



Índice

1. Introducción.....	3
2. Indicadores relacionados con partes interesadas.....	3
3. Industrias donde es relevante desarrollar en partes interesadas	4
4. Normas, certificaciones, buenas prácticas, ODS y leyes relevantes al indicador	5
5. Factores clave que influyen en partes interesadas	7
6. Creación de un programa de RSE enfocado en partes interesadas	8
7. Beneficios de gestionar adecuadamente las partes interesadas.....	9
8. Riesgos empresariales por no fomentar las partes interesadas	10
9. Herramientas para fomentar las partes interesadas.....	10
10. Mejores prácticas en partes interesadas dentro el Distintivo ESR®	11
11. Propuesta de métricas de impacto para medir partes interesadas en empresas dentro del marco del Distintivo ESR	12
11.1. Fase 1: Inicial	12
11.2. Fase 2: Desarrollo.....	12
11.3. Fase 3: Madurez	13
11.4. Desarrollo de las métricas.....	13
12. Conclusión.....	14



1. Introducción

Las partes interesadas son todas las personas, grupos o entidades que influyen o se ven influenciadas por las actividades de una empresa. Pueden incluir empleados, clientes, proveedores, inversores, comunidades locales, organizaciones no gubernamentales (ONG), gobiernos, y el entorno ambiental. Cada uno de estos actores tiene diferentes expectativas y necesidades en relación con la organización, y gestionar estas relaciones de manera efectiva es clave para el éxito y la sostenibilidad a largo plazo.

La identificación y gestión adecuada de las partes interesadas es esencial para construir confianza, minimizar riesgos y fomentar la lealtad. Un enfoque estratégico hacia las partes interesadas permite a las empresas anticipar cambios en las expectativas sociales, políticas y regulatorias, reduciendo así los riesgos operativos y reputacionales. Además, las empresas que logran involucrar a sus partes interesadas de manera efectiva tienden a mejorar su competitividad, innovación y acceso a mercados, lo que resulta en un mayor éxito a largo plazo.

Las partes interesadas se posicionan como un eje central para la estrategia de Responsabilidad Social Empresarial (RSE), ya que reflejan el compromiso de la empresa con la sostenibilidad, la ética y el impacto social positivo.

2. Indicadores relacionados con partes interesadas

Indicadores	Ámbito	Descripción
Gestión de riesgos	Gestión de la Responsabilidad Social	Este indicador mide la capacidad de la empresa para identificar, evaluar y gestionar los riesgos que podrían afectar a sus operaciones y a sus Partes Interesadas. Incluye riesgos financieros, operativos, reputacionales y ambientales.
Desarrollo de las comunidades	Participación activa de la comunidad	Este indicador evalúa cómo la empresa contribuye al desarrollo social, económico y ambiental de las comunidades en las que opera. Implica acciones como la inversión en infraestructuras locales, la creación de empleo y el apoyo a proyectos educativos o de salud.
Vinculación con vecinos	Participación activa de la comunidad.	Este indicador se refiere a las actividades y programas que una empresa implementa para mantener una relación positiva con



		las comunidades y los vecinos cercanos a sus instalaciones.
Conflicto de intereses	Gobernanza y prácticas justas	Este indicador mide las políticas y controles que una empresa implementa para prevenir, gestionar y resolver conflictos de intereses dentro de su organización.
Información transparente al consumidor	Asunto de consumidores	Este indicador evalúa cómo la empresa comunica de manera clara y veraz las características de sus productos y servicios, permitiendo a los consumidores tomar decisiones informadas.
Cumplimiento legal laboral, de salud y de seguridad	Derechos Laborales	Este indicador se refiere al grado en que la empresa cumple con las leyes y normativas relacionadas con la protección de los derechos laborales, la salud ocupacional y la seguridad en el trabajo.

