

# Buenas Prácticas de Integridad Empresarial en Perú

---

## Primera Edición



Implementada por

**giz** Deutsche Gesellschaft  
für Internationale  
Zusammenarbeit (GIZ) GmbH



## **AGRADECIMIENTOS:**

Esta edición ha sido realizada gracias al apoyo de las siguientes personas:



Javier Portocarrero, director ejecutivo del Consorcio de Investigación Económica y Social - CIES  
Claudia Zarzosa, asesora principal del Consorcio de Investigación Económica y Social - CIES  
Matilde Schwalb, directora del Centro de Ética y Responsabilidad Social en Universidad del Pacífico  
Oscar Caipo, presidente de Empresarios por la Integridad  
Mariluz Santana, gerente general de Empresarios por la Integridad  
Samuel Rotta, director ejecutivo de Proética

## **DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN:**

Diseño: Pamela Parra  
PamParra Graphic Design, CDMX, México  
Diagramación: Contexto Consultores  
Lima, Perú

## **EDICIÓN Y CORRECCIÓN DE ESTILO:**

Contexto Consultores  
Lima, Perú

La publicación y diagramación de este documento ha sido posible gracias al apoyo técnico de la cooperación alemana para el desarrollo, implementada por la Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH, a través del Proyecto Administración Pública Íntegra y basada en Evidencias y Alliance for Integrity

El contenido de esta publicación es responsabilidad exclusiva de las y los autores y no necesariamente refleja los puntos de vista de la cooperación alemana para el desarrollo, implementada por la Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH".

# ÍNDICE

<b>INTRODUCCIÓN</b>	4
<b>METODOLOGÍA</b>	6
<b>BUENAS PRÁCTICAS</b>	8
Aeropuertos del Perú S.A.	9
AtkinsRéalis	15
Cementos Pacasmayo S.A.A	19
Cía Minera Poderosa	23
CLI Proyectos S.A.C	27
Corporación Ferreycorp	31
Danper Trujillo S.A.C	41
Konecta Perú	45
Lima Airport Partners	57
Misión Tecnológica	63
NTT Data Perú S.A.C.	67
Roche Farma Perú S.A. y Productos Roche Q.F. S.A.	75
Siemens Energy S.A.C	79
Talma Servicios Aeroportuarios S.A.	83

A woman with long dark hair and glasses, wearing a dark blazer over a light-colored collared shirt, is looking down at a tablet computer she is holding with both hands. The background is a blurred office environment with another person visible in the distance. The entire image has a blue color cast.

---

# INTRODUCCIÓN

# INTRODUCCIÓN

Alliance for Integrity es una iniciativa global y de múltiples partes interesadas promovida por el sector empresarial. Fue iniciada por el Gobierno de Alemania para apoyar a las empresas a combatir la corrupción de forma colectiva y sobre el terreno. La iniciativa ofrece soluciones prácticas para fortalecer las capacidades de cumplimiento de las empresas y de sus cadenas de suministro, y contribuye a mejorar el diálogo entre el sector público y el privado.

Esta publicación fue desarrollada en el marco de las actividades de Alliance for Integrity en Perú, gracias a la colaboración con el Proyecto Administración Pública íntegra y basada en Evidencias, liderado por la Presidencia del Consejo de Ministros, con el apoyo de la cooperación alemana para el desarrollo, implementada por la Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ).

Agradecemos a las organizaciones miembro del Consejo Consultivo en Perú de Alliance for Integrity por su apoyo en la convocatoria y evaluación de las Buenas Prácticas presentadas por las empresas.

Presentamos esta primera edición de Buenas Prácticas de Integridad Empresarial en Perú, con el fin de fomentar el intercambio de experiencias y reconocer a las empresas que están haciendo esfuerzos destacables. Buscamos también invitar a la reflexión, motivar e inspirar a otras empresas tanto en Perú como en otros países de América Latina.



# **METODOLOGÍA**

# METODOLOGÍA

Esta primera edición de la publicación de Buenas Prácticas de Integridad Empresarial en Perú tuvo tres categorías de participación, las cuales fueron seleccionadas con base en los actuales retos y desafíos de las empresas en materia de prevención y lucha contra la corrupción.

## Categorías de participación:

- **COMPLIANCE CON PERSPECTIVA DE GÉNERO:** Se considera la implementación de medidas de cumplimiento normativo que tienen en cuenta las normas y principios de igualdad de género y no discriminación dentro de una organización, empresa o institución.
- **PREVENCIÓN Y LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN:** Implica implementar medidas y políticas que promuevan la transparencia, la ética y la responsabilidad en todas las actividades de la organización.
- **CAMPAÑAS DE COMUNICACIÓN PARA EL CAMBIO CULTURAL:** Se refiere a acciones que promueven la transparencia, la ética y los valores en toda la organización.

Estas Buenas Prácticas fueron evaluadas por un jurado compuesto por expertos y expertas de las organizaciones de la sociedad civil y academia que forman parte de la red de Alliance for Integrity. Para la evaluación, se definió de manera consensuada el concepto de "Buena Práctica" definiéndolo como el conjunto de procedimientos y actividades vinculadas por un objetivo, que ha producido resultados positivos y que puede ser recomendado como modelo para ser adaptado y replicado.

El jurado evaluó las Buenas Prácticas postuladas en cada categoría, con base en los siguientes criterios:

- **EFICACIA:** La Práctica logra o supera los objetivos planteados y sus resultados son verificables por medio de indicadores (cualitativos o cuantitativos) u otros mecanismos de monitoreo y evaluación. Se realiza un seguimiento que permite evaluar sus resultados de manera sistemática y si hay mejoras planeadas para la Práctica a futuro.
- **INNOVACIÓN:** La experiencia hace frente y resuelve los problemas de una manera novedosa, clara y accesible.
- **LEGITIMIDAD:** La Práctica es reconocida como exitosa por sus beneficiarios directos e indirectos. Ha sido desarrollada por instituciones especializadas y cumple con estándares internacionales en la materia.
- **POTENCIAL DE TRANSFERENCIA Y ESCALABILIDAD:** Los aprendizajes, derivados de la sistematización de la experiencia, se pueden utilizar en más de un contexto. Tienen potencial para funcionar como modelo, es decir, para ser replicables al mostrar cuál es la manera óptima para ejecutar cierto proceso o actividad.
- **SOSTENIBILIDAD:** La experiencia es factible financiera, política y socialmente, al mismo tiempo que es una experiencia con un alto grado de apropiación por parte de los actores que puede trascender y tener continuidad en el tiempo.

# BUENAS PRÁCTICAS



**BUDGET VARIANCE**

DEPT	BUDGET	ACTUAL	VARIANCE
1	100,000	105,000	5,000
2	200,000	195,000	5,000
3	300,000	310,000	10,000
4	400,000	390,000	10,000
5	500,000	510,000	10,000
TOTAL	1,500,000	1,510,000	10,000

**EXPENSES BY CATEGORY**

CATEGORY	BUDGET	ACTUAL
1	100,000	105,000
2	200,000	195,000
3	300,000	310,000
4	400,000	390,000
5	500,000	510,000
TOTAL	1,500,000	1,510,000

**SALES SUMMARY**

MONTH	SALES	PROFIT
1	100,000	20,000
2	200,000	40,000
3	300,000	60,000
4	400,000	80,000
5	500,000	100,000
TOTAL	1,500,000	300,000

**SUMMARY REPORT**



A large white airplane is parked on a tarmac under a blue sky with scattered clouds. The aircraft's main cabin door is open, and a blue service platform with a staircase is extended from the door. Several ground crew members wearing orange safety vests are visible around the aircraft. The text 'AEROPUERTOS DEL PERÚ S.A.' is overlaid on the left side of the image, flanked by two horizontal blue bars. Below the main title, the text 'CULTURÉTICA ADP' and '(Categoría: Campañas de comunicación para el cambio cultural)' is displayed. The aircraft has 'ETOPS' and 'CPF' markings on its fuselage.

# AEROPUERTOS DEL PERÚ S.A.

CULTURÉTICA ADP

(Categoría: Campañas de comunicación  
para el cambio cultural)

## AEROPUERTOS DEL PERÚ S.A.



Aeropuertos del Perú (ADP) es la empresa concesionaria del primer grupo de aeropuertos regionales del Perú. Fue constituida el 30 de octubre de 2006 y tiene como responsabilidad la mejora, construcción, mantenimiento, y explotación de los aeropuertos ubicados en Tumbes, Talara, Piura, Chiclayo, Trujillo, Anta - Huaraz, Pisco, Chachapoyas, Cajamarca, Tarapoto, Pucallpa e Iquitos, en virtud del contrato de concesión.

Su misión es conectar familias, negocios y destinos de manera segura, poniendo a disposición de sus usuarios, una infraestructura aeroportuaria moderna, respetando el medio ambiente, contribuyendo así con la descentralización, y desarrollo del comercio y turismo regional.

Cuenta con una cartera de proyectos de inversión de alto impacto social, con el objetivo de mejorar la infraestructura de los 12 aeropuertos concesionados y aumentar el número de vuelos y brindar una mejor experiencia al pasajero y acompañante.

### SECTOR AL QUE PERTENECE LA EMPRESA:

- Otras Actividades de Transportes
- Otras Actividades Empresariales Ncp

### NÚMERO DE EMPLEADOS:

- 627 personas

## DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA

El Grupo Sandoval, al que pertenece ADP, tiene el sólido compromiso con la implementación y mantenimiento de Buenas Prácticas en temas de cumplimiento ético (Modelo de Prevención de Actos de Corrupción). ADP cuenta con un Sistema Integrado de Gestión (Calidad, Antisoborno, Modelo de Prevención, Medio Ambiente, Seguridad y Salud en el Trabajo, y SMS), que ayuda a garantizar la mejora continua de sus procesos. Los compromisos de dicho sistema se fundamentan en los procesos de:

- Gestión integral de riesgos
- Debida diligencia con clientes y proveedores
- Adherencia del personal ADP a una cultura ética
- Canal de denuncias

## DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA BUENA PRÁCTICA:

Como parte de su compromiso, cada uno de los procesos mencionados anteriormente cumplen con una serie de acciones para la implementación de Buenas Prácticas en temas de cumplimiento ético.

### A. Gestión integral de riesgos:

Si bien la responsabilidad de evaluación y actualización de las matrices de riesgos de procesos recae en cada gerente o subgerente de área, se realiza también una revisión en conjunto de todos los riesgos de la empresa, sean de tipo financiero, reputacionales, operacionales o emergentes, para priorizar la atención de aquellos que son urgentes e importantes, acorde a su ubicación en el mapa de calor. Esta acción también permite que el gerente general y el directorio sean más conscientes de los riesgos y aseguren los recursos necesarios para la mitigación de aquellos riesgos que estén fuera del nivel aceptable para la empresa.

Como lineamiento interno, cada gerencia cuenta con un registro de matriz de riesgos, para exigir su atención en la revisión y actualización de los riesgos y el cumplimiento de los planes de acción mitigadores previamente programados.

Junto a cada dueño o dueña de proceso, se coordina, de forma periódica, la evaluación de sus riesgos, para asegurar que estos sean conscientes de cada elemento. Posterior a ello, se elabora un resumen de lo hallado y se solicita una reunión con la gerencia general y el/la encargado/a de prevención para la validación de la evaluación. Finalmente, el gerente general expone anualmente la gestión integral de los riesgos ante el directorio. Esta última revisión puede traer cambios en la calificación de los riesgos presentados ante el directorio.

Esta Práctica no exige que, en caso una gerencia detectase un nuevo riesgo, pueda realizar y notificar la actualización de su matriz.

## **B. Debida diligencia con clientes y proveedores:**

Si bien se realizaba la difusión de los principales lineamientos éticos (Política Integrada del SIG y SMS, Reglas Anticorrupción y Sistema de Denuncias) al principal contacto de los contratos con clientes y proveedores a través de correo electrónico, esto no brindaba seguridad de su lectura, comprensión y conformidad en el compromiso. Por ello, era necesario contar con una herramienta que brinde mayor certeza sobre el compromiso que asume el tercero con ADP.

En consecuencia, se incluyó la "Cláusula Anticorrupción" dentro de las condiciones generales de la orden de compra y de los contratos con los clientes/proveedores. En lo que respecta a la orden de compra, esta contiene una declaratoria de conocer el contenido de la Ley N.º 30424 - Ley que Regula la Responsabilidad Administrativa de las Personas Jurídicas, el Decreto Legislativo N.º 1352 - Decreto Legislativo que amplía la responsabilidad administrativa de las Personas Jurídicas, su correspondiente reglamento, cuya función es asegurar que la información que se presenta a ADP es veraz y exacta y, se solicita que en caso el socio de negocios tomara conocimiento de un acto de corrupción lo reporte a través de [www.somoseticos.com/adp.html](http://www.somoseticos.com/adp.html)

La cláusula anticorrupción incluye los lineamientos éticos de ADP antes mencionados, así como también la solicitud de declaraciones juradas: datos generales del cliente/proveedor, declaración jurada sobre el origen de los fondos y desvinculación de actos de corrupción, declaración

jurada de vinculación política, declaración jurada de veracidad de la información y, declaración jurada de conflicto de interés del proveedor.

Es importante mencionar que, la aplicación del registro de declaración jurada de no conflicto de intereses tiene como alcance los procesos de adjudicación de los proyectos de inversión que se realizan con fondos del estado, en la que cada miembro del Comité de Concurso (equipo multidisciplinario que avala el proceso y que es conformado por personal ADP y un representante del concedente) deberá indicar si cuenta o no con un conflicto de interés con cualquier postor.

Como parte de esta iniciativa, se le comunicó al concedente, a través de una carta, que dicha declaración será solicitada a sus funcionarios(as) públicos(as). La solicitud de firma de esta declaración jurada se realiza al cierre de inscripción de postores de cada proceso de adjudicación y previo al primer acto público en la que se entregan los sobres cerrados con la propuesta técnica y económica.

Esta iniciativa permite salvaguardar el proceso de adjudicación de un direccionamiento, tanto por parte del personal ADP como por el representante del concedente que participa como miembro del Comité de Concurso.

También, como parte de la debida diligencia, a todos los trabajadores y trabajadoras de ADP se les solicita que al ingreso y de manera anual, comuniquen sus potenciales conflictos de interés, para que se tomen las medidas necesarias y se evite un riesgo real en las operaciones de la empresa.



### C. Adherencia del personal ADP a una cultura ética:

En ADP, el objetivo es afianzar una cultura ética a todo el personal, y que las Buenas Prácticas se conviertan en un común actuar para todos y todas.

Como primera acción, se desplegó una capacitación periódica sobre los elementos del Modelo de Prevención de la empresa, dirigida a todo el personal de ADP.

ADP mantiene un programa de comunicaciones a través de un e-mail dirigido al personal, indicando cómo dar cumplimiento a las Reglas Anticorrupción y solicitando que estas comunicaciones sean revisadas en charlas orientadas a los colaboradores y colaboradoras de las sedes aeroportuarias.

En paralelo, la empresa implementó programas de reconocimiento de buenas acciones éticas y cumplimientos de lineamientos de trabajo como:

- **Programa “Acciones Éticas que Inspiran”.** Programa que brinda un reconocimiento individual al colaborador o colaboradora que haya rechazado acciones inadecuadas o no éticas de terceros en las operaciones de la empresa.

- El colaborador o colaboradora recibe las felicitaciones por parte de su jefe/a inmediato/a.
- El área de SIG y SMS se comunica con el colaborador o colaboradora para extenderle las felicitaciones al cumplir con los valores organizacionales, pedirles una apreciación de la situación y consultar por la motivación para actuar correctamente. Con ello, se elabora un comunicado con su foto y opinión, la cual es enviada a todos los correos de ADP.
- Antes de finalizar el año, se le hace entrega de un tótem.

- **Programa “Embajador SIG y SMS”.** Durante el año 2023, este programa cambió con el propósito de premiar no solo a un colaborador o colaboradora, sino a todo un equipo de trabajo que demuestre con acciones y actitudes el cumplimiento de los lineamientos SIG & SMS: Calidad, Seguridad y Salud en el trabajo, Ambientales, Éticos y de Seguridad Operacional.

