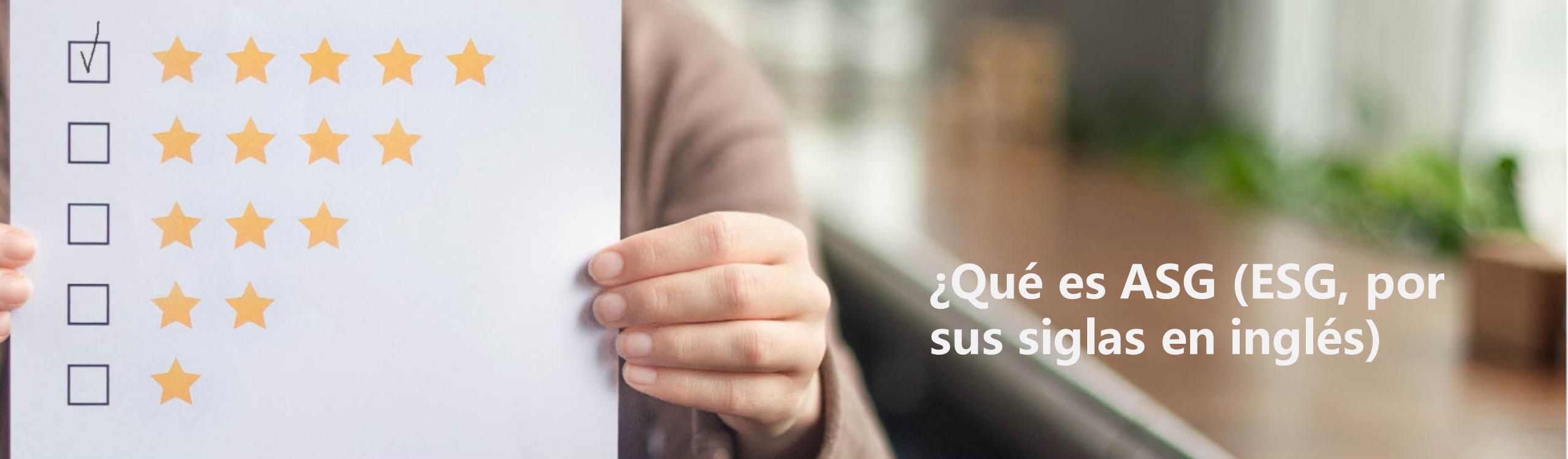
A close-up photograph of a hand holding a silver pen, writing on a document. The document has a grid of small, repeating text elements, possibly a form or a data entry sheet. The background is a solid dark blue color.

**¿Cuál es el grado de
madurez de las
empresas en México
sobre el modelo
ASG (ESG)?**



¿Qué es ASG (ESG, por sus siglas en inglés)

Los criterios **ASG** se refieren a factores ambientales, sociales y de gobierno corporativo (environmental, social & governance). Puede entenderse como un marco general para que la empresa opere sobre estos factores.

El ASG es manejado por los inversionistas en el mundo, al momento de decidir en qué compañía invertir, pues se fijan en estos tres puntos.

En esta oportunidad, el objetivo específico es que una empresa tenga impacto ambiental, social y de gobierno corporativo para acceder a inversiones y a un mejor desempeño en mercados bursátiles.

Este concepto es mayormente abordado por empresas con años de experiencia en sostenibilidad y RSC.



Pasos para cumplir criterios de ASG

RSE

La empresa debe primero ser reconocida dentro del país como Empresa Socialmente Responsable.



Sustentabilidad

Se incorporan indicadores para medir los resultados económicos, sociales y ambientales.



ASG

La empresa se consolida bajo reportes y un modelo de gobierno corporativo, atendiendo a los grupos de interés, pudiendo acceder a fondos y cotizar en índices bursátiles.



Con una muestra de 100 empresas con el Distintivo ESR, realizamos el primer estudio sobre percepción de **Responsabilidad Social Empresarial y Gobierno Corporativo, Desarrollo Social y Ambiental (ESG)**, con el cual se pretende conocer el grado de madurez de las empresas en México en el ejercicio de este tema que hoy en el mundo cobra mayor relevancia.

Cada una de las empresas que respondió a 28 indicadores que se concentraron en 3 grandes ámbitos, el económico el social y el medioambiental.



A la pregunta ¿En tu empresa se identifica las diferencias entre ASG y RSE?, 47% respondió que sí; 26% dijo estar en Proceso; 21% dijo que no; y un 6% dijo desconocer sobre el tema.

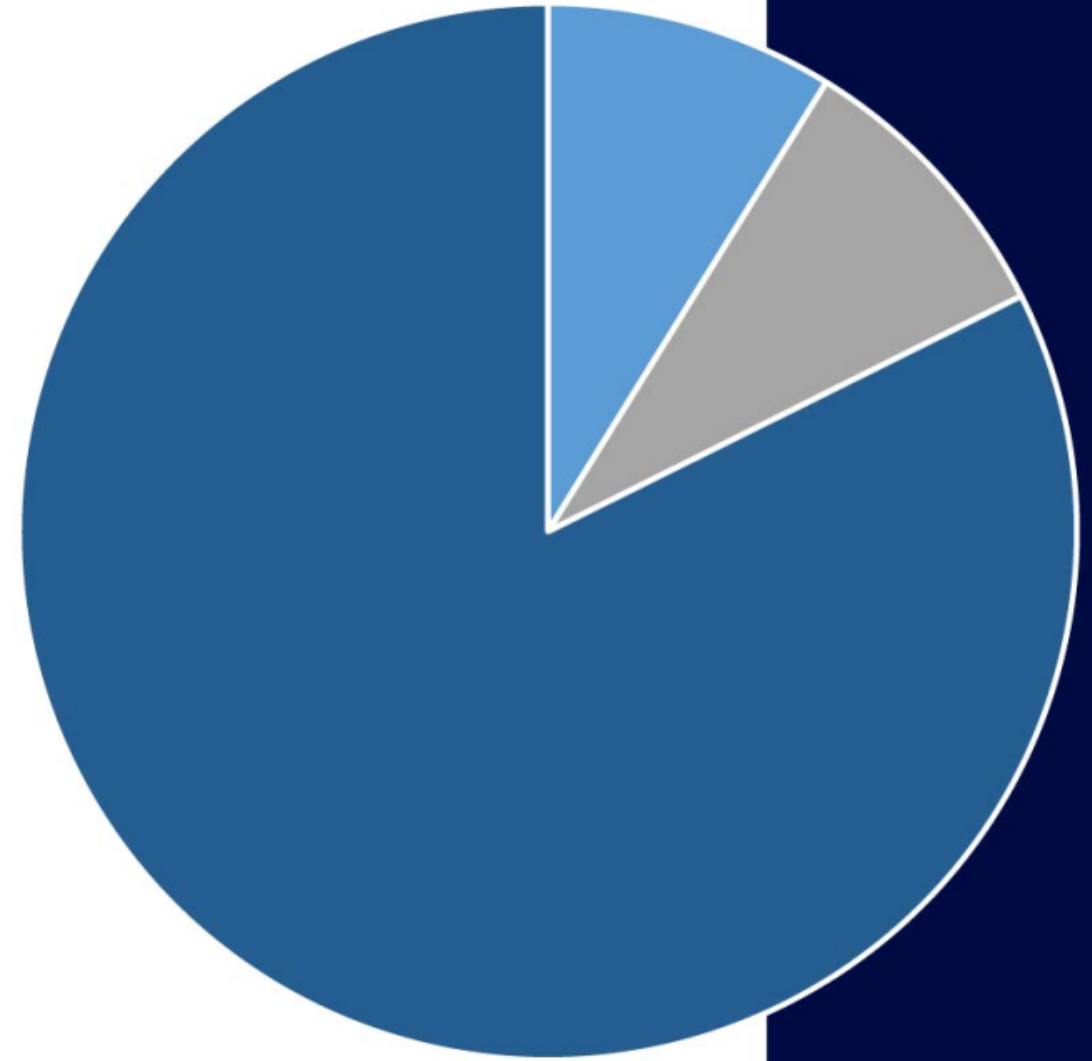
Sobre el valor que el ASG o ESG (enviromental, social & governance) le agrega a la marca, 63 por ciento de los participantes señaló que sí; 19% dijo que no; 16% señaló que están en Proceso y; 3% reconoció no estar seguros del tema.

Dato interesante es que el 53% de los encuestados reconoció que su empresa cuenta con iniciativas de ASG; 29% que no; 9% señaló estar en Proceso y 9% no estar seguros de que lo hagan en su organización.

