



**Cemefi**

***Hace bien.***



Empresa  
Socialmente  
Responsable\*  
Cemefi

# Ficha de indicadores

## Criterio: *Gobernanza– Comportamiento ético*

### Indicador: *Uso indebido de regalos*





## **Índice**

|                                                                                |          |
|--------------------------------------------------------------------------------|----------|
| <b>1. Introducción .....</b>                                                   | <b>2</b> |
| <b>2. Indicadores relacionados del Distintivo ESR® .....</b>                   | <b>2</b> |
| <b>3. Industrias donde es relevante desarrollar la libre competencia .....</b> | <b>2</b> |
| <b>4. Normas, leyes, estándares, certificaciones, ODS e ISO .....</b>          | <b>3</b> |
| <b>5. Factores que influyen en la implementación .....</b>                     | <b>3</b> |
| <b>6. Cómo crear un programa de cumplimiento en competencia .....</b>          | <b>3</b> |
| <b>7. Beneficios empresariales .....</b>                                       | <b>4</b> |
| <b>8. Riesgos de no implementar .....</b>                                      | <b>4</b> |
| <b>9. Herramientas y recursos .....</b>                                        | <b>4</b> |
| <b>10. Mejores prácticas .....</b>                                             | <b>5</b> |
| <b>11. Métricas de impacto.....</b>                                            | <b>5</b> |
| 11.1 Métricas de prevención.....                                               | 6        |
| 11.2 Métricas de corrección, control o mitigación .....                        | 6        |
| 11.3 Métricas de transformación, resarcimiento o generación de bienestar ..... | 7        |
| <b>12. Conclusión.....</b>                                                     | <b>7</b> |



## 1. Introducción

El uso indebido de regalos, atenciones y obsequios en el entorno empresarial es una de las formas más frecuentes y sutiles de corrupción. La entrega o recepción de regalos con el propósito de influir en decisiones de negocio, obtener ventajas indebidas o generar favoritismos compromete la integridad de las personas involucradas, daña la cultura organizacional y expone a la empresa a responsabilidades legales y reputacionales significativas.

En México, la Ley General del Sistema Nacional Anticorrupción (LGSNA) y la Ley General de Responsabilidades Administrativas (LGRA) establecen restricciones claras al otorgamiento y recepción de regalos por parte de funcionarios públicos y proveedores del gobierno. En el ámbito privado, la Ley Federal Anticorrupción en Contrataciones Públicas (LFACP) regula la conducta de empresas que contratan con el Estado. Adicionalmente, la Ley de la Empresa Socialmente Responsable exige estándares de integridad en la gestión de relaciones comerciales.

Esta ficha orienta a las organizaciones en el diseño de una política robusta de gestión de regalos, atenciones y obsequios que prevenga conflictos de interés, proteja la integridad de los colaboradores y garantice el cumplimiento de los estándares éticos del Distintivo ESR® de Cemefi.

## 2. Indicadores relacionados del Distintivo ESR®

| Indicadores                        | Ámbito          | Descripción                                                                                                        |
|------------------------------------|-----------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ética empresarial y anticorrupción | Gobernanza      | El uso indebido de regalos es una forma de corrupción que debe prevenirse con política, capacitación y controles.  |
| Código de conducta                 | Gobernanza      | La política de regalos debe estar integrada en el Código de Conducta y ser de conocimiento obligatorio.            |
| Conflicto de interés               | Gobernanza      | Los regalos pueden crear conflictos de interés reales o percibidos que afectan la imparcialidad de las decisiones. |
| Canal de denuncias                 | Gobernanza      | Los colaboradores deben poder reportar regalos inapropiados recibidos o solicitados sin temor a represalias.       |
| Cadena de valor responsable        | Cadena de valor | La política de regalos aplica también a las relaciones con proveedores, clientes y socios de negocio.              |