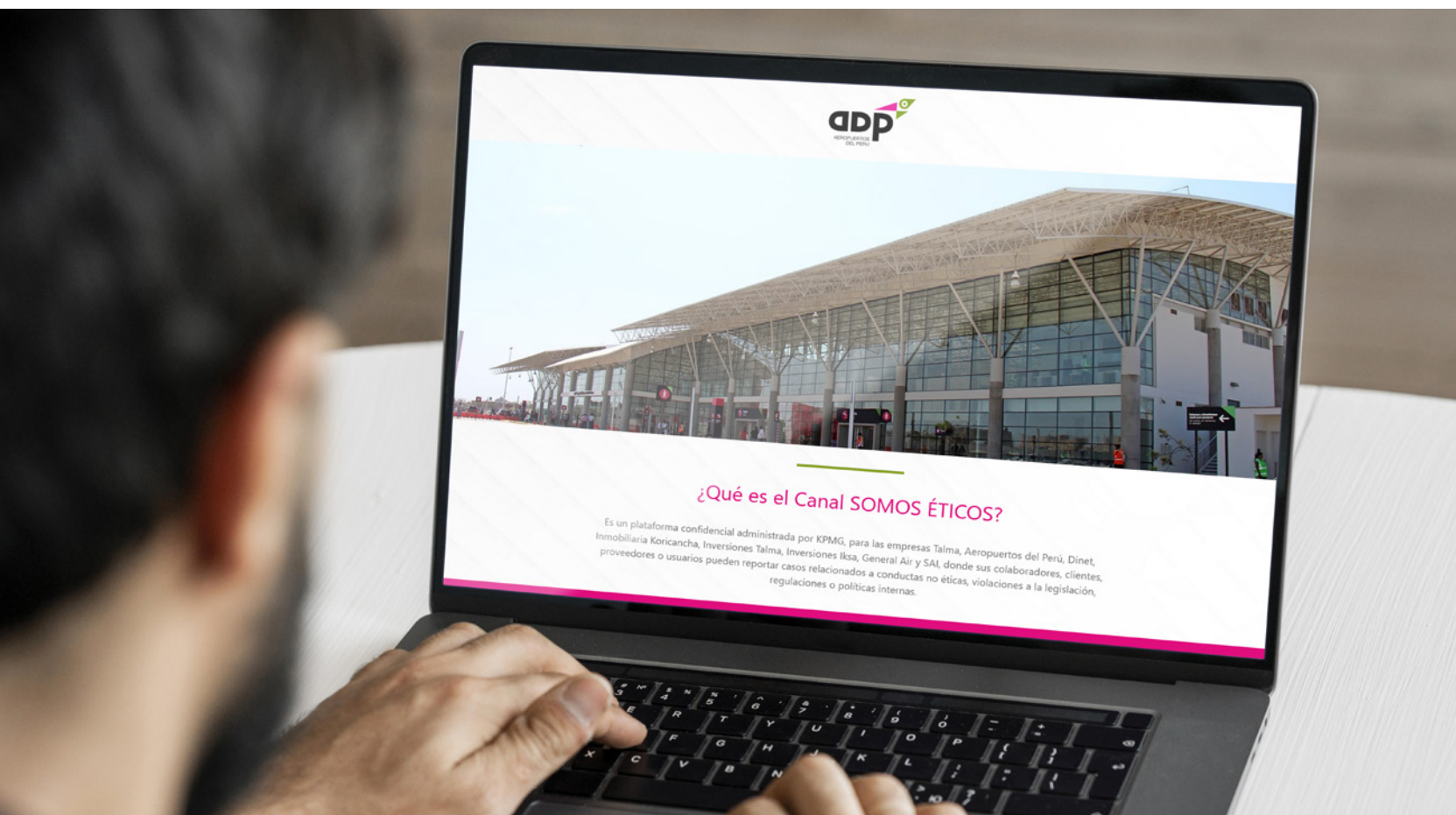


- La evaluación del equipo de trabajo ganador se realiza de manera cuatrimestral. En el 2023, el premio y/o incentivo consistió en un almuerzo de integración. El monto de este premio es ingresado cada año en el presupuesto del SIG y SMS.
- En el año 2022, se implementó una encuesta para conocer el nivel de satisfacción sobre el Modelo de Prevención de Actos de Corrupción. Este es lanzado al finalizar el año y permite conocer el medio de preferencia del canal Somos Éticos para el registro de las denuncias, la confiabilidad del canal Somos Éticos, y la percepción sobre la efectividad del Modelo de Prevención.

#### D. Canal de Denuncias.

Atendiendo la necesidad de implementar un sistema de denuncias que tuviera distintos medios de comunicación que permitiera al colaborador o colaboradora a sentirse en confianza para denunciar algún acto ilícito, ilegal o que vaya en contra de nuestros lineamientos, ADP estableció varios canales de comunicación para una denuncia.

- Algunos de estos incluyen la jefatura directa, la encargada de Prevención, o el formulario a disposición en el canal Somos Éticos.
- Para que el colaborador o colaboradora sienta mayor confianza de que su reporte llegue a ser revisado, el Canal Somos Éticos es operado por una empresa externa a ADP, y el reporte de los incidentes es entregado a nuestra encargada de Prevención.
- Los reportes de denuncias del Canal Somos Éticos son revisados en las sesiones del Comité Operativo de Ética, que está conformado por gerentes ADP y la encargada de Prevención.
- Comunicaciones periódicas sobre las distintas formas de acceder al Canal Somos Éticos, que comprende el correo y número telefónico de nuestro/a encargado/a de Prevención.
- La encuesta de satisfacción que realiza ADP sobre el Modelo de Prevención también incluye una pregunta para medir el grado de confianza que tienen sobre los reportes ingresados al principal canal de denuncias de la empresa: <https://www.somoseticos.com/adp.html>



---

# **ATKINSRÉALIS (ANTES SNC-LAVALIN)**

---

**EL ADECUADO MANEJO DE  
LOS CONFLICTO DE INTERESES:  
LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN  
OPORTUNA Y LA TRANSPARENCIA**

**(Categoría: Prevención y Lucha contra  
la Corrupción)**

## ATKINSRÉALIS



**AtkinsRéalis (antes SNC-Lavalin) es una empresa cuya casa matriz se encuentra en Canadá, y cuenta con oficinas en todo el mundo. Está muy bien posicionada, con una presencia destacada en Canadá, Reino Unido y Estados Unidos, así como operaciones específicas en Europa, Oriente Medio, Asia - Pacífico y Latinoamérica. Se centra, principalmente, en el entorno construido y natural en siete mercados finales claramente definidos: Transporte, Edificaciones, Defensa, Industria & Minería, Agua, Energía & Renovables y Nuclear.**

**Su principal función es desplegar capacidades globales a nivel local para sus clientes y presta servicios integrales únicos a lo largo de todo el ciclo de vida de un activo, creando soluciones sostenibles que conectan personas, datos y tecnología para diseñar, ejecutar y operar los proyectos más complejos.**

### **SECTOR AL QUE PERTENECE LA EMPRESA:**

- Servicios de Ingeniería y Construcción

### **NÚMERO DE EMPLEADOS:**

- 36,800 personas a nivel global
- 1,700 personas en Latinoamérica

## **BUENA PRÁCTICA: EL ADECUADO MANEJO DE LOS CONFLICTOS DE INTERESES: LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN OPORTUNA Y LA TRANSPARENCIA**

### **DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA**

AtkinsRéalis reconoce que es crucial abordar los Conflictos de Interés (COI, por sus siglas en inglés) de inmediato, ya que se traducen en costes para las organizaciones y conducen a la toma de decisiones sesgadas y nubladas por el efecto del conflicto. Dar lugar a prácticas corruptas como el fraude o el soborno, es un comportamiento cognitivo que hace que las personas no puedan separar, para bien o para mal, sus intereses personales de los deberes profesionales. En cualquier caso, afectan a la propia organización con la toma de decisiones equivocadas.

Este sesgo solo puede ser solucionado apartando el alcance que tiene el empleado o la empleada sujeto/a de la toma de decisiones sobre la fuente de dicho conflicto. Por ello, todo el personal, los funcionarios y las funcionarias, tienen una obligación de divulgación continua y están obligados a divulgar de inmediato cualquier conflicto de interés cuando surja, utilizando una herramienta principal: el Formulario de Divulgación de Conflicto de Interés.

### **DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA BUENA PRÁCTICA:**

Los siguientes escenarios han sido identificados como un COI en AtkinsRéalis. Si sus candidatos y candidatas, empleados y empleadas o funcionarios y funcionarias:

- Se dedican a un empleo secundario.
- Han aceptado o aceptarán un puesto de dirección no ejecutiva en una organización de terceros.
- Han establecido o establecerán una relación comercial con un competidor, socio comercial, proveedor o cliente de AtkinsRéalis.
- Tienen o planean tener un interés financiero significativo en un competidor, socio comercial, proveedor o cliente de AtkinsRéalis.
- Tienen un familiar inmediato que actualmente trabaja en AtkinsRéalis, o tienen una relación personal cercana con alguien que lo hace.
- Es o fue funcionario o funcionaria del Gobierno en los últimos 5 años.
- Tiene un familiar inmediato o alguien con quien tiene una relación personal cercana que es o fue un funcionario o funcionaria del Gobierno en los últimos 5 años.

La Divulgación de un COI es una obligación del personal, funcionarios y funcionarias. Todos y todas deben cumplir con esta de manera continua, y deben divulgar de inmediato cualquier COI cuando surja. Para ello, se utiliza el formulario de Divulgación de Conflicto de Interés, que se encuentra en el Intranet de la empresa. Este cuenta también con una versión en PDF que debe usarse únicamente si no es posible acceder al formulario en línea.

En torno al mismo, se implementaron acciones importantes como:

#### **A. Divulgación de candidatos y candidatas:**

Se solicita a los candidatos y las candidatas que completen voluntariamente un formulario COI durante el proceso de contratación. Si alguna persona es contratada, esta debe enviar un nuevo formulario de COI utilizando el Sistema de Gestión de COI. Quienes se nieguen a completar el formulario COI durante el proceso de contratación y posteriormente sean contratados/as, deberán revelar, durante su proceso de incorporación, cualquier COI que puedan tener en el momento de la contratación. En consecuencia, en caso de que divulguen un COI que requiera medidas de mitigación que restrinjan su capacidad para cumplir con su función, es posible que tanto esta, como sus responsabilidades y condiciones de empleo se modifiquen para adaptarse a la mitigación de los riesgos asociados con el COI.

#### **B. Obligación de divulgación funcionario o funcionaria del Gobierno:**

La contratación, el empleo o la retención de los servicios de funcionarios y funcionarias del Gobierno, actuales o anteriores, sus familiares inmediatos, o alguien con quien tengan una relación personal cercana, pueden estar prohibidos o sujetos a restricciones. Muchos países tienen leyes que regulan cómo los funcionarios y las funcionarias del Gobierno pueden hacer la transición de una función del sector público a uno privado. Estas leyes y reglamentaciones suelen ser complejas y pueden imponer restricciones para entablar conversaciones con ciertos empleados o empleadas del Gobierno, prohibir su contratación como empleados/as o

consultores/as por periodos de tiempo específicos o imponer restricciones sobre la función y las responsabilidades que pueden tener. Participar en discusiones sobre oportunidades de empleo o contratar funcionarios o funcionarias del Gobierno, familiares inmediatos o alguien con quien tengan una relación personal cercana, puede crear la percepción de que se está tratando de brindar beneficios indebidos, influir en las decisiones del Gobierno u obtener una ventaja competitiva desleal. Por lo tanto, las disposiciones del Código de Conducta de AtkinsRéalis, junto con las leyes y reglamentos pertinentes, deben ser consideradas al evaluar conflictos que involucren a funcionarios y funcionarias del Gobierno. Además, la contratación de los mismos está sujeta al proceso habitual de debida diligencia de contratación, que incluye la verificación de antecedentes y referencias y, cuando sea necesario, evaluación psicométrica.

#### **C. Precisión de la divulgación y cambios a divulgaciones anteriores:**

El personal, los/as funcionarios/as del Gobierno, y candidatos/as, deben proporcionar una descripción completa y precisa de la situación y proporcionar cualquier información adicional que se solicite. Además, si hay un cambio en un COI previamente divulgado, estos mismos actores deben proporcionar una actualización de inmediato completando un nuevo formulario de COI.

La Evaluación y mitigación de COI involucra que todos los COI divulgados deben ser evaluados por un líder directo y el personal. Los funcionarios y funcionarias deben comprender y aceptar las medidas de mitigación propuestas por el o la gerente para manejar la situación cuando corresponda.





# CEMENTOS PACASMAYO S.A.A.

CONSTRUYENDO UNA CULTURA ÉTICA  
SÓLIDA EN CEMENTOS PACASMAYO

(Categoría: Campañas de comunicación  
para el cambio cultural)

## CEMENTOS PACASMAYO



En Pacasmayo y subsidiarias, la ética no solo es una prioridad, sino una parte intrínseca del ADN corporativo. La empresa está comprometida en fomentar una cultura ética en cada aspecto de su operación. Esto significa que se espera que sus empleados y empleadas, y sus socios y socias de negocios sigan las reglas y regulaciones, pero también que se integren estos valores éticos en su forma de trabajar y vivir. Para Pacasmayo, la ética representa un fuerte compromiso que guía el camino hacia un futuro donde la integridad y el éxito están entrelazados.

### SECTOR AL QUE PERTENECE LA EMPRESA:

- Industrial

### NÚMERO DE EMPLEADOS:

- 1800 personas

## **BUENA PRÁCTICA: CONSTRUYENDO UNA CULTURA ÉTICA SÓLIDA EN CEMENTOS PACASMAYO**

### **DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA**

Establecer una cultura ética sólida en una organización es un reto significativo, y en el caso de Pacasmayo y sus subsidiarias distribuidas en diversas zonas del norte, esta tarea ha sido asumida con éxito.

Notablemente, todos los equipos de la empresa están firmemente comprometidos y alineados con los principios y valores éticos de la organización. Este proceso de construcción de una cultura ética implica una serie de elementos clave, como la identificación y difusión de valores éticos sólidos, un compromiso decidido de la alta dirección, formación continua, políticas y códigos éticos claros, el establecimiento de canales efectivos para denuncias, evaluación constante, y la integración de la ética en todos los procesos empresariales, junto con una sólida rendición de cuentas.

El objetivo central de Pacasmayo es inculcar la ética en todos los niveles de la empresa, promoviendo conductas éticas, fomentando la toma de decisiones responsables y creando un entorno donde la integridad y la transparencia son los cimientos sobre los que se construye el éxito empresarial.

### **DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA BUENA PRÁCTICA:**

El trabajo constante de desarrollar una cultura ética sólida en su organización, es un esfuerzo integral que implica la implementación de varias estrategias y acciones para promover comportamientos éticos y valores en todos los niveles de la empresa. Algunas de estas acciones incluyen:

#### **A. Formación a medida:**

La empresa ofrece capacitación tanto en modalidad presencial como virtual, adaptándose a las necesidades individuales de sus empleados y empleadas. Esta capacitación abarca una amplia gama de temas éticos.

#### **B. Agentes Éticos en diferentes sedes:**

Dado que Pacasmayo opera en múltiples ubicaciones, se han designado "Agentes Éticos" en cada una de ellas, quienes son empleados y empleadas que han recibido una formación especializada en cumplimiento ético y juegan un

papel clave en la promoción de la ética en sus respectivas sedes. No solo responden a consultas, sino que también fomentan la confianza y el trabajo en equipo en todas las áreas de la empresa.

#### **C. Identificación visual de la cultura ética:**

La empresa ha creado una identidad visual denominada "Mundo Ético" que se utiliza en Pacasmayo y sus subsidiarias para destacar todo aspecto relacionado con el cumplimiento ético. Además, ha desarrollado un personaje llamado "Etia", que acompaña las comunicaciones y eventos relacionados con la ética, lo que ha generado una mayor participación del personal en estos temas de manera entretenida.

#### **D. Canales de denuncia y consulta ética:**

En lugar de limitarse a una sola ruta de denuncia, Pacasmayo ha establecido un canal para que permite a sus colaboradores y colaboradoras presentar consultas, denuncias e inquietudes de

manera anónima o identificada. Para garantizar la confidencialidad y disipar cualquier temor a represalias, se proporciona un código de seguimiento en caso de denuncias anónimas.

#### **E. Canales de denuncia y consulta ética:**

En lugar de limitarse a un único canal de denuncia, Pacasmayo ha establecido un canal para denuncias e inquietudes. Este canal permite a los empleados y las empleadas presentar consultas o denuncias de manera anónima o identificada. Para garantizar la confidencialidad y disipar cualquier temor a represalias, se proporciona un código de seguimiento en caso de denuncias anónimas.

#### **F. Evaluación de riesgos en todos los procesos:**

Todas las áreas de la compañía participan en la evaluación de riesgos a través de una matriz por proceso, lo que contribuye a la identificación y gestión proactiva de posibles riesgos éticos.

#### **G. Respaldo de la Alta Dirección a través de Videos de Cumplimiento:**

Los vicepresidentes o vicepresidentas, junto a los colaboradores y colaboradoras de Pacasmayo, participan en la creación de videos que ilustran

situaciones incorrectas y cómo abordarlas éticamente. Estos videos refuerzan el compromiso de la alta dirección con la ética en toda la organización.

#### **H. Compromiso continuo de los líderes:**

Es importante destacar que la cultura ética no es solo una iniciativa de formación, sino que requiere un compromiso constante de los líderes en la organización para que se refleje en toda la empresa.

En resumen, Pacasmayo está trabajando arduamente para promover una cultura ética y sólida en su organización, y este esfuerzo se evidencia diariamente a través de diversas acciones y el compromiso constante de sus líderes.





# CÍA MINERA PODEROSA

SISTEMATIZACIÓN DEL PROCESO  
DE DECLARACIÓN JURADA DE  
CONOCIMIENTO DE TRABAJADORES

(Categoría: Prevención y Lucha contra  
la Corrupción)

## CÍA MINERA PODEROSA



**Minera Poderosa es una empresa aurífera subterránea de mediana minería ubicada en el distrito y provincia de Pataz, a casi 320 km de la ciudad de Trujillo, en el departamento de La Libertad. Es una empresa comprometida con la transformación responsable de nuestra riqueza mineral, que busca que la actividad continúe generando oportunidades desarrollo en el país.**

### **SECTOR AL QUE PERTENECE LA EMPRESA:**

- Minería

### **NÚMERO DE EMPLEADOS:**

- 786 personas

## **BUENA PRÁCTICA: SISTEMATIZACIÓN DEL PROCESO DE DECLARACIÓN JURADA DE CONOCIMIENTO DE TRABAJADORES**

### **DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA**

La compañía identificó un problema en el proceso de registro y actualización anual de la Declaración Jurada de Conocimiento de Trabajadores. Este no se llevaba a cabo oportunamente, debido a que se realizaba de forma física y, al ser una empresa minera con un régimen atípico, se dificultaba la gestión de los documentos y el seguimiento del proceso. Por ello, se implementó un módulo web que permite a los colaboradores y colaboradoras conectarse desde cualquier lugar y actualizar su información cuando se requiera, facilitando y agilizando este proceso. De esta manera, podrán hacer un seguimiento en línea del avance del proceso, garantizando una debida diligencia de manera adecuada.

Adicionalmente, al tener digitalizada la información, es más ágil la revisión documentaria.

### **DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA BUENA PRÁCTICA:**

La Declaración Jurada de Conocimiento de Trabajadores, forma parte de los requisitos solicitados por la resolución 789-2018 de la SBS. Dicha declaración solicita, entre otros datos, la información de antecedentes penales y policiales, así como antecedentes patrimoniales de los trabajadores y trabajadoras de la organización. El proceso de actualización es anual, pero resulta complicado realizarlo de forma manual; tanto la propia actualización de la Declaración como el control del proceso, resultan tediosos e inexactos. Por ello, se desarrolló, dentro de la plataforma Automy, el Módulo de Declaración Jurada, espacio que registra toda la información solicitada por la normativa vigente y la mantiene codificada para que sea solo accesible al colaborador o colaboradora y al oficial de cumplimiento de la

organización, garantizando así la confidencialidad de la información. El módulo, a la vez, permite llevar un registro de los cambios realizados por cada trabajador o trabajadora, así como la configuración de alertas en caso alguno o alguna registre antecedentes penales o policiales. También, permite llevar el control de las declaraciones ejecutadas y las pendientes. Al ingresar por primera vez al módulo, el trabajador o trabajadora deberá llenar los datos en pantallas consecutivas (que no permiten continuar a menos que se haya completado toda la información requerida). En caso no sea la primera vez que este o esta ingresa, el módulo le muestra la información ingresada en su última actualización, permitiendo revisar la información para editarla o confirmarla.