74% de las empresas participantes señala que tienen programas en beneficio del medio ambiente, aspecto sumamente relevante. 12% señaló estar en proceso de desarrollarlos; un 9% reconoció que no y el 3% que desconoce si los tienen o no.

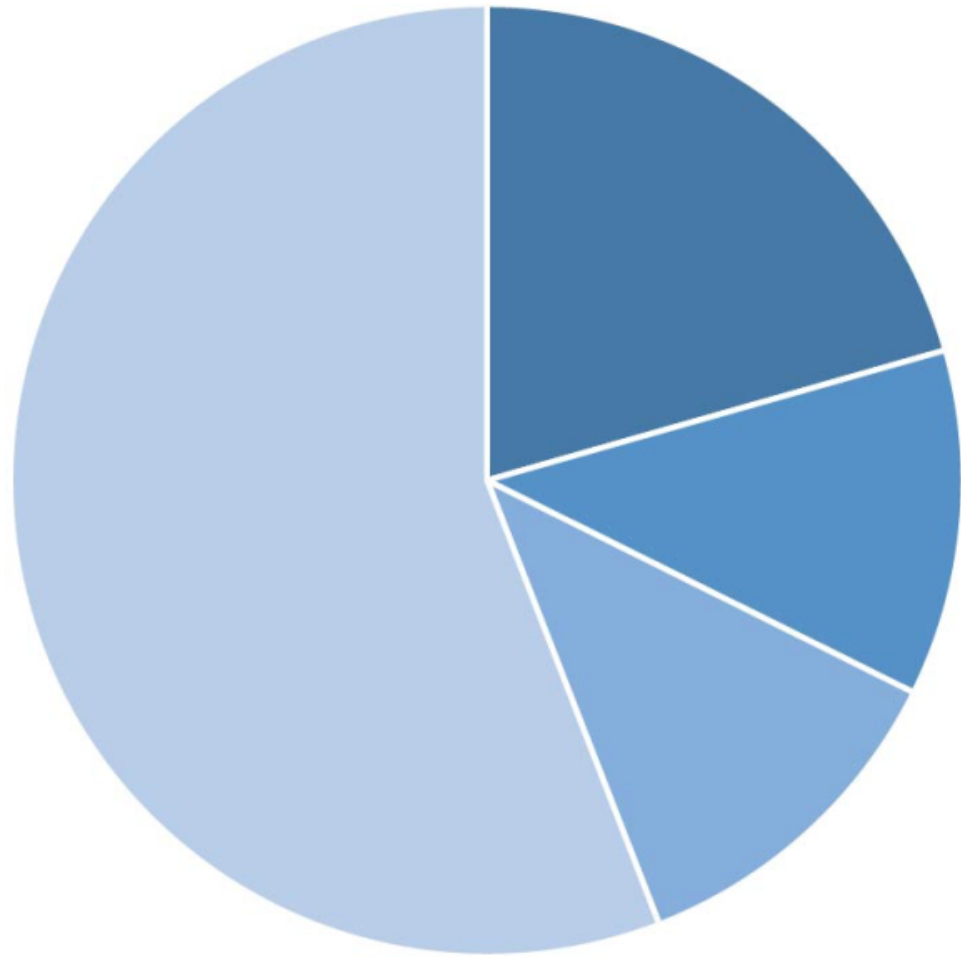


¿Su empresa tiene programas en beneficio de la sociedad?



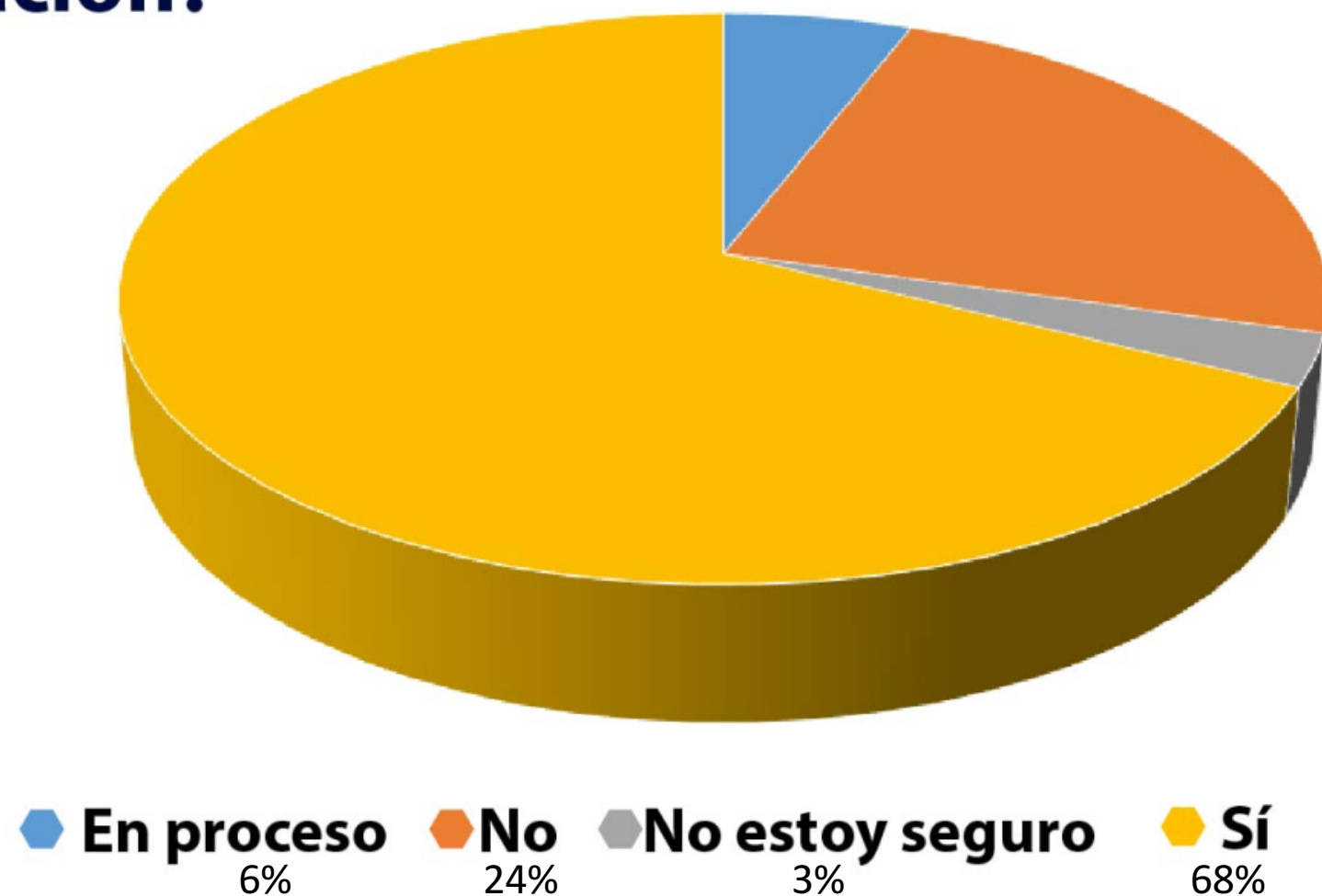
● En proceso 9% ● No 9% ● No estoy seguro 0% ● Sí 82%

¿Su empresa tiene programas de gobierno corporativo?



■ **En proceso** 21% ■ **No** 12% ■ **No estoy seguro** 12% ■ **Sí** 56%

¿Además del ESR, su empresa cuenta con alguna otra certificación?

