa*

Director general en México de AbbVie Farmacéuticos.



Septiembre 2022

TRATO, NEGOCIOS TRANSPARENTES Y POLÍTICAS INTERNAS GENERAN PERMANENCIA

AbbVie Farmacéuticos apuesta por la integridad

Compartir las buenas prácticas ha sido parte del ADN en esta empresa enfocada en la investigación y desarrollo farmacéutico.

A punto de llegar a su primera década de operaciones, producto de la escisión de Abbott Laboratories, Arturo de la Rosa, director general en México de AbbVie Farmacéuticos reconoce el reto de integrar en este tiempo un programa de integridad y compliance. “La pandemia representó desafíos de todo tipo. Tener vivos valores en las acciones y decisiones de hacer siempre lo correcto”.

Desde su perspectiva, la política de integridad de esta empresa que cotiza en el mercado de valores, va del interior y se extiende al exterior. La pandemia fue coyuntural no sólo en el robustecimiento de sus programas, sino acciones que hicieran factible transmitir la filosofía de hacer lo correcto.

“En este tiempo, ayudamos a instituciones a mover producto de un lugar a otro, pero urgía para poder atender a los pacientes, montamos equipos especiales de qué manera ética y transparente podíamos ayudar. Estiramos nuestro nivel de flexibilidad”, asegura.

Responder a condiciones como la contingencia derivada de la pandemia dejó retos, en especial mantener la cercanía virtual para reflejar el programa de integridad y compliance. Sin embargo, la firma logró continuar con su operación derivado de programas enfocados en el trabajo remoto.

De la Rosa está cierto en que la filosofía de integridad ha podido fluir en la empresa, debido a que nació con los principios de integridad. “Es algo intangible, imposible de medir el beneficio de tener una reputación de empresa ética o transparente. Cada vez que tengo interacciones incluso con la administración pública veo el resultado de contar con ellas”.

Todo parte, desde la alta dirección. “Darle vida al tema de integridad, lo que dices y haces, así como incentivos ligados a una conducta ética”, detalla.

■ CADENA DE SUMINISTRO

La forma en que los programas y políticas de ética conviven, sería complejo sin una operación eficiente. La mejora de la cadena de suministro es vital para favorecer un marco de confianza entre el paciente y el sector salud, cuando no se trata de medicina privada.

“Las métricas preferencia de trato con stakeholders (audiencias clave), uno de los más críticos de los pagadores de tomadores de decisión del gobierno, nos ha representado mantener la preferencia para trabajar en el abastecimiento de respuestas médicas.

“La reputación que tienes como compañía transparente evita que se acerquen malas compañías. Distribuidores sin los mismos estándares de ética”, explica. Por tanto, la firma biofarmacéutica opera con un due diligence para determinar con quiénes trabajan, además de un proceso interno de mejora, ética y transparencia. Así que el resultado es que se genera un proceso de competir para trabajar con la empresa. Así, “si te evitas las malas compañías por reputación, te trae un beneficio o estamos derrochando un beneficio”.

Pero llevar motivación interna y la creación de valor es un verdadero desafío. Para ello, AbbVie lanza de manera constante varios programas, evaluados en reuniones de todo tipo para compartir resultados.



■ LOS PROGRAMAS

En la operación, participa un Comité de crisis, que entre otras cosas valida los programas que permiten disponer de una transparencia de la comunicación hacia los empleados. La estrategia hizo factible depurar el personal en campo, dado que en la práctica de la distribución de medicamentos es el equipo que desarrolla el valor con que operan.

Entre los programas éticos, de la Rosa destaca la campaña de creadores, donde los colaboradores han podido traer ideas de cómo mejorar la vida laboral al interior de la organización. Uno de ellos es el balance vida trabajo. A partir de esta campaña, se generó un decálogo para el buen trabajo remoto que incluye entre las medidas bloquear 2 horas en la jornada para destinarlas al balance trabajo-vida donde se consideran actividades importantes cocinar, comer y limpiar.

■ TRABAJO HÍBRIDO

Una de las políticas en el balance laboral es el modelo híbrido de trabajo, dado que según el directivo, es la forma nueva de trabajar en el mundo. En la movilidad, importa el auto y los resultados.



