

INNOVANDO EN INTEGRIDAD EMPRESARIAL EN COLOMBIA

2ª EDICIÓN DE BUENAS PRÁCTICAS EN ANTICORRUPCIÓN



Pacto Global
Red Colombia



Alliance for
Integrity



UNODC

Oficina de las Naciones Unidas
contra la Droga y el Delito

ÍNDICE

ALLIANCE FOR INTEGRITY

Susanne Friedrich, Directora
Marco Pérez, Network Manager Región Andina
Kevin Pöll, Punto Focal Región Andina

PACTO GLOBAL RED COLOMBIA

Mauricio López, Director Ejecutivo
Carolina Hernández, Coordinadora de Derechos Humanos y Anticorrupción

UNODC REGIÓN ANDINA Y CONO SUR

Candice Welsch, Directora Regional
Fabián Orlando Espejo Fandiño, Coordinador Temático Senior Anticorrupción, PROJUST
Daniel José Serrano-Zúñiga, Líder Fortalecimiento Institucional Anticorrupción, PROJUST
Sebastián Pérez Mora, Profesional Especializado Anticorrupción Sector Privado, PROJUST

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN:

Pam Parra Graphic Design

AGRADECIMIENTOS

Para las organizaciones comprometidas con el combate a la corrupción y la promoción de la integridad empresarial que postularon y compartieron sus buenas prácticas anticorrupción para esta segunda edición de la publicación de Buenas Prácticas Anticorrupción "Innovando en Integridad Empresarial en Colombia".

Finalmente, a los jurados internacionales que apoyaron esta publicación a través de la evaluación y calificación de las buenas prácticas a la luz de sus conocimientos y experticia en materia de prevención y lucha contra la corrupción en el sector empresarial, los cuales permitieron establecer una perspectiva regional y objetiva de las diferentes iniciativas.

El jurado fue conformado por:

Albert Salvador Lafuente, Secretario General Internacional en World Compliance Association
Andrés Hernández, Director Ejecutivo en Transparencia por Colombia
Dora García, Regional Integrity Officer LATAM en SNC Lavalin
Gretta Fenner, Managing Director; y equipo de Acción Colectiva del Basel Institute on Governance
Jorge Bermúdez, Contralor en la Contraloría General de la República de Chile
Leonor Quiroz, Presidenta de la Comisión Nacional de Ética e Integridad en COPARMEX

PALABRAS DE INTRODUCCIÓN	2
INTRODUCCIÓN A LA PUBLICACIÓN	8
METODOLOGÍA	10
BUENAS PRÁCTICAS	
APLICACIÓN DEL PROGRAMA ANTICORRUPCIÓN A LOS SOCIOS COMERCIALES	
Siemens Energy S.A.S	14
Telefónica Movistar	20
COMUNICACIÓN Y CAPACITACIÓN SOBRE POLÍTICAS Y PROCEDIMIENTOS ANTICORRUPCIÓN DE LA EMPRESA	
Oleoducto Central S.A.S	28
Enel Colombia S.A	34
PROMOCIÓN Y ESTÍMULO DE LA ÉTICA Y EL CUMPLIMIENTO	
Frontera Energy	40
XM S.A E.S.P.	46
MEDICIÓN DE IMPACTO DE PROGRAMAS ANTICORRUPCIÓN EMPRESARIAL	
Empresas Públicas de Medellín ESP	54
Transportadore de Gas Internacional S.A ESP	60
ADAPTACIÓN / INNOVACIÓN DEL PROGRAMA ANTICORRUPCIÓN FRENTE A RETOS DERIVADOS DE LA PANDEMIA	
Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogotá	68
EQUIDAD DE GÉNERO EN LA PRÁCTICA DE INTEGRIDAD EMPRESARIAL	
Oleoducto de los Llanos Orientales S.A	76

PACTO GLOBAL RED COLOMBIA

Pacto Global tiene un compromiso real con la lucha contra la corrupción, desde el año 2004 el décimo principio contra la corrupción compromete a los participantes del Pacto Mundial de las Naciones Unidas no solo a evitar el soborno, la extorsión y otras formas de corrupción, sino también a desarrollar de manera proactiva políticas y programas concretos para abordar la corrupción internamente y dentro de sus cadenas de suministro. Las empresas también tienen el desafío de trabajar colectivamente y unirse a la sociedad civil, las Naciones Unidas y los gobiernos para lograr una economía global más transparente.

El principio décimo se vincula directamente con el ODS 16 el cual se enfoca en Paz, Justicia e Instituciones Sólidas. Algunas metas de este Objetivo hacen referencia a la lucha contra la corrupción y la creación de instituciones eficaces y transparentes.

Por lo anterior, la integridad, la ética y la anticorrupción son temas vitales para lograr alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible. No será posible lograr ninguno de ellos si se continúa con prácticas que distorsionan la toma de decisiones y las prioridades dentro del Desarrollo Sostenible. Los efectos de la corrupción son devastadores sobre el crecimiento económico y el desarrollo social, especialmente de las comunidades más pobres.

Razón está que desde Pacto Global Red Colombia trabajamos para difundir, sensibilizar, promover y visibilizar los estándares y buenas prácticas en temas de Ética, Integridad y Anticorrupción en las organizaciones y motivar a cada vez más organizaciones de todos los tamaños y todos los sectores integren el Principio 10 en todas sus actividades y operaciones.

Es así como desde el año 2019, desarrollamos varios proyectos como la Mesa de Trabajo Anticorrupción, la cual es liderada por Pacto Global Red Colombia y Alliance for Integrity. Un espacio multiactor para generar conocimiento y compartir buenas prácticas. En este mismo año, surgió la Red de Oficiales de Cumplimiento desarrollada por Pacto Global Red Colombia y UNODC Colombia. En esta Red, participan más de 90 oficiales de cumplimiento de las empresas más grandes del país en el cual se forma un relacionamiento entre pares para fomentar el aprendizaje en diferentes temas de transparencia.

La sinergia entre Pacto Global Red Colombia, Alliance for Integrity y UNODC Colombia, es un claro ejemplo de cómo las alianzas son el motor de una sociedad sostenible y cómo en la próxima década debemos continuar con el trabajo en conjunto.

Es por esto por lo que celebramos que 10 empresas puedan materializar en esta publicación esas buenas prácticas como factor diferencial en el accionar de la lucha contra la corrupción y cómo esto ha beneficiado a su negocio y entorno, convirtiéndose en referente en estos temas.

Con esta publicación queremos demostrar por segunda vez el esfuerzo del sector privado en la lucha de este flagelo y continuar fomentando el intercambio de experiencias positivas en materia de integridad y lucha contra la corrupción, fortaleciendo así la postura colectiva de promover y privilegiar altos estándares de integridad empresarial dando especial atención en esta oportunidad a la innovación.

En esta publicación encontrará 10 casos de éxito que versan sobre i) Aplicación del programa anticorrupción a los socios comerciales; ii) Comunicación y capacitación sobre políticas y procedimientos anticorrupción de la empresa; iii) Promoción y estímulo de la ética y el cumplimiento; iv) Evaluación de riesgos; v) Tipos especiales de gastos; vi) Medición de programas anticorrupción empresarial; vii) Adaptación / innovación del programa anticorrupción frente a retos de la pandemia y viii) Equidad de género en la práctica de integridad empresarial.



Mauricio López González
Director Ejecutivo
Pacto Global Red Colombia

ALLIANCE FOR INTEGRITY

Hoy estamos en un momento de crisis permanente y nos tenemos que preguntar cómo realizamos las transformaciones necesarias para garantizar nuestra sobrevivencia. Ante escenarios cambiantes y poco predecibles, es imprescindible saber responder a los nuevos retos con soluciones igualmente adaptables e innovadoras.

Las empresas a nivel global enfrentan una serie de desafíos: la polarización del mundo y la reorganización de las cadenas de suministro, el futuro de las estructuras y espacios de trabajo, la acelerada transformación digital, la respuesta ante nuevas legislaciones por parte de un sector público también en transformación, la necesidad de generar y mantener credibilidad y confianza en clientes, inversionistas y gobiernos y, por supuesto, el impacto que tiene la actividad empresarial en la vida de las personas ante un escenario donde los efectos del cambio climático son cada vez más drásticos.

En estos años, más que nunca, se hizo evidente la necesidad de no olvidar los objetivos de largo plazo, optando por estrategias que creen resiliencia y sostenibilidad en las empresas. En Alliance for Integrity creemos firmemente que los principios éticos y la integridad empresarial, vistas desde una perspectiva innovadora y transversal a todas las actividades de las compañías, son fundamentales para crear empresas resilientes y sostenibles.

Las actividades que día a día desarrollamos en Colombia junto a nuestro partner de implementación, la Red Colombiana del Pacto Global, han dejado claro que la acción colectiva es primordial en el fortalecimiento de las medidas de integridad y compliance y que las empresas de todo tamaño son pieza clave para el éxito de estas acciones colectivas multisectorial.

Es por esto que, a través de esta 2da edición de la Publicación de Buenas Prácticas en Anticorrupción en Colombia, que creamos y desarrollamos junto al Pacto Global de las Naciones Unidas y a la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (UNODC), queremos continuar ofreciendo servicios innovadores de acción colectiva a nuestra red global y seguir fortaleciendo las capacidades de nuestros socios para promover la integridad en el sector económico.

A través de una diversidad de categorías transversales a la prevención de la corrupción, y en colaboración con un jurado calificador multisectorial y global, en esta segunda edición buscamos buenas prácticas que destacaron por su innovación y por su transversalización cada vez mayor con otros Objetivos de Desarrollo Sostenible, como la equidad de género.

Desde Alliance for Integrity queremos reconocer la gran labor de las 10 empresas aquí plasmadas y a sus buenas prácticas, que son punta de lanza en Colombia en prevención de la corrupción y en la promoción de la integridad empresarial. Pero también queremos invitar a las y los lectores a la reflexión para motivarles a adaptar o replicar las buenas prácticas y a seguirlas mejorando en un proceso continuo, que lleven desde las empresas, impactos colectivos a toda la sociedad.



Susanne Friedrich
Directora de Alliance for Integrity

UNODC REGIÓN ANDINA Y CONO SUR

En 2020, junto a un equipo formidable, compuesto por nuestros aliados de Alliance for Integrity y Pacto Global Red Colombia, lanzamos la primera edición de la publicación sobre Buenas Prácticas Anticorrupción. Este trabajo fue un paso importante para resaltar y, sobre todo, difundir activamente los esfuerzos del sector empresarial en la promoción de la ética, la integridad y los negocios responsables. Desde entonces hemos aprendido de cada compañía, de las buenas prácticas, así como de los retos más comunes.

Para esta edición, decidimos poner el énfasis en la importancia de la innovación en el ámbito empresarial y su conexión con la ética y la integridad. La convocatoria tuvo una acogida amplia y recibimos un gran número de prácticas que dieron cuenta de todo un abanico de posibilidades para promover objetivos comunes y valiosos: desde la aplicación de estándares de integridad a socios de negocio, hasta la promoción de la equidad de género en línea con esfuerzos anticorrupción.

Para UNODC es clave promover estas iniciativas y actuar de acuerdo a los mandatos que desde la Convención de las Naciones Unidas contra la Corrupción han sido definidos. El artículo doce de esta convención habla de la importancia de coordinar esfuerzos con el sector privado, extendiendo a éste la responsabilidad de tomar medidas claras contra este flagelo y promover altos estándares de integridad.

La trayectoria de nuestra Oficina en esta dirección es amplia. Desde 2015 hemos impulsado la iniciativa "Hacia la Integridad: una construcción entre los sectores público y privado contra la corrupción en Colombia". A través de ella hemos podido articular esfuerzos con el objetivo de reducir las oportunidades de corrupción mediante un mejor diálogo entre el sector público y el sector privado, un mejor marco legal anticorrupción y la creación de cultura de la integridad en el sector privado. El compromiso en este frente es absoluto. En esta oportunidad felicitamos a todas las empresas que postularon sus buenas prácticas y hacemos un especial reconocimiento a aquellas que resultaron seleccionadas. Solo es posible construir y robustecer una cultura de la integridad mediante el trabajo mancomunado del sector empresarial y su articulación con todos los actores relevantes.

Ponemos a disposición del público esta segunda edición, esperando que sea de la mayor utilidad y provecho no sólo para las compañías y entidades de todos los sectores, sino para cualquier persona interesada en conocer de cerca algunos esfuerzos destacables que se vienen desarrollando desde el sector empresarial en Colombia.



Candice Welsch
Directora Regional de la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito para la Región Andina y el Cono Sur



INTRODUCCIÓN

En septiembre de 2015, los 193 Estados miembros de las Naciones Unidas adoptaron un plan, con el fin de lograr un mejor futuro para todos y todas, que estableció un camino para los siguientes 15 años para acabar con la pobreza extrema, luchar contra la desigualdad e injusticia y proteger nuestro planeta. La "Agenda 2030" es un plan de acción concentrado en las personas, con 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y 169 metas relevantes que abordan los desafíos más importantes de esta época en materia económica, social, ambiental y de gobierno. Los ODS definen claramente el mundo que deseamos, aplicándose a todas las naciones y sin dejar a nadie atrás.

La corrupción, por su parte, es un impedimento significativo para el desarrollo sostenible. Prevenir la corrupción contribuye a la reducción de desigualdades, fortalece el rol de la ley, posibilita las inversiones y mejora el ambiente empresarial. La importancia de prevenir la corrupción se refleja en el Objetivo de Desarrollo Sostenible 16.5: reducir sustancialmente la corrupción y el soborno en todas sus formas.

En contribución al ODS 16.5, y de manera transversal a la Agenda 2030, Alliance for Integrity, la Oficina de Naciones Unidas contra la Droga y el Delito para la Región Andina y el Cono Sur (UNODC) y Pacto Global Red Colombia convocaron a empresas colombianas, comprometidas en el combate a la corrupción y la promoción de la integridad empresarial, a postular y compartir sus buenas prácticas en anticorrupción.

Un jurado internacional y multisectorial de expertas y expertos en cumplimiento y prevención de la corrupción evaluó las buenas prácticas postuladas para elegir a las mejores prácticas, tomando como referencia criterios de legitimidad, pertinencia, eficacia, replicabilidad, sostenibilidad, y en esta ocasión, poniendo un foco especial en la innovación.

El objetivo de desarrollar por segunda ocasión esta publicación es el de continuar **fomentando el intercambio de experiencias positivas del sector privado colombiano** en materia de integridad y lucha contra la corrupción, fortaleciendo así **la postura colectiva de promover y privilegiar altos estándares de integridad empresarial dando especial atención en esta oportunidad a la innovación.**

Además de reconocer a las organizaciones con las prácticas más innovadoras, la publicación busca **invitar a la reflexión**, tanto de quien la lea como de quienes participaron en el proceso de construcción de esta publicación y, no menos importante, busca motivar a otras organizaciones latinoamericanas que se puedan enfrentar a retos similares a **replicar las buenas prácticas** de la publicación, así como inspirar a dichas organizaciones a innovar e intentar nuevas estrategias de promoción de la integridad empresarial.

METODOLOGÍA

La 2da edición de la Publicación de Buenas Práctica en Anticorrupción en Colombia tuvo las siguientes 8 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:

- Aplicación del programa anticorrupción a los socios comerciales
- Comunicación y capacitación sobre políticas y procedimientos anticorrupción de la empresa
- Promoción y estímulo de la ética y el cumplimiento
- Evaluación de riesgos
- Tipos especiales de gastos (regalos, contribuciones políticas, viajes, patrocinios, etc.)
- Medición de programas anticorrupción empresarial
- Adaptación/innovación del programa anticorrupción frente a retos de la pandemia
- Equidad de género en la práctica de integridad empresarial

Las empresas colombianas, comprometidas en el combate a la corrupción y la promoción de la integridad empresarial, tuvieron la posibilidad de postular un máximo de dos (2) buenas prácticas aplicando a un máximo de 2 de las 8 categorías mencionadas.

Estas buenas prácticas fueron evaluadas por un jurado internacional, compuesto por expertas y expertos en prevención de la corrupción a nivel global, regional y nacional. Las mejores y más innovadoras postulaciones fueron seleccionadas de forma objetiva y transparente por este jurado calificador con base en criterios objetivos, transparentes y comparables entre empresas y sectores.

A continuación, se describen los criterios utilizados para la evaluación (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), 2020):

- **LEGITIMIDAD (10%):** La práctica es reconocida como exitosa por actores claves del territorio donde se desarrolla, entre otros, las y los beneficiarios directos e indirectos de ésta y ha sido desarrollada por instituciones especializadas, cumpliendo con estándares internacionales en la materia.
- **PERTINENCIA (10%):** La sistematización de la experiencia es relevante y oportuna en el contexto actual.
- **EFICACIA (15%):** 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.
- **POTENCIAL DE TRANSFERENCIA (15%):** 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 replicable al mostrar cuál es la manera óptima para ejecutar cierto proceso o actividad.
- **SOSTENIBILIDAD (15%):** 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.
- **INNOVACIÓN (20%):** La experiencia hace frente y resuelve los problemas de una manera novedosa, clara y accesible.
- **SEGUIMIENTO (15%):** La implementación de la buena práctica incluye un seguimiento que permite evaluar sus resultados de manera sistemática y hay mejoras planeadas para la práctica a futuro.



Aplicación del programa anticorrupción a los socios comerciales

SIEMENS ENERGY S.A.S

TELEFÓNICA MOVISTAR



SIEMENS ENERGY S.A.S



Siemens Energy es una de las principales empresas de tecnología energética del mundo. Damos energía a la sociedad apoyando a nuestros clientes en la transición hacia un mundo más sostenible, basándonos en nuestra tecnología y nuestra capacidad de convertir las ideas en realidad.

Con nuestro portafolio de productos, soluciones y servicios cubrimos casi toda la cadena de valor de la energía, desde generación, transmisión hasta el almacenamiento de energía. Nuestro portafolio incluye tecnología de energía convencional y renovables, como turbinas de gas y vapor, centrales eléctricas híbridas que funcionan con hidrógeno, y generadores y transformadores como parte de nuestra cartera de alta tensión. La participación mayoritaria en Siemens Gamesa Renewable Energy nos convierte en un líder mundial del mercado de energías renovables, con una posición de liderazgo en el segmento de energía eólica.

Siemens Energy emplea a más de 90.000 personas alrededor del mundo, y aproximadamente 600 en Colombia.

Nuestra visión es convertirnos en la empresa de tecnología energética más valorada del mundo. Para lograr este objetivo, nos proponemos transformar la cultura de nuestra empresa, emplear y retener una fuerza de trabajo diversa, y asegurar que desarrollamos a nuestros empleados actuales y atraemos los mejores talentos del futuro.

