



**APOYO**  
**COMUNICACION**

**Reporte de**  
*Sostenibilidad*

# *Información para Grupos de Interés*

GRI 2-1 2-2 2-3

Nombre Comercial:

**APOYO Comunicación**

Razón Social:

**APOYO Comunicación S.A.**

Oficina Corporativa:

**Av. Camino Real 390 piso 8, San Isidro - Lima, Perú**

**T: +51(1) 205 3900**

**[www.apoyocomunicacion.com](http://www.apoyocomunicacion.com)**

Más información sobre este Reporte:

Contacto:

**Darío Díaz, director de Sostenibilidad**

**[ddiaz@apoyocomunicacion.com](mailto:ddiaz@apoyocomunicacion.com)**

Este reporte contiene los resultados de la gestión de impactos de temas Ambientales, Sociales y de Gobierno corporativo de APOYO Comunicación del 01 de enero al 31 de diciembre del 2024. Así mismo se asume el compromiso de efectuar reportes de manera anual.

El Reporte ha sido elaborado conforme con los Estándares del Global Reporting Initiative - GRI, utilizando los nuevos Estándares Universales 2021.

**Desarrollo de contenidos, diseño y diagramación:  
APOYO Comunicación.**

Validación contenidos GRI:



# ÍNDICE

## 1 *Introducción*

**Mensaje del Presidente Ejecutivo** GRI 2-22 6

**Mensaje de la Gerente General** GRI 2-1 2-2 2-3 7

## 2 *APOYO Comunicación*

**Propósito y Valores** GRI 2-23 9

**Propuesta de Valor** GRI 2-6 10

**Estrategia de Sostenibilidad** GRI 2-22, 2-23 19

**Innovación** 21

**Afiliación a asociaciones** GRI 2-28 22

**Reconocimientos** 24

## 3 *Gestión de Gobernanza*

**Enfoque de gestión** 26

**Ética e integridad** GRI 2-23, 2-24 27

**Prevención de Corrupción** GRI 205-1, 205-2, 205-3, 3-3 30

**Órganos de gobierno** GRI 2-9 2-10 2-11 2-12 2-13 2-14 32

**Confidencialidad y seguridad de información** GRI 418-1, 2-25, 3-3 33

**Gestión de Riesgos** GRI 201-2, 205-1, 3-3 34

**Gestión de proveedores** GRI 3-3, 204 35

## 4 *Gestión Social*

**Enfoque de gestión** 37

**Propuesta de valor** 38

**Colaboradores en números** GRI 2.7 GRI 202-2 39

**Desarrollo de Colaboradores** GRI 404-1 404-2 404-3, 3-3 42

**Satisfacción de Colaboradores** GRI 401-1 401-2 401-3 45

**Seguridad y salud en el trabajo** 49

GRI 403-1, 403-2, 403-3, GRI 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, GRI 403-8, 403-9, 403-10

**Diversidad, Equidad, Inclusión** 51

GRI 405-1, 405-2, GRI 406-1, 3-3

**Impacto en la sociedad** GRI 203-1, 203-2 54

## 5 *Gestión Ambiental*

**Enfoque de gestión** GRI 3-3 59

**Energía y Emisiones GEI** GRI 302-1 305-1, 305-2, 305-3 61

**Otros aspectos ambientales** GRI 302-1 303-5 62

## 6 *Sobre este reporte*

**Grupos de interés** GRI 2-29 66

**Temas Materiales** GRI 3-1 3-2 67

## 7 *Contenido GRI*

71

# HITOS 2024

- **20 años**,  
empresa fundada por Grupo APOYO.
- **61%** colaboradores mujeres.
- **Parte de Weber Shandwick**,  
agencia global de relaciones públicas.
- **88%** satisfacción laboral.
- **Reconocidos en el Ranking de LEADERS LEAGUE**,  
en Gestión de Riesgos y Crisis (*Crisis Communication*) en la categoría más alta, EXCELLENT.
- **Servicios pro-bono.**
- **Premio ANDA**  
como mejor agencia durante 6 años.
- **Huella de Carbono Perú - MINAM.**

*Impulsar a las empresas y líderes a ser motores de confianza y cambio positivo para la sociedad.*

# *Introducción*

→ *Mensaje del  
Presidente Ejecutivo*

→ *Mensaje de la  
Gerente General*



## Mensaje del Presidente Ejecutivo

Estimados clientes, socios, colaboradores y aliados:

La historia de APOYO está íntimamente vinculada con buscar el desarrollo del país a través de la iniciativa privada como motor de crecimiento y la adopción de políticas públicas que permitan brindar servicios de calidad a los peruanos. Desde su fundación en 1977, APOYO ha promovido la adopción de reformas que permitieran sentar las bases para un desarrollo económico sano, con empresas privadas competitivas que lideren el crecimiento y un Estado transparente y eficaz, todavía por construir.

Vivimos un momento de creciente desconfianza; desde la confianza interpersonal, hacia las empresas privadas y también las instituciones públicas, salvo honrosas excepciones. En este contexto, el propósito de APOYO Comunicación —impulsar la confianza y el cambio positivo— se vuelve más relevante que nunca. Con nuestro Primer Reporte de Sostenibilidad, queremos mostrar nuestro compromiso por incluir en nuestra agenda medidas específicas ASG, construyendo confianza con acciones concretas, transparencia y diálogo abierto.

Durante 2024 el entorno para las empresas en Perú siguió siendo desafiante, lo que posiblemente se acentúe, por lo menos, hasta el fin del periodo electoral 2026. La debilidad institucional del Estado peruano implicó riesgos regulatorios y de aplicación de las normas

diversos. Si bien las empresas han mostrado un nivel de resiliencia importante y contribuido a mejorar el nivel de vida de los peruanos, la falta de previsión de riesgos, principalmente operacionales, que hubiera permitido evitar y/o reaccionar mejor ante situaciones de crisis graves, pueden alimentar el discurso de desconfianza hacia el sector privado de sectores anti-empresa en el marco del proceso electoral. Creemos que es necesario con miras a mejorar ese entorno, cuidar cada vez más el poder demostrar el papel positivo que las empresas generan en el país, ampliando los esfuerzos por prevenir riesgos de crisis, probar y reportar el impacto en la sociedad y buscar maneras creativas de comunicar el impacto logrado.

Es por ello por lo que presentamos nuestro primer Reporte de Sostenibilidad, para dejar constancia de acciones concretas y compromisos que tomamos respecto de nuestra propia operación como empresa consultora de comunicación. Queremos agradecer a nuestros clientes por su confianza, sumándonos al esfuerzo de hacer que el desarrollo del país sea cada vez más sostenible, lo cual requiere como elemento indispensable construir confianza en el sector privado y su contribución a la sociedad peruana.

Nuestro propósito cobra vida cada día gracias a un equipo de más de 120 personas, 61 % mujeres y 50 % menores de 30 años, a cuyo crecimiento personal nos abocamos a través de capacitaciones diversas, programas de

mentoría, y un Comité DEI comprometido con la inclusión. Tener como respuesta un 88% de satisfacción laboral nos respalda.

Para el periodo 2025–2030, renovamos nuestro compromiso de avanzar en diversos indicadores ambientales y sociales y profundizar la transparencia en cada paso. Agradezco sinceramente a nuestro equipo y aliados por su dedicación.”

Gabriel Ortiz de Zevallos

Conoce más →



## Mensaje de la Gerente General

Este año celebramos los 20 años desde la fundación de APOYO Comunicación y lo hicimos con el relanzamiento de nuestra marca, lo cual se materializa en un propuesta de valor repotenciada y una identidad visual renovada. En este sentido un gran hito de esta nueva promesa de marca es Nuestro Primer Reporte de Sostenibilidad. Un documento que refleja en lo que genuinamente creemos, nuestra manera de hacer las cosas y nuestro firme compromiso con generar valor compartido, así como con la transparencia y la ética que tanto caracterizan a nuestra marca.

En tiempos de cambios constantes como los que vivimos, somos conscientes de que la innovación y la adaptabilidad son fundamentales, pero igual de importante es nuestra responsabilidad como empresa hacia la sociedad y el medio ambiente. Por ello, en APOYO Comunicación hemos renovado nuestro compromiso con la sostenibilidad, buscando generar un impacto positivo en cada acción que emprendemos y con cada uno de los Stakeholders con los que nos relacionemos.

Estamos convencidos de que el desarrollo del talento es clave para nuestro crecimiento. Cada integrante de nuestro equipo es esencial, y su desarrollo personal y profesional es nuestra prioridad. Nos enorgullece contar con un equipo diverso, apasionado y creativo, comprometido con aprender y mejorar continuamente. Iniciativas como nuestros programas de

capacitación, mentoring y fomento de la inclusión refuerzan nuestra cultura organizacional. Sabemos bien que, cuando cada colaborador crece, crecemos todos como empresa.

Asimismo, la innovación y el uso inteligente de la tecnología son pilares fundamentales en nuestra estrategia. A través de herramientas digitales y nuevas tecnologías hemos logrado no solo optimizar nuestra eficiencia interna, sino también ofrecer soluciones más efectivas, innovadoras y creativas a nuestros clientes. Finalmente, quiero destacar nuestro compromiso permanente con el conocimiento y el aprendizaje continuo. Creemos firmemente en la importancia de promover espacios para el intercambio de ideas, experiencias y conocimientos. Por ello, apostamos por iniciativas y plataformas que aseguren que nuestros equipos siempre estén preparados para afrontar nuevos desafíos.

Este reporte refleja nuestro esfuerzo, pero también nuestra determinación por seguir avanzando hacia un futuro sostenible, responsable y lleno de oportunidades para todos. Gracias por acompañarnos en este camino.

Milagros Avendaño  
Rodríguez Larrain

Conoce más →



# APOYO COMUNICACIÓN

*Nuestro Propósito  
es la luz que nos orienta.*

→ *20 años*  
de trayectoria.

→ Oferta de valor  
*360°*

→ *88%* clientes  
muy satisfechos.

→ *Innovación permanente*  
Herramientas con IA.



## Propósito y Valores

GRI 2-23

Somos expertos en construir reputación a través de un equipo multidisciplinario con enfoque 360°, con experiencia en *insights* y data, comunicación externa, comunicación interna, cultura, estrategia y contenido digital, sostenibilidad, asuntos públicos, branding, creatividad y relaciones vecinales.

Talentos que mueven la aguja desde la comunicación integrada.

**Contamos con un claro Propósito:**

“Impulsar a las empresas y líderes a ser motores de confianza y cambio positivo para la sociedad.”

→ **Buscamos que todos nuestros colaboradores estén alineados a nuestros valores:**



### *Disfrutamos lo que hacemos*

Nos apasiona lo que hacemos, disfrutando del camino y cuidando nuestro propio equilibrio personal-laboral. Generamos valor desde nuestra experiencia/trayectoria, para lograr que tanto nosotros como nuestros clientes trasciendan.



### *Hambre por la excelencia*

Tenemos hambre por aprender y eso, nos lleva a ser expertos en identificar tendencias para guiar a nuestros clientes con integridad y estar un paso adelante. Coloquialmente, podríamos decir que somos un dedo amable, proactivos hasta ejecutar con excelencia de manera ética y transparente.