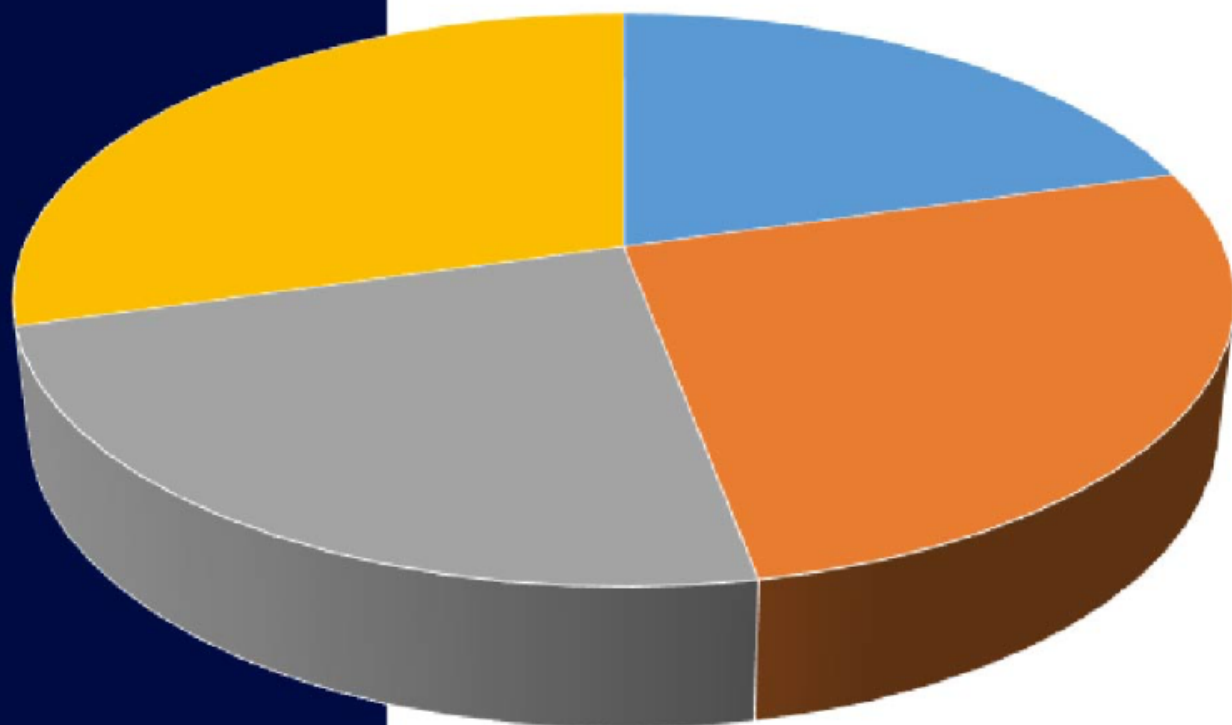


¿Las metas de RSE de su empresa están alineadas los ODS de la Agenda 2030 de la ONU?

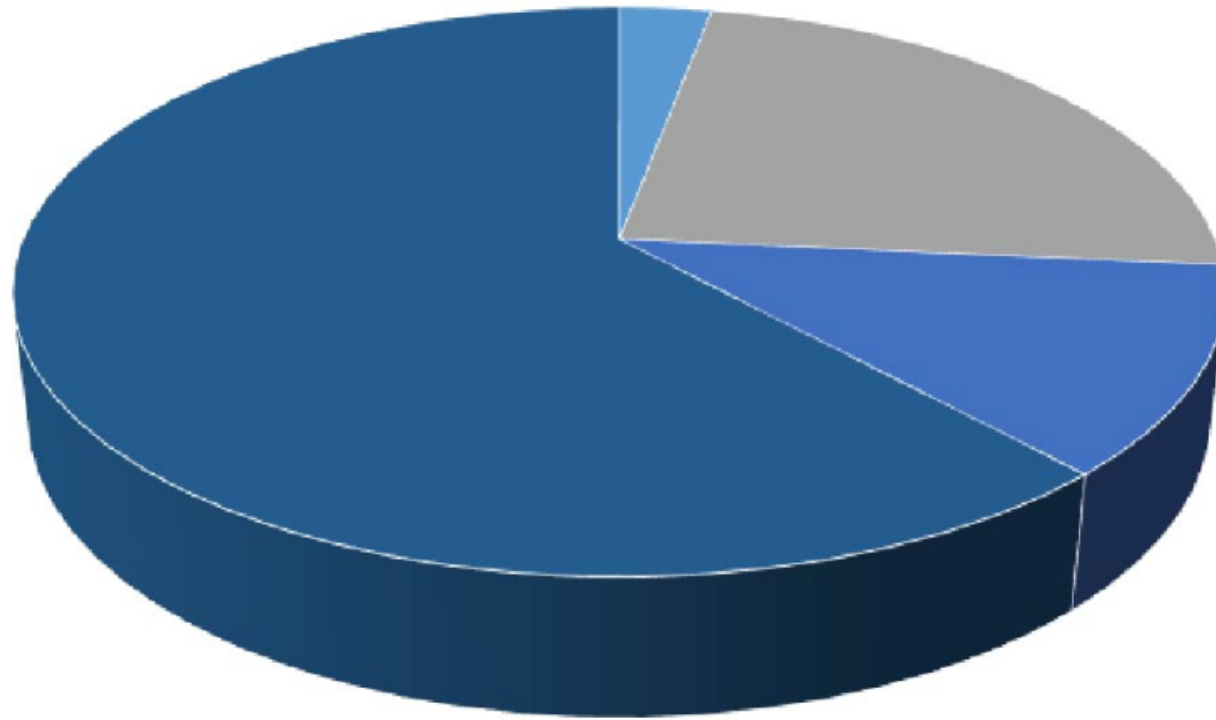


● En proceso 24% ● No 15% ● No estoy seguro 9% ● Sí 53%

¿Las metas de RSE de su empresa están alineadas al Acuerdo de París?

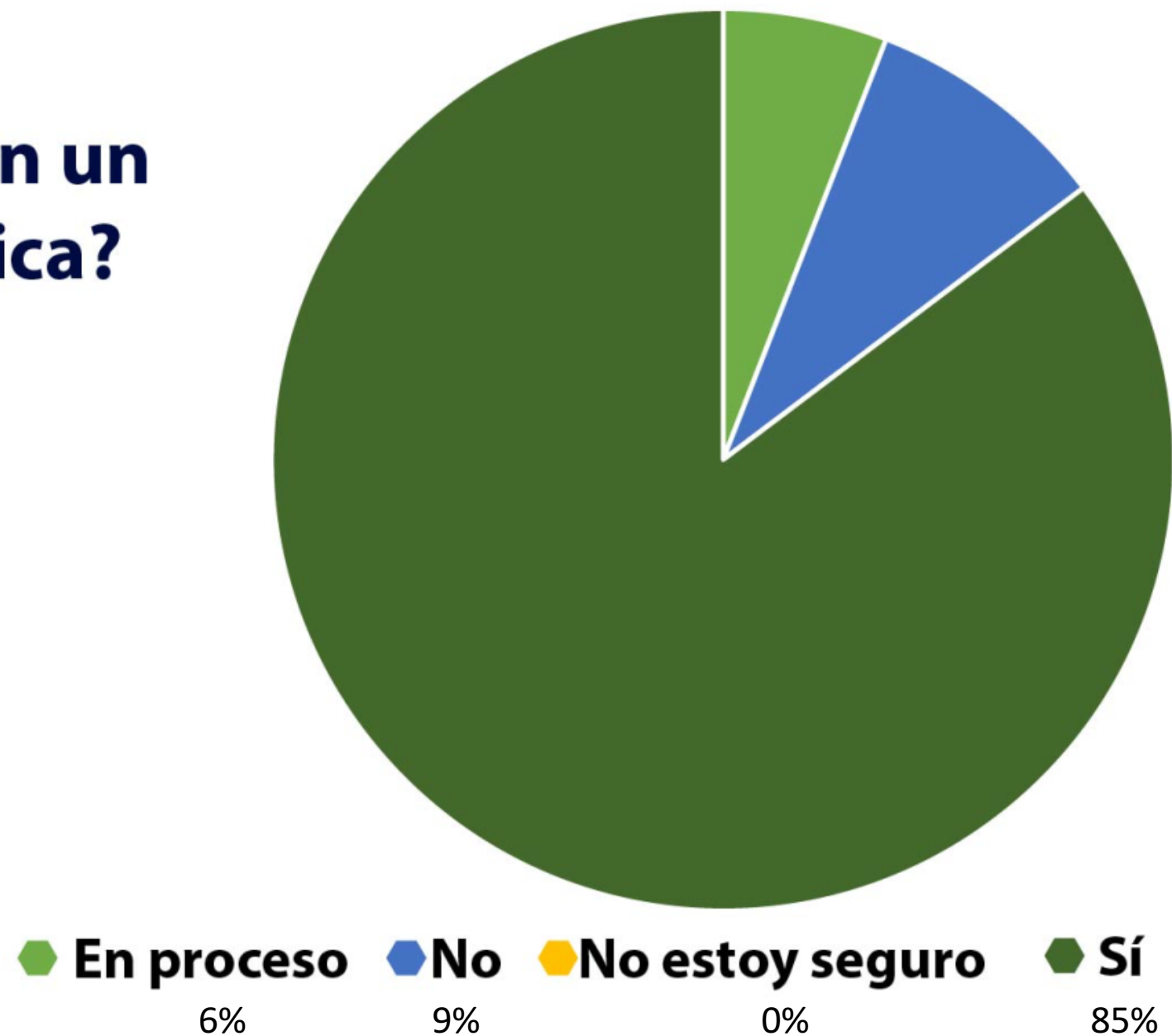


**¿Tienen una estructura corporativa que incluye
asamblea de accionistas,
consejo de administración
y comités que supervisan
la planeación y desempeño
de la empresa?**

