

Septiembre del 2023, No. 1 - CDMX

IV EDICIÓN DE LAS EMPRESAS MÁS ÉTICAS DE MÉXICO 2023

Del reconocimiento a la
certificación

Ética empresarial,
factor fundamental
para la selección
del mejor talento



“LA TRANSFORMACIÓN CULTURAL ES UN PROCESO
EVOLUTIVO SOCIAL, ECONÓMICO, ESTRUCTURAL QUE LLEVA
A LA ADOPCIÓN DE NUEVOS PATRONES DE CONDUCTA”

FERNANDO SENTÍES, LA ÉTICA EN EL COMBATE A LA CORRUPCIÓN - LA PIEZA QUE FALTA - , PORRÚA PRINT, 2019.





ÍNDICE

03 Carta Lic. Fernando Sentíes
CEO DE AMITAI® LATAM

05 Metodología

06 PRIMER LUGAR
Bristol Myers
Squibb México

08 TERCER LUGAR
Sanofi México

10 CUARTO LUGAR
General Motors de México

11 Ranking General

12 Ranking Tops
datos sociodemográficos

14 Ranking Tops
empresas por dimensión

15 ¿Qué hace la diferencia entre los primeros y los últimos lugares?

16 QUINTO LUGAR
Covestro

SEXTO LUGAR
Teva

18 SÉPTIMO LUGAR
Axtel

OCTAVO LUGAR
Axa Seguros

22 Agradecimientos

23 NOVENO LUGAR
Holcim México

DÉCIMO LUGAR
Baxter

EL ECONOMISTA

JORGE NACER GOBERA

PRESIDENTE

ANDRÉS CHAO EBERGENYI

VICEPRESIDENTE

FRANCISCO AYZA

DIRECTOR GENERAL

LUIS MIGUEL GONZÁLEZ

DIRECTOR GENERAL EDITORIAL

GERARDO HUERDO

DIRECTOR DE DESARROLLO DE NEGOCIOS

SANDRA ROMERO

DIRECTORA DE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA

LILIANA SANTAMARÍA

DIRECTORA DE MARKETING

ROY CAMPOS

CONSEJERO

JOAQUÍN LÓPEZDÓRIGA OSTOLAZA

CONSEJERO

MANUEL CAMPUZANO TREVIÑO

CONSEJERO

CARLOS ALBERTO MARTÍNEZ

CONSEJERO

JOSÉ LUIS REYES

CONSEJERO

ARTURO HERNÁNDEZ

DIRECTOR DE CIRCULACIÓN

HUGO VALENZUELA

COORDINADOR DE OPERACIÓN EDITORIAL

GERARDO RAMÍREZ

DIRECTOR DE TECNOLOGÍAS Y SOLUCIONES DIGITALES

JOSÉ SOTO GALINDO

EDITOR ONLINE

FERNANDO VILLA DEL ÁNGEL

EDITOR DE FOTOGRAFÍA

CARLOS FLORES MUÑOZ

COORDINADOR DE DISEÑO

EDICIÓN

VÍCTOR HUGO HERNÁNDEZ BOCANEGRA, XIMENA BRAVO, ROBERTO RAZO

DISEÑO

IVONNE ZAMBRANO, NELLY JIMÉNEZ

VENTAS

ANDRÉA OLIVERA TORRES

GERENTE DE VENTAS CONTENIDOS ESPECIALES Y CENTRALES DE MEDIOS

MÓNICA VELASCO HERNÁNDEZ



ATENCIÓN A SUSCRIPTORES

55 5237-0766

O DEL INTERIOR SIN COSTO

800-0188000

VENTAS DE PUBLICIDAD

Tel. 55 5326.5454 ext. 2414

ES UNA PUBLICACIÓN DE PERIÓDICO ESPECIALIZADO EN ECONOMÍA Y FINANZAS, S.A. DE C.V. IMPRESO EL 15 DE MARZO DEL 2023. EDITOR RESPONSABLE: LUIS MIGUEL GONZÁLEZ MÁRQUEZ. AV. SAN JERÓNIMO 458 PISO 3 Y 4, COL. JARDINES DEL PEDREGAL, ALCALDÍA ALVARO OBREGÓN, C.P. 01900, CIUDAD DE MÉXICO. TELÉFONO 55 5326 5454. CERTIFICADO DE LICITUD DE TÍTULO NÚMERO 3735 Y DE CONTENIDO NÚMERO 3152 DEL 13/IV/1989. EXPEDIDOS POR LA COMISIÓN CALIFICADORA DE PUBLICACIONES Y REVISTAS ILUSTRADAS DE LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN. NO. DE RESERVA AL TÍTULO EN DERECHOS DE AUTOR 04-2020-062514284100-107. FRANQUEO PAGADO. TALLERES: SANTANDER NO. 25, COL. SAN RAFAEL AZCAPOTZALCO, ALCALDÍA AZCAPOTZALCO, C.P. 02010, CIUDAD DE MÉXICO. DISTRIBUCIÓN: PERIÓDICO ESPECIALIZADO EN ECONOMÍA Y FINANZAS, S.A. DE C.V. SANTANDER NO. 25, COL. SAN RAFAEL AZCAPOTZALCO, ALCALDÍA AZCAPOTZALCO, C.P. 02010, CIUDAD DE MÉXICO. FUNDADO EN DICIEMBRE DE 1988. SUPLEMENTO ESTRATEGIAS, AÑO XVIII, NÚMERO 69. PROHIBIDO USAR INFORMACIÓN DE EL ECONOMISTA EN SITIOS WEB. DERECHOS RESERVADOS.



CARTA



Del reconocimiento a la certificación

Cuando decidimos lanzar la iniciativa de Empresas Más Éticas en el 2019, Después de muchos años de estar evaluando los programas de integridad de múltiples empresas, y asesorándolas para implementar o mejorar sus programas de Ética & Cumplimiento, parecía una buena idea hacer un listado para identificar y reconocer a aquellas empresas que sobresalían de la multitud por promover una cultura ética al interior de la organización, aquellas que más allá del cumplimiento normativo, es decir, asegurarse que no se "salían de la raya". Estas empresas impactan positivamente a todos los grupos de interés de la empresa.

A cuatro años de ese primer ejercicio, hemos ido afinando, tanto el cuestionario como el algoritmo de calificación año con año. Cada edición ha sido mejor que la anterior en reflejar lo que sucede al interior de la empresa en relación a sus programas de Ética y Cumplimiento, a tal grado que nos ha permitido identificar y conocer con un alto grado de confiabilidad el estado, no sólo los cambios positivos y negativos de los programas de integridad, sino de los posibles eventos que suceden al interior de las empresas en torno a sus programas de integridad, antes de ser publicados. Esto se ha logrado gracias a una metodología que ha demostrado ser robusta y confiable. Hoy "Empresas Más Éticas®", es la metodología más aceptada y reconocida en México para evaluar programas de integridad, por ello año con año más empresas se interesan, se registran y participan en Empresas Más Éticas®.

Con el mismo afán desde la primera edición de ser cada día más confiable y poder ofrecer a las empresas que participan, mejores resultados y elementos de análisis para la gestión de la mejora continua, hemos realizado este año un nuevo análisis con "Business Intelligence", que nos ha permitido identificar y agrupar a las empresas en clusters, y encontrar aquellos factores comunes que separan a las empresas mejor calificadas de aquellas que no quedaron en el listado. De la misma manera que en años anteriores, con esta información mejoraremos el algoritmo de calificación dando mayor peso a ciertas preguntas en base a ese nuevo conocimiento.

Derivado de lo anterior, y a través de una alianza de AMITAI®, nos hemos trazado nuevos objetivos para el próximo año:

1. Hemos formado el Instituto de Evaluación y Certificación Ética, S.C. (IECE) con el fin de ofrecer una certificación sobre los programas de Ética y Cumplimiento de las empresas alineado a las leyes y mejores prácticas que han dado forma a estos programas a nivel internacional, tales como los lineamientos para evaluar programas de Compliance Corporativos del Departamento de Justicia de Estados Unidos (DOJ), los ISO's y normas uniformes en la materia entre otros destacados.
2. Llevaremos la iniciativa de Empresas Más Éticas a Latinoamérica, para dar lugar a empresas de toda LATAM a participar y hacer benchmarking con otros países de la región.

La siguiente etapa es hacer uso de la tecnología y la Inteligencia Artificial para monitorear en tiempo real los programas de Ética y Cumplimiento, y automatizar aquellas tareas que son repetitivas, estableciendo un rating y riesgos de diferentes acciones y su impacto.

Lic. Fernando Sentíes
CEO DE AMITAI® LATAM



“Ética y Cumplimiento, valores indispensables en las corporaciones”.

Certifica a tu organización en materia de ética, cumplimiento, corrupción y más

¡El IECE y Empresas + Éticas te invitan a

certificar a tu empresa en Ética y Cumplimiento!

Más información en:
info@certificacioniece.lat

o llámanos al
+52 (55) 8995-1129

Ética Empresarial, factor fundamental para la selección del mejor talento



OCCMundial es una empresa con 25 años de liderazgo en México.

La ética empresarial desempeña un rol fundamental en el funcionamiento de las organizaciones, al establecer los principios y valores que guían su comportamiento y, sobre todo, sus decisiones de negocio.

Sin importar el tamaño, una empresa con ética se preocupa y se ocupa del bienestar integral de sus colaboradores, sus clientes, sus proveedores, sus inversionistas y de la comunidad en la que opera; asimismo, fomenta la credibilidad, transparencia, confianza, responsabilidad y el respeto en todas sus operaciones.

De esta manera, OCCMundial es una empresa con 25 años de liderazgo en México, que se enorgullece de cumplir su propósito de tocar la vida de millones de mexicanos ayudándolos a encontrar su futuro en la empleabilidad, contribuyendo de manera importante a que el talento humano y las empresas se encuentren, disminuyendo, así, el desempleo e impulsando el desarrollo del país.

Por ello, con el objetivo de acompañar a las personas en el cambio que representa encontrar un empleo de calidad, tanto en su vida como en la de su familia, así como de apoyar a cualquier tipo de empresas a hallar el talento humano de calidad, llevándolos de la mano hasta que lo encuentren y lo contratan, en OCCMundial tenemos un compromiso por la constante innovación y desarrollo hacia el futuro, manteniéndonos de manera constante reinventando nuevas formas de atraer y conectar el talento, con tecnología de punta, cuidando la seguridad y privacidad de los datos de los usuarios y cumpliendo cabalmente las regulaciones.

Es así que, como Centro de Carrera Profesional en línea ayudamos a fomentar las buenas prácticas empresariales tales como la selección y reclutamiento ético de personal al brindar una plataforma para que las empresas publiquen sus vacantes de empleo con descripción clara de requisitos y expectativas laborales, lo que facilita la búsqueda de candidatos que se ajusten no solo a los requisitos del puesto sino a los valores y la cultura organizacional de cada compañía.

Asimismo, promovemos la igualdad de oportunidades en el ámbito laboral al impulsar a las empresas a publicar vacantes de empleo que fomenten la inclusión sin discriminación por género, raza, origen étnico, discapacidad, etc., lo que ayuda a construir entornos de trabajo más inclusivos, diversos y justos.

Por último, proporcionamos herramientas que apoyan a las organizaciones a comprender y promover las buenas prácticas empresariales; a través de los artículos de nuestro blog y publicaciones en diferentes medios de comunicación, abordamos temas relacionados con el liderazgo responsable, la gestión del talento, las buenas prácticas, el bienestar integral de los colaboradores, el salario emocional, entre otros temas, que brindan a las empresas información necesaria para tomar decisiones éticas y promover una cultura empresarial basada en principios sólidos.



Sergio Porrugas,
Director de Operaciones (COO) de
OCCMundial

El autor es Director de Operaciones (COO) de OCCMundial, el Centro de Carrera Profesional en línea, desde 2015 y a partir de entonces ha impulsado el crecimiento anual de más de dos dígitos de la compañía, la apertura de oficinas comerciales en 13 estados del país y la penetración del proceso de reclutamiento en las PyMEs. Anteriormente se desempeñó como Director Comercial y Director de Finanzas de la compañía y bajo su dirección en 2011 se lanzó OCCEducación, unidad de negocio que ofrece opciones educativas de todos los niveles y especialidades. Anteriormente ocupó por más de 12 años puestos internacionales dentro del área de finanzas en Procter & Gamble y también colaboró en Convermex. Graduado con honores, es licenciado en Administración de Empresas con especialidad en Finanzas por la Universidad Nuevo Mundo.



Metodología

La metodología de Empresas Más Éticas (E+E) es la piedra angular de nuestro modelo de evaluación. 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, aunque ahora se apega a los Lineamientos para evaluar programas corporativos de Compliance DOJ.

Es importante señalar que hacer encuestas sobre integridad y ética resulta efectivo para las empresas; de acuerdo con Peterson (2002) los empleados suelen tener más información sobre comportamientos poco éticos que sus gerentes o supervisores, Kaptein y Avelino (2005) enlistan las siguientes razones para realizar encuestas sobre ética en las organizaciones:

- **Participación:** Al involucrar a los empleados, la organización muestra que la ética es importante y que las opiniones del personal cuentan.
- **Concienciación:** Los empleados aumentan su conciencia sobre la ética de su propia conducta y la de su entorno de trabajo.
- **Creación de momento:** Encuestar a los empleados sobre temas de ética abre un espacio para abordar y discutir sobre cuestiones éticas.
- **Eficiencia:** Una encuesta es un método rentable y rápido para recopilar información en grupos muy numerosos.
- **Comparabilidad:** Los datos cuantitativos generados por un cuestionario se pueden utilizar para hacer comparativos entre áreas de la organización, entre distintos momentos y entre diferentes organizaciones.

Sin embargo, la mayoría de las encuestas de este tipo, tienden a ser respondidas por los representantes de la empresa, en ocasiones ni se aplican encuestas. Por ello, en Empresas Más Éticas, realizamos una encuesta de opinión que refleja la percepción, tanto de la alta gerencia de la empresa, como de sus colaboradores, y la brecha que puede existir entre una y otra en las dimensiones de ética que se evalúan. Por ello, hay dos componentes de la encuesta. Uno que es respondido por representante(s) de la empresa, y el segundo, que es respondido por los colaboradores de la misma.