BUENA PRÁCTICA: LA CORRECTA GESTIÓN DE SOCIOS DE NEGOCIO, GARANTÍA DE TRABAJAR SOLO CON CONTRAPARTES CONFIABLES

OBJETIVO

¡Relaciones comerciales con terceros – siempre con integridad!

Las relaciones comerciales con nuestros clientes, proveedores y otros socios comerciales son fundamentales para nuestra compañía, es por ello, que en Siemens Energy examinamos a nuestros socios de negocio al inicio de nuestras relaciones comerciales y los monitoreamos durante el desarrollo de estas.

De acuerdo con nuestra evaluación de riesgos y el sistema de gestión de riesgos empresariales, los socios comerciales (Business Partner) pueden llegar a ser una fuente de riesgo importante para el negocio de Siemens Energy. En determinadas circunstancias, podemos ser considerados legalmente responsables de las acciones de nuestros socios comerciales. Para mitigar este riesgo, Siemens Energy cuenta con un sólido proceso de investigación, debida diligencia y supervisión de los socios comerciales a través del proceso de **Business Partner Compliance Tool (BPC Tool)**.

El objetivo de Business Partner Compliance es garantizar que todas las contrataciones de Siemens Energy se basen en una visión transparente de la relación prevista y que esta relación se supervise de forma continua y eficaz durante todo su ciclo de vida. La dirección de la Compañía es plenamente responsable de la selección, seguimiento y gestión adecuada de los socios comerciales. La Organización de Compliance por su parte apoya a la dirección para garantizar que los socios comerciales cumplan con nuestros estándares éticos y de cumplimiento.

Solo mantenemos relaciones de negocio con socios respetables y que cumplen con la ley. Protegemos los intereses de nuestros clientes a través de una cuidadosa selección de proveedores y otros socios comerciales; y mediante los estándares que establecemos para nuestras propias acciones, de esta manera cooperamos con excelentes socios en todo el mundo.

Todo el proceso de Business Partner Compliance está basado en el principio de debida autorización, tratamiento, seguridad y confidencialidad de los datos y documentos brindados/solicitados a/por los terceros.

DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA

La colaboración de Siemens Energy con los Business Partners (BPs) es una parte esencial de nuestras estrategias comerciales y ayuda a la compañía alrededor del mundo a alcanzar los objetivos comerciales. Al mismo tiempo, debemos asegurarnos de que dichos compromisos con los BPs se realicen sin comprometer nuestros claros estándares de integridad y cumplimiento, ya que de lo contrario expondríamos a nuestra empresa ha graves riesgos, en términos de daños legales, financieros y de reputación. Por esta razón, se deben realizar clasificaciones de riesgo y revisiones de diligencia debida adecuadas antes de formalizar una relación comercial con un BP o firmar cualquier contrato con el mismo.

Para garantizar esto, contamos con una herramienta llamada Business Partner Compliance Due Diligence Tool, la cual nos ayuda a realizar el proceso de Debida Diligencia que nos permite validar la integridad del tercero y determinar el nivel riesgo al analizar variables como, por ejemplo, el tipo de actividad a desempeñar, los recursos, la estructura de compensación, la experiencia, ubicación geográfica, relación con terceros, accionistas y fuentes de los ingresos entre otras variables, y este análisis se centraliza en una **Compliance Due Diligence (CDD)**, la cual debe estar debidamente aprobada antes de establecer la relación con el BP.

GESTIÓN Y CALIDAD

Siemens Energy cuenta con un grupo de personas y recursos asignados al programa de Compliance, para garantizar su sostenibilidad y cumplimiento. Dentro del proceso de Gestión y calidad de la información registrada en la herramienta tenemos unos procedimientos de control como, por ejemplo:

- I. Creación y Aprobación de un Socio Comercial: Como se ha mencionado previamente, el primer paso para desarrollar una relación con un socio comercial es contar con una **CDD** aprobada y vigente en nuestra herramienta de gestión de BPs.
- II. Socio comercial en observación: La organización de Compliance tiene la posibilidad de clasificar a un Socio Comercial con la alerta "en observación"; esto significa que el mismo cuenta con Compliance Due Diligences (**CDD**) válidas, pero hay circunstancias como acusaciones, investigaciones o procesamientos que pueden requerir medidas adicionales para controlar y/o supervisar un riesgo.
- III. Desaprobación de Socios Comerciales: Un Socio Comercial puede ser "desaprobado" en caso de: un resultado negativo de una auditoría realizada por Siemens Energy, una investigación interna o en base a que se ha determinado que sus servicios ya no son necesarios.
- IV. Actualización de los **CDD**: El proceso de actualización en la Business Partner Compliance Tool (BPC Tool) puede darse de manera regular o ad hoc.

- Actualizaciones periódicas: La actualización periódica (obligatoria) de una CDD debe realizarse cada tres años a partir de la última fecha de aprobación.

Sólo se debe volver a responder a un número limitado de preguntas. Sin embargo, el responsable de la **CDD** debe comprobar y asegurarse de que el contenido de la **CDD** está actualizado y refleja la relación actual con el socio comercial.

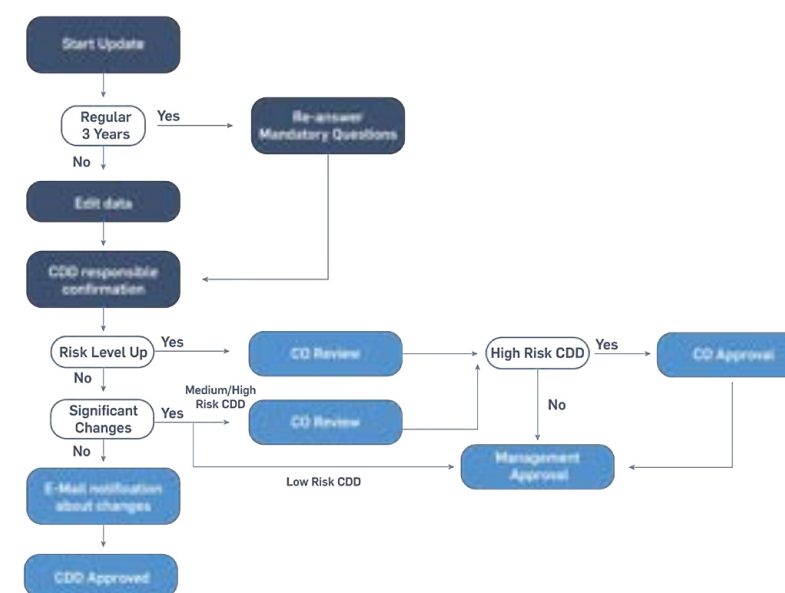
El responsable de la **CDD** recibe una notificación por correo electrónico para iniciar la actualización de esta y el proceso de aprobación se agiliza en función de la relevancia de los cambios.

- Actualizaciones ad hoc: Estas actualizaciones se dan con base en modificaciones voluntarias por parte del originador del **CDD** o de algunas de las partes involucradas en relación con información que deba ser actualizada.

El responsable de la **CDD** ingresa en la herramienta y voluntariamente inicia la actualización de esta y el proceso de aprobación se agiliza en función de la relevancia de los cambios.

En caso de realizar cambios significativos de la información del Business Partner una nueva aprobación por parte de la Dirección y una reevaluación por parte del departamento de Compliance será necesaria y la herramienta determina automáticamente el proceso de aprobación correspondiente.

El siguiente flujograma muestra el proceso de actualización de las Compliance Due Diligence:



La supervisión de los socios comerciales adopta un enfoque integral del ciclo de vida de la relación comercial, empezando por el proceso de identificación de nuevos socios comerciales, aprobación, monitoreo y cierre. Cada paso del camino debe ser manejado con transparencia, el nivel requerido de debida diligencia, el monitoreo apropiado y la actualización regular de la respectiva **CDD**.

INNOVACIÓN

Siemens Energy ha desarrollado desde hace más de una década una herramienta en donde los colaboradores pueden identificar, gestionar, evaluar y monitorear a todos los terceros catalogados como Business Partner. Esta herramienta tecnológica la conocemos como **Business Partner Compliance Tool (BPC Tool)** y allí encontramos diferente información de interés para los colaboradores de Siemens Energy, como lo puede ser:

- Videos informativos de uso de la herramienta.
- Material de Entrenamiento
- Noticias y Tips
- Soporte



Adicionalmente en Siemens Energy contamos con una herramienta independiente de la BPC Tool, conocida como el **DASHBOARD**, la cual contiene toda la información de los Business Partner. En este Dashboard tenemos diferentes formas de obtener, analizar, identificar, evaluar y descargar información. Algunos ejemplos de estas formas son: filtrar por país, filtrar por alerta, filtrar por ID del Business Partner, filtrar por ID de la Compliance Due Diligence, filtrar por nivel de riesgo, filtrar por el tipo de Business Partner, filtrar por fecha de creación, entre muchas otras opciones.



En el Dashboard contamos también con información de alertas generadas para los BP creados o en proceso de creación, contamos con 2 tipos de alertas:

1. **Alertas de calidad:** son alertas (15 en total) relacionadas con la calidad de la información reportada en la BPC Tool, como lo pueden ser: actualizaciones requeridas y periódicas de la información, estatus del contrato, cambio de aprobadores o responsables, actualización de chequeos de integridad, entre otras.
2. **Alertas de riesgo:** son alertas (11 en total) relacionadas con información proveída en la creación de la relación comercial, como lo pueden ser: que el tercero se encuentra en un país de alto riesgo, que el tercero actúa de manera directa o indirecta con entidades o funcionarios gubernamentales, que se obtuvo coincidencias con chequeos de integridad, entre otras.



IMPACTO

Siemens Energy puede ser responsable de las acciones de un socio comercial desde el punto de vista legal y de la reputación. Por lo tanto, trabajar con un socio comercial potencialmente corrupto o con cualquier tipo de historial/relación con actos delictivos supone un riesgo importante para Siemens Energy.

Adicional a las señales de alerta más conocidas cuando interactuamos con contrapartes, la BPC Tool nos ayuda a identificar y monitorear otros aspectos que pueden llegar a ser igual o más riesgosos para la compañía, como es el caso de:

- **Posibles conflictos de Interés:** cuando los intereses de un individuo o de sus relaciones personales cercanas divergen de los de la empresa o pueden obstaculizar el éxito, provocar daños económicos y también empañar la reputación de la empresa, estos pueden conllevar riesgos anticorrupción o antimonopolio. Los conflictos de interés deben estar debidamente reportados y en caso de requerirlo por ejemplo en un proceso de evaluación o aprobación de un posible Business Partner, el conflicto debe ser evaluado y gestionado con anterioridad.
- **Riesgo país:** Es importante para Siemens Energy evaluar la nacionalidad de la contraparte o el país en donde se va a ejecutar el proyecto/servicio/actividad. Transparencia Internacional publica regularmente el Índice de Percepción de la Corrupción (TI/IPC). Sobre la base de estas calificaciones y de una evaluación del riesgo por parte de Siemens Energy, se determinan las calificaciones de los países en materia de cumplimiento (bajo/medio/alto).
- **Posibles pagos de Facilitación:** el uso de herramientas tecnológicas como la Business Partner Compliance Tool ayuda no solo a identificar y monitorear contrapartes; también nos ayuda a controlar que, por ejemplo, los pagos realizados a un Business Partner cuenten con una CDD aprobada y un contrato válido, además que se deben realizar directamente al socio y estar respaldados por soportes de los servicios y/o bienes recibidos. Todos los empleados de Siemens Energy tienen prohibido ofrecer, prometer o realizar pagos de facilitación y no se concederá ninguna desviación a este proceso.

- **Disposiciones Contractuales:** Los contratos con los socios comerciales deben contener las disposiciones contractuales vinculantes que se derivan de su categoría de riesgo (bajo/medio/alto). El objetivo de las Disposiciones Contractuales Vinculantes es comprometer al Socio Comercial a respetar las leyes y reglamentos aplicables en materia de anticorrupción, antimonopolio y otras normas relacionadas con los "delitos de cuello blanco".

Entre muchos otros aspectos, los mencionados anteriormente revelan el nivel de injerencia que tiene el proceso de Business Partner Compliance para las relaciones comerciales que se planean establecer, su nivel de análisis y mitigación de riesgos.

Siemens Energy impulsa activamente la puesta en práctica de Acciones Colectivas y pretende establecer proyectos con socios de la industria, organizaciones del gobierno y no gubernamentales, organizaciones internacionales y la sociedad civil; Nuestro objetivo final, es crear unas condiciones de mercado justas y establecer así unas "condiciones equitativas" para todos los participantes en el mercado y promover la integridad en las transacciones comerciales.

SEGUIMIENTO Y MEJORAS

En Siemens Energy contamos con un programa de control interno, responsable de verificar el cumplimiento de todos los procesos de la compañía, incluido Compliance, en el caso específico de Business Partner contamos con controles periódicos enfocados en garantizar que todo tercero que cumpla con los criterios para ser un Business Partner haya sido evaluado oportunamente y cumpla con todos los requisitos del proceso de Business Partner Compliance de Siemens Energy.

Adicionalmente, una vez completadas todas las fases de Business Partner Compliance Due Diligence, al BP y la CDD se les asigna códigos de identificación independientes con los cuales se podrá consultar, modificar, monitorear, actualizar, cancelar, entre otras acciones que nos permite realizar la Business Partner Compliance Due Diligence Tool. Esto sumado al proceso mencionado anteriormente del Dashboard, el cual genera alertas (calidad o riesgo) para el CDD Responsable y para el Departamento de Compliance; Los cuales deben realizar acciones inmediatas para mitigar dichas alertas.

En Compliance y en Siemens Energy estamos siempre atentos y abiertos a las propuestas y comentarios que puedan provenir de nuestros Business Partner, así como de nuestros colaboradores en relación con mejoras y cambios que se puedan dar sobre la herramienta o el proceso. Siempre con el fin de mejorar y mitigar posibles riesgos que no se hayan identificado previamente.

Continuamente estamos tratando de identificar cambios en nuestros negocios y el entorno de Siemens Energy con el fin de que el sistema de Compliance y en este caso la BPC Tool sean cada vez más eficientes y eficaces.

Tenemos una red global de expertos que analizan a diario la herramienta y el proceso, para que cada vez sea más cercano y aplicado al negocio y al entorno de nuestra compañía.

**¡100% ENERGY,
100% COMPLIANCE!**



TELEFÓNICA MOVISTAR



Telefónica es uno de los mayores impulsores de la economía digital en el país, con ingresos por 5,36 billones de pesos en 2020. Nuestra misión consiste en hacer nuestro mundo más humano, conectando la vida de las personas bajo un modelo de negocio enmarcado en la integridad, el compromiso y la transparencia, entendidos como base fundamental de nuestros Principios de Negocio Responsable (Código de Ética).

La actividad de la compañía, que opera bajo la marca comercial Movistar, se centra fundamentalmente en los negocios de telefonía y conectividad móvil, servicios de banda ancha, fibra óptica al hogar, televisión de pago, telefonía fija y una completa oferta de soluciones digitales para pequeñas, medianas y grandes empresas y corporaciones.

De acuerdo con los valores de nuestra compañía, somos abiertos, retadores y confiables. Gracias a ello, actualmente estamos presentes en 266 municipios con banda ancha fija, 965 con telefonía móvil -en todos ofrece tecnología 4G LTE- (425 con red propia y 540 con RAN) y ofrecemos telefonía fija en 748 municipios.

BUENA PRÁCTICA: VALIDACIÓN DE UNIONES TEMPORALES (UT) COMO HERRAMIENTA DE PROMOCIÓN DE LA INTEGRIDAD EN LOS NEGOCIOS CON CLIENTES DEL SECTOR GOBIERNO EN LOS QUE PARTICIPA TELEFÓNICA MOVISTAR

OBJETIVO

La corrupción en la contratación estatal es un fenómeno multidimensional que, por lo general, involucra la participación de agentes públicos y privados. Esta característica genera una corresponsabilidad en la definición de acciones que permitan prevenir, detectar y responder de manera efectiva ante riesgos que posibilitan o facilitan su ocurrencia.

Uno de dichos riesgos consiste en que uno o más miembros de una UT puedan incurrir en prácticas o actos de corrupción. En un primer momento, este supuesto constituye un riesgo para aquellos integrantes que no actúan sobre la base de un objeto o causa ilícitos, puesto que, ante su eventual materialización, las consecuencias derivadas del riesgo recaen sobre la totalidad de las personas jurídicas que integran la UT, sin perjuicio de quien la haya ejecutado.

En segundo lugar, la contratación con UT corruptas genera serias y graves consecuencias a las entidades públicas contratantes y, a la sociedad en general, teniendo en cuenta que, por lo general, la materialización de riesgos de corrupción ocasiona la pérdida de recursos, impacta sobre la capacidad del Estado de satisfacer oportunamente las necesidades de la población y socava su legitimidad. Teniendo en cuenta lo anterior, en concordancia con el principio de corresponsabilidad del sector privado en la lucha contra la corrupción, Telefónica Movistar ha establecido un procedimiento de validación de socios o aliados comerciales para la participación en UT que tiene como objetivos primordiales:

- Idificar, evaluar y gestionar oportunamente los riesgos de corrupción a los que se encuentra expuesta la Organización derivados de su participación en UT con uno o más socios o aliados comerciales.
- Prevenir indirectamente la corrupción en la contratación pública, por medio de la promoción de la participación de oferentes éticos, transparentes y socialmente responsables.
- Contribuir al cumplimiento de los fines perseguidos por el Estado por medio de la contratación pública.

DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA

Tal como se indicó previamente, un riesgo de corrupción al que se encuentran expuestas las organizaciones consiste en su relacionamiento con aliados o socios comerciales que pueda(n) llegar a incurrir en conductas o prácticas corruptas.

En la actualidad, la materialización de dicho riesgo puede generar consecuencias adversas para las organizaciones que incluyen afectaciones de naturaleza contractual, económica, operativa y reputacional, sin perjuicio de las responsabilidades individuales que pueden llegar a recaer sobre sus administradores y/o funcionarios.

Con el fin de mitigar tal riesgo, así como sus efectos, Telefónica Movistar implementó un proceso de validación de Cs o UT que se encuentra estructurado en torno a los siguientes ejes:

- **Debida diligencia de socios o aliados comerciales:** Tiene como objetivo apoyar la toma de las decisiones relativas a la vinculación con un socio o aliado comercial determinado, por medio de la identificación y evaluación anticipada y razonable de los riesgos de corrupción que podrían llegar a derivarse de dicho relacionamiento.
- **Inclusión y/o validación de cláusulas éticas o anticorrupción:** Busca (i) garantizar el comportamiento ético, responsable y transparente de los socios o aliados comerciales con quienes Telefónica Movistar decide asociarse; (ii) establecer medidas para la gestión de riesgos de corrupción derivados de dicha asociación; y (iii) asegurar la aplicación de consecuencias en caso de incumplimiento de las obligaciones en materia de ética e integridad asumidos por el socio o aliado comercial.

