

Fecha 22.12.2021	Sección Revista	Página 3-14-34
---------------------	--------------------	-------------------

**RANKING**

**LAS 50 EMPRESAS MÁS SUSTENTABLES DEL PAÍS.** Las acciones que realizan las empresas durante los períodos de contracción serán fundamentales para contribuir, no sólo al bienestar de la población en general, sino a todos sus stakeholders, y por supuesto a la generación de mayor valor para el mediano plazo.



**LAS 50  
EMPRESAS MÁS  
SUSTENTABLES**

Continúa en siguiente hoja

Página 1 de 21  
\$ 1439975.00  
Tam: 6025 cm2

Fecha <b>22.12.2021</b>	Sección <b>Revista</b>	Página <b>3-14-34</b>
----------------------------	---------------------------	--------------------------

**RAÚL OLMEDO GUTIÉRREZ**

Es fácil ser parte de la ola de sustentabilidad en tiempos de bonanza, lo complicado es cuando los tiempos no son los óptimos, donde las finanzas de la empresa se encuentran comprometidas es cuando prevalecen las compañías cuyo ADN es sustentable.

Las acciones que realizan las empresas durante los períodos de contracción serán fundamentales para contribuir, no sólo al bienestar de la población en general, sino a todos sus stakeholders, y por supuesto a la generación de mayor valor para el mediano plazo.

Son todas estas acciones en lo individual y en conjunto, las que van a ayudar a tener un impacto positivo dentro de la comunidad. El año pasado observamos, como empresas y personas salieron a ayudar en lo que pudieron, desde regalar comida en los hospitales, taxisistas que no cobraban al personal del servicio de salud, hoteles que hospedaron gratuitamente a este personal, y estas acciones marcaron el

rumbo del éxito, para que poco a poco pudiéramos vencer, este terrible virus.

A través de estas acciones cada empresa define mediante su core business, una prueba irrefutable de su compromiso social, ya que frenar los programas e iniciativas de responsabilidad social en tiempos complejos, es sinónimo de empresa que sólo se encuentran en esta corriente, por moda, pero que su compromiso social no está alineado con el negocio.

Este tipo de investigaciones, en momentos como este, se vuelven fundamentales, ya que siempre serán un parámetro de medición de cómo se encuentran las empresas en su actuar correcto con la sociedad y otorga valor a la compañía, mediante la inversión social.

Por ello, aquí mostramos como cada año a las empresas que se encuentran comprometidas con la sociedad, que no solo buscan beneficiar la imagen de la empresa mediante fórmulas sociales improvisadas y el asistencialismo, estas empresas van más allá y mantienen su compromiso social. 📌

## Metodología

Los criterios utilizados en el Ranking de las 50 empresas con mayor sustentabilidad en México fueron 62 reactivos y en cada uno se asignó un valor distinto, dividido en 5 secciones, con un total de 100 puntos, es decir el máximo que puede obtener una empresa son 100 puntos.

### A. CALIDAD DE VIDA EN LA EMPRESA (25 PUNTOS MÁXIMO)

La calidad de vida en la empresa no sólo es un programa para aumentar la productividad del empleado, sino es una filosofía de gestión empresarial que dignifica al empleado, realiza cambios culturales y brinda oportunidades de desarrollo y progreso personal.

Dentro de la construcción del ranking se analizó el balance trabajo-familia, las condiciones laborales, la capacitación y el desarrollo del empleado; su seguridad laboral y la igualdad de oportunidades para crecer en la firma.

Contamos con 16 reactivos, los primeros 4 reactivos se les dio un valor de 1 puntos, los siguientes 9 de 2 puntos y los últimos 1 puntos para un total de 25 que contempla un 25% del total.

### B. ÉTICA EMPRESARIAL (25 PUNTOS)

#### MAXIMO)

Significa determinar el nivel de los valores de honestidad y transparencia empresarial, cabe remarcar que de nuestro listado total 23 empresas cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, 8 más en bolsas internacionales y 13 mandaron información completa de la empresa, lo que demuestra su transparencia con la sociedad. Es decir, la rendición de cuentas y esto implica por supuesto el Gobierno Corporativo.

De igual forma, el tratar asuntos de ética corporativa e intentar medirlos se hace una tarea complicada por ello tomamos aspectos cuantitativos y cualitativos para dar un parámetro a seguir en nuestra metodología.

En la pregunta ¿Cuál considera usted debe ser la aplicación y definición óptima de la Sustentabilidad en México? Los puntos se dividen de la siguiente forma

- Acciones de beneficencia para los más pobres (1 puntos)
- Rendición de cuentas corporativas (3 puntos)
- Desarrollo sustentable (5 puntos)
- Ciudadanía global (9 puntos)

Las preguntas para el subranking fueron:

Continúa en siguiente hoja

Aspectos cuantitativos: (16 puntos máximo)

1. Tiene que seguir alguna norma establecida para su industria como:

- ISO 14000
- Sarbox
- Six Sigma Lean Manufacturing -
- Industria Limpia
- Requerida por la CNSF
- ESR

### C. VINCULACIÓN Y COMPROMISO CON LA COMUNIDAD Y SU DESARROLLO. (25 PUNTOS MÁXIMO)

No sólo es involucrarse con la sociedad, sino ser parte de la misma y comprometerse el desarrollo social, es hacer la diferencia en las comunidades donde opera la empresa, maximizando el valor agregado (considerando los intereses de inversionistas, colaboradores, directivos, competidores, proveedores, clientes, gobierno, organizaciones sociales y comunidad, su desarrollo y presencia pública).

La metodología fue la siguiente, la primera parte de 12 reactivos, el primer reactivo tiene un valor de 3 y los once restantes de 2 para un total de 25 puntos.

### D. MEDIO AMBIENTE. (15 PUNTOS MÁXIMO)

Fecha	Sección	Página
22.12.2021	Revista	3-14-34

Cuidado y protección del entorno, los recursos y medio ambiente. Se refiere a la optimización de recursos y la sustentabilidad.

El cuestionario para elaborar el subranking fue:

1. ¿Qué tipo de energías alternativas utiliza?

- +E. Hidráulica (2 puntos)
- +E. Eólica (2 puntos)
- +E. Solar (2 puntos)
- +E. Geotérmica (2 puntos)
- +Biomasa (2 puntos)
- +Ninguna.

2. Otros puntos por obtener (5 puntos máximo)

¿Monto de recursos que destina a la preservación del medio ambiente?

E. Factor económico. (10 puntos máximo)

Es uno de los factores controvertidos, pero está en relación al peso específico de la empresa, en este sentido toda la ayuda de las empresas es bienvenida en el caso de la responsabilidad social, sin embargo, entre

mayor sea la empresa, tendrá un impacto más profundo en la sociedad.

Se determinaron ventas anuales y de estas el porcentaje que destinan a la responsabilidad social, el número total de empleados y de ellos cuantos participan en programas de apoyo a esta noble causa, la información financiera se tomó de la edición de Las 1000 empresas más importantes de Mundo Ejecutivo.

La información solicitada fue:

a) Datos generales

1. Número de empleados (5 puntos máximo)
2. Ventas (millones de dólares 2010) (5 puntos máximo) ②

- I. Ranking
- II. Nombre de la Empresa
- III. ¿La empresa ha implementado acciones y/o mecanismos para prevenir y evitar la corrupción?
- IV. ¿La empresa ha recibido distintivos,

premios o algún otro tipo de reconocimiento en materia de RSE en los últimos 2 años?

V. ¿La empresa tiene identificados a sus principales stakeholders (partes interesadas)?

VI. ¿La empresa ha llevado a cabo un análisis de materialidad para definir sus temas prioritarios de RSE?

VII. ¿Su empresa cuenta con un sistema de gobernanza para sus prácticas de Responsabilidad Social?

VIII. ¿Qué acciones toma la empresa para asegurar que se protegen los derechos básicos de sus trabajadores?

IX. ¿La empresa realiza acciones para promover el desarrollo humano, de manera que se amplíen las capacidades y

funciones de las personas, para que hombres y mujeres puedan disfrutar de vidas largas y saludables, que posean amplios conocimientos y que tengan un nivel de vida decente?

X. ¿La empresa realiza acciones para mitigar los impactos del cambio climático relacionados con sus actividades?

XI. ¿La empresa promueve o apoya el desarrollo de políticas públicas que beneficien a la sociedad en general?

XII. ¿La empresa proporciona información objetiva e imparcial sobre los productos y/o servicios que vende?

XIII. ¿La empresa está activamente involucrada en la protección de la privacidad de la información de los clientes?

## I. 1 II. Walmart

III. Tienen el compromiso de mantener los más altos estándares de integridad y cumplimiento, en apego a la legislación aplicable en los mercados en los que operan, a través de sus Política Global Anticorrupción y de los Procedimientos Globales Anticorrupción. La cero tolerancia a sobornos, actos de corrupción o prácticas deshonestas de ningún tipo les permite alcanzar sus objetivos con transparencia. En 2020, 200,556 asociados de México y 17,411 de Centroamérica, completaron una capacitación anticorrupción, Informe Anual 2020, pág. 230-231

IV. Integrante del recién creado Índice S&P/BMV Total México ESG, integrante del Índice Dow Jones Sustainability MILA Pacific Alliance, integrante del Índice Bloomberg de Equidad de Género, por 4.º año consecutivo, Integrante del Índice FTSE4Good Emerging, por 5.º año consecutivo, Distintivo Empresa Socialmente Responsable, otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía, por 20.º años consecutivos

V. Clientes, accionistas, proveedores, asociados, comunidades, planeta, socios comerciales

VI. Sus prioridades ASG, están fundamentadas en la información valiosa que los proporcionan sus grupos de interés. En 2018 elaboraron su último Análisis de Materialidad, frente a los cambios derivados de la pandemia, decidimos realizar un nuevo análisis en 2021, cuyos resultados se publicarán en Informe Anual 2021.

VII. Comité de responsabilidad corporativa- Contamos con un comité de responsabilidad corporativa, liderado por nuestro director general y compuesto por altos ejecutivos de cada una de las áreas de la empresa, este comité sesiona cuatro veces al año, 57% de los miembros son mujeres, las principales funciones de este comité son definir la estrategia ASG de la empresa a largo plazo, ajustar los procesos operativos y tomar decisiones, así como desarrollar planes de acción para cada asunto esencial.

VIII. Laboral y Empleo- Contamos con campañas permanentes en todas las unidades y oficinas para asegurar el pago de horas extras, respeto a descansos y horarios, y para evitar y prevenir el acoso y la discriminación. Adicionalmente cuentan con diversas políticas que refrenda en su compromiso hacia los derechos fundamentales de sus trabajadores. Política de programación y publicación de horarios: garantizamos a nuestros asociados sus

derechos de conformidad con la normatividad laboral en cuanto a horarios de trabajo y calidad de vida, política de prevención de acoso y discriminación: garantizamos que no exista diferencia por género, edad, religión, preferencia sexual o ideología política entre los asociados, así como la prevención de acoso, política de igualdad de remuneración: estamos comprometidos con la igualdad entre todos nuestros asociados sin distinción o preferencia por ninguna razón que no sea basada en sus logros y desempeño, política de libertad de asociación: garantizamos permanentemente los derechos laborales de nuestros asociados, para que puedan elegir de forma libre a la organización sindical a la que deseen pertenecer.

IX. n.d.

X. Mitigar el Cambio Climático- El planeta es uno de nuestros grupos de interés más importantes, Es por esto, que este año nos propusimos la meta de operar con emisiones netas cero para 2040. Nuestro compromiso para reducir nuestras emisiones, en correlación con la meta de Walmart Inc. para lograr en 2025 una disminución de 18% de las emisiones respecto a 2015, como miembros del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, estamos convencidos de que nuestra decisión de tomar este nuevo reto podrá contribuir de forma significativa en el combate al cambio climático.

XI. En Walmart de México y Centroamérica mantenemos nuestro compromiso de apoyar a la sociedad, contribuyendo a mejorar el desarrollo de las comunidades en donde operamos y que más nos necesitan. En 2020, destinamos más de 1,770 millones de pesos a proyectos que crean oportunidades, mejoran la sostenibilidad y fortalecen a las comunidades, mediante una combinación de ayuda en especie y en efectivo, 2,738,835 beneficiarios impactados. Nuestro programa de apoyo comunitario está enfocado en 4 ejes: Seguridad Alimentaria, Voluntariado, Apoyo a Desastres y Desarrollo de pequeños productores

XII. A través del programa de protección al consumidor, implementaron diversos procesos que aseguran que este compromiso se cumpla. Están comprometidos a cumplir con todas las leyes y regulaciones de protección al consumidor aplicables donde operan y también en proporcionar a los consumidores información clara y precisa sobre sus productos y servicios.

Continúa en siguiente hoja

Página 3 de 21

Fecha	Sección	Página
22.12.2021	Revista	3-14-34

**XIII.** La Política de Privacidad establece las pautas para que los asociados de Walmart de México y Centroamérica traten y protejan los datos personales a los que tienen acceso en sus funciones laborales, con el fin de garantizar la privacidad, confidencialidad y seguridad de la información desde que se obtiene y en todas las etapas del tratamiento. Para reforzar lo anterior, contamos con Avisos de Privacidad y con una Política de Retención de Registros.

## I. 2 II. Citibanamex

**III.** Antisoborno de Citi que es supervisado por el director de cumplimiento de Citi, con el apoyo del oficial de cumplimiento antisoborno de Citibanamex en México. Las actualizaciones al mismo son informadas a la alta dirección a nivel regional y global, así como al Consejo de Administración, y los foros internos que corresponden. A través de este programa se implementan políticas, procedimientos, controles internos, sistemas y entrenamientos diseñados para cumplir razonablemente con las leyes antisoborno, los cuales incluyen: Proceso de evaluación de riesgos de soborno; Proceso de manejo de riesgo (supervisión, gobernanza y escalamiento); Comunicación y entrenamiento para empleados de todos los niveles; Procesos de revisión y preaprobación para gastos de viáticos, hospitalidad, regalos, donaciones y contribuciones caritativas; Debida diligencia en relaciones con terceros, transacciones comerciales y nuevos productos; Monitoreo de controles y sistemas de reporte confidenciales; Controles financieros y mantenimiento de registros; Procesos independientes para monitorear y realizar pruebas a dichos controles; y, Auditorías independientes. Anualmente, los equipos de Gestión de Riesgo de ICRM Antisoborno y Evaluación de Riesgos llevan a cabo la evaluación de riesgos antisoborno en alineación con las expectativas regulatorias

cuantificando los riesgos inherentes y evaluando la calidad de los controles antisoborno en las líneas de negocios y la base de clientes de Citi. La evaluación de riesgo incluye la revisión de la calidad del entorno de control antisoborno de la empresa. En México, Citibanamex brinda entrenamiento anual en línea a todos los empleados sobre temas de antisoborno, mismo que se complementa con comunicaciones de concientización específicas según sea necesario. En 2020, México operó dentro del apetito de riesgo de soborno ya establecido y no existieron casos reportados de violaciones legales a la regulación antisoborno, incluidas las leyes locales y extranjeras extraterritoriales que aplican a Citibanamex. De igual manera, durante este año, en México no se identificaron fallas de severidad o casos graves de no cumplimiento con los procedimientos antisoborno por parte de los colaboradores de Citibanamex.

**IV.** Durante 2020, Citibanamex obtuvo los siguientes reconocimientos: Las mejores empresas para trabajar en México – y Top Companies, Estrategia Integral (RSE) – , Las 100 mujeres más poderosas – , Los 41 + 1 ejecutivos LGBTI – , Empresas por México – Mundo Ejecutivo, Las 50 empresas más sustentables en México – Mundo Ejecutivo, Las 100 empresas con la mejor reputación corporativa – MERCO, Las 100 empresas con responsabilidad y gobierno corporativo – MERCO, Súper Empresas, Certificación HRC Equidad MX 2020.

**V.** n.d

**VI.** n.d

**VII.** Estrategia de Ciudadanía Corporativa, enfocada en cuatro pilares: desarrollo económico, medio ambiente y cambio climático, finanzas responsables e igualdad de oportunidades, que a su vez están alineados a ocho ODS. Dicha estrategia está aprobada por la alta dirección, donde se priorizaron once temas, los cuales se agregan a los indicadores de directores, con evaluación semestral y se establecieron grupos de trabajo y líderes para dar seguimiento al desarrollo de cada uno. Esta estrategia se explica en los Informes de Ciudadanía Corporativa 2019 y 2020. Todos los Informes de Ciudadanía Corporativa. Environmental Policy Framework, marco de referencia para describe las políticas ambientales y sociales, programas e iniciativas clave de Citi a nivel mundial y guía nuestras decisiones diarias del negocio.

