Primer Puntada

AVANZANDO EL BIENESTAR DE TRABAJADORAS EN EL SECTOR MODA EN MÉXICO

#MaquilandoElCambio

HIP
HISPANICS
IN PHILANTHROPY
The power of giving and connecting

Índice

1. SOBRE HISPANICS IN PHILANTHROPY (HIP)

2. SOBRE SISTEMA B

3. RESUMEN EJECUTIVO

a) Datos y contenido del reporte

b) Visión general de los resultados

4. INTRODUCCIÓN

a) La industria de la moda en México

b) Sostenibilidad aplicada a la moda

c) Situación de las trabajadoras en la industria de la moda

5. DATOS GENERALES Y DESEMPEÑO GENERAL DE LA RED DE EMPRESAS PARTICIPANTES

a) Datos generales de la red

b) Desempeño general de la red: resultados de la Evaluación de Impacto B de la red de empresas participantes, comparado con las empresas B certificadas en el mundo

c) Desempeño general de la red: resultados de la Evaluación de Impacto B de la red de empresas participantes, comparado con empresas tradicionales

d) Desempeño de la red por área de impacto

e) Evaluación de las empresas de la red

f) Puntaje general

g) Resultados generales por subárea

i. Gobernanza

ii. Trabajadores/as

iii. Comunidad

iv. Medio ambiente

v. Modelo de negocio de impacto

vi. Género y derechos humanos laborales

6. OPORTUNIDADES DE MEJORA

a) Oportunidades de mejora por subárea

i. Gobernanza

ii. Trabajadores/as

iii. Comunidad

iv. Medio ambiente

v. Género y derechos humanos laborales

7. RECOMENDACIONES Y CONCLUSIÓN

Edición: Mireille Posse y Dana Preston

Corección de estilo: Penélope Martínez

Diseño: Andrea González /

plantandoideas@gmail.com

Ciudad de México

Diciembre 2018

HIP HISPANICS IN PHILANTHROPY The power of giving and connecting

Sistema B

1. Sobre Hispanics in Philanthropy (HIP)

HISPANICS IN PHILANTHROPY (HIP)

Es una red transnacional de donantes comprometidos a fortalecer el liderazgo, la voz y la equidad de las comunidades latinas en todo el continente americano. La red de HIP conecta y reúne a donantes, organizaciones de la sociedad civil, investigadores y otros líderes para atender las necesidades de nuestras comunidades e identificar las mejores prácticas para el cambio social.

HIP ha sido pionero en nuevos modelos filantrópicos, liderando iniciativas de colaboración, brindado donativos y fortaleciendo las capacidades de más de 600 organizaciones y líderes.

En 2014, HIP creó HIPGive, la primera plataforma bilingüe y bicultural de financiamiento colectivo (crowdfunding).

www.hiponline.org / www.hipgive.org

2. Sobre Sistema B

SISTEMA B

Sistema B es una organización que tiene como misión redefinir el sentido del éxito en la economía, una economía donde el éxito se mida por el bienestar de las personas, de las sociedades y de la naturaleza. Un paso fundamental para lograr esta transformación es que las empresas midan sus impactos socioambientales con la misma rigurosidad con la que miden sus indicadores financieros.

www.sistemab.org

3. Resumen ejecutivo

Este informe es parte de la iniciativa **#MaquilandoElCambio,** que se incluye en el proyecto Mejorando las condiciones laborales y de vida para mujeres trabajadoras en México, el cual busca mejorar el bienestar de las trabajadoras en el sector moda nacional.[6] El proyecto es implementado por tres organizaciones: Sociedad Mexicana Pro Derechos de la Mujer, A. C. (Fondo Semillas), Proyecto de Derechos Económicos Sociales y Culturales, A. C. (ProDESC) e Hispanics in Philanthropy (HIP).

Como parte de #MaquilandoElCambio, a inicios de 2018 HIP lanzó el estudio ***Sector moda en México: acciones encaminadas hacia buenas prácticas en materia de derechos humanos laborales fundamentales.*** Este reporte presenta cuatro casos de estudio (tres empresas nacionales y una cámara del calzado) que dan a conocer la opinión, entendimiento y acciones en torno a buenas prácticas laborales con perspectiva de género en México. El estudio arrojó resultados sobre algunos de los grandes retos que enfrentan las empresas, no sólo al cumplir con lo que dicta la ley, sino también en términos de una responsabilidad social empresarial (RSE) que mire hacia sus propias cadenas de suministro, especialmente hacia las mujeres. Es por ello que HIP identificó la necesidad de escalar los resultados obtenidos en dicho estudio para proveer una línea base nacional sobre el sector moda.

Es así como HIP se alía con Sistema B para ofrecer su programa Mide lo que Importa y su herramienta Evaluación de Impacto B (EIB)[7] exclusivamente a empresas del sector moda nacional. EIB es un autodiagnóstico donde empresas miden, comparan y mejoran su impacto social y ambiental. En esta alianza HIP pudo adecuar la herramienta EIB de forma especial para la iniciaitiva #MaquilandoElCambio incluyendo un área adicional en el tema de Género y Derechos Humanos Laborales.

Durante julio a octubre 2018, 26 empresas completaron EIB bajo la iniciativa #MaquilandoElCambio. Este reporte se desarrolló con los principales resultados obtenidos por estas empresas participantes. Compara sus resultados obtenidos en promedio por todas las empresas B certificadas , igual como las empresas que han completado EIB pero no cuentan con certificación, para poner en perspectiva su desempeño.

Es importante mencionar que HIP reconoce el compromiso que las empresas asumieron al aceptar realizar un autodiagnóstico sobre su actuar interno y externo. En este sentido, reconocemos que muchas de las empresas que participaron en este estudio pueden estar realizando acciones que no necesariamente se definen como buenas prácticas, y no podemos validar los resultados, como sería el caso de una auditoría. Sin embargo, HIP cree que el compromiso de autodiagnosticarse es un paso importante en un sector que no tiene una cultura fuerte de RSE hacia su exterior, y hacia sus propias cadenas de suministro.

El informe es un punto de partida con el objetivo de proveer una fotografía y una línea base del impacto socioambiental de esta red de empresas, sin proveer un análisis exhaustivo de los resultados, pero sí algunos elementos para la reflexión y para impulsar una investigación más robusta. Por otro lado, el informe es parte del compromiso que HIP adquirió con las empresas participantes de compartir los resultados obtenidos.

a. Datos y contenido del reporte

El reporte consta de cinco secciones y tiene como objetivo principal presentar en forma clara los resultados obtenidos y aportar un primer análisis de los mismos.

La primera trata los datos generales de la red de empresas participantes del estudio. **La segunda,** los resultados para cada una de las áreas evaluadas, contrastando estos resultados con los obtenidos, en promedio, por las empresas B certificadas en el mundo y con empresas tradicionales.[9] **La tercera** profundiza en los modelos de negocio de impacto de las empresas de la red. **La cuarta** se centra en las oportunidades de mejora que se identifican para la red de empresas participantes, revisando estas oportunidades para cada una de las áreas de impacto cubiertas por la EIB. Finalmente, **la quinta** provee reflexiones finales a modo de conclusiones y recomendaciones.

Este primer reporte sobre el desempeño socioambienal de empresas del sector moda es una parte importante de los esfuerzos desde HIP para la mejora de las condiciones laborales y de vida de trabajadores y trabajadoras de este sector. El reporte se dirige principalmente a las empresas participantes, investigadores y organizaciones de la sociedad civil. Dado que es un primer esfuerzo es imposible cubrir plenamente y a profundidad la información obtenida en el presente documento, si bien, es el primero en su tipo y provee una variedad de información que requerirá en una segunda versión mayor detalle y análisis de cada sección, esto es tan solo un comienzo. Esperamos que con este reporte promueva el debate a nivel sectorial en lo local y en lo nacional, y además se busque la conformación de alianzas que busquen la mejora del desempeño como sector en las áreas aquí estududiadas.

b. Visión general de los resultados

La red de empresas participantes presenta a nivel general un desempeño similar. En general todas las empresas cuentan con un alto puntaje, impulsado principalmente por un buen desempeño a nivel de políticas y prácticas operacionales. Existe un grupo de empresas que declara contar con modelos de negocio de impacto. Esta es una primera aproximación que permite contar con una idea del tipo de impacto positivo que generan estas empresas.

El área de impacto más desarrollada de la red es la comunidad. Todas las empresas de la red presentan un fuerte desarrollo de esta área, con un énfasis en las condiciones y relaciones laborales con sus proveedores, y por las condiciones que ofrecen a los y las trabajadoras de poblaciones desfavorecidas.

Por otra parte, una de las áreas donde se observan las mayores oportunidades de mejora es medio ambiente, donde, si bien existe un desempeño promedio, es posible seguir profundizando prácticas de las empresas para una mejor gestión ambiental. Para el caso de género y derechos humanos laborales, la red debe seguir profundizando y generar prácticas con mayor intencionalidad en este ámbito.

[6] El sector moda en México incluye empresas vinculadas a la industria textil y confección. Considera tanto a la fabricación de ropa, como el calzado y diversos artículos confeccionados en piel y otros materiales.
[7] La Evaluación de Impacto B (EIB) es una herramienta de autodiagnóstico generada por B Lab, con base en el catálogo de estándares IRIS que contienen las métricas más altas de gestión a nivel mundial en las áreas de comunidad, medio ambiente, gobernanza, trabajadores/as y clientes, y una serie de métricas adicionales generadas con el apoyo de un Consejo Global de Estándares.
[8] Empresas B demuestran, mediante una certificación, que persiguen el triple impacto (económico, social y ambiental) de manera simultánea, con un compromiso de mejora permanente, legal y a largo plazo.
[9] Empresas que han completado la herramienta EIB pero no tienen certificación Empresa B.

4. Introducción

a) La industria de la moda en México

por: Mireille Acquart,
Fundadora de Ethical Fashion Space

La industria textil y la de la confección, dos de los sectores industriales más antiguos del mundo, hoy se han convertido en el actor principal de distintos movimientos, escenarios y espacios a lo largo y ancho del planeta. Su trascendencia ha sido tal, que ha despertado y agitado conciencias en el mundo de la política, la economía, la cultura y la salud planetaria y humana, entre otros.

La multimillonaria industria con más de 26.5 millones de personas empleadas directamente, contempla por el desarrollo mismo de sus relaciones comerciales y político-económicas, el más extenso abanico de impactos sociales y ambientales registrado durante el siglo XX y los inicios del siglo XXI.

Nuevas formas de trabajo esclavizado y relaciones de trabajo inequitativas y discriminatorias; pérdida de biodiversidad y degradación de ecosistemas a causa del uso de Organismos Genéticamente Modificados (OGM) y otras sustancias químicas altamente dañinas, bioacumulativas y resistentes en el ambiente; uso de combustibles fósiles y recursos naturales sin reparo; crisis de agua potable y una mala gestión de los desechos. La lista aún es larga, y las causas de su impacto son proporcionales al crecimiento demográfico, el auge de las llamadas sociedades de consumo y los valores mercadológicos de la generación de los baby boomers: producción en masa, gran escala, acumulación, beneficios por encima de los costes, etc. Los resultados: patrones de producción y consumo acelerados y desmedidos, situación identificada como una de las principales causas del deterioro ambiental del planeta desde la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible celebrada en Johannesburgo en 2002.

La industria de la moda en México, además de ser es un sector significativo para la economía nacional, tanto en términos de generación de empleo como de exportaciones (colocándose como el quinto proveedor a nivel mundial), también está entre una de las industrias manufactureras más contaminantes, como las ramas del papel y la celulosa, de productos químicos, refinación de petróleo, hierro y acero, y automotriz, posicionándose desde la década de los años noventa del siglo pasado con tasas de crecimiento de contaminación mayores a las de Estados Unidos de América, Canadá y otros países de la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE). En términos de condiciones laborales, México cuenta con el salario mínimo más bajo de los países miembros de la OCDE, con un rango de apenas 0.60 dólares por hora, cifra inferior a los niveles de países como Chile, con 1.84 dólares y Turquía, con 2.30 dólares; economías similares a la mexicana.

Hoy, estos puntos han puesto en marcha distintos análisis, métricas y mecanismos de gestión para la mitigación de dichos impactos, así como para encontrar soluciones y alternativas donde la responsabilidad social y ambiental, la ética, la colaboratividad, la interconexión de industrias y la resiliencia juegan un papel fundamental para el logro de economías naranjas[10] sostenibles y circulares.

[10] Conjunto de actividades que de manera encadenada permiten que las ideas se transformen en bienes y servicios culturales, cuyo valor está determinado por su contenido de propiedad intelectual.

b) Sostenibilidad aplicada a la moda

por: Mireille Acquart,
Fundadora de Ethical Fashion Space

FOTO :Fondo Semillas

La industria de la moda es una industria apasionante y llena de retos. Ya no sólo se trata de los colores de la temporada, el diseño y la marca. Hablamos también de ética laboral, proyectos colaborativos y derechos humanos; sistemas de producción limpios, innovación e ingeniería textil, de procesos y negocios con esquemas de guía, control y responsabilidad compartida. Hablamos de una nueva dirección para la industria que nos viste y calza.

Es entonces que debemos preguntarnos qué medidas deben y pueden ser tomadas para disminuir el impacto negativo que han generado nuestros actuales modelos de producción y consumo, no sólo en el medio ambiente, sino también en las condiciones laborales y de salud humana. En el caso de nuestro país, caben estas preguntas: ¿es México un país destinado a la maquila de exportación, con todo lo que ello implica, laboral, ambiental, económica, política y culturalmente?, ¿es la sostenibilidad y la responsabilidad social un modelo que puede maquilar el cambio hacia un modelo económico más responsable?

Porque, hablar de posibles antídotos y “modas” –en la acepción más trivial del vocablo– refiriéndonos a prácticas aisladas; a proyectos de impacto temporal y no de mediano y largo plazo, al surgimiento de innovaciones en materiales y procesos sin apoyo financiero y regulatorio, y aún más importante, sin contextualizarlos a la par que las prioridades económicas y prácticas empresariales, distintas de las actuales, significa que no se está entendiendo la naturaleza de la alternativa lenta y ética de lo que la sostenibilidad significa, en especial en cuanto a la industria de la moda se refiere.

c) Situación de las trabajadoras en la industria de la moda

Los derechos humanos laborales (DHL) son aquellas condiciones de vida indispensables y mínimas que garantizan la libertad e igualdad de los y las trabajadoras. Estas no solo incluyen la libertad de asociación y el complimiento de la normatividad legal vigente en el país, sino también garantías sociales que posibilitan condiciones mínimas de vida y de trabajo cuando se depende de una ocupación asalariada para vivir.[11]

Estos derechos laborales están sustentados en los artículos 1º y 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, las leyes nacionales que de estos artículos se deriven –Ley Federal del Trabajo (LFT)–, y en los acuerdos y convenios internacionales firmados por México, entre los que se destacan aquellos ratificados ante la OIT.

A pesar de que existe un marco legal que debe proteger los derechos laborales, muchas veces no se cumple. Son las mujeres trabajadoras quienes suelen experimentar una vulneración de sus derechos más que los hombres, simplemente por ser mujeres. Y en el sector moda, las mujeres constituyen la mayoría de la mano de obra; más de 60% de la fuerza laboral.[12]

Ellas se enfrentan a la aplicación de un marco legal con ausencia de perspectiva de género; por lo que en su entorno laboral cotidiano se les presta poca atención a temas específicos inherentes a su condición de mujer, como los derechos reproductivos. Todavía es frecuente el requisito del certificado de no gravidez antes de firmar un contrato; o bien los despidos o renuncias obligadas en caso de embarazo. Todo lo anterior, sin mencionar evidencias de casos de la violencia, hostigamiento sexual y limitadas oportunidades de ascensos o mejoras salariales, que cotidianamente enfrentan.

De hecho, México es uno de los pocos países de la región que no ha firmado los convenios de la OIT sobre los y las trabajadoras con responsabilidades familiares (156); y sobre la protección de la maternidad (183). Eso significa que en este país no es un agravante legal omitir la recomendación de dicho organismo internacional sobre el otorgamiento de 14 semanas de maternidad (actualmente la legislación establece el máximo de 12 semanas); así como exentar a las mujeres embarazadas o en lactancia de obligaciones que pongan en riesgo su salud.

Con base en ello se puede afirmar que, si en algún momento se visualizó a la globalización como un gran motor de desarrollo que proporciona fuentes de empleo decentes y formales para ayudar a salir de la pobreza a millones de mujeres; mejorando su salud, asegurando el futuro de sus familias y dándoles la parte que les corresponde de los beneficios del comercio global, este momento aún no ha llegado.

En concordancia con lo expresado por OXFAM, se revela el hecho de que, en el mundo de la moda, “la precariedad laboral tiene rostro de mujer”. La presión que las cadenas de moda ejercen sobre sus proveedores para producir ropa de calidad a menor precio y más rápido, se desplaza inevitablemente a los y las trabajadoras –en su mayoría mujeres– en forma de largas jornadas laborales, mal pagadas y sin derechos.

Por otra parte, los esfuerzos empresariales orientados a la atención de los DHL de las mujeres que trabajan en la industria textil y de la moda aún son limitados.

---

[11] Corner, Francis. Why Fashion Matters. Londres: Thames & Hudson, 2014. DeForest Abogados. «La Reforma Laboral y los Derechos Humanos Laborales: Reto de la Justicia Constitucional y los Derecho Laborales Dentro de la Ley Reglamentaria del 123 Consitucional” http://www.deforest.mx/system/file.php?id=178

[12] “ INEGI. “Estadísticas a propósito de... la Industria de la moda del vestido, el calzado y la joyería”http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/Productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/estudios/economico/a_proposi_de/EstModaCalzaJoyeria_18.pdf

FOTO :Fondo Semillas

5. Datos generales y desempeño general de la red de empresas participantes

El periodo de evaluación de la herramienta EIB fue de julio a octubre de 2018. Durante este periodo:

- 40 empresas se registraron en el micrositio **#MaquilandoElCambio** para usar la herramienta EIB: https://bimpactassessment.net/es/maquilandoelcambio
- 21 completaron las secciones gobernanza, trabajadores/as, comunidad y medio ambiente.
- 26 completaron las secciones mencionadas en el punto anterior más la sección de género y derechos humanos laborales.[13]
- 8 empresas no aceptaron compartir sus resultados.[14]
- 6 empresas completaron menos de 90% de las secciones.

a) Datos generales de la red

Como se mencionó en el apartado anterior, 21 empresas completaron las secciones **gobernanza, trabajadores/as, comunidad y medio ambiente**. Este grupo de 21 empresas participantes en su mayoría tiene entre 50 y 249 trabajadores/as. De igual manera, la mayoría manufactura textiles, ropa, calzado y accesorios. El total de los trabajadores/as de la red de empresas participantes es de 79,022 de los cuales 38,761 son mujeres.[15]

Asimismo, como puede observarse abajo, las 21 empresas de la red muestran un rango de puntaje general entre **23 y 182 de 200** posibles puntos. 4 de las 21 empresas sacaron 80 puntos o más, lo que les hace candidatas para empezar el proceso de certificarse como empresas B.

