



## **LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) EN RICARDO PÉREZ S.A**

### ***Informe de Progreso al Pacto Global de las Naciones Unidas 2008***



**Octubre de 2009**



*Informe de Progreso al Pacto Global de las Naciones Unidas  
2007-2008*

## **CONTENIDO**

### **I. Mensaje del Presidente**

### **II. Perfil Empresarial de Ricardo Pérez S.A.**

### **III. Los principios del Pacto Global y el compromiso de Ricardo Pérez S.A.**

**\*Derechos Humanos**

**\*Estándares Laborales**

**\*Medio Ambiente**

**\*Anti-corrupción**

### **IV. Difusión del Informe de Progreso de Pacto Global**

### **V. Compromiso para el Informe de Progreso de Pacto Global 2009**

## **I. Mensaje del Presidente**

Con 53 años en el Mercado, Ricardo Pérez, S.A. es la compañía líder del mercado automotriz en la República de Panamá. Eso lo hemos logrado porque día a día trabajamos para cumplir nuestra misión de ofrecer a nuestros clientes la mejor experiencia en la compra y posesión de nuestros vehículos, así como el mejor retorno de la inversión para los accionistas en la industria y para los colaboradores en la empresa.

Ricardo Pérez guía su completa operación en patrones éticos de comportamiento basados en la honestidad, la integridad y la equidad entre otros principios claves. Por lo anterior, y porque operamos sobre estándares globales, en el año 2001 fuimos una de las primeras empresas en sumarnos como signatarios del Pacto Global de las Naciones Unidas.

La responsabilidad social empresarial (RSE) en Ricardo Pérez S.A. es parte de la estrategia integral de nuestro negocio y se refleja en sus sistemas, políticas, procedimientos y acciones e impacta a toda nuestra cadena de valor y a nuestros grupos de interés: colaboradores, accionistas, proveedores, clientes, comunidad.

Hemos dividido el Informe en cuatro secciones donde se presentan los diez principios del Pacto Global y nuestro compromiso hacia ellos: Derechos Humanos, Derechos Laborales, Medio Ambiente y Anti-Corrupción. Presentamos lo más destacable en el período 2007-2008 y algunos avances del año 2009. Todo lo relativo al presente año, será debidamente presentado en nuestro Informe de Progreso al Pacto Global del año 2010.

Dentro del período que estamos reportando, queremos destacar sobre todo el avance que hemos hecho en la adopción de un innovador modelo de gestión del desarrollo organizacional que es líder en nuestro país. Sobre la base del cliente interno (colaboradores) hemos avanzado en procesos que nos permiten avanzar sobre la confianza en la empresa, el sentido de orgullo y pertenencia a la empresa; un balance de vida personal y profesional; y que nos permiten por ende consolidar nuestra RSE. En éste sentido, desde el año 2007 hemos estado enfocados en un proceso que incluye: (1) Planificación y mejora de los colaboradores sobre la base de un modelo de competencias; (2) Revisión

continua de rendimiento y desempeño; (3) Delegación y reconocimiento de colaboradores a través de compensación y reconocimientos; (4) Desarrollo de las capacidades de los colaboradores a través de capacitación; (5) Garantizar el relevo generacional en posiciones claves como parte del plan de sucesión. Esperamos con éste proceso –cuyos resultados preliminares reportaremos en el próximo Informe al Pacto Global- nos permitan mejorar: la comunicación entre la empresa y los colaboradores; la gestión de la cultura organizacional, la salud y el medio ambiente; y finalmente cumplir con el Toyota Way corporativo que se basa en el mejoramiento continuo y el respeto por las personas.

Finalmente, queremos aprovechar este Informe de RSE de la empresa, para reiterar nuestro compromiso con el Pacto Global de las Naciones Unidas y los principios que promueve. Nos planteamos para este año 2009 estar más activos en la Red del Pacto Global-Panamá a fin de compartir nuestras mejores prácticas y lecciones aprendidas con otras empresas de nuestro país, así como mejorar nuestro desempeño y mediciones en materia de RSE, cuyos resultados presentaremos en nuestro próximo Informe a ser presentado en el año 2010.