### *Juntos multiplicamos*

Somos parte de un equipo multidisciplinario y diverso que aplica la inteligencia colectiva y apertura a la escucha para obtener una visión 360°. Juntos enriquecemos constantemente nuestra forma de hacer las cosas.



### *Incomodarnos e incomodar*

Nos cuestionamos a nosotros mismos y nos atrevemos a cuestionar para decir lo que pensamos con respeto, empatía y de manera constructiva para lograr las mejores soluciones en equipo.

## Propuesta de Valor

GRI 2-6

Nuestra metodología se basa en entender el entorno y los crecientes desafíos; conocer el negocio y necesidades de nuestros clientes y sus *Stakeholders*; la evolución de los medios y plataformas de comunicación; las tendencias y *drivers* de innovación, y basándonos en el análisis de data y la creatividad, ofrecemos soluciones 360°.

En nuestros 20 años de existencia hemos brindado servicios a empresas de diversos sectores: minería, energía, infraestructura, construcción, alimentos y bebidas, financiero, retail, educativo, cooperación internacional, salud y belleza.

**Nuestra oferta de valor ha ido evolucionando permanentemente, y hoy contamos con una gama de soluciones integradas basadas en 4 ejes:**



### *Data que conecta:*

Investigamos las tendencias del mercado, la realidad del país y, sobre todo, cómo conectar con las personas para saber qué es importante decir, cómo decirlo, cuándo decirlo y dónde decirlo.



### *Enfoque multi-stakeholders:*

Ejecutamos estrategias de comunicación pensadas en impactar en todos los *stakeholders* a los que queremos llegar para construir confianza, y a los que queremos sumar para amplificar nuestro mensaje y lograr mayor credibilidad.



### *Movemos la aguja:*

Planteamos los indicadores correctos y hacemos un seguimiento exhaustivo para vivir el éxito de nuestras acciones. Enfocándonos en retos de negocio con la ambición de largo plazo y medición de resultados a corto plazo. Medimos antes y después de cada acción y/o comunicación para plantear estrategias con objetivos claros y poder ajustar a tiempo.



### *Creatividad valiente:*

Creamos ideas valientes, con brillo, que generen emociones y den que hablar. Cuidando tanto la forma como el fondo, para conectar con todos nuestros *stakeholders* y lograr llevarlos a la acción y el activismo positivo, y así lograr los resultados trazados en la estrategia.

## *Nuestros servicios*



### *Comunicación corporativa y de marcas*

- Asesoría integral.
- Taller de *planning* reputacional.
- Gabinete de prensa en Lima y regiones.
- PR digital e *influencers*.
- *Media training* y habilidades de vocería.



### *Prevención y gestión de Crisis*

- Mapeo de riesgos reputacionales.
- Manual y protocolos de crisis.
- Crisis y *media training*.
- Gestión de crisis.



### *Comunicación digital & influencers*

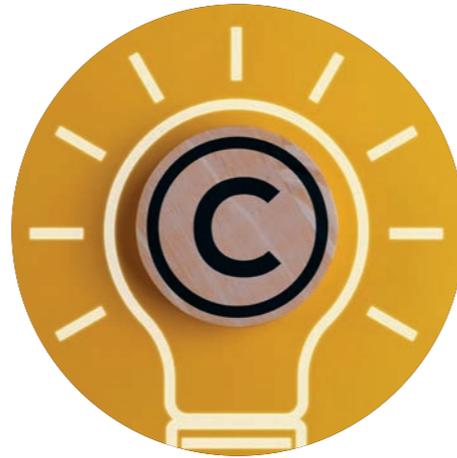
- Estrategia y gestión de redes sociales.
- Creación de contenido digital.
- PR digital e influencia estratégica.
- Gestión y medición de campañas con *influencers*.
- Monitoreo y análisis de reputación digital.

## *Nuestros servicios*



### *Líderes voceros y huella digital*

- Estrategia de posicionamiento en LinkedIn.
- Optimización y actualización de perfiles ejecutivos.
- Creación y gestión de contenido.
- Entrenamiento en comunicación digital y *networking*.
- Análisis de desempeño y recomendaciones.



### *Branding Corporativo*

- Territorio de marca.
- Propósito y atributos de marca.
- Arquitectura de marca.
- Narrativa y tono de voz.
- Identidad visual y verbal.



### *Marca Empleadora*

- Propuesta de Valor para el Empleado (EVP).
- Territorio y atributos de marca empleadora.
- Narrativa y *storytelling*.
- Estrategia de comunicación interna y externa.
- Campañas y contenidos.

## *Nuestros servicios*



### *Cultura Organizacional*

- Diagnóstico cultural.
- Definición de cultura y modelos de comportamientos.
- Hoja de ruta para la transformación cultural.
- Planes de comunicación y activación.
- Programas de embajadores culturales.



### *Comunicación Interna*

- Estrategia.
- Canales, plataformas y kpi.
- Planes y campañas de *engagement*.
- Desarrollo de contenidos.
- Gestión del cambio.



### *Asuntos Públicos*

- Monitoreo y análisis político y regulatorio.
- Mapa de actores claves.
- Desarrollo de estrategias de relacionamiento.
- Diseño campañas de incidencia.
- Monitoreo de la conflictividad social.
- Qvals.

## *Nuestros servicios*



### *Sostenibilidad*

- Planeamiento ASG: Materialidad, Estrategia, Talleres. Optimización de gestión ASG (*ASG Optimizer*).
- Mapeo de *stakeholders*, *benchmarking ASG*, Estudios. ad hoc.
- Comunicación ASG.



### *Comunicación vecinal*

- Mapeo y diagnóstico de riesgos y oportunidades.
- Gestión de crisis.
- Desarrollo de vocería.



### *Estudios de Reputación*

Evaluamos la reputación desde una mirada *multi-stakeholder*, identificando las expectativas de los actores clave que influyen en el negocio. Analizamos la percepción sobre la empresa en todos sus frentes de gestión, como productos, sostenibilidad, innovación, resultados y gestión del talento, para comprender qué factores impactan más en la construcción de la reputación.

Transformamos estos hallazgos en insights accionables, entregando un diagnóstico con recomendaciones estratégicas que faciliten la toma de decisiones y fortalezcan las relaciones con los *stakeholders* clave.

## *Nuestros servicios*



### *Creatividad*

- Conceptualización y estrategia creativa.
- Producción de contenido.
- Producción de eventos.
- Diseño & *Branding*.
- Consultoría creativa.
- Producción audiovisual.



### *M&A: Compras y Adquisiciones*

- Identificación y prevención de riesgos.
- Alineación cultural.
- Desarrollo de estrategia y narrativa para una transición exitosa.



*Para conocer a nuestro equipo visite:*

<https://www.apoyocomunicacion.com/nosotros/> →

## *Nuestro equipo*



*Gabriel Ortiz  
de Zevallos*

Presidente Ejecutivo



*Milagros  
Avendaño*

Gerente General



*María Katia  
Filomeno*

Vicepresidenta de  
Estrategia e Innovación



*Bernardo Oliart*

Director de Comunicación  
y Gestión de Riesgos



*Ludwig Zarzuela*

Director Creativo



*Estefanía  
Chumpitaz*

Directora de Comunicación  
Digital y Generación de  
Contenidos



*María Pía Balestra*

Directora de Branding, Cultura  
y Comunicación Interna



*Gonzalo  
García – Sayán*

Director de Comunicación  
Corporativa y de Marca

## *Nuestro equipo*



*Darío Díaz*

Director de Sostenibilidad



*Alberto Gamarra*

Director de Comunicación y  
Gestión de Riesgos



*Ali Rojas*

Director de Comunicación  
Corporativa y de Marca



*Renzo Ariza*

Director de Arte



*César Vieira*

Director de Insights y Estrategia



*Giuliana Luján*

Directora de Comunicación  
Corporativa y de Marca



*Marcelo Ramos*

Director de Comunicación  
y Gestión de Riesgos



*Melisa Gutiérrez*

Coordinadora de Comunicación  
Corporativa y de Marca



## *Nuestro equipo*



*Nelson Parra*

Coordinador de Comunicación  
y Gestión de Riesgos



*Miguel Ángel  
Melgar*

Supervisor de Diseño Gráfico



*Stefany Vilcherrez*

Jefa de RRHH



*Jesús Zárate*

Jefe de Administración  
y Finanzas



*Martín Contreras*

Jefe de TI

## Estrategia de Sostenibilidad

GRI 2-22, 2-23

### → **Por qué es importante:**

Para cumplir con nuestro Propósito es fundamental la gestión de diversos aspectos Ambientales, Sociales y de Gobernanza o ASG integrados en nuestro modelo de negocio y en nuestras operaciones.

Tenemos un firme compromiso en la gestión de la sostenibilidad y la adopción de criterios ASG, siendo este primer Reporte de Sostenibilidad una evidencia de gestión.

### → **Cómo lo gestionamos:**

En los últimos años hemos venido desarrollando diversas políticas, procesos y acciones en las dimensiones ASG. Y, en esta oportunidad hemos decidido abordar la integración de estos a través de un enfoque estratégico que nos permita proyectarnos en los próximos años y generar mayor impacto en la sociedad.

A partir de un proceso de Materialidad que se describe en el Capítulo 6, hemos definido que nuestra gestión de Sostenibilidad aborde tres dimensiones estratégicas:



### *Dimensión económica y de gobernanza:*

La generación de valor económico sostenible y la gestión ética son pilares fundamentales de nuestra estrategia. La confianza depositada en nosotros por nuestros clientes, nuestros colaboradores y otros grupos de interés es una pieza clave en nuestra forma de hacer negocios.

Contamos con políticas, procedimientos y desarrollo de capacidades que nos permitan asegurar la confidencialidad en el manejo de la información; la seguridad informática; y una conducta de altos estándares de ética profesional y cumplimiento de leyes y demás normativas. Además, integramos prácticas sostenibles en nuestro modelo de negocio para garantizar la rentabilidad a largo plazo y contribuir al desarrollo económico del país.



### *Dimensión Social:*

El desarrollo de nuestros colaboradores es una piedra angular de gestión.

Promovemos un ambiente de trabajo inclusivo, donde todas las personas se sientan respetadas e incluidos, valoradas y libres de prejuicios, discriminación o falta de respeto. Además, extendemos nuestro compromiso hacia la sociedad participando activamente en el debate de ideas, la generación de conocimiento y la divulgación de mejores prácticas. Asimismo, a través de servicios pro-bono apoyamos a entidades que buscan generar un impacto positivo en nuestro país.



### *Dimensión Ambiental:*

Aunque operamos en un sector de baja externalidad ambiental, aplicamos un enfoque proactivo para gestionar nuestra huella ecológica y promover prácticas sostenibles. Nuestra estrategia ambiental se centra en la medición y reducción de emisiones de Gases de Efecto Invernadero, la gestión integral de residuos y el fomento de una cultura de sostenibilidad entre colaboradores, clientes y otros grupos de interés.

