

RSE: oportunidad millonaria

El IPC sustentable, la obtención de distintivos, la **cadena de valor** y la **correcta rendición de cuentas** apuntan a la consolidación de la RSE en México. Pero el consumidor está **evaluando mal a quien es sustentable**. ¿Qué hacemos?

POR LETICIA GASCA SERRANO

La Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en México ya juega en las ligas mayores. Desde diciembre de 2011 puede hacer una diferencia millonaria para las empresas que cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV), pues ese mes se lanzó el IPC Sustentable, un indicador que da fe de la operación responsable de 23 empresas mexicanas (un tema que, por cierto, ocupó nuestra portada de febrero).

Pertenecer al índice bursátil implica que dichas firmas podrán acceder a fondos de inversión de todo el mundo que únicamente colocan capital en empresas con una responsabilidad comprobada.

"En los últimos años, México ha dado pasos gigantados en la materia. Sin embargo, aún domina la confusión acerca de qué es y qué no es Responsabilidad Social (RS)", aclara Gwenaëlle Gerard, directora general de ResponSable, un club de directivos de RS en el cual participan firmas como Cemex, Danone, Bimbo y HSBC.

De acuerdo con el Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi), la RSE es una nueva manera de hacer negocios, en la cual cumplir lo que dicta la ley es apenas la base. "Las empresas socialmente responsables deben incorporar prácticas y procedimientos más allá del cumplimiento de la ley para crear valor compartido a todos los grupos relacionados en el proceso empresarial y para controlar los impactos negativos de su operación."

Que las empresas tengan una visión socialmente responsable conviene a todos. "Así lo ven los empresarios visionarios, los organismos empresariales, el gobierno, las universidades, y -poco a poco- la sociedad en general", explica Jorge Villalobos, presidente del Cemefi (Centro Mexicano de Filantropía), asociación civil que promueve y articula la participación socialmente responsable en el país.



Aliza Chelminsky tiene claro que la transparencia y la rendición de cuentas son vitales. Antes de integrarse a Pfizer estaba al frente de la unidad de vinculación con la transparencia de la Secretaría de la Función Pública.

Su mayor satisfacción es mejorar la salud de las comunidades más pobres del país. La Convocatoria para Proyectos Sociales apoya a organizaciones de la sociedad civil (OSC) que se especializan en salud. Las ganadoras se integran a una red de OSC que trabajan junto con Pfizer, a lo largo del año, para fortalecerse institucionalmente y facilitar el acceso a recursos de otras instituciones.

"El reto es hacer que la RSE sea sustentable en el largo plazo", concluye.

ALIZA CHELMINSKY
directora de Asuntos Corporativos
de Pfizer México



COMPROMISO HUMANO. Más de 1,400 niños con cáncer han sido apoyados por Danone, con donativos que ascienden a 144 millones de pesos.

LATAM, LENTA PERO SEGURA

Cemefi preside Fórum Empresa, una red de 18 organizaciones dedicadas a promover la cultura de la RSE. La experiencia de Villalobos al frente de la organización lo ha llevado a constatar los avances de Latinoamérica.

"Hay experiencias relevantes en algunos países: en Brasil, a través del Instituto Ethos; en Chile, por AcciónRSE y Prohumana; en Perú, Perú 2021; en Argentina, el IARSE, y en Colombia, Fenalco Solidario. Llama la atención que en todos los países centroamericanos -Guatemala, Honduras, El Salvador, Nicaragua, Costa Rica y Panamá- hay algún organismo que promueve la RSE y todos están haciendo un buen trabajo de servicio a las empresas", detalla Villalobos.

Rodrigo de León González, director adjunto del Centro de Estudios para la Gobernabilidad Institucional (CEGI) del IPADE, explica la evolución de la RSE en tres fases.

