

Deloitte.

Together makes progress



Integridad que genera valor

El nuevo lenguaje de
la competitividad

Integridad que genera valor | El nuevo lenguaje de la competitividad

Introducción

Durante décadas, el éxito empresarial se midió casi exclusivamente por los resultados financieros. Sin embargo, la ola de escándalos que marcó el cambio de siglo dejó claro que las utilidades no compensan la ausencia de principios, pues el cumplimiento normativo, por sí solo, no basta para sostener la confianza ni para blindar la reputación. Fue entonces cuando la integridad dejó de ser una aspiración moral y se convirtió en una exigencia estratégica.

Hoy, la integridad corporativa representa mucho más que un conjunto de normas o códigos. Es un sistema de gobernanza que sostiene la reputación, atrae inversión y genera confianza. Las organizaciones que la han abrazado no solo cumplen, sino que actúan con propósito: integran valores éticos en su operación, adoptan estándares internacionales como la *ISO 37001* (Sistema de Gestión Antisoborno) y entienden que la transparencia no es un costo, sino un habilitador de competitividad.

Este cambio se refleja en acciones concretas. Cada vez más empresas implementan líneas de denuncia independientes, accesibles y confidenciales, conscientes de que un canal seguro para reportar irregularidades fortalece la cultura interna y demuestra compromiso real. Del mismo modo, los códigos de ética evolucionan: ya no son documentos estáticos, sino guías que incorporan diversidad, sostenibilidad y responsabilidad tecnológica, adaptándose a nuevas expectativas sociales y riesgos emergentes.

En conjunto, estos mecanismos forman la infraestructura moral de una organización: el puente entre lo que se declara y lo que verdaderamente se practica. Y frente a esta nueva realidad, surge una pregunta que ninguna empresa puede ignorar: ¿está tu organización construyendo integridad o solo declarando que la tiene?

Panorama multisectorial: datos y tendencias recientes

Para entender la magnitud del desafío, basta retroceder en el tiempo y detenerse a observar las encuestas. Una de ellas reveló que casi la mitad de las empresas mexicanas (48%) reconoció haber tenido que pagar un soborno en 2023, incidencia que ascendió desde 39% el año previo. Esto refleja una normalización de prácticas corruptas que se extienden más allá de las organizaciones individuales, pues 35% de las empresas también reportó conocer socios comerciales involucrados en sobornos, evidenciando cómo estas conductas se propagan a lo largo de las cadenas de valor. Se trata de una tendencia al alza en los últimos años, pues desde 2021, cuando 29% de empresas admitió haber incurrido en actos de corrupción, el aumento de 19 puntos porcentuales en apenas dos años subraya un deterioro significativo en la integridad corporativa¹.

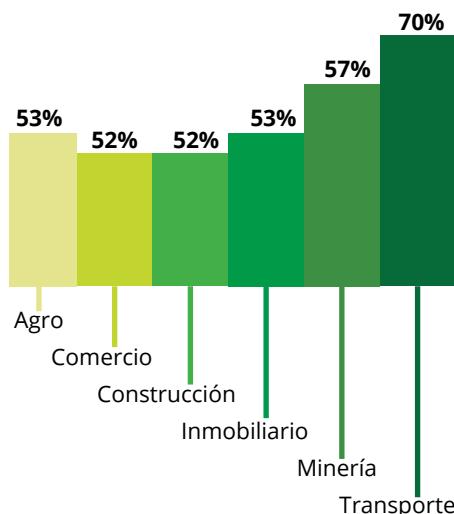
Otro dato revelador es el publicado por el Índice de Percepción de la Corrupción 2024 de Transparencia Internacional, en el cual, México obtuvo apenas 26 puntos de 100, colocándose entre los países peor evaluados en materia de corrupción².

Se trata de una realidad que varía según el tamaño y el sector: las empresas con más de 100 empleados, que suelen tener más interacciones regulatorias, reportaron una incidencia de 61%, mientras que las microempresas registraron un 38%³. Las interacciones entre empresas y gobierno son un punto crítico, pues muchas de las organizaciones que padecieron casos de corrupción han reportado que ocurre en trámites ante autoridades estatales, otras más en el ámbito municipal y también a nivel federal. Principalmente, los sobornos son destinados para agilizar trámites, obtener licencias o permisos, o para evitar multas y sanciones. Si bien algunas empresas obtienen beneficios inmediatos con dichas

prácticas, la mayoría reconoce el efecto nocivo frente a una minoría que piensa haber obtenido algún tipo de beneficio.