En lo referente a las medidas para la gestión de los riesgos de corrupción derivados de la conformación de la UT, en el acuerdo respectivo se deberá incluir, previa validación de la Gerencia de Cumplimiento, a modo ilustrativo, más no restrictivo, las cláusulas relativas a:

- Obligación de los Socios de cumplir con las normativas en materia de ética e integridad de Telefónica, en lo que respecta a su actividad en relación con la UT o el proyecto correspondiente
- Actividades, incluidos pagos, a ser realizadas por o en nombre de la UT y la posibilidad de Telefónica Movistar de adelantar actividades de auditoría en relación con éstos.
- Necesidad de contratar a terceros ajenos a la UT.
- Sistema de aprobaciones previas para los pagos.
- Designación de representantes con poderes legales.
- Composición, órganos de gobierno y sistemas de mayorías.
- Cláusulas anticorrupción y LAFT de Telefónica.
- Obligación de ambas partes de que, en caso de que así se considere por parte de Telefónica o del Socio, los empleados de todos los Socios que gestionen la UT reciban determinada formación en materia de Integridad.
- Suscripción del Certificado Anticorrupción: Es un compromiso de adhesión a las políticas y normativas en materia de integridad del Grupo Telefónica por parte de los socios o aliados comerciales.

GESTIÓN Y CALIDAD

El procedimiento de validación de UT implica la participación y colaboración de las siguientes áreas de la Compañía: (i) B2B (Business to Business), (ii) Dirección Jurídica y (iii) Gerencia de Cumplimiento.

En primer lugar, en el marco de la evaluación de las licitaciones o convocatorias públicas, el área de B2B es el responsable de identificar si la Organización se encuentra en la capacidad de satisfacer por sí sola la necesidad o los requisitos establecidos por la entidad pública contratante. En caso contrario, es el responsable de determinar si Telefónica debería participar en el proceso en alianza con otro socio comercial.

Por tanto, es el área de B2B la que, en principio, tiene la responsabilidad general de identificar potenciales socios o aliados comerciales que cuenten con la capacidad y experiencia exigidas por la entidad contratante y que, además, se caractericen por su buena imagen y reputación en el mercado en el marco de la ejecución de otros proyectos de igual o similar naturaleza.

Una vez que el área de B2B ha identificado a los potenciales socios o aliados comerciales, la Gerencia de Cumplimiento debe llevar a cabo la debida diligencia respecto del potencial socio comercial. Este proceso implica, como mínimo, la ejecución de las siguientes actividades: (i) verificación del objeto contractual, (ii) evaluación de hallazgos en listas vinculantes y no vinculantes, (iii) validación de conflictos de interés, (iv) identificación de Personas Expuestas Políticamente (PEP) y (v) adhesión del potencial socio comercial a los compromisos previstos en el Certificado Anticorrupción del Grupo Telefónica.

La Organización únicamente podrá aliarse o estructurar formalmente la UT si la debida diligencia adelantada por la Gerencia de Cumplimiento arroja como resultado la existencia de un riesgo bajo de corrupción derivado del relacionamiento con el potencial socio o aliado comercial. De lo contrario, la Compañía deberá evaluar la posibilidad de aliarse con otro socio o, en su defecto, adoptar medidas que le permitan gestionar adecuadamente los riesgos identificados.

Bien sea que se opte por la primera o por la segunda opción, cuando la Organización ha decidido vincularse con un socio o aliado comercial determinado, la Dirección Jurídica deberá llevar a cabo la estructuración formal del acuerdo en el que se plasman las condiciones que rigen la UT, incluido lo referente a los compromisos anticorrupción de las partes, entre otras condiciones que contribuyen a la gestión de los riesgos asociados a la conformación de la estructura correspondiente.

El procedimiento descrito previamente es adelantado de manera coordinada entre las diferentes áreas involucradas, atendiendo a las necesidades de la operación y por medio de una negociación abierta y transparente con el potencial socio o aliado comercial, de tal forma que éste adquiera conciencia sobre el contenido y alcance de las responsabilidades que asume al ser socio comercial de Telefónica Movistar.

INNOVACIÓN

Si bien la validación de UT se encuentra asociado al desarrollo de actividades de debida diligencia de contrapartes, este procedimiento es novedoso, en cuanto establece medidas específicas para la gestión de riesgos de corrupción propios de la conformación de este tipo de estructura.

Estas medidas se traducen en:

- Valoración del Good Will del socio o aliado comercial en el mercado.
- Actividades de debida diligencia focalizadas.
- Valoración del contexto, nivel de responsabilidad y alcance de la participación de Telefónica Movistar en la UT.
- Adecuación y/o construcción de cláusulas anticorrupción personalizadas atendiendo a los riesgos identificados, el objeto del convenio o acuerdo y los requerimientos específicos de las partes.



Adicionalmente, tal como se señaló en el numeral 2.3, este procedimiento permite desarrollar el principio de corresponsabilidad del sector privado en la prevención de la corrupción en la contratación estatal, por medio del establecimiento de medidas de control que se anticipan y tienen un alcance mayor a aquellas establecidas en la ley y en los pliegos de condiciones o en los términos de referencia determinados por la entidad contratante.

En otras palabras, se trata de una buena práctica que permite mitigar los riesgos de corrupción que involucran la participación de UT en los procesos de contratación pública antes de la participación en la convocatoria correspondiente.

De ese modo, la Organización identifica los riesgos de corrupción derivados de su asociación con un aliado comercial determinado que podrían anticiparse razonablemente y, en consecuencia, contribuye a la mitigación del riesgo al que se expondría la entidad pública contratante, teniendo en cuenta que, por lo general, el alcance de la debida diligencia adelantada por las entidades públicas respecto de los contratistas, suele tener un alcance más restringido que la ejecutada por algunos agentes del sector privado.

IMPACTO

El control de validación de UT fue implementado en el año 2020 y, hasta la fecha, han sido sometidas a éste un total de once (11) UT.

En términos generales, los proyectos en los que las UT integradas por Telefónica han resultado adjudicatarias se encuentran destinadas a la prestación de servicios de conectividad, gestión de datos – Big Data y otros de tecnología de las telecomunicaciones, de tal forma que con el cumplimiento efectivo y oportuno de los objetos contratados se ha contribuido a la digitalización de los servicios prestados por el Estado y al aumento de la conectividad en el país.

Aunque, en principio, los beneficios obtenidos de la validación de UT impactan sobre el ODS No. 16, lo cierto es que, al contribuir de manera indirecta a la satisfacción de los fines perseguidos por el Estado a través de la contratación estatal, en el caso de Telefónica esta práctica ha aportado

indirectamente a la consecución de los siguientes objetivos, entre otros:



Adicionalmente, el procedimiento le ha permitido a la Organización prepararse anticipadamente y sentar las bases para mitigar los riesgos derivados del régimen de responsabilidad por actos de corrupción aplicable a las personas jurídicas en virtud de lo consagrado en la Ley 2195 de 2022.

SEGUIMIENTO Y MEJORAS

Tal como se describió previamente, la validación de UT se centra en la identificación, evaluación y gestión anticipada de los riesgos de corrupción que se podrían derivar de la asociación con determinados aliados y/o socios comerciales.


Sin embargo, una vez que la Gerencia de Cumplimiento y la Dirección Jurídica han llevado a cabo el proceso de validación, no se efectúa un seguimiento o una revisión periódica de los riesgos identificados inicialmente.

Lo anterior se debe, en parte, a la ausencia de mecanismos formales que permitan garantizar la trazabilidad desde el momento de conformación de la UT hasta su terminación definitiva de conformidad con los términos pactados con el aliado comercial.

En ese orden de ideas, una oportunidad de mejora de la buena práctica consiste en la implementación de mecanismos formales que permitan garantizar la trazabilidad de la continuidad de la a lo largo del proceso de adjudicación, celebración, ejecución y liquidación del contrato estatal respectivo.

La disponibilidad de dicha información podría facilitar, a su vez, la implementación o fortalecimiento de otras acciones asociadas a un proceso innovador y poco frecuente en las organizaciones que, al estar en una fase primigenia, se encuentra en un proceso de mejoramiento y optimización continua.

SI BIEN EL PROCESO DE VALIDACIÓN DE UNIDADES TEMPORALES (UT) NO GARANTIZA QUE UNA ORGANIZACIÓN NO PUEDA LLEGAR A ASOCIARSE CON ALIADOS COMERCIALES CORRUPTOS, SÍ LE PERMITE, COMO MÍNIMO, IDENTIFICAR, EVALUAR Y GESTIONAR LOS RIESGOS QUE PODRÍAN ANTICIPARSE RAZONABLEMENTE.

A woman in a patterned top and dark pants stands on the left, presenting to a group of five people seated in a semi-circle. The setting is a bright, modern office with large windows and indoor plants. The text is overlaid on the left side of the image.

Comunicación y capacitación sobre políticas y procedimientos anticorrupción de la empresa

OLEODUCTO CENTRAL S.A.S

ENEL COLOMBIA S.A.



OLEODUCTO CENTRAL S.A.S



Somos la plataforma más extensa y moderna para transportar petróleo en Colombia. A través de una tubería de 836 kilómetros en tierra y 12 kilómetros en el mar, contamos con diez estaciones de bombeo, una reductora de presión, un terminal marítimo, tanques para almacenar hasta cinco millones de barriles y una base para la coordinación de las actividades de mantenimiento.

MISIÓN

Generamos valor al petróleo que transportamos, cuidando nuestra gente, nuestro entorno y nuestro ambiente.

VISIÓN

En 2030 Ocesa se consolidará como una de las principales compañías de midstream en Latinoamérica, maximizando su eficiencia, creando soluciones integrales para sus clientes, mitigando el cambio climático y generando valor con sus grupos de interés

BUENA PRÁCTICA: ¡QUE NO LE PASE A USTED!- MR. MORALES

OBJETIVO

Es una campaña de Comunicación que busca de forma creativa interactuar con los colaboradores, sus familias, proveedores de Ocesa y terceros relevante, con el propósito de prevenir, concientizar y apropiar los conceptos de: fraude, corrupción, soborno, fuga de información, lavado de activos, financiación del terrorismo entre otros, así como evidenciar que de materializarse estos riesgos afectaría al individuo como persona, padre de familia, hermano, esposo, trabajador, a la empresa, sus accionistas y a todos nuestros colaboradores.

Así las cosas se buscó un personaje que mediante mensajes cortos y caricaturas pudiera mostrar situaciones que como empleados de las diferentes áreas de la Empresa podrían afrontar y cómo evitar que pasen o que hacer si suceden, así mismo este personaje con su mensaje llegaría a los hogares de cada uno de nuestros colaboradores, apoyándonos en el concepto el ejemplo enseña más que las palabras y vincularía así a los hijos de nuestros colaboradores en el mensaje ético de la empresa que hoy trasciende a la sociedad.

El objetivo de esta campaña es ver las situaciones que se han presentado en la empresa o que se pueden presentar y evitar que estas ocurran de nuevo o se materialicen por primera vez, bien sea por desconociendo o porque no se observa que la conducta sea contraria al Código de Ética y Conducta de la Empresa y nuestros principios de Integridad, responsabilidad, respeto y compromiso con la vida.

DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA

Hemos creado un personaje, un superhéroe y su familia, Mr. Morales, la señora Morales y Moralitos, que con ayuda de cada uno de nuestros colaboradores combaten los riesgos asociados al lavado de activos, la financiación del terrorismo, la proliferación de armas masivas y la corrupción, esta familia está encargada de entregar de manera comprensiva y preventiva mensajes con los que se busca que no se materialicen los riesgos, que se apropien de nuestros principios y ¡que no le pase a usted!, evitando que alguno de nuestros colaboradores o su familia y contratistas se vean involucrados en situaciones que los puedan colocar en riesgo de una investigación, previniendo y haciendo que el área de Riesgos y Cumplimiento de la empresa sea vista por los funcionarios como un área preventiva y detectiva.

Para esto hemos creado poster que están en todas nuestras estaciones y oficinas, mailing con mensajes de situaciones que se nos pueden presentar, caricaturas con mensajes de prevención, se desarrolló un código de ética para niños, el área participa activamente en los eventos empresariales como el día de los niños, el día de la familia entre otros, esto con la finalidad que la cultura de la ética trascienda del ámbito laboral y haga parte de la vida diaria de nuestros colaboradores, su familia, de nuestros contratistas y terceros relevantes, así aportamos a una sociedad ética y transparente.

GESTIÓN Y CALIDAD

La Gerencia de Riesgos y Cumplimiento de Ocesa en conjunto con la Gerencia de comunicaciones genero un estudio frente a cuál sería la mejor estrategia para abordar los temas relacionados con prevención de fraude, corrupción, lavado de activos y financiación del terrorismo, en esta época digital y donde enviamos muchas comunicaciones digitales a todos nuestros colaboradores, contratistas y terceros interesados, haciendo que muchas comunicaciones no se leídas por parte del destinatario, debíamos lograr que las comunicaciones de Cumplimiento fueran relevantes y llamativas para los destinatarios, generando así una estrategia de comunicación innovadora, retadora en la que se comunicaría mediante intranet, mensajes de WhatsApp, mailing ,material POP y con la presencia en los eventos empresariales.

Así las cosas, se seleccionaron los temas de acuerdo con el plan de prevención el cual consta de un análisis de los temas más consultados, los dilemas presentados y los casos solucionados mediante la Línea Ética. Hecho el análisis y seleccionados los temas se ejecutó una curaduría de fuentes de donde se tomaría la información y método de comunicación que se usarían para cada uno de los temas.

Finalmente se pensó como hacemos para que este tema sea llamativo, relevante, de importancia para el destinatario y de fácil entendimiento, se creó el concepto de ofrecer píldoras, una pequeña dosis de situaciones a las que pueden estar expuesto y como evitarlas, así surge la campaña ¡Que no le pase a usted! donde el vocero es un superhéroe y su familia, personajes con los que buscábamos no solo llegar a el trabajador, contratistas y terceros relevantes sino a sus familias y con esto evidenciar que el tema de la Ética y la prevención del fraude, la corrupción, el lavado de activos y la financiación de armas de destrucción masiva son temas que trascienden el ámbito empresarial y que siendo parte de una sociedad debemos aportar desde el ejemplo.

Convirtiendo la frase ¡Que no le pase a usted! en un referente que reconocen los colaboradores como una comunicación preventiva de importancia, relevante y replicable, igualmente la imagen

de MR. Morales y su familia ha generado inclusión y reconocimiento externo de nuestras políticas y buenas practicas.

El liderazgo de la campaña viene desde la presidencia, Junta Directiva y Gerencias, que reconocen que en Ocesa estamos comprometidos con la ética y la transparencia y en ese sentido es necesario que cada uno de nuestros colaboradores conozcan, entiendan y se apropien de los lineamientos establecidos en el Código de Ética y de Conducta y procedimientos internos, con el fin de ser coherentes e íntegros en todas nuestras actuaciones, contribuyendo de manera esencial al éxito de la organización , el cumplimiento de los objetivos empresariales y haciendo parte positiva de la sociedad.

INNOVACIÓN

Desde la Gerencia de Riesgos y Cumplimiento de Ocesa comprendimos que los temas de prevención de lavado de activos, financiación del terrorismo, corrupción entre otros son muy técnicos y las colaboradores, contratistas y terceros relevantes lo ven como algo lejano que no les sucedería nunca, razón por la cual se buscó hacer que lo conceptual fuera de fácil comprensión, con ejemplos evidenciar que los hechos de fraude, corrupción, lavado de activos entre otros, pueden suceder en ejecución de las funciones diarias o en la vida, de otra parte es innovador dado que un tema que suele manejarse con mucho tecnicismo y con algo de temor, lo convertimos en algo divertido mediante el diseño de caricaturas gráficas y animadas, que hacen que las personas se apropien de manera fácil del conocimiento, lo vean como un tema preventivo.

Logramos crear una familia de superhéroes (la familia Morales) que trasmite mensajes de cumplimiento amigable, que es reconocida por todos nuestros colaboradores, contratistas, terceros relevantes y por los hijos de todos nuestros colaboradores.

IMPACTO

Evidencias cualitativas:

Los Morales responden tus dudas

¿Qué es la Línea Ética de Ocesa?
Es un canal de atención gratuita que brinda orientación y apoyo a los colaboradores, contratistas y terceros interesados en conocer y comprender los lineamientos establecidos en el Código de Ética y de Conducta y procedimientos internos, con el fin de ser coherentes e íntegros en todas nuestras actuaciones, contribuyendo de manera esencial al éxito de la organización, el cumplimiento de los objetivos empresariales y haciendo parte positiva de la sociedad.

¿Cómo puedo acceder a la Línea Ética?
Se puede acceder a la Línea Ética de Ocesa a través de:
- Intranet
- Mensajes de WhatsApp
- Mailing
- Material POP
- Presencia en eventos empresariales

¿Qué tipo de consultas puedo hacer en esta línea?
Se pueden hacer consultas relacionadas con:
- Lavado de activos
- Financiación del terrorismo
- Corrupción
- Conflicto de intereses
- Regalos, atenciones y hospitalidades
- Protección de datos
- Seguridad de la información
- Comercio exterior
- Sanciones internacionales
- Otros temas de cumplimiento

¡Recuerda!
- La línea ética es un canal de atención gratuita que brinda orientación y apoyo a los colaboradores, contratistas y terceros interesados en conocer y comprender los lineamientos establecidos en el Código de Ética y de Conducta y procedimientos internos, con el fin de ser coherentes e íntegros en todas nuestras actuaciones, contribuyendo de manera esencial al éxito de la organización, el cumplimiento de los objetivos empresariales y haciendo parte positiva de la sociedad.

En resumen
- La línea ética es un canal de atención gratuita que brinda orientación y apoyo a los colaboradores, contratistas y terceros interesados en conocer y comprender los lineamientos establecidos en el Código de Ética y de Conducta y procedimientos internos, con el fin de ser coherentes e íntegros en todas nuestras actuaciones, contribuyendo de manera esencial al éxito de la organización, el cumplimiento de los objetivos empresariales y haciendo parte positiva de la sociedad.

La Gerencia Senior de Riesgos y Cumplimiento se encuentra a tu servicio y disposición para que juntos podamos resolver cualquier inquietud y tomar la resolución adecuada.

¡Que no le pase a usted!