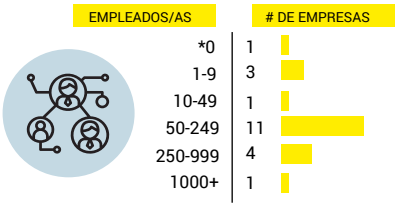
En esta sección se compara el promedio de los resultados de la red de empresas participantes con Empresas B y empresas que han usado la herramienta EIB pero no tienen certificación Empresa B. Para lograr dicha certificación, se requiere un puntaje de mínimo 80. Posteriormente, si se decide, la empresa entra en un proceso de auditoría por B Lab.

[13] Este número incluye las 21 empresas que completaron las secciones gobernanza, trabajadores/as, comunidad y medio ambiente, y 5 empresas adicionales que sólo respondieron la sección género y derechos humanos laborales.
[14] HIP se comprometió con la confidencialidad de las empresas participantes y este reporte solo incluye datos de empresas que explícitamente cedieron permiso de análisis de sus resultados.
[15] Este número incluye trabajadores y trabajadoras de tiempo completo, medio tiempo y temporales.

Datos generales de la red

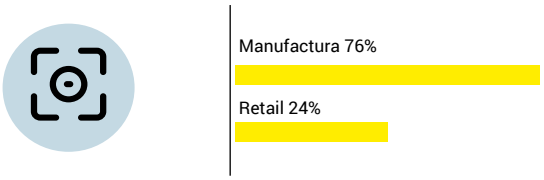
Mirada general a las empresas de la Red de Empresas Participantes. La red está integrada por 21 empresas que han completado en distinta medida la Evaluación de Impacto B*.

TAMAÑO DE LA EMPRESA (NÚMERO DE EMPLEADOS/AS)



*Cero trabajadores/as se refiere a empresas donde no existen trabajadores tiempo completo. Están compuestas por sus dueños/as y una o una combinación de: trabajadores/as tiempo parcial, contratistas, practicantes, u otras formas de externalizar sus operaciones.

SECTOR



UBICACIÓN DE LA EMPRESA

EMPRESA	TAMAÑO	PUNTAJE	% COMPLETADO
Empresa A	50-249	31	100%
Empresa B	50-249	37	100%
Empresa C	1-9	129	100%
Empresa D	50-249	25	100%
Empresa E	50-249	64	100%
Empresa F	250-999	78	100%
Empresa G	10-49	82	100%
Empresa H	1-9	82	100%
Empresa I	50-249	182	100%
Empresa J	50-249	51	100%
Empresa K	50-249	33	100%
Empresa L	250-999	64	100%
Empresa M	1000+	57	100%
Empresa N	50-249	23	100%
Empresa O	50-249	52	100%
Empresa P	50-249	49	100%
Empresa Q	1-9	50	100%
Empresa R	50-249	32	100%
Empresa S	0	90	100%
Empresa T	50-249	53	100%
Empresa U	250-999	62	100%

*Toda la información presentada en los siguientes gráficos, así en el resto del reporte, ha sido extraída desde B Analytics en base de la información completada por las empresas participantes en el programa Mide lo que Importa.

b) Desempeño general de la red: resultados de la Evaluación de Impacto B de la red de empresas participantes comparado con las empresas B certificadas en el mundo

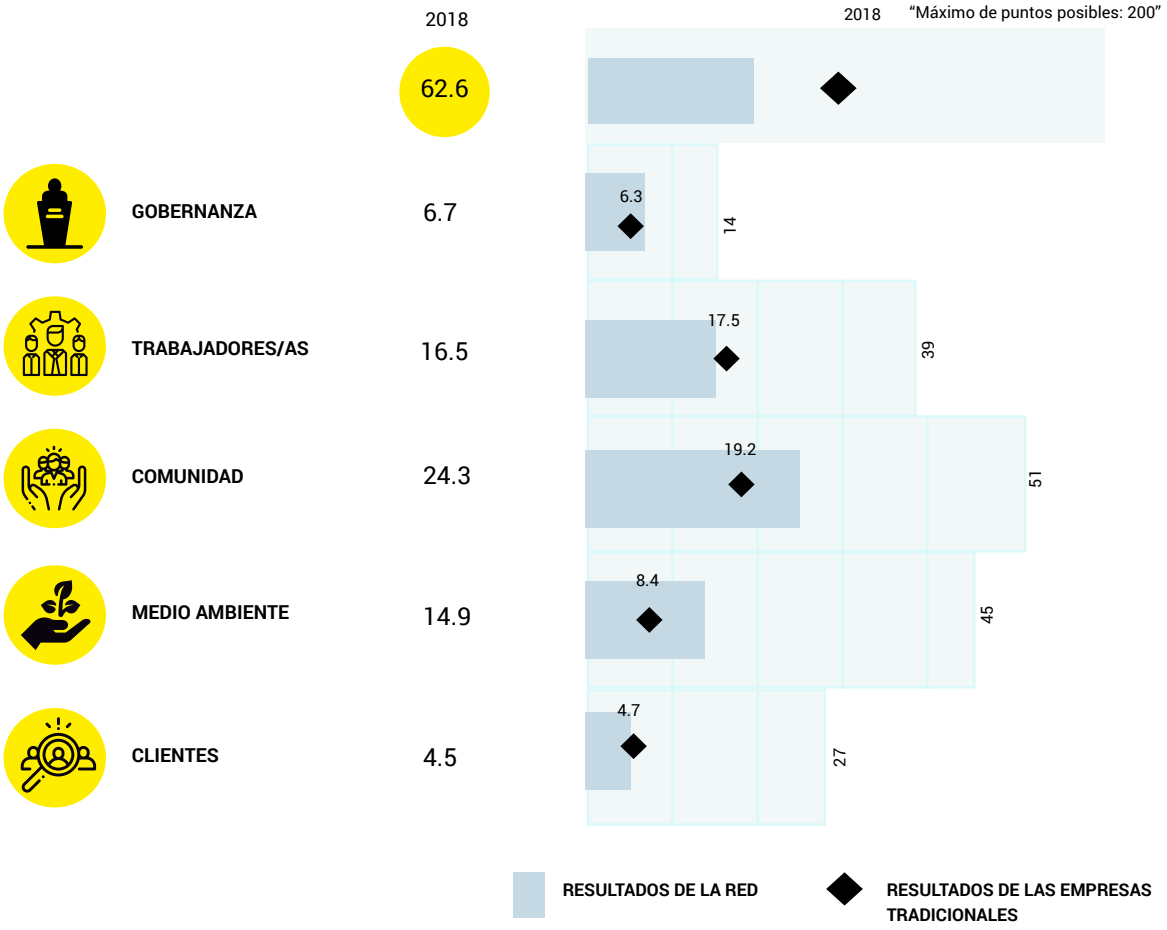
Estos resultados consideran solo los puntajes de aquellas empresas que han completado más de 90% de la EIB. Se han extraído de los datos agregados los resultados obtenidos por la propia evaluación de la red de empresas participantes. Por otra parte, el promedio de puntaje de las empresas B considera el puntaje promedio obtenido para cada una de las áreas de impacto, por todas las empresas que cuentan actualmente con la certificación de Empresa B a nivel global.

La red de empresas participantes obtuvo, en promedio, 62.6 de 200 posibles puntos. Se nota que la red obtuvo mejores resultados en el área medio ambiente, seguida por trabajadores/as en el sentido que los resultados son más alineados con los de empresas B en estos dos áreas.

c) Desempeño general de la red: resultados de la Evaluación de Impacto B de la red de empresas participantes, comparado con empresas tradicionales

Para la EIB, las empresas tradicionales son empresas cuyo modelo de negocio no se centra específicamente en generar un alto impacto social o ambiental, sin embargo, suelen contar con un buen desarrollo de políticas y prácticas con impactos positivos. Siendo así, no cuentan con certificación como empresa B.

Los resultados promedio de la red demuestran un mejor desempeño cuando se comparan con los de empresas sin certificación empresa B. Las empresas de la red en promedio obtienen mejores puntajes en medio ambiente y comunidad que las empresas tradicionales.



d) Desempeño de la red por área de impacto

Esta sección analiza el promedio del desempeño de cada empresa en cinco áreas; cuatro áreas de la EIB: **gobernanza, trabajadores/as, comunidad y medio ambiente, y un área de impacto diseñada exclusivamente por HIP: género y derechos humanos laborales (género y DHL).**

En la primera gráfica se analiza directamente el puntaje obtenido por cada una de las empresas de la red. A partir de las gráficas siguientes se analizan las áreas de impacto desde distintas perspectivas: primero un ranking por puntaje obtenido por las empresas, seguido de un gráfico de burbujas identificando las principales fortalezas y, posteriormente, una comparación entre las principales fortalezas contra un benchmark de empresas B y de empresas tradicionales.

Es importante mencionar que en este reporte no se incluyó el área impacto de clientes, dado que no todas las empresas completaron esta sección, pues solo evalúa modelos de negocio con impactos positivos para sus clientes, y no todas las empresas de la red cuentan con un modelo con estas características.

La herramienta EIB se divide en cinco grandes áreas:

GOBERNANZA

Prácticas que aseguran que la empresa perdure en el tiempo. Se focaliza en la misión de la empresa, la inclusión, la vinculación con grupos de interés, estructura de gobierno, gobernanza/transparencia de las prácticas de la empresa.

COMUNIDAD

Evalúa la relación con proveedores, la diversidad y la relación con la comunidad local de la empresa. Mide las prácticas y políticas con respecto del servicio comunitario y donaciones. Además, incluye si el producto o servicio de la empresa está diseñado para solucionar problemáticas sociales, incluyendo el acceso a servicios básicos, salud, educación, oportunidades económicas, artes y al aumento de flujo de capital para empresas/organizaciones con una motivación de objetivos.

MEDIO AMBIENTE

Indaga acerca del desempeño ambiental de la empresa mediante sus instalaciones, prácticas y operaciones. Se incluyen preguntas acerca de materiales y recursos utilizados, uso de energía y generación de emisiones y desechos. Cuando corresponde, también contempla las cadenas de transporte y distribución de la empresa y el impacto ambiental de la cadena de suministro.

TRABAJADORES/AS

Considera cómo la empresa beneficia a sus trabajadores y trabajadoras mediante compensaciones, beneficios, capacitaciones y propiedad compartida. Además, incluye preguntas acerca del ambiente laboral, comunicaciones internas, cultura corporativa, flexibilidad laboral, salud y seguridad ocupacional.

CLIENTES

Evalúa aquellos modelos de negocio de las empresas que tienen como objetivo generar impactos positivos en sus clientes. Considera preguntas relativas a cómo el producto o servicio genera ese impacto positivo, qué tan relevante es la venta de ese producto o servicio para la empresa y los resultados que logra la empresa con esos productos o servicios.

GÉNERO Y DERECHOS HUMANOS LABORALES[17]

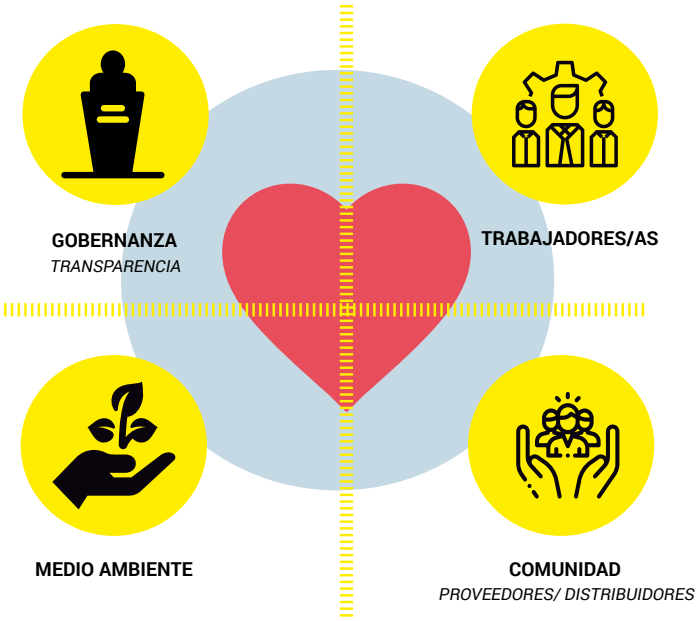
El área de impacto incluida por HIP tiene como objetivo conocer y tener mayor información sobre las acciones de las empresas del sector moda en México en temas género y DHL.

Considera temas como balance trabajo y familia, discriminación salarial, política de proveedores y transparencia, y libertad de asociación y salario justo entre otros, todo bajo la perspectiva de género.

[17]Esta sección se creó especialmente para la EIB de #MaquilandoElCambio a petición de HIP.

e) Evaluación de las empresas de la red

Las empresas que han decidido participar en el programa Mide lo que Importa han completado, en distinta medida, la EIB y el área incluida por HIP. Al completar esta evaluación, las empresas se miden en las áreas de impacto antes señaladas. Conjuntamente, la evaluación analiza a las empresas en dos niveles: políticas y prácticas operacionales, y modelos de negocio de impacto de la empresa.



El nivel de políticas y prácticas operacionales se enfoca en cómo la empresa realiza sus operaciones productivas o de prestación de servicios, las condiciones laborales bajo las cuales realiza estas operaciones y, en general, todas las materias asociadas normas y procedimientos propios del funcionamiento de la empresa. Este nivel se evalúa para cuatro de las cinco áreas de impacto: **gobernanza, trabajadores/as, comunidad y medio ambiente. Es importante mencionar que de forma separada se analiza la sección género y DHL.**

El segundo nivel, de modelos de negocio de impacto, evalúa cómo la empresa genera un impacto positivo en la sociedad o el ambiente mediante sus productos, servicios o procesos diseñados específicamente para generar impacto. En este escenario entendemos que la empresa, por su mero operar, está contribuyendo a generar ese impacto positivo, lo cual permite escalar el impacto positivo de la empresa y representa un elemento diferenciador respecto de otras empresas tradicionales. Este nivel se analiza en todas las áreas de impacto de la evaluación.

Toda la información presentada en esta sección se basa únicamente en las empresas de la red que han completado al menos 90% de la EIB. Se ha definido este porcentaje para comparar a las empresas en un escenario relativo de igualdad de condiciones, y considerando que la metodología de medición de la EIB está pensada para comparar empresas que han completado la totalidad de la evaluación, por tanto, es necesario contar con un porcentaje mínimo de completitud de la evaluación, tanto a nivel de completitud general, como de completitud de cada una de las áreas de impacto.

f) Puntaje general

Puntaje promedio: 62. 6

Empresas	Puntaje (Máximo 200 puntos)
Empresa H	182.16
Empresa B	128.72
Empresa R	100.8
Empresa G	89.00
Empresa F	82.37
Empresa E	78.93
Empresa K	64.10
Empresa D	62.62
Empresa T	62.47
Empresa L	57.47
Empresa S	53.29
Empresa N	52.47
Empresa I	50.55
Empresa P	49.83
Empresa O	48.57
Empresa U	36.99
Empresa J	33.50
Empresa Q	32.48
Empresa A	30.98
Empresa C	24.50
Empresa M	22.54

g) Resultados generales por subárea

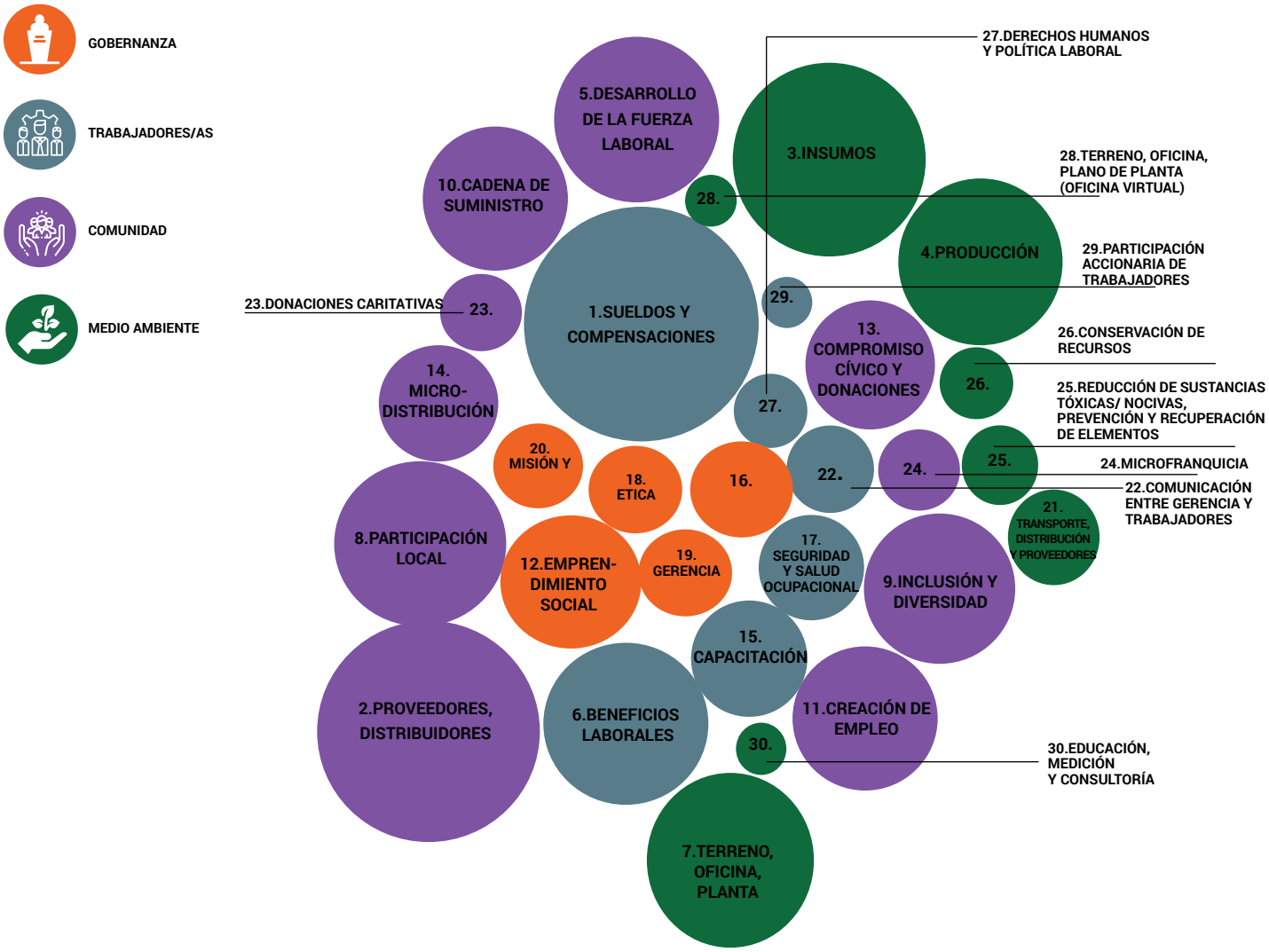
La EIB cuenta con cinco áreas de impacto: **gobernanza, trabajadores/as, comunidad, medio ambiente y clientes**. A su vez, cada una tiene subáreas que agregan distintos ámbitos de la empresa.