Y no solo eso, en la operación la farmacéutica, con oficinas centrales en Chicago, Illinois, opera en México en un centro de coworking. “Vivimos en un WeWork donde ni siquiera tenemos espacio fijo, es para todos. No tengo una oficina o un escritorio dedicado debido que en el esquema flexible existen 2 días home office y 3 en la oficina tiempo en el que es prioritaria la coordinación de juntas y el trabajo colaborativo.

Incluso previo a la pandemia, la filial mexicana operó durante 2 semanas un programa piloto de trabajo remoto.

En la conexión con el cliente, desarrolló plataformas de interacción online. Desde videoconferencias uno a uno, con médicos, hasta programas digitales que abordaban para mejorar la educación médica continua, e incluso otros para entrenar a los médicos cómo tener consultas virtuales con los médicos.

Además de estas herramientas, la integración del marco regulatorio, el modelo de negocio para consultas virtuales en las áreas científica y técnica, al igual que la entrega de medicamento a domicilio fueron parte de la nueva fórmula de operación.

Estas acciones también tuvieron un reflejo en la retención de talento. Durante 2021 rotación el índice fue de 4% respecto al 15% promedio de la industria, mientras que la creada de manera voluntaria es menor a 2%.

De la Rosa dice que no sólo es resultado de la política de flexibilidad porque “cuando alguien se quiere quedar en la empresa, el tener una cultura de colaboración, líderes que no son líderes, no tóxicos son determinantes. La mayoría de la gente renuncia a su jefe”.

■ LAS COMUNIDADES

Richard A. González, CEO global y director general de la firma lo tiene claro: “estamos comprometidos en mejorar la salud y hacerlo de forma transparente y sustentable”.

A través de distintos programas operados a través de la fundación, contribuye con diferentes proyectos en países de necesidad donde se genera apoyo a gente de escasos recursos y servicio de salud. A nivel global y mediante distintos programas, el corporativo ha incluido a más de 1.37 millones de pacientes.

Mediante el Programa afiliado, la semana de las posibilidades y las labores de voluntariado, la farmacéutica busca devolver a la comunidad parte de las utilidades en el negocio.

De la Rosa recuerda: “hace un mes 70% de los empleados dedicaron horas a ir en chinampas en Xochimilco a recuperarlas. Fue un impacto de más de mil 200 personas, a quienes genera un beneficio como fuente de trabajo, pero también se conserva la tradición de cultivos y el cuidado del ecosistema”. Entre los donativos y apoyos más específicos. En la pandemia destinó distintos planes de cubrebocas para personal médico y equipo de seguridad para más de 100 médicos.

Finalmente, sobre la rentabilidad de ser ético, el directivo cree en el camino y lo basa no sólo en la convicción de lo correcto, sino en lo que representa para un país no serlo, un gran precio evaluado en estudios globales sobre el costo de la corrupción. “Es parte de cómo la reputación impecable, abre la puerta para hacer negocios”.

SANOFI MANTIENE APUESTA POR POLÍTICAS DE INTEGRIDAD

11

Entrevista

Desafíos éticos crecen tras la pandemia



Jorge Garduño*
Director de Ética e integridad del negocio en Sanofi México.

Tras la pandemia, la industria farmacéutica ha transitado de la emergencia sanitaria a una nueva era con 2 líneas principales de enfoque: una cultura de salud exponentada y hacer rentable con parámetros éticos, un negocio en plena expansión.

En medio de las oportunidades que los últimos años han creado, el camino es complejo porque además se involucran en la fórmula, aspectos como la atención al medio ambiente y parámetros distintos con que sus colaboradores evalúan la permanencia en empresas

que suelen enfrentar un alto nivel de rotación.

“Las nuevas normas y los temas laborales hicieron más desafiante ser ético porque las necesidades ahora son diferentes y se enfocan también en el impacto y huella ambiental, dado que tenemos plantas de manufactura”, dice Jorge Garduño, director de Ética e integridad del negocio en Sanofi México.

Desde el inicio de la pandemia, la farmacéutica fortaleció las acciones de bienestar para los empleados con medidas como el trabajo remoto, ayuda monetaria para equipo y el aumento en la cobertura de la póliza de gastos médicos mayores.

Desde entonces, dice, “queremos que los empleados se sientan en un ambiente súper seguro. Que si alguno ubica que la ética está en riesgo, pueda decirlo. Por ello la congruencia, sin líderes que no actúan en consecuencia es importante”.