¿Sabe qué contemplan los regalos, atenciones y hospitalidades en el macro del Código de ética y Conducta?

Aceptar o dar regalos u otras formas de atenciones de o a un cliente o proveedor es contemplado una práctica es de alto riesgo bajo leyes anticorrupción.

Para que no reciba un regalo, atención u hospitalidad que desconozca los lineamientos empresariales, hágase las siguientes preguntas:

- ¿La intención es mostrar gentileza o se hace para influenciar una decisión?
- ¿Aceptarlo podría constituir para usted una obligación con el tercero?
- ¿Le daría vergüenza o le generaría temor si sus compañeros de trabajo se enteran de que usted lo recibió?
- Si ve que a un compañero suyo le ofrecen este tipo de regalo, atención u hospitalidad, ¿cómo lo vería?
- ¿Usted ofrecería este tipo de regalo, atención u hospitalidad sin esperar nada a cambio?

Si no está seguro sobre temas de recepción de regalos, atenciones y hospitalidades debe consultar a la línea ética para obtener orientación.

Si no está seguro sobre temas de recepción de regalos, atenciones y hospitalidades debe consultar a la línea ética para obtener orientación.

Conozca más aquí

Éticos siempre
- Honestidad
- Integridad
- Transparencia
- Responsabilidad
- Respeto

¡Que no le pase a usted!

- 1** Nunca acepte un pago de facilitación, es decir un pago no oficial, que permita que alguien agilice la realización o ejecución de una acción o proceso a favor de la compañía, este tipo de comportamiento es un delito en Ocesa.
- 2** Investigue siempre de comprar información privilegiada con un proveedor, para evitar el conflicto de intereses con los demás participantes en un proceso de contratación.
- 3** El proveedor para aceptar un bien o servicio por parte de Ocesa debe proporcionar información sobre todos los intereses en primer lugar antes de aceptar su oferta.
- 4** No acepte la ayuda de intermediarios para influir en una decisión de los administradores o cambiar alguna forma de pago o condiciones de compra, venta, servicio de calidad, acción que se considere indebida en Ocesa.
- 5** Todo contrato que se realice con un tercero debe cumplir con la obligación de incluir en los TPA Ley de Prácticas Comerciales en el Extranero, si detecta alguna inconsistencia o presencia alguna duda, tiene el deber de reportarlo a la Línea Ética.

Consulte la línea ética

www.ocesa.com.co/bogota/linea-etica.aspx

Línea Internacional
01 800 912 1013

Bogotá
57 (1) 3250365

Éticos siempre
- Honestidad
- Integridad
- Transparencia
- Responsabilidad
- Respeto

SEGUIMIENTO Y MEJORAS

Esta buena práctica podría mejorarse si se aplicara a todo el segmento, generando conocimiento de todas las circunstancias que se pueden presentar en empresas que pertenecen a un mismo sector así poder unificar recursos que hagan que este tipo de campañas trasciendan.

En este momento estamos gestionando con las empresas de Grupo Ecopetrol conceptos para desarrollar la campaña de Mr. Morales en el segmento y gestionar de mejor manera los recursos que las empresas destinan al desarrollo de campañas y comunicaciones.

COMO PARTE DEL PLAN ESTRATÉGICO CORPORATIVO SE ESTABLECE UN HITO DE TRANSPARENCIA Y RELACIONAMIENTO CON TERCERAS PARTES RELEVANTES DESDE EL PUNTO DE VISTA ÉTICO Y DE CUMPLIMIENTO, ESTABLECIÉNDOSE PARA ESTE HITO UN PRESUPUESTO Y FECHAS DE SEGUIMIENTO, DENTRO DE ESTE HITO SE ENCUENTRA LAS CAMPAÑAS Y CAPACITACIONES ÉTICAS Y DE CUMPLIMIENTO.





ENEL COLOMBIA S.A. ESP.



Somos una empresa multinacional del sector energético y un operador integrado líder en los mercados mundiales de electricidad y gas. Esto se debe a que llevamos a cabo operaciones en 31 países de los 5 continentes, gestionamos más de 86 GW de capacidad instalada neta en generación eléctrica y distribuimos electricidad y gas a través de una red de 2,2 millones de kilómetros.

Contamos con 74 millones de usuarios en todo el mundo y la mayor base de clientes minoristas entre nuestros competidores. El Grupo Enel es uno de los principales productores de energía limpia del mundo y hemos hecho un gran compromiso en relación con las fuentes de energía renovable, junto con la investigación y desarrollo de nuevas tecnologías ecológicas a través de Enel Green Power.

En Colombia cuenta con 14 centrales de generación y 5 proyectos de energía renovable. En los mercados de comercialización y distribución, atiende a cerca de 3.7 millones de clientes. Desde su línea de negocio Enel X, ofrece servicios para acelerar la innovación e impulsar la transición energética y la electrificación con soluciones para las ciudades y hogares. Por otra parte, la Compañía cuenta con activos de generación renovable en Panamá, Costa Rica y Guatemala.

BUENA PRÁCTICA: CAMPAÑA ÉTICA #YOLOHAGOBIEEN

OBJETIVO

La campaña #YoLoHagobien es una de las herramientas fundamentales para potencializar nuestro programa de Cumplimiento y Sistema de Gestión Antisoborno (SGAS). La misma busca generar concientización de la importancia de *Hacer las Cosas Bien*, aplicando 4 comportamientos principales que definen nuestra cultura ética: Confianza-Honestidad-Transparencia-Integridad. Otro de los objetivos es el de promover la cultura de integridad en nuestros grupos de interés a través de diferentes mecanismos comunicacionales y de formación innovadores, que permiten concientizar y a la vez generar recordación permanente de nuestros valores y principios de actuación con el fin de prevenir la corrupción y otros delitos.

Durante la Campaña #YoLoHagobien, se impulsa la recordación y mensaje a través de actividades lúdicas de tipo teatral (sketch), videoclips, concursos (trivias de dilemas éticos), charlas con expertos técnicos en Cumplimiento, publicación de contenidos en medios internos y externos, que representan de formas muy cercanas y educativas situaciones reales donde la ética se puede poner a prueba y se evidencie a partir de la reflexión que el mejor camino es **Hacer las Cosas Bien**.

Todos estos mensajes facilitan la identificación de posibles escenarios de riesgo de corrupción, soborno o actuaciones no éticas en el contexto laboral a través de la ejemplificación de situaciones y del comportamiento esperado para dar solución a las mismas.

Lo anterior, basado en los principios y compromisos de comportamiento definidos en nuestro Código Ético y en el Plan de Tolerancia cero con la Corrupción. También, con estas actividades se recuerda la existencia del canal confidencial de denuncias (interno y externo) denominado Canal Ético, promoviendo su uso.

DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA

La corrupción es un problema que afecta al país convirtiéndose en un inhibidor del desarrollo y crecimiento económico. Además de esto, los programas de ética y cumplimiento de las empresas generalmente son densos y difíciles de comunicar y apropiar, de manera sencilla y cercana, porque están inmersos en un marco de políticas y códigos que las personas no aterrizan fácilmente a su contexto laboral.

Dado que para Enel Colombia es una prioridad fomentar las mejores prácticas en materia de Anticorrupción y ética empresarial en todas nuestras operaciones, hemos diseñado la campaña #YoLoHagobien, que a través de herramientas comunicacionales y de formación innovadoras a nivel empresarial. Se busca capacitar, concientizar y a la vez generar recordación permanente de nuestros valores y principios de actuación con el fin de prevenir la corrupción y otros delitos.

Este tipo de eventos ha fortalecido la identidad y cultura de ética de nuestros empleados, lo cual se vio reflejado en los resultados del barómetro de transparencia realizado en el último trimestre de 2021, en los que, la recordación de campañas de comunicación/formación frente a las prácticas de Enel Colombia en materia de transparencia fue de más del 90% de los encuestados.

GESTIÓN Y CALIDAD

La creación de la campaña **#YoLoHagobien** y su mejoramiento permanente cuenta con la participación de procesos internos como Comunicaciones, Personas & Organización, Auditoría y Legal, además de proveedores externos como agencias de comunicación y publicidad, invitados expertos en el tema, como por ejemplo Alliance for Integrity, Pacto global, y la Acción Colectiva del sector eléctrico, entre otras.

Bajo el referente hashtag **"YoLoHagobien"** se emiten contenidos en medios internos y redes sociales durante el año y además, es utilizado como identificador de nuestro evento anual "Semana Ética" realizada desde el año 2017. Para cada Semana ética se busca fortalecer el posicionamiento de la Campaña **#YoLoHagobien** y la participación de los empleados implementado actividades didácticas que promuevan la reflexión sobre los beneficios de **Hacer las Cosas Bien**.

En el marco de la Semana Ética 2021, la campaña **#YoLoHagoBien** realizó un **"Workshow"** en formato de **TV Show** con ético-dramas en vivo tipo "sketch", en el que participaron cerca de 600 trabajadores de nuestra Compañía. Se recrearon a través del teatro y la improvisación, algunas situaciones reales que nos llevaron a entender y reflexionar sobre nuestras acciones y conductas éticas en el trabajo y en la vida personal. Se utilizaron herramientas teatrales y lúdicas, para lograr recordación y fomentar los comportamientos esperados.

En esta jornada también contamos con la participación de Alliance for Integrity y su Coordinador para Latinoamérica, Marco Pérez. Su intervención consistió en ser un validador externo de todos los contenidos que se presentaban durante el evento tipo "sketchs".

Así mismo, se diseñó el programa **"100 Enel's dicen"** difundido en 3 cápsulas de video, cada una con situaciones de la vida diaria o del espacio laboral. En este formato se observan actores participando en un concurso, reflexionando acerca de conductas no éticas normalizadas en ambientes laborales, y en las que invitábamos a los empleados a identificar este tipo de situaciones en donde es importante afianzar la confianza, integridad y transparencia.

Fue una invitación a analizar la conducta ética de manera permanente, representando ciertas escenas en donde la respuesta de conducta ideal no era siempre era la más obvia, invitando a los empleados a preguntarse siempre si están haciendo lo correcto, y de que si tienen dudas pueden manifestarlas a través del canal ético de manera anónima o reportando al oficial de cumplimiento.

Este tipo de formatos fortalece la identidad y cultura de ética de nuestros empleados, lo cual se vio reflejado en los resultados del barómetro de transparencia realizado al final del año 2021, en los cuales se evidencia la recordación de las campañas de comunicación en más del 90% de los encuestados.

INNOVACIÓN

Los temas de ética y cumplimiento de las empresas generalmente son difíciles de comunicar y lograr la apropiación de los conceptos no es una labor sencilla. Esta nueva aproximación (Tv show -Concurso "100 Enel's dicen) al tema nos permitió llevar la parte práctica a la realidad.

Se logró conectar a los empleados a través del humor y cumplir con el objetivo planteado, ya que los empleados pensaban que estaban viendo un programa televisivo diferente a eventos anteriores. Además, se utilizaron medios digitales lo cual facilitó llegar de forma masiva e interactiva a todos los empleados, permitiendo abarcar un gran número de empleados y con optimización del presupuesto.

Se destaca la ideación del contenido de un **TV Show** con ético-dramas en vivo tipo "sketch" como una forma innovadora de generar recordación en temas éticos y de cumplimiento. Así mismo, el concurso **"100 Enel's dicen"** es un formato diferente que permitía ver a actores concursando y reflexionando frente a cómo actuar cuando nos encontramos ante un dilema ético.

Vale la pena mencionar que el Coordinador para Latinoamérica de organización Alliance for Integrity, Sr. Marco Pérez quien participó en uno de los eventos de nuestra Semana Etica 2021

como validador externo de todos los contenidos, comentó al equipo de Enel, que en todos sus años de experiencia con organizaciones fomentando buenas prácticas de ética y cumplimiento, jamás había visto una manera tan creativa de presentar la temática para alcanzar los objetivos.

IMPACTO

Durante la semana ética de 2021, se resalta que las actividades asociadas a la campaña **#YoLoHagobien** tuvieron una gran acogida y participación por parte de los empleados tal y como lo demuestran las cifras relacionadas a continuación:

1.506

visitas durante el evento

600

asistentes conectados al evento

+300

interacciones con el contenido

1506

vistas a las capsulas de video y contenido publicado (posts, notas, videos)

Contenido disponible para **2200** empleados

1 publicación en portal Caracol radio

1 publicación en portal W radio

1 minuto grabado en el programa "La hora del regreso" W Radio.

Este tipo de eventos fortalece la cultura de ética e integridad, lo cual que se vio reflejado en los resultados del barómetro de transparencia realizado en el último trimestre de 2021. Dichos resultados mostraron que el 90% de los empleados encuestados tienen una recordación de las campañas de comunicación frente a las prácticas de Enel Colombia en materia de transparencia.

SEGUIMIENTO Y MEJORAS

La Campaña **#YoLoHagobien** es susceptible de mejoras relacionadas con la implementación de mecanismos de medición más precisos no sólo sobre la concientización de nuestros empleados frente a lo que significa Hacer Las Cosas Bien, sino también si realmente al momento estar en una situación comprometedor actuarán siguiendo los principios de actuación ética y transparente.

Así mismo, se ha evaluado cómo extender la cobertura de la Campaña a nuestros proveedores.





Promoción y estímulo de la ética y el cumplimiento

FRONTERA ENERGY

XM S.A E.S.P.



FRONTERA ENERGY CORPORATION SUCURSAL COLOMBIA



Frontera Energy Corp. es una compañía pública de Canadá que está involucrada en la exploración, desarrollo, producción, transporte, almacenamiento y venta de petróleo y gas natural en Suramérica, incluyendo inversiones relacionadas en instalaciones tanto del upstream como del midstream. Tiene un portafolio de activos diversificado, con participación en 34 bloques de exploración y producción en Colombia, Ecuador y Guyana, y oleoductos e instalaciones portuarias en Colombia. Frontera está comprometida con la ejecución de su negocio de forma segura y de una manera social, ambiental y éticamente responsable.

BUENA PRÁCTICA: EMBAJADORES DE CUMPLIMIENTO FRONTERA: INFLUENCIADORES DE INTEGRIDAD POR EXCELENCIA

OBJETIVO

En Frontera estamos convencidos de la importancia de consolidar un ecosistema empresarial íntegro que apalanque la consecución del objetivo de desarrollo sostenible 16.5¹. El sector privado en Colombia y Latinoamérica debe enfrentar diversos desafíos, siendo uno muy notable la falta de transparencia y la corrupción en el sector público y privado. Como empresa queremos no solamente garantizar procesos internos correctos sino también vivir una cultura de integridad que se evidencie en el actuar diario de todos nuestros empleados y que nos permita influenciar positivamente nuestro entorno. Esto requiere del aporte de toda la organización, empezando por la alta dirección, pasando por la gerencia media y logrando la apropiación de la cultura de integridad por parte de toda la organización.

En el marco de nuestro propósito corporativo, de la estrategia ASG (Ambiental, Social y de buen Gobierno) y del proceso de mejora continua del sistema de integridad, implementamos un programa de promoción y estímulo de la ética y cumplimiento, focalizado en la gerencia media: **Embajadores de Cumplimiento**. Éste responde a la necesidad de llegar de manera más directa, sencilla y oportuna con mensajes de integridad a toda la organización, por medio de cada supervisor directo (la gerencia media), quien en su rol de embajador incluye la ética y el cumplimiento en la gestión de su equipo.

El objetivo principal del programa es que la gerencia media, que se encuentra inmersa en la operación, pueda, frente a las circunstancias de su rol y del negocio, contar con herramientas para promocionar la integridad en sus equipos y frente a terceros (proveedores, clientes, comunidades), impulsar la toma de decisiones con base en nuestros valores (sostenibilidad, respeto, compromiso e integridad), determinar los riesgos frente a cada grupo de interés, asegurar la transparencia en la rendición de cuentas y prevenir la materialización de riesgos.

1 ODS 16 meta 16.5 Reducir sustancialmente la corrupción y el soborno en todas sus formas.

DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA

En todo sistema de integridad el reto medular es garantizar la inserción de la cultura de ética y cumplimiento en la gestión del día a día. Esta cultura debe reflejarse en el proceso de toma de decisiones, el análisis permanente del impacto sobre los grupos de interés, el ambiente positivo para la denuncia, la protección a los denunciantes, y el actuar diario ético, que constituye el mejor control de los riesgos de cumplimiento.

El rol de la gerencia media es esencial en la construcción de modelos culturales vívidos. Una gerencia media informada, comprometida y con herramientas para replicar en sus equipos, se convierte en motor de cambio cultural, promotor de la ética y el cumplimiento en la gestión del día a día, principal influenciador de integridad.

Estudios han demostrado que los líderes que hablan frecuente y apropiadamente de ética con sus equipos y actúan coherentemente, obtienen resultados positivos en términos de transparencia² y aumenta la confianza para plantear inquietudes éticas y denunciar actuaciones inadecuadas sin temor a represalias.

El programa de Embajadores logra hablar de ética a cada área “en su propio idioma”, con el fin de definir estrategias y resolver incidentes con mentalidad de prevención y mitigación de riesgos, reflejando la apropiación de la cultura de integridad cotidianamente.

² Los empleados cuyos líderes discuten frecuentemente con ellos asuntos de ética y cumplimiento se sienten 2 veces más seguros de presentar sus inquietudes de ética y 90% más confiados del compromiso de no retaliación por parte de su jefe. 54% tiende a pensar que sus compañeros actúan éticamente todo el tiempo. 70% deciden discutir con sus jefes asuntos de ética. (Ethisphere Culture MasterClass 2021) 94.6% confían en el compromiso del gerente de no tomar represalias 97.6% se sienten cómodos al abordar a un gerente con inquietudes. Fuente: Leading Practices and Trends from the 2020 World's Most Ethical Companies® 43% de los esquemas fueron detectados por denuncias y la mitad de esas denuncias provino de empleados. Las denuncias aumentan del 37% al 56% cuando los empleados están capacitados en la cultura de hablar si se requiere.. Fuente: ACFE - Report to the Nations 2020.

GESTIÓN Y CALIDAD

Embajadores de Cumplimiento es una evolución de nuestras iniciativas de promoción del actuar íntegro, diseñada para una audiencia específica de la compañía, con mensajes ajustados a su particular nivel de riesgo.

Es un programa de liderazgo y comunicación donde cada miembro de la alta dirección lidera (“patrocina”) una conversación virtual con la gerencia media, en formato “Café de Cumplimiento”, sobre la vivencia de la ética en el proceso estratégico que él o ella dirige. Esto con el objetivo de invitar al grupo de Embajadores a replicar los mensajes y aprendizajes prácticos en sus equipos y en el contexto concreto de todos los procesos de la compañía. Esto se complementa con un taller de experto enfocado en la prevención del riesgo de corrupción, y con el suministro de herramientas didácticas a los Embajadores.

