



INFORME DE PROGRESO

LLORENTE & CUENCA Colombia

Bogotá, 29 de junio de 2012



0.1

Índice

| | |
|--|-----------|
| 1 Comprometidos con el Pacto Global | 3 |
| 2 Perfil LLORENTE & CUENCA | 5 |
| Acciones tomadas por LLORENTE & CUENCA Colombia para implementar los 10 principios del pacto mundial | 8 |
| 3 Derechos Humanos | 9 |
| Principio 1 | 9 |
| Principio 2 | 11 |
| 4 Estándares laborales | 13 |
| Principio 3 | 13 |
| Principio 4 | 14 |
| Principio 5 | 16 |
| Principio 6 | 17 |
| 5 Medio ambiente | 20 |
| Principio 7 | 20 |
| Principio 8 | 20 |
| Principio 9 | 21 |
| 6 Anticorrupción | 22 |
| Principio 10 | 22 |
| Tabla de correlación entre los principios del pacto mundial y los indicadores del GRI | 25 |

1

Comprometidos con el Pacto



Como signo de nuestro compromiso con el desarrollo sostenible y la ética en la práctica corporativa, **LLORENTE & CUENCA Colombia** suscribió voluntariamente hace un año su adhesión a la red local del Pacto Global, sellando así la intención de incorporar a su operación los valores concebidos en los 10 Principios en materia de derechos humanos, estándares laborales, medio ambiente y anticorrupción.

Desde ese mismo instante, nuestro trabajo ha estado centrado en articular una visión de sostenibilidad en la línea de negocio. Durante este tiempo hemos reflexionado sobre la evolución de nuestra oficina y los principales desafíos a futuro. De ahí que este proceso de aprendizaje nos ha llevado a identificar aquellas necesidades que requieren de una mayor atención y que son claves para la construcción de una verdadera ciudadanía corporativa.

Convencidos del valor que tiene para las empresas el desarrollo de las actividades bajo una gestión responsable, hoy contamos ya con hechos concretos que soportan nuestro propósito de promover los principios del Pacto Global en el escenario de trabajo. Por este motivo, me complace presentar antes ustedes el primer Informe de Progreso (COP), en donde se encuentran plasmadas las iniciativas y lineamientos implementados en 2011, y que van encaminadas a lograr un crecimiento sostenible.

Dentro de esos aspectos a destacar, cabe anotar que continuamos con un modelo de recursos humanos que tiene como elemento fundamental el desarrollo profesional de los consultores a través de un plan de carrera, que incluye formaciones y evaluaciones periódicas.

Asimismo, trabajamos bajo unos valores y un código de ética que buscan orientar todas las labores a mantener unos altos estándares de calidad, integridad y conducta profesional. Paralelamente, todos los empleados están comprometidos a respetar en todas las circunstancias los derechos fundamentales de las personas y seguir la normatividad local.

De esta manera, **LLORENTE & CUENCA Colombia** renueva de forma expresa su compromiso de promoción de las buenas prácticas con la aplicación de los diez principios del Pacto Global.

Nuestros objetivos y proyecciones para los próximos años están enfocados a unir esfuerzos para contribuir a la construcción de un entorno sostenible para todos nuestros profesionales, clientes y proveedores.

Atentamente,



Claudia Esguerra
Directora General LLORENTE & CUENCA Colombia

2

Perfil LLORENTE & CUENCA

LLORENTE & CUENCA es la primera empresa consultora en comunicaciones de España y América Latina. Presta servicios de consultoría estratégica a compañías de todos los sectores de la actividad económica, con especial énfasis en aquellas de habla hispana y portuguesa.

Dado su éxito y excelentes resultados de negocio, hoy en día la empresa cuenta con más de 300 empleados distribuidos en oficinas propias en Argentina, Brasil, Colombia, China, Ecuador, España, México, Panamá, Perú, Portugal y República Dominicana. Además, ofrece sus servicios a través de compañías afiliadas en Estados Unidos, Chile, Bolivia, Uruguay y Venezuela.

Es una de las cincuenta compañías de comunicación más importantes a nivel mundial, según el Ranking Global 2011 elaborado por The Holmes Report, publicación internacional especializada en el sector.

Desde su creación, en 1995, el modelo de negocio siempre ha estado ligado al talento y a la experiencia de las personas, que son el activo más importante de la compañía. Por esta razón, el desarrollo de los profesionales es un factor determinante para la consecución de los objetivos de negocio.

En el año 2000, la compañía apostó por abrir nuevos mercados y ampliar su operación en Latinoamérica con la apertura de una oficina en la ciudad de Bogotá. Durante estos doce años de operación en Colombia, **LLORENTE & CUENCA** se ha destacado por ser una empresa líder en el sector gracias a la planificación y desarrollo de estrategias de comunicación efectivas que aportan valor al negocio de los clientes. Por tal razón, numerosas y reconocidas compañías optan por nuestros servicios, siendo este un determinante para el crecimiento en la cartera de clientes y el volumen de facturación. De hecho, 2011 puede ser catalogado como el periodo de consolidación de la firma en materia de asesoramiento estratégico y comprensión de las necesidades de los clientes.

Hoy en día **LLORENTE & CUENCA Colombia** tiene 21 empleados entre consultores y personal administrativo, quienes se destacan por su profesionalismo y calidad humana. La estructura de gobierno de la oficina está compuesta en primer lugar por una Directora General, quién es a encargada de tomar las decisiones, supervisar la gestión, diseñar las estrategias e impulsar la implantación de los 10 Principios en la empresa. A esta figura la acompaña un equipo conformado por Gerentes de Cuentas, Consultores Seniors, Consultores, Consultores Junior y Asistentes, lo cuales tienen la tarea de prestar todo el asesoramiento a los clientes y ejecutar los planes de trabajo.

Nuestros stakeholders

Los principales grupos de interés de LL&C son los clientes, empleados, proveedores y medios de comunicación.