Estas acciones, desde su perspectiva han generado un nivel de satisfacción y permanencia en los empleados, ya que “en el campo hay oportunidades, pero el compromiso que se vive en la empresa es tan fuerte, que llega a pasar más que otras prestaciones”. Para el directivo, las generaciones laborales son un tema interesante porque

tienen distintas características, desde los baby boomers hasta la generación X, todos beneficiados con aspectos como el desarrollo profesional que ahora se puede generar con programas a distancia.

“Casi desde el inicio del COVID-19 y hasta hoy, establecimos horarios con los que no haya forma en que los empleados tengamos actividad laboral que incrementa el stress. Ahora con el remote work tendemos a trabajar más”, indica. Entre las prácticas laborales, en Sanofi México instrumentaron el “espacio del silencio”, que va de 7 pm a 8 am en que no se envían correos o hacen llamadas telefónicas, excepto en urgencias; además de un horario de comida de 1 a 3 pm.

Es la combinación de políticas que generan un ambiente de respeto, seguro y en equilibrio que independiente de la religión, el back ground académico y los desacuerdos, impera la dignidad humana.

En relación con los programas de responsabilidad social, la biofarmacéutica cuenta con programas para fortalecer valores como la interacción con organizaciones como Pride Connection LGTB+ o un programa de diversidad e inclusión en el Museo de Memoria y Tolerancia. Adicionalmente, Garduño dice que el mayor impacto que tiene la empresa es



en las comunidades donde tiene presencia. Son las comunidades de Ocoyoacac y Cuautitlán, Izcalli donde a través de sus plantas de manufactura el beneficio se traduce en fuentes de empleo y otras iniciativas.

Sin embargo, más allá de la ética y el social print de estas acciones su visión es que una empresa debe tener algo más allá del código de ética “Un programa completo de ética integridad con el código, políticas y procedimientos” que se utilice cuando algo malo pasa internamente, a las autoridades y disponer de un canal de denuncias interno y externo.

“Ser ético es un beneficio, una ganancia competitiva. La empresa ya sabe que si no se participa en temas de corrupción, puede haber un ejercicio inmediato, va a minar en economía e interacciones. La sociedad mexicana ha avanzado en temas de conciencia”, asegura.



Septiembre 2022

CAPITALIZAR EL MOMENTO, EL OBJETIVO DE PFIZER

Hacer lo correcto, de forma íntegra



Álvaro Torres*
Director de Cumplimiento para Pfizer México.

La industria farmacéutica está siempre bajo la lupa, más aún tras la pandemia.

Este momento es el que Pfizer busca capitalizar lo alcanzado por su código de ética que se aplica a colaboradores, proveedores y comunidad.

Se trata de una infraestructura de códigos de ética que aplica la empresa en el día a día para crear al interior de la empresa ambientes seguros.

“Estamos en un ámbito empresarial sumamente delicado. Empresa que

se mueve, es la más vigilada a nivel global y sin embargo nuestro mayor nivel ha sido el bienestar de las personas”, asegura Álvaro Torres, Director de cumplimiento de la farmacéutica. En su visión, para enfrentar los retos que esto conlleva es necesario disponer de los recursos para alcanzar y promover políticas, socializar y cumplir con lo normativo que fomenta todas las asociaciones estratégicas encaminadas al mismo objetivo. Torres está cierto que el liderazgo que han alcanzado en la materia es producto de “ser consistente con el walk the talk. Vivir los valores, excelencia, coraje, equidad desde los líderes a niveles subsecuentes, de forma correcta. La clave de por qué seguimos evolucionando es porque somos muy consistentes”.

Esta filosofía ha redundado en la renovación de la firma en función de las soluciones médicas. Por ello, asegura, “buscamos innovar en las políticas internas como la capacitación, para transmitir ideas claras y consistentes en cuanto a la transparencia en el negocio con los diferentes stakeholders (audiencias clave)”. La pandemia también fue deter-

minante para el fortalecimiento de la estructura de trabajo remota, excepto ciertas áreas que no pudieron realizarlo a distancia.

“Nunca descuidamos el bienestar de los colaboradores, ni de los pacientes. Invertimos en forma responsable, pero también de forma consciente donde los recursos debieron hacerlo durante el período. Asegurar que los recursos estuvieran integrados; aunque ha sido complejo mantener la perspectiva”, explica Torres respecto a lo generado en la contingencia sanitaria.