El “Café de Cumplimiento”, el taller de experto y las herramientas didácticas permiten a los Embajadores: i) replicar los mensajes de integridad al interior de su equipo y frente a nuestros grupos de interés, ii) afianzar sus conocimientos en cumplimiento y iii) comprender la relevancia de la ética en los negocios y cómo ésta es parte de nuestro propósito corporativo y las correspondientes prioridades ASG. El programa es liderado por la Oficial de Cumplimiento. Durante el Café actúan como

patrocinadores/panelistas distintos ejecutivos: CEO, CFO, General Counsel, todos los Vicepresidentes de la Operación y los directores de Talento Humano, de Salud, Seguridad y Ambiente y de Asuntos Corporativos.

Los participantes del programa (Embajadores) son los líderes y gerentes de todas las áreas de la compañía. Desde 2020 hasta 2022 han participado en dos versiones del programa más de 150 Embajadores.

El programa se desarrolla a lo largo de un año corrido en 5 cafés de cumplimiento donde cada uno versa sobre una temática operativa y su correspondiente conexión con la ética y el cumplimiento. El “Café de Cumplimiento”, es un espacio de diálogo relajado, con un lenguaje claro, en donde se refuerzan los temas fundamentales del cumplimiento. Se intercambian experiencias de la alta dirección y de la gerencia media, se transmiten mensajes poderosos de nuestra junta directiva y de hombres de negocios. Se analizan los retos de la identificación de riesgos de cumplimiento y se refuerza la cultura de alzar la mano y la garantía de no represalias. Se comparten lecciones aprendidas (anonimizadas), provenientes de incidentes de la organización.

Antes del café, como parte de la invitación al mismo, se envía a los Embajadores el Boletín **KISS** (Keep Integrity Super Solid) **COMPLIANCE**, diseñado especialmente para ellos. El editorial del boletín es redactado por uno de los patrocinadores. Incluye la sección “Embajadores Hablan” y lecturas recomendadas enfocadas en la temática de conversación de cada café.

Durante todo el programa Embajadores, ellos tienen acceso digital al site **EMBAJADORES DE CUMPLIMIENTO**. El site, que se actualiza frecuentemente, incluye presentaciones, videos, lecturas especializadas, links a las políticas corporativas y a otras fuentes. También cuenta con una sección de experiencias y prácticas, compartidas por los Embajadores.

INNOVACIÓN

En Frontera hemos recorrido desde 2017 un camino en la consolidación de una cultura de integridad, que hoy es pilar fundamental de nuestra estrategia de negocio y vehículo para impactar positivamente a nuestros grupos de interés. Estamos decididos a ser influenciadores de integridad y para ello, buscamos constantemente nuevas formas de transmitir mensajes en lenguaje positivo, que aporten a la prevención de la corrupción y demás riesgos de cumplimiento.

Conociendo que las conversaciones de compliance que suceden dentro de los equipos y en la operación del negocio construyen confianza, la gerencia media se constituye en pieza clave para vivir la cultura de integridad.

Embajadores es un ejercicio de creación de círculos de confianza entre la alta dirección y la gerencia media para reforzar la importancia de la toma de decisiones centrada en valores y el beneficio de contar con la ética y el cumplimiento como algo próximo para las áreas de negocio. Pero va un paso más allá: busca generar conciencia de nuestra oportunidad y responsabilidad de también ser influenciadores de integridad en nuestro entorno.

En los esquemas tradicionales de formación en cumplimiento, un experto se dirige a la audiencia, con mayor o menor interacción, para cubrir un tema específico. En cambio, el “Café de Cumplimiento”, parte central del programa anual, es un espacio de intercambio entre nuestros líderes de distintos

niveles, con un lenguaje claro, práctico y enfocado al negocio, que motiva y da sentido a la posterior transmisión de los mensajes éticos al resto de la organización.

A la postre, esta nueva forma de sensibilizar y entrenar a un grupo específico de nuestra organización que tiene influencia sobre otros empleados, que está cerca al riesgo, y que puede oportuna y correctamente detectarlo, prevenirlo y mitigarlo, redundando efectivamente en un ambiente de negocios más transparente y con menor corrupción.



IMPACTO

Embajadores ha cumplido con su objetivo de diseminar la cultura de integridad en toda la organización y posicionar a Frontera como una empresa influenciadora de integridad. Embajadores potencializa la influencia que tiene la gerencia media en la acción de todos los empleados y en la percepción interna y externa de cómo operamos en Frontera.

Nuestros Embajadores son un recurso experto en el terreno, que respalda el sistema de integridad. Hoy las conversaciones constantes de ética y cumplimiento por parte de nuestros Embajadores con sus equipos y otros grupos de interés son una realidad, con impacto en la cultura corporativa y en el entorno de negocios.

Una evidencia relevante que confirma que los objetivos del programa de Embajadores se han cumplido, es su impacto en la Cultura Ética y en el Liderazgo y la reputación de Frontera. Dicho impacto contribuyó, al igual que otros elementos del sistema de integridad, al reconocimiento de Frontera, por parte de Ethisphere³ como una de las Empresas más Éticas del Mundo® (WMEC por sus siglas en inglés) durante dos años consecutivos.

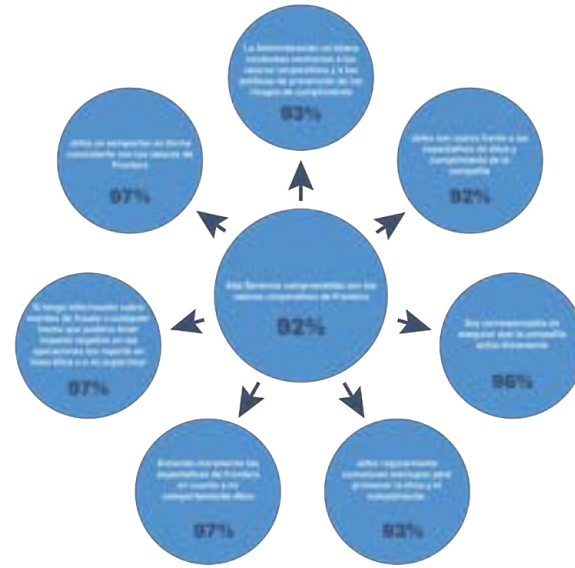
Otros ejemplos de la contribución de Embajadores a los resultados generales del éxito del sistema son:

1. En la encuesta de cierre del Programa Embajadores de Compliance en 2021 y 2022 el 100% de quienes la respondieron reconocieron beneficios positivos del programa, y algunos anotaron:



³ Ethisphere, líder mundial en la definición y evaluación de estándares internacionales de ética y cumplimiento. Evalúa, entre otros aspectos, el programa de Ética y Cumplimiento y la Cultura de Integridad Corporativa. Las empresas que se destaquen por sus buenos resultados en la medición son reconocidas anualmente con la inclusión dentro del listado de las World Most Ethical Companies (Frontera fue incluida en el listado por primera vez en 2021 y fue ratificada en 2022).

2. En la encuesta de cultura de integridad 2021 dirigida a nuestros empleados, más del 80% de los que respondieron dijeron estar "muy de acuerdo" con declaraciones acerca de la efectividad de nuestro sistema y del mantenimiento de la cultura de integridad como factor de éxito de la empresa.



3. En una encuesta de percepción realizada a grupos de interés en 2021, el 89,6% de los encuestados está muy de acuerdo con la siguiente afirmación: "Frontera promueve el establecimiento de relaciones éticas, transparentes y respetuosas con sus grupos de interés".
4. Confianza en el canal de denuncias. En Frontera hemos pasado de tener 81% de denuncias anónimas en 2017 a 45% en 2021. Un número menor de denuncias anónimas, con el correspondiente incremento de denunciantes conocidos, indica en nuestra opinión que los denunciantes confían en el sistema y en la seriedad, el rigor y la confidencialidad de las investigaciones.
5. El cambio en la forma de actuar de todos en Frontera es visible en el entorno. Nuestra Oficial de Cumplimiento ha sido invitada por Red Latinoamericana de Cumplimiento, Pacto Global, Alliance for Integrity, Schlumberger, entre otros, a compartir su experiencia como gestora de la cultura de integridad al interior de Frontera.

En esos foros se han divulgado prácticas que, como Embajadores, contribuyen de manera innovadora a la consolidación de la mencionada cultura y al actuar correcto de nuestra gente.

SEGUIMIENTO Y MEJORAS

Embajadores de Cumplimiento se convirtió en la más efectiva estrategia de promoción y estímulo de la cultura de Integridad en Frontera. Logró hablarle al negocio de ética y cumplimiento de forma amena, propositiva y razonada. Al ser una herramienta con el aporte de muchos y basada en la conversación y el trabajo en equipo está en permanente crecimiento y mejora.

Habiendo ya cubierto una base amplísima de la gerencia media, la tarea es mantener con ésta canales de comunicación, refuerzos y actualización del conocimiento. También asegurar que continúa y evoluciona la apropiación y la transmisión a sus equipos y grupos de interés del modelo Frontera para hacer negocios éticos.

En una segunda fase prevemos, entre otros, propiciar encuentros con colegas de empresas del sector o de sectores comparables, para ahondar en el beneficio, valor agregado y aporte a la sostenibilidad empresarial de actuar siempre con integridad. Esto propiciará el compartir y la adaptación de buenas prácticas de ética y cumplimiento y será un paso adelante en nuestro objetivo de influenciar positivamente la manera de hacer empresa en Colombia.

Así mismo, involucraremos a un grupo destacado de los Embajadores para que participen activamente en la definición de las metodologías y temáticas a trabajar en la siguiente versión del Programa, con base en su experiencia y su conocimiento de las necesidades y riesgos del negocio.

TODO MOVIMIENTO TRANSFORMADOR COMIENZA CON UNA ESTRATEGIA QUE VA ACOMPAÑADA DE LA DECISIÓN Y VOLUNTAD DE LAS PERSONAS DE ACTUAR. LA SUMA DE ACCIONES SENCILLAS GENERA IMPORTANTES IMPACTOS Y HACE DE LA INTEGRIDAD NUESTRA MANERA DE SER Y DE RELACIONARNOS.



XM S.A E.S.P.

Somos una empresa subsidiaria del Grupo Ecopetrol a través de su filial ISA, especializada en la gestión de sistemas de tiempo real, la administración del mercado de energía mayorista y el desarrollo de soluciones y servicios de energía e información.

La gestión de sistemas de tiempo real consiste en la planeación, diseño, optimización, puesta en servicio, coordinación de la operación, administración o gerenciamiento de sistemas transaccionales o plataformas tecnológicas, que involucran el intercambio de información con valor agregado, y mercados de bienes y servicios relacionados.

Específicamente, en XM operamos el Sistema Interconectado Nacional (SIN) y administramos el Mercado de Energía Mayorista (MEM), para lo cual realizamos las funciones de Centro Nacional de Despacho -CND-, Administrador del Sistema de Intercambios Comerciales -ASIC- y Liquidador de Cuentas de cargos por Uso de las redes del Sistema Interconectado Nacional -LAC. Además, XM administra las Transacciones Internacionales de Electricidad de corto plazo -TIE- con Ecuador.

En XM contribuimos al desarrollo sostenible del país y brindamos la mejor energía a los colombianos. Para lograrlo, actuamos como un gran articulador, y lo hacemos sumando la energía de todos; no solo el tipo de energía que se genera, transporta o distribuye, sino la que emana de visiones, conocimientos, capacidades, experiencia y manera de entender el futuro. Así, los colombianos seguirán contando con la mejor energía.

Trabajamos bajo los principios de integridad, responsabilidad, respeto y compromiso con la vida, declarados en nuestro código de ética y conducta; estas son reglas de la empresa que constituyen fuente de responsabilidad y guían el comportamiento esperado de los colaboradores.

BUENA PRÁCTICA: ACCIÓN COLECTIVA DE ÉTICA Y TRANSPARENCIA DEL SECTOR ELÉCTRICO COLOMBIANO

OBJETIVO

El sector eléctrico colombiano, consciente de su importancia para el desarrollo del país, su impacto en la economía y su responsabilidad al prestar un servicio público esencial, quiso incorporar buenas prácticas de transparencia y ética, mediante la celebración de un acuerdo voluntario, con el propósito de promover la sana competencia, la confianza y la sostenibilidad de las empresas y del sector. A esta unión voluntaria la llamamos Acción Colectiva de Ética y Transparencia del Sector Eléctrico Colombiano.

Esta iniciativa es liderada por XM y el CNO – Consejo Nacional de Operación, y se define y ejecuta alrededor de los siguientes compromisos:

- Avanzar en el desarrollo e implementación de un programa integral anticorrupción, teniendo como referente los “Principios Empresariales para Contrarrestar el Soborno”, emitidos por la organización Transparencia Internacional.
- Continuar promoviendo la competencia en el sector eléctrico, teniendo como referente las buenas prácticas de gobierno corporativo para la prevención de restricciones a la libre competencia.
- Construir y divulgar, al interior de cada empresa, un mapa de riesgos de corrupción, de prácticas restrictivas de competencia y de lavado de activos y financiación del terrorismo, incluyendo las medidas de administración pertinentes, así como también contribuir con la elaboración de este para el Sector.
- Suministrar información útil para fomentar la transparencia en el sector y en el mercado de energía.
- Divulgar el presente acuerdo al interior de cada empresa, incluyendo sus juntas directivas, así como también con los diferentes grupos de interés del sector eléctrico.

Avanzamos hacia metas cada vez más exigentes y ambiciosas, para las cuales continuamos implementando buenas prácticas en contextos diversos y retadores que nos exigen actuar y estar alerta a los nuevos riesgos a los que estamos expuestos, por lo que durante 2021 decidimos adicionar el siguiente compromiso:

- Promover y velar por el respeto de los DDHH en la cadena de valor del sector eléctrico, a través de la identificación y gestión de los riesgos.

DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA

En nuestros inicios y basados en estudios sectoriales, identificamos los principales riesgos en la gestión de las empresas que pertenecen al ecosistema de energía colombiano, y decidimos trabajar juntos para mitigarlos; los riesgos o vulnerabilidades que arrojó el estudio fueron corrupción, competencia, lavado de activos y fiabilidad y utilidad de la información, por lo que los miembros gestores de esta iniciativa, construimos y firmamos de forma voluntaria una declaración para trabajar en 5 compromisos para dar respuestas a los riesgos anteriormente descritos y así regular nuestra gestión, fortalecer los estándares de transparencia y mitigarlos.

El abordaje de los compromisos definidos se realiza a través de talleres y mesas de trabajo para la construcción de mapas de riesgo, y la definición de medidas de administración para mitigarlos, capacitaciones para conocer, interiorizar y aplicar las mejores prácticas de nuestros miembros y de terceros expertos, así como para compartir experiencias y problemáticas de las diferentes empresas; adicionalmente, se buscan diferentes espacios de divulgación para invitar a nuevos miembros y buscar permear otros sectores para replicar esta iniciativa y contamos dentro del esquema de gobierno con comités técnicos dedicados a cada riesgo puntual, cuya dinámica será explicada en detalle en el apartado de Gestión y calidad.

Uno de nuestros principales propósitos es acompañar y dar herramientas a las empresas (especialmente aquellas que, por su tamaño no cuentan con áreas robustas de compliance, control interno o auditoría interna) y al sector, en la incorporación de buenas prácticas anticorrupción y en la promoción de la transparencia, a través de un concepto preventivo y de autorregulación y autocontrol, buscando anticiparse a la acción del estado para controlar prácticas en contra de la integridad empresarial.

GESTIÓN Y CALIDAD

Hoy, somos 35 empresas que reafirmamos nuestro compromiso y responsabilidad en la construcción de país y en la relación ética con todos los actores del ecosistema energético. Un proceso en el que nos hemos basado en nuestro modelo de gobierno (adjunto) que aunque se trata de una iniciativa voluntaria, tienen como propósito establecer el marco de actuación, así como definir reglas generales de funcionamiento para garantizar el cumplimiento del propósito y los compromisos de la Acción Colectiva.

En dicho modelo se definen los Órganos de gobierno:

- **Asamblea de Miembros:** conformada por un representante designado de cada empresa miembro y por un representante del Consejo Nacional de Operación (CNO). Es el máximo órgano de gobierno. Se define también el quorum decisorio definido en el 70% de aprobación de los representantes de las empresas miembro.

- **Secretaría Técnica:** conformada por el Secretario Técnico del CNO y el delegado de XM Compañía de Expertos en Mercados S.A. E.S.P., encargada entre otros de Impulsar la dirección estratégica y gestionar el plan de trabajo.
- **Comités Técnicos:** cuya función principal es analizar y evaluar nuevos estándares relacionados con los compromisos asumidos por la Acción Colectiva, así como desarrollar propuestas específicas para renovar y actualizar la Acción de forma progresiva. Actualmente se cuenta con 4 comités técnicos dedicados a desarrollar los compromisos en los riesgos LAFT, competencia, corrupción y Derechos humanos.
- **Testigos:** actualmente contamos con la Secretaría de Transparencia de la Presidencia de la República y Naciones Unidas contra la Droga y el Delito, quienes actúan como terceros independientes y ejercen el rol de veedores del esquema, y un tercero neutral:

Pacto Global. Estas entidades hacen seguimiento y acompañamiento a la Acción, comparten buenas prácticas con las empresas miembro y reciben el reporte anual de cumplimiento de los compromisos de la Acción Colectiva.

Igualmente se definen los deberes de los miembros de la Acción Colectiva y las consecuencias del incumplimiento de los compromisos, el proceso para la aceptación de nuevos miembros, las condiciones para garantizar viabilidad financiera de las iniciativas/actividades a llevar a cabo y los beneficios de pertenecer a la acción.

Por otra parte, este documento define el mecanismo de verificación, en el cual cada miembro entrega anualmente a los testigos de la Acción y a la Asamblea, en la segunda reunión plenaria anual, un informe de cumplimiento respecto de los compromisos asumidos en el marco de la Acción Colectiva. El informe está basado en las actividades anuales definidas por los miembros de la Acción en la mesa de planeación, y las empresas deberán indicar si adoptaron o no los compromisos para el periodo que se está evaluando. El informe de cumplimiento de los compromisos está firmado por el representante legal de cada empresa. Así mismo, la Secretaría Técnica presenta en las reuniones plenarias de la Asamblea, reportes con los avances de la gestión, del funcionamiento y del cumplimiento de los compromisos de la Acción.