## 3. Industrias donde es relevante desarrollar la libre competencia

| Industria/sector                | Razón de relevancia                                                                                          |
|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Servicios financieros y banca   | Alto riesgo por relaciones con reguladores y clientes con poder de asignación de contratos millonarios.      |
| Construcción e infraestructura  | Sector con mayor exposición a prácticas de regalos en procesos de licitación y adjudicación pública.         |
| Farmacéutica y salud            | Regulaciones estrictas sobre regalos a médicos y funcionarios de salud pública (NOM-072 y estándares IFPMA). |
| Tecnología y telecomunicaciones | Relaciones con reguladores (IFT, SCT) y grandes clientes corporativos con potencial de conflicto de interés. |



|                                              |                                                                                                                   |
|----------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Consultoría y servicios profesionales</b> | La gestión de relaciones con clientes incluye atenciones cuyo límite con prácticas corruptas puede ser difuso.    |
| <b>Manufactura y distribución</b>            | Relaciones con compradores, compradores corporativos y funcionarios de abasto público con riesgo de favoritismos. |

#### 4. Normas, leyes, estándares, certificaciones, ODS e ISO

| Categoría       | Nombre    | Descripción                                           | Relevancia para el indicador                                                                                       |
|-----------------|-----------|-------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Ley</b>      | LGRA      | Ley General de Responsabilidades Administrativas      | Prohíbe a funcionarios públicos aceptar regalos que superen el equivalente a 10 días de salario mínimo.            |
| <b>Ley</b>      | LFACP     | Ley Federal Anticorrupción en Contrataciones Públicas | Sanciona a empresas y personas físicas que ofrezcan o entreguen regalos a funcionarios en contrataciones públicas. |
| <b>Ley</b>      | LGSNA     | Ley General del Sistema Nacional Anticorrupción       | Marco sistémico de prevención, detección y sanción de la corrupción, incluyendo prácticas de regalos.              |
| <b>Estándar</b> | ISO 37001 | Sistema de gestión antisoborno                        | Incluye el diseño e implementación de políticas de regalos como componente del sistema antisoborno.                |
| <b>Marco</b>    | FCPA      | Foreign Corrupt Practices Act (EUA)                   | Aplica a empresas con operaciones o cotización en EUA; prohíbe regalos a funcionarios extranjeros.                 |
| <b>Estándar</b> | GRI 205   | Anticorrupción                                        | Divulgación de políticas, capacitación y casos confirmados de corrupción, incluyendo regalos inapropiados.         |

#### 5. Factores que influyen en la implementación

- Cultura del sector: en algunos sectores y regiones, la entrega de regalos está tan normalizada que su prohibición requiere un cambio cultural profundo.
- Relación con el sector público: las empresas que contratan con el gobierno tienen mayor exposición y obligaciones legales más estrictas.
- Diversidad cultural: en operaciones internacionales, lo que es un regalo apropiado varía por cultura, lo que requiere políticas con criterios claros.
- Presión comercial: los vendedores y ejecutivos de cuenta enfrentan presión para cerrar negocios usando regalos como herramienta de persuasión.
- Ambigüedad de límites: la línea entre un regalo apropiado y uno inapropiado no siempre es clara sin una política con umbrales definidos.
- Poder de decisión: los colaboradores con poder de compra, contratación o adjudicación son los más expuestos y los que más requieren controles.

#### 6. Cómo crear un programa de cumplimiento en competencia

- Diseñar una política de regalos que defina qué se considera apropiado, establezca umbrales económicos y distinga entre dar y recibir.
- Integrar la política de regalos en el Código de Conducta y comunicarla a todos los colaboradores, proveedores y socios.
- Establecer un registro obligatorio de regalos recibidos y entregados que superen el umbral definido en la política.
- Definir un proceso de aprobación previa para regalos o atenciones que por su valor o contexto puedan generar conflicto de interés.



- Capacitar a todos los colaboradores —especialmente a quienes tienen poder de compra o relación con el sector público— en la política.
- Habilitar el canal de denuncias para reportar solicitudes o entregas de regalos que violen la política sin temor a represalias.
- Extender la política a terceros: incluir cláusulas anticorrupción y de regalos en contratos con proveedores y socios.
- Revisar y actualizar anualmente la política incorporando casos reales y cambios normativos relevantes.