- 1) La primera fue la caridad, que se entiende como la ayuda urgente muy necesaria, sin que exista posibilidad de no darla. ¿El problema? Hace poco por evitar los problemas a futuro (por ejemplo, casos de desastre natural). "Así empezaron a involucrarse las empresas", dice el académico.
- 2) El siguiente paso fue la filantropía, es decir, que la empresa trabaje para disminuir riesgos a futuro y para apoyar en la solución de retos sociales, pero sin una estrategia clara.
- 3) "Hoy estamos en una etapa en la que las empresas practican una RSE estratégica", lo que Michael Porter llama vinculación estratégica, es decir, la forma en la que una empresa relaciona su *core business* con un problema social, maximizando el impacto social, explicó el director adjunto del CEGI.

Fórum Empresa publicó a finales del 2011 el análisis *El estado de la responsabilidad social empresarial en América Latina*, en el cual se describen las percepciones de 3,200 ejecutivos y consumidores de la región. De acuerdo con el estudio, los consumidores consideran que las industrias con prácticas más responsables están en sectores tan diversos como agricultura, ganadería y pesca, transporte, comercio y manufacturas.

Por su parte, los ejecutivos evaluaron mejor a las empresas de retail, agricultura, ganadería y pesca, construcción y manufacturas. El sector de retail resultó ser el mejor evaluado por los ejecutivos, pero para los consumidores se encuentra en el último lugar.

1 DE CADA 8 DÓLARES EN LA BOLSA TIENEN COMO DESTINO FIRMAS CON BUEN DESEMPEÑO AMBIENTAL.

Además, el estudio arrojó que México ocupa el penúltimo lugar de Latinoamérica -solo antes de Argentina- en el nivel de satisfacción que expresan los consumidores respecto del desempeño responsable de las empresas, el cual evaluaron con 42% de aceptación. A 25 puntos de distancia, en 67%, se ubicó la percepción de los ejecutivos mexicanos sobre la RSE en el país.

VENTAJAS COMPETITIVAS

"Cuando la gente va a comprar, ya se fija si ese producto le aporta algo a la comunidad", afirma Vivian Alegría, directora de Asuntos Comunitarios y de Fundación Coca-Cola. La práctica de la RSE se ha convertido en una ventaja competitiva, pues incide en la reputación de la compañía, aumenta la confianza de clientes y



¿Qué sucede cuando se duplican los esfuerzos?

Ximena Ugarte Luiselli, directora general de Fundación Grupo México y Conciencia Cinemex, responde: "Nos pasó en 2009, cuando Grupo Mexico adquirió a Cinemex. Ambas empresas tenían sus respectivos proyectos de RSE. ¿Qué sucedió? Que la operación de las acciones de RSE de Cinemex las tomó la Fundación grupo México".

Hoy, bajo esa nueva estructura, el programa de RSE Cineminutos sigue funcionando. Aprovecha la ventana que ofrece Cinemex para transmitir mensajes sociales y educativos a través de cortometrajes. La iniciativa es un foro para fundaciones como Cima, Michou y Mau, Doctor Sonrisas y Convivencia sin Violencia.

XIMENA UGARTE LUISELLI

directora general de Fundación Grupo México y Conciencia Cinemex

proveedores, la lealtad del recurso humano y permite obtener una mejor calificación ante mercados comerciales y financieros internacionales. Además, el crecimiento de una empresa se limita en condiciones de disturbios civiles, inseguridad y crisis.

Villalobos, del Cemefi y de Fórum Empresa, afirma que la RSE es un factor de competitividad y productividad. "Permite avanzar en la armonización de los intereses de los diferentes grupos relacionados con la operación de la empresa. En esa dinámica



EN MÉXICO EL AGUA ES UN RECURSO ESCASO.

PARA CONTRIBUIR A SU CUIDADO NUESTRAS BOTELLAS CONTIENEN ALGO MÁS QUE UNA BEBIDA.



'DOBLE' TRABAJO.