**VIII.** El Código de Conducta de Citibanamex —el documento

que rige la actuación de sus colaboradores, contiene una Declaración sobre Derechos Humanos y un conjunto de estándares que se ponen en práctica en cada una de sus acciones y políticas respecto a empleados, proveedores, clientes y en todos los lugares en los que opera— incorpora los aspectos de integridad, equidad, trato justo y diversidad. Alineados a la cultura de inclusión de Citi a nivel global, en México contamos con un procedimiento para la no discriminación que promueve una cultura que garantice la igualdad de oportunidades para todos los colaboradores. En Citibanamex el Modelo de Diversidad se compone por cuatro afinidades, cada una con determinadas acciones y estrategias lideradas por los directores: Generaciones, Mujeres, Pride (LGBT+), Personas con Discapacidad, Familias, Étnia y Raza

**IX.** Además de las iniciativas de capacitación, explicadas previamente, Citibanamex otorga los siguientes beneficios a todos nuestros colaboradores en el país mediante el programa Be Well: a) Asesoría telefónica: Ofrecemos a los colaboradores orientación telefónica profesional en caso de que enfrenten una situación que los afecte negativamente, sea emocional o de cualquier otro tipo. b) Asesoría cara a cara: En caso de ser adecuado, coordinamos una cita con un psicólogo de la red de Intersistemas, con el fin de trabajar con el colaborador por hasta cinco sesiones cara a cara sin costo. c) Asesoría telefónica emocional: Ofrecemos atención psicológica vía telefónica, para ello, coordinamos periódicamente una cita con el colaborador para que trabaje el problema siempre con el mismo consultor, sin necesidad de desplazarse a otro lugar. d) Servicios de información del día a día: Atendemos cuestiones relacionadas con trámites, requisitos o información sobre instituciones psicológicas, de educación, familiares, entre otras. Además, ofrecemos orientación relacionada con aspectos legales y financieros. Más allá de informar sobre cuáles son estos recursos, damos una mayor guía según el caso, con respecto al lugar, los plazos, los costos y hasta la documentación necesaria para acceder a ellos. e) Apoyo a líderes: Diseñamos este servicio telefónico para apoyar y reforzar las habilidades en el manejo del personal. Gracias a esta orientación hemos mejorado la comunicación con los equipos, la asertividad, el manejo de situaciones sensibles o críticas, entre otras. f) Wellness coaching: Asignamos a un profesional para guiar a nuestros colaboradores en el proceso de construir y cumplir sus metas de bienestar, en temas como alimentación, actividad física, manejo del estrés, hábitos de sueño, consumo de tabaco, entre otros. Gracias al acompañamiento, la motivación, los recursos y las fortalezas de cada colaborador asistido, contamos con varias historias de éxito. g) Asesoría alimentaria: También brindamos apoyo para mejorar los hábitos alimenticios y modificar las conductas inadecuadas de nuestros colaboradores en este aspecto, con el fin de que lleven un estilo de vida saludable

**X.** En 2020, siguiendo la recomendación del Banco de México comenzarán a reportar de manera trimestral los avances en la incorporación del riesgo climático a los comités de riesgo

del banco y de Casa de Bolsa de Citibanamex. Desarrollamos, asimismo, planes de trabajo e indicadores claves de riesgo, con los cuales iniciamos la medición del riesgo y oportunidades derivados del cambio climático en nuestro negocio. En este mismo año, México a través de nuestro Director de Riesgos fue reconocido como líder interno por los avances mostrados y se unió al grupo de trabajo global de riesgo climático de Citi. Este grupo apoya la integración del riesgo climático dentro de Citi y sus subsidiarias además de proporcionar orientación en sectores específicos para la integración en el análisis de riesgo rutinario de nuestros clientes. Análisis del riesgo climático: Abordar los

Continúa en siguiente hoja

Página 4 de 21

Fecha	Sección	Página
22.12.2021	Revista	3-14-34

riesgos asociados con el cambio climático es una prioridad para Citibanamex y para nuestros grupos de interés clave. Por ello, cada año nos esforzamos en satisfacer estas necesidades y comprender mejor cómo los riesgos físicos del cambio climático pueden afectar nuestro negocio, clientes, comunidades y a la economía. Por ello, nos mantenemos explorando nuevas metodologías y herramientas que nos permiten evaluar mejor estos riesgos, así como sus oportunidades. A finales de 2019 y a lo largo del 2020, Citibanamex participó en la segunda fase del piloto de implementación de las recomendaciones del TCFD liderado por UNEP FI. Somos la única subsidiaria de Citi y el único banco en México que ha analizado carteras de inversión y de crédito ante los riesgos físicos y de transición del cambio climático. La fase II del piloto de UNEP FI - Implementación de las recomendaciones del TCFD para bancos- se basa en la primera fase del proyecto piloto, en el que Citi participó de 2017 a 2018. Trabajamos en conjunto con UNEP FI, Oliver Wyman, Acclimatise, PIK, IIASA, Cicero y en conjunto con otros 39 bancos en el piloto se refinaron las metodologías desarrolladas previamente, se crearon mapas de calor de riesgo físico y de transición, se evaluaron varias herramientas de riesgo físico disponibles comercialmente, se exploraron escenarios de transición adicionales y probamos las metodologías y herramientas en nuestras propias carteras de agronegocios y bienes inmuebles comerciales. Financiamiento ambiental: La demanda de productos financieros vinculados a criterios ASG (Ambientales, Sociales y de Gobierno Corporativo) o ESG (Environmental, Social and Governance), ha madurado y están listos para expandirse aún más; este entorno de tendencia imparable surge del interés de las empresas que se ligan a criterios ASG por reducir los riesgos. Ante el interés de la incorporación de mejoras en estos tres pilares, MSCI identificó que las empresas que han incorporado criterios ASG han tenido un rendimiento 2.56% superior que la media. El interés de los inversionistas por empresas que incorporan los criterios responde a una intención de reducir el riesgo en sus activos. En 2020 Forbes identificó que el 55% de los inversionistas reconocen el cambio climático como un riesgo a sus inversiones, mientras que 59% de las mujeres y 64% de los jóvenes muestran mayor interés por realizar inversiones sostenibles. Ante este reto y oportunidad global, en Citibanamex tenemos el objetivo de entender los riesgos y oportunidades potenciales para nuestros clientes, inversionistas y comunidades donde operamos. De la misma manera, continuamos contribuyendo para cumplir las metas de México ante los Acuerdos de París y los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS); con el objetivo de estructurar y ofertar productos con mayor resiliencia al entorno financiero y los retos ESG globales. En Citi el financiamiento ambiental se atiende desde hace 14 años a través de la Meta de Financiamiento Ambiental lanzada por primera vez en 2007 (50 mil millones de dólares), posteriormente en 2014 (100 mil millones de dólares) y la última 2020 que busca prestar, invertir y facilitar 250 mil millones de dólares al 2025 a partir de actividades que reduzcan los impactos del cambio climático y soluciones ambientales que beneficien a las personas o sus comunidades, a partir de los siguientes criterios: Energía renovable, Calidad y conservación del agua, Transporte sostenible, Edificación verde, Eficiencia energética, Tecnología limpia, Economía circular, Agricultura sostenible

## I. 3 II. BBVA México

III. "Se inserta documento "Política de Integridad BBVA 2019 V2" BBVA tiene un compromiso firme e irrevocable con la legalidad y los principios éticos que se manifiesta especialmente en materia anticorrupción. BBVA no solo rechaza de forma categórica cualquier práctica corrupta, sino que exige a terceros, y asume como propia, la responsabilidad de participar activamente en la erradicación y prevención de la corrupción, tanto en el sector público como en el privado. Para ello cuenta con normas, procedimientos y controles internos que completan, desarrollan y concretan los principios programáticos y pautas de comportamiento recogidos principalmente en el apartado 4.3 del Código de Conducta bajo el título "Política Anticorrupción". La conducta de BBVA se ajusta en todo momento a los más riguro-

XI. Citibanamex colabora continuamente con diferentes actores, incluyendo autoridades y reguladores, las políticas públicas que favorezcan cambios sistémicos para la creación de valor

de largo plazo. Algunos organismos con los que Citibanamex tiene una interacción constante son ABM, CONDUSEF, Consejo Consultivo de Finanzas Verdes, entre otros. A través de una participación activa en la Asociación de Bancos de México y de la Asociación Mexicana de Intermediarios Bursátiles, entre otros. Donde se promueven buenas prácticas entre todos los participantes del sector financiero. El Buró de Entidades Financieras, es una herramienta que puede contribuir al crecimiento económico del país, al promover la competencia entre las instituciones financieras; que impulsará la transparencia al revelar información a los usuarios sobre el desempeño de éstas y los productos que ofrecen y que va a facilitar un manejo responsable de los productos y servicios financieros al conocer a detalle sus características.

XII. Contamos con el Procedimiento General para Campañas o Piezas Publicitarias, el cual es una estandarización para la validación de material publicitario. Se valida que el material cumpla con las leyes, regulaciones y políticas aplicables. Esto se realiza a través de las revisiones que realizan las áreas de Legal y Compliance sobre los materiales. A través de este proceso se valida que el material cumpla con la política de trato justo al cliente. Anualmente contamos con la capacitación de trato justo y todo el material publicitario debe ser revisado por el negocio y por mercadotecnia en términos de esta política para asegurar la inclusión de elementos de trato justo en el desarrollo y revisión de campañas de mercadotecnia.

XIII. Privacidad / Datos personales Tenemos el compromiso constante de proteger los datos personales de nuestros clientes y otorgar a los titulares de los datos personales el poder de autonomía y control sobre su información personal, de conformidad con los principios de protección y las disposiciones normativas aplicables. Cualquier cliente persona física (titular) que tenga alguna duda o inconformidad respecto al uso que realiza Citibanamex de sus datos personales, puede presentar una solicitud a través de los medios y mecanismos establecidos en el aviso de privacidad del vehículo legal correspondiente, para ejercer cualquiera de sus derechos de Acceso, Rectificación, Cancelación u Oposición (ARCO). Para presentar solicitud se debe acreditar la identidad del titular de los datos personales, o en su caso, la personalidad jurídica e identidad de su representante. Asimismo, la solicitud debe indicar el domicilio o medio para recibir notificaciones, la descripción clara y precisa de los datos personales respecto de los que se quiere ejercer algún derecho ARCO, el derecho que se desea ejercer y qué es lo que se requiere, así como aquella información o documentación que pueda facilitar la localización de los datos personales. Internamente, la solicitud de derechos ARCO se canaliza al área de atención correspondiente, la cual cuenta con 20 días hábiles, contados desde la fecha en que se recibió, para dar respuesta al titular de los datos personales o, en su caso, a su representante. La respuesta se comunica ya sea vía correo electrónico (cuando así es requerido por el titular) o a través de la sucursal Citibanamex correspondiente. Este plazo puede ser ampliado una sola vez cuando resulte necesario.

los estándares nacionales e internacionales sobre la materia, incluyendo las recomendaciones de organismos internacionales para la prevención de la corrupción y los establecidos por la Organización Internacional de Normalización (ISO). Se inserta documento "Política de Integridad BBVA 2019 V2". BBVA tiene un compromiso firme e irrevocable con la legalidad y los principios éticos que se manifiesta especialmente en materia anti-corrupción. BBVA no solo rechaza de forma categórica cualquier práctica corrupta, sino que exige a terceros, y asume como propia, la responsabilidad de participar activamente en la erradicación y prevención de la corrupción, tanto en el sector público como en el privado. Para ello cuenta con normas, procedimientos y controles internos que completan, desarrollan

Continúa en siguiente hoja

Página 5 de 21

Fecha	Sección	Página
22.12.2021	Revista	3-14-34

y concretan los principios programáticos y pautas de comportamiento recogidos principalmente en el apartado 4.3 del código de conducta bajo el título "Política Anticorrupción". La conducta de BBVA se ajusta en todo momento a los más rigurosos estándares nacionales e internacionales sobre la materia, incluyendo las recomendaciones de organismos internacionales para la prevención de la corrupción y los establecidos por la Organización Internacional de Normalización (ISO)."

**IV.** si  
**V.** si  
**VI.** si  
**VII.** siempre

**VIII.** La protección a los derechos humanos se encuentra plasmada en el Código de Conducta del Grupo BBVA, es de observancia obligatoria y todos los empleados estamos adheridos al mismo, cualquier inobservancia o incumplimiento se sancionará de acuerdo con la legislación laboral, aparte de aquellas posibles responsabilidades legales que puedan resultar de aplicación.

**IX.** si, constantemente

**X.** si

**XI.** no

**XII.** "BBVA MX ha definido pautas que generan vínculos sólidos con sus clientes. Estas pautas aplican en distintos puntos de contacto con el cliente como: Documentos Comerciales, Web Pública, Aplicaciones y Servicio a Clientes.

TCR es un proyecto que nace en el año 2014 y que promueve relaciones transparentes, claras y responsables entre BBVA MX y sus clientes. Busca que los clientes vean a BBVA MX como un banco transparente, que cuida de sus intereses y ayude a sus clientes a tomar decisiones informadas con la finalidad de crear una relación de confianza y atraer nuevos clientes."

**XIII.** si

**III.** "Cuentan con una política que marca su compromiso contra la corrupción, la cual forma parte de su código de conducta empresarial. Una línea de reporte de integridad abierta a empleados y a terceros, en la que cualquier tercero que observe alguna conducta o práctica que parezca contraria a los principios corporativos de Nestlé puede acceder, garantizando el seguimiento de dicha denuncia con total confidencialidad y anonimato.

Políticas internas que prohíben realizar cualquier tipo de pago, dádivas, obsequios, etc. a funcionarios públicos, en total cumplimiento con la regulación aplicable en materia de combate a la corrupción.

Una herramienta en la cual los empleados deben reportar cumplimientos realizados a terceros que excedan de un monto determinado.

Un Compliance Officer que atiende todas las inquietudes, dudas, consultas o reportes que cualquier empleado o tercero llegase a denunciar en materia de corrupción.

Un comité de compliance en el cual participa el Jefe de Mercado y diversos vicepresidentes, que está habilitado para estudiar y analizar causas raíz de reportes, entre otros, relacionados con actos de corrupción cuando estos llegasen a suceder.

Entrenamientos presenciales y online para que todos nuestros empleados y proveedores conozcan la Política Anticorrupción de la empresa y adquieran expresamente el compromiso de dar cabal cumplimiento.

Un sistema de monitoreo de actividades para asegurar que cumplamos debidamente con la Política Anticorrupción, que evidentemente incluye la regulación aplicable vigente en dicha materia."

**IV.** Llevan 16 años consecutivos recibiendo el reconocimiento como Empresa Socialmente Responsable por parte de CEMEFI. En los últimos 2 años, varios de nuestros programas han sido reconocidos como Mejores Prácticas por organismos y medios como CEMEFI, Corresponsables y Responsable. Además, este año fuimos galardonados con el "Caracol de Plata" en la categoría de Empresas, por nuestra campaña de comunicación de Nescafé "Propósitos".

**V.** En Nestlé creen que trabajar de la mano de sus grupos de interés genera beneficios para todos; por ello, el principal rector para hacer crecer el negocio es nuestro enfoque de creación de valor compartido, que nos ha permitido no sólo crecer como compañía, sino también poner en práctica su propósito. Por eso, cada 2 años tenemos procesos específicos para conocer la percepción de nuestros principales

stakeholders mediante sesiones de diálogos o encuestas directas o en línea. Este ejercicio nos ayuda a mantener actualizado su mapeo de stakeholders.

**VI.** n.d

**VII.** La Junta Directiva, el presidente, el CEO y el Comité Ejecutivo son responsables de la supervisión y gestión de nuestro papel en la sociedad, y de la estrategia de Creación de Valor Compartido (CSV). Cuentan con el apoyo de organismos de gestión internos, como la Junta de Nestlé en la Sociedad, así como los Comités relevantes para impulsar nuestras ambiciones y compromisos.

**VIII.** Todas las políticas son generales para hombres y mujeres, no hacemos ningún tipo de distinción. Por ejemplo, en la política de maternidad/paternidad, ambos tienen 6 meses sin goce de sueldo; si alguien no sintiera esto, hay una línea de reporte de integridad para denunciar casos así; a la fecha no tenemos reportes al respecto.

**IX.** "Tienen prácticas de flexibilidad que favorecen el balance vida de sus colaboradores:

- Horarios flexibles
- Viernes cortos
- Permisos extendidos hasta 6 meses de maternidad/paternidad
- Vestimenta flexible
- Salas de lactancia
- Home Office
- Convenios con instituciones educativas, deportivas, etc.
- Pets at Work"

**X.** "Para crecer de forma sostenible y preservar los recursos para generaciones futuras, se esfuerzan en ser líderes en la lucha contra el cambio climático. En los últimos 3 años, han sido reconocidos en

la Lista A del clima de la organización sin ánimo de lucro carbon disclosure Project (CDP), lo que supone un reconocimiento a las medidas que hemos desarrollado para reducir las emisiones, mitigar los riesgos climáticos y desarrollar una economía baja en carbono.

Además, promovemos transparencia y compromiso a largo plazo en sus política climática, mejorando el desempeño ambiental de los empaques, incrementando el uso de energías renovables, reduciendo la pérdida y el desperdicio de alimento y brindando información y diálogo ambiental significativo y preciso."

**XI.** Si, constantemente

**XII.** "Con el propósito de ayudar a sus consumidores a tomar decisiones informadas y que tanto ellos como sus familias puedan disfrutar de una alimentación correcta, incluimos información nutricional en la etiqueta de nuestros productos a través de:

- Guía de porciones: en las etiquetas de Nesquik, Cereales para el desayuno Nestlé, la Nido, Nido Kinder, Nido Preescolar y Carlos V contienen información sobre la cantidad sugerida de consumo y los beneficios nutrimentales que aporta por porción.
- Etiquetado Frontal: se muestran los valores de nutrimentos sensibles para la salud pública en manera de porción, de acuerdo con los lineamientos establecidos por la Normatividad Nacional vigente.
- Compás Nutricional: a través del cual mencionamos los principales atributos nutrimentales y características particulares de cada producto y la forma en que puede integrarse en la alimentación cotidiana. Esta herramienta de comunicación tiene:
  - Tabla de información nutricional: incluimos los valores de los nutrimentos más importantes, como energía, proteínas, fibra dietética, vitaminas y minerales, dependiendo de la composición particular de cada producto.
  - Forma de preparación: se expresa la forma correcta de consumir los productos para que nuestros consumidores puedan disfrutarlos adecuadamente.
  - Servicios al Consumidor: medio de contacto para que los consumidores puedan obtener más información personalizada sobre los productos, su forma de preparación, solicitar información complementaria o recetas de cocina y también puede enviarnos comentarios sobre los mismos.
  - Hemos implementado las Guías Diarias de Alimentación en el 100% de nuestros productos que las requieren, siguiendo nuestro compromiso de comunicar el contenido nutrimental de forma simple a nuestros consumidores."

**XIII.** "En Nestlé conocen lo importancia que tiene para sus consumidores el saber cómo tratamos sus datos personales, por lo cual estamos comprometidos con la protección de los mismos. La privacidad y el buen uso de su información personal es fundamental para nosotros. Por lo anterior, siempre les damos a conocer la información de cómo

Continúa en siguiente hoja

Página 6 de 21

<b>Fecha</b> 22.12.2021	<b>Sección</b> Revista	<b>Página</b> 3-14-34
----------------------------	---------------------------	--------------------------

tratamos sus datos personales, en cumplimiento con la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares, poniendo a su disposición nuestro Aviso de Privacidad, en el cual les damos la posibilidad de ejercer sus derechos de Acceso, Rectificación, Cancelación u Oposición.

En todo momento, nuestros consumidores cuentan con un canal de comunicación disponible para ellos; dicho canal está diseñado para que pueden ejercer sus derechos o saber cómo Nestlé trata sus datos personales."

## I. 5 II. Heineken México

III. En HEINEKEN México, buscan ganar con integridad y equidad. Su principio es no aceptar, pedir, involucrar, hacer, ofrecer, prometer ni autorizar nunca ningún soborno a nadie, en ningún sitio ni en ningún momento. Con soborno se refieren a la entrega o recepción de cualquier artículo de valor por parte de cualquier persona, ya sean funcionarios públicos o agentes comerciales, para obtener o conservar negocios, ejercer influencia sobre decisiones o conseguir una ventaja indebida en el desarrollo de nuestros negocios. Esto también incluye sobornos a través de otros y la realización de pagos para facilitar gestiones.