## *Temas materiales*



### *Gestión económica y de gobernanza*

- Propuesta Valor y sostenibilidad del negocio.
- Desempeño económico.
- Ética y Cumplimiento.
- Confidencialidad y seguridad de la información.
- Innovación y uso de tecnologías.
- Gestión responsable de proveedores.



### *Gestión Social*

- Desarrollo y Satisfacción de Colaboradores.
- Diversidad, Equidad, Inclusión.
- Salud y Seguridad ocupacional.
- Impacto en la Sociedad.



### *Gestión Ambiental*

- Cambio Climático.
- Gestión de Residuos.
- Ecoeficiencias (consumo de energía, agua, materiales).

## Innovación

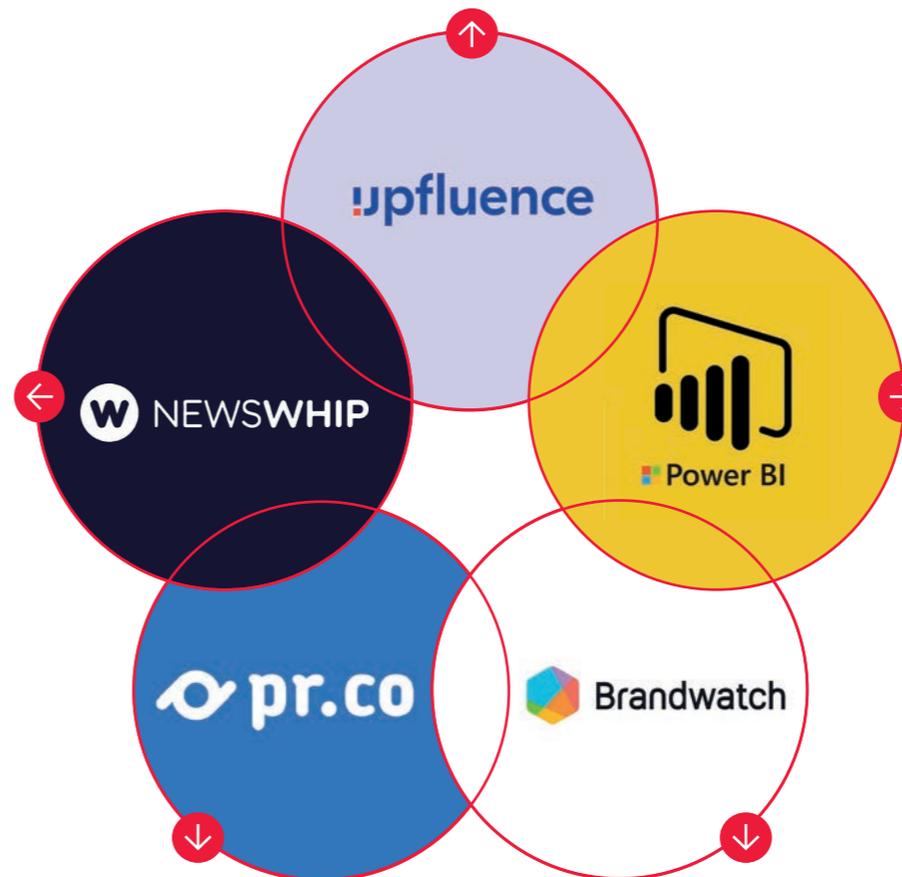
La tecnología está transformando nuestra sociedad y los negocios. El sector de consultoría exige entender todas las herramientas digitales, y en especial las basadas en Inteligencia Artificial, para poder potenciar los servicios y agregar más valor y eficiencias a nuestros clientes.

El uso de herramientas digitales avanzadas como soluciones de *listening*, perfilamiento de *influencers* y líderes, analítica digital, reporting y automatización, análisis de proyectos de ley y probabilidad de aprobación.

La llegada de la Inteligencia Artificial generativa ha marcado un antes y un después en nuestra industria. Este cambio de paradigma nos ha llevado a adoptar estrategias para la evaluación constante y la implementación responsable de herramientas IA.

Para asegurar una transición efectiva y ética, combinamos iniciativas de capacitación, gamificación y un programa de Embajadores IA. Estos embajadores son responsables de acompañar la transformación digital y uso de IA en nuestra agencia, asegurando que la adopción sea transversal en todos los equipos y que se respeten siempre los principios de uso responsable.

Identifica temas de conversación que alimentan campañas creativas y también las noticias de riesgo con potencial de viralización.



Facilita la estrategia de *influencers* en base de data y almacena stories.

Facilita la toma de decisiones respecto a futuras campañas haciendo *benchmarks* por *Tiers*, sentimientos, etc.

Crea narrativas con elementos multimedia y de indicadores de apertura.

Permite recoger y facilitar información, así como conversaciones en webs y redes sociales sobre marcas.

## Afiliación a asociaciones

GRI2-28

### → Contamos con un fuerte respaldo internacional:



#### *Somos parte de la red de Weber Shandwick,*

agencia global de relaciones públicas presente en 79 ciudades y una red de aliados que la extiende a 129 ciudades en 5 continentes.



#### *Hemos sido reconocidos en el Ranking de LEADERS LEAGUE*

en la Categoría *Excelente*, en Comunicaciones de Crisis y Gestión de Riesgos.



#### *Tenemos una alianza con United Minds,*

consultora especializada en cultura, marca empleadora y comunicación interna.

### → Brindamos servicios en cuentas pro-bono:



#### *Aequales,*

organización que trabaja por el cierre de brechas de género en el ámbito laboral en Latinoamérica.



#### *L+1,*

plataforma de líderes empresariales e institucionales en Perú, unidos bajo la misión de impulsar el desarrollo sostenible en el país.



#### *SHIFT,*

comunidad de organizaciones que trabajan para fomentar y acelerar la innovación y el intra-emprendimiento para el crecimiento empresarial.



#### *Mujeres Cuidadoras,*

asociación que tiene el propósito de impulsar la igualdad de género y la vida libre de violencia.

→ **Formamos parte de importantes gremios y asociaciones locales:**

**AEQUALES**

**AMCHAM**  
CAMARA DE COMERCIO AMERICANA DEL PERU

**andA**  
ASOCIACIÓN NACIONAL DE ANUNCIANTES

**ADEGA**  
Asociación Peruana de Comunicación Interna

**EMPRESARIOS POR LA INTEGRIDAD**

**eshoy**

**Peruanos por Peruanos**

**Pride Connection**

**spm**  
Sociedad Peruana de Marketing

## Reconocimientos

- **A lo largo de nuestra historia hemos recibido diversos premios y reconocimientos que nos permite posicionarnos como una agencia líder y con un prestigio que resalta nuestro Propósito.**



### *Leaders League ranking of the best consulting firms*

Líderes en el ranking de Leaders League en Gestión de Riesgos y Crisis (*Crisis Communication*) en la categoría más alta, EXCELLENT.



### *Premios ANDA*

Mejor agencia de PR durante 6 años.

# Gestión *de* gobernanza

*Generar confianza  
comienza por casa...*

- ➔ *Política  
Anticorrupción.*
- ➔ *Órganos de gobierno.*
- ➔ *Confidencialidad y seguridad  
de información.*





## Enfoque de Gestión

### ¿Por qué es importante?:

#### En Perú enfrentamos grandes desafíos éticos y de gobernanza:

- La Contraloría General de la República estima que la corrupción y la inconducta funcional habrían ocasionado pérdidas por más de S/ 110 mil millones durante los últimos 5 años, aproximadamente el 15% del presupuesto nacional.
- Según el Índice de Percepción de la Corrupción (IPC) 2024, nuestro país registró su caída anual más fuerte desde 2012 al bajar del puesto 101 al 127.

Entendemos que la implementación de políticas robustas de Gobernanza es crucial para asegurar la integridad y transparencia en todas nuestras operaciones.

Estas políticas no solo protegen a nuestra empresa contra riesgos de corrupción, lavado de activos y financiamiento del terrorismo, sino que también refuerzan nuestra misión de contribuir al desarrollo de una sociedad más próspera, inclusiva y respetuosa de la ley.

### ¿Cómo lo gestionamos?:

#### Contamos con políticas, procedimientos y programas en seis dimensiones:

- Ética e integridad.
- Prevención de Corrupción.
- Órganos de gobierno.
- Confidencialidad y seguridad de la información.
- Gestión de Riesgos.
- Gestión de Proveedores.

## Ética e integridad

GRI 2-23, 2-24

Contamos con políticas y prácticas contra la corrupción, el lavado de activos y el financiamiento del terrorismo. Estas políticas no solo salvaguardan a nuestra organización, sino que también refuerzan nuestro compromiso con una sociedad más próspera, inclusiva y respetuosa de la ley.

En 2024 implementamos un Plan de Comunicación de Compliance para que nuestros colaboradores cumplan con los lineamientos del Modelo de Cumplimiento (MDC), y las nuevas políticas elaboradas en 2023 que se describen a continuación.





### *Política Anticorrupción, Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo*

Establece lineamientos claros para prevenir y combatir cualquier forma de corrupción, lavado de activos y financiamiento del terrorismo dentro de nuestras operaciones. Prohíbe estrictamente la aceptación, solicitud o entrega de cualquier tipo de donativos, promesas, ventajas o beneficios que puedan influir en decisiones comerciales o administrativas.



### *Política de Interacción con Funcionarios Públicos*

Establece que cualquier reunión con funcionarios públicos debe ser aprobada previamente por el Encargado de Prevención de Delitos (EPD) y debe realizarse en presencia de al menos dos colaboradores de APOYO Comunicación. Además, prohíbe la entrega de regalos o atenciones a estos funcionarios, salvo en circunstancias muy específicas y controladas, y siempre con un valor menor a S/100.



### *Política para la Atención de Inspecciones*

Establece procedimientos detallados para la recepción y atención de inspectores, incluyendo la verificación de sus credenciales y la grabación de la inspección si fuere necesario. Además, prohíbe cualquier tipo de pago o beneficio irregular a los inspectores y asegura que todas las interacciones sean documentadas adecuadamente.



### *Política de Regalos y Atenciones*

Establece límites claros para los regalos y atenciones a entes privados. Estos deben tener un propósito comercial legítimo y no deben superar el valor de US\$ 200.



### *Política de Donaciones a Entidades Públicas*

Prohíbe aquellas que puedan generar conflictos de interés, financiar actividades ilícitas o asegurar beneficios indebidos.

Cada solicitud de donación es evaluada estrictamente por el Encargado de Prevención de Delitos (EPD) y debe ser aprobada por la Gerencia General o el Directorio.





## Prevención de Corrupción

GRI 205-1, 205-2, 205-3, 3-3

### **Nuestra cultura es incompatible con la corrupción:**

tenemos tolerancia cero hacia cualquier forma de corrupción, lavado de activos y financiamiento del terrorismo.

En 2024, no se registraron denuncias por casos de corrupción en nuestra empresa, lo que refleja nuestro compromiso con la integridad y nuestro rol como agentes de cambio en la sociedad.

Contamos con un Modelo de Cumplimiento integral, alineado con las normativas vigentes, que abarca desde la alta dirección hasta cada colaborador.