## **7. Beneficios empresariales**

- Prevención de riesgos legales derivados de violaciones a la LGRA, LFACP, FCPA u otras leyes anticorrupción aplicables.
- Protección de la reputación corporativa ante clientes, inversores, medios y autoridades regulatorias.
- Fortalecimiento de la cultura de integridad organizacional que atrae y retiene talento con valores alineados.
- Reducción de conflictos de interés que pueden distorsionar decisiones de compra, contratación o adjudicación.
- Mejora de la posición competitiva en licitaciones públicas y privadas que exigen estándares anticorrupción.
- Cumplimiento de requisitos de certificaciones como ISO 37001 y del Distintivo ESR® de Cemefi.
- Acceso a mercados y clientes internacionales que exigen políticas robustas de anticorrupción como condición de negocio.

## **8. Riesgos de no implementar**

- Sanciones penales y administrativas por violaciones a la LGRA, LFACP o FCPA con consecuencias para la empresa y sus directivos.
- Inhabilitación para contratar con el gobierno federal o estatal ante resoluciones de la SFP o la Fiscalía.
- Daño reputacional ante la opinión pública, clientes y medios por casos de corrupción relacionados con regalos.
- Pérdida de contratos con clientes internacionales que exigen cumplimiento de estándares anticorrupción como condición.
- Cultura de impunidad interna si los casos de regalos inapropiados no se investigan y sancionan consistentemente.
- Exposición de colaboradores a chantajes y extorsión si aceptan regalos que los hacen vulnerables a presiones externas.

## **9. Herramientas y recursos**

- ISO 37001: norma internacional de sistema de gestión antisoborno con guía específica para políticas de regalos.
- GRI 205: marco de divulgación de políticas y desempeño anticorrupción en el informe de sostenibilidad.
- Transparencia Mexicana: herramientas de diagnóstico de riesgos de corrupción para empresas en México.



- Pacto Mundial ONU — Principio 10: recursos para empresas comprometidas con la lucha contra la corrupción.
- Plantillas de política de regalos de la OCDE y del Banco Mundial adaptables al contexto mexicano.
- Sistemas de gestión de cumplimiento (compliance) con módulo de registro y aprobación de regalos.

## 10. Mejores prácticas

- Establecer un umbral monetario claro y razonable (ej. MXN \$500–\$1,000) por encima del cual todo regalo debe declararse y aprobarse.
- Prohibir explícitamente los regalos en efectivo, tarjetas de regalo y cualquier beneficio equivalente sin excepción.
- Aplicar la política de forma simétrica: el mismo estándar para dar y para recibir, y para colaboradores de todos los niveles.
- Publicar anualmente el número de reportes de regalos registrados y casos investigados como señal de cultura de integridad.
- Integrar el tema de regalos en la capacitación anticorrupción anual con casos prácticos y dilemas éticos reales.
- Incluir cláusulas de política de regalos en todos los contratos con proveedores, agentes y socios comerciales.

## 11. Métricas de impacto

| Nombre de la métrica                                    | Descripción                                                                                    | Fórmula                                                               | Periodicidad sugerida | Obligatoriedad normativa o marco de referencia |
|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------------------------------|
| <b>Política de regalos documentada</b>                  | Existencia de política formal de regalos con umbrales, procedimientos y sanciones documentadas | Sí/No (binario)                                                       | Anual                 | ISO 37001; GRI 205                             |
| <b>Colaboradores capacitados en política de regalos</b> | % de colaboradores que han recibido capacitación en la política de regalos en el período       | $(\text{Capacitados} / \text{Total colaboradores}) \times 100$        | Anual                 | ISO 37001; GRI 205                             |
| <b>Proveedores con cláusula anticorrupción</b>          | % de contratos con proveedores que incluyen cláusula de política de regalos y anticorrupción   | $(\text{Contratos con cláusula} / \text{Total contratos}) \times 100$ | Anual                 | ISO 37001; LFACP                               |
| <b>Canal de denuncias operativo para regalos</b>        | Disponibilidad de mecanismo para reportar solicitudes o entregas de regalos inapropiados       | Sí/No + número de reportes recibidos                                  | Anual                 | GRI 205; ISO 37001                             |