Sin embargo, reconoce que el reto ha sido construir cultura de forma remota porque la cultura empresarial se vive. “Es un monitor para quienes somos líderes, mantenerla es difícil”.

Como otras empresas del sector, uno de los grandes motivadores para lograr niveles de retención laboral ha sido la velocidad de reacción, no sólo en la emergencia ante la sociedad, sino con sus colaboradores y adaptarse. “Ser flexible. Cambiar la forma de trabajo, es la forma más inequívoca, lo que profesamos es lo que hacemos sano en el entorno que hacemos”.

Aspectos como el reforzamiento de la cultura de inclusión de hacer lo correcto al interior y exterior de la organización, hicieron que la empresa se enfocara en la misión de hacer las cosas de manera correcta y crear mejores centros laborales donde temas como el género y derechos humanos conviven con la innovación y la ética.

Ser parte de una firma global, ha permitido a la filial incorporar desde 2021 aspectos como los considerados en el Sistema Internacional Anticorrupción, en especial lo aplicado a procesos de licitación pública.

“Estamos seguros de que hacer lo correcto es un buen negocio. Y no desde una perspectiva mercantilista, sino moral. Saber que tenemos una misión tan noble de llevar realmente salud y qué más que hemos visto el impacto, no tiene precio”, insiste.

A Torres queda claro que la actual coyuntura, en una circunstancia donde hay una necesidad, es cuando la ética y la integridad se vuelven más relevantes.

“La razón de esto es porque como industria responsable lo tomamos como una problemática social y de salud, no necesariamente como una oportunidad comercial.

Hay algo que está afectando de manera transversal la operación del ser humano. Eso genera disrupciones desde la perspectiva económica, laboral y social”, visualiza el líder de Compliance en Pfizer.

WALMART: EL OMNICANAL MÁS CONFIABLE Y ÉTICO

Entrevista

Cero tolerancia y programas generan **rentabilidad y confianza**

Adriana Velázquez*

Vicepresidente de Ética y Cumplimiento para Walmart.



Con 193 mil 902 asociados activos en México que sostienen la operación de 2 mil 784 unidades comerciales, este consorcio de tiendas de autoservicios enfrentó la pandemia y el reto de transformarse en un comercio omnicanal.

Adriana Velázquez, vicepresidenta de Ética y Cumplimiento para Walmart recuerda lo que la pandemia dejó: 219 protocolos de seguridad y programas de apoyo a sus colaboradores para transitar uno de los períodos más complejos para este sector, que al ser considerado actividad esencial mantuvo la operación.

Cada día, por las tiendas de esta cadena pasan más de 5 millones de clientes, a partir de

la pandemia robusteció su servicio de entrega a domicilio On Demand, que actualmente se ofrece en 120 ciudades a través de 760 tiendas.

“Al ser esenciales teníamos que permanecer como el canal más confiable”. Por ello instrumentó un programa para sus colaboradores basado en 3 ámbitos: físico, emocional y financiero.

Lo anterior implicó acciones como ajustes en la cobertura de seguros, asistencia posterior a personal contagiado, temas médicos, nutricionales, apoyo para fomentar una cultura del trabajo remoto saludable y otros vinculados como ahorros en compras en tienda, bonos, seminarios web y ajustes en el pago de la nómina a semanal.

De estas acciones se desprende el proyecto Prodi con el cual busca crear una propuesta de valor al asociado, mediante una cultura de respeto e inclusión. Teníamos, dice, la oportunidad de hacer algo diferente para las familias.

“La inclusión y la diversidad es una forma importante de la cultura. Es un compromiso con la integridad que se refleja en las acciones y nuestros resultados no se trata sólo de lo que logramos sino cómo lo logramos”, enfatiza.

Las acciones se reflejaron en un incremento anual de 4.9% en los ingresos, que ascendieron



a 736 mil millones de pesos con un margen bruto que se incrementó 20 puntos base.

El COVID19 fue para la firma “una prueba de fuego para las empresas, de qué tan importante era el recurso humano, e incluso ser ético incluye investigar las inquietudes de los clientes y grupos de interés”.

