



La Manera Creative[®]

Creative Associates International
CÓDIGO DE ÉTICA Y CONDUCTA EMPRESARIAL



“

Si quieres ir rápido,

ve solo;

Si quieres ir lejos,
ve acompañado.





Índice



6

Misión, Visión y Valores



8

Mensaje del Presidente
y Director General
Leland Krivant



10

Haciendo Lo Que
Es Correcto
La Manera Creative



12

Alrededor del Mundo y en
Nuestro Propio Patio Trasero

1. Responsabilidades de Todos
2. Responsabilidades Adicionales para Líderes/Gerentes
3. Tomar Decisiones Éticas de la Manera Creative
4. Responsabilidades de los Proveedores y Otros Socios Comerciales

Acerca de Creative Associates International

Nuestros expertos se centran en la construcción de sistemas educativos inclusivos, la transición de las comunidades del conflicto a la paz, la promoción del crecimiento económico sostenible, la participación de los jóvenes, la promoción de elecciones transparentes y mucho más. Desde nuestra fundación en 1977 por cuatro mujeres emprendedoras, Creative ha sido una organización orientada a la misión, asumiendo proyectos en más de 85 países. Hoy en día, contamos con 1.000 profesionales en todo el mundo que están comprometidos a trabajar junto con las comunidades, las instituciones, el sector privado y las organizaciones no gubernamentales para ayudar a las personas a lograr el cambio positivo que buscan.

14

Respetando el Código

- 1. Buscando Orientación y Hablando Claro
- 2. Reportando una Pregunta o Preocupación - Hablar Claro
- 3. Departamento de Ética y Cumplimiento
- 4. Cero Tolerancia para la Represalia
- 5. Investigaciones Internas
- 6. Investigaciones del Gobierno
- 7. Acción Disciplinaria/Correctiva
- 8. Exenciones al Código



16

El Proceso de Información e Investigación

18

Expectativas de Comportamiento de los Empleados



20

La Manera Creative para NUESTRA GENTE

- 1. Valorar la Diversidad y la Inclusión
- 2. Prevenir el Acoso y la Discriminación
- 3. Fomentar un Lugar de Trabajo Seguro y Saludable
- 4. Proteger la Información Personal
- 5. Utilizar las Redes Sociales Responsablemente
- 6. Evitar Conflictos de Intereses:
 - A Gentilezas de Negocios, Regalos y Entretenimiento
 - B Empleo Externo y Actividades Relacionadas



30

La Manera Creative para NUESTROS USUARIOS Y CLIENTES

- 1. Crear Mantener Registros y Cuentas Precisos
- 2. Salvaguardar la Reputación y Otros Activos de la Compañía
- 3. Responder a las preguntas del Gobierno de los Estados Unidos, de los Gobiernos Extranjeros y de los Medios de Comunicación

36

La Manera Creative para NUESTRO MERCADO GLOBAL

- 1. Dirigir Negocios Globalmente
- 2. Prevenir el Soborno y la Corrupción
- 3. Trata de Personas
- 4. Protección de Niños y Explotación Sexual
- 5. Prevenir el Despilfarro, el Fraude y el Abuso
- 6. Competencia Justa
- 7. Abastecimiento Responsable y Protección de los Derechos Humanos

46

La Manera Creative para NUESTRAS COMUNIDADES

- 1. Proteger el Medio Ambiente
- 2. Contribuir a Nuestras Comunidades



Nuestra Misión

Apoyar a
personas
alrededor del
mundo para que
se den cuenta del
cambio positivo
que buscan.

Nuestros Valores

- Respeto por el Otro
- Comunicación Franca, Clara y Directa
- Trabajo en Equipo
- Enfoque al Cliente
- Excelencia Técnica

Nuestra Visión

Creative imagina vecindarios, comunidades y regiones estables que puedan desarrollar instituciones efectivas para proveer a su gente, permitiéndoles superar la adversidad y llevar una vida pacífica y satisfactoria.



Mensaje del Presidente y Director General



Leland Kruvant

Los pilares fundamentales de nuestra empresa se encuentran en nuestra misión, visión y valores, que han definido quiénes somos desde nuestros inicios hace más de 40 años. Ayudan a dar forma a nuestras decisiones, proporcionan una hoja de ruta para la forma en que interactuamos unos con otros y destacan lo que consideramos ser lo más importante. En pocas palabras, son la lente a través de la cual vemos el mundo y nuestra posición única como empresa para mejorarlo.

Creative trabaja para asegurar que todos los empleados, independientemente de su geografía y cultura, tengan las herramientas y recursos que necesitan para mantener los más altos estándares de cumplimiento ético. La Manera Creative, El Código de Ética y Conducta Empresarial de Creative Associates International sirve como guía para los empleados con respecto a las preguntas correctas a formular, los expertos idóneos a consultar y la manera apropiada de tomar decisiones éticas en los negocios. El Código contiene información útil que todos nosotros, como empleados, debemos conocer y seguir.

Desde nuestro primer proyecto, hemos construido colectivamente sobre la base de nuestra reputación con clientes, gobiernos, comunidades y beneficiarios en la comunidad de desarrollo como un socio de confianza.

Es el resultado de mucho trabajo, vigilancia y dedicación por parte de todos nuestros colegas. La confianza es uno de nuestros activos más valiosos, pero también uno de los más frágiles.

A través de una noticia o evento, un incidente, una mala decisión o un comentario descuidado, la confianza que tanto hemos trabajado para ganar puede perderse.

Es por eso que la forma en que llevamos a cabo nuestro negocio es tan importante como los servicios que prestamos. En otras palabras, cómo llevamos a cabo nuestro trabajo es tan importante como lo que hacemos. Nuestro Código nos proporciona la información y los recursos que necesitamos para operar nuestro negocio de manera responsable, para tomar decisiones éticas basadas en valores y para mantener la confianza.

El Código de Ética y Conducta Empresarial de Creative refleja nuestra continua y absoluta determinación de hacer lo correcto en todo lo que realizamos. Lee nuestro Código y úsalo para guiar tus acciones diarias. Diga lo que piensa si tiene alguna pregunta o inquietud, y busque orientación en cualquier momento en que no esté seguro de cómo hacer lo correcto.



Leland Kruvant
President & CEO
Creative Associates International



Introducción: Hacer lo Que es Correcto *La Manera Creative*



El Comienzo: Cuatro Mujeres, Una Visión

En 1977, en el sótano de una casa en Washington, DC, cuatro mujeres con diversos antecedentes culturales y una sola pasión por la excelencia educativa y la oportunidad, fundaron la empresa que se convertiría en Creative Associates International. Charito Kruvant fue un pionera en la educación bilingüe que había trabajado con Head Start en vecindarios minoritarios en Nueva Jersey. Mimi Tse, originalmente formada como química, estaba fascinada por la psicología infantil y el desarrollo de la mente joven. Diane Dodge era una especialista de la temprana

infancia, y Cheryl Jones era una consumada practicante de la educación.

Las cuatro colaboraron en un proyecto de desarrollo infantil temprano que se enfocó en programas de educación y desarrollo humano en los Estados Unidos. Con el tiempo, su enfoque nacional se extendió a la promoción del desarrollo educativo internacional y el apoyo a las comunidades en transición. Su espíritu emprendedor ayudó a construir la reputación de Creative por su innovación, iniciativa y flexibilidad. Hoy en día, un grupo diverso de profesionales experimentados dirige Creative.

Hemos realizado proyectos en más de 85 países y tenemos programas activos en más de 30 países. El portafolio de la compañía ha crecido considerablemente y ahora incluye la educación, el crecimiento económico, la estabilización de las comunidades, la mejora del buen gobierno, la promoción de elecciones transparentes y mucho más, todo ello con el objetivo de mejorar las vidas de millones de personas en todo el mundo.