La siguiente gráfica muestra las subáreas donde, en conjunto, la red de empresas consideradas para este reporte ha obtenido los mejores desempeños.

El tamaño de las burbujas refleja el desempeño de las empresas. En consecuencia, a mayor tamaño de las burbujas, mejor desempeño en dicha subárea.

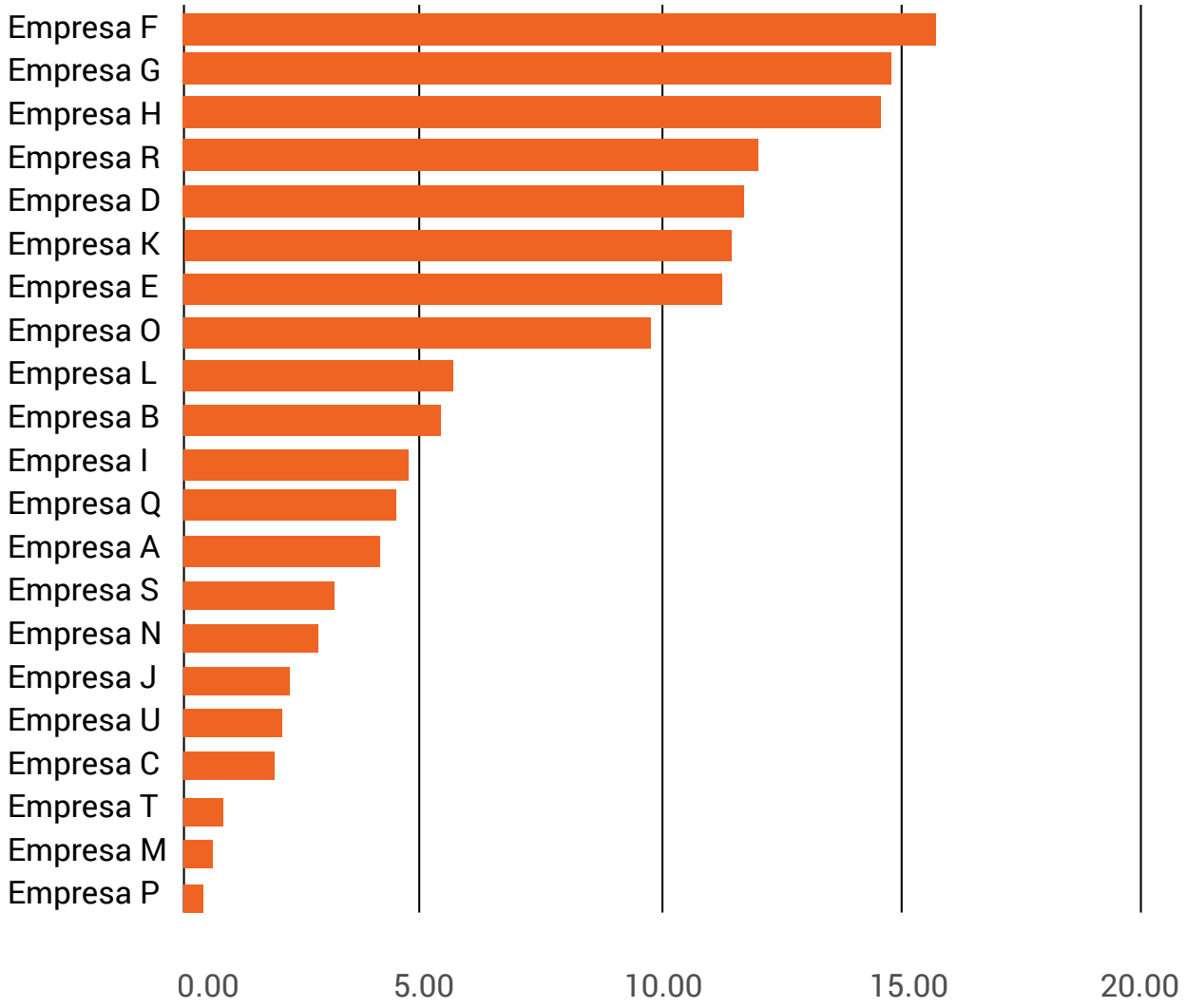
Así, las subáreas más destacadas de la red pertenecen a las áreas **medio ambiente y comunidad, seguido por trabajadores/as y, finalmente, gobernanza y clientes.**

Este mismo tipo de gráficos se presenta a continuación para cada una de las áreas de impacto de la EIB, con excepción de clientes, la cual se trata de manera separada en la sección modelos de negocio de impacto.



i. Gobernanza

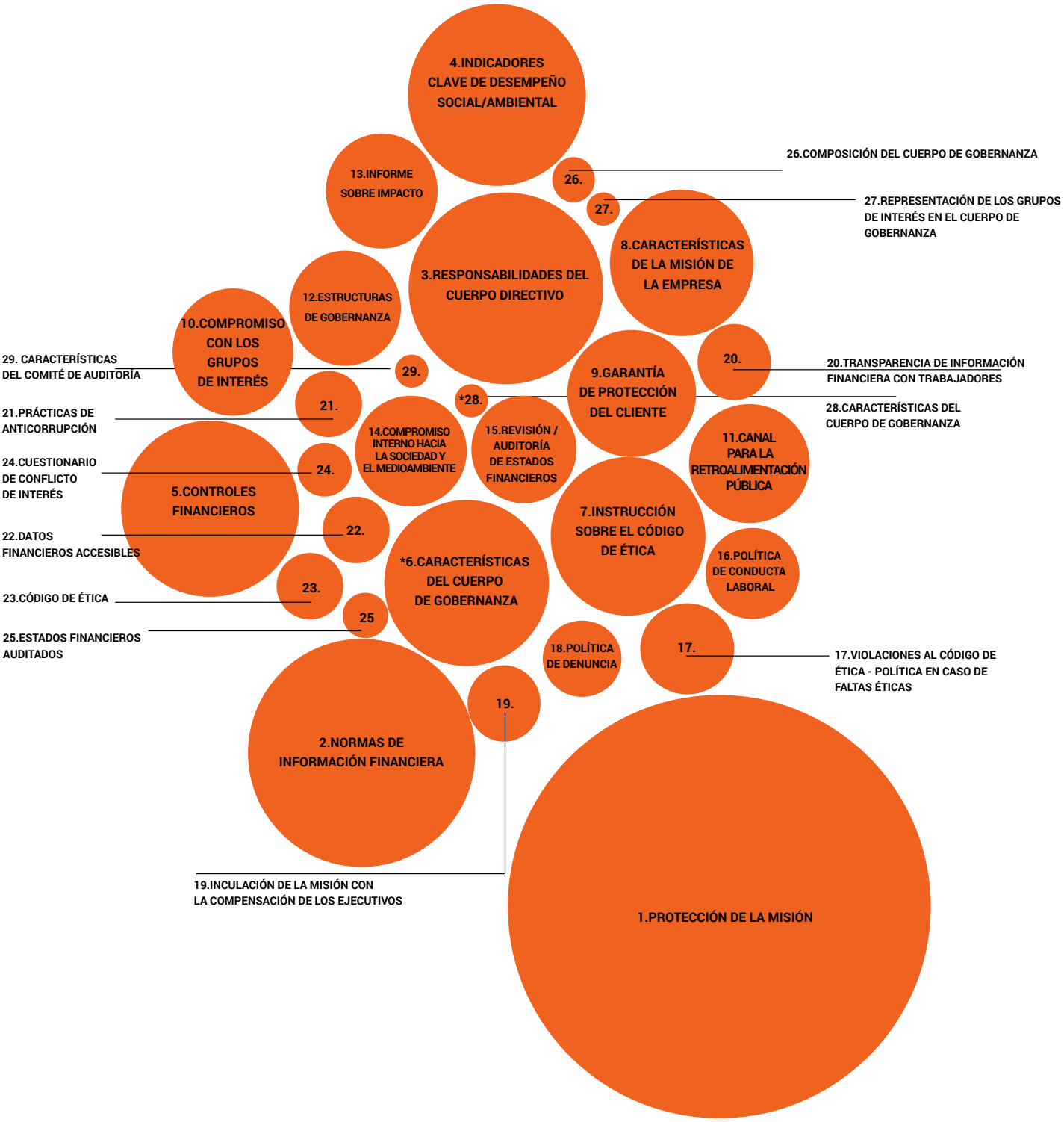
Gobernanza-ranking de puntaje obtenido



i. Gobernanza

Fortalezas

El tamaño de las burbujas refleja el desempeño de las empresas. En consecuencia, a mayor tamaño de las burbujas, mejor desempeño en dicha subárea.



*6.Considera solo empresas de gran tamaño.
*28.Considera solo empresas pequeñas o de tamaño medio.

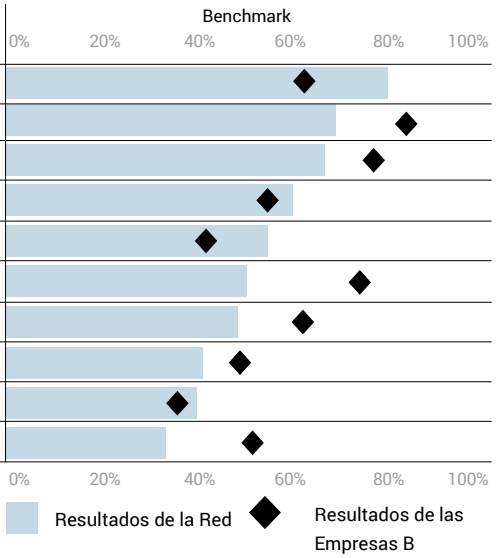
i. Gobernanza

Gobernanza-benchmark de empresas B

El tamaño de las barras corresponde al porcentaje de puntos obtenidos por la red de empresas en cada una de las preguntas. El diamante muestra el benchmark de las empresas B o bien de las empresas tradicionales (según sea el caso).

El 80% de la red de empresas participantes obtuvo puntajes superiores al promedio de los obtenidos por las empresas B en la subárea garantía de protección al cliente. Mientras que la subárea que obtuvo un puntaje más bajo fue compromiso con los grupos de interés. La subárea instrucción sobre el código de ética de la red obtuvo un puntaje de tercer lugar, aunque no supera los resultados de empresas B.

Pregunta	% de Puntos Obtenidos Red	Benchmark
Garantía de Protección al Cliente	80%	64%
Controles Financieros	71%	83%
Instrucción sobre el Código de Ética	67%	79%
Protección de la Misión	61%	58%
Responsabilidades del Cuerpo Directivo	57%	44%
Características de la Misión de la Empresa	53%	75%
Normas de Información Financiera	50%	62%
Indicadores Clave de Desempeño Social y Ambiental	43%	51%
Características del Cuerpo de Gobernanza	42%	38%
Compromiso con los Grupos de Interés	35%	54%

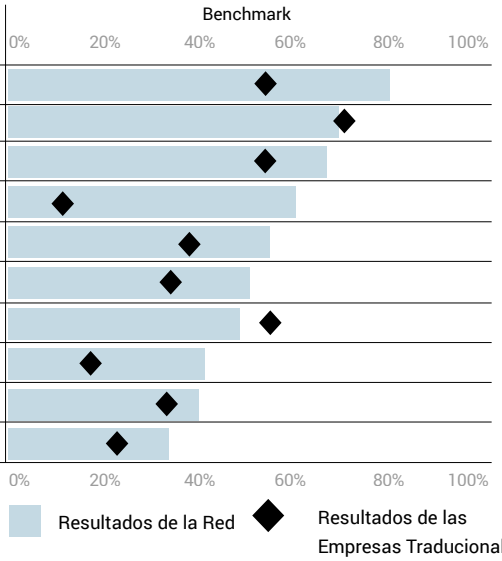


*El gráfico aquí presentado compara los resultados obtenidos por la red de empresas participantes en comparación con el promedio de resultados obtenidos por las Empresas B. La obtención de este promedio considera todas las Empresas B certificadas, en la actualidad, a nivel global.

Gobernanza-benchmark de empresas tradicionales

El 80% de la red de empresas participantes obtuvo puntajes superiores al promedio de los obtenidos por las empresas tradicionales que completan la EIB, en el área garantía de protección al cliente. Mientras que el área que obtuvo un puntaje más bajo fue compromiso con los grupos de interés. En esta comparación, la red supera los resultados de empresas tradicionales en la subárea instrucción sobre el código de ética.

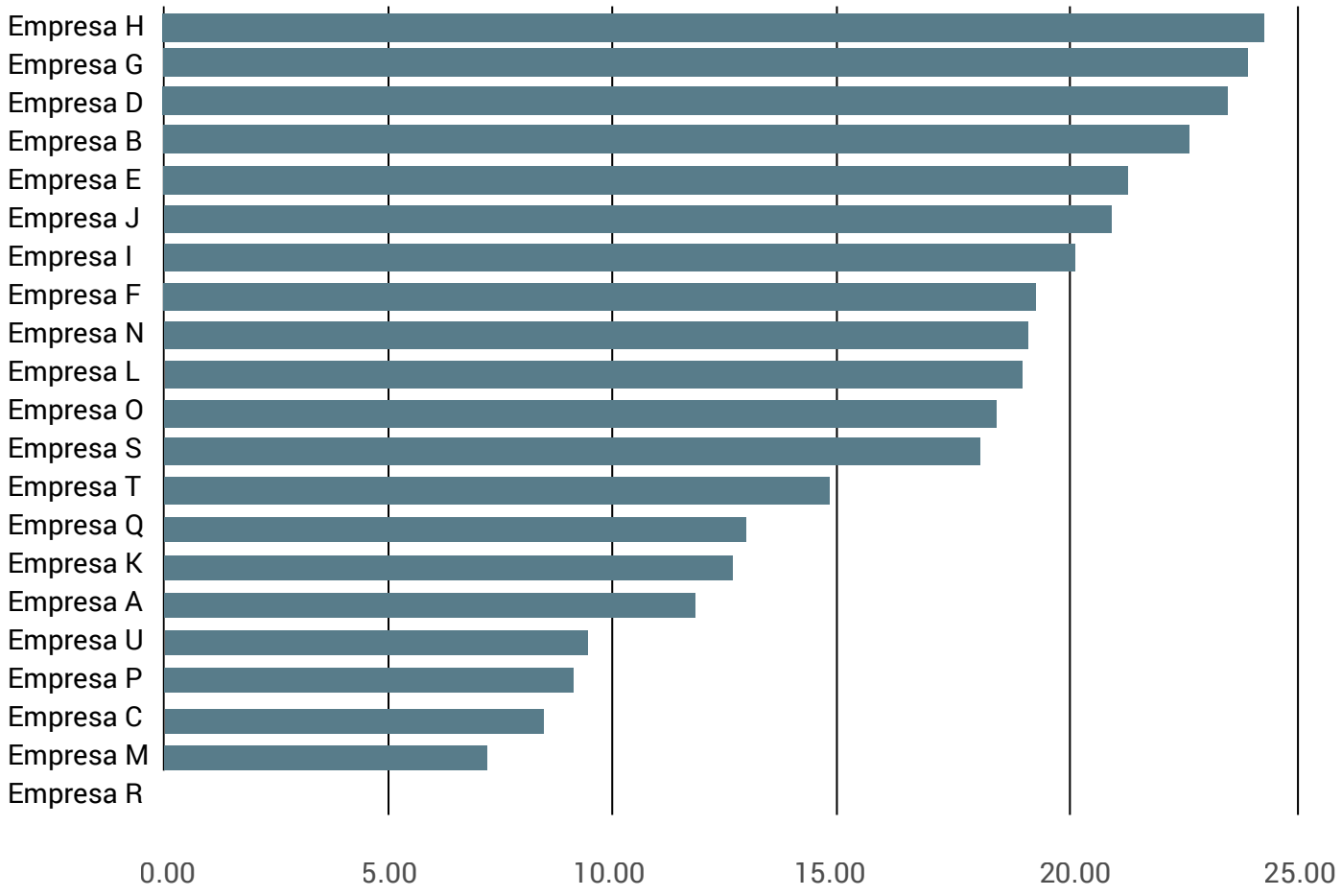
Pregunta	% de Puntos Obtenidos Red	Benchmark
Garantía de Protección al Cliente	80%	55%
Controles Financieros	71%	72%
Instrucción sobre el Código de Ética	67%	56%
Protección de la Misión	61%	12%
Responsabilidades del Cuerpo Directivo	57%	40%
Características de la Misión de la Empresa	53%	35%
Normas de Información Financiera	50%	58%
Indicadores Clave de Desempeño Social y Ambiental	43%	18%
Características del Cuerpo de Gobernanza	42%	34%
Compromiso con los Grupos de Interés	35%	22%



*El gráfico aquí presentado compara los resultados obtenidos por la red de empresas participantes en comparación con el promedio de resultados obtenidos por las empresas tradicionales que completan la EIB. Este promedio considera todas las empresas que han completado la EIB, pero que no han logrado la certificación como Empresa B.

ii. Trabajadores/as

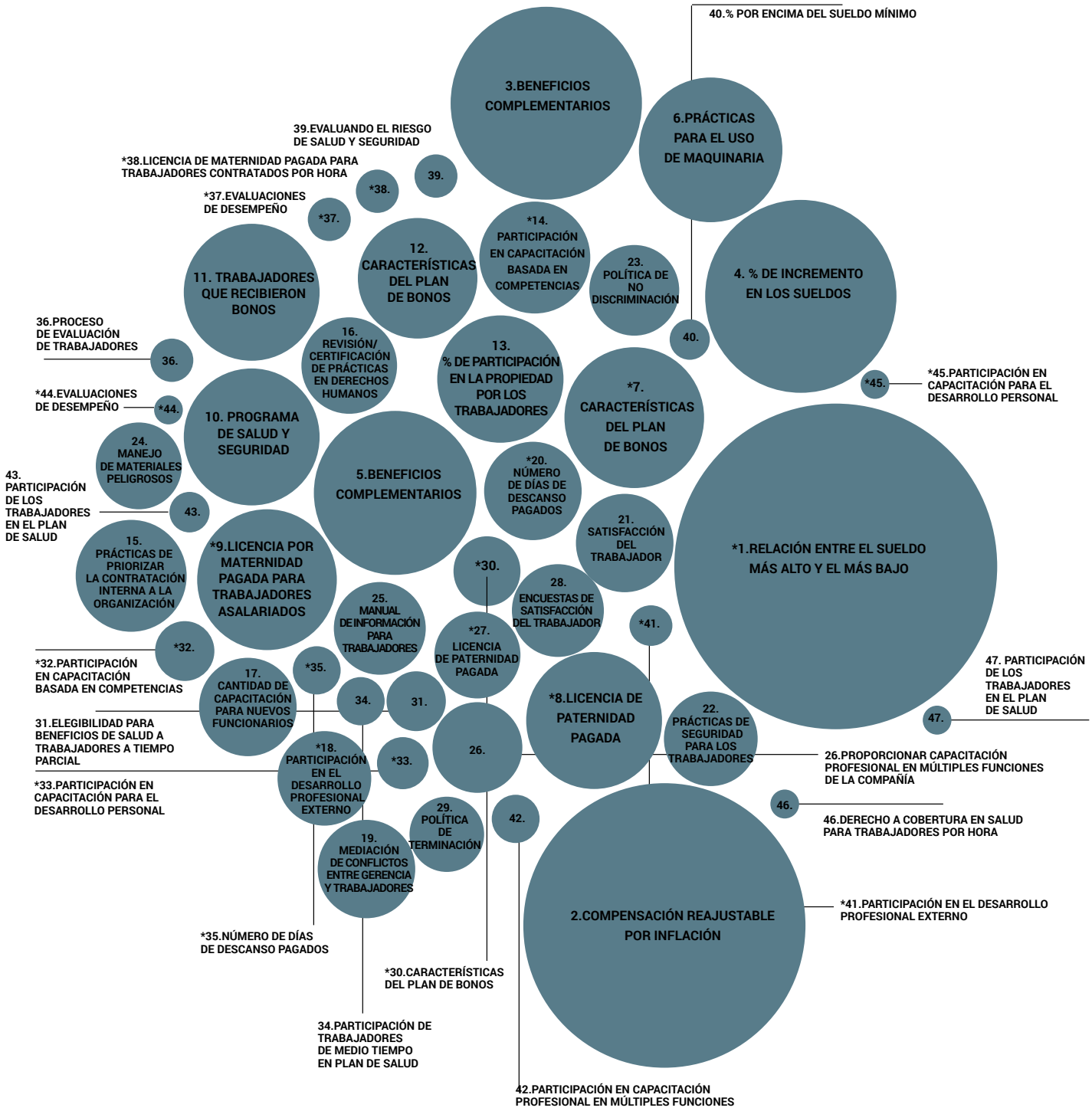
Trabajadores/as-ranking de puntaje obtenido



ii. Trabajadores/as

Fortalezas

El tamaño de las burbujas refleja el desempeño de las empresas. En consecuencia, a mayor tamaño de las burbujas, mejor desempeño en dicha subárea.