**Ricardo Pérez M.,  
Presidente  
Ricardo Pérez, S.A.**

## II. Perfil Empresarial de Ricardo Pérez S.A.



### **RICARDO PEREZ, S.A.**

#### **Visión**

\*Continuar siendo la compañía automotriz más exitosa y respetada en la República de Panamá.

#### **Misión**

\*Ofrecer a nuestros clientes la mejor experiencia en la compra y posesión de nuestros vehículos.

\* Ofrecer a nuestros accionistas y colaboradores el mejor retorno a su inversión en la industria.

#### **Patrones Éticos**

\*Honestidad y sinceridad en todas las actividades.

\*Integridad en el uso de los recursos.

\*Evitar el conflicto de intereses.

\*Eauidad en el trato con todos v la satisfacción del cliente.

#### **\*Historia**

Hacia 1956, Don Ricardo Pérez García aceptó la oferta de empresarios japoneses de distribuir la marca de vehículos TOYOTA, una marca relativamente nueva en el mercado de exportación.

Esta nueva concesión convirtió a Don Ricardo en uno de los primeros representantes en el mundo a distribuir esta famosa marca. Es así como 1957, Ricardo Pérez, S.A. vende su primer TOYOTA en Panamá.... El modelo TIARA.

La distribución TOYOTA fue de las primeras concedidas en América Latina. Gracias al prestigio e ideas innovadoras de la empresa Ricardo Pérez, S.A., TOYOTA se establece en Panamá como un producto confiable y de gran respaldo.

Con el mismo ímpetu con que se desarrolló su empresa en David, el 7 de marzo de 1973, Ricardo Pérez abre su primera sucursal en Panamá en la Avenida Frangipany, que crece a ritmo acelerado, dándose progresivamente una expansión de la red de sucursales, abarcando todo el país.

1980, es un período de transición planificado que podemos catalogar como un ejemplo de visión y proyección del fundador de la empresa, quien se retira de la administración el grupo y cede la propiedad y gerencia de la empresa a sus cinco hijos, la Segunda Generación Pérez.

Por otro lado, en 1982, las ventas de autos y repuestos en la Ciudad de Panamá superaron a las del interior, por lo que se decidió abrir una nueva sucursal y trasladar a uno de los directores a la capital. En este período se habilitó la sucursal de Vía Brasil como oficina principal de autos TOYOTA en Panamá y se construye la sucursal de Ricardo J. Alfaro. Adicionalmente la red de distribuidores de repuestos a nivel nacional se amplía con dos sucursales adicionales en la ciudad de Panamá, un concesionario en Chorrera, Aguadulce y Santiago.

Si bien la ciudad de Panamá, representó la oportunidad de crecimiento vigoroso, el resto del país no se descuidó. Así también se dio la apertura de sucursales de venta de vehículos en Aguadulce, Colón y concesionarios para Chorrera y Santiago.

Adicional, fue en esta época cuando la empresa Ricardo Pérez, S.A. con paso firme y constante evoluciona hasta lograr convertirse en líder en la industria automotriz en Panamá. Las empresas adquieren nuevo dinamismo y los negocios en general prosperan.

Durante los años de la crisis política – económica de finales de los ochenta, la empresa tuvo que ajustarse a las condiciones severas del mercado, sin embargo, lo más importante es que el Grupo Corporativo Pérez aprendió a manejar cada una de estas situaciones para salir siempre adelante, aún cuando los tiempos fueron adversos.

En 1990, la empresa se había recuperado y estaba nuevamente en marcha para liderizar la industria. En 1996 RPSA, consolida como líder de la marca TOYOTA para Centroamérica y Panamá.

En 1997, Ricardo Pérez, S.A. cumple el sueño de Don Ricardo de unificar, nuevamente, la distribución de la marca TOYOTA en Panamá, al adquirir los derechos únicos de la distribución, inventarios y derecho de marca para la República de Panamá a otra distribuidora, consolidando así la marca bajo un solo nombre.

Desde la década de los 90, la empresa se ha concentrado en la actualización en materia tecnológica, organizativa y de cumplimiento de expectativas de nuestros clientes. Desde entonces, se inició la implementación de acciones para la creación de una cultura de servicio al cliente, siguiendo una estrategia planificada para todas las empresas del Grupo Corporativo Pérez.