### 11.1 Métricas de prevención

| Nombre de la métrica                                    | Descripción                                                                                    | Fórmula                                                               | Periodicidad sugerida | Obligatoriedad normativa o marco de referencia |
|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------------------------------|
| <b>Política de regalos documentada</b>                  | Existencia de política formal de regalos con umbrales, procedimientos y sanciones documentadas | Sí/No (binario)                                                       | Anual                 | ISO 37001; GRI 205                             |
| <b>Colaboradores capacitados en política de regalos</b> | % de colaboradores que han recibido capacitación en la política de regalos en el período       | $(\text{Capacitados} / \text{Total colaboradores}) \times 100$        | Anual                 | ISO 37001; GRI 205                             |
| <b>Proveedores con cláusula anticorrupción</b>          | % de contratos con proveedores que incluyen cláusula de política de regalos y anticorrupción   | $(\text{Contratos con cláusula} / \text{Total contratos}) \times 100$ | Anual                 | ISO 37001; LFACP                               |
| <b>Canal de denuncias operativo para regalos</b>        | Disponibilidad de mecanismo para reportar solicitudes o entregas de regalos inapropiados       | Sí/No + número de reportes recibidos                                  | Anual                 | GRI 205; ISO 37001                             |

### 11.2 Métricas de corrección, control o mitigación

| Nombre de la métrica                                    | Descripción                                                                                    | Fórmula                                                        | Periodicidad sugerida | Obligatoriedad normativa o marco de referencia |
|---------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|-----------------------|------------------------------------------------|
| <b>Política de regalos documentada</b>                  | Existencia de política formal de regalos con umbrales, procedimientos y sanciones documentadas | Sí/No (binario)                                                | Anual                 | ISO 37001; GRI 205                             |
| <b>Colaboradores capacitados en política de regalos</b> | % de colaboradores que han recibido capacitación en la                                         | $(\text{Capacitados} / \text{Total colaboradores}) \times 100$ | Anual                 | ISO 37001; GRI 205                             |



|                                                  |                                                                                              |                                                                       |       |                    |
|--------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-------|--------------------|
|                                                  | política de regalos en el período                                                            |                                                                       |       |                    |
| <b>Proveedores con cláusula anticorrupción</b>   | % de contratos con proveedores que incluyen cláusula de política de regalos y anticorrupción | $(\text{Contratos con cláusula} / \text{Total contratos}) \times 100$ | Anual | ISO 37001; LFACP   |
| <b>Canal de denuncias operativo para regalos</b> | Disponibilidad de mecanismo para reportar solicitudes o entregas de regalos inapropiados     | Sí/No + número de reportes recibidos                                  | Anual | GRI 205; ISO 37001 |

### 11.3 Métricas de transformación, resarcimiento o generación de bienestar

| Nombre de la métrica                    | Descripción                                                               | Fórmula                                         | Periodicidad sugerida | Obligatoriedad normativa o marco de referencia |
|-----------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------|-----------------------|------------------------------------------------|
| <b>Cero incidentes de uso indebido</b>  | Ausencia de incidentes de uso indebido de regalos confirmados             | Número de incidentes confirmados = 0            | Anual                 | ISO 37001; GRI 205-3; ODS 16.5                 |
| <b>Madurez de gestión de regalos</b>    | Nivel de desarrollo del sistema de gestión de regalos en el modelo ESR    | Autoevaluación en escala 1-5 con evidencia      | Anual                 | Distintivo ESR®; ISO 37001                     |
| <b>Cultura de integridad en regalos</b> | Percepción del personal sobre la cultura de integridad respecto a regalos | Promedio de encuesta de percepción (escala 1-5) | Bienal                | ISO 37001; ISO 37000                           |
| <b>Transparencia del registro</b>       | Nivel de transparencia y accesibilidad del registro de regalos            | Evaluación cualitativa del sistema de registro  | Anual                 | ISO 37001; Ley 3de3                            |

## 12. Conclusión

La regulación de regalos y hospitalidades es la frontera entre la cortesía comercial legítima y el soborno encubierto. Las empresas que establecen límites claros, registros



transparentes y una cultura de integridad protegen a sus empleados y la reputación corporativa.

El Distintivo ESR® reconoce a las empresas que transitan desde la política básica de regalos hasta una cultura de integridad donde las relaciones comerciales se basan en el mérito y la transparencia, no en las dádivas.