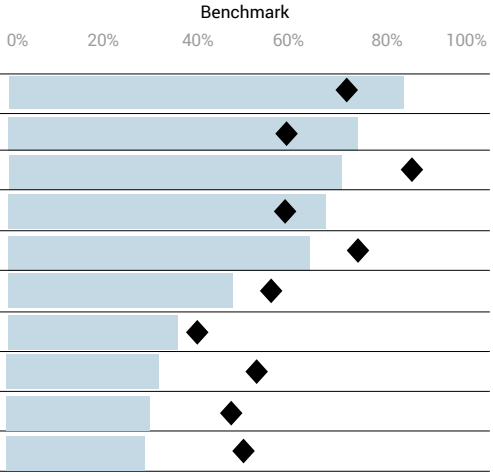
*1, 7, 8, 9, 14, 18, 20, 33, 37 Trabajadores/as de tiempo completo
*27, 30, 32, 35, 38, 41, 44, 45, Trabajadores/as de medio tiempo

ii. Trabajadores/as

Trabajadores/as-benchmark de empresas B

El 84% de la red de empresas participantes obtuvo puntajes superiores al promedio de los obtenidos por las empresas B (78%) en el subárea compensación reajustable por inflación. Mientras que el área que obtuvo un puntaje más bajo (29%) fue permiso de paternidad pagado, en comparación con las empresas B, que es de 50%. Es notable que la red obtuvo puntajes superiores a los de las empresas B en la subárea licencia de maternidad para trabajadoras asalariadas.

Pregunta	% de Puntos Obtenidos Red	Benchmark
Compensación reajustable por Inflación	84%	78%
Prácticas para el Uso de Maqunaria	75%	60%
Relación entre el sueldo más alto y el más bajo	72%	87%
Licencia de Maternidad para Trabajadores Asalariados	69%	60%
Programas de Salud y Seguridad	67%	78%
% de Incremento en los Sueldos	46%	58%
Características del Plan de Bonos	36%	40%
Beneficios Complementarios	32%	54%
Trabajadores que Recibieron Bonos	30%	48%
Permiso de Paternidad Pagado	29%	50%



*El gráfico compara los resultados obtenidos por la red de empresas participantes con el promedio de resultados obtenidos por las empresas B. La obtención de este promedio considera todas las empresas B certificadas, en la actualidad, a nivel global.

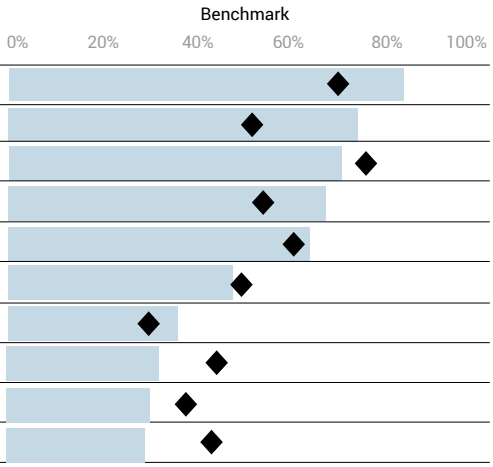
Resultados de la red

Resultados de las empresas B.

Trabajadores/as-benchmark de empresas tradicionales

El 84% de la red de empresas participantes obtuvo puntajes superiores al promedio de los obtenidos por las empresas tradicionales (72%) que completan la EIB, en el subárea compensación reajustable por inflación. Mientras que el subárea que obtuvo un puntaje más bajo fue permiso de paternidad pagado, con 29% contra el benchmark de empresas tradicionales que es de 42%. Otra vez, la red obtuvo puntajes superiores a lo de las empresas tradicionales en la subárea licencia de maternidad para trabajadoras asalariadas.

Pregunta	% de Puntos Obtenidos Red	Benchmark
Compensación reajustable por Inflación	84%	72%
Prácticas para el Uso de Maqunaria	75%	52%
Relación entre el sueldo más alto y el más bajo	72%	76%
Licencia de Maternidad para Trabajadores Asalariados	69%	54%
Programas de Salud y Seguridad	67%	63%
% de Incremento en los Sueldos	46%	47%
Características del Plan de Bonos	36%	30%
Beneficios Complementarios	32%	44%
Trabajadores que Recibieron Bonos	30%	36%
Permiso de Paternidad Pagado	29%	42%



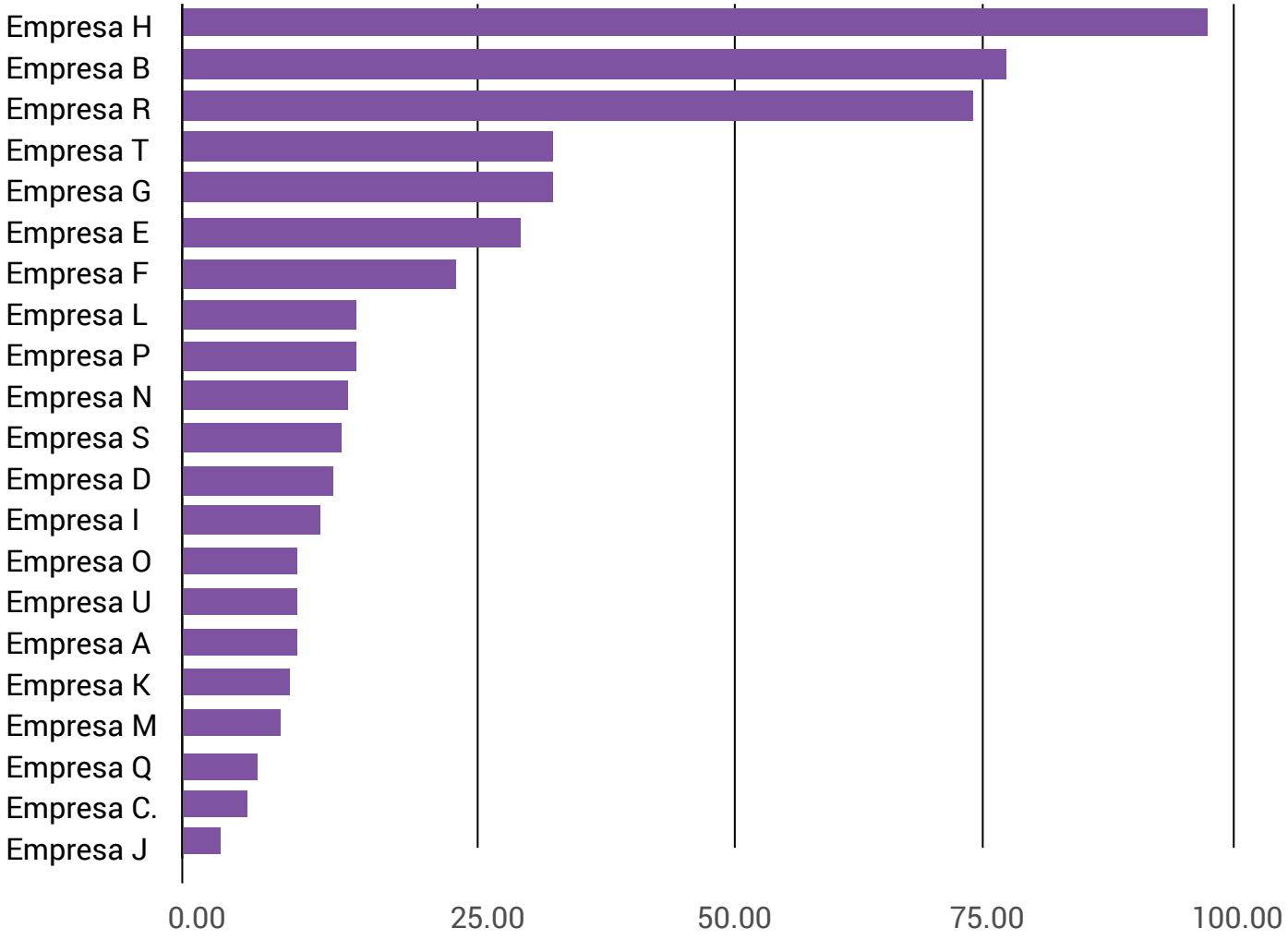
*El gráfico compara los resultados obtenidos por la red de empresas participantes con el promedio de resultados obtenidos por las empresas tradicionales que completan la EIB. Este promedio considera todas las empresas que han completado la EIB, pero que no han logrado la certificación como empresa B.

Resultados de la red

Resultados de las empresas tradicionales.

iii. Comunidad

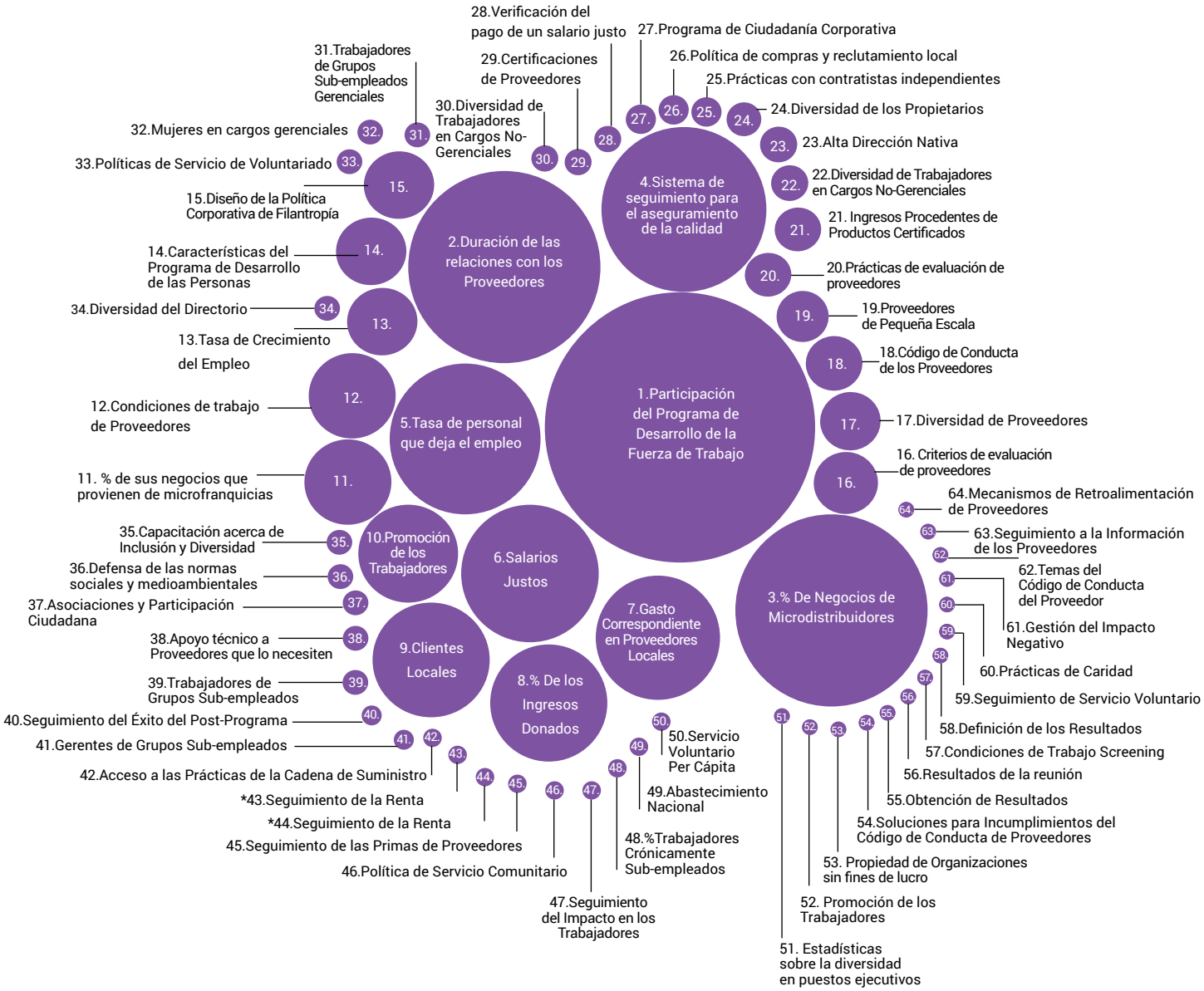
Comunidad-ranking de puntaje obtenido



iii. Comunidad

Fortalezas

El tamaño de las burbujas refleja el desempeño de las empresas. En consecuencia, a mayor tamaño de las burbujas, mejor desempeño en dicha subárea.



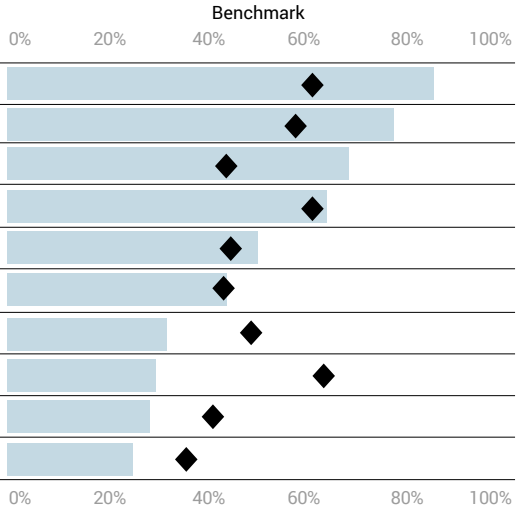
*43.Microdistribución
*44.Microfranquicia

iii. Comunidad

Comunidad-benchmark de empresas B

El 85% de la red de empresas participantes obtuvo puntajes superiores al promedio de los obtenidos por las empresas B (61%) en el área duración de la relación con los proveedores. La red también obtuvo puntajes superiores a los de las empresas B en la subárea salarios justos verificados; 69% a 43%, respectivamente. Mientras que el área que la red obtuvo un puntaje más bajo (27%) fue % de los ingresos donados a caridad, en comparación con las empresas B, que es de 36%.

Pregunta	% de Puntos Obtenidos Red	Benchmark
Duración de las relaciones con los proveedores	85%	61%
Sistema de Seguimiento para Aseguramiento de la Calidad	79%	59%
Salarios Justos Verificados	69%	43%
Desarrollo de la Fuerza Laboral	64%	61%
Las Compras con Certificación de Terceras Partes	50%	45%
Tasa de personal que deja el empleo	44%	44%
Compras Realizadas a Proveedores Locales	33%	49%
Clientes Locales	32%	63%
Promoción de los Empleados	31%	41%
% de los Ingresos Donados a Caridad	27%	36%

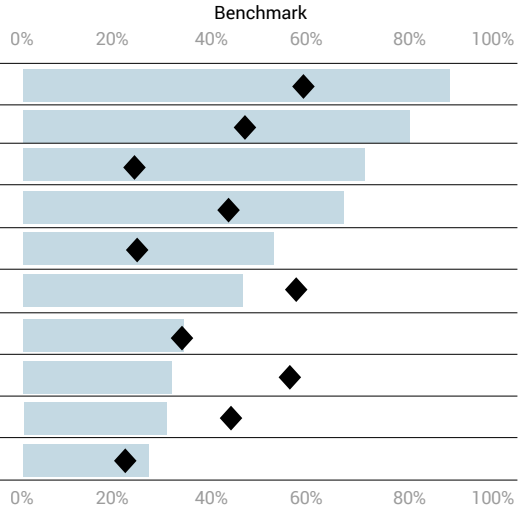


*El gráfico compara los resultados obtenidos por la red de empresas participantes con el promedio de resultados obtenidos por las empresas B. La obtención de este promedio considera todas las empresas B certificadas, en la actualidad a nivel global.

Comunidad-benchark de epresas tradicionales

El 85% de la red de empresas participantes obtuvo puntajes superiores al promedio de los obtenidos por las empresas tradicionales (60%) que completan la EIB, en el subárea duración de las relaciones con los proveedores. La red también obtuvo puntajes superiores a empresas tradicionales en el subárea de salarios justos verificados; 69% a 22% respectivamente. Mientras que el subárea que obtuvo un puntaje más bajo fue el de % de los ingresos donados a caridad obteniendo un porcentaje de puntos de 27% contra el benchmark de empresas tradicionales que es de 21%. En este caso la red de empresas está por encima del promedio.