El resultado de las encuestas es calificado por un algoritmo complejo que pondera de manera diferente ciertos elementos sobre otros, dependiendo de:

- Quién responde la pregunta
- Diferencia entre los dos cuestionarios a las mismas preguntas,
- Sesgo de las respuestas, etc.

La calificación a través de un algoritmo de calificación, permite objetividad en los resultados, no hay lugar para interpretación subjetiva humana. Adicionalmente, integramos un Comité Ejecutivo representado por varias personas de organizaciones sin fines de lucro que valida cada parte del proceso.

¿QUÉ SE EVALUÓ EN EL RANKING DE E+E?

Se evalúan 4 dimensiones en temas de ética que son elementos transversales en todas las empresas:

- **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”. Dicho 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”, y 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.

Esto va a cambiar el año que entra, para apegarnos a los lineamientos del DOJ.



No te lles
sorpresas al
contratar y
completa tu
investigación,
verifica:

- Datos Socioeconómicos
- Historia Laboral
- Historial Legal Homónimo
- Crédito Hipotecario
- Información Relevante
- Incidencias Legales
- Redes Sociales

Para más información
consulta:
www.amitai.com
info@amitai.com
55 9000 4050

Oswaldo Bernal Carmona, Director General de Bristol Myers Squibb México comparte una visión sólida sobre el papel de la ética como pilar de las empresas.



Bristol Myers Squibb México prioriza la ética en su compañía y obtiene resultados impresionantes

75 años de presencia activa en la nación.

24 horas al día funciona la línea de integridad, disponible para empleados y quienes interactúan con nosotros.

Una empresa con más de 100 años en la industria farmacéutica es sinónimo de buenas prácticas, ya que sólo las buenas decisiones corporativas en conjunto pueden llevar a una firma a continuar vigente en un mercado tan importante, por ello es que Bristol Myers Squibb resulta un referente confiable en un aspecto fundamental como lo es la ética.

En el caso específico de Bristol Myers Squibb México, han sido 75 años de presencia activa en la nación, por lo que sus prácticas han recorrido un terreno bastante largo para compartir el secreto detrás de su efectivo código de ética, es así como Oswaldo Bernal Carmona, Director General de Bristol Myers Squibb México, comparte su punto de vista al respecto.

“Tenemos procesos bien establecidos de entrenamiento y del día a día, nos aseguramos de que en nuestras conversaciones, nuestras acciones, nuestra manera de actuar se refleje esa cultura, esos valores organizacionales, esa visión, de esa forma la gente es entrenada y los vive día a día y creemos que ahí está la clave para que esos valores que vienen de hace más de 100 años en la empresa, y que están creados desde nuestra casa matriz en Estados Unidos, se vivan en los diferentes niveles operacionales que tenemos en todo el mundo”, explicó Bernal Carmona.

El directivo fue claro al señalar que se trata de un tema que va más allá de un código teórico, sino que se vuelve una práctica cotidiana en todos los niveles de la corporación: “somos más de 30 mil empleados y cada uno de nosotros, cuando ingresamos a la compañía pasamos por este proceso de onboarding y luego comenzamos a incorporar estos temas en nuestros léxico, en nuestras conversaciones diarias”.

En este sentido, extienden dicha ética a sus operaciones comerciales, a terceros con quienes comparten los valores que consiguen brindar mayor calidad y eficiencia en todos los procesos que realizan.

“Con mucho orgullo te digo que tenemos los más altos estándares en integridad en años de historia que tiene la encuesta y venimos creciendo”.

“Nuestras interacciones con médicos, distribuidores, con aliados comerciales, siempre se basan en algo que nosotros tenemos muy bien mapeado, que se llama: nuestros estándares de conducta y ética para terceros”, ahondó.

MÁS ALLÁ DE LAS NORMAS INTERNAS

A decir de Bernal Carmona, la ética no solamente es responsabilidad de sus empleados, sino de cualquier externo que haga alguna función para la compañía, por ejemplo: la distribución, de esa manera mantiene la ética en toda la cadena.

“Lo otro es que ofrecemos oportunidad para nuestros empleados, pero también para esas empresas a las que hacía referencia, de que en el momento de que llegaran a percibir algún tema que vaya en contra de la ética, tengan recursos en donde llegar o hacer la alerta, eso es en nuestra línea de integridad que funciona 24 horas y que está disponible para los empleados o para cualquier persona que interactúe con nosotros, levantar la mano y decir ‘veo un riesgo de compliance’, lo que gracias a lo que venimos haciendo no sucede frecuentemente”, profundizó.

ALTOS ESTÁNDARES

Al hablar sobre los estándares que utilizan para medir el éxito de sus códigos y normas sobre la ética en Bristol Myers Squibb México, el directivo externó que son casos mucho más estrictos de lo que se les solici-

ta como requisito. “Son varios estándares los que tenemos, los internos que nos rigen y que son más estrictos y acotados, pero también trabajamos de la mano con las asociaciones locales, que son las que rigen la industria farmacéutica, estamos muy apegados a eso”, dijo.

En este sentido, compartió que tienen indicadores como su encuesta “My Voice”, que en una de sus secciones mide la integridad y es para ver si alguno de los miembros del equipo directivo, o de los empleados, considera que realmente cumplen con los códigos y estándares, ya que evalúa a todos los empleados de la compañía para ver si en todos los niveles se está viendo la integridad como un valor y mencionó que: “con mucho orgullo te digo que tenemos los más altos estándares en integridad en años de historia que tiene la encuesta y venimos creciendo”.

Además, la firma extiende esas buenas prácticas a sus operaciones, ya que creen firmemente que los servicios que ofrecen deben estar empatados con la ética y la transparencia, brindando una muestra de lo que se vive día a día en la compañía.

“Nuestros estudios clínicos se rigen por los más altos estándares de ética y de integridad, desde la buena práctica de laboratorio, hasta las buenas prácticas clínicas, los datos personales, se protegen bajo los más altos estándares de privacidad, esa es la mejor manera de vivir la ética e integridad que practicamos”, concluyó.

Baker McKenzie: Contribuyendo al éxito de las empresas mediante la Ética y el Compliance

Baker McKenzie es pionera en brindar servicios de Compliance con un enfoque ampliamente transversal, así como en contar con un equipo dedicado enteramente a la ética y el Compliance indoors.



José Larroque, Socio Administrador en Baker McKenzie México.



Reynaldo Vizcarra, Socio Principal, Líder de la Iniciativa Compliance en Baker McKenzie.



María Bárbara Marcen Abascal, Chief Compliance Officer Baker McKenzie México.

Las tendencias actuales, en términos legales y regulatorios para personas morales, son cada vez más complejas, además de encontrarse en constante movimiento. El papel de determinados profesionales, tales como abogados y asesores legales, es fundamental para aportar conocimientos especializados a las empresas, de manera que éstas puedan, con toda certeza, tomar decisiones éticas, responsables y de impacto positivo.

Baker McKenzie, la Firma multinacional con 70 años de experiencia y presencia en 45 países, es consciente de tales desafíos. José Larroque, Socio Administrador de la organización, comparte con nosotros el fortalecimiento que se ha buscado en los principios y valores que orientan las decisiones que se toman como Firma, siempre manteniendo un enfoque ético, tanto al interior de la organización como al exterior; es decir, decisiones que se reflejan en sus colaboradores, proveedores y grupos de interés, así como en los servicios que brindan a sus clientes día a día. José Larroque afirma que, la nueva realidad en la que vivimos, demanda inevitablemente la creación de modelos donde los ejes rectores sean la ética y la renovación sostenible, además de la implementación de programas que contengan visiones holísticas y liderazgos transformacionales, con enfoques sinérgicos y transversales.

“En Baker McKenzie, llevamos más de una década trabajando en la creación de la denominada **Iniciativa Compliance**, en la que se integra un equipo de profesionales enfocados a atender las necesidades que van surgiendo no solo en **Compliance** y Gobierno Corporativo *per se*, sino en el debido cumplimiento que implican otros sectores empresariales. Esta iniciativa pretende ser integral, transversal y multidisciplinaria, ya que, si bien es cierto que el **Compliance** nace a partir de la lucha contra la corrupción, hoy por hoy se exige contar con elementos más integrales que permitan atender materias que trastocan la responsabilidad social de las organizaciones. Derivado de esto, nuestro enfoque y atención a clientes se extiende a todo tipo de áreas de conocimiento que nos permitan aplicar los principios de **Compliance** a cualquier industria. El **Compliance** está teniendo un lugar cada vez más relevante y está demandando de nosotros como Firma un grado de especialización mayor para brindar el apoyo que necesitan a diario nuestros clientes”, explicó Reynaldo Vizcarra, Socio Principal en Baker McKenzie México.

Por otra parte, Bárbara Marcen Abascal, Oficial de Cumplimiento de Baker McKenzie México, nos compartió que, en esta misma filosofía, dentro de la Firma han visualizado, planeado y diseñado una metodología de implementación de programas integrales, los cuales sirven como medio para promover la transparencia, la rendición de cuentas y la ética en cada una de las interacciones que tiene con su colaboradores, clientes, proveedores y grupos de interés.

Al respecto, Bárbara Marcen explicó que las tres herramientas ba-

se que contribuyen a dicha estrategia y a la salvaguarda de los intereses de todos los que forman parte de Baker McKenzie México, son su **Código de Conducta**, el **Manual del Abogado** y su **Plan Integral de Compliance**. La clave, sin embargo, para alcanzar el punto más alto de aprovechamiento de estos pilares, es, sin lugar a dudas, el acompañamiento de un liderazgo congruente por parte de quienes encabezan la organización. El mayor orgullo como Firma, nos comenta la Oficial de Cumplimiento, es brindar lo mejor de nuestra profesión a nuestros clientes.

Es importante resaltar que, para Baker McKenzie México, la ética y el **Compliance** que se externa hacia sus clientes y relaciones con terceros y su comunidad, no es más que el reflejo de esfuerzos internos. Por ello, esta Firma es pionera en México, en contar con un equipo dedicado enteramente a la ética y el **Compliance indoors**, el cual permite mantener la integridad y el deber ser en el corazón del Despacho. La ética y la Responsabilidad Profesional son temas delicadamente protegidos a diario, hecho que, inevitablemente, fortalece los cimientos de Baker McKenzie.

En términos específicos de **Social Governance**, Reynaldo Vizcarra, explicó que ESG (siglas para **Environmental, Social, and Corporate Governance**) es una tendencia que está marcando el andar de las empresas a nivel mundial y que, al interior de Baker McKenzie, está teniendo un papel protagónico. “Sin el **Compliance**, no podría consolidarse la Gobernanza, ni la construcción de los programas necesarios para la gran transformación que es ESG. Tendencias como esta, marcan que el tener una visión más amplia que genere una certeza sostenible, más allá de los ingresos, será el futuro de los negocios y es por esto que hemos trabajado fuertemente”, aseguró Reynaldo Vizcarra.

Al ser Baker McKenzie México una de las Firmas referentes en el país, los Socios y la Oficial de Cumplimiento, concluyeron que siempre será una prioridad impulsar a sus clientes a generar la sostenibilidad adecuada dentro de sus negocios, ocupando las mejores ideas para asegurar una cultura basada en la ética, integridad y cumplimiento normativo, interno y externo, mediante el acompañamiento en la creación de un Plan de **Compliance**, así como en la implementación y ejecución de los programas correspondientes.

“Es un honor ser la única Firma de Abogados en México que se encuentra presente en el ranking de las **Empresas + Éticas 2023**. Este reconocimiento lo portamos con orgullo todos y cada uno de los colaboradores de Baker McKenzie, que trabajamos diariamente por la construcción de una cultura ética, íntegra y profesional”, concluyó José Larroque, Socio Administrador.

Baker McKenzie.



Es un honor ser la única Firma de Abogados en México que se encuentra presente en el ranking de las Empresas + Éticas 2023”
José Larroque, Socio Administrador

Más información



Sanofi marca la pauta en ética y calidad garantizada

Más de **1,700** colaboradores tiene Sanofi en México

100 países en los que Sanofi tiene presencia.



Jorge Garduño,
Director de Ética e Integridad del Negocio en Sanofi México.

Una compañía que maneja un extenso equipo y que abarca un amplio territorio a nivel mundial, además de marcar pautas en cuanto a ética y calidad, es Sanofi, compañía que integra más de 100 mil colaboradores en más de 100 países en los que tiene presencia.

En México tiene más de 1,700 colaboradores y aún con ese impresionante número en su equipo, ha sabido mantener estándares de ética y calidad reconocidos mundialmente, según Jorge Garduño, director de Ética e Integridad del Negocio en Sanofi México.

La firma tiene referentes de ética y calidad mundialmente reconocidos, por ejemplo el de la International Federation of Pharmaceutical Manufacturers & Associations (IPFMA); además, cuentan con el 100 por ciento de cumplimiento en due diligence.

“México no se puede quedar atrás en cuanto a tener esa referencia internacional, debemos ser ambiciosos y buscar esos niveles de estándares, entonces nos basamos en códigos de la industria farmacéutica a nivel internacional, uno de ellos es el código IPFMA que justamente regula las buenas prácticas que se dan en la industria y el código de Sanofi está alineado a ese código internacional”, explicó Garduño.

ENFRENTANDO EL RETO

Y es que la ética en la nación mexicana es uno de los puntos más complejos a los que se enfrentan las empresas, tal como lo señala un estudio de la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex) y Mexicanos contra la Co-



México no se puede quedar atrás en cuanto a tener esa referencia internacional, debemos ser ambiciosos y buscar esos niveles de estándares, entonces nos basamos en códigos de la industria farmacéutica a nivel internacional, uno de ellos es el código IPFMA que justamente regula las buenas prácticas que se dan en la industria y el código de Sanofi está alineado a ese código internacional”

rrupción y la Impunidad (MCCI), al mostrar que el 39% de más de 2,400 directivos de empresas entrevistados en el país, ha experimentado directamente un acto de corrupción.