IV. n.d.

V. Comunidad / Gobierno / Empresas / ONG's / Academia / Medios

VI. Se hizo un estudio en 2016, se renovó en 2021 y se hizo un estudio

## I. 6 II. Coca-Cola

III. n.d.

"En la IX edición de Merco, se dieron a conocer las empresas y líderes con mejor reputación en el país durante el 2021. Dentro de las empresas con la mejor reputación de México, Coca-Cola México quedó en el lugar 15. Y nuestros embotelladores quedaron, Coca-Cola FEMSA en el 21, y Arca Continental en el 69."

IV. Proyectos nacionales de educación ambiental a través de nuestro sitio web Un Mundo Sin Residuos

V. Business & Environmental, Social and Governance Report

VI. "Business & Environmental, Social and Governance Report"

VII. "El respeto por los derechos humanos es un valor fundamental para The Coca-Cola Company. Luchamos por respetar y fomentar los derechos humanos en conformidad con los Principios Rectores de la ONU sobre las Empresas y los Derechos Humanos en nuestras relaciones con nuestros empleados, proveedores y embotelladores independientes. Nuestro objetivo es ayudar a incrementar la aplicación de los derechos humanos dentro de las comunidades en las que operamos. La junta directiva de The Company, incluyendo el director ejecutivo, supervisan la Política de Derechos Humanos."

VIII. n.d.

IX. Como parte de la meta global de la compañía por reducir en un 25% nuestras emisiones para el 2030, en la Industria Mexicana de Coca-Cola continuaremos impulsando el uso de energías amigables con el

## I. 7 II. Scotiabank

III. Sí, el 100% de los empleados debe tomar los cursos sobre su código de conducta y prevención de lavado de dinero de los cuales toman un examen al terminar cuya evaluación debe ser aprobada satisfactoriamente

IV. 14 años ESR, 3° año Insignia Inclusión Social, 28 en merco 'Responsabilidad y Gobierno Corporativo', 30 en merco respuesta COVID, 10 en los mejores lugares para trabajar® en tiempos de reto®, Top 5 las mejores empresas para trabajar para las mujeres en México, 6 en mejores lugares para trabajar de América Latina, Top en Ranking México de "Las 200 Mejores Empresas Socialmente Responsables", 11 en Empresas Verdes de las 18 empresas con mayores avances en los objetivos de desarrollo Sostenible (ODS 2021).

V. Clientes, colaboradores, comunidad donde operan

VI. Sí, mediante el programa anual el pulso donde se encuesta a todos los colaboradores en diferentes temas para obtener las áreas de oportunidad que nos permitan seguir mejorando de forma continua.

VII. Cuentan con un comité de Responsabilidad Social conformado por 14 directores y directoras de diferentes áreas del banco. Sesionan semestralmente. Deciden el destino de la inversión social del Grupo Financiero Scotiabank a través de una decisión colegiada, imparcial y estratégica. Deciden sobre solicitudes de colaboración con instituciones de la sociedad civil, además de donativos, y las acciones del

especial en 2020 por temas de COVID-19.

VII. El código de conducta para empleados y proveedores

VIII. n.d.

IX. n.d.

X. A través de su estrategia de sustentabilidad, buscan reducir las emisiones de CO2 a lo largo de nuestra cadena de valor, teniendo como compromiso llegar a cero emisiones en producción para el 2030 y cero emisiones de CO2 en toda la cadena de valor al 2040.

XI. n.d.

XII. En etiquetado para producto y a través de nuestro portal de internet para temas corporativos.

XIII. Actualización constante de nuestro aviso de privacidad.

medio ambiente, así como acciones que promuevan el bienestar del planeta y frenen el cambio climático.

X. "De la mano con asociaciones y cámaras, se firmó el Acuerdo Nacional para la Nueva Economía del Plástico en México. Este acuerdo ha sido impulsado por la fundación Ellen McArthur y el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), con el objetivo de impulsar una correcta gestión de los residuos, a través de un modelo de economía circular. En la Industria Mexicana de Coca-Cola (IMCC) nos unimos al acuerdo, contando con la presencia de Coca-Cola México, Arca Continental, Bepensa, Coca-Cola FEMSA, Jugos Del Valle-Santa Clara y la Asociación de Embotelladoras Mexicanas de Coca-Cola (ASCOCA). De igual forma sus plantas de reciclaje, PetStar, la más grande del mundo e IMER, la primera construida en Latinoamérica, la asociación civil ECOCE y ANPRAC."

XI. "Están apegados a la regulación de México en torno al etiquetado. Como Industria Mexicana de Coca-Cola siempre han brindado productos de la más alta calidad, que contienen información suficiente para que el consumidor pueda tomar decisiones apropiadas a sus necesidades y estilo de vida. En México, el 66% de nuestro portafolio son bebidas bajas en calorías o sin calorías. Cumplen con las regulaciones aplicables y están comprometidos con el bienestar de las personas."

XII. n.d.

grupo derivadas de dichas alianzas.

VIII. Todos los colaboradores del banco tienen acceso a presentar una

denuncia como mecanismo para que todos los empleados ejerzan sus derechos, motivándolos a presentar cualquier inquietud que puedan tener en el centro de trabajo, tratándolos con equidad, dignidad y respeto en un entorno constructivo, sin temor a represalias. Las atenciones son justas, garantizando la confidencialidad de los casos. Estas normas están dirigidas a prevenir y erradicar cualquier conducta o comportamiento que implique violencia laboral.

IX. Sí, por medio de comunicaciones internas constantes, acciones preventivas, feria de la salud, semana de la salud mental, centro de bienestar SOY más y su línea de apoyo

X. Aparte de lo anteriormente mencionado también están remodelando el edificio principal de oficinas para ser eco friendly.

XI. De forma individual mediante a Asociación de Bancos de México

XII. Sí, todos los productos y servicios muestran información clara, objetiva y transparente mediante la página web, en persona visitando sus instalaciones o vía telefónica

XIII. En términos de lo establecido por la Ley Federal de Protección de Datos Personales en Posesión de los Particulares y su Reglamento (conjuntamente "LFPDPPP"), se identifica como responsable del

Continúa en siguiente hoja

Página 7 de 21

Fecha	Sección	Página
22.12.2021	Revista	3-14-34

tratamiento de los datos personales recabados a los titulares de los mismos, en lo individual o en conjunto a las entidades integrantes del Grupo Financiero Scotiabank Inverlat, filiales y/o subsidiarias (cualquiera de ellas identificadas en lo individual o en su conjunto como "GFSBI")

## I. 8 II. Organización Soriana

**III.** A través de su código de ética, garantizamos las buenas prácticas entre sus colaboradores, proveedores y clientes. El 100% del personal conoce el código de ética además, se encuentra publicado en diferentes canales para su consulta inmediata: intranet, app de cultura "Soriana Contigo" y comunicación interna a través de mailing. Con el fin de prevenir, detectar y erradicar malas prácticas, cuentan con un canal para reportar conductas inapropiadas que se den entre colaboradores o proveedores: "Línea Directa", una plataforma con acceso controlado y un equipo de gestión que da seguimiento de manera confidencial a los reportes de proveedores y colaboradores

**IV.** Reconocimiento Innovative Group México IGEN Premio Nacional de Logística TOP 100 Transportations Awards, Ranking tácticas de eficiencia interna y sustentabilidad de las empresas verdes. 100 Mayores donadores del Sismo de Ciudad de México de Mundo Ejecutivo

**V.** Para mayor detalle de su relación y trabajo con ellos, favor de revisar su Reporte de Resultados de CVC

**VI.** n.d.

**VII.** Seleccionar, supervisar y evaluar el desempeño de auditores externos.  
 • Contribuir a la definición de los lineamientos generales de control interno, así como evaluar su efectividad.  
 • Verificar que se observen los mecanismos establecidos para el control de riesgos.  
 • Contribuir al establecimiento de las políticas con las partes interesadas.  
 • Verificar el cumplimiento del Código de Ética.  
 • Auxiliar en el análisis de planes de contingencia y recuperación de información.  
 • Opinar sobre la aprobación de políticas y criterios contables para la elaboración de los estados financieros.  
 • Asegurar el debido cumplimiento en tiempo y forma de todas las disposiciones legales aplica-

bles. • Desarrollar los criterios de designación, retribución, compensación, remoción, del Director General y funcionarios de alto nivel.

**VIII.** n.d

**IX.** Libre de humo

**X.** Energía Eólica Iniciamos operaciones en los Parques Eólicos "Ciudad Victoria" y "La Mesa", ubicados en el Estado de Tamaulipas. Cada uno tiene una capacidad instalada de 49.5 MW y una generación anual total de 364.2 GWh, logrando abastecer de energía a 271 unidades de negocio. Además, integramos otras 68 tiendas al suministro de energía de dos parques eólicos ubicados en Oaxaca, alcanzando en el 2017, la integración de 339 tiendas al suministro de energía renovable. Así, logramos abastecer a un total de 626 unidades de negocio, que durante este año consumieron 614,407,564 kWh en energía eólica, evitando la emisión de 278,946 toneladas

de CO2, equivalentes a la contaminación que generan 81,563 automóviles en un año.

**XI.** n.d.

**XII.** n.d.

**XIII.** El correcto manejo de datos personales se aplica, sin excepción, a nuestros consumidores. Nunca se revelan o divulgan datos privados de los consumidores y Soriana vela por la correcta aplicación de los procedimientos de seguridad creados para salvaguardar información confidencial. Actualmente se cuenta con el aviso de privacidad que tenemos disponible en la página Web De igual forma, contamos con una mecánica operativa, procedimientos y responsabilidades para aquellos clientes que deseen hacer válidos sus derechos ARCO

## I. 9 II. Unilever de México

**III.** Dentro del código de principios del negocio se encuentran seis políticas referentes a corrupción establecen qué deben hacer los empleados para evitar o manejar conflictos de interés reales o percibidos.

**IV.** Empresa socialmente responsable 15 años por CEMEFI -mejor proveedor 2020 en la categoría de Sustentabilidad por Walmart de México y Centroamérica. -dove, eGo y Hellmann's, envase sustentable AMEE 2020 para nuestras marcas dove, eGo y Hellmann's -mejores lugares para trabajar para la comunidad LGBTQ+ en México por human rights campaign -1er lugar del listado globeScan sustainability leaders, a través de su encuesta anual, como compañía líder en sustentabilidad corporativa. - distintivo éntrale 2021 - 1er lugar Merco: RSE y Gobierno Corporativo.

**V.** Activistas, colaboradores, prensa, autoridades, ONGs, académicos, proveedores, clientes, consumidores y empresas aliadas.

**VI.** Compass Unilever

**VII.** Governance of Unilever

**VIII.** Dentro del código de principios de negocio se estipula que: están comprometidos con proveer condiciones de trabajo seguras y saludables para todos los empleados" - No usaran ninguna forma de trabajo forzado, obligatorio, traficado o infantil, están comprometidos a trabajar con los empleados para desarrollar y mejorar las habilidades y capacidades de cada individuo. Respetan la dignidad de cada individuo y el derecho de los empleados a la libertad de asociación y a la negociación colectiva.

**IX.** Sí, dentro de su Compass tienen el objetivo de Contribuir a un mundo más justo y socialmente inclusivo a través de: Equidad, diversidad e inclusión, mejorar la calidad de vida, futuro del trabajo. Así mismo, a través de nuestras marcas con propósito generamos un vínculo muy especial con las personas, y lograr: Dove: el propósito principal es impulsar la autoestima en niñas y mujeres. Así mismo, es sustentable con el medio ambiente, ya que su nueva línea de cuidado para el cabello utiliza únicamente plástico 100% reciclado. • Knorr: los 13 principales vegetales y hierbas para la elaboración de los caldos y sopas provienen de fuentes sustentables. Además, con la campaña de los 50 alimentos del futuro, promovemos el consumo de alimentos de origen vegetal que son buenos para las personas y para el planeta. • Hellmann's:

busca combatir el desperdicio de alimentos y promover el reciclaje de plástico. En este sentido, cambió sus envases por plástico recuperado de grado alimenticio y utiliza etiquetas de papel, dejando de usar 2,400 toneladas de plástico virgen al año. • Holanda: con su propósito "Derriñendo Barreras" está cambiando la narrativa, promoviendo la inclusión y normalización de la discapacidad. Además, está construyendo espacios lúdicos incluyentes con sus columpios inclusivos

**X.** Energía eléctrica renovable. Lograrán 100% de energía eléctrica renovable en nuestras instalaciones y operaciones. Economía circular, cuentan con cero residuos a relleno sanitario en todas nuestras fábricas. Firmaron importantes compromisos ante el senado de la república en 2019: Buscamos que todos sus empaques plásticos serán reusables, reciclables o compostables. Actualmente en México se encuentran en un 90%. Incrementaron el uso de plástico reciclado en al menos 25%. Reduciremos el uso de plástico virgen en un 50%. Ayudamos a recolectar y procesar más envases de plástico de los que vendemos en alianza con ECOCE. Inversión de Clima y naturaleza. Nuestras marcas invertirán en México y en el mundo, mil millones de euros para mejorar el estado del planeta, luchar contra el cambio climático, proteger y regenerar la naturaleza, y conservar los recursos para las generaciones futuras: Al 2023: tendremos una cadena de suministro libre de deforestación. Al 2030: Seremos una compañía cero emisiones de carbono en nuestras operaciones Reduciremos a la mitad la huella de gases de efecto invernadero de nuestros productos La formulación de nuestros productos será completamente biodegradable Implementaremos programas de administración del agua para cien comunidades con escasas. 2039: Eliminaremos por completo la huella de carbono de todos nuestros productos, desde la materia prima, hasta el punto de venta.

**XI.** no

**XII.** Todos los productos de la compañía cuentan con etiquetados alineados a las normas vigentes, además de incluir de forma clara ingredientes y/o métodos de uso.

**XIII.** Contamos con una Política de protección de datos que se encuentra dentro del Código de Principios del Negocio.

Fecha <b>22.12.2021</b>	Sección <b>Revista</b>	Página <b>3-14-34</b>
----------------------------	---------------------------	--------------------------

## I. 10 II. Aries Fortalece tu Patrimonio

III. La impartición de cursos de prevención de lavado de dinero y financiamiento al terrorismo, implementación de programas contables por ejemplo, en control, buro de crédito, implementación de KYC

IV. Ranking de las 1000 Empresas más importantes de México (2do año consecutivo), Reconocimiento Empresa del Año por Latin Business Association, Reconocimiento por parte del CEMEFI, CEO SR. Jorge Francisco Ojeda Garcia recibe el grado de Doctor Honoris Causa, Distinción a la Sra. Claudia Lachica, consejera de responsabilidad social reconociéndola dentro de las 22 líderes de Mujer Ejecutiva, Reconocimientos por parte de CANADEV, Reconocimiento internacionales en Miami Florida, entre muchos más.

V. Colaboradores, inversionistas y grupos directivos, externas dependencias gubernamentales, proveedores y comunidad.

VI. Se definen los sectores con mayor prioridad para brindarles apoyo, un ejemplo se investiga y logramos acercamiento con los representantes de las comunidades de bajos recursos para brindar ayuda, en el ambiente deportivo se establecen los criterios para apoyo principalmente a los jóvenes y niños logrando de esta forma la prevención del delito y en situaciones de desastres naturales se investigan las comunidades más afectadas para encontrar rutas de acceso y, asimismo apoyarlos con víveres y materiales que realmente necesiten.

VII. Las actividades relacionadas con materia de Responsabilidad Social emergen desde Alta dirección hacia cada uno de sus colaboradores, asimismo los departamentos correspondientes de la empresa se enfocan en los temas que los atañe directamente por ejemplo en el tema de medio ambiente nuestra área técnica es la principal responsable para llevar a cabo los procesos y apoyos a este sector, el área de recursos humanos es la encargada para el apoyo de comunidades de bajo recursos y afectadas por desastres naturales.

VIII. Se realizan las aportaciones correspondientes al Seguro Social. Se respetan los días inhábiles establecidos en la ley. Se pagan las horas

extras conforme a la Ley. Se otorga el periodo de gracia sin afectación a su salario respetando su antigüedad en el trabajo. Se otorgan las prestaciones correspondientes y se colabora en conjunto con Sindicatos que protegen los derechos de los trabajadores. Protección de datos, entre otros.

IX. Implementando cursos y capacitaciones internas, apoyando a los colaboradores en cursos y estudios en instituciones externas sin afectar su horario laboral o salario, realizando convenios con universidades en este caso en particular con Cety's Universidad de Tijuana, promover actividades deportivas y culturales dentro de la empresa dando oportunidad de que asistan, y principalmente nuestra empresa se basa en la indistinción de genero ya que el 49% de nuestros colaboradores son mujeres siendo de esta forma que la empresa apoya en un desarrollo constante y eficaz a cada persona que tenga las aptitudes de trabajo.

X. Utilización de materiales biodegradables, mantenimiento periódicamente a todo dos vehículos de la empresa y de sus filiales ya sea utilitarios o de construcción, desecho de materiales tecnológicos de las campañas y lugares permitidos, implementación de áreas verdes y conservación de las especies.

XI. Se promueven de manera interna con los colaboradores con la finalidad de que participen de forma directa o indirecta en ellas, realizamos eventos deportivos, apoyamos a las campañas por parte del Gobierno en apoyo a la sociedad en general.

XII. Exhibiendo y publicando en cada uno de nuestros puntos físicos y cibernéticos la documentación legal de nuestros productos permisos y certificaciones, así como cualquier otro dato que el inversionista requiera.

XIII. Cada cliente firma un documento donde nos autoriza únicamente a la utilización de sus datos para los fines del producto, pero, asimismo existe la prohibición para un uso diferente haciéndole de su conocimiento los artículos correspondientes a la Ley de Protección de Datos.