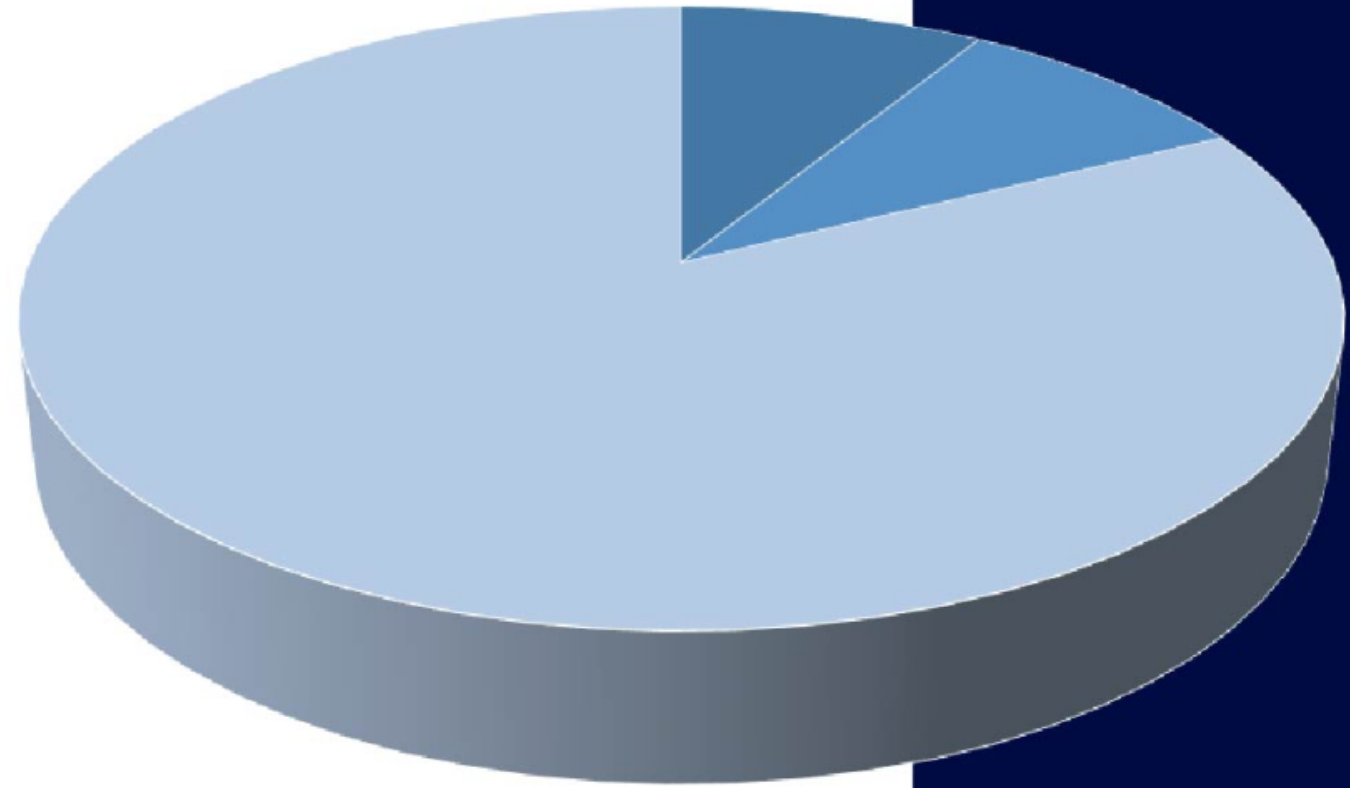


En proceso 3% **No** 24% **No estoy seguro** 12% **Sí** 62%

**¿Se cuenta con un
código de ética?**



**¿Se tienen canales
seguros para informar
cualquier
incumplimiento al
código de ética?**



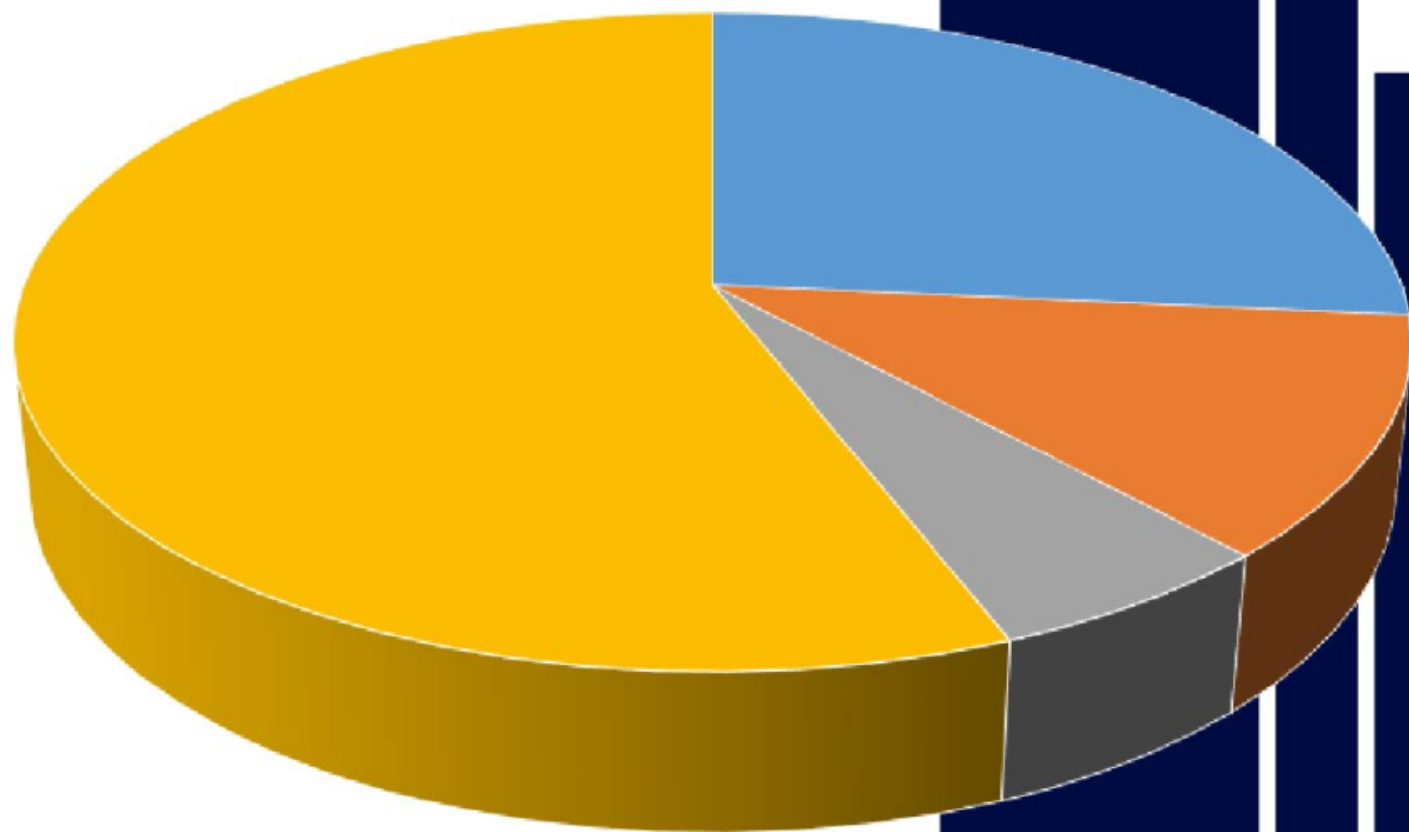
En proceso **No** **No estoy seguro** **Sí**

9% 9% 0% 82%

¿Existen miembros del staff encargados de la sustentabilidad de la empresa?