Como se observa en la siguiente gráfica, el sector de transporte y logística encabeza la lista con 70% de empresas afectadas, seguido de minería y servicios inmobiliarios. Muchos de estos sectores corresponden a industrias de gran envergadura o que son estratégicas, por lo tanto, requieren múltiples permisos, concesiones o interacciones oficiales, lo que incrementa su exposición a riesgos de integridad. No obstante, ningún giro está completamente a salvo: incluso en sectores menos regulados, las empresas se enfrentan a dilemas éticos internos y presiones comerciales que pueden comprometer sus valores:

Gráfica 1. Principales sectores a los que solicitaron algún tipo de beneficio para realizar o agilizar trámites, o para evitar multas o pagos



Fuente: Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad, en conjunto con la Confederación Patronal de la República Mexicana. Gráfica recuperada de la encuesta de Data Coparmex/MCCI “5 de cada 10 experimentaron corrupción en el último año”.

Pese al entorno desafiante, existen indicios recientes de avance en la cultura de integridad empresarial. Un ejemplo es lo revelado por el ranking de Integridad Corporativa 500 (IC500), el cual, en su primera edición efectuada en 2017 mostró una medición promedio de apenas 36.8 sobre 100 puntos, mientras que para 2024 ese promedio se elevó a 75.2 puntos⁴. En estos años, las empresas han duplicado su calificación promedio, y hoy, más de la mitad alcanzan 88 puntos o más (frente a 2017, cuando la mayoría ni siquiera llegaba a 40).

Este progreso notable sugiere que la combinación de presiones externas —como nuevas leyes anticorrupción y mayores exigencias del mercado— y el liderazgo interno comprometido está rindiendo frutos. Empresas de sectores fuertemente supervisados o con alta exposición internacional tienden a figurar entre las mejor evaluadas debido a que suelen contar con programas de ética, integridad y “compliance” más maduros. Por el contrario, en sectores de menor escrutinio se observaba al inicio más rezago en formalizar políticas; no obstante, esa brecha se ha ido cerrando: en 2017, 37% de las empresas listadas en la Bolsa Mexicana de Valores ni siquiera tenía publicado su código de ética en la web; pero, en los últimos años, esto ha cambiado: publicar el código y otras políticas básicas se ha vuelto prácticamente un requisito de legitimidad.

Un aspecto relevante que merece atención es el crecimiento sostenido del grupo de empresas consideradas ejemplares en materia de integridad. En el último año, se ha observado un avance notable en el cumplimiento documental, con un número cada vez mayor de organizaciones que se acercan a los estándares más altos en esta materia. Lo más significativo es que estas compañías provienen de sectores diversos, lo que desmitifica la idea de que solo las

industrias altamente reguladas o las multinacionales con sedes extranjeras lideran en integridad. Este fenómeno demuestra que la excelencia en prácticas éticas y de cumplimiento es alcanzable para cualquier tipo de empresa, siempre que exista un compromiso genuino con la transparencia y la responsabilidad.

Por ejemplo, en 2024 una empresa del sector minero mantuvo —por quinto año consecutivo— el puntaje perfecto en el ranking del que participa, consolidándose como referente nacional en integridad y transparencia. Junto a ella, otras dos mineras lograron la puntuación máxima en dicho año, mostrando que incluso en industrias tradicionalmente expuestas a riesgos (minería, energía, construcción), hay jugadores comprometidos con hacer bien las cosas. Del lado financiero, empresas del sector pensiones han destacado igualmente con puntuaciones perfectas, reforzando el vínculo entre buena ética corporativa y confianza de clientes.

Sin embargo, alcanzar la puntuación máxima en cualquier índice no representa una meta definitiva, pues muchos *rankings* se basan únicamente en los elementos publicados, sin considerar su implementación real. Esto revela que todavía existen áreas de oportunidad importantes, ya que un grupo considerable de empresas no cuenta con políticas básicas de integridad. El progreso es evidente, pero también lo es el camino que queda por recorrer.