En particular, en Ricardo Pérez S.A. destaca desde el año 2007 a la fecha, la adopción de un modelo de gestión por competencias que ha permitido adoptar progresivamente un nuevo modelo de desarrollo organizacional, así como garantizar el relevo generacional en posiciones claves en la empresa.



### EL TOYOTA WAY...

Los principios, valores y creencias guías de Ricardo Pérez, S.A. están definidos en el **Toyota Way**, el cual es un ideal y una norma para la gente que forma parte de la organización global de Toyota.

El **Toyota Way** descansa en dos pilares:

#### **1. El Mejoramiento Continuo**

Siempre mejorando. Nunca podemos estar satisfechos con el lugar en que nos encontramos y siempre procuramos mejorar nuestro negocio mediante nuevas ideas y con un empeño cada vez mayor.

#### **2. Respeto Por Las Personas**

Creemos que el éxito de nuestro negocio se crea a través de una sólida combinación del esfuerzo individual y el trabajo en equipo efectivo.

### **\*Perfil del Negocio**

Ricardo Pérez, S.A., empresa líder en el sector automotriz panameño, es distribuidor único de Toyota, Daihatsu e Hino. Ricardo Pérez, S.A., se distingue por comercializar productos y servicios de calidad, cuyo valor y beneficios ofrecen a sus clientes la mejor experiencia de compra y propiedad en Panamá.

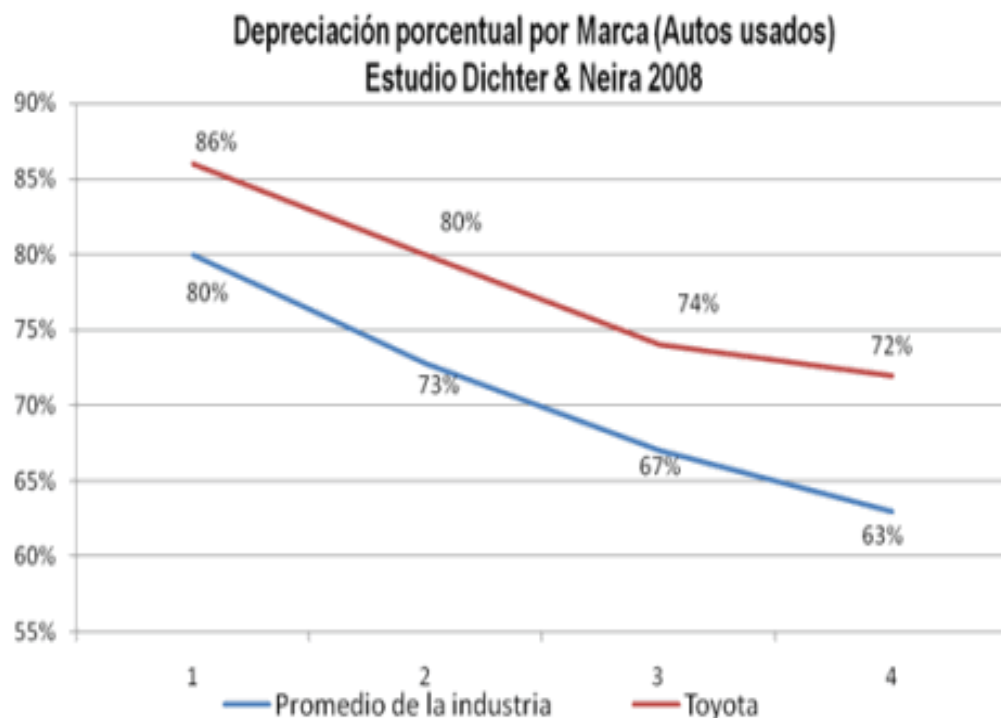
La empresa, fundada en 1956 por Don Ricardo Pérez García, genera empleos directos para más de 1,500 colaboradores a nivel nacional y brinda servicio a sus miles de clientes a través de 7 sucursales, 33 talleres móviles que ofrecen servicio a domicilio y 10 concesionarios dedicados a la venta de automóviles, partes y servicios de taller.