Los valores fundamentales que motivaron a la empresa hace tantos años siguen impregnando todo lo que hace Creative: Respeto por el Otro; Comunicación Franca, Clara y Directa; Trabajo en Equipo; Enfoque al Cliente; y Excelencia Técnica. Nuestros valores son fundamentales y constituyen el tejido de la empresa. Ellos guían la forma en que trabajamos con nuestros socios comerciales, dentro de nuestras comunidades y unos con otros. A través de la integridad, la responsabilidad, la pasión, la humildad, la sencillez y el enfoque en el éxito, hemos creado una vibrante cultura de desempeño ético. Es cómo hacemos lo que es correcto, la manera Creative, para hacer del mundo un lugar mejor.

El Código de Ética y Conducta Empresarial contiene mucha información importante, así como recursos que nos ayudan a llevar a cabo nuestro negocio legal, ético y responsablemente, y de acuerdo con nuestros valores. Es ameno, fácil de usar y relevante para nuestras tareas diarias. Familiarícese con el Código y utilícelo con frecuencia. Los temas están organizados en cuatro secciones principales y representan a nuestros principales grupos de interés, es decir, a aquellos grupos de personas que tienen una participación o se ven afectados de alguna otra manera por la forma en que dirigimos nuestro negocio.

Navegando por el Código

Los temas están agrupados en **cuatro categorías**:



Cada tema del Código está dividido en **tres secciones**:



Hacer lo Que es Correcto

El enfoque de Creative para llevar a cabo negocios, estableciendo la expectativa de cómo nos conducimos a nosotros mismos.



Qué Significa Esto

Cómo actuamos para cumplir o superar nuestras expectativas y las que los demás tienen de nosotros.



Por Qué Importa Esto

La importancia de seguir las normas pertinentes para proteger la reputación de Creative, evitar riesgos no deseados y contribuir a la sostenibilidad de la empresa a largo plazo.



Alrededor del Mundo y en Nuestro Propio Patio Trasero

Nuestra reputación y éxito dependen de las decisiones y acciones de nuestra gente en todo el mundo. Estamos comprometidos a garantizar que cada acción que tomamos respeta los valores de Creative y cumple plenamente con la ley y nuestro Código.

Responsabilidad de Todos

Como empleados, tenemos una responsabilidad compartida, individual y colectivamente, por la forma en que Creative lleva a cabo sus negocios y el impacto que tenemos en el Mundo. Nuestro Código refleja quiénes somos y qué es importante para nosotros. Proporciona una visión general de las leyes, reglamentos y políticas de la empresa que se aplican a nosotros y al trabajo que realizamos, pero hace más que eso: construye sobre la base de nuestros valores compartidos.

Es por eso que contamos con que cada empleado siga nuestro Código y tome decisiones que preserven la confianza que otros han depositado en nosotros. Esperamos lo mismo de nuestros socios comerciales, consultores, subcontratistas y cualquier otra persona que actúe en nombre de la empresa.

Responsabilidades Adicionales para Líderes/Gerentes

Si bien todos los empleados de Creative deben actuar con integridad, mostrar respeto y fomentar la confianza mutua, los líderes y gerentes tienen responsabilidades especiales conforme a nuestro Código. Si usted dirige o supervisa a otros, Creative requiere que demuestre liderazgo ético y establezca el tono correcto al:

- Fomentar un ambiente de trabajo positivo en el que sólo sean aceptables los comportamientos legales, éticos y apropiados
- Liderar con el ejemplo y modelar comportamientos apropiados que sean consistentes con los valores de Creative
- Comunicar regularmente la importancia de las prácticas empresariales éticamente sólidas y discutir las implicaciones éticas y legales de las decisiones empresariales
- Crear un ambiente de apoyo en el que los empleados se sientan cómodos para plantear preguntas e inquietudes, y responder a éstas de manera apropiada y oportunamente



- Proporcionar recursos adecuados de formación y desarrollo que permitan a los empleados desempeñar sus funciones de forma adecuada y hacer crecer sus carreras
- Identificar y mitigar los riesgos empresariales relacionados con la ética, el cumplimiento y otras operaciones
- Utilizar nuestro proceso de revisión de desempeño para evaluar a los empleados sobre qué objetivos de negocio logran y cómo los consiguen

Tomar Decisiones Éticas de la Manera Creative

Toda decisión empresarial tiene un componente ético inherente. Es importante tener en cuenta a todas las partes interesadas y tomar decisiones coherentes con la misión, visión y valores de Creative. Utilice como guía el modelo de toma de decisiones que aparece a continuación.

Responsabilidades de los Proveedores y Otros Socios Comerciales

Creemos en hacer negocios con socios comerciales que comparten nuestros valores y enfoque para hacer negocios. Esperamos que estos socios comerciales revisen, comprendan y actúen de forma coherente con las normas establecidas en el Código de Conducta para Proveedores Globales de Creative.





Respetando el Código



Buscando Orientación y Hablando Claro

En Creative, nos esforzamos por mantener una cultura en la que nuestras preguntas e inquietudes sean reconocidas y consideradas. Esto nos da la libertad de estar al máximo, extender la confianza, demostrar liderazgo ético y perseguir nuestra Misión y Visión. Si tiene alguna pregunta o inquietud sobre el Código, existen numerosos recursos disponibles para usted.

¡Hablar Claro!

Reportar una Pregunta o Preocupación

Se anima y aconseja a todos los empleados de Creative a utilizar los numerosos canales disponibles para informar de una pregunta o inquietud:

1

Hable a su:
Gerente/Supervisor/Jefe de Grupo

2

Envíe un informe electrónico:
www.creativeassociatesinternational.com/directline

3

Llame gratis:
1 (877) 750-2732 o 1 (202) 772-2137

4

Envíe un correo electrónico a:
Hotline@CreativeDC.com



Departamento de Ética y Cumplimiento

El Departamento de Ética y Cumplimiento es un recurso para:

- Proporcionar orientación y aclarar cómo aplicar este Código o una política de la empresa a nuestras actividades comerciales
- Proporcionar asistencia en materia de ética y cumplimiento, asesoramiento, sensibilización y capacitación
- Moldear la cultura de la empresa y mitigar el riesgo ético

Cero Tolerancia para la Represalia

Como empresa, sabemos que se necesita valor para dar un paso al frente y compartir sus preocupaciones. Apoyamos la comunicación honesta y abierta y animamos a nuestros empleados a hacer preguntas e informar sobre sus inquietudes. No tomaremos represalias contra ninguna persona que, de buena fe, revele cualquier violación real o presunta o participe en una investigación ética de Creative. Las represalias resultarán en medidas disciplinarias que pueden llegar hasta el despido.

Acción Disciplinaria/Correctiva

Se requiere que todos los empleados cumplan con este Código y este cumplimiento es una condición de empleo. El incumplimiento del Código, de las políticas de la empresa y de las leyes aplicables puede dar lugar a medidas disciplinarias o correctivas, hasta e incluso a la terminación del empleo.

Exenciones al Código

En raras circunstancias, reconocemos que una aplicación estricta del Código puede resultar en una dificultad o riesgo significativo. En estos casos excepcionales, una exención del Código puede ser solicitada con el propósito de mitigar la dificultad. Cualquier renuncia a este Código debe ser aprobada por el Departamento Jurídico.



El Proceso de Información e Investigación

Como parte de la cultura basada en valores de Creative, es importante que los empleados tengan la capacidad de plantear preguntas e inquietudes, sin temor a represalias, y tengan la confianza de saber que sus inquietudes se toman en serio y, cuando sean justificadas, investigadas íntegramente.



Informes Denuncias

- La política de Creative es que las denuncias se notifiquen a través de los canales de información de la empresa:
1 Hable con su Gerente/Supervisor/Jefe de Grupo; **2** Envíe un informe electrónico a www.CreativeAssociatesInternational.com/directline; **3** Llame sin cargo: +1 (877) 750-2732 o +1 (202) 772-2137; **4** Envíe un correo electrónico a Hotli-ne@CreativeDC.com
- El Departamento de Seguridad, con la asistencia de otras organizaciones funcionales, administra la recepción, examen, investigación y resolución adecuada de todas las denuncias
- Se espera que todo el personal de Creative se atenga a la orientación del Departamento de Seguridad y apoye sus esfuerzos al tramitar las denuncias
- Los proyectos y las divisiones no tienen autoridad para investigar independientemente las denuncias, sino que deben hacerlo bajo la dirección de los Departamentos de Seguridad o de Asuntos Jurídicos para las investigaciones confidenciales
- Al reportar una denuncia, es importante ser lo más específico posible y proporcionar detalles sobre la misma

Proceso de Investigación y Protocolo

- Cuando una denuncia es recibida, el Departamento de Seguridad la revisará y determinará si hay algún conflicto de intereses que involucre a alguien que esté revisando las denuncias
- Según sea necesario, Seguridad involucrará personal Legal, de Recursos Humanos y del Programa para ayudar en la investigación de la denuncia para determinar su credibilidad y exactitud, mientras protege el anonimato del acusador
- Investigamos los informes de violaciones del Código reales o presuntas con prontitud, imparcialidad y de acuerdo con nuestras obligaciones legales
- Todos los empleados están obligados a cooperar plenamente en cualquier investigación y se les pide que mantengan confidenciales sus conocimientos y su participación en dicha investigación para ayudar a salvaguardar la integridad de la fuente informante
- Al llevar a cabo investigaciones, buscamos resultados justos y bien razonados que equilibren nuestros intereses en la identificación y el tratamiento de las faltas de conducta, preservando al mismo tiempo la dignidad de aquellos involucrados

Confidencialidad y Represalias

- El Departamento de Seguridad se asegurará de que la identidad de la persona que presenta las denuncias es tratada confidencialmente en la mayor medida posible
- No es aceptable hacer reclamaciones maliciosas y falsas contra nadie por ningún motivo
- Creative no tolera ninguna forma de represalia o victimización contra las personas que reportan denuncias



Investigaciones e Informes de Gobierno

- Aunque es poco probable que ocurra, debemos saber cómo responder apropiadamente a un gobierno o agencia reguladora que solicite información, investigación o cuando reporte acusaciones
- En tales circunstancias, debemos cooperar legalmente y cualquier información que proporcionemos debe ser veraz y exacta.
- Para asegurarnos de que actuamos de forma adecuada y a la vez protegemos los intereses de la empresa, es importante remitir la consulta al departamento de Seguridad y Asuntos Legales





Expectativas de Comportamiento de los Empleados

En Creative, somos una empresa de la gente. Construida sobre la base de relaciones y un fuerte compromiso con los valores, apoyamos a personas de todo el mundo para que se den cuenta del cambio positivo que buscan. En esta misión, los altos estándares éticos y el desempeño sobresaliente van de la mano, ***Cómo hacemos*** algo es tan importante como ***lo que hacemos***. Para ello, estas son nuestras expectativas para los empleados de Creative:

1 Hacer lo correcto – *Siempre*

2

Responsabilizarse unos a otros por vivir los valores Creative y cumplir con estas expectativas de comportamiento

3

Tratarse unos a otros con respeto y justicia

4

Valorar la diversidad de pensamientos, experiencias y opiniones

5

Escuchar activamente y comunicarse con receptividad, honestidad, respeto y claridad

6

Abordar los conflictos de manera cuidadosa y constructiva, sin ataques personales ni enojo

7

Fomentar un entorno de inclusión, confianza y empoderamiento

8

Colaborar entre sí como socios de negocios

9

Reconocer las contribuciones de los demás

10

Nos comprometemos con el éxito de nuestros equipos y nos retamos a alcanzar los más altos niveles de rendimiento

The Creative Way *para...*





Nuestra Gente

La visión de Creative de apoyar a las personas y crear un cambio positivo en todo el mundo comienza con el fomento de un lugar de trabajo donde las personas sean realmente apreciadas. Todos los empleados tienen derecho a ser tratados con justicia y respeto, e invitamos a la conversación para crear el mejor resultado posible para todos los involucrados. Juntos, podemos abrir un futuro aún más brillante para nuestra empresa, nosotros mismos y los ciudadanos globales a los que servimos.

1 Valorar la Diversidad y la Inclusión

Hacer lo Que es Correcto

Creemos en el poder de las personas y respetamos a los individuos de todos los orígenes, capacidades y opiniones. Valoramos las contribuciones de los demás y creemos que todos deben tener las mismas oportunidades para triunfar. Fomentamos un ambiente inclusivo que promueve la expresión individual, creatividad, innovación y el logro.

Qué Significa Esto

Tratamos los unos a los otros con dignidad y respeto y fomentamos una atmósfera de comunicación abierta y sincera:

- Contratamos, retenemos y promovemos en base a las calificaciones, habilidades demostradas, logros y otros méritos
- No discriminamos
- Esperamos que nuestros socios comerciales, consultores y subcontratistas actúen de una manera que sea consistente con nuestros estándares de trato justo e igualdad de oportunidades
- Cumplimos con todas las leyes laborales y de empleo aplicables

Por Qué Importa Esto

Creemos que la diversidad, de personas e ideas, inspira la innovación y mejora nuestra ventaja competitiva en el mercado global. Estamos comprometidos a tratar a los empleados y solicitantes de empleo de manera justa y tratamos de desarrollar y retener una fuerza laboral diversa. Valoramos a personas de diversos orígenes, experiencias, enfoques e ideas y promovemos este punto de vista con aquellos con los que hacemos negocios.

“*Creemos que la diversidad – de personas e ideas – inspira la innovación y mejora nuestra ventaja competitiva en el mercado global.*”

¿Qué Harías Tú?

HIPÓTESIS:

Aisha es una musulmana paquistaní que recientemente se unió a la compañía y está trabajando con otros ejecutores de USAID en un espacio de oficina compartido en apoyo de un proyecto de Creative. Lleva un pañuelo en la cabeza, cubriéndose la cabeza y el cuello, de acuerdo con sus creencias religiosas. La encargada de la ejecución introdujo un nuevo código de vestimenta, lo que dio lugar a que su gerente le dijera que no podía llevar el pañuelo en el trabajo debido a problemas de salud y seguridad. Aisha se rehusó a hacerlo. Ella fue suspendida y entonces más tarde despedida.

¿Cómo podría haberse manejado esta situación de manera diferente?

RESPUESTA:

Si la nueva política no consideró las creencias religiosas y los códigos de vestimenta correspondientes, entonces debería ser reescrita para ser más inclusiva. Aisha nunca debería haber sido puesta en una posición para elegir entre sus creencias religiosas y su trabajo.

2 Prevenir el Acoso y La Discriminación

Hacer lo Que es Correcto

Estamos comprometidos a mantener un ambiente de trabajo en el que nuestra gente sea tratada con dignidad y respeto y que esté libre de acoso y discriminación.

Qué Significa Esto

- Nos comportamos apropiadamente en todas nuestras relaciones con los demás
- No toleramos ninguna forma de abuso o acoso de colegas, socios comerciales o cualquier otra persona con la que tengamos tratos comerciales
- Tenemos tolerancia cero para la conducta verbal o física no deseada o bromas degradantes y despreciativas relacionadas con la raza, el color, la edad, el género, la orientación sexual y otras categorías protegidas por las leyes que se aplican a nosotros
- Somos conscientes de cómo nuestras acciones y comentarios pueden ser percibidos o malinterpretados por otros
- Informamos de casos de acoso o discriminación

Por Qué Importa Esto

Creemos que cada empleado debe ser tratado con respeto, sin importar su raza, color, etnia, origen nacional, religión, edad, discapacidad, condición médica, condición de veterano, estado civil, género, orientación sexual, identidad de género o expresión de género. Un ambiente de trabajo libre de acoso y discriminación nos permite crecer y prosperar juntos.

¿Qué Harías Tú?

HIPÓTESIS:

Kumar apoya un programa de educación en América Central dotado de un equipo multicultural de expatriados estadounidenses y ciudadanos locales. Dos miembros del equipo que son gerentes han desacreditado abiertamente las prácticas religiosas de otros, a menudo en un foro abierto para que todos puedan ver y oír.

¿Cuál es la mejor manera de abordar esta situación?

RESPUESTA:

Este tipo de comportamiento es claramente acoso y no debe ser tolerado. Se debe notificar a RRHH y tomar un papel activo en el tratamiento de este asunto para asegurar que no vuelva a ocurrir. Los líderes en cuestión deben ser mantenidos al mismo nivel que todos los empleados, y esta situación justifica la acción correctiva y la disciplina. Todo empleado tiene derecho a ser tratado con dignidad y respeto.

3

Promover un Lugar de Trabajo Seguro y Saludable

Hacer lo Que es Correcto

Estamos comprometidos a mantener un lugar de trabajo seguro y saludable para nuestros colegas, socios comerciales y visitantes, así como para las personas de las comunidades y países en los que operamos.



Qué Significa Esto

Fomentamos una cultura activa de salud y seguridad por medio de:

- Siempre respetando las leyes locales o nacionales
- Tomar decisiones responsables y no participar en o requerir actos innecesarios o inseguros en el trabajo
- Conocer y cumplir con las leyes de salud y seguridad ocupacional aplicables y las políticas de la compañía relacionadas
- Cuidarse unos a otros y ayudar a los demás a evitar condiciones o comportamientos inseguros
- Informar rápidamente cualquier condición o comportamiento insalubre o inseguro, especialmente peligros en el lugar de trabajo, equipos rotos o faltantes, lesiones o comportamiento amenazante o violento
- Saber qué hacer en caso de emergencia y cooperar durante los simulacros de emergencia; y
- Nunca traer drogas ilegales u otras sustancias controladas a la propiedad de la compañía o estar bajo su influencia mientras trabaja

Por Qué Importa Esto

Todos compartimos la responsabilidad de hacer de la salud y la seguridad una prioridad diaria. Cada uno de nosotros es responsable de observar las normas y prácticas de salud y seguridad que se aplican a nuestro trabajo y de tomar las precauciones necesarias para protegernos a nosotros mismos, a nuestros colegas y a nuestros visitantes. Nuestra salud y seguridad exige que cada uno de nosotros se presente a trabajar libre de cualquier sustancia, incluyendo el alcohol y las drogas, que pueda impedirnos hacer nuestro trabajo adecuadamente o que pueda crear una situación peligrosa.

¿Qué Harías Tú?

HIPÓTESIS:

Mientras viajaba en un vehículo de USAID entre sitios en la zona rural de Honduras, Constance notó lo que parecía ser algún tipo de fuga proveniente de la parte inferior del auto. El olor a gas era frecuente, pero ella no dijo nada porque no sabía qué estaba causando el problema.

¿Qué podría haber hecho ella de otra manera?

RESPUESTA:

Constance debería haber expresado sus preocupaciones, ya que podría haber un peligro para la seguridad que habría podido lastimar gravemente a muchas personas. Mejor estar a salvo que lamentarlo.

4 Proteger la Información Personal

Hacer lo Que es Correcto

Protegemos la privacidad y confidencialidad de nuestros colegas, socios y clientes. La información personal, médica, familiar y financiera no se divulga a nadie, ni interna ni externamente, excepto cuando existe una necesidad comercial de dicha información y estamos legalmente autorizados o exigidos a divulgarla.

Qué Significa Esto

Ayudamos a proteger la información personal de nuestros colegas, socios y clientes de las siguientes maneras:

- Cumplimos todas las leyes de privacidad aplicables y las políticas de privacidad de la empresa
- Recopilamos, utilizamos y procesamos datos personales sólo para fines comerciales legítimos
- Protegemos la privacidad y seguridad de la información que se nos confía
- Nunca compartamos información personal con nadie, ni dentro ni fuera de Creative, que no tenga una necesidad empresarial de conocerla

Por Qué Importa Esto

Para llevar a cabo nuestro negocio, cumplir con los requisitos legales y administrar los beneficios, es necesario que Creative recopile, almacene, utilice y comparta la información personal de sus colegas. Toda la información relacionada con los candidatos a ser contratados y el historial de trabajo o empleo de cualquier colega actual o anterior es confidencial, y utilizamos esa información sólo para fines comerciales pertinentes y adecuados.

“Con cada decisión que tomamos en Creative, es importante tomar decisiones empresariales basadas en un sólido criterio coherente con nuestros valores de larga data.”

¿Qué Harías Tú?

HIPÓTESIS:

Ali es un profesional de RRHH que apoya varios proyectos en Sudamérica. Como parte de sus responsabilidades laborales, tiene conocimiento de una amplia gama de información personal de los empleados, y se toma muy en serio la privacidad de la información. Recientemente, un compañero de trabajo le estaba ayudando en un proyecto y utilizando algunos de estos datos. Poco después, varios empleados se quejaron de que estaban recibiendo solicitudes y llamadas telefónicas de productos y servicios fuera de la empresa.

¿Podría haber una conexión aquí, y qué debería hacer Ali?

RESPUESTA:

Aunque esto podría ser sólo una coincidencia, justifica más investigación. Ali debería plantear la preocupación a través de los mecanismos de información de Creative, ya que podría haber habido una filtración de datos. El asunto puede entonces ser investigado apropiadamente y juzgado en consecuencia.

5

Utilizar las Redes Sociales Responsablemente

Hacer lo Que es Correcto

Hemos compartido la identidad como empleados de Creative, pero también somos individuos con nuestros propios pensamientos, opiniones e intereses.

Qué Significa Esto

Debemos interactuar con las redes sociales responsablemente, de acuerdo con las siguientes reglas:

- Cumplir con nuestra política de redes sociales
- Distinguir claramente entre las comunicaciones comerciales autorizadas y las comunicaciones personales en las redes sociales
- Adherirse a los valores de Creative en todas las comunicaciones comerciales autorizadas en las redes sociales
- Asegurar que nuestro tiempo y esfuerzo invertidos en las redes sociales no interfieran con nuestros compromisos de trabajo
- Nunca revele nuestra información confidencial, propietaria o privilegiada en las redes sociales
- Sólo el personal autorizado puede hablar en nombre de la empresa en las redes sociales
- Abstenerse de publicar información que pueda considerarse contraria a los valores de Creative, discriminatoria, acosadora u obscena, porque somos responsables de lo que publicamos en línea

Por Qué Importa Esto

Lo que decimos, email, blog, post o tweet puede llegar a millones de personas en segundos. Todo lo que decimos y hacemos afecta a nuestra reputación, y este poder conlleva una responsabilidad adicional. Incluso cuando encontramos nuevas formas de comunicarnos con los demás, reconocemos la creciente importancia de las redes sociales y creemos que pueden ser un gran vehículo para comunicar nuestra pasión y conocimiento. Fuera del trabajo, muchos de nosotros hacemos blogs, contribuimos a paneles de mensajes y publicamos en redes sociales. En estos intereses personales, todos tenemos la responsabilidad de no divulgar información confidencial y privada de la compañía sin autorización.

¿Qué Harías Tú?

HIPÓTESIS:

Misha recibió recientemente su maestría en relaciones internacionales y se entusiasmó al unirse a Creative como nueva asociada en la división de Comunidades en Transición. Poco después de comenzar, tuvo la oportunidad de asistir a un evento patrocinado por la compañía, donde conoció a algunos de sus nuevos colegas e hizo contactos adicionales dentro de la comunidad de desarrollo. En este evento, ella tomó muchas fotos y videos y los publicó en los medios sociales más tarde esa noche para compartirlos con sus amigos.

¿Viola la publicación de Misha la política de redes sociales de Creative?

RESPUESTA:

Posiblemente. Aunque no hubo intención por su parte, Misha pudo haber sobrepasado la línea entre la comunicación personal y lo que podría interpretarse como comunicación comercial. Sólo el personal autorizado puede hablar o comunicarse oficialmente en nombre de la empresa en las redes sociales.

6 Evitar Conflictos de Intereses

Hacer lo Que es Correcto

En Creative, prosperamos juntos. Tomamos decisiones y actuamos en el mejor interés de Creative y no en beneficio personal.

Qué Significa Esto

Con cada opción que tomamos en Creative, es importante tomar decisiones de negocios basadas en un juicio sólido y coherente con nuestros valores de larga data.

Por Qué Importa Esto

Los conflictos de intereses pueden evitarse o abordarse si se revelan con prontitud y se gestionan adecuadamente. Si usted está en una situación en la que puede haber un conflicto de intereses real o percibido, debe:

- Cumplir con nuestra política de conflictos de intereses
- Divulgar su situación a su gerente, al Departamento Jurídico o al Departamento de Ética y Cumplimiento
- Eliminarse del proceso de toma de decisiones sobre cómo resolver la situación
- Apoyar la decisión posterior



¿Qué Harías Tú?

HIPÓTESIS:

Como seleccionadora que apoya nuevos negocios, Ariana siempre está bajo presión para contratar a los mejores talentos. Durante una reciente crisis de propuestas, recomendó a su cuñado para un puesto clave, aunque no tuvo voz en la selección final.

¿Representa esto un problema o conflicto de intereses?

RESPUESTA:

Sí, esto ciertamente podría ser percibido como un conflicto debido a la relación personal con su cuñado. Aunque puede ser un candidato viable, la recomendación de Ariana de su candidatura también podría ser la exclusión de alguien más calificado. Este conflicto debe ser revelado antes de la recomendación.

A Cortesías de Negocios, Regalos y Entretenimiento

Cuando competimos en el mercado global, lo hacemos sobre la base de la calidad y el precio de nuestros servicios. No buscamos obtener ninguna ventaja o influencia a través del uso de cortesías de negocios, regalos u ofertas de entretenimiento. Cualquier regalo que cree un sentido de obligación o que comprometa su juicio profesional siempre es inapropiado. Evita siempre las cortesías de negocios, los regalos o el entretenimiento que puedan plantear dudas sobre conflictos de intereses para ti o para Creative, o dañar nuestra reputación si se conocieran públicamente.

Por lo general, no ofrecemos ni aceptamos cortesías comerciales, regalos o entretenimiento a o de empresas o individuos que actualmente realizan o intentan realizar negocios con Creative.

Los regalos o invitaciones dados o recibidos deben:

- Ser de valor nominal
- No ser requeridos o solicitados
- Ser infrecuentes
- Satisfacer un propósito comercial razonable
- No efectivo o equivalentes de efectivo
- Ser registrados con precisión
- Estar permitidos por la ley y las políticas tanto del donante como del receptor

Los obsequios o entretenimientos nunca deben ser entregados a un funcionario del gobierno sin la aprobación previa del Departamento Jurídico.

¿Qué Harías Tú?

HIPÓTESIS:

Artie trabaja en Compras en la sede de Creative. El a menudo trata con múltiples proveedores, muchos de los cuales tienen una larga relación con la compañía. De vez en cuando se le ofrecen pequeñas muestras de agradecimiento, como almuerzos y tarjetas de regalo, y siempre las rechaza amablemente. Recientemente, se le ofreció la oportunidad de ver a su banda favorita con asientos en la tercera fila. Estaba dispuesto a pagar al vendedor por los asientos.

¿Sería esto permisible?

RESPUESTA:

No, sólo porque Artie esté dispuesto a pagar por los asientos no lo hace permisible. Un favor de este valor podría crear un sentido de obligación de proporcionar al vendedor más negocios, lo que crearía un mal precedente.

“*En Creative, animamos a nuestros empleados a llevar una vida plena y productiva fuera del trabajo.*”

B Empleo Externo y Actividades Relacionadas

Cada uno de nosotros hacemos nuestro mejor esfuerzo todos los días en Creative, no permitiendo que trabajos externos u otras actividades obstaculicen nuestras contribuciones a Creative.

En Creative, animamos a nuestros empleados a llevar una vida plena y productiva fuera del trabajo. Actividades externas, tales como su propio negocio, un segundo trabajo, servir en la junta y trabajo comunitario - son aceptables siempre y cuando estas actividades no:



- Interfieran con sus responsabilidades laborales o su desempeño continuo
- Impliquen trabajar para un competidor o proveedor
- Arriesguen el negocio o la reputación de la empresa
- Violen la ley local del país o el acuerdo de empleo aplicable, lo cual puede restringir otros empleos
- Utilicen los recursos de la empresa o crear cualquier otro tipo de conflicto de intereses

¿Qué Harías Tú?

HIPÓTESIS:

Jasmilla dirige un equipo altamente productivo que apoya las iniciativas comunitarias en África. Con una larga trayectoria de éxitos similares, es muy solicitada por su experiencia en la materia. Esto a menudo conduce a oportunidades de establecer contactos con colegas profesionales que buscan aprender y compartir las mejores prácticas. A veces se le presenta una oferta para que consulte con estas compañías y sea compensada en consecuencia.

¿Representa esto un problema o conflicto de intereses?

RESPUESTA:

Podría presentar un conflicto si la compañía u organización que hace la oferta es un competidor directo o si interfiere con las responsabilidades laborales actuales de Jasmilla. Incluso si estas condiciones no se aplican, siempre es una buena idea consultar al Departamento Jurídico o al Departamento de Ética y Cumplimiento. Recuerde, es importante evitar incluso la percepción de un conflicto.

The Creative Way *para...*





Nuestros Consumidores y Clientes

El proverbio africano “Si quieres ir rápido, ve solo; si quieres llegar lejos, ve acompañado” habla de una de las creencias fundamentales de Creative: que las asociaciones producen mejores resultados a largo plazo para las comunidades. Con un fuerte enfoque en nuestros consumidores y clientes, Creative se asocia con organizaciones de la sociedad civil, donantes multilaterales, gobiernos nacionales, el sector privado y otros para mejorar la educación, estabilizar los vecindarios y mejorar la resiliencia de la comunidad. Las asociaciones son una de las claves del éxito de Creative.

1 Crear y Mantener Registros y Cuentas Exactos

Hacer lo Que es Correcto

Mantenemos registros completos y precisos para que podamos tomar decisiones comerciales responsables y proporcionar información veraz y oportuna a nuestros clientes.

Qué Significa Esto

Todos nosotros, no sólo los que trabajamos en finanzas y contabilidad, tenemos la responsabilidad de asegurar la integridad, exactitud y efectividad de nuestros registros de las siguientes maneras:

- Registrar su tiempo de forma precisa y oportuna
- Asegurar que los registros y las cuentas se ajusten a los principios contables generalmente aceptados y a nuestras políticas y controles internos
- Registrar todos los activos, pasivos, ingresos, gastos y transacciones comerciales de manera completa, precisa, en el período adecuado y de manera oportuna
- Nunca establecer o mantener para ningún propósito fondos en efectivo, otros activos o pasivos que sean secretos o no registrados
- Nunca ocultar o destruya documentos o registros que violen las políticas de retención de la empresa, sujetos a una investigación o a parte de un documento legal.

Por Qué Importa Esto

Los registros comerciales y financieros son esenciales para nuestras operaciones empresariales. Nos apoyamos en la integridad y exactitud de esos registros, tanto para la toma de decisiones internas como para el beneficio de nuestros clientes, agencias gubernamentales y reguladores.



¿Qué Harías Tú?

HIPÓTESIS:

Angela es especialista en adquisiciones en un proyecto de USAID implementado por Creative en Laos. Durante el examen mensual de los documentos de apoyo de campo, el asociado de contabilidad en el terreno se da cuenta de que, si bien Angela firmó su hoja de horas, ésta no fue aprobada por su supervisor.

¿Es esto un problema? Si lo es, ¿cómo pudo haberse evitado?

RESPUESTA:

Sí, de acuerdo con la política de Creative y las regulaciones del gobierno de los EE.UU., se requiere la aprobación del supervisor en todas las hojas de horas. Creative es auditada rutinariamente, y una hoja de horas no aprobada sería cuestionada y probablemente rechazada por un auditor. Esto debería haber sido rectificado en el campo antes del procesamiento de la nómina de pago, ya que sólo las hojas de tiempo aprobadas y firmadas deben ser consideradas para el pago. Los controles internos del proyecto deben ser revisados y reforzados para evitar este tipo de supervisión.

2

Safeguarding the Company's Reputation and Other Assets

Hacer lo Que es Correcto

Protegemos la reputación de Creative y otros activos tangibles e intangibles para poder servir mejor y preservar el valor para nuestros clientes y otras partes interesadas.



Qué Significa Esto

Somos buenos administradores de los activos de Creative al tomar las siguientes medidas:

- Proteger los datos contra la modificación, duplicación, destrucción o divulgación no autorizada, ya sea accidental o intencionada
- Tomar precauciones razonables para evitar la pérdida, daño, destrucción, robo, uso no autorizado o inadecuado o desperdicio de los activos de la empresa
- Proteger, asegurar, retener y destruir la información de Creative de acuerdo con los requisitos de las empresas locales o corporativas
- Proteger la información de la empresa, tanto pública como no pública, sobre la que Creative tiene derechos de propiedad intelectual
- Usar o autorizar el uso de cualquier activo de Creative únicamente con fines comerciales, independientemente de su condición o valor

Por Qué Importa Esto

Los activos creativos, así como los de nuestros clientes, son esenciales para el éxito a largo plazo de la empresa. Todos compartimos la responsabilidad de ser buenos administradores de esos activos, cuidando de evitar pérdidas, daños, desperdicios y uso indebido.

¿Qué Harías Tú?

HIPÓTESIS:

Benita y Donte trabajan en Desarrollo de Negocios como gerentes de propuestas. Recientemente asistieron a un evento de la industria al que también asistieron ampliamente otras empresas de la comunidad de desarrollo. Durante una discusión casual en una de las pausas del evento, el tema se centró en las nuevas búsquedas de negocios, con muchos compañeros compartiendo sus perspectivas sobre las empresas que estaban desarrollando y sus correspondientes estrategias. Benita y Donte se sintieron incómodos con la conversación y no intervinieron.

¿Tenían fundamento las preocupaciones de Benita y Donte?

RESPUESTA:

Sí, lo que podría parecer una simple conversación podría representar un riesgo para la empresa si la información confidencial o la propiedad intelectual de Creative se compartieran de forma inadecuada. Benita y Donte tenían razón al no compartir ninguna información potencial de propiedad de la compañía y salvaguardar esos datos.



3

Responder a las preguntas del Gobierno de los EE.UU., Gobiernos Extranjeros y los Medios de Comunicación

Hacer lo Que es Correcto

En Creative, hablamos con una sola voz cuando nos comunicamos con los medios de comunicación, las partes interesadas externas, los clientes y el público en general.

Qué Significa Esto

Si usted recibe una consulta de fuera de la compañía y no está autorizado a responder, debe:

- Ser amigable y cortés
- No hablar o compartir información sobre Creative
- Si es contactado por un investigador del gobierno, refiera la solicitud al Departamento de Seguridad y Asuntos Legales
- Si es contactado por los medios de comunicación, refiera la consulta a Comunicaciones Corporativas

Por Qué Importa Esto

Nuestros clientes, partes interesadas y empleados merecen una comunicación precisa, clara, completa y coherente sobre Creative. Para asegurarnos de que cumplimos con la ley y protegemos nuestros intereses, sólo los empleados que están específicamente capacitados y autorizados para hacerlo deben representar a Creative ante el público o los medios de comunicación.

“Como empleados, hemos compartido la responsabilidad, individual y colectivamente, de cómo Creative lleva a cabo sus negocios y el impacto que tenemos en el mundo.”

¿Qué Harías Tú?

HIPÓTESIS:

Salem es Jefe Adjunto del Partido que apoya un proyecto de resiliencia comunitaria, familiar y juvenil en el Caribe Oriental y del Sur. Recientemente, un auditor de USAID se acercó a él para preguntarle sobre algunas facturas pendientes. Reconociendo al cliente, dijo cortésmente que no podía proporcionar la información solicitada de inmediato, pero que tenía que hablar con su supervisor y otros representantes de la compañía.

¿Era ésta la mejor manera de abordar esta situación?

RESPUESTA:

Salem hizo lo correcto. El auditor debió haber solicitado la información por escrito o a través de los canales oficiales. Él fue cortés con el cliente, pero no divulgó ninguna información antes de obtener más orientación y permiso. Sólo los empleados capacitados y autorizados pueden hablar en nombre de la empresa.



The Creative Way *para...*





Nuestro Mercado Global

Competimos en un mercado global con integridad y propósito.

Nuestros conocimientos orientados al cliente alimentan nuestras innovaciones y la búsqueda de expandir nuestro alcance global. Mirando más allá del horizonte, podemos satisfacer las necesidades cambiantes en más formas y lugares, abrazando nuestro futuro verdaderamente global. Creative ofrece excelentes servicios de desarrollo sobre el terreno y forja alianzas para ofrecer soluciones sostenibles a los desafíos globales. Nuestros expertos se centran en la construcción de sistemas educativos inclusivos, la transición de las comunidades del conflicto a la paz, el desarrollo de un crecimiento económico sostenible, la participación de los jóvenes, la promoción de elecciones transparentes y más. Creative es reconocida por su capacidad de adaptarse rápidamente y sobresalir en entornos de conflicto y postconflicto, ofreciendo un alto grado de servicio, teorías innovadoras de cambio y una sólida evaluación de proyectos.

1 Dirigir Negocios Globalmente

Hacer lo Que es Correcto

Como empresa global que lleva a cabo negocios en todo el mundo, Creative se compromete a cumplir con las leyes aplicables que rigen la competencia y el comercio internacional.

Qué Significa Esto

Si usted está involucrado en la venta, comercialización, distribución o transporte de servicios, o en la transferencia de tecnología a través de las fronteras internacionales, debe:

- Estar familiarizado y cumplir con todas las leyes y políticas de la empresa aplicables en relación con las restricciones al comercio internacional
- Evitar cualquier comportamiento anticompetitivo, como la fijación de precios y la manipulación de ofertas, al interactuar con otros competidores
- Notificar al Departamento Jurídico si recibe solicitudes de clientes, proveedores u otras personas para participar en un boicot contra personas, empresas o países
- Solicite orientación al Departamento Jurídico si tiene alguna duda sobre un tema relacionado con el comercio o la exportación

Por Qué Importa Esto

Creative hace negocios en múltiples países de todo el mundo y está sujeta a numerosas leyes comerciales internacionales y anticompetitivas. Debemos estar registrados para realizar negocios en estos países, y nuestro trabajo se rige por estas leyes. Las sanciones por violaciones pueden ser severas, incluyendo multas, revocación de permisos o incluso encarcelamiento.

¿Qué Harías Tú?

HIPÓTESIS:

Robert es un Director de Desarrollo de Negocios que está generando oportunidades en mercados emergentes. Recientemente trajo a dos consultores a la sede central para apoyar la puesta en marcha de un nuevo proyecto. Ninguno de los consultores era ciudadano de los Estados Unidos, lo que no sería poco común.

¿Hay algún paso o precaución que Robert deba tomar para asegurar que las discusiones con los dos consultores se lleven a cabo adecuadamente?

RESPUESTA:

Sí, se deben tomar precauciones adicionales para evitar la transferencia de cualquier información, tecnología u otro producto sin permiso, dependiendo de lo que se discuta. Consultar a ciudadanos no estadounidenses en este contexto podría considerarse una violación del control de las exportaciones y someter a Creative a multas y sanciones importantes.

2 Prevenir el Soborno y la Corrupción

Hacer lo Que es Correcto

En Creative, basamos nuestras relaciones comerciales en la confianza, transparencia y responsabilidad. Nunca ofrecemos ni aceptamos ninguna forma de pago o incentivo con la intención de influir indebidamente en una decisión comercial.



Qué Significa Esto

Evitamos el soborno y la corrupción al:

- Nunca ofrecer, prometer o dar nada de valor a un funcionario del gobierno o a cualquier otra persona con el fin de obtener una ventaja comercial
- Nunca ofrecer o aceptar sobornos o comisiones
- Registrar todos los pagos y recibos de forma completa y precisa
- Nunca utilizar a un agente u otro ter-cero para realizar pagos indebidos que nosotros mismos no podamos efectuar
- Evitar facilitar o "engrasar" los pagos, los cuales están generalmente prohibidos incluso si son legales bajo las leyes locales
- Seguir las políticas de Creative relacionadas con la lucha contra la corrupción, la entrega y recepción de regalos y entretenimiento

Por Qué Importa Esto

La corrupción es el abuso del poder encomendado para beneficio personal. Un soborno ocurre cuando alguien da o promete a otra persona algo de valor para obtener un trato favorable. Las comisiones implican dar o recibir pagos personales como recompensa por la adjudicación de un contrato u otro resultado o transacción comercial favorable. Los sobornos y comisiones de cualquier tipo no son éticos, violan nuestro Código y son ilegales.

Los gobiernos están tomando medidas para combatir la corrupción, y muchos de los países en los que hacemos negocios tienen leyes específicas y estrictas contra ella. No toleramos las prácticas corruptas en nuestro negocio en ninguna parte del mundo.

¿Qué Harías Tú?

SCENARIO:

Creative ha ganado un nuevo proyecto en Centroamérica. El equipo de inicio y la COP están experimentando problemas con el registro que están retrasando la implementación del proyecto, y USAID está empezando a preocuparse por la demora. Después de una reunión con el gobierno, un funcionario local informa al equipo creativo que por una única cuota puede agilizar el registro, lo que permitirá que el proyecto se recupere y resuelva las preocupaciones de USAID.

¿Podemos efectuar este pago?

ANSWER:

Si bien este tipo de facilitación o pago con "grasa" es muy común e incluso legal en muchos países, se considera un soborno y constituye una violación de las regulaciones tanto de Creative como del gobierno de los EE.UU., incluyendo la Ley de Prácticas Corruptas en el Extranjero (Foreign Corrupt Practices Act). Hacer este tipo de pago es una infracción muy grave y podría poner en peligro la capacidad de Creative para seguir recibiendo contratos federales. Ningún empleado puede estar de acuerdo en hacer tal pago por cualquier proyecto, y si se le pide que lo haga, el empleado debe reportarlo al Departamento Legal o a la línea directa de información de Creative.

3 Trata de Personas

Hacer lo Que es Correcto

En Creative, nuestro primer valor es el Respeto por los Demás. De acuerdo con ese valor, adoptamos una postura firme contra la trata de seres humanos de cualquier manera, forma o modalidad. Cualquier información relacionada con la trata de personas debe ser denunciada inmediatamente por cualquiera de los canales de denuncia de la empresa.

Qué Significa Esto

La trata de personas es una forma de esclavitud moderna en la que los traficantes utilizan la fuerza, el fraude o la coerción para controlar a las víctimas con el propósito de participar en actos sexuales comerciales o servicios laborales contra su voluntad.

Por Qué Importa Esto

El enfoque de Creative con respecto a la trata de personas tiene tres elementos principales: las prohibiciones, la prevención y la respuesta en caso de que se descubra que se ha producido la trata.

Prohibición:

Creative prohíbe estrictamente y no tolera en absoluto las siguientes acciones relacionadas con la trata de seres humanos:

- Participar en cualquier forma de trata de personas
- Procurar actos sexuales comerciales
- Usar el trabajo forzado
- Destruir, ocultar, confiscar o denegar de cualquier otra manera el acceso de un empleado a sus documentos de identidad o de inmigración
- Usar prácticas engañosas o fraudulentas durante la contratación de empleados o la oferta de empleo
- Usar empleadores que no cumplen con las leyes laborales locales
- Cobrar a los empleados tasas de contratación
- No proveer transporte de regreso al final del empleo

Prevención:

Creative toma todas las medidas necesarias y apropiadas para prevenir la trata de personas. Ponemos en marcha políticas y procedimientos y demostramos el compromiso de la empresa con la lucha contra la trata mediante programas de formación, sensibilización y promoción de una cultura de lucha contra la trata entre las personas contratadas o mantenidas por Creative.

Respuesta:

La respuesta de Creative a cualquier denuncia o acusación de trata de personas incluye una investigación exhaustiva y cualquier acción correctiva adecuada, así como la presentación de informes a las autoridades gubernamentales pertinentes.

¿Qué Harías Tú?

HIPÓTESIS

Bob es un expatriado asignado a un proyecto en El Salvador. Asiste a una cena de agradecimiento del personal financiada por el proyecto con una trabajadora sexual local como invitada, lo que hace que el resto del personal se sienta muy incómodo.

¿Tienen la obligación de denunciar esto a la oficina central?

RESPUESTA:

Sí, este es un problema significativo con muchos asuntos de cumplimiento, especialmente porque se trata de un evento costado por un proyecto. Esto debe ser denunciado inmediatamente.

4 Protección del Niño y Explotación Sexual

Hacer lo Que es Correcto

Dada la presencia global de nuestro trabajo en Creative y los muchos proyectos que directamente trabajan y asisten a los niños y otras personas vulnerables, todo el mundo debería sentirse seguro y protegido.

Qué Significa Esto

Creative prohíbe a todo el personal y a los consultores participar en el abuso, la explotación o el descuido de los niños y está comprometido con lo siguiente:

- El bienestar de los niños, los jóvenes y los adultos vulnerables es fundamental
- Deben ser protegidos y su bienestar salvaguardado en las actividades en las que participa Creative, independientemente de su edad, cultura, capacidad, sexo, idioma, origen racial, creencias religiosas y/o identidad sexual
- Tomar todas las medidas razonables para protegerlos del daño, la discriminación y los tratos degradantes y para respetar sus derechos, deseos y sentimientos
- Todas las sospechas o acusaciones razonables de tratamiento inadecuado o abuso se tomarán en serio y se responderán rápida y adecuadamente

Por Qué Importa Esto

El abuso infantil es cualquier forma de maltrato físico, emocional o sexual o falta de cuidado que lleva a que se produzcan lesiones o daños a un niño.

Por lo general ocurre dentro de una relación de confianza o responsabilidad y es un abuso de poder o una violación de la confianza. El abuso puede ocurrirle a una persona sin importar su edad, género, raza o talento. La explotación sexual es el abuso sexual de niños, jóvenes y adultos vulnerables a través del intercambio de sexo o actos sexuales por drogas, alimentos, refugio, protección, dinero u otras necesidades de la vida. Es un crimen oculto, y los explotados a menudo confían en su abusador y no entienden que están siendo abusados. Los abusadores ejercen poder y control sobre las víctimas utilizando su fuerza física, sus recursos económicos o de otro tipo, o su aparente superioridad en virtud de su edad, sexo o intelecto.

¿Qué Harías Tú?

HIPÓTESIS:

Santiago ha estado asistiendo a un centro comunitario dirigido por Creative después de la escuela durante los últimos tres años. El centro está ubicado en un barrio dominado por pandillas en San Salvador, donde la violencia es lugar común. El centro ofrece un refugio seguro para niños de todas las edades. Durante las últimas semanas, ha asistido al centro esporádicamente, y cuando está allí ya no parece tan comprometido o feliz como antes.

Como consejera del centro desde hace mucho tiempo, María está preocupada y teme que algo pueda estar sucediendo en la vida familiar de Santiago. ¿Qué debería hacer ella?

RESPUESTA:

María tiene la obligación de presentar este asunto y tratar de determinar si Santiago está en peligro, a fin de asegurar que esté seguro y protegido.

5 Prevenir Despilfarro, Fraude y Abuso

Hacer lo Que es Correcto

Como contratista del gobierno federal, es imperativo que Creative sea un buen administrador de los fondos gubernamentales en la ejecución de nuestros proyectos y programas en todo el mundo.



Qué Significa Esto

Waste, fraud and abuse takes many forms, including financial and non-financial crimes such as procurement fraud, nepotism, bribery, embezzlement, theft or product substitution. Such corruption in humanitarian assistance can be particularly egregious when it diverts resources from the most vulnerable populations. It is particularly important to remain vigilant in areas where security measures are instituted to protect staff and normal procedures are circumvented because of the immediate demands of a crisis.

Por Qué Importa Esto

Creative se toma muy seriamente su papel como contratista gubernamental responsable. Cuando se nos confía esta responsabilidad, podemos mejorar la eficiencia y la calidad de nuestros programas si permanecemos vigilantes contra el fraude y trabajamos para eliminar la corrupción, el despilfarro y el abuso desde nuestro trabajo humanitario.

