

## **A. OBJETIVO**

Documentar de forma escrita, para aprobar y difundir la Matriz de materialidad de una forma accesible, clara sobre el impacto en Servicios Ecológicos De Limpieza Y Mantenimiento S.A. de C.V. de los aspectos materiales con los con los grupos de interés, con la intención de visualizar su relación.

## **B. ESTRATEGIA DE VALOR AGREGADO EMPRESARIAL**

Para Servicios Ecológicos de Limpieza y Mantenimiento S.A. de C.V. poner en alza la relación entre ética, confianza, transparencia, políticas de Responsabilidad Social Corporativa, acción social y reputación corporativa son unas de las bases de la filosofía organizacional.

Una buena reputación se percibe como un indicador de la eficiencia total de la empresa: atracción de inversores, disminución de los costos como proveedores que ofrecen mejores condiciones, fomento a la clientela para que compren los servicios de la empresa y apoyo en la contratación de los trabajadores con talento.

La reputación de nuestra empresa constituye un proceso de legitimación en el cual se evalúa por parte de los grupos de interés aspectos de la empresa que van desde sus actividades pasadas, sus recursos y capacidades disponibles en la actualidad y las perspectivas futuras de desempeño necesarias para la obtención de valor y obtención de rentas.

Hemos diferenciado tres tipos de exigencias para alcanzar y mantener la buena reputación:

- a. Valores (ética, orientación estratégica e ideología reputacional)
- b. Comportamiento corporativo comprometido (cultura corporativa, Responsabilidad Social )
- c. Oportunidades/riesgo reputacional

*La reputación corporativa como parte del valor de la empresa.*

El valor se mide por nuestros tangibles (N, siendo éste su patrimonio neto), más sus intangibles (marca, reputación y percepción de valores corporativos). Más le añadimos a esta ecuación el Capital Relacional, es decir, la capacidad de comunicación con los diferentes grupos de interés.

$$V=N+AI+CR$$

Servicios Ecológicos de Limpieza y Mantenimiento S.A. de C.V. transmite confianza. Y dicha transmisión se debe de hacer desde la transparencia.

En sentido interno es el hecho de verlo todo claro y de identificar permanentemente las propias debilidades. Nada debe quedarse en la sombra. Sólo la transparencia permite forjar unas relaciones profesionales y humanas fuertes y duraderas.

En el sentido externo, la transparencia es el fundamento de las relaciones de comunicación global con los grupos de interés.

Desarrollamos, adaptamos la fórmula aportada por Herranz en la cual “Transparencia por Comunicación es igual a Imagen, Confianza y Reputación”. O, lo que es lo mismo: “Valor por Estrategia es igual a Percepción, Sentimiento y Reconocimiento”.

$$T \times C = I + C + R$$

La cual ocupamos para el tratamiento de la gestión de la comunicación en los grupos de interés, por tanto:

- Transparencia (T): es un valor empresarial que está incorporado en la misión, cultura y comportamiento de nuestra empresa, y que debe compartirse.
- Comunicación (C): debemos entenderla desde dos aspectos, como estrategia para planificar el proceso y como las propias técnicas y herramientas que lo ponemos en marcha.

T x C: dará como resultado:



Los incrementos más importantes de valor que una buena gestión de la comunicación (transparente y ética) no se pueden concretar en los siguientes:

1. Reconocimiento de la empresa;
2. facilidad para dar a conocer nuestras actividades, proyectos y resultados;
3. motivación y cohesión en todos los miembros de la organización;
4. fomento de la participación en los grupos de interés;
5. facilidad de consecución de nuevos clientes y proveedores, y, como más destacado, la obtención de recursos económicos.

## **C. MATRIZ DE MATERIALIDAD**

Sin duda alguna, la materialidad va de la mano con nuestra estrategia de valor agregado. No podríamos planear y desarrollar un plan de acción empresarial, si no hemos definido primeramente lo que es o no, importante o prioritario para está y nuestros grupos de interés, por ellos realizamos nuestro mapeo de grupos de interés, para tener los objetivos claros que se desean alcanzar; así pues desarrollaremos estrategias que nos permitan conseguir de manera satisfactoria dichas metas, considerando para ello los recursos materiales, humanos y económicos disponibles reales, y no lo que se espera tener o podría ser.

Es, por tanto, que partiendo de lo que es fundamental para nuestra empresa y nuestros grupos de interés, pudimos proceder a planear, desarrollar y ejecutar un programa de responsabilidad social con miras a la sostenibilidad de Servicios Ecológicos de Limpieza y Mantenimiento S.A. de C.V. , lo que podrá verse reflejado en imagen, confianza, reputación, innovación y un manejo eficiente de los recursos disponibles en este sentido.