Ricardo Pérez S.A. encargó un estudio a la empresa Dichter & Neira, la agencia de Investigación de Mercados y Opinión Pública Líder en América Central, con más de 20 años de experiencia, sobre el valor de reventa de los vehículos como un atributo a la hora de tener en cuenta a la hora de la compra. Los principales hallazgos de este estudio realizado en el año 2008 fueron que:

\*Para el 100% de los vendedores de autos de segunda mano, Toyota es indiscutiblemente la marca con mayor Valor de Reventa. A su vez, estos vendedores consideraron a Toyota como la marca más buscada por los compradores, lo cual implica un menor lapso de tiempo para lograr su venta.

\*Para casi la mitad de los usuarios de carros usados encuestados (44%), Toyota es la marca que más número de personas tienen en cuenta a la hora de adquirir un vehículo de este tipo. A efectos de comparación, la marca que le sigue a Toyota apenas alcanza un 20% de preferencia.

\*Después de un lapso de 4 años, un Toyota tiene un Valor de Reventa de un 14% más que el promedio de otros vehículos de la industria.





\*Después de esos 4 años, y tomando como referencia un precio promedio de \$ 18.500, un Toyota valdrá \$1.600 más que otro carro de la mismo nivel.

Los resultados completos de éste estudio que está disponible en:  
[www.toyotarp.com/reventa](http://www.toyotarp.com/reventa)



## **FECHA DE INGRESO AL PACTO GLOBAL**

La fecha de ingreso de Ricardo Pérez, S.A

**9 DE AGOSTO DE 2001**

## **INFORMES DE PROGRESO GLOBAL PRESENTADOS**

- Año 2005: reportando 2004-2005
- Año 2009: reportando 2007-2008

## **\*Premios Recibidos**

A lo largo del Informe, se presentarán diversos premios que Ricardo Pérez S.A. ha recibido por sus contribuciones en materia social y ambiental.

En esta sección se reporta un premio recibido en Marzo de 2009 que premia la innovación empresarial y del cual también fuimos merecedores el año pasado. En éste sentido, Ricardo Pérez S.A. fue reconocida por la Cámara de Comercio y la Secretaría Nacional de Ciencia y Técnica (SENACYT) en el "Tercer Premio Nacional a la Innovación Empresarial".

La Gala del Concurso a la Innovación Empresarial se llevó a cabo en el marco de EXPOCOMER, en conjunto de la Cámara de Comercio y SENACYT, el día viernes 06 de marzo de 2009.

Fueron 40 los proyectos participantes, y 10 los pre finalistas del concurso; estos últimos pasaron por rigurosas inspecciones y entrevistas a cargo de jurados, especialistas en el tema. Ricardo Pérez es la única empresa automotriz del país en ser reconocida por estas instituciones por el trabajo que realiza. Este es el 3 año consecutivo en el que participamos y seguimos siendo reconocidos dentro del grupo de los 10 primeros lugares.



La empresa concursó con lo que se ha denominado como la célula de reparación de sistemas de Aire Acondicionado Automotriz. El desarrollo de la célula toma como fundamento realizar el trabajo de una manera más coordinada, con herramientas y equipos necesarios para optimizar el tiempo de ejecución, pasando por estrictas pruebas de campo para su perfección.

Una vez perfeccionado el procedimiento, el tiempo requerido para realizar proceso de reparación de sistemas de acondicionamiento de aire automotriz se redujo en aproximadamente un 50% vs. tiempo estándar establecido por el fabricante del vehículo.

Ricardo Pérez, S.A. se ha distinguido por quedar entre los finalistas del concurso, por dos años consecutivos; reafirmando así su compromiso de brindar el más eficaz y rápido servicio a sus clientes.

2007-2008

### III. Los principios del Pacto Global y el compromiso de Ricardo Pérez S.A.

Para hacer el reporte de nuestros sistemas, políticas, procedimientos y acciones en materia de responsabilidad social empresarial (RSE) nos basaremos en la relación que realiza la Red del Pacto Global-Panamá entre los Principios del Pacto Global-Panamá y las dimensiones del Índice RSE-Panamá que se presentara en su foro anual del año 2008 y que compartimos a continuación:



Siguiendo esta lógica, presentaremos los avances de la empresa de manera agregada por cada una de las 4 esferas del Pacto Global, especificando que 10 principios del Pacto Global aplican en cada caso.

