

 **EL ECONOMISTA**

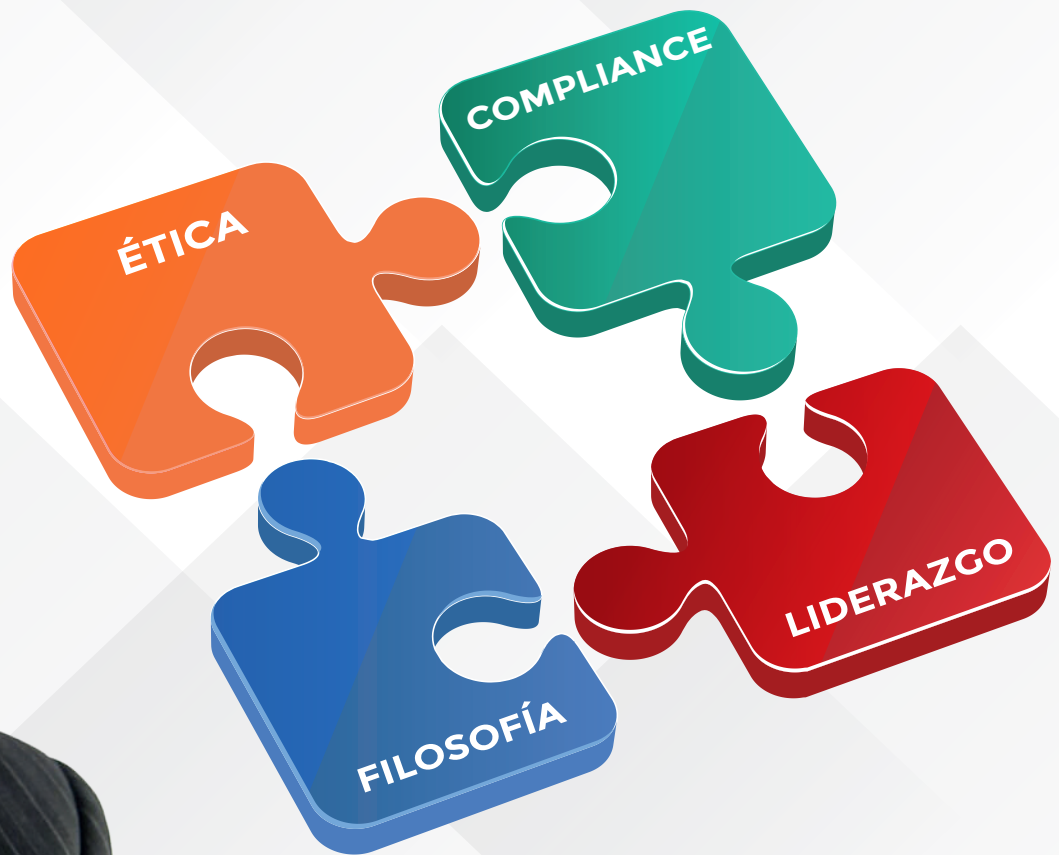
REPORTE ESPECIAL

25 DE SEPTIEMBRE DEL 2025 • CDMX

Powered by
AMITAI



**EMPRESAS
+ ÉTICAS
2025**



**VI EDICIÓN
DE LAS EMPRESAS
MÁS ÉTICAS 2025**

¿Por qué fracasan los programas de Compliance en México?

Por Fernando Senties

P. 3

Bienvenido al nuevo nivel de cumplimiento

P. 4

La ética como cimiento de la integridad corporativa: El liderazgo del talento en tiempos de incertidumbre

P. 10

“ La ética no se trata de cómo son las cosas, sino de la manera en que deberían de serlo” Michael Josephson



VISITA NUESTRA PÁGINA

ÍNDICE

3	¿Por qué fracasan los programas de Compliance en México?	9	GRUPO MODELO	17	ALEATICA
4	Bienvenido al nuevo nivel de cumplimiento	10	La ética como cimiento de la integridad corporativa: El liderazgo del talento en tiempos de incertidumbre	18	Entrevista 7º lugar Covestro
5	SONEPAR	11	RANKING GENERAL Ética / Compliance	19	Entrevista 9º lugar Daimler Truck Financial Services
6	Entrevista 2º lugar AXA	12	RANKING TOP Empresas por Dimensión	20	Entrevista 10º lugar Laboratorios Grin
7	BAKER MACKENZIE	13	RANKING TOP Datos Sociodemográficos	21	SANOFI
8	3º Novo Nordisk México 4º Silent4Business	15	BANCA AFIRME	22	11º Holcim México 12º Seguros Monterrey
		16	5º UCB de México 6º Kueski	23	AES

"Todos los derechos reservados HRD Global Solutions, Ltd. 2007-2025. AMITAI es una marca registrada, uso bajo licencia de HRD Global Solutions, Ltd."

Agradecimientos E+E 2025

Nuestro reconocimiento y agradecimiento a todas las empresas que han participado en la iniciativa de Empresas+Éticas® a lo largo de estas seis ediciones, organizaciones comprometidas con la ética y el cumplimiento (E&C); así como en el fomentar las mejores prácticas corporativas.

También queremos agradecer a nuestros aliados por ayudarnos a mejorar esta iniciativa año con año con el fin de ser, cada vez más, un referente confiable en la evaluación de programas de E&C.

A todo el equipo de AMITAI®, que siempre demuestra su compromiso y gran trabajo, le expresamos nuestro más sincero agradecimiento por hacer de Empresas+Éticas® un éxito.

De manera muy especial reconocemos y agradecemos a cada uno de los integrantes del Consejo Consultivo de E+E 2024-2025; por aportar su valioso tiempo, experiencia y conocimientos a Empresas+Éticas® y unirse a esta iniciativa sin fines de lucro de AMITAI® para contribuir a promover la transparencia, la rendición de cuentas y la equidad. Gracias 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, Natalia Andrea Campos Delgado, Coordinadora del área de Administración Pública del Instituto Mexicano para la Competitividad, A.C. (IMCO), Celeste Bernal Cabrera, directora de Comunicación Corporativa del Consejo de la Comunicación, Jorge Víctor Villalobos Grzybowski, Asesor y consultor Independiente y Fernando Senties P., CEO de AMITAI® LATAM y a Bárbara Thalía Amador Godoy, Coordinación.

Aliados de E+E 2025



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

JOSÉ MIGUEL BEJOS
CONSEJERO

MANUEL CAMPUZANO TREVIÑO
CONSEJERO

RAÚL MARTÍNEZ-SOLARES PIÑA
CONSEJERO

ARTURO HERNÁNDEZ
DIRECTOR DE CIRCULACIÓN

HUGO VALENZUELA
COORDINADOR DE OPERACIÓN EDITORIAL

GERARDO RAMÍREZ
DIRECTOR DE TECNOLOGÍAS Y SOLUCIONES DIGITALES

FELIPE MORALES FREDES
EDITOR DEL ECONOMISTA EN LÍNEA

FERNANDO VILLA DEL ÁNGEL
EDITOR DE FOTOGRAFÍA

CARLOS FLORES MUÑOZ
COORDINADOR DE DISEÑO

EDICIÓN
XIMENA BRAVO, RODRIGO BAUTISTA,
DIANA GÓMEZ

DISEÑO
GRISIELDA DÍAZ, LEONARDO TELLO

VENTAS
ANDREA 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 PERÍODO ESPECIALIZADO EN ECONOMÍA Y FINANZAS, S.A. DE C.V. IMPRESO EL 3 DE DICIEMBRE DEL 2024. EDITOR RESPONSABLE: LUIS MIGUEL GONZÁLEZ MARGARET. D.F. 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 SE RESERVA EL TÍTULO EN DERECHOS DE AUTOR 04-2010-062514284100-107. FRANQUEO PAGADO IMPRESO EN EDITORIAL COBRICA S.A. DE C.V. AVARO OBREGÓN 120 COL. SANTA ANITA, ALCALDÍA IZTACALCO, C.P. 06800. TEL. 5555303120. DISTRIBUCIÓN: PERÍODO ESPECIALIZADO EN ECONOMÍA Y FINANZAS, S.A. DE C.V. SAN JERÓNIMO 458 COL. SAN JERÓNIMO ALCAPOTZALCO, ALCALDÍA ALCAPOTZALCO, C.P. 02010 CIUDAD DE MÉXICO. FUNDADO EN DICIEMBRE DE 1988. REPORTE ESPECIAL 130 AÑOS SIEMENS. PROHIBIDO USAR INFORMACIÓN DE EL ECONOMISTA EN SITIOS WEB. DERECHOS RESERVADOS.

EL ECONOMISTA
CIRCULA DE LUNES A VIERNES



EL TRABAJO AJUSTADO CON EL CERTIFICADO
IS2-016-08/31-01-2024
ES DE 36,543 EMPLEADOS.



¿POR QUÉ FRACASAN LOS PROGRAMAS DE COMPLIANCE EN MÉXICO?

Hay dos poderosas situaciones que “mueven” a la gente a actuar en un determinado sentido; el temor a las consecuencias, o la posibilidad de obtener un beneficio. Esto no es diferente con los programas de ética y cumplimiento en las organizaciones.

Este año inició con una orden ejecutiva de la administración Trump, firmada en febrero para pausar la aplicación de la FCPA durante un periodo inicial de 180 días y reorientar los esfuerzos del DOJ (Departamento de Justicia por sus siglas en inglés) al logro de sus objetivos de seguridad nacional, principalmente migración y tráfico de drogas.

Al mismo tiempo, hemos visto todo tipo de escándalos nacionales e internacionales que dejan ver que la mayoría de los programas de E&C no son efectivos, incluyendo aquellos de CI Banco, Intercom y casa de bolsa Vector, y un largo etcétera. Nos damos cuenta de que esos casos, que se vuelven “escándalos mediáticos”, no reflejan más que la realidad que se vive en todo el mundo empresarial, que esos escándalos son sólo la punta del iceberg. Lo que nos enteramos que pasa en esas empresas, sucede en la mayoría de las organizaciones todos los días, hasta que salen en los medios.

Algunos ejemplos para ilustrar son el caso de CI Banco, Intercom y Vector casa de bolsa, dónde alguien debió saber al interior lo que estaba sucediendo, pasando por el caso AstronomerAI y su CEO Andy Byron, las contrataciones del gobierno de empresas, el caso de Alonso Ancira (AHMSA) por fraude y uso indebido de participaciones accionarias como garantía tras su liberación, o el caso de Licons (subsidiaria de Segalmex) por contratos ficticios o amañados con el gobierno federal.

Un programa de papel es aquél que, como su nombre lo dice, sólo existe en papel, es decir, documentos como códigos de ética y conducta, políticas y procedimientos, etc. Pero que no tienen ninguna aplicabilidad en la vida real de la empresa. La principal razón es precisamente que las empresas no le ven un beneficio real, ni tienen temor a las consecuencias.

DIFERENCIAS ENTRE UN PROGRAMA DE E&C DE PAPEL Y UN PROGRAMA EFECTIVO

PROGRAMA DE PAPEL	PROGRAMA EFECTIVO
Surgen de la necesidad de cumplir con la ley	Surgen de la convicción de mejorar la cultura de la empresa
Sólo existen documentos	Tiene aplicabilidad en la operación diaria
No tiene gran difusión	Se hacen campañas de difusión permanente
No transforman la conducta de la gente	Transforman no sólo la conducta de la gente sino la cultura organizacional
No se le da seguimiento a políticas y procedimientos, y con frecuencia hay “excepciones”	Se le da seguimiento a políticas y procedimientos a través de capacitación constante y periódica
No se integran datos para revisar, corregir y mejorar	Se integran datos para revisar, corregir y mejorar periódicamente
No tienen apoyo de la Alta dirección	Son impulsados, monitoreados y reportados a la Alta Dirección
Se perciben como una carga para la empresa y obstáculo para hacer negocios	Se perciben como un seguro contra riesgos y herramientas para oportunidades

IMPUNIDAD Y FALTA DE INCENTIVOS

De acuerdo con Transparencia Mexicana, MCCI y el SAT, sólo un 8.4% de las empresas investigadas en los últimos tres años por casos de corrupción han sido sancionadas.

Si a eso le aunamos la falta de beneficios reales por tener programas eficientes de E&C, como mejores oportunidades de contratar con gobierno, incentivos fiscales o mejores oportunidades de crédito, se reducen mucho los incentivos para invertir en estos programas de E&C. La ahora extinta Secretaría de la Función Pública había creado un padrón de integridad, que fracasó rotundamente, entre otras cosas, porque pedía información no relacionada con los programas de E&C que generaba desconfianza entre los empresarios, y ver que las empresas irregulares, sancionadas o aún empresas “fantasma” de proveedores consentidos, seguían siendo las favorecidas por las compras de gobierno, la mayoría (81%) por asignación directa.