Cada vez más, un gran número de empresas combinan su tarea productiva con la RSE.

empresarial es evidente que, aun en circunstancias adversas por los ciclos económicos, tener estrategias de responsabilidad social ofrece novedosas maneras de salir adelante."

Según el doctor Stuart Hart, quien imparte la cátedra Empresa Global Sustentable en la Universidad de Cornell en Nueva York, la sustentabilidad es una "tremenda oportunidad de obtener ingresos". Hart considera que, por ejemplo, reinventar el modelo de negocios para reducir el impacto ambiental ofrece mucho más valor para los empresarios que la lucha contra la contaminación. "Las mayores oportunidades de negocios relacionadas con la RSE no han desarrollado todo su potencial, especialmente las relacionadas con la próxima generación de tecnologías limpias y aquellas que sirven a las necesidades no satisfechas en la base de la pirámide poblacional que vive con menores ingresos", detalla.

Por ello ha crecido vertiginosamente el número de empresas que nacen para resolver, a partir de un modelo de negocio, un reto social o ambiental. De forma paralela, son cada vez más las corporaciones que después de años de operar exitosamente deciden comprometerse con la RSE.

MERCADOS BURSÁTILES RESPONSABLES

La inversión socialmente responsable es un mercado en plena ebullición. En Estados Unidos hay 250 fondos de inversión que reúnen 316,000 millones de dólares en espera de ser invertidos en empresas que incorporan las mejores prácticas internacionales de RS, sustentabilidad y gobierno corporativo. Uno de cada ocho dólares colocados en bolsa se destina a empresas seleccionadas por su desempeño ambiental y social.

Por ello, el nacimiento del IPC Sustentable de la BMV es un parteaguas para la responsabilidad social que se practica en el país. El índice es el segundo en su tipo en Latinoamérica, detrás del Índice de Sustentabilidad Empresarial (ISE) de la Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa), fundado en 2005, en donde la sola emisión del ISE generó una capitalización equivalente a 30% del valor del Bovespa. Para desarrollar el índice, la BMV contrató a dos calificadores, la Universidad Anáhuac del Sur y EIRIS (Empowering

Responsible Investment), la firma que estuvo detrás del Dow Jones Sustainability Index, el británico FTSE4Good y el índice de Johannesburgo. Tras un riguroso proceso de evaluación, las calificadoras concluyeron que 23 empresas reunían las características de sustentabilidad y bursatilidad: Alfa, América Móvil, Arca Continental, Cemex, Coca-Cola Femsa, Compartamos Banco, Controladora Comercial Mexicana, Corporación Geo, Desarrolladora Homex, Empresas ICA, Fomento Económico Mexicano, Grupo

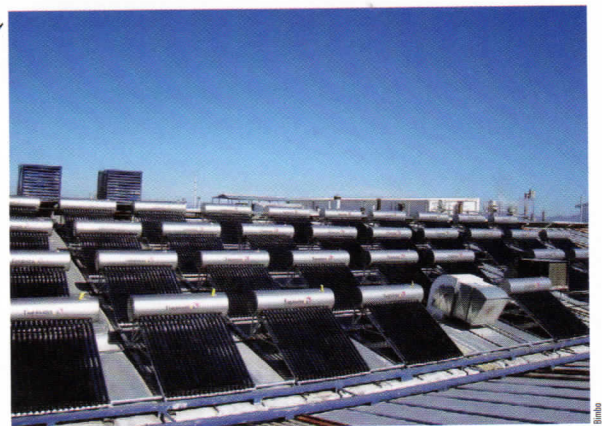
>> Mayra Hernández conoció la RSE antes de que adoptara ese nombre. Su abuelo, Roberto González Barrera, y su bisabuelo, Roberto M. González Gutiérrez, son los fundadores de GRUMA (Grupo Maseca). Ellos descubrieron que la eficiencia en el uso de agua y energía se reflejaba en sus utilidades. "Cuando surgió el concepto de RSE, para mí fue muy fácil entenderlo, pero no comunicarlo al interior de la empresa. Era el último tema en la agenda", recuerda.