Asimismo, persisten brechas importantes entre el discurso y la práctica. Hay empleados que siguen percibiendo conductas contradictorias por parte de sus líderes, lo que refleja una preocupante predisposición a incumplir la ética bajo presión por resultados, especialmente si se percibe que las élites internas gozan de impunidad. Esto coincide con los hallazgos de la “Encuesta sobre la cultura de ética e integridad en las organizaciones” de Deloitte, al reflejar que existe un desfase entre la importancia que las empresas dicen dar a la integridad y las acciones concretas para gestionarla: 91% de las compañías manifiestan compromiso con los valores éticos, pero solo 25% integra estos principios en la estrategia de la alta dirección. Incluso, 34% de las empresas ni siquiera mide la percepción de integridad entre sus empleados⁵.

Si bien abundan los códigos de ética “de pared” y las declaraciones públicas de cero tolerancia, esos compromisos no siempre se traducen en prácticas diarias. Todavía vemos casos donde, pese a existir un código, ocurren escándalos por sobornos o fraudes, evidenciando un “cumplimiento de papel”. Esta simulación conlleva riesgos severos: las empresas se exponen a sanciones legales, pérdida de clientes y daño reputacional si sus controles resultan ser letra muerta. Por otro lado, las organizaciones que pasan del dicho al hecho —integrando la ética en su cultura y operaciones— cosechan mayores niveles de confianza del público, lealtad de sus clientes y resiliencia ante crisis. Por lo tanto, el desafío es evolucionar del cumplimiento superficial al compromiso auténtico, entendiendo que la integridad no es un costo sino una inversión a futuro.

Gráfica 2. Empleados y directivos sujetos al programa de integridad o código de conducta (%) 2017 - 2020 - 2024



Fuente: Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad, en conjunto con Transparencia Mexicana. Gráfica recuperada del IC 500: “¿Empleados y directivos están sujetos al programa anticorrupción o al código de conducta?”.

Tal como lo muestra la Gráfica 2, en años recientes ha aumentado de forma significativa el número de compañías que reconocen explícitamente que sus programas de integridad deben aplicarse también a sus líderes. En 2024, el porcentaje de empresas que aplicaban sus programas de integridad tanto a colaboradores como a directivos aumentó diez puntos porcentuales respecto a 2020, lo que indica un avance importante en el reconocimiento de que el liderazgo debe estar sujeto a las mismas reglas éticas.

Dicho avance no es menor. Los puestos de mando tienen mayor poder de decisión y, por lo tanto, un impacto más profundo en la cultura organizacional. Si los directivos no están sujetos a las reglas éticas que sigue el resto del personal, se corre el riesgo de que las políticas pierdan legitimidad y se conviertan en meras formalidades. Ante un entorno donde los escándalos corporativos, las tensiones sociales y las exigencias de sostenibilidad exponen a las empresas al escrutinio constante, actuar con ética se traduce en generar confianza, reputación y valor. La integridad corporativa es la expresión tangible de esa ética: un principio que guía las decisiones de negocio y moldea la cultura organizacional.

Cuando la ética se institucionaliza mediante la integridad corporativa, las organizaciones logran transformar sus valores en acción. La integridad implica coherencia: alinear lo que se dice con lo que se hace. Es actuar con transparencia, promover la inclusión, cuidar a las personas y liderar con propósito. Las empresas que internalizan esta visión, además de mantener la confianza de sus grupos de interés, convierten sus valores en ventaja estratégica. La integridad sostiene la innovación, fortalece la gestión del talento, impulsa la sostenibilidad y permite construir reputaciones que resisten el paso del tiempo.

La ética, entendida como el compromiso genuino de hacer lo correcto incluso cuando nadie observa, encuentra su prueba más tangible en la manera en que las organizaciones gestionan las denuncias internas. Los valores empresariales se ponen a prueba cuando un colaborador decide alzar la voz ante una irregularidad, y el modo en que la empresa responde refleja su verdadero nivel de integridad corporativa. De poco sirve proclamar códigos de conducta o políticas de transparencia si los canales de denuncia no generan confianza ni garantizan protección. En este sentido, la ética no solo debe enunciarse: debe institucionalizarse a través de estructuras confiables, independientes y con procesos claros que aseguren la confidencialidad y la justicia.