3. Industrias donde es relevante desarrollar en partes interesadas

Industria	Importancia
Agricultura, cría y explotación de animales, aprovechamiento forestal, pesca y caza	Las empresas en este sector deben gestionar cuidadosamente sus relaciones con las comunidades rurales, asegurando que sus operaciones no afecten negativamente a las tierras, el agua y los recursos naturales de los cuales dependen estas comunidades. Las iniciativas de RSE en este sector pueden incluir programas de desarrollo comunitario, la adopción de prácticas agrícolas sostenibles y la protección de la biodiversidad.
Generación, transmisión, distribución y comercialización de energía eléctrica, suministro de agua y de gas natural	Este sector tiene un alto nivel de responsabilidad en términos de sostenibilidad y gestión ambiental. Las empresas deben colaborar con las Partes Interesadas para mitigar los impactos negativos en el entorno y ofrecer soluciones energéticas sostenibles. Además, las regulaciones gubernamentales y las expectativas sociales ejercen presión sobre las empresas para que adopten tecnologías más limpias y reduzcan sus emisiones.



Industrias manufactureras	Las empresas manufactureras deben gestionar cuidadosamente su relación con sus trabajadores y proveedores para asegurar que las condiciones laborales sean justas y que las prácticas de producción sean responsables. El impacto ambiental también es una preocupación clave, por lo que muchas empresas están invirtiendo en tecnologías sostenibles para reducir su huella de carbono y mejorar su eficiencia energética.
Minería	Las empresas mineras operan en áreas geográficas sensibles, lo que requiere un enfoque cuidadoso para mitigar el impacto ambiental y social de sus actividades. Las prácticas de RSE en este sector deben incluir la rehabilitación de tierras, la gestión de residuos peligrosos y la creación de oportunidades económicas para las comunidades afectadas.
Servicios de salud y de asistencia social	Este sector debe centrarse en la mejora de las condiciones laborales del personal de salud y la promoción de prácticas éticas en el suministro de servicios. La inversión en tecnología médica y la gestión eficiente de recursos son temas críticos que involucran directamente a las Partes Interesadas.

4. Normas, certificaciones, buenas prácticas, ODS y leyes relevantes al indicador

Categoría	Norma, Certificación o Ley	Descripción / Apartado Específico	Relevancia para el indicador
Norma	ISO 26000	Guía para responsabilidad social, incluye el compromiso con las partes interesadas como parte de la sostenibilidad empresarial.	Alta
Norma	AA1000 Stakeholder Engagement Standard	Norma para la participación de partes interesadas, proporciona lineamientos para	Alta



		involucrarlas en decisiones organizacionales.	
Certificación	GRI (Global Reporting Initiative)	Marco de reportes de sostenibilidad, indicadores relacionados con la inclusión y gestión de partes interesadas.	Alta
Certificación	Ecovadis	Evalúa sostenibilidad empresarial, incluye prácticas de comunicación y cooperación con las partes interesadas.	Alta
Certificación	B Corporation Certification	Certificación que evalúa el impacto positivo de la interacción con las partes interesadas en la sostenibilidad corporativa.	Alta
ODS	ODS 16: Paz, justicia e instituciones sólidas	Fomenta instituciones sólidas mediante la inclusión de partes interesadas en la gobernanza y toma de decisiones.	Alta
ODS	ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos	Promueve alianzas responsables mediante la gestión adecuada de las relaciones con partes interesadas.	Alta
Ley	Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública	Regula la transparencia en la comunicación con partes interesadas mediante el acceso a información pública.	Alta
Ley	Ley Federal del Trabajo (LFT)	Garantiza el respeto a los derechos laborales mediante la comunicación y participación activa	Alta



		de partes interesadas internas.	
Buena Práctica	Desarrollo de políticas para la gestión e involucramiento de partes interesadas en procesos organizacionales	Creación de estrategias internas para identificar, comunicar y colaborar con partes interesadas en todos los niveles organizacionales.	Alta