Al no existir ni consecuencias inminentes ni estímulos para implementar programas de E&C, los empresarios no ven un motivo real para implementar dichos programas. Mientras las cosas no cambien en un sentido u otro, o ambos, será difícil convencer a las empresas de que lo hagan.

Lic. Fernando Senties
CEO DE AMITAI® LATAM

BIENVENIDO al nuevo nivel de cumplimiento



OSVALDO MOTA
Socio fundador de S.G.C. Mota Martínez y Asociados, S.C.

En 2025, muchas empresas en México y América Latina han avanzado notablemente en el fortalecimiento de sus programas de cumplimiento. Códigos de ética, políticas anticorrupción, canales de denuncia y manuales de integridad forman parte ya del lenguaje cotidiano en organizaciones comprometidas con la cultura ética. Algunas incluso han sido reconocidas por su esfuerzo continuo con certificaciones o distintivos públicos que validan ese compromiso.

Sin embargo, cuando el escenario ya no es normativo sino penal, surge una pregunta crucial: ¿Ese mismo programa de cumplimiento podría defenderse ante una fiscalía?

EL RIESGO PENAL NO ESPERA LA SENTENCIA

El mayor riesgo no radica en la ausencia de un programa de cumplimiento, sino en confiar en uno que resulta ineficaz cuando más se necesita, en la audiencia inicial de un proceso penal y este error puede traducirse en la vinculación a proceso de la empresa.

En ese momento —que muchos imaginan lejano— pueden imponerse medidas cautelares tan severas como la suspensión de actividades, la clausura temporal de instalaciones o incluso la intervención judicial. Todo antes de que exista una sentencia.

Por eso, acreditar un programa de cumplimiento penal sólido desde la audiencia inicial es la diferencia entre mantener la continuidad operativa o quedar expuesta a decisiones judiciales que paralancen toda la organización.

DEL CUMPLIMIENTO ÉTICO AL CUMPLIMIENTO PENAL

Durante años, el cumplimiento ha sido promovido como una herramienta de integridad institucional, un compromiso ético, un reflejo de cultura organizacional alineada a principios de responsabilidad y sostenibilidad. Sin duda, todo eso es valioso.

Pero el entorno penal exige más. Hoy, la empresa no solo debe demostrar que tiene principios... debe demostrar que su programa de cumplimiento penal puede resistir una revisión jurídica rigurosa.

Desde la experiencia que me ha permitido trabajar con diversas industrias, he constatado que incluso en organizaciones con estructuras robustas de compliance, pueden existir vacíos críticos cuando se trata de prevenir, acreditar o responder ante riesgos penales. No se trata de señalar, —se trata de evolucionar.

¿POR QUÉ?

Porque muchos programas de cumplimiento fueron diseñados para atender requisitos administrativos, criterios ESG o auditorías reputacionales. Es decir, para contextos donde el enfoque es demostrar cumplimiento ex post, no prevenir una imputación penal.

Aquí es donde entra el cumplimiento penal. No como una tendencia, sino como la respuesta técnica y jurídica al artículo 421 del Código Nacional de Procedimientos Penales, que establece que una persona jurídica puede ser penalmente responsable cuando haya existido inobservancia del debido control en su organización.

Esto cambia el parámetro: no basta tener políticas. Se requiere acreditar que los riesgos penales fueron identificados, que existían protocolos efectivos para prevenirlos, que fueron monitoreados, evaluados y corregidos, y que la cultura organizacional no solo toleraba la legalidad... sino que la promovía activamente.

Y, sobre todo, que las áreas responsables de ese cumplimiento contaban con los recursos necesarios para operar. Porque ningún programa puede ser eficaz si no se le dota de presupuesto, estructura y respaldo institucional. Un oficial de cumplimiento sin medios no puede prevenir lo que se le exige.

LA TEORÍA DEL DELITO DE LAS EMPRESAS

Cuando una empresa es investigada penalmente, el eje ya no es si cuenta con políticas de ética, auditorías o capacitaciones. El eje es jurídico: ¿existió una conducta penalmente relevante? ¿fue típica, antijurídica y atribuible a la empresa?

Porque sí: también las empresas tienen su propia teoría del delito. Y el elemento central de esa estructura no es la intención... es el control. El programa de cumplimiento penal funciona como punto de evaluación jurídica: si era eficaz, adecuado y operante, puede evitar que se configure la responsabilidad penal. Si era deficiente, simbólico o inoperante, puede ser una prueba más en su contra.

Un programa de cumplimiento penal bien diseñado puede operar como causa de atipicidad, inculpabilidad o eximente de responsabilidad, conforme al artículo 421 del CNPP. Pero para ello, debe estar alineado con esa lógica: debe hablar en el lenguaje de la defensa penal.

EL PROGRAMA DE CUMPLIMIENTO PENAL ES OTRA CATEGORÍA

No se trata de un programa más. Se trata de una categoría aparte. Mientras otros modelos de cumplimiento buscan adherirse a normas administrativas o demostrar buena gobernanza, el programa de cumplimiento penal tiene como finalidad evitar o atenuar una imputación penal. Y por tanto, sus estándares, sus evaluadores y sus consecuencias son diferentes.

No será un auditor interno quien revise el programa, será una fiscalía. No bastará mostrar políticas, sino evidenciar que funcionaron. Y no se discutirán métricas de reputación, sino responsabilidad penal, con consecuencias que pueden ir desde multas millonarias hasta la clausura o disolución de la empresa.

Por eso, un programa de cumplimiento penal no se diseña para el escritorio... se diseña para la audiencia. Para resistir el rigor del proceso penal, y para demostrar que la organización no solo tenía buenas intenciones, sino que hizo lo necesario para evitar el delito.

BIENVENIDO AL NUEVO NIVEL DE CUMPLIMIENTO

Background Check

Verifique antecedentes de tus candidatos



Con nuestro reporte puede revisar:

- Domicilio
- Historial Laboral
- Semanas Cotizadas
- Progresión Salarial
- Estatus de Crédito Hipotecario
- Historial Legal Homónimo
- Estatus ante el SAT

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



SONEPAR MÉXICO CONSOLIDA SU COMPROMISO CON LA INTEGRIDAD EMPRESARIAL

La filial mexicana del líder mundial de distribución de material eléctrico y de automatización, que atiende a clientes en sectores industriales, comerciales y de infraestructura, ha sido reconocida por segundo año consecutivo como una de las E+E de México. Con un portafolio de más de 25,000 productos de las principales marcas mundiales y una red de distribución que abarca todo el mundo, Sonepar México & Caribe se consolida como socio estratégico para proyectos de infraestructura crítica.

Para Alfonso Félix, presidente de Sonepar México & Caribe, este reconocimiento trasciende el ámbito del prestigio corporativo:



La ética no es un discurso institucional ni una etiqueta de conveniencia. Es una práctica diaria, exigente y transversal.

ALFONSO FÉLIX,
presidente de Sonepar México & Caribe.

UN ESTÁNDAR GLOBAL, UNA EJECUCIÓN LOCAL.

La filial mexicana integra la región de Sonepar Américas, liderada por Rob Taylor como presidente y Peter Bruhn como SVP General Counsel and Strategic Development Americas, distribuye soluciones eléctricas y de automatización para sectores estratégicos como minería, petroquímica, manufactura, centros de datos y energías renovables. Con centros de distribución estratégicamente ubicados en territorio nacional y un equipo técnico altamente especializado, la empresa trasciende el rol de proveedor tradicional para posicionarse como socio estratégico que ofrece consultoría técnica y soluciones integrales, impulsando así el desarrollo de la infraestructura crítica del país bajo los estándares de excelencia que caracterizan al grupo a nivel mundial.



En Sonepar la ética y la integridad son fundamentales para nuestro negocio y cultura. Siempre serán nuestra prioridad absoluta mientras continuamos creciendo en toda la región de las Américas porque entendemos que el negocio y la rentabilidad deben ser sostenibles. Un programa de cumplimiento sólido resulta fundamental para lograr nuestros objetivos a largo plazo.

ROB TAYLOR
presidente Sonepar Américas.



UN MODELO DE CUMPLIMIENTO ROBUSTO.

Para Jorge Luis González, director Legal de Cumplimiento y Riesgos para México & Caribe, un modelo de cumplimiento robusto se obtiene a través de acciones concretas y verificables, como canales de denuncia activos y funcionales, auditorías internas frecuentes, formación continua en cumplimiento normativo y una política de cero tolerancia ante cualquier desviación. Este enfoque integral genera beneficios tangibles y verificables, pues los clientes de Sonepar México operan con la certeza de trabajar bajo reglas claras y transparentes, los proveedores comprenden que la transparencia forma parte integral de la relación comercial y los asociados tienen la garantía de formar parte de una organización que respeta, escucha y actúa con coherencia.

En un contexto donde las empresas están llamadas a demostrar que son parte de la solución a los desafíos sociales y económicos del país, la vi-

sión de Sonepar México demuestra que la rentabilidad empresarial, no solo es compatible, sino que se potencian mutuamente para generar valor duradero.



Más allá del reconocimiento ético, Sonepar México se posiciona como el referente del crecimiento industrial del país, facilitando la ejecución de proyectos que van desde plantas manufactureras hasta desarrollos de energía sostenible, siempre bajo los más altos estándares de integridad y excelencia técnica", concluyó.

JORGE LUIS GONZÁLEZ,
director Legal de Cumplimiento y Riesgos Sonepar México & Caribe.



Entendemos que la ética no es una meta, es una forma de operar, de liderar y de construir el futuro, ratificando el compromiso de nuestra empresa con los más altos estándares de integridad empresarial".

ALFONSO FÉLIX,
presidente de Sonepar México & Caribe.



FARID SOBARZO
Oficial Anticorrupción & Conduct.

La compañía asegura que continuarán fortaleciendo su modelo de gobernanza y ética para cumplir su misión: "Proteger mejor a más mexicanos".

AXA MÉXICO REAFIRMA SU LIDERAZGO ÉTICO EN EL SECTOR ASEGURADOR

AXA, líder mundial en seguros con presencia en más de 50 países, llegó a México en 2008 y hoy protege a seis millones de clientes. Para la compañía, formar parte del ranking de las E+E es un orgullo y una oportunidad para reafirmar su propósito empresarial.

"Con ello, reafirmamos nuestro compromiso con los asegurados, socios, proveedores y colaboradores al brindarles certeza de que somos una empresa que actúa con integridad, transparencia y los más altos estándares éticos", resaltó Farid Sobarzo, Oficial Anticorrupción & Conduct.

El programa de ética de AXA México se sustenta en un marco de lineamientos, políticas y códigos que cumplen con los requisitos regulatorios. Desde el llamado Tone at the Top —liderazgo ejem-

plar desde la alta dirección— hasta el actuar diario de cada colaborador, la empresa mantiene una cultura basada en cuatro valores fundamentales: Foco en el cliente, Integridad, Valentía y "Todos somos AXA".

Sobarzo aseguró que Axacuenta con canales de denuncia abiertos para colaboradores, clientes, socios, proveedores y público en general, los cuales garantizan "los más altos estándares de confidencialidad, objetividad e imparcialidad". En caso de detectarse una irregularidad, se sigue un proceso de investigación y, de confirmarse, se aplican sanciones conforme a la normativa interna.

Para fortalecer su ética organizacional, AXA México implementa programas de capacitación periódica y comunicación interna que difunden información clave sobre sus valores y principios.

Esta cultura también se traduce en beneficios para los clientes. Según el Oficial Anticorrupción & Conduct, actuar con integridad "permite ofrecer un servicio de calidad, transparencia y confianza, promoviendo relaciones sólidas y duraderas".

De igual manera, los líderes dentro de la organización son esenciales para la transmisión de valores. "Con su conducta y comportamiento diario, promueven y difunden los valores de AXA; son ejemplo al transmitir estos principios al resto de nuestros colaboradores", señaló Sobarzo.

Además, destacó que la sensibilización de los colaboradores sobre la importancia de actuar con honestidad, equidad y respeto ha sido clave para que la ética no se perciba como una obligación, sino como "una práctica cotidiana".

Sobarzo señaló que formar parte nuevamente del ranking constituye una oportunidad para evaluar la eficacia de sus políticas y programas, identificar áreas de

mejora y seguir impulsando iniciativas para reforzar su valores y principios. Reconoció que la evaluación por una entidad externa como la AMITAI les aporta "un gran valor", al ser un ejercicio que refleja cómo viven e impulsan la ética empresarial.

“
Nuestro compromiso es seguir demostrando que contamos con una cultura de ética empresarial y una gobernanza sólida, las cuales nos permiten ofrecer de manera consistente resultados justos en todos los aspectos del negocio”, concluyó
FARID SOBARZO,
Oficial Anticorrupción & Conduct.