El miedo a las represalias y la desconfianza en la respuesta empresarial evidencian una brecha entre los valores declarados y las prácticas reales. Dicho temor es fundado, pues a nivel global, casi la mitad (46%) de quienes han alzado la voz sobre una mala conducta sufrieron algún tipo de castigo⁶. Por ello, fortalecer una cultura ética implica construir entornos donde denunciar no sea un riesgo, sino un acto de corresponsabilidad.

Sin una cultura de denuncia robusta, donde se proteja efectivamente al informante y se sancionen las faltas sin importar el rango del implicado, existe el riesgo de que los problemas éticos permanezcan ocultos hasta convertirse en crisis mayores. Fortalecer esa confianza interna es una tarea pendiente: implica garantizar anonimato y protección, pero también actuar con firmeza y transparencia cuando surgen reportes, lo cual demuestra que la integridad no se negocia ni siquiera frente a talentos clave o presiones comerciales.



Marco de referencia: los 10 pilares de integridad

El Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO), con apoyo de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (*USAID*, por sus siglas en inglés), desarrolló un marco conceptual conocido como los "10 Pilares de Integridad Empresarial"⁷. Este marco busca servir de guía integral y adaptable para organizaciones de todo tipo, a fin de implementar sistemas efectivos de integridad. A diferencia de

listados rígidos de requisitos, los 10 pilares se concibieron como un conjunto holístico de buenas prácticas, procesos y estructuras internas que, en conjunto, ayudan a prevenir, detectar y sancionar la corrupción dentro de la empresa. La premisa del IMCO es que una empresa íntegra es una empresa más competitiva, capaz de mitigar riesgos y aprovechar oportunidades de negocio en un entorno de confianza.

Cada uno de los 10 pilares aborda un aspecto clave de la integridad corporativa, profundizando en elementos que van desde el liderazgo ético hasta la relación con autoridades. A grandes rasgos, los pilares definidos por el IMCO son los siguientes:

Integridad Empresarial Es el conjunto de prácticas, procesos y estructuras que combaten la corrupción desde dentro de la empresa. Actuar con integridad reduce costos legales, sanciones y daños reputacionales, y fortalece la sostenibilidad organizacional.	Liderazgo con integridad Todos los niveles de la organización deben comprometerse con la ética, desde la alta dirección hasta el personal operativo. Comités de ética y oficiales de cumplimiento son herramientas clave para traducir ese compromiso en acciones concretas.	Evaluación de Riesgo de Corrupción (ERC) Diagnóstico preventivo que identifica amenazas internas y externas. Se realiza en cinco fases: contexto general, sector, regulación, empresa/unidades de negocio y procesos internos de alto riesgo.	Código de ética Documento que define los valores y conductas esperadas. Es esencial para guiar decisiones éticas, aunque muchas empresas aún no lo publican, lo que limita su impacto y transparencia.	Cultura de denuncia Fomenta la autorregulación mediante canales seguros para reportar irregularidades. La confianza, imparcialidad y accesibilidad son claves para que estos mecanismos funcionen eficazmente.
Control de pagos Previene actos corruptos en áreas vulnerables como compras y pagos. Medidas como auditorías internas, evitar pagos en efectivo y sistemas electrónicos centralizados fortalecen el control financiero.	Gestión de terceros Controlar la relación con proveedores, contratistas y asesores es vital. Se recomienda realizar debida diligencia, evaluar riesgos y establecer cláusulas anticorrupción en los contratos.	Políticas anticorrupción Incluyen gestión de conflictos de interés, cabildeo, auditorías y capacitaciones. Estas políticas deben adaptarse al contexto de cada empresa para ser efectivas y sostenibles.	Transparencia Divulgar políticas anticorrupción y herramientas como el código de ética y canales de denuncia mejora la confianza y la toma de decisiones. La transparencia es un indicador del compromiso real.	Interacciones público-privadas Son espacios críticos donde puede surgir corrupción. Las empresas deben evitar pagos de facilitación, usar información oficial y capacitar a su personal para manejar trámites con el gobierno de forma ética.
Fuente: Instituto Mexicano para la Competitividad (IMCO). Esquema recuperado y resumido de "Diez Pilares de la Integridad Empresarial".				