### **1. Definiendo la materialidad**

Como se menciona anteriormente, la materialidad constituye aquello que es realmente importante o esencial para la organización. Por lo tanto, todos aquellos elementos definidos en esta área serán en los que deba poner mayor énfasis a fin de no perder de vista el futuro el futuro de nuestra. En este punto, fue esencial la participación de los gerentes, directores y propietarios o socios a fin de definir tres preguntas básicas:

#### **a. ¿Qué es lo realmente importante para la organización?**

Establecimos la importancia relativa que tiene cada uno de los temas identificados con los grupos de interés, así como el riesgo asociado en caso de su omisión. La exhaustividad en la búsqueda de información dependió de las características y necesidades de nuestra empresa, así como de la disponibilidad de recursos disponibles para este fin.

Posteriormente, incluimos en la matriz de materialidad, opiniones de expertos en dichos temas, sobre todo en lo que respecta a las tendencias actuales y futuras de las organizaciones, así como sobre lo que se espera de ellas, incluyendo encuestas, entrevistas e información de reportes.

#### **b. ¿Para quienes es importante? ¿Qué tan importante es para cada uno?**

La importancia de este punto radica en el valor que genera como parte de una ventaja competitiva. Este señalamiento implica, por lo tanto, el establecimiento y mantenimiento de relaciones sanas con los grupos de interés, partiendo de aquellos temas que son prioritarios para nuestra empresa y nuestros grupos de interés, que por lo tanto deben incluirse como parte de la estrategia empresarial.

Para lograr obtener información suficiente acerca de lo que les importa y en qué medida a los grupos de interés y que tiene relación directa con la empresa, realizamos reuniones donde, líderes o representantes de los diferentes grupos de interés participaron, mencionando sus expectativas, así como sus compromisos de participación con la empresa.

**c. ¿Cómo puede gestionarse?**

Esta pregunta hace referencia al plan de acción que se ha de seguir para conseguir establecer y mantener las diferentes estrategias de la empresa definidas en los puntos anteriores, todo lo anterior con el objetivo de obtener una ventaja competitiva y diferenciadora de la organización; incluyendo la disponibilidad de recursos de los que se disponen para llevar a cabo el plan estratégico.

Para que esta actividad sea lograda con éxito, comenzamos con pequeñas metas, que pueden aumentar de complejidad conforme Servicios Ecológicos de Limpieza y Mantenimiento S.A. de C.V. , vaya adquiriendo experiencia y gestionando un mayor presupuesto para el programa de Sostenibilidad y responsabilidad social.