## **\*DERECHOS HUMANOS**

<b>PRINCIPIO 1</b>	<b><i>Las empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos reconocidos internacionalmente dentro de su esfera de influencia.</i></b>
<b>PRINCIPIO 2</b>	<b><i>Las empresas deben asegurarse de no actuar como cómplices de violaciones de los derechos humanos.</i></b>

La empresa aplica en su campo de influencia interna y externa, normas nacionales e internacionales en materia de derechos humanos, promoviendo su confianza y evitando así cualquier tipo de violación de los mismos.

En particular, se destacan como precedentes normativos para nuestro accionar de respeto a los derechos humanos:

- Constitución de la República. Título III. Derechos y Deberes individuales y sociales. Capítulo 1. Garantías Fundamentales. Artículo 19.
- Pacto Global de las Naciones Unidas, del cual somos signatarios desde el 9 de agosto de 2001.

## **\*Relaciones con la Comunidad**

Ricardo Pérez S.A. se ha destacado en el período reportado por su proyección a la comunidad en el apoyo a diferentes iniciativas relacionadas con la educación como veremos a continuación.

### **\*Capacitación a jóvenes de escasos recursos en El Chorrillo**

Ricardo Pérez S.A. ha creado un programa social de capacitación de Mecánica Automotriz Básica en el Instituto Vocacional Nuestra Señora de Fátima del Barrio de El Chorrillo, donde se imparten 300 horas teóricas y 200 horas de práctica en los talleres de Ricardo Pérez, S.A., a jóvenes interesados en aprender un oficio para ganarse la vida decentemente. Al culminar este curso los estudiantes son certificados por el Ministerio de Educación como Ayudantes de Mecánica.

Este grupo de jóvenes se ha preparado en el Centro de capacitación automotriz "Don Ricardo Pérez García", ubicado en la Parroquia de Nuestra Señora de Fátima del Chorrillo, luego de haber recibido capacitación teórica y práctica por parte del equipo de expertos técnicos de Ricardo Pérez, S.A.

En el marco de la entrega de certificados de graduación a este grupo de jóvenes, Edgardo Noriega, Vicepresidente de la División Automotriz de Ricardo Pérez, S.A. reiteró que la compañía continuará dedicando esfuerzos y recursos para que más jóvenes panameños tengan la oportunidad de explorar su potencial y aspirar a una mejor calidad de vida.

Producto de este programa de capacitación, a la fecha se han graduado más de 18 jóvenes de la comunidad de El Chorrillo, de los cuales 3 han encontrado una oportunidad de trabajo en el Grupo Corporativo Pérez.

### **\*Alianza estratégica con la Universidad Tecnológica de Panamá (UTP)**



Esta alianza se da a partir del interés de Ricardo Pérez S.A. de contribuir al desarrollo de nuestro país. Esta vez través de una muestra de apoyo directo al futuro recurso humano de la industria automotriz panameña.

Como empresa 100% panameña, en Ricardo Pérez, S.A. se siente altamente comprometida con el desarrollo del talento local en el sector automotriz. Por ello, apoya a los jóvenes panameños que sientan la vocación y cuenten con el talento, para que encuentren tanto en la Universidad Tecnológica, como en nuestra empresa todas las vías y herramientas para desarrollarse profesionalmente.

En mayo de 2007, la Universidad Tecnológica de Panamá (UTP), en conjunto con Ricardo Pérez, S.A., pusieron en marcha un programa de apoyo, cooperación y capacitación llamado Ricardo Pérez, S.A. – Technical Education Program (RICAP-TEP).

El Programa T-TEP creado por Toyota Motor Corporation en 1990 tiene como objetivo ser la herramienta para formar y reclutar recurso humano en la red de servicios Toyota; a través del apoyo a instituciones educativas con equipos, materiales, herramientas, capacitación de docentes y práctica profesional a estudiantes.

Esta iniciativa consiste en un avanzado programa de capacitación práctica y académica, dirigido a docentes y estudiantes de la carrera de Mecánica Automotriz, que imparte la Universidad Tecnológica de Panamá. Para los docentes, la capacitación es dirigida por instructores expertos certificados por Toyota Motor Corporation.

Este plan de formación integral, basado en la filosofía Kaizen de Toyota, incluye también una capacitación teórica intensa, complementada por entrenamiento práctico apoyado en equipo y materiales Toyota de la más avanzada tecnología.

En septiembre de 2008, en un significativo acto, la Universidad Tecnológica de Panamá (UTP), en conjunto con Ricardo Pérez, S.A., han rendido un homenaje póstumo a quien fuese el gestor del Programa Ricardo Pérez, S.A. – Technical Education Program (RICAP-TEP), el Ingeniero Edgardo Noriega, quien fungiese como Vicepresidente de la División Automotriz de Ricardo Pérez, S.A.

Gracias al programa RICAP-TEP, la UTP ha recibido diferentes motores de gasolina y diesel, que han agilizado la formación práctica de los estudiantes. Con este equipo de apoyo, los estudiantes han podido realizar pruebas de motor, de encendido y de inyección, lo cual ha contribuido a su capacitación como técnicos automotrices.

Esta iniciativa ha contribuido también con un incremento en la matrícula de la carrera en Mecánica Automotriz, que ha producido un aumento en la incursión de profesionales capacitados en el mercado.

De acuerdo a Ricardo Pérez, Co Presidente del Grupo Corporativo Pérez: *"Agradecemos a la UTP por este reconocimiento, a la vez que reafirmamos el compromiso de Edgardo Noriega con la capacitación y especialización en la rama automotriz"*.

El T-TEP se ha implementado con éxito en más de 50 países alrededor del mundo y ha graduado a más de 18 mil estudiantes. En Panamá, la primera generación del Programa T-TEP inició con 53 estudiantes en Julio 2007 y finalizó en Enero 2009.



#### **\*Alianza estratégica con el Instituto Nacional de Desarrollo Humano**

En noviembre de 2008, Ricardo Pérez, S.A., Toyota Motor Corporation e INADEH asumieron un nuevo reto, al expandir el Programa T-TEP (Toyota Technical Education Program) a la provincia de Chiriquí, luego del éxito en la implementación del mismo Programa en Inadeh-Panamá, con la suscripción del Convenio T-TEP, programado hasta el 2010..

Su expansión pretende contribuir con la educación y desarrollo socio-económico en la Provincia de Chiriquí. *"Este programa tiene como objetivo impulsar la educación técnica automotriz para crear una cultura nacional que se identifique como un medio que le provee al individuo una carrera y oportunidades de formar parte del recurso humano del país."*, explica el Ingeniero Fernando Miranda, Vice-Presidente de Post-Venta de Ricardo Pérez, S.A.

La meta de la empresa es graduar más del 70% de esta primera generación T-TEP y reclutar en nuestros talleres del Grupo Corporativo Pérez, S.A. un 50% de los egresados.



### **\*Premios recibidos por Ricardo Pérez S.A. por su contribución a la educación**

El Consejo Privado para la Atención Educacional (COSPAE) otorga anualmente los Reconocimientos "Educo". Este premio fue instituido en el año 2002 por la Junta Directiva de CoSPAe, para reconocer públicamente aquellas iniciativas privadas que se han destacado por su acción social en el campo educativo, e incentivar el desarrollo de otras de similar naturaleza, el mismo es otorgado a empresas, asociaciones, gremios empresariales o fundaciones que desarrollen programas de alcance comunitario, las cuales contribuyan a elevar la calidad de la educación en nuestro país, primordialmente en el sector público.

Ricardo Pérez, S.A., fue premiada por COSPAE en la edición 2008 de los reconocimientos EDUCO. En este caso, se reconoció el esfuerzo de la empresa en el apoyo a la juventud panameña a través de sus iniciativas con programas de capacitación técnica automotriz en instituciones educativas como: el T-TEP (Toyota Technical Education Program) en el INADEH y el RICAP-TEP (Ricardo Perez – Technical Education Program) en la Universidad Tecnológica de Panamá (UTP).

Estos programas de apoyo de Ricardo Pérez, S.A. se destacan por el apoyo a las instituciones educativas; a través del mejoramiento de las facilidades, equipos, materiales, herramientas, capacitación a docentes y práctica profesional para los estudiantes.

Dicha información está disponible en la página en Internet de COSPAE: [www.cospae.org/eventos.html](http://www.cospae.org/eventos.html)

### **\*Inclusión Social**

En materia de inclusión social, la empresa cumple lo previsto por la ley vigente en Panamá a saber:

- Ley N° 42 (de 27 de agosto de 1999) "Por la cual se establece la equiparación de oportunidades para las personas con discapacidad.
- Decreto Ejecutivo (de 12 de noviembre de 2002), por la cual se establece la equiparación de oportunidades para las personas con discapacidad.
- Ley N° 11 (de 22 de abril de 2005) "Que prohíbe la discriminación laboral y adopta otras medidas".