Somos parte de Empresarios por la Integridad, y de su Comité Consultivo.





### *Compromiso de la Alta Dirección*

Nuestro Modelo de Cumplimiento (MDC) cuenta con el respaldo firme de nuestra alta dirección. Hemos designado a un Encargado de Prevención de Delitos (EPD), quien vela por la implementación y mejora continua del MDC. Este oficial actúa con plena independencia y reporta directamente a nuestro Directorio. Además, la auditoría interna y externa supervisan directamente la eficacia del modelo.



### *Manual, Políticas y Procedimientos*

Contamos con una serie de documentos clave que forman el núcleo del MDC, como ya se describieron.



### *Identificación, Evaluación y Mitigación de Riesgos*

Utilizamos una matriz de riesgos para evaluar la probabilidad y el impacto de posibles eventos de riesgo. Estos riesgos luego se gestionan mediante medidas de mitigación adecuadas. La revisión de esta matriz se realiza cada dos años o cuando se producen cambios significativos en estructura o actividades de la empresa.



### *Debida Diligencia de Clientes, Proveedores y Colaboradores*

Realizamos revisiones exhaustivas de antecedentes, evaluaciones de riesgos y controles continuos para garantizar que no existan negativas que afecten nuestra reputación. Esto incluye la verificación de antecedentes policiales y penales, así como la revisión de la conducta en redes sociales.



### *Formación y Comunicación*

Implementamos anualmente un plan de capacitación dirigido a todos nuestros colaboradores, tanto nuevos como en aspectos críticos del MDC.



### *Canal de Denuncias*

A través del Canal Ético de Denuncias, nuestros colaboradores, clientes, proveedores y cualquier interesado pueden, de manera confidencial, reportar conductas inapropiadas, irregularidades o cualquier situación que contravenga nuestros valores y políticas.

Este canal garantiza la protección de los denunciantes y asegurar una investigación justa y exhaustiva de cada caso reportado.

<https://canaletico.apoyocomunicacion.com/> →

## Gestión de gobernanza

Órganos de gobierno

# Órganos de gobierno

GRI 2-9 2-10 2-11 2-12 2-13 2-14

Entendemos que una gestión corporativa, eficaz y transparente es fundamental para el éxito y la sostenibilidad de nuestra empresa. Los órganos del gobierno corporativo desempeñan un papel crucial en la supervisión y dirección estratégica de nuestras operaciones. Estos órganos están compuestos por miembros seleccionados por su experiencia, integridad y compromiso con los valores de la empresa.

### → Comité de Cumplimiento

Su función es revisar procesos, procedimientos y demás controles establecidos en las políticas específicas, y realizar auditorías con la periodicidad establecida.

### → Comité Comercial

Está conformado por un equipo multidisciplinario de expertos a cargo de desarrollar y ejecutar las diversas soluciones de negocio, velar por el cumplimiento de las metas de negocio, y la satisfacción de los clientes.

### → Directorio:

Cuenta con todas las facultades de representación legal y gestión necesarias para la administración de la Sociedad dentro de su objeto.

Al 31 de diciembre de 2024, el Directorio estaba conformado por los siguientes miembros:



*Gabriel Ortiz de Zevallos*

Presidente Ejecutivo



*Milagros Avendaño*

Gerente General



*María Katia Filomeno*

Vicepresidente de innovación



*Felipe Ortiz de Zevallos*

Fundador del grupo APOYO



*Teresa Ortiz de Zevallos*

Miembro de directorio



*Carlos Heeren*

Miembro de directorio



*Hugo Santa María*

Miembro de directorio



*Inés Temple*

Miembro de directorio

## *Confidencialidad y seguridad de la información*

GRI 418-1, 2-25, 3-3

Contamos con una Política y procesos para garantizar la seguridad de los activos de información y sistemas, minimizando riesgos cibernéticos y protegiendo la confidencialidad, integridad y disponibilidad de datos críticos. Esta política se aplica a todos los empleados, contratistas, proveedores y partes interesadas que manejen información de la empresa.

Adoptamos medidas para asegurar el cumplimiento de leyes y normativas aplicables, como la Ley de Protección de Datos Personales, el Código Penal Peruano, regulaciones de SUNAT.

**Nuestra política y procedimientos se encuentran en permanente evaluación y se actualizan cuando es necesario.**

**Asimismo, se contempla llevar a cabo auditorías periódicas y de seguimiento del cumplimiento.**

*0 incidentes en 2024.*

## Gestión de Riesgos

GRI 201-2, 205-1, 3-3

Contamos con un Sistema Integral de Gestión de Riesgos enfocado en prevenir y mitigar los riesgos relacionados con la corrupción, el lavado de activos y el financiamiento del terrorismo. Este sistema es fundamental para asegurar un entorno de negocios ético y confiable, alineado a nuestro propósito y valores.



### Identificación y Evaluación de Riesgos

Detectamos factores y tipos de riesgos. Evaluamos la probabilidad y el impacto utilizando una escala que va de leve a muy grave, lo que nos permite priorizar acciones correctivas y mantener una gestión proactiva.



### Controles Financieros y No Financieros

Para mitigar los riesgos identificados, implementamos una serie de controles financieros, que incluyen la separación de funciones en procedimientos de pagos, niveles de aprobación de pagos y auditorías internas periódicas. Además implementamos controles no financieros.



### Procedimiento de Denuncias

Nuestro Canal Ético de Denuncias permite a colaboradores y personal terceros reportar de manera anónima cualquier conducta o acto no ético, según se describió anteriormente.



### Capacitación y Difusión

Contamos con un Plan Anual de Capacitación. Al cierre del 2024, 120 colaboradores completaron el curso y la comunicación de nuestras políticas se ha realizado al 100% de ellos a través de Teams, correo electrónico y charlas presenciales.



### Monitoreo y Mejora Continua

El Encargado de Prevención de Delitos (EPD), junto con las áreas de negocio correspondientes, realiza revisiones periódicas de los riesgos y la eficacia de los controles implementados.

## *Gestión de proveedores*

GRI 3-3, 204

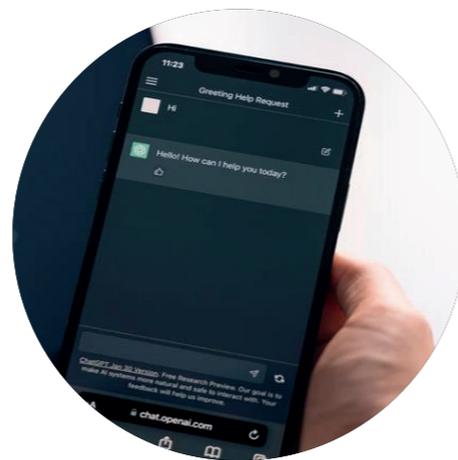
La gestión responsable de proveedores es fundamental para asegurar la integridad y ética en nuestras relaciones comerciales. Para lograrlo, hemos implementado un proceso de debida diligencia que se desarrolla en tres etapas clave:

### **búsqueda, contratación y monitoreo.**



### *Búsqueda*

Realizamos esfuerzos para obtener varias cotizaciones y analizar las propuestas con base en criterios como años de experiencia, referencias anteriores, calidad del producto o servicio ofrecido, y precio.



### *Contratación*

Herramientas como ChatGPT - Q & A *Compliance*, para verificar los antecedentes. En base al nivel de riesgo, los proveedores además, deben asumir compromisos como firmar una Declaración Jurada sobre Conflicto de Interés y Cumplimiento Ético, Declaración Jurada de Compromiso de Manual de Cumplimiento y otros.



### *Monitoreo*

Renovamos el proceso de identificación y verificación de proveedores se renueva cada dos años, asegurando así la actualización continua de los controles y medidas preventivas.

# Gestión Social

*Nuestra gente como punto de partida para ser motores de cambio.*

- ➔ 88% de satisfacción.
- ➔ 61% de colaboradores son mujeres.
- ➔ 0 accidente de trabajo, enfermedad ocupacional, incidente peligroso ni fatalidades.



## *Enfoque de gestión*

### *¿Por qué es importante?:*

El desarrollo profesional y personal de nuestros Colaboradores es un elemento central de nuestra gestión.

Trabajamos para generar un ambiente donde todos se sientan respetados e incluidos, libre de prejuicios, discriminación o falta de respeto. Para ello, contamos con nuestro Manifiesto de Equidad e Inclusión, e iniciativas concretas que abordan estos temas y la realización de campañas para sensibilizar y motivar a la acción.

**Además, llevamos nuestro propósito hacia afuera:** participamos activamente en el debate de ideas; la generación de conocimiento; la divulgación de mejores prácticas, y el apoyo a causas a través de servicios pro-bono a entidades que buscan generar un impacto positivo en nuestro país.

### *¿Cómo lo gestionamos?:*

En APOYO Comunicación, nuestra Propuesta de Valor de Marca Empleadora se fundamenta en cuatro pilares: “Gran trabajo”, “Grandes líderes”, “Gran compañía” y “Grandes reconocimientos”.

Estos pilares nos permiten conectar de manera más cercana y alinear nuestros objetivos con los colaboradores, promoviendo una cultura corporativa sólida y un ambiente laboral enriquecedor.

## *Ejes de la Propuesta de Valor*



### *Grandes Líderes*

Somos conscientes de que nuestros colaboradores valoran a líderes que guían, escuchan, acompañan, enseñan y apoyan para alcanzar un gran desempeño en sus labores.

Nuestro Programa de Mentoría, implementado en el 2021, facilita el acercamiento de expertos y líderes a todos los niveles de la organización, potenciando el crecimiento y desarrollo profesional de nuestros empleados a través de sesiones personalizadas.

Además, contamos con 04 comités que promueven y ponen en práctica nuestros valores y políticas: el Comité Comercial, el Comité de Equidad, el Comité de Ética, y el Comité SST (Seguridad y Salud en el Trabajo).



### *Gran Trabajo*

Creemos que un gran trabajo se construye con herramientas innovadoras y un enfoque en el desarrollo continuo de nuestros colaboradores. Utilizamos herramientas digitales, algunas con soporte de Inteligencia Artificial, que nos permiten desarrollar propuestas de comunicación integrales y ser más productivos en nuestros procesos.

Para potenciar los conocimientos de nuestros colaboradores, brindamos reuniones de *Update* (virtuales y presenciales) que fomentan el aprendizaje y la inteligencia colectiva.



### *Gran Compañía*

Nuestro propósito de “Impulsar a las empresas y líderes a ser motores de confianza y cambio positivo para la sociedad” guía nuestras acciones. Buscamos que todos nuestros colaboradores estén alineados a nuestros valores, manteniéndonos a la vanguardia con acciones, campañas e iniciativas creativas y trascendentes.

Construimos propuestas potentes para nuestros clientes, llevando nuestro propósito hacia dentro y hacia fuera. Además, establecemos alianzas que nos permitan fortalecer nuestra misión y ampliar nuestro alcance.



### *Grandes Reconocimientos*

Valoramos y cuidamos a nuestros profesionales y su entorno.