“México en el mapa de la corrupción es de los países más rojos, entonces ese es el gran desafío que tenemos y lo que te puedo decir de Sanofi es que al participar en este ranking durante 4 años, hemos tenido el gran privilegio de estar en el top 3, pero que es un gran desafío y mucho trabajo llegar a ser percibido por parte de nuestros empleados como empresa ética”, dijo Garduño.

EVOLUCIÓN AL CÓDIGO

En este sentido, Sanofi va más allá de cumplir con los estándares internacionales, va evolucionando al punto de marcar pauta en cuanto al código de ética se trata, llevándolo a un nuevo nivel en el que se enfocan también en el comportamiento humano, dando como resultado un código de conducta completo.

“Tenemos que ir evolucionando, antes manejábamos un código de ética y actualmente pasó a ser un código de conducta, porque conducta implica más allá de la ética, abarca comportamiento humano. Uno de los capítulos de nuestro código de conducta está totalmente dedicado a fortalecer los temas de diversidad, equidad e inclusión, manejamos cinco pilares que tratan de abarcar todo: uno de ellos tiene que ver con gender types, otro con habilidades y que también se llaman discapacidades, otro con el tema de generaciones, hoy día hay múltiples generaciones trabajando simultáneamente, otro con orígenes y culturas, por ejemplo, personas que tienen diferente religión o diferentes formas de pensar, y por supuesto, está la comunidad LGBT+, tratamos de abarcar la mayor parte de temas de diversidad, equidad e inclusión y hacemos actividades específicas para cada uno de ellos. El mayor desafío que enfrentamos es que cada empleado, independientemente de su orientación sexual, religión o edad, se sienta que puede ser él mismo en la organización. Este es el gran desafío y esta cultura debe ir pegada con la cultura de la ética; es decir, no puede estar separado diversidad, equidad e inclusión de la ética”, ahondó Garduño.

Es así como Sanofi genera una cultura de ética e integridad, pero además realiza una labor con mayor mérito: mantenerla.

Intel: liderando la innovación ética en la era de la Inteligencia Artificial

Desde su inicio, Intel se ha caracterizado por su continua innovación en tecnología, permitiendo a numerosas personas en todo el mundo mejorar sus vidas mediante su aplicación. La longevidad y relevancia de los productos y soluciones de Intel a lo largo del tiempo se atribuyen a su enfoque responsable y ético en el proceso de diseño.

Tal compromiso, se refleja con claridad en uno de los cuatro pilares de la estrategia de ESG (Ambiental, Social y Gobernanza) de Intel. Este pilar subraya la creación de tecnología arraigada en principios éticos, incluyendo la Inteligencia Artificial (IA).

A partir del año 2017, Intel comenzó a trazar los pasos para su política de IA Responsable. A través de esta estrategia, Intel ha colaborado activamente con académicos y centros de investigación, así como con foros y otros espacios, para garantizar que tanto los productos como las soluciones de Intel sean sólidos en términos de privacidad, seguridad y transparencia. De esta forma, se busca democratizar el acceso a una IA mucho más responsable.

ABRAZANDO A LA IA CON ÉXITO

La importancia de la diversidad se resalta en el desarrollo ético de la IA. Los sistemas de IA, al ser creaciones humanas, pueden verse influidos por sesgos. La inclusión de equipos diversos en términos de edad, nacionalidad, género y sexo no solo enriquece el proceso, sino que también asegura que la IA sea accesible para todos, evitando exclusiones.

De acuerdo con el Informe sobre el futuro de los trabajos de World Economic Forum 2023, el 85% de las empresas ha adoptado nuevas tecnologías para seguir transformando sus industrias. Con este panorama en mente, Intel se ha enfocado en programas internacionales para que más personas cuenten con las habilidades necesarias para abrazar esta tendencia mundial con éxito.

Los esfuerzos de Intel han generado innovaciones



En un mundo cada vez más digitalizado, la creación ética de soluciones de IA es una responsabilidad de todas las empresas de tecnología”,

Alejandra Ramírez,
Directora de Comunicación para Intel México y Costa Rica.

Responsible
La tecnología de IA de Intel ofrece ~96% de precisión al detectar videos falsos a través de FakeCatcher

Sustainable
Intel logró 93% de energía eléctrica renovable a lo largo de sus operaciones globales y ahorro ~970 millones de kWh de electricidad y 26.2 mil millones de galones de agua desde el 2020.

Inclusive
Intel logró su compromiso de llegar a \$2 mil millones de dólares en gasto anual con proveedores diversos para el 2030 - 8 años antes.

Enabling
Los empleados de Intel han realizado 2.8 millones horas en voluntariados durante los últimos tres años, además Fundación Intel ha invertido \$760+ millones de dólares en 2022.

tecnológicas que amplían el acceso a la inteligencia artificial tanto para individuos como para empresas. Los avances abarcan diversas áreas, incluyendo la atención médica, vehículos autónomos y sistemas de detección de deepfakes.

EL COMPROMISO DE INTEL HACIA UN MUNDO MEJOR

“En un mundo cada vez más digitalizado, la crea-

ción ética de soluciones de IA es una responsabilidad de todas las empresas de tecnología. Por ello es vital que conceptos de diversidad, inclusión y colaboración activa, sean los pilares base para que esta tecnología pueda impactar de manera positiva a todas las personas en el mundo” comentó Alejandra Ramírez, directora de comunicación para Intel México y Costa Rica.

Las empresas del futuro no pueden contemplar la sustentabilidad y ética como pilares secundarios de sus estrategias de negocio, sino como parte fundamental de sus empresas. Intel está contribuyendo con su tecnología para que la transformación digital y el futuro sea más diverso, ético y verde.

La historia de éxito de Intel ha demostrado que la ruta hacia la innovación no es un camino que se recorre en solitario, sino con la ayuda y colaboración constante con otros actores clave. Al unir fuerzas con expertos de diversas áreas, se pueden establecer mejores prácticas que aborden de manera efectiva los retos que tenemos hoy en día. La ética y la responsabilidad, en este contexto, funcionan como la brújula que se debe seguir para guiar nuestras acciones hacia un mejor mundo.

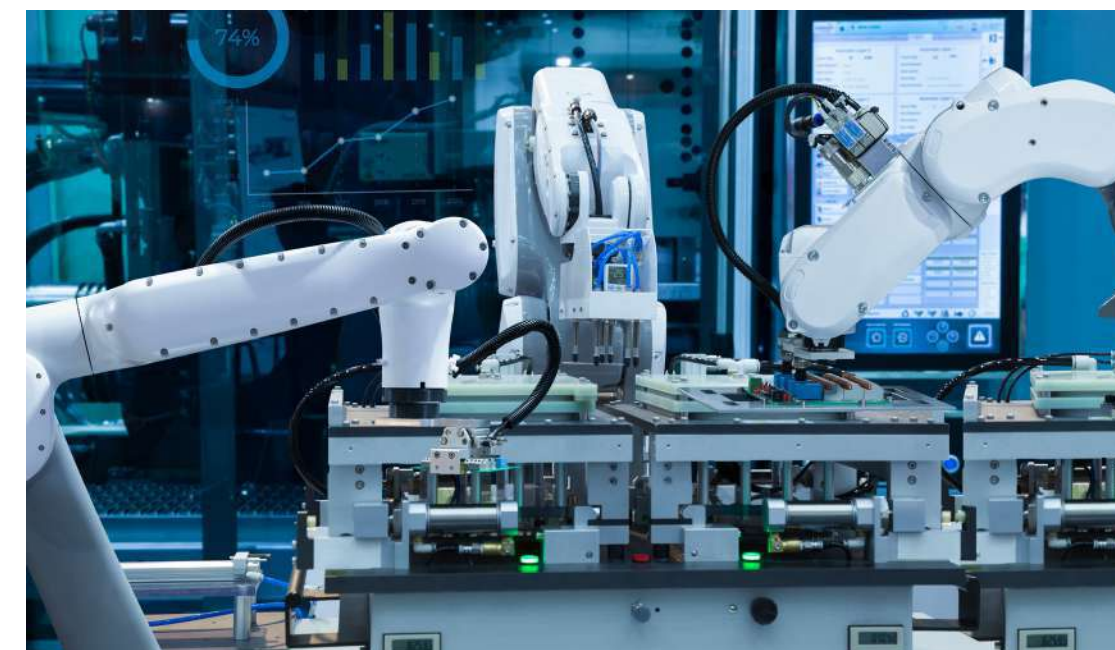


Foto: Adobe - stock.adobe.com

GM México: Cultura ética y de cumplimiento que impulsa la excelencia empresarial



José Lechuga,
Director Legal de GM de México,
Centroamérica y el Caribe.

“Nosotros partimos del principio de que para que tu tengas un buen entorno ético y de cumplimiento debes de contar con una cultura que sea sólida, que se base en hacer las cosas bien, siempre cumpliendo con la ley y teniendo un comportamiento ético en los negocios”,

Director Legal de GM de México, Centroamérica y el Caribe.

General Motors (GM) México, con una trayectoria de más de ocho décadas en el mercado, se ha destacado por su firme compromiso con una cultura ética y de cumplimiento. Tal enfoque se fortalece mediante la claridad de sus expectativas y valores, los cuales están presentes en cada uno de los 23,000 colaboradores que hacen este éxito posible.

Para José Lechuga, Director Legal de GM de México, Centroamérica y el Caribe, el objetivo es migrar hacia una cultura donde hacer las cosas bien sea un estilo de vida. Esto implica llevar a cabo acciones con integridad incluso cuando no están siendo observados, comenzando desde los líderes.

“Los directivos juegan un rol muy importante en todo esto. Si el líder no da un buen ejemplo, el problema que tienes es que a pesar de que tengas muchos documentos publicados, el equipo no va a actuar de la manera que debe de hacerse”, comentó Lechuga quien también enfatizó en que cada miembro se mantiene en capaci-

taciones obligatorias, con la finalidad de asegurar que todos estén involucrados en la cultura ética de GM.

Además, para fomentar y permear la cultura en todos los niveles, GM cuenta con canales de denuncia anónima, oficiales de cumplimiento en diferentes materias para garantizar que se efectúe la ley y, finalmente, compliance moments en los que se dedican de 5 a 10 minutos al inicio de ciertas reuniones para compartir algún momento de cumplimiento fuera y dentro de la empresa.

“Para prevenir hay que fijar claramente las expectativas y comunicarlas a la organización. Ya que tienes las reglas claras, informadas y que la gente las está materializando y están viendo qué es lo que se espera de ellas, simplemente esperar a que se continúe con ese criterio”, puntualizó el Director Legal de GM de México, Centroamérica y el Caribe.

En GM han creado un ambiente que promueve el cumplimiento de la ley y la toma de decisiones éticas, evitando conflictos complejos. Gracias a esta cultu-

ra sólida, no han enfrentado conflictos éticos hasta el momento. Además, entienden que los cambios son constantes y los abordan como oportunidades para mejorar, siempre guiados con sus principios y el cumplimiento de la ley.

“En lugar de ver el cambio como algo que compli- ca una situación, verlo como una oportunidad, pero siempre teniendo como premisa el hacer las cosas bien, siempre en cumplimiento con lo que marca la ética, con lo que marca la ley y de esa forma puedes estar del otro lado siempre”, explicó el directivo.

Finalmente, José Lechuga expuso que México actualmente tiene oportunidades para cambiar a través de las decisiones que individualmente se toman día con día para continuar construyendo el país.

“En la manera que tu vas cambiando ese tipo de cosas contigo mismo, con tu familia, vamos haciendo de este un mejor país. Y de igual manera, nosotros como GM nos gusta participar de esto para tener una reputación muy sólida de que somos una empresa ética, de que nos lo tomamos muy en serio cumplir con la ley y de esa forma apoyar al país y seguir avanzando”, concluyó el Director Legal de GM de México, Centroamérica y el Caribe.



GM
cuenta con
23,000
colaboradores

El talento que buscas, también te está buscando.

Al usar OCC

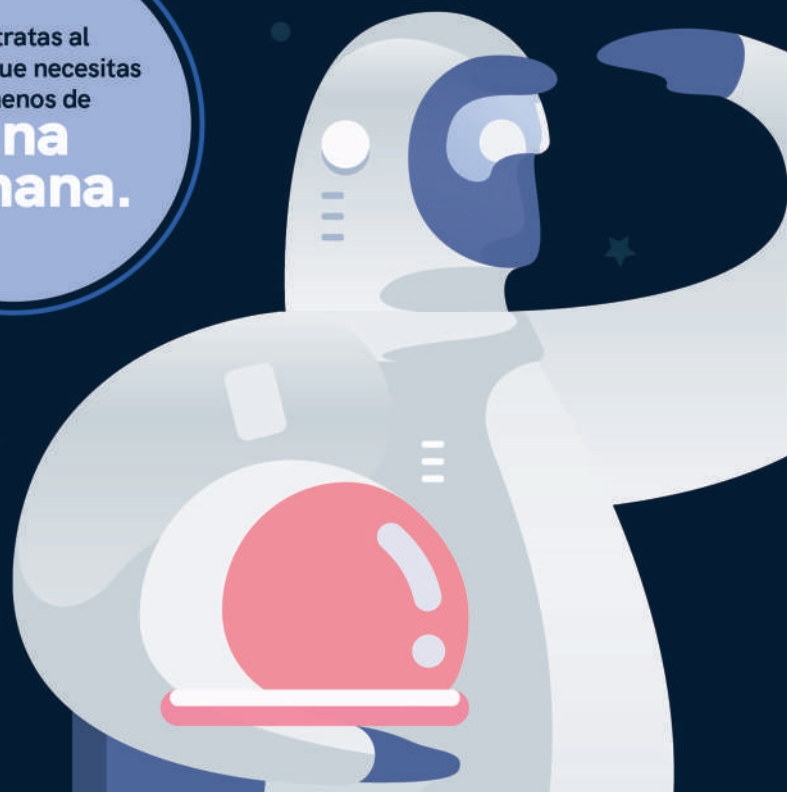
Contratas al talento que necesitas en menos de una semana.

Armas un equipo de ensueño, con las habilidades que quieres.