Con estos stakeholders mantenemos una comunicación de doble vía a través de encuentros, muchos de ellos multistakeholders, realizados de forma periódica a lo largo del año en los que se identifican sugerencias.

La oficina se encuentra ubicada en la Carrera 14 No. 94-44 Torre B, oficina 501.

Nuestra metodología

LLORENTE & CUENCA tiene una metodología propia de consultoría a clientes, cuyos objetivos son:

- Generar reflexión estratégica acerca de las necesidades y oportunidades del cliente.
- Agregar valor estratégico, más allá del simple ejercicio divulgativo de la comunicación.
- Generar resultados que impacten el negocio del cliente.

Consideramos que la comunicación basada en metodologías serias conduce a toma de decisiones objetivas y costo-eficientes. La metodología de LLORENTE & CUENCA es el resultado de:

- Más de 20 años de experiencia de sus fundadores, directivos y gerentes
- Liderazgo en el mercado español, el cual es referente en el área de comunicación empresarial a nivel mundial
- Experiencia combinada de sus fundadores, directivos y gerentes en empresas americanas (metodología americana) adaptada a la cultura empresarial y necesidades de los mercados latinoamericanos

Nuestra metodología se basa en 5 pilares fundamentales:

- Conocimiento del cliente y cercanía al mismo
- Proactividad y anticipación de soluciones a los problemas reales y potenciales
- Creatividad e innovación en las ideas y nuevas propuestas de actuación
- Seniority con el cliente

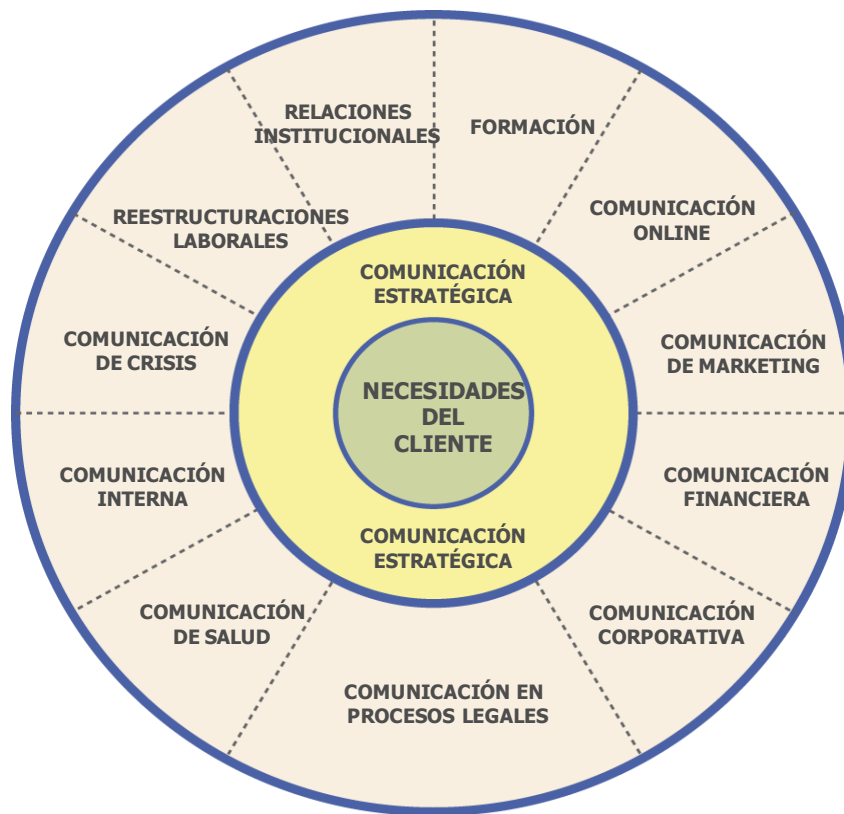
- Medición de la eficacia de los resultados conseguidos con los Planes de Comunicación



- Nuestro modelo metodológico parte del entendimiento del negocio de nuestros clientes (incluyendo competencia), seguido por descubrir lo que sus públicos perciben acerca de sus marcas, aunado al tipo de posicionamiento en los medios.
- Posteriormente analizamos la situación del cliente en términos de sus necesidades, retos, oportunidades y amenazas de comunicación.
- Planteamos entonces objetivos de comunicación alineados con los objetivos de negocio del cliente para posteriormente diseñar estrategias y tácticas (plan de acción).
- El proceso de ejecución es monitoreado por medio del Plan Calidad 100% Cliente, de LLORENTE & CUENCA, que garantiza la implementación eficaz del Plan de Acción.
- El cliente cuenta con diversos mecanismos diseñados por la compañía para la medición de los resultados.

Áreas de Especialización

LL&C cuenta con las siguientes áreas de especialización



En Colombia LL&C cuenta con las siguientes áreas de especialización:



**ACCIONES TOMADAS POR
LLORENTE & CUENCA COLOMBIA
PARA IMPLEMENTAR LOS 10
PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL**

3

Derechos humanos

Principio 1

Las entidades deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente, dentro de su ámbito de influencia.

LLORENTE & CUENCA Colombia tiene la firme convicción de que el respeto por los Derechos Humanos es un elemento fundamental dentro del ambiente laboral. De ahí que la compañía está en contra de cualquier acto de discriminación por sexo, raza u origen étnico, nacionalidad, religión o creencias, edad u orientación sexual, o por cualquier otra condición, circunstancia personal y social. Del mismo modo promovemos el respeto por la vida, libertad de expresión, la seguridad social y el trabajo.

Nuestras normas de conducta guían a los empleados a actuar en todo momento bajo el principio de igualdad y no discriminación, teniendo siempre en cuenta que el trato con las personas debe estar enmarcado en el respeto y la dignidad. Somos conscientes de que las relaciones interpersonales tienen que estar basadas en la comunicación, la confianza y la educación.