A través de la nominación de todos los colaboradores, reconocemos el esfuerzo y los logros con programas como “Premios WOW”. Esta iniciativa, desarrollada tres veces al año, permite dar visibilidad del esfuerzo y logros.

Asimismo, contamos con un canal de agradecimientos en nuestras redes internas que celebra fechas importantes y éxitos profesionales de cada miembro del equipo.

## Colaboradores en números

GRI 2-7 GRI 2-8 GRI 202-2

En APOYO Comunicación, nuestro equipo es un reflejo de nuestro compromiso con la diversidad, la inclusión y el desarrollo profesional. Al cierre del 2024, contamos con 122 colaboradores.

**61%**  
mujeres

**39%**  
hombres

**Gestión social**

Colaboradores en números

→ **Por categoría laboral, sexo y nacionalidad.**

<i>Categoría Laboral</i>	<i>Peruanos</i>		<i>Extranjeros</i>	
	<b>F</b>	<b>M</b>	<b>F</b>	<b>M</b>
Gerencia	2	1	0	0
Directores	3	9	0	1
Coordinadores	3	8	1	0
Consultores	35	9	0	0
Equipo creativo y digital	15	8	0	0
Administrativo	7	7	0	0
Practicantes	8	5	0	0
<b>Total</b>	<b>73</b>	<b>47</b>	<b>1</b>	<b>1</b>

→ **La segmentación por edad de nuestro equipo se distribuye en:**

**50%** menores de 30 años.

**41%** entre 30 y 50 años.

**9%** mayores de 51 años.

Esta data incluye a los directores internos que son parte de la planilla. Mas no incluye a los externos.



## Gestión social

Colaboradores en números

### → Por categoría laboral, grupo etario y nacionalidad.

<i>Categoría Laboral</i>	<i>Peruanos</i>			<i>Extranjeros</i>		
	Menores de 30 años	Entre 31-50 años	Más de 51 años	Menores de 30 años	Entre 31-50 años	Más de 51 años
Gerencia	0	1	2	0	0	0
Directores	0	8	5	0	0	1
Coordinadores	1	9	1	0	1	0
Consultores	32	12	0	0	0	0
Equipo creativo y digital	14	9	0	0	0	0
Administrativo	2	9	3	0	0	0
Practicantes	12	1	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>61</b>	<b>49</b>	<b>11</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>



## *Desarrollo de Colaboradores*

GRI 404-1 404-2 404-3, 3-3

En APOYO Comunicación, el crecimiento y desarrollo profesional de nuestros colaboradores es una prioridad. Implementamos programas y recursos diseñados para expandir sus habilidades, conocimientos y oportunidades de carrera, fomentando un entorno de aprendizaje continuo y excelencia.





## Programas y recursos

### UPDATE TALK

Reuniones con invitados especiales que presentan temas alineados con nuestro propósito, objetivos de negocio o valores.

Asimismo, nuestros Colaboradores comparten presentaciones sobre temas relevantes para la labor diaria, casos de éxito y aprendizajes de distintos equipos.



Nuestro Programa de Mentoría, fue inaugurado en 2021, tiene como objetivo acercar la experiencia y conocimientos de directores y coordinadores a todos los colaboradores.

Hasta el 2024 han participado 57 colaboradores.



En 2024, el programa de Embajadores IA reunió a 22 colaboradores que lideraron la adopción responsable de inteligencia artificial en toda la agencia. Con el objetivo de impulsar la transformación digital de manera transversal y ética, el equipo desarrolló más de 60 proyectos que automatizaron tareas diarias y mejoraron la eficiencia operativa.

## Programas y recursos

### UN CAFÉ CON VALE

Este programa ofrece a nuestros colaboradores la oportunidad de mejorar sus habilidades de comunicación y recibir apoyo emocional en un entorno confidencial. Valeria Escandón, actriz y coach en comunicaciones, proporciona sesiones individuales.

### comité de lectura

Nuestros colaboradores tienen acceso ilimitado al Comité de Lectura, es un podcast que ofrece noticias político-económicas y empresariales. Este recurso mantiene a nuestros colaboradores informados y, fomenta una comprensión más profunda del contexto en el que operamos.

## Evaluaciones y Retroalimentación

Nuestro sistema de evaluación se lleva a cabo a través de la plataforma Mandú. Este proceso incluye una autoevaluación y una evaluación por parte de los líderes, basadas en nuestro diccionario de competencias, que comprende:

- **Dirección:** Visión del negocio, Planeamiento y Alineación, Liderazgo.
- **Sello APOYO:** *Data Driven*, Sentido de Propósito, Visión 360°, Minuciosidad.
- **Ser un Buen Profesional:** Comunicación Efectiva, Toma de Decisiones, Trabajo Colaborativo, Creatividad e Innovación, Orientación al Cliente, Adaptación al Cambio, Gestión de Conflictos.

Nuestra retroalimentación se centra en la creación y ejecución de planes de desarrollo personalizados, adaptados a las necesidades específicas de cada colaborador.

## Satisfacción de colaboradores

GRI 401-1 401-2 401-3

Priorizamos la satisfacción y el bienestar integral de nuestros colaboradores, ofrecemos una amplia gama de beneficios que abarcan desde el bienestar físico y mental hasta el equilibrio entre la vida laboral y personal.

### → 88% de nivel de satisfacción laboral.

Mostrando una mejora respecto al año anterior (86%). Este aumento se debe a las nuevas políticas de bienestar implementadas, las cuales fueron bien recibidas por los empleados. Además, el compromiso de los colaboradores con la empresa se mantuvo alto, con un 85% de los encuestados expresando un fuerte sentido de pertenencia y motivación para contribuir al éxito de la organización.

### → 86% de percepción positiva del liderazgo.

Este indicador resalta la importancia de un liderazgo fuerte y accesible, y la capacidad de los líderes para inspirar y guiar a sus equipos hacia el cumplimiento de los objetivos empresariales.

→ 95% siente que su trabajo tiene un impacto positivo en el país.

→ A continuación, presentamos nuestros principales indicadores en la gestión del empleo y el bienestar laboral:



### *Nuevas contrataciones*

GRI 401-1

En el transcurso del 2024, incorporamos a 36 nuevos colaboradores, de los cuales 25 fueron mujeres, representando un 69% del total. En cuanto a la segmentación por edad de las nuevas contrataciones, 22 colaboradores tienen menos de 30 años, representando un 61.11% del total.



### *Rotación*

A lo largo del 2024, el número de colaboradores experimentó fluctuaciones mensuales, comenzando con 115 en enero y alcanzando 124 al cierre de diciembre, con un promedio anual de 110 empleados. Durante este periodo, registramos 20 renunciaciones voluntarias y 11 casos de no renovación de contratos, con una tasa de rotación voluntaria anual del 16% y una tasa de rotación total del 25%.



## Ascensos

Contamos con una Política de Promoción y Ascenso que nos permite fomentar un entorno de trabajo inclusivo y equitativo, donde nuestros colaboradores puedan crecer y desarrollarse profesionalmente. Para ello, nos basamos en el mérito, el desempeño y las competencias profesionales de los colaboradores, incluyendo criterios como:

- **Evaluaciones de Desempeño:** Realizamos evaluaciones objetivas y estandarizadas para determinar la elegibilidad de los colaboradores para promociones y ascensos. Estas evaluaciones se describieron previamente.
- **Equidad y Desempeño:** Alineamos nuestras decisiones con nuestra Política Salarial, enfocándonos en la equidad y el rendimiento. Esto asegura que todos los colaboradores sean evaluados y recompensados de manera justa, independientemente de su género, orientación sexual, identidad de género, etnia, discapacidad, edad u otros rasgos identitarios.
- **Anuncio de Oportunidades:** Comunicamos todas las oportunidades de promoción y ascenso a través de nuestros canales formales de comunicación interna. Cualquier colaborador que cumpla con los requisitos puede postularse. En 2024, efectuamos 15 ascensos, de los cuales, 8 correspondieron a mujeres, representando un 73.33% del total.



## Política Salarial

En APOYO Comunicación, nuestra Política Salarial se fundamenta en principios de equidad, desempeño y potencial de desarrollo profesional.

- **Determinación de Remuneraciones:** Establecemos las remuneraciones considerando factores como desempeño, versatilidad, experiencia laboral y perfil académico. Realizamos ajustes salariales en base a evaluaciones de desempeño, promociones y adecuaciones a la estructura remunerativa.
- **Evaluaciones y Ajustes Salariales:** Realizamos las evaluaciones de desempeño a partir de criterios objetivos alineados con nuestra estrategia empresarial. Por otro lado, los ajustes salariales pueden darse por promoción, desempeño o cambios en la estructura organizacional. Además, realizamos una revisión de salarios dos veces al año, en febrero y agosto, para asegurar que nuestras remuneraciones sean competitivas y justas.
- **Compatibilidad Vida Familiar y Laboral:** Nos aseguramos de que periodos de incapacidad temporal relacionados con embarazo, maternidad, paternidad, y lactancia no impacten negativamente en la remuneración o beneficios de los colaboradores.

## *Prestaciones y Beneficios*

GRI 401-2

En APOYO Comunicación, estamos comprometidos con fomentar un ambiente de trabajo inclusivo, motivador y saludable.

Nuestras prestaciones y beneficios están diseñados para cumplir con las normativas vigentes y, al mismo tiempo, ir más allá, ofreciendo iniciativas adicionales que promuevan el bienestar integral de nuestros colaboradores.



### *Seguro de salud:*

Garantizamos el acceso a servicios de salud de calidad para todos nuestros colaboradores:

→ **Para practicantes:**  
Ofrecemos el seguro FOLA, que proporciona cobertura médica esencial durante su período de prácticas.

→ **Para empleados en planilla:**  
Ofrecemos el seguro EPS, que incluye servicios médicos preventivos, diagnósticos y de tratamiento, así como acceso a una amplia red de clínicas y especialistas. Cabe mencionar que la cobertura contempla consultas médicas, exámenes de laboratorio y tratamientos especializados.

Asimismo, ofrecemos otras posibilidades de cobertura.



### *Beneficios laborales:*

De acuerdo con la normativa vigente, y buscando ir más allá, ofrecemos reparto de utilidades voluntarias, aguinaldos, adelantos y préstamos. Asimismo, brindamos días con goce de haber (licencias pagadas) por maternidad, paternidad, adopción y matrimonio, aplicable a todas las parejas; así como permisos especiales y diversas licencias adicionales.



### *Bienestar laboral integral:*

GRI 403-6

Ofrecemos a nuestros colaboradores membresías a gimnasio; convenio para acceder a sesiones psicológicas; "Pausas Activas" para revitalizarse, acceso a descuentos exclusivos; Cupones de Medio Día Libre que cada colaborador puede utilizar para cualquier actividad personal y Medio Día Libre por Cumpleaños. Contamos además con un "Horario de Verano", que permite a nuestros colaboradores tener las tardes de los viernes libres.

## *Seguridad y salud en el trabajo*

GRI 403-1, 403-2, GRI 403-4, 403-5,  
GRI 403-8, 403-9, 403-10

Entendemos que la Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) es clave para fomentar un ambiente de trabajo seguro, saludable y productivo.

Hemos implementado con rigurosidad nuestras políticas y prácticas de SST, enfocadas en la prevención, protección y promoción del bienestar integral de nuestro equipo. Gracias a estas medidas, en 2024 no registramos ningún accidente de trabajo, enfermedad ocupacional, incidente peligroso ni fatalidades.





## Gestión social

Seguridad y salud en el trabajo

### *Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo*

GRI 403-1, 403-2, GRI 403-4, 403-5, GRI 403-8, 403-9, 403-10

Hemos fortalecido nuestro Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) durante el 2023 y 2024, implementando herramientas y normativas que garantizan un ambiente laboral seguro y saludable para el 100% de nuestros colaboradores a lo largo de todas nuestras instalaciones.

→ El sistema SST cuenta con Matrices IPERC y Gestión de riesgos, mapa de riesgo y con un Reglamento Interno de SST que define lineamientos y responsabilidades que garantizan la prevención de riesgos laborales y el cumplimiento de normativas en materia de seguridad y salud ocupacional.



→ Además contamos con un Comité de SST conformado por representantes elegidos democráticamente por nuestros colaboradores, en base al Reglamento de la Ley 29783.

Desde su formación, el comité ha trabajado activamente en la identificación y mitigación de riesgos, la elaboración de planes de prevención y la promoción de una cultura de seguridad. Además, ha impulsado la implementación de normativas clave.



→ A partir de 2025, planeamos fortalecer nuestras políticas e implementar un programa de capacitaciones que promueva una cultura de seguridad en toda la organización.

## Gestión social

Diversidad, Equidad, Inclusión

# Diversidad, Equidad, Inclusión

GRI 405-1, 405-2 GRI 406-1, 3-3

Promovemos un ambiente de trabajo donde todos se sientan respetados e incluidos, libre de prejuicios, discriminación o falta de respeto.

Reconocemos que la diversidad de opiniones, combinada con la equidad en el trato y las oportunidades, y la inclusión como práctica cotidiana, son esenciales para el crecimiento profesional y personal de nuestros colaboradores.

Fomentamos un contexto de libertad y empatía, donde cada individuo pueda contribuir plenamente y alcanzar su máximo potencial.

Nuestro Manifiesto de Diversidad, Equidad, Inclusión, implementado en el 2019, ha sido nuestro punto de partida para el desarrollo de iniciativas concretas.

# MANIFIESTO DE DIVERSIDAD, EQUIDAD E INCLUSIÓN



En **APOYO Comu** pueden tener un rol. Creemos firmemen aporta como indivi por la diversidad so que trabajamos en respetadas e inclui crítica constructiva o a la falta de personalmente de contexto de libertad

En ese marco, **fome** cualquier tipo de social, edad, orient criterios). Si nuestra tenemos que vivir distintas perspectiv nuestras, para estar comunicar. El que n cómo comunicarse

Promovemos que proveedores y client Entendemos el res posición del otro y pueda ser comparti valorada. La difer desconsideración.

En el Perú, lamenta 10 personas se han s (41% de mujeres dic el último año)2 y h LGTBI han sido víct

La discriminación m todo consciente. La prejuicios que tene querer una cultura o que ha sido discrim notar a la persona razones, estando e mayor apertura a adecuada, debe e gerencia general o

Desde el año 2019 de que todo gran c plan de iniciativas c igualdad; continuar temas: y hacer ca



## Manifiesto de Equidad e Inclusión

Nuestro compromiso de entender la equidad y la inclusión como principios fundamentales que guían nuestras acciones y decisiones.

Este documento es comunicado y firmado por cada nuevo colaborador al unirse a nuestra empresa.



## Comité DEI

Nuestro Comité de Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) es el órgano responsable de dirigir y supervisar nuestras iniciativas en esta materia.

Se encuentra conformado por colaboradores de diversos niveles y áreas, incluyendo a Gabriel Ortiz de Zevallos (Presidente Ejecutivo), Milagros Avendaño (Gerente General), y otros líderes, quienes aseguran que nuestras políticas y prácticas reflejen nuestro compromiso con la inclusión.



## Derechos Humanos, Equidad, Diversidad e Inclusión

Contamos con una Política Integral de Derechos Humanos, y Diversidad, Equidad, e Inclusión (DEI). Esta política aplica a empleados, proveedores, clientes y otras partes interesadas. Asimismo, contamos con un Comité de DEI para asegurar su implementación y monitoreo.

Nuestra política se basa en los siguientes principios:

- **Respeto e Inclusión:** Promovemos un ambiente laboral libre de discriminación, fomentando igualdad de oportunidades sin importar sexo, raza, orientación sexual, entre otros.
- **Cultura de Equidad:** Actualizamos continuamente nuestras políticas y realizamos campañas de sensibilización, además de encuestas periódicas para medir su impacto.
- **Inclusión y Diversidad:** Establecemos alianzas para mejorar la empleabilidad de personas con discapacidad y promovemos la diversidad racial y étnica a través de talleres y actividades de concientización.

Medimos la efectividad de nuestras políticas mediante encuestas de percepción; en la última edición realizada en noviembre 2024, el 92% de nuestros colaboradores reconoció una gestión interna efectiva de la equidad. Lo que refleja el impacto tangible de nuestras acciones en favor de un entorno laboral justo, inclusivo y comprometido con la diversidad.

Entre nuestras iniciativas, también se encontraron campañas con impacto durante fechas clave, como el Día Internacional de la Mujer y el Día Internacional del Orgullo LGBTQI+. El objetivo trazado fue, educar y sensibilizar tanto a nuestro equipo interno como a nuestra comunidad externa.



## Gestión social

Diversidad, Equidad, Inclusión

### *Procesos de Queja y Mejora Continua*

Entendemos que la discriminación puede manifestarse de manera inconsciente a través de frases, bromas o prejuicios. Por ello, fomentamos un ambiente donde cualquier colaborador que se sienta discriminado pueda reportar la situación y recibir una respuesta adecuada.

Si no hubiera receptividad, el colaborador puede escalar el asunto a su jefe inmediato o a nuestros responsables de Recursos Humanos y Gerencia General.

Asimismo, contamos con un proceso claro y confidencial para presentar quejas, asegurando la protección contra posibles represalias.



## *Impacto en la sociedad*

GRI 203-1, 203-2

Alineados con nuestro propósito, ayudamos a las organizaciones a generar culturas sólidas donde los colaboradores estén conectados con los valores y el propósito de la organización. Este enfoque nos permite contribuir a dejar una huella positiva en la sociedad.

Además, participamos activamente en el debate de ideas, la generación de conocimiento, la divulgación de mejores prácticas y el apoyo a causas sociales a través de servicios pro-bono a entidades que buscan generar un impacto positivo en nuestro país.



## Participación en Foros y Eventos

A lo largo de nuestra trayectoria, hemos participado activamente como organizadores y/o exponentes en diversos foros y eventos, brindando nuestra experiencia y recomendaciones en temas claves.

- **Comunicaciones responsables y Greenwashing:** Ponencias en eventos organizados por INDECOPI en el marco del Foro APEC, así como en espacios convocados por; AmCham Perú; Universidad de Piura y UPC.
- **Congreso Anual de Marketing - Perú (Camp):** Ponencia titulada "Sostenibilidad: Transformar adentro para comunicar hacia afuera".
- **Séptima edición de Techo de Cristal:** Evento organizado por Semana Económica y la Cámara Oficial de Comercio de España en el Perú, donde presentamos la ponencia "Cómo ser una líderesa empresarial en tiempos de crisis".
- **Top Marketing Program 2024:** Ponencia junto a grandes líderes, para compartir perspectivas sobre los retos que enfrentan los marketers en un entorno global de polícrisis.
- **Primer encuentro de líderes empresariales descentralizado Juliaca:** Organizado por CAENE Educación Ejecutiva junto a UNAJ (Universidad Nacional de Juliaca), donde presentamos una ponencia.
- **Gestión de la Reputación:** Programa organizado por Seminarium, en el que compartimos nuestra experiencia.
- **CADE 2024:** Participación de directores de APOYO Comunicación, acompañando a nuestros clientes, y contribuyendo a las discusiones.

## Estudios y columnas de opinión

Contribuimos a la generación y difusión de conocimiento a través de diversos estudios, columnas de opinión y otros formatos.

Estas iniciativas abordan temas relevantes para nuestro país y promueven la discusión informada en torno a desafíos y oportunidades clave.

Destacamos el estudio "Gestión de sostenibilidad desde los ojos de líderes empresariales en Perú", el primer trabajo sobre la cultura y gestión de sostenibilidad en las empresas peruanas.

- En nuestro sitio web ([www.apoyocomunicacion.com](http://www.apoyocomunicacion.com)) se pueden encontrar nuestros trabajos más recientes.

## Participación como Jurados

En los últimos dos años hemos participado como miembros en diversos jurados de reconocimientos y premios de alto impacto, contribuyendo con nuestra experiencia y perspectiva en la evaluación de iniciativas destacadas:



**Premios EFFIE:** Reconocimiento a las campañas publicitarias más efectivas a nivel nacional e internacional.



**Premios ECHO Latam 2023:** Distinción a las mejores estrategias de marketing directo e interactivo en América Latina.



**FIP Festival 2023:** Festival Internacional de Marketing, Eventos y nuevas técnicas de Comunicación e Innovación.



**Premio Nacional Ambiental Antonio Brack Egg:** Reconocimiento oficial del Estado, otorgado por el MINAM anualmente, a personas que destacan por su contribución excepcional a la protección del ambiente y la gestión sostenible de los recursos naturales.



**Reconocimiento Perú por los ODS:** Organizado por Perú Sostenible, este premio identifica y reconoce a organizaciones de distintos sectores que estén alineadas y contribuyen al cumplimiento de uno o más Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

## Gestión social

Impacto en la sociedad

### *Servicios pro-bono*

Colaboramos con diversos proyectos, iniciativas y redes a través de servicios no remunerados de consultoría en comunicaciones, contribuyendo a causas que promueven el desarrollo sostenible y la justicia social en el Perú.

**Algunos de los principales proyectos con los que hemos trabajado incluyen:**



Organización que busca ser agente de cambio dentro del sector empresarial e institucional, con el fin de promover el desarrollo sostenible del Perú.



ONG que trabaja para luchar contra la pobreza y la injusticia social, con un enfoque específico en el empoderamiento de mujeres.

Un ejemplo es el apoyo a la difusión de sus iniciativas, como la campaña “El Asiento que No Eligieron”. Su objetivo fue visibilizar y generar conciencia sobre el embarazo infantil y adolescente en el Perú, promoviendo la reflexión sobre sus causas y consecuencias, y fomentando el apoyo a iniciativas que buscan prevenir esta problemática y brindar oportunidades a las niñas afectadas.