BAKER MCKENZIE MÉXICO: INTEGRIDAD CORPORATIVA

EL CAMINO HACIA UNA CULTURA EMPRESARIAL SÓLIDA

La ética, el *compliance* y la transparencia ya no son opcionales: hoy son la base para construir organizaciones sostenibles, confiables y competitivas, alineadas con estándares internacionales y expectativas sociales.

La ética, la integridad, la transparencia y el *compliance* se han convertido en pilares para el éxito y la sostenibilidad de las organizaciones. Estos valores no solo fortalecen una reputación corporativa, sino que también generan confianza entre los *stakeholders* y los grupos de interés, contribuyendo al desarrollo económico y social de las empresas.

LA ÉTICA Y LA INTEGRIDAD COMO FUNDAMENTOS EMPRESARIALES

La ética empresarial implica la adopción de principios y valores que guían el comportamiento organizacional más allá del cumplimiento legal con la intención de hacer lo correcto en todo momento.

Actualmente, existen muchos organismos internacionales y regionales trabajando día a día por impulsar prácticas de prevención de riesgos. Un ejemplo de esto es la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), la cual destaca que las empresas deben establecer códigos de conducta claros y accesibles, así como sistemas de control interno efectivos para prevenir y detectar actos de corrupción y espectros amplios que propicien la sostenibilidad en las empresas.

Por su parte, la integridad se refiere a la coherencia entre los valores declarados y las acciones realizadas mediante la implementación de programas preventivos con una estructura enfocada a la mejora continua.

La OCDE subraya la importancia de promover una cultura de integridad en todos los niveles de las organizaciones, fomentando el liderazgo ético y la responsabilidad individual.

COMPLIANCE: MÁS ALLÁ DEL CUMPLIMIENTO LEGAL

El *compliance* va más allá de evitar sanciones legales; implica la implementación de políticas y procedimientos que aseguren la adhesión a leyes, regulaciones y estándares éticos, a partir de la implementación de un plan a largo plazo que pueda sostenerse junto con la visión de los negocios.

En este sentido, la OCDE recomienda que las empresas desarrollen programas de cumplimiento que incluyan la evaluación de riesgos, la capacitación continua y mecanismos de denuncia efectivos.

En este sentido, la OCDE enfatiza la necesidad de que las empresas establezcan canales de comunicación internos que permitan a los empleados reportar conductas indebidas sin temor a represalias, para fortalecer una cultura de cumplimiento.

TRANSPARENCIA: PILAR DE LA CONFIANZA Y LA RENDICIÓN DE CUENTAS

La transparencia en la divulgación de políticas y prácticas empresariales resulta un aspecto esencial para la construcción de relaciones de confianza con empleados, clientes, inversionistas (tanto institucionales como calificados), así como con la sociedad en general.

Determinados documentos empresariales internos, como los estados financieros, han resultado como el mecanismo idóneo para divulgar información financiera y no financiera. Muchos de ellos establecidos por las autoridades locales, de conformidad con los estándares globales establecidos.

Ante una realidad globalizada, es entendible que los distintos agentes que componen nuestra sociedad busquen frecuentemente índices de transparencia en las operaciones de empresas, gobiernos y organizaciones globales que condicionan el día a día. Lo anterior, porque la transparencia tiene su fundamento en la exigencia social de contar con mayores prácticas responsables que faciliten la transición hacia la sostenibilidad empresarial.

Asimismo, la OCDE destaca que la transparencia en la gestión de riesgos y en la toma de decisiones estratégicas contribuye a la rendición de cuentas y al fortalecimiento de la gobernanza corporativa.

BUENAS PRÁCTICAS RECOMENDADAS POR ORGANISMOS INTERNACIONALES

Además de la OCDE, organismos internacionales como Pacto Mundial de las Naciones Unidas y GAFI —por mencionar algunos—, coinciden en diversas prácticas para fomentar la ética, la integridad, el *compliance* y la transparencia en las empresas:

- **Compromiso del liderazgo:** Fomentar el liderazgo ético mediante la inclusión de criterios de integridad en los procesos de selección, evaluación y promoción de personal.
- **Estructura funcional:** Contar con un equipo sólido mediante perfiles estratégicos que puedan hacer frente a los riesgos, así como a la consolidación de una sostenibilidad empresarial.
- **Análisis de riesgo:** Identificar, evaluar y priorizar los riesgos éticos, legales y de cumplimiento que enfrenta la organización, considerando su contexto operativo, sector y ubicación geográfica.
- **Desarrollo de códigos de conducta:** Establecer y difundir códigos de conducta que definan claramente las expectativas éticas y los comportamientos aceptables dentro de las organizaciones.



JOSÉ LARROQUE

Socio Administrador en Baker McKenzie México.

MARÍA BARBARA MARCEN ABASCAL

Chief Compliance Officer en Baker McKenzie México.

REYNALDO VIZCARRA

Socio principal líder de la Iniciativa Compliance en Baker McKenzie México.

- **Determinación de programas a implementarse:** Diseñar e implementar programas de cumplimiento y ética adaptados a las necesidades y riesgos específicos de cada organización, con objetivos claros y medibles.

- **Políticas:** Establecer políticas internas que respalden los principios del código de conducta, incluyendo políticas anticorrupción, de conflicto de interés, regalos y hospitalidad, entre otras.

- **Sinergias efectivas:** Fomentar la colaboración entre distintas áreas de la organización para asegurar una implementación coherente y transversal de las prácticas éticas.

- **Controles:** Implementar controles internos eficaces para prevenir, detectar y responder a conductas indebidas o irregulares, incluyendo auditorías, revisiones periódicas y mecanismos de verificación.

- **Entrenamiento, comunicación y sensibilización:** Implementar programas de formación y sensibilización para todos los empleados sobre temas éticos, normativos y de integridad.

- **Mejora continua:** Realizar evaluaciones y monitoreos periódicos de los programas de cumplimiento y de la cultura ética organizacional para identificar áreas de mejora.

- **Mecanismos de denuncia:** Establecer canales confidenciales y seguros para que los empleados puedan reportar conductas indebidas sin temor a represalias.

HACIA EL ÉXITO DE LOS NEGOCIOS CON UNA VISIÓN SOSTENIBLE

La incorporación de la ética, la integridad, el *compliance* y la transparencia en la estrategia empresarial no solo representa una responsabilidad moral, sino que se ha consolidado como un factor clave de diferenciación y ventaja competitiva.

Las organizaciones que integran estos valores en su cultura corporativa fortalecen su reputación, incrementan la confianza de sus grupos de interés, optimizan su desempeño financiero y generan impactos positivos y sostenibles en la sociedad y el medio ambiente.

Además, al alinear sus prácticas con los estándares internacionales promovidos por organismos como la OCDE y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, las empresas no solo cumplen con marcos normativos y éticos, sino que también se posicionan como líderes responsables y resilientes frente a los desafíos del siglo XXI.

Más Información



Baker McKenzie México



Iniciativa Compliance



VALNEY SUZUKI
General Manager de Novo Nordisk México.

NOVO NORDISK: "NO HAY NEGOCIO SIN ÉTICA"

La farmacéutica danesa se consolida como una de las E+E de México, gracias a una cultura corporativa que integra la ética como pilar estratégico.

qué momento está la organización, implementar acciones y seguir evolucionando hacia una ética más proactiva".

La empresa cuenta con un programa de ética y cumplimiento basado en siete pilares. Estos incluyen la evaluación y diagnóstico anual de riesgos, políticas claras para guiar la conducta de los colaboradores, capacitación continua, un canal de denuncias externo e independiente, el compromiso visible de la alta dirección y un sistema de sanciones para los casos que vulneren los lineamientos.

María Luisa detalló que el canal de denuncias es gestionado por una plataforma externa y que, dependiendo del caso, las investigaciones pueden ser llevadas por el equipo local, por su sede global o incluso por especialistas externos. "Esto garantiza independencia y transparencia en cada proceso", explicó.

Además, la cultura ética se refuerza con actividades como la "Semana de la Ética", entrena-

mientos desde el primer día de ingreso y mensajes periódicos de la dirección, donde los líderes comparten reflexiones y recordatorios sobre la importancia de actuar correctamente, así como reuniones del *Ethics and Compliance Committee* para debatir áreas de oportunidad.

Entre los beneficios tangibles, Suzuki destacó el orgullo de pertenencia que genera entre los empleados y la atracción de talento: "Cuando entrevistas candidatos, muchos dicen que quieren trabajar aquí porque somos un buen lugar y una de las empresas más éticas. Esto da confianza de que trabajarán en un lugar que respalda las decisiones correctas".

En 2024, la compañía participó por primera vez en el ranking de la AMITAI, algo que, lejos de relajar el esfuerzo, reforzó su compromiso. La evaluación externa, subrayó Suzuki, es clave para evitar sesgos y aprender de mejores prácticas en otras industrias.

El consejo de Novo Nordisk para las organizaciones que quieren for-



MARIA LUISA LOZANO
Sr. Legal, Ethics, Compliance and Quality Director de Novo Nordisk México.

talear su cultura ética es claro: invertir su cultura ética es claro: invertir tiempo, recursos y liderazgo.

María Luisa Lozano concluyó: "Independientemente del tamaño de la empresa, la ética debe guiar desde el inicio. Puede que sin ella funcione algo en el corto plazo, pero a largo plazo, la falta de valores te alejará de lo que la sociedad y tus socios esperan. Apostar por la ética es apostar por la sostenibilidad".



"Parte de nuestros valores es la ética. Aquí no prometemos ni la ética ni la calidad. Este reconocimiento refleja cómo vivimos la cultura de Novo Nordisk desde el nivel global hasta el local", aseguró

VALNEY SUZUKI, general manager de Novo Nordisk México.

SILENT4BUSINESS, ÉTICA EN EL NÚCLEO DE TODA DECISIÓN

En un entorno digital donde la ética es más relevante que nunca, Silent4Business demuestra que es posible liderar con valores.

Silent4Business no solo ha marcado la diferencia por su especialización tecnológica, su compromiso con la ética ha jugado un papel crucial. Esta convicción le ha valido el cuarto lugar en el ranking de E+E de la AMITAI.

La compañía fue fundada hace nueve años como una firma especializada en ciberseguridad, donde ofrecen servicios integrales que van desde la consultoría estratégica, hasta el monitoreo 24/7 a través de su SOC (Security Operations Center) y NOC (Network Operations Center). Sin embargo, más allá de su perfil tecnológico, la empresa ha construido una cultura organizacional centrada en valores éticos, respaldada por una "política de ética viva" que trasciende los manuales.

"Desde que hacemos el reclutamiento de nuestros colaboradores cuidamos mucho, no nada más el conocimiento o la experiencia que tienen, sino también los valo-

res con los que cuentan", explicó Delgadillo Aguilar. Esta política incluye talleres periódicos, un buzón de denuncias confidencial, y la integración del principio *ethical by design* en cada solución tecnológica desarrollada.

Bajo esa perspectiva, en Silent4Business han implementado una plataforma digital para denuncias, accesible tanto para colaboradores como para clientes y aliados tecnológicos. Cada señalamiento es evaluado por un Comité de Ética interdisciplinario y paritario.

"Ese comité está formado por personas de distintas áreas que no necesariamente pertenecen a la dirección. Solo yo participo como parte del equipo directivo", comentó. "Esto es clave para evitar sesgos y generar confianza en el proceso".

La compañía, además de basar su operación en principios éticos, los formaliza a través de procesos y estándares internacionales. Actualmente, Silent4Business cuenta

con cinco certificaciones ISO, que cubren temas como calidad del servicio, continuidad del negocio, antisoborno y anticorrupción, gestión de servicios y ciberseguridad.

En ese sentido, la evaluación de terceros —como la realizada por la AMITAI— desempeña un rol clave en este proceso. "Cuando me invitaron a participar por primera vez pensé: ¿Por qué no? Podía salir mal, y si así era, significaba que había algo que aprender. Si salía bien, implicaba un compromiso: mejorar. Porque lo importante no es solo obtener un reconocimiento, sino mantenerlo. Y eso es lo más complicado", reflexionó.

Una de las estrategias clave para interiorizar estos valores ha sido la comunicación y la participación de líderes naturales dentro de la empresa. Silent4Business cuenta con un programa de "Embajadores", colaboradores que, sin necesidad de ocupar cargos directivos, se ganan la confianza de sus compañeros y se convierten en puentes de comunicación.

El liderazgo ético, de igual forma, se promueve desde la alta di-



LAYLA DELGADILLO AGUILAR
Directora General Silent4Business.

rección. "Queremos que todos estén alineados hacia un objetivo común: el crecimiento de la compañía y la sostenibilidad de cada colaborador", destacó, subrayando que el enfoque humano es el eje central de esta visión. "Tener una empresa de tecnología no se trata solo de instalar un antivirus o un firewall. Es la gente. Es el lado humano", agregó.