Estamos totalmente comprometidos a mantener un ambiente de trabajo libre de cualquier acto indecente y que vaya en contra de los valores. Asimismo, cada uno de los miembros de la compañía tiene la responsabilidad de prestar su colaboración y ayuda para que en el entorno laboral no exista ningún tipo de conducta negativa y abusiva.

Durante este año, la dirección de recursos humanos realizó una serie de encuentros con cada uno de los miembros de la oficina para identificar aquellos aspectos positivos y negativos del ambiente laboral, que a la postre servirán para aplicar medidas encaminadas a mejorar el entorno de trabajo.

Nuestra estructura organizativa, valores corporativos y código de ética ofrecen un marco de referencia para que las prácticas laborales sean respetuosas con los derechos humanos.

Visión

Ser (y ser reconocidos como) la **primera consultoría de comunicación de España y América Latina.**

Misión

Obtener **resultados para el negocio de nuestros clientes** mediante el mejor servicio de **asesoramiento y ejecución** de actividades de comunicación del mercado.



Como ya lo hemos mencionado, para **LLORENTE & CUENCA** las personas son su activo más importante, por lo cual se tiene un modelo de recursos humanos que acoge a profesionales líderes y destacados en sus labores.



- LL&C está formado por **profesionales** de primer nivel, **líderes** en sus áreas de especialidad, que además:

- Están implicados y comprometidos con la firma y con nuestros clientes
- Tienen un desempeño excelente
- Se sienten orgullosos de pertenecer a la primera consultora de comunicación
- Aportan valor continuo a la firma
- Les supone un reto moverse en un entorno exigente
- Su proyecto pasa por crecer profesionalmente en la compañía

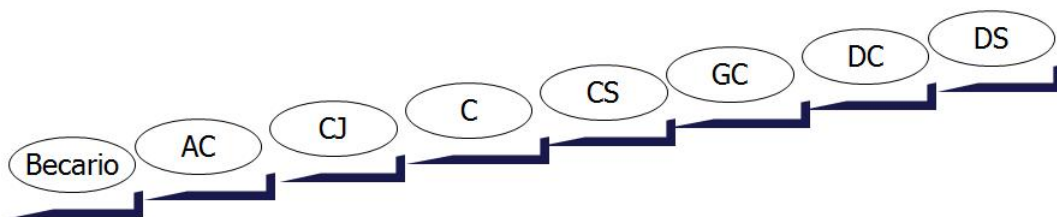


Igualmente, se ofrece un Plan de Carrera que garantiza para que cada empleado tenga todas las oportunidades de ascender hasta altos cargos si su rendimiento así lo amerita. Cada caso se analiza de forma individual y se le hace un seguimiento permanente para identificar sus fortalezas y debilidades.



LLORENTE & CUENCA

CATEGORÍAS PROFESIONALES EN LL&C



- **LL&C sigue el modelo de categorías de las consultoras:**

- Todos los profesionales de LL&C tienen a su disposición una descripción de categorías
- Como máximo cada año se realiza evaluación del desempeño y revisión salarial a todos los profesionales
- LL&C promueve y facilita el desarrollo profesional
- El modelo de "socios", único en el sector, permite a los profesionales con un desempeño excelente llegar a serlo

Principio 2

Las Empresas deben asegurarse de que sus empresas no son cómplices de la vulneración de los derechos humanos

Las organizaciones tienen la obligación de respetar los derechos humanos sin importar que el entorno y la coyuntura del país no sean los mejores en esta materia. Por esto **LLORENTE & CUENCA Colombia** tiene establecida una política explícita que garantiza la defensa de los derechos de los trabajadores y sus demás audiencias de interés.

Desde el centro corporativo se ha creado un Código de Ética que guía todos los comportamientos y decisiones que se toman, incluyendo aquellas que tienen que ver con la cadena de suministros.



LLORENTE & CUENCA

Normas de conducta

1. Igualdad de oportunidades y no discriminación

Nos comprometemos a ofrecer un ambiente de trabajo con igualdad de oportunidades laborales en lo referente a contratación, salario, beneficios o promociones.

No puede existir discriminación alguna por razón de sexo, raza u origen étnico, nacionalidad, religión o creencias, edad u orientación sexual, ni por cualquier otra condición o circunstancia personal o social.

Todos los empleados actuarán con sometimiento a este principio de igualdad y no discriminación y serán tratados bajo premisas de respeto y dignidad. Ningún empleado deberá estar sujeto a ningún tipo de acoso o abuso físico, sexual, psicológico, verbal o de cualquier otra naturaleza.

Nos comprometemos a mantener un ambiente de trabajo libre de cualquier conducta susceptible de ser considerada como acoso o intimidación en el trabajo.

Todos los miembros de la Compañía son responsables de colaborar y asegurar que el lugar de trabajo esté libre de prácticas abusivas de cualquier tipo.



CÓDIGO DE ÉTICA

En consonancia con nuestras normas de conducta, **LLORENTE & CUENCA Colombia** escoge sus proveedores de acuerdo a criterios basados en los precios, calidad, utilidad o necesidad para el negocio o nuestros clientes. De la misma forma, procuramos que tanto ellos como nuestros propios clientes cumplan con las exigencias y principios de honestidad que nosotros mismos promulgamos. Por tal motivo, no nos involucramos en negocios que atenten contra los derechos fundamentales, ni que corrompan la integridad de las personas. Tratamos de actuar siempre guiados por la honestidad y transparencia, creando valores compartidos con los principales stakeholders.

El objetivo de ser una empresa líder y fijarnos metas ambiciosas no es lo único que nos preocupa, ya que la manera en que lo conseguimos es otro factor que merece toda la atención. El carácter y comportamiento de nuestros empleados son el pilar de nuestro éxito empresarial y representan la identidad de la firma. Es por ellos que se han establecido valores y principios corporativos que se reflejan en el día a día de nuestras labores, y que guían la manera en la que actuamos.