**2. Documentos de obtención de información:**

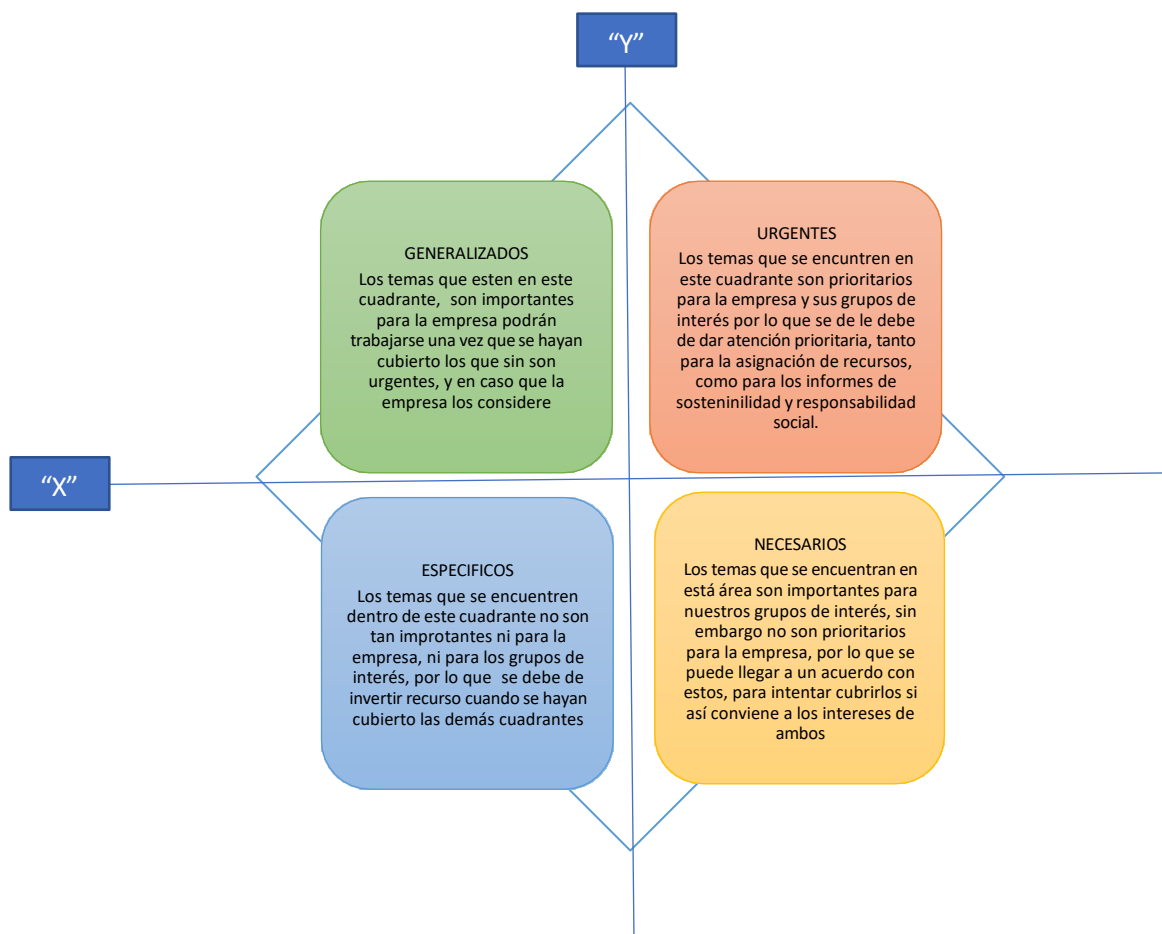
Anexo 1. Para la realización de la encuesta que permitió obtener la información necesaria para identificar los temas materiales de la organización

Anexo 2. Reporte que sirvió de guía para la identificación de los temas materiales de la organización, así como para llevar un registro de las actividades realizadas en este sentido

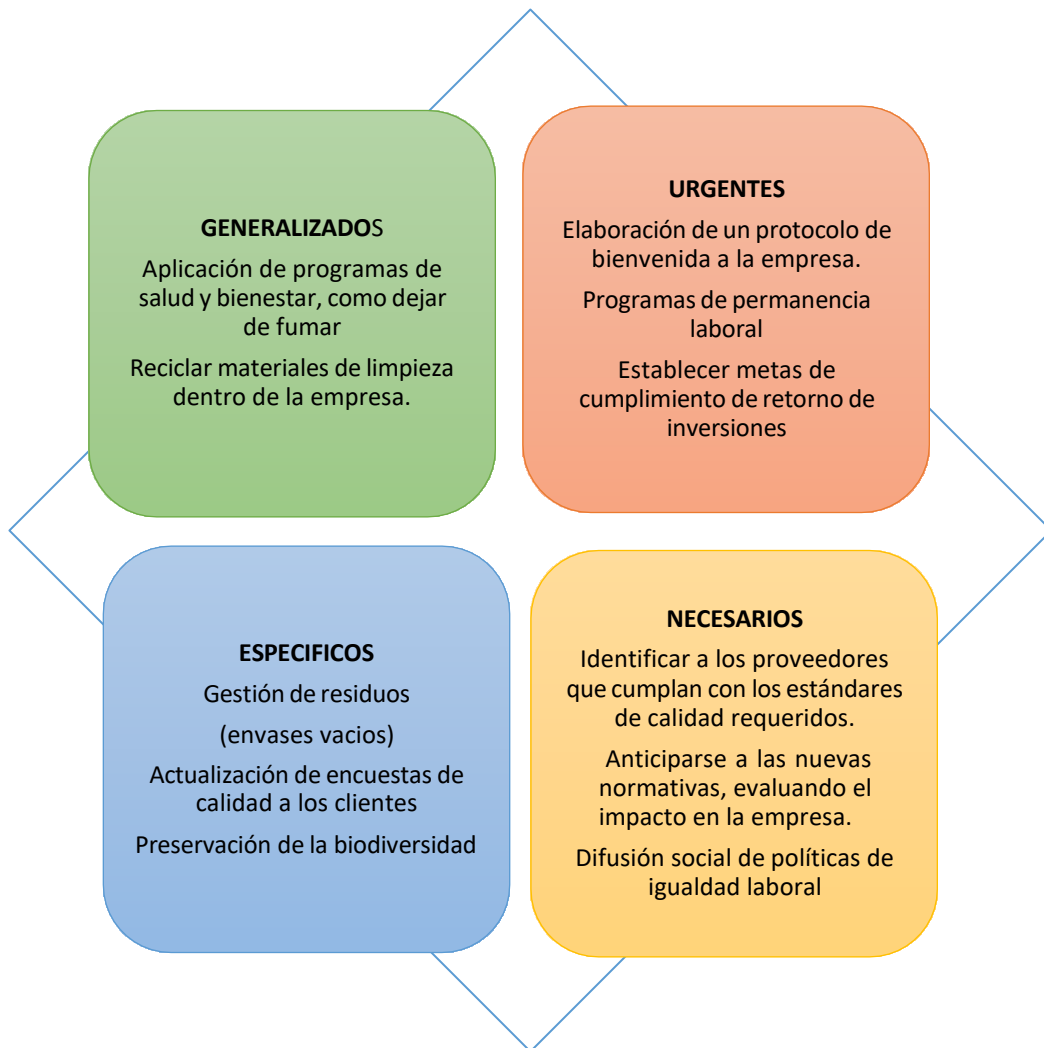
**3. Trazando la matriz de materialidad**