**¿Se revisa el
desempeño en temas
de sustentabilidad en
las juntas directivas?
¿Por lo menos cada
trimestre?**



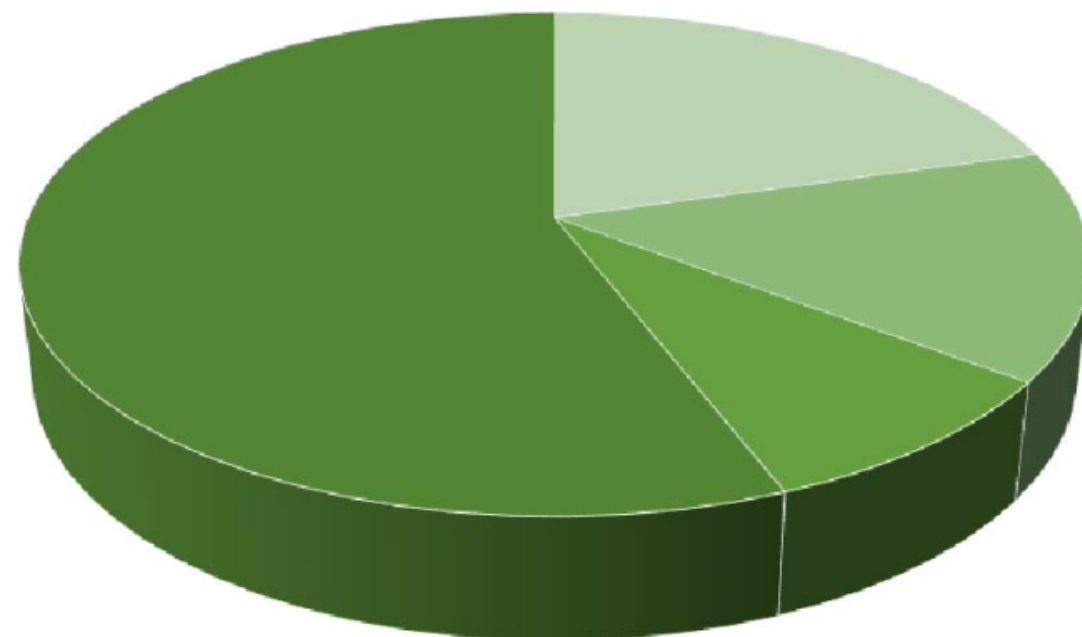
● En proceso 26% ● No 12% ● No estoy seguro 6% ● Sí 56%

¿Se tienen y se conocen las metas de sustentabilidad?



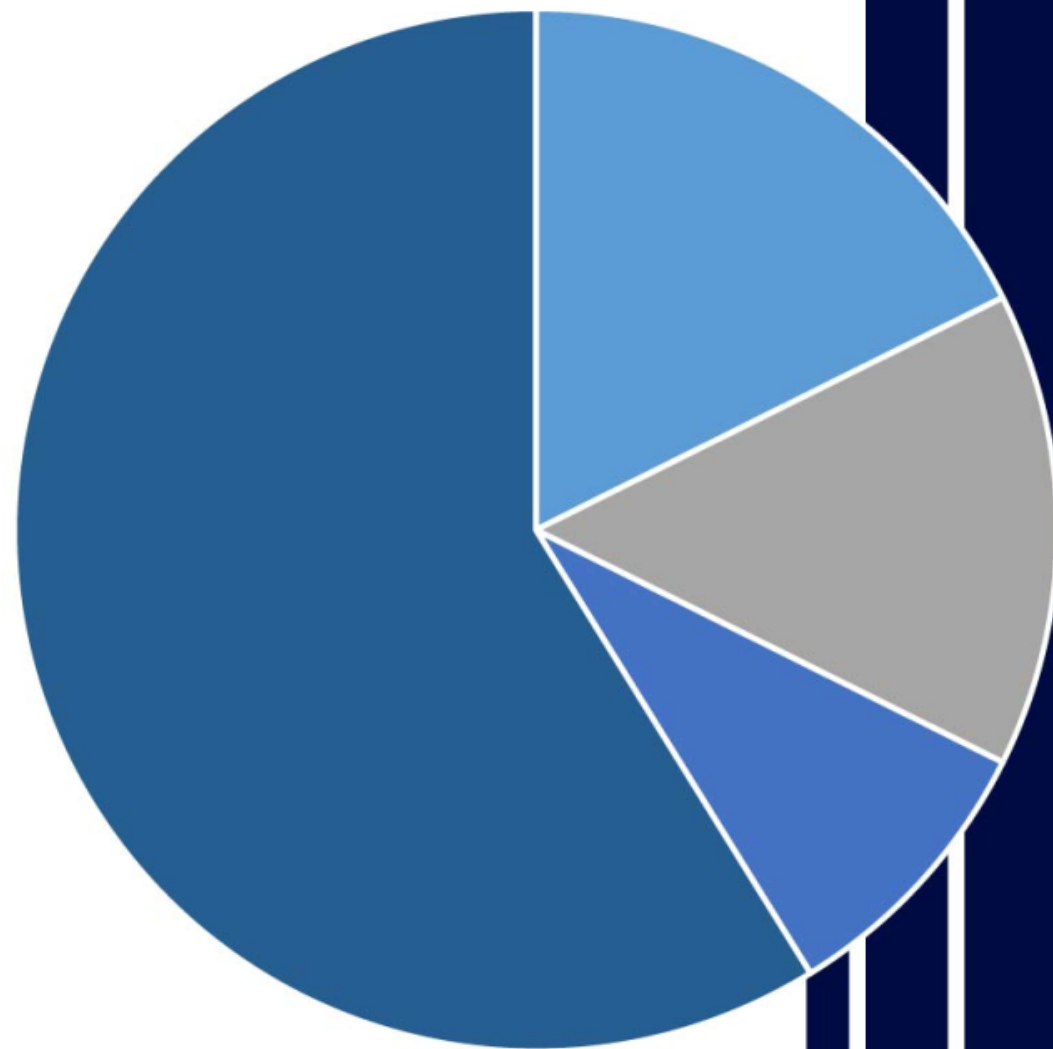
● **En proceso** 32% ● **No** 24% ● **No estoy seguro** 9% ● **Sí** 35%

**¿Se tienen planes de acción
que aborden las
actividades para mejorar la
sustentabilidad de la
empresa?**



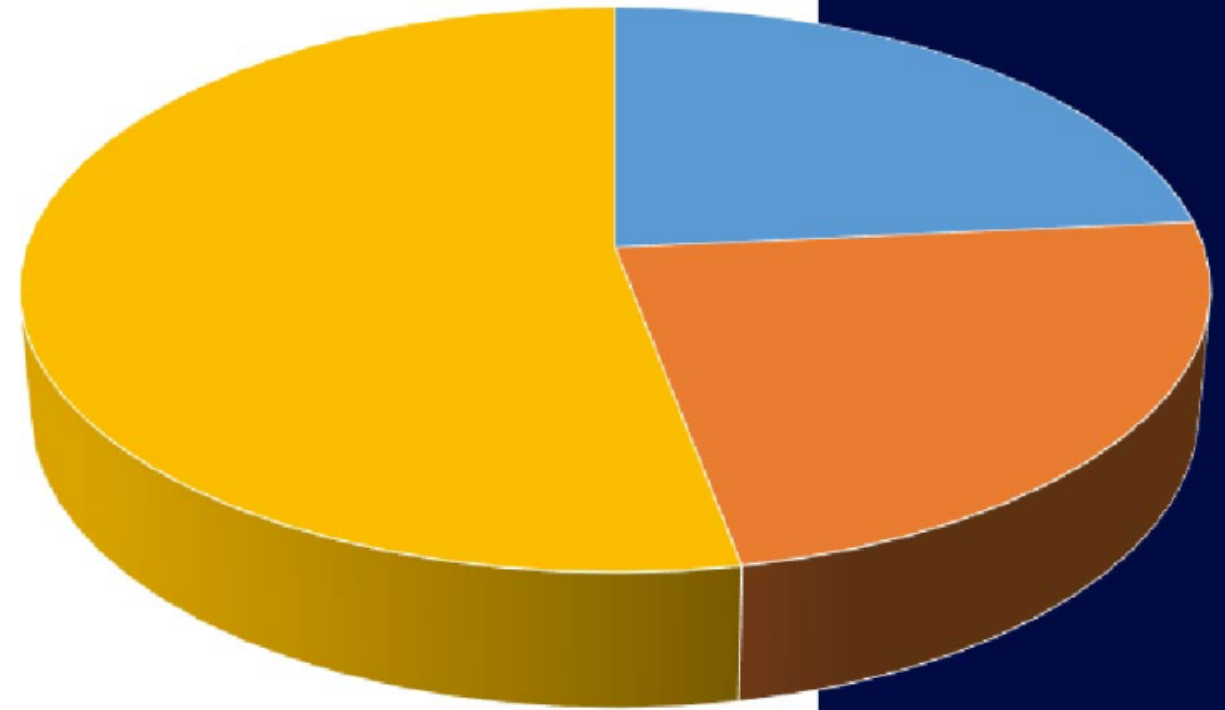
● **En proceso** 21% ● **No** 15% ● **No estoy seguro** 9% ● **Sí** 56%

¿Las necesidades y expectativas en materia de sustentabilidad de los grupos de interés se incluyen (en la medida de lo posible) en la planeación estratégica de la empresa?