5. Factores clave que influyen en partes interesadas

- **Cultura organizacional:** La manera en que una empresa valora y gestiona a sus partes interesadas depende en gran medida de su cultura interna. Una cultura organizacional que promueve el respeto, la transparencia y el diálogo activo es más propensa a involucrar a las partes interesadas de manera efectiva.
- **Liderazgo:** El apoyo de la alta dirección es fundamental para implementar estrategias exitosas de gestión de Partes Interesadas. Los líderes deben comprometerse activamente y asignar los recursos necesarios para mantener una comunicación fluida y constante con las Partes Interesadas.
- **Estructura de la empresa:** Las empresas con estructuras organizacionales flexibles y colaborativas suelen tener más éxito al involucrar a las Partes Interesadas, ya que pueden responder de manera ágil a las preocupaciones o necesidades que surjan.
- **Expectativas sociales y normativas:** Las demandas de la sociedad por mayor transparencia y prácticas empresariales responsables influyen en cómo una empresa se relaciona con sus Partes Interesadas. Normativas como las regulaciones ambientales o laborales pueden guiar el enfoque de la empresa en su relación con comunidades y gobiernos.
- **Cambios tecnológicos y del mercado:** Las innovaciones tecnológicas y los cambios en el mercado pueden alterar las expectativas de los *stakeholders*. Las empresas que monitorean de cerca estas tendencias están mejor posicionadas para ajustarse a las demandas cambiantes.
- **Participación de los Grupos de Interés:** La comunicación efectiva y la participación de los stakeholders aseguran que las decisiones de liderazgo reflejen las preocupaciones sociales más amplias.



- **Globalización:** En un mundo globalizado, las empresas operan en contextos diversos con diferentes normas sociales, políticas y culturales. Esto amplía la base de Partes Interesadas y requiere un enfoque estratégico para gestionar las relaciones a nivel local e internacional.

6. Creación de un programa de RSE enfocado en partes interesadas

- **Identificación de Partes Interesadas:** El primer paso es identificar quiénes son las Partes Interesadas relevantes para la empresa. Esto incluye realizar un mapeo de *stakeholders*, categorizándolos según su nivel de influencia e interés en las actividades de la organización.
- **Análisis de expectativas:** Una vez identificadas, es fundamental comprender cuáles son las expectativas, preocupaciones y necesidades de cada grupo de *stakeholders*. Este análisis permite priorizar las relaciones que requieren una gestión más inmediata.
- **Plan de Participación de Grupos de Interés:** Desarrollar estrategias para involucrar a los *stakeholders* en los procesos de toma de decisiones y en las iniciativas de RSE. Elaborar un plan que incluya objetivos específicos, KPIs, responsabilidades y cronogramas, y que esté alineado con la estrategia general de la empresa.
- **Establecimiento de objetivos claros:** Definir metas claras sobre cómo la empresa se relacionará con cada grupo de *stakeholders*, asegurando que estos objetivos estén alineados con los valores corporativos y la estrategia de sostenibilidad.
- **Diseño de canales de comunicación:** Implementar mecanismos de comunicación bidireccionales que permitan un diálogo fluido entre la empresa y las Partes Interesadas. Esto incluye desde encuestas hasta reuniones periódicas o consultas formales.
- **Asignación de recursos:** Un programa efectivo debe contar con un presupuesto adecuado que permita la ejecución de proyectos que respondan a las expectativas de los *stakeholders* y que impulse la RSE. Estos recursos pueden estar dirigidos a proyectos comunitarios, iniciativas de bienestar laboral, o inversiones en tecnología sostenible.
- **Evaluación y mejora continua:** Es importante medir el impacto de las acciones emprendidas en relación con las Partes Interesadas. Un sistema de retroalimentación constante permite ajustar las estrategias y mejorar las relaciones a lo largo del tiempo.