Tus vacantes las ven más de **95 mil** personas al día.



Miles de talentos, un clic de distancia.



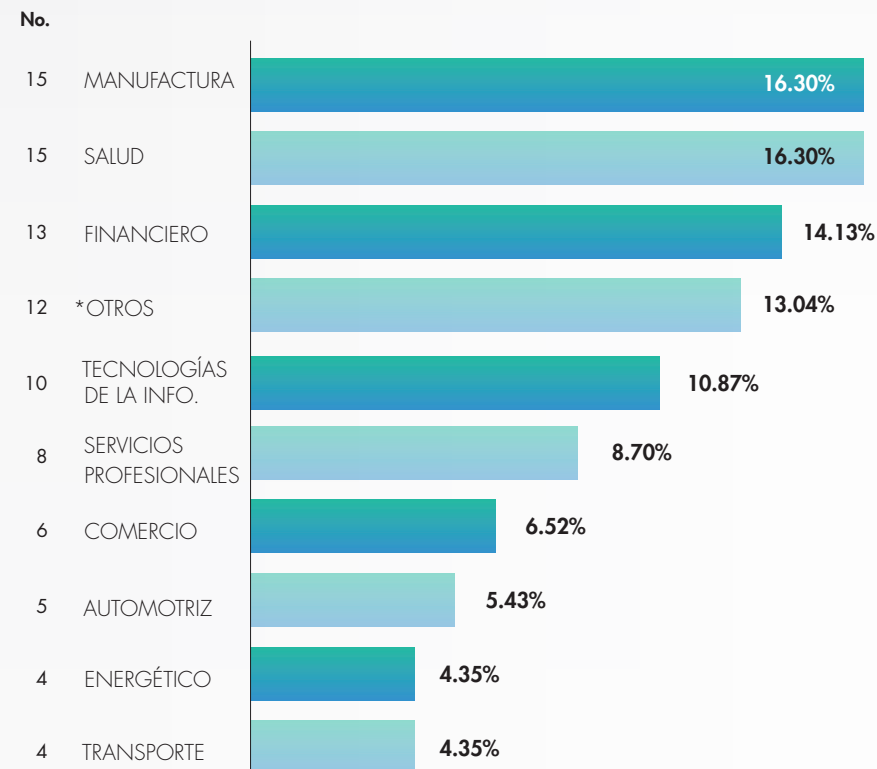
RANKING GENERAL

LUGAR	EMPRESA	PUNTUACIÓN 2023	PUNTUACIÓN 2022	COMPARATIVO 2022-2023
1	BRISTOL MYERS SQUIBB MÉXICO	65.39	N/A	—
2	WALMART DE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA	65.19	65.06	▲
3	SANOFI MÉXICO	64.65	65.31	▼
4	GENERAL MOTORS DE MÉXICO	64.27	63.9	▲
5	COVESTRO	64.53	64.79	▼
6	TEVA PHARMACEUTICALS MEXICO	64.06	N/A	—
7	AXTEL	63.84	N/A	—
8	AXA SEGUROS	63.77	N/A	—
9	HOLCIM MÉXICO	63.68	N/A	—
10	BAXTER	63.21	63.03	▲
11	GENERER	63.45	62.15	▲
12	KUESKI	63.39	N/A	—
13	BRASKEM IDESA SAPI	63.27	63.71	▼
14	SOLINTEGRA DEL GOLFO DE MEXICO	63.10	62.55	▲
15	INTEL	63.09	N/A	—
16	AES MÉXICO	62.89	63.67	▼
17	SODEXO	62.76	N/A	—
18	VALORES CORPORATIVOS SOFTEK	62.75	61.52	▲
19	GRUPO PROEZA	62.70	62.39	▲
20	BANCA AFIRME	62.47	60.3	▲
21	CHRISTUS MUGUERZA	62.45	N/A	—
22	REGIONAL	62.44	62.42	▲
23	SEGUROS MONTERREY NEW YORK LIFE	62.38	62.02	▲
24	BAKER MCKENZIE	61.74	60.34	▲
25	DANONE DE MÉXICO	62.16	62.08	▲
26	ARRIVA HOSPITALITY GROUP	62.17	N/A	—
27	GRUPO FINANCIERO CITIBANAMEX	62.05	N/A	—
28	SILENT4BUSINESS	61.66	64.43	▼
29	STENDHAL	61.70	63.12	▼
30	NAVISTAR MEXICO	61.60	N/A	—
31	NTT DATA MÉXICO	61.59	63.22	▼
32	NATURA / AVON	61.43	N/A	—
33	ENGIE MÉXICO	61.12	N/A	—
34	GRUPO MODELO	60.72	N/A	—
35	IBERDROLA MÉXICO	60.65	61.58	▼
36	GILEAD SCIENCES MÉXICO	60.59	N/A	—
37	RECURSO CONFIABLE	60.59	62.91	▼
38	COPERVA	60.44	N/A	—
39	GRUPO AEROPORTUARIO DEL PACÍFICO	60.45	N/A	—
40	GRUPO MÉXICO INFRAESTRUCTURA	60.38	N/A	—
41	HENKEL	60.31	N/A	—
42	INNOVACIÓN Y CONVENIENCIA (ICONN)	60.02	N/A	—

*(-) no participó en el ranking 2022

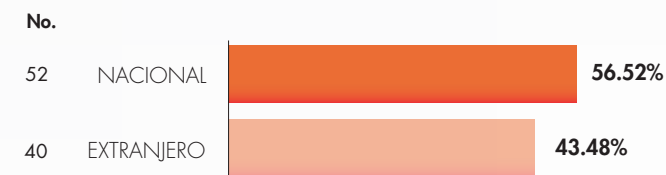
Ranking Tops DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

DISTRIBUCIÓN DE EMPRESAS POR SECTOR

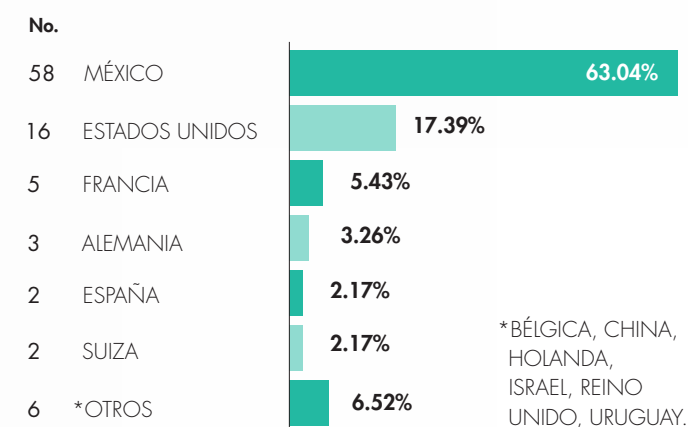


*GANADERÍA, SEGURIDAD, TURISMO, AGRICULTURA, CONSTRUCCIÓN, SERVICIOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS, TELECOMUNICACIONES.

DISTRIBUCIÓN POR ORIGEN DEL CAPITAL

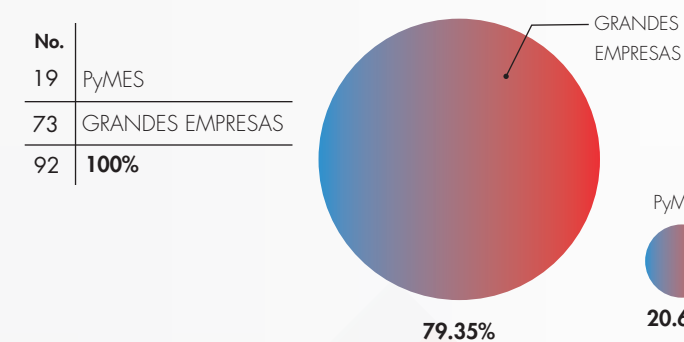


DISTRIBUCIÓN POR PAÍS DE ORIGEN



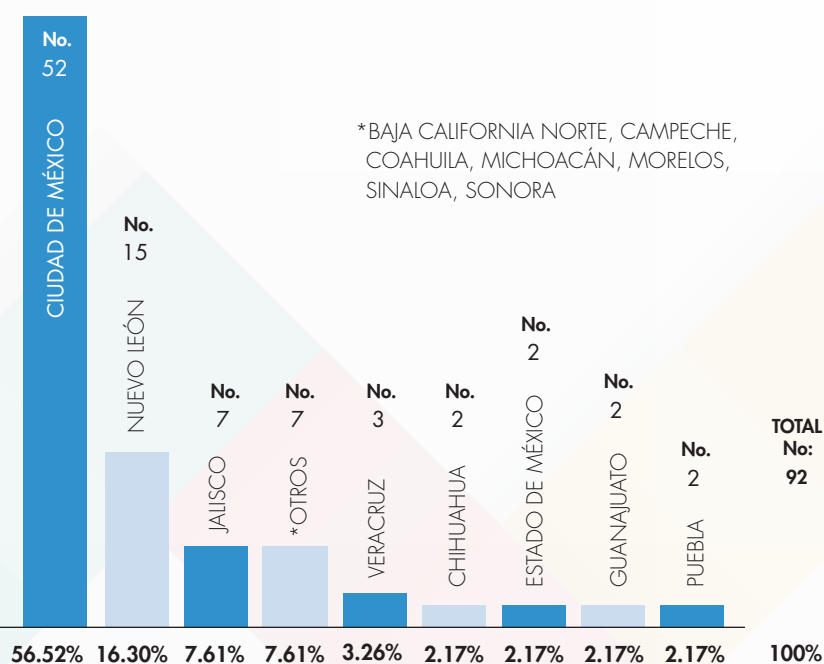
*BÉLGICA, CHINA, HOLANDA, ISRAEL, REINO UNIDO, URUGUAY.

DISTRIBUCIÓN POR TAMAÑO DE EMPRESA



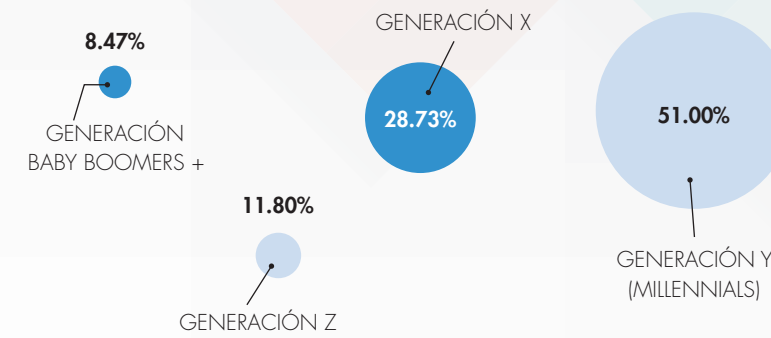
	PERSONAS QUE EMPLEAN	PERSONAS QUE CONTESTARON
42 EMPRESAS GANADORAS	452419	15560

DISTRIBUCIÓN POR ESTADO



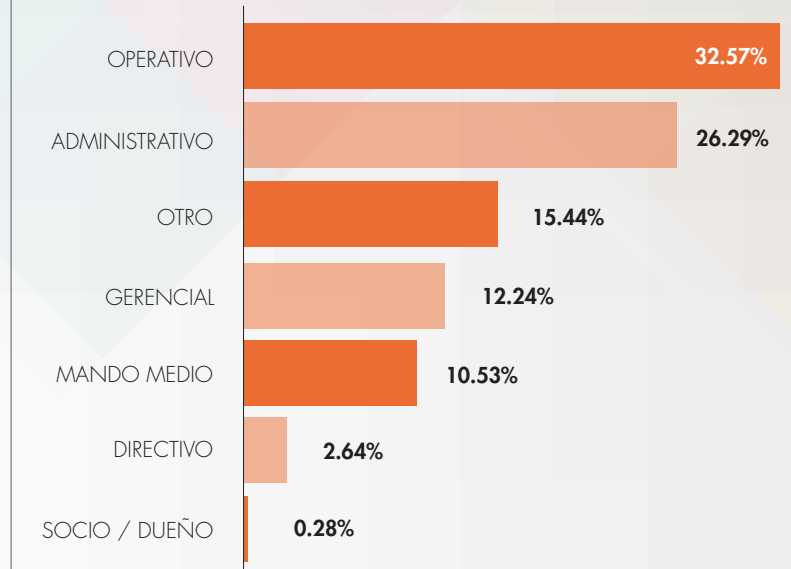
*BAJA CALIFORNIA NORTE, CAMPECHE, COAHUILA, MICHOACÁN, MORELOS, SINALOA, SONORA

NÚMERO CONTRA GENERACIÓN



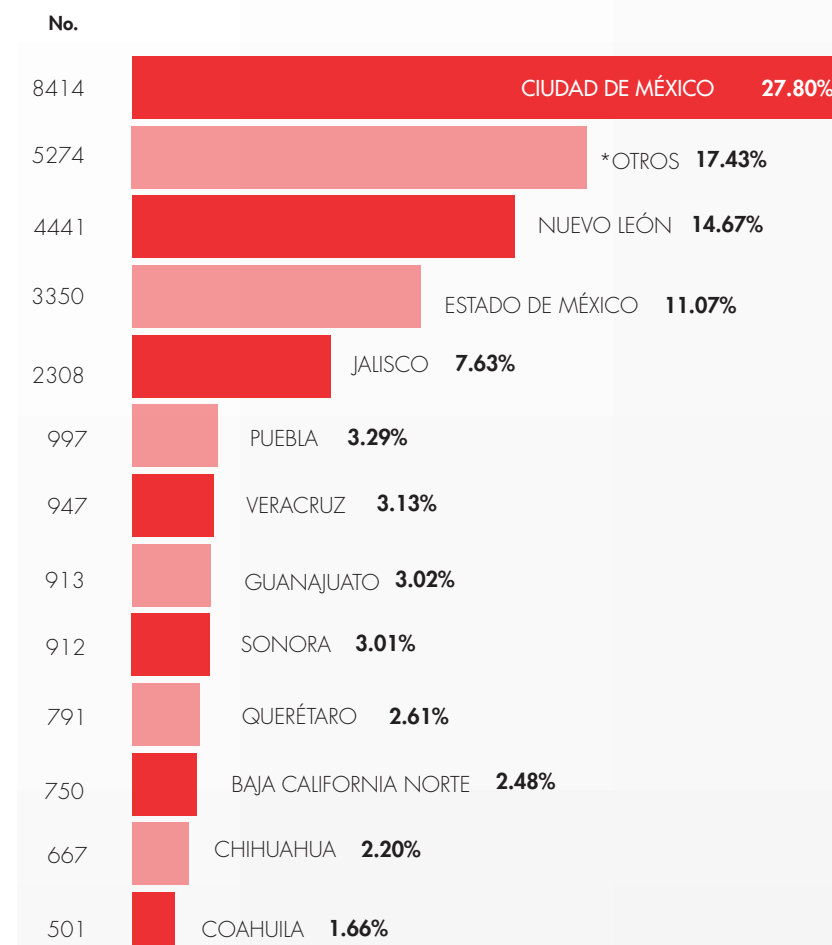
Generación	No.	%
GENERACIÓN BABY BOOMERS +	2562	8.47
GENERACIÓN X	8695	28.73
GENERACIÓN Y (MILLENNIALS)	15436	51.00
GENERACIÓN Z	3572	8.47
TOTAL	30265	100.00