Finalmente, Layla Delgadillo Aguilar resaltó el compromiso con la ética, la innovación y la protección de los activos de los clientes, honrando su confianza con integridad, compromiso y confidencialidad, principios que definen a la empresa de ciberseguridad.



La ética no puede ser una opción. Tiene que ser el núcleo de toda decisión. Proteger no solo significa blindar sistemas, significa respetar la privacidad, actuar con transparencia y construir confianza duradera con nuestros clientes, aliados y colaboradores", aseguró

LAYLA DELGADILLO AGUILAR, Directora General de Silent4Business.



GRUPO MODELO: 100 AÑOS DE INTEGRIDAD EMPRESARIAL



Cada colaborador es pieza clave para preservar nuestra integridad corporativa y, por eso, les brindamos las herramientas, el respaldo y la confianza para actuar siempre conforme a nuestros principios", agrega

SANTIAGO IÑAKI GONZÁLEZ, director de Compliance de la compañía.



En Grupo Modelo creemos que la ética no es un documento que se guarda en un cajón, sino una guía viva que orienta cada decisión que tomamos. Nuestro objetivo es que todos los colaboradores se sientan corresponsables de mantener la integridad como sello de nuestra identidad corporativa", afirmó

SANTIAGO IÑAKI GONZÁLEZ, director de Compliance de Grupo Modelo.

Grupo Modelo celebra un siglo de historia creando marcas icónicas que se han colocado como las marcas más valiosas de México de acuerdo con Kantar y Brand Finance. Además de ello, la cervecera ha construido un liderazgo empresarial basado en la ética y el cumplimiento, reconocido en ranking como Merco ESG y Las 500 Empresas Contra la Corrupción de Expansión.

Para la compañía, el verdadero liderazgo empresarial va más allá de producir y comercializar productos que conecten con los mexicanos: implica actuar con integridad, inspirando confianza en sus colaboradores, socios, clientes y comunidades. Hoy, como desde hace un siglo, la compañía mantiene la mirada puesta en el futuro: innovando, fortaleciendo sus políticas de cumplimiento y contribuyendo activamente a un México más justo, equitativo y sustentable.

COMPLIANCE VIVO: DEL COMPROMISO A LA ACCIÓN DIARIA

Desde hace más de una década, Grupo Modelo ha consolidado su posición como empresa líder en ética y cumplimiento corporativo, cumpliendo con las normas más estrictas a nivel nacional e internacional. En 2013, la compañía dio un paso decisivo al fortalecer su Programa de Ética y Cumplimiento y creó un área especializada para su implementación y monitoreo que asegura la correcta adaptación de las políticas globales al contexto local y la correcta aplicación y el debido cumplimiento de la legislación.

En 2024, el 100% de los colaboradores de Grupo Modelo recibió capacitación en ética y cumplimiento, asegurando que cada persona cuente con las herramientas para tomar las decisiones correctas.

La estrategia de ética y cumplimiento de Grupo Modelo es proactiva. Un ejemplo de ello es el uso de herramientas tecnológicas que, desde hace varios años permiten priorizar e identificar riesgos de manera temprana con el fin de reducirlos o erradicarlos, así como prevenir conductas que puedan ir en contra de políticas y principios de la empresa.

Otro ejemplo relevante es la implementación del *Compliance Month*, que se celebra cada septiembre como una campaña integral de comunicación interna y externa. Durante este mes se comparten casos, herramientas y mejores prácticas que ayudan a tomar decisiones correctas cada día, reforzando el compromiso de todos los colaboradores como guardianes de un legado basado en la integridad.

"El cumplimiento es la base para generar confianza, proteger nuestro negocio y contribuir positivamente a la sociedad".

CIEN AÑOS GUIADOS POR PRINCIPIOS QUE INSPIRAN

La cultura de Grupo Modelo se basa en valores como la integridad, excelencia, calidad y responsabilidad. Estos se integran a la conducta diaria y las decisiones de negocio. Para que se cumplan de forma consistente, la empresa ha diseñado procesos que aseguran que todos los colaboradores los conozcan, comprendan y los integren en su trabajo cotidiano y que nunca tomen atajos para cumplir con objetivos financieros o metas comerciales.

Uno de los pilares de esta estrategia es la capacitación, donde se profundiza en el Código de Conducta y en políticas esenciales como las de anticorrupción, conflicto de intereses, prevención del acoso y discriminación, respeto a los derechos humanos, entre otras. Asimismo, la compañía ofrece una línea de ayuda administrada por un tercero

que permite a cualquier persona, externa o interna, realizar reportes de manera anónima, con total confidencialidad y sin temor a represalias.

UN LEGADO QUE CUIDA EL FUTURO

La ética también guía el enfoque de Grupo Modelo hacia el consumo responsable. Bajo la filosofía de *Smart Drinking*, Grupo Modelo impulsa campañas de marketing responsable y alianzas con sociedad civil y autoridades para reducir el consumo nocivo de alcohol. Su iniciativa "Elige bien y seguro llegas" promueve la seguridad vial al invitar a las personas a no conducir después de beber, usar transporte alternativo o designar a un conductor sobrio, fomentando experiencias seguras y responsables.

Este 2025 en que celebra su primer siglo de historia, Grupo Modelo reafirma que su verdadero legado reside en la forma en que crea las marcas que los consumidores aman: con integridad, responsabilidad y una visión de largo plazo. Ello se refleja en diversas métricas externas: Grupo Modelo ocupa el lugar #1 dentro de las Empresas Contra la Corrupción de Expansión. Igualmente, la compañía es la tercera empresa en México con mejor reputación en el ranking Merco ESG y la primera en el sector bebidas.

Con la mirada puesta en los próximos 100 años, Grupo Modelo apuesta por liderar con principios, cuidando de las comunidades en las que opera para crear un futuro con más motivos para brindar.

LA ÉTICA COMO CIMIENTO DE LA INTEGRIDAD CORPORATIVA: EL LIDERAZGO DEL TALENTO EN TIEMPOS DE INCERTIDUMBRE



EDGAR ROSAS LÓPEZ
Director de Talento Humano en Bizzarro.



La legitimidad de las empresas no se mide únicamente por su cumplimiento legal, sino por su capacidad para inspirar confianza desde la coherencia y la transparencia. La ética corporativa ya no es un reaseguro de cumplimiento, sino un activo estratégico que define la sostenibilidad del negocio.

EDGAR ROSAS LÓPEZ, director de Talento Humano en Bizzarro.

Vivimos en una era en la que la confianza se ha convertido en el recurso más escaso y a la vez más valioso para las organizaciones. Las exigencias sociales, regulatorias y de los propios colaboradores han incrementado la presión sobre las empresas para establecer auténticos programas de integridad corporativa. Sin embargo, más allá de las políticas y los sistemas de cumplimiento, la clave está en las personas y la cultura que construyen cada día desde sus espacios de trabajo.

MÁS ALLÁ DEL MANUAL: LA ÉTICA APLICADA COMO VENTAJA COMPETITIVA

Los programas de integridad suelen asociarse con códigos, capacitaciones o canales de denuncia, pero la verdadera diferencia radica en cómo las personas —desde el nivel operativo hasta la alta dirección— encarnan los principios éticos en cada decisión cotidiana.

Tomemos como ejemplo el caso de Cemex, que ha sido reconocida por fortalecer su cultura de cumplimiento no sólo a través de procedimientos formales, sino por invertir en la formación ética de sus líderes y promover canales efectivos de escucha. Cuando la ética deja de reducirse a procesos legales o formales, se convierte en una auténtica ventaja competitiva.

Los equipos que integran la ética como parte natural de su actuar consolidan organizaciones más resilientes frente a cambios regulatorios, crisis reputacionales o transformaciones del mercado. Así, el cumplimiento no es una obligación, sino la consecuencia natural de una cultura organizacional sólida, fundada en la confianza, la coherencia y el ejemplo del liderazgo.

EL PAPEL DE RECURSOS HUMANOS EN LA INTEGRIDAD CORPORATIVA

Como responsables de la gestión del talento y la cultura organizacional, los directores y consultores de Recursos Humanos ocupamos una posición privilegiada para articular y sostener los valores éticos en las empresas. A lo largo de la cadena de valor del talento —desde la atracción y selección, hasta la evaluación y la formación— cada decisión construye (o debilita) el tejido ético institucional.

Un claro referente es lo que hizo Grupo Bimbo al incorporar criterios éticos y de sostenibilidad en sus procesos de evaluación de liderazgo. No se trata sólo de resultados financieros, sino de cómo se logran esos resultados. Este tipo de iniciativas ayuda a alinear los valores organizacionales con las conductas que se premian y reconocen.

Los grandes escándalos empresariales —en México y el mundo— no sólo revelan fallas en controles internos, sino desconexión profunda entre los valores proclamados y las dinámicas cotidianas de poder. La verdadera gestión ética requiere formar líderes coherentes, capaces de tomar decisiones difíciles, fomentar el diálogo y acompañar con desarrollo continuo la madurez ética de las personas.

NUEVOS DESAFÍOS: ÉTICA EN LA ERA DIGITAL Y MULTIGENERACIONAL

La irrupción acelerada de la inteligencia artificial y la creciente diversidad generacional en los espacios de trabajo nos obliga a repensar nuestros marcos éticos. ¿Cómo evitar sesgos algorítmicos en los procesos de selección o evaluación? ¿Hasta dónde garantizar la privacidad de datos? ¿Qué normas deben guiar los

límites entre eficiencia tecnológica y dignidad humana?

En México, empresas como BBVA y Nemark ya están explorando marcos éticos para el uso responsable de IA, así como programas de inclusión generacional que promueven perspectivas diversas para la toma de decisiones. Esta visión amplia enriquece los programas de integridad y fortalece la gobernanza en escenarios de ambigüedad.

La ética, en este nuevo contexto, deja de ser un conjunto rígido de normas para convertirse en una conversación viva entre generaciones, profesiones y entornos digitales que exige apertura, diálogo y capacidad de adaptación.

CONCLUSIÓN: CONSTRUIR CONFIANZA, EL VERDADERO DESAFÍO ÉTICO

Hoy más que nunca, la legitimidad de las empresas no se mide únicamente por su cumplimiento legal, sino por su capacidad para inspirar confianza desde la coherencia y la transparencia. La ética corporativa ya no es un reaseguro de cumplimiento, sino un activo estratégico que define la sostenibilidad del negocio.

Quienes lideramos la gestión del talento en las organizaciones tenemos la responsabilidad —y el privilegio— de ser promotores de esta nueva ética empresarial. Una ética que no se impone desde códigos o conferencias, sino que se vive, se inspira y se multiplica desde el ejemplo.

Apostar por culturas organizacionales éticas no es solo una decisión correcta: es una inversión inteligente para quienes buscan construir empresas con propósito y visión de largo plazo.

GENERAL RANKING

RANKING 2024	FINAL	EMPRESA	SCORE FINAL
1	1	Siegfried Rhein	67.39
N/P	2	AXA	67.07
2	3	Novo Nordisk México	66.91
8	4	Silent4Business	66.84
N/P	5	UCB de México	66.83
5	6	Kueski	66.65
12	7	Covestro	66.48
7	8	Walmart de México y Centroamérica	66.35
N/P	9	Daimler Truck Financial Services	66.28
11	10	Laboratorios Grin	66.07
18	11	Holcim México	66.03
6	12	Seguros Monterrey New York Life	65.89
N/P	13	Coca Cola FEMSA	65.86
9	14	General Motors de México	65.83
15	15	Sanofi México	65.81
N/P	16	BTG Consultores de Riesgo	65.79
14	17	Teva Pharma México	65.73
30	17	Baker McKenzie	65.73
26	19	Banca Afirme	65.62
N/P	20	Trinity Rail de México	65.57
N/R	21	Grupo Aeroportuario del Pacífico	65.52
22	22	NTT Data México	65.17
10	22	Baxter Healthcare	65.17
N/P	24	Grupo Asera	65.15
N/P	25	International Motors México	65.08
N/P	26	Mabe Global	65.07
41	27	Solintegra del Golfo de México	65.04
N/P	28	Heineken México	65.00
36	29	Pluxee	64.96
N/P	30	Roshfrans	64.88
14	31	Braskem Idesa	64.79
N/P	32	Principal México	64.66
29	33	Grupo Modelo	64.62
32	34	Softtek	64.56
N/P	35	Herbalife	64.51
20	36	Whirlpool Corporation	64.45
46	37	Coppel	64.20
N/P	38	Grupo Cuprum	64.17
N/P	39	Aleatica Chile	64.11
16	40	Proeza	64.10
N/P	41	Opella México	64.04
38	42	Constructora Subacuática Diavaz	63.96
N/P	43	Veolia	63.81
39	44	Banamex	63.60
N/R	45	Aleatica	63.55
40	46	Iberdrola México	63.52
N/P	47	GNP	63.51
13	48	Bridgestone de México	63.49
28	49	Metalsa	63.46
31	49	SGS de México	63.46
34	51	Banregio	63.31
42	52	Henkel Capital	63.27
N/P	53	Autopista del Norte S.A.C.	63.21
N/P	54	Fresnillo PLC	62.61
33	55	Sonepar México	62.56
43	56	Citrofrut	62.53
N/R	57	Arriva Hospitality Group	62.50
N/P	58	Industrias Peñoles	62.39
N/P	59	Moto Galería	62.38
45	60	Recurso Confiable	62.34
N/P	61	ALPLA	62.11
N/P	62	Afore Coppel	61.80
N/P	63	Autopista Río Magdalena	61.70
N/P	64	Henkel Argentina	61.28
17	65	AES México	61.17
N/P	66	Henkel Chile	61.15
N/P	67	Asesoría Financiera de México	61.12
35	68	Primeros Seguros	60.93
44	69	Grupo México Infraestructura	60.64
N/P	70	Natura	60.63

N/P = No participaron el año pasado
N/R = No rankearon el año pasado

Nota: Las empresas con el icono son las que obtuvieron la Certificación AMITA®/Empresas+Éticas® 2025.