La configuración del módulo permite hacer seguimiento a los días transcurridos desde la última actualización y, en caso esta se acerque al año de antigüedad, alerta al trabajador o trabajadora para que ingrese a realizar la actualización que le corresponde. Asimismo, para una mayor seguridad, el módulo cuenta con un proceso de doble factor de verificación al momento de terminar de llenar o actualizar su Declaración Jurada, permitiendo realizar una validación al llenar la información.





---

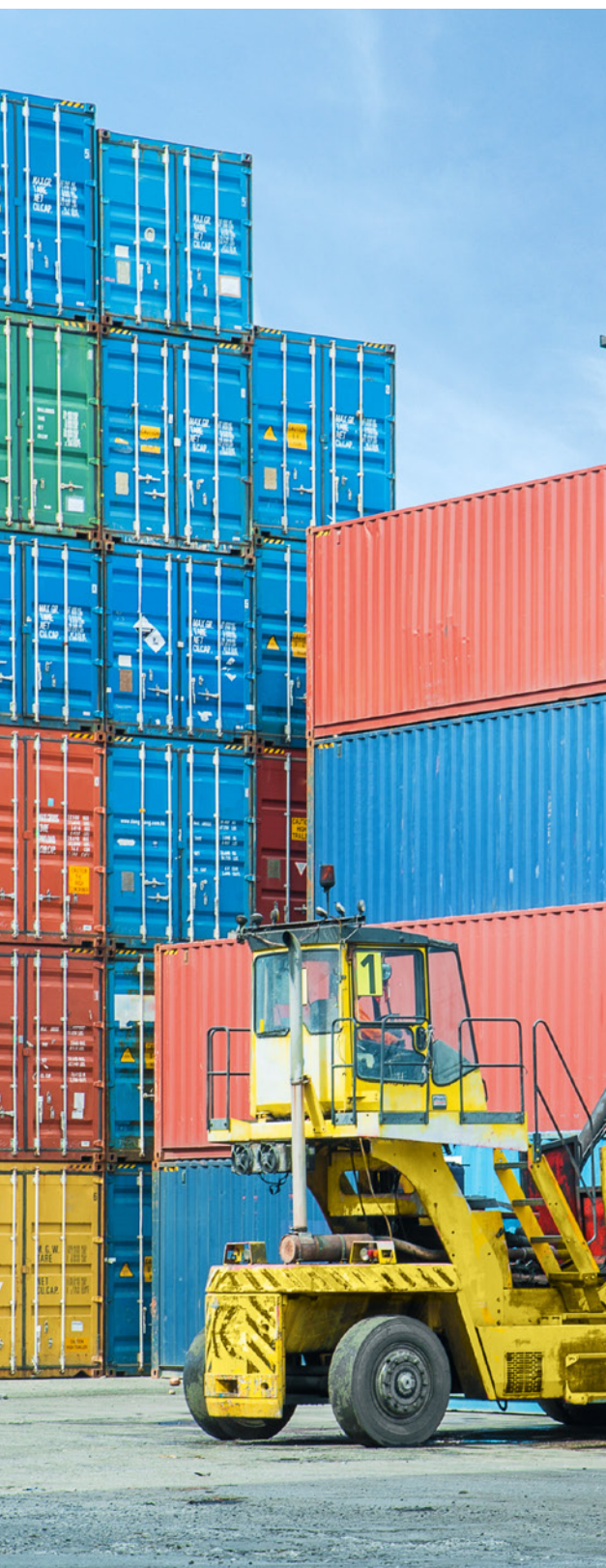
# CLI PROYECTOS S.A.C

---

**LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO:  
IMPACTO NEGATIVO EN EL SERVICIO  
AL CLIENTE**

**(Categoría: Campañas de comunicación  
para el cambio cultural)**

## CLI PROYECTOS



**CLI PROYECTOS S.A.C.** es una empresa dedicada a ofrecer el servicio logístico integral, carga internacional y transporte terrestre a nivel nacional, con más de 40 años en el mercado y con una cartera diversificada de clientes. Su misión es contribuir a lograr el éxito, mediante la prestación de un servicio óptimo, con alta tecnología, innovación y profesionalismo.

### **SECTOR AL QUE PERTENECE LA EMPRESA:**

- Transporte de carga por carretera

### **NÚMERO DE EMPLEADOS:**

- 33 personas

## **BUENA PRÁCTICA: LA CORRUPCIÓN Y EL SOBORNO: IMPACTO NEGATIVO EN EL SERVICIO AL CLIENTE**

### **DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA**

La empresa ha implementado acciones para la prevención contra la corrupción y el soborno. Estas se basan en capacitaciones para sensibilizar a las personas que realizan las labores diarias y que deben ser transversales a todos los procesos. El control se sustenta en la trazabilidad y el cumplimiento de los procedimientos específicos de cada proceso, con el fin de lograr el objetivo de cero actos de corrupción y soborno.



## DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA BUENA PRÁCTICA:

El problema identificado fue que los y las responsables del proceso podrían homologar proveedores sin que estos cumplan requisitos críticos, afectando la calidad y seguridad del servicio de transporte.

En respuesta, se implementó la Práctica de "Sensibilización" (factor humano). Como su nombre lo indica, se sensibilizó al personal responsable del proceso sobre el compromiso en el cumplimiento del código de conducta, ética y valores, con el objetivo de replicarlo a proveedores.

Asimismo, se tomó la acción de "Control (factor tecnología), que comprende:

- Que los y las responsables deben realizar una verificación en el aplicativo de Check List de documentos requeridos para el proceso de homologación.

- Que los y las responsables deben verificar por internet de las webs autorizadas: del SOAT Revisión técnica (MTC), vigencia del permiso para transporte (MTC), récord de conductores (MTC) y validez y vigencia de STCR.
- La trazabilidad de usuarios y usuarias que revisan documentos, aprueban homologación y registran documentos.
- Los responsables reciban información y sean evaluados mediante el Módulo de capacitaciones-CLINET, sobre temas de Soborno y Corrupción.

La solución consistió en tener una cartera de proveedores de transporte adecuadamente calificada y homologada por personas responsables, éticas e íntegras que impactan positivamente en la calidad y seguridad del transporte, promoviendo un círculo virtuoso de seguridad.





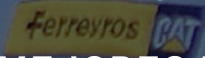
---

## **CORPORACIÓN FERREYCORP**

---

**CONDUCIENDO VALORES**  
(Categoría: Campañas de comunicación  
para el cambio cultural)

**PROYECTO ÉTICO DE GESTIÓN  
Y CONTROL DE PROVEEDORES**  
(Categoría: Prevención y Lucha contra  
la Corrupción)

  
**MEJORES PRÁCTICAS EN  
LA VENTA AL GOBIERNO**  
(Categoría: Prevención y Lucha contra  
la Corrupción)

## FARGOLINE



Fargoline es una empresa logística que se ha ganado una sólida reputación en el mercado gracias a su compromiso con la eficiencia, seguridad y digitalización de procesos. Como parte de la corporación Ferreycorp - con más de 100 años de vida en el Perú- Fargoline cuenta con una amplia experiencia en actividades de comercio internacional y ofrece servicios logísticos de alta calidad respaldados por tecnología avanzada y una infraestructura adecuada para sus fines. Su amplio abanico de servicios logísticos incluye el depósito temporal, depósito aduanero, almacenamiento simple, transporte de mercadería y distribución.

Fargoline comparte el propósito de Ferreycorp: "Juntos creamos desarrollo", impulsando oportunidades de crecimiento y progreso para la corporación, sus grupos de interés y la sociedad en su conjunto.

La empresa cuenta con la Certificación Antisoborno de Empresarios por la Integridad y con el ISO 37001 a su Sistema de Gestión Antisoborno.

## **BUENA PRÁCTICA: CONDUCIENDO VALORES**

### **DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA**

"Conduciendo Valores" es un programa de responsabilidad social de Fargoline dirigido a quienes conducen los vehículos de sus proveedores, empresas que le prestan el servicio de traslado de mercadería (carga), como parte de su cadena de valor. Al finalizar cada taller, los conductores expresan sus impresiones y se hace énfasis en el deseo de ser recordados como personas de bien en su entorno. Los resultados muestran una participación motivadora y entusiasta, lo que indica que los conductores valoran estas sesiones y desean tener más capacitaciones en el futuro.

### **DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA BUENA PRÁCTICA:**

El programa "Conduciendo Valores" se desarrolla mediante una serie de talleres y sesiones que se enfocan en la promoción y vivencia de valores de integridad y respeto entre los conductores de vehículos de carga de Fargoline. La iniciativa comienza explicando a los conductores en qué consiste el programa y cómo se orienta hacia el fortalecimiento de valores corporativos. Se muestra un video que resume la esencia de "Conduciendo Valores" y se presenta ejemplos que resaltan la importancia de los valores en la toma de decisiones.

Una de las actividades clave es la definición colectiva del concepto de valores, donde se invita a los conductores a compartir sus opiniones y experiencias. El objetivo es construir una visión conjunta de que los valores son virtudes o cualidades que guían el comportamiento humano hacia la transformación social y la realización personal, incluyendo casos de la vida cotidiana como es el respeto a las normas de tránsito y la autoridad policial y municipal.

Posteriormente, se comparte una encuesta nacional sobre los valores en el Perú, donde se plantean preguntas sobre los valores que los ciudadanos consideran esenciales para ser mejores y mejorar su entorno social. Se busca así verificar si las respuestas coinciden con los valores en los que se enfoca el programa.

Se continúa con actividades grupales donde los conductores, organizados en grupos de 4 o 5 participantes, discuten sobre las causas de la crisis de valores en la sociedad y proponen soluciones. Esta dinámica fomenta la colaboración y el intercambio de ideas, lo que contribuye a un aprendizaje colectivo.

Al finalizar cada taller, se les invita a compartir lo que se llevaron de la experiencia. La participación es voluntaria, y las respuestas suelen ser motivadoras, expresando el entusiasmo de los conductores por continuar con este tipo de sesiones.

La sostenibilidad financiera del programa se alcanza mediante el compromiso de la empresa Fargoline con la responsabilidad social y la implementación de estas sesiones periódicamente. Además, la sostenibilidad política se asegura a través del apoyo y respaldo de la alta dirección de la empresa.

La réplica de la buena práctica en otras empresas se puede lograr al adaptarla a las necesidades y valores específicos de cada organización. Es fundamental que haya un compromiso genuino por parte de la empresa y que los conductores participen activamente en el proceso. Además, la empresa puede compartir los resultados y el impacto positivo obtenido con otras empresas y en la comunidad para fomentar su aplicación.

Un aspecto que podría limitar la replicabilidad de este programa es la resistencia o falta de interés por parte de los conductores para participar en los talleres. Sin embargo, la participación entusiasta y motivadora que se ha experimentado hasta ahora sugiere que esta barrera se puede superar mediante una comunicación efectiva y la promoción de los beneficios del programa.

Por último, es importante destacar que la iniciativa ha recibido el reconocimiento de los conductores y ha sido valorada positivamente por la contribución a su crecimiento personal y profesional, así como por su impacto en la formación de conductores más responsables y mejor formados desde un punto de vista ético.



## **FERREYROS**



Como parte de la corporación Ferreycorp -con más de 100 años de vida en el Perú-, Ferreyros S.A. es líder en la provisión de maquinaria pesada y servicios especializados en el Perú. Distribuye los equipos de mayor envergadura del portafolio de la marca Caterpillar en el país, a los que se suman otras prestigiosas marcas representadas. Con más de 4,000 colaboradores y colaboradoras y el soporte posventa más completo del mercado y una vasta cobertura nacional a través de sus sucursales, oficinas y sedes, tiene una presencia permanente en los proyectos y las actividades de sus clientes.

La compañía se distingue por servir a todos los sectores del país, en línea con su vocación de contribuir al desarrollo nacional. El sector Gobierno es uno de dichos sectores, al que atiende bajo la rigurosidad del Sistema de Cumplimiento Corporativo implementado para garantizar la transparencia e integridad, bajo sólidas normas, políticas, herramientas y controles internos.

La empresa bandera de Ferreycorp cuenta con la Certificación Antisoborno de Empresarios por la Integridad y con el ISO 37001 a su Sistema de Gestión Antisoborno.

## **BUENA PRÁCTICA: MEJORES PRÁCTICAS EN LA VENTA AL MERCADO GOBIERNO**

### **DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA**

Para proteger a Ferreyros de riesgos de corrupción vinculados a su actividad de provisión de maquinaria al mercado Gobierno, la empresa ha implementado una sólida estructura de integridad. Cuenta con un área especializada con colaboradores y colaboradoras con experiencia, normas internas específicas para esta actividad, capacitación continua, matriz de riesgos de delitos, herramientas que ayudan al seguimiento, canales de denuncias y un/a oficial de ética, entre otros. De esta manera, busca que su equipo humano tenga un marco claro de actuación en esta actividad y logre realizar las ventas de manera correcta, con los elementos que le permitan tomar las decisiones y acciones debidas, y contando con canales de comunicación inmediata, al igual que el/la oficial de ética a quien se acude, si así se requiere. Ello permite que la empresa prevenga la posibilidad de verse comprometida en actos de corrupción.

### **DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA BUENA PRÁCTICA:**

En Ferreyros, el Departamento de Mercado Gobierno es un área conformada por personal especializado en este tipo de actividad. Sus colaboradores y colaboradoras tienen mucha experiencia en este rubro, pues trabajan en la empresa desde hace muchos años.

Como parte de sus funciones, los colaboradores y colaboradoras del área gestionan directamente el ingreso de la documentación a la plataforma del Estado (Seace) y su custodia. Asimismo, el departamento cuenta con recursos para consultar las oportunidades del mercado Gobierno, revisar la información del Presupuesto Fiscal Anual y los planes de contrataciones del Estado para identificar adquisiciones programadas que involucren equipos, productos, repuestos o servicios comercializados por la empresa, a fin de identificar oportunidades de negocio. Asimismo, el equipo del área accede a la página web del Seace, donde se visualizan las publicaciones de las convocatorias a procesos de licitaciones que se están presentando.

Adicionalmente, se dispone de un reporte del programa y control de visitas de la gerencia de negocios para plantear las metas de la fuerza de ventas, con el objetivo de captar las mejores oportunidades del mercado.

El Departamento de Mercado Gobierno cuenta con un repositorio de toda la documentación relacionada a cada proceso de venta, manteniendo la custodia del expediente por cierta cantidad de años para atender posibles requerimientos de la Contraloría.

Ferreyros cuenta con una serie de disposiciones internas que regulan la actuación de la fuerza de ventas en este mercado, entre las cuales destacan:

#### **A. Código de ética corporativo:**

Plantea la forma de actuar del personal en base a los valores de la corporación.

## **B. Política de Cumplimiento:**

Establece la tolerancia cero a todo acto de corrupción y señala la forma en que los colaboradores y colaboradoras deben actuar y a quién deben recurrir en caso se presente una situación de este tipo. Específicamente, se cuenta con una Norma Corporativa de Relaciones con Funcionarios Públicos y una Norma Corporativa de Venta al Mercado Gobierno que establece cómo debe actuar el personal al momento de vender a ese sector.

De manera general, existe una norma que señala todo el proceso de venta al Estado, desde la detección de la oportunidad, las visitas de cobertura del mercado, la participación en el procedimiento, el registro electrónico del participante, pasando por la presentación de la propuesta, el otorgamiento de la buena pro, el proceso de contratación, entre otros. En esta norma se establece también una relación de consideraciones a tener en cuenta al momento de participar y una descripción detallada de los riesgos a los que puede estar expuesto el vendedor a lo largo del proceso de venta al Estado, donde se señala, por ejemplo, las formas como deben hacer contacto con la institución, la forma y medios de relacionarse con el funcionario público, entre otros.

## **C. Capacitaciones presenciales y virtuales:**

Están dirigidas a los colaboradores y colaboradoras de cada sucursal u oficina que realiza este tipo de venta. Asimismo, se anuncian comunicados constantes con

información de interés a fin de mantener sensibilizados a los colaboradores y colaboradoras en estos temas.

## **D. Matriz de riesgos de delitos de corrupción:**

Señala claramente que uno de los mayores riesgos de delitos de corrupción a los que se enfrenta la empresa es la venta al Mercado Gobierno. Esta matriz es comunicada y explicada a todos y todas los/as integrantes del área. Se capacita e informa al equipo de venta a Mercado Gobierno sobre el riesgo que enfrentan tanto la empresa como el colaborador o la colaboradora al involucrarse en un delito de cohecho o colusión en una venta al Estado. Se informa sobre la Ley 30424 y sus implicancias directas para el personal y para la empresa. Esto ha permitido que los colaboradores y colaboradoras que han afrontado una situación de corrupción informen de manera inmediata a sus jefes y al Oficial de Ética y Cumplimiento, evitando participar en procesos de venta al Estado que se encuentran contaminados, tomar decisiones oportunas y dejar de participar en procesos que han presentado visos de corrupción.

Cabe mencionar que el compromiso serio de la alta dirección y de la gerencia comercial es muy importante, ya que la empresa tiene que estar dispuesta a perder oportunidades de negocio, viendo afectados sus intereses comerciales. Sin embargo, los sólidos valores de Ferreyros, su compromiso con una actuación íntegra y la defensa de su excelente reputación prevalecen sobre cualquier objetivo comercial.