7. Beneficios de gestionar adecuadamente las partes interesadas

- **Acceso a mercados y crecimiento empresarial:** Una gestión efectiva de las Partes Interesadas puede abrir puertas a nuevos mercados y oportunidades de negocio. Las empresas que construyen relaciones sólidas con los *stakeholders* clave suelen beneficiarse de una mayor lealtad de clientes y socios comerciales.
- **Reducción de costos y riesgos:** Al mantener un diálogo constante con las comunidades y empleados, las empresas pueden detectar y mitigar riesgos antes de que se conviertan en problemas serios. Esto puede traducirse en la reducción de costos operativos, legales o regulatorios.
- **Cumplimiento normativo:** Gestionar adecuadamente a los stakeholders permite que las empresas se mantengan al día con los cambios regulatorios y sociales, asegurando que cumplen con las normativas vigentes, lo que evita sanciones y multas.
- **Mejora de la reputación:** Las empresas que demuestran un compromiso genuino con sus Partes Interesadas ganan la confianza y lealtad de sus consumidores, empleados y socios. Esto contribuye a una mejor imagen de marca y, en última instancia, a una mayor competitividad en el mercado.
- **Innovación y creatividad:** El diálogo con las Partes Interesadas puede generar ideas innovadoras y soluciones creativas a los desafíos empresariales. Involucrar a los empleados y comunidades en la toma de decisiones abre oportunidades para la innovación colaborativa.
- **Fortalecimiento de la cultura organizacional:** Una empresa que se preocupa por sus *stakeholders* también tiende a mejorar su clima laboral. Los empleados se sienten más valorados y comprometidos, lo que puede aumentar la productividad y reducir la rotación de personal.
- **Acceso a financiamiento e inversión responsable:** Las empresas que gestionan eficazmente sus relaciones con las partes interesadas, especialmente con inversores y reguladores, pueden acceder a financiamiento preferencial y ser incluidas en fondos de inversión que priorizan criterios de sostenibilidad y responsabilidad social.
- **Mayor resiliencia ante crisis y cambios:** Una gestión eficaz de las Partes Interesadas crea relaciones de confianza y lealtad que fortalecen la resiliencia de la empresa ante situaciones de crisis. Durante momentos difíciles, como crisis económicas, sanitarias o ambientales, las empresas con sólidos vínculos con sus *stakeholders* son más capaces de movilizar apoyo y mantener la continuidad de sus operaciones.



8. Riesgos empresariales por no fomentar las partes interesadas

- **Pérdida de confianza:** Al no considerar las opiniones y necesidades de sus partes interesadas, la empresa transmite una imagen de desinterés y falta de transparencia. Esto erosiona la confianza que los clientes, empleados e inversores tienen en la marca, lo que puede llevar a una disminución en la lealtad y el compromiso.
- **Daño a la imagen corporativa:** Una empresa que no demuestra un compromiso genuino con la responsabilidad social puede ser objeto de críticas y boicots por parte de consumidores cada vez más conscientes y exigentes. Las redes sociales amplifican rápidamente las noticias negativas, lo que puede generar una crisis de reputación difícil de gestionar.
- **Dificultad para identificar riesgos:** Al no establecer canales de comunicación efectivos con las partes interesadas, la empresa puede pasar por alto señales de alerta temprana sobre posibles problemas o crisis. Esto puede llevar a una gestión de riesgos ineficaz y aumentar la probabilidad de incidentes que afecten sus operaciones.
- **Problemas de comunicación:** Una comunicación deficiente con las partes interesadas puede generar malentendidos, conflictos y retrasos en la toma de decisiones. Esto puede afectar la eficiencia de los procesos internos y la colaboración entre diferentes áreas de la empresa.
- **Desmotivación de los empleados:** Los empleados son una parte interesada clave que puede verse afectada por la falta de consideración de sus opiniones y necesidades. Si los empleados sienten que no son valorados, pueden experimentar una disminución en su motivación y compromiso, lo que a su vez puede afectar la productividad y la calidad del trabajo.
- **Riesgos financieros:** Las empresas que no gestionan adecuadamente a sus *stakeholders* pueden enfrentarse a sanciones legales, boicots o demandas por parte de consumidores, empleados o gobiernos. Además, pueden perder oportunidades de inversión o acceso a capital, ya que cada vez más inversores buscan empresas con un fuerte compromiso con la RSE.

9. Herramientas para fomentar las partes interesadas

- **Mapeo de *stakeholders*:** Herramientas como el análisis de mapeo de sus grupos de interés que permiten a las empresas identificar y clasificar a sus partes interesadas según su influencia, interés y poder. Esto facilita la priorización de acciones y recursos.