ÉTICA RANKING

FINAL	EMPRESA
1	Novo Nordisk México
2	Covestro
3	Siegfried Rhein
4	UCB de México
5	Kueski
6	AXA
7	Daimler Truck Financial Services
8	Baxter Healthcare
9	Seguros Monterrey New York Life
10	BTG Consultores de Riesgo
11	Coca Cola FEMSA
12	Banca Afirme
13	Laboratorios Grin
14	Holcim México
15	Silent4Business
16	General Motors de México
17	Grupo Aeroportuario del Pacífico
17	Braskem Idesa
19	Teva Pharma México
20	Roshfrans

COMPLIANCE ANTICORRUPCIÓN RANKING

FINAL	EMPRESA
1	Siegfried Rhein
2	Silent4Business
3	AXA
4	Novo Nordisk México
5	BTG Consultores de Riesgo
6	Walmart de México y Centroamérica
7	Kueski
8	UCB de México
9	Covestro
10	Sanofi México
11	Daimler Truck Financial Services
12	Holcim México
13	Laboratorios Grin
14	General Motors de México
15	Seguros Monterrey New York Life
16	Baker McKenzie
17	Trinity Rail de México
17	Baxter Healthcare
19	Solintegra del Golfo de México
20	Coca Cola FEMSA

La integridad empresarial se reconoce. ¿Está listo para ser parte del cambio en 2026?

Pre-regístrate hoy y obtenga un descuento del 15% en la compra del reporte de E+E

EMPRESAS + ÉTICAS 2026

EMPRESAS POR DIMENSIÓN

Ranking Tops

FILOSOFÍA ÉTICA

EMPRESA	RANKING FINAL
Braskem Idesa	1
UCB de México	2
Baxter Healthcare	2
Holcim México	4
Novo Nordisk México	5
Daimler Truck Financial Services	6
Covestro	6
Coca Cola FEMSA	8
Seguros Monterrey New York Life	8
Grupo Aeroportuario del Pacífico	10
Walmart de México y Centroamérica	10

LIDERAZGO ÉTICO

EMPRESA	RANKING FINAL
BTG Consultores de Riesgo	1
Covestro	2
Siegfried Rhein	3
Solintegra del Golfo de México	4
Novo Nordisk México	5
Silent4Business	6
AXA	7
Daimler Truck Financial Services	7
Autopista Río Magdalena	9
Holcim México	10

PROMOCIÓN DE LA CULTURA ÉTICA

EMPRESA	RANKING FINAL
Novo Nordisk México	1
BTG Consultores de Riesgo	2
Siegfried Rhein	3
UCB de México	4
Kueski	5
Covestro	6
AXA	7
Banca Afirme	8
Seguros Monterrey New York Life	9
Silent4Business	10

DISEÑO

EMPRESA	RANKING FINAL
Covestro	1
Silent4Business	2
Siegfried Rhein	3
AXA	4
Kueski	5
Walmart de México y Centroamérica	6
UCB de México	7
Daimler Truck Financial Services	8
Novo Nordisk México	9
BTG Consultores de Riesgo	10

APLICACIÓN

EMPRESA	RANKING FINAL
Silent4Business	1
AXA	2
Siegfried Rhein	2
Sanofi México	4
Novo Nordisk México	4
Banca Afirme	6
Walmart de México y Centroamérica	7
Baker McKenzie	8
Daimler Truck Financial Services	9
Seguros Monterrey New York Life	10
Laboratorios Grin	10

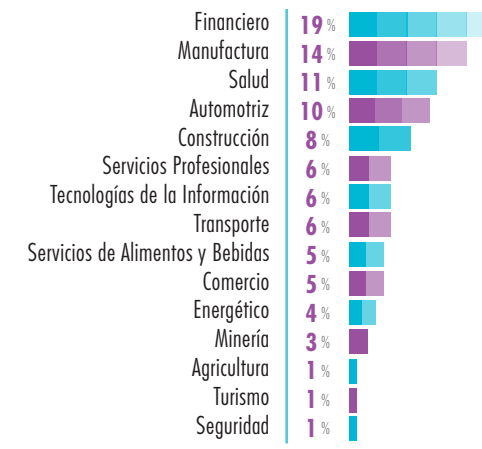
FUNCIONAMIENTO

EMPRESA	RANKING FINAL
Siegfried Rhein	1
BTG Consultores de Riesgo	2
Novo Nordisk México	2
Silent4Business	4
Solintegra del Golfo de México	5
AXA	6
Teva Pharma México	7
UCB de México	8
General Motors de México	9
Trinity Rail de México	9

DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

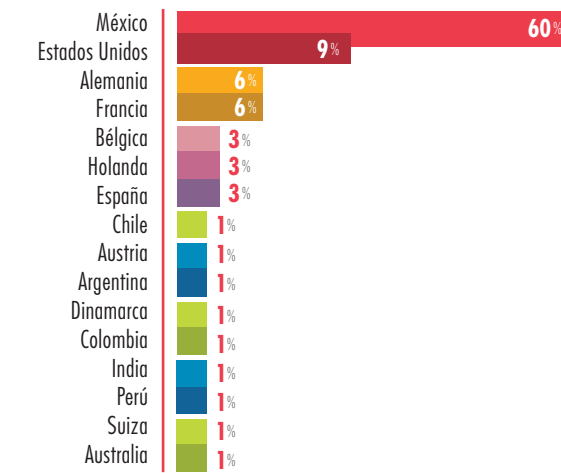
Ranking Tops

DISTRIBUCIÓN De Empresas por Sector



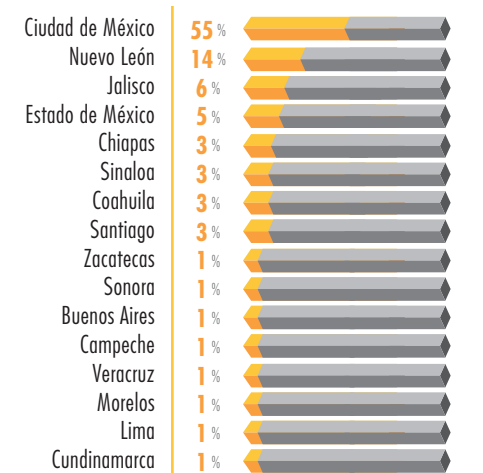
TOTAL GENERAL 100%

DISTRIBUCIÓN De Empresas por Origen de Capital



TOTAL GENERAL 100%

DISTRIBUCIÓN Por Estado/Provincia/Región

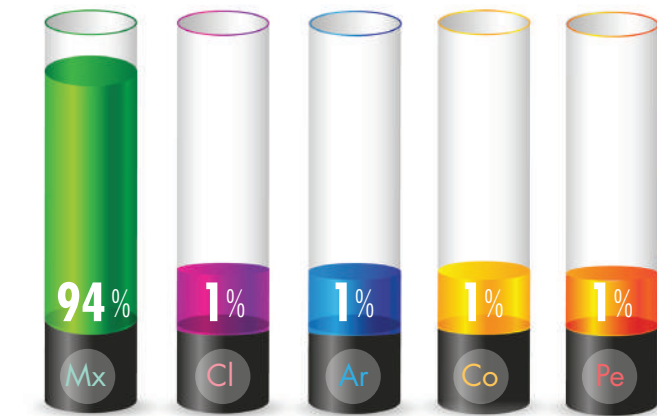


TOTAL GENERAL 100%

DISTRIBUCIÓN De Empresas por País de Origen

País de Origen	%
México	94
Chile	1
Argentina	1
Colombia	1
Perú	1

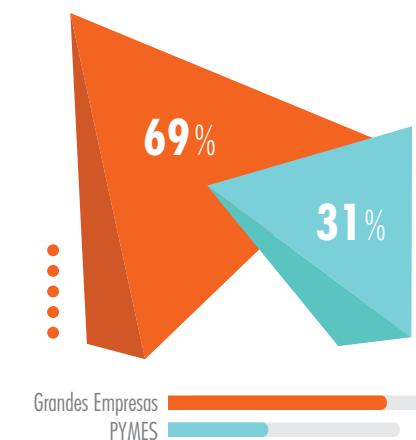
TOTAL GENERAL 100%



DISTRIBUCIÓN Por Tamaño de Empresa

Tamaño	%
Grandes Empresas	69
PYMES	31

TOTAL GENERAL 100%

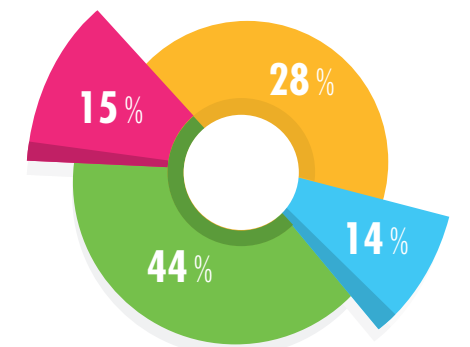


DISTRIBUCIÓN Por Número de Empleados

Número Empleados	%
Entre 50 y 600	44
Entre 600 y 1200	15
Entre 1200 y 5000	28
Mayor a 5000	14

TOTAL GENERAL 100%

● Entre 50 y 600 ● Entre 1200 y 5000 ● Entre 600 y 1200 ● Mayor a 5000



*Nota: Algunos resultados varían del 100% debido a las centésimas y milésimas

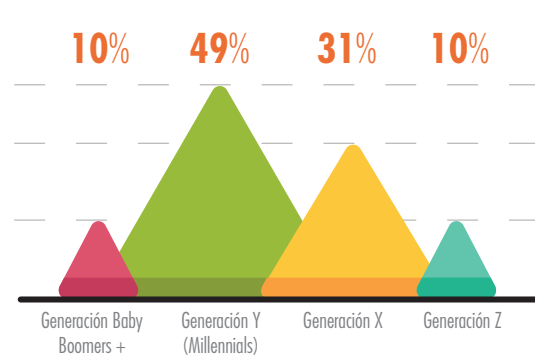
DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

Ranking Tops

DISTRIBUCIÓN

Por Generación

Generación	%
Generación Baby Boomers +	10
Generación Y (Millennials)	49
Generación X	31



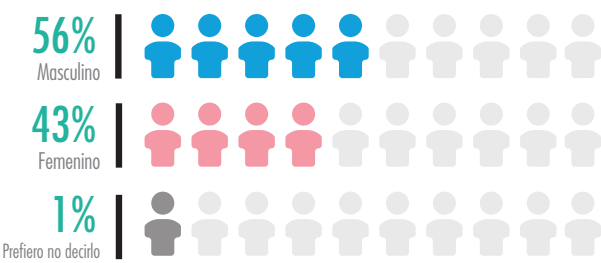
TOTAL GENERAL 100%

*Nota: La generación Baby Boomers + está integrada por la generación Baby Boomers y la generación silenciosa.