## I. 11 II. Natura

III. Natura fue reconocida públicamente como empresa Pro-Ética en 2016 y 2017 por el Ministerio de la Transparencia y Controladuría General de Brasil. El reconocimiento se debe a las medidas implementadas para prevenir, detectar y remediar actos de corrupción y fraude. Cabe recordar que somos signatarios del Pacto Global, de la ONU, y apoyamos la Alliance for Integrity, iniciativa global de combate a la corrupción. A lo largo del año, fueron realizadas innumerables acciones para reforzar cuestiones anticorrupción entre los empleados, con reporte a los respectivos gestores y directores de las áreas. También comunicamos a 880 proveedores de Naturasobre nuestras políticas y procedimientos anticorrupción, destacándose la recomendación sobre la realización del e-learning sobre el Código de Conducta. Ese número de asociados considera a los profesionales tercerizados. Informe Anual 2017 pág, 98

IV. • CEMEFI. Empresa Socialmente Responsable • BCORP • BOVESPA • DOW JONES SUSTENTABILIDAD • Nuestro Modelo de Venta por Relaciones, ha sido reconocido como un negocio inclusivo por Business Call to Action (BCTA), al considerar que se encuentra alineado a acelerar la conquista de los Objetivos de Desarrollo del Milenio, establecidos por la ONU. • Certificación PETA (octubre 2018) Natura recibió dicho sello que certifica que los productos o ingrediente de la empresa o de sus proveedores no han sido probados en animales en ninguna etapa de su desarrollo. • Certificación Cruelty Free International (septiembre 2018). Natura recibió el sello Leaping Bunny, un logo reconocido internacionalmente que permite a los consumidores identificar fácilmente productos que no se prueban en animales. Desde 2006, Natura no prueba sus productos o ingredientes en animales. • Somos la primera empresa de Capital Abierto de América Latina en recibir la certificación B- Corporation (2016). • Carbono Neutro (desde 2007) Natura es la única empresa cosmética en el mundo que es Carbono Neutro. Todas las emisiones se contabilizan y se compensan apoyando proyectos de generación de energías renovables y reforestación.

V. Operaciones con programas implementados de compromiso de la comunidad local, evaluación de impactos y desarrollo local.

VI. Operaciones con programas implementados de compromiso de la comunidad local, evaluación de impactos y desarrollo local.

VII. Programa de Voluntariado, programa comunidades de aprendizaje

VIII. n.d.

IX. Durante 2017, lanzamos más de 50 nuevas capacitaciones virtuales y trabajamos para mejorar la experiencia de las consultoras, con la migración del menú de entrenamientos para la aplicación de consultoría.

X. Calculadora de carbono y residuos: herramienta desarrollada para medir el impacto ambiental de un nuevo producto en desarrollo, que considera la emisión de GEI y la generación de residuos, desde la etapa de formulación hasta el descarte de envases. Proyecto de Carbono Reca: reconocemos el papel del agricultor familiar para la conservación de bosques y creemos que es económicamente ventajoso conciliar actividades productivas al mantenimiento de las selvas. Como parte de esa estrategia, iniciamos el Proyecto de Pago por Servicios Ambientales (PSA), remunerando comunidades no solo por la compra de insumos y distribución de beneficios, sino también por el servicio de protección ambiental que ellas realizan. Participan del proyecto 109 familias, de 125 propiedades en la frontera entre los estados brasileños de Acre, Rondonia y Amazonia.

XI. Hace dos años, el Instituto Natura (contribuye a la transformación de la educación en Brasil y en los demás países de Latinoamérica donde Natura está presente) decidió concentrar sus esfuerzos para que el modelo de escuelas de tiempo completo se transformara en una política pública. El trabajo, llevado a cabo en asociación con otras instituciones, converge con las acciones realizadas por el Ministerio de Educación para instituir una política inductora con foco en la Enseñanza Secundaria, destinando R\$1.500 millones para hacer factible el modelo en los estados brasileños. La implementación se está realizando de forma gradual y pretende alcanzar a 500 mil nuevos estudiantes en el 2018.

XII. Llegamos a millones de consumidores por diversos canales, siendo el principal de ellos las aproximadamente 1,7 millones de consultoras en Brasil, Argentina, Chile, Colombia, México y Perú. Además de esos países, tenemos tiendas físicas y e-commerce en los Estados Unidos y en Francia, y vendemos productos en Bolivia por medio de una distribuidora local. En el mercado minorista, actuamos por medio de tiendas propias, franquicias administradas por consultoras con perfil emprendedor y en asociaciones con redes de farmacia. Con la Red Natura, somos una de las mayores plataformas de ventas online de

Continúa en siguiente hoja

Página 9 de 21

<b>Fecha</b> 22.12.2021	<b>Sección</b> Revista	<b>Página</b> 3-14-34
----------------------------	---------------------------	--------------------------

productos de belleza de Brasil, y ya implementamos el comercio digital en Chile, Argentina, Francia y Estados Unidos. GRI 102-1, 102-2, 102-3, 102-6

XIII. n.d.

## I. 12 II. Anheuser-Busch InBev

III. Nunca tomamos atajos. La integridad, el trabajo duro, la calidad y la responsabilidad son la clave para construir nuestra compañía.

Nuestra empresa tiene una política anticorrupción que exige a nuestros colaboradores, proveedores, y socios comerciales el respeto a nuestras políticas internas y al marco legal aplicable en los mercados donde operamos. Nuestros colaboradores reciben entrenamientos de forma constante a efecto de reforzar nuestro compromiso de nunca tomar atajos.

IV. Gracias a este compromiso, Grupo Modelo ha recibido por 16 años consecutivos el distintivo de Empresa Socialmente Responsable otorgado por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI).

V. Todos los miembros de la cadena de valor, inversionistas, consumidores, clientes primarios, colaboradores, comunidades en donde operamos, autoridades, medios de comunicación y sociedad civil son nuestros actores clave.

VI. No aplica

VII. Como líder mundial cervecero, nos enorgullecemos de producir y comercializar nuestras cervezas con calidad y cuidado. Nuestro Código

de Marketing y de Comunicación Responsable nos ayuda a asegurarnos que nuestras comunicaciones sean honestas, acordes con los estándares contemporáneos de buen gusto y sensibles a las diferencias culturales de los mercados en los cuales participamos. El cumplimiento del Código es obligatorio para todos nuestros productos de marketing, ventas, promoción y comunicaciones, e incluye tanto medios tradicionales como digitales. Están comprometidos con tener prácticas comerciales que respaldan y respetan los derechos humanos y que se alinean con los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas. En 2016, actualizamos nuestra Política Global de Derechos Humanos, misma que establece estándares, expectativas y compromisos con relación a

nuestra responsabilidad de respetar y promover los derechos humanos dentro de nuestra propia compañía y de no contribuir, deliberadamente, a las violaciones de derechos humanos cometidas por terceros.

VIII. 1. Contrato Individual de trabajo: Puesto a Desempeñar, Salario, Jornada Laboral, Días de Descanso, Inscripción al IMSS, Capacitación, Registro de Entrada y Salida Laboral, Lugar de Prestación de Trabajo, Forma de Pago, Día y Lugar de Pago, Solicitud del colaborador para depósito vía electrónica (LFT Art. 101), Días Festivos, Vacaciones, Tiempo Extra, Prima Vacacional, Aguinaldo, Fecha de Celebración,

Firmas (Empresa, Trabajador y 2 Testigos)

IX. Se brindan conferencias sobre habilidades para adaptarse al cambio, clases de yoga, sesiones de motivación, etc

X. Se brindan conferencias sobre habilidades para adaptarse al cambio, clases de yoga, sesiones de motivación, etc.

XI. "Uno de nuestros objetivos globales de Consumo Responsable es influir en las normas sociales y comportamientos individuales para reducir el daño causado por el consumo de alcohol. En 2019 llegamos al 80% de la meta para México, que esperamos recuperar en 2020. "

XII. Anualmente se realiza un Informe de Sostenibilidad que brinda información detallada de nuestro productor, su elaboración y su comercialización.

XIII. La empresa lleva años activamente procurando la seguridad y confidencialidad de la información de sus clientes, ello se materializa a través de: (I) avisos de privacidad personalizados al tipo de interacción con distintos agentes, incluidos clientes; (II) en caso de resultar necesario, celebración de contratos de procesamiento de datos y convenios de confidencialidad como resulten aplicables, (III) políticas internas en materia de protección de datos personales, (IV) sistemas informáticos para salvaguarda de aquella información en nuestra posesión.

## I. 13 II. Grupo Financiero Banorte

III. Política Anticorrupción, Cursos de capacitación internos y externos en dicha materia.

IV. n.d.

V. En GFNorte reconocemos que nuestros grupos de interés son parte fundamental de las relaciones y los compromisos con nuestros entornos interno y externo, y sabemos que su participación es crucial para el logro de los objetivos de largo plazo. Por ello hemos identificado a nuestras principales audiencias y definido diversos canales de diálogo, que garanticen la comunicación continua y la atención a sus peticiones. Nuestros principales grupos de interés son: Colaboradores, clientes, inversionistas, comunidad, autoridades sectoriales y del gremio, entidades gubernamentales, OSC, proveedores y medios de comunicación.

VI. n.d

VII. n.d

VIII. Contamos con un sindicato además de diferentes políticas internas y externas donde se señala la protección de los derechos de nuestros colaboradores.

IX. n.d

X. Informe Anual Semana de Sustentabilidad Modelo de Sustentabilidad- Eje Ambiental Iniciativas a las que nos adherimos (nacionales e internacionales)

XI. NO

XII. n.d.

XIII. Protección de datos personales Ciberseguridad Auditorías externas

## I. 14 II. ENEL México

III. En el sigue trabajando para reforzar los mecanismos que impiden la corrupción, dentro de las principales actividades efectuadas en el último año, se encuentran. Reforzamiento y seguimiento de la norma ISO 37001 – Anti-soborno, certificación con la que contamos y que este año renovaremos a nivel local, Actualización del Fraud Risk Assessment 2020, Actualización de procedimientos que implican riesgos. Comprobación de gastos (viajes, caja chica y anticipos) Donaciones, hospitalidades y regalos, Nuevo proceso de Security check (due diligence para validar el background de las empresas con las cuales haremos negocios), Generación de la política de Integridad y su toma de conciencia, Reforzamiento y promoción del canal de denuncias de irregularidades (gestionado por 3eros, garantizando el anonimato, seguimiento, buena fe de la denuncia), Implementación de nuevos controles tanto financieros como no financieros. (Plataformas para la gestión adecuada de las autorizaciones, E4E, e-travel, etc), Certificación NMX-025 Igualdad y No discriminación para buscar la equidad y la correcta remuneración minimizando el riesgo de que los empleados busquen ingresos a través de sobornos

IV. Por tercer año consecutivo la CEMEFI y AllaRSE otorgaron el distin-

tivo como Empresa Socialmente Responsable (ESR), SEAL Awards – 50 empresas más sostenibles del mundo, Great Place to Work, ESR

V. Contamos con un análisis de grupos de relación a nivel de Grupo, de Unidad de Negocio, País y para cada una de nuestras plantas, los cuales son incluidos en nuestro proceso anual de análisis de materialidad. Adicionalmente, contamos con un Stakeholder Management Plan. Evidencia: Ejemplo de matriz de materialidad

VI. Participan del análisis de materialidad y de la creación de los planes anuales de CSV de cada una de las plantas y también en la rendición de cuentas (resultados del avance de los logros. Evidencia: Imagen de plataforma de gestión del análisis de materialidad

VII. El área de sustentabilidad se encuentra presente en todos los niveles

jerárquicos y unidades de negocio del grupo para garantizar la planeación, ejecución, difusión y rendición de cuentas de la sostenibilidad de Enel en cada una de las operaciones y territorio donde se encuentra. Los roles y responsabilidades y la garantía de la permanencia de este grupo se encuentran formalizados en la instrucción operativa 1248

VIII. Se creó una política, un comité y subcomité de igualdad laboral y no discriminación. Nos certificamos en la NOM-02, Comunicamos

Continúa en siguiente hoja

Página 10 de 21

Fecha	Sección	Página
22.12.2021	Revista	3-14-34

activamente nuestro Código de ética y Política de Integridad. Creamos espacios para fomentar la apertura y comunicación de los equipos. A nivel social impactamos de igual forma a nuestras comunidades. Política de Prevención de Riesgos Psicosociales HRC Equity  
**IX.** A través de un programa llamado BE (Become and Engage) el cual cuenta con 6 dimensiones por medio de las cuales busca promover el desarrollo integral de todas las personas que forman parte de la empresa  
**X.** Para mitigar los impactos contra el cambio climático se ejecutan acciones concretas como son los planes de restauración, en el cual se devuelve a su estado natural aquellas áreas que fueron ocupadas de forma temporal durante la construcción de los proyectos, así como se elaboran los planes de reforestación que sirven para reducir la concentración de CO2 en la atmósfera  
**XI.** n.d.  
**XII.** "Su compromiso es usar la energía para mejorar el futuro de todos, para un progreso sostenible, sin que nadie se quede atrás y hacer

del planeta un lugar más acogedor para las generaciones venideras. Somos la energía que mueve a tu empresa Diseñamos soluciones a la medida de tu negocio, basadas en la sostenibilidad y la innovación. Somos más que energía; somos tu energy manager. ¿Buscas la mejor solución energética para tu empresa? Ponte en contacto con nosotros; te ofrecemos atención personalizada y toda la información que necesitas para comenzar a impulsar tu negocio. Caminamos hacia un futuro más sostenible Trabajamos para crear valor compartido, combinando objetivos de negocio con una contribución al desarrollo socio-económico local. Si logramos relaciones estables con las comunidades de las zonas en las que operamos, alcanzaremos resultados sostenibles a largo plazo. Juntos somos energía. El pensamiento inclusivo orienta nuestra innovación. La diversidad nos rodea, enriquece nuestra vida y nos abre a nuevas ideas."  
**XIII.** Cuentan con convenios y cláusulas de confidencialidad en sus contratos y estados en compliance de la ley de protección de datos personales además de contar con nuestro aviso de confidencialidad

## I. 15 II. Mondelēz México

**III.** Entrenamiento anticorrupción y soborno recurrentes y obligatorios. Entrenamiento específico para colaboradores que tienen relaciones con autoridades. Registro de reuniones con autoridades. Código de conducta que todos los colaboradores firman al entrar. Cláusulas de anticorrupción y antisoborno en formatos de contratos institucionales  
**IV.** 2019 último año de distinto "ESR" (CEMEFI)  
**V.** Sustainability scorecard con mapa de interlocutores internos y alcance externo (información confidencial)  
**VI.** n.d.  
**VII.** Si, de reciente creación. Se está lanzando un equipo multifuncional para la gobernanza local de RSE que tendrá su primera sesión en Q4 2021. A nivel global se cuenta con una estructura establecida, liderada por una VP Chris McGrath  
**VIII.** HR Recompensas y beneficios above the law Contratos avalados en todas nuestras plantas Mecanismos de denuncia para colaboradores (anónimos y sin represalias) Respetamos el libre derecho de afiliación sindical  
**IX.** Es su fuerza laboral la que hace realidad nuestra estrategia de negocio, por lo que hoy más que nunca refuerzan su apuesta para ofrecer un innovador modelo de trabajo que logre potenciar al máximo su talento y sus capacidades. Priorizamos la creación de experiencias de carrera significativas a través de un enfoque en el salario emocional, que combina la remuneración económica con el reconocimiento y oportunidad de que nuestros colaboradores sean dueños de su desarrollo. Esta misma mentalidad de apertura nos convirtió en pioneros de esquemas de trabajo disruptivos, que se adaptan a las necesidades de nuestros colaboradores y que actualmente cuentan con un índice de satisfacción de 94% en la compañía. De igual forma, hemos impulsado

distintas iniciativas para ayudarlos a lograr un balance vida-trabajo durante esta pandemia. Implementamos plataformas virtuales de cercanía y apoyo integral para los colaboradores. Desde nuestra campaña interna "Mondelēz Está Contigo", hasta nuestro "Programa de Asistencia al Empleado" que provee orientación psicológica profesional de forma permanente. Como parte de esto, lanzamos el programa global de meditación y mindfulness para ofrecer a los colaboradores un espacio que contribuya a generar bienestar y equilibrio durante su jornada. Estos esfuerzos están logrando frutos y que nuestra gente reconozca que se siente cuidada y protegida por Mondelēz. En la última encuesta interna de clima organizacional (2020) la calificación de México en el índice de compromiso de la gente fue de 4.5 sobre 5. Comités de DEI y de Calidad de Vida  
**X.** "En febrero de 2020, establecimos un nuevo objetivo a nivel global para reducir las emisiones totales de gases de efecto invernadero en un 10% para 2025, en comparación con nuestros números de 2018. De igual forma, el 87% de nuestros empaques son hechos de materiales reciclables y nuestra meta es llegar al 100% para 2025."  
**XI.** Sí, a través de su participación en diversas cámaras empresariales y los programas que estas desarrollan y apoyan  
**XII.** Todos los productos cumplen con las normas de etiquetado e información nutricional. Como siempre lo han hecho respetamos y cumplen con las regulaciones en materia de información que les marca la autoridad mexicana.  
**XIII.** Actualizaciones constantes de nuestros avisos de privacidad. Cláusulas de protección de datos en formatos de contratos institucionales. Entrenamientos al personal respecto a la importancia de la privacidad de datos

## I. 16 II. MetLife México

**III.** El Sistema de Gobierno Corporativo de MetLife se conforma por una estructura organizativa transparente y apropiada, una clara y adecuada distribución de funciones, así como mecanismos eficaces para garantizar la oportuna operación, transmisión de la información y toma de decisiones. Política de Delegación de Autoridad MetLife cuenta con una política de Delegación de Autoridad a nivel Latinoamérica, la cual brinda una guía específica de responsabilidades desde el presidente de la Región hacia los Líderes Ejecutivos Regionales y Locales a quienes se les empodera para operar dentro rangos financieros y de riesgo específicos, con el objetivo en entregar resultados en torno al crecimiento del negocio siempre desempeñándose bajo los valores y la integridad empresarial de la Compañía.  
**IV.** Primera aseguradora en obtener el certificado de " Los mejores Lugares para Trabajar LGBT" y sus renovaciones por tercer año, Promoviendo Creatividad, Respeto, Compañerismo, Imparcialidad & Orgullo Lugar #29 Los Mejores Lugares para Trabajar For ALL y #28 en el Ranking Tiempos de Reto 2021, NOM NMX-R 025-SCFI-2015 en Igualdad Laboral y No Discriminación desde 2016 Nom-035-STPS, Factores de riesgo psicosocial en el trabajo Identificación, análisis y

prevención. Distintivo Organización Responsable Saludable. Distintivo Empresa Socialmente Responsable (ESR) por 17 años consecutivos Principios para el Empoderamiento de las Mujeres Segundo Lugar de las compañías de Seguros por su reputación en la categoría de Responsabilidad Social y Gobierno Corporativo por Merco (Monitor empresarial de reputación corporativa). 10 reconocimientos en los premios Brandon Hall conocido como Premios Globales de la Academia de Industria de Talento a nuestra plataforma de Aprendizaje DAP (Distribución Academy Platform) como herramienta principal para la capacitación digital.  
**V.** n.d.  
**VI.** n.d.  
**VII.** n.d.  
**VIII.** n.d.  
**IX.** n.d.  
**X.** n.d.  
**XI.** n.d.  
**XII.** n.d.  
**XIII.** n.d.