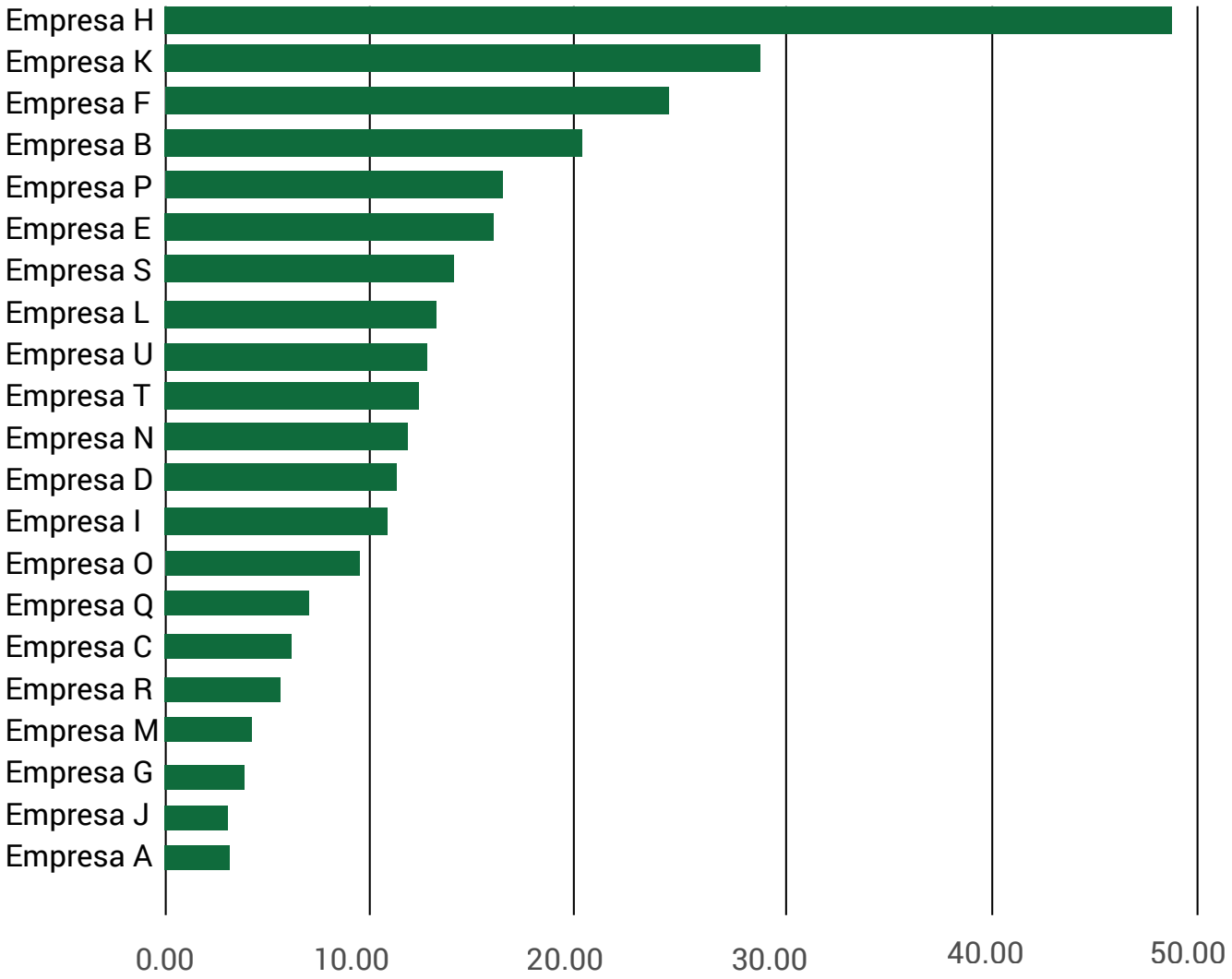
Pregunta	% de Puntos Obtenidos Red	Benchmark
Duración de las relaciones con los proveedores	85%	60%
Sistema de Seguimiento para Aseguramiento de la Calidad	79%	47%
Salarios Justos Verificados	69%	22%
Desarrollo de la Fuerza Laboral	64%	41%
Las Compras con Certificación de Terceras Partes	50%	22%
Tasa de personal que deja el empleo	44%	58%
Compras Realizadas a Proveedores Locales	33%	33%
Clientes Locales	32%	58%
Promoción de los Empleados	31%	42%
% de los Ingresos Donados a Caridad	27%	21%



*El gráfico compara los resultados obtenidos por la red de empresas participantes con el promedio de resultados obtenidos por las empresas tradicionales que completan la EIB. Este promedio considera todas las empresas que han completado la EIB, pero que no han logrado la certificación como empresa B.

iv. Medio Ambiente

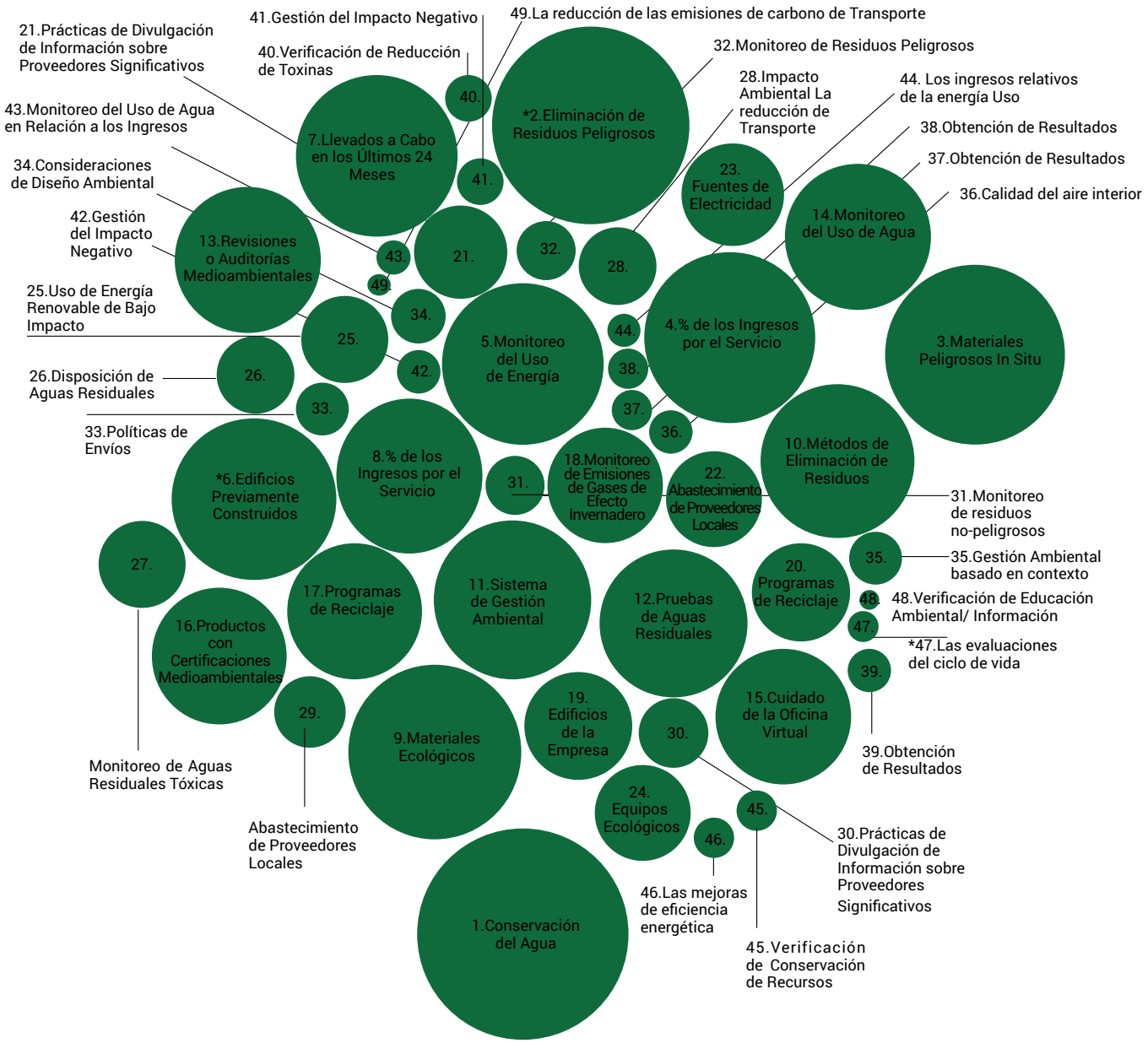
Medio ambiente-ranking de puntaje obtenido



iv. Medio Ambiente

Fortalezas

El tamaño de las burbujas refleja el desempeño de las empresas. En consecuencia, a mayor tamaño de las burbujas, mejor desempeño en dicha subárea.



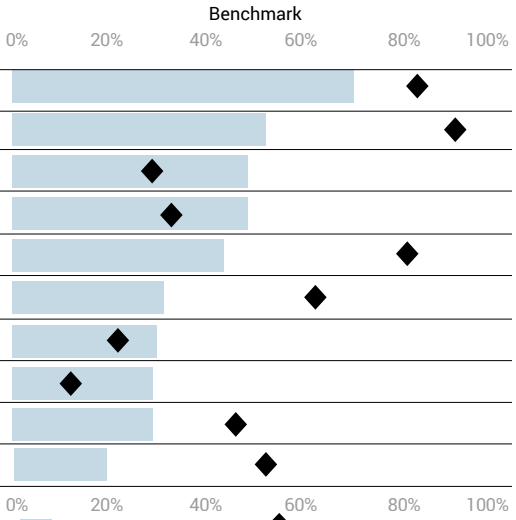
*2, 47 Reducción de Sustancias Tóxicas
*6 Conservación de recursos

iv. Medio Ambiente

Medio ambiente-benchmark de empresas B

En el puntaje más alto de la red de empresas participantes, 68% obtuvo puntajes inferiores al promedio de los obtenidos por las empresas B (81%) en el subárea edificios previamente construidos. Mientras que el subárea que obtuvo un puntaje más bajo (26%) fue materiales ecológicos, en comparación con el de las empresas B, que es de 53%. La red obtuvo puntajes superiores a las empresas B en auditoría ambiental, prácticas de conservación de agua, monitoreo de uso de energía y materiales peligrosos in situ.

Pregunta	% de Puntos Obtenidos Red	Benchmark
Edificios Previamente Construídos	68%	81%
Programas de Reciclaje	53%	89%
Auditoría Ambiental	50%	28%
Prácticas de Conservación de Agua	50%	32%
Eliminación de Residuos Peligrosos	43%	79%
Métodos de Eliminación de Residuos	35%	61%
Monitoreo de Uso de Energía	33%	23%
Materiales Peligrosos In-Situ	32%	16%
Revisiones o Auditorías Ambientales	32%	50%
Materiales Ecológicos	26%	53%



*El gráfico compara los resultados obtenidos por la red de empresas participantes con el promedio de resultados obtenidos por las empresas B. La obtención de este promedio considera todas las empresas B certificadas en la actualidad a nivel global.

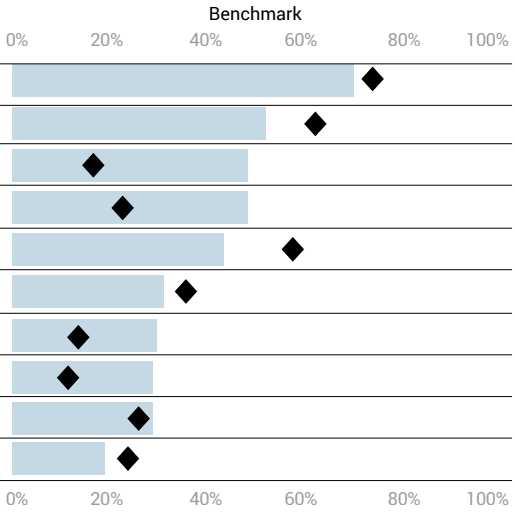
Resultados de la red

Resultados de las empresas B

Medio ambiente-benchmark de empresas tradicionales

En el puntaje más alto de la red de empresas participantes, el 68% obtuvo puntajes inferiores al promedio de los obtenidos por las empresas tradicionales (71%) que completan la EIB, en el subárea edificios previamente construidos. Mientras que el área que obtuvo un puntaje más bajo fue % de materiales ecológicos, obteniendo 26% contra el benchmark de empresas tradicionales que es de 30%. De igual forma, como el benchmark de empresas B, la red obtuvo puntajes superiores a las empresas tradicionales en auditoría ambiental, prácticas de conservación de agua, moniteore de uso de energía y materiales peligrosos in situ.

Pregunta	% de Puntos Obtenidos Red	Benchmark
Edificios Previamente Construídos	68%	71%
Programas de Reciclaje	53%	64%
Auditoría Ambiental	50%	19%
Prácticas de Conservación de Agua	50%	22%
Eliminación de Residuos Peligrosos	43%	60%
Métodos de Eliminación de Residuos	35%	40%
Monitoreo de Uso de Energía	33%	19%
Materiales Peligrosos In-Situ	32%	18%
Revisiones o Auditorías Ambientales	32%	31%
Materiales Ecológicos	26%	30%



*El gráfico compara los resultados obtenidos por la red de empresas participantes con el promedio de resultados obtenidos por las empresas tradicionales que completan la EIB. Este promedio considera todas las empresas que han completado la EIB, pero que no han logrado la certificación como empresa B.

Resultados de la red

Resultados de las empresas traducionales

v. Modelo de negocio

La sección modelos de negocio de impacto revisa aquellas empresas de la red que presentan modelos de negocio que están generando un impacto positivo en la sociedad o el ambiente. La EIB reconoce distintas maneras mediante las cuales una empresa puede integrar su modelo de negocio con la generación de impacto.

En esta sección primero se revisa, a nivel de la red, qué modelos de negocio de impacto tienen las empresas, clasificadas por área de impacto e indicando qué modelos se encuentran más desarrollados, es decir, dónde se han logrado mayores puntajes respecto del total de puntos que han obtenido entre todas las empresas de la red para este nivel.

Posteriormente, se identifican las empresas que presentan modelos de negocio de impacto y los puntajes obtenidos. Dado la metodología de la EIB, entendemos que aquellas empresas con más puntaje han logrado integrar más profundamente en su modelo de negocio la generación de impactos sociales o ambientales, dependiendo del modelo que hayan desarrollado.

Los modelos de negocio de impacto son grandes diferenciadores al hablar del impacto social, ambiental y económico que genera una empresa. Es por esto que destacamos empresas con modelos de negocio que se involucran profundamente con la generación de impactos, pensando en que logran que sus negocios se centren en torno a un propósito, y al estar conectado con su modelo de negocio, permite que si la empresa escala en su alcance, también escalen sus impactos positivos.

Clientes

Modelo	Descripción
Servicios Básicos	Reconoce productos/servicios que provee o asisten en la provisión de servicios básicos fundamentales a individuos sin acceso previo a éstos.
Empoderamiento/ oportunidades económicas	Reconoce productos/servicios que proveen o asisten en la provisión de actividades para la generación de ingresos para individuos en situación de vulnerabilidad.
Salud	Reconoce productos/servicios que promueven la salud y el bienestar de las personas.
Educación	Reconoce productos/servicios que apoyan o proveen educación, o que mejoran los conocimientos/habilidades de las personas.
Flujo de capital y fortalecimiento	Reconoce productos/servicios que facilitan el éxito financiero u operacional de empresas con propósito o a personas en situación de vulnerabilidad.
Mejora de impacto	Reconoce productos/servicios que impulsen cambios positivos en organizaciones para mejorar su impacto social o ambiental.

Artes, medios de comunicación y cultura	Reconoce productos/servicios que promueven o preservan la vinculación artística, cultural o cívica.
Infraestructura/acceso al mercado	Reconoce productos/servicios que proveen infraestructura física o tecnológica necesaria y previamente inaccesible a comunidades.
Ayuda a los necesitados	Reconoce productos/servicios que benefician directa o indirectamente a individuos o grupos en situación de vulnerabilidad.

Comunidad

Modelo	Descripción
Desarrollo de la fuerza laboral	Reconoce la provisión de trabajos con altos estándares de calidad y el acceso a capacitación para personas en situación de vulnerabilidad.
Cadena de suministros	Reconoce estrategias para la cadena de suministros que ayudan a reducir la pobreza por medio de las condiciones de compra, condiciones laborales o el apoyo para proveedores en situación de vulnerabilidad.
Microfranquicia/ microdistribución	Reconoce la entrega de oportunidades a microemprendedores en situación de vulnerabilidad a mediante microfranquicias o microdistribución.
Desarrollo económico local	Reconoce estrategias para fortalecer la economía nacional mediante la sustitución de importaciones o aporte a la producción local o a la distribución local.
Cooperativa de productor	Reconoce estructuras de propiedad de los productores que potencian su funcionamiento mediante la organización de la producción, toma de decisiones y distribución de ganancias.
Donaciones caritativas	Reconoce el compromiso permanente de provisión de una parte significativa de las utilidades, ingresos, acciones o tiempo probono de la empresa a causas caritativas.

Trabajadores/ as

Modelo	Descripción
Participación accionaria	Reconoce modelos de propiedad de los y las trabajadoras que empoderan a los empleados, incluyendo cooperativas y planes de acciones para empleados.

Medio ambiente

Modelo	Descripción
Energías renovables/ limpias	Reconoce productos/servicios que reducen las emisiones de Gases Efecto Invernadero (GEI) por medio de provisión de energías renovables o más limpias que las energías fósiles.
Conservación de recursos	Reconoce productos/servicios que reducen el uso de recursos naturales o reducen el envío de desechos a vertederos.
Conservación de tierra y flora/fauna	Reconoce productos/servicios que preservan o restauran ecosistemas naturales, o que protegen a la fauna.
Reducción de sustancias tóxicas	Reconoce productos/servicios que reducen o remedian la emisión de sustancias tóxicas.
Educación ambiental	Reconoce productos/servicios que promueven la educación sobre problemas ambientales y facilitan espacios de discusión para estos problemas.
Prácticas sostenibles (manufactura, mayorista/ minorista, agricultura)	Reconoce prácticas ambientales sostenibles que mejoran los procesos tradicionales de la empresa para aportar a la conservación de recursos naturales.