DISTRIBUCIÓN

Por Género

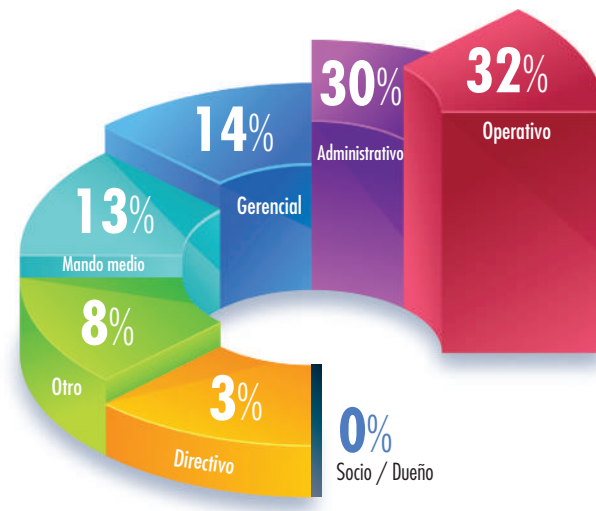
Género	%
Masculino	56
Femenino	43
Prefiero no decirlo	1



TOTAL GENERAL 100%

DISTRIBUCIÓN

Por Rol



Rol	%
Operativo	32
Administrativo	30
Gerencial	14
Mando medio	13
Otro	8
Directivo	3
Socio / Dueño	0

TOTAL GENERAL 100%



Actuar con integridad nos permite construir relaciones duraderas, proteger el patrimonio de nuestros clientes y contribuir al desarrollo económico del país. Nuestra responsabilidad es una extensión de ese compromiso, y trabajamos cada día para que esté respaldada por acciones concretas y verificables".

JOSÉ MARTÍN GONZÁLEZ,
Contralor General de Banca Afirme.

INTEGRIDAD: PILAR ESTRATÉGICO EN BANCA AFIRME



Sabemos que la ética no es una meta que se alcanza y se deja atrás, sino un camino constante que se recorre con responsabilidad. Por eso, en Afirme estamos comprometidos con seguir impulsando una cultura de legalidad que inspire, transforme y trascienda. Promovemos prácticas justas, Inclusión Financiera, Responsabilidad Social y un enfoque sostenible que contribuya al desarrollo del país".

HERMANN SCHAUER,
director Ejecutivo de Recursos Humanos y Materiales.



La ética no es una opción, es nuestra forma de hacer banca. En Banca Afirme, creemos que actuar con integridad es la única vía para generar confianza y construir relaciones duraderas con nuestros clientes".

CECILIA RODRÍGUEZ,
directora Corporativa Jurídico.

En el mundo financiero actual, donde la confianza se ha convertido en un activo invaluable, la integridad no puede ser solo una declaración de principios; debe ser una práctica cotidiana, visible y verificable. En Banca Afirme entienden que la integridad es mucho más que un valor institucional; es el eje que articula su visión, sus decisiones y la relación de confianza que construyen con cada cliente y colaborador.

La creciente exigencia de responsabilidad, transparencia y ética profesional en el sector financiero demanda respuestas claras y contundentes. Las instituciones deben demostrar, con hechos, su compromiso con una gestión honesta, coherente y alineada con los principios fundamentales que rigen su operación. En Afirme han asumido este reto con convicción, integrando la ética y la legalidad como pilares transversales de su estrategia organizacional.

A través del Sistema Integral de Ética, han establecido una cultura que permea todos los niveles de la organización. Cada colaborador, sin importar su jerarquía, es parte activa de este compromiso. Las acciones que lo sustentan son concretas y sostenidas: desde el fortalecimiento de sus Códigos de Conducta para Colaboradores



Proveedores, una Línea de Transparencia confiable, hasta programas de capacitación continua, así como la Semana de la Ética. Todo ello respaldado por una campaña de comunicación interna que refuerza el cumplimiento normativo y la transparencia como valores esenciales.

Este esfuerzo ha sido reconocido por la AMITAI, que ha incluido nuevamente en la VI Edición del ranking nacional a Banca Afirme como una de las E+E de México 2025. Este reconocimiento

no es solo un logro institucional, sino una validación del compromiso profundo de quienes forman parte de esta institución por actuar con base en valores y en favor de México.

En Banca Afirme, consideran que la integridad no solo define lo que son, sino lo que aspiran a ser: una institución que transforma, que inspira y que contribuye activamente a un México más justo, transparente y próspero.

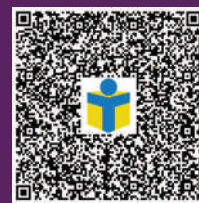


La línea de denuncia para proteger a su organización

El único sistema flexible y económico, adaptable a las necesidades de su empresa para la recepción y gestión de denuncias.



Para más información:
www.amitai.com
55 9000 4050



acomercial@amitai.com

ÉTICA E INTEGRIDAD DEFINEN LA VISIÓN DE UCB DE MÉXICO EN EL ÁMBITO DE LA SALUD

Con casi un siglo de historia global, la biofarmacéutica reafirma su compromiso con el paciente, la responsabilidad social y la innovación.

En México, la compañía llegó con un portafolio y un legado importante para tratar la epilepsia, y también con un primer anticuerpo monoclonal que se lanzó para atender enfermedades autoinmunes y reumáticas. Hoy en día se encuentra en transición para traer medicamentos de nueva generación en estas dos mismas áreas", comentó.

RODRIGO OLEA, gerente General de UCB de México.

La biofarmacéutica belga UCB (Union Chimique Belge), con alrededor de 100 años de trayectoria, se ha consolidado como referente en inmunología y neurociencias.

Originalmente química, la compañía evolucionó hacia una biofarmacéutica especializada, destacando por su ética, inclusión, sostenibilidad e innovación, y estableció operaciones en México en 1997, de acuerdo con Rodrigo Olea López, gerente general de UCB de México.

Para UCB, la ética es una guía de principios que va más allá de una serie estricta de reglas, su Código de Conducta señala: "Más en formato de guiarte bajo ciertos principios éticos, también describe a los grupos de interés con los

que nosotros principalmente interactuamos, siendo los pacientes el grupo más importante para nosotros".

Desde el proceso de selección de personal, la compañía prioriza el tema de la ética, por lo que a nivel de liderazgo se trabaja con el tema de la mentalidad de los colaboradores y se implementan capacitaciones constantes. "Al final del día nuestro negocio es el de la salud de las personas", expresó Olea López.

Otro aspecto destacable es la diversidad dentro de su equipo de trabajo, pues solo en México, cerca del 70% de las posiciones de liderazgo están ocupadas por mujeres, por lo que UCB cuenta con iniciativas como *Women in Leadership*, así como con grupos de apoyo a la comunidad LGBT+.

Adicionalmente, el tema de la sustentabilidad es prioridad para la biofarmacéutica. Por ello, además de que la compañía ha migrado su flota a autos híbridos, promueven prácticas responsables como el uso racional de vuelos, el reciclaje y campañas internas de cuidado ambiental.

Además, UCB México, en proceso de lanzar nuevos medicamentos para enfermedades raras en los próximos cuatro años, destacó su compromiso con la ética al participar por primera vez en el ranking de las E+E, obteniendo el quinto lugar según la AMITAI.

La compañía impulsa la responsabilidad social, la equidad y la innovación como pilares de su cultura empresarial. Rodrigo Olea enfatizó: "Es una invitación



RODRIGO OLEA LÓPEZ
Gerente General de UCB de México.

a todos los actores del sistema de salud a actuar con transparencia y ética, porque al final del día hablamos de la salud y la vida de las personas".



MARCO ANTONIO PADILLA MÉRITO
Director Ejecutivo de Compliance.

ALEATICA IMPULSA UNA MOVILIDAD SOSTENIBLE CON ÉTICA Y TRANSPARENCIA

La compañía refuerza su compromiso con la integridad, la transparencia y la creación de valor para las comunidades.

Aleatica, operador australiano de infraestructura con presencia en Europa y América Latina, se especializa en diseñar y gestionar autopistas y sistemas de transporte que responden a las necesidades de movilidad. Su compromiso es ofrecer soluciones seguras, sostenibles e innovadoras que mejoran la calidad de vida y promueven el desarrollo regional.

Gracias a sus acciones por la sociedad y a la consolidación de una cultura de integridad como un eje transversal de su modelo de negocio, Aleatica forma parte del ranking de las E+E de la AMITAI 2025.

"Este logro también nos permite autoevaluarnos. Muchas veces creemos que nuestros programas de cumplimiento son los mejores posibles, pero contar con una evaluación externa, bajo una metodología independiente, resulta muy positivo. Nos ayuda a redirigir esfuerzos, identificar lo que hacemos bien y detectar áreas de mejora", declaró Marco Antonio Padilla Mérito, director Ejecutivo de Compliance.

Su sistema de gobierno corporativo equilibra los intereses de los grupos clave en la creación de valor sostenible, respaldado por un programa de cumplimiento robusto y adaptado al análisis de riesgos, capaz de ajustarse a diversas jurisdicciones y culturas regulatorias.

"En este desarrollo hicimos una arquitectura de cumplimiento transversal, con políticas que se ajustan a las regulaciones locales,

pero que comparten principios rectores claros: ética, integridad, legalidad, equidad y rendición de cuentas con las comunidades locales. Impulsamos proyectos sociales de alto impacto y garantizamos canales efectivos que nos permiten escuchar, atender y darles seguimiento a inquietudes reales con enfoque intercultural y sin represalias", afirmó.

Otra de sus acciones más destacadas fue desarrollar un Código de Ética y Conducta que es aplicable a todos los colaboradores de Aleatica, incluidos consejeros y directivos, así como un código de conducta de proveedores, el cual establece cuáles son los parámetros y expectativas que tiene la compañía, tanto de sus colaboradores como de los proveedores.

Estos códigos establecen lineamientos concretos sobre cuáles son los pilares éticos de la empresa y cómo se aplican individualmente, siguiendo una estructura de los cinco pilares de Aleatica.

Así mismo, uno de los elementos claves de este programa se llama I CARE, fundamental en la confianza de sus colaboradores, pues sirve como canal de denuncias ante una injusticia o un incumplimiento, ya sea de leyes o de las propias políticas y procedimientos autoimpuestos.

Para Aleatica, en los tiempos actuales es muy importante no bajar la guardia. Por ello, la empresa sigue con su compromiso de mejorar la calidad de vida del planeta y de las personas en temas de movilidad.



En este desarrollo hicimos una arquitectura de cumplimiento transversal, con políticas que se ajustan a las regulaciones locales, pero que comparten principios rectores claros: ética, integridad, legalidad, equidad y rendición de cuentas con las comunidades locales."

MARCO ANTONIO PADILLA MÉRITO, director Ejecutivo de Compliance.



Dime ha generado una cultura de responsabilidad, de empoderamiento y de confianza que ha permitido detectar y corregir desviaciones éticas sin miedo de represalias. Esto nos ha ayudado a identificar oportunidades de mejora en procesos internos y elevar la conciencia ética en todos los lugares".

CARLOS SÁNCHEZ ALMADA, senior vice president of Legal, Compliance, Security and Internal Control.



CARLOS SÁNCHEZ ALMADA
Senior Vice President of Legal, Compliance, Security and Internal Control.

KUESKI: LAS FINANZAS Y LA ÉTICA VAN DE LA MANO



Para Kueski, construir con ética no debe ser opción, sino la regla para cumplir el objetivo de transformar el panorama financiero en México.

Como resultado de este compromiso, Kueski se ha posicionado en el sexto lugar del ranking E+E de la AMITAI. "Participar en este ranking refuerza nuestra convicción de que la ética no debe ser una ventaja competitiva, sino la base mínima para operar", expresó Carlos Sánchez Almada, senior vice president of Legal, Compliance, Security and Internal Control.

Añadió que la empresa ha otorgado más de 29 millones de préstamos y trabaja con miles de proveedores en distintos países, apostando siempre por la equidad, el respeto, la inclusión y un impacto responsable.

El código de ética y conducta de la compañía se guía bajo estos valores que orientan todas las decisiones relacionadas con el talen-

to, lo que asegura que cada integrante —incluidos colaboradores externos, proveedores, socios y miembros del consejo— actúe en congruencia con los estándares éticos de la organización.

Kueski cuenta con un Comité de Ética y Cumplimiento encargado de resolver controversias y fomentar las buenas prácticas dentro de la organización. Para evitar conflictos de interés, este comité está conformado por personas externas a la empresa. Su labor se apoya en Dime, un canal de denuncias anónimas que permite reportar de forma confidencial cualquier conducta que se interponga con los valores y principios éticos de la compañía.

De igual manera, para asegurar que los colaboradores com-

prendan y apliquen los valores establecidos, Kueski ofrece un curso de ética en línea desde el primer día; además, el código de ética se firma como parte de los documentos de contratación, así como las cláusulas que firman los proveedores.

Para Kueski, el liderazgo ético es la base para construir una cultura sólida, ya que implica actuar con congruencia entre las acciones y las palabras. Bajo ese concepto, los líderes deben ser los primeros en defender estos valores.

De acuerdo con su senior vice president of Legal, Compliance, Security and Internal Control, lo anterior crea entornos donde las personas se sienten seguras de expresarse, asumir responsabilidades y contribuir al propósito de la empresa.

COVESTRO REFUERZA CULTURA ÉTICA Y SOSTENIBILIDAD HACIA 2030

La compañía escaló a la séptima posición en el ranking de las E+E, lo que refleja su compromiso con la integridad, el cumplimiento normativo, la seguridad y la sostenibilidad.