Impacto en la competitividad, la confianza y la sostenibilidad a largo plazo

La integridad corporativa no es solo un imperativo moral; es un factor competitivo clave que puede impulsar —o minar— el desempeño de una empresa en el mercado. La estimación, por ejemplo, del Foro Económico Mundial, es que la corrupción puede aumentar el costo de hacer negocios, hasta en 10%⁸. A ese lastre económico se suman gastos potenciales por litigios, sanciones e incalculables daños reputacionales. Cuando una organización se ve envuelta en un escándalo ético, suele enfrentar multas millonarias, pérdida de contratos y una erosión de su valor de mercado. De hecho, un gran escándalo corporativo puede borrar en días la confianza construida por años, alejando a inversionistas y clientes por igual.

Del lado inverso, una empresa íntegra es una empresa más competitiva. Las organizaciones que apuestan por la ética obtienen múltiples beneficios tangibles, como atraer clientes, retener talento y llegar a nuevos mercados. En México, esto no es teoría sino realidad observable, pues una cultura de transparencia y cero tolerancia a la corrupción suele correlacionarse con mejores calificaciones de gobierno corporativo, lo que reduce el costo de capital al inspirar mayor confianza entre los inversionistas. Las empresas éticas también suelen tener plantillas más comprometidas —empleados orgullosos de trabajar en una organización honesta— y por ende registran menor rotación de personal, lo cual, se traduce en aumento de productividad.

Desde la perspectiva de los consumidores, la integridad se entrelaza cada vez más con la marca y la propuesta de valor. El público exige coherencia entre lo que las empresas dicen y hacen. En años recientes, ha cobrado fuerza la preferencia por las marcas responsables social y ambientalmente. Según un estudio global efectuado por dos

organizaciones dedicadas a la fabricación de alimentos, 63% de los consumidores prefiere empresas que minimizan el impacto negativo de sus productos en el medio ambiente, y 75% prefiere marcas que se comprometen con proyectos sociales y ambientales responsables⁹. Si bien estos datos se refieren a sostenibilidad, envían un mensaje claro: los consumidores, especialmente los más jóvenes, recompensan a las empresas con valores sólidos y prácticas congruentes, además de castigar a aquellas percibidas como corruptas o faltas de ética.

Un solo incidente, como la revelación de sobornos, fraude de calidad o daño ambiental encubierto, puede detonar boicots en redes sociales y fugas masivas de clientes. En cambio, las empresas que construyen reputación de integridad logran fidelidad de marca y pueden, incluso, cobrar un *premium* por sus productos, al ser vistas como confiables. La confianza del consumidor es volátil pero invaluable: se tarda mucho en consolidar, y se puede perder en un instante de mala conducta empresarial.

En el caso de los inversionistas y socios comerciales, la integridad corporativa también se ha vuelto un diferenciador crítico. Los grandes fondos institucionales, bancos y empresas multinacionales hoy evalúan estrictamente los riesgos ASG (ambientales, sociales y de gobernanza). Esto significa que no solo revisan estados financieros, sino también indicadores de integridad: si la empresa tiene historial de sanciones, si cuenta con programas robustos de cumplimiento y ética, o si pudiera estar expuesta a escándalos. Cada vez más, tener un programa de *compliance* sólido es requisito para hacer negocios. En México, por ejemplo, las empresas que carecen de controles anticorrupción pueden ser excluidas de licitaciones públicas, contratos internacionales o cadenas de suministro globales.



Mejores prácticas de integridad corporativa

Las organizaciones más avanzadas en integridad corporativa en México demuestran que sí es posible cumplir con elevados estándares éticos. Estas empresas líderes han pasado del discurso a la acción, implementando sistemas integrales que van más allá del *checklist*, y se arraigan en la cultura corporativa. A continuación, describimos algunas de las mejores prácticas entre dichas organizaciones:

Tono gerencial y gobierno corporativo exemplar: todo programa efectivo comienza con un compromiso genuino desde la alta dirección.

Políticas claras y accesibles: las empresas líderes cuentan con códigos de ética robustos, redactados con un lenguaje claro, que establecen los valores y las reglas de conducta esperadas de todos los colaboradores.