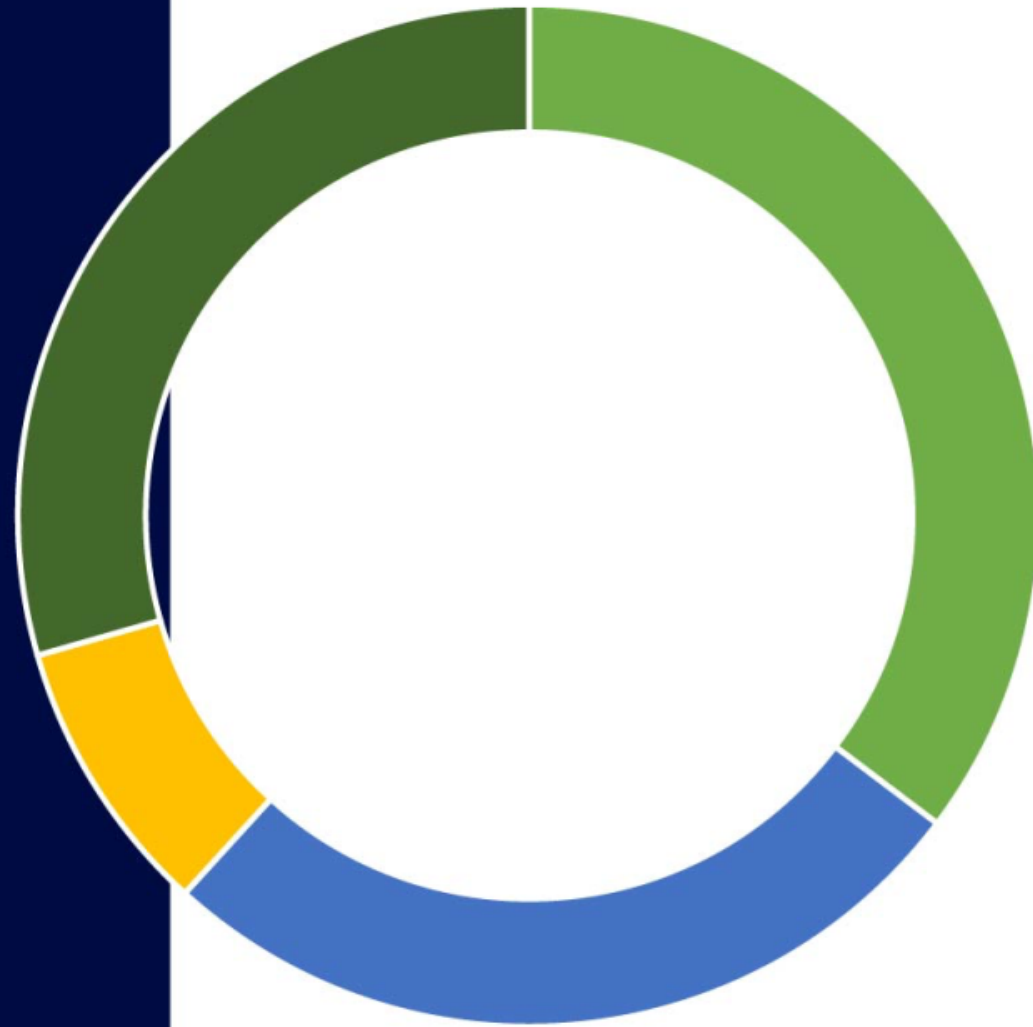
En proceso 18% **No** 15% **No estoy seguro** 9% **Sí** 59%

**¿Se publica la
información en materia
de sustentabilidad al
público en general ?**



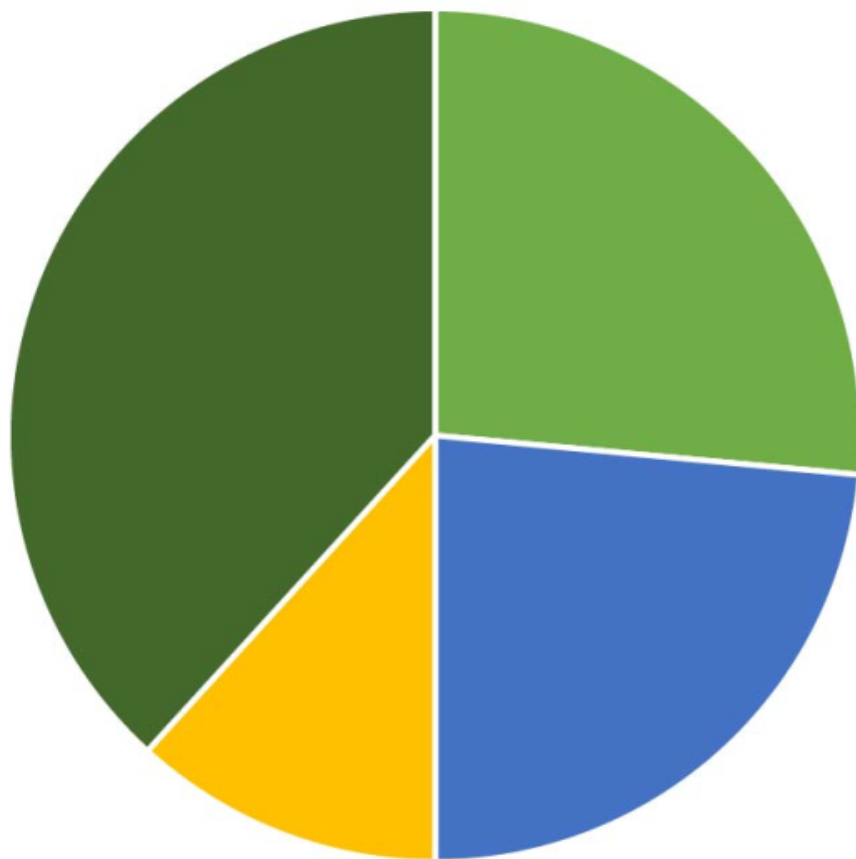
● **En proceso** 24% ● **No** 24% ● **No estoy seguro** 0% ● **Sí** 53%

**¿Se exige a los
proveedores requisitos
relacionados a la
sustentabilidad?**



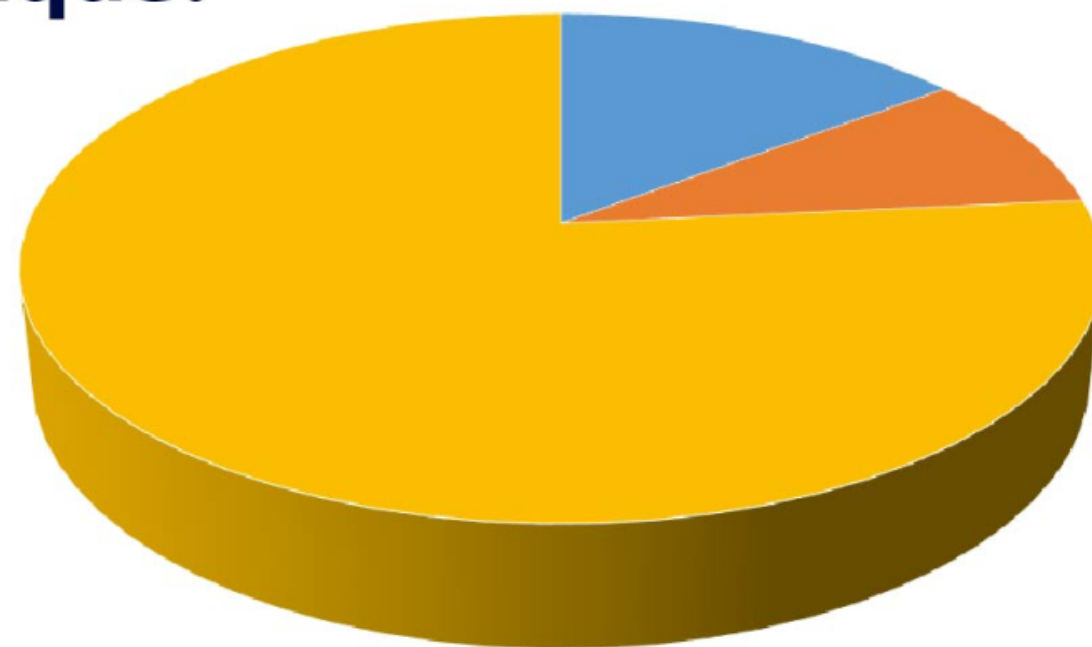
En proceso 35% **No** 26% **No estoy seguro** 9% **Sí** 29%

¿Se apoya a la cadena de suministro a tener prácticas más sustentables?