<b>Fecha</b> 22.12.2021	<b>Sección</b> Revista	<b>Página</b> 3-14-34
----------------------------	---------------------------	--------------------------

## I. 17 II. Grupo Lala

III. En Lala trabajan bajo un estricto código de conducta que los orienta para la correcta actuación cotidiana, impulsada por sus valores, para proporcionar una cultura de cumplimiento ético con todos los grupos con los que se relacionan y con la finalidad de alcanzar de manera óptima su objetivos."

IV. n.d.

V. Uno de sus principales objetivos es aportar valor para los grupos

de interés con quienes los relacionan, mediante diversos canales de comunicación que facilitan las relaciones de diálogo y confianza. Esta dinámica les permite tener conocimiento de sus necesidades y expectativas, lo cual crea oportunidades para el desarrollo de la empresa.

VI. Parten del estudio de materialidad realizado en 2015 en el cual detectamos los aspectos más relevantes y significativos para nuestra sustentabilidad y llevamos a cabo una actualización de este estudio a través de entrevistas y diálogo con personas clave de la empresa. Reportamos los mismos temas materiales que el año anterior, con el objetivo de dar a conocer nuestras iniciativas y avances en esos rubros, así como nuestras metas para 2017.

VII. n.d.

VIII. Trabajan por asegurar que el trabajo de sus plantilla se lleve a cabo dentro del marco legal y en apego a la dignidad de las personas. Cumplimos con la Ley Federal del Trabajo y con las Normas Oficiales

Mexicanas que rigen las condiciones de trabajo, seguridad, salud, derechos de queja de los colaboradores y demás derechos fundamentales del trabajo.

IX. En Lala tienen la convicción de que su personal es la base del éxito, por ello uno de nuestros grandes compromisos es impulsar su desarrollo y conformarnos como un lugar preferido para trabajar.

X. Lala apoya la conservación del bosque de la Picea Mexicana, para

que mantenga su capacidad para retener agua y su infiltración a los mantos acuíferos, también ayudan a preservar la Reserva Ecológica de Cuatrociénegas y la Cuenca del Río Nazas en la Comarca Lagunera. Implementamos una estrategia de auto abasto, que responde a la necesidad de liberar el agua para las líneas de abastecimiento de la población, por lo que migramos de una dependencia del 18% de abasto con agua de red, a una dependencia actual del 2%. Redujimos el consumo de agua en nuestros procesos pasando de 1.64 a 1.43 litros de agua por cada kilogramo de producto fabricado.

XI. Sus actividades de voluntariado representan una gran experiencia para nuestros colaboradores y sus familias, así como para proveedores y aliados que participan, pero sobre todo para las comunidades con quienes compartimos esos momentos.

XII. Sí

XIII. Sí

## I. 18 II. Herbalife Internacional

III. Código de ética y conducta, Curso anual Anticorrupción FCPA

IV. Si empresa familiarmente responsable por parte de la secretaría del trabajo y ESR por 9 años por parte de CEMEFI

V. Empleados, distribuidores independientes Herbalife Nutrition, autoridades, proveedores

VI. n.d

VII. No aplica

VIII. Campañas constantes de concientización a empleados de todos los niveles, existen diversos comités regionales de cumplimiento además de diversas políticas y lineamientos para proteger a los em-

pleados contra el acoso laboral. Todos los empleados tienen acceso a una línea de reporte de ética además de una página para el mismo fin.

IX. A través de actividades corporativas como el día de la familia; Supervisors day y leaders day.

X. No aplica

XI. No aplica

XII. Toda la información dirigida a distribuidores o consumidores pasa por un área científica y regulatoria para validar la veracidad y que sea correcta.

XIII. Se cuenta con avisos de privacidad

## I. 19 II. Ferrero de México

II. En Ferrero están comprometidos con los estándares más altos de conducta ética e integridad en todas las actividades del negocio. Es por esto que contamos con una política interna de antisoborno y corrupción que tiene un enfoque de cero tolerancia hacia cualquier tipo de manifestación relacionada con la corrupción y el soborno.

IV. En México han sido parte del Ranking de empresas socialmente responsables de en las tres ediciones que han tenido.

V. "Involucrar y colaborar con stakeholders es clave para desarrollar nuestra estrategia, construyendo relaciones transparentes y de confianza. Definimos a nuestros stakeholders como las personas, grupos y organizaciones internos y externos que están interesados o tienen impacto en nuestras actividades. Su mapeo de partes interesadas internas y externas sitúa al consumidor en el centro de su enfoque de participación como la primera parte interesada."

VI. "Si, en el Grupo Ferrero realizamos el análisis de materialidad para definir los temas prioritarios de su RSE. Para tener éxito en un mundo cambiante, debemos adaptarnos y responder a los problemas que más importan a sus accionistas y los negocio. Comprender estos temas ayuda a definir sus prioridades estratégicas e informar sobre los temas que son de mayor interés para los grupos de interés. Su análisis de materialidad tiene como objetivo identificar y evaluar la importancia relativa de los temas clave de sostenibilidad por su impacto en nuestra capacidad para crear valor y su relevancia para las partes interesadas. Los resultados de la evaluación de la materialidad informan nuestra estrategia y el contenido de nuestros informes. Realizamos la última evaluación en 2019. En esta se analizó la perspectiva de las partes interesadas internas y externas y analizó los temas materiales clave mediante una serie de pasos."

VII. "La gobernanza de la sostenibilidad define la estrategia de sostenibilidad del Grupo, que está basada en la sostenibilidad clave y las tendencias del consumidor, incorporándola en el enfoque de sostenibilidad estratégica del Grupo. La Unidad Organizacional de RSC y Sustentabi-

lidad es parte del Personal Estratégico e interactúa con las funciones comerciales para brindar orientación estratégica sobre todos los temas de Sostenibilidad. Sus responsabilidades clave son: • Impulsar la agenda de sostenibilidad dentro del Grupo Ferrero integrando principios de sostenibilidad en estrategias, políticas y procedimientos; • Dirigir prácticas comerciales responsables; y • Crear impactos positivos

dentro de las comunidades en las que operamos. Sus objetivos son: • Definir la estrategia de sostenibilidad del Grupo basada en la sostenibilidad clave y las tendencias de consumo, integrándola en las directrices estratégicas a largo plazo del Grupo; • Apoyar todas las funciones comerciales en la implementación de planes y monitorear iniciativas de sustentabilidad con un enfoque principal en el monitoreo de iniciativas clave de sustentabilidad social y ambiental; "

VIII. En Ferrero de México se elabora un contrato individual de trabajo en donde se detallan los derechos adquiridos y el cumplimiento de los establecido conforme los marca la LFT.

IX. "En Ferrero de México ofrecemos a los colaboradores: • Programas donde se promueve la activación física y alimentación saludable. • Checkup médicos "

X. "Evitando el uso de gases refrigerantes no amigables con el medio ambiente. En la empresa se cuanta con un auto eléctrico que funciona para hacer las diligencias locales. Adicional a esto, en cada uno de los proyectos de inversión se evalúan los aspectos que pudieran impactar la sustentabilidad de la empresa, allí se evalúan aspectos como eficiencia energética, impacto ambiental y cambio climático. "

XI. Si, trabajamos activamente con las cámaras y asociaciones para fortalecer las políticas públicas y con los gobiernos estatales

XII. "La creciente atención en todo el mundo a la dieta, la nutrición y la actividad física es de gran importancia para la comunidad internacional de alimentos y bebidas, de la cual Ferrero forma parte. Ferrero apoya la noción de que las comunicaciones comerciales responsables puedan ayudar a los consumidores para hacer elecciones adecuadas sobre

Continúa en siguiente hoja

Página 12 de 21

Fecha	Sección	Página
22.12.2021	Revista	3-14-34

los productos de comida y bebida, así como en entender el papel de la nutrición, la dieta y la actividad física para alcanzar un estilo de vida global sano y activo. Al transmitir comunicaciones comerciales consistentes con los principios de una buena nutrición, una dieta equilibrada, la actividad física y elección personal, la industria puede jugar un papel importante. Como un jugador de la industria global, Ferrero aplica constantemente el "Marco para la comunicación responsable de alimentos y bebidas" adoptado por la CCI-Cámara de Comercio Internacional, así como los códigos regionales y nacionales de autorregulación desarrollados localmente sobre esa base. Ferrero reconoce la necesidad de mecanismos de aplicación apropiados para sancionar o modificar anuncios que no cumplan con los requisitos de autorregulación antes

mencionados. Ferrero cree que una autorregulación de la comunicación comercial efectiva proporciona un marco valioso para servir mejor al interés del consumidor en recibir comunicaciones veraces y precisas. Por ello, Ferrero, individualmente, así como a través de las asociaciones a las que pertenece (como WFA, federación mundial de anunciantes, y IFB, alianza internacional de alimentos y bebidas), es un jugador activo en el proceso de autorregulación a nivel nacional como internacional."

**XIII.** Ferrero de México cuenta con las medidas de Protección de Datos Personales apegadas a la regulación nacional e inclusive pudiendo ser más exhaustivas debido a lineamientos internos a nivel mundial en cumplimiento con leyes internacionales, con el fin de brindar el mejor servicio y seguridad jurídica a nuestros clientes. Así mismo, periódicamente se imparten capacitaciones internas con el objetivo de concientizar a todos los colaboradores de este tema.

## I. 20 II. Quálitas

**III.** Quálitas Compañía de Seguros dispone de varias políticas al respecto: Código de Ética y Conducta, Política de Principios y Mecanismos Anticorrupción y Política de Conflicto de Interés. Adicionalmente, en Quálitas Compañía de Seguros definimos los Principios Éticos Comerciales, que guían la forma de comercializar nuestros productos y la relación que nuestros empleados, agentes y el personal de las oficinas de servicio, tienen con los asegurados. Requerimos, además a nuestros proveedores la conformidad con las Normas Operativas, lineamientos que rigen nuestra práctica del negocio y que incluimos como parte de los contratos con ellos. Ponemos a disposición pública Q-Transparencia, nuestro canal de denuncias sobre incumplimientos al Código de Ética y Conducta y resto de políticas de la compañía el cual cubre el conjunto de nuestras subsidiarias y es gestionado por un tercero externo. Las denuncias se formulan directamente en la plataforma web y es posible hacerlo de manera anónima.

**IV.** Quálitas forma parte del índice S&P/BMV Total México ESG Index. (Índice lanzado por S&P Dow Jones Indices (S&P DJI) y la Bolsa Mexicana de Valores). Formamos parte del Índice Dow Jones Sustainability Índices MILA.

**V.** Asegurados y clientes; agentes, empleados, accionistas, proveedores, comunidad, autoridades y competencia.

**VI.** ANÁLISIS DE MATERIALIDAD. En el 2020 actualizamos nuestro análisis de materialidad, para entender los temas críticos para la compañía y nuestros grupos de interés. De esta manera incorporamos las tendencias en el sector asegurando, los cambios en el contexto de nuestras operaciones (incluyéndola influencia del COVID-19, y la evolución en los impactos ambientales y sociales que generamos por nuestro modelo de negocio y esquema de gobernanza. Realizamos el ejercicio mediante un proceso de 4 etapas: identificación priorización, validación y revisión, cuyas principales actividades exponemos a continuación. REVISIÓN análisis de los temas materiales determinados en el ejercicio previo identificación de las oportunidades de mejora en la consulta a los grupos de interés, incluyendo el alcance, y en la incorporación de las prioridades estratégicas de la compañía. IDENTIFICACIÓN preparación de un listado de temas posteriormente relevantes a partir de análisis de Prioridades ASG de las calificadoras e inversionistas a nivel internacional (SAM S&P, Bloomberg, Black Rock, Morgan Stanley). Consultas preexistentes a nuestros grupos de interés, encuesta integral de servicio, a talleres, agencias, agentes y de clima organizacional (empleados), también análisis de las apariciones de la compañía en los medios, Respuestas al contexto de la COVID, cambios en la estrategia de las compañías, prioridades de los consumidores, etc

**VII.** Su segunda prioridad es "Ayudar a nuestros clientes en la transición hacia un futuro sostenible"

**VIII.** n.d.

**IX.** Están comprometidos con cada empleado y, en un contexto tan difícil como el vivido en 2020, mantuvimos el empleo y aplicamos las medidas necesarias para garantizar su salud y estabilidad financiera, igualmente, estamos comprometidos con su bienestar, entendido de manera integral, que abordamos con diferentes medidas y adaptamos a los nuevos modelos de trabajo surgidos en respuesta a la pandemia. Físico- Jornadas de salud: evaluaciones médicas y sensibilización. Servicio médico de primera atención y cuidados preventivos. Seguro de gastos médicos mayores y seguro de vida. Activación física y otras actividades deportivas, Realización de pruebas y atención de consultas, en respuesta a la pandemia. 3,091 consultas médicas (Quálitas Compañía de Seguros). 1,791 consultas relacionadas con COVID-19

(Quálitas Compañía de Seguros), Más de 3,000 pruebas COVID realizadas a empleados (Quálitas Compañía de Seguros) Financiero-Educación financiera: sesiones de capacitación. Caja de ahorro Apoyo familiar

(Perú), Facilidades de financiamiento (vivienda y automóvil) y otros apoyos, 3,163 participantes en la caja de ahorro (Quálitas Compañía de Seguros). Socio laboral, Actividades para las familias. Voluntariado, Becas para estudios de los empleados, Convenios con universidades para familiares, Movilidad al centro de trabajo (Perú) 33 becas a empleados, 286 hijos de empleados participando de los programas de becas y de actividades de verano (virtual este año) (Quálitas Compañía de Seguros) Mental Emocional, Línea de consulta 628 casos atendidos (México, Costa Rica y El Salvador

**X.** Para reducir el consumo de energía trabajan especialmente sobre el proceso más demandante: el desplazamiento de los ajustadores y abogados. Siguen avanzando en el ajuste exprés, que no requiere del desplazamiento del ajustador, ya que en él, el asegurado puede realizar directamente el proceso desde una aplicación de forma remota. Este año, ya supuso el 15.5% de los siniestros atendidos en México, el país con mayor número de operaciones. Continuamos asimismo incorporando vehículos híbridos a la flota de Qualicoches de Quálitas Compañía de Seguros, lo que reduce el requerimiento de combustibles fósiles. Quálitas Compañía de Seguros contaba a cierre de año con 375 Qualicoches híbridos, que suponía el 17% del total de su flota. Las medidas señaladas reducen los requerimientos de energía, más concretamente de combustible, contribuyendo también a reducir nuestras emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI). Igualmente tienen este objetivo los paneles solares de los que disponemos en 3 oficinas administrativas de Quálitas Compañía de Seguros; nuestra subsidiaria se encuentra asimismo, desarrollando un programa para financiar parcialmente la instalación de paneles solares en las oficinas de servicio, junto al aporte de sus propietarios. Calculamos el inventario de emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) a nivel de Quálitas Controladora, de conformidad con la norma ISO 14064-1 y la metodología establecida por la autoridad mexicana para el Registro Nacional de Emisiones (RENE)

**XI.** La seguridad vial es un problema a nivel mundial, y especialmente en América Latina, por la conducción y el estado de las infraestructuras. Desde Quálitas queremos contribuir a sensibilizar a la población. Para ello, desarrollamos diferentes iniciativas con base en nuestro conocimiento de los riesgos y consecuencias. Contamos con el programa Conducta Vial Quálitas (CVQ), que incluye la distribución de mensajes sobre manejo responsable al volante a través de nuestro sitio web y en las redes sociales de la compañía y de las oficinas de servicio. Estos mensajes están dirigidos a un amplio público, sumando campañas específicas para nuestros empleados y agentes. En 2019 lanzamos la campaña #NosVemosEnLaEsquina, a la que dimos continuidad este año. La irrupción de la pandemia nos hizo replantear el programa, transformándolo en un llamado a la responsabilidad que todos tenemos como ciudadanos para prevenir prácticas de riesgo de contagio por COVID-19, a través de una similitud entre mejores prácticas en la vía y en la casa, de prevención y cuidado. Apoyamos el Decenio de la Acción para la Seguridad Vial, declarado por las Naciones Unidas en 2011, para la colaboración entre gobiernos, empresas y organizaciones de la sociedad civil. Nuestra subsidiaria Quálitas Insurance Company (QIC) es miembro del Insurance Institute for Highway Safety (IIHS) (E.E.UU.). A través de nuestra participación en la Asociación Mexicana de Instituciones de Seguros incidimos en la cultura del seguro en beneficio de la

Continúa en siguiente hoja

Página 13 de 21

Fecha	Sección	Página
22.12.2021	Revista	3-14-34

sociedad con autoridades estatales y federales.  
**XII.** La información que entregamos a los asegurados incluye las condiciones generales de las pólizas, los derechos de las partes y un glosario de términos para facilitar su entendimiento.  
**XIII.** De forma anual se capacita a todos los empleados en Protección y de datos personales. Contamos con el aviso de privacidad y damos cumplimiento a lo establecido en la regulación. Resguardamos por

tanto la información de los asegurados, conforme a los sistemas, procesos y medidas complementarias señaladas. Disponemos además de una póliza contra ataques de ciberseguridad por USD \$1,000,000. Cabe destacar que en el año no tuvimos incidentes con robo y/o fuga de información, ni denuncias por mal uso de nuestra parte. El pago en línea de los asegurados en nuestros sistemas está certificado conforme a la norma PCI DSS, (Payment Card Industry, Data Security Standard) para las operaciones de Quálitas Compañía de Seguros, al cumplir con los requerimientos de los estándares del PCI Council sobre seguridad en el manejo de los datos sensibles.