Gobernanza

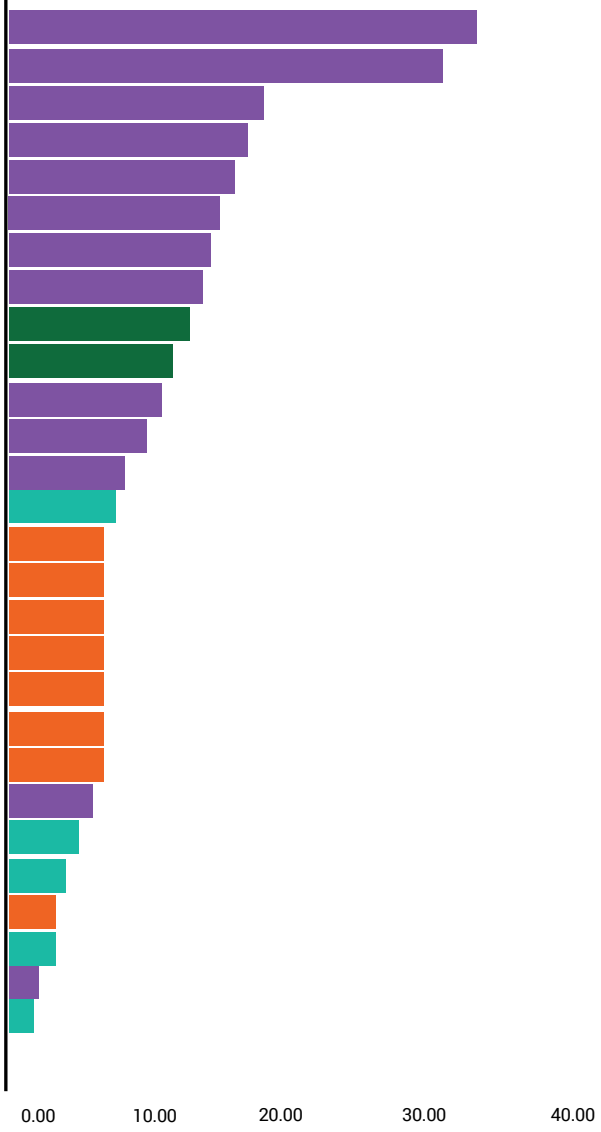
Modelo	Descripción
Protección de la misión	Reconoce empresas que protegen su objetivo y capacidad de considerar oficialmente a los todas las partes interesadas en la toma de decisiones mediante su estructura corporativa o documentos rectores corporativos. Las partes interesadas son todos los grupos afectados por las decisiones de la empresa, incluyendo a los y las trabajadoras, las comunidades y el ambiente

Ranking de modelos de negocio de impacto de la red

Como se ve abajo, las subáreas con mejor desempeño son **cadena de suministro y desarrollo de fuerza laboral.**

GOBERNANZA · TRABAJADORES/AS · COMUNIDAD · MEDIO AMBIENTE · CLIENTES

RANKING	MODELO	PUNTAJE
Empresa H	Desarrollo de la Fuerza Laboral	33.7
Empresa R	Cadena de Suministros	32.6
Empresa T	Microdistribución	22.1
Empresa U	Cadena de Suministros	19.6
Empresa P	Cadena de Suministros	17.3
Empresa H	Donaciones Caritativas	17.0
Empresa E	Desarrollo de la Fuerza Laboral	16.2
Empresa U	Microfranquicia	15.6
Empresa H	Reducción de Sustancias Tóxicas	14.6
Empresa P	Conservación de Recursos	13.9
Empresa U	Desarrollo de la Fuerza Laboral	13.5
Empresa G	Cadena de Suministros	12.7
Empresa H	Cadena de Suministros	8.4
Empresa R	Artes, Medios de Comunicación y Cultura	8.3
Empresa D	Emprendimiento Social	7.5
Empresa E	Emprendimiento Social	7.5
Empresa F	Emprendimiento Social	7.5
Empresa G	Emprendimiento Social	7.5
Empresa H	Emprendimiento Social	7.5
Empresa K	Emprendimiento Social	7.5
Empresa R	Emprendimiento Social	7.5
Empresa H	Microdistribución	7.2
Empresa G	Artes, Medios de Comunicación y Cultura	6.6
Empresa U	Artes, Medios de Comunicación y Cultura	3.3
Empresa O	Emprendimiento Social	2.5
Empresa H	Educación Ambiental	2.5
Empresa I	Desarrollo de la Fuerza Laboral	1.4
Empresa H	Ayuda a los Necesitados	1.2



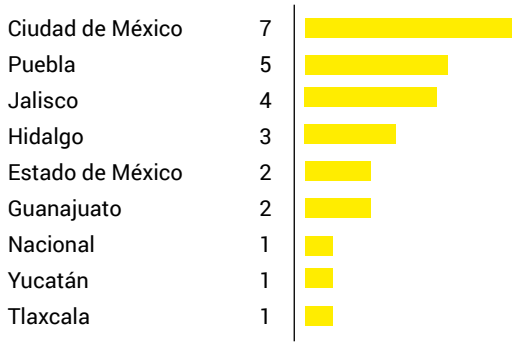
vi. Género y derechos humanos laborales

La sección de Género y DHL[18] examina información relacionada con temas como: balance trabajo y familia, discriminación salarial, política de proveedores y transparencia y libertad de asociación y salario justo, entre otros, todo bajo la perspectiva de género.

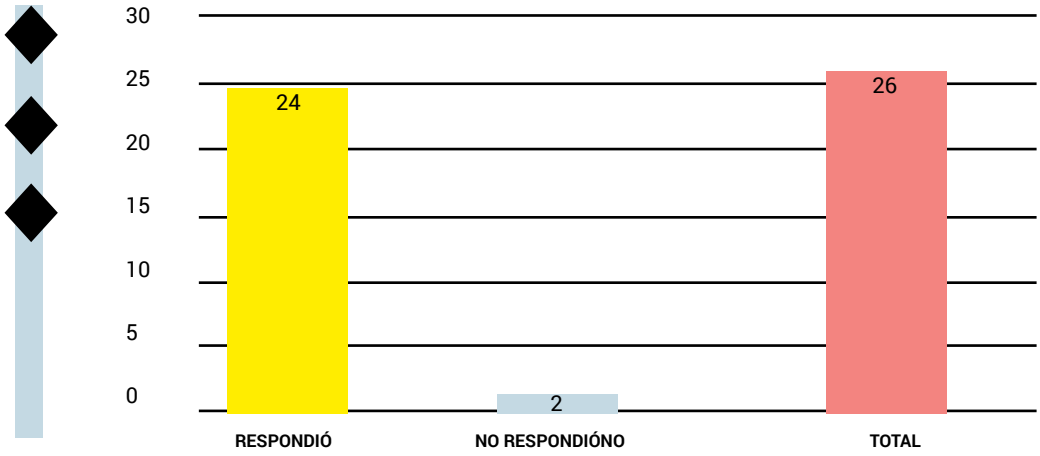
En esta sección se revisan los resultados a nivel red, de tal manera que se presenta un análisis en general sobre los mismos. Es de señalar que al haber sido una sección incluida por HIP no se compara el promedio de los resultados de la red de empresas participantes con empresas B y empresas tradicionales.

Como se mencionó al inicio de este reporte, 26 empresas completaron las secciones **gobernanza, trabajadores/as, comunidad, medio ambiente y género y DHL**. Para esta última área en particular el número de empresas que respondió fue mayor al de las otras áreas de impacto. Este grupo de empresas en su mayoría tiene entre 50 y 249 colaboradores/as. De igual manera, la mayoría se encuentra en el sector manufactura de textiles, ropa, calzado y/o accesorios. Asimismo, la mayoría de las empresas se ubican en la Ciudad de México, seguida del estado de Puebla y Jalisco.

UBICACIÓN DE LA EMPRESA



En el subárea número de proveedores se preguntó a la red de empresas participantes sobre su número de proveedores y la ubicación de los mismos. Como se muestra en la gráfica, **24** empresas respondieron la pregunta.



[18]Se desarrollaron 10 preguntas, las cuales se crearon a partir de la consulta de varios documentos clave de la agenda de los derechos laborales en el sector moda para asegurar la inclusión de elementos esenciales de esta agenda. También se compartió esta lista de 10 preguntas con una comunidad de práctica de actores expertos en temas relacionados.

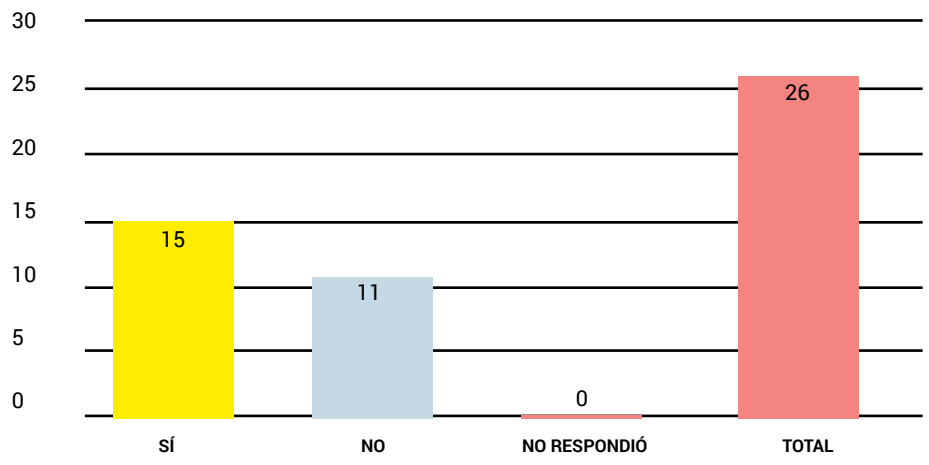
De las empresas que respondieron a la pregunta, 100% tiene proveedores nacionales y sólo 41% (10 empresas) cuenta con proveedores internacionales; cuatro empresas no especificaron la ubicación de sus proveedores, pero sí el número de proveedores y seis empresas no proporcionaron el número de proveedores, pero sí la ubicación.

En cuanto al número de proveedores, el rango va desde los tres hasta los 5,000, incluyendo nacionales e internacionales. En cuanto a número de proveedores nacionales, el rango va desde los tres hasta los 805. A nivel internacional va desde uno hasta 81 proveedores. Aquellas empresas que no especificaron la ubicación, pero sí la cantidad de proveedores va desde 110 hasta 5,000.

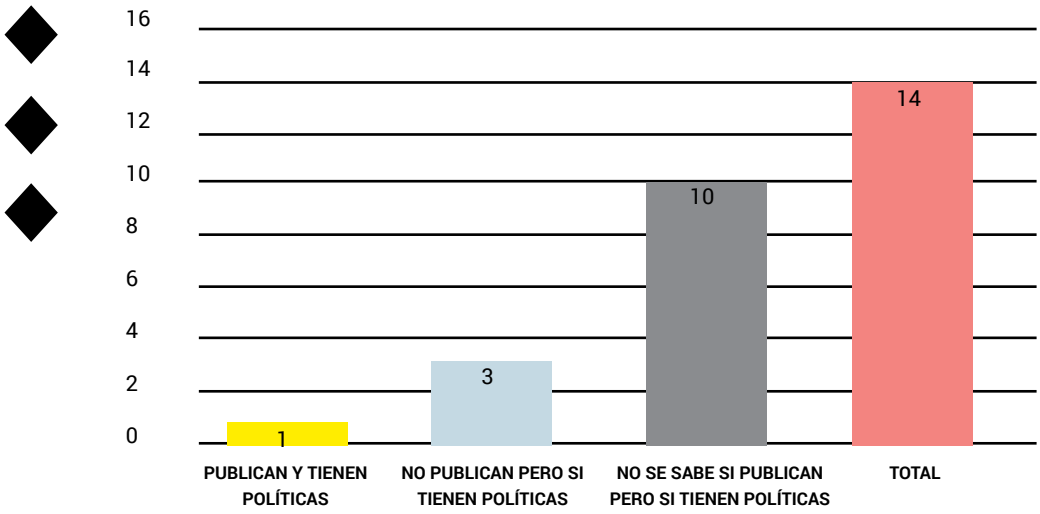
El siguiente cuadro muestra la lista de ubicaciones de los proveedores tanto a nivel nacional como internacional.

Ubicación de proveedores nacionales	Ubicación de proveedores internacionales
Ciudad de México	Alemania
Estado de México	Bangladesh
Guanajuato	Brasil
Jalisco	Bulgaria
Nuevo León	China
Puebla	Corea del Sur
Tlaxcala	España
	Estados Unidos
	Francia
	Hong Kong
	India
	Italia
	Taiwán

En la subárea política de proveedores y transparencia, lo que se buscó fue entender el nivel de supervisión y transparencia en la cadena de suministro de las empresas participantes.



De las 26 empresas que respondieron, **15** sí cuentan con políticas para proveedores y **11** no. De las 15 empresas que respondieron contar con políticas hacia proveedores, solo una mencionó publicar su lista de proveedores, mientras que tres mencionaron no hacerlo y las 10 restantes no explicitan si publican o no su lista de proveedores.

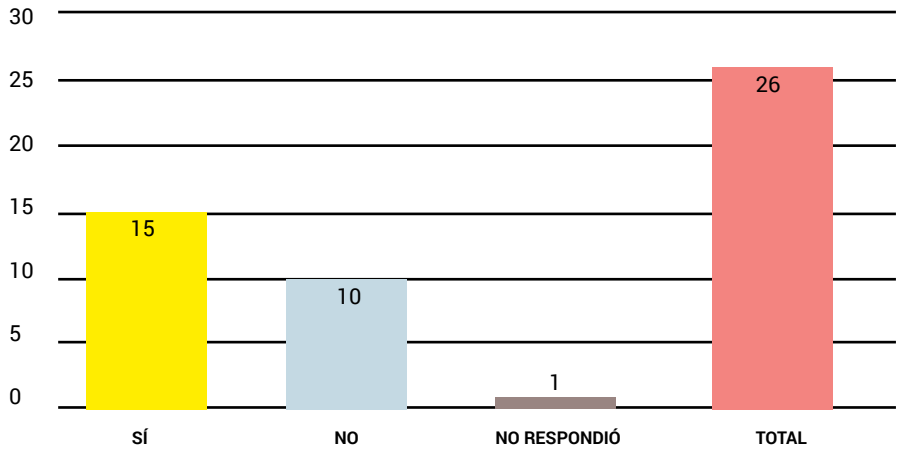


A su vez, **sobre la selección de proveedores,** las empresas compartieron una serie de criterios bajo los cuales realizan la selección de proveedores, entre los que destacan (se enlistan en orden de frecuencia de mayor a menor):

1. Calidad del producto (11)
2. Cumplimiento de entrega/capacidad (7)
3. Costo (4)
4. Cumplimento de código de conducta de proveedores (2)
5. Certificación de responsabilidad social empresarial (RSE)-contar con programas de responsabilidad social empresarial (2)
6. Materiales libres de carbono (1)
7. No trabajo con niños/as (1)

Aunado a lo anterior, solo dos empresas mencionaron permitir la subcontratación de proveedores y solo una mencionó realizar un proceso de auditoría para evaluar a ese subproveedor.

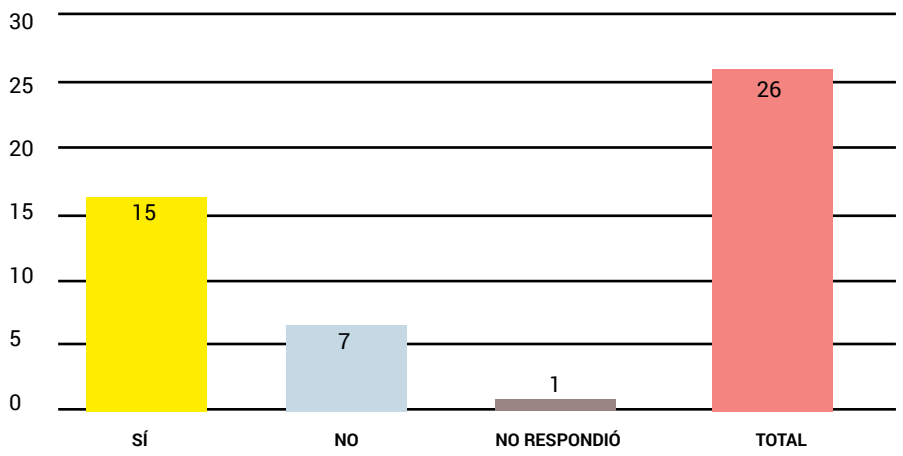
En la subárea responsabilidad social empresarial (RSE), lo que se buscó fue conocer cuántas empresas del sector moda cuentan con un área o modelo de RSE y cómo lo integran a sus actividades.



15 empresas cuentan con un área o modelo de RSE, 10 no cuentan con un área o modelo de RSE y una empresa no respondió.

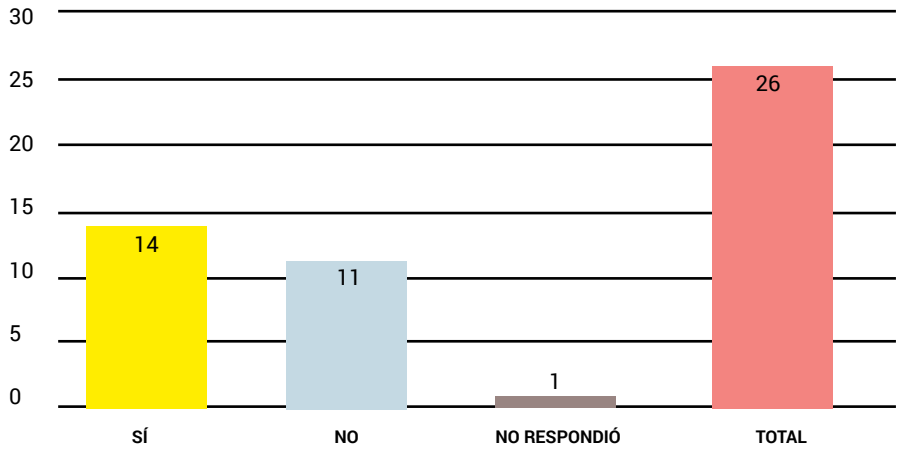
De las 15 empresas que afirmaron contar con un área o modelo de RSE para impulsar mejores prácticas, la gran mayoría mencionó acciones como auditorías internas o comités mediante los cuales dan seguimiento a sus prácticas internas y a la mejora continua. Una empresa hizo referencia a acciones netamente de seguridad y cinco no mencionan cómo integran la RSE o cómo impulsan buenas prácticas, o bien la información que se proporcionó no es consistente con la pregunta.

En la subárea trabajo infantil, trabajo forzado y servidumbre, lo que se buscó fue conocer si las empresas del sector cuentan con protocolos para identificar y atender situaciones de riesgo como el trabajo infantil, trabajo forzado y servidumbre.



18 empresas afirmaron tener un mecanismo para evaluar los riesgos en su interior y en su cadena de suministro. Sin embargo, ninguna proveyó mayor información donde se describiera el proceso. 7 empresas no cuentan con un mecanismo, de este grupo sólo una mencionó que no cuenta con una política, ya que es muy pequeña y tiene control de ello sin necesidad de contar con un mecanismo. Una empresa no respondió a la pregunta.

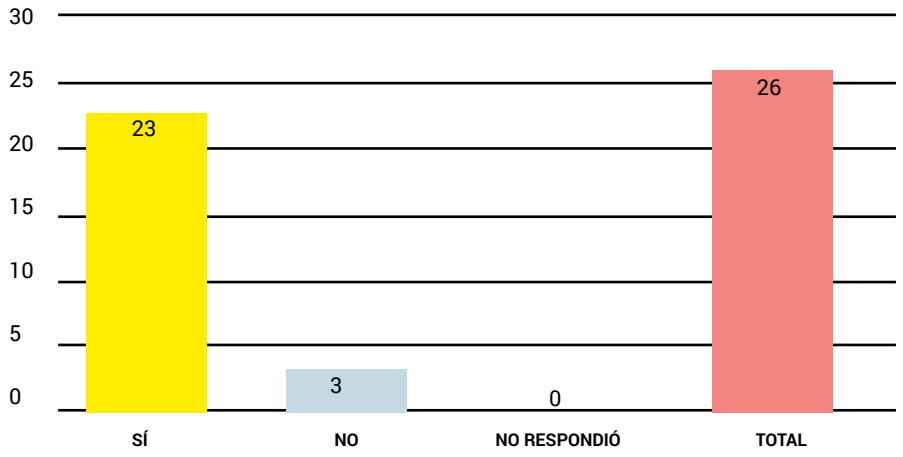
En la subárea balance trabajo y familia, lo que se buscó fue recopilar información sobre cómo las empresas involucran a los y las trabajadoras en la toma de decisiones y cómo es que sus inquietudes y necesidades son recopiladas por los tomadores de decisión al interior de la empresa.