■ **En proceso** 26% ■ **No** 24% ■ **No estoy seguro** 12% ■ **Sí** 38%

¿Su empresa cuenta con programas para el uso eficiente de recursos como energía, agua, papel y empaque?

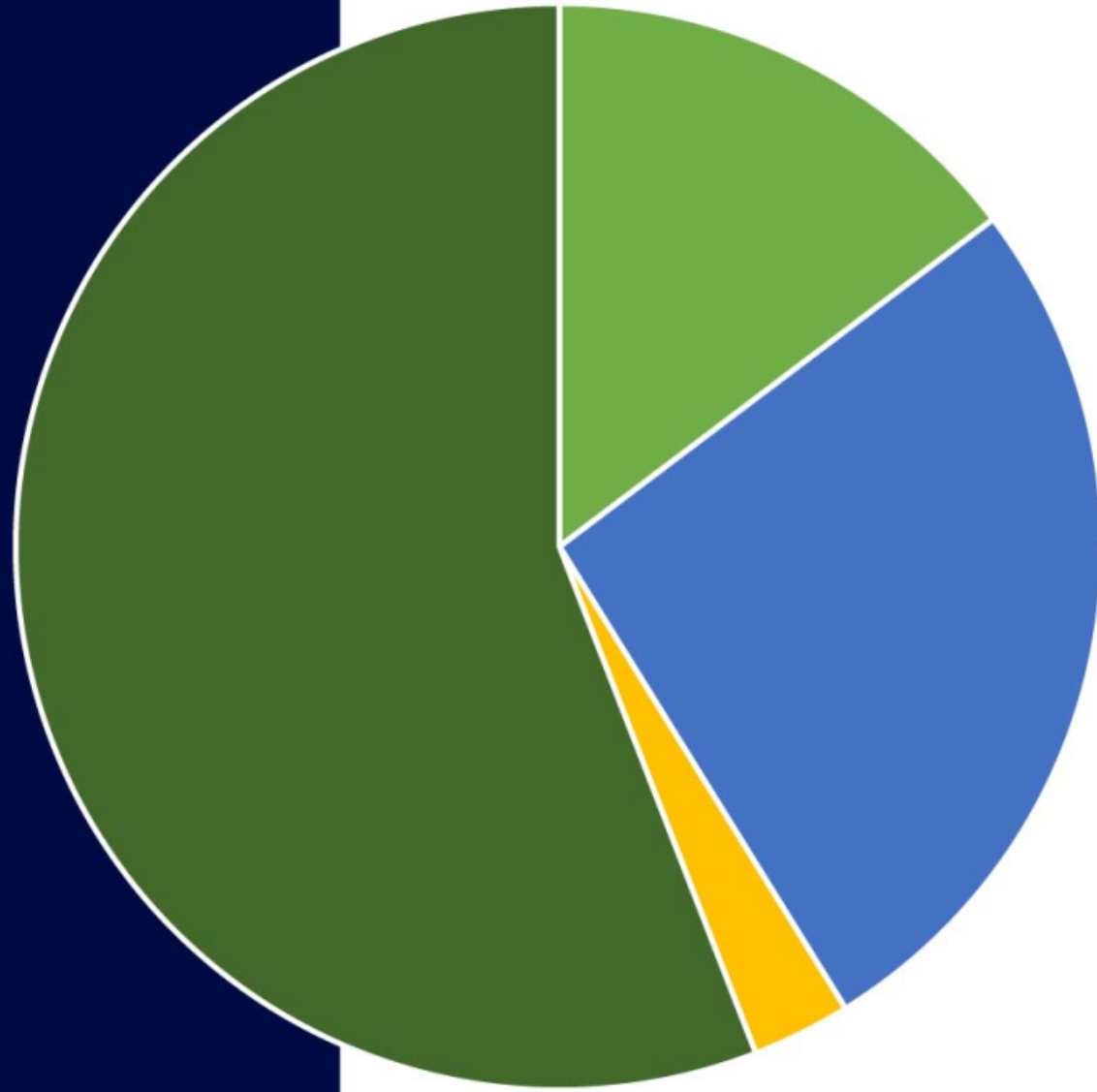


En proceso 15% **No** 9% **No estoy seguro** 0% **Sí** 76%

¿Su empresa cuenta con programas para el manejo de residuos?