Valores

Excelencia en el trabajo diario y en el trato con nuestros clientes

Liderazgo

Confidencialidad en nuestro trabajo

Compromiso con los resultados. Nuestra labor es conseguir resultados satisfactorios para nuestros clientes

Interés por las **personas** y por la **sociedad**



4

Estándares laborales

Principio 3

Las empresas deben apoyar la libertad de asociación sindical y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.

En **LLORENTE & CUENCA Colombia** no hay Sindicato, sin embargo la compañía respeta la libertad de asociación sindical.

Existe una línea de comunicación que siempre está abierta ante cualquier inquietud, preocupación o crítica de los empleados. En todo momento se facilita el diálogo constructivo entre empleados para discutir libremente las situaciones que se estén presentando.

La compañía posee canales (blog corporativos, reuniones de equipo, mailing) en las que mantiene informado a todo el personal de la marcha de la organización, los proyectos relevantes, resultados, etc.

Durante cada año se realiza una evaluación interna con cada consultor para identificar aquellos aspectos a destacar de su labor y las debilidades evidenciadas. Este sirve también como espacio de retroalimentación para que el colaborador pueda expresar sus posturas, sugerencias y percepciones sobre la empresa.

De igual forma, cuando alguno de los profesionales decide abandonar la firma se les hace una entrevista de salida en donde se evalúa la valoración que se tiene sobre la empresa, aspectos positivos y negativos, opinión de los proyectos, valores corporativos y las posibilidades de desarrollo.

Entrevista de salida-RRHH

Oficina:

Nombre del profesional:
Fecha de incorporación:
Fecha de baja de empresa:
Categoría:
Evaluación realizada por:

| FACTORES DE SATISFACCIÓN | | R | B | MB | E |
|--------------------------|---|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| 1 | ¿Cual es la valoración global de tu trabajo en LL&C (objetivos, funciones, responsabilidades...)? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2 | ¿Cual es tu valoración sobre tu relación con tu responsable directo? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3 | ¿Cuál es la valoración que crees que realiza tu responsable directo sobre tu trabajo? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4 | ¿Cual es tu valoración sobre la calidad de servicio y la orientación a los clientes de la línea de negocio a la que perteneces? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 5 | ¿Cual es tu valoración sobre tu desarrollo profesional dentro de LL&C? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 6 | ¿Crees que existe concordancia entre tu retribución económica y el trabajo desarrollado? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 7 | ¿Cuál es tu valoración sobre el equipo directivo/seniors con el cual interactúas (genera confianza, es eficaz,...)? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 8 | ¿Cual es tu valoración sobre el ambiente laboral? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 9 | ¿Cual es tu valoración sobre las condiciones de trabajo (oficinas, entorno, medios...)? | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

| MOTIVOS PRINCIPALES DE TU SALIDA DE LA EMPRESA | | | |
|--|---|--|--|
| Señalar los 3 motivos principales | | | |
| <input type="checkbox"/> | Trabajo / Actividad desarrollada | Exceso <input type="checkbox"/> Defecto <input type="checkbox"/> | Discordancia con expectativas <input type="checkbox"/> |
| <input type="checkbox"/> | Relación con el Responsable directo | | |
| <input type="checkbox"/> | Calidad de servicio/atención al cliente | | |
| <input type="checkbox"/> | Desarrollo profesional (estancamiento, falta de aprendizaje, sensación de haber tocado techo) | | |
| <input type="checkbox"/> | Compensación | | |
| <input type="checkbox"/> | Equipo Directivo | | |
| <input type="checkbox"/> | Ambiente laboral | | |
| <input type="checkbox"/> | Condiciones de trabajo | | |
| <input type="checkbox"/> | Equilibrio vida personal / profesional | | |
| <input type="checkbox"/> | Otras causas (expresar) | | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> | | |
| <input type="checkbox"/> | <input type="text"/> | | |

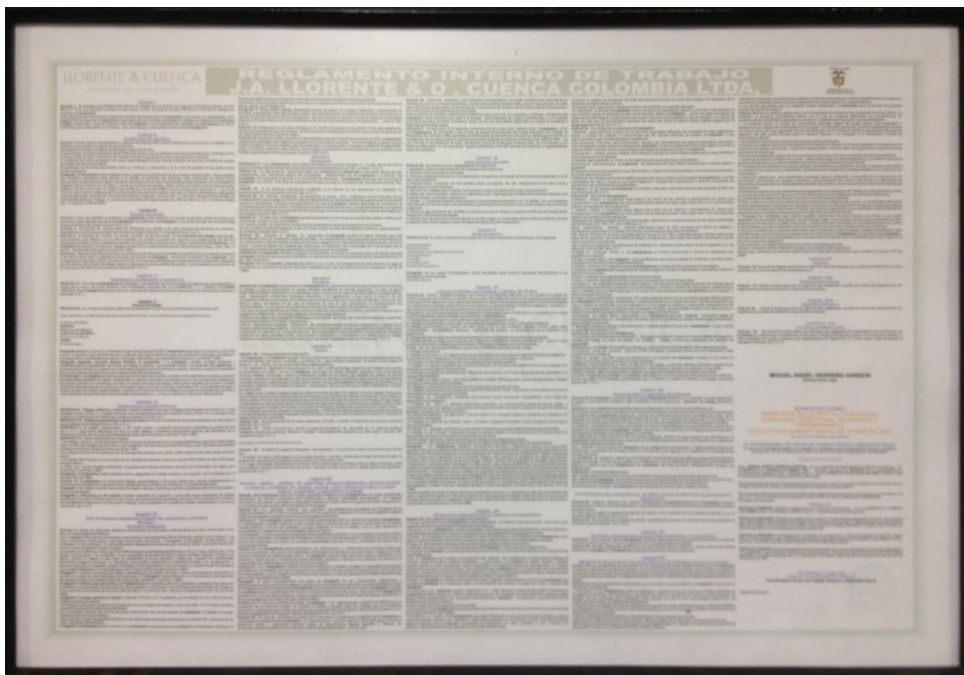
| | | |
|--|-----------------------------|-----------------------------|
| ¿Has trasladado estos motivos a tu responsable directo? | SI <input type="checkbox"/> | NO <input type="checkbox"/> |
| ¿A quién? (a tu jefe directo, al director de equipo, a RRHH...) Indicar: | <input type="text"/> | |
| ¿Se adoptaron medidas al respecto? | SI <input type="checkbox"/> | NO <input type="checkbox"/> |

Principio 4

Las Empresas deben apoyar la eliminación de toda forma de trabajo forzoso o realizado bajo coacción.