Capacitación continua y comunicación interna: una política escrita vale poco sin difusión ni entendimiento. Las organizaciones éticas invierten en programas regulares de capacitación para todo el personal, desde la alta gerencia hasta los niveles operativos.

Mecanismos confiables de denuncia y protección al denunciante: una diferencia crucial en las empresas comprometidas con la integridad es la existencia de canales de denuncia efectivos, confidenciales y accesibles para empleados y terceros.

Debida diligencia a terceros y controles en procesos clave: esto implica verificar antecedentes de corrupción, reputación, sanciones o conflictos de interés de potenciales aliados comerciales. También suelen exigir cláusulas contractuales de integridad a sus socios y capacitar a proveedores críticos en sus estándares éticos.

Certificaciones y estándares internacionales: como señal de su compromiso, hay empresas punteras que buscan alinearse con estándares globales de integridad. Algunas han obtenido la certificación ISO 37001 de sistemas de gestión antisoborno, que exige políticas, monitoreo y mejora continua en la prevención de sobornos.

Iniciativas colectivas y transparencia pública: finalmente, las empresas ejemplares en integridad suelen participar en iniciativas colectivas que buscan elevar el estándar de la ética en todo el entorno empresarial; ejemplo de ello, la *CEO Pledge Anticorrupción*¹⁰.

Conclusión

Son innegables las ventajas competitivas que representa la integridad corporativa. Se trata de una condición que ha dejado de ser una aspiración ética, pues, ante un entorno donde la confianza es el nuevo capital y la transparencia el lenguaje de los mercados, las empresas mexicanas tienen frente a sí una oportunidad histórica: consolidar una cultura empresarial, basada en valores, que inspire, no que se imponga.

El presente pertenece a las organizaciones que hacen de la ética un reflejo cotidiano de su liderazgo, no un discurso decorativo. El futuro va a pertenecer a las empresas que constituyan la integridad en sus decisiones estratégicas, que respalden al cumplimiento incluso cuando implica renunciar a beneficios inmediatos y que entiendan que cada política, cada decisión y cada comportamiento envía un mensaje al mercado.

Trascender el “*compliance de papel*” exige una visión de largo plazo: comprender que la reputación no se compra, se construye; que las políticas valen tanto como las personas que las encarnan; y que la integridad no solo protege a la empresa, sino que la impulsa. Porque, en última instancia, ser íntegro no es un costo, es la forma más inteligente de asegurar la permanencia y la relevancia en un México que avanza, observa y exige.



Referencias

1. Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad (2024). "5 de cada 10 empresas experimentaron corrupción en el último año". MCCI. <https://contralacorrucion.mx/5-de-cada-10-empresas-experimentaron-corrucion-en-el-ultimo-anio/>
2. Home Alliance for Integrity. *Regional Activities Latin America*. www.allianceforintegrity.org/en/regions/latin-america/
3. MCCI y Coparmex (2024). "Encuesta Coparmex MCCI: 5 de cada 10 empresas experimentaron corrupción en el último año". https://contralacorrucion.mx/wp-content/uploads/2024/04/mcci_coparmex2_.pdf
4. Transparencia Mexicana y MCCI (2024). Índice de Integridad Corporativa 500. <https://contralacorrucion.mx/integridad-corporativa/ic500/>
5. Deloitte (2024). *Encuesta sobre la cultura de ética e integridad en las organizaciones*. www.deloitte.com/es/es/services/risk-advisory/research/encuesta-cultura-etica-integridad-organizaciones.html
6. Navex (2024). *ECI's 2023 Global Business Ethics Survey Reveals Harsh Realities About E&C Programs*. www.navex.com/en-us/blog/article/ecis-2023-global-business-ethics-survey-reveals-harsh-realities-about-ec-programs
7. Instituto Mexicano para la Competitividad (2022). "Diez Pilares de la Integridad Corporativa". IMCO. <https://imco.org.mx/diez-pilares-de-integridad-empresarial/>
8. Instituto Mexicano para la Competitividad (2022). "Diez Pilares de la Integridad Corporativa". IMCO. <https://imco.org.mx/diez-pilares-de-integridad-empresarial/>
9. Stakeholders (2024). "Más del 63% de los consumidores a nivel global prefieren marcas que apuesten por la sostenibilidad". <https://stakeholders.com.pe/compromiso-empresarial/mas-del-63-de-los-consumidores-a-nivel-global-prefieren-marcas-que-apuesten-por-la-sostenibilidad/>
10. Oficina de las Naciones Unidas contra la Drogas y el Delito (2024). "Pacto Global México y UNODC México lanzan el micrositio *CEO Pledge Anticorrupción*". UNODC México. www.unodc.org/lpomex/es/noticias/noviembre-2024/pacto-global-mexico-y-unodc-mexico-lanzan-el-micrositio-ceo-pledge-anticorrupcion.html