A raíz de la fusión con Ixe Grupo Financiero, Mayra se dio a la tarea de estudiar las prácticas de RSE de Ixe para darles continuidad. Así nació el Programa Banorte-Ixe Incluyente, que garantiza la inclusión laboral de personas con discapacidad en cualquier área del grupo.

MAYRA HERNÁNDEZ GONZÁLEZ
directora Corporativa de Resp. Social de Grupo Financiero Banorte (2 años como ESR)

Aerportuario del Centro Norte y Grupo Aerportuario del Sureste, Grupo Bimbo, Grupo Financiero Banorte, Grupo México, Grupo Modelo, Industrias Peñoles, Kimberly-Clark de México, Mexichem, Urbi Desarrollos Urbanos, TV Azteca y Walmart de México. Pronto se sumarán otras más.

La directora Corporativa de Responsabilidad Social de Grupo Financiero Banorte, Mayra Hernández, considera que en la medida en que una empresa incrementa sus negocios y su base de accionistas, tiene una mayor obligación con los mercados y con la sociedad.





En el listado de las empresas más verdes del mundo que publica anualmente *Newsweek*, Walmart de México ocupó el lugar 14, la mejor posición lograda por una firma que opera en México. Sin embargo, cuando Gisela Noble aceptó el reto de coordinar los esfuerzos de RSE, pensó que sería solo una etapa de su carrera. Hoy lo considera un parteaguas en su vida.

Su principal reto ha sido hacer que la RSE genere valor económico. Una de sus iniciativas clave para 2012 es el desarrollo de agricultores de bajos ingresos. Así, la cadena minorista fortalece a sus proveedores y reduce la migración rural.

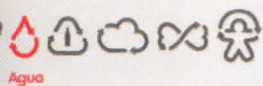
GISELA NOBLE

directora de Responsabilidad Corporativa de Walmart de México y directora de Fundación Walmart (12 años como ESR)

"Esto es especialmente importante en las empresas públicas, las cuales tienen una responsabilidad fiduciaria hacia sus accionistas, aunque también las empresas privadas y familiares están adoptando recientemente prácticas de buen gobierno corporativo y transparencia", explica Hernández.

Los índices verdes no son algo nuevo. En 1999 nació el Dow Jones Sustainability Index para evaluar la economía corporativa, el impacto social, la mitigación del cambio climático y el cumplimiento de estándares. Un año después surgió en Canadá el Jantzi Social Index. La Bolsa de Londres no se quedó atrás y en 2001 lanzó el FTSE4Good, compuesto por cuatro listados: uno mundial, otro dedicado a emisoras de la Unión Europea, uno más para Estados

Unidos y, el restante, para Japón. Por su parte, la Bolsa de Johannesburgo, en Sudáfrica, aplica su índice desde 2004. En 2005 se creó el primer índice en Latinoamérica: el Índice de Sustentabilidad Empresarial (ISE) de la Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa) obedece a una metodología única y ha arrojado resultados extraordinarios para las emisoras que lo integran. Como primer paso, un comité de académicos fijó los criterios comunicados a las empresas desde el 2000, preparándolas para cumplir estándares internacio-



CONTIENEN ACCIONES

En **Coca-Cola** trabajamos para **devolver el 100% del agua que utilizamos en nuestras bebidas y procesos**. Realizamos acciones de **reabastecimiento en 27 cuencas** del país, incluyendo reforestación, restauración de suelos y captación de agua de lluvia. A la fecha hemos plantado más de **31 millones de árboles** en 25 estados.



MÉTODOS AMBIENTALES.

Estudios ecológicos ya son implementados por las empresas.



nales de gobierno corporativo. Un año después se generaron otras metodologías para medir avances. Finalmente se empezó a exigir a las empresas que reportaran resultados de forma pública.