- **Software de gestión de relaciones:** Plataformas digitales como CRM (*Customer Relationship Management*) especializadas en *stakeholders* ayudan a monitorear y gestionar las interacciones con cada grupo. Estos sistemas permiten recopilar datos, hacer seguimiento de compromisos y medir el impacto de las acciones.
- **Encuestas y consultas:** Utilizar encuestas y consultas periódicas es una manera eficaz de captar las expectativas y preocupaciones de los *stakeholders*. Las empresas pueden implementar plataformas online para gestionar estos diálogos y obtener una visión clara de las percepciones externas.
- **Estándares internacionales de RSE:** Certificaciones como ISO 26000 o la Norma SA8000 proporcionan un marco estructurado para gestionar la relación con los *stakeholders*, garantizando que las prácticas de la empresa estén alineadas con estándares globales de sostenibilidad y ética.
- **Colaboración en proyectos:** Involucra a las partes interesadas en la toma de decisiones y en la ejecución de proyectos.
- **Encuestas de satisfacción:** Realiza encuestas periódicas para medir el nivel de satisfacción de las partes interesadas.
- **Análisis de datos:** Para identificar tendencias y patrones en la información recopilada.

10. Mejores prácticas en partes interesadas dentro el Distintivo ESR®

- **Transparencia en la comunicación:** Publicar reportes periódicos de sostenibilidad y responsabilidad social, basados en el diálogo con *stakeholders*, es una de las mejores prácticas recomendadas por el Distintivo ESR®. Estos reportes deben incluir el progreso de los compromisos adquiridos, los impactos generados y las áreas de mejora.
- **Participación activa de los empleados:** Fomentar la participación de los empleados en los programas de RSE y en la toma de decisiones relacionadas con la sostenibilidad fortalece la cultura interna y refuerza el compromiso de la empresa con sus *stakeholders* internos.
- **Vinculación con la comunidad:** Participar en iniciativas comunitarias que respondan a las necesidades locales y contribuir al desarrollo social y económico de las áreas donde opera la empresa es clave para obtener el Distintivo ESR®. Esto puede incluir desde programas de voluntariado hasta inversiones en infraestructura o educación.
- **Adaptabilidad y mejora continua:** Las empresas que logran mantener una relación fluida y adaptable con sus Partes Interesadas suelen tener más éxito en la implementación de estrategias de RSE. Mantener un proceso constante de



retroalimentación y mejora continua asegura que las expectativas de los stakeholders sean siempre escuchadas y abordadas.

- **Comparar los resultados con los de otras organizaciones:** Utiliza benchmarking para comparar los resultados de tu organización con los de otras similares.
- **Satisfacción de los clientes:** Porcentaje de clientes satisfechos con los productos o servicios de la empresa.
- **Compromiso de los empleados:** Tasa de rotación de empleados, resultados de encuestas de clima laboral.

11. Propuesta de métricas de impacto para medir partes interesadas en empresas dentro del marco del Distintivo ESR

La propuesta de métricas de impacto para medir las partes interesadas en las empresas se desarrollará en tres fases: inicial, desarrollo y madurez. Estas fases consideran el tamaño de la empresa, la madurez de la industria y los recursos disponibles.

11.1. Fase 1: Inicial

- **Porcentaje de partes interesadas identificadas:** Proporción del total de partes interesadas mapeadas en relación con las potenciales identificadas en el entorno de la organización.
- **Número de reuniones de acercamiento realizadas:** Cantidad de encuentros iniciales organizados con partes interesadas clave para conocer sus expectativas y preocupaciones.
- **Porcentaje de expectativas documentadas:** Relación entre las expectativas y necesidades de las partes interesadas registradas frente al total identificado.

11.2. Fase 2: Desarrollo

- **Porcentaje de iniciativas colaborativas implementadas:** Proporción de proyectos o actividades en colaboración con partes interesadas que se han puesto en marcha respecto al total planeado.
- **Frecuencia de reuniones de seguimiento:** Número de reuniones periódicas realizadas con partes interesadas para evaluar avances y mantener comunicación constante.
- **Porcentaje de satisfacción de las partes interesadas:** Resultado de encuestas aplicadas para medir la percepción de las partes interesadas sobre la interacción y respuesta de la organización.