## UNIMAQ



**Unimaq es una empresa de la corporación Ferreycorp especializada en brindar un servicio integral en la venta y alquiler de equipos ligeros, nuevos y usados, con un completo soporte post venta a nivel nacional. Con 25 años en el mercado, representa la línea de equipos ligeros Caterpillar, líder en el Perú, y otras reconocidas marcas. Cuenta con una amplia gama de productos y servicios, sirviendo a sectores clave como la construcción urbana y ligera, saneamiento, comercio, industria, agricultura, energía y minería.**

**Tiene como misión satisfacer las necesidades de los clientes mediante soluciones integrales en equipos ligeros a través de un amplio portafolio de marcas, productos e infraestructura a nivel nacional; así como un servicio eficiente, ágil y de calidad, con personal altamente motivado y calificado.**

**Unimaq cuenta con la Certificación Antisoborno otorgada por Empresarios por la Integridad y la Certificación ISO 37001: Sistema de Gestión Antisoborno, en línea con los cuatro valores corporativos: Integridad, respeto a la persona, compromiso y equidad.**

## **BUENA PRÁCTICA:**

# **PROYECTO ÉTICO DE GESTIÓN Y CONTROL DE PROVEEDORES**

### **DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA**

El “Proyecto Ético de Gestión y Control de Proveedores” busca elevar el conocimiento de Unimaq de sus proveedores y promover una cultura de ética en este importante grupo de interés como parte de su cadena de valor. Para ello, se toma como punto de partida la fase denominada “Conocer a nuestros Proveedores”, seguida de la elaboración de un plan de cinco etapas: Verificación de datos, sensibilización, homologación, gestión de compras, así como puesta en marcha y monitoreo.

### **DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA BUENA PRÁCTICA:**

Con los objetivos claros, Unimaq desarrolló las etapas del proceso con los y las responsables del proyecto, buscando obtener compras eficientes y comprometidas con la integridad. El proyecto se desplegó en las siguientes etapas:

#### **A. Etapa de verificación de datos:**

Se diseñó reportes en el sistema SAP para revisar el universo de proveedores registrados y verificar si los datos eran correctos y a la vez completos. A continuación, se cruzó datos con la SUNAT y otras fuentes públicas para elaborar una matriz de proveedores. Gracias a ello, se estandarizó criterios y valoraciones para considerar a un proveedor como activo, así como para segmentarlo. Estos datos fueron también contrastados con el área de compras y usuarios internos. Por consiguiente, se obtuvo una base de datos de proveedores, confiables, como punto de partida para las siguientes etapas.

#### **B. Etapa de sensibilización:**

Se buscó concientizar a las partes interesadas del proyecto, logrando que la ejecución sea por convicción y no por imposición. De esta manera, se tuvo como pilares la colaboración conjunta y la aceptación de diversas perspectivas, desarrollando capacitaciones internas para los colaboradores y colaboradoras de las empresas proveedoras,

buscando que interioricen este compromiso ético. Al tener identificados a los proveedores según el tipo de empresa y segmento, se facilitaron las capacitaciones sobre el modelo de prevención de delitos y el sistema de cumplimiento adoptado por la corporación. De esta manera, se registró una mejora en las prácticas de la gestión de compras y en la buena disposición para suscribir la declaración jurada que se solicita a los proveedores, así como otras acciones que se desarrollan en las siguientes etapas.

Estos resultados positivos permitieron además incluirlos en los programas corporativos de desarrollo para proveedores en materia de ESG (ambiental, social y gobierno, por sus siglas en inglés), como el Reporte GRI, compromiso MYPE y otros.

#### **C. Etapa de proceso de homologación:**

Para el proceso de homologación, fue necesario elaborar diversas normas y procedimientos internos con el fin de definir responsabilidades y flujos de trabajo por área, además de actualizar los requerimientos iniciales para incluir nueva información de cumplimiento ético, antisoborno y conocimiento de proveedores. Se realizó con la finalidad de tener una visión más clara de la cadena de compras, desarrollando la plataforma “Gestor Documental”.

Esta creación consiste en un repositorio inteligente para gestionar la documentación asociada a los procesos de homologación, en la cual el proveedor registra su información y adjunta los anexos solicitados en materia de debida diligencia, así como la elaboración de un estándar personalizado con una empresa certificadora que evalúa a los proveedores. Los criterios y ámbitos de dicha evaluación son requeridos no solo en materia de cumplimiento sino también en ESG y seguridad, salud y medio ambiente (SSMA), lo cual hace posible contar con una matriz de control de proveedores y trabajar con socios estratégicos homologados.

- **Etapa de gestión de compras:**

En esta etapa del proyecto, se hace énfasis en analizar la estructura y procesos actuales del área de compras, y en plantear un nuevo escenario (incluyendo controles clave) que permita mayor fluidez y eficiencia. Teniendo conceptos claros, se procedió a levantar todos los procesos de compras (mapeo "AS IS") para poder encontrar oportunidades de mejora (proceso "End to End") y nuevos controles.

Es así, como nace una nueva estructura de compras enfocada en brindar una atención personalizada a los clientes internos, sustentada en pilares éticos.

- **Puesta en marcha y monitoreo:**

Todo se resume en la estabilización y ejecución de lo planteado en las etapas anteriores, así como en la evaluación de desempeño de todas las partes y medición de la efectividad de las prácticas adoptadas. Para ello, se considera el uso de matrices de selección de proveedores, garantizando compras transparentes, ciñéndose a normas y procedimientos, mitigando los riesgos de corrupción en la empresa, generando una cadena de valor, realizando auditorías internas que midan la efectividad del nuevo sistema e incorporando cláusulas anticorrupción en las órdenes de compra y contratos. Cabe precisar que se elaboró un "dashboard" de los reportes del sistema SAP para monitorear el desempeño y corregir desviaciones, así como encuestas de satisfacción a proveedores.





# Danper Trujillo S.A.C.

VICTORIA: POR UNA SOCIEDAD  
CON IGUALDAD DE OPORTUNIDADES  
PARA MUJERES Y HOMBRES

(Categoría: Compliance con perspectiva  
de género)

## DANPER



Danper es una empresa agroindustrial peruana líder en el mundo, fundada en 1994. Cuenta con operaciones de producción en diversas regiones del Perú como La Libertad, Lambayeque, Piura, Arequipa, Ica, Cajamarca y Amazonas.

Su modelo de gestión se basa en la creación de Valor Compartido, en el que la rentabilidad se vincula con el progreso social de su equipo de trabajo, proveedores y comunidades. Además, busca nutrir al mundo con soluciones alimenticias, saludables y sostenibles, siendo proveedor de los supermercados más prestigiosos del planeta y brindando soluciones alimenticias nutritivas en cuatro versiones de procesos: conservas, frescos, congelados y granos secos.

### SECTOR AL QUE PERTENECE LA EMPRESA:

- Agroindustrial

### NÚMERO DE EMPLEADOS:

- 14,000 personas

## **BUENA PRÁCTICA:**

### **VICTORIA: POR UNA SOCIEDAD CON IGUALDAD DE OPORTUNIDADES PARA MUJERES Y HOMBRES**

#### **DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA**

Danper emplea a 14,000 personas provenientes de zonas rurales y urbanas, en situación de vulnerabilidad. De estas, 50 % son mujeres, jefas del hogar y único sustento de su familia. Ante esta realidad, que limita las oportunidades de desarrollo de las mujeres, decidieron implementar un modelo de gestión innovador llamado "Victoria". El resultado tuvo como base lo que ahora se llama "Creación de valor compartido", un enfoque por la equidad de género en la organización a través de la cual la rentabilidad económica se conecta con el progreso de sus trabajadores y trabajadoras, y comunidades.

Con ello, la empresa ejecuta programas potentes y efectivos, con alto impacto en el desarrollo de las personas, trabajando en tres ejes principales: Salud, Educación y Equidad de género. Así, garantizan un ambiente de trabajo seguro en el que las mujeres y los hombres puedan desarrollarse por igual, logrando impactar en su autoestima, desempeño; y, por ende, en el desempeño de la compañía.

#### **DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA BUENA PRÁCTICA:**

En Salud, desde la fundación de la empresa, se implementó la Red de Centros Médicos Danper, donde se ofrece atención gratuita para sus trabajadores y trabajadoras, y sus familiares. En él, se ofrecen también programas exclusivos para mujeres como: atención prenatal, pediatría, ecografías, obstetricia, planificación familiar, entre otros.

En el eje Educación, Danper se suma al cierre de brechas a través del Centro de Educación Básica Alternativa (CEBA). Dentro de sus instalaciones, 62 % de los estudiantes son mujeres y 42 % de ellas al menos son madres de familia.

En Equidad de género, Danper constituye un ambiente seguro a través de la política de cero tolerancias frente al hostigamiento sexual laboral, al que denominan "No lo permitimos". De esta manera, forman a su personal como portavoces para una sociedad más equitativa, brindando entrenamiento con especialistas en género y creando espacios de sensibilización para escolares en comunidades aliadas en la provincia de Virú.

Como compañía peruana, Danper tiene conocimiento de la problemática de desigualdad de género, discriminación y brutal violencia contra la mujer en nuestro país, y cómo esta afecta a nuestra sociedad en conjunto, a la economía y al desarrollo del país.

Por ello, son la primera empresa agroindustrial en contar con la certificación internacional EDGE (de equidad de género), que avala políticas, procedimientos y cultura igualitaria que hace parte de su gobierno corporativo, tales como:

- **Política de igualdad de oportunidades:**  
Sus procesos de selección se llevan a cabo sin sesgos de género y mantienen la igualdad salarial por trabajos de igual valor.
- **Política de marketing libre de estereotipos:**  
Rechazan el uso de publicidad sexista.
- **Política salarial:**  
Están comprometidos con la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.
- **Política contra el hostigamiento sexual:**  
Aseguran un ambiente de trabajo seguro, libre de hostigamiento sexual, en el que todos y todas sean tratados con respeto y dignidad.
- **Manual de lenguaje inclusivo:**  
Insertan el lenguaje inclusivo en su cultura para promover la representación de la mujer en espacios tradicionalmente considerados para hombres.

Además, dentro de los proyectos sociales que llevan a cabo, realizan el entrenamiento en equidad de género para sus trabajadores y trabajadoras. Este entrenamiento tiene 4 ejes temáticos:

- **Estereotipos y sesgos de género:**  
Desarrollan las ideas centrales sobre la construcción social y la socialización de género por parte de las mujeres y los hombres.
- **Violencia de género:**  
Fomentan ideas centrales sobre la violencia de género y la relación de poder y control que ejercen los hombres sobre las mujeres.
- **Nuevas formas de vivir la masculinidad:**  
Ahondan en temas como la triada de la violencia masculina y la triada en el cuidado de la vida de los hombres (autocuidado, cuidado y cuidado en colectividad).
- **Educación sexual integral.**





---

## **KONECTA PERÚ**

---

**KONECTADOS CON LOS  
DERECHOS HUMANOS**  
(Categoría: Compliance con perspectiva  
de género)

**KONECTADOS CONTRA  
LA CORRUPCIÓN**  
(Categoría: Prevención y Lucha contra  
la Corrupción)

**KONECTANDO CON NUESTRA  
CULTURA ORGANIZACIONAL**  
(Categoría: Campañas de comunicación  
para el cambio cultural)

## KONECTA PERÚ



Konecta Perú es una empresa líder en servicios de outsourcing y Contact Center Omnicanal a importantes clientes locales, off y nearshore, cuya misión es garantizar la mejor experiencia en cada interacción y en cada punto de contacto entre las marcas y sus clientes; a través de un modelo sostenible que contribuye a crear valor para accionistas, clientes y empleados, teniendo como valores el compromiso, innovación, excelencia, integridad e inclusión.

Cuenta con capital español y desde el 2011 se encuentra en Perú. Konecta, viene a ser el Contact Center más grande en el país y con mayor participación en el mercado peruano, contando (a la fecha) con más de 120 clientes.

Es una empresa socialmente responsable, comprometida con el progreso y bienestar de sus colaboradores y colaboradoras, que apoya al talento humano a través de una cultura de diversidad, inclusión y equidad de género.

### SECTOR AL QUE PERTENECE LA EMPRESA:

- Actividad de centro de llamadas y telecomunicaciones

### NÚMERO DE EMPLEADOS:

- 22,000 personas

# BUENA PRÁCTICA: KONECTADOS CON LOS DERECHOS HUMANOS

## DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA

Konecta Perú busca hacer frente a una situación latente en la sociedad, como es la desigualdad, los sesgos inconscientes, la falta de oportunidades, la discriminación y la violencia, situaciones en las que muchas veces influye la condición de género. Es por ello, que la organización, responsable socialmente y alineada con los derechos humanos, busca desde sus políticas internas hacer prevalecer la perspectiva de género en cada Buena Práctica que implementa, involucrando tanto a colaboradores y colaboradoras, clientes y proveedores.

En este marco, nace la iniciativa "Konectados con los Derechos Humanos". A través de 6 ejes de acción, que son programas de Responsabilidad Social Empresarial, se fomentan: capacitación constante, inclusión laboral de las poblaciones más vulnerables, el liderazgo femenino, nuevas masculinidades para romper la cultura del machismo, espacios libres de cualquier tipo de violencia (de acuerdo con el principio corporativo "Tolerancia cero a la violencia") y finalmente el compromiso con sus colaboradores y colaboradoras, que consiste en brindar acompañamiento psicolaboral con el programa "A tu Lado".

Ahora bien, la estrategia de Konecta Perú con la iniciativa a través de los ejes de Buenas Prácticas corporativas, va de la mano en incluir el compromiso con la igualdad de oportunidades tanto para hombres como para mujeres, favoreciendo la integración de las personas en riesgo de exclusión, derribando estereotipos de género y permitiendo el desarrollo de potencialidades para mantener la motivación de los colaboradores y colaboradoras, garantizando la igualdad, diversidad e inclusión en todos los procesos de la empresa. Promueve los principios rectores de Empresas y Derechos Humanos, como Proteger, Respetar y Remediar, contando con políticas que salvaguardan los derechos de sus colaboradores y colaboradoras, así como con canales éticos que permiten la atención de casos ante la vulneración de algún derecho.

## DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA BUENA PRÁCTICA:

Konectados con los Derechos Humanos, es una iniciativa que se encuentra alineada con los ODS: N.º 1, Reducción de la pobreza; N.º 3, Promoviendo la salud y el bienestar de todos y todas; N.º 5, Igualdad de género; N.º 8, Promoviendo el desarrollo económico a través de la promoción del empleo, N.º 10 Para la reducción de las desigualdades, N.º 16 Paz, justicia e instituciones sólidas y N.º 17 Para fomentar alianzas público-privadas.

La base de esta iniciativa, se encuentra alineada con el "Plan de Acción para la reducción de brechas de género", que permite poner en marcha los ejes e implantar planes de igualdad en el ámbito de la empresa, cuyos objetivos son:

- Introducir mecanismos para que la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres se incluya como principio básico de la organización.
- Corregir desigualdades, desequilibrios o discriminaciones respecto a la presencia de mujeres y hombres en la empresa.
- Cubrir las necesidades del personal que se hayan identificado, equilibrando la participación de mujeres y hombres en las prácticas de gestión de recursos humanos.
- Facilitar una adecuada gestión de los recursos humanos, atendiendo tanto a las necesidades del personal como a las de la actividad empresarial.

a la violencia. También, permite sensibilizar y capacitar de manera constante a sus colaboradores y colaboradoras a fin de contribuir en otorgar espacios laborales armoniosos y libres de todo tipo de violencia. El número de casos atendidos a la fecha, incluidas las atenciones de violencia, es de más de 419, con un alcance al 100 % del personal de la empresa.

#### **G. Consultorio jurídico:**

Buena Práctica implementada en el año 2018, que permite la orientación legal a todo colaborador y colaboradora respecto a consultas del ámbito legal. A la fecha, se han atendido más de 200 personas para orientación legal gratuita, con un alcance del 100 %.

#### **H. Programa “A tu lado”:**

Consejería psicolaboral para bienestar del personal de la empresa, que nace con el objetivo de otorgar apoyo a sus colaboradores y colaboradoras, sin distinción alguna, que puedan estar atravesando alguna situación complicada en su vida. Se logró atender a más de 650, con un alcance al 100 % de los mismos.

Así también, podemos evidenciar que esta iniciativa contribuye a resolver el desafío social planteado en el objetivo de Konecta Perú, al contar con un alto porcentaje de permanencia de sus colaboradores y colaboradoras, el mismo que se ha mantenido en los últimos años, a pesar del contexto social, político, económico y de la integración que ha transitado la organización. Para el año 2021, la empresa obtuvo un porcentaje de permanencia del 90.43 %.



A partir de los 6 ejes de “Konectados con los Derechos Humanos” se han implementado Buenas Prácticas en la organización como:

**A. Universidad Corporativa Konecta-Didactik:**

Plataforma digital que se encuentra disponible las 24 horas del día y los 7 días de la semana, en donde se brinda capacitación y sensibilización para todo el personal. Esta herramienta permite contribuir con el desarrollo de habilidades personales y profesionales, lo cual es realmente significativo dado que brinda la posibilidad de que los colaboradores y colaboradoras puedan ascender en la organización, tomando como prioridad el talento y no el género o situación del mismo. A la fecha, se ha beneficiado a más de 90,111 colaboradores y colaboradoras.

**B. Programa “Inkluye”:**

Alineado a la política de diversidad e inclusión, enfocado en promover la inclusión laboral de población vulnerable como: población con discapacidad, bajos recursos, mujeres víctimas de violencia-trata, adultos mayores, comunidad LGTBQ+, migrantes e inmigrantes. Esta inclusión se materializa gracias a las alianzas estratégicas con organismos públicos y privados que conocen y atienden a este sector de la población. Así también, se fomenta, a través de la sensibilización y capacitación, a todo colaborador y colaboradora en temas como discapacidad, diversidad e inclusión, fomentando espacios laborales inclusivos y sin distinción alguna. A la fecha, se ha logrado la inserción de más de 3,200 personas en situación de vulnerabilidad (80 % de mujeres han sido beneficiadas).

**C. Programa “Life” (Liderazgo femenino):**

Es un eje inherente a la cultura de Equidad de Género, tiene como objetivo empoderar a las mujeres líderes de la compañía, potenciando sus fortalezas y cualidades de liderazgo para llegar a convertirse en agentes de cambio en la sociedad y en sus familias. A la fecha, Konecta cuenta con más de 200 beneficiarias.

**D. Compromiso Continuo de los Líderes:**

La cultura ética no es solo una iniciativa de formación, sino que requiere un compromiso constante de los líderes en la organización para que se refleje en toda la empresa.