Una vez que recopilamos la información suficiente sobre los temas considerados más importantes para la empresa y nuestros grupos de interés, procedimos a construir la denominada matriz de materialidad, disponiendo de los reportes realizados acerca de la identificación de temas materiales, para posteriormente listarlos y analizarlos de acuerdo con los planes estratégicos.

Elaboramos una matriz sencilla de cuatro celdas, donde en las abscisas "X" (horizontal) se encuentran lo que es importante para la empresa, partiendo de menos a más; mientras que las ordenadas "Y" (vertical) se encuentra lo que se considera es importante para nuestros grupos de interés. DEFINIDO



#### 4. Matriz de Materialidad



## 5. Lista de aspectos materiales

Para el presente periodo año 2023 se definió el presente listado de los aspectos materiales para nuestros compromisos futuros.

| CATEGORIA           | ASPECTO                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Economía            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer metas de cumplimiento de retorno de inversiones</li> </ul>                                                                                                                                                                              |
| Prácticas Laborales | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de un protocolo de bienvenida a la empresa.</li> <li>• Programas de permanencia laboral</li> <li>• Aplicación de programas de salud y bienestar, como dejar de fumar (factores psicosociales)</li> </ul>                               |
| Cumplimiento        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anticiparse a las nuevas normativas, evaluando el impacto en la empresa.</li> <li>• Identificar a los proveedores que cumplan con los estándares de calidad requeridos.</li> <li>• Actualización de encuestas de calidad a los clientes</li> </ul> |
| Medio Ambiente      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Preservación de la biodiversidad</li> <li>• Gestión de residuos (envases vacíos)</li> <li>• Reciclar materiales de limpieza dentro de la empresa.</li> </ul>                                                                                       |
| Desempeño Social    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Difusión social de políticas de igualdad laboral</li> </ul>                                                                                                                                                                                        |

# ANEXO 1

## **Formato para realización de entrevistas en la identificación de temas materiales**

Fecha: \_\_\_\_\_

Hora: \_\_\_\_\_

Nombre del responsable: \_\_\_\_\_

Nombre de la dependencia: \_\_\_\_\_

Puesto / Departamento: \_\_\_\_\_

1. ¿Qué aspecto o actividad cree que debería realizar la organización y no se está llevando a cabo?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
2. ¿Las actividades y operaciones actuales de la organización están enfocadas al cumplimiento de la misión y visión de la organización?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
3. ¿Cuáles considera que hacen falta?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
4. ¿Qué tan importante es para la organización incluir estos temas dentro de la estrategia de la empresa?
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
5. ¿Cómo podrían estos temas incluirse en las actividades y operaciones de la organización?

## ANEXO 2

### **Formato para reporte en la identificación de temas materiales**

Fecha: \_\_\_\_\_

Hora: \_\_\_\_\_

Nombre del responsable: \_\_\_\_\_

Nombre de la dependencia: \_\_\_\_\_

Puesto / Departamento: \_\_\_\_\_

Medios empleados:

Entrevistas ☐ Artículos ☐ Encuestas ☐ Lluvia de ideas ☐

Informes ☐ Reportes ☐ Normatividad ☐ Misión / Visión ☐

Temas materiales identificados:

Observaciones:

Firma de la persona responsable: