REPORTE DE SOSTENIBILIDAD Y GESTIÓN CONSCIENTE 2020

PROMOVEMOS LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES LABORALES

CONTENIDO

1. CARTA A NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS 04

2. PRINCIPALES RESULTADOS 07

3. ACERCA DEL REPORTE 09

4. CAPITALISMO CONSCIENTE 15

5. DESEMPEÑO ECONÓMICO 24

6. NUESTRO EQUIPO 27

7. GESTIÓN DE CALIDAD 38

8. GESTIÓN EN LA COMUNIDAD 45

9. ÍNDICE DE ESTÁNDARES GRI 52

01

CARTA A NUESTROS GRUPOS DE INTERÉS

(GRI 102-1, 102-14, 102-16)

Estimadas/os amigas/os:

Nuestro país está cumpliendo 200 años de independencia y en Bigmond Group decidimos celebrarlo compartiendo con nuestros grupos de interés el Primer Reporte de Sostenibilidad y Gestión Consciente de la firma. Este documento, que ha sido elaborado con el soporte de una consultora especializada y con base en estándares internacionales, muestra información relevante sobre los resultados de la gestión del 2020.

ES IMPORTANTE RESALTAR QUE, AL MOMENTO DE ESCRIBIR ESTA CARTA, NUESTRA EMPRESA ACABA DE SER RECONOCIDA POR LA PRESTIGIOSA ORGANIZACIÓN PERÚ 2021 COMO LA PYME CON MEJOR GESTIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DEL PAÍS (DESR).

Vivimos tiempos complejos y difíciles. Los líderes nos enfrentamos a desafíos desconocidos y tenemos una enorme responsabilidad con nuestras organizaciones y sus grupos de interés. En Bigmond Group, decidimos responder a la crisis sanitaria y económica generada por la pandemia consolidando nuestras iniciativas sociales dentro de una estrategia de negocio de diversificación y expansión.

Los resultados han sido favorables. A nuestros trabajadores, accionistas, proveedores, aliados estratégicos y clientes, les estamos muy agradecidos por el compromiso y confianza. Nos llena de felicidad que podamos seguir generando más valor social y construir juntos un mejor país para las futuras generaciones.

Bigmond Group es una empresa de selección y consultoría cuyo propósito es promover la igualdad de oportunidades laborales, brindando servicios de alta calidad a empresas comprometidas con la diversidad y sostenibilidad. Como compañía, compartimos los principios del Capitalismo Consciente, es decir, buscamos desarrollar nuestra gestión empresarial beneficiando a todos los *stakeholders*. Además de generar rentabilidad, trabajamos pensando en el bienestar de las personas y la sociedad, minimizando nuestro impacto en el ambiente.

Uno de los principales aspectos en los que hemos venido trabajando durante el 2020 ha sido consolidar nuestro propósito para lograr que más empresas tengan prácticas inclusivas. Este principio es transversal a todas nuestras operaciones. Por ello, consideramos fundamental que las organizaciones, independientemente de su tamaño o sector, articulemos esfuerzos a fin de brindar las mismas oportunidades para los diversos grupos de la sociedad, dejando de lado cualquier tipo de sesgo.

La humanidad se encuentra atravesando más desafíos sociales y ambientales como los problemas sanitarios originados por la pandemia, la desigualdad, la escasez de recursos y el cambio climático. Por lo que estamos convencidos de que es esencial que las organizaciones respondamos a estos retos, generando valor compartido entre todos los grupos de interés y asegurando el crecimiento y desarrollo de la sociedad. Para alcanzar este objetivo, es fundamental trabajar en los tres pilares de la sostenibilidad: creación de valor económico, social y medioambiental, mejorando la calidad de vida de la comunidad y respetando nuestro entorno.

Es por esta razón, principalmente, que Bigmond Group presenta su Primer Reporte de Sostenibilidad y Gestión Consciente, con el fin de dar a conocer nuestros resultados y la manera como trabajamos y que son de interés de nuestro equipo, clientes, accionistas, proveedores y comunidad en general. Asimismo, queremos resaltar que desde que iniciamos operaciones en Perú (2018), nos hemos esforzado por mejorar nuestra gestión y los servicios que ofrecemos obteniendo diversas certificaciones y reconocimientos.

Uno de los logros más importantes durante el año 2020 ha sido merecer el segundo lugar en nuestra categoría del Ranking PAR, así como asegurar nuestras credenciales como Sociedad de Beneficio e Interés Colectivo (Sociedad BIC), demostrando que creamos valor económico, social y ambiental. Además, mantenemos la certificación ISO 9001:2015, el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable de Perú 2021, la Certificación Presente, la adhesión al Pacto Mundial de la ONU y el certificado de Empresa Carbono Neutro.

Las y los invito a leer este reporte y a formar parte de una comunidad de agentes de cambio que conquista día a día sus sueños por un Perú más justo y próspero.

Fernando Gonzáles
CEO

“TRANSFORMAMOS NUESTRO MODELO DE NEGOCIO SIGUIENDO LOS PRINCIPIOS DEL CAPITALISMO CONSCIENTE PARA IMPACTAR POSITIVAMENTE EN EL MUNDO”

02

PRINCIPALES RESULTADOS

Nuestras ventas alcanzaron

S/. 1,511,132.00

Incorporamos dos nuevas unidades de negocio.

Desarrollamos 30 servicios de selección en Bigmond Executive Search, 50 en nuestra unidad MILL Hire the Future y 5 consultorías en Bigmond Business Consulting.

Fueron 5 las mujeres seleccionadas para ocupar cargos gerenciales en diversos sectores.

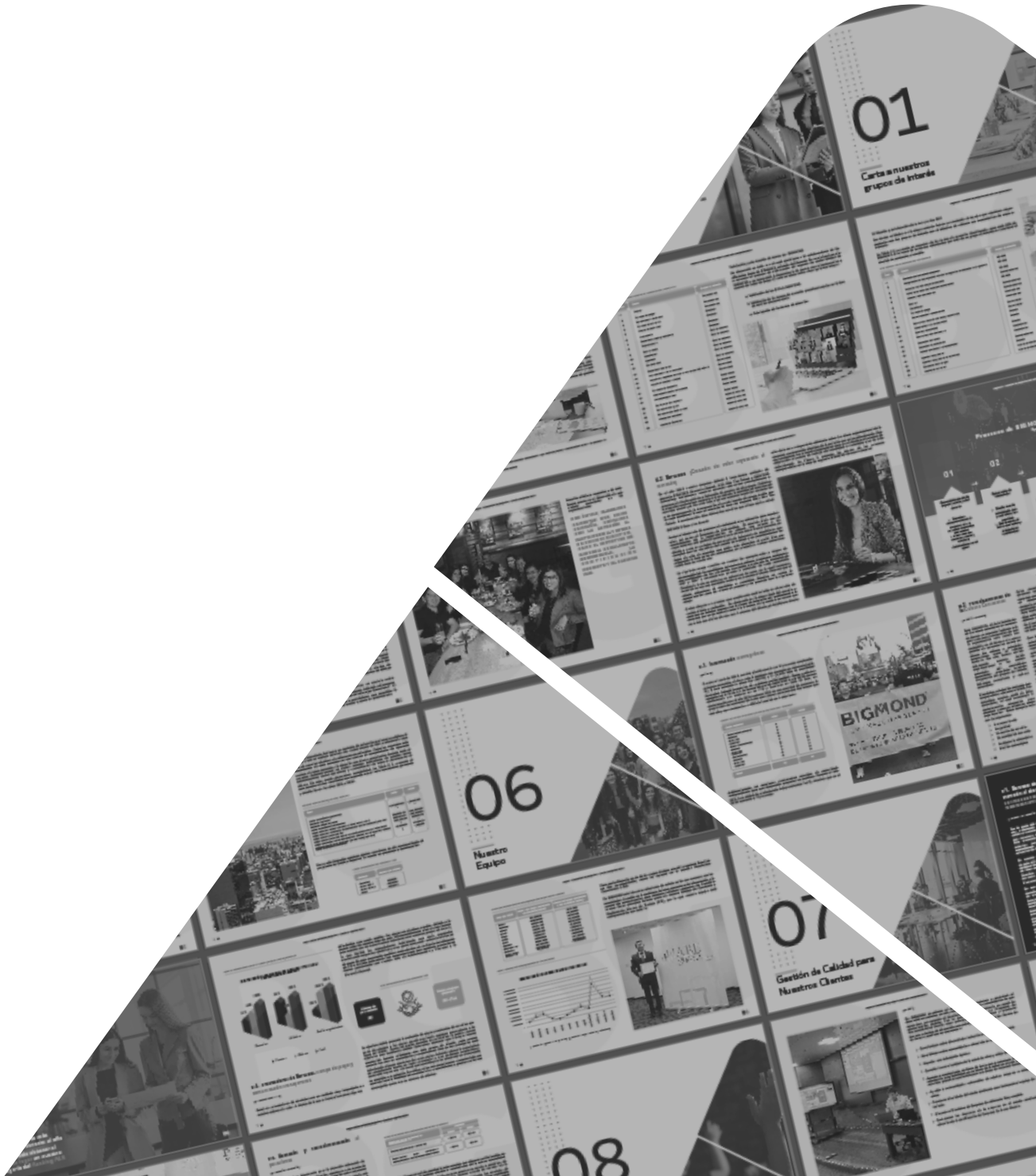
Obtuvimos el segundo puesto en el Perú y el tercero en Latinoamérica, dentro de nuestra categoría, en el Ranking PAR de Equidad de Género.

Compensamos 3 toneladas de CO2 equivalente a la adquisición de 3 créditos de bonos de carbono, obteniendo la certificación de Empresa Carbono Neutro de A2G.

Nuestra campaña “Pasa el mensaje” registró 354 personas sensibilizadas.

03

ACERCA DEL REPORTE



(GRI 102-46, 102-47, 102-50, 102-54)

Bigmond S.A.C de Beneficio e Interés Colectivo es una empresa dedicada a brindar servicios de gestión humana y empresarial, propietaria de las marcas **Bigmond Executive Search**, **MILL Hire The Future** y **Bigmond Business Consulting**, las cuales gestiona y agrupa bajo la denominación **Bigmond Group**. Este documento utiliza el nombre Bigmond para referirse a todas las acciones bajo el control de **Bigmond S.A.C de Beneficio e Interés Colectivo.**

El presente reporte presenta la gestión que realizamos como empresa en materia de sostenibilidad e incluye el desempeño económico, financiero, social y ambiental durante el periodo de enero a diciembre del año 2020. Su contenido abarca los temas considerados relevantes para nuestra empresa y responde a las expectativas de nuestros grupos de interés.

La elaboración del informe fue liderada por la Gerencia General en coordinación con el área de Sostenibilidad, contando con la asesoría de consultores externos, a fin de asegurar la objetividad en las diferentes etapas del proceso. Ha sido desarrollado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI y no cuenta con verificación externa.

3.1. DETERMINACIÓN DE TEMAS MATERIALES

Un aspecto importante en la elaboración de nuestro reporte de sostenibilidad, consiste en determinar los temas materiales que están incorporados en el documento. Según lo establecido por los estándares de la *Global Reporting Iniciative* (GRI)[1], la materialidad es un principio en la elaboración de reportes de sostenibilidad: "El informe debe tratar temas que reflejen los impactos significativos económicos, ambientales y sociales de la organización informante e influyan sustancialmente en las valoraciones y decisiones de los GDI ". Los temas materiales son los considerados por la organización como relevantes para su desempeño y los de interés para los *stakeholders*. Estos temas se identificaron mediante un proceso en el que miembros de la empresa, incluyendo al personal que tiene mayor relación con los GDI [2], expresaron sus opiniones y expectativas respecto a la gestión corporativa económica, social y ambiental. A continuación, describimos brevemente la metodología y los resultados del estudio de materialidad en Bigmond:

Preselección de temas de atención

En esta primera etapa, se realizó una revisión de reportes similares e información del sector para preseleccionar los principales temas de atención. Además, se consideraron los temas e impactos más relevantes del sector publicados por RobecoSAM en el informe *The Sustainability Yearbook 2021.* Este último, es un documento que evidencia las tendencias económicas, ambientales y sociales en 60 sectores y que destaca a empresas líderes en sostenibilidad en cada industria. La revisión permitió conocer temas de gestión y los principales impactos de Bigmond (ver Tabla 3.1).

1 *Global Reporting Iniciative (GRI)* es una organización internacional e independiente cuya misión es promover una estandarización en las prácticas de elaboración de reportes de sostenibilidad.
2 *The Global Reporting Initiative (2016). GRI 101:* Fundamentos.

Tabla 3.1: Lista de temas de interés preseleccionados por Bigmond

Ítem	Tema	Grupo de interés
1	Precio	Proveedores
2	Tiempo de pago	Proveedores
3	Contratación continua	Proveedores
4	Tiempo de atención	Clientes
5	Precio de servicios	Clientes
6	Innovación	Clientes
7	Canal de quejas y reclamos	Clientes
8	Capacitación	Colaboradores
9	Salario justo	Colaboradores
10	Beneficios	Colaboradores
11	Equidad	Colaboradores
12	Continuidad	Colaboradores
13	Canal de denuncias	Colaboradores
14	Inversiones en la comunidad	Comunidad
15	Impulsar proyectos con los servicios de Bigmond	Comunidad
16	Impulsar la sostenibilidad	Comunidad
17	Tiempos de atención	Postulantes
18	Información sobre el proceso	Postulantes
19	Metodología clara	Postulantes
20	Confiar en la empresa	Postulantes
21	Consumo de agua	Medio Ambiente
22	Consumo de electricidad	Medio Ambiente
23	Manejo de residuos	Medio Ambiente
24	Huella de Carbono	Medio Ambiente

Validación y priorización de temas por Bigmond

Se desarrolló un taller en el cual participaron 10 colaboradores de las diferentes áreas de Bigmond, además del Gerente General, donde se dio a conocer el proceso de elaboración del reporte de sostenibilidad de Bigmond y se transmitió la importancia de contar con el compromiso y aporte de todas las áreas. El taller se desarrolló en las siguientes etapas:

a. Validación de los GDI de Bigmond

b. Validación de los temas de atención preseleccionados en la fase de revisión documentaria.

c. Priorización de los temas de atención.

Validación y priorización de temas por los GDI

Los temas validados en la etapa anterior fueron presentados al equipo que mantiene mayor contacto con los grupos de interés con el objetivo de obtener sus expectativas de manera indirecta.

La Tabla 3.2 presenta un resumen de los temas de atención identificados para cada GDI de Bigmond. En el caso de los temas valorizados por más de un grupo de interés se consideró el nivel de importancia promedio.

Tabla 3.2: Temas de atención de los GDI más relevantes

Ítem	Tema	Grupo de interés
1	Cuidado del propósito superior	TODOS
2	Integración de las expectativas de los agentes implicados en la gestión	TODOS
3	Impulso del liderazgo consciente	TODOS
4	Fortalecimiento de la cultura consciente	Colaboradores
5	Desempeño económico	TODOS
6	Salario	Colaboradores
7	Beneficios	Colaboradores
8	Tiempo de pago	Proveedores
9	Comunicación transparente	Proveedores
10	Cumplimientos de alianzas y convenios	Comunidad
11	Desarrollo de la comunidad	Comunidad
12	Servicio de calidad	Cliente
13	Cumplimiento de tiempo	Cliente
14	Atención al cliente	Cliente
15	Atención al postulante	Postulantes
16	Retroalimentación al postulante	Postulantes
17	Equidad de género	Colaboradores
18	Equidad de género en servicios	Cliente
20	Consumo de energía	Medio ambiente
21	Huella de carbono	Medio ambiente

Construcción de la Materialidad

El relacionamiento realizado en el taller y la valoración indirecta de expectativas de los GDI permitió identificar los temas materiales de nuestra empresa.

Estos se revelaron al realizar un cruce entre los temas de atención considerados importantes por los GDI y aquellos considerados importantes por la empresa. Los resultados se visualizan en la Figura 1 (matriz de materialidad).

MATRIZ DE MATERIALIDAD

Finalmente, se obtuvo el listado de temas materiales para nuestro reporte, el cual se presenta a continuación:

Tabla 3.3: Lista de temas de interés preseleccionados por Bigmond

Ítem	Tema	Grupo de interés	Grupo de interés
1	Cuidado del propósito superior	No GRI - Bigmond 1	Todos
2	Integración de las expectativas de los agentes implicados en la gestión	No GRI - Bigmond 2	Todos
3	Impulso del liderazgo consciente	No GRI - Bigmond 3	Todos
4	Fortalecimiento de la cultura consciente	No GRI - Bigmond 4	Colaboradores
5	Desempeño económico	GRI 201: Desempeño Económico	Todos
6	Salario	GRI 202: Presencia en el Mercado	Colaboradores
7	Beneficios	No GRI - Bigmond 5	Colaboradores
8	Tiempo de pago	No GRI - Bigmond 6	Proveedores
9	Comunicación transparente	No GRI - Bigmond 7	Proveedores
10	Cumplimientos de alianzas y convenios	No GRI - Bigmond 8	Comunidad
11	Desarrollo de la comunidad	GRI 413: Comunidades locales	Comunidad
12	Servicio de calidad	No GRI - Bigmond 9	Cliente
13	Cumplimiento de tiempo	No GRI - Bigmond 10	Cliente
14	Atención al cliente	No GRI - Bigmond 11	Cliente
15	Atención al postulante	No GRI - Bigmond 12	Postulantes
16	Retroalimentación al postulante	No GRI - Bigmond 13	Postulantes
17	Equidad de género	GRI 405: Diversidad e igualdad de oportunidades	Colaboradores
18	Equidad de género en servicios	No GRI - Bigmond 14	Cliente
19	Consumo de energía	GRI 302: Energía	Medio ambiente
20	Huella de carbono	GRI 305: Emisiones	Medio ambiente

04

CAPITALISMO CONSCIENTE

(GRI 102-1, 102-2, 102-6, 102-12 y 102-16, Bigmond 1, Bigmond 2, Bigmond 3, Bigmond 4)

Para nosotros es muy importante desarrollar negocios con un enfoque humano, buscando la creación de valor y bienestar entre todos los grupos de interés con los que estamos relacionados.

4.1. PROPÓSITO, LIDERAZGO, CULTURA E INTEGRACIÓN DE LOS AGENTES

El propósito superior de nuestra empresa es:

"PROMOVER LA IGUALDAD DE OPORTUNIDADES LABORALES"

Es por ello que nuestro tejido organizacional está muy alineado y comprometido con este fin, actuando en todas las operaciones comerciales, administrativas y operativas, sin ningún tipo de sesgo discriminatorio. Nuestro Sistema de Gestión Sostenible incluye una Política de Diversidad e Inclusión, en la cual se contempla que la alta dirección es la

responsable de hacer cumplir los principios y las acciones de Diversidad e Inclusión del Grupo.

Además de la Política de Diversidad e Inclusión, otros documentos de nuestra organización respaldan este propósito, como el Programa de Diversidad e Inclusión, el cual señala lineamientos claros sobre cómo ponerlo en práctica. Las actividades incluidas en este programa son:

- Reuniones del Comité de Diversidad e Inclusión.
- Concientización sobre Diversidad e Inclusión.
- Asegurar la Equidad de Género en los Diversos Niveles de la Organización.
- Promover la Inclusión en el Equipo de Trabajo.
- Fortalecer las Capacidades de Comunidades Vulnerables.

También contamos con otros documentos alineados a nuestro propósito como son los perfiles de puesto, reglamento interno de trabajo, evaluación de desempeño y el código de conducta, el cual fue actualizado en el mes de abril. Estos documentos se encuentran disponibles para todos los colaboradores en una base de datos denominada **Mega** y, su contenido se imparte en las inducciones semestrales.

Negativa a procesos discriminatorios: uno de los principales mensajes que reiteramos a todos nuestros grupos de interés consiste en no participar en servicios de selección que no sean inclusivos, es decir, estos servicios deben incluir requerimientos estrictamente relacionados con la experiencia y el conocimiento del ejecutivo o ejecutiva. En ningún caso deben contener algún tipo de sesgo como, por ejemplo: de género, edad, estado civil, entre otros.

Bigmond es una empresa posicionada en el mercado por desarrollar procesos de reclutamiento y selección libres de sesgos. Muchos clientes acuden a nosotros por esta característica, buscando un socio estratégico que contribuya al cumplimiento de sus políticas de diversidad e inclusión. Sin embargo, se han presentado oportunidades en las cuales hemos recibido pedidos que incluyen requerimientos con algún tipo de sesgo. Al producirse esta situación, la primera medida es sensibilizar a los clientes respecto a la importancia de no incurrir en ningún tipo de discriminación, ya que la innovación que trae consigo la diversidad es esencial para el éxito de cualquier organización.

Internamente promovemos la inclusión de la mujer y la comunidad **LGTBIQ** en la planilla de la organización. Además, contamos con un canal de quejas y denuncias: **denuncias@Bigmond.com.** Durante el periodo 2020 no se registraron quejas por parte de este grupo de interés, como se puede apreciar en la siguiente tabla.

Tabla 4.1: Consultas y Denuncias en periodos 2019 y 2020

Tipo de caso registrado	2019	2020
Consultas realizadas (estimadas)	10	0
Consultas atendidas	10	0
Denuncias recibidas	0	0
Denuncias atendidas	0	0
Porcentaje de atención	**100 %**	**100 %**

La Alta Dirección es la encargada de velar por el cumplimiento del propósito y las acciones orientadas a su promoción dentro y fuera de la organización. Asimismo, existe un Comité de Diversidad e Inclusión, para reforzar el tema, hacerle seguimiento y definir iniciativas y un plan de trabajo anual.

Una de las principales herramientas con las que contamos para promover entre grupos de interés como clientes y proveedores buenas prácticas de Diversidad e Inclusión es nuestra campaña denominada: “Pasa el Mensaje”. Iniciativa surge en el año 2018 y se mantiene durante el 2020, capacitando a nuestro equipo para que pueda brindar un discurso sobre igualdad de oportunidades, diversidad e inclusión entre los contactos que mantienen durante el desenvolvimiento de sus funciones, que busca sensibilizar sobre sesgos inconscientes y comunidades vulnerables en el trabajo, como la mujer, adulto mayor, **LBTIQ+** y personas con discapacidad. Actualmente se centra en profesionales que postulan a las posiciones que gestiona la

empresa mediante sus servicios, pero impacta también en otros grupos de interés. La actividad generó 354 impactos directos durante el año 2020.

La Tabla 4.2 presenta el detalle de las charlas impartidas al personal para fortalecer el cumplimiento del propósito de la empresa "Promover la igualdad de oportunidades laborales".

Tabla 4.2: Capacitaciones sobre el propósito a colaboradores en 2020

Tema impartido	Cantidad	Participante
Charla de nuevas masculinidades	1	9
Charla sobre estereotipos de género	1	9
Charla sobre comunidades vulnerables en el ámbito laboral	1	9
Definiciones básicas y derechos de la comunidad LGBTIQ+	1	7
Preguntas prohibidas en entrevistas laborales y sesgos en procesos de selección	1	4
Ética, cumplimiento y diversidad	1	6
Diversidad e Inclusión: refuerzo del programa pasa el mensaje	1	7

Con respecto al Liderazgo Consciente, una de las acciones concretas desarrolladas durante el 2020 consistió en crear el perfil del líder Bigmond. Gracias a estas mejoras contamos con un perfil consciente, el cual incorpora competencias asociadas a este criterio, por ejemplo: escucha activa y vocación de servicio. Asimismo, hemos definido un enunciado que describe nuestra aspiración a alcanzar una cultura consciente en nuestra organización. El desarrollo de esta declaración se realizó en conjunto por 4 líderes de la organización, quienes se reunieron en sesiones para plasmar ideas sobre los objetivos y el horizonte al cual apuntamos como empresa, y sobre esta base poder articular dicha declaración. Con la finalidad de afianzar estos conceptos realizamos 2 charlas de sensibilización sobre Capitalismo Consciente, dentro de las cuales se generaron espacios de diálogo sobre este tema.

Durante el 2020 hemos incorporado en las comunicaciones corporativas, un capítulo sobre Capitalismo Consciente, dentro del cual hablamos de Liderazgo Consciente. Además, elaboramos contenidos para nuestro canal digital: *"Executive Insider*: Promoviendo el Liderazgo Consciente". El programa es producido por Bigmond, pero contamos con dos auspiciadores, que respaldan la iniciativa: APERHU y CENTRUM. Su objetivo es inspirar a profesionales a poner en práctica esta filosofía al liderar negocios y de esta forma promover el desarrollo de una cultura consciente en las organizaciones.

Por último, cabe resaltar que como compañía,

CONTAMOS CON LA ADHESIÓN AL PACTO MUNDIAL Y OTROS RECONOCIMIENTOS, COMO EL DISTINTIVO DE EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSABLE, LA CERTIFICACIÓN PRESENTE Y EL RANKING PAR.

SALIDA

4.2. SERVICIOS (CREACIÓN DE VALOR INYECTADA AL MERCADO)

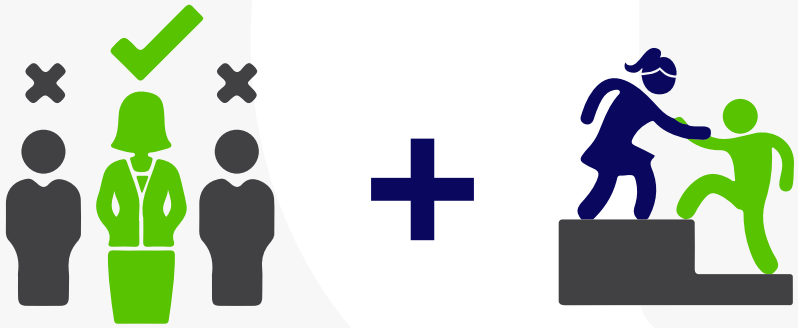
En el año 2020 nuestra empresa definió 3 importantes unidades de negocio: Bigmond Executive Search, MILL Hire The Future y Bigmond Consulting. Inicialmente, nuestros servicios abarcaban principalmente a procesos de Reclutamiento y Selección de puestos de alto rango. Debido a la situación nacional con respecto a la pandemia, la cantidad de este tipo de servicios disminuyó. Por otro lado, algunos sectores requerían reactivación y, en consecuencia, la incorporación de profesionales de rango medio, por lo cual decidimos lanzar al mercado la línea de negocio MILL Hire The Future. A continuación, describimos los servicios que ofrece cada unidad:

Bigmond Executive Search

Incluye el desarrollo de procesos de reclutamiento y selección para mandos altos, así como el Programa de *Onboarding*. El servicio inicia con el conocimiento de la organización, su cultura, sus valores y los requerimientos del perfil del puesto que se desea cubrir. Posteriormente, se diseña y pone en práctica la estrategia de búsqueda de candidatos que cumplan con los requisitos del puesto de trabajo y se preseleccionan las hojas de vida de aquellos que estén más alineados al perfil. Una vez elaborada la lista corta de postulantes, se procede a realizar entrevistas telefónicas con cada uno.

La siguiente etapa consiste en evaluar las competencias y rasgos de personalidad de los candidatos, así como sus valores. Asimismo, realizamos una verificación de las referencias otorgadas empleando la metodología 180° y 360° y antecedentes penales y policiales de cada postulante. Finalizada la etapa anterior, se selecciona la terna, en la cual buscamos incluir al menos una candidata mujer y se presenta al cliente. Una vez que el cliente selecciona al candidato o candidata finalista, se recibe la comunicación para dar cierre al proceso y se procede con la siguiente etapa.

Onboarding es un proceso que usualmente está incluido en el servicio de reclutamiento y selección. Se desarrolla en la etapa final del servicio y consiste en brindar soporte en la etapa de inserción del profesional a la empresa por un periodo de entre 6 a 9 meses, designando a un coach que se reúne con el área de recursos humanos del cliente y/o la jefatura directa a fin de tener un mayor entendimiento sobre la cultura organizacional de la empresa y comprender desafíos de la posición que se ha seleccionado. Con este conocimiento, el coach designado se encarga de facilitar el proceso de adaptación al puesto de trabajo del candidato o candidata que ha sido seleccionada. La Figura 2 presenta las etapas de los procesos comprendidos en la línea de negocio Bigmond Executive Search.



Procesos de Bigmond Executive Search

Figura 2

1

Conocimiento de la organización y del puesto

- Tomamos conocimiento de la empresa, área y aspectos relevantes del puesto.
- Alineamos los objetivos, cultura, valores y *stakeholders* con el perfil.

2

Estrategia de búsqueda

- Diseñamos la estrategia que pondremos en práctica.
- Realizamos el filtro curricular y entrevistas telefónicas.

3

Evaluación y selección

- Evaluamos a los candidatos del *short list.*
- Verificamos referencias y antecedentes.

4

Presentación de la terna

- Todas las ternas incluyen al menos 1 mujer.
- A los 15 días útiles presentamos un informe psicolaboral de cada candidato y del proceso.

5

Onboarding

- Facilitamos el proceso de adaptación del candidato seleccionado al puesto de trabajo.

MILL Hire the Future

Esta unidad de negocio está dirigida al reclutamiento y selección de puestos de rango medio como jefaturas, analistas, coordinadores, especialistas técnicos, entre otros. Es un servicio muy requerido y a la vez dinámico. El tiempo estimado para la presentación de la lista larga de candidatos es de 5 días aproximadamente, con ello conseguimos un mayor impacto comercial.

Bigmond Business Consulting

Ofrece consultorías a través de ocho prácticas. Cuatro en talento y cuatro en gestión. Entre ellas están: Talento, *Coaching* Ejecutivo, *E Learninig,* Transformación Cultural, *Marketing* y Ventas, Diversidad e Inclusión, Cumplimiento y Responsabilidad Social. La consultoría de *Coaching* Ejecutivo es uno de los más solicitados y consiste en proporcionar al cliente un facilitador, denominado *"coach"*, que ayude a la persona designada a formar parte del programa (*"coachee"*) a alcanzar los objetivos definidos por su empleador. Previamente se realiza un proceso de triangulación con el jefe de recursos humanos del cliente y el jefe directo del futuro coachee, con la finalidad de identificar cuáles serán los objetivos individuales de desempeño que se buscan desarrollar. Usualmente esto implica una evaluación de 360° que permite identificar las fortalezas y las oportunidades de mejora. Una vez que el coach cuenta con la definición de objetivos, desarrolla un plan de acción para alcanzarlos. Para su ejecución contamos con los servicios de coaches experimentados.

Tabla 4.3: Líneas de Negocio y Servicios Ofrecidos durante el 2020

Unidad de Negocios	Descripción	Servicios ofrecidos
Bigmond Executive Search	Selección de ejecutivos senior (remuneración mensual a partir de S/18,000)	Selección y programa *onboarding*
MILL Hire The Future	Selección de profesionales y mandos medios (remuneraciones de hasta S/18,000). Selección de personal técnico y operarios de proyectos de mediana y gran envergadura (masivos-RPO).	Selección y programa *onboarding*
Bigmond Business Consulting	Soluciones empresariales en talento humano y gestión de negocios.	Consultoría

4.3. MERCADOS ATENDIDOS

Nuestros servicios están dirigidos a empresas nacionales e internacionales que se encuentran en la búsqueda de profesionales con conocimiento y experiencia para formar parte de su equipo de trabajo; y que comparten nuestro principio de brindar igualdad de oportunidades laborales. Atendemos a empresas del sector privado y el sector público. Durante el 2020, más del 75% del monto de ventas correspondió a procesos de reclutamiento y selección de mandos altos, seguido por los procesos de reclutamiento y selección de mandos medios con el 22.48% del total.

Finalmente, la demanda de servicios de asesoría en gestión humana representó casi el 2% del total de requerimientos. Ver Gráfico 1.

Tabla 4.4: Ventas por tipo de Mercado 2019 vs. 2020

Unidad	2019	2020
Bigmond Executive Search	1,640,570.44	1,143,528.51
MILL Hire The Future	-	339,724.00
Bigmond Business Consulting	-	27,879.69

En cuanto a las ventas por tipo de cliente, la Tabla 4.5 presenta los porcentajes de comercialización según el tipo de cliente. Como se puede apreciar, las empresas privadas representaron la mayoría de las ventas (94%), mientras que las públicas el 6% del total. Por otro lado, la Tabla 4.6 muestra los valores de venta por origen del cliente, en este caso el mercado nacional cubrió el 73% y el internacional el 27% restante.

Gráfico 1: Distribución porcentual de ventas por unidad de negocio

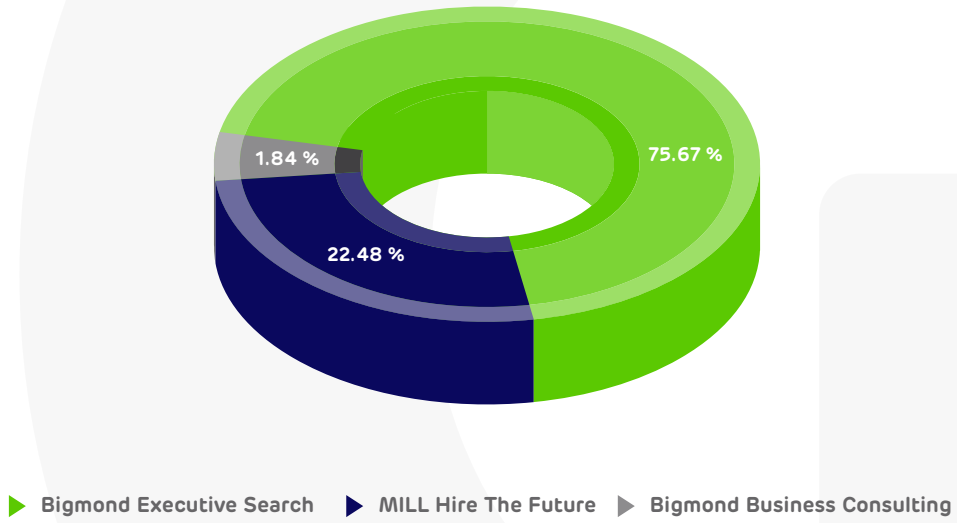


Tabla 4.5: Ventas por Tipo de Cliente 2020

Clientes	2019	2020
Empresas privadas	1,565,867.05	1,416,760.42
Empresas públicas	74,703.39	94,371.78

Tabla 4.6: Ventas por Región 2020

Región	2019	2020
Nacional	1,599,219.69	1,095,752.02
Internacional	41,350.75	415,380.18

05

DESEMPEÑO ECONÓMICO

(GRI 201-1, 201-4)

5.1. PRINCIPALES CLIENTES

Un grupo de interés muy importante son nuestros clientes, gracias a los que podemos seguir creciendo y mejorando a fin de satisfacer sus necesidades y expectativas. A pesar de la coyuntura, logramos mantener a la mayoría y atraer a un nuevo grupo que comparte igualmente nuestra visión de construir una sociedad libre de sesgos discriminatorios. La siguiente tabla presenta nuestros clientes principales y su participación en las ventas correspondientes al periodo del reporte.

Tabla 5.1: Principales Clientes

Nombre	Porcentaje de la venta 2020
STRACON S.A.	22.86%
PALANTE PRESTAMOS S.A.C.	4.42%
SGS DEL PERU S.A.C.	3.69%
GLORIA S.A.	3.59%
METRICA Y GESTION S.A.C.	3.52%
STRACON HOLDINGS S.A.S	2.84%
ALUSUD PERU S.A.	2.53%
INTEROC SOCIEDAD ANONIMA	2.36%
BUSINESS ANALYTICS S.A.C.	2.33%
Total	**48%**

5.2. RESULTADOS ECONÓMICOS 2020

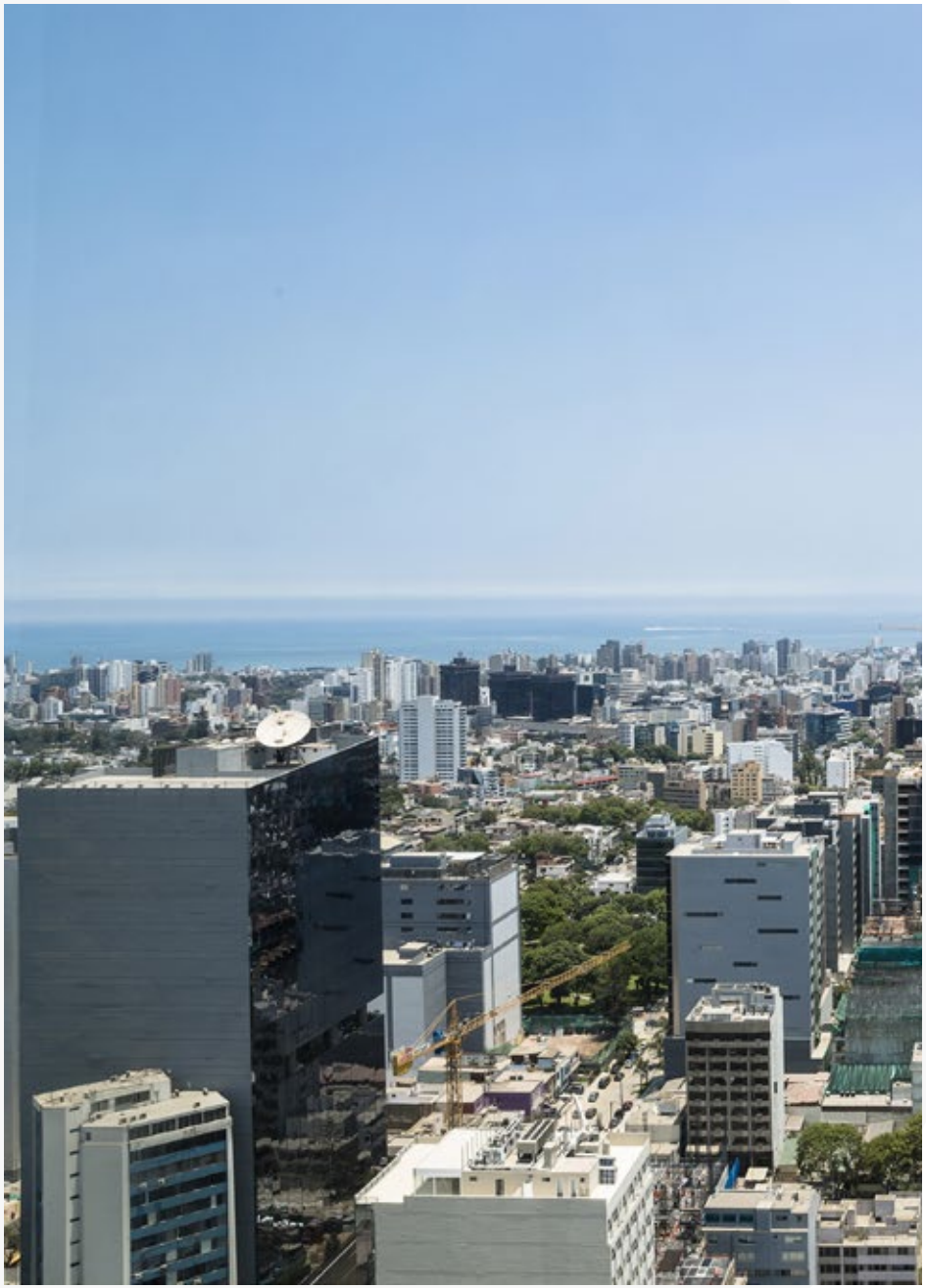
(GRI 201-1)

Durante el 2020 la coyuntura de pandemia trajo consigo la disminución de la demanda de nuestros servicios, lo que no nos permitió cumplir con la proyección de crecimiento estimado. Sin embargo, pudimos mantener la continuidad en nuestras operaciones, incluyendo acciones de apoyo social y actividades relacionadas al carbono neutro. Nuestra venta total del año alcanzó S/. 1, 511,132.20, valor que representó un decrecimiento de aproximadamente 7.7% en ventas, comparado con el año 2019.

El ejercicio de prospectiva nos permitió analizar lo que ocurría en otros escenarios como Asia y Europa, y evaluando la situación de nuestro país, consideramos que la pandemia podría prolongarse. Por ello, tomamos la decisión de instaurar de manera permanente el trabajo remoto. Debido a este cambio, pudimos tomar decisiones con respecto a los gastos fijos que realizábamos por concepto de alquiler de oficinas, servicios de vigilancia y mantenimiento, servicios básicos e internet de las oficinas que solíamos utilizar, reduciendo nuestros gastos en un 34%.

Durante los primeros días de la cuarentena declarada por el gobierno, tuvimos una cancelación de alrededor de medio millón de soles en servicios vendidos, lo generó una situación crítica para nuestra organización. El segundo trimestre del año resultó ser el más difícil, ya que no conseguimos concretar muchos servicios. Sin embargo, hacia el tercer trimestre logramos obtener un importante servicio de reclutamiento y selección en el extranjero, lo que contribuyó significativamente a generar ingresos en la empresa, pues representó alrededor del 25% de las ventas totales del año.

Aproximadamente en el mes de julio, cuando se desarrollaba la reapertura de actividades de acuerdo a la Fase II, consideramos importante crear una propuesta orientada a la contratación de posiciones de mandos medios, por ello definimos una nueva línea de negocio, con marca propia denominada MILL Hire the Future, que sigue una metodología y modelo basado en la experiencia, la cual pudimos lanzar al mercado en el mes de agosto. Logramos cerrar el año con alrededor de 50 procesos de selección cubiertos. La incorporación de esta unidad de negocio ha permitido incrementar los ingresos por ventas durante el 2020.



Otro hito importante fue lograr un contrato de selección en el sector público, el cual consiste en realizar servicios de reclutamiento de 170 profesionales que cumplan con los términos de referencia establecidos. Entre los requisitos más importantes de este contrato se encuentran el cumplimiento de rigurosas normas de transparencia y la atención asertiva a postulantes durante todo el proceso. Adicionalmente, se deben manejar indicadores de gestión tanto administrativos como operativos y comunicarlos de manera permanente al cliente. De este modo generamos rentabilidad. La Tabla 5.2 presenta el comparativo de los resultados correspondientes al valor económico generado y distribuido en los años 2019 y 2020.

Tabla 5.2: Valor económico generado y distribuido

Ítem	2019	2020
Valor económico generado		
Total de ingresos	S/1,640,570.44	S/.1,511,132.20
Total de otros ingresos	-	-
Valor económico distribuido		
Pago total por costo operacional (incluir alquiler)	S/.681,968.98	S/.633,984.40
Pago total por salarios y beneficios de los empleados (planilla)	S/.392,540.77	S/.365,394.94
Pago total a proveedores	S/.405,802.91	S/.364,165.76
Pago total a proveedores de capital (préstamos y dividendos)	-	-
Pago total al gobierno (impuestos, multas, licencias, entre otros)	S/.68,523.65	S/.47,891.00
Inversiones en la comunidad (donaciones, aportes)	-	S/.1,937.80
Valor económico retenido	**S/.91,734.13**	**S/.97,758.30**

Para poder financiar nuestros gastos recurrimos en dos oportunidades al programa de Crédito Reactiva, las cuales se presentan a continuación.

Tabla 5.3: Monto de Créditos recibidos en 2020

Entidad	Monto del crédito
Reactiva	
Banco BCP	S/.139,068
Banco BBVA	S/.300,000
Total	**S/.439,068**

06

NUESTRO EQUIPO

6.1. INFORMACIÓN DEMOGRÁFICA

(GRI 102-8)

Durante el periodo 2020, nuestra planilla contó con 14 personas empleadas a tiempo completo, de las cuales 6 contaron con contrato permanente (42,9 %), 5 con contrato a plazo fijo (35,7%) y 3 (21,4%) bajo la modalidad formativa laboral (convenios de prácticas profesionales). Como podemos apreciar en la Tabla 6 1, la fuerza laboral de Bigmond en el 2020 estuvo conformada por mujeres en un 71% y hombres en 29%. Si bien, en comparación con el año 2019, tuvimos 22% menos cantidad de personas, la proporción de contratos laborales con plazos permanentes fue mayor que ese año, representando un 43% del total de contrataciones.

Tabla 6 1: Número de colaboradores (Planilla) por tipo de contrato e identidad

Colaboradores	2019	2020
Plazo indeterminado	**4**	**6**
Mujeres	2	3
Hombres	2	3
LGBTIQ+	0	0
Plazo determinado	**11**	**5**
Mujeres	7	4
Hombres	2	1
LGBTIQ+	2	0
Practicantes	**3**	**3**
Mujeres	3	3
Hombres	0	0
LGBTIQ+	0	0
Total	**18**	**14**

Adicionalmente, en ocasiones contratamos servicios de consultoría independiente para desarrollar proyectos específicos. Durante el año 2019 la cantidad de profesionales independientes fue 13, mientras que en el 2020 aumentó a 16 personas.

6.2. FORTALECIMIENTO DE LA CULTURA CONSCIENTE

(GRI 401-1, Bigmond 4)

Para Bigmond, el fortalecimiento de la cultura consciente en nuestro equipo es un aspecto fundamental, pues estamos convencidos de que la organización solo puede ser sostenible en el tiempo si nuestra gestión de personas se centra en alinear los valores y principios corporativos entre el talento humano. Por ello, hemos venido adaptando nuestro tejido organizacional a los cuatro principios del capitalismo consciente: propósito superior, integración de grupos de interés, liderazgo consciente y cultura consciente.

Una de las principales acciones que emprendimos durante el 2020, fue actualizar nuestro perfil de líder consciente, el cual contempla 6 competencias necesarias para alcanzar nuestros objetivos como organización. Estas competencias son las siguientes:

- Autoconciencia
- Integridad
- Vocación de servicio
- Capacidad de escucha
- Inteligencia sistemática
- Gestión estratégica

Cabe mencionar que las 14 personas que trabajamos en la empresa somos líderes, por lo que el desarrollo de nuestras competencias forma parte de la evaluación del desempeño 360°. Para realizar esta evaluación se ha desarrollado un esquema donde se definen criterios para cada nivel de las 6 competencias, los cuales son variables según el puesto de trabajo.

Con la finalidad de interiorizar los principios del capitalismo consciente, durante el periodo del reporte se realizaron 4 charlas. La primera de ellas, estuvo enfocada en dar a conocer la iniciativa entre nuestros colaboradores, brindando una introducción sobre la filosofía del capitalismo consciente y la labor de los miembros de la organización como agentes de cambio. En la segunda charla se explicaron los 4 principios del capitalismo consciente: Propósito superior, liderazgo consciente, cultura consciente y la importancia de la relación con los *stakeholders*.

A partir de esta presentación surgieron varias iniciativas. Finalmente, en las dos últimas sesiones se desarrolló el plan de acción para implementar el sistema.

Cabe resaltar que contamos con un Programa de Clima Laboral, cuyos principales componentes son:

- Programa de Desarrollo
- Programa de Integración
- Beneficios Corporativos
- Programa de Reconocimiento
- Encuesta de Clima Laboral

En Bigmond, somos conscientes de que enseñar, delegar y dar autonomía ayuda en nuestro equipo a desarrollar mayor confianza en el trabajo y, en consecuencia, obtener resultados satisfactorios a nivel profesional y contribuir en su crecimiento personal. Por ello, hemos trabajado diversas acciones para promover el desarrollo de las capacidades de nuestros colaboradores a través de herramientas como el *coaching*, entrenamientos y capacitaciones. La Tabla 6.2 presenta las capacitaciones realizadas durante el 2020. El promedio de capacitaciones impartidas por colaborador en este periodo fue de 18 horas.

Tabla 6.2: Capacitaciones impartidas a colaboradores en 2020

Nombre de la capacitación	Resultados de Evaluación de Eficacia de la Capacitación (%)
Gestión de talento con alto potencial	80
Introducción al Capitalismo Consciente	91
Liderazgo de la mujer	84
Marca personal	83
Negociación	81
Networking	81
Normas sobre el fomento y mantenimiento de la armonía entre personal y empleadores	95
Comité de crisis y sus funciones	80
Protocolo de hostigamiento sexual	95

Con respecto a las actividades de integración y reconocimiento, en el primer caso realizamos felicitaciones virtuales con motivo de los cumpleaños de miembros de nuestro equipo. En el segundo caso, contamos con un programa de reconocimiento, que integra un concurso para elegir al "Compañero más amigable", dicho del colaborador que aporta más al clima laboral con buena energía y asertividad, y un premio a la productividad, que valora la gestión y el desempeño profesional.

ASIMISMO, DURANTE EL 2020 SE APLICÓ LA ENCUESTA DE CLIMA LABORAL, OBTENIENDO UN 80% DE SATISFACCIÓN. EL RESULTADO OBTENIDO DURANTE LA MEDICIÓN DEL AÑO 2019 FUE DE 72.5%, POR TANTO, SE TUVO UN CRECIMIENTO DE 7.5 PP EN LA SATISFACCIÓN DEL PERSONAL DURANTE EL PERIODO DEL REPORTE.

La mejora en el bienestar de nuestro equipo está relacionada al interés que demostramos como organización por el cuidado de la salud de cada integrante, asegurando que cuenten con todas las herramientas y equipos necesarios para desarrollar su trabajo de forma remota permanentemente y así lograr el distanciamiento social recomendado y el nivel de productividad del equipo. Además, el estilo de liderazgo se optimizó, brindando mayor confianza a jefaturas para que gestionen con total autonomía sus equipos de trabajo, promoviendo así el desarrollo profesional y la mejora de habilidades blandas de responsables de áreas y procesos de la empresa.

Por otro lado, fue esencial mantener los puestos de trabajo, cumplir con las obligaciones de pago y los beneficios laborales, a pesar de la difícil coyuntura. Para lo cual se desarrolló un mapeo de necesidades y expectativas, cuya finalidad fue mejorar la gestión del tiempo y el cumplimiento del horario de trabajo, sin afectar la vida personal del equipo.

6.3. SALARIO, BENEFICIOS Y EQUIDAD DE GÉNERO

(GRI 102-36, 202-1, 202-2, 403-1, 403-2, 405-1, 405-2, Bigmond 5)

Durante el periodo 2020, el salario de nuestro personal no sufrió modificaciones significativas y no se realizaron reducciones en ningún puesto de trabajo, solo surgieron variaciones que obedecen a cambios en posiciones internas. El establecimiento del salario se realiza sobre la base de estudios existentes y el conocimiento con el que contamos como empresa especialista en reclutamiento y selección sobre el rango salarial en las diversas posiciones dentro del sector. Las negociaciones del salario al momento de una contratación obedecen a un manual que contiene las franjas salariales por posición que aplican a todo el equipo sin distinción. En la empresa el salario más bajo para cualquier posición es mayor a la remuneración mínima vital establecida por el gobierno.

Tabla 6.3: Salario de Categoría Inicial Estándar por Sexo frente al salario mínimo local

Categoría	Hombres	Mujeres
Analistas y asistentes	2,000 - 3,500	2,000 - 3,500
Salario mínimo vital 2020	930	930

Respecto a los beneficios corporativos con los que contamos, durante el 2020 se actualizó el apartado de licencias con goce de haber del Reglamento Interno de Trabajo (RIT), aumentando los permisos libres por maternidad y paternidad y el cuidado de personas dependientes ya sea por enfermedad u otros. En la Tabla 6.3 se puede apreciar la cantidad de personas que gozaron de estos beneficios durante el 2020.

Tabla 6.4: Listado de Beneficios y Beneficiarios durante el 2020

Beneficios	Beneficiarios en 2020
Por fallecimiento del cónyuge, padres, hijos o hermanos, se concederá hasta cinco (05) días consecutivos.	-
Por Capacitación y Desarrollo de Personal, previa sustentación documentada de la capacitación y la opinión favorable del Jefe inmediato.	1
Por matrimonio se concederá hasta cinco (05) días consecutivos.	-
Por el día del onomástico del colaborador un (01) día.	7
Para el cuidado de dependientes (hijos/as, padres, adultos mayores, pareja), se otorgará un (1) día libre.	3
Permiso por tres (03) días al año por motivos personales.	2
Los días viernes se realiza trabajo remoto o a distancia (*home office*/teletrabajo) hasta las 13:30 horas.	16
Por citación del colaborador, en relación al cumplimiento de sus funciones, por parte de algún Organismo del Sector Público.	-
Por incapacidad temporal, de acuerdo a las disposiciones legales vigentes sobre la materia.	-
Licencia por un (01) mes adicional, a lo que corresponde por ley, por maternidad y paternidad.	-
Por maternidad, que corresponde una (1) hora de lactancia por un (1) año, se otorgará una (1) hora adicional.	-
Las madres y padres de niños entre 1 a 5 años, tendrán medio (1/2) día libre de licencia el día de la madre, el día del padre, cumpleaños del hijo(a) y/o evento familiar o escolar importante.	5
Durante los primeros 6 meses, finalizada la licencia otorgada correspondiente, se otorgará un (1) día libre cada mes para disponerlo en pasar tiempo con su hijo/a. Ejemplos: citas médicas y espacios familiares	-
En casos especiales y con autorización del jefe inmediato, se otorgará la facilidad de llevar a los/as niños/as de 0 a 10 años a la oficina (centro de trabajo).	-
Se facilitará la modalidad de trabajo *home office* cuando lo requieran y soliciten previamente para el cuidado de su hijo/a durante la jornada laboral.	2

Adicionalmente, debido al cambio de sistema de trabajo, de presencial a remoto, se realizó la adquisición de mobiliario para favorecer la ergonomía en el trabajo (sillas, escritorios), de acuerdo a la necesidad del colaborador y en algunos casos, se realizó el pago de servicios de internet en casa, para facilitar el desempeño de las responsabilidades.

Cabe resaltar que desde el año 2017, usamos una planilla inclusiva para identificar adecuadamente a nuestro personal desde el inicio de su ingreso al trabajo. Práctica laboral que nos permite respetar la identidad de cada miembro del equipo, comunicarnos adecuadamente y promover el crecimiento y desarrollo profesional y personal del talento humano diverso que buscamos atraer.

Tabla 6.5: Número de colaboradores (Planilla) por identidad y edad

Identidad	Rango de edad	2019	2020
Mujeres	Menores de 30 años Entre 30 y 50 años Mayores de 50 años	9 3 0	7 3 0
Hombres	Menores de 30 años Entre 30 y 50 años Mayores de 50 años	1 3 0	1 3 0
LGBTIQ+	Menores de 30 años Entre 30 y 50 años Mayores de 50 años	1 1 0	0 0 0
Total		**18**	**14**

Respecto a la Equidad de Género al interior de la empresa, aseguramos el rio en los diferentes niveles: Gerencial, Jefaturas, Mandos Medios y Operativo, por lo que durante la gestión se han definido varias acciones como la creación y difusión de la Política de Diversidad e Inclusión, la modificación del Reglamento interno de trabajo (RIT) y el Plan de Capacitación enfocado a la igualdad, diversidad e inclusión. Asimismo, se cuenta con un canal de denuncias contra el acoso y hostigamiento sexual y otros temas que vayan en contra de la ética, las buenas costumbres y la inclusión: **denuncias@bigmond.com** y otro de sugerencias: **sugerencias@bigmond.com**

ADICIONALMENTE, SE HA DESARROLLADO EL PROGRAMA DE COACHING GENERAL, BENEFICIANDO AL 7.14% DE MUJERES DE NUESTRO EQUIPO DURANTE EL 2020.

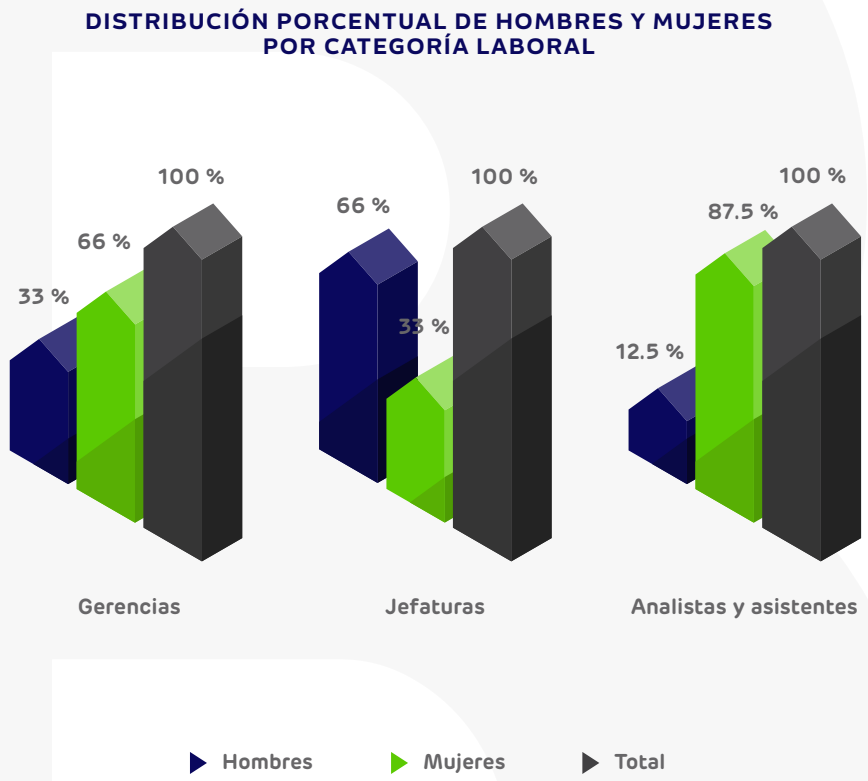
Con esa iniciativa, buscamos empoderar a las mujeres, impulsando el desarrollo de la confianza en sí mismas para enfrentarse eficazmente a los desafíos que presenta el mundo laboral. Mediante lo cual, durante el 2020 obtuvimos el segundo puesto en el Ranking PAR de Equidad de Género en el Perú y el tercero en Latinoamérica, en nuestra categoría. Además, contamos con la Certificación de la Asociación de Buenos Empleadores (ABE).

Tabla 6.6: Número de colaboradores por categoría laboral e identidad en el 2020

Categoría	Hombre	Mujer	LGBTIQ+	Total	% de mujeres en la categoría
Gerencias Jefaturas Analistas y asistentes	1 2 1	2 1 7	0 0 0	3 3 8	66 % 33 % 87.5 %
Total	**4**	**10**	**0**	**14**	**100 %**

Durante el año 2020 obtuvimos la mención de EMPRESA DESTACADA como la PYME con mejor gestión social del país por el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable (DESR) de Perú 2021 y el 2do puesto en nuestra categoría del Ranking PAR de Equidad de Género por Aequales

Gráfico 2: Distribución porcentual de hombres y mujeres por categoría laboral



6.4. PROVEEDORES DE SERVICIO, TIEMPO DE PAGO Y COMUNICACIÓN TRANSPARENTE

(Bigmond 6, Bigmond 7)

Nuestros proveedores de servicios son un eslabón muy importante en nuestra cadena de valor. A inicios de la cuarentena afrontamos algunas dificultades para poder realizar los pagos en el plazo previsto, debido a la disminución de nuestro flujo de caja. Afortunadamente, siempre nos hemos preocupado por mantener buenas relaciones con nuestros grupos de interés, lo que facilitó las negociaciones individuales con cada proveedor, encontrando respuestas positivas por su parte para poder extender el tiempo de pago. En gran porcentaje pudimos extender los plazos fijados inicialmente de 30 a 60 días calendario. Las conversaciones con nuestros proveedores fueron gestionadas por nuestro Jefe de Administración y Finanzas y la Gerencia General.

Tabla 6.7: Cantidad de Proveedores durante el 2020

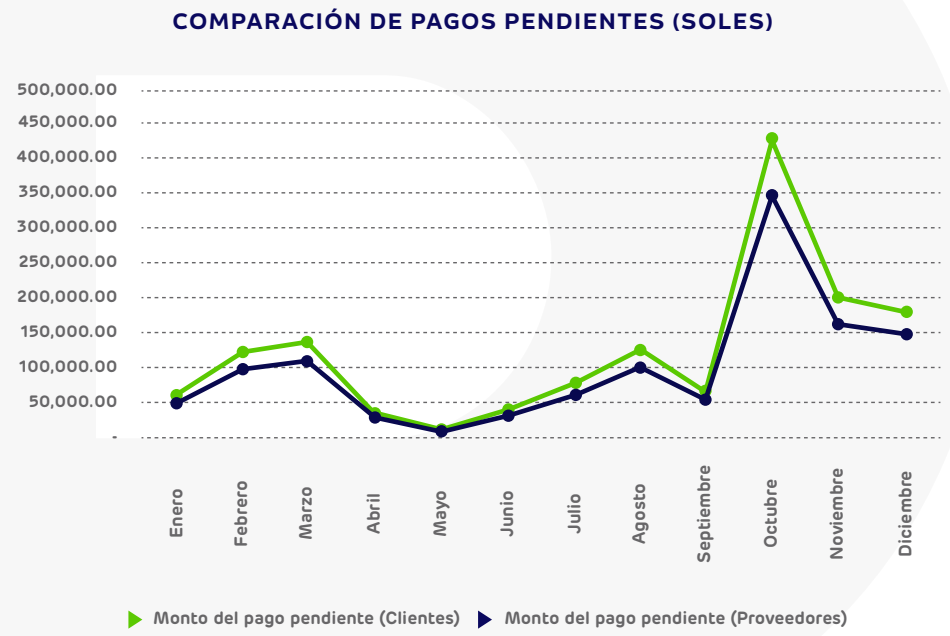
Número de proveedores	Tiempo de pago promedio
32	30 días

La siguiente tabla presenta la evolución de pagos pendientes de servicios por parte de clientes y los pagos pendientes hacia nuestros proveedores a lo largo del 2020. Como se puede apreciar en el Gráfico 3, ambas curvas siguieron una tendencia similar. Queremos destacar que siempre hemos mantenido buenas relaciones con este grupo de interés, pues somos conscientes de sus necesidades y expectativas. Una de las principales está relacionada al pago oportuno de sus servicios. Además, tienen la expectativa de posicionarse como un buen proveedor y que podamos convertirnos, como cliente, en una referencia que contribuya a su presencia en el mercado, su prestigio y reputación. Por ello, en algunos casos hemos recomendado sus servicios con la finalidad de contribuir a su crecimiento y gracias a ello han conseguido aumentar su número de clientes.

Tabla 6.8: Indicadores de Cobranza y Pagos pendientes a proveedores en 2020

Mes del 2020	Monto del pago pendiente de Clientes (soles)	Monto del pago pendiente a Proveedores (soles)
Enero	60,897.00	48,717.60
Febrero	124,007.03	99,205.62
Marzo	140,971.79	112,777.43
Abril	35,903.00	28,722.40
Mayo	13,250.00	10,600.00
Junio	39,534.00	31,627.20
Julio	80,012.71	64,010.17
Agosto	127,792.61	102,234.09
Septiembre	68,660.20	54,928.16
Octubre	431,639.00	345,311.20
Noviembre	200,366.88	160,293.50
Diciembre	181,607.55	145,286.04

Gráfico 3: Comparación de pagos pendientes durante el 2020



Para poder financiar parte de los pagos hicimos uso del programa Reactiva en dos oportunidades, como se apreció en el capítulo Desempeño Económico.

En Bigmond establecemos relaciones de colaboración con nuestros socios estratégicos basadas en la confianza, la transparencia en la información y la puesta de competencias para alcanzar objetivos comunes de beneficio mutuo. Estos principios forman parte de nuestro Código de Conducta y Reglamento Interno de Trabajo (RIT), por lo que nuestro equipo está comprometido con este fin.

07

GESTIÓN DE CALIDAD

7.1. SERVICIO DE CALIDAD, ATENCIÓN AL CLIENTE, CERTIFICACIONES Y RECONOCIMIENTO

(Bigmond 9, Bigmond10, Bigmond 11)

Por la parte del proceso de Selección, una vez culminado satisfactoriamente se le solicita al cliente que responda vía telefónica una encuesta de satisfacción del servicio. Esta encuesta contempla los siguientes criterios: trato, tiempo de ejecución, metodología aplicada y resultados de selección de la terna.

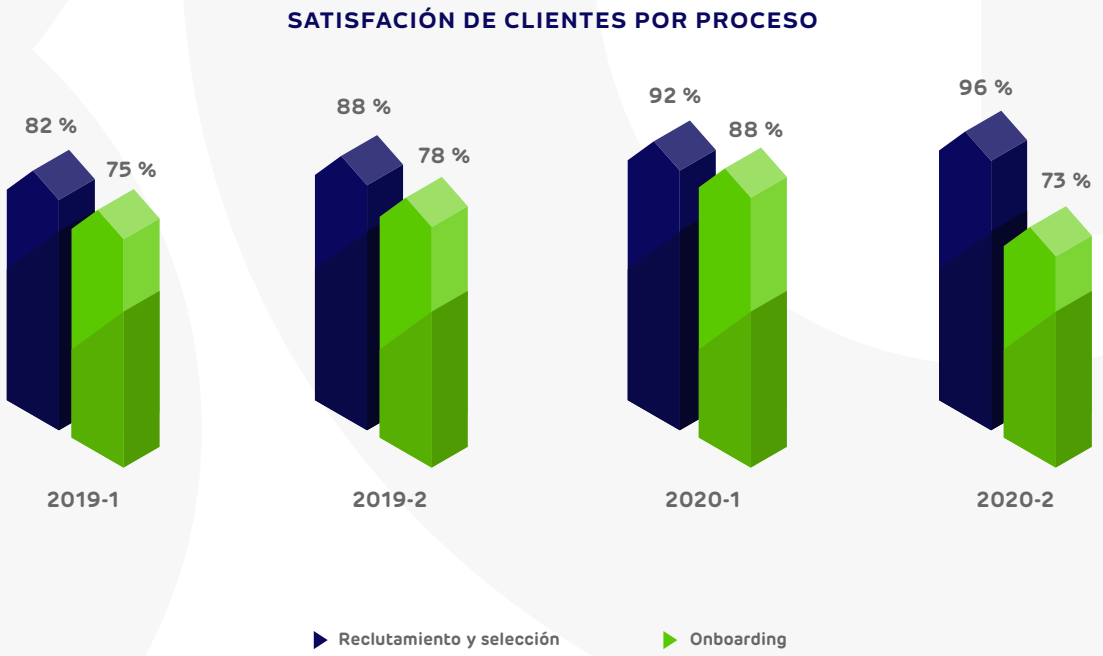
En cuanto al Programa de *Onboarding,* durante el 2020 se realizaron 3 encuestas de satisfacción, las cuales son dirigidas al Jefe de Recursos Humanos, jefe inmediato y al *Coachee*. Anteriormente, solo se aplicaba la encuesta al responsable de Recursos Humanos y al Coachee.

Se cuenta con resultados semestrales y anuales, los cuales son analizados y en caso de encontrar brechas o desviaciones se buscan las causas y plantean planes de acción y mejora. La Tabla 7.1 presenta estos resultados. Como se puede apreciar en el Gráfico 4, existe una mejora sostenida en el proceso de reclutamiento y selección. Por otro lado, en el proceso de Onboarding, hubo crecimiento en dos semestres consecutivos y en el último semestre hubo un decrecimiento. Este año estamos implementando el plan de acción para poder elevar estos resultados.

Tabla 7.1: Resultados de las Encuestas de Satisfacción a los Clientes

Servicio brindado	Periodo			
	2019-1	2019-2	2020-1	2020-1
Reclutamiento y selección	82 %	88 %	92 %	96 %
Onboarding	75% %	78 %	88 %	73 %

Gráfico 4: Comparación de resultados de encuesta de satisfacción de clientes 2019 -2020



Durante el 2020
no se registraron
quejas o reclamos

Como parte de nuestro sistema de gestión de calidad contamos con un instructivo de atención de quejas y reclamos (INS-OPE-002) que establece las pautas a seguir en caso de recibir alguno. Este documento ha sido difundido entre nuestro personal con la finalidad de que conozcan los mecanismos establecidos para atender este tipo de comunicaciones. Afortunadamente durante el 2020 no se registraron quejas o reclamos. Sin embargo, recibimos una retroalimentación por parte de uno de nuestros clientes que estuvo relacionada al no alineamiento entre los objetivos del negocio y los resultados del servicio de coaching ejecutivo brindado a una Gerencia en particular. La siguiente tabla muestra la comparación de la cantidad de reclamos recibidos en el 2019 y los resultados del 2020.

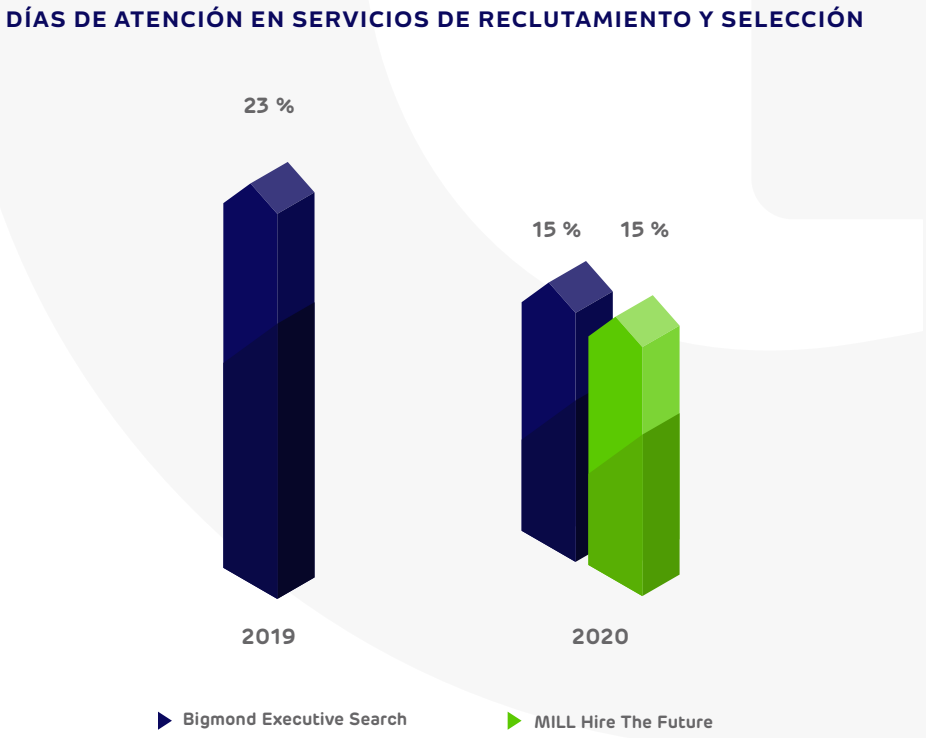
Tabla 7.2: Cantidad de Reclamos en periodos 2019 y 2020

Tipo de Solicitud	2019	2020
Quejas y reclamos recibidos	3	0
Quejas y reclamos atendidos	3	0
Porcentaje de atención	**100 %**	**No Aplica**

Queremos destacar que nuestros Proceso de Selección y Programa Onboarding se encuentra certificado bajo la norma ISO 9001:2015. Esta certificación demuestra que trabajamos bajo estrictos estándares internacionales y tenemos el compromiso de mejorar continuamente nuestras operaciones.

Una de las mejoras significativas que se dieron en el año 2020 consistió en la reducción del plazo de atención de servicios de reclutamiento y selección. Esta mejora fue impulsada por nuestro interés de tener una oferta de valor mucho más atractiva para nuestros clientes actuales y potenciales. La duración inicial de estos procesos era de 23 días, después de realizar la evaluación de las etapas e implementar medidas de optimización, logramos alcanzar un nuevo plazo de 15 días útiles. Parte de la optimización consistió en reducir las listas de candidatos preseleccionados de 9 a 5 o 6 personas. Con ello, el tiempo invertido disminuyó. Habitualmente el proceso de headhunting se realiza a través de bolsas de trabajo o redes sociales laborales como LinkedIn en 9 días útiles y el resto se culmina en 6 días aproximadamente. Por lo que en 15 días útiles podemos cerrar el proceso completo, entregándole al cliente la terna de candidatos. Como se puede apreciar en el siguiente gráfico, este plazo es el mismo para los servicios de la nueva unidad de negocio implementada en el 2020: MILL Hire The Future.

Gráfico 5: Comparación de resultados de encuesta de satisfacción de clientes 2019 - 2020



7.2. EQUIDAD DE GÉNERO EN SERVICIOS

(Bigmond 14)

La equidad de género es un tema prioritario en Bigmond, nuestra consigna es impulsar la diversidad e inclusión mediante nuestros servicios. En la mayoría de casos, presentamos ternas que contienen al menos una candidata mujer; sin embargo, en algunos sectores hemos tenido cierta dificultad para conseguir candidatas que cumplan con los requisitos establecidos, como la experiencia en el rubro o cargo. A pesar de ello, les explicamos a nuestros clientes las fortalezas de las candidatas presentadas. La Tabla 7.3 presenta la cantidad total de procesos de selección desarrollados en el 2020 que incluyeron candidatas mujeres, así como las ternas presentadas con al menos una mujer y la cantidad de mujeres que finalmente fueron seleccionadas.

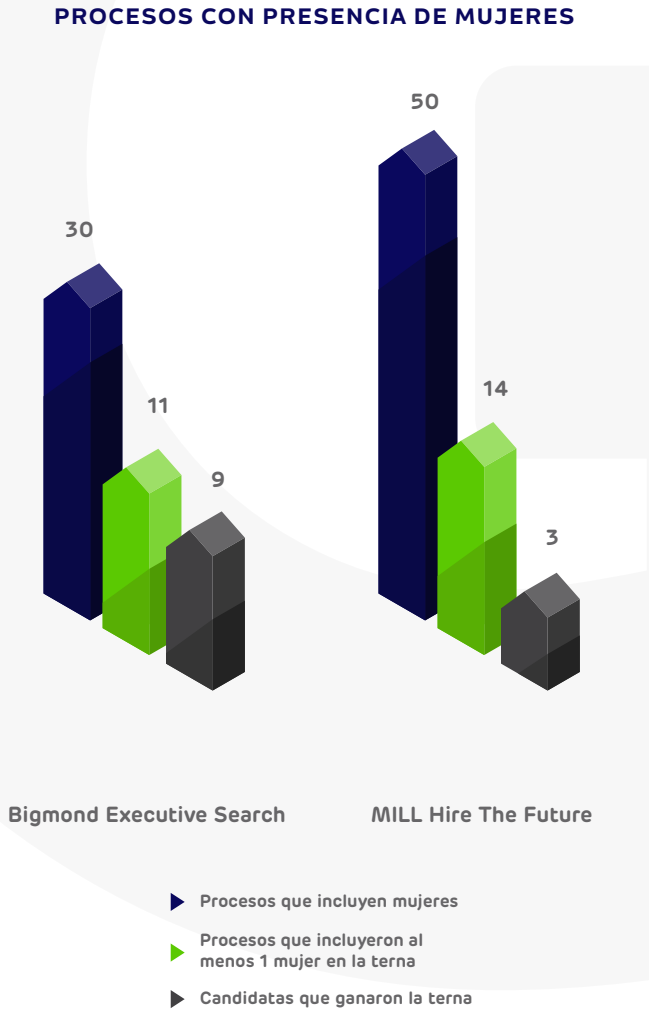
Tabla 7.3: Presencia de candidatas mujeres en 2020

Unidad de Negocios	Ternas (Long List o short List) presentadas al cliente	Ternas con al menos una mujer	Número de candidatas seleccionadas
Bigmond Executive Search	30	11	9
MILL Hire The Future	50	14	3

El total de procesos de Bigmond Executive Search que incluyó mujeres fue de 30, de las cuales 11 quedaron en etapa de terna y 9 procesos cerraron con una candidata seleccionada. Para la unidad MILL Hire the Future, el total de procesos que incluyó mujeres fue de 50, de las cuales 14 quedaron en etapa de terna y 3 fueron elegidas para ocupar los puestos a los cuales postulaban.

En el caso de Bigmond Executive Search el 30% de procesos finalizaron con la selección de una candidata mujer. En la unidad de negocio MILL Hire The Future, el 28% de los procesos con presencia de mujeres candidatas, resultaron con ternas que incluyeron al menos una candidata y en el 6% de los procesos una mujer logró obtener la posición. Del total de procesos, el 15% tuvieron como resultado mujeres seleccionadas para las posiciones requeridas.

Gráfico 6: Presencia de candidatas mujeres en cada etapa del proceso de Reclutamiento y Selección durante el 2020



Par
RANKING DE
EQUIDAD DE GÉNERO
EN LAS ORGANIZACIONES
Por un
EQUITATIVO
Junt@s por la
EQUIDAD
aequales
Asistencia en la evaluación de
las empresas finalistas:
pwc

7.3. ATENCIÓN Y RETROALIMENTACIÓN AL POSTULANTE

(Bigmond 12, Bigmond 13)

Un aspecto muy importante para la atención adecuada de postulantes a procesos de selección, consiste en mantener de manera oportuna y constante la comunicación sobre aspectos relevantes a su postulación. En todos los casos se envía una comunicación sobre el estado del proceso; por otro lado, a aquellos que pasaron las entrevistas con el cliente, pero no alcanzaron el puesto, se le envía una carta de agradecimiento indicando que no han sido seleccionados en el proceso, pero que valoramos su potencial y su participación. Asimismo, a quienes iniciaron el proceso, pero no llegaron a la etapa de entrevistas con el cliente también se les remite una comunicación sobre el estado del proceso. A solicitud de algunos postulantes, hemos brindamos retroalimentación sobre sus fortalezas y principales aspectos de mejora.

OTRO ASPECTO RELACIONADO CON EL TRATO AL CANDIDATO ES LA RETROALIMENTACIÓN PREVIA A SUS ENTREVISTAS CON EL CLIENTE, DONDE LES BRINDAMOS RECOMENDACIONES PERSONALIZADAS SOBRE CÓMO ABORDAR LOS TEMAS CON LA FINALIDAD DE CONTRIBUIR A QUE DESARROLLEN UNA ENTREVISTA ÓPTIMA CON MAYOR CONFIANZA.

A continuación, podemos apreciar que el porcentaje de retroalimentaciones brindadas durante el periodo 2020 fue del 100% en ambos escenarios, siendo 5 los postulantes que solicitaron retroalimentación sobre su desempeño.

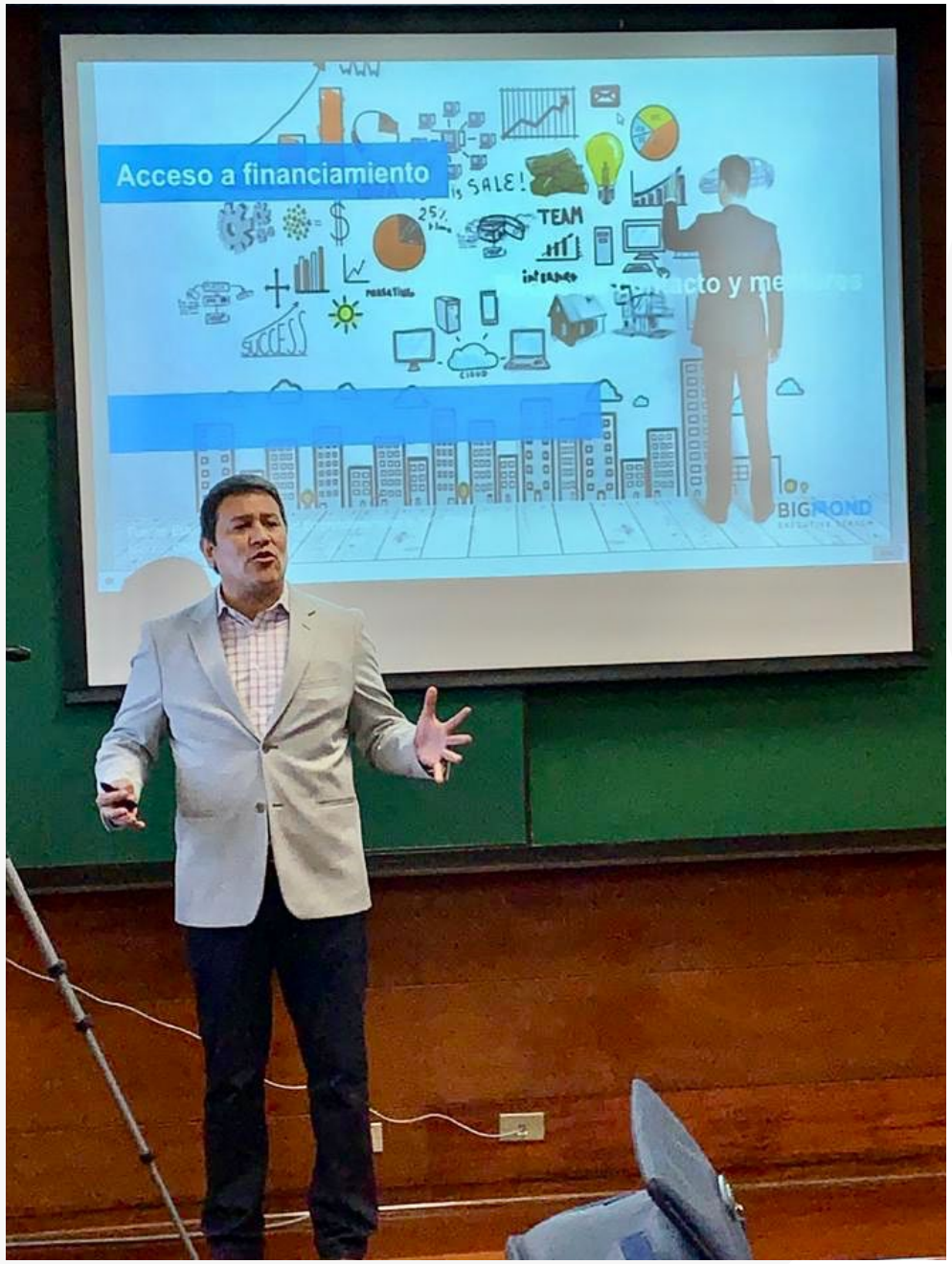
Tabla 7.4: Porcentaje de Retroalimentaciones brindadas a candidatos

Etapa en la que se brindó la retroalimentación	Periodo	
	2020	2020
Previa entrevista con el cliente	100 %	100 %
Postulantes que solicitaron retroalimentación sobre su desempeño	100 %	100 %

Cabe resaltar que el contexto de la pandemia trajo consigo que algunos profesionales no puedan ingresar a puestos de trabajo debido a restricciones de la nueva normalidad, relacionadas a la vulnerabilidad. Por otro lado, otros se mostraron reacios a participar de procesos de cargos que requerían ser presenciales. Hemos tratado de manejar de la mejor forma posible este tipo de situaciones, buscando gestionar los servicios de selección con un enfoque humano y empático, comprendiendo las distintas realidades de las personas interesadas y las preocupaciones de clientes respecto a temas de salud.

08

GESTIÓN EN LA COMUNIDAD



(GRI 413-1)

En Bigmond asumimos el compromiso de promover y contribuir al desarrollo económico, social y medioambiental de la comunidad en la que operamos, procurando el beneficio mutuo y manteniendo un canal de comunicación abierto. Por lo que contamos con un Programa de Responsabilidad Social, cuyo principal objetivo es realizar y promover buenas prácticas de desarrollo sostenible, diversidad e inclusión. Dentro de los fines específicos se encuentran:

- Concientizar sobre diversidad e inclusión al interior de la empresa.
- Sensibilizar sobre comunidades vulnerables en el trabajo.
- Impulsar una educación óptima.
- Contribuir con el cuidado de la salud de niños y niñas del país.
- Apoyar a asociaciones sin fines de lucro que promuevan la inclusión, educación, empleabilidad y/o cuidado de la salud en el país, mediante servicios gratuitos que fortalezcan sus áreas de recursos humanos.
- Ayudar a comunidades vulnerables de adultos mayores o niños y niñas.
- Promover el cuidado del medio ambiente concientizando al equipo de trabajo.
- Obtener el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable.
- Compensar los impactos de la empresa en el medio ambiente, obteniendo la certificación de Empresa Carbono Neutro.

8.1. CUMPLIMIENTO DE ALIANZAS Y DESARROLLO DE LA COMUNIDAD

(Bigmond 8)

A lo largo del tiempo y como parte de nuestros objetivos de sostenibilidad orientados a la educación, cuidado de la salud y promoción de la empleabilidad, hemos formado alianzas estratégicas con entidades sin fines de lucro. En el 2019 firmamos un convenio con la organización Enseña Perú, cuyo objetivo es fortalecer su proceso de selección de profesores, así como la gestión de sus recursos humanos y el desarrollo de sus partes interesadas, para que se enfoquen en su meta principal de impulsar un movimiento de liderazgo por una educación trascendente en todo el país. Durante el 2020, nuestra gerente de operaciones impartió un taller a miembros de la institución para apoyarlos en su proceso de Reclutamiento y Selección.

Otras instituciones con las que firmamos convenios y realizamos actividades en años anteriores fueron: VIDAWASI, alineada a promover el cuidado de la salud, y la institución D1, porque sus actividades se relacionan con nuestra meta de promoción de la empleabilidad, al brindarle conocimientos a jóvenes de bajos recursos, capacitándolos profesionalmente en baile para que puedan ser profesores. Durante el 2020, no logramos concretar acciones con estas organizaciones, debido a la paralización temporal de actividades debido a la pandemia.

Con respecto al desarrollo de la comunidad, durante el año pasado concretamos dos acciones de voluntariado corporativo. Debido a las restricciones de la pandemia, no se pudieron realizar actividades presenciales como en años anteriores, por lo que recaudamos fondos entre nuestro equipo interno y aportes de la empresa para la adquisición de implementos de primera necesidad y otros, destinados a dos instituciones sin fines de lucro: Hogar Canevaro del Adulto Mayor, ubicado en el distrito de Rímac, cuyo donativo tuvo un valor de 1,126 Soles, y Hogar De Vida de Magdalena, albergue de niños y niñas con VIH y tutores, que vienen a vivir a Lima para seguir sus tratamientos. En esta oportunidad el valor de los bienes donados fue de 812 soles Ambos se ejecutaron en el mes de diciembre, donde dedicamos tiempo de trabajo para las coordinaciones respectivas, sumando un total de 120 horas.

Tabla 8.1: Valorización de Acciones de Voluntariado

Acciones	Descripción	Monto destinado en soles	Tiempo destinado en horas
Voluntariado Corporativo para Hogar Canevaro - FUNDACIÓN CANEVARO	Donación de kits de limpieza para cuidar la salud de los adultos mayores y mayólicas para mejorar la infraestructura del albergue.	1,126	40
Campaña navideña para Casa Hogar de Vida Magdalena	Donación de juguetes para animar la navidad de los niños y niñas del albergue.	812	80
Total		**1938**	**120**

8.2. IMPACTOS AMBIENTALES: CONSUMO DE ENERGÍA Y HUELLA DE CARBONO

(GRI 302- 1)

En nuestra compañía nos preocupamos por desarrollar actividades generando impactos positivos en la sociedad y protegiendo nuestro entorno. De acuerdo al tipo de actividad de la empresa, hemos identificado el consumo de energía como uno de los temas materiales, así como las emisiones de gases de efecto invernadero. Con respecto al consumo de energía, contamos con un programa interno denominado “Cultivando Vida”, cuya principal actividad durante el 2020 fue promover entre nuestro equipo la optimización de recursos, así como el manejo adecuado de residuos en casa, a través de capacitaciones impartidas en los meses de noviembre y diciembre que tuvieron la acogida de toda la organización. Además, contamos con un presupuesto asignado para la gestión ambiental de más de S/. 5,700.