## I. 21 II. Sanofi México

**III.** • Política anticorrupción • Entrenamientos de compliance  
**IV.** Cemefi – 2 años Empresa Responsable # 1 (Ranking 2020)  
**V.** n.d.  
**VI.** n.d.  
**VII.** Sistema de global / estudio de materialidad (Mx)  
**VIII.** • Todas las políticas de RRHH • Norma 035 • Línea de ayuda • Encuestas de clima laboral • Certificación de Top Employer  
**IX.** • Programa take care and be well • Programa de beneficios de Sanofi • Capacitación constante • Oportunidades de crecimiento – Política • Circuitos de salud • Campañas de finanzas personales • Programa de pensión privado

**X.** • Personal con carro asignado – Carro híbrido • Programa de manejo de residuos • Energías renovables en planta y oficinas • Mantenimiento de equipos de planta y oficinas  
**XI.** • Trabajo con asociaciones en favor de los pacientes • Foro de voces por la vacunación anual • Premio Vacunar para dar oportunidades • Difusión sobre enfermedades para público en general a través de redes sociales  
**XII.** Información en los empaques de los productos Educación médica continua  
**XIII.** • Código de ética • Área encargada de la protección de datos • Entrenamientos relacionados en el tratamiento de datos • Apego a regulación vigente: Derechos arco y aviso de privacidad

## I. 22 II. Pepsico

**III.** En PepsiCo todas sus acciones y decisiones en oficinas corporativas, plantas de manufactura, centros de distribución y en nuestros mercados, se rigen bajo el Código de Conducta Global, el cual nos guía para llevar a cabo su negocios de manera correcta. Les exige actuar con ética y que todos. Realizan su trabajo con responsabilidad, respeto dentro y fuera del lugar de trabajo, Actuemos con integridad en el mercado, Garanticemos la ética en nuestras actividades de negocios. Este Código aplica a- Todos los empleados de PepsiCo en el mundo (incluyendo a los empleados de nuestras subsidiarias). Los miembros del Consejo de Administración de PepsiCo cuando actúan en su carácter de directores. A las empresas de coinversión de PepsiCo sobre las cuales PepsiCo tiene el control de la administración, y a cada empleado, funcionario y director de dichas empresas.

**IV.** PepsiCo ha recibido premios a nivel global que reconocen proyectos que promueven la diversidad e inclusión, avanzan las metas de desempeño con sentido y generan un impacto positivo en las comunidades- Este 2021, reconoció a PepsiCo como una de las Empresas Responsables. La empresa ocupó la posición 59. Ranking 500 empresas más importantes de México 2021: Lugar #47, Certificación Top Employers 2021, Ranking Las 25 mejores empresas para trabajar de LinkedIn 2021: Posición #18, Ranking Mamá Godín 2021 Lugar #1, Los Mejores CHROs de Mundo Ejecutivo 2021: Gabriela García, Ranking Las Mejores Empleadoras 2019 de Mundo Ejecutivo: PepsiCo lugar #20, Ranking "Equidad MX", de mejores prácticas inclusivas, por Human Rights Campaign. Lo hemos obtenido cuatro años consecutivos. Súper Espacios ( ) 2019: Ganamos el lugar #3, más un reconocimiento especial por Responsabilidad Social, "Los 41 ejecutivos LGBT", en 2019 y en 2020. Reconocimiento a nuestro talento diverso, Distintivo "Empresa Familiarmente Saludable" (Secretaría del Trabajo y Previsión Social), Distintivo "Empresa Incluyente Gilberto Rincón Gallardo" (Secretaría del Trabajo y Previsión Social), Distintivo Organización Responsablemente Saludable: Nivel Cultura (el más alto reconocimiento), otorgado por Work Place Wellness Council México. En febrero de 2020, PepsiCo recibió el Distintivo Empresa Responsable de CEMEFI y AllARSE:

**V.** En PepsiCo, colaboran con clientes, consumidores y las comunidades donde tenemos presencia son nuestras prioridades. Además, PepsiCo es socio de varias organizaciones sin fines de lucro y no gubernamentales para hacer de nuestra industria una más competitiva, intercambiar mejores prácticas y mejorar la calidad de vida y desarrollo de nuestras comunidades. Algunos de estos actores, por ejemplo, son ConMéxico, CEMEFI, ECOCE, FUNDES, International Youth Foundation, The Nature Conservancy, Save the Children o Un Kilo de Ayuda. Recientemente, nos aliamos con Grupo Trimes y el CIMMYT para promover prácticas agrícolas sustentables.

**VI.** Crean sus recurso ESG Topics AZ para abordar en detalle la amplia gama de temas relacionados con la sustentabilidad que son importantes para nuestro negocio y nuestros grupos de interés clave. Estos

incluyen muchos abordados por nuestra ambición positiva de PepsiCo , pero también profundiza en temas adicionales que son de interés para ciertas partes interesadas. Este recurso también contiene divulgaciones alineadas con una serie de marcos clave de informes ESG, incluida la Iniciativa de Informes Globales (GRI), el Grupo de Trabajo sobre Divulgaciones Financieras Relacionadas con el Clima (TCFD) y el Consejo de Normas Contables de Sostenibilidad (SASB). Haga clic en cada uno de nuestros temas en el índice a continuación para obtener más información, incluida la estrategia, el progreso y las políticas relevantes

**VII.** Board de la Fundación PepsiCo México, conformada por miembros del Comité Ejecutivo del negocio.

**VIII.** Cuentan con una línea de denuncias y quejas, a la que llaman Speak Up, para que sus colaboradores reporten cualquier asunto, proceso o hecho en el que se sientan vulnerados de cualquier forma. Realizamos assessments laborales cada año a nuestras operaciones para asegurar el cumplimiento básico a nuestros colaboradores.

Aplican por PepsiCo Global auditorías de derechos humanos a nuestras operaciones para asegurar su pleno respeto y cumplimiento. Contamos con Equipos Laborales (empresa-sindicato) que regula y asegura se cumplan con los derechos laborales a los miembros de nuestro equipo. Tenemos certificaciones laborales que avalan el total cumplimiento de sus políticas y prestaciones laborales, como Great Places To Work, Equidad MX (que entrega Human Rights Campaign), certificación por parte de Conapred, entre otras.

**IX.** En PepsiCo Alimentos México tienen el compromiso de crear una cultura que empodere a su talento social, personal y profesionalmente. Les ofrecemos herramientas para impulsar sus carreras y desarrollar líderes que inspiren para lograr un desempeño sobresaliente. Contamos con programas de desarrollo que ofrecen las mismas oportunidades a hombres y mujeres, y les permiten obtener un balance entre su vida laboral y personal; por ejemplo, cuando se trata de maternidad o paternidad. Diseñamos políticas que faciliten la retención laboral de las mujeres durante las distintas fases de su vida o para que puedan reintegrarse a la vida laboral si se alejaron por un tiempo. Asimismo, buscamos empoderarlas mediante iniciativas como, Inspira un programa para talento femenino de niveles gerenciales y de dirección que busca apoyar el desarrollo de su carrera y liderazgo e incrementar su capacidad estratégica. E-Motion enfocado en las mujeres que están en el área de ventas. Cuenta con 3 pilares: trabajo y carrera, balance de vida y posicionamiento de carrera. Consideramos la diversidad y la inclusión como claves del éxito. Por ello, creamos los siguientes programas, Golden Years para incorporar a la vida laboral a personas de entre 50 y 60 años en áreas de operación de PepsiCo. LíneaHI una línea de manufactura operada por personas con discapacidad auditiva. First Gen un programa de becarios que busca desarrollar en talentos que siguen estudiando habilidades como experiencias funcionales, conocimiento

Continúa en siguiente hoja

Página 14 de 21

Fecha <b>22.12.2021</b>	Sección <b>Revista</b>	Página <b>3-14-34</b>
----------------------------	---------------------------	--------------------------

del negocio y desarrollo de liderazgo. Next Gen un programa dirigido a recién graduados y talento joven que busca fortalecer la banca de mandos medios PepsiCo. También proveemos un trabajo digno y bien remunerado para todas las mujeres y los hombres pertenecientes a la comunidad LGBTQ+. En PepsiCo potenciamos el trabajo de este talento diverso a través de EQUAL, un movimiento que apoya a la comunidad LGBTQ+, tanto interna como externamente. A través de nuestra Fundación PepsiCo México y Doritos Rainbow, buscamos apoyar a personas de la comunidad LGBTQ+ y a sus familiares con talleres que les ayudan en temas como autoestima y aceptación. En 2019, PepsiCo Alimentos México obtuvo el reconocimiento, por tercer año consecutivo, "HRC Equidad MX Global Workplace Equality Program", gracias a sus iniciativas laborales que promueven la diversidad y la inclusión. Este 2021, presentamos un Manual de Inclusión para Personas Trans. También promovemos el desarrollo de estilos de vida que favorezcan la salud, prevengan enfermedades, mejoren el rendimiento físico y mental e impulsen el manejo de emociones. Nuestro programa de wellness es muy robusto e incluye programa de fitness y clases, nutrición, mindfulness, y línea de apoyo para bienestar de varias áreas. También tenemos campañas de salud en las localidades donde tenemos operaciones.

X. Parte de nuestra visión "Hacia un sistema alimentario más sostenible", uno de nuestros pilares de acción es combatir el cambio climático. Para ello, implementamos acciones concretas como reducir las emi-

siones de gases de efecto invernadero en nuestra cadena de valor. En 2019, cerramos con más de 300 unidades híbridas, siendo una de las flotas sustentables más grandes de PepsiCo. Derivado del reemplazo de nuestra flota en 2019, reduciremos el consumo de 9.5 millones de litros de combustible que, a su vez, se traducen en 17 mil toneladas menos de CO2 emitidos a la atmósfera. Tenemos el objetivo de reducir en 75% los GEI en nuestras operaciones directas para 2030.

XI. PepsiCo Alimentos México es un importante motor de la economía en México. Como la empresa líder del sector, tenemos un músculo económico que nos permite aportar el equivalente al 0.4% del PIB anual. Además, somos uno de los mayores empleadores del país: junto con nuestro socio embotellador, damos empleo directo a más de 81,000 personas, además de otros 40,000 empleos tan sólo en el campo mexicano. Aunado a ello, cada empleo directo genera 1.4 empleos indirectos adicionales.

XII. Sus marcas están en contacto con millones de personas cada día, por lo que actuar con responsabilidad y transparencia va de la mano con la protección del valor de los consumidores. En ese sentido, la información, publicidad o mercadotecnia de nuestros productos refleja los altos estándares éticos de la compañía; es confiable, entendible y cumple con todas las normas vigentes.

XIII. Sus principios de privacidad establecen una base consistente a nivel global. PepsiCo tiene el compromiso de cumplir con las leyes de privacidad aplicables en los países donde realiza sus negocios.

## I. 23 II. Michelin

III. Tienen una política anticorrupción de la cual el 100% de los empleados recibe capacitación y evaluación de su aplicación de forma anual.

IV. Premio al Mérito empresarial del Estado de Qro (Categoría Sustentabilidad) en 2019 Mención honorífica. Premio al mérito empresarial del Estado de Querétaro (Categoría Competitividad) en 2018.

V. n.d

VI. n.d.

VII. Cuentan con comité de RSE, compuesto por el CEO, CAO, directores de las plantas y tenemos reuniones bimensuales. Donde se auditan las actividades realizadas y por realizar.

VIII. 1. Se tienen prácticas de reclutamiento incluyentes, las cuales evitan todo tipo de discriminación. Por ejemplo, en Michelin no se piden exámenes de sangre para validar si la persona está embarazada o tiene VIH. 2. Se firma un contrato individual/colectivo de trabajo por ambas partes. 3. Los colaboradores tienen libertad de asociación (ej. Sindicato). 4. Los colaboradores son pagados con un salario por arriba del mínimo establecido, en un periodo quincena. 5. Los pagos salariales son respaldados con CFDI'S (facturas). 6. Los pagos del IMSS y del INFONAVIT son cubiertos al 100%.

IX. En Michelin contamos con un programa de bienestar corporativo mediante el cual se cuida el bienestar físico, psicológico y familiar de todos los trabajadores.

X. Monitoreo dentro de norma de todas nuestras fuentes fijas y móviles de gases, vapores, partículas, polvos. -Actividades de reforestación anuales. -Cálculo y Monitoreo de la huella ambiental de las operaciones, así como el cumplimiento de objetivos de disminución. -Capacitación a toda la empresa sobre las causas del cambio climático y cómo actuar para mitigarlo.

XI. "Promueven las políticas públicas que apoyan a la práctica del lavado de llantas. -Promovemos las políticas públicas para la prevención de accidentes viales. -Promovemos políticas públicas relacionadas al reciclaje y economía circular de los productos."

XII. Sus fuente oficial es la página web, en la cual el consumidor podrá encontrar la información objetiva e imparcial. Toda información o datos de desempeño están soportados por pruebas realizadas por el grupo Michelin. De igual manera, nuestros productos cuentan con la certificación NOM, la cual le da la información general del producto: medida, características de seguridad y desempeño,

XIII. n.d

## I. 24 II. Lexmark Internacional

III. Código de conducta, línea de ética

IV. Empresa socialmente responsable (CEMEFI)

V. Comunidad, empleados, proveedores

VI. n.d.

VII. Documenta el reporte CSR en colaboración con todas las geografías de Lexmark

VIII. Sistema de gestión humano por escrito, políticas, código de conducta, contratos, beneficios, etc. Toda esta documentado y al alcance de los empleados

IX. Programa de capacitación regulatoria, Estudios de riesgo en las áreas de trabajo, Programa de ergonomía, Monitores de salud, Estamos certificados en ISO-45001 la cual requiere contar con una política enfocada a Salud y Seguridad Ocupacional

X. Mantiene proyecto de reducción de consumo eléctrico que impacta directamente la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero

XI. No aplica

XII. n.d.

XIII. Document Management - Lexmark Privacy Policy.pdf - All Documents

## I. 25 II. HR Ratings

III. A través de una constante auditoría a través del área de riesgos y cumplimiento de la normatividad interna de HR Ratings.

IV. n.d.

V. Sector Financiero e Inversionistas ( DUDA, DEFINIR BIEN)

VI. n.d.

VII. En el reporte de Sustentabilidad lo especifica.

VIII. "Programas continuos de balance entre vida personal y profesional, apoyo personalizado y seguimiento a todos los colaboradores, certificación GPTW desde 2015, aplicación de encuestas de clima laboral de manera anual, evaluaciones de desempeño, programas de capacitación y política de puertas abiertas."

IX. Apoyos económicos para promover el ejercicio, el entretenimiento y la salud.

X. Durante 2020, COVID-19 nos ayudó a concientizar el impacto de emisiones de CO2 que se pueden llegar a disminuir dentro de las oficinas.

Sin embargo, el reto para 2021 es disminuir las emisiones de CO2 dentro de los hogares de los colaboradores. Es por eso, que, durante 2021, HR Consciente reforzará la comunicación en la empresa, en donde se darán consejos de prácticas sencillas como reciclaje, composta, ahorro de electricidad, ahorro de agua, reducción de desechos, reducción de uso de plástico, etc. Por otro lado, hemos tenido avances en alianzas estratégicas con diferentes organizaciones que ayudan a promover las finanzas sustentables y que no tienen un impacto directo en emisiones

Fecha	Sección	Página
22.12.2021	Revista	3-14-34

de la empresa. En 2020, HR Ratings se convirtió en signatario del PRI y continuamos siendo parte del CCFV. Asimismo, continuamos con el distintivo ESR y seguimos apoyando a nuestra sociedad en el mes pride y el día de las mujeres. Todo lo anterior con la finalidad de difundir nuestra filosofía entre los colaboradores, sus familias y nuestros clientes

**XI.** No aplica

**XII.** Si, su metodologías son públicas, contamos con una página web en donde los clientes y proveedores pueden localizar toda la información.

**XIII.** Firmaron NDA con todos los clientes y nuestros reportes se hacen públicos sólo si lo permiten los clientes.

## I. 26 II. Grupo Traxión

**III.** En Traxión llevamos a cabo todas nuestras operaciones y negocios de manera íntegra y en cumplimiento a la normativa aplicable. Por ello, asumimos un compromiso de cero tolerancia a la corrupción. Este compromiso tiene como finalidad promover una cultura ética corporativa y de combate a la corrupción entre todos los integrantes de Traxión, en todos los niveles de la estructura, para establecer pautas de ejemplaridad que orienten nuestra actividad empresarial con base en los principios éticos, de transparencia, integridad, honestidad y trascendencia que rigen a nuestra empresa. Recientemente Grupo Traxión S.A.B. de C.V. obtuvo la certificación internacional de conformidad con las Normas ISO 37001:2016 "Sistema de Gestión Antisoborno" y constancia de cumplimiento de ISO 19600:2014 en "Sistema de Gestión Compliance (cumplimiento normativo Fiscal/ Prevención de Lavado de Dinero)", que avalan los fundamentos de operación de Traxión y su sistema

para prevenir, detectar y enfrentar situaciones de este tipo y estimular mejores prácticas de cumplimiento, aunado a su proceso interno de toma de decisiones, la ética empresarial, gobernanza, cumplimientos contractuales y de obligaciones.

**IV.** n.d.

**V.** n.d.

**VI.** n.d.

**VII.** n.d.

**VIII.** n.d.

**IX.** n.d.

**X.** n.d.

**XI.** n.d.

**XII.** n.d.

**XIII.** n.d.

## I. 27 II. Diageo

**III.** En 2021 fueron reconocidos como una de las empresas más éticas de México. Hacen lo correcto, apuntalados por una estructura de gobierno corporativo y un robusto programa de controles, cumplimiento y riesgos, nuestro Código de Conducta habilita a los empleados a tomar las decisiones correctas. El programa de controles, cumplimiento y riesgos ayuda a proteger y mejorar todos los diferentes aspectos de nuestro negocio y nos diferencia de la competencia. Todos los colaboradores tenemos un rol importante en mejorar nuestra cultura y reputación de integridad al vivir de manera consistente nuestros valores, además de implementar los principios de nuestro programa en actividades cotidianas. Durante el año se realizan capacitaciones constantes para asegurar que todos estén familiarizados con el Código y el Programa.

**IV.** Han recibido varios reconocimientos y certificaciones como Empresas Responsables de , Certificación FSA, CEMEFI, Dow Jones, GPTW, entre otros.

**V.** "Son los administradores de algunos de los más icónicos marcas en el mundo, construidas durante generaciones por emprendedores que entendieron la importancia de soluciones pioneras e invertir para crear valor duradero. Nuestra estrategia sigue su ejemplo, al pionera en sostenibilidad de grano a vidrio, defender la inclusión y la diversidad, y promover el consumo positivo de alcohol. Tiene como objetivo aprovechar todo nuestro negocio para crear valor para nosotros y para las comunidades donde vivimos, trabajamos, fuente y vender. Mejorando las relaciones de nuestras marcas con los consumidores, ganándose la confianza de partes interesadas, construyendo nuestra resiliencia y productividad, rendimiento de conducción y mitigar el riesgo, nuestra estrategia es clave para asegurar nuestra el negocio continúa creando calidad sostenida crecimiento a largo plazo. Estos objetivos están respaldados por un compromiso para un gobierno corporativo sólido y transparente informes. El respeto por los derechos humanos, incluidos el derecho a la salud y la seguridad está integrado en todos los aspectos de nuestro negocio."