Contactos

José Claudio Treviño

Socio de Forensic & Financial Crime
Deloitte México
jotrevino@deloittemx.com

Fernando Peyretti

Socio de Forensic & Financial Crime
Deloitte México
fpeyretti@deloittemx.com

Centro de contacto

+52 55 5080 6633
centrodecontacto@deloittemx.com



Deloitte se refiere a una o más entidades de Deloitte Touche Tohmatsu Limited ("DTTL"), su red global de firmas miembro y sus sociedades afiliadas a una firma miembro (en adelante "Entidades Relacionadas") (colectivamente, la "organización Deloitte"). DTTL (también denominada como "Deloitte Global") así como cada una de sus firmas miembro y sus Entidades Relacionadas son entidades legalmente separadas e independientes, que no pueden obligarse ni vincularse entre sí con respecto a terceros. DTTL y cada firma miembro de DTTL y su Entidad Relacionada es responsable únicamente de sus propios actos y omisiones, y no de los de las demás. DTTL no provee servicios a clientes. Consulte <https://www.deloitte.com/about> para obtener más información.

Deloitte ofrece servicios profesionales líderes a casi el 90% de las empresas de la lista Fortune Global 500® y a miles de empresas privadas. Nuestra gente ofrece resultados medibles y duraderos que ayudan a reforzar la confianza del público en los mercados de capitales y permiten que los clientes se transformen y prosperen. Sobre la base de sus 180 años de historia, Deloitte abarca más de 150 países y territorios. Descubra cómo las aproximadamente 470,000 personas de Deloitte en todo el mundo tienen un impacto importante en www.deloitte.com.

Tal y como se usa en este documento, Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C., tiene el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limita sus negocios a, la prestación de servicios de auditoría y otros servicios profesionales bajo el nombre de "Deloitte". Deloitte Impuestos y Servicios Legales, S.C., tiene el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limita sus negocios a, la prestación de servicios de consultoría fiscal, asesoría legal y otros servicios profesionales bajo el nombre de "Deloitte". Deloitte Audit Delivery Center, S.C., tiene el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limita sus negocios a, la prestación de servicios de auditoría y otros servicios profesionales bajo el nombre de "Deloitte". Deloitte Asesoría en Riesgos, S.C., tiene el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limita sus negocios a, la prestación de servicios de asesoría en riesgos y otros servicios profesionales bajo el nombre de "Deloitte". Deloitte Asesoría Financiera, S.C., tiene el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limita sus negocios a, la prestación de servicios de asesoría financiera y otros servicios profesionales bajo el nombre de "Deloitte". Y Deloitte Consulting Group, S.C., tiene el derecho legal exclusivo de involucrarse en, y limita sus negocios a, la prestación de servicios de consultoría y otros servicios profesionales bajo el nombre de "Deloitte".

Esta comunicación contiene únicamente información general, y ninguna de las empresas miembro de Deloitte Touche Tohmatsu Limited (DTTL), su red global de firmas miembro o sus entidades relacionadas (colectivamente, la "organización Deloitte") está, por medio de esta comunicación, prestando asesoramiento o servicios profesionales. Antes de tomar cualquier decisión o realizar cualquier acción que pueda afectar sus finanzas o su negocio, debe consultar a un asesor profesional calificado.

No se dan declaraciones, garantías o compromisos (expresos o implícitos) en cuanto a la exactitud o integridad de la información en esta comunicación, y ni DTTL, ni sus firmas miembro, entidades relacionadas, empleados o agentes será responsable de ninguna pérdida o daño que surja directa o indirectamente en relación con cualquier persona que confíe en esta comunicación. DTTL y cada una de sus empresas miembro, y sus entidades relacionadas, son entidades jurídicamente separadas e independientes.