CUATRO MEGATENDENCIAS
1. ISO 26000

Para Gerard, directora general de ResponSable, la norma ISO 26000 es el documento más completo de RSE a nivel mundial. Impulsada por el organismo de normalización International Organization for Standardization (ISO) desde 2003 y aprobada en 2010, ISO 26000 requirió siete reuniones plenarias internacionales para cristalizarse: Salvador de Bahía, Bangkok, Lisboa, Sydney, Viena, Santiago de Chile y Quebec.

El informe *En busca de la sostenibilidad, el camino de la responsabilidad social empresarial en América Latina*, publicado por la Fundación Avina en marzo de 2011, destaca la presencia de participantes provenientes de América Latina, que representó un 22%, con 376 participantes sobre un total de 1,701. De esta manera, la participación de la región se ubicó por encima de África, América del Norte y Oceanía; y por debajo de Europa y Asia.

La norma ISO 26000 no es una certificación. Su propósito es la regulación, de tal forma que puede ser útil para todo tipo de organizaciones, sin importar su tamaño, ubicación geográfica,



Federico del Castillo tiene la convicción de que una empresa no puede ser responsable si sus integrantes no tienen hábitos responsables. "Ya sea que el personal imprima menos, apague la luz al salir de la oficina o contribuya con la causa de su preferencia, todo está en los hábitos", afirma. Con esa filosofía, Scotiabank fue la primera entidad bancaria en México que midió su huella ecológica.

Durante 2011 logró movilizar casi 24,000 horas de trabajo voluntario. Sabe que desde la operación del banco puede generar un cambio en las futuras generaciones. Scotiabank tiene un programa de educación financiera en alianza con Fundación Educa. A niños de primaria se les enseña la importancia de ahorro.

FEDERICO DEL CASTILLO

director de Responsabilidad Social y Comunicación Institucional de Scotiabank (5 años como ESR)



LAS 23 EMPRESAS IPC SUSTENTABLE TIENEN ACCESO A FONDOS DE INVERSIÓN.

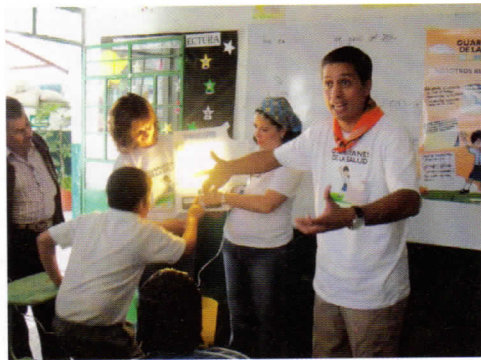
contexto sociocultural o actividad. Las empresas que la apliquen podrán basarse en un estándar único e internacionalmente reconocido para facilitar la implementación de programas de RSE que consideren el impacto en todos sus *stakeholders*, incluyendo colaboradores, comunidad, proveedores y medios de comunicación.

2. PACTO MUNDIAL DE LA ONU

El Pacto Mundial nació en 1999 y ya se ha transformado en una de las iniciativas con mayor alcance internacional.

La iniciativa consiste en un llamado a las empresas de todo el mundo para que asuman 10 principios empresariales que surgen de tratados internacionales y corresponden al ámbito de los derechos humanos, tomados de la Declaración Universal de Derechos Humanos, así como laborales, extraídos de la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo. También se adoptan principios medioambientales de la Declaración de Río de Janeiro. El principio relativo a la corrupción es el de más reciente inclusión y se basa en el Convenio de la ONU contra este tipo de prácticas.