Consumo de Energía de la organización

(GRI 303-1)

Desde el inicio de la declaración del estado de emergencia decretado por el gobierno, se implementó el trabajo remoto al 100%, por lo cual para la estimación del consumo de energía proveniente de la red pública se realizaron encuestas al personal. Cada una de estas posiciones utiliza la red de energía local distribuida por el Sistema Eléctrico Interconectado Nacional (SEIN). El consumo total en el año 2020 fue de 2,593 kWh, que mayormente está asociado al uso de dispositivos electrónicos empleados para el trabajo remoto, como son las computadoras portátiles. Los resultados se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 8.2: Consumo de Energía Eléctrica de la Red Pública en 2020

Origen	Consumo total (kWh)
Oficina	946.30
Dispositivos (laptop, PC, etc.)	1,429.94
Luminarias	217.17
Total	**2,593.42**

Fuente: Informe final de Huella de Carbono Corporativa de Bigmond, elaborado por A2G

Con respecto al consumo de energía eléctrica proveniente de fuentes renovables, siendo el SEIN el proveedor, la empresa consumió 262.19 (kWh) durante el 2020. El factor empleado para este cálculo fue 10.11% [3], el cual corresponde al porcentaje de participación de Producción de Energía con Recursos Energéticos Renovables. La generación de energía en nuestro país proviene de diversas fuentes, siendo la más relevante la hidroeléctrica.

3 Porcentaje de participación RER de la producción nacional según el COES para el 2020 (https://www.coes.org.pe/Portal/areas/Publicaciones/documentos/2020/capitulo07.htm).

Generación de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (Alcance 2 y 3)

(GRI 305-2, 305-3, 305-5)

En el año 2020 medimos por segunda vez nuestra Huella de Carbono, a cargo de una empresa consultora. La primera medición se hizo en el año 2017. La huella de carbono es una cuantificación de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero GEI que una organización genera a partir de sus actividades. Las emisiones son expresadas en toneladas métricas de CO_2 y se determinan en base a 3 alcances. En nuestro caso, no generamos emisiones directas del alcance 1, las cuales se producen a partir de procesos de generación de energía. Las emisiones calculadas fueron indirectas y corresponden a los alcances 2 y 3. De acuerdo a lo indicado en el informe final de nuestra huella de Carbono Corporativa, para la estimación de los valores se emplearon factores obtenidos de fuentes oficiales y específicas, según la fuente de emisión, a fin de reducir la incertidumbre de los resultados. Dichos factores fueron aplicados según las directrices del IPCC 2006, el GHG *Protocol* y los factores de emisión de GEI proporcionados por el DEFRA[4].

El alcance 2 comprendió las emisiones indirectas generadas por el consumo de energía eléctrica proveniente del Sistema Eléctrico Interconectado Nacional (SEIN) y el alcance 3 abarcó a las generadas a partir de: consumo de agua potable, desplazamiento de personas, transporte de documentos y generación de residuos sólidos. Para calcular las emisiones provenientes del consumo de energía de la red y de agua potable en domicilios del equipo de trabajo, se aplicaron encuestas en línea. Por otro lado, las emisiones de GEI asociadas a la generación de residuos sólidos se basaron en indicadores de cantidad de residuos por día por habitante proporcionados por el Ministerio del Ambiente.

La cantidad total de emisiones durante el 2020 fue de 2.87 ton de CO2 equivalente. Los gases incluidos en los cálculos fueron dióxido de carbono CO2 y metano CH4, este último está relacionado a la generación de residuos sólidos. La Tabla 8.3 muestra los resultados de las mediciones realizadas por tipo de alcance. Las emisiones de alcance 2 representan el 15.7%, mientras que las emisiones del alcance 3 el 84.3% restante. La principal fuente de emisiones fue la generación de residuos sólidos que representó el 47.4% de la totalidad, seguidas por emisiones asociadas a la movilidad local, las cuales constituyen el 34.5%. Ver Gráfico 7: Porcentaje de Emisiones por tipo de fuente.

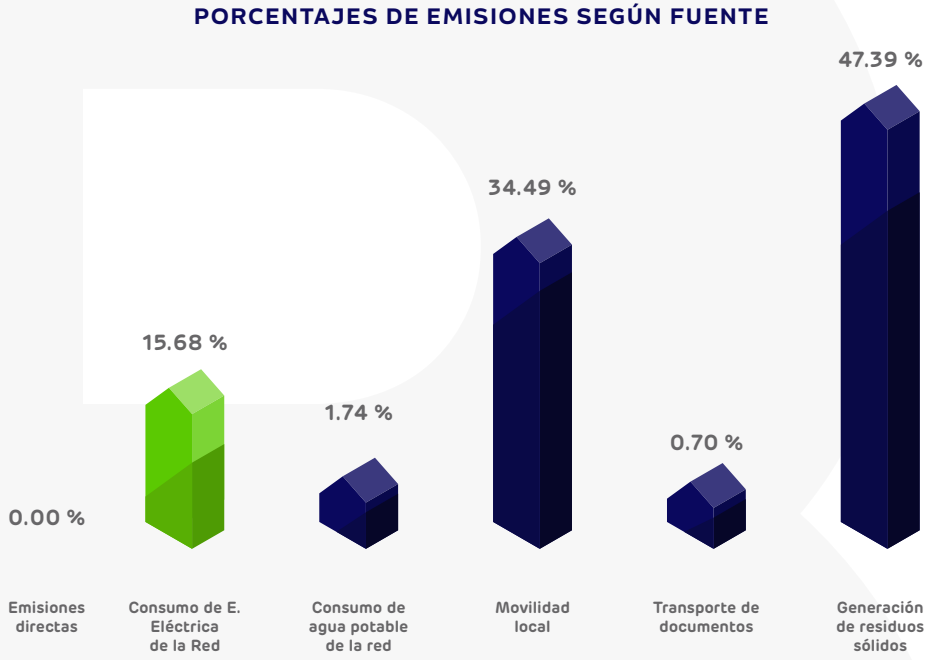
Tabla 8.3: Resultados de la medición de Emisiones por alcance de BIGMOND en 2020

Alcance	Emisiones de GEI (tCO_2e)
Alcance 1	-
Alcance 2	**0.45**
Consumo de Energía Eléctrica de la Red	0.45
Alcance 3	**2.42**
Consumo de agua potable de la red	0.05
Movilidad local	0.99
Transporte de documentos	0.02
Generación de residuos sólidos	1.36
Total	**2.87**

Fuente: Informe final de Huella de Carbono Corporativa de Bigmond, elaborada por A2G.

4 Siglas en inglés del Departamento de Medio Ambiente, Alimentación y Asuntos Rurales del Reino Unido.

Gráfico 7: Porcentaje de Emisiones por tipo de fuente



Con respecto a los resultados obtenidos durante la medición de nuestra huella de carbono en el 2017, hubo una reducción considerable de 87.7%. La Tabla 8.4: Comparación de emisiones de GEI en toneladas de CO_2e presenta la evolución de resultados en cada medición.

Tabla 8.4: Comparación de emisiones de GEI en toneladas de CO2e

Alcance	2017	2020	Diferencia
Alcance 1 Alcance 2 Alcance 3	- 0.65 22.64	- 0.45 2.42	- 0.20 - 20.22
Total de Emisiones	**23.29**	**2.87**	**- 20.42**

EL CONTEXTO DE LA PANDEMIA ORIGINADA POR EL CORONAVIRUS SARS-COV2, DETERMINÓ EL CAMBIO DE TRABAJO EN OFICINA POR REMOTO, DISMINUYENDO CASI LA TOTALIDAD DE EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO GENERADAS POR EL DESPLAZAMIENTO DEL PERSONAL DESDE SUS DOMICILIOS HACIA LAS OFICINAS Y VICEVERSA.

Además, la energía consumida por la realización de actividades remotas consideró en el 2020 el uso de computadoras portátiles e iluminación, mientras que en el 2017 el desarrollo de funciones en oficina trajo consigo un mayor consumo al hacer uso de equipos adicionales como pantallas, proyectores, impresoras, dispensadores de agua, entre otros.

- Compensación de Emisiones

Una vez determinada la emisión de GEI generados por nuestras actividades, decidimos compensar nuestra huella a través de la inversión en créditos de carbono, equivalentes a 3 toneladas métricas de CO_2e, para apoyar al proyecto Nii Kaniti "Gestión forestal comunitaria con comunidades indígenas" **(https://ecosphere.plus/nii-kaniti).**

09

(GRI 102-55)

ÍNDICE DE ESTÁNDARES GRI

Tabla 9.1: Índice de Estándares GRI

Estándar GRI	Contenido	N° de página
Contenidos Generales		
Perfil de la Organización	102-1: Nombre de la organización 102-2: Actividades, marcas, productos y servicios 102-3: Ubicación de la Sede 102-6: Mercados Servidos 102-8: Información sobre personal interno y otros colaboradores 102-12: Iniciativas externas	5,16 16 57 16 28 16
Estrategia	102-14: Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	5
Ética e Integridad	102-16: Valores, principios, estándares y normas de conducta	5,16
Gobernanza	102-36: Proceso para determinar la remuneración	32
Prácticas para la elaboración de informes	102-46: Definición de los contenidos de los informes y coberturas del tema 102-47: Lista de temas materiales 102-50: Periodo objeto del informe 102-53: Punto de contacto para preguntas sobre el informe 102-54: Declaración de la elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI 102-55: Índice de contenidos GRI	10 10 10 57 10 52
Desempeño Económico		
GRI 103: Contenido sobre el enfoque de Gestión	103-1: Explicación del tema material y su cobertura 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes 103-3: Evaluación del enfoque de gestión	25
GRI 201: Desempeño económico	201-1: Valor económico directo generado y distribuido 201-4: Asistencia Financiera Recibida del Gobierno	25
Presencia en el Mercado		
GRI 103: Contenido sobre el enfoque de Gestión	103-1: Explicación del tema material y su cobertura 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes 103-3: Evaluación del enfoque de gestión	32

GRI 202: Presencia en el mercado	202-1: Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	32
Energía		
GRI 103: Contenido sobre el enfoque de Gestión	103-1: Explicación del tema material y su cobertura 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes 103-3: Evaluación del enfoque de gestión	48
GRI 302: Energía	303-1 Consumo de energía dentro de la organización	49
Emisiones		
GRI 103: Contenido sobre el enfoque de Gestión	103-1: Explicación del tema material y su cobertura 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes 103-3: Evaluación del enfoque de gestión	50
GRI 305: Emisiones	305-2 Emisiones indirectas de GEI Alcance 2 305-3 Emisiones indirectas de GEI Alcance 3 305-5 Reducción de las emisiones de GEI	50 50 50
Formación y Enseñanza		
GRI 103: Contenido sobre el enfoque de Gestión	103-1: Explicación del tema material y su cobertura 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes 103-3: Evaluación del enfoque de gestión	29
GRI 401: Formación y enseñanza	401-1: Media de horas de formación al año por colaborador	29
Diversidad e Igualdad de Oportunidades		
GRI 103: Contenido sobre el enfoque de Gestión	103-1: Explicación del tema material y su cobertura 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes 103-3: Evaluación del enfoque de gestión	32 - 35
GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades	403-1: Diversidad en órganos de gobierno y personal interno 403-2: Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	32 32
Comunidades Locales		

GRI 103: Contenido sobre el enfoque de Gestión	103-1: Explicación del tema material y su cobertura 103-2: El enfoque de gestión y sus componentes 103-3: Evaluación del enfoque de gestión	46 - 48
GRI 413: Comunidades Locales	413-1: Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo.	46

Contenidos propios de Bigmond - No GRI

Bigmond 1	Cuidado del Propósito Superior	16
Bigmond 2	Integración de las expectativas de los agentes implicados en la gestión	16
Bigmond 3	Impulso del liderazgo consciente	16
Bigmond 4	Fortalecimiento de la cultura consciente	16, 29
Bigmond 5	Beneficios	32
Bigmond 6	Tiempo de pago	36
Bigmond 7	Comunicación transparente	36
Bigmond 8	Cumplimientos de alianzas y convenios	47
Bigmond 9	Servicio de calidad	39
Bigmond 10	Cumplimiento de tiempo	39
Bigmond 11	Atención al cliente	39
Bigmond 12	Atención al postulante	44
Bigmond 13	Retroalimentación al postulante	44
Bigmond 14	Equidad de género en servicios	42

"Los líderes deben crear un mundo en el que todos importan y en el que todos ganan"

- Raj Sisodia -

(102-1) (102-3) (102-53)

BIGMOND S.A.C. DE BENEFICIO E INTERES COLECTIVO

Este informe se ha elaborado de conformidad con la opción Esencial de los Estándares GRI[5].
Invitamos a nuestros grupos de interés a compartir sus opiniones, consultas y/o sugerencias referentes al Reporte de Sostenibilidad 2020:

Dirección: Avenida El Derby 254, Oficina 402, Santiago de Surco.
Lima – Perú
Correo electrónico: info@**bigmond.com**

Con la asesoría de CTC Consultores: informes@ctc.la
Diseño: Krenova.xyz

5 *Global Reporting Iniciative (GRI)* es una organización internacional e independiente cuya misión es promover una estandarización en las prácticas de elaboración de reportes de sostenibilidad.

BIGMOND™
GROUP