Por último, este documento define la vigencia de la Acción Colectiva, actualmente establecida en 5 años, tiempo luego del cual sus miembros deciden si extienden o no su plazo. Es importante mencionar que durante el 2020 se definió renovar la vigencia de la acción durante 5 años más. Así mismo se define el mecanismo para una desvinculación voluntaria.



INNOVACIÓN

Si bien a nivel mundial y en Colombia no es nuevo el concepto de acuerdos colectivos, la Acción Colectiva es innovadora ya que es la primera creada para el sector eléctrico y desde su firma en el 2015 ha avanzado continuamente en su fortalecimiento, buscando siempre estar vigente y ser útil para sus miembros; adicionalmente contamos con el compromiso de las empresas miembro, a pesar de que aún el ente de vigilancia del sector no ha emitido normatividad en materia LA/FT, buscamos constantemente nuevos retos para seguir creciendo y mejorando, trabajamos para contar con mecanismos de medición anual de nuestro avance, no solo como acción sino para cada una de las empresas, que nos permiten declarar ante nuestros grupos de interés el compromiso y avance que como colectivo hemos logrado, y que apoya al sector en la mitigación de los riesgos, inclusive antes de su regulación, como un mecanismo de autocontrol.

Adicionalmente, tenemos una metodología desarrollada internamente para abordar cada uno de los riesgos, con el objetivo de entregar herramientas a las empresas para su gestión y entregar al público en general los documentos resultantes por considerar que aporta a su fortalecimiento en materia de transparencia; esto se vio materializado en el 2021 a través de la publicación, en nuestro micrositio, de 3 documentos de buenas prácticas en materia de gestión de riesgos LA/FT, de restricciones a la libre competencia y corrupción.¹

De otra parte, fomentamos la divulgación de la práctica en diferentes espacios y eventos del sector privado o público y de agremiaciones y academia, para lograr que conozcan las bondades de la iniciativa y su impacto en el mundo empresarial y en la sociedad en general y de esta forma, lograr que la práctica sea replicada.

Por último, en 2021 y con ayuda de nuestro testigo UNODC, ingresamos a la base de datos mundial de Acciones Colectivas del Instituto de Basilea, que actualmente cuenta con 278 Acciones colectivas. El Instituto de Basilea es una fundación suiza sin fines de lucro dedicada a trabajar con socios públicos y privados de todo el mundo para prevenir y combatir la corrupción.

¹ En el siguiente link se pueden consultar los documentos: <https://www.xm.com.co/sostenibilidad/accion-colectiva-de-etica-y-transparencia>

Estar en dicha base de datos nos da visibilidad internacional y nos permite tener acceso a mejores prácticas de acciones colectivas de todo el mundo.

IMPACTO

Desde la Acción colectiva, impactamos de manera positiva las empresas, la sociedad y el país en general, contando con buenas prácticas internas y fortaleciendo en el sector las prácticas de ética y de transparencia, con el propósito de promover la sana competencia, la confianza y la sostenibilidad de las empresas y del sector.

De manera específica se ha logrado y entregado:

- Mapa de riesgos de Competencia del Sector Eléctrico:
 - i. Construcción y actualización de la matriz de riesgos de competencia.
 - ii. 50 personas capacitadas de 19 empresas, con lo que se genera conciencia y cultura sobre prácticas anticompetitivas.
 - iii. Las empresas trabajaron en mapas de riesgos de competencia internos.
 - iv. Definición de criterios mínimos de un programa de protección de la libre competencia para el sector
- Mapa de riesgos de Corrupción del Sector Eléctrico:
 - i. Generación y actualización del mapa de riesgos de corrupción del sector eléctrico
 - ii. Autoevaluación y evolución en la madurez de la gestión del programa anticorrupción de las 35 empresas, identificando brechas y generando un plan para cerrarlas.
 - iii. Definición de los mínimos básicos del programa anticorrupción que las empresas deben tener
 - iv. 32 personas capacitadas de 27 empresas
- Mapa de riesgos de LAFT del Sector Eléctrico:
 - i. Creación y actualización del mapa de riesgos de lavado de activos y financiación del terrorismo

ii. 33 personas capacitadas de 33 empresas en lavado de activos y financiación del terrorismo

- Se han realizado 31 reuniones, entre mesas de trabajo y talleres.
- Aproximadamente hemos realizado 21 divulgaciones a los grupos de interés en eventos como: Foro de ética del Sector Eléctrico, ANDESCO, Congreso MEM, Pacto Global, Secretaría de Transparencia, Paneles y espacios de nuestros testigos y diferentes entidades como Alliance for integrity.
- Publicación² para el público en general de 3 documentos de buenas prácticas enfocados en compartir el resultado de los ejercicios realizados en los primeros 5 años de la acción.
- Se ha realizado un trabajo conjunto con los testigos de la Acción colectiva, participando activamente en sus iniciativas: Hacia la integridad (UNODC); Red nacional de observatorios anticorrupción – RENOBA – (Secretaría de transparencia)

A través de estas divulgaciones y específicamente la realizada en ANDESCO, y los logros y trabajo presentado, en 2018 se creó la Acción sectorial de las empresas de acueducto y alcantarillado por la gobernanza y la eficiencia empresarial, la cual funciona con recursos del gobierno Suizo pero con un esquema similar a nuestra acción, basando su gestión en 8 compromisos; esto demuestra que la Acción colectiva a logrando permear otros sectores y esperamos seguir haciéndolo.

Se realiza también seguimiento a los planes definidos por las empresas miembros según el modelo establecido en las Políticas de buen gobierno y explicado en gestión y calidad.

² Publicado en el siguiente link: <https://www.xm.com.co/sostenibilidad/accion-colectiva-de-etica-y-transparencia>

ciar el impacto que ha tenido esta iniciativa en sus miembros:

"Para Termoyopal Generación 2, estar en la Acción Colectiva, es un motivo de orgullo porque hemos encontrado un espacio de reflexión y construcción, en donde nos hemos beneficiado conociendo las experiencias de nuestros pares y hemos podido compartir las nuestras. Creemos firmemente, que las empresas que la integramos, estamos a la vanguardia en la implementación de buenas prácticas en materia de Ética, Transparencia, lucha contra la corrupción y la prevención del lavado de activos y la financiación del terrorismo."

Gabriel Augusto Rodríguez, Líder de Riesgos y Oficial de Cumplimiento | Termoyopal

"La participación de Enel en la Acción Colectiva para la Ética y Transparencia del Sector Eléctrico ha contribuido en el fortalecimiento de nuestro Programa de Cumplimiento; a través de mesas de trabajo periódicas se comparten y aprenden buenas prácticas que potencializan nuestro programa y el de otras compañías del sector. Asimismo, contribuimos entre todos a desarrollar una visión conjunta del riesgo en temas de ética e integridad y definir compromisos para el mejoramiento de los programas de las empresas adheridas."

Luis Alejandro Díaz, Head of Audit & Compliance Officer | Enel Colombia & Centroamérica

"Para TermoemCali su participación activa -tanto en la Acción Colectiva del sector Eléctrico como en los Foros Anuales de Ética- han supuesto, más que un compromiso, ventanas de oportunidad para ir perfeccionando sus mecanismos de manejo preventivo y control de riesgos frente al flagelo de la corrupción que tanto afecta el desarrollo de los negocios en nuestro país, permitiéndole afinar sus herramientas con mejores prácticas compartidas por otros participantes y por los conferencistas internacionales que han colaborado en estos eventos."

Jorge Armando Pineda Sánchez, Gerente General | TermoemCali S.A. E.S.P. a ContourGlobal Latam Company

A background image showing a group of business professionals in a meeting. One person is using a laptop, another is holding a tablet, and others are looking at documents. The scene is dimly lit with a blue tint.

Medición de impacto de programas anticorrupción empresarial

EMPRESAS PÚBLICAS DE MEDELLÍN ESP

TRANSPORTADORA DE GAS INTERNACIONAL S.A ESP



EMPRESAS PÚBLICAS DE MEDELLÍN ESP



Empresas Públicas de Medellín ESP “EPM” es una empresa con más de 65 años de historia y trayectoria en nuestro país con nuestro compromiso fundamental: “Contribuir a la armonía de la vida para un mundo mejor”

Nuestra estrategia está orientada a evolucionar y crecer más allá de los servicios públicos domiciliarios, brindando soluciones ágiles e innovadoras para y con las personas y territorios.

Son ocho (8) los negocios conforman el que hacer de nuestro grupo empresarial:

- **Generación y Comercialización de Energía**
- **Transmisión de Energía**
- **Distribución y Comercialización de Energía**
- **Distribución y Comercialización de Gas Natural**
- **Provisión y Comercialización de Aguas**
- **Gestión y Comercialización de Aguas Residuales**
- **Gestión y Comercialización de Residuos Sólidos**
- **Comercialización Nuevas Soluciones 1**

Como casa matriz del Grupo EPM que opera en 6 países de Latinoamérica compuesto por 44 empresas.

BUENA PRÁCTICA: MEDICIÓN ANUAL DE CLIMA ÉTICO

OBJETIVO

Medir anualmente la incorporación del Modelo de Gestión ética adoptado en EPM en diversas variables o categorías por parte del Grupo de Interés: Gente EPM

Objetivos

- Diagnosticar el proceso de gestión ética en EPM
- Analizar su impacto en los cambios de la Cultura Organizacional
- Identificar la percepción de los colaboradores/as frente a las prácticas, mecanismos y herramientas organizacionales existentes.
- Conocimiento e incorporación de los valores y principios éticos en el actuar de los colaboradores/as.
- Reconocimiento y apropiación de la Línea Ética: "Contacto Transparente" como Canal de Denuncias del Grupo EPM.
- Recopilar las percepciones de los servidores con base en el marco ético de la cultura de EPM.

La evaluación del clima ético en una entidad como EPM nos ha permitido evidenciar si lo propuesto en nuestro modelo de Gestión Ética es coherente con las prácticas y acciones de la organización. EPM reconoce que como entidad del del estado representa responsabilidad social, ya que las decisiones y acciones de nuestros colaboradores/as repercuten no solo en la entidad sino en la sociedad.



DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA

Partiendo de Cullen y Victor (1988) clima ético se define "...como las percepciones compartidas de los empleados sobre lo que es la acción éticamente correcta y cómo los temas éticos deben ser desarrollados..." , EPM estableció la práctica de Medición de Clima Ético, la cual viene desarrollando anualmente desde el 2016 con el fin de diagnosticar su gestión ética, como camino fundamental para el fortalecimiento ético de la empresa y la generación de cambios en la Cultura Organizacional.

La medición se hace a las siguientes categorías:

1. Principios y valores éticos personales de colaboradores/as.
2. Principios y valores éticos en EPM
3. Liderazgo de los directivos en la gestión ética en EPM
4. Relaciones con los servidores públicos en EPM
5. Relaciones con los contratistas y proveedores en EPM
6. Relaciones con otras entidades públicas en EPM
7. Relaciones con la comunidad en EPM
8. Relaciones con el medio ambiente en EPM
9. Construcción y gestión ética en EPM
10. Conocimiento de los valores éticos de EPM
11. Conocimiento de los principios éticos de EPM
12. Conocimiento y uso de la Línea Ética

Los resultados son los insumos que apalancan las estrategias éticas a seguir.

GESTIÓN Y CALIDAD

Gracias a la rigurosidad con la que anualmente realizamos la Medición de Clima Ético, nos ha permitido enfocarnos en el mejoramiento ético, así como en la implementación de mecanismos que nos permitan prevenir el fraude, la corrupción y el soborno.

Esta herramienta hace parte de la Hoja de Ruta trazada desde el modelo de Gestión Ética de la organización, el cual soporta la gestión del mismo en EPM y que es sujeto de permanente revisión y seguimiento por parte del Comité de Ética con una verificación independiente por parte de la Vicepresidencia de Auditoría Corporativa.

De igual forma los resultados anuales y los comportamientos de cada una de las categorías son insumos para actualizar la hoja de Ruta de la Gestión Ética.

Los resultados no solo se socializan al interior del Comité de ética, sino que se presentan en el Comité de Gerencia y en diversos grupos primarios de las dependencias que apalancan los temas de transparencia, sostenibilidad, gobierno y negocios de EPM.

INNOVACIÓN

Muchas empresas no han logrado materializar y "medir" la gestión que realizan en temas tan fundamentales como la gestión ética, su evolución cultural, temas de transparencia y probidad y cómo esos se reflejan en su interacción con diversos grupos de interés.

Es por eso por lo que este mecanismo, el cual hemos compartido y aplicado en todas las empresas nacionales del Grupo EPM, es fácilmente replicable con pequeñas adaptaciones en cualquier organización colombiana sin importar el sector, el tamaño, su trayectoria o antigüedad de haber sido establecida.

IMPACTO

La medición del clima ético, junto con otros instrumentos, herramientas, mecanismos y prácticas de EPM tiene su alineación con las metas 16.5, 16.6 y 16.7.

Algunas iniciativas alineadas con el logro de las metas ODS 16.5, 16.6 y 16.7

Política de Cero Tolerancia frente al Fraude, la Corrupción y el Soborno

Política de Responsabilidad Empresarial RSE

Política Institucional de Derechos Humanos

Plan Anticorrupción y Atención al Ciudadano -PAAC

Modelo Integrado de Planeación y Gestión -MIPG

Código de Ética

Manual de Conducta Empresarial de Grupo

Manual de Conducta Proveedores y Contratistas

Medición del Clima Ético

Acción Colectiva del Sector Eléctrico

Acción Colectiva del Sector Aguas

Carta de trato digno

Participación Ciudadana



Esta práctica es una actividad no sólo de EPM, sino de sus empresas filiales nacionales y en algunas de las internacionales.

A continuación, se relacionan los resultados de los últimos 4 años

Empresas Públicas de Medellín ESP Resultados Medición de Clima Ético				
Categorías	2017	2019	2020	2021
1. Principios y valores éticos personales de colaboradores/as	95,50%	94,49%	98,55%	98,34%
2. Principios y valores éticos en EPM	74,21%	73,15%	82,45%	78,29%
3. Liderazgo de los directivos en la gestión ética en EPM	81,10%	80,63%	85,75%	80,27%
4. Relaciones con los servidores públicos en EPM	87,41%	87,20%	91,90%	90,14%
5. Relaciones con los contratistas y proveedores en EPM	87,41%	87,20%	91,90%	90,14%
6. Relaciones con otras entidades públicas en EPM	84,90%	86,83%	87,34%	87,30%
7. Relaciones con la comunidad en EPM	92,25%	92,13%	93,40%	92,36%
8. Relaciones con el medio ambiente en EPM	93,72%	93,45%	96,35%	94,96%
9. Construcción y gestión ética en EPM	89,06%	90,36%	95,48%	94,63%
10. Conocimiento de los valores éticos de EPM	73,40%	80,38%	79,14%	84,18%
11. Conocimiento de los principios éticos de EPM	58,22%	36,03%	49,62%	58,22%
12. Conocimiento y uso de la Línea Ética: Contacto Transparente				

SEGUIMIENTO Y MEJORAS

Una mejora o ampliación que estamos desarrollando de la práctica, es construir un instrumento más resumido o concreto y dirigir la encuesta de medición a otros grupos de interés para evidenciar cual es su percepción de la Gestión Ética en EPM; en principio vamos a dirigirla a Proveedores & Contratistas, Comunidad y a Periodistas & Líderes de opinión.

**LA INTEGRIDAD ES EL ESCENARIO DONDE
NUESTRO ACTUAR SE ENCUENTRA CON
NUESTRO DECIR, AQUÍ ES DONDE SE
IMPONE LA COHERENCIA**



TRANSPORTADORA DE GAS INTERNACIONAL S.A ESP



La Transportadora de Gas Internacional S.A ESP - TGI es una empresa de servicios públicos mixta con participación indirecta de Bogotá D.C., líder en el transporte y procesamiento de hidrocarburos (midstream) en Colombia. A 2027 busca ser una empresa multilatina que le agregue valor a todos los públicos de interés en los países en lo que está presente. Es una empresa del Grupo Energía de Bogotá y llega a 220 municipios en Colombia, en 18 de departamentos con el transporte de gas natural.

El objeto principal de TGI es la planeación, organización, diseño, construcción, expansión, ampliación, mantenimiento, operación y explotación comercial de los sistemas de transporte de gas natural propios y de los sistemas de transporte de hidrocarburos en todas sus formas.

TGI cuenta con un referente de actuación constituido por las mejores prácticas y lineamientos de comportamiento ético y transparente guiado por los valores corporativos: i) Empatía, ii) Primero la vida, iii) Integridad, iv) Trabajo en equipo con responsabilidad individual y v) Enfoque a resultados.

BUENA PRÁCTICA: FORTALECIMIENTO DEL PROGRAMA DE ÉTICA Y CUMPLIMIENTO A TRAVÉS DE LA PARTICIPACIÓN EN MEDICIONES Y EVALUACIONES INTERNAS Y EXTERNAS

OBJETIVO

La Transportadora de Gas Internacional S.A ESP – TGI, en el año 2019 consolidó su Programa de Ética y Cumplimiento de acuerdo con los lineamientos del Grupo Energía Bogotá S.A ESP con el objetivo de garantizar un enfoque de ética y transparencia en la gestión de las operaciones del negocio. El programa está integrado por los siguientes componentes:



Una vez establecido el programa y con el fin de lograr la mejor continúa del mismo, TGI ha adoptado como buena práctica participar en mediciones que hacen reconocidas entidades como la Corporación Transparencia por Colombia y la Veeduría Distrital, en las cuales se mide la gestión de los riesgos de cumplimiento de las empresas.

De igual manera, con el fin de fortalecer los procesos internos la Gerencia de Auditoría Interna de la empresa, incluye dentro de su Plan Anual de Auditoría la revisión del Programa de Ética y Cumplimiento para lo cual se apoya en firmas asesoras externas, expertas en programas anticorrupción y con amplia experiencia en la gestión de los riesgos objeto del programa.

Una vez finalizado el proceso de auditoría o la medición correspondiente y dependiendo el resultado obtenido, se identifican brecha o mejoras de proceso frente a las cuales se establecen planes de acción, los cuales conllevan actualizaciones permanentes teniendo en cuenta el cambio normativo y la implementación de buenas prácticas de acuerdo con los estándares nacionales e internacionales.

Lo anterior con el fin de fortalecer el Programa de Ética y Cumplimiento de acuerdo con la normatividad vigente y las buenas prácticas aplicables.

DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA

Con el fin de lograr la mejora continua del Programa de Ética y Cumplimiento y por tanto su fortalecimiento, TGI ha participado en distintas mediciones que hacen reconocidas entidades como la Corporación Transparencia por Colombia y la Veeduría Distrital, en las cuales se mide la gestión de los riesgos de cumplimiento de las empresas. Así se han ejecutado las siguientes actividades:

1. Participar en la Medición de Transparencia Empresarial 2020 y 2022 llevada a cabo por la Corporación Transparencia por Colombia, la cual tiene por objeto medir la gestión de riesgos de corrupción de las empresas a través de instrumentos que contribuyan a prevenir, detectar y sancionar y evitar la ocurrencia de este riesgo.
2. Participar en el proyecto de Buen Gobierno Corporativo, Transparencia, Derechos Humanos, Gestión Antisoborno y Cultura de la Integridad de las Empresas y otras Organizaciones del Distrito Capital, realizado por la Veeduría Distrital en los años 2020 y 2021, con el objeto de “mejorar los referentes y estándares de transparencia e integridad corporativa en la lucha contra la corrupción, hacia la transparencia en la construcción de lo público en empresas públicas y mixtas del distrito”.
3. Realizar por parte de la Gerencia de Auditoría Interna de la compañía, la auditoría al Programa de Ética y Cumplimiento en el año 2021, con el objeto de “verificar el Programa de Ética y Cumplimiento y el componente de protección de datos de TGI”, actividad que se realizó con asesoría de la firma Olarte Moure & Asociados.

GESTIÓN Y CALIDAD

TGI S.A ESP adoptó desde mayo de 2017, la Política de Control Interno y Prevención del Fraude y la Corrupción, la cual establece los compromisos de las empresas que conforman el Grupo Energía Bogotá¹-GEB para la adopción y mantenimiento de un Sistema de Control Interno que permita el logro, de manera ordenada y eficiente, de los objetivos, gestión y resultados de las empresas del Grupo, mediante la implementación de normas y procedimientos dirigidos al cumplimiento de dicha labor, así como la promoción y consolidación de una cultura ética basada en los valores corporativos.

Como parte de los compromisos establecidos en la política, se encuentra el de acatar y respetar la normativa aplicable a las empresas que forman parte del GEB, asumir una posición de “Cero Tolerancia” al Fraude, el Lavado de Activos y a la Financiación del Terrorismo y la Corrupción y acoger como criterios principales los componentes del Sistema de Control alineados con el modelo

“COSO”; así mismo, aplicar el modelo de Tres Líneas de Defensa:

- **Primera línea de defensa:** Se ejerce el control de la Alta Dirección mediante los dueños de los procesos, quienes establecen sus propias actividades de control para mitigar sus riesgos y mantener un control interno efectivo.
- **Segunda línea de defensa:** Se estructura en torno a la función de supervisión y monitoreo de la eficacia de los controles de la primera línea. Esta línea asegura que la primera línea de defensa esté operando de la forma que fue establecida.
- **Tercera línea de defensa:** Corresponde a la evaluación independiente, a través de actividades desarrolladas por la función de auditoría cuyo objetivo es evaluar de manera independiente y objetiva que el sistema funcione de forma adecuada, suficiente y efectiva.

Con el fin de fortalecer su Arquitectura de Control, TGI creó la Dirección de Cumplimiento, la cual reporta administrativamente a la Vicepresidencia Jurídica y de Abastecimiento, y funcionalmente al Comité de Auditoría y Riesgos de la Junta Directiva.

El objetivo de la Dirección de Cumplimiento es formular, ejecutar y controlar las políticas de transparencia y cumplimiento dentro de la compañía estableciendo herramientas de monitoreo, control y cultura empresarial para garantizar la probidad en las actividades y relaciones de TGI con todos sus grupos de interés.

El Programa de Ética y Cumplimiento de TGI se implementó de acuerdo con los lineamientos del GEB, cuya construcción se fundamentó en estándares internacionales y exigencias regulatorias; buscando prevenir la materialización de los riesgos de lavado de activos, financiación de terrorismo, fraude y corrupción.

Este programa cuenta con el respaldo de la Alta Dirección en el marco de las siguientes instancias corporativas: (i) Comité de Auditoría y Riesgos de la Junta Directiva, (ii) Comité de Ética y Cumplimiento, el cual está integrado por el Presidente de la compañía, los Vicepresidentes de jurídico y Abastecimiento y Talento Humano y Gestión Administrativa y el Director de Cumplimiento.

INNOVACIÓN

La práctica es innovadora, toda vez que se enfoca a la implementación de las mejores prácticas nacionales e internacionales en materia de Programas de Cumplimiento.

Las instituciones que realizan las mediciones de los Programas Anticorrupción actualizan permanentemente los criterios de evaluación de acuerdo con la normatividad vigente, con las buenas prácticas empresariales y estrategias de gestión de riesgos de corrupción, soborno, y en general de cultura de integridad.

Así, el hecho de participar en la medición es un reto para la organización, toda vez que para mantener un resultado favorable deberá trabajar permanentemente en el fortalecimiento de sus políticas y procedimientos y así contar con un programa actualizado y que cumpla con la normatividad vigente y las mejores prácticas del mercado.

En cada una de las mediciones o auditorías realizadas se identifican oportunidades de mejora, para las cuales se construyen planes de acción, con el fin de preparar la organización para una nueva medición, circunstancia que lleva a la mejora continua del Programa de Ética y Cumplimiento.



¹ Del cual forma parte TGI S.A. ESP

IMPACTO

Para TGI actuar en un marco de transparencia e integridad, de acuerdo con los valores corporativos, soporta el cumplimiento de la estrategia corporativa y permite llevar a cabo los compromisos con los grupos de interés.

Contar con un Programa de Ética y Cumplimiento sólido, genera confianza y credibilidad en la compañía, impactando a los diferentes grupos de interés, como accionistas, colaboradores, administradores, proveedores y clientes.

Para TGI obtener el primer lugar en la medición realizada por la Veeduría Distrital en materia de Buen Gobierno Corporativo, Transparencia, Derechos Humanos, Gestión Antisoborno y Cultura de la Integridad, es un reconocimiento a su gestión e inspira a seguir fortaleciendo sus programas para seguir siendo un referente frente a otras empresas del sector y el Distrito Capital, tal como lo destacamos en el informe de sostenibilidad de la vigencia 2021 en el cual se indicó:

“En el marco del Proyecto de Buen Gobierno Corporativo, Transparencia, Derechos Humanos, Gestión Antisoborno y Cultura de la Integridad de las Empresas y otras entidades del Distrito Capital realizado por la Veeduría Distrital, ocupamos entre 21 organizaciones el primer lugar en los resultados generales, así como los bloques temáticos de Derechos Humanos y Gobierno Corporativo”.

Así mismo, en el citado informe TGI divulgó el resultado de la auditoría realizada al Programa de Ética y Cumplimiento, de la siguiente manera:

“Realizamos la auditoría al Programa de Ética y Cumplimiento, a través de la firma Olarte Moure & Asociados, la cual concluyó que se están desarrollando de manera adecuada las actividades establecidas en dicho programa, dando cumplimiento a lo establecido en la normativa local e interna; así mismo, se recomendaron algunas oportunidades de mejora al proceso, las cuales se gestionaron por parte de la Dirección de Cumplimiento de TGI”

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos, al Veeduría Distrital ha invitado a compartir con las demás empresas de Bogotá D.C. las buenas prácticas en materia de derechos humanos y gobierno corporativo.

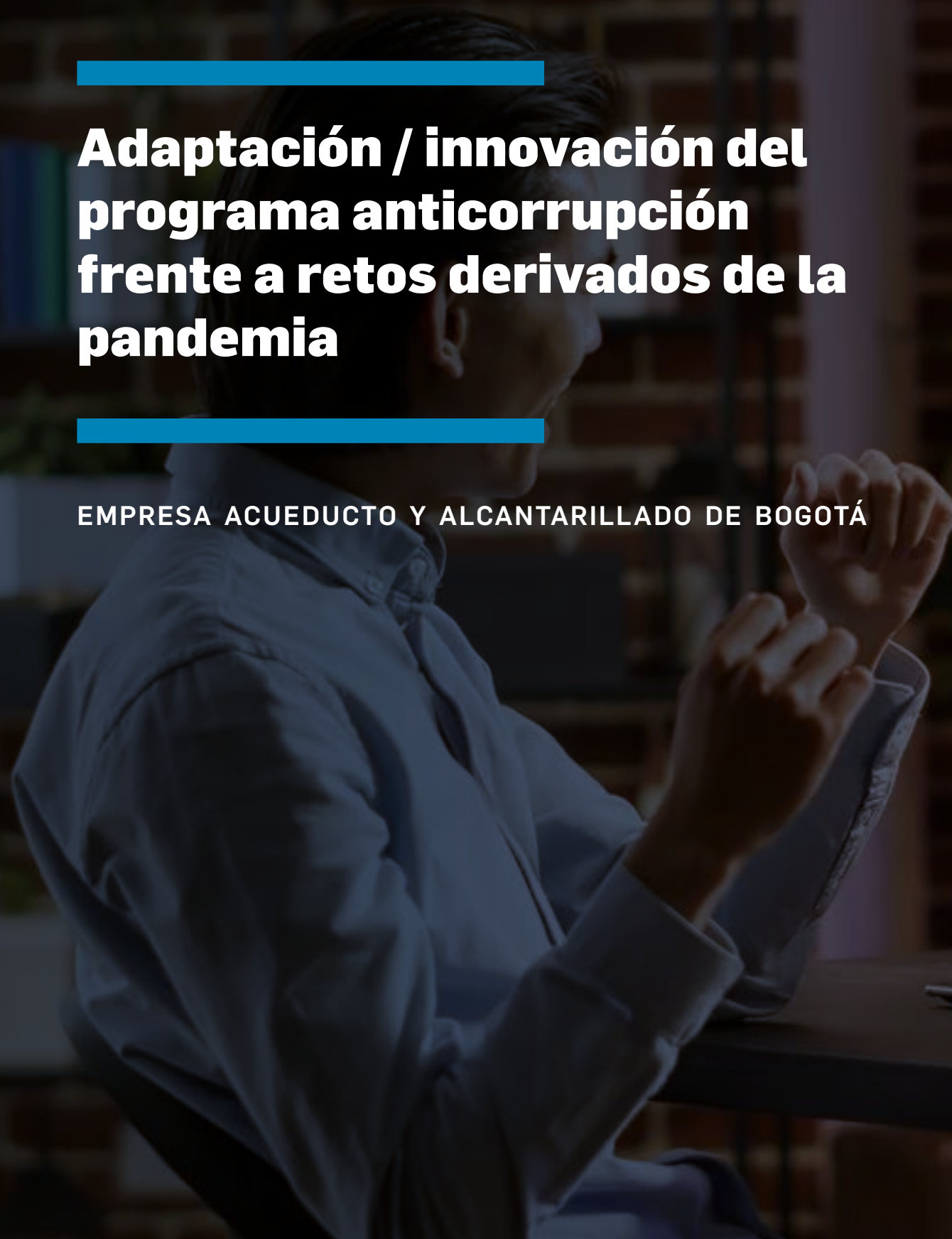
SEGUIMIENTO Y MEJORAS

Una vez implementados los planes de acción en curso y las mejoras al proceso para el cumplimiento de la normatividad nacional e internacional, así como la adopción de las mejores prácticas en materia de cumplimiento, se considerará la posibilidad de adelantar la gestión para la certificación del programa por parte de una entidad de certificación acreditada.

COMO RESULTADO DE LA MEDICIÓN DE TRANSPARENCIA EMPRESARIAL SE IDENTIFICARON OPORTUNIDADES DE MEJORA PARA LAS CUALES SE FORMULARON PLANES DE ACCIÓN EJECUTABLES POR LAS DIFERENTES ÁREAS DE TGI.

Adaptación / innovación del programa anticorrupción frente a retos derivados de la pandemia

EMPRESA ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO DE BOGOTÁ



EMPRESA ACUEDUCTO Y ALCANTARILLADO DE BOGOTÁ



La Empresa de Acueducto y Alcantarillado de Bogotá es una empresa Industrial y Comercial del Distrito Capital, de carácter oficial, prestadora de servicios públicos domiciliarios de acueducto y alcantarillado sanitario y pluvial, dotada de personería jurídica, autonomía administrativa y patrimonio independiente y el Distrito Capital es propietaria del 100%. La estructura se encuentra organizada en función del máximo órgano de gobierno denominado Junta Directiva y del Gerente General que ostenta.

En nuestros 134 años de experiencia, con una de las mejores aguas del continente hemos logrado: Más de 2 millones de suscriptores en Bogotá, Soacha y Gachancipá, prestación de servicios a 11 municipios vecinos, coberturas residenciales que superan el 99% en acueducto y 98,5% en alcantarillado sanitario y pluvial.

En nuestro compromiso ambiental, cuidamos más de 40 mil hectáreas en la Reserva Natural Chingaza y 5 mil en los cerros de la capital, trabajamos para el saneamiento de 4 grandes ríos. Somos una empresa financieramente sólida, en crecimiento y con importantes oportunidades de nuevos negocios a nivel nacional e internacional. Contamos con una calificación AAA por nuestra alta capacidad de generación de caja y estrategia de reinversión de utilidades en proyectos de ampliación de los servicios de acueducto y alcantarillado.

BUENA PRÁCTICA: SOMOS GENTE PRO-PROVEEDURÍA ESTRATÉGICA

OBJETIVO

Se identificó que el proceso de adquisición de bienes y servicios en la EAAB-ESP era convencional y obsoleto en varios sentidos: i) el uso de papel para la presentación de ofertas y emisión de documentos precontractuales, que generan afectaciones ambientales negativas, ii) la realización de audiencias públicas de manera presencial, que demandaba múltiples espacios físicos por la simultaneidad de los procesos de selección adelantados, iii) el mercado de proveedores históricamente contratados era muy limitado, presentando concentración de contratos, iv) por el nivel de innovación tecnológica y científica de los proyectos que contrata la Empresa, era deseable incentivar la participación de empresas extranjeras que hayan desarrollado experiencias similares en otros lugares del mundo y v) no se contaba con mecanismos de agregación de demanda que permitieran aprovechar la economía de escala y dinamizaran el proceso de negociación con el mercado de proveedores. Por lo que se identificó la necesidad de implementar la iniciativa "Somos Gente PRO-Proveeduría estratégica".

Los principales objetivos son:

- Desarrollar una herramienta que se adaptara a las necesidades de la EAAB-ESP y permitiera hacer 100% digital y con 0 papel, todo el proceso de contratación.
- Incorporar herramientas de proveeduría estratégica que permitiera ampliar el abanico de posibles oferentes en los procesos de selección y generara ahorros incluso en la ejecución de los proyectos y no solo con la suscripción del contrato.
- Implementar estrategias para reducir y eliminar riesgos de corrupción y prácticas restrictivas de la competencia, a través de herramientas de aleatoriedad en los procesos y articulado con un equipo especializado de estructuradores y evaluadores en la etapa precontractual.
- Facilitar la transaccionalidad de la presentación de las ofertas, disminuyendo las distorsiones en la selección de contratistas por errores formales en la presentación de la oferta económica.

DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA

La Empresa adoptó una estrategia integral de proveeduría estratégica, como entidad no sometida al Estatuto General de Contratación Pública, para lograr un mayor alcance y diversidad en el mercado de proveedores y una mayor eficacia en su proceso de adquisición. Implementó una plataforma tecnológica con presencia global de contratación 100% digital, mejorando la percepción de transparencia, dinamizando los procesos de adquisición, aplicando las metodologías de la proveeduría estratégica y eliminando el uso de papel. Adicionalmente, se aminoraron los efectos traumáticos en la contratación por el confinamiento debido a la Pandemia del SARS COV-19.

GESTIÓN Y CALIDAD

El proceso de implementación se realizó así:

1. Elaboración de la herramienta tecnológica mediante:
 - Configuración del sistema comercial adaptándolo a la realidad contractual de la EAAB-ESP.
 - Visita de campo a empresas que han usado la herramienta (EPM, ISA).
 - Pruebas de uso.
 - Implementación plantillas en productivo.
 - Capacitación usuarios internos y proveedores.
 - Implementación en procesos directos CPS y personas jurídicas.
 - Implementación de procesos públicos.
 - Armonización definitiva del sistema con instrumentos de contratación.
 - Implementación acuerdos marco y subastas.
 - Validación continua de actualizaciones y evaluación de aplicabilidad y funcionalidad.
2. Desarrollo de reuniones de trabajo para diseño de estrategias de transparencia y lucha contra la corrupción y prácticas restrictivas de la competencia.
3. Diseño de estrategias para incorporar aleatoriedad en la selección de contratistas y especialización de un equipo de evaluadores
4. Adopción de un nuevo manual de contratación.
5. Revisión y ajustes a las condiciones y términos de los procesos de selección
6. Revisión continua del Manual de Contratación y condiciones y términos de los procesos de selección para contar con herramientas eficaces para resolver problemas que se presentan en la evaluación y selección de contratistas.

En general, la apropiación del sistema seleccionado y la configuración según las necesidades de la Empresa en ambiente productivo se desarrolló a lo largo de 13 meses. Uso productivo e implementación escalonada con acceso al público en general ha sido desarrollado en 22 meses. La divulgación y capacitación del sistema constituyó un reto importante tanto al interior de la organización como a los interesados en proveer a la Empresa, de tal suerte que el escalonamiento en la implementación permitió identificar de manera controlada la respuesta de los usuarios y proveedores, minimizando los riesgos asociados a su uso y generando confianza progresiva en todos los intervinientes en el proceso de contratación.

En cuanto a recursos, para el desarrollo de las estrategias para introducir modificaciones al manual y condiciones y términos para fortalecer la transparencia se destinaron 3 profesionales con acompañamiento del Director de la Dirección de Contratación y Compras. Para el desarrollo del equipo especializado de estructuración de procesos y evaluación de propuestas se destinó un equipo de 4 personas. Para el desarrollo de la herramienta informática se destinaron 3 profesionales a tiempo completo y 4 profesionales de apoyo a tiempo parcial, vinculados a la Dirección de Contratación y Compras, 4 profesionales de la Dirección de Tecnología y se destinó una sala de cómputo durante los primeros 13 meses.

Una vez implementado en productivo, se administra la herramienta por 2 profesionales como líderes del proceso funcional en la Dirección de Contratación y Compras. La infraestructura tecnológica no requirió de ampliación de servidores por ser una aplicación en la nube (Cloud).



INNOVACIÓN

El modelo de proveeduría estratégica se ha implementado en las últimas décadas en organizaciones a nivel mundial, principalmente privadas. La EAAB-ESP utilizó una herramienta digital con presencia en más de 190 países, no limitando al plano local la participación de interesados. Es la novedad más notoria de la experiencia, pues las herramientas de agregación de demanda existentes en Colombia para el sector público, así como el portal de compras públicas brindan acceso a cualquier interesado, más no cuentan con una base de proveedores constituida en múltiples países.