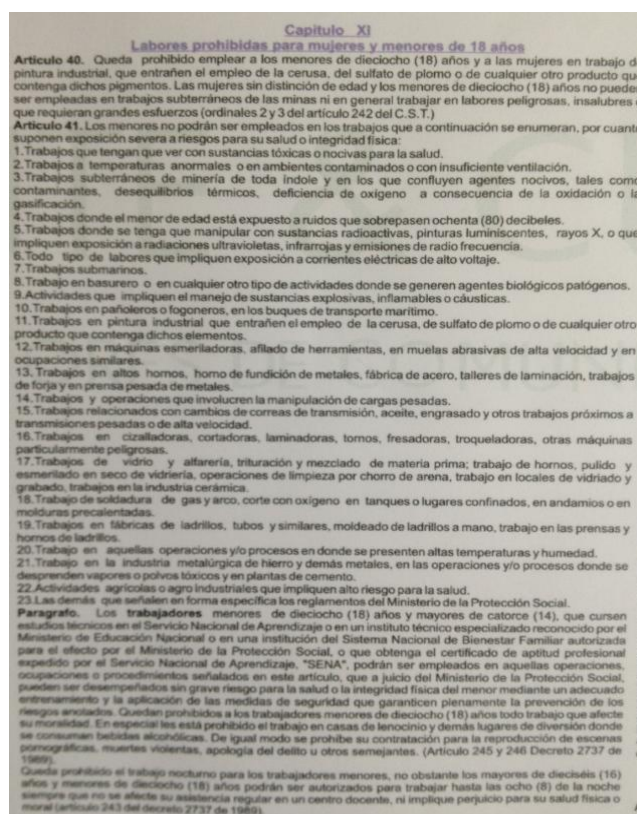
Al ser LLORENTE & CUENCA Colombia una compañía consultora en comunicación, el trabajo forzoso no es un factor de riesgo dentro de las prácticas laborales. En ninguna situación se exige que una persona trabaje bajo amenazas; por lo contrario, todos actúan de forma voluntaria.

Nuestro reglamento interno, el cual puede ser consultado por los empleados en cualquier momento, expresa claramente el horario de entrada y salida, así como las jornadas extras y el trabajo nocturno.



Adicionalmente, con el objetivo de llevar un control de las horas que le dedican los consultores a cada uno de los clientes, contamos con un formato de horas que es entregado a la dirección administrativa cada mes. Esta herramienta nos sirve además para identificar si existe sobre carga laboral y analizar si el tiempo invertido es equiparable con el valor de asesoría que paga el cliente.

| LLORENTE & CUENCA | | SEMANA (DE-A) | | | | | RATRO | GRUPO | NOMBRE |
|-----------------------|--|---------------------|-----|-----|-----|-----|-------|-------|--------|
| OFICINA | | FEA | MEI | MEJ | MEK | MEU | | | |
| Hoja de horas semanal | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | + | | 0 |
| | | Semana 1 al 1 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 2 al 8 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 9 al 15 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 16 al 22 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 23 al 29 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 30 al 36 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 37 al 43 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 44 al 50 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 51 al 57 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 58 al 64 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 65 al 71 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 72 al 78 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 79 al 85 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 86 al 92 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 93 al 99 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 100 al 106 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 107 al 113 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 114 al 120 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 121 al 127 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 128 al 134 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 135 al 141 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 142 al 148 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 149 al 155 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 156 al 162 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 163 al 169 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 170 al 176 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 177 al 183 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 184 al 190 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 191 al 197 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 198 al 204 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 205 al 211 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 212 al 218 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 219 al 225 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 226 al 232 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 233 al 239 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 240 al 246 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 247 al 253 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 254 al 260 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 261 al 267 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 268 al 274 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 275 al 281 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 282 al 288 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 289 al 295 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 296 al 302 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 303 al 309 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 310 al 316 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 317 al 323 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 324 al 330 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 331 al 337 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 338 al 344 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 345 al 351 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 352 al 358 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 359 al 365 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 366 al 372 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 373 al 379 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 380 al 386 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 387 al 393 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 394 al 400 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 401 al 407 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 408 al 414 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 415 al 421 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 422 al 428 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 429 al 435 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 436 al 442 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 443 al 449 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 450 al 456 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 457 al 463 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 464 al 470 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 471 al 477 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 478 al 484 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 485 al 491 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 492 al 498 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 499 al 505 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 506 al 512 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 513 al 519 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 520 al 526 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 527 al 533 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 534 al 540 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 541 al 547 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 548 al 554 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 555 al 561 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 562 al 568 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 569 al 575 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 576 al 582 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 583 al 589 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 590 al 596 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 597 al 603 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 604 al 610 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 611 al 617 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 618 al 624 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 625 al 631 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 632 al 638 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 639 al 645 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 646 al 652 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 653 al 659 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 660 al 666 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 667 al 673 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 674 al 680 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 681 al 687 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 688 al 694 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 695 al 701 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 702 al 708 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 709 al 715 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 716 al 722 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 723 al 729 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 730 al 736 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 737 al 743 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 744 al 750 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 751 al 757 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 758 al 764 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 765 al 771 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 772 al 778 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 779 al 785 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 786 al 792 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 793 al 799 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 800 al 806 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 807 al 813 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 814 al 820 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 821 al 827 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 828 al 834 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 835 al 841 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 842 al 848 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 849 al 855 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 856 al 862 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 863 al 869 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 870 al 876 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 877 al 883 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 884 al 890 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 891 al 897 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 898 al 904 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 905 al 911 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 912 al 918 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 919 al 925 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 926 al 932 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 933 al 939 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 940 al 946 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 947 al 953 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 954 al 960 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 961 al 967 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 968 al 974 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 975 al 981 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 982 al 988 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 989 al 995 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 996 al 1002 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1003 al 1009 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1010 al 1016 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1017 al 1023 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1024 al 1030 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1031 al 1037 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1038 al 1044 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1045 al 1051 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1052 al 1058 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1059 al 1065 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1066 al 1072 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1073 al 1079 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1080 al 1086 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1087 al 1093 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1094 al 1100 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1101 al 1107 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1108 al 1114 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1115 al 1121 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1122 al 1128 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1129 al 1135 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1136 al 1142 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1143 al 1149 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1150 al 1156 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1157 al 1163 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1164 al 1170 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1171 al 1177 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1178 al 1184 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1185 al 1191 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1192 al 1198 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1199 al 1205 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1206 al 1212 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1213 al 1219 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1220 al 1226 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1227 al 1233 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1234 al 1240 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1241 al 1247 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1248 al 1254 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1255 al 1261 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1262 al 1268 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1269 al 1275 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1276 al 1282 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1283 al 1289 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1290 al 1296 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1297 al 1303 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1304 al 1310 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1311 al 1317 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1318 al 1324 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1325 al 1331 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1332 al 1338 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1339 al 1345 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1346 al 1352 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1353 al 1359 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1360 al 1366 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1367 al 1373 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1374 al 1380 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1381 al 1387 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1388 al 1394 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1395 al 1401 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1402 al 1408 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1409 al 1415 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1416 al 1422 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1423 al 1429 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1430 al 1436 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1437 al 1443 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1444 al 1450 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1451 al 1457 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1458 al 1464 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1465 al 1471 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1472 al 1478 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1479 al 1485 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1486 al 1492 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1493 al 1499 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1500 al 1506 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1507 al 1513 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1514 al 1520 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1521 al 1527 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1528 al 1534 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1535 al 1541 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1542 al 1548 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1549 al 1555 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1556 al 1562 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1563 al 1569 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1570 al 1576 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1577 al 1583 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1584 al 1590 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1591 al 1597 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1598 al 1604 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1605 al 1611 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1612 al 1618 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1619 al 1625 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1626 al 1632 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1633 al 1639 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1640 al 1646 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1647 al 1653 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1654 al 1660 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1661 al 1667 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1668 al 1674 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1675 al 1681 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1682 al 1688 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1689 al 1695 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1696 al 1702 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1703 al 1709 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1710 al 1716 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1717 al 1723 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1724 al 1730 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1731 al 1737 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1738 al 1744 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1745 al 1751 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1752 al 1758 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1759 al 1765 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1766 al 1772 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1773 al 1779 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1780 al 1786 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1787 al 1793 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1794 al 1800 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1801 al 1807 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1808 al 1814 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1815 al 1821 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1822 al 1828 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1829 al 1835 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1836 al 1842 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1843 al 1849 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1850 al 1856 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1857 al 1863 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1864 al 1870 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1871 al 1877 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1878 al 1884 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1885 al 1891 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1892 al 1898 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1899 al 1905 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1906 al 1912 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1913 al 1919 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1920 al 1926 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1927 al 1933 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1934 al 1940 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1941 al 1947 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1948 al 1954 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1955 al 1961 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1962 al 1968 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1969 al 1975 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1976 al 1982 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1983 al 1989 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1990 al 1996 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 1997 al 2003 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 2004 al 2010 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 2011 al 2017 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 2018 al 2024 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 2025 al 2031 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 2032 al 2038 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 2039 al 2045 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 2046 al 2052 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 2053 al 2059 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 2060 al 2066 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 2067 al 2073 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 2074 al 2080 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 2081 al 2087 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 2088 al 2094 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 2095 al 2101 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 2102 al 2108 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 2109 al 2115 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 2116 al 2122 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 2123 al 2129 | | | | | TOTAL | | |
| | | Semana 21 | | | | | | | |



Principio 6

Las Empresas deben apoyar la abolición de las prácticas de discriminación en el empleo y ocupación.

Tal y como lo hemos expresado en nuestras normas de conducta, las políticas de la empresa y actividades laborales están encaminadas a abolir la discriminación en el trabajo por raza, género, orientación sexual, religiosa o política, y orígenes étnicos y sociales. Sin embargo, aún está pendiente por implementar indicadores de gestión que midan la posibilidad de discriminación en materia de empleo y ocupación.

Nuestra compañía promueve la Transferencia Internacional de sus empleados para que puedan aportar su conocimiento en las distintas operaciones alrededor del mundo e impulsar su carrera. Por lo tanto, hemos tenido profesionales de distintas nacionalidades a los cuales siempre se les ha prestado una atención amable y cordial durante la estadía en el país.

Paralelamente, contamos con una política de promoción personal que se fundamenta en las capacidades, conocimientos y rendimiento acorde a los requerimientos del cargo. Es decir, las oportunidades son iguales para todos y tanto las mejoras en los salarios como los ascensos dependen del rendimiento del individual, evitando cualquier tipo de discriminación. Desde la dirección de la compañía se vela para que los mejoramientos en los salarios se den en función de las políticas establecidas.

Contamos con 12 hombres y 9 mujeres laborando en nuestra oficina, de las cuales 3 desempeñan altos cargos. Del total del personal, 15 personas no superan los 30 años.

Para cada uno de los cargos se ha establecido una serie funciones correspondientes a cada categoría. De esta manera cada empleado tiene un rol claro y específico dentro de toda la operación, y sobre el cumplimiento de esos ítems se hará la evaluación anual de rendimiento.

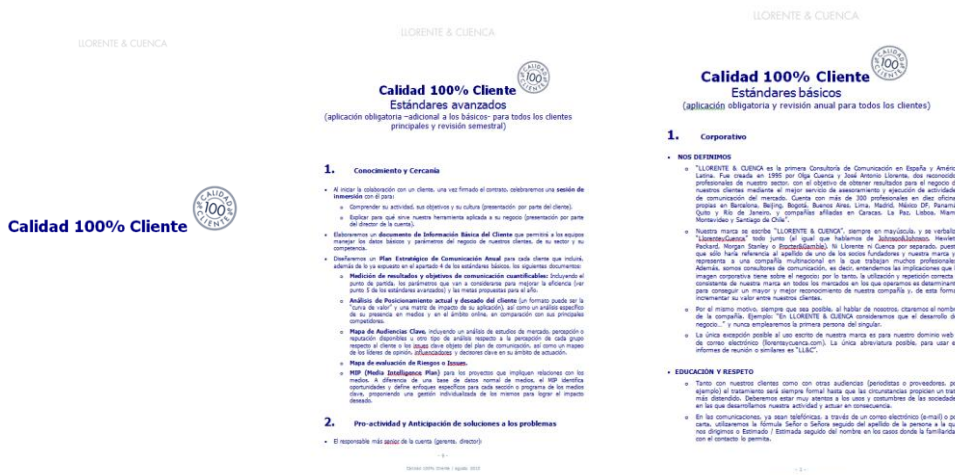
| AC-FUNCIONES PRINCIPALES | | | |
|--|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| De las funciones correspondientes a su categoría, indicar cuáles ha desarrollado: (NP = no procede) | | | |
| 1.- Planificación, Desarrollo y Gestión | NP | NO | SI |
| Cumple con los parámetros de facturación establecidos para su categoría en el modelo económico de la compañía | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Realiza las tareas encomendadas en el plazo y con la calidad exigidos, siguiendo instrucciones y bajo un alto nivel de supervisión | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Elabora y envía a primera hora de la mañana el informe de cobertura de sus clientes, habiendo realizado una primera valoración de las noticias que es supervisada por su responsable directo | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Mantiene actualizados y ordenados los listados y bases de datos de sus clientes y medios de comunicación, tanto en soporte físico como electrónico | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Contacta con los medios de comunicación, en su nivel de interlocución, para la ejecución de gestiones sencillas (organización de reuniones, envío de notas de prensa, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Prepara los listados de medios para ruedas de prensa y encuentros informativos, envía las invitaciones y realiza el seguimiento | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Coordina la logística necesaria para las reuniones, eventos o encuentros informativos (equipo audiovisual, documentación, confirmaciones y demás detalles) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Comienza a elaborar materiales de comunicación sencillos | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Genera de forma regular los informes de actividades de las cuentas | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Ofrece soporte técnico al resto del equipo (escaneos, recopilación de repercusiones, tareas logísticas, etc.) | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 2.- Diseño de soluciones para responder a la problemática del cliente | NP | NO | SI |
| Colabora con el resto del equipo en la ejecución y mantenimiento del programa de comunicación del cliente | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Se informa de los aspectos determinantes del negocio de los clientes y del sector en el que operan | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Conoce la estrategia diseñada para el cliente, el posicionamiento de comunicación y sus implicaciones | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 3.- Elaboración de propuestas | NP | NO | SI |
| Colabora en las tareas de investigación ó documentación que le sean requeridas | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| 4.- Calidad | NP | NO | SI |
| Conoce y aplica los estándares de calidad establecidos en nuestro Plan "Calidad 100% Cliente" y trata de adecuarse a ellos en lo máximo posible | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

Paralelamente, el desarrollo de las habilidades de los empleados es una gran prioridad para nuestra oficina. Por tal motivo, periódicamente se realizan jornadas de capacitaciones internas que se van dando en función a las necesidades evidenciadas. Generalmente las formaciones son impartidas por los socios y directores de la firma, aunque en algunos casos son llevadas a cabo por especialistas externos.

Sumado a esto, motivados por asegurar un valor agregado en lo servicios de consultoría que le ofrecemos a nuestros clientes, en 2005 nace el Plan "Calidad

100% Cliente”, que es puesto práctica en nuestra oficina. Allí se definen todos los estándares, documentación, plantillas, procedimientos y guías prácticas que debemos cumplir con cada uno de nuestros clientes.

Esta herramienta nos sirve para establecer las bases sobre las cuales podemos alcanzar mayor eficacia y eficiencia, para así lograr fidelizar y aportar al crecimiento de las compañías que confían en nuestra labor.



Todas estas políticas y directrices son dadas a conocer a cada uno de los empleados durante su ingreso a la oficina. También se cuenta cuenta con blog corporativo que sirve como herramienta para dar a conocer los lineamientos que rigen la compañía.

Complementando esto, periódicamente se vienen realizando actividades de integración con todo el personal profesional y administrativo de la oficina. Por medio de estas dinámicas se busca fomentar la unión del equipo y descargar las tensiones propias de las jornadas laborales.

5

Medio ambiente

Principio 7

Las Empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

Conscientes de que la protección del medio ambiente es un pilar fundamental del desarrollo sostenible, LLORENTE & CUENCA Colombia empezó en 2011 a trabajar bajo el concepto de oficina verde con la implementación de un sistema de clasificación de basuras para su reciclaje.

Del mismo modo venimos fomentando en nuestros profesionales la importancia de no imprimir ningún documento de no ser necesario; en caso de hacerlo, usar papel reciclado si no es para entregar al cliente. Como complemento de esto, recordamos a los empleados aplicar gestos sencillos como los son apagar las luces innecesarias y el ahorro del agua.

No obstante, estamos pendientes de implementar una política formal y escrita que establezca unos indicadores de gestión para evaluar el desempeño en materia ambiental.

Principio 8

Las Empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

La compañía es una firma consultora en comunicación y su actividad no está estrechamente relacionada con el medio ambiente, ni implica riesgos o grandes responsabilidades en este tema. Sin embargo, como lo hemos mencionado desarrollamos acciones de reciclaje y reducción de consumo.