11.3. Fase 3: Madurez

- **Porcentaje de partes interesadas integradas en decisiones estratégicas:** Relación entre las partes interesadas involucradas en procesos de toma de decisiones estratégicas y el total identificado.
- **Índice de cumplimiento de acuerdos con partes interesadas:** Proporción de compromisos pactados con partes interesadas que han sido cumplidos en tiempo y forma.
- **Porcentaje de mejoras implementadas derivadas del feedback:** Relación entre las sugerencias de las partes interesadas implementadas y el total de sugerencias recibidas.

11.4. Desarrollo de las métricas

1. **Análisis de situación actual:** Realizar un diagnóstico inicial para entender el estado actual de la compensación en la empresa.
2. **Definición de objetivos:** Establecer metas claras para cada fase, alineadas con la estrategia de responsabilidad social de la empresa.
3. **Desarrollo de indicadores:** Diseñar indicadores específicos que permitan medir el progreso hacia los objetivos definidos.
4. **Implementación y monitoreo:** Ejecutar las métricas en la empresa y realizar un seguimiento constante para evaluar su efectividad.
5. **Revisión y mejora continua:** Revisar periódicamente los resultados y ajustar las métricas para asegurar que se mantengan relevantes y efectivas.

La definición de las métricas debe considerar los siguientes aspectos:

- **Tamaño de la Empresa:** Las metas y el alcance de las métricas pueden ajustarse según el tamaño de la empresa. Las PYMES podrían enfocarse en la implementación básica y en el cumplimiento de normativas, mientras que las grandes empresas deberían liderar con iniciativas innovadoras y colaboración internacional.
- **Madurez de la industria:** En industrias más maduras o reguladas, las métricas deben reflejar un mayor nivel de cumplimiento y sofisticación en la implementación de el liderazgo social.
- **Recursos disponibles:** Las empresas con mayores recursos deben establecer métricas más ambiciosas, como el desarrollo de tecnologías éticas avanzadas o la



creación de nuevas normativas industriales en colaboración con otros líderes del sector.

Este enfoque escalonado permite que las empresas evolucionen en su práctica en partes interesadas a medida que avanzan en madurez organizacional y en recursos disponibles, asegurando una implementación coherente y efectiva en el marco del Distintivo ESR®.

12. Conclusión

La gestión adecuada de las Partes Interesadas es un pilar fundamental para todas las industrias, ya que influye directamente en la sostenibilidad, competitividad y reputación empresarial. Las Partes Interesadas, que incluyen empleados, comunidades locales, clientes, proveedores, gobiernos y organizaciones no gubernamentales, tienen expectativas crecientes respecto a la transparencia, la sostenibilidad y el comportamiento ético de las empresas.

En sectores como la agricultura, minería, energía y manufactura, la interacción con las comunidades y el impacto ambiental son temas clave para las Partes Interesadas, lo que exige una gestión cuidadosa de estos grupos. En industrias de servicios, como salud y finanzas, la relación con empleados, consumidores y reguladores se vuelve central para garantizar la confianza y la seguridad en las operaciones.

Los indicadores del Distintivo ESR®, como el desarrollo de comunidades, la gestión de riesgos, la vinculación con vecinos y la transparencia con los consumidores, están diseñados para ayudar a las empresas a integrar de manera efectiva a sus Partes Interesadas en su estrategia corporativa. Cumplir con estos indicadores no solo mejora la percepción pública de la empresa, sino que también promueve un ambiente de colaboración y confianza que facilita el logro de objetivos a largo plazo.

En resumen, las empresas que gestionan activamente las expectativas y necesidades de sus Partes Interesadas no solo cumplen con los estándares del Distintivo ESR®, sino que también aseguran su éxito operativo, su capacidad para adaptarse a nuevas demandas del mercado y su resiliencia frente a los desafíos sociales, económicos y ambientales. Esta relación sólida con los *stakeholders* se traduce en un crecimiento sostenible y una mejor integración de la empresa en su entorno social y económico.