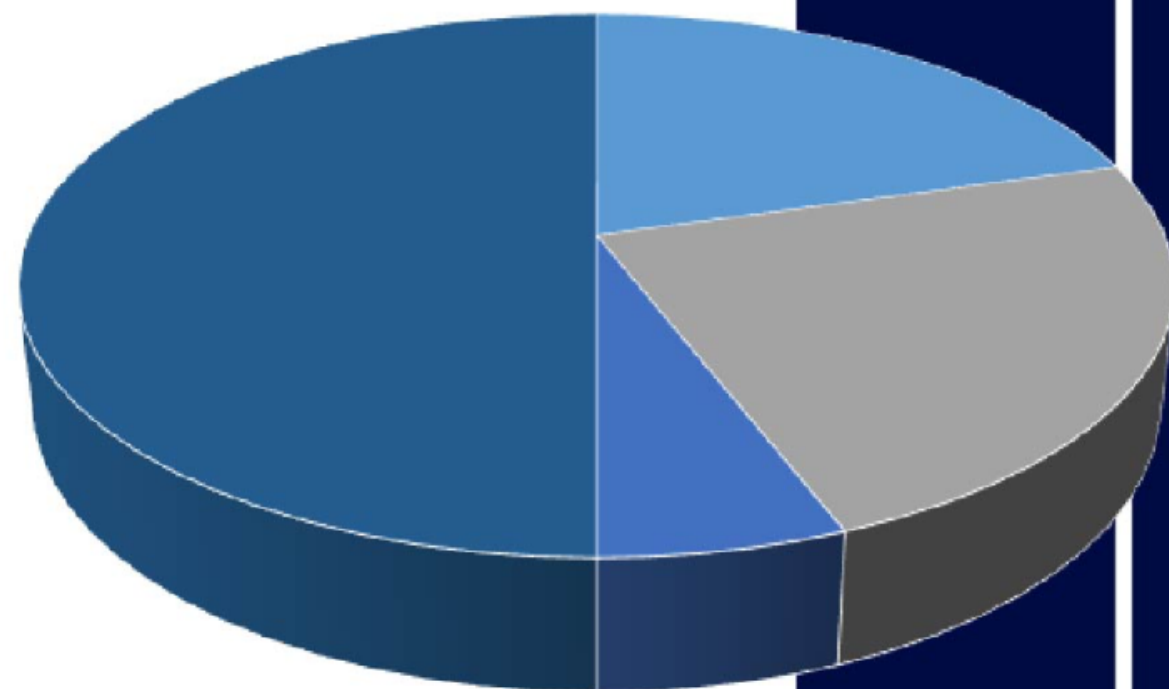


**¿Su empresa tiene
iniciativas para reducir
las emisiones de
carbóno?**



En proceso 15% **No** 26% **No estoy seguro** 3% **Sí** 56%

**¿Tener un presupuesto
para que los
empleados asistan a
cursos o capacitación
en temas de
sustentabilidad?**



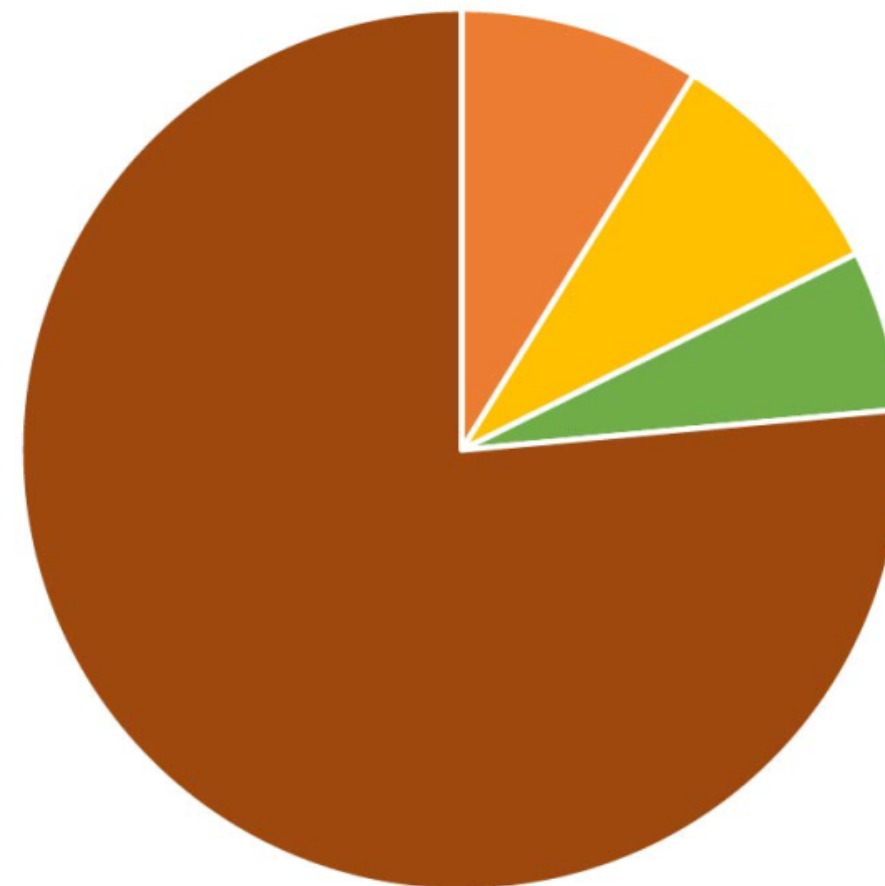
En proceso 21% **No** 24% **No estoy seguro** 6% **Sí** 50%

¿Promover la participación en eventos empresariales?



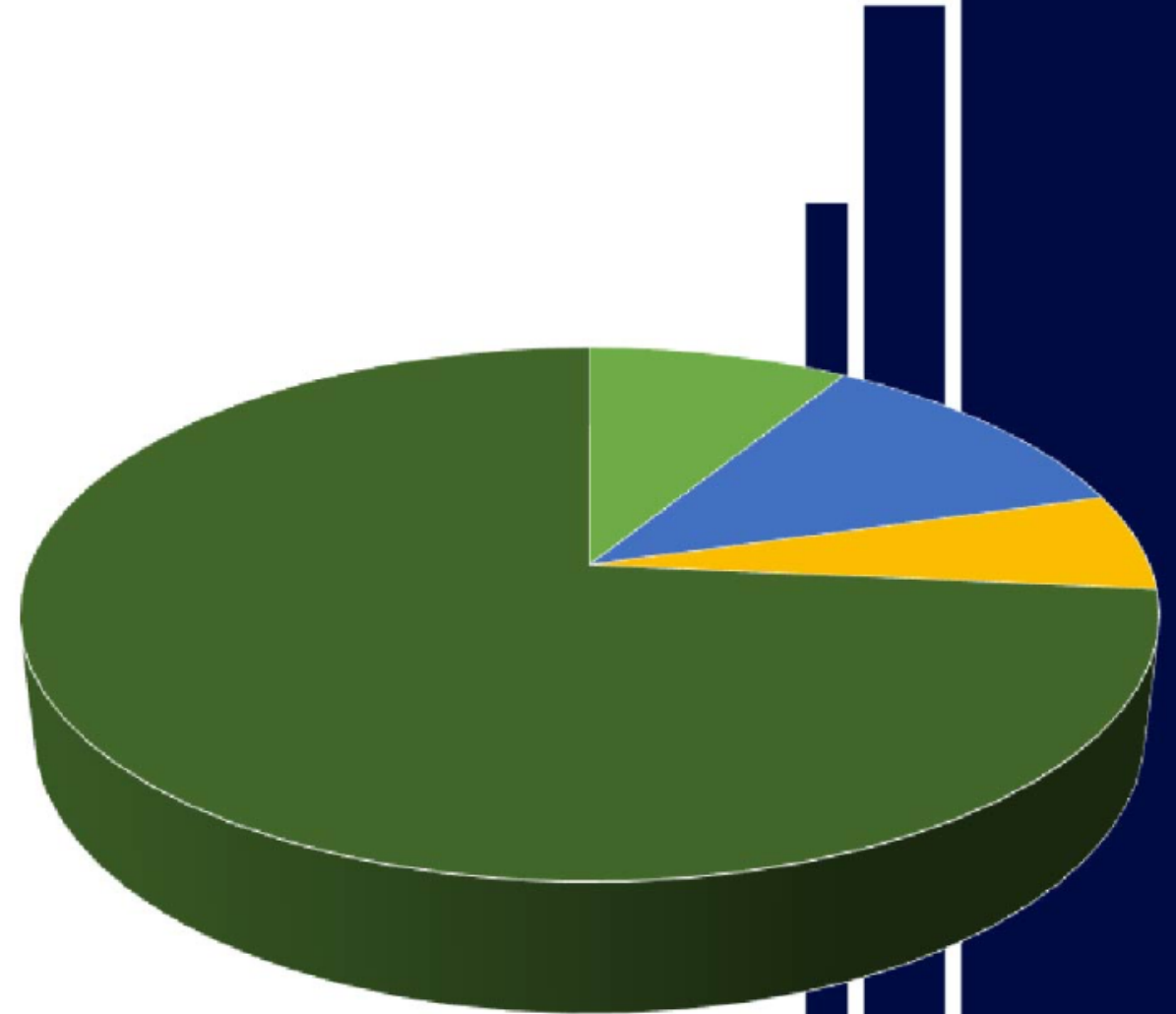
● **En proceso** 18% ● **No** 15% ● **No estoy seguro** 3% ● **Sí** 65%

¿Hacer donativos (por ejemplo, dinero o materiales) a ONG s o promover la participación en labores de voluntariado?



En proceso 9% **No** 9% **No estoy seguro** 6% **Sí** 76%

**¿Tener productos,
servicios o proyectos
relacionados con temas
sociales o ambientales
específicos que apoyen
el desarrollo social?**



En proceso 9% No 12% No estoy seguro 6% Sí 74%

¿Se brandea el negocio con innovaciones sustentables?



● En proceso 15% ● No 35% ● No estoy seguro 15% ● Sí 35%

Conclusiones generales

- Apenas un 47% de los encuestados, representantes de empresas reconocidas como socialmente responsables, reconocen que en ellas se identifica la diferencia entre ASG y RSE, por lo que se infiere que el conocimiento y la aplicación de estrategias empresariales basadas en los principios de ASG tiene mucho camino por recorrer
- El 79 % de los participantes que han llevado a cabo acciones basadas en los principios de ASG, o están en ese camino, reconocieron que ello agrega valor a sus marcas
- Aunque el 53% de los encuestados reconoció que su empresa cuenta con iniciativas que podrían enmarcarse en los criterios de ASG, muchas de ellas son inconexas, por lo que no contribuyen cabalmente para el posicionamiento de las empresas
- Más de la mitad de las empresas en las que laboran los encuestados no publican la información para dar a conocer las acciones que desarrollan en el contexto de la ASG, por lo que no abonan a la gestión de su reputación

Conclusiones generales

- Apenas el 35% de los participantes dijo que las empresas relacionan su marca con las innovaciones sustentables que llevan a cabo. Es evidente que en muchos casos sus stakeholders no están enterados de las mismas. Ese capital de la aportación que hacen a la sustentabilidad no está vinculado con la empresa y con sus marcas, lo cual ocasiona que no lo capitalicen en su favor.
- Solo la mitad de las empresas con experiencia en temas de responsabilidad social alinean sus acciones a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030 de la ONU. Poco menos de un tercio conoce el Acuerdo de París.
- 74% de las empresas afirman tener programas para el beneficio del medio ambiente, y 82% señala que sus programas tienen impacto social. Esto refleja que las acciones que actualmente se llevan a cabo tienen potencial de generar aún mayor valor siguiendo una estrategia con criterios ASG.
- Solo 56% de las empresas cuenta con programas de gobierno corporativo, lo cual puede ser alarmante para los grupos de interés internos de las compañías que aún no incursionan en esta área.
- Solo la mitad de las empresas capacitan a sus colaboradores en temas de sostenibilidad, lo que puede ralentizar esta cultura en el sector empresarial.