En México, organizaciones como el Cemefi, la Confederación Patronal de la República Mexicana (Coparmex), el Consejo Coordinador Empresarial (CCE) y la Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial en México (AliaRSE) participan activamente en el comité nacional del Pacto Mundial. Una cuarta parte de las adherentes al Pacto operan en América Latina. "Aunque falta mucho por



Rechelle Neumann ha demostrado que las compañías mexicanas pueden implementar con éxito programas mundiales de RSE. ¿Un ejemplo? En 2009, Philips lanzó Guardianes de la Salud, un programa de voluntariado. En 2010 ya estaba en México y desde entonces ya ha beneficiado a más de 1,600 niños de escuelas primarias. "Cada año tenemos más voluntarios. Los niños aprenden de una manera lúdica los beneficios del cuidado del medio ambiente, el ejercicio y el ahorro energético", dice Rechelle.

Para 2015, Philips duplicará su inversión en innovación ecológica y generará 30% del ingreso total a partir de productos verdes.

RECHELLE NEUMANN

directora de Comunicación Corporativa y Sustentabilidad para Latinoamérica de Philips. (10 años como ESR)

hacer, el Pacto Mundial impulsa la cultura de RSE, pues uno de los principales compromisos es evaluar a la empresa y comunicar su progreso", dice Rodrigo de León, del IPADE.

3. RSE EN LA CADENA DE VALOR

Nike, Zara y Apple se han visto envueltas en escándalos a causa de las prácticas laborales de sus proveedores. Por ello, una de las tendencias que dominan en materia de RSE son las cadenas de valor responsables. "Para que los proveedores sean contratados deben ser los mejores en precio y calidad. El precio tiene componentes de mano de obra y de materia prima, y cuando un proveedor quiere ganar un concurso sacrifica la mano de obra. Por ello, proponemos que las empresas consideren otros criterios al elegir proveedores, como operar de forma responsable", explica Villalobos, del Cemefi y de Fórum Empresa.

Debido al potencial que tienen las grandes empresas de influir positivamente en su cadena de valor, la Secretaría de Economía desarrolló el Programa de Desarrollo de Proveedores para fortalecer la competitividad de la red de proveedores al mejorar su calidad, precio, tiempo de entrega, servicio y asistencia técnica.

MetLife participa en la iniciativa con el objetivo de forjar una cadena de valor más eficiente y competitiva respecto a las adquisiciones y servicios que se les contrate. "Ganan los proveedores y, como consecuencia, gana MetLife como una empresa que desarrolla y fortalece a las pymes con un importante impacto social", dice Liliana González, directora operativa de Fundación MetLife.

25% MENOS CO₂.

Para 2015, Philips pretende reducir 25% las emisiones de dióxido de carbono.



EL FUTURO DE LA RSE SE ENFOCARÁ A GENERAR TECNOLOGÍAS LIMPIAS Y ATENDER A LA COMUNIDAD.

Para Walmart de México, sus más de 12,000 proveedores pyme son estratégicos. Gisela Noble, directora de Fundación Walmart de México y Responsabilidad Corporativa de la compañía, considera que ellos deben crecer de la mano de la empresa. "Por ello los invitamos a que desarrollen empaques ecológicos o a que se involucren en actividades de voluntariado, uno de los mecanismos más eficientes para generar compromiso social", explica.

4. TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS

Para Federico del Castillo, director de Responsabilidad Social y Comunicación de Scotiabank, la transparencia es la moneda de cambio en el mercado de la confianza.

Scotiabank fue incluido en el Índice de Transparencia en Responsabilidad Social, elaborado por el Centro de Estudios para la Gobernabilidad Institucional (CEGI) del IPADE y Gestión Social y Cooperación, A.C. (Gesoc). "A clientes, inversionistas y toda la cadena de valor les interesa que la información de su interés sea pública y de fácil acceso", dice Del Castillo.

El estudio incluyó un universo de 903 empresas que operan en México y se basó en información pública. Así, los aspectos más sólidos en rendición de cuentas del entorno corporativo en México son que nueve de cada 10 empresas publican información relativa a su desempeño económico y medioambiental; en contraste, solo



ECOLOGÍA EXPUESTA.