A través de controles y reglas, la empresa ha fundamentado un gobierno corporativo robusto basado en controles y reglas traducidas en ser un buen ciudadano digital y respetar los derechos humanos. El año pasado impulsó más de 52 mil horas de capacitación sobre el código de conducta entre sus asociados. En resumen, dice, la integridad genera confianza

con colaboradores, clientes e inversionistas porque evaluamos riesgos, productos y servicios éticos. Genera “un impacto en nuestras acciones, familias, comunidades y sociedad en general. No hay responsabilidad más importante de un líder que trabajar en la cultura de una empresa que tiene en uno de sus pilares ser regenerativa a través de la ética”. Lo anterior representa la aplicación de lineamientos de ética global en un documento público que detalla aspectos como la cero tolerancia al acoso sexual, el soborno, la integridad financiera y mala conducta desde consejeros y directivo, asociados y proveedores.

EMPRESAS + ÉTICAS
2022

Septiembre
2022



AMITAI
Integri-Line

EL MEJOR SISTEMA DE DENUNCIAS ANÓNIMAS DENTRO DE UNA ORGANIZACIÓN

Integri-Line es el sistema de denuncia anónima más seguro, flexible y versátil de Latinoamérica, la plataforma se adecua a todas las necesidades de su empresa.



Múltiples canales para reportar, software, teléfono y chat.



Fácil de implementar y administrar. con reportes en tiempo real sin límite de usuario.



La información viaja segura y se mantiene encriptada en servidores de alta seguridad certificado ISO 27001.



Flexible y configurable a las necesidades, políticas e imagen de cada organización.



Servicio en línea disponible las 24 horas los 365 días del año.

Pruébalo por 30 días sin compromiso

MÁS INFORMACIÓN: WWW.AMITAI.COM ☎ 55 9000 4050 ✉ INFO@AMITAI.COM.

HERBALIFE:

REPUTACIÓN MÁS ALLÁ DEL LIDERAZGO

Jesús Álvarez*

Vicepresidente Senior y Director General de Herbalife Nutrition México.



Hacer siempre lo correcto y comprometer a la alta dirección son clave para el desarrollo de una filosofía ética en las organizaciones, asegura Jesús Álvarez, vicepresidente Senior y Director General de Herbalife Nutrition México.

Desde la perspectiva de quien lidera la marca de productos de nutrición más reconocida en el mercado de ventas directas, la práctica de la ética está vinculada con generar conciencia entre los colaboradores del impacto de tener un correcto cumplimiento.

"Se requieren políticas corporativas claras y bien definidas. Es el mapa del camino de lo que debemos hacer. La comunicación y el comportamiento refrendan y respaldan una política de inclusión de tenemos que ser responsables, llegar a un punto en que los empleados sientan que esa seguridad lo que comunicamos es lo que hacemos", detalla Álvarez.

Esta filosofía se extiende a los círculos de acción donde vía programas de comunicación se logra generar un proceso de atracción de empleados y proveedores sumados a los mismos principios.

Adicionalmente, los programas dan ventajas porque "fortalecen la reputación como una entidad que se preocupa por el bienestar de empleados, clientes, proveedores y la comunidad".

Hasta el segundo trimestre del año, las ventas de la filial en México alcanzaron 123.9 millones de dólares, equivalentes a un crecimiento de 4.3%, mismos que se generaron a partir de una fuerza laboral de 2,208 colaboradores.

El directivo asegura que independiente de los resultados financieros, la pandemia fue un factor determinante en la recepción del consumidor por atender el bienestar vía la nutrición y actividad física. "Nos enfocamos en el bienestar físico y mental de nuestros colaboradores mediante nutriólogos, doctores y apoyos económicos para nutrirse e integrarse a actividades físicas como carreras de distancia, triatlones y otros", detalla.

El bienestar en el ámbito de trabajo, también hizo posible crear a través de la virtualidad y ambientes híbridos una estructura que atendiera las necesidades operativas del negocio.

ÉTICA Y CUMPLIMIENTO

- Código de ética público.
- Entrenamiento anual de prevención a la corrupción y cumplimiento ético.
- Comunicados sobre mecanismos de denuncia.
- Operación del departamento de ética y cumplimiento.
- Estándar de oro para distribuidores independientes.



Sin embargo, el directivo asegura que en el regreso post pandemia, la virtualidad no es lo más efectivo para este sector porque "se pierde el contacto personal, esa parte que sale espontánea en la transmisión de la información para generar ventas del producto".