**VI.** Cada año, Diageo produce más de 6.5 billones de litros de sus marcas en más de 130 plantas de manufactura en cerca de 30 países. Reconocido que el impacto ambiental no se limita sólo a las instalaciones de Diageo, los objetivos al 2020 reflejan la necesidad de una mejor administración del agua y emisiones de carbono en toda la cadena de suministro. Esta mentalidad avanzada y un acercamiento integral significan que trabajarán constantemente con los proveedores, esforzándose para separar el crecimiento del negocio del impacto en el medio ambiente.

**VII.** n.d.

**VIII.** Están comprometidos para convertirse en una de las compañías de consumo masivo más confiable y respetada. Como parte de ese compromiso, sus empleados y quienes compran los productos en todo el mundo los conocen por sus valores. Respetan y valoran los derechos humanos de cada uno según lo articulado en la Declaración Universal de Derechos Humanos. En los lugares de trabajo y las comunidades en las que operan, creen que el compromiso de respetar los derechos humanos es fundamental para su forma de hacer negocios. Ellos reconocen que son responsables del impacto de sus operaciones en los empleados, en los consumidores de sus productos y en las comunidades en las que ellos operamos.

**IX.** Hay acciones continuas que promueven el desarrollo y balance de vida y tenemos un programa interno de beneficios enfocados en vida balanceada y saludable. Por ejemplo, nuestra política de Licencia Familiar

**X.** n.d.

**XI.** Promovemos el bienestar de las comunidades donde operamos y en todos los sitios trabajamos de cerca con diferentes organizaciones nacionales e internacionales, cámaras, asociaciones y como asesor para que así sea. Como parte de sus actividades comerciales, Diageo se relaciona con gobiernos, grupos de interés público, asociaciones industriales y una amplia gama de otros organismos similares en todo el mundo. Al hacerlo, nuestro objetivo es siempre cumplir con todas las leyes que rigen la actividad política. Nuestro equipo de Relaciones Corporativas gestiona nuestro compromiso con las políticas públicas, evaluando el riesgo y con el objetivo de respaldar la ejecución de la estrategia comercial y de mercado, incluido, por ejemplo, el compromiso con la promoción del consumo positivo de alcohol o la política gubernamental / regulatoria o fiscal. El equipo también evalúa riesgos y oportunidades frente a la estrategia de Relaciones Corporativas a nivel de mercado y global. El enfoque de la gestión de riesgos incluye los riesgos de política pública / compromiso que también son revisados por el Comité Ejecutivo, el Comité de Auditoría y el Comité de Auditoría y Riesgos como parte de la actividad general de gestión de riesgos corporativos. Las revisiones recientes han llevado a un mayor énfasis en la regulación fiscal y una revisión de nuestra estrategia de consumo positivo

**XII.** Brindamos a nuestros consumidores con la información y herramientas que necesitan para tomar decisiones responsables sobre cómo y cuánto beber, o no.

**XIII.** Cumplen con las regulaciones locales e internacionales de privacidad y manejo de datos personales.

## I. 28 II. Productos Roche

**III.** "El tema se encuentra abordado en el Código de Conducta del Grupo Roche, en el Código de Conducta para Proveedores del Grupo Roche.

El tema se aborda a través de diversos esfuerzos como entrenamientos provistos por equipos internos o externos de manera periódica y a

Continúa en siguiente hoja

Página 16 de 21

Fecha	Sección	Página
22.12.2021	Revista	3-14-34

través de campañas de sensibilización específica. Durante 2020 y 2021 se han realizado campañas internas y externas, como las siguientes, en las cuales el tema ha sido abordado: "Compliance es Compartir, Conectar y Co Crear", Compliance Summit, Legal Week, entre otros. Roche cuenta con una línea de reporte anónima denominada Speak Up Line, a través de la cual pueden reportarse incidentes de esta naturaleza."

- IV. "Distintivo RSE CEMEFI, MERCO, RSE"
- V. Análisis de materialidad (médicos, funcionarios públicos, distribuidores, socios comerciales).
- VI. "n.d"
- VII. Código de conducta de empleados y proveedores, políticas y procedimientos relacionados.
- VIII. Mediante la celebración de contrato individuales de trabajo por tiempo indeterminado con cada uno de nuestros colaboradores, garantizando el estricto apego a lo establecido en la ley federal del trabajo y otorgando mejores prestaciones que las que marca la Ley y mediante la implementación de políticas internas bajo el mismo tenor.
- IX. Campaña global de live well, la cual ofrece a los empleados actividades de bienestar, gimnasio, cápsulas de mindfulness y nutrición. Servicios de atención médica, exámenes médicos periódicos y check ups para ejecutivos. Así mismo, en diversas áreas se ofrecen cursos de capacitación para los empleados de impacto laboral, recreativos, finanzas personales.
- X. Roche se comprometió a cumplir los 12 objetivos de desarrollo sustentable de la ONU, por lo que nos hemos establecido objetivos para cada punto, incluido el de acciones por el clima. Algunos son objetivos de largo plazo, pero ya se ha iniciado por ejemplo en el objetivo de reducir la cantidad de vuelos comerciales.
- XI. Roche apoya de manera permanente a iniciativas generadas por Organizaciones de la Sociedad Civil en beneficio de la población, y que tienen un enfoque a diferentes causas de salud. Estas iniciativas van desde campañas informativas acerca de padecimientos hasta impulso de distintas iniciativas que les ayuden a generar un impacto positivo en la población mexicana.

XII. En Diálogo Roche se proporciona Educación Médica Continua haciendo referencia a artículos médicos, awareness del padecimiento, detección y referencia oportuna y estudios disponible, no existe otra plataforma en Roche que tenga estas capacidades. Solo a través del equipo Customer Facing

- XIII. "El tema se encuentra abordado en el Código de Conducta del Grupo Roche, en el Código de Conducta para Proveedores del Grupo Roche. Roche cuenta a nivel global y local, con un equipo especializado en garantizar la protección de datos personales. Este equipo tiene sesiones mensuales de discusión y entrenamiento, es denominado "Data Privacy Network" y los miembros se denominan Coordinadores de Privacidad de Datos u Oficiales de Privacidad de Datos. Roche cuenta con diversos sitios, globales y locales, en los cuales se depositan guías, directivas, documentos de posición, procedimientos y entrenamientos relacionados con Privacidad de Datos, así como materiales para realizar análisis de riesgos. El tema se aborda a través de diversos esfuerzos como entrenamientos provistos por equipos internos o externos de manera periódica y a través de campañas de sensibilización específica. Roche cuenta con una línea de reporte anónima denominada Speak Up Line, a través de la cual pueden reportar incidentes de esta naturaleza. La línea, que puede ser telefónica o vía web, es gestionada por un tercero independiente a Roche, con la intención de garantizar la objetividad y confidencialidad del reporte. El tema de "Privacidad de Datos" está considerado como un incidente de ética empresarial, en la política local "COMP.2 Incidentes de Ética" y en otros procedimientos globales. Como parte del programa anual de Privacidad de datos, el equipo de Compliance ha realizado diversas capacitaciones sobre Privacidad de datos para proveedores que manejan datos personales según lo requerido por Roche. En noviembre de 2019, Roche recibió una Auditoría y obtuvo una Certificación por parte del INAI (Autoridad Local de Privacidad de Datos) sobre su nivel de cumplimiento ante la ley local y la implementación de buenas prácticas, en cuanto al manejo de la privacidad de datos en: procesos de RRHH, Interacción con HCP, PSP y Farmacovigilancia"

## I. 29 II. Conservas La Costeña

- III. La Costeña® cuenta con una política de anticorrupción para prevenir y evitar este tipo de actividades
- IV. "CEMEFI, Distintivo Empresas Socialmente Responsables Industria Limpia Empresa Socialmente Responsable – y Merco "
- V. Consumidores, proveedores, gobierno, inversionistas, organizaciones sociales, organismos empresariales, colaboradores.
- VI. Cemefi – Distintivo ESR
- VII. Código de ética y conducta La Costeña®
- VIII. "• Acciones puntuales a través de toda nuestra cadena de valor, velando por el bienestar de nuestros colaboradores

- Alineación al Código de ética y conducta La Costeña en todo momento
- La Línea ética de denuncia es un medio directo para hacer llegar cualquier denuncia por las faltas a nuestro Código de ética y conducta. "
- IX. Programas y campañas de concientización de salud internas
- X. La Costeña® hace uso de fuentes renovables de energía como: solar y cogeneradora de biogás.
- XI. Código de ética y conducta
- XII. "Etiquetado de productos "
- XIII. Política de privacidad a clientes

## I. 30 II. Bristol Myers Squibb de México

- III. BMS prohíbe el soborno, las comisiones clandestinas y los pagos indebidos en cualquier lugar del mundo, aun cuando al rechazar dicho pago BMS pierda una oportunidad de negocios. No ofrecemos pagos indebidos, beneficios ni nada de valor con el fin de influir en las decisiones, obtener o retener negocios o de otra manera asegurar una ventaja indebida. BMS se compromete a cumplir con las leyes y normas de anticorrupción internacionales.
- IV. El Centro Mexicano de la Filantropía, A.C. (Cemefi) y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial (AliaRSE) han otorgado a Bristol Myers Squibb el Distintivo como Empresa Socialmente Responsable 2020, en la categoría de Empresas Grandes, al haber 9 cumplido con los estándares solicitados por estas instituciones en las áreas de: • Ética Empresarial • Calidad de Vida en la Empresa • Gestión de la RSE • Cuidado y Preservación del Medio Ambiente • Vinculación con la Comunidad.
- V. Pacientes, médicos, organizaciones civiles e instituciones que atienden enfermedades graves como el cáncer
- VI. A través de un análisis se establecen las acciones de trascendencia, es decir aquellas que tendrán mayor impacto y duración en la sociedad en el corto, mediano y largo plazo. Bajo esta premisa contamos con programas, por ejemplo, de formación para Médicos y Enfermeras o Educación Médica Continua, donde se llevan a cabo diferentes actividades a lo largo del año con el fin de contribuir a mantener actualizada

- a la comunidad médica con información científica, para contar con médicos capacitados que brinden a la población atención oportuna, diagnósticos correctos y referenciación del paciente a especialidades correspondientes.
- VII. Existe un grupo de Responsabilidad Social integrado por 10 empleados que, de forma parcial y adicional a su rol en la organización, se dedican al programa. • Equipo Biopharma de Responsabilidad Social es el equipo de Responsabilidad Social de BMS, el cual fue conformado para formalizar las acciones que ya venían realizando periódicamente. La misión de este equipo es unir los esfuerzos de BMS y sus colaboradores para beneficiar a nuestros grupos de interés que se encuentran en el centro de cada una de las acciones que realizamos, donde siempre ponemos la pasión. • El Equipo Biopharma de Responsabilidad Social tiene tres objetivos: • Vivir día a día la nueva cultura de RSE e integrarla al ADN de BMS en cada una de las actividades diarias de los empleados • Colaborar y desarrollar alianzas de valor con Asociaciones, ONG's, Fundaciones y Gobierno para generar un impacto dirigido y de valor • Y que cada una de nuestras acciones impacte positivamente a los actores a los que dirigimos nuestras acciones
- VIII. A través de principios rectores globales, BMS mantiene y reafirma su compromiso para proporcionar un entorno de trabajo flexible que sea inclusivo, colaborativo y energizante al ofrecer un enfoque simplifi-

Continúa en siguiente hoja

Página 17 de 21

Fecha	Sección	Página
22.12.2021	Revista	3-14-34

cado y basado en un enfoque de principios. Los principios de integridad a este respecto señalan: Independientemente de si interactuamos personalmente o si nos comunicamos por escrito o por medios electrónicos, lo haremos de manera profesional y respetuosa. Específicamente, el uso de lenguaje ofensivo, palabras o acciones intimidatorias u hostiles y un comportamiento no profesional se oponen a estos Principios. Reforzamos la importancia de entablar relaciones sólidas, crear una cultura inclusiva y apoyar a los miembros del equipo para alcanzar objetivos compartidos.

**IX.** Ofrecemos distintos talleres y cursos de manera continua, que tienen como fin el bienestar personal y profesional de nuestros empleados a través de nuestra plataforma learning @bms. Por ejemplo, hay sobre carrera y desarrollo, salud y bienestar, vida y trabajo, etc.

**X.** Definen una meta o porcentaje de manera global para todas nuestras instalaciones a fin de mejorar el uso de los recursos y, de igual forma, implementamos campañas como el Día Mundial del Medio Ambiente, Día de la Tierra o el Agua para brindar información y generar conciencia entre nuestros colaboradores y sus familias.

## I. 31 II. Dow

**III.** La empresa cuenta con una política anticorrupción

**IV.** Dow rankado en el Dow Jones Sustainability World Index 2020 Este es el 21° año en que Dow ha logrado este prestigioso ranking como una de las principales empresas de la industria química mundial en términos de rendimiento de sostenibilidad. Dow gana cuatro Premios a la Sostenibilidad 2020 de Business Intelligence Group Recibió cuatro premios de sostenibilidad del Business Intelligence Group (BIG) por innovaciones sostenibles, iniciativas sostenibles y liderazgo sobresaliente. Los premios de sostenibilidad de BIG honran a aquellos que han hecho de la sostenibilidad una parte integral de su práctica empresarial. Dow es finalista en los premios Inaugurales de Negocios Responsables de Reuters Events Sustainable Business (2020) Ha sido seleccionado como finalista para las categorías de transformación empresarial e innovación circular en Reuters Events Sustainable Business (Inaugural Responsible Business Awards 2020), la celebración de la excelencia empresarial responsable. El programa RENUVA™ de Dow gana el Premio a la Sostenibilidad de la Semana química (2020) Dow ganó el premio al Mejor Producto Sostenible por su Programa de Reciclaje de Colchones RENUVA™ en los Premios a la Sostenibilidad de Chemical Week. El Programa de Reciclaje de Colchones RENUVA™ contribuye al reciclaje de colchones de poliuretano al final de su vida útil en colaboración con la cadena de valor. Este proyecto convierte las espumas de poliuretano de los colchones al final de su vida útil (residuos) en uno de los principales componentes químicos de su polímero: el poliol. Dow es nombrado finalista en los premios Inaugurales de sostenibilidad de la Semana de la Química (9 de noviembre 2020) Dow anunció hoy que ha sido nombrado finalista en tres categorías de los Premios a la Sostenibilidad Inaugurales de chemical Week, que incluyen Mejor Producto Sostenible, Mejor Iniciativa Sostenible y Mejor Programa de Sostenibilidad. Los Premios a la Sostenibilidad 2020 de Chemical Week reconocen la excelencia en la presentación de informes y las iniciativas de Medio Ambiente y Gobernanza Social (ESG), como métricas ESG que se utilizan cada vez más para realizar un seguimiento del rendimiento y el progreso.

**V.** En Dow, lo asocian con comunidades y organizaciones para desarrollar iniciativas y patrocinios que resulten en soluciones que cambien la vida de las personas en el hogar y en todo el mundo. Dow colabora con proveedores de todo el mundo para ayudar proactivamente a nuestras empresas a cumplir y superar sus objetivos de rentabilidad, crecimiento, innovación y sostenibilidad. Al involucrar a nuestros empleados, comunidades y clientes, nos enfocamos en avanzar en soluciones sostenibles, construir comunidades inclusivas y desarrollar a los innovadores del mañana. Dow se compromete a realizar negocios con una base de proveedores pequeños y diversos.

**VI.** The report I ESG I Dow Corporate

**VII.** n.d.

**VIII.** Programa de horario flexible, Políticas de ausencia por voluntariado, Licencia de maternidad extendida, Licencia de paternidad extendida, Prestaciones de Ley, Código de conducta, Código de ética

**IX.** Programa de horario flexible, Sesiones de salud mental, Licencia de maternidad extendida, Licencia de paternidad extendida, Departamento de Salud ocupacional, Día de la familia en oficinas. Voluntariados,

**XI.** Por ejemplo, en temas de acceso, a través de nuestra participación en foros, en alianzas con cámaras empresariales, organizaciones civiles y en campañas con medios de comunicación buscamos impulsar políticas que promueven la competencia, innovación y desarrollo de medicamentos que estén alcance de toda la población

**XII.** BMS monitorea, evalúa e informa sobre los datos de seguridad asociados con nuestros medicamentos comercializados y nuestros medicamentos en investigación en ensayos clínicos. Para garantizar que cumplimos con nuestros requisitos de informes de seguridad en todo el mundo, los empleados deben informar de inmediato cuando se enteren de cualquier evento adverso u otros eventos asociados con cualquiera de nuestros productos. Nuestra publicidad y promoción serán exactas, veraces y consistentes con el etiquetado del producto aprobado y la ley aplicable. Solo utilizamos material de promoción aprobado con los profesionales de la salud o los pacientes.

**XIII.** Respetan y se centran cuidadosamente en la integridad, la privacidad y el uso apropiado de los datos a los que tenemos acceso, al mantener las normas y leyes vigentes en el país

Happy Moments, Seguro de salud para GMM, Préstamos corto plazo, ailes de despensa, Programas de ahorro, Fondo de pensión, Seguro de vida, Vales de restaurantes, Compra de acciones, Descuentos en establecimientos Gympass

**X.** Tienen objetivos en torno al avance de una Economía Circular y la Protección del Clima al centrarnos en dos cuestiones estrechamente vinculadas: reducir las emisiones de carbono y eliminar los desechos plásticos. Nuestro enfoque en "Proteger el clima" refleja nuestro compromiso de acelerar nuestro trabajo con nuestros proveedores, clientes y socios de la cadena de valor para garantizar que el ecosistema de Dow sea neutral en carbono para 2050. Queremos hacernos responsables en cada paso del camino, desde nuestras materias primas hasta el final de la vida de nuestros productos. Como parte de nuestro plan de acción para encaminarnos hacia la neutralidad de carbono para 2050, estamos comprometidos con implementar y desarrollar tecnologías para fabricar nuestros productos utilizando menos recursos. Para 2030, Dow reducirá sus emisiones netas anuales de carbono en 5 millones de toneladas métricas en comparación con su línea de base de 2020 (reducción del 15%). Para 2050, Dow pretende ser neutral en carbono (Alcance 1 + 2 + 3 más beneficios del producto).

**XI.** No esperan el cambio, lo hacemos realidad. Dow participa activamente en áreas de políticas públicas en la búsqueda de la innovación que cambie la forma en que una industria trabaja para tener un impacto profundo en los desafíos globales y sociales, incluida la sostenibilidad. Participamos activamente de procesos de parlamento abierto como en la reciente Ley General para la Prevención y Gestión Integral de los Residuos (LPGIR) y la Ley General de Economía Circular (LGE) o la NOM-003 NOM-003-ENER-2021, Eficiencia térmica de calentadores de agua para uso doméstico y comercial

**XII.** Dow México: Dow provee un portafolio avanzado de clase mundial, sustentable, y con productos de punta que nos permite ofrecer soluciones diseñadas para alcanzar casi todos los desempeños, necesidades o negocios. Dow combina la química, biología y la física para crear productos innovadores que ayuden al progreso de la humanidad. Proveemos una visión de futuro e innovación en los mercados alrededor del planeta con soluciones que son esenciales para el progreso humano.