**E. Programa Ellos:**

Comprometido con fomentar la equidad de género, que tiene como propósito facilitar espacios de reflexión entre hombres sobre temas de género, masculinidad y violencia. Permite facilitar la desarticulación de actitudes, valores y comportamientos machistas, y busca fomentar agentes de cambio para la sociedad y sus familias. A la fecha, la empresa cuenta con más de 93 beneficiarios.

**F. Programa “¡Basta ya!”:**

Prevención de Violencia, Acoso Sexual y Hostigamiento Laboral, alineada a la política de prevención de violencia. Nace como una Buena Práctica, entendiendo que la violencia no tiene género pues tanto mujeres como hombres pueden ser víctimas, agresores y testigos. Este programa promueve la ruptura del silencio y la tolerancia cero



## **BUENA PRÁCTICA:** **KONECTADOS CONTRA LA CORRUPCIÓN**

### **DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA**

“Konectados contra la corrupción”, vela por el correcto cumplimiento de las obligaciones y exigencias normativas derivadas de los ámbitos regulatorios aplicables a la prestación de servicios de telecomunicaciones y a los diferentes ámbitos empresariales que se ajustan a los intereses de cada cliente, mismas exigencias que podrían ser normas de conducta exigibles por los distintos sectores o, por el contrario, una adecuada gestión interna de los conflictos de interés, así como las ya preestablecidas en la normativa anticorrupción o normativa de prevención del blanqueo de capitales y financiamiento del terrorismo. Así, su cultura de responsabilidad social empresarial previene cualquier acción que ponga en riesgo la reputación de la empresa ante cualquier situación o acto de corrupción.

Resulta indispensable comentar en el presente apartado que, Konecta Perú es respetuosa de la Ley N.º 30424, que regula la responsabilidad administrativa de las personas jurídicas por el delito de cohecho activo transnacional, así como del Decreto Legislativo N.º 1352, mediante el cual se amplía la responsabilidad administrativa de las personas jurídicas.

En ese sentido, se vienen desarrollando actividades empresariales en estricto cumplimiento de la normativa nacional, promoviendo una cultura anticorrupción alineada a los estándares contemplados en la ISO 30071.

### **DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA BUENA PRÁCTICA:**

Konecta Perú desarrolla actividades que tienen como base la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres.

Asimismo, ha construido un sólido compromiso de trabajar por el Objetivo de Desarrollo Sostenible, que trabaja en la prevención, detección y erradicación de riesgos normativos.

Es indispensable tener una adecuada cultura corporativa, además de una buena estructura organizacional que comprenda planeación estratégica y una eficaz administración de riesgos y control interno ante posibles actos de corrupción. En ese sentido, desde el mes de diciembre de 2018 se viene poniendo en práctica el modelo de prevención mediante el Programa de Gobierno Corporativo.

A partir de esto, se han establecido pautas generales de conducta que son de estricto cumplimiento dentro de la organización, como el cumplimiento de la normativa y comportamiento ético, la responsabilidad y el compromiso bilateral de la empresa y sus miembros, ya sean sus clientes, proveedores, empleados o empleadas, al no infringir ninguna normativa institucional.

Por otro lado, está dentro del mercado nacional respetando y actuando de manera paralela a lo establecido por el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, de la Convención Interamericana contra la Corrupción, la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción, así como de los Principios de un Buen Gobierno Corporativo para Sociedades Peruanas.

El objetivo del modelo de prevención de riesgos es velar por la prevención de cualquier contingencia legal que pueda causar grave afectación a la reputación corporativa de la empresa. De este modo, se ha conseguido que el modelo de prevención sea replicado por el cliente LATAM y utilizado como guía por Konecta Chile, Argentina y México.

Konecta Perú viene participando desde el año 2020 en la encuesta Monitor Empresarial de Reputación Corporativa-MERCO, ocupando los últimos cuatro años, los primeros puestos como empresa con buena reputación corporativa y reconocidos por Aequales y la Cámara de Comercio de España en Perú, obteniendo el primer puesto en el Ranking PAR 2019 y 2020.

El enfoque social de la Buena Práctica, tiene el objetivo de llegar a cada colaborador y colaboradora, incentivando su cultura de prevención de riesgos normativos, apoyándolos con el reconocimiento de posibles actos de soborno, fraude o cualquier tipo penal que comprenda actos de corrupción. Por ello, desde el inicio del vínculo laboral con ellos y ellas, se informa a través del Resumen del Código de Ética y conducta, los principios generales y el detalle de las pautas de conducta, definiendo textualmente aquellas acciones que se encuentra prohibidas por la empresa. En refuerzo de ello, se cuenta con el compromiso de Cumplimiento Normativo.

Además, es vital la difusión de los programas, ya que el alcance obtenido respecto a la cantidad de beneficiarios resulta ser óptimo. De este modo, las capacitaciones otorgadas a través de la Plataforma Didactik Universidad Corporativa de Konecta, a través del Curso de Gobierno Corporativo, permite detallar de manera simple y precisa las acciones prohibidas que engloban actos de corrupción dentro de la organización, siendo de apoyo a la aplicación de nuestras normativas internas. La plataforma se encuentra disponible para el 100 % de sus colaboradores y colaboradoras, las 24 horas del día, los 7 días de la semana. Cabe señalar que Didactik ha sido parte de la formación de más de 90,000 trabajadores y trabajadoras.



De igual forma, todo colaborador y colaboradora tiene acceso a una orientación legal gratuita, a través del canal de Consultorio Jurídico, el mismo que tiene como plazo máximo de respuesta, 48 horas de recibida la consulta. Mediante este canal, se aclaran todas sus interrogantes de connotación legal, las mismas que podrían reflejar un presunto acto de soborno dentro de la empresa, lo que permite aclarar sus dudas.

A través de nuestras plataformas Smart Boleta y Jarvis, podrán tener acceso a la normativa interna, el Reglamento Interno de Trabajo y políticas organizacionales, siendo estas, la Política de Cumplimiento Normativo, el Programa de Prevención de Riesgos Normativos y Compliance.

Respetando la igualdad de oportunidades que la empresa brinda a su personal, se cuenta con una Política Salarial, la cual establece una estructura de remuneración motivadora y equitativa proponiendo condiciones de remuneración atractivas y equitativas, tomando en consideración

las condiciones académicas, la responsabilidad, el esfuerzo y las condiciones de trabajo. En ese sentido, y al igual que las demás políticas corporativas, la Política Salarial se encuentra dentro de la plataforma Jarvis, siendo de libre acceso para todos y todas.



## **BUENA PRÁCTICA: KONECTANDO CON NUESTRA CULTURA ORGANIZACIONAL**

### **DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA**

Konecta Perú identifica que la sociedad peruana tiene índices de percepción y estadísticas muy preocupantes entorno a la brecha de género, violencia contra las mujeres, corrupción y medio ambiente. De este modo, por su compromiso con la sociedad, decide implementar "Konectados con Nuestra Cultura Organizacional" que es íntegra, ética, y comprometida con transparencia, diversidad, bienestar y conciliación, igualdad e integración.

A la fecha, se ha podido atender más 419 casos de violencia, más 25 comportamiento antiéticos dentro y fuera de la organización. Asimismo, se ha podido sensibilizar y capacitar a más de 90,000 trabajadores y trabajadoras. Adicionalmente, se ha dado una orientación legal gratuita a más de 200 personas y acompañamiento psicolaboral a más 650 personas.

### **DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA BUENA PRÁCTICA:**

La implementación, se desarrolla con los principios rectores de los derechos humanos: Protección, Respeto y Remediación; teniendo a la fecha como beneficiarios finales a más de 90,000 trabajadores y trabajadoras. Cabe señalar que la presente iniciativa desarrolla una cultura organizacional a través de:

- **Piezas de comunicación virtuales:**  
Compartiendo y difundiendo por correos corporativos, grupos de comunicación u otras plataformas de acceso las 24 horas.
- **Físicas:**  
Pegatinas colocadas en ambientes estratégicos de Konecta Perú.
- **Campañas virtuales o físicas:**  
Desarrolla, por días consecutivos o fechas estratégicas, una temática, partiendo de una

breve introducción, desarrollo, ejemplificación y conclusión del tema de la campaña. Por ejemplo, todos los meses de febrero se desarrolla la campaña de lucha contra el hostigamiento sexual laboral en el Perú.

- **Otros modos:**  
Konecta Perú no limita sus modos de culturizar, sensibilizar y concientizar temáticas de relevancia social y corporativa. Esto lo hace mediante participaciones constantes en medios de comunicación nacional de gran jerarquía. Asimismo, cuenta también con la colaboración de la Universidad del Pacífico, al haber publicado un artículo correspondiente a las transformaciones estratégicas de la era digital en Konecta.

Esta Práctica atiende, culturiza, sensibiliza y concientiza, en base a las temáticas que desarrolla, o pone la pauta de cada programa de Konecta Perú, siendo los siguientes:

#### **A. Programa “Inkluye”:**

Involucra diversidad e inclusión laboral, beneficiando a personas con discapacidad, bajos recursos, mujeres víctimas de violencia-trata, adultos mayores, comunidad LGTBIQ+, migrante e inmigrantes, acorde al principio ético de respeto por las personas e igualdad de oportunidades y no discriminación. De igual forma, sensibiliza y concientiza sobre la importancia de generar empatía con las personas vulnerables.

#### **B. Programa “Life” (Liderazgo femenino):**

Empodera a las mujeres líderes de la compañía, potencia sus fortalezas y cualidades de liderazgo, acorde al principio ético de respeto por las personas, igualdad de oportunidades, no discriminación y la conciliación del trabajo y vida personal. Asimismo, concientiza la importancia del liderazgo femenino en la compañía.

#### **C. Programa “Ellos”:**

Comprometido con fomentar la equidad de género, que tiene como propósito facilitar diversos

espacios de reflexión entre hombres sobre temas de género, masculinidad y violencia. Permite facilitar la desarticulación de actitudes, valores y comportamientos machistas, y busca fomentar agentes de cambio para la sociedad y sus familias. A la fecha, la empresa cuenta con más de 93 beneficiarios y beneficiarias.

#### **D. Programa “¡Basta ya!”:**

Previene acciones de violencia, las identifica en cualquiera de sus formas y las atiende dentro y fuera de Konecta, acorde al principio ético del respeto por las personas, conciliación del trabajo y vida personal y prevención de riesgos laborales. La implementación difunde conceptos, casuísticas u otros que permitan identificar cualquier tipo de violencia. Finalmente, da a conocer los distintos mecanismos de denuncias en la organización.

#### **E. Programa “A tu lado”:**

Brinda consejería psicolaboral, tratando aquellas emociones que pueden aparecer en el ámbito laboral como vivencias fuera de la organización, acorde al principio ético de la conciliación del trabajo y vida personal. La implementación sensibiliza y concientiza la importancia de comunicar y ser atendidos por profesionales.



### F. Programa “Gobierno Corporativo”:

Previene riesgos normativos y refuerza el cumplimiento normativo como parte del Buen Gobierno Corporativo, acorde al principio ético de la prevención de riesgos laborales. Adicionalmente, otorga orientación legal gratuita a trabajadores y trabajadoras que lo requieran. La implementación sensibiliza y concientiza la importancia de actuar con principios éticos y respeto por la ley, conocer los mecanismos de denuncia de comportamientos antiéticos.

### G. Programa “Kambio Verde”:

Genera Buenas Prácticas en los trabajadores y trabajadoras de las sedes y busca obtener un impacto positivo para la protección ambiental, el manejo sostenible de los recursos naturales y la conservación del ambiente, acorde al principio ético de protección del medio ambiente y políticas de responsabilidad social y ambiental. La implementación sensibiliza y concientiza la importancia de actuar responsablemente con los recursos naturales.

### H. Programa “Konectados”:

Tiene como propósito empatizar las necesidades de los colaboradores y colaboradoras, brindando beneficios corporativos, como los educativos, de salud, entre otros. Además, ofrece distintos descuentos de las alianzas convenidas con Konecta Perú. Este programa, actúa conforme al principio ético de la conciliación del trabajo y vida personal.

En este orden de ideas, Konecta Perú, desde el 2012 a la fecha, viene invirtiendo en Responsabilidad Social Empresarial más de S/ 3,030,000.00 (tres millones treinta mil con 00/100 soles), aportando a generar una cultura organizacional responsable, ética, transparente e íntegra. De este modo, la implementación, al ser de vital importancia para cada programa en Konecta Perú, seguirá manteniéndose e innovándose.

**NOTICIAS**

“Cuando el silencio abunda, incluso una sola voz se vuelve poderosa”

Mediante una carta anónima, rompamos juntas el silencio de la violencia contra las mujeres. Comparte tu historia aquí >>

Konecta | t·cuida

Escáneme

QR code

al día

**SALUD Y SEGURIDAD**

Konecta

SSO

**Pausas Activas**

Realiza tus pausas activas para cuidar tu bienestar

Cada vez que el Pop Up aparezca en tu PC

Hola, "Rompe tu rutina, e inicia tus pausas activas"

Empezar Ahora no

¡Has click en tu pantalla y comienza ahora!

Beneficios de las pausas activas

Reduce el estrés

Mejora el desempeño laboral

Mantén tu postura

Tu nos importa

Respecto al ámbito social, como se ha podido observar hasta el momento, "Konectados con Nuestra Cultura Organizacional", da soporte a poder reducir las brechas e índices de percepción negativo en la sociedad peruana, siendo este objetivo muy relevante. Estos programas, de la mano con la implementación, han obtenido reconocimientos consecutivos en Great Place To Work, Ranking Par, Certificación Presente, Aequales, Empresarios por la Integridad, Empresa Segura, entre otros, de suma relevancia para su permanencia en Konecta Perú.

Finalmente, Respecto al aspecto Político, se ha venido desarrollando acciones de relevancia como viene la colaboración con la Fiscalía de la Nación para la elaboración de protocolos para las mujeres víctimas de trata. Konecta Perú ha presidido la red de empresas para personas con

discapacidad y participado con el compendio de Buenas Prácticas que se brindó a CONFIEP (Comité de Derechos Humanos con la Cámara de Comercio española con sede en Perú). Por otro lado, la Country Manager de la empresa se encuentra en la red que involucra más de 100 líderes empresariales e institucionales que impulsan el desarrollo sostenible, inspirando la transformación como agentes de cambios.

Finalmente, la organización ha contado con el reconocimiento en el Gobierno Regional de Lambayeque, por ser la organización con mayor planilla de toda la región.



# LIMA AIRPORT PARTNERS

YO SOY COMPLIANCE - CANAL DE INTEGRIDAD Y DIFUSIÓN PRESENCIAL DE BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES

(Categoría: Campañas de comunicación para el cambio cultural)

(Categoría: Prevención y Lucha contra la Corrupción)

## LIMA AIRPORT PARTNERS



Desde el 14 de febrero del año 2001, Lima Airport Partners (LAP) es el consorcio responsable de la operación y expansión del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez (AIJC). Como la primera concesión aeroportuaria celebrada en la historia del Perú, LAP ha logrado establecer al AIJC como uno de los aeropuertos más importantes, modernos, y eficientes de la región.

Como aeropuerto internacional, LAP busca brindar una experiencia de servicio única, simple, y eficiente, aspirando a ser un aeropuerto que promueva el desarrollo para todos a través de la comunicación abierta y transparente, un enfoque sostenible de desarrollo, la priorización de la experiencia del cliente, y una organización flexible y eficiente.

Sus valores son representados bajo las Competencias CAPÁS, siglas que representan la aspiración de la empresa de contar con colaboradores y colaboradoras Coherentes, Accountable (Responsables), Proactivos, Ágiles y Serviciales.

### SECTOR AL QUE PERTENECE LA EMPRESA:

- Aeroportuario

### NÚMERO DE EMPLEADOS:

- 848 personas

## **BUENA PRÁCTICA: YO SOY COMPLIANCE - CANAL DE INTEGRIDAD Y DIFUSIÓN PRESENCIAL DE BUENAS PRÁCTICAS EMPRESARIALES**

### **DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA**

Riesgos y Cumplimiento (RyC) es un área independiente en Lima Airport Partners (LAP) que se enfoca en prevenir riesgos y promover la ética en todas las operaciones. Tras haber identificado las dificultades de difusión presentes en la organización, RyC decidió formular una estrategia de comunicación integral para el año 2022 en adelante, cuyo eje principal sería las campañas presenciales sobre 2 elementos esenciales: el Sistema de Cumplimiento y el Canal de Integridad, el mecanismo de "whistleblower" corporativo, dirigido a todo LAP. Debido a los problemas identificados y las características del trabajador o trabajadora operativo/a, se decidió realizar campañas in situ, asistiendo a todos los turnos de las áreas operativas en LAP, y empleando nuestros medios digitales como un refuerzo de los contenidos compartidos. Para lograr esto, se diseñó un discurso de capacitación para introducir al área y sus integrantes, describir sus elementos esenciales, e involucrar al trabajador o trabajadora en la función de prevención de riesgos, explicándoles cómo podían identificar conductas, hechos, y/o situaciones de preocupación que podrían relacionarse con actos abordados por el área.

Además, estas campañas difundieron el uso responsable del Canal de Integridad, educando a los trabajadores y trabajadoras sobre su funcionamiento, atendiendo las consultas y preocupaciones en torno a su uso, y brindando métodos de acceso fácil (merchandising con códigos QR). Asimismo, las actividades de comunicación son dictadas por los integrantes de RyC, sin recurrir a servicios de terceros, con el fin de darse a conocer, desmentir percepciones de miedo y desconocimiento del área por tratarse de un área fiscalizadora, y atender consultas y preocupaciones de los colaboradores y colaboradoras en un ambiente de su confianza.

Así, RyC logró generar un entendimiento general sobre la operatividad del Sistema de Cumplimiento y el Canal de Integridad, tanto para el personal operativo como administrativo, a través las capacitaciones in situ y material digital sobre los conocimientos compartidos dirigidos hacia los medios digitales de LAP.

### **DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA BUENA PRÁCTICA:**

La creación de la estrategia de difusión de Riesgos y Cumplimiento hacia los trabajadores y trabajadoras de Lima Airport Partners fue impulsada a raíz de la creación de un área administrativa nueva, con responsabilidades cruciales para el desarrollo sostenible de las operaciones de la empresa. A su vez, la necesidad de esta estrategia fue y es respaldada por la transformación permanente de la cultura

corporativa de la organización, la cual responde a las necesidades de trabajadores, trabajadoras, clientes, y aliados comerciales. Naturalmente, esta transformación cultural también impactó en las políticas, procedimientos, y guías de cumplimiento que el área de RyC comunicó activamente a través de su estrategia informativa.

## DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA BUENA PRÁCTICA:

Desde la creación y posterior independización del área de RyC, se hicieron múltiples intentos para crear una estrategia de difusión efectiva que superase las dificultades de comunicación interna presentes. Inicialmente, el periodo 2018-2019 contuvo iniciativas simplificadas para lograr la difusión de los contenidos esenciales de Cumplimiento y poder dar a conocer el canal de whistleblower de LAP, en ese entonces conocido como el Canal de Denuncias. Estas iniciativas consistieron en campañas anuales de capacitación a puestos de trabajo administrativos y operativos, y capacitaciones concentradas provistas por terceros expertos en comunicación corporativa. Dichas actividades no contaron con un discurso o metodología definidos, y consistían en difundir nociones generales sobre la cultura de cumplimiento e incentivar las prácticas éticas y la prevención de actividades como la corrupción, fraude, lavado de activos, financiamiento al terrorismo, conflictos de interés, entre otros; así como el uso del Canal de Denuncias como un mecanismo anónimo para reportar estas actividades.

Estas actividades no contaron con objetivos delimitados de asistencia o entendimiento definidos, ni con enfoques de enseñanza especializados según el área capacitada. Además, las herramientas digitales de difusión corporativa disponibles durante esta etapa de RyC eran muy limitadas, contando únicamente con correos electrónicos vía Outlook y publicaciones a través del sistema de intranet Kantay, ambas herramientas muy rudimentarias para los objetivos del área.

No sería hasta finales del 2019, cuando RyC desarrollaría un Plan de Adecuación y Fortalecimiento Interno de la Cultura de Riesgos y Cumplimiento, partiendo del diagnóstico comunicacional y del procesamiento de información internos realizados por el consultor Miguel Antezana. Este diagnóstico reveló que las limitaciones de acceso tecnológico, entre el personal administrativo y el personal operativo, generaba una diferenciación en el impacto de los actos de comunicación empleados hasta la fecha, teniendo un gran impacto en el personal administrativo, y un impacto bajo o neutral entre el operativo. Puntualmente, las entrevistas realizadas al personal operativo revelaron que no existía una comunicación incluyente orientada hacia su sector, y se encontraron fallas a nivel de liderazgo que resultaban en un relevo inadecuado y/o inoportuno de la información comunicada por RyC.

En síntesis, existía una clara necesidad de formular prácticas de difusión horizontales, en fondo y forma, para lograr integrar a todos los sectores laborales de la empresa en términos de información y comprensión de los contenidos de RyC.

No obstante a estas diferencias, existía una percepción de ausencia y desconocimiento generalizadas del área de RyC por parte del personal, pues no existía un producto comunicacional definido (campaña informativa, boletín digital, correo, etc.) que los trabajadores y trabajadoras hayan percibido notoria o positivamente hasta la fecha de realización del estudio. Además, se descubrió que el Canal de Denuncias pasaba relativamente desapercibido por el personal de LAP, cuando esta herramienta debería ser el canal de comunicación más reconocido



y utilizado de RyC. Asimismo, este estudio reveló que no se reconocía la existencia de una cultura organizacional LAP unificada, que por consecuencia provocaba que existiesen muchos “microclimas” laborales dentro de la organización, dependientes del estilo de gestión de cada jefatura. Esta percepción de carencia cultural posibilitaba la aparición de potenciales inconvenientes laborales y organizacionales que podrían repercutir en la imagen y reputación de la empresa a futuro.

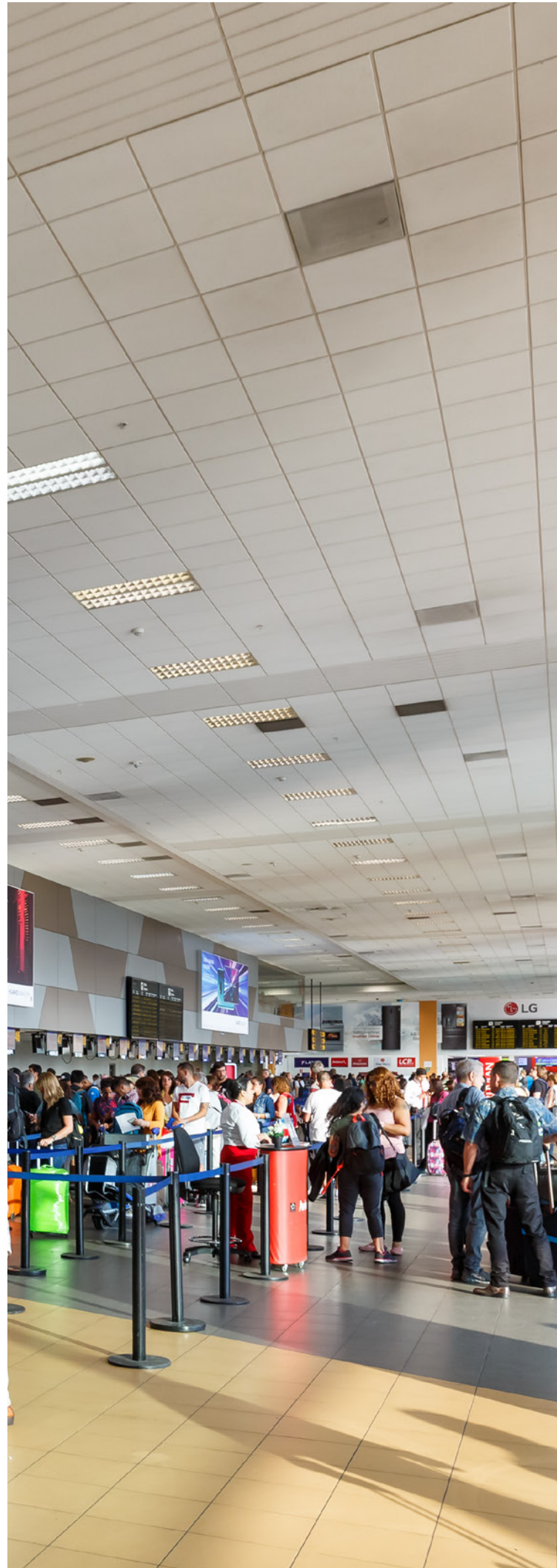
En esta línea, estos hallazgos (periodo 2020-2022) implicaron un proceso de evolución de las estrategias de comunicación y difusión de RyC. Se formuló el primer Plan de Comunicaciones de Riesgos y Cumplimiento con el fin de cumplir con una labor comunicacional didáctica, constante, y directa. Así, se determinaron objetivos comunicacionales de alcance digital y presencial:

**A. Informar** sobre las normas corporativas de RyC a través de videos informativos vía Workplace y visitas programadas de RyC hacia todas las áreas de LAP.

**B. Fomentar** la participación e involucramiento del personal LAP en las labores de RyC a través del relanzamiento del Canal de Denuncias.

**C. Fortalecer** la cultura corporativa de RyC mediante la divulgación permanente de los principios de la disciplina de cumplimiento (conocimiento, prevención y respeto) en formatos digitales y presenciales.

**D. Consolidar** el entendimiento, identificación, e interiorización de los riesgos corporativos a través de boletines informativos y un discurso de capacitación de RyC, entre otros.



Tras el periodo de paralización de labores producto de la cuarentena nacional, y la consecuente transición del 57.6 % del personal (contratado en LAP Operaciones hasta mayo del 2023) hacia un régimen de teletrabajo, se determinó que la estrategia central para el cumplimiento de los objetivos comunicacionales determinados estaría basada en 3 esfuerzos:

- La realización de cursos virtuales (e-learning) en la intranet de LAP dirigidos hacia el personal en general.
- Inducciones mensuales de conocimientos generales de RyC para los nuevos ingresos en LAP.
- La programación y realización de charlas in situ en las ubicaciones presenciales de trabajo de todo el personal operativo, durante los periodos de marzo y abril del 2022 y junio-julio del 2023, tras el levantamiento de las medidas de cuarentena. Esta actividad estuvo articulada en torno a los elementos esenciales

de RyC, el uso responsable del Canal de Denuncias, y el diálogo abierto con los trabajadores y trabajadoras.

Fueron gracias a estas charlas de capacitación y las labores de comunicación digital articuladas a sus contenidos que se logró un resurgimiento del uso del Canal al 118 % con respecto al 2021, y un aumento en el número de investigaciones ejecutadas por el área, completando un total de 23 investigaciones al cierre del año 2022.



A woman with long dark hair and round glasses is looking down at a tablet computer she is holding. She is wearing a yellow shirt. The background is a blurred office setting with a large percentage sign graphic on the left side.

# MISIÓN TECNOLÓGICA S.A.C

IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMA ANTISOBORNO  
EN TODAS LAS ACTIVIDADES DE LA COMPAÑÍA

(Categoría: Prevención y Lucha contra  
la Corrupción)

## MISIÓN TECNOLÓGICA



**Misión Tecnológica es una empresa con 10 años en el mercado. Se dedica a brindar soluciones de tecnología, como outsourcing de impresión, arrendamiento de equipos y venta de productos tecnológicos a nivel B2B y B2C a través de un canal propio y otro de terceros (Marketplace).**

**La empresa entrega soluciones tecnológicas innovadoras y confiables, respaldadas por un servicio ágil, eficiente y cercano que permite desarrollar relaciones sólidas a largo plazo, buscando ser el mejor socio tecnológico y brindando un servicio de calidad. Así, ofrece soluciones que permiten generar sinergias con sus clientes, convirtiéndose en un socio importante de su negocio.**

**El área de operaciones es la principal rama del negocio, la misma que se encarga de las instalaciones y mantenimientos de los equipos brindados a los clientes.**

### **SECTOR AL QUE PERTENECE LA EMPRESA:**

- Tecnología

### **NÚMERO DE EMPLEADOS:**

- 63 personas

## BUENA PRÁCTICA: IMPLEMENTACIÓN DE SISTEMA ANTISOBORNO EN TODAS LAS ACTIVIDADES DE LA COMPAÑÍA

### DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA

En el Perú, el 54 % de la población percibe a la corrupción como el principal problema del país. Según cifras oficiales emitidas por la Contraloría General de la República del año 2022, el Perú perdió, por corrupción, alrededor de \$6,486 millones. Esto representó alrededor del 4 % de su PBI. Estos números solo representan la corrupción en el Estado peruano, más no entre empresas del sector privado.

Ante esta realidad, Misión Tecnológica ha respondido implementando un Sistema de Gestión Antisoborno a nivel interno y con sus socios estratégicos, con el objetivo de educar, comprometer y motivar a todos los agentes involucrados a cumplir con los estándares necesarios para combatir la corrupción y mantener relaciones sinérgicas.

Para lograr el objetivo, la tarea fue dividida en dos grandes frentes:

- Frente interno: Todos los colaboradores y colaboradoras, y postulantes.
- Frente externo: Clientes y proveedores.

### DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA BUENA PRÁCTICA:

#### A. Para el frente interno:

- **Política Corporativa:**  
Se implementó desde la Gerencia General de la compañía y se transmitió e interiorizó a cada colaborador y colaboradora, sin excepción.
- **Manual de sistema de gestión antisoborno:**  
Incluye todos los procesos transversales de la compañía. Es la guía de cómo proceder para no generar actos de soborno o corrupción.
- **Debida diligencia a colaboradores y colaboradoras y postulantes:**  
Búsqueda de denuncias en la web de información, por cualquier delito, así como la revisión obligatoria de antecedentes penales y judiciales.
- **Formato “Conoce a tu colaborador”:**  
Es una declaración jurada sobre no presentar denuncias ni procesos judiciales por corrupción,

soborno o cualquier otro delito. Esto aplica a trabajadores y trabajadoras ya incluidos/as en la planilla de la empresa.

- **Test de Integridad:**  
Es una inducción de la ISO 37001, la cual conlleva a una evaluación sobre situaciones que podrían presentarse ligadas a corrupción y cómo actuar en dichas situaciones.
- **Código de ética:**  
Se entregó el código de ética y conducta a cada colaborador y colaboradora.

#### 1B. Para el frente externo (a nivel clientes):

- **Cláusula de integridad en las propuestas comerciales y contratos:**  
En algunos casos, por políticas corporativas, los clientes no lo suscribieron.

- **Debida diligencia:**  
Se busca, en la web, que el potencial cliente no registre denuncias por delitos de corrupción o similares.
- **Nivel de riesgo:**  
Se encarga a la Gerencia de Finanzas validar el comportamiento crediticio y capacidad de endeudamiento del cliente.
- **Política de entrega de presentes:**  
Permite regular la entrega de premios o bonificaciones y forma parte de nuestro manual antisoborno.

## 2B. Para el frente externo (a nivel proveedores):

- **Debida Diligencia:**  
Búsqueda de denuncias en la web de la empresa.
- **Compromiso de integridad:**  
El cliente se compromete a brindar el servicio con integridad y manifiesta conocer y aceptar las políticas de Misión Tecnológica.
- **Implementación de políticas internas:**  
Se solicita que el área de logística presente tres propuestas de proveedores. El área de logística es un área sensible y expuesta a sobornos frente a la postulación de proveedores para obtener una orden de compra y atender un requerimiento.
- **Proceso transparente con los proveedores candidatos:**  
Se cumple, con cabalidad, cada paso establecido para evaluar la integridad de cada

empresa con su entorno. De esta forma, se evita cualquier acto de soborno que pueda existir entre un colaborador o colaboradora y proveedor. Por otro lado, garantiza trabajar con un proveedor íntegro que no tenga denuncias por soborno u otros delitos.

- **Ficha de Caracterización de Procesos - Compras:**  
Niveles de aprobación orden de compra.
- **Política de incentivos o regalos:**  
Se plasmó una política para transparentar la recepción o aceptación de regalos o presentes de parte de los proveedores.

Además de estos frentes, se incorporaron, de forma general, los siguientes controles:

- Todo el personal debe realizar el Curso Nivel 1 - ISO37001.
- Se imparte la Política Antisoborno en toda la empresa.
- Se designa un/a "oficial de cumplimiento" para la supervisión y control del cumplimiento de la política en todas las áreas.
- Se imparte el Código de Ética y Conducta a todos los colaboradores y colaboradoras, para su firma.
- Se informa y capacita a todo el personal sobre el uso del canal de integridad.
- Se realiza la debida diligencia del personal, y, por otro lado, de proveedores.





**NTT DATA  
PERÚ S.A.C.**

**CANAL INFALIBLE**  
(Categoría: Prevención y Lucha contra  
la Corrupción)

**DIVERSIDAD DIRECTIVA**  
(Categoría: Compliance con perspectiva  
de género)

**SOCIOS CONSCIENTES: UN DESAFÍO COMPARTIDO**  
(Categoría: Campañas de comunicación  
para el cambio cultural)



**NTT  
DATA**

## NTT DATA



**NTT DATA PERÚ** es una compañía que, entre sus principales actividades, realiza consultorías, estudios y desarrollos, con el fin de ejecutar proyectos vinculados con sistemas y/o tecnologías de la información.

La empresa forma parte del grupo **NTT DATA**, de matriz japonesa. En Perú, la compañía lidera el mercado nacional de tecnología de la información. En el mundo, el grupo **NTT DATA** ocupa la sexta posición entre las compañías de tecnología de la información más importantes.

El objetivo final es construir una compañía excepcional, que logre un impacto positivo en los stakeholders: trabajadores, trabajadoras, clientes, socios externos, sociedad y planeta.

### **SECTOR AL QUE PERTENECE LA EMPRESA:**

- Tecnología de la información

### **NÚMERO DE EMPLEADOS:**

- 3758 personas

## BUENA PRÁCTICA: CANAL INFALIBLE

### DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA

Para NTT DATA Perú, es importante contar con un canal de denuncias resistente a posibles presiones internas, en el que se asegure una gestión adecuada de cualquier denuncia con independencia del estatus jerárquico de la persona involucrada.

Ante el escenario de que una persona acumule suficiente poder para influir en una denuncia, NTT DATA Perú vio necesario el establecer mecanismos que garanticen la independencia, confidencialidad y eficacia del canal. Ello con el objetivo de asegurar que el canal de denuncias sea herramienta eficaz para lucha contra la corrupción y soborno dentro de la empresa.

En ese sentido, para garantizar la máxima fiabilidad del canal de denuncias, la compañía cuenta con un canal de denuncias a cargo de un agente externo a la organización, con reconocimiento en el mercado, lo cual garantiza su imparcialidad y conocimiento de la normativa aplicable. Esta medida, aplicada a nivel corporativo, fortalece la integridad y la efectividad del canal, contribuyendo así a mantener un entorno organizativo ético y transparente.



## DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA BUENA PRÁCTICA:

Con el propósito de alcanzar los objetivos planteados por NTT DATA en la gestión de su canal de denuncias, la organización cuenta con un despacho de asesores legales externo a cargo de ser el receptor inicial de las denuncias que puedan ser recibidas. Es un agente externo a la organización, el despacho es independiente, es líder en su ámbito, cuenta con especialistas en Compliance, Penal, Laboral, y más.

Cualquier usuario puede acceder al canal de denuncias a través de la página web de la compañía: <https://pe.nttdata.com>



# **BUENA PRÁCTICA:** **SOCIOS CONSCIENTES: UN DESAFÍO COMPARTIDO**

## **DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA**

En Perú es importante contar con socios de negocio que compartan objetivos, valores y principios similares que busquen reforzar la integridad y la transparencia en cada paso. En ese sentido, NTT DATA ha implementado un Programa de Formación y Comunicación en Compliance, dirigido hacia sus socios de negocio: trabajadores, trabajadoras, proveedores y clientes.

El propósito de este programa es establecer, concientizar y promover una cultura de Compliance, reforzando un entorno de confianza que capacite a los participantes para asumir responsabilidades éticas. En ese sentido, se busca que se sientan motivados a contribuir activamente a las buenas prácticas adoptadas por la compañía

## **DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA BUENA PRÁCTICA:**

Con el propósito de abordar de manera efectiva diversos aspectos clave de las relaciones con cada socio de negocio, el Programa de Formación y Comunicación de NTT DATA cuenta con los siguientes componentes:

### **A. Trabajadores y trabajadoras**

- **Curso de Entrada:**

El Curso de Entrada está dirigido para todos los nuevos ingresos a fin de compartir y dar a conocer la cultura NTT DATA. Una de las materias a ser abordadas es la de Compliance en donde se presenta el significado de este estándar, la cultura de integridad, y los órganos internos de la compañía.