Las acciones ejercidas a partir de sus distintos programas ejercidos a través de la Herbalife Nutri-

tion Foundation y Casa Herbalife han impactado en una mejora de la percepción de justicia entre los colaboradores, de acuerdo con una certificación de la Asociación Mexicana de Ventas Directas.

"Una mayor percepción de que se está haciendo lo correcto nos permite ver que los empleados están entendiendo el mensaje, y por tanto mejora los niveles de retención de personal", concluye.



AMITAI

Background Check



¡No corra riesgos innecesarios, no contrate sin verificar antes!

- Background check
- Due diligence

Antecedentes Académicos, Antecedentes Laborales, Procedimientos Laborales, Listas de Sanciones Nacionales e Internacionales, Litigios a Nivel Nacional de todas las materias excepto Penal y Prensa Adversa



Conozcalo sin compromiso

- www.amitai.com
- ☎ 55 9000 4050
- ✉ info@amitai.com



Septiembre
2022

LA ÉTICA EN LOS NEGOCIOS: LA NUEVA VENTAJA COMPARATIVA

Mario López Roldán*

Director del Centro de la OCDE para América Latina.



La ética en los negocios es vital para el desarrollo económico de una nación. Los niveles de ética e integridad empresarial de un país reflejan el grado de solidez y confiabilidad de su economía. Es un ingrediente fundamental para promover un crecimiento resiliente, incluyente y sustentable, y fortalecer la confianza en la economía de mercado.

La falta de ética en los negocios tiene un costo muy alto para las economías y las sociedades. De acuerdo con las Naciones Unidas y el Banco Mundial, a nivel global, cada año las empresas destinan más de un billón de dólares en sobornos para servidores públicos a cambio de ventajas en los negocios internacionales.

De manera similar, las estrategias empresariales para trasladar sus beneficios con el fin de reducir su base imponible y eludir el pago de impuestos, les cuestan a los países entre 100 y 240 mil millones de dólares en ingresos anuales perdidos.

Pero la ética empresarial va mucho más allá de evitar el cohecho y la elusión y evasión de impuestos. Las empresas también pueden construir su ética empresarial a través del respeto a los derechos humanos, la generación de empleos dignos, el pago de salarios justos, las condiciones de trabajo seguras, la incorporación de objetivos medioambientales, la promoción de la igualdad de género, la diversidad y el gobierno corporativo responsable.



Un negocio es exitoso en la medida en la que provee un producto o servicio que contribuye a la felicidad en todos sus formatos."

Mihaly Csikszentmihalyi.

Los países que cuentan con incentivos adecuados y marcos regulatorios eficaces para asegurarse que las empresas cumplen con objetivos de ética empresarial, suelen tener un mejor desempeño económico que los países donde las empresas operan con bajos niveles de ética. De acuerdo con estudios recientes, las empresas con altos estándares de ética tienden a ser más productivas que las empresas que incurren en prácticas poco éticas o corruptas. Cuando se promueve una cultura de ética en la empresa y los ejecutivos lideran con el ejemplo, la habilidad de los trabajadores para enfocarse en las tareas que deben cumplir aumenta exponencialmente, fortaleciendo la productividad y la competitividad vis-a-vis las empresas de "moral relajada".

Por ello, desde hace décadas, la OCDE (Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico) trabaja intensamente para ayudar a los gobiernos y empresas a fortalecer la ética empresarial y a construir principios y estándares internacionales sólidos, confiables y acordados multilateralmente.

Esto lo hacemos a través de diversos instrumentos OCDE, como las Líneas Directrices para Empresas Multinacionales, la Guía de Debida Diligencia para una Conducta Empresarial Responsable, los Principios de Gobierno Corporativo, la Convención para Combatir el Cohecho de Servidores Públicos Extranjeros en Transacciones Comerciales Internacionales, y el Manual para Empresas sobre Ética, Anticorrupción y Elementos de Cumplimiento. La Recomendación del Consejo de la OCDE sobre Contratación Pública y la

Recomendación sobre los Principios de Transparencia e Integridad en Cabildos también están ayudando a fomentar la ética empresarial en su vinculación con instituciones gubernamentales.

En los países de América Latina y el Caribe este es un tema crucial. De acuerdo con estudios recientes del Banco de Desarrollo de América Latina (CAF), la corrupción, que con frecuencia va ligada a la falta de ética pública y empresarial, le cuesta a la región cerca de 220,000 millones de dólares al año, equivalente al PIB de Perú o las reservas internacionales de Alemania.