La empresa alemana líder mundial del sector químico, Covestro, fue reconocida por la AMITAI gracias a sus soluciones para sectores como la movilidad, la construcción, la electrónica y el deporte, de la mano de una cultura basada en valores.

Rodrigo Flores Manzanedo, head of Legal Compliance and LIPC de Covestro México, destacó que uno de los principios que rigen a la organización es “hacer lo correcto y no lo conveniente”.

El código de cumplimiento de Covestro, aplicable de forma homogénea en todos los países donde opera, incluye principios como la integridad, el respeto, la diversidad, la inclusión, así como la prevención de conflictos de interés, soborno y corrupción.

Además, se refuerza con políticas locales adaptadas a las particularidades de cada país como es el caso de México: “La diferencia radica en algunas políticas, ya sean locales, temas de compliance o de algún otro tipo, que ya están mucho más adaptadas a la realidad de cada uno de los países”, comentó Flores Manzanedo.

La capacitación continua es uno de los pilares en la estrategia ética de Covestro México, en donde todos los colaboradores, sin importar su nivel jerárquico, deben realizar formaciones obligatorias sobre ética y cumplimiento:



Tenemos ciertas iniciativas como los *Safety and Compliance Reviews*, realizadas cada dos meses, donde los colaboradores nos conectamos y tenemos una revisión de temas de seguridad, pero también una revisión de temas de *compliance* de actualidad”.

RODRIGO FLORES MANZANEDO,
head of Legal Compliance and LIPC de Covestro México.



RODRIGO FLORES
Head of Legal Compliance and
LIPC de Covestro México.

La compañía también ha implementado diversos canales de denuncia en donde el denunciante tiene la opción de mandar un correo electrónico (a una dirección específica de Compliance para México), a su página web *Ethics Point*, llamar a su hotline disponible 24/7 o, denunciar a través de sus 8 buzones que se encuentran tanto en sus oficinas como en la planta de producción, en cualquiera de las opciones si se prefiere anónimas.

Rodrigo Flores también hizo énfasis en el compromiso de la organización con el medio ambiente, ya que trabajan hacia la meta de neutralidad de carbono para 2030.

En Covestro, la seguridad y la ética están en el mismo nivel de importancia, por lo que, de manera periódica realizan su revisión y actualización denominadas *Safety & Compliance Review*, así como un día dedicado a la seguridad y cumplimiento, donde todos los colaboradores participan.

Finalmente, Rodrigo Flores Manzanedo resaltó el compromiso de Covestro México por los valores que los rigen: “Queremos hacer del mundo un lugar mejor a través de nuestras prácticas éticas y sostenibles. Queremos crear un mundo mejor y estamos trabajando en ello desde estas dos iniciativas”.

La promoción activa del voto informado amplía el alcance del enfoque ético de Covestro, lo que refleja su compromiso integral con la ciudadanía responsable, coherente con sus valores de integridad, transparencia y sostenibilidad a nivel global.



AMITAI HONESTIDAD

La Evaluación No. 1
Más Usada en Pre-Screening en
Latinoamérica



Mida de manera confiable las
tendencias de candidatos o
colaboradores hacia actos
deshonestos

así como su comportamiento respecto al
cumplimiento de normas, trabajo en equipo
y relación con la autoridad.

Para más
información:
www.amitai.com
55 9000 4050

acomercial@amitai.com



DAIMLER TRUCK FINANCIAL SERVICES: ÉTICA, INTEGRIDAD Y SUSTENTABILIDAD COMO PILARES GLOBALES

Con el objetivo de generar un impacto positivo en colaboradores, sociedad y medio ambiente, la empresa se guía con un programa de ética corporativa.

Daimler Truck Financial Services es uno de los mayores fabricantes de vehículos comerciales a nivel mundial, con más de 40 plantas de producción y una plantilla que supera los 100,000 colaboradores. Su portafolio abarca una amplia gama de productos, incluyendo camiones ligeros, medianos y pesados, autobuses urbanos e interurbanos, autocares y chasis para autobuses.

La compañía global cuenta con un programa de ética corporativa basado en cinco pilares, entre los que destacan los valores compartidos, el programa *People Always* —que pone a las personas en el centro de todas sus acciones—, y la excelencia en cada aspecto de su operación. La empresa prioriza el bienestar de sus colaboradores, la responsabilidad con la sociedad y el cuidado del medio ambiente, siempre con la intención de generar un impacto positivo en el mundo.

Gracias a estas acciones, Daimler Truck Financial Services aparece por primera vez en el ranking E+E, dentro del noveno puesto. “Es un gran logro obtener este lugar en el ranking por primera vez, porque al final es la muestra de todo lo que hemos trabajado a lo largo de los años, el resultado de la congruencia y el compromiso de cada uno de nuestros colaboradores”, mencionó Diana Ramos, compliance officer de Daimler Truck Financial Services.

Además, añadió que la ética y la integridad no están sujetas a jerarquías, ya que cada colaborador —sin importar su posición— tiene la responsabilidad de actuar con rectitud, vivir los valores corporativos y transmitirlos de manera activa, a fin de impulsar que el compromiso individual se convierta en un esfuerzo colectivo.

En este sentido, la empresa ha desarrollado un programa integral de compliance que incluye capacitación y comunicación continua, dirigido tanto a colaboradores como a clientes,

proveedores y socios de negocio. Este esfuerzo busca asegurar que toda la cadena de valor actúe conforme a los principios éticos establecidos.



Tenemos muy claro todo el tema de cumplimiento, integridad y ética. El programa de compliance incluye temas como anticorrupción, protección de datos personales, prevención de lavado de dinero, integridad, compliance corporativo y el código de conducta, es muestra de lo que hacemos, no solo para crear impacto dentro de nuestra organización sino también en la sociedad”, afirmó.

DIANA RAMOS,
compliance Officer de Daimler Truck
Financial Services.

“Contamos con cláusulas en los contratos, capacitamos a nuestros socios de negocio, dialogamos con proveedores y ofrecemos una línea de denuncias abierta tanto para ellos como para nuestros colaboradores internos, con el fin de que todos formemos parte de un mismo compromiso”, expresó Diana Ramos.



DIANA RAMOS
Compliance Officer Daimler Truck.

La sustentabilidad es otro de los pilares estratégicos para Daimler Truck. Al ser una empresa global del sector transportista y, como parte de su estrategia para construir un futuro más sostenible, han asumido un rol activo en la reducción de su huella de carbono. “Toda nuestra estrategia global está orientada a construir un mundo mejor con acciones que contribuyan al cuidado del medio ambiente”.

Según su compliance officer, estas iniciativas refuerzan el propósito de Daimler Truck Financial Services de ser un referente en el sector automotriz, promoviendo una cultura ética, responsable y apegada a la construcción de un mundo mejor.

Si bien los programas de compliance requieren inversión de tiempo, recursos y esfuerzo, señaló Diana Ramos, el retorno trasciende lo económico: se refleja en la confianza, la integridad y el fortalecimiento de la cultura corporativa en el día a día.

En este camino, contar con evaluaciones externas como las de la AMITAI representa para Daimler Truck un respaldo fundamental. “El hecho de que una organización con tanto conocimiento y experiencia nos evalúe y nos diga que vamos por buen camino tiene un valor enorme. No se trata solo de competir con nosotros mismos, sino de aprender de las mejores prácticas del sector”, aseguró la compliance officer.

El reconocimiento alcanzado también trasciende a Daimler Truck, pues al compartir experiencias con otras organizaciones se impulsa una transformación más amplia en el sector. “Al final, si una empresa como la AMITAI valida lo que estamos haciendo y reconoce nuestro esfuerzo, eso no solo nos inspira a seguir adelante, sino que nos motiva a compartir lo aprendido para que otras compañías también lo desarrollen”, concluyó Diana Ramos.



Es un gran logro obtener este lugar en el ranking por primera vez, porque al final es la muestra de todo lo que hemos trabajado a lo largo de los años, el resultado de la congruencia y el compromiso de cada uno de nuestros colaboradores”, mencionó.

DIANA RAMOS,
Compliance Officer
Daimler Truck
Financial Services.

LABORATORIOS GRIN CONSOLIDA SU CULTURA ÉTICA COMO MOTOR DE EXCELENCIA

Mediante el impulso a programas internos y políticas, la farmacéutica oftálmica mexicana refuerza su compromiso con la integridad y el cumplimiento.



Nuestro compromiso va más allá de la salud visual y el desarrollo de productos innovadores, esto se une a un programa de ética y cumplimiento apegado a las mejores prácticas en la industria farmacéutica y, en general, a nivel corporativo.”

MAYRA ALMARAZ, directora de Compliance y Legal Mexico & CA.

Laboratorios Grin, empresa líder en el sector farmacéutico oftálmico, vuelve a colocarse como una de las E+E, en esta ocasión, en el décimo lugar. De la mano de su directora de Compliance y Legal Mexico & CA, Mayra Almaraz Rodríguez, la compañía reitera su compromiso con la integridad, la transparencia y la sostenibilidad.

Tras su primera evaluación por parte de la AMITAI, la compañía detectó áreas de oportunidad y puso manos a la obra modificando políticas internas que les permitieran mejorar.

El equipo, conformado por seis abogados, ha sido pieza esencial de la transformación cultural de Laboratorios Grin. “Modificamos muchas de nuestras políticas internas y ajustamos varios procesos cotidianos que, aunque parecen rutinarios, pueden marcar una gran diferencia”, detalló Almaraz Rodríguez.

La empresa reforzó su Código de Conducta y Ética Empresarial haciéndolo más accesible y comprensible para todos los niveles de la organización. Esto incluye *workshops* anuales, semanas de *compliance* y programas de

formación que abarcan desde personal administrativo hasta operativos de planta.

De igual manera, la compañía cuenta con un canal de denuncia *Speak Up* en cada uno de los 142 países en los que tiene presencia, operado por un externo internacional para garantizar la imparcialidad y evitar cualquier sesgo.

“Aunque es operado por un tercero, siempre que hay una investigación en México, estamos involucrados nosotros como área de cumplimiento porque estamos inmersos en el día a día de la compañía”, puntualizó.

Para evaluar la ética, Laboratorios Grin se basa en tres indicadores: métricas de desviaciones a los procesos éticos, el número de denuncias recibidas al año y las encuestas anónimas internas, enfocadas en clima ético y percepción del cumplimiento.

En el ámbito de la sustentabilidad, han implementado acciones bajo el marco ASG. Por ejemplo, su planta de manufactura en México ha disminuido emisiones, ruido y uso de plásticos: “Este año celebramos el primer año en reducción de uso de plásticos. También



MAYRA ALMARAZ RODRÍGUEZ
directora de Compliance y Legal Mexico & CA

migramos a sistemas digitales con firma electrónica y archivos digitales”, dijo la directora.

Para cerrar, Mayra Almaraz dejó claro que la ética no es solo un requisito: “Nuestro compromiso va más allá de la salud visual y el desarrollo de productos innovadores, esto se une a un programa de ética y cumplimiento apegado a las mejores prácticas en la industria farmacéutica y, en general, a nivel corporativo”, expresó.

¡Gracias por aportar su valioso tiempo, experiencia y conocimientos a Empresas+Éticas®!

Consejo Consultivo E+E 2025



Mariana Perales Soto

Directora de Hagámoslo Bien por una Cultura de la Legalidad, A.C.



Natalia Andrea Campos Delgado

Coordinadora del área de Administración Pública en el Instituto Mexicano para la Competitividad, A.C. (IMCO)



Celeste Bernal Cabrera

Directora de Comunicación Corporativa del Consejo de la Comunicación, A.C.



Jorge Víctor Villalobos Grzybowicz

Asesor, consultor independiente y expresidente ejecutivo del Centro Mexicano para la Filantropía, A.C. (CEMEFI).



Jacobo Pastor García Villareal

Especialista Senior en Políticas de Integridad y Compras Públicas de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE).

INTEGRIDAD QUE TRANSFORMA: EL COMPROMISO ÉTICO DE SANOFI EN LATINOAMÉRICA

Por Diego Swiszcz



DIEGO SWISZCZ
Director de Ética e Integridad de Negocio de Sanofi para Latinoamérica.

EMILY MORRIS
Directora general de Sanofi en Latinoamérica y directora general de Pharma para México.

En Sanofi la ética no es una meta por alcanzar, sino un principio que guía cada decisión y acción que tomamos. Este compromiso ha sido reconocido una vez más con nuestra inclusión en el ranking de las E+E, un distintivo del que nos sentimos profundamente orgullosos. No solo porque refleja nuestros estándares, sino porque hemos sido pioneros en este listado, y estamos convencidos de que la ética empresarial es un motor de transformación social.

En Sanofi la integridad es la brújula que nos orienta para generar confianza con nuestros pacientes, colaboradores, aliados y comunidades. Nos impulsa a tomar decisiones éticas, aunque no siempre sean las más fáciles o rápidas, porque entendemos que la sostenibilidad del negocio depende directamente de la confianza que inspiramos.

Hoy, la tecnología y en particular, la inteligencia artificial (IA) transforman radicalmente la forma en que trabajamos, innovamos y nos relacionamos con la sociedad. En Sanofi vemos la IA como una herramienta poderosa para agilizar y mejorar procesos, optimizar diagnósticos y ampliar el acceso a soluciones de salud. Sin embargo, también asumimos la responsabilidad de usarla de manera ética: respetando la privacidad de los datos, garantizando la transparencia en sus aplicaciones y evitando sesgos que puedan generar inequidades. Nuestro compromiso es claro: la tecnología debe servir a las personas, y no al revés.

Además, entendemos que la ética no puede existir sin inclusión. Nuestra estrategia de Diversidad, Equidad e Inclusión (DE&I) está profundamente conectada con nuestro propósito de generar impacto social. Promovemos espacios donde todas las identidades sean valoradas, y las decisiones de negocio consideren activamente el bienestar de las comunidades que servimos. Porque cuando la diversidad se convierte en motor de innovación, y la inclusión en principio rector, el resultado es una empresa más humana, más justa y relevante, donde todos pueden ser su mejor versión.

En Sanofi, cada acción está guiada por la convicción de que los negocios pueden, y deben, ser una fuerza para el bien. Ser reconocidos como una de las E+E es un recordatorio de que nuestro propósito va más allá de los resultados financieros: buscamos transformar la vida de las personas de manera sustentable, con integridad, responsabilidad y respeto por la diversidad.



En un contexto tan diverso y dinámico como el de Latinoamérica, la integridad representa mucho más que cumplir con las leyes y regulaciones. Significa actuar con coherencia, transparencia y responsabilidad, incluso en los momentos más desafiantes.”

EMILY MORRIS, directora general de Sanofi en Latinoamérica y directora general de Pharma para México.



ALAIN MAC FARLAND
Director Jurídico y de Compliance.

HOLCIM CONSTRUYE UN FUTURO SOSTENIBLE DESDE SUS CIMIENTOS ÉTICOS

La compañía fomenta acciones para mantener una cultura responsable, vínculos positivos con las comunidades y una construcción más consciente con el planeta.



Para Holcim es de mucho orgullo estar de nuevo en este ranking, porque hacemos un gran esfuerzo por mantener la integridad y llevarla a cada uno de los lugares en los que nosotros participamos”, afirmó

ALAIN MAC FARLAND, director Jurídico y de Compliance.

Holcim, empresa de origen suizo con más de 180 años de experiencia en la industria y presencia en México desde 1928, impulsa el crecimiento mediante soluciones sostenibles para la construcción. Su objetivo es descarbonizar todo el ciclo de vida del sector, avanzando hacia un futuro net-zero que beneficie tanto a las personas como al planeta.

Este compromiso está alineado con sus valores corporativos y su Código de Ética, colocando a las

personas y al medio ambiente en el centro de su estrategia para lograr un desarrollo responsable. De esta manera, han avanzado hasta la onceava posición en el ranking E+E.

Holcim considera fundamental contar con reconocimientos como el de la AMITAI para evaluar su impacto y aportación a la sociedad. Con este propósito, ha establecido un Código de Conducta que guía la relación de sus colaboradores entre sí y con la comunidad.

A partir de estas bases, la empresa busca que sus acciones se reflejen externamente mediante vínculos sostenibles y positivos con las comunidades y mercados donde opera.

“Ha sido imprescindible tener una interacción constante en estos sectores y llevar nuestros benefi-

cios a donde participamos y, obviamente, generar valor hacia la organización y el país”, comentó Alain Mac Farland, director Jurídico y de Compliance.

Holcim garantiza el cumplimiento de su Código de Conducta mediante un plan ético que se comunica de forma continua a colaboradores, clientes y proveedores. Este incluye capacitaciones constantes sobre valores esenciales, como la integridad, y se refuerza cada año, además de ser dado a conocer a todos los nuevos ingresos.

De igual manera, Holcim tiene un camino trazado para lograr productos amigables con el medio ambiente y la reducción de las emisiones de CO2. Este proyecto lleva por nombre *Next Gen Growth 2030*, y está orientado a aprove-

char todos los recursos para ofrecer valores a la sociedad y a los diferentes mercados en los que la empresa participa.

En una economía circular donde hay una gran cantidad de materiales y residuos que se desechan y no son aprovechados, Holcim tiene procesos regulados por las autoridades, en los que se aprovechan parte de esos materiales y se vuelven a utilizar para efecto de tener productos más verdes. Con ello, mantienen una oferta de valor en el mercado a largo plazo.

A través de estas iniciativas, la empresa fortalece su pacto con un desarrollo que beneficie a las personas y al medio ambiente, guiado por principios que impulsan una cultura más consciente, responsable y sostenible.

CULTURA ÉTICA Y LIDERAZGO VALIENTE: LAS CLAVES DEL RECONOCIMIENTO A SEGUROS MONTERREY

Seguros Monterrey demuestra que la ética puede ser una brújula para construir empresas más sólidas, humanas y confiables.

Con más de 85 años de historia en México, Seguros Monterrey New York Life no solo se posiciona como una de las compañías líderes en el sector asegurador, sino también como una de las más comprometidas con la ética y el cumplimiento.

Este 2025, la firma alcanzó el duodécimo lugar en el ranking de las E+E, un reconocimiento que, en palabras de su CEO y Chairman, Gustavo Cantú, “pone la conversación” sobre la importancia de los valores y la integridad en el mundo corporativo.

“Siempre es bueno que te reconozcan, sobre todo por el mensaje que manda hacia todos de que estamos ahí en el discurso sobre la ética y la ética empresarial”, afirmó Cantú y añadió que, desde la alta dirección hasta cada colabo-

rador, la ética se vive, se discute y se refuerza constantemente.

“Tenemos códigos de ética y conducta que se diseminan constantemente hacia la organización. Hay entrenamiento para todos y todas en ética y más que un entrenamiento sobre normatividad, es un entrenamiento vivo”, explicó el CEO.

Pero más allá de los cursos, lo que distingue a esta compañía es el involucramiento del liderazgo. “Tenemos un Comité de Ética conformado por los más altos directivos, yo incluido, que se reúne de manera periódica y programada para no solo revisar los casos, sino discutir qué está pasando y ser proactivos más que reactivos”.

La ética, para Seguros Monterrey, es también una ventaja competitiva. “Las culturas éticas te dan un diferenciador competitivo

tanto en el mercado como internamente”, destacó Cantú. “Todos los humanos reaccionamos bien a la honestidad y a la justicia. Saber que trabajas en una organización de esa naturaleza te hace sentirte mejor y te hace querer ayudar a construirla”.

Seguros Monterrey cuenta con múltiples canales de denuncia, todos confidenciales y accesibles mediante diversos medios: electrónicos, telefónicos o en línea.

Una vez que se detecta una falta, la respuesta es inmediata. “Siempre hay una investigación profunda para deslindar qué ha sucedido. No importa la circunstancia o quién esté involucrado, no se puede comprometer la ética”, enfatizó.

En un rubro tan delicado como los seguros, la confianza se vuelve un valor esencial. “El cliente, cuando sabe que está lidiando con una empresa que siempre aspira a hacer lo correcto, se siente acom-



GUSTAVO CANTÚ
presidente y director general Seguros Monterrey.

pañado. Y eso, en momentos tan tensos, hace toda la diferencia”, sostuvo.

Sobre el valor de ser evaluados por un tercero como la AMITAI, Cantú expresó: “El diálogo no solo puede ser con nosotros mismos. Tener una perspectiva externa te ayuda a reflexionar, ver qué está pasando y generar un discurso ético más completo”.

Al ser cuestionado sobre cómo le gustaría ver a Seguros Monterrey en el futuro, Gustavo Cantú lo resume en una visión clara: “Un lugar donde todo el mundo se sienta cómodo, pero también se sienta retado a seguirlo haciendo”.

AES MÉXICO REFUERZA REPUTACIÓN GLOBAL CON PRÁCTICAS DE NEGOCIO RESPONSABLES



Este sólido marco normativo asegura que nuestras operaciones se realicen de manera ética y legal, garantizando el bienestar de todas las personas con las que interactuamos y contribuyendo a un entorno empresarial más justo y sostenible”, resaltó

ADALBERTO GARCÍA
Presidente y CEO de AES México.

AES México se posiciona no solo como un actor clave en infraestructura energética, sino también como un referente en ética empresarial, inclusión, seguridad laboral y compromiso comunitario.



Si algún caso de la línea de ayuda es aplicable, se implementan acciones de remediación y sanciones según corresponda. Nuestro departamento de Ética y Cumplimiento reporta directamente al Chief Compliance Officer de la Corporación AES para asegurar el cumplimiento de los lineamientos globales en AES México”, explicó

ADALBERTO GARCÍA
Presidente y CEO de AES México.

AES, originalmente fundada en 1981 en Estados Unidos, ha evolucionado hasta convertirse en una de las empresas energéticas más influyentes a nivel mundial.

En México, la compañía inició sus operaciones en 1997 y en el 2000 puso en marcha la central Mérida III, siendo el primer Productor Independiente de Energía del país.

La empresa, además, mantiene un compromiso comprobable con los más altos estándares de integridad y cumplimiento normativo, a la vez que ha sido reconocida por once años consecutivos como una de las empresas más éticas del mundo.

En este sentido, Adalberto García, Presidente y CEO de AES México, compartió que AES opera bajo un marco legal que incluye el cumplimiento de leyes internacionales anticorrupción, como la Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero (FCPA).

Ante su compromiso, el Código de Ética y Conducta que manejan orien-

ta las decisiones y comportamientos de todos los colaboradores y socios estratégicos para garantizar transparencia, integridad y responsabilidad en todas sus operaciones.

Uno de los mecanismos destacados es la Línea de Ayuda AES, un canal confidencial y disponible 24/7, donde colaboradores y terceros pueden denunciar posibles violaciones al código, recibir asesoría o manifestar inquietudes de forma anónima.

Sus lineamientos para el respeto a los Derechos Humanos se extienden tanto a colaboradores como a proveedores y subcontratistas, AES México también promueve una cultura de respeto e igualdad a través de su estrategia de Diversidad, Equidad e Inclusión (DE&I), la cual se basa en cuatro ejes: diversidad y representación, equidad e inclusión, transparencia y unidad colectiva.

AES también cuenta con un Sistema de Gestión de Seguridad (SMS) alineado con la norma ISO 45001:2018, que se apoya en audito-

rias internas y externas, manuales de operación y políticas de salud, seguridad y medio ambiente (EHS).

En cuanto a temas ambientales, AES México impulsa una estrategia integral, centrada en cuatro pilares: Reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, Seguridad hídrica, Manejo responsable de residuos, Monitoreo y conservación de la biodiversidad.

Adicional a la estrategia del cuidado a los recursos naturales, AES México busca generar valor compartido entre empresas, autoridades y comunidades. El desarrollo comunitario de largo plazo es esencial dentro de la estrategia de sostenibilidad, a través de proyectos de acceso a la energía, desarrollo económico, medio ambiente y ayuda humanitaria.

Finalmente, Adalberto García, el Presidente y CEO de AES México, resaltó que un negocio rentable puede ser, al mismo tiempo, ético, incluyente, seguro y ambientalmente responsable.



Conozca todas las soluciones de AMITAI®:

Pre Employment Screening

Las soluciones para un Pre-Screening perfecto:



Honestidad



Encuesta de Permanencia



Background Check

Integri-Line

Línea de denuncia flexible y segura a la medida de sus necesidades, para que los colaboradores y grupos de interés que usted asigne, reporten violaciones al código de conducta de la empresa con confianza.

E-thics Learning

Plataforma de educación en línea con un gran catálogo de cursos de Ética y Compliance.

E-Survey

Encuesta en línea totalmente configurable que permite hacer un autodiagnóstico de la **cultura ética de la organización**.

En nuestro 25 aniversario

Damos un gran paso:

Adquirimos Gestores Talento Humano® y ahora les ofrecemos la plataforma psicométrica más poderosa de Latinoamérica.



Perfiles DISC

Detecte la afinidad entre el perfil del puesto y el estilo conductual del candidato usando la metodología DISC.

smartest

Mida el potencial intelectual de sus candidatos o colaboradores.

COGNITY

Un completo test de dominancia cerebral, identifique **las preferencias de pensamiento de sus candidatos o colaboradores**

personalytic

Evalúe los rasgos clave del temperamento de sus candidatos o colaboradores con base en los **cinco principales factores de la personalidad**.



Visite: www.amitai.com

Contáctenos: 55 9000 4050 | acomercial@amitai.com