Para más detalles visite:

<https://www.apoyocomunicacion.com/caso/el-asiento-que-no-eligieron-la-campana-que-visibiliza-el-embarazo-infantil-en-peru/>



# *Gestión* **Ambiental**

*Generar cambio positivo es también afrontar los desafíos ambientales.*

➔ *Huella Carbono Perú*

➔ *Campañas*



## Enfoque de Gestión

GRI 3-3

### ¿Por qué es importante?

En el Perú, enfrentamos grandes desafíos ambientales que requieren atención inmediata y acciones concretas:

- **Emergencia climática:** Aunque Perú es responsable solo del 0.4% de las emisiones de GEI, somos el tercer país más vulnerable a los riesgos climáticos. En los últimos 30 años, hemos perdido el 22% de la superficie de nuestros glaciares.
- **Deforestación:** Principalmente causada por la expansión de la frontera agrícola y la agricultura migratoria. Hasta el 2020, se estima que hemos perdido alrededor de 12 millones de hectáreas de bosque natural en la Amazonia peruana.
- **Vulneración del mar peruano y sus recursos:** Frente a la sobre explotación de la pesca y la contaminación por derrames de petróleo, como el ocurrido en 2022.





## ¿Cómo lo gestionamos?

→ **Nuestro enfoque de trabajo se basa en cinco pilares:**



### *Medir:*

Identificar y cuantificar las principales fuentes de generación de impactos ambientales (consumo de materiales, energía, agua; y generación de residuos sólidos).



### *Evitar:*

Minimizar el impacto ambiental desde el diseño de nuestras operaciones y servicios.



### *Reducir:*

Disminuir el uso de recursos y mejorar la eficiencia de su uso.



### *Reemplazar:*

Sustituir materiales (ej. plástico) y en la medida de lo posible, modos de transporte y fuentes de energía con menores coeficientes de intensidad de carbono.



### *Compensar:*

Gestionar las emisiones GEI que no se puedan ser eliminadas mediante las acciones anteriores.

Por otra parte, las nuevas generaciones tienen mayor preocupación por los temas ambientales y cuestionan a las empresas sobre qué están haciendo para abordar estos desafíos.

Por la naturaleza de nuestro negocio, dedicado a la consultoría de servicios profesionales, los impactos ambientales que generamos no son significativos y contemplan únicamente las emisiones de GEI y los residuos.

No obstante, en el marco de nuestro compromiso ambiental, hemos asumido el desafío no solo de disminuir nuestra huella ambiental, sino también de generar cambios de comportamientos en nuestros colaboradores, para que se conviertan en **“embajadores de la sostenibilidad”** en su día a día.

## Emisiones GEI

GRI 305-1, 305-2, 305-3

Hemos dado un paso importante hacia la sostenibilidad ambiental al realizar nuestra primera medición de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI). Este esfuerzo nos permitió establecer la huella de carbono corporativa.

Basándonos en los criterios de la norma ISO 14064-1 2018, y la herramienta de Huella de Carbono Perú, hemos contabilizado las emisiones GEI generados en el 2023. Esta medición, validada por un profesional independiente, nos proporcionó información clave sobre las principales fuentes de emisiones asociadas a nuestro negocio.

La huella de carbono corporativa, calculada para los Alcances 1, 2 y 3, fue de 58,42 t CO<sub>2</sub>eq.

### → La distribución de estas emisiones es la siguiente:

**76%** (44.39 tCO<sub>2</sub>eq): Transporte de colaboradores, transporte aéreo y transporte terrestre.

**20%** (11.68 tCO<sub>2</sub>eq): Consumo electricidad.

**4%** (2.33 tCO<sub>2</sub>eq): Otras fuentes.

→ Es importante destacar que, a partir del 2023, implementamos un sistema de trabajo híbrido para que nuestros colaboradores asistan a las oficinas un mínimo de dos veces por semana y solo cuando las circunstancias de trabajo así lo requieran.

Con esta medida buscamos equilibrar la productividad con la reducción de emisiones asociadas al transporte.

→ La medición de nuestra huella de carbono fue registrada en el portal Huella de Carbono Perú, el programa del MINAM, recibiendo el reconocimiento correspondiente.



**Nuestra Huella de Carbono Corporativa nos servirá como línea de base para evaluar el impacto de nuestras acciones futuras y guiar nuestros esfuerzos de reducción y, eventualmente, de compensación para aquellas que no se eliminen.**



## Gestión Ambiental

Otros aspectos ambientales

# Otros aspectos ambientales

## Gestión de Residuos Sólidos

GRI 3-3 306, GRI 306-1.

Gestionamos de manera responsable los residuos sólidos generados en nuestras operaciones cotidianas.

### → *Material reciclable:*

envases de plástico y cartón, principalmente.

### → *Residuos orgánicos:*

provenientes de alimentos y otros desechos biodegradables.

### → *Residuos generales:*

no reciclables ni orgánicos.

**Cabe destacar que no se generamos residuos peligrosos.**





## Gestión Ambiental

Otros aspectos ambientales

Todos los residuos (generales, reciclables y orgánicos) son debidamente segregados y entregados al operador del edificio, quien se encarga de gestionarlos conforme a la normativa vigente.

Durante el 2024, hemos implementado un proceso de gestión integral de residuos sólidos. Hemos acompañado este avance con campañas de sensibilización y educación, así como incentivos que permitan generar cambios de comportamientos en nuestros colaboradores.



## Gestión Ambiental

Otros aspectos ambientales

### Gestión de RAEE

Hemos implementado un programa de manejo de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE), que no solo busca la correcta disposición de estos residuos, sino que también promueve su reutilización y reciclaje, contribuyendo a la economía circular.

A través de alianzas estratégicas, incentivamos a nuestros colaboradores y a la comunidad a participar activamente en estas iniciativas, reafirmando así nuestro compromiso con la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente.

Nuestro compromiso comienza con la adquisición de equipos de cómputo mediante un arrendamiento de tres años. Una vez finalizado este período, contamos con dos opciones:

- **Devolver los equipos al proveedor.**
- **Comprar dichos equipos que pueden servir para su reutilización interna y/o venta a nuestros colaboradores.**

Esta práctica nos permite optimizar nuestros recursos tecnológicos, así como promover la sostenibilidad al extender la vida útil de los dispositivos.

Además, los equipos que no logran ser vendidos internamente debido a su antigüedad, son donados a la organización RECIDAR, contribuyendo a una segunda vida útil de estos dispositivos y apoyando a comunidades en situación de necesidad.

### Consideraciones importantes

La data cuantitativa de consumo de agua y de residuos sólidos generados respecto del 2024, no se encontró disponible por la empresa propietaria de las oficinas que arrendamos. En ese sentido, hemos realizado la solicitud correspondiente para que a partir del 2025 implementen un proceso de trazabilidad con data mensual de:



Consumo de agua.



Residuos totales generados.



Residuos reaprovechables segregados.



Residuos orgánicos entregados.

# *Sobre este* **reporte**

➔ *Grupos de interés*

➔ *Temas Materiales*



## *Grupos de Interés*

GRI 2-29

La identificación y clasificación de los Grupos de Interés de APOYO Comunicación se realizó en base a la información provista por representantes de diferentes áreas de la organización.

**Los principales Grupos se muestran a continuación:**

- *Propietarios*
- *Colaboradores*
- *Clientes*
- *Proveedores*
- *Reguladores*
- *Medios de comunicación*

→ **Sobre este reporte**

Temas Materiales

## Temas Materiales

GRI 3-1 3-2

La definición de los temas se efectuó mediante un proceso de Materialidad, es decir considerando tanto los impactos directos e indirectos de la empresa como sus respuestas a las expectativas de la sociedad.

→ **Materialidad financiera**

**(visión afuera-adentro):**

Aspectos del entorno que impactan / pueden impactar sobre la creación de valor económico de APOYO Comunicación.

→ **Materialidad de impacto**

**(visión adentro-afuera):**

Información sobre los impactos de la empresa en el medioambiente y la sociedad.





## Sobre este reporte

Temas Materiales

→ **Nuestro proceso de Materialidad se desarrolló tomando en consideración diversos aspectos clave:**



### *Análisis*

del contexto político, económico y social de Perú.



### *Benchmarking*

de mejores prácticas ASG del sector de consultoría en comunicaciones y sostenibilidad a nivel global.



### *Identificación de temas ASG*

claves para el negocio e impactos que, como empresa de servicios de consultoría, tenemos sobre el medioambiente y la sociedad, y los riesgos y oportunidades que implica el entorno sobre nuestra capacidad para crear valor económico.



### *Categorización,*

es decir un proceso de clasificación de los impactos, los que agrupamos en 15 categorías, que representan los temas potencialmente materiales.



### *Validación y priorización de los temas potencialmente materiales en base a:*



**Relevancia para el negocio o sea la visión afuera-adentro:**

estrategia, desempeño económico, reputación.



**Relevancia para los stakeholders o sea la visión adentro-afuera:**

interés, probabilidad, urgencia.



### *Aprobación*



## Sobre este reporte

Temas Materiales



**Durante el proceso hemos tomado en consideración diversos aspectos clave:**



### *Nuestro modelo de negocio*

y nuestros principales impactos.



### *Las expectativas de nuestros colaboradores principalmente, y otros públicos*

Con relación a los Colaboradores efectuamos una encuesta (tasa de respuesta 83%), para indagar sus expectativas y preocupaciones con respecto a la gestión ambiental, social y de buen gobierno corporativo de la compañía.



### *Los temas más importantes y propios del sector de consultoría a nivel global y local*

Esto incluye aspectos de riesgos que exigen un control adecuado como ciberseguridad, manejo confidencial de la información, ética y anticorrupción.



### *Las tendencias en materia de ASG*



### *La coyuntura*

política, económica y social de Perú.

## Sobre este reporte

Temas Materiales

Los temas materiales identificados y priorizados son los siguientes:

GRI 3-2

### → *Dimensión Económica y de Gobernanza*

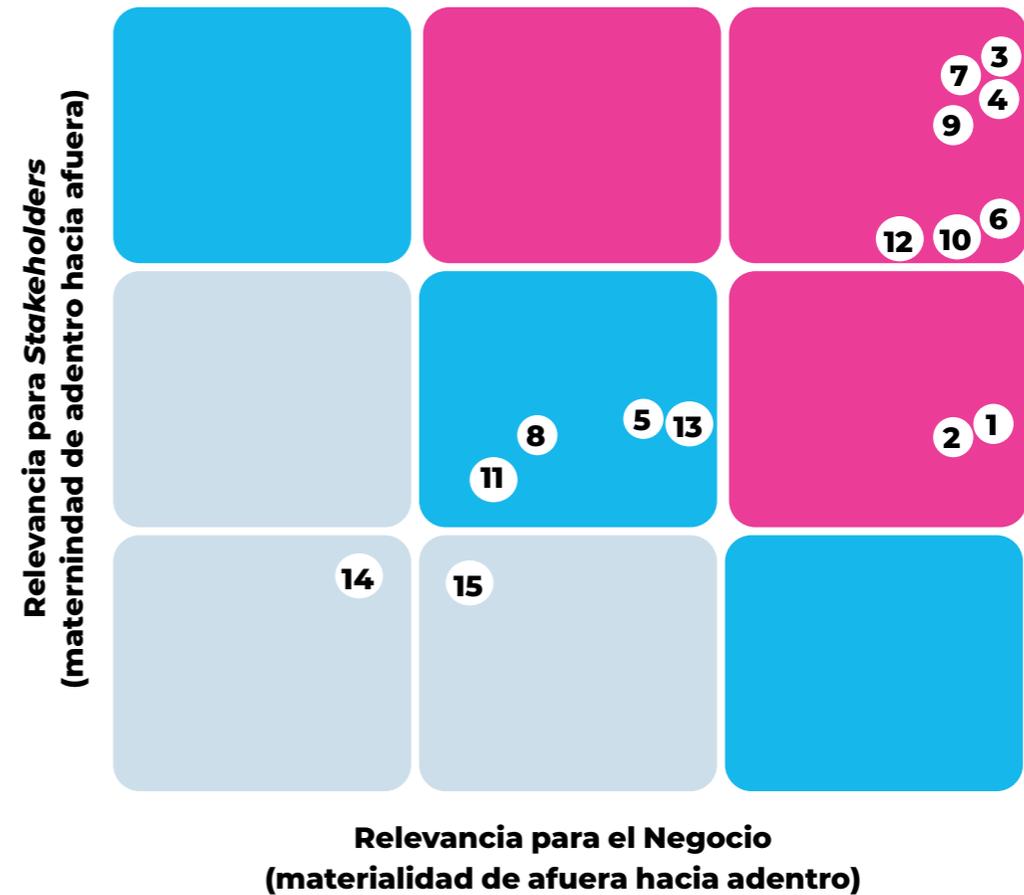
1. Propuesta Valor y sostenibilidad del negocio.
2. Desempeño económico.
3. Ética y Cumplimiento.
4. Confidencialidad y seguridad de la información.
5. Inestabilidad política, social, económica.
6. Innovación y uso de tecnologías.
7. Experiencia cliente.
8. Gestión responsable proveedores.

### → *Dimensión Social*

9. Desarrollo y Satisfacción de Colaboradores.
10. Diversidad, Equidad, Inclusión.
11. Salud y Seguridad ocupacional.
12. Impacto en la Sociedad.

### → *Dimensión Ambiental*

13. Cambio Climático.
14. Gestión de Residuos.
15. Ecoeficiencias (consumo de energía, agua, materiales).



### ● *Temas Materiales*

Por su relevancia, se prioriza su gestión y reporte. Se encuentran en el 10% superior. Deben ser parte del plan estratégico.

### ● *Medianamente Materiales*

Deben incluirse en la gestión, por lo menos a nivel operativo.

### ● *Temas Pocos Materiales*

Deben ser monitoreados en el mediano plazo.

# *Contenido* **GRI**



<i>Estándar GRI</i>	<i>Contenido</i>	<i>Ubicación</i>	<b>Requisitos omisión</b>	<i>Omisión</i> <b>Razón</b>	<b>Explicación</b>
<b>Contenidos generales</b>					
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-1 Detalles organizativos	2			
	2-2 Entidades incluidas en la elaboración de informes de sostenibilidad de la organización	2			
	2-3 Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	2			
	2-4 Actualización de información	Este es el primer reporte de sostenibilidad			
	2-5 Verificación externa	Este reporte no cuenta con verificación externa			
	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	10-15			
	2-7 Empleados	40-41			
	2-8 Trabajadores que no son empleados	40-41			
	2-9 Estructura de gobernanza y composición	32			
	2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno	32			
	2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	32			
	2-12 Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	32			



## Contenido GRI

Contenidos Generales

*Estándar GRI*

*Contenido*

*Ubicación*

**Requisitos omisión**

*Omisión*

**Razón**

**Explicación**

### Contenidos generales

GRI 2: Contenidos  
Generales 2021

2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos

2-14 Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad

2-15 Conflictos de interés

2-16 Comunicación de inquietudes críticas

2-17 Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno

2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno

2-19 Políticas de remuneración

2-20 Proceso para determinar la remuneración

2-21 Ratio de compensación total anual

2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible

2-23 Compromisos y políticas

2-24 Incorporación de los compromisos y políticas

2-25 Procesos para remediar los impactos negativos

32

6-7

9, 19

19

Por la naturaleza del negocio de consultoría no se generan impactos negativos relevantes.



## Contenido GRI

Contenidos Generales

<i>Estándar GRI</i>	<i>Contenido</i>	<i>Ubicación</i>	<b>Requisitos omisión</b>	<i>Omisión</i> <b>Razón</b>	<b>Explicación</b>
<b>Contenidos generales</b>					
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	22			A lo largo del reporte se indican que todas nuestras operaciones, procesos y gobernanza se alinean a las exigencias del marco normativo actual.
	2-27 Cumplimiento de la legislación y las normativas				
	2-28 Afiliación a asociaciones				
	2-29 Enfoque para la participación de los grupos de interés				
	2-30 Convenios de negociación colectiva				
					En APOYO Comunicación no contamos con Sindicato.



## Contenido GRI

Temas Materiales / Desempeño económico

<i>Estándar GRI</i>	<i>Contenido</i>	<i>Ubicación</i>	<i>Omisión</i>		
			<b>Requisitos omisión</b>	<b>Razón</b>	<b>Explicación</b>
<b>Temas materiales</b>					
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	67-69			
	3-2 Lista de temas materiales	70			
<b>Desempeño económico</b>					
GRI 3: Temas Materiales 2021  GRI 201: Desempeño económico 2016	3-3 Gestión de los temas materiales		Restricciones de confidencialidad		Esta información confidencial no está disponible para el dominio público toda vez que implica aspectos de facturación, generación de utilidades, Ratios de eficiencia y otros que son exclusivamente de uso interno.
	201-1 Valor económico directo generado y distribuido				



## Contenido GRI

Diversidad, Equidad, Inclusión / Impacto en la Sociedad

<i>Estándar GRI</i>	<i>Contenido</i>	<i>Ubicación</i>	<i>Omisión</i>		
			<b>Requisitos omisión</b>	<b>Razón</b>	<b>Explicación</b>
<b>Diversidad, Equidad, Inclusión</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	51-53			
GRI 202: Presencia en el mercado 2016	202-2 Proporción de altos ejecutivos contratados en la comunidad local	40-41			
GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades 2016	405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados	40-41			
GRI 406: No discriminación 2016	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	No se registraron casos de discriminación			
<b>Impacto en la Sociedad</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	54-56			
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	203-1 Inversiones en infraestructura y servicios apoyados	57			



## Contenido GRI

Gestión responsable proveedores / Ética y Cumplimiento

<i>Estándar GRI</i>	<i>Contenido</i>	<i>Ubicación</i>	<i>Omisión</i>		
			<b>Requisitos omisión</b>	<b>Razón</b>	<b>Explicación</b>
<b>Gestión responsable proveedores</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021  GRI 204: Prácticas de abastecimiento 2016	3-3 Gestión de los temas materiales	35	Restricciones de confidencialidad		
	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales				
<b>Ética y Cumplimiento</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021  GRI 205: Anticorrupción 2016	3-3 Gestión de los temas materiales	30-31, 34	No se registraron casos de corrupción.		
	205-1 Operaciones evaluadas en función de los riesgos relacionados con la corrupción	30			
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	34			
	205-3 Incidentes de corrupción confirmados y medidas tomadas	30			

## Contenido GRI

Cambio Climático / Ecoeficiencias (consumo de energía, agua, materiales)

<i>Estándar GRI</i>	<i>Contenido</i>	<i>Ubicación</i>	<i>Omisión</i>		
			<b>Requisitos omisión</b>	<b>Razón</b>	<b>Explicación</b>
<b>Cambio Climático</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021  GRI 305: Emisiones 2016	3-3 Gestión de los temas materiales	59-60			
	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	61			
	305-2 Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)	61			
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	61			
<b>Ecoeficiencias (consumo de energía, agua, materiales)</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021  GRI 303: Agua y efluentes 2018  GRI 306: Residuos 2020	3-3 Gestión de los temas materiales	59-64	Información no disponible	La data cuantitativa de consumo de agua y de residuos sólidos generados respecto del 2024, no se encontró disponible por la empresa propietaria de las oficinas que arrendamos. Se ha solicitado el registro de data mensual a partir del 2025.	
	303-5 Consumo de agua				
	306-3 Residuos generados				
	306-4 Residuos no destinados a eliminación				
	306-5 Residuos destinados a eliminación				



## Contenido GRI

Desarrollo y Satisfacción de colaboradores

<i>Estándar GRI</i>	<i>Contenido</i>	<i>Ubicación</i>	<b>Requisitos omisión</b>	<i>Omisión</i>	
				<b>Razón</b>	<b>Explicación</b>
<b>Desarrollo y Satisfacción de colaboradores</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	37-38, 45-47			
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	46			
	401-2 Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	48			
GRI 404: Formación y educación 2016	404-2 Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	42-44			



## Contenido GRI

Salud y Seguridad ocupacional

<i>Estándar GRI</i>	<i>Contenido</i>	<i>Ubicación</i>	<b>Requisitos omisión</b>	<i>Omisión</i> <b>Razón</b>	<b>Explicación</b>
<b>Salud y Seguridad ocupacional</b>					
<p>GRI 3: Temas materiales 2021</p> <p>GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018</p>	3-3 Gestión de los temas materiales	49			
	403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	50			
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	50			
	403-4 Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	50			
	403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	50			
	403-6 Promoción de la salud de los trabajadores	48			
	403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	50			
	403-9 Lesiones por accidente laboral	50			
	403-10 Las dolencias y enfermedades laborales	50			

**Contenido GRI**

Confidencialidad y seguridad de la información / Propuesta de valor y sostenibilidad del negocio

<i>Estándar GRI</i>	<i>Contenido</i>	<i>Ubicación</i>	<b>Requisitos omisión</b>	<i>Omisión</i> <b>Razón</b>	<b>Explicación</b>
<b>Confidencialidad y seguridad de la información</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	33			
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	33			
<b>Propuesta de valor y sostenibilidad del negocio</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	10			
Este tema material no tiene Estándar GRI específico asociado	NO GRI Propuesta Valor y sostenibilidad negocio	10			

**Contenido GRI**

Inestabilidad política, social, económica / Innovación y uso de tecnologías

<i>Estándar GRI</i>	<i>Contenido</i>	<i>Ubicación</i>	<b>Requisitos omisión</b>	<i>Omisión</i>	
				<b>Razón</b>	<b>Explicación</b>
<b>Inestabilidad política, social, económica</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021  Este tema material no tiene Estándar GRI específico asociado	3-3 Gestión de los temas materiales  NO GRI Inestabilidad política, social, económica	34, 68			
<b>Innovación y uso de tecnologías</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021  Este tema material no tiene Estándar GRI específico asociado	3-3 Gestión de los temas materiales  NO GRI Propuesta Valor y sostenibilidad negocio	21, 43			



## Contenido GRI

Experiencia cliente

<i>Estándar GRI</i>	<i>Contenido</i>	<i>Ubicación</i>	<b>Requisitos omisión</b>	<i>Omisión</i> <b>Razón</b>	<b>Explicación</b>
<b>Experiencia cliente</b>					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	10			
Este tema material no tiene Estándar GRI específico asociado	NO GRI Experiencia cliente				