**XIII.** Privacidad de datos De acuerdo con el valor de respeto por las personas de Dow, respetamos la privacidad de personas y proteger sus datos personales; Manejamos los datos personales de manera responsable y de acuerdo con los datos de Dow, Política de protección / privacidad, obligaciones contractuales y leyes locales, Usamos datos personales solo para fines comerciales legítimos, Somos abiertos y transparentes sobre los fines para los que utilizamos datos, Protegemos los datos personales de la divulgación no autorizada, Limitamos la divulgación de datos personales confidenciales a aquellos que están bajo obligaciones profesionales de confidencialidad y que estén capacitados en el manejo de este tipo de información, Los ejemplos de "datos personales" incluyen: dirección, edad, empleo y educación e información sobre formación. Algunos ejemplos de "datos personales sensibles" incluyen: información médica, números de cuentas finan-

Continúa en siguiente hoja

Página 18 de 21

Fecha <b>22.12.2021</b>	Sección <b>Revista</b>	Página <b>3-14-34</b>
----------------------------	---------------------------	--------------------------

cieras, números de seguro social, raza, religión, orientación sexual, condenas penales y afiliaciones políticas.

## I. 32 II. Conagra Foods

**III.** La organización cuenta con un Código de Conducta Corporativo, además de capacitación y certificación anual.

**IV.** 8 años consecutivos obteniendo el distintivo ESR ante CEMEFI y 6 años certificados como Empresa con Responsabilidad Sociolaboral emitida por el Gobierno de Guanajuato

**V.** Comunidad interna [Colaboradores(as), sindicatos, familias], inversionistas, clientes y consumidores(as), proveedores, comunidad [organizaciones de la sociedad civil, vecinos(as), autoridades locales], gobierno, competencia, medio ambiente (generaciones futuras)

**VI.** Completando todas las evidencias requeridas por Cemefi para lograr la obtención del distintivo. Contamos con todo lo que a nivel estatal se solicita para que nos den el Certificado de Empresa Sociolaboral, así como el recorrido que vienen a hacer en la planta y entrevistas a los(as) trabajadores(as). Responsable obteniendo el nivel más alto con validez de 3 años en 2 ocasiones consecutivas En cada revisión de la Secretaría del trabajo se cumple y no tenemos ninguna observación. Se atiende la auditoría que requiere Walmart de Responsible sourcing (Sedex 4 pilares) para poder maquilar, cumpliendo con todos los requisitos laborales, de ecología, vinculación con la comunidad y todos nuestros temas éticos que están en el Código de Conducta, logrando una evaluación en verde por parte de Walmart, lo cual implica que nos auditan cada 2 años y no cada año como a otras empresas.

**VII.** La organización cuenta con un Código Conducta corporativo, valores corporativos que rigen nuestras operaciones, Comités de Ética y Cumplimiento, políticas y procedimientos, así como Certificaciones y auditorías (internas y externas)

**VIII.** n.d.

**IX.** Sí, en la compañía contamos con diversos programas: promovemos el desarrollo constante de nuestra gente, lo que nos llevó a garantizar que todo nuestro personal sindicalizado tuviera terminada la primaria y la secundaria como mínimo, ofreciendo también la preparatoria abierta. Asimismo, contamos con programas de salud y damos seguimiento en planta a nuestro personal con alguna enfermedad crónica como diabetes, hipertensión y sobrepeso. Contamos con un programa de asistencia y apoyo a nuestros(as) trabajadores(as) llamado Conagra Contigo, que busca dar soporte a cada trabajador para temas generales y psicosociales.

**X.** Cambio de combustible a gas natural en los generadores de vapor. Uso de biogás en generación de energía eléctricaG. Generación de energía eléctrica a partir de celdas solares. Ahora trabajando en proyecto para usar el biogás generado en la Planta de tratamiento en sustitución del gas natural en los generadores de vapor con lo cual eliminamos una fuente emisión de contaminantes a la atmósfera

**XI.** La organización cuenta con políticas y promueve acciones que benefician a su comunidad y su entorno, incluyendo temas relacionados con el medio ambiente y ecología.

**XII.** La organización tiene una política de cumplimiento a la regulación del país donde realiza operaciones, esto incluye el cumplimiento de la legislación en materia de salud (normas de elaboración de productos y normas etiquetado).

**XIII.** La organización tiene una política de cumplimiento a la regulación del país donde realiza operaciones, esto incluye el cumplimiento de la legislación en materia de privacidad de información de personas morales y físicas.

## I. 33 II. Grupo Televisa

**III.** Comienzan con el desarrollo de una campaña de capacitación institucional de anticorrupción que busca capacitar a nuestros colaboradores. Se tienen contempladas diversas etapas en la implementación a lo largo del 2017 y, como programa institucional, tendrá una vigencia permanente dentro de la organización. Tan solo en la primera etapa, contemplamos capacitar presencialmente a aproximadamente 5,000 colaboradores.

**IV.** n.d.

**V.** Grupo Televisa, elabora su informe de sustentabilidad de manera metodológica, abordando los temas relevantes ambientales, sociales y económicos inherentes a nuestras operaciones e importantes para nuestros stakeholders.

**VI.** Asimismo, se presentan los resultados del análisis de materialidad de Grupo Televisa, los cuales se utilizan como referencia para el establecimiento de temas y subtemas relevantes para la Compañía y sus grupos de interés. A lo largo del informe, se resalta información relevante para grupos de interés especializados como fondos de inversión, entre otros stakeholders, con base en información relevante para la toma de decisiones y evaluaciones de desempeño en temas económicos, éticos, ambientales y sociales.

**VII.** Su gobierno corporativo presentó cambios relevantes con respecto al año pasado. En primera instancia, el Comité de Auditoría y Prácticas Societarias, así como sus respectivas responsabilidades, se dividió en dos: el Comité de Auditoría y el Comité de Prácticas Societarias; en segunda instancia, se integraron al Consejo de Administración dos nuevos

miembros: el Sr. Carlos Hank González y el Sr. Marcos Eduardo Galperin

**VIII.** Buscan incrementar la satisfacción laboral dentro de Grupo Televisa al otorgar a nuestros colaboradores las posibilidades de mejorar su carrera profesional a través de una capacitación continua. En el año 2016, impartimos 4,853 cursos y talleres como parte de nuestro modelo de gestión de capacitación, contando con la asistencia de 42,490 participantes y totalizando un total de 45,644 horas. Lo anterior, se vio reflejado en una inversión en capacitación que, en todo el Grupo, fue superior a los 70 millones de pesos.

**IX.** En Grupo Televisa estamos conscientes de la importancia de la

familia para nuestros colaboradores, por lo que continuamos implementando el programa Responsabilidad Familiar Empresarial (RFE) dentro de la empresa. Dentro de las acciones que se han emprendido en este programa, se encuentran la constitución de un Comité de Responsabilidad Familiar Empresarial, el programa de Puertas Abiertas, la campaña Vida Saludable, la facilitación de guarderías para mamás, la participación en la feria empresarial Juntos con México, y la realización de la Carrera de la Comunicación Televisa-SITATYR.

**X.** En el tema ambiental, continúan implementando sus sistema de gestión. En el 2016, recertificamos dicho sistema mediante la certificación de ISO 14001:2004, así como en los certificados de Calidad Ambiental, Industria Limpia y Certificado de Cumplimiento Ambiental en distintas instalaciones. Buscamos ir más allá de establecer políticas y procedimientos, para implementar soluciones basadas en energías limpias, por lo que comenzamos la planificación de un proyecto de

trigeneración de energía en las instalaciones de Televisa San Ángel, el cual se espera nos proporcione importantes ahorros energéticos una vez que sea puesto en marcha a finales del 2017.

**XI.** Fundación Televisa ha mostrado ser, un año más, pilar fundamental de la estrategia de sostenibilidad de Grupo Televisa. A través de los programas que en conjunto realizamos con otras instituciones, hemos logrado contribuir de manera importante a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), tales como Fin de la pobreza (ODS 1), Salud y bienestar (ODS 3) y Educación de calidad (ODS 4), entre otros. En general, a través de los programas de Fundación Televisa, hemos logrado

beneficiar a más de 800,000 personas, lo que nos coloca a tan solo 12% de alcanzar nuestra visión 2017: beneficiar a más de un millón de personas. Lo 4 anterior, se debe, por una parte, al compromiso de nuestros colaboradores, los cuales participaron activamente en nuestros programas, invirtiendo hasta 6 mil horas de voluntariado. Por otra parte, el impacto positivo de Fundación Televisa se debe a una suma importante de donaciones monetarias, las cuales alcanzaron una cifra de más de 2,000 millones de pesos para el 2016.

**XII.** Sí

**XIII.** Sí

Fecha	Sección	Página
22.12.2021	Revista	3-14-34

## I. 34 II. AES México

- III. Área de Ética y Cumplimiento
- IV. ESR del CEMEFI, Great Place to Work, Ranking las 30 Empresas más Éticas en México, Ranking las 30 Empresas más Inclusivas en México, Ranking las 25 Empresas de Energía más Inclusivas, Ranking las 20 Empresas con grandes avances en los ODS, Ranking las 127 Empresas más Responsables
- V. SGI-MX-R-RS-004 Listado de Partes Interesadas AES México
- VI. NO
- VII. Área de Ética y Cumplimiento
- VIII. Se dictamina ante el IMSS, INFONAVIT E ISR por un contador certificado, cada año.
- IX. A través de comunicados, sesiones virtuales y apps de nuestro programa de bienestar, disponibles durante todos los días del año con temáticas y especialistas en nutrición, salud física y mental, ejercicio, etc. Además de los beneficios contractuales sindicales y de confianza como la propuesta de valor con días disponibles por cumpleaños, por la

familia, tardes libres al mes, etc. Otra de las herramientas para desarrollo es workday learning donde los colaboradores poseen una amplia variedad de cursos y capacitaciones con igual variedad de temáticas de acuerdo a su perfil, departamento y/o área de interés.

- X. Ingresando a su cartera de generación negocios con generación de energía en base a recursos renovables (eólica) y energía de transición (termoeléctricas a gas).
- XI. NO APLICA
- XII. Su página legal ofrece información sobre los alcances de las regulaciones a las que estamos sujetos.
- XIII. El Responsable del uso y protección de sus datos personales, con fundamento en la Ley Federal de Protección de datos personales en posesión de los Particulares (la "Ley") y demás disposiciones legales aplicables. De igual forma, AES TDS hace de su conocimiento que sus filiales, subsidiarias y partes relacionadas pueden, eventualmente tener intervención en el tratamiento de sus Datos Personales.

## I. 35 II. AstraZeneca

- III. n.d.
- IV. "Certificado de buenas prácticas de fabricación, Industria limpia. Empresas Socialmente Responsables, Excelencia ambiental, Reconocimiento al sistema de administración en seguridad y salud en el trabajo por STPS."
- V. Los pacientes son nuestra prioridad y son parte de nuestros valores como AstraZeneca, por ello buscamos siempre poner al paciente primero.
- VI. No aplica
- VII. Sí contamos con un Comité de ESR constituido en 6 sub-comités: Gestión de la RSE, calidad de vida de la empresa, vinculación con la comunidad, medio ambiente, ética empresarial y consumo responsable. Estos comités están conformados por colaboradores de los tres sites áreas de AstraZeneca: Marketing Company, Global Technology Center y la Planta
- VIII. Todas las relaciones laborales de la empresa están bajo un esquema de contratos por escrito, estos contratos se encuentran alineados con lo que establece la ley federal del trabajo y reglamentos aplicables, así mismo existe dentro del organigrama de la empresa un departamento legal y de Relaciones Laborales mismos supervisan el cumplimiento de estos contratos.
- IX. "Se ha definido una estrategia sólida de crecimiento de su negocio a través de sus productos innovadores; la base y pilar de estas iniciativas estratégicas es el desarrollo de talento en una cultura que vive sus valores fundamentales y habilita la generación de espacios inclusivos y diversos. Estamos evolucionando en procesos de Desempeño para enfocar a cada líder en desarrollo continuo de sus equipos a través de conversaciones frecuentes de feedback, feedforward, coaching y desarrollo en un mundo virtual se trata de sentirse incluidos y escuchados además de compartir el poder de nuestras ideas a lo largo de la compañía para dar lo mejor como equipo: • Más de 50 webinars de Aprendizaje y de Bienestar en 3 meses con más de 5,000 horas de entrenamiento. • Retroalimentación frecuente y consistente • Coaching Virtual • Recurrir a comunicación F2F (Cámara Encendida) • Habilidades de Comunicación y Escucha Activa • Proyectar confianza, respeto, empatía, interés genuino a nivel personal • Alto grado de disponibilidad Dos veces durante el año realizamos una medición del

través de todas y cada una de nuestras iniciativas, así como del trabajo de todos nuestros colaboradores."

- X. "La empresa ha definido una postura sobre uso de tecnologías limpias en su producción, así como de procedimientos que minimicen el impacto ambiental y social de sus acciones. Es importante considerar los riesgos derivados de su operación, productos y/o servicios. Flotilla verde, contamos con una flotilla de autos híbridos para nuestra fuerza de ventas. Nuestro propósito es reducir la huella de carbono en el planeta, minimizando en mayor medida las emisiones de gases tóxicos a la atmósfera mediante la renovación del parque vehicular AZ por unidades híbridas. Actualmente contamos con 159 unidades ya en uso. Son carros Prius C y se planea tener toda la flotilla de autos híbridos en 2023. Ambición Carbón Cero para 2030, que significa tener centro de trabajo neutrales en nuestra huella de carbón AZ Forest: Campaña de reforestación a 2025 de 50 millones de árboles a nivel global"
- XI. "Algunos instrumentos para promover el cambio de políticas públicas son diversos convenios que ha firmado AstraZeneca con instituciones públicas y asociaciones. Por ejemplo, recientemente firmamos convenios con: • INMEGEN: Diagnóstico y medicina de precisión en cáncer • Instituto Nacional de Cardiología: Para la elaboración de un plan nacional de insuficiencia cardíaca. • Salvando Latidos: Para crear evidencia clínica de los pacientes En temas de salud buscamos mejorar la capacitación de médicos generales, mejorar el diagnóstico y tratamiento oportuno en área terapéuticas como: oncología, enfermedades respiratorias, enfermedades cardio-renal metabólicas y a través de nuestro Young Health Program con el cual buscamos reducir los comportamientos poco saludables entre los jóvenes que pueden conducir a enfermedades no transmisibles hacia futuro. Estos comportamientos incluyen consumo de tabaco, consumo nocivo de alcohol, dieta poco saludable y falta de actividad física; también busca mejorar los servicios de salud adaptados a los jóvenes; y un entorno de políticas habilitantes."
- XII. "AstraZeneca cumple con la NOM-072-SSA1-2012, Etiquetado de medicamentos y de remedios herbolarios, la cual es una Norma mexicana que regula los textos que contiene el etiquetado e instructivo de los medicamentos y los remedios herbolarios, son la información de carácter sanitario y comercial que identifica a cada medicamento o grupo de medicamentos de este tipo, así como los remedios herbolarios, con el objeto de establecer con precisión su correcta identificación en el mercado, para su venta y suministro, así como para orientar y advertir al usuario sobre el adecuado y seguro consumo de estos insumos para la salud. Dichos textos deberán ser autorizados y entregados por la Secretaría de Salud."
- XIII. "Para ponentes es Aviso de Privacidad. Para los pacientes que se registren dentro del programa de pacientes a través del call center es obligatorio que acepten verbalmente el aviso de privacidad, durante la llamada se les menciona en donde pueden encontrar el aviso de privacidad y en caso de que quieran escucharlo completo el IVR del call center tiene una opción. Estas llamadas son grabadas al 100%."

progreso de nuestras prioridades para ser un Gran Lugar para Trabajar y más de 71,000 colaboradores participan. Este año, sin precedentes, con relación a COVID-19 se nos preguntó lo siguiente: Encuentro formas de equilibrar el manejo de las necesidades de mi familia mientras me mantengo al día con mis responsabilidades laborales más importantes. Recibo el apoyo que necesito (de mi gerente, equipo, etc.) durante este tiempo. Siento que AZ está haciendo un trabajo eficaz al mantener informados a los empleados sobre los asuntos que nos afectan durante este tiempo. He podido adaptarme eficazmente a formas de trabajo remotas. (si esto no es aplicable a su situación laboral actual, seleccione "?"). Estoy orgulloso de la contribución de AstraZeneca a la sociedad a

<b>Fecha</b> 22.12.2021	<b>Sección</b> Revista	<b>Página</b> 3-14-34
----------------------------	---------------------------	--------------------------

- |   |   |
|---|---|
| <p>I. Ranking</p> <p>II. Nombre de la Empresa</p> <p>III. ¿La empresa ha implementado acciones y/o mecanismos para prevenir y evitar la corrupción?</p> <p>IV. ¿La empresa ha recibido distintivos, premios o algún otro tipo de reconocimiento en materia de RSE en los últimos 2 años?</p> <p>V. ¿La empresa tiene identificados a sus principales stakeholders (partes interesadas)?</p> <p>VI. ¿La empresa ha llevado a cabo un análisis de materialidad para definir sus temas prioritarios de RSE?</p> <p>VII. ¿Su empresa cuenta con un sistema de gobernanza para sus prácticas de Responsabilidad Social?</p> <p>VIII. ¿Qué acciones toma la empresa para asegurar que se protegen los derechos básicos de sus trabajadores?</p> | <p>IX. ¿La empresa realiza acciones para promover el desarrollo humano, de manera que se amplíen las capacidades y funciones de las personas, para que hombres y mujeres puedan disfrutar de vidas largas y saludables, que posean amplios conocimientos y que tengan un nivel de vida decente?</p> <p>X. ¿La empresa realiza acciones para mitigar los impactos del cambio climático relacionados con sus actividades?</p> <p>XI. ¿La empresa promueve o apoya el desarrollo de políticas públicas que beneficien a la sociedad en general?</p> <p>XII. ¿La empresa proporciona información objetiva e imparcial sobre los productos y/o servicios que vende?</p> <p>XIII. ¿La empresa está activamente involucrada en la protección de la privacidad de la información de los clientes?</p> |
|---|---|