Figuras colocadas en plazas comerciales son elaboradas con botellas de plástico Ciel.

14% informa sobre el cumplimiento de sus códigos de conducta, transgresiones a regulaciones y protección de los derechos humanos. De acuerdo con el informe, 69% de las empresas en el Índice cuentan con mecanismos de interacción con audiencias clave; sin embargo, solo dos de cada 10 evalúan expectativas o demandas de sus grupos de interés.

Aliza Chelminsky, directora de Asuntos Corporativos de Pfizer México, considera que para la farmacéutica fue un gran cambio haberse unido a los esfuerzos de la Global Reporting Initiative (GRI), una institución independiente que creó el primer estándar mundial de lineamientos para la elaboración de memorias de RSE.

La principal motivación que lleva a las organizaciones a realizar una memoria de RSE es la mejora de la imagen y reputación, de acuerdo con el documento *Los informes de sustentabilidad: presente y futuro*, publicado por MediaResponsable en febrero de 2012. El estudio encuestó a 170 personas vinculadas a la RS y concluyó que para el 71% es importante que las empresas publiquen memorias de sustentabilidad. El 59% cree que el futuro de los informes de RSE está en su integración con los informes financieros.

LA RSE DEL FUTURO

De León, del Centro de Estudios para la Gobernabilidad Institucional (CEGI) del IPADE, vaticina que en los próximos cinco años, tres tendencias dominarán la actuación responsable de las empresas:

La primera indica que se fortalece la RSE estratégica, donde cada vez menos compañías apoyarán causas que no estén relacionadas con su *core business*. La segunda indica que la RSE permea al interior de las organizaciones. Aunque continuará el enfoque externo que busca una buena reputación para la empresa, cada vez se involucrarán más a los colaboradores.

>> Vivian Alegría se sumó a las filas de Coca-Cola en el área de Marketing. Los retos que enfrentó pronto la perfilaron como la persona indicada para encabezar los esfuerzos de RSE de la compañía.

"En 1998 nació la Fundación Coca-Cola, brazo operativo para el desarrollo comunitario", explica Alegría. Añade que aprendió sobre la marcha. Su lección más importante ha sido detectar las necesidades de la comunidad. Trabajar de cerca con la gente es un requisito en el programa de reforestación y cosecha de agua, para devolver al medio ambiente el agua que emplean en la producción.

"Tenemos cuatro años trabajando con comunidades del Pico de Orizaba, que viven a 3,600 m. de altura", indica.

Vivian Alegría
directora de Asuntos Comunitarios y de Fundación Coca-Cola. (8 años como ESR)

La tercera tendencia indica que el sector social se fortalece. México es uno de los países más atrasados en cuanto al desarrollo de tercer sector, que incluye también a Organizaciones de la Sociedad Civil (OSC) y fundaciones. En los próximos años el tercer sector será más profesional y desempeñar un papel más importante ante gobierno, iniciativa privada y medios de comunicación.

Finalmente, el informe *En busca de la sostenibilidad, el camino de la responsabilidad social empresarial en América Latina*, publicado por la Fundación Avina, destaca

tres grandes motivaciones para el cambio de comportamiento de las grandes organizaciones, a saber: 1) La gestión de riesgos centrados en la presión generada por el descontento social; 2) La reputación para ser competitivas, y 3) Las exigencias de casas matrices localizadas en países desarrollados. **AN**



>> ON LINE

12 AÑOS DE DISTINTIVO ESR DEL CEMEFI. En la edición online de Alto Nivel www.altonivel.com.mx tendremos una cobertura especial con las empresas que obtuvieron el Distintivo ESR en 2012. Entre los ganadores se cuentan firmas como BBVA Bancomer (12 años), Telmex (11 años), Manpower (10 años), Cinépolis (nueve años), Grupo Lala (ocho años), PwC México (siete años), Accenture (seis años) y Everis (cinco años).