DISTRIBUCIÓN POR ROLES



Jerarquía	Generación	No.	%
1	SOCIO / DUEÑO	85	0.28
2	DIRECTIVO	799	2.64
3	GERENCIAL	3705	12.24
4	MANDO MEDIO	3187	10.53
5	ADMINISTRATIVO	7957	26.29
6	OPERATIVO	9858	32.57
7	OTRO	4674	15.44
TOTAL		30265	100.00

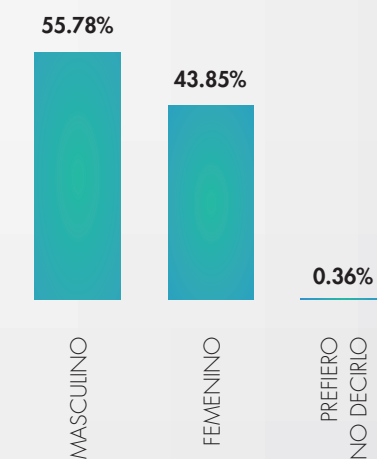
RESPUESTAS POR UBICACIÓN



*MORELOS, OAXACA, SINALOA, TAMAULIPAS, AGUASCALIENTES, SAN LUIS POTOSÍ, GUERRERO, CAMPECHE, YUCATÁN, DURANGO, HIDALGO, TABASCO, MICHOACÁN, QUINTANA ROO, BAJA CALIFORNIA SUR, COLIMA, ZACATECAS, CHIAPAS, TLAXCALA, NAYARIT.

DISTRIBUCIÓN POR GÉNERO

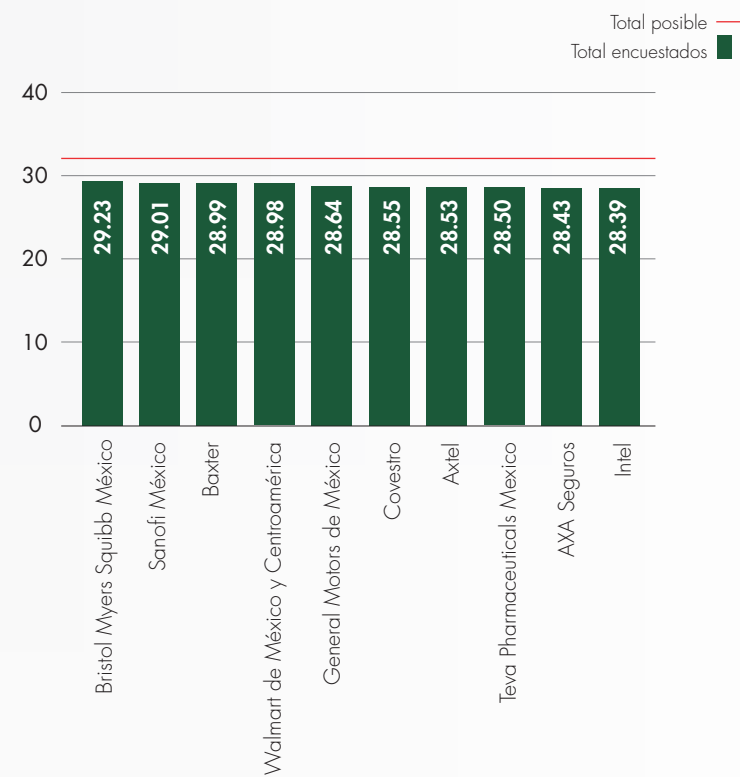
Género	No.	%
FEMENINO	13272	43.85
MASCULINO	16883	55.78
PREFERO NO DECIRLO	110	0.36
TOTAL	30265	100.00



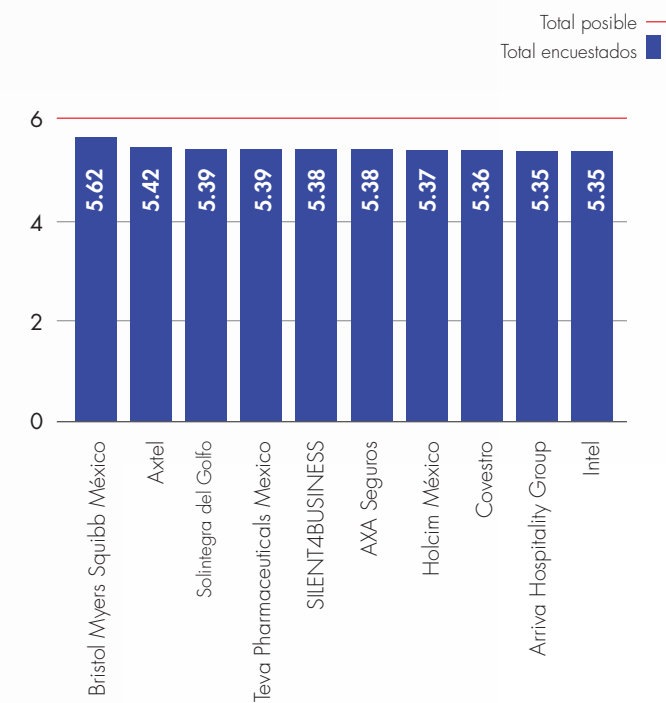
Ranking Tops EMPRESAS POR DIMENSIÓN

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.

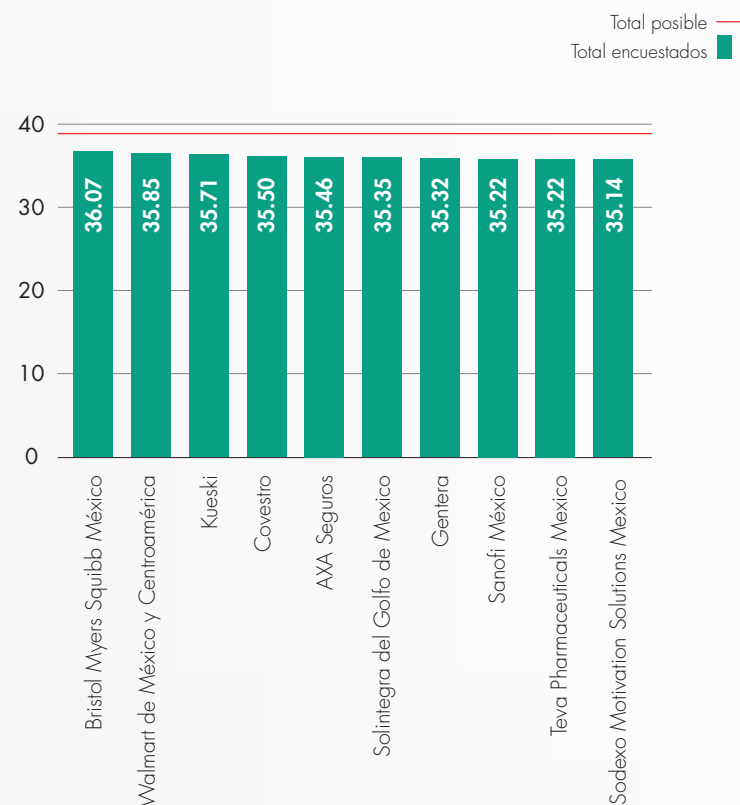
FILOSOFÍA ÉTICA DEL NEGOCIO



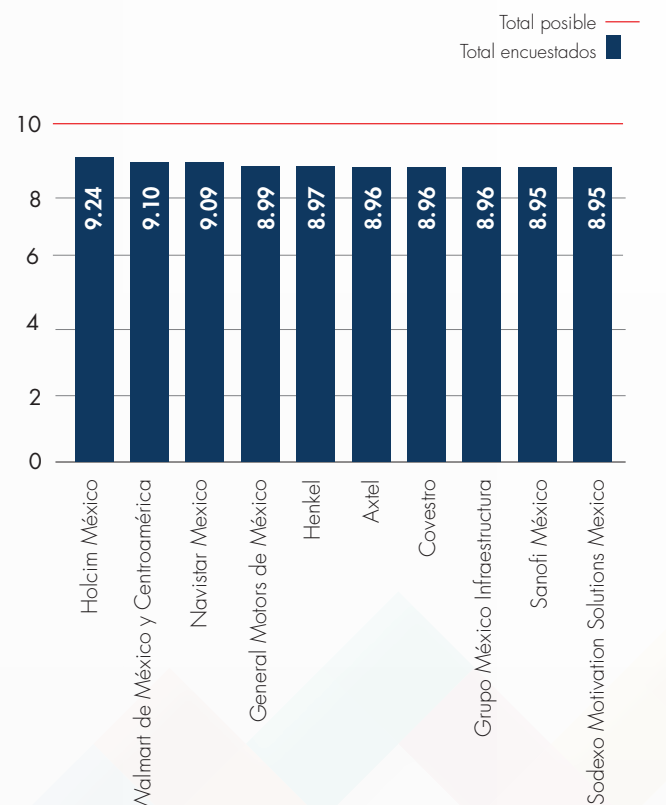
LIDERAZGO ÉTICO



PROMOCIÓN Y VIVENCIA DE LOS VALORES



INTERACCIÓN CON LA COMUNIDAD



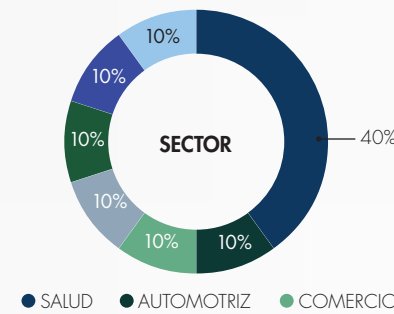
¿QUÉ HACE LA DIFERENCIA ENTRE LOS PRIMEROS Y LOS ÚLTIMOS LUGARES?

VARIABLES QUE MOSTRAN LAS PRINCIPALES DIFERENCIAS DE LAS 3 CLASIFICACIONES HECHAS: EMPRESAS EN LOS 10 PRIMEROS LUGARES, EN LOS ÚLTIMOS 10 Y LAS EMPRESAS PROMEDIO.

EMPRESAS EN LOS 10 PRIMEROS LUGARES

CALIFICACIÓN PROMEDIO
64.26

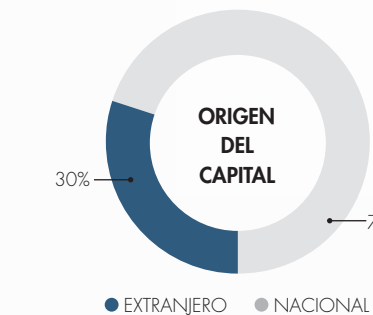
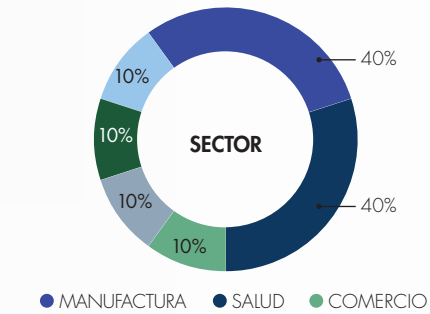
NÚMERO DE EMPLEADOS PROMEDIO
27.4 mil



EMPRESAS EN LOS 10 ÚLTIMOS LUGARES

CALIFICACIÓN PROMEDIO
54.58

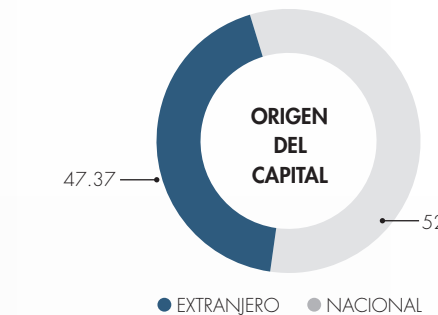
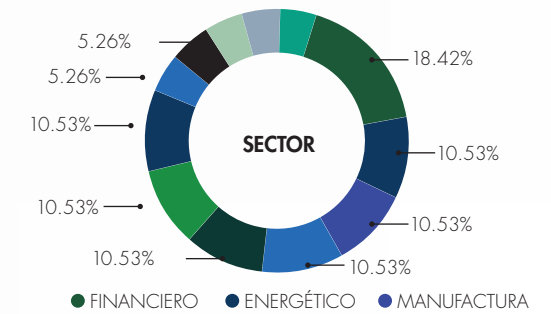
NÚMERO DE EMPLEADOS PROMEDIO
2,0 mil



EMPRESAS PROMEDIO

CALIFICACIÓN PROMEDIO
61.47

NÚMERO DE EMPLEADOS PROMEDIO
5,0 mil



Se muestra específicamente el promedio en una escala de 70, el promedio en número de empleados y la distribución por sector y origen del capital.