- **Programa de Compliance Corporativo:**

Dentro de la Malla Formativa, NTT DATA pone a disposición de sus colaboradores y colaboradoras una lista de cursos obligatorios con la finalidad de que conozcan la empresa, sus diferentes procesos, metodologías y/o lineamientos, así como los valores éticos adoptados.

Uno de esos cursos es el Programa de Compliance Corporativo, el cual debe ser realizado dentro del año posterior de su fecha de

ingreso. No obstante, se realiza un seguimiento constante para lograr que este curso sea realizado dentro de los 3 primeros meses de iniciada la relación laboral con la compañía.

- **Charla de Compliance para trabajadores y trabajadoras:**

NTT DATA organiza sesiones informativas y charlas destinadas a los empleados y empleadas y de la organización, con el objetivo de difundir las políticas, regulaciones y estándares éticos que rigen sus actividades laborales. Además, se presentan casos prácticos donde se ilustra la aplicación concreta de estos principios en situaciones del día a día.

Esta iniciativa busca no solo informar, sino también fomentar una comprensión profunda y práctica de las normativas éticas, promoviendo así la construcción de un entorno laboral basado en la integridad.

- **Difusión interna de comunicados sobre Compliance:**

NTT DATA Perú cuenta con un plan de difusión de comunicados internos en materia de Compliance. Los colaboradores y colaboradoras reciben en su correo profesional, dos veces por mes, mensajes sobre las siguientes temáticas: respeto e igualdad, ética, rechazo a la corrupción, transparencia, la Política de regalos, conflicto de intereses, confidencialidad, tips de Compliance, entre otros.

Asimismo, se comparte la ruta de documentación a fin de que puedan conocer cómo acceder a las principales políticas relativas al modelo de prevención.

## B. Clientes

- **Portal Web sobre normas de Compliance:**

Los clientes de NTT DATA pueden acceder a las principales normas de Compliance a través de un portal público puesto a su disposición.

- **Difusión de normas de Compliance:**

Una vez al año, todos los clientes de la compañía reciben una comunicación que adjunta las principales normas de Compliance.”

- **Legal u oficial de cumplimiento.**

## C. Proveedores

- **Difusión de nuestras normas de Compliance:**

Una vez al año, todos los proveedores de la compañía reciben una comunicación donde se adjuntan las principales normas de Compliance.

- **Cursos obligatorios de Compliance para proveedores:**

Los proveedores reciben una invitación a participar en, por lo menos, una de las seis charlas sobre Compliance programadas durante todo el año.

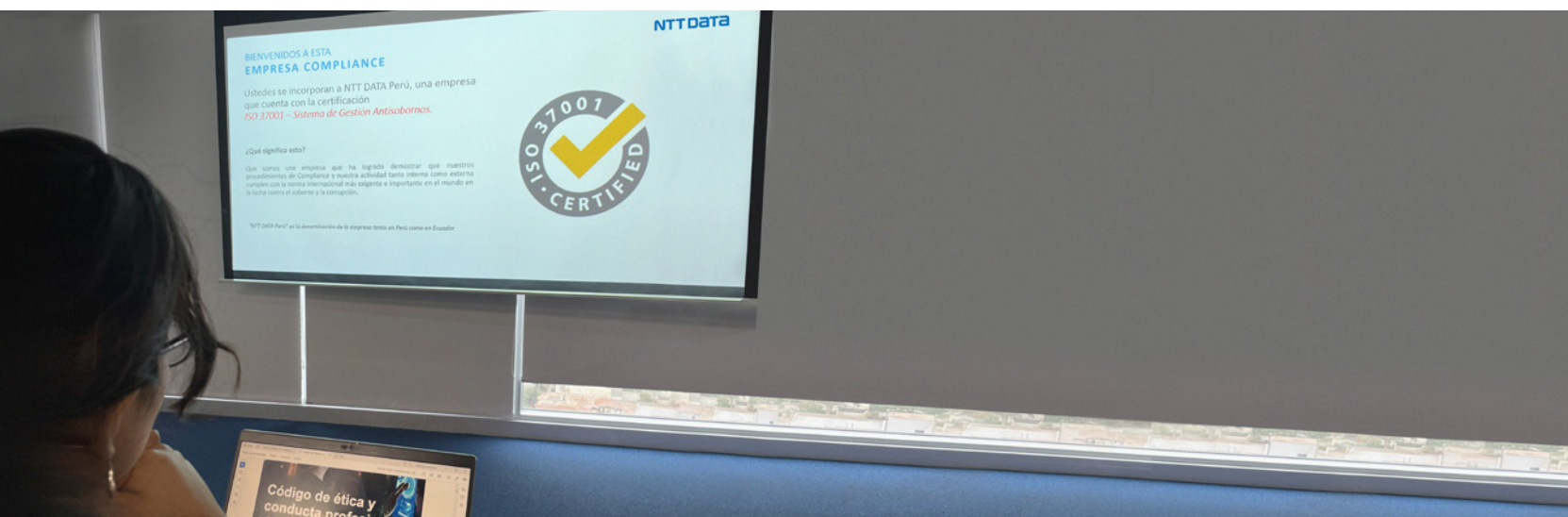
La asistencia a estas sesiones es considerada de gran importancia. La falta de participación del proveedor activará una evaluación interna que podría influir en la continuidad de su relación comercial con la compañía.

- **Declaración para la prevención del conflicto de intereses:**

Como parte del proceso de homologación de proveedores, se solicita que firmen una declaración jurada donde reconocen las principales normas de Compliance, y aceptan el deber de evitar situaciones que puedan representar un conflicto de intereses personales o profesionales.

- **Portal Web sobre normas de Compliance:**

La empresa ha implementado un portal público desde el cual los proveedores y otros socios de negocio pueden acceder a las principales normas de Compliance.



## **BUENA PRÁCTICA: DIVERSIDAD DIRECTIVA**

### **DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA**

Hoy en día persisten las desigualdades en cuanto a la participación de mujeres en puestos directivos. En un estudio reciente entre las compañías más importantes del país, se determinó que la participación de mujeres en puestos directivos alcanza solo un 13 % del total de dichas empresas. Asimismo, la mayoría de profesionales en el sector de la tecnología de la información son hombres, por lo que un estudio en este mercado podría arrojar datos aún más preocupantes.

Considerando lo anterior, y conociendo el impacto positivo del rol de la mujer en las organizaciones, NTT DATA ha considerado llevar ello a su sistema de Compliance, habiéndose planteado el objetivo de que su órgano de gobierno, el más alto dentro del programa de Compliance, se encuentre conformado tanto por hombres como mujeres en equivalencia.



## DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA BUENA PRÁCTICA:

La implementación de Comités de Compliance con una representación equitativa de hombres y mujeres busca asegurar políticas y decisiones más justas y neutrales. En ese sentido, esta medida enriquece la diversidad de perspectivas y experiencias en la toma de decisiones además que fortalece la capacidad de la organización para abordar desafíos de manera más completa y eficaz. De otro lado, se demuestra el compromiso continuo de la compañía con la promoción de un entorno laboral inclusivo, donde la igualdad de oportunidades y la diversidad son valores fundamentales.

Desde la introducción del programa de Compliance local en 2019, la empresa ha logrado establecer sus Comités de Compliance de acuerdo con la norma ISO:37001, asegurando una representación equitativa de género. Hoy su certificación se encuentra vigente hasta el año 2026



---

# **ROCHE FARMA PERÚ S.A. Y PRODUCTOS ROCHE Q.F. S.A.**

---

**COMPLIANCE, TU PARTNER  
EN EL NEGOCIO**

**(Categoría: Campañas de comunicación  
para el cambio cultural)**

The Roche logo is a blue hexagon with the word "Roche" written in a bold, blue, sans-serif font inside it. The logo is positioned in the lower right quadrant of the page, partially overlapping the bottom edge of the text area.

**Roche**



**Roche es la mayor empresa biotecnológica del mundo y cuenta con medicamentos auténticamente diferenciados en las áreas de oncología, inmunología y enfermedades infecciosas, oftalmología y neurociencias. También, es líder mundial en diagnóstico in vitro y diagnóstico del cáncer, y está a la vanguardia en el control de diabetes.**

**Su objetivo como empresa líder en el campo de la salud consiste en crear, producir y comercializar soluciones innovadoras de alta calidad para satisfacer necesidades médicas no cubiertas. Las actividades de la compañía están presididas por la responsabilidad y la ética, en el compromiso con un desarrollo sostenible y respetuoso con las necesidades de las personas, la sociedad y el medio ambiente.**

## **SECTOR AL QUE PERTENECE LA EMPRESA:**

- Farmacéutica

## **NÚMERO DE EMPLEADOS:**

- 91 personas en Roche Farma
- 96 personas en Productos Roche

# BUENA PRÁCTICA: COMPLIANCE, TU PARTNER EN EL NEGOCIO”

## DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA

En los últimos años, el Perú ha sobrellevado diferentes crisis, tanto en el ámbito político, económico, social y de salud, teniendo el país altos índices de percepción en corrupción. En consecuencia, los colaboradores y colaboradoras de Roche están altamente alertas de exigir que se cumpla toda política de integridad corporativa en todos los frentes del negocio.

A pesar de que esta problemática se desarrolla constantemente, Roche está convencido de que la interacción activa y responsable con los interlocutores del sector público y privado es un aspecto fundamental de la buena gobernanza. Es así que, la compañía tiene el compromiso de participar en un diálogo constructivo, transparente y responsable con las autoridades, los funcionarios y las funcionarias, facilitando e intercambiando información de manera coherente y honesta. Además, Roche cuenta con lineamientos y directrices con altos estándares de cumplimiento, que brindan claridad al actuar y responder ante situaciones de riesgo.

Cada colaborador o colaboradora de Roche, contribuye a la integridad de la compañía con su conducta personal, lo cual significa, ante todo, el cumplimiento de las leyes y reglamentos aplicables, así como los criterios exigentes de integridad establecidos, lo cual es imprescindible para lograr un impacto sostenible que beneficie al sistema de salud peruano y a los pacientes. Más aún, al operar a escala internacional, todo comportamiento tiene repercusiones para la compañía en todo el mundo, y por ello, se brindan las herramientas necesarias para establecer valores como la ética, integridad y transparencia.

## DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA BUENA PRÁCTICA:

Roche busca que todos los colaboradores y colaboradoras cuenten con las competencias y conocimientos necesarios para cumplir con éxito las funciones de su cargo, alineados a los objetivos de la compañía. Por esta razón, surge la iniciativa: “Compliance, tu partner en el negocio”. Se realizan las siguiente actividades:

- Monitoreos de los principales procesos:**  
Se efectúa la revisión de cumplimiento de nuestras interacciones, basados en la identificación de oportunidades de mejora de la empresa. El objetivo es minimizar los riesgos que resulten de los hallazgos a través de un constante seguimiento y entrenamiento al colaborador o colaboradora.
- Relacionamiento con Stakeholders:**  
Para mantener su licencia para operar y siguiendo el código de conducta establecido por

la empresa, existen parámetros para que su personal tenga en cuenta cómo debe llevar a cabo un buen relacionamiento con altos estándares de integridad y ética en su día a día. Se realizan capacitaciones específicas, con casos prácticos y problemáticas que ellos identifiquen, en base a las necesidades y las funciones de cada colaborador y colaboradora. Por otro lado, en vista de que los business partners, distribuidores, actúan en representación de Roche, se brinda como mínimo una capacitación al año. En ella, forman parte las diferentes áreas de la compañía como Calidad, Regulatorio y Seguridad. Además, se cuenta con cláusulas robustas en los contratos para regular la relación comercial que se tiene con estos.

- **Speak up:**  
Canal de denuncias que tiene como finalidad que cada colaborador y colaboradora pueda realizar una denuncia sobre alguna práctica de no cumplimiento del Código de Conducta o la legislación local, salvaguardando la privacidad y cuidando la reputación de la compañía.
- **Directiva Symphony:**  
Proporciona orientación sobre la importancia de los roles y responsabilidades de las funciones comerciales y médicas, lo que garantiza que los stakeholders comprendan el propósito de su interacción con un colaborador o colaboradora de Roche.
- **SPLAFT:**  
Procesos estructurados que sirven para monitorear bienes e insumos fiscalizados por la normativa peruana y que permite que dichos bienes no sean utilizados en actividades ilícitas.
- **Profección de Datos Personales:**  
La empresa cumple con la normativa GDPR (General Data Protection Regulation) y la legislación peruana, teniendo como pilar salvaguardar la privacidad y seguridad del manejo de los datos a los que se tiene acceso, cumpliendo con la inscripción de los Registros de base de datos y sus responsables.
- **Legal & Compliance Academy:**  
Programa anual de capacitaciones a los colaboradores y colaboradoras sobre distintos temas de ética e integridad en los negocios.
- **Gsite de Legal & Compliance:**  
Página web interna en donde se almacena los principales procedimientos que lleva a cabo el área.

En Roche, cada día se mantiene y renueva el compromiso de contribuir positivamente con el desarrollo de las comunidades donde se opera, y, para lograrlo, la sostenibilidad es base en la estrategia integral de la compañía.



---

# SIEMENS ENERGY S.A.C.

---

TRANSFORMANDO CON VALORES:  
NUESTRO EQUIPO, NUESTRA  
ENERGÍA ÉTICA

(Categoría: Campañas de comunicación  
para el cambio cultural)



SIEMENS  
ENERGY

## SIEMENS ENERGY



**Siemens Energy ofrece productos, soluciones y servicios en toda la cadena de valor de la energía. Su misión es empoderar a sus clientes para satisfacer la creciente demanda mundial de energía, mientras hacen la transición a un mundo más sostenible.**

**Sus tecnologías innovadoras, su amplia experiencia en energía y una estrategia ambiciosa para descarbonizar los sistemas energéticos globales, son fundamentales para los esfuerzos que realizan por ser el socio e impulsor de la transición energética. Las principales áreas de enfoque en ESG, innovación y transformación, comparten el objetivo que tienen sobre el futuro del mañana: que sea diferente al de hoy, tanto para sus socios como para su gente.**

### **SECTOR AL QUE PERTENECE LA EMPRESA:**

- Energía

### **NÚMERO DE EMPLEADOS:**

- 202 personas

## **BUENA PRÁCTICA: TRANSFORMANDO CON VALORES: NUESTRO EQUIPO, NUESTRA ENERGÍA ÉTICA**

### **DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA**

Según un reciente estudio a nivel regional, se evidenció que la ética es la principal característica que debe tener un profesional. Sin embargo, las empresas del rubro energético enfrentan desafíos relacionados con la falta de transparencia, ética y valores sólidos en su cultura organizacional. Esto ha llevado a problemas como la desconfianza interna y externa, decisiones poco éticas, falta de compromiso social y una percepción negativa por parte de los clientes y la comunidad.

En respuesta a estos desafíos, la empresa ha implementado la presente campaña de comunicación. Reconociendo que el recurso humano es el mejor canal y herramienta para comunicar los resultados del sistema de Compliance, Siemens Energy busca contar con personas que se conviertan en voceros de las iniciativas de los Programas de Compliance, tanto dentro como fuera de la organización. La campaña busca generar una cultura organizacional que priorice la transparencia, ética y valores, impulsando la participación activa de los empleados y empleadas como embajadores(as) de Compliance.

### **DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA BUENA PRÁCTICA:**

En respuesta a la creciente demanda de transparencia y ética en el sector energético, Siemens Energy ha implementado la campaña de comunicación "Transformando con Valores: Nuestro Equipo, Nuestra Energía Ética". Conscientes del papel clave que desempeñan los empleados y las empleadas de distintas áreas de la empresa en la promoción de una cultura organizacional ética, se ha creado un enfoque único que destaca el papel de los embajadores de Compliance para liderar el cambio y ser portavoces internos y externos de las iniciativas de responsabilidad empresarial.

La decisión de desarrollar esta campaña se fundamenta, entre otros, en los resultados de un estudio llevado a cabo por ISIL, que reveló que 75 % de la población centennial peruana considera que la ética es la principal característica que debe tener un profesional. Esto confirmó que la ética se ha convertido en un valor esencial para las generaciones más jóvenes y todo consumidor actual.

Un embajador o embajadora de Compliance desempeña un papel fundamental en esta campaña, ya que ha pasado por un proceso de selección entre los colaboradores y colaboradoras más comprometidos(as) con la ética empresarial y con un profundo conocimiento de los Programas de Compliance. Han sido capacitados y capacitadas no solo en aspectos técnicos de Compliance, sino también en habilidades de comunicación y liderazgo para convertirse en modelos a seguir y comunicadores efectivos.

La campaña se ha enfocado en fortalecer la transparencia y ética en todas las áreas de la empresa. Para lograrlo, se han implementado prácticas y políticas que aseguren que cada decisión y acción esté alineada con los valores fundamentales de la empresa. Además, los embajadores y embajadoras de Compliance han sido capacitados y capacitadas en técnicas de comunicación efectiva para transmitir estos valores y principios éticos a sus compañeros de trabajo,

generando un efecto multiplicador en sus áreas de acción y en consecuencia, de la organización.

Para promover la transparencia, se adoptó un enfoque de "comunicar con hechos". Compartir abiertamente las iniciativas éticas y acciones de responsabilidad social con los empleados y empleadas, y con stakeholders externos, mostró un impacto positivo de prácticas éticas, logrando reforzar el sentido de pertenencia y orgullo de los colaboradores y colaboradoras hacia la empresa. Además, se genera una mayor confianza en toda relación comercial.

Asimismo, la sostenibilidad es un pilar clave de la estrategia empresarial de Siemens Energy. La implementación de la campaña ha demostrado ser financieramente sostenible debido a los beneficios obtenidos en términos de fidelización de clientes y atracción de nuevos clientes que valoran mucho la ética y la responsabilidad empresarial como parte de su estrategia y cultura organizacional.