Como se muestra en el gráfico, de las 26 empresas, 14 afirmaron que los y las trabajadoras sí participan en la construcción de políticas, mientras que 11 respondieron de forma negativa y una no respondió.

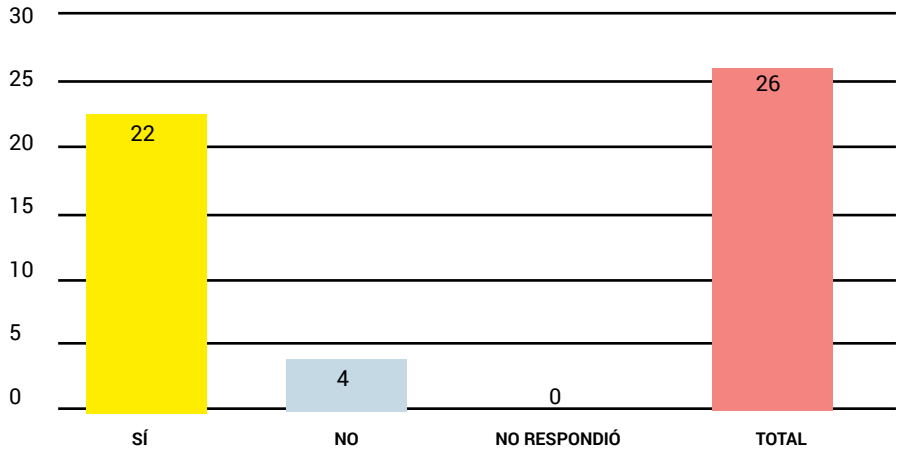
De las 14 empresas que respondieron positivamente, al revisar la información complementaria sólo ocho proveen en cierta medida el mecanismo mediante el cual los y las trabajadoras participan en la toma de decisiones, estos procesos internos van desde la existencia de comités formados por los y las trabajadoras de diversas áreas, sindicatos y áreas de responsabilidad social. Mientras que en las seis empresas restantes pareciera que no existió un pleno entendimiento de la pregunta, ya que se describe una serie de beneficios que se les otorgan a los y las trabajadoras y no el proceso en sí que se realiza para que participen en la toma de decisiones.

En el subárea discriminación salarial se buscó conocer si las empresas del sector cuentan con políticas que inhiban prácticas de discriminación salarial.



De las 26 empresas que respondieron, **23** manifestaron contar con políticas de “igual salario por igual trabajo o trabajo de igual valor” para hombres y mujeres, mientras que tres no cuentan con una política de este tipo. Es importante mencionar que ninguna de las empresas que manifestó contar con políticas describió las mismas.

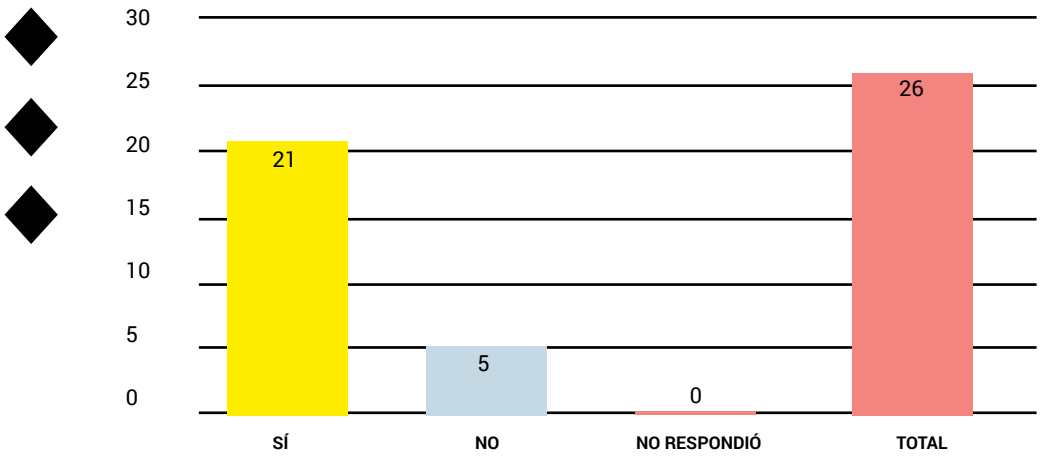
En el subárea equidad de género se buscó conocer información en relación a cuántas empresas del sector cuentan con y promueven políticas internas relacionadas a la equidad de género.



En este sentido, **22** empresas cuentan con políticas que promueven la igualdad entre hombres y mujeres y 4 no cuentan con una política de este tipo.

Todas las empresas que respondieron de forma positiva cuentan con políticas escritas, manuales, entre otros en donde mencionan promueven la equidad, sin embargo, solo una manifestó estar aliada a Siete principios para el empoderamiento de las mujeres y trabajar para asegurar la implementación de cada uno de los principios que están descritos en dicho documento. Una empresa manifestó que no tienen las políticas de forma escrita, pero sí ejercen acciones para la equidad.

En el subárea libertad de asociación se buscó conocer la postura de las empresas frente a la libertad de asociación y a su vez entender si esta postura contaba con enfoque hacia las mujeres trabajadoras. Lo anterior debido a que este grupo enfrenta un nivel más alto de precarización y discriminación en sus centros de trabajo y muchas veces ven limitada su libertad de asociación por las razones antes mencionadas.



De las 26 empresas que respondieron **21** afirmaron promover y respetar la organización de mujeres trabajadoras dentro de la empresa, y cinco empresas respondieron no lo hacían.
Al analizar los resultados concluimos que no existió una comprensión total de la pregunta, lo cual derivó en respuestas que no concordaban con la pregunta.

De las empresas que respondieron, 21 afirmaron promover y respetar la organización de mujeres trabajadoras dentro de la empresa, sin embargo, sólo cuatro empresas mencionaron de manera clara que dentro del manual del empleado/código de conducta de la empresa se promueve la organización y la igualdad de derechos de las mujeres trabajadoras. El resto de las empresas centraron sus respuestas en el respeto a los derechos de las mujeres y la promoción hacia el respeto a este grupo, o bien, respuestas vagas como mencionar que la mayor parte de su mano de obra es femenino, como si este hecho representara una garantía para el respeto y promoción de la libre organización de las trabajadoras.

En la subárea condiciones laborales se buscó entender la perspectiva de las empresas en torno a los obstáculos que enfrentan para mejorar las condiciones de salud, seguridad y la remuneración económica de sus trabajadores/as.

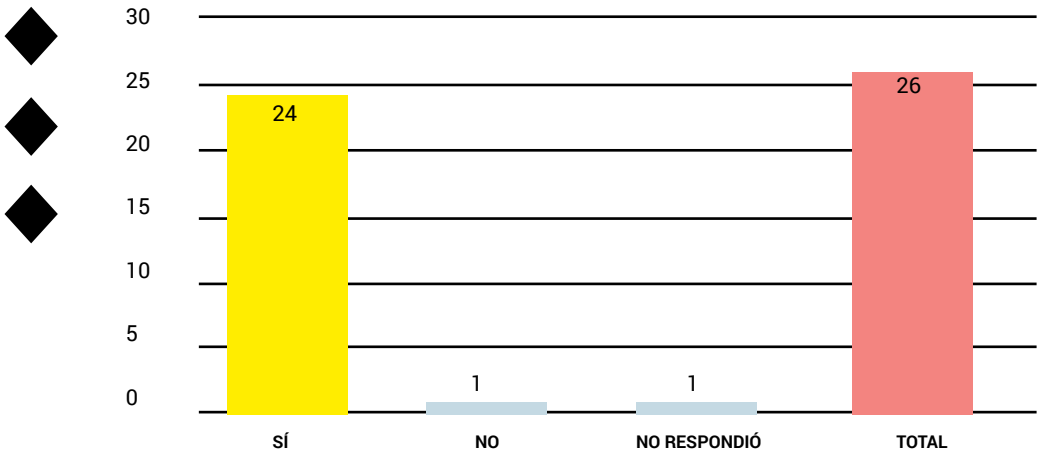
Los obstáculos que mencionan pueden clasificarse en factores externos e internos de la empresa y situaciones relativas a los propios trabajadores/as. Los primeros hacen referencia a aquello que no está bajo el control de la empresa. En el caso de los segundos, es aquello que está bajo el control de la empresa. En cuanto a los y las trabajadoras, son todas aquellas situaciones que les atribuyen las empresas para obstaculizar la mejora de sus condiciones laborales.

Obstáculos por factores externos	Obstáculos por factores internos	Obstáculos por los trabajadores/as
Marco regulatorio: afiliación obligatoria al IMSS a pesar de la precariedad de sus servicios.	Gobernanza, estructura y procesos internos de la misma empresa. En específico: falta de puestos consolidados (la mayoría son tiempo parcial), ingresos limitados por tamaño de la empresa, necesidad de fortalecer órganos de gobierno, falta de políticas bien establecidas para el manejo de herramientas de trabajo, supervisión de jefes de área y auditorías más estrictas.	Falta al reglamento de seguridad por parte de los y las trabajadoras.
Economía nacional y condiciones de mercado que genera retos para la mejora de condiciones para sus trabajadores/as. Aunado a los precios inestables de materia prima.		Nivel de escolaridad de los y las trabajadoras
Falta de cuidado del mercado laboral.		Falta de formación y resistencia para adoptar una cultura de la prevención.
Falta de RSE en el sector y en el gobierno.		Hábitos alimenticios de los y las trabajadoras como factor para incidencia en enfermedades.
		Nivel de ausentismo.

Es importante resaltar que aquellas empresas que mencionaron factores reconocen que el entorno en el que operan y cómo operan repercute en gran medida en los y las trabajadoras. Varias de las empresas que respondieron reconocen el papel del consumidor como clave en la mejora de las condiciones de los y las trabajadoras. En específico, señalaron que la cantidad de clientes, el precio final del producto y la falta de información entre los consumidores sobre consumo responsable juega un papel importante ya que son barreras que impiden mejorar condiciones laborales, especialmente mejorar la remuneración económica de los y las trabajadoras.

De las 26 empresas que respondieron, solo una empresa hizo mención a los esfuerzos que dentro de la empresa están comenzando a realizarse para incorporar “salario emocional” a los y las trabajadoras como una forma de mejorar sus condiciones laborales. Asimismo, una empresa mencionó no tener obstáculos.

En la subárea salario justo, lo que se buscó fue conocer la postura de la empresa respecto de establecer un salario por encima al establecido por ley.



En este sentido, **24** empresas respondieron que sí han considerado la posibilidad de establecer este salario. Sin embargo, la mayoría no menciona cuál sería ese “salario justo”. La respuesta más común fue otorgar salarios por encima del mínimo, pero sigue siendo una incógnita si ese pago por encima del mínimo permite a los y las trabajadoras cubrir sus necesidades dignamente.

Algunas empresas simplemente respondieron que sí, sin ofrecer más información y dos mencionaron que ofrecen beneficios para promover el bienestar de los y las trabajadoras incluyendo transporte gratuito. Una empresa mencionó que esta posibilidad depende de lo que están dispuestos a pagar los clientes. Otra empresa mencionó que tiene un esquema de bonos para promociones y aumentos.

FOTO :Fondo Semillas

6. Oportunidades de mejora

Esta sección profundiza en cada una de las cinco áreas de impacto revisadas en la sección anterior, buscando identificar las principales oportunidades que las empresas participantes tienen para mejorar su desempeño. Al igual que en la sección anterior, se han seleccionado las respuestas únicamente de aquellas empresas que han completado 90% o más de la EIB.

La selección cuenta con una estructura similar a la revisada previamente, sin embargo, aquí el foco se centra en las oportunidades de mejora. Así, la sección presenta un análisis de las principales oportunidades de mejora mediante los gráficos de burbuja, los cuales se complementan con la comparación del desempeño contra el desempeño de las empresas B y de las empresas tradicionales.

La plataforma B Analytics permite comparar los resultados obtenidos con distintos grupos de empresas. En las gráficas de comparación con los benchmarks se han presentando tanto los benchmarks de las empresas B, como de las empresas tradicionales, para una mejor contextualización de los resultados.

Las empresas B representan el grupo de más alto desempeño dentro de los grupos de comparación (benchmarks) disponibles en la herramienta B Analytics. Por su parte, las empresas tradicionales suelen tener un mayor foco en las políticas y prácticas operacionales, así como un fuerte foco en la generación de impacto positivo social y ambiental. A nuestro parecer, las empresas participantes se encuentran en un punto medio entre estos dos grupos de referencia. Cuentan con un buen desarrollo de sus políticas y prácticas operacionales, sin embargo, son pocas las empresas que han logrado vincular su modelo de negocio a la generación de beneficios sociales y ambientales.

a) Oportunidades de mejora por subárea

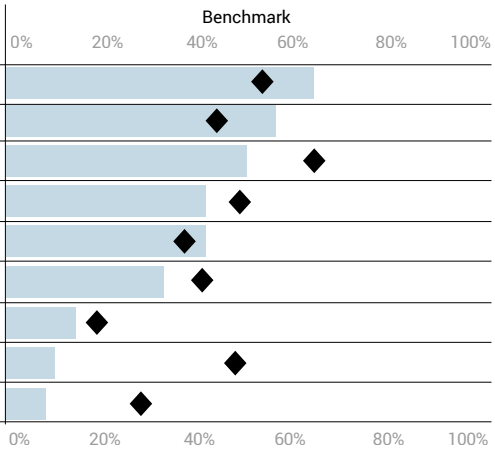
A continuación, se muestran las oportunidades de mejora en detalle por subárea. El tamaño de las barras refleja el porcentaje de puntos obtenidos por la red de empresas en cada una de las preguntas. El diamante muestra el benchmark de las empresas B o bien de las empresas tradicionales (según sea el caso). Teniendo esto en mente, sabemos entonces que a mayor diferencia entre el % de puntos obtenidos por la red y el benchmark, existe una mayor oportunidad de mejora, ello no quiere decir que no exista oportunidad de mejora en las otras áreas, pero representan una diferencia de puntos menor.

Gobernanza - Oportunidades

Gobernanza-benchmark de empresas B

El área de oportunidad más grande dentro de la red de empresas participantes, en comparación con el promedio de resultados obtenidos por las empresas B, es la datos financieros accesibles (una diferencia de 32 puntos), seguido de compromiso con los grupos de interés (una diferencia de 19 puntos) y vinculación de la misión con la compensación de los ejecutivos (una diferencia de 18 puntos).

Pregunta	% de Puntos Obtenidos Red	Benchmark
Protección de la Misión	61%	58%
Responsabilidades del Cuerpo Directivo	57%	44%
Normas de Información Financiera	50%	62%
Indicadores Clave de Desempeño Social y Ambiental	43%	51%
Características del Cuerpo de Gobernanza	42%	38%
Compromiso con los Grupos de Interés	35%	54%
Informes sobre Impacto	18%	20%
Datos Financieros Accesibles	14%	46%
Vinculación de la Misión con la Compensación de los Ejecutivos	13%	31%



*El gráfico compara las principales oportunidades de mejora detectadas para la red de empresas participantes con el promedio de resultados obtenidos por las empresas B.

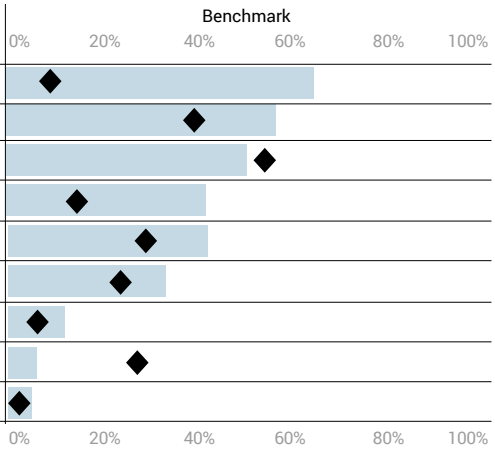
Resultados de la red

Resultados de las empresas B.

Gobernanza-Benchmark de empresas tradicionales

El área de oportunidad más grande dentro de la red de empresas participantes, en comparación con el promedio de resultados obtenidos por las empresas tradicionales que completan la EIB, es datos financieros accesibles (una diferencia de 18 puntos), seguido de normas de información financiera (una diferencia de 8 puntos).

Pregunta	% de Puntos Obtenidos Red	Benchmark
Protección de la Misión	61%	12%
Responsabilidades del Cuerpo Directivo	57%	40%
Normas de Información Financiera	50%	58%
Indicadores Clave de Desempeño Social y Ambiental	43%	18%
Características del Cuerpo de Gobernanza	42%	34%
Compromiso con los Grupos de Interés	35%	22%
Informes sobre Impacto	18%	10%
Datos Financieros Accesibles	14%	32%
Vinculación de la Misión con la Compensación de los Ejecutivos	13%	9%



*El gráfico compara las principales oportunidades de mejora detectadas para la red de empresas participantes con el promedio de resultados obtenidos por las empresas tradicionales que completan la EIB.

Resultados de la red

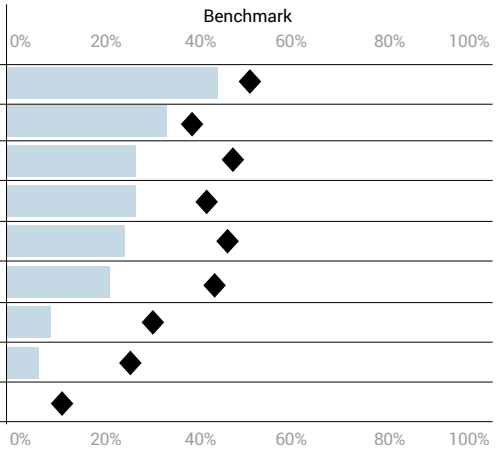
Resultados de las empresas tradicionales

Trabajadores/as - Oportunidades

Trabajadores/as-benchmark de empresas B

El área de oportunidad más grande dentro de la red de empresas participantes, en comparación con el promedio de resultados obtenidos por las empresas B, es participación en capacitación profesional en múltiples funciones (una diferencia de 28 puntos), seguido de % de participación en la propiedad por los trabajadores (una diferencia de 28 puntos) y beneficios complementarios (una diferencia de 22 puntos).