¿Qué Harías Tú?

HIPÓTESIS:

Naseer is responsible for vetting and hiring subcontractors in support of a Community, Family and Youth Resilience program implemented by Creative in St. Lucia. The program centers on positive youth development through community activities, sports, arts and workforce readiness initiatives that seek to build social and leadership skills. Sporting goods, supplies and other educational materials were ordered from several suppliers, but upon delivery Naseer noticed the quality from one of the suppliers was far below what was specified.

¿Que haría Naseer?

RES-PUES-TA:

It is possible that this was a mistake, but Naseer needs to determine what really happened. This could warrant an external investigation, and if it is determined that the subcontractors did this with willful intent, it could constitute fraud.

6 Fair Competition

Hacer lo Que es Correcto

At Creative we seek to outperform our competitors fairly and honestly, achieving competitive advantage through superior performance and never through unethical or illegal business practices.

Qué Significa Esto

Compete fairly but vigorously, never use deception or misrepresentation, and never abuse confidential information to gain an unfair advantage over our competitors.

- Becoming aware of competitive information may be normal based on your role or responsibility at the company, but make sure you treat that information ethically and lawfully
- When you talk with customers, provide only truthful information about the quality, features and availability of our services, and do not make disparaging remarks about our competitors
- Conduct all relations with competitors, including social activities, as if they will be scrutinized by the government or a third party

Por Qué Importa Esto

We compete for business aggressively but always honestly. We believe in free and open competition that is vigorous and principled. We recognize that laws that regulate competition and trade practices vary around the world, but certain activities are always prohibited, such as price-fixing, agreeing with a competitor to allocate customers or territories, and bid-rigging. We comply with all applicable laws, rules and regulations that govern the way companies compete. Even the appearance of improper agreements with competitors can harm our reputation and risk legal action.

¿Qué Harías Tú?

HIPÓTESIS:

Stephen is the IT manager for a project in Uganda that is looking to outsource maintenance for its field offices. He works to post an RFP for IT services with the procurement team and a company owned by his cousin applies, along with many other minority owned and small business firms.

What should Stephen do?

RESPUESTA:

Stephen should immediately disclose his potential conflict of interest to his supervisor, who will then determine the best course of action. Great care should be taken to avoid the appearance of a conflict of interest. In addition, he should ensure that all firms be considered fairly and equally.

7 Responsible Sourcing and Protection of Human Rights

Hacer lo Que es Correcto

As a responsible, global corporate citizen, Creative seeks to do business only with business partners who obey the law and operate fairly and ethically at all times.

Qué Significa Esto

Apart from doing the right thing ourselves, we must be vigilant and set the right example in our business dealings with other companies, countries and individuals.

- When you deal with current or prospective suppliers, ensure their business practices comply with Creative's values and policies
- Report to the Legal Department or the Creative reporting hotline any concern that a Creative business partner may be operating illegally or unethically

Por Qué Importa Esto

- Creative embraces its responsibilities as a global corporate citizen in an increasingly interconnected and interdependent world
- We believe in acting with integrity and showing respect, and expect the same of those who want to do business with us
- We expect our business partners to act ethically and protect the rights of workers, even when local laws and customs permit unethical practices
- We are committed to maintaining an ethical and transparent supply chain free of forced labor, including slavery, human trafficking and sexual exploitation

“*At Creative, we embrace our role as a responsible, global corporate citizen.*”

¿Qué Harías Tú?

HIPÓTESIS:

When performing site visits for potential training venues in Bangladesh, Jamal, the local events coordinator, notices many young children cleaning the meeting rooms. The venue offers a great price, and the manager later remarks that it is great that his employees all bring their kids to work as it allows him to offer an attractive price to potential clients.

¿Es esto un problema? If so, how should Jamal proceed?

RESPUESTA:

Yes, child labor is against Creative's policies, and this could be considered human trafficking. This practice is not allowed even though it may be customary or even legal in a given country. Jamal should report this practice to his supervisor, who will refer it to the Legal Department to decide if this venue can be used.



The Creative Way *para...*





Our Communities

At Creative, we embrace our role as a responsible, global corporate citizen. We take our environmental responsibilities seriously, and we are honored to contribute to the communities in which we work and live. We look for opportunities to create brighter futures for our clients, employees, communities and the environment everywhere we do business.

1 Protecting the Environment

Hacer lo Que es Correcto

Estamos comprometidos con la construcción de una sociedad más sostenible, esforzándonos por minimizar nuestra huella ambiental y desarrollando soluciones que conserven los recursos y protejan nuestro planeta.

Qué Significa Esto

A medida que apoyamos a personas de todo el mundo, todos debemos contribuir a los esfuerzos de gestión medioambiental de Creative de las siguientes maneras:

- Cumplir con todas las leyes ambientales y políticas aplicables de la empresa
- Cumplir con los requisitos de todos los permisos ambientales
- Estar atentos para asegurarnos de que no usamos más energía o agua de la necesaria
- Asegurar que nuestros proveedores y socios comerciales sigan las normas ambientales acordadas
- Minimizar el desperdicio y reciclar o encontrar usos alternativos apropiados para los materiales de desecho
- Take personal actions such as turning off lights, using less paper, shutting off electronics and recycling - small actions can make a big difference

Why This Matters

Creative has been committed to good stewardship of the environment since our founding more than 40 years ago. Today, it is widely agreed that humankind is using the earth's natural resources faster than they can regenerate and that everyone needs to play a part in building a more environmentally sustainable society.



¿Qué Harías Tú?

HIPÓTESIS:

Como apoyo a uno de los programas de Creative en Nigeria, Kadedhra visitó recientemente la región para aprender más sobre los respectivos proyectos y conocer a algunos de sus colegas en el campo. Durante su estancia en el país se le informó de que varios de los proveedores utilizados estaban eludiendo las normas ambientales al proporcionar bienes y servicios.

¿Qué pasos puede dar Kadedhra para ser ambientalmente responsable?

RESPUESTA:

Creative se esfuerza por minimizar cualquier impacto negativo en el medio ambiente desde sus actividades y operaciones. Esto incluye la adopción de medidas específicas en proyectos que implican la construcción y ciertas intervenciones agrícolas. Dado que Kadedhra fue informada de que los proveedores eludían las normas ambientales, tiene la obligación de denunciar el problema.

2 Contribuir a Nuestras Comunidades

Hacer lo Que es Correcto

Estamos comprometidos a apoyar a las comunidades en las que viven y trabajan nuestros empleados, al tiempo que exploramos formas de abordar retos más amplios en todo el mundo.



Qué Significa Esto

Hay muchas maneras en las que podemos contribuir positivamente a nuestras comunidades, tales como:

- Seguir los valores de Creative y man-tener los estándares de este Código para asegurarnos de que siempre llevamos a cabo nuestro éticamente y de acuerdo con la ley
- Asegurar que las actividades externas no interfieran con nuestro desempeño laboral o creen un conflicto de intereses
- Verificar que las contribuciones caritativas de la compañía cumplan con las leyes aplicables

Por Qué Importa Esto

En Creative, tenemos una larga historia de inversión en nuestras comunidades y creemos en retribuir de manera significativa.

¿Qué Harías Tú?

HIPÓTESIS:

Arturo trabaja en la organización de Finanzas y Contratos en la sede de Creative. Es muy activo en su comunidad local y es voluntario en varias organizaciones que benefician a familias que se han mudado recientemente a los Estados Unidos desde países centroamericanos.

¿Presentan los intereses ex-ternos de Arturo un problema o un conflicto?

RESPUESTA:

No parece que su interés voluntario presente ningún problema o conflicto con las actividades de la empresa. Creative anima activamente a sus empleados a involucrarse en sus comunidades de acuerdo con los valores de nuestra compañía.





Integridad

Valores

Confianza

Trabajo en Equipo

Comunidad

Enfoque al Cliente

Estabilidad

Respect

Diversidad

Inclusión

Cambio Positivo

PAZ.



Creative Associates International

5301 Wisconsin Avenue NW, Suite 700
Washington, DC 20015

+ 202.966.5804

www.CreativeAssociatesInternational.com