Desde una perspectiva política, la empresa se ha convertido en un referente en el sector energético gracias a su enfoque innovador en materia de ética y transparencia. Su compromiso con el buen gobierno corporativo ha sido reconocido por diferentes actores clave, como entidades gubernamentales y organizaciones no gubernamentales, que han destacado una gran labor en el cumplimiento de los más altos estándares éticos y de sustentabilidad.

Es importante mencionar que la Buena Práctica implementada tiene un alto potencial de replicabilidad en otras empresas del sector energético y en distintos sectores empresariales.

La clave para su éxito radica en el compromiso y liderazgo de la alta dirección, así como en la

formación efectiva de embajadores de Compliance. Además, es esencial contar con una estrategia de comunicación integral que involucre a todos los niveles de la organización.

Una posible barrera para la replicabilidad podría ser la resistencia interna al cambio cultural y la falta de recursos para llevar a cabo programas de capacitación, y comunicación. Sin embargo, al contar con un sólido "tone from the top", es decir, un claro compromiso y apoyo desde la alta dirección de la empresa hacia la promoción de una cultura ética y transparente, se puede superar dicha resistencia. El liderazgo, comprometido con la ética, inspirará a los empleados y a las empleadas a abrazar el cambio cultural y a asignar los recursos necesarios para la capacitación y comunicación efectiva. A pesar de los costos iniciales, los beneficios a largo plazo, como la mejora de la imagen corporativa y la sostenibilidad financiera, justifican plenamente la inversión en la construcción de una cultura organizacional basada en la ética y los valores sólidos.

La implementación de la campaña "Transformando con Valores: Nuestro Equipo, Nuestra Energía Ética", ha sido un paso significativo hacia la construcción de una cultura organizacional basada en la transparencia, ética y valores sólidos. Los embajadores y las embajadoras de Compliance han demostrado ser líderes inspiradores/as y efectivos/as comunicadores, lo que ha contribuido a mejorar la reputación y posición en el mercado.

Como empresa, se destaca el compromiso a seguir trabajando hacia un futuro transparente, ético y responsable para beneficio de todos los stakeholders, creyendo firmemente que Compliance es responsabilidad de todos y todas.





# TALMA SERVICIOS AEROPORTUARIOS S.A.

COMUNIDAD DE MUJERES  
PARA MUJERES  
(Categoría: Campañas de comunicación  
para el cambio cultural)

PROMOVIENDO AL EMPRENDEDOR  
(Categoría: Prevención y Lucha contra  
la Corrupción)

## TALMA SERVICIOS AEROPORTUARIOS S.A.



Talma, empresa líder en servicios aeroportuarios y perteneciente al Grupo Sandoval, cuenta con más de 32 años de experiencia y trayectoria en el sector, brindando servicios de Rampa, Carga, Mantenimiento a Aeronaves, Pasajeros y FBO.

A través de sus servicios aeroportuarios, ofrece soluciones integrales que destacan la seguridad, la rapidez y la eficiencia en cada una de sus operaciones, manteniendo estándares de clase mundial que garantizan la calidad y el cumplimiento requerido tanto para sus clientes como para sus colaboradores, colaboradoras y partes interesadas.

La visión de la Compañía ha permitido su crecimiento no solo a nivel local, sino también en Latinoamérica. Actualmente, tiene presencia en cuatro países de la región: Perú, Ecuador, Colombia y México, operando en un total de 50 estaciones.

Su estrategia se basa en la innovación, diversificación y expansión, impulsada por la mejora continua y reconocida por sus clientes a nivel internacional, quienes inspiran día a día a la organización a potenciar sus servicios.

### SECTOR AL QUE PERTENECE LA EMPRESA:

- Aeroportuario

### NÚMERO DE EMPLEADOS:

- 5,000 personas a nivel Perú, más de 11,000 a nivel Latinoamérica.

## **BUENA PRÁCTICA: COMUNIDAD DE MUJERES PARA MUJERES**

### **DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA**

La región donde opera Talma tiene permeada una cultura de no potenciar el valor de la mujer; desde diferentes perspectivas, esta cultura genera un gran reto de transformación para los países de la región, considerando que los indicadores de violencia de género, patrones de desigualdad y actos discriminatorios continúan siendo elevados, a pesar de las medidas legales que se han implementado en los últimos años.

Según entrevistas y conocimiento del sector, muchas mujeres no se sienten empoderadas ni seguras para alzar su voz, lo que limita su potencial de desarrollo en aspectos claves como la educación, el trabajo, la inclusión y el respeto sexual, entre otros. Por tanto, se considera vital fortalecer la cultura de respeto y valoración hacia la mujer mediante una plataforma de acompañamiento. En ese sentido, se crea la Comunidad "De Mujeres para Mujeres", que en una primera etapa se ha enfocado en trabajar un problema de fondo: el hostigamiento sexual.

A través de esta Comunidad, se crea una red de confianza, donde mujeres de los cuatro países donde Talma opera se unen, por medio de una estructura definida, para desplegar una serie de iniciativas que permitan que sea conocida, accesible, brinde conocimiento y soporte, y escuche a toda mujer de la organización.

En consonancia con el cambio cultural, el hostigamiento sexual, así como muchos otros temas que limitan la valorización de la mujer, es responsabilidad no solo de las mujeres, sino también de los hombres (no es de ningún género en específico). La iniciativa ha sido pensada para incluir a la población masculina con el fin de escuchar, transmitir y eliminar ciertos sesgos o mitos ocultos sobre comportamientos o pensamientos masculinos en relación con la mujer. Esto es un elemento clave para generar e influir en un cambio cultural que elimine la normalización de comportamientos abusivos en materia sexual, y promueva la equidad en los derechos, el reconocimiento y el respeto mutuo.

### **DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA BUENA PRÁCTICA:**

La Comunidad De Mujeres para Mujeres, busca contribuir a una sociedad más justa, equitativa, con igualdad de oportunidades y sin rasgos de explotación o maltrato por estereotipos sexuales y/o sexistas. Actualmente, es autosostenible, ya que es dirigida y gestionada por mujeres de Talma

que, además de sus laborales profesionales y personales, invierten su tiempo en el despliegue de las diferentes iniciativas que se desarrollan como parte del Plan Estratégico de la Comunidad. También, cuenta con una red de influenciadores hombres, quienes han demostrado compromiso, interés de ser voceros de la comunidad y han cumplido con determinadas competencias para ser parte de la red de influenciadores.

Estos varones son voceros del propósito de la Comunidad para la población masculina, por lo que lideran una iniciativa particular: desarrollan conversatorios dirigidos solo a hombres, donde se tocan temas de hostigamientos sexual y se desarrolla la reflexión sobre determinados mitos o creencias que el género masculino ha normalizado con relación a la mujer.

La Comunidad cuenta con un Comité Ejecutivo, conformado por representantes de cada país, y quienes por un periodo de 2 años son responsables de direccionar y ejecutar el Plan Estratégico, alineándolo al propósito de la Comunidad.

Para un mejor despliegue de comunicación y compromisos, la Comunidad se organiza a nivel de células de trabajo. Cada célula cuenta con una líder y un número de integrantes adecuado, quienes llevan a cabo el despliegue de diversos proyectos.

La Comunidad trabaja de manera colaborativa al interno de la compañía, y busca el compromiso de cada uno de sus miembros. Aún hay mucho camino por recorrer, por lo que se busca sentar bases sólidas al interior de la compañía y de la Comunidad, para luego explorar otros aspectos, como replicar una estrategia colaborativa con

partes interesadas más relevantes, como son clientes, proveedores y concesionarios con quienes trabaja, y unir lazos de largo aliento, ya que se considera importante trabajar en conjunto para cocrear un sector aeroportuario más inclusivo.

El sector aeroportuario es muy masculinizado, así como lo son algunos sectores como construcción, minería u otros, por lo que son espacios donde el rol de la mujer puede verse particularmente afectado de diferentes frentes, y es donde se necesitan más espacios de libertad de expresión, empoderamiento y escucha efectiva. En ese sentido, se cree que esta iniciativa, que hoy ya es una realidad para Talma, puede ser replicada en organizaciones con necesidades similares.

Uno de los principales retos de la Comunidad y de este tipo de iniciativas, es que el liderazgo de la alta gerencia y las prácticas de gobierno de algunas organizaciones se alineen a su propósito y no se constituyan como un obstáculo cuando se identifican este tipo de iniciativas como "moda" y no como un "factor clave para la sostenibilidad de las empresas".



## **BUENA PRÁCTICA: PROMOVIENDO AL EMPRENDEDOR**

### **DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA**

El mercado actual es muy competitivo, y las grandes empresas cada vez son más exigentes con su cadena de valor. Sin embargo, los emprendedores, las emprendedoras, y las pequeñas empresas, carecen de los recursos necesarios para invertir en un modelo robusto de Buenas Prácticas que los haga atractivos y competitivos en este exigente mercado.

Por este motivo, la iniciativa “Promoviendo al Emprendedor”, busca proporcionarles herramientas que les permitan mejorar su posicionamiento en el mercado ofreciendo propuestas de mayor valor. Para ello, se han trabajado en tres aristas clave:

- **Integridad:** Programa “Intégrate con Integridad”, busca ayudar a los emprendedores y las emprendedoras para adquirir conocimientos sobre una cultura de integridad, programas de cumplimiento y procesos de certificación. De esta manera, logran obtener todo lo necesario para implementar un programa de cumplimiento, y se promueve la colaboración con proveedores que comparten una sólida cultura de integridad y cuentan con herramientas para hacer frente a la lucha contra la corrupción, contribuyendo así a la búsqueda de una comunidad empresarial más honesta. Al término de este programa se premia a los proveedores con mayor desempeño dentro del programa, cubriendo el 100% del costo de la certificación de su programa de cumplimiento o programa anticorrupción que hayan implementado.
- **Conocimientos:** Programa de actualización de conocimientos dirigido a pequeños emprendedores y emprendedoras que trabajan en la cadena logística de Talma. Este programa, libre de costos, aborda temas de interés según las necesidades identificadas a través de una encuesta anual realizada a los mismos proveedores.
- **Reconocimiento:** Programa de “Directorio de proveedores MYPES”, tiene como objetivo contribuir al desarrollo de la sociedad y el país, apoyando a las comunidades y a la empresa privada con iniciativas que promuevan su crecimiento y sostenibilidad. En ese sentido, se ha desarrollado un Directorio de Proveedores MYPES, que busca ser una plataforma que permita referenciar en el mercado a los proveedores que hayan mostrado altos estándares de cumplimiento, calidad y orientación al servicio durante la relación contractual con Talma.

### **DESCRIPCIÓN DETALLADA DE LA BUENA PRÁCTICA:**

#### **A. Intégrate con Integridad**

Las estrategias propuestas, tiene como objetivo contribuir a una sociedad de confianza en donde se desarrollen negocios con ética e integridad. Se busca que las empresas, especialmente las MIPYMES, logren sus objetivos en el marco de un Modelo de Prevención, con herramientas bajo

estándares éticos que mitiguen riesgos de corrupción y soborno que puedan afectar su buen funcionamiento y crecimiento.

Además, la iniciativa con las tres aristas clave permite que los emprendedores y emprendedoras sigan desarrollando sus negocios y progresando

con estándares de servicio destacados y reconocidos, haciéndose más competitivos ante las grandes empresas sin dejar de lado la integridad, que es clave para el sostenimiento de un negocio.

El programa “Intégrate con Integridad” ha sido desarrollado con recursos propios, compartiendo experiencia en la implementación de programas de cumplimiento anticorrupción, con equipos que trabajan en el día a día en el sostenimiento del mismo. Este programa consistió en:

- Desarrollo del material de capacitación acorde a las Buenas Prácticas, como la ISO 37001, así como los requerimientos de la Ley 30424 y su reglamento.
- Talleres de trabajo con las empresas inscritas al programa.
- Sistema de evaluación continua de los proveedores.
- Programa de auditorías internas para estos proveedores.
- Programa de retroalimentación para cierre de brechas.
- Premiación del programa.

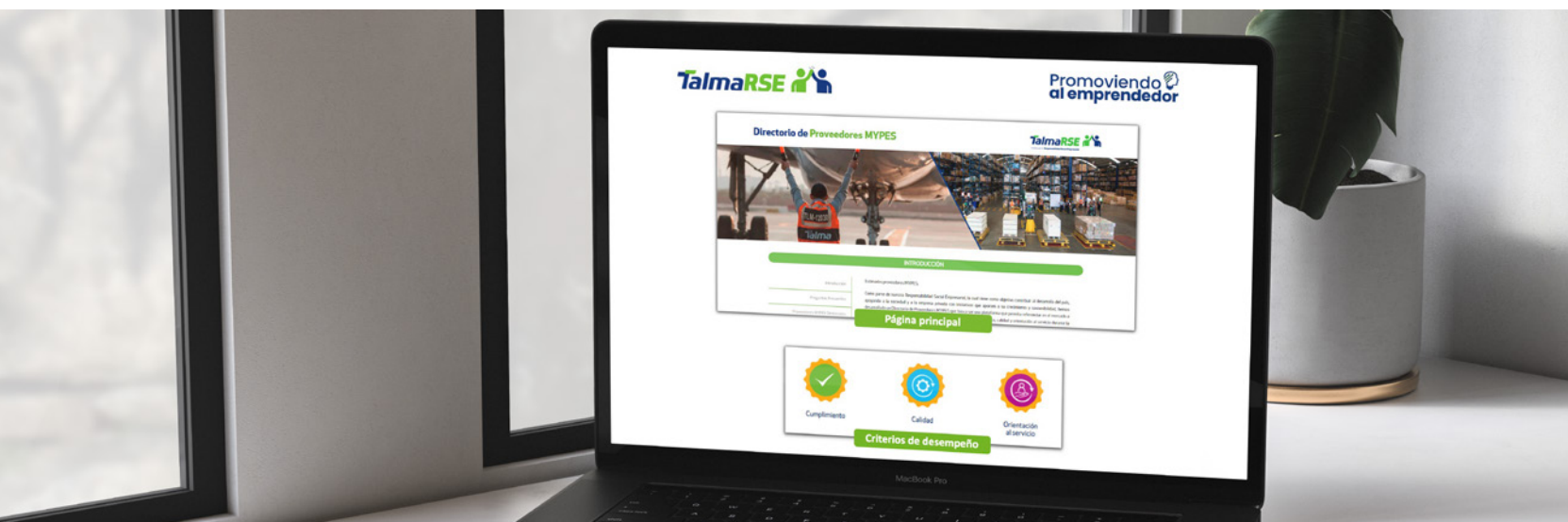
Este tipo de iniciativas deben replicarse en otras empresas, ya que el programa busca influenciar a otros para generar una red más amplia de soporte para estos emprendedores y emprendedoras y así, juntos y juntas, construyamos un mercado donde las reglas de juego estén claras, sean justas para

todos y todas, donde predomine la transparencia y haya cada vez más empresarios y empresarias sumados a la lucha contra la corrupción. Si bien este programa nació en Talma, se han ido sumando a otras empresas del Grupo Sandoval, como Aeropuertos del Perú (AdP). Por su parte, Empresarios por la Integridad (EXI) ha sido un gran aliado en la consecución de estos objetivos, siendo responsables de evaluar a los proveedores y otorgándoles la certificación “Empresa Antisoborno” cuando estas hayan culminado y evidenciado contar con un programa de esta naturaleza. Los costos asociados a la obtención de la certificación son asumidos al 100% por Talma como incentivo a seguir construyendo y trabajando por mejores prácticas anticorrupción.

Cada uno de estos proveedores es consciente que la ética es un pilar fundamental para el crecimiento y sostenibilidad de sus organizaciones, por lo que tienen el compromiso de mantener dicho sistema e ir trabajando en el fortalecimiento del mismo. En el 2024, se está emitiendo la segunda versión del programa, incorporando las oportunidades de mejora identificadas en la primera edición y darle a los proveedores herramientas más prácticas en su implementación.

## **B. Programa de actualización de conocimientos para MYPYMES**

Estos empresarios y empresarias necesitan más apoyo para poder enfrentar a este mercado, por lo que existen otras áreas de enfoque, como la del conocimiento, que se desarrolla a través de conversatorios sobre casos de éxito, actualizaciones en materia tributaria y laboral, ética e integridad, e-commerce, entre otros temas de interés. Estos están a cargo de especialistas de



Talma y de empresas y/o personas líderes en estos temas. Si bien estos conversatorios, hoy por hoy, se abren hacia los proveedores de Talma, también se publica en las redes sociales oficiales de la organización, a fin de que toda empresa, emprendedor o emprendedora que tenga interés, pueda participar.

### **C. Directorio de proveedores MYPES**

Asimismo, dichos empresarios y empresarias necesitan reconocimiento, por lo que Talma realiza una evaluación anual de sus proveedores y se enfoca en MYPES a fin de que estas sean reconocidas por su buen desempeño, o, caso contrario, se le comunique sus oportunidades de mejora. El reconocimiento de la MYPES se difunde a través de las redes sociales de Talma a los proveedores de desempeño sobresaliente, que también se publica en una sección especial del Directorio MYPES de la página web de Talma. Por su parte, a los proveedores que, aunque no hayan mostrado un rendimiento destacado pero que sí cumplieron con los altos estándares solicitados por Talma, se les da la oportunidad de participar en el Directorio MYPES de Talma según el servicio que brindan.

El Directorio MYPES de Talma busca ser una plataforma que permita referenciar en el mercado a los proveedores que hayan mostrado altos estándares de cumplimiento, calidad y orientación al servicio durante la relación contractual con la Compañía, contribuyendo así al impulso que las MYPES de nuestro país necesitan, ya que son un elemento clave para la generación de empleo y crecimiento económico.

Estas iniciativas son autosostenibles y son desarrolladas y gestionadas por colaboradores y colaboradoras de la Compañía, que aportan sus conocimientos profesionales e invierten tiempo en el despliegue de las diferentes actividades. Se busca invitar a que más miembros del equipo de las diversas áreas se integren a las iniciativas para afianzar la cultura de responsabilidad social empresarial de Talma. Además, se busca que otras empresas del grupo o empresas del sector se sumen a ser parte de una plataforma que agregue valor al pequeño emprendedor.



## ALLIANCE FOR INTEGRITY

 [www.allianceforintegrity.org](http://www.allianceforintegrity.org)

 @afin\_giz

 @Afin.Giz

 Alliance for Integrity





**DICIEMBRE, 2023**