Aún no contamos con mecanismos de medición y seguimiento para evaluar la gestión y la adquisición de una conciencia ambiental.



En temas salud ocupacional y seguridad, se han realizado capacitaciones con nuestros profesionales sobre aquellos riesgos y lesiones que se pueden derivar de las labores. Se dieron a conocer métodos sencillos para mejorar la actividad diaria a través de la gimnasia laboral y las pausas activas. La siguiente guía fue distribuida a todos los empleados con el ánimo de que sea puesta en práctica varias veces al día.

Principio 9

Las Empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente

Se está implementando un programa de manejo y disposición de basuras que tiene como componentes la separación, clasificación y reciclado de dichos residuos. Durante su ejecución se informó a los empleados del procedimiento a seguir a la hora de arrojar algún desperdicio.

Consideramos que hasta ahora estamos dando nuestros primeros pasos en relación a la ambiental, por eso no contamos todavía con sistemas de control que analicen los avances tecnológicos factibles y disponibles en el mercado, y que puedan ser tenido en cuenta para incorporarlos a la empresa.

Estamos en proceso de verificar los procesos que desarrollamos actualmente para establecer si es necesario cambiarlos a una tecnología ecológica para los próximos proyectos.

6

Anticorrupción

Principio 10

Las Empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno.

El código de conducta de LLORENTE & CUENCA especifica claramente el compromiso de la compañía por luchar activamente contra toda forma de corrupción. Ya sea activa o pasiva.

Entendemos como corrupción las situaciones en las que una persona o entidad jurídica ofrece a otra persona una cantidad de dinero, regalos, bienes, dádivas, préstamo, entre otros, para recibir algo a cambio, favorecer algún tipo de interés o

inducir a que se cometa algo deshonesto o ilegal en contra de los valores y conductas de la empresa.

Asimismo, solo hacemos negocios con clientes y proveedores dedicados a actividades comerciales realizadas con el amparo de la ley colombiana. Absolutamente todas las relaciones con nuestros grupos de interés (clientes, medios de comunicación, funcionarios, proveedores) deben estar cobijadas bajo los principios de integridad, honestidad y libre competencia. Adicionalmente, se deben cumplir todas las leyes y normas existentes en el país en relación a la corrupción.

Como norma general, ningún empleado aceptará ningún regalo o invitación que pudiera ser interpretada como una forma de alterar las normas de

LLORENTE & CUENCA



3. Política anticorrupción

LLORENTE & CUENCA se compromete a luchar activamente contra la corrupción, adoptando todas aquellas medidas necesarias para evitar este tipo de prácticas.

Se prohíbe estrictamente a los empleados toda forma de corrupción, activa o pasiva, sin distinción de origen, destino o cuantía.

Se entiende como corrupción, en términos generales y sin ánimo exhaustivo, aquellas situaciones en las que una persona física o jurídica promete, ofrece o da a otra persona alguna cantidad de dinero u otros bienes, regalos, dádivas, servicios gratuitos, encargos profesionales, participaciones en negocios, colocación de personas u otros favores, a cambio de la promesa de una compensación en forma de permisos, concesiones, contratos, nombramientos, información privilegiada, y en general de cualquier acción u omisión que en caso de no recibir tales beneficios no se hubiere realizado.

comportamiento establecidas en código y aquellos que se desarrollen por su práctica. Todo el personal tiene pleno conocimiento de esta política de conducta a través del blog corporativo y el correo electrónico.

Desde la alta dirección general y administrativa se tiene control interno sobre todos los proceso de contratación y aquellos trámites que puedan ser susceptibles de corrupción, para así vigilar que en ningún momento se llegue a incumplir la normatividad.

TABLA DE CORRELACIÓN ENTRE LOS PRINCIPIOS DEL PACTO MUNDIAL Y LOS INDICADORES DEL GRI

| Áreas | Indicadores GRI | Página | |
|---|---|-----------------|--------|
| Carta de renovación con el Pacto Global | 1.1, 3.1 | 3 | |
| Perfil LLORENTE & CUENCA | 2.4, 2.1, 2.2, 2.8, 4.1, 4.2, 4.14. | 5, 6, 7 | |
| Áreas | Principios del Pacto Mundial | Indicadores GRI | Página |
| Derechos Humanos | Principio 1. Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos proclamados internacionalmente | 7.5, 7.7, PR5 | 9 |
| | Principio 2. Las empresas deben asegurarse de no ser cómplices de abusos a los Derechos Humanos. | 7.6, 7.11 | 11 |
| Estándares laborales | Principio 3. Las empresas deben sostener la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a celebrar contratos colectivos de trabajo | HR5, LA12 | 13 |
| | Principio 4. Las empresas deben sostener la eliminación de todas las formas de trabajo forzado y obligatorio | HR7 | 14 |
| | Principio 5. Las empresas deben sustentar la abolición del trabajo infantil. | HR6 | 16 |
| | Principio 6. Las empresas deben sostener la eliminación de la discriminación respecto del empleo y la ocupación. | LA2 | 17 |
| Medio Ambiente | Principio 7. Las empresas deben apoyar un abordaje cauteloso de los desafíos ambientales | 6.4 | 20 |
| | Principio 8. Las empresas deben implementar iniciativas para promover mayor responsabilidad ambiental. | LA8 | 20 |
| | Principio 9. Las empresas deben alentar el desarrollo y la difusión de tecnologías que no dañen el medio ambiente | | 21 |

| | | | |
|----------------|--|-----|----|
| Anticorrupción | Principio 10. <i>Las empresas deben combatir la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el pago de sobornos.</i> | SO4 | 22 |
|----------------|--|-----|----|

Para más información contactar a Paola Gómez pgomez@llorenteycuenca.com

WWW.LLORENTEYCUENCA.COM

LLORENTE & CUENCA Colombia

Carrera 14 No. 94-44

Torre B, oficina 501

Bogotá