Esto constituyó un reto que exigió la adaptación a procesos de selección que garantizaran los principios de la contratación estatal y permita que el quehacer contractual de la Empresa se desarrollara en un 100% en un entorno digital tanto para colaboradores como para oferentes.

La adopción de un cuerpo técnico y jurídico de colaboradores reconocidos desde el Manual de Contratación, así como la adopción de estrategias para incorporar criterios aleatorios al proceso orientados a eliminar la subjetividad en la elección de contratistas y reducir riesgos de corrupción y prácticas restrictivas de la competencia, constituyen una novedad al proceso convencional de contratación con recursos públicos en Colombia.

A partir de la experiencia, se fomentó la actualización de los colaboradores que intervienen en los procesos de selección de contratistas en el manejo de tecnologías de información, herramientas web y acceso remoto. Adicionalmente, se realizaron capacitaciones en el manejo de herramientas ofimáticas para adelantar las audiencias públicas de manera virtual, la divulgación de información en herramientas en la nube y la confianza que revisten los documentos digitales respecto de los impresos.

Adicionalmente, se aprovechó la experiencia en contratación estatal de los profesionales de la Dirección de Contratación y Compras como aquella acumulada en procesos de la Empresa, lo que facilitó la adopción de la proveeduría estratégica.

IMPACTO

Actualmente, el proceso precontractual se realiza de manera digital en un 100% con acceso en ambiente web desde distintos dispositivos móviles. Todos los intervinientes cuentan con esta posibilidad, tanto al interior de la organización como los participantes de los procesos y los proveedores. En tiempo real, un contratista puede suscribir desde su teléfono móvil en cualquier parte del mundo un contrato con la EAAB-ESP o enviar una propuesta para participar de una invitación.

La disponibilidad de las propuestas recibidas de manera ininterrumpida en la web permitió a los participantes en los procesos públicos revisarlas sin límite de horario, como ocurría en la contratación convencional en horario de atención al público.

Se eliminó el uso de papel, en el pasado cada proceso de selección contenía más de 2000 folios incluyendo las propuestas recibidas, por lo que el aporte ambiental resulta significativo.

Los procesos de selección públicos fueron categorizados según su cuantía, lo cual permitió agilizar el proceso de compra, mientras se aumentó el número de participantes y de proveedores nuevos. Esto da cuenta del aumento en la confianza en los procesos de compra de la empresa, su transparencia y promueve la desconcentración de contratos.

Esta confianza se vio reflejada igualmente en la interacción con los interesados en los procesos de selección, los cuales disponían en tiempo real, de la información emanada en la evaluación incluyendo las ofertas recibidas. Los interesados realizaron observaciones detalladas a documentos aportados por sus competidores coadyuvando a la transparencia del proceso, en algunos casos fueron puestos de manifiesto documentos que no gozaban de plena veracidad, que al ser cotejados con las entidades que los emitieron fueron ratificados o desvirtuados.

Al interior de la Empresa, el sistema permitió asignar roles definidos a cada interviniente en el proceso precontractual, segregando las tareas según las funciones ejercidas en el proceso, facilitando el control, los tiempos de respuesta y la consolidación de estadísticas para la toma de decisiones.

Esto aportó a la transparencia, por cuanto se garantiza auditabilidad de cada acción en el proceso. Por último, se identificó que la traza en el acceso a la plataforma tecnológica implementada brinda herramientas e información útil en caso de ser requeridos por entes de control.

Para las vigencias 2012 a 2018 se recibieron en total 10502 ofertas:

Año	Cantidad de ofertas
2012	561
2013	1.696
2014	1.290
2015	898
2016	1.847
2017	1.741
2018	1.758

Con la implementación del modelo de proveeduría estratégica, el cual no solo involucra el cambio de normatividad, recursos, sino la incorporación de nueva tecnología, el promedio de ofertas por año superó significativamente el promedio respecto del período anterior al inicio de la implementación de la experiencia:

Año	Cantidad de ofertas Públicas
2019	1.871
2020	2.220
2021	2.749

En cuanto a los ahorros obtenidos, el porcentaje para 2021 aumentó respecto a las vigencias anteriores:

Año	Valor contratado	Valor Presupuesto oficial	Ahorro	% de Ahorro
2019	\$ 1.314.280.626.725	\$ 1.382.370.318.575	\$ 68.089.691.850	4,93%
2020	\$ 949.557.040.640	\$ 980.101.760.449	\$ 30.544.719.809	3,12%
2021	\$ 985.954.238.990	\$ 1.041.197.213.184	\$ 55.242.974.194	5,31%

ESTA ESTRATEGIA INTEGRÓ VARIOS INSTRUMENTOS CONTRACTUALES COMO UN NUEVO MANUAL DE CONTRATACIÓN, EL CÓDIGO DE INTEGRIDAD Y LAS CONDICIONES Y TÉRMINOS DE LOS PROCESOS, INCLUYENDO PARÁMETROS DE ALEATORIEDAD EN ALGUNOS COMPONENTES EVALUABLES PARA REDUCIR LAS POSIBILIDADES DE CORRUPCIÓN O PRÁCTICAS RESTRICTIVAS DE LA COMPETENCIA.

SEGUIMIENTO Y MEJORAS

Teniendo en cuenta que se trató de una estrategia integral para la contratación de la Empresa los beneficios y cambios positivos generados por la experiencia son totalmente sostenibles en el tiempo y orientados a su mejora continua, tanto desde el punto de vista del manual de contratación, estructuración de condiciones y términos y evaluación de proponentes, como desde el punto de vista de uso de la herramienta informática que transversaliza y es el eje central de la estrategia, teniendo en cuenta que a medida que el sistema se sigue estabilizando, los usuarios tendrán más experticia en su uso, lo que permite aprovechar aún más las bondades del sistema.

Por otro lado, la continua actualización, permite seguir ajustando las plantillas a las necesidades de la Empresa, dado que el sistema se puede ajustar de acuerdo con los cambios procedimentales, o de proceso, lo que genera mejoras continuas, no es estático, de tal forma que con los cambios que se presenten en normatividades, manuales de contratación, se puede adaptar y ajustar generando mejoras y beneficios sostenibles en el tiempo.

Como retos a corto plazo se encuentran: Usar bases de datos de proveedores como insumo para estudios de mercado, Generalizar el uso tecnológico de la plataforma en la fase de ejecución de los proyectos, Mejorar las estrategias de cambio cultural dentro de la Empresa y Mantener continua capacitación y refuerzo a los usuarios internos y externos. A mediano plazo se encuentran: Mejorar las condiciones y términos de los procesos de selección adaptándolos a los ajustes al Manual de Contratación y las lecciones aprendidas del equipo estructurador y evaluador y Estructurar mesas de servicio que permitan un mejor acompañamiento a los usuarios, y poder abordar de la mejor manera los cambios que la herramienta requiera.





**Equidad de género en la
práctica de integridad
empresarial**

OLEODUCTO DE LOS LLANOS ORIENTALES S.A.



OLEODUCTO DE LOS LLANOS ORIENTALES S.A



Oleoducto de los llanos orientales S.A. es una sociedad de tipo comercial y anónima que transporta petróleo por oleoductos. Contamos con una línea principal de tubería que parte desde la Estación Rubiales, en el departamento de meta, hasta la Estación monterrey en el departamento de Casanare. Esta línea cuenta con un total de 235 kilometro y dos estaciones de rebombeo intermedias denominadas Corocora y Jaguey, así como una derivación de 25 km desde el viento hasta la estación Monterrey / Cusiana en el Casanare.

Oleoducto Bicentenario de Colombia S.A.S. es una empresa colombiana con ámbito de operación está en los departamentos de Casanare y Arauca. Con una longitud de 230 km

Las 2 empresas pertenecen al grupo Ecopetrol a través de su accionista mayoritaria Cenit Transporte y logística de Hidrocarburos S.A.S, que a su vez es filial de Ecopetrol S.A

Como propósito nos apasiona resolver los retos de nuestros clientes y ganar en todos los escenarios de transición energética, gestionando con orgullo un ecosistema de energía para conectar sueños y transformar vidas, siempre bajo el marco de la transparencia y los principios éticos de Integridad, Responsabilidad, Respeto y Cuidado por la vida

BUENA PRÁCTICA: DIVERSIDAD E INCLUSIÓN UN ACIERTO EN LA ÉTICA EMPRESARIAL

OBJETIVO

Colombia es un país ampliamente diverso que debe garantizar oportunidades para todos, en cualquier contexto, incluido el corporativo. En ese orden de ideas, es clave crear conciencia sobre la importancia de promover el respeto de los Derechos Humanos, la inclusión y la no discriminación y si bien el entorno empresarial va por buen camino, aún hay mucho trecho por recorrer.

Por este motivo en el Oleoducto de los Llanos Orientales S.A y el Oleoducto Bicentenario de Colombia S.A.S, hemos trabajado desde el año 2021 en adoptar la Diversidad e Inclusión como una palanca fundamental del negocio, entendiendo que al promover un entorno laboral diverso e inclusivo las personas de la organización podrán actuar de manera transparente y congruente con nuestro principio de integridad.

Bajo este propósito, las compañías han adelantado varias acciones con el fin de tener un ambiente laboral en el que primen el respeto, la inclusión, las diferencias y, por supuesto, las oportunidades para todos, donde el talento es la base fundamental.

DESCRIPCIÓN BREVE DE LA INICIATIVA

La apropiación de la Diversidad e Inclusión en las culturas organizacionales más allá de la creación de programas al interior de las empresas, consiste en desarrollar una capacidad de liderarnos y liderar a otros de manera inclusiva. La manera en que ODL y Bicentenario hemos decidido llegar a esto es a través de la sensibilización y entrenamiento como cualquier otra competencia.

El plan de trabajo que nos hemos propuesto contempla años de promoción y formación en la diversidad que nos caracterizan como ser humanos, encaminados en un gran objetivo y es el respeto y la construcción desde la diferencia pilares fundamentales de la ética empresarial.

Por tal motivo nos definimos como una organización que reconoce y valora el respeto por las diferencias. A través de nuestra formación, buscamos construir espacios organizacionales y potenciar aptitudes personales que nos impulsen a promover la equidad e igualdad de los derechos humanos. Valoramos lo que hace única y especial a cada persona como elemento clave que contribuye a enriquecer nuestra cultura.

Lo anterior nos permite contar con un talento humano comprometido, motivado que va a trabajar en pro del cumplimiento de los objetivos de la organización y en contra de los actos de corrupción que atenten con nuestro propósito superior.

GESTIÓN Y CALIDAD

Partiendo del reconocimiento de la importancia de la diversidad e inclusión, creamos nuestra Política y ratificamos el convencimiento de que las diferentes procedencias, saberes, motivaciones de nuestra gente y de las comunidades donde tenemos el privilegio de operar, son elementos diferenciadores y generadores de valor para el negocio, la sociedad y nuestro país. Es así como, en ODL la diversidad, la inclusión y la no discriminación son base de la que somos y hacemos y, nos comprometemos a:

- Propiciar un desarrollo y crecimiento integral de acuerdo con el talento, las habilidades, las competencias.
- Rechazar y eliminar cualquier expresión de violencia, acoso o discriminación.
- Promover el respeto por los derechos humanos en nuestros diferentes grupos de interés, valorando las diferencias propias de cada persona.
- Propiciar la calidad de vida de nuestro personal a través de acciones corporativas que generen ambientes saludables, inclusivos, de libre expresión, y faciliten nuestros aprendizajes para conciliar la vida laboral, personal y familiar.
- Garantizar entornos inclusivos y empáticos a través de nuestras acciones y de la forma en la que nos comunicamos.

Con nuestro manifiesto en mano, comenzamos con la exploración de las infinitas categorías que nos hacen diferentes entre nosotros: el género, la edad, la diversidad sexual, la diversidad familiar, la diversidad cultural, la diversidad religiosa, la diversidad de personas con discapacidad, entre muchas otras. Posteriormente, realizamos un proceso de priorización y definimos que la categoría más palpable y con la cual, orgánicamente podríamos iniciar nuestro proceso de apropiación era el Género y, de esta manera se desarrolló un plan de trabajo para el 2021 que consistió principalmente en sensibilizar e invitar a la reflexión para romper estereotipos, cuestionar los tabúes y aprendizajes sociales e identificar aquellos sesgos que hemos naturalizado pero que al desaprenderlos nos permite abrir las puertas a conversaciones enriquecedoras.

Durante el 2021 desarrollamos espacios de conversación y formación entorno a la importancia de la equidad de género en el mundo laboral, corresponsabilidad familiar, nuevas masculinidades, comunicación con tono de equidad, sororidad y lanzamos la primera versión de la Escuela de Liderazgo Femenino.

En paralelo, realizamos un proceso de diagnóstico en compañía del PNUD para identificar las brechas en equidad de género que como organización debíamos acompañar para cerrar y así promover ambientes diversos y libres de discriminación; pusimos en marcha un plan de trabajo multidisciplinario entre las diferentes funciones de talento humano, el área de comunicaciones, salud y ética, así mismo definimos indicadores de seguimiento y cumplimiento que nos permitieron en noviembre de 2021 obtener el reconocimiento de nuestro compromiso por la igualdad y en diciembre de 2021 el Sello Plata otorgados por el Ministerio del Trabajo.

Pero nuestro compromiso no termina allí. La buena acogida de estas iniciativas en ODL | BIC nos motivó a potenciar la estrategia en 2022. Impulsar más espacios de pedagogía tanto para hombres como para mujeres, seguir adelante con el plan de trabajo de Equipares y participar en voluntariados apoyados por nuestra Fundación Oleoducto Vivo (FOV), son algunas acciones establecidas en la agenda a corto plazo.

INNOVACIÓN

Más allá de ser una moda, es el compromiso de generar conciencia en todas las personas sobre el valor del RESPETO, entendiéndolo como la base de las relaciones honestas, integras, equitativas y transparentes.

“Por todo ello, la propuesta es orientar nuestros esfuerzos hacia la promoción del RESPETO por la diferencia a través del conocimiento de estas para fomentar el crecimiento con equidad social. Nuestra misión responde a la necesidad de generar capacidad en las personas para cumplir con la promoción de una esfera igualitaria de derechos”

IMPACTO

A partir de la implementación de esta práctica, estamos aportando a los objetivos de desarrollo sostenible:



Como hechos a destacar nuestro equipo directivo está conformado en un 80% por mujeres, mientras que nuestra planta de personal tiene una distribución natural de 49.1 % femenino y 50.9 % de masculino, indicadores sobresalientes en la industria petrolera a la que pertenecemos.

Adicionalmente en el 2021 obtuvimos el sello plata de equipares obteniendo una calificación de 95.49% e incrementamos 20 puntos porcentuales en la Encuesta de Ranking Par realizado por AEQUALES.

Por otra parte Culminamos la Escuela de Liderazgo Femenino en el que participaron el 97% de las mujeres de ODL.

Al contrarrestar estos indicadores con los de lucha contra la corrupción se observa una alineación directa en la forma en la que los empleados y colaboradores perciben las compañías como entornos éticos, transparentes y confiables. Sin tener en el año reportes de actos de fraude, corrupción

o soborno que afecten nuestro compromiso por la transparencia y que puedan generar pérdidas tanto económicas, operacionales o de reputación.

Apostar por un entorno diverso, inclusivo con énfasis en el género ha tenido resultados destacables tanto en el ámbito operacional como en los comportamientos éticos esperados y en nuestra cultura organizacional donde el RESPETO prima en todas las relaciones que entablamos. En nuestra medición de cultura el 100 % de los encuestados manifiesta que en ODL y BIC se respetan las diferencias.

Testimonio

Lourdes Ucross, Gerente TIC- TOC

“ODL/BIC declararon la Diversidad e Inclusión como una palanca fundamental para el logro de sus objetivos estratégicos, definición que va completamente alineada a lo que, como colaboradores, percibimos en el día a día. Las compañías son organizaciones en la cuales la diversidad se percibe permanentemente. Durante 2021 las acciones estuvieron muy orientadas al enfoque de género, como colaborador tuve la oportunidad de participar en diferentes espacios en los cuales nos hicimos más conscientes de los sesgos que hemos adquirido durante nuestra vida, y que se convierten en los “anteojos “con los cuales vemos, interpretamos, y percibimos cada situación. También a reconocer que somos diferentes y que justamente esa diferencia hace que todos podamos traer y aportar muchísimo valor y transparencia a la organización.

Adicionalmente hemos venido trabajando de forma articulada en la promoción de una cultura propia para la innovación en la organización, cultura que se desprende de las certezas y valora el error como una forma de aprender y crear, una cultura que valora el aporte de todos, una organización dispuesta a pilotear y aprender en el hacer.”

SEGUIMIENTO Y MEJORAS

Dentro de nuestra estrategia para la arista de género, continuamos cerrando brechas para alcanzar el sello Oro de Equipares, y lograr cada día una cultura más equitativa para hombres y mujeres. A nivel general en la estrategia de diversidad e inclusión es imperativo desarrollar acciones afirmativas en otras dimensiones de la diversidad, tales como diversidad sexual, discapacidad diversidad cultural. Estas acciones afirmativas contienen promover la inclusión en la contratación de personal y servicios, extender beneficios a familias diversas, ampliar las licencias de maternidad y paternidad, acompañar a nuestros grupos de interés en las zonas en las que operamos en la sensibilización de la diversidad y la inclusión.

Como complemento de la mano de nuestra área de abastecimiento estamos invitando a nuestros proveedores y contratistas para que adopten las buenas prácticas de diversidad e inclusión.

LA ADOPCIÓN DE UNA CULTURA DE DIVERSIDAD E INCLUSIÓN, ES UNA PRACTICA QUE PUEDE DESARROLLAR CUALQUIER EMPRESA U ORGANIZACIÓN, ASUMIENDO EL COMPROMISO Y ENTENDIENDO QUE ES UN TEMA QUE TOCA CREENCIAS PERSONALES, Y ESTEREOTIPOS RETANDO A LAS PERSONAS Y A LA CULTURA ORGANIZACIONAL A DESAPRENDER PARA APRENDER.



ALLIANCE FOR INTEGRITY

 www.allianceforintegrity.org

 @afin_giz

 @Afin.Giz

 Alliance for Integrity

PACTO GLOBAL RED COLOMBIA

 www.pactoglobal-colombia.org

 @pactocolombia

 Pacto Global Colombia

 Pacto Colombia

 Pacto Global Colombia

 Pacto Global Colombia

UNODC REGIÓN ANDINA Y CONO SUR

 www.unodc.org/colombia

 @UNODCROCOL

 UNODC Colombia

AGOSTO, 2022