Más data



PREGUNTA

PREGUNTA	CORRELACIÓN PRIMEROS 10 LUGARES	CORRELACIÓN ÚLTIMOS 10 LUGARES
¿Considera que la empresa trata a sus proveedores de manera ética en términos de respeto y equidad?	.56	-0.14
¿En su opinión la empresa cuida el ambiente? Estas acciones pueden ir desde reciclar papel en la oficina, ahorrar agua, hasta cuidar la forma de desechos tóxicos y otros contaminantes	.58	-0.08
¿La empresa compete en mercado con factores diferenciadores como calidad, precio y servicio?	0.26	-0.37
¿La empresa cumple diligentemente con sus obligaciones laborales, fiscales, financieras, etc?	0.48	-0.45
¿La empresa permite denunciar violaciones de manera anónima o confidencial?	0.85	-0.16
¿La empresa procura mejorar las condiciones de vida de las personas en localidades donde tienen presencia?	0.40	-0.52
¿La empresa se preocupa genuinamente por el bienestar integral de sus colaboradores?	0.17	-0.55
¿Se da seguimiento puntual a las denuncias en la empresa?	0.53	-0.43
La empresa da oportunidades de trabajo a personas independientemente de su raza, religión, discapacidad, apariencia física, orientación sexual, etc.	0.58	-0.04



Arturo Molina,
Director General de
Covestro en México

Seguridad y compliance en México, una base para el éxito empresarial: Covestro

Más que un compromiso ético, el compliance es un paraguas que cobija pilares sobre los que descansan la responsabilidad social y la integridad, que a su vez contribuyen a mitigar riesgos económicos, de corrupción y anticompetencia.

En Covestro México, la seguridad y la cultura del compliance están en el mismo nivel. Son conscientes de que tener estos pilares en su ADN empresarial implica la responsabilidad de fomentarlo en cada área y en cada persona que es parte de Covestro.

“Tratamos de tener esa proximidad con las personas, precisamente para que tengan la confianza de que se pueden acercar a preguntar, dialogar y así guiar a las personas. Creemos que eso nos ha ayudado mucho en este camino”, explicó Arturo Molina, Director General de Covestro en México, acerca de su política de puertas abiertas.

No obstante, compartir una visión ba-

sada en la legalidad y el cumplimiento no solo implica a los miembros de la empresa, sino también a sus socios comerciales.

“Todo lo tenemos que hacer desde el marco normativo que nosotros mismos tenemos. Esto nos asegura que tenemos negocios sanos con nuestros partners, tanto con los clientes como con los proveedores, pero también una relación muy cercana con las autoridades y cualquier otra institución externa a Covestro. Nos da tranquilidad y es la forma correcta de cómo podemos hacer negocios y ser exitosos en cualquier ambiente en el que nos encontremos”, expresó Molina.

Al día de hoy, tener un programa compliance es un requisito para hacer negocios. Las industrias con las que colabora la productora de polímeros de alto rendimiento están en la misma sintonía en temas de seguridad y legalidad, que los motivan a mejorar y a ajustarse si es necesario.

“Es un círculo virtuoso el que se genera, porque todos nos vamos pidiendo

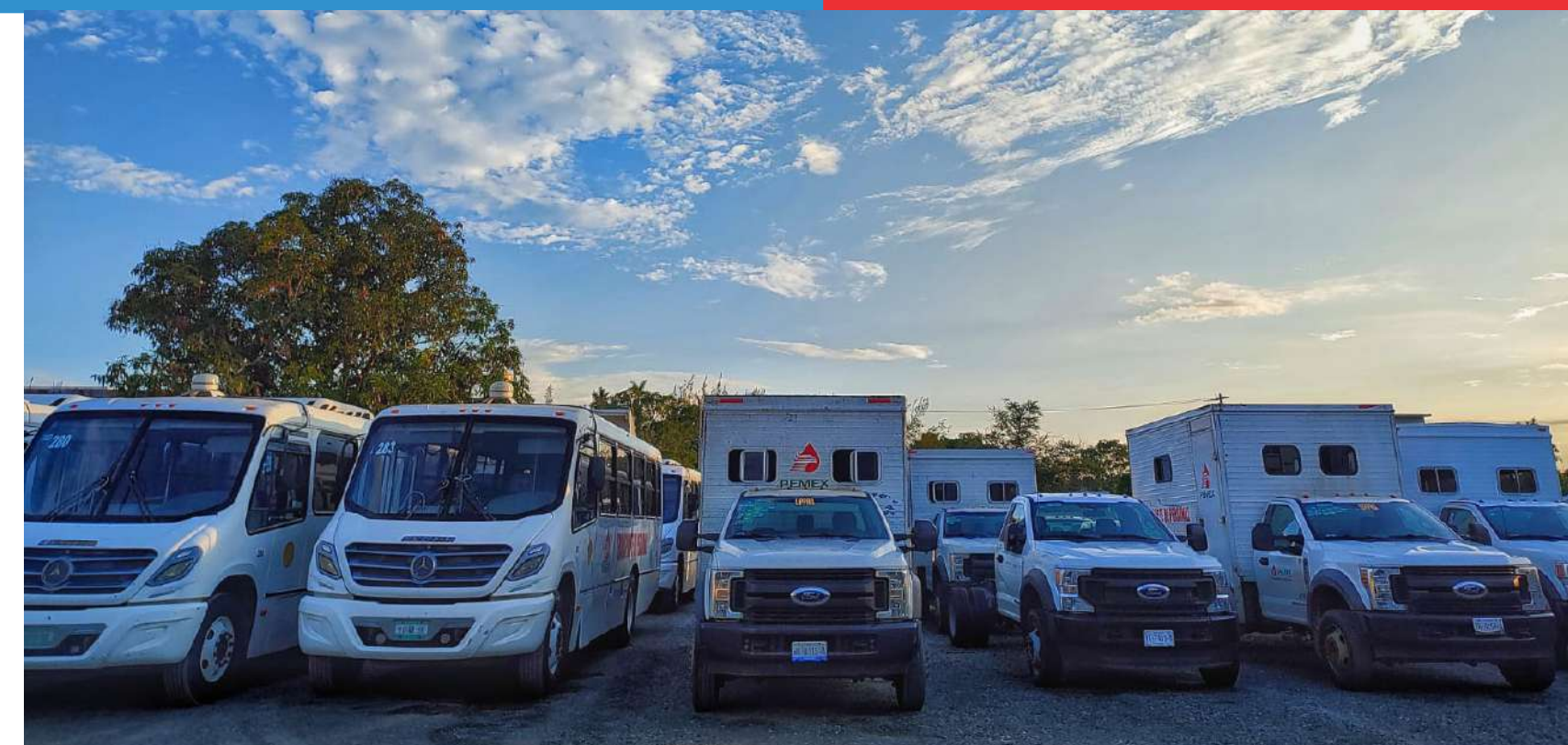
más cosas, nos vamos compartiendo buenas prácticas y con ello podemos seguir aportando. Nuestro lema en la compañía es ‘hacer del mundo un lugar mejor’ y realmente lo creemos así”, declaró Arturo Molina.

Con un comité de compliance y un safe compliance day, en Covestro los casos de compliance han disminuido, las y los operadores se animan cada vez más a realizar reportes sobre temas genuinos que la gente quiere resolver y eso, en palabras de Arturo Molina, les da seguridad de que existe confianza dentro de la empresa y que nada se les pasa.

El Director General de Covestro en México, también mencionó que la perspectiva de rankings basados en ética y cumplimiento como el realizado por AMITAI suma a mejorar la perspectiva. “El mejor objetivo es aprender y estar abiertos a nuevas formas, a recomendaciones y a otras maneras de hacer las cosas. No tenemos la verdad absoluta y no sabemos todo”, finalizó.

10 PILARES DE COVESTRO:

- 1 No conflicto de intereses
- 2 Anticorrupción
- 3 Competencia justa
- 4 Cooperación con las autoridades
- 5 Respeto a la propiedad intelectual de nosotros como de terceros
- 6 Condiciones justas y respetuosas en el trabajo
- 7 Cuidado del medio ambiente y responsabilidad social
- 8 Cumplimiento a los controles de exportación
- 9 Participación justa en el mercado de valores
- 10 Libros y registros financieros precisos y transparentes.



Solintegra del Golfo de México: Soluciones Integrales de Transportación con compromiso ético y sostenible



Solintegra implementó un sistema de gestión orientado a la calidad, obteniendo la certificación ISO 9001:2015.

Teva, a la vanguardia en prácticas éticas y programas a favor de los pacientes

El Gerente General para Teva México comparte algunas de las prácticas y programas éticos más destacados que realiza la empresa, a fin de contribuir en mejorar la calidad de vida de los pacientes.

Dentro del Ranking de las **Empresas Más Éticas (E+E)**, la farmacéutica **Teva** destaca por sus programas de apoyo que motivan a las ONG a seguir mejorando la vida de los pacientes, así como la promoción de una cultura ética al interior de la organización como con sus proveedores y aliados comerciales.

La estrategia de la empresa dedicada a desarrollar y producir medicamentos genéricos de alta calidad a nivel global, consiste en un programa de compliance sólido, respaldado por una organización interna completamente independiente de la empresa, que reporta directo al CEO, comentó **Rodrigo Fernández, Vicepresidente Senior para Latinoamérica y Gerente General para Teva México**.

En este sentido, señaló que el hecho de contar con un agente independiente que no reporta a intermedios al interior de la empresa, permite mantener la objetividad y el compromiso ético de la empresa, al mismo tiempo que se retroalimenta de entrenamientos, monitoreo y tutorías.

PROGRAMAS EN BENEFICIO DE LA SOCIEDAD
Rodrigo Fernández mencionó que, a nivel global, **Humanizando la salud, es una iniciativa que busca incentivar o galardonar proyectos que tienen un impacto positivo en la vida de los pacientes.**

Presente en países de Latinoamérica como Argentina, Brasil, Chile y México, a diferencia de otros programas que premian la formulación de ideas para llevarlas a cabo, Teva ofrece un fondo a los programas ya realizados, que muestran resultados y que requieren recursos financieros para que las organizaciones lo puedan seguir implementando.

Entre algunos de los proyectos que la empresa ha apoyado a través de su programa Humanizando la salud, destacan las iniciativas de prevención, de apoyo al paciente y acceso a terapias.

¿CÓMO PROMOVER UNA CULTURA Y PRÁCTICAS ÉTICAS?

Al interior de la empresa, Rodrigo Fernández detalla que lo principal es contar con un marco de entrenamiento cuando un nuevo colaborador ingresa a la compañía, que combina tanto capacitaciones presenciales, como en una plataforma virtual que comparte las mejores prácticas de la empresa a nivel global.

Así mismo, detalla que el programa de cumplimiento cuenta con monitoreo frecuente, encuestas, y un herramienta denominada “Speak Up”, en el que si alguno de nuestros colaboradores siente que no está haciendo lo correcto, o encuentra una conducta irregular, existe un canal o línea independiente que brinda ayuda, investiga el problema y da solución”.

En la tarea de promover mejores prácticas, advir-



Rodrigo Fernández,
Vicepresidente Senior para Latinoamérica y Gerente General para Teva México.

tió que tanto clientes como proveedores, siempre van a estar expuestos a prácticas éticas y no éticas, por lo que “el reto es lograr que todos los interlocutores con los que interactuamos, cumplan por lo menos con ciertos lineamientos, mismos que son auditados por Teva”.

Al mismo tiempo, “Teva se encarga de compartir sus códigos de ética y guiar a las empresas con las que trabajamos para implementar estructuras de cumplimiento”, concluyó Rodrigo Fernández, Vicepresidente Senior para Latinoamérica y Gerente General para Teva México.



Asegura la eficiencia de tu personal con un servicio de transporte seguro, cómodo y de calidad. Descubre la historia de Solintegra, una empresa con valores que se adapta a las necesidades del mercado.

En un mundo empresarial en constante evolución, destacar por valores éticos, compromiso con la calidad y responsabilidad ambiental es un logro que merece ser reconocido. Solintegra del Golfo de México, una empresa con 14 años de trayectoria es un ejemplo claro de cómo la integridad y la innovación pueden converger para impulsar el crecimiento sostenible en el sector de transporte de personal y administración de flotas.

Fundada en el año 2009, la empresa de transporte estableció sus raíces en la Ciudad de México y rápidamente expandió su influencia a la ciudad de Poza Rica de Hidalgo, Veracruz. El motivo detrás de esta expansión fue la alianza estratégica con PEMEX Exploración y Producción, lo que permitió a la empresa proporcionar servicios de transporte de personal, marcando el inicio de un viaje lleno de compromiso ético y calidad.

A medida que Solintegra experimentó un crecimiento continuo y una demanda en aumento por parte de PEMEX, la empresa dio un paso audaz al establecer un segundo portafolio de negocios: la Administración de Asignatarios, también conocida como arrendamiento o renta de unidades. Este movimiento estratégico permitió a la empresa atender diversas necesidades operativas y fortalecer aún más su presencia en el sector.

COMPROMISO CON LA CALIDAD Y RESPONSABILIDAD AMBIENTAL

Con el objetivo de elevar sus estándares y garantizar la calidad en todas sus operaciones, Solintegra implementó un sistema de gestión orientado a la calidad, obteniendo la certificación ISO 9001:2008. Esta certificación no solo respalda su enfoque en la excelencia operativa, sino que también demuestra su compromiso con la mejora continua y la satisfacción del cliente. Hoy en día se cuenta con la actualización de dicho certificado a la versión ISO 9001:2015.

Así mismo, la empresa reconoce al capital humano



como su principal motor y su principal riqueza, permitiéndole posicionarse como una empresa líder en su ramo, que siempre está en busca de la mejora continua y de la optimización de sus procesos, apegándose a sus valores, comprometida con sus colaboradores, sus clientes, con la sociedad y el medio ambiente.

Estas prácticas, le han permitido participar en licitaciones de Pemex Logística para el arrendamiento de unidades tipo full capacidad de 60,000 litros para el transporte de refinados, lo que demuestra su compromiso con la innovación y la adaptación a las demandas cambiantes del mercado.

UN FUTURO COMPROMETIDO CON VALORES

Hoy en día, Solintegra del Golfo de México ha establecido su presencia en múltiples puntos estratégicos, contando con nueve bases operativas (Poza Rica, Álamo, Cerro Azul, Naranjos, Altamira, Cacalilao, Veracruz, Villahermosa y Paraíso) y oficinas centrales en la Ciudad de México. Sin embargo, el éxito de Solintegra no solo se mide en términos de expansión, sino en su compromiso inquebrantable con sus valores fundamentales.

Solintegra es una historia de ética empresarial, crecimiento responsable y excelencia operativa. Desde su fundación, la empresa se erige como un faro de integridad y calidad en el sector de transporte de personal y arrendamiento de unidades, garantizando la comodidad y seguridad de sus usuarios.

Axtel comparte su compromiso ético y los valores que guían sus operaciones. Aborda temas como la privacidad de datos, el cuidado del medio ambiente y la importancia de la transparencia en todas las áreas de la empresa.



Héctor Canales
Director de Cumplimiento y ESG en Axtel

Axtel reafirma su compromiso ético promoviendo la confianza, protección de datos y prácticas sostenibles

En entrevista con Héctor Canales, Director de Cumplimiento y ESG en Axtel, empresa de telecomunicaciones que atiende al sector empresarial y de gobierno, destacó que la organización promueve una cultura ética basada en fuertes principios, guiada por el trabajo en equipo, el respeto, el enfoque al cliente, la innovación, la calidad y la integridad, lo que le permite otorgar un servicio distinguido.

COMPROMISO CON LA PROTECCIÓN DE DATOS

Posicionada como una de las empresas más éticas de México de acuerdo con la Amitai, Héctor Canales precisó que la privacidad y la protección de datos son una de las prioridades en todas las operaciones de la empresa, pues implementan tecnologías como la encriptación y sistemas de detección de intrusos para garantizar que la información confidencial de sus clientes esté a salvo.

Así mismo, señaló que los empleados juegan un papel crucial en el tema de seguridad, por lo que son capacitados sobre las mejores prácticas de seguridad y la importancia de la confidencialidad.

PROMOVIENDO UN ENTORNO TRANSPARENTE

En este sentido, el Director de Cumplimiento explicó que a través de una comunicación continua, abierta y transparente con todos sus grupos de interés, generan confianza y a su vez un entorno ético mientras promueven sus valores en toda la organización a través de programas de capacitación.

Precisa que al interior de la empresa, cuentan con políticas y códigos de

conducta que establecen estándares éticos para todos sus colaboradores. El compromiso de Axtel está alineado con el cumplimiento de todas las leyes aplicables en sus operaciones, agregó.

También explicó que continuamente se realizan encuestas y evaluaciones internas que les permitan obtener retroalimentación sobre las prácticas éticas que realizan, de esta manera, “aseguramos el cumplimiento ético en toda la organización”.

COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

“En Axtel alineamos nuestras decisiones y acciones con valores de sostenibilidad, y nos esforzamos por disminuir nuestro impacto ambiental mediante diversas acciones”.

Una de ellas, es la diversificación de nuestras fuentes de energía, comentó Héctor Canales, en la que el compromiso es buscar que el 72% del consumo provenga de fuentes limpias para este 2023.

Para lograrlo, la empresa ha empezado a emplear tecnologías de iluminación de alta eficiencia para minimizar el consumo energético, al mismo tiempo que implementan procesos responsables para el manejo de desechos.

Por otra parte, “como parte del compromiso a mejorar nuestra gestión, desde hace tiempo elaboramos de forma anual un inventario de emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) derivadas de nuestras operaciones, el cual reportamos a la plataforma Carbon Disclosure Project (CDP), organismo internacional sin fines de lucro, que busca definir las políticas ambientales del futuro en relación con los temas de clima, agua y medioambiente”.

AXA reafirma su compromiso con la sociedad civil protegiendo a más de 6 millones de mexicanos



Javier Oroz,
Chief Risks Officer y Secretario General de AXA México

Destacada por ser una de las empresas más éticas del país, y reconocida por el Ranking E+E de la Amitai, la empresa aseguradora brinda protección a más de seis millones de personas en diferentes áreas. Muestra de ello, son el medio millón de casos atendidos durante 2022, operación en la que se pagó más de 26,000 millones de pesos a los asegurados.

En este sentido, Javier Oroz, Chief Risks Officer y Secretario General de AXA México, señaló que la empresa está comprometida con la transparencia, la honestidad, integridad y ética, pues es parte fundamental de nuestra identidad.

Ejemplo de ello es el programa Transparent Customer Feedback, “donde nuestros asegurados evalúan en tiempo real su experiencia con el servicio. Al cierre de junio de 2023, contamos con más de 200,000 opiniones de nuestros clientes”, agregó. Con el objetivo de promover las buenas prácticas de gestión empresarial ética, la aseguradora se sumó a la Alliance for Integrity, una iniciativa del sector privado que ofrece soluciones prácticas para fortalecer las capacidades de cumplimiento de las empresas. Entre las actividades que promueve la organización se encuentra la participación en diálogos, pláticas y capacitaciones en temas de integridad.

COMPROMISO CON EL MEDIO AMBIENTE

Como parte de los esfuerzos en el país para combatir al cambio climático, la aseguradora se centra en tres ejes: realizar compras sostenibles, capacitar al personal en temas ambientales, y participar en actividades de responsabilidad corporativa.

Al mismo tiempo, el compromiso local está alineado con los objetivos del Acuer-



En el programa Transparent Customer Feedback, nuestros asegurados evalúan en tiempo real su experiencia con el servicio. Al cierre de junio de 2023, contamos con más de 200,000 opiniones de nuestros clientes.”

do de París a nivel global, “con el fin de acelerar nuestra contribución a una transición económica más sostenible y menos intensiva en carbono rumbo al 2050”, añadió Berenice Valencia, directora de Fundación AXA México.

A través de Fundación Axa, “impactamos a la sociedad bajo estos cinco pilares: salud y vida, resiliencia, movilidad segura, cambio climático y arte con impacto social”, comentó.

ACCIONES EN BENEFICIO DE LA SOCIEDAD

La fundación se ha convertido en un pilar en el desarrollo de iniciativas de gran impacto social y ambiental en el país. Con un enfoque en la sostenibilidad y el bienestar comunitario, Axa ha encabezado proyectos destacados como la promoción de la agricultura regenerativa en la Cuenca Copalita-Zimatán-Huatulco de Oaxaca, en alianza con el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF). Esta colaboración busca restaurar la salud de los suelos agrícolas y aumentar su capacidad de absorción de carbono mediante prácticas sostenibles, beneficiando a más de 1,600 habitantes de la zona.

Asimismo, su iniciativa “Hacer para Nacer” ha trabajado para reducir la mortalidad infantil en áreas vulnerables de Chiapas, capacitando a profesionales de la salud y brindando atención a cientos de bebés.

Por último, Berenice Valencia indicó que Fundación Axa ha demostrado su compromiso con la reconstrucción tras desastres naturales. Tras los sismos en Unión Hidalgo en 2017 y el huracán Wilma en Escuintla en 2018, la fundación ha liderado proyectos integrales de recuperación, incluyendo el diseño de viviendas y la reconstrucción de infraestructura pública. Estas iniciativas han permitido proteger a las comunidades ante futuras contingencias y han generado conciencia sobre la importancia de la prevención.

Con estas iniciativas, AXA México se posiciona como un actor destacado en la transformación positiva del país, contribuyendo a un futuro más seguro y sustentable para todos.

Valores y cuidado del entorno, las claves de Arriva Hospitality Group que hoy los hacen estar dentro del ranking de Empresas + Éticas



Hotel Sensira Resort&Spa Riviera Maya

El compromiso ético en todas las industrias resulta clave para las compañías, no sólo por las normativas actuales, sino porque tenemos un gran impacto con la sociedad y el medio ambiente, y el sector hotelero es uno de los más destacados.

Al respecto, Arriva Hospitality Group, grupo empresarial que opera marcas propias y de terceros con más de 2,300 cuartos, con un ambicioso plan de expansión y con más de 50 años de experiencia en la industria, es un referente sobre prácticas éticas y de responsabilidad social, tal como mostró Salvador Ornelas, CEO de Arriva Hospitality Group.

El director de la compañía fue claro al señalar que, aunque la responsabilidad social y la ética no son exclusivas de ninguna industria –porque son rasgos y elementos que se deben tener como pilares– las consecuencias de la falta de ética y de responsabilidad social, al final del día impactan y afectan el entorno, y en la industria hotelera es fundamental.

“Para nosotros en la parte de turismo hemos encontrado que la responsabilidad social era una necesidad, nuestro principal recurso es el talento humano, nuestros compañeros, tenemos más de 2 mil 500 compañeros y creo que el infundirle el chip de ADN de la responsabilidad social, que incluye a la ética y los valores, siempre ha sido una prioridad porque creemos que la gente que entiende esto, se entrega con mayor generosidad, y nuestro negocio es el servicio, justo entregarnos todos los

días, cada momento que tenemos de contacto con nuestros huéspedes, hay que estar abiertos a ver cómo los podemos atender o ayudar, por eso es muy importante en nuestro negocio”, explicó.

LA OCTAVA: CULTURA ORGANIZACIONAL

El Grupo AHG tiene clara la relevancia de la ética y la responsabilidad social, al punto de que sus bases tienen un nombre clave, relacionado con la música: “Nuestros valores se llaman La Octava, son ocho valores que representan una nota cada uno de ellos y desde ahí viene implícito el tema de la honestidad, lealtad, responsabilidad social como tal y el esfuerzo ha sido constante desde que empezamos con la cultura”.

Ornelas destacó que sobre todo es muy importante señalar que los beneficios van más allá y tienen impacto en la sociedad. “Como compañeros hemos encontrado los beneficios de aprender y cambiar nuestro entorno social, a veces lo que nos falta es el empujón para saber cómo capitalizarlos y cómo detonarlos. Creemos que no tenemos un papel hasta que alguien nos dice que sí, que realmente sí podemos cambiar las cosas”, dijo.

En la industria hotelera, el impacto es macro, ya que es una de las más importantes en el mundo. Según cifras proyectadas por Statista Market Insights, se prevé que los ingresos del mercado de los viajes y el turismo aumenten cerca de un 60% en América Latina y el Caribe en 2023,

volviendo a niveles anteriores a la pandemia.

Es por ello por lo que los esfuerzos por mantener una cultura de ética y responsabilidad social son imparables: “reforzamos la cultura desde que entran, por medio de cursos de inducción y constantemente, una vez al año, vamos a nuestros centros de negocio a impartir otra vez cursos donde refrescamos y vemos un punto de vista fresco de la propia cultura. Por otro lado, nos hemos ido retando cada vez más en asumir compromisos no sólo con nosotros mismos sino con la comunidad y así fue como hace ya más de 9 años empezamos con CEMEFI a participar con el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable y después empezamos a participar con Great Place to Work para tener ese feedback de nuestro enfoque, para saber si realmente estamos caminando en lo que estamos diciendo y afortunadamente hemos visto resultados positivos y eso nos ayuda para ir afinando nuestras políticas”.

Incluso, las normativas son firmes y en caso de que alguien no cumpla los fundamentos, recibe una sanción: “Tenemos muy claros nuestros códigos de ética tanto para compañeros como para proveedores y vigilamos que se cumplan, y que en el caso de proveedores que vemos que no los están cumpliendo, tenemos la práctica de sancionarlos y prohibir que se siga trabajando con ellos, buscamos que no sólo sea un tema de nosotros, sino que vayamos contagiando a los demás”.

EL MEDIO AMBIENTE, CLAVE

Las prácticas éticas se extienden hacia un aspecto que refleja en gran parte el verdadero respeto de las empresas hacia el entorno y es el caso del medio ambiente. De acuerdo con Statista, a partir de 2022, el 78 por ciento de los viajeros tienen la intención de quedarse al menos una vez en un alojamiento ecológico; es decir, los consumidores prefieren una compañía que ponga en práctica medidas pro-medio ambiente.

“Tenemos muchas prácticas también en el tema ambiental, nos encontramos en destinos de playa entonces hemos trabajado para tener distintivos de playa limpia, llamados bandera azul, también tenemos esfuerzos con el rescate de tortugas,



Salvador Ornelas,
CEO de Arriva Hospitality Group,

comparte los fundamentos y valores que desarrolla la compañía con más de 50 años de experiencia en la industria hotelera, mismos que han hecho que el Grupo se encuentre dentro del ranking de Empresas + Éticas.

tenemos tortugarios y trabajamos con biólogos que nos ayudan en todo el proceso de cómo protegerlos, limpiamos manglares y playas, reciclamos la basura y hemos ido incrementando nuestra participación en este tipo de actividades y en inversiones en donde buscamos tener plantas generadoras de agua potable, de tratamiento, para tratar aguas negras y demás, para generar uso eficiente de los recursos. Usamos el agua fría de los aires acondicionados para calentar el agua de las habitaciones, no usamos popotes; entre otros, hemos trabajado en varios flancos”, destacó el CEO de Arriva Hospitality Group.

Es así como el Grupo AHG ha conjuntado una serie de aspectos que priorizan la ética y la responsabilidad social, por medio de prácticas de excelencia y comités en sus diferentes centros de negocio, que les ayudan a verificar que todas estas acciones se materialicen y se cumplan, y al mismo tiempo que les traigan nuevos retos y planteamientos sobre cómo avanzar.

EL COMPROMISO

“El estar dentro del ranking de Empresas más Éticas nos llena de orgullo, pero sobre todo nos invita a seguir comprometidos con los retos que se presentan en esta industria para seguir protegiendo el entorno y la sociedad en general. Invitamos a aquellos que aún no tienen una cultura de ética, que se den cuenta que a estas alturas esto ya no es una opción, ya es una obligación y un deber ser”, concluyó el CEO Salvador Ornelas.



78% de los viajeros

tienen la intención de quedarse al menos una vez en un alojamiento ecológico

Más información



El Test de Honestidad para Selección de Personal más vendido en toda América Latina desde hace **más de 20 años.**

Gracias a su sólida construcción teórico estadística garantiza consistencia y confiabilidad en sus resultados.

- Elige al personal más honesto
- Prueba diseñada para México
- Ahora con una capa de Inteligencia Artificial.

Para más información consulta:
www.amitai.com
info@amitai.com
55 9000 4050

Soluciones creadas para denuncia **anónima**

Integri-line es un sistema de denuncia corporativa de bajo costo, completamente seguro y fácil de usar.