Pregunta	% de Puntos Obtenidos Red	Benchmark
% de Incremento en los Sueldos	46%	58%
Características del Plan de Bonos	36%	40%
Beneficios Complementarios	32%	54%
Trabajadores que Recibieron Bonos	30%	48%
Permiso de Paternidad Pagado	29%	50%
Participación en Capacitación Profesional en Múltiples Funciones	21%	49%
% De participación en la propiedad por los trabajadores	9%	37%
Participación de Trabajadores de Medio Tiempo en Plan de Salud	8%	32%
% De la Empresa Propiedad de los Empleados No Ejecutivos	0%	13%



*El gráfico compara las principales oportunidades de mejora detectadas para la red de empresas participantes con el promedio de resultados obtenidos por las empresas B.

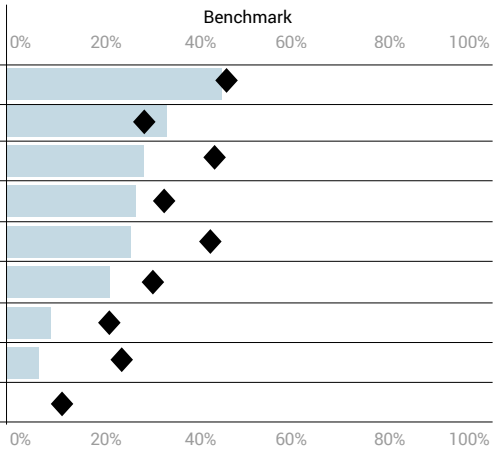
Resultados de la red

Resultados de las empresas B

Trabajadores/as-benchmark de empresas tradicionales

El área de oportunidad más grande dentro de la red de empresas participantes, en comparación con el promedio de resultados obtenidos por las empresas tradicionales que completan la EIB, es la participación de trabajadores de medio tiempo en plan de salud (una diferencia de 15 puntos), seguido de permiso de paternidad pagado, participación en capacitación profesional en múltiples funciones, porcentaje de participación en la propiedad de los trabajadores y porcentaje de la empresa propiedad de los empleados no ejecutivos, estos últimos cuatro cuentan con la misma diferencia de puntos con el benchmark (una diferencia de 13 puntos).

Pregunta	% de Puntos Obtenidos Red	Benchmark
% de Incremento en los Sueldos	46%	47%
Características del Plan de Bonos	36%	30%
Beneficios Complementarios	32%	44%
Trabajadores que Recibieron Bonos	30%	36%
Permiso de Paternidad Pagado	29%	42%
Participación en Capacitación Profesional en Múltiples Funciones	21%	34%
% De participación en la propiedad por los trabajadores	9%	22%
Participación de Trabajadores de Medio Tiempo en Plan de Salud	8%	23%
% De la Empresa Propiedad de los Empleados No Ejecutivos	0%	13%



*El gráfico compara las principales oportunidades de mejora detectadas para la red de empresas participantes con el promedio de resultados obtenidos por las empresas tradicionales que completan la EIB.

Resultados de la red

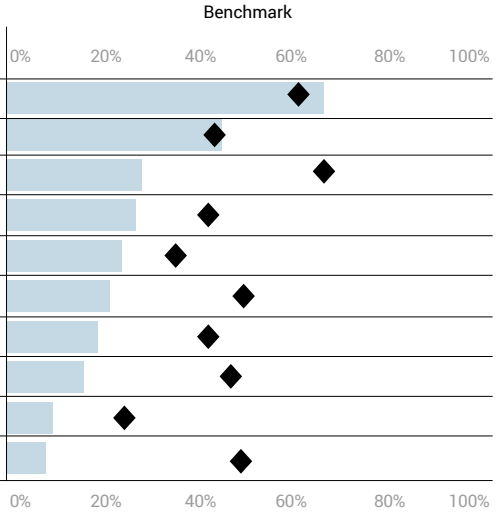
Resultados de las empresas tradicionales

Comunidad - Oportunidades

Comunidad-benchmark de empresas B

El área de oportunidad más grande dentro de la red de empresas participantes, en comparación con el promedio de resultados obtenidos por las Empresas B, es prácticas con contratistas independientes (una diferencia de 32 puntos), seguido de clientes locales (una diferencia de 31 puntos) y política de compras y reclutamiento local (una diferencia de 29 puntos).

Pregunta	% de Puntos Obtenidos Red	Benchmark
Desarrollo de la Fuerza Laboral	64%	61%
Tasa de personal que deja el empleo	44%	44%
Clientes Locales	32%	63%
Promoción de los Empleados	31%	41%
% de ingresos Donados a Caridad	27%	36%
Tasa de Crecimiento del Empleo	25%	53%
Ingresos Procedentes de Productos Certificados	23%	41%
Política de compras y reclutamiento local	19%	48%
Certificaciones de Proveedores	14%	29%
Prácticas con contratistas independientes	13%	45%



*El gráfico aquí compara las principales oportunidades de mejora detectadas para la red de empresas participantes con el promedio de resultados obtenidos por las empresas B.

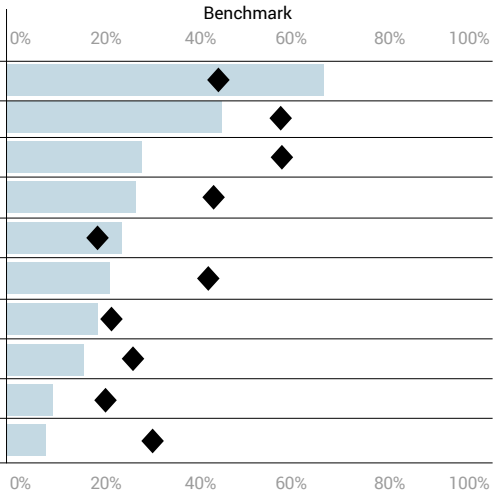
Resultados de la red

Resultados de las empresas B.

Comunidad-benchmark de empresas tradicionales

El área de oportunidad más grande dentro de la red de empresas participantes en comparación con el promedio de resultados obtenidos por las empresas tradicionales que completan la EIB es la de promoción de los empleados (una diferencia de 26 puntos), seguido de prácticas con contratistas (una diferencia de 17 puntos) y tasa de personal que deja el empleo (una diferencia de 14 puntos).

Pregunta	% de Puntos Obtenidos Red	Benchmark
Desarrollo de la Fuerza Laboral	64%	41%
Tasa de personal que deja el empleo	44%	58%
Clientes Locales	32%	58%
Promoción de los Empleados	31%	42%
% de ingresos Donados a Caridad	27%	21%
Tasa de Crecimiento del Empleo	25%	41%
Ingresos Procedentes de Productos Certificados	23%	24%
Política de compras y reclutamiento local	19%	26%
Certificaciones de Proveedores	14%	23%
Prácticas con contratistas independientes	13%	30%



*El gráfico compara las principales oportunidades de mejora detectadas para la red de empresas participantes con el promedio de resultados obtenidos por las empresas tradicionales que completan la EIB.

Resultados de la red

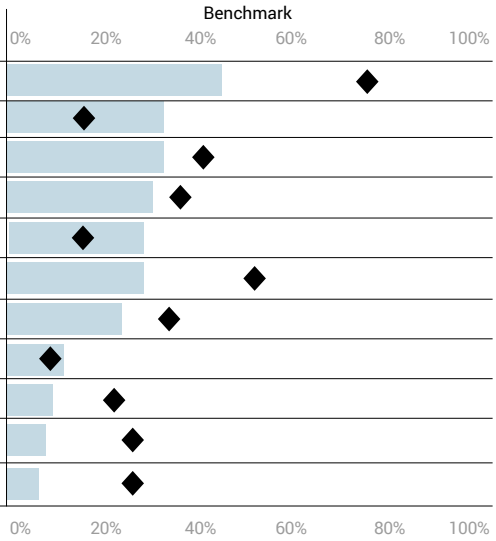
Resultados de las empresas tradicionales

Medio ambiente - Oportunidades

Medio ambiente-benchmark de empresas B

El área de oportunidad más grande dentro de la red de empresas participantes, en comparación con el promedio de resultados obtenidos por las empresas B, es la eliminación de residuos peligrosos (una diferencia de 36 puntos), seguido de materiales ecológicos (una diferencia de 27 puntos) y de monitoreo de residuos no peligrosos (una diferencia de 22 puntos).

Pregunta	% de Puntos Obtenidos Red	Benchmark
Eliminación de Residuos Peligrosos	43%	79%
Materiales Peligrosos In Situ	32%	16%
Revisiones o Auditorías Ambientales	32%	40%
Sistemas de Gestión Ambiental	29%	36%
Monitoreo del Uso de Agua	26%	15%
Materiales Ecológicos	26%	53%
Productos con Certificaciones Medioambientales	21%	36%
Monitoreo de Emisiones de Gases Efecto Invernadero	13%	12%
Fuentes de Electricidad	11%	24%
Uso de Energía Renovable de Bajo Impacto	9%	29%
El Monitoreo de Residuos No Peligrosos	7%	29%



*El gráfico compara las principales oportunidades de mejora detectadas para la red de empresas participantes con el promedio de resultados obtenidos por las empresas B.

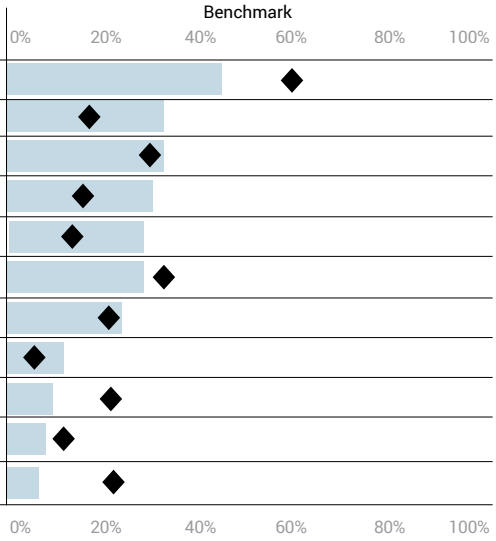
Resultados de la red

Resultados de las empresas B.

Medio ambiente-benchmark de empresas tradicionales

El área de oportunidad más grande dentro de la red de empresas participantes, en comparación con el promedio de resultados obtenidos por las empresas tradicionales que completan la EIB, es eliminación de residuos (una diferencia de 17 puntos), seguido de monitoreo de residuos no peligrosos (una diferencia de 13 puntos) y fuentes de electricidad (una diferencia de 9 puntos).

Pregunta	% de Puntos Obtenidos Red	Benchmark
Eliminación de Residuos Peligrosos	43%	60%
Materiales Peligrosos In Situ	32%	18%
Revisiones o Auditorías Ambientales	32%	31%
Sistemas de Gestión Ambiental	29%	16%
Monitoreo del Uso de Agua	26%	14%
Materiales Ecológicos	26%	30%
Productos con Certificaciones Medioambientales	21%	20%
Monitoreo de Emisiones de Gases Efecto Invernadero	13%	7%
Fuentes de Electricidad	11%	20%
Uso de Energía Renovable de Bajo Impacto	9%	13%
El Monitoreo de Residuos No Peligrosos	7%	20%



*El gráfico compara las principales oportunidades de mejora detectadas para la red de empresas participantes con el promedio de resultados obtenidos por las empresas tradicionales que completan la EIB.

Resultados de la red

Resultados de las empresas tradicionales

Es importante mencionar que la prioridad para atender cada una de las áreas de oportunidad identificadas debe ponderarse desde una lógica en donde la complejidad sea menor y el nivel de impacto sea mayor, y poco a poco ir atendiendo las de mayor complejidad.

Género y DHL

En cuanto al tema de género y DHL encontramos que las subáreas que representan una oportunidad mayor de fortalecerse son lo relacionado a política de proveedores y transparencia, libertad de asociación y responsabilidad social empresarial (RSE).

En el caso de políticas de proveedores y transparencia solo algunas empresas mencionaron publicar la lista de proveedores y menos de la mitad cuenta con políticas para la selección de los mismos, lo cual se presenta como un área por trabajar y reforzar dentro de la red de empresas. En cuanto a la subárea libertad de asociación a pesar de que las empresas manifiestan promover y respetar la libre organización de mujeres sin embargo ninguna expresa de manera clara cuáles son las acciones que llevan a cabo para dicho tema.

Por último, los resultados que se arrojan en cuanto a la RSE muestran que el sector está muy dividido entre aquellos que mencionaron contar con un área o modelo de RSE (15 empresas) y aquellos que no (10 empresas). Lo que lleva a reflexionar sobre la oportunidad que representa para la red la difusión de buenas prácticas en torno a este tema.

7. Recomendaciones y conclusión

FOTO :Fondo Semillas

#MaquilandoElCambio

es un esfuerzo compartido que busca mejorar las condiciones laborales y de vida de las mujeres trabajadoras en el sector moda nacional en México. Para HIP, esto implicaba un reto muy ambicioso con el objetivo de lograr el compromiso de las empresas a sumarse a esta meta.

Primero había que acercarse y entender a las empresas para después acompañarlas en la mejora de su desempeño. El primer reto al que HIP se enfrentó fue la falta de datos actualizados (y en algunos casos inexistentes) en términos de su impacto interno y externo en lo social y ambiental.

Ante esta realidad HIP vio una oportunidad de realizar un reporte que ofreciera información. La alianza con Mide lo que Importa de Sistema B y, en específico, la herramienta autodiagnóstico EIB, representaba una estrategia exitosa para dar pasos firmes hacia este reto.

La iniciativa #MaquilandoElCambio y la alianza que HIP estableció con Sistema B abren la oportunidad de seguir profesionalizando e impulsando acciones encaminadas a buenas prácticas en el sector moda desde una óptica que respete los derechos humanos laborales y el ambiente con perspectiva de género.

Es muy importante resaltar el compromiso que asumieron las empresas de la red al decidir medirse y compararse en miras de generar un plan de acción hacia la mejora. Desde HIP reconocemos las limitaciones que pueden existir al realizar un autodiagnóstico. Sin embargo, se reconoció que EIB representaba una oportunidad de abrir el diálogo en torno a temas de derechos humanos laborales con perspectiva de género. El proceso no sólo ofreció beneficios tangibles a las empresas, sino que también fortaleció al movimiento #MaquilandoElCambio con actores comprometidos en miras de un sector moda más responsable, ético y competitivo.

Bajo este tenor es que realizamos las reflexiones y recomendaciones con base en los resultados presentados en la sección previa. Resumimos las áreas de oportunidad identificadas para guiar futuras acciones por parte de las empresas del sector moda en su consolidación para lograr una industria más responsable, ética y competitiva.

Es importante mencionar que desde HIP consideramos que primero deben atenderse aquellas áreas de oportunidad que se identificaron en los comparativos con empresas tradicionales y posteriormente los que se encuentran en el comparativo con empresas B. En algunos casos algunas subáreas se repiten y en algunas son distintas.

Área	Comparativo Empresas B	Comparativo Empresas Tradicionales
GOBERNANZA	1. Datos financieros accesibles 2. Compromiso con los grupos de interés 3. Vinculación de la misión con la compensación de los ejecutivos	1. Datos financieros 2. Normas de información financiera
TRABAJADORES/AS	1. Participación en capacitación profesional en múltiples funciones 2. % de participación en la propiedad por los y las trabajadoras 3. Beneficios complementarios	1. Participación de trabajadores/as de medio tiempo en plan de salud 2. Permiso de paternidad pagado 3. Participación en capacitación profesional en múltiples funciones 4. Porcentaje de participación en la propiedad de los trabajadores/as 5. Porcentaje de la empresa propiedad de los y las empleadas no ejecutivas
COMUNIDAD	1. Prácticas con contratistas independientes 2. Clientes locales 3. Política de compras y reclutamiento local	1. Promoción de los y las empleadas 2. Prácticas con contratistas 3. Tasa de personal que deja el empleo
MEDIO AMBIENTE	1. Eliminación de residuos peligrosos 2. Materiales ecológicos 3. Monitoreo de residuos no peligrosos	1. Eliminación de residuos 2. Monitoreo de residuos no peligrosos 3. Fuentes de electricidad

Para el área género y DHL las subáreas que se consideran son de mayor oportunidad de mejora son **políticas de proveedores y transparencia, libertad de asociación y RSE**. Por ejemplo, en el caso de **políticas de proveedores y transparencia,** se puede trabajar en el impulso del desarrollo de iniciativas que fomenten la transparencia/trazabilidad de las cadenas de suministro generando política pública que incentive este proceso, asimismo, puede servir como una manera de impulsar una industria más responsable debido a que, por los resultados obtenidos, 100% de las empresas cuenta con proveedores locales. Aunado a lo anterior, las empresas deben utilizar criterios más allá de los económicos para seleccionar a sus proveedores de tal manera que el factor de decisión no sólo considere el precio sino también sí el proveedor es se preocupa por cuidar de sus **trabajadores/as, de la comunidad y del medio ambiente**.

En otro orden de ideas, se debe generar un entendimiento común sobre lo que implica la libertad de asociación de las mujeres, y en aquellos casos en los que se manifiesta este entendimiento, entonces explicitar cómo es que se promueve la libertad de asociación en la empresa.

Además de las áreas específicas de mejora, identificamos preguntas más amplias para guiar el próximo paso para consolidar #MaquilandoElCambio y sus miembros/as.

- ¿Qué cambios traerán grandes impactos positivos en la industria de la moda y para las empresas participantes?
- ¿Qué tipo de impacto es más significativo para la industria de la moda?
- ¿Qué prácticas fortalecen y se alinean a los valores y misión que quiere proyectar la industria de la moda?
- ¿Qué cambios pueden ejecutarse en corto plazo?
- ¿Quién puede ayudar con estos cambios?

Desde HIP, creemos que este reporte es un esfuerzo significativo al ser la primera iniciativa de estas características realizada mediante un programa (Mide lo que Importa) a nivel latinoamericano, y la primera para este rubro a nivel global.

Este esfuerzo sin duda representa un primer paso, del cual se ha obtenido un primer diagnóstico del desempeño socioambiental de las empresas participantes, lo cual le permite contar con una posición privilegiada, conociendo en detalle aquellas áreas donde se destacan, y también aquellas áreas donde existe mayor potencial de mejora. Esta información permite una adecuada gestión de eventuales riesgos, pero sobre todo permite el inicio de un trabajo de mejora continua intencionado, y basado en indicadores concretos de gestión.

A partir de este punto, es posible desarrollar un trabajo basado en los objetivos estratégicos e intereses de HIP y de la red de empresas participantes. Esperamos seguir avanzando en el desarrollo de iniciativas de mejora, aprovechando la riqueza de la información que tiene disponible, buscando formas de aumentar su compromiso, y la construcción de círculos virtuosos de generación de impacto, a través de actividades que apunten a mejorar su impacto socioambiental, con un enfoque en el bienestar de las mujeres trabajadoras.

#MaquilandoElCambio

Primer Puntada

#MaquilandoElCambio

HIP HISPANICS IN PHILANTHROPY
The power of giving and connecting