Un estudio reciente sobre confianza del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) advierte que la confianza en las empresas (y los gobiernos) en la región es una de las más bajas del mundo y señala al comportamiento incívico de las empresas como uno de los propagadores de desconfianza social y la creciente demanda de regulación, lo cual se puede convertir en un freno para el crecimiento y la innovación.

Promover una cultura de ética empresarial en América Latina y el Caribe es esencial, no solamente por una cuestión moral o para evitar el castigo de mercados cada vez más informados. La ética empresarial es una buena estrategia de negocio, porque también incide en la productividad, la confianza, la inversión y el crecimiento incluyente, cuatro elementos fundamentales para el éxito empresarial, el fortalecimiento de la demanda y la generación de riqueza. También es una reverencia a la vida, una cuestión de humanismo, de responsabilidad existencial e inteligencia emocional, tres de las características centrales de los empresarios que demanda la era post Covid. Nos guste o no, el prestigio empresarial está y estará cada vez más asociado con la responsabilidad social que con la posesión de aviones o yates. La ética en los negocios no es una simple obligación o una cuestión retórica o cosmética, es la nueva ventaja comparativa de las empresas inteligentes en la globalización inclusiva y sustentable que necesitamos construir.



Septiembre 2022

AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer a las personas que participaron en el Consejo Consultivo, el órgano multidisciplinario que dedica su tiempo y experiencia en validar año con año la metodología implementada, los cuestionarios y procesos de calificación, así como la revisión de

los requisitos y condiciones para la participación de las empresas, con el fin de asegurar la seriedad, equidad y calidad de la información, entre otras funciones:

María Fernanda Avendaño Meouchi, coordinadora de Anticorrupción del Instituto Mexicano para la Competi-

tividad, A.C (IMCO) (<https://www.linkedin.com/in/fernanda-avenda%C3%B1o-meouchi-376a24152/>)

Jacobo Pastor García Villareal, Senior Specialist on Integrity and Procurement Policies de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)

(<https://www.linkedin.com/in/jacobo-pastor-garc%C3%ADa-villareal-14697814a/>)

Mariana Perales, directora de la Asociación Civil Hagámoslo Bien, por una cultura de la legalidad (<https://www.linkedin.com/in/mariana-perales-10b20a29/>)

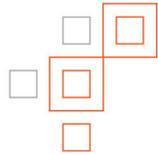
Fernando Senties Palacio, CEO de AMITAI® LATAM (<https://www.linkedin.com/in/fernando-senties/>)

Andrea Troyo, directora en BLUM Consulting, Organizational Development & Internal Communication (<https://www.linkedin.com/in/andreatroyo/>)

Juan Manuel Santisteban, especialista en investigación aplicada al capital humano

(<https://www.linkedin.com/in/phd-juan-manuel-santisteban-negro-76410a89/>)

Bárbara Thalía Amador Godoy, Coordinación.



COMIENZA A INVERTIR EN EL PORTAFOLIO INMOBILIARIO MÁS SÓLIDO

Somos la FIBRA más grande, líquida y diversificada del mercado. Nuestro portafolio, integrado por más de 650 inmuebles, administrado por profesionales y ubicado en zonas estratégicas, te brinda la posibilidad de un atractivo rendimiento.

NUESTRO PORTAFOLIO:

INDUSTRIAL
195 PROPIEDADES

OFICINAS
93 PROPIEDADES

COMERCIAL
149 PROPIEDADES

USO MIXTO
222 PROPIEDADES

CONOCE MÁS:



/Fibraunomx

@fibraunomx

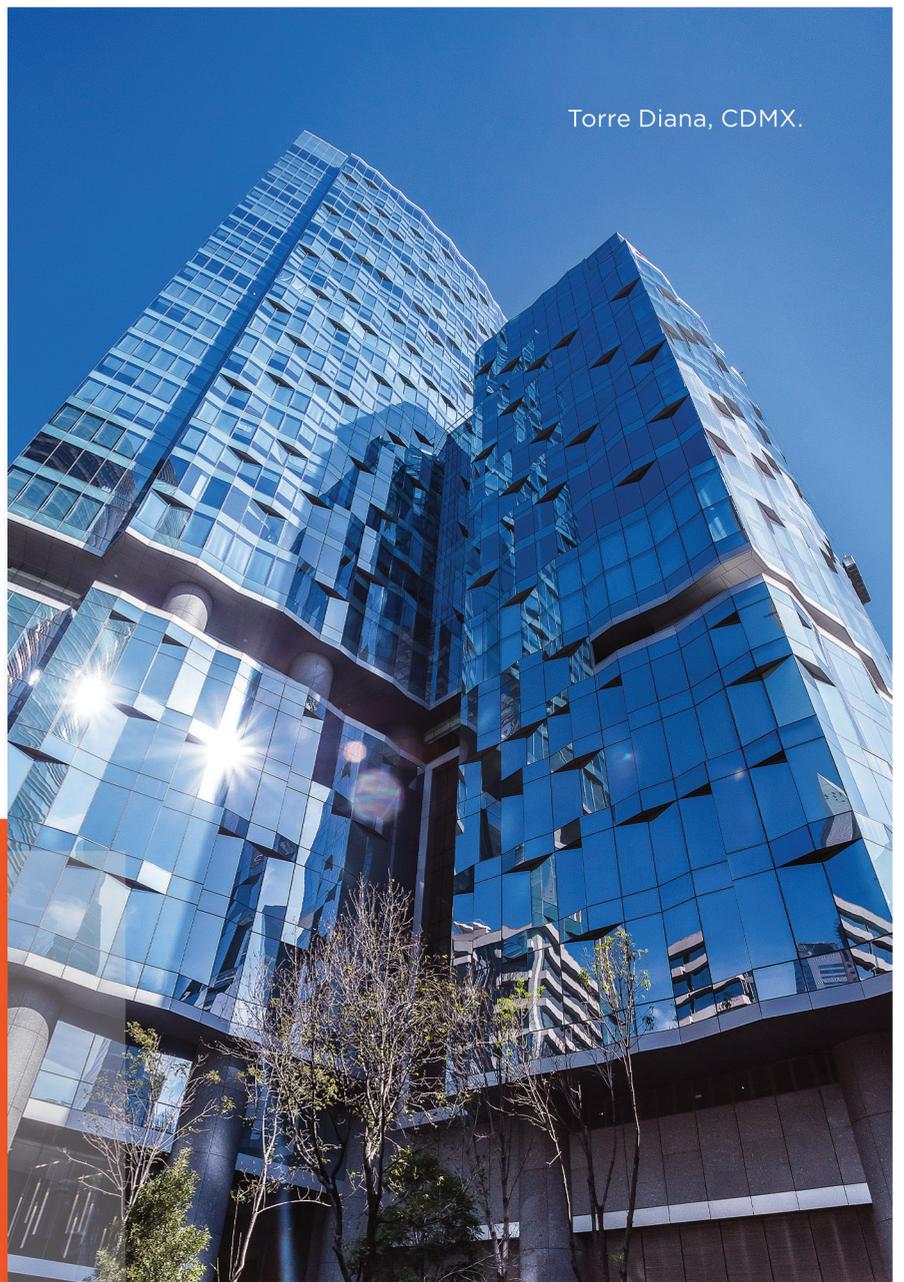
funo.mx

Fibra Uno (FUNO)

www.funomx

Renta de espacios:
800 847 2757

Torre Diana, CDMX.



Torre Reforma Latino, CDMX.



Américas, Jalisco.



DIAGNÓSTICO DE INTEGRIDAD CORPORATIVA



DIAGNOSTICA TU PROGRAMA DE INTEGRIDAD PARA FORTALECER TU ORGANIZACIÓN

CARACTERÍSTICAS

1. Flexible a las necesidades y alcance que la empresa desee darle
2. Dos encuestas en línea, para representantes de la empresa y colaboradores que permite encontrar las brechas entre ambos grupos
3. Personalización de dimensiones y cortes según la necesidades de la empresa
4. Asesoría experta personalizada
5. Resultados útiles para reforzar el programa de ética y cumplimiento de la empresa

Conoce el Diagnóstico de Integridad Corporativa

Para más información:

- o www.amitai.com
- ☎ 55 9000 4050
- ✉ info@amitai.com.

Recuerda que toda la información solicitada está debidamente resguardada y protegida de acuerdo con los protocolos legales establecidos por las leyes mexicanas y de seguridad de AMITAI®.



SÍGUENOS