Gestiona incidentes de manera ágil y completamente diseñado a tu medida, como lo son asistencia profesional y atención para denunciantes 24/7.

- Alineado a la guía de evaluación de programas de ética y cumplimiento del DOJ y la LGRA.
- Fácil implementación y uso
- Accesible desde cualquier dispositivo y amigable con el usuario
- Fácil implementación y uso

Para más información consulta:
www.amitai.com
info@amitai.com
55 9000 4050



Carlos Ferrer Marulanda,
Director General de Sodexo.



Liderazgo ético: la tendencia que llevará a las empresas a la cima del éxito

Sodexo Beneficios e Incentivos -ahora Pluxee México-, da cátedra de liderazgo en ética, comunicación y transparencia empresarial.

En un mundo empresarial cada vez más competitivo, la ética, la transparencia y la comunicación son fundamentales para elevar el impacto reputacional y de negocio de las compañías.

Ante este contexto, Carlos Ferrer, director general de Sodexo Beneficios e Incentivos -ahora Pluxee México- confirma la relevancia de esos elementos.

“A veces hay información que es confidencial y que no se puede compartir, pero el elemento fundamental para la comunicación y la confianza en una empresa es que las personas sepan que existe transparencia, que no hay nada oculto y que las ‘cartas están puestas sobre la mesa’”, explicó.

Pero ¿cómo tomar una decisión enmarcada en la ética? ¿Qué parámetros deben seguir los líderes de empresa para actuar conforme a las expectativas de los corporativos? Para responder, el directivo señaló una ruta clave.

“Siempre que tomo una decisión difícil, me cuestiono si me haría sentir orgulloso que el tema saliera en la primera página del periódico más importante del país. Uno debe estar seguro de que si el tema sale en la primera plana no habrá ningún problema, y de que se va a sentir satisfecho de la decisión tomada. Todas nuestras acciones deben estar enmarcadas en un contexto que nos haga sentir orgullosos de haber tomado una decisión de una manera ética”, expresó.

ÉTICA EN TIEMPOS EMPRESARIALES

En una época en que la ética, la comunicación y la confianza se han convertido en pilares de la estrategia de negocio, es importante que todos los

miembros de la organización desarrollen una competencia clave: empatía.

Para Ferrer Marulanda, la empatía es tratar de ponerse en los zapatos de la otra persona, procurando una escucha activa para entender el momento y las circunstancias en las que se encuentran los demás.

“Como líderes tendemos a pensar que estamos en lo correcto y eso puede llevarnos a no escuchar a las personas que están alrededor nuestro. Personalmente, busco tener una escucha activa. Es importante ponerse en el lugar de la otra persona tratando de entender por qué está opinando de esa manera, qué es lo que está viviendo. Cuando entiendo por qué está en esa situación en particular, ya me he puesto ‘en sus zapatos’, tratando de entender su perspectiva para entonces argumentar de una manera distinta”, explicó.

En este contexto vale la pena señalar que los valores son cada vez más importantes en las compañías; de hecho, en la encuesta “Deloitte 2023 Global Human Capital Trends”, más

del 80% de las organizaciones informan un propósito: diversidad, equidad e inclusión (DEI); sostenibilidad; y confianza, como principales áreas de enfoque.

El director general de Sodexo Beneficios e Incentivos -ahora Pluxee México- coincide con las tendencias internacionales, al afirmar que la empatía es fundamental al hablar de diversidad.

“Cuando hablamos de diversidad, hablamos de un concepto muy amplio, empezando por diversidad de opiniones, creencias, culturas o formación profesional; es sumamente amplio. Si no tenemos empatía es difícil entender y aceptar la diversidad como elemento enriquecedor de una organización. En cambio, cuando la tenemos, entendemos de dónde viene (la diversidad)”, detalló.

EL PAPEL DEL LÍDER

En este contexto, El líder es una figura clave para implementar una estrategia que priorice los valores con los que se debe manejar una compañía y es jus-

tamente la perspectiva expuesta por Ferrer Marulanda.

“Aunque los líderes tenemos una responsabilidad de corto, mediano y largo plazo, hay cosas que no son negociables, y los temas éticos -en mi opinión- no lo son en ninguna circunstancia. Creo que, como líderes, debemos actuar de manera ética y asumir responsablemente las consecuencias de las decisiones que tomamos”.

El directivo destacó la responsabilidad de la alta dirección para servir como vínculo entre las expectativas globales y las necesidades de corto y mediano plazo de las compañías.

“Si no tienes principios fuertes, aumenta el riesgo de tomar decisiones poco éticas para cumplir con esas expectativas. Por ello, creo que el rol más importante en una posición de liderazgo es servir de puente y defender lo que se puede lograr éticamente, sin olvidar que hay cosas que en la vida no se pueden negociar”, concluyó.



El elemento fundamental de la empatía es tratar de ponerse en los zapatos de la otra persona.”

Carlos Ferrer Marulanda,
Director General de Sodexo.



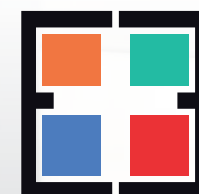
Todas nuestras acciones deben estar enmarcadas en un contexto que nos haga sentir orgullosos de haber tomado una decisión de una manera ética.”

Carlos Ferrer Marulanda,
Director General de Sodexo

Pre-registra a tu organización a

Sé parte de las empresas que promueven culturas éticas más allá del cumplimiento normativo.

Powered by



EMPRESAS + ÉTICAS 2024

Cultura Ética

Diseño de Programa

Aplicación del Programa

Funcionamiento del Programa

Pre registro abierto a partir del 21 de septiembre 2023
Ingresa a :

www.empresasmaseticas.com

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos primero a todas las empresas que dedicaron tanto tiempo en participar...

Queremos también agradecer a nuestros patrocinadores y aliados por ayudarnos a hacer esto posible...

Y muy especialmente a nuestro equipo de AMITAI que trabajó incansablemente...

Finalmente, damos nuestro agradecimiento a los integrantes del Consejo Consultivo de E+E 2022-2023:



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



Mariana Perales, Directora de la Asociación Civil Hagámoslo Bien, por una cultura de la legalidad



Arlen Ramírez, Asesora Principal en Construcción de Coaliciones y Participación Ciudadana ProIntegridad



Salvador Villalobos Gómez, Presidente Ejecutivo del Consejo de la Comunicación



Juan Manuel Santisteban, Especialista en Investigación Aplicada al Capital Humano



Fernando Sentíes P., CEO de AMITAI@LATAM

Escanea y visita su linkedin

Quienes dedicaron su tiempo y experiencia en validar 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.

También agradecemos de manera muy especial el apoyo de Celeste Bernal y Mallynaly Montiel del Consejo de la Comunicación, Alejandra Feregrino; así como a todo el equipo de AMITAI® por su compromiso para que este proyecto sea un éxito.

Bárbara Thalía Amador Godoy, Coordinación.

HOLCIM MÉXICO: Liderando con integridad y compromiso ético en el mercado

Con más de 94 años de presencia en el mercado, Holcim México reconoce la importancia de ofrecer un valor integral más allá de sus productos. La ética y la sustentabilidad son principios fundamentales que orientan cada una de sus acciones. A través de la implementación de programas de compliance, basados en las mejores prácticas nacionales e internacionales y en cumplimiento de la normativa local, la empresa consolida su compromiso con estos valores.

“Para Holcim México es muy importante esta oferta de valor que nosotros tenemos, no solo a través de los productos, sino también a través de la forma en cómo nos conducimos, tanto en los mercados como con nuestros proveedores y cualquier otra parte relacionada. Por ello, implementamos programas de compliance que vienen desde grupo y que definitivamente complementamos aquí en México”, explicó Alan Mac Farland, Director Legal y de Compliance de Holcim México, sobre su programa sustentado en la prevención, detección y corrección.

Este enfoque no solo se basa en la imagen de la empresa, sino en una auténtica preocupación por las comunidades, los proveedores y todos los actores relacionados con sus actividades.

“La bondad de Holcim México es que tiene una presencia a nivel nacional y, derivado de esta circunstancia, el tema de responsabilidad social se vuelve algo importante. Tan es así que dentro de nuestro código de conducta lo tenemos incorporado, no solo con este relacionamiento, sino también con las buenas prácticas, que desde el lado ético definitivamente aplicamos, pero también en la parte de sustentabilidad”, añadió Mac Farland.

El Director Legal y de Compliance de Holcim México explicó que la empresa líder en materiales y soluciones de construcción posee una declaración de cero tolerancia al soborno y la corrupción a cualquier tipo de práctica ilegal o que impida la libre y leal competencia. Lo anterior, ha tenido múltiples beneficios, no solo en el ámbito interno, sino también en sus prácticas de negocios.

“Los clientes se han acercado a nosotros por la propuesta de valor que está debidamente sustentada y sostenible du-



Alan Mac Farland
Director Legal y de Compliance de Holcim México

rante el tiempo. Ven que hay seriedad y compromiso detrás de los acuerdos a los que llegamos con ellos. También, nos ha ayudado mucho con las autoridades que saben que la organización no va a mentir, sino que la empresa tendrá una actividad ética frente a ellos”, aseguró Alan Mac Farland.

A su vez, este tipo de programas han logrado hacer sentir seguros y orgullosos también a sus colaboradores. Mediante integrity line, tanto miembros de la compañía como el público general tienen la posibilidad de pedir asesorías, realizar preguntas o presentar una denuncia mediante una página web o línea telefónica de manera anónima. Tal solitud será evaluada y tendrá una respuesta desde diferentes niveles dependiendo de la magnitud o la gravedad del asunto.

“Me siento orgulloso de pertenecer a Holcim porque veo que hay una autenticidad detrás de estos programas de compliance y que también hay flexibilidad para dejarnos trabajar dentro del mismo programa, de dar opiniones, algunas mejoras o cuestiones donde pudiera haber algún crecimiento de estas prácticas y tratar de dejar este granito en un entorno que siempre es complicado, no en México sino en todo el mundo y seguir adelante con estos logros”, puntualizó Mac Farland.

La empresa referente en materiales y soluciones de construcción destaca su compromiso con la ética y la sustentabilidad a través de programas de compliance basados en mejores prácticas nacionales e internacionales.



Karla Velázquez Picasso
Gerente Senior de Ética y Cumplimiento de Baxter

Ética y cumplimiento en todo lo que hacemos: BAXTER

En el sector empresarial, pocos valores son tan fundamentales como la ética y el cumplimiento. Baxter, líder en el campo de productos y equipos médicos, se destaca al establecer la ética como un principio elemental en todas sus acciones. Karla Velázquez Picasso, Gerente Senior de Ética y Cumplimiento de Baxter, nos revela cómo la transparencia, la integridad y un sólido programa de ética guían cada aspecto de la empresa.

GARANTIZANDO INTEGRIDAD Y TRANSPARENCIA

Posicionada como una de las 10 empresas más éticas, Baxter prioriza la ética, integridad y transparencia en todas sus operaciones, tanto al interior de la empresa como al exterior con clientes y colaboradores.

Para lograrlo, Karla Velázquez Picasso, Gerente Senior de Ética y Cumplimiento, explica que la compañía lo hace a través de un riguroso programa de ética, el cual, tiene el objetivo de asegurar el cumplimiento de las leyes locales y los códigos éticos de la industria en América Latina.

En este sentido, el Comité de Ética y Cumplimiento de Baxter desempeña un papel crucial en el mantenimiento de los estándares éticos. Este comité se encarga de supervisar y tomar decisiones respecto a las fallas o áreas de mejora. Además, precisó que se han establecido canales de denuncia para que cualquier persona, tanto dentro como fuera de la empresa, pueda reportar violaciones a los códigos éticos y leyes locales.

Cabe mencionar que la línea de denuncia de Baxter, funciona las 24 horas los 365 días del año, y es atendida en 31 idiomas para que la persona que se ponga en contacto tenga la certeza de que se le va a atender.

“Baxter cree firmemente que un equipo capacitado, informado y actualizado tiene la capacidad de actuar éticamente en cualquier situación, basándose en convicciones propias más que

A través de la promoción de una cultura ética y la supervisión de buenas prácticas por parte de un comité, Baxter logra posicionarse en el top 10 del ranking de las empresas más éticas.

en obligaciones externas”, puntualizó Karla Velázquez.

EL PAPEL DE LOS LÍDERES EN LA PROMOCIÓN DE UNA CULTURA ÉTICA

Además de los programas ya mencionados, Baxter entiende que la cultura ética empieza desde arriba. Más allá de la filosofía interna, es importante que los líderes vivan y actúen con integridad y coherencia. Por eso, se promueven cuatro valores fundamentales, conocidos como “palancas culturales”: valentía, colaboración, rapidez y simplicidad.

Estos valores se transmiten a todos los colaboradores para asegurar que comprendan la esencia de las políticas y lineamientos éticos de la empresa.

SANCIONES Y OPORTUNIDAD DE ENMIENDA

En el área de cumplimiento, Baxter establece lineamientos claros para aplicar consecuencias similares ante incumplimientos. Se considera la naturaleza de la falta, la persona involucrada y el impacto generado en la reputación de la compañía y los colaboradores. Las sanciones pueden incluir amonestaciones verbales o escritas, acompañadas en algunos casos de entrenamientos adicionales.



Baxter cree firmemente que un equipo capacitado, informado y actualizado tiene la capacidad de actuar éticamente en cualquier situación, basándose en convicciones propias más que en obligaciones externas”

Karla Velázquez Picasso,
Gerente Senior de Ética y Cumplimiento de Baxter

Powered by



EMPRESAS
+ ÉTICAS
2023

Conoce el estado de
salud de tu programa
de ética y cumplimiento

Diagnóstico

de Integridad

Corporativa

Personalizado

Te Ofrecemos

- Personalización de dimensiones y cortes según las necesidades de la empresa.
- Asesoría experta personalizada.
- Reporte personalizado para elaborar un programa de ética y cumplimiento de la empresa.

Conoce el Diagnóstico de
Integridad Corporativa
Para más información:

www.amitai.com
Teléfono 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.