## **\*ESTÁNDARES LABORALES**

PRINCIPIO <b>3</b>	<i>Las empresas deben apoyar la libertad de asociación y el reconocimiento efectivo del derecho a la negociación colectiva.</i>
PRINCIPIO <b>4</b>	<i>Las empresas deben promover la eliminación de todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio.</i>
PRINCIPIO <b>5</b>	<i>Las empresas deben promover la abolición efectiva del trabajo infantil.</i>
PRINCIPIO <b>6</b>	<i>Las empresas deben promover la eliminación de la discriminación en relación con el empleo y la ocupación.</i>

## **\*Colaboradores**

### **- Cumplimiento de la Ley**

- Como parte de la política corporativa de RICARDO PEREZ S.A. y en cumplimiento de la normativa vigente, no se acepta ningún tipo de trabajo forzoso u obligatorio ni se permite el trabajo infantil en las empresas del grupo.
- Ricardo Pérez S.A. tiene una **Convención Colectiva de Trabajo** celebrada entre las Empresas Ricardo Pérez S. A. , Petrolera Nacional, S.A. y Compañías Afiliadas y la Unión de Empleados de Ricardo Pérez y Petrolera Nacional y Reglamento Interno. Por ella, LAS EMPRESAS aceptan y reconocen a LA UNIÓN de Empleados de Ricardo Pérez y Petrolera Nacional, como la única organización con legítimo derecho a representar a los trabajadores sindicalizados cubiertos por esta convención y se compromete a tratar con LA UNION de Empleados de Ricardo Pérez y Petrolera Nacional todos los problemas que se susciten con dichos trabajadores, salvo en los casos en que trabajadores no afiliados a LA UNIÓN prefieran que dicha organización los represente en su relación con el empleador. LAS EMPRESAS tramitarán con LA UNIÓN todo acuerdo o negocio necesario para mantener una relación de trabajo armónica, eficiente y productiva, así como tratar sobre los intereses generales de los trabajadores en atención a b que establece en



la presente Convención Colectiva de Trabajo y en estricto cumplimiento de las disposiciones del Código de Trabajo y demás leyes relacionadas con el trabajo. LA UNIÓN reconoce que LAS EMPRESAS tienen la libre administración, dirección, fiscalización y decisión en todos sus acuerdos, y en lo que respecta a los trabajadores estará sujeta solamente a cualesquiera limitaciones estipuladas en esta Convención Colectiva y disposiciones del Reglamento Interno de Trabajo y del Código de Trabajo en vigencia; asimismo, que LAS EMPRESAS poseen el derecho de administrar directamente su negocio, actividades y de determinar los métodos y programas para desarrollar sus operaciones, incluyendo, pero no limitando, lo referente a la producción, ventas y distribución. Por lo tanto, correrá por cuenta de LAS EMPRESAS los riesgos y beneficios propios de sus actividades económicas.

- La empresa no incurre en ningún tipo de discriminación basada en los atributos de: Género, Edad, Raza, Religión, Orientación sexual, Afiliación Política, Enfermos de SIDA, Discapacidad, al contratar, compensar, desarrollar, promocionar, despedir, o jubilar a su personal. Cuenta para ello con una política de igualdad de oportunidades de RICARDO PEREZ S.A. es *"Promover la igualdad de acceso al empleo considerando las mismas oportunidades para desarrollar plenamente los conocimientos, las calificaciones y las competencias que correspondan a las tareas o actividades que se desean llevar a cabo como también asegurar la calidad y satisfacción en el trato equitativo VIP, hacia nuestros distinguidos clientes"*. Esta política alcanza a todos los niveles: Presidencia, Vicepresidencias, Gerencias y todos los colaboradores permanentes y temporales del Grupo Corporativo Pérez S.A. Cualquier colaborador o candidato a empleo que se sienta discriminado en cualquier práctica de empleo, tiene el derecho de presentar una queja por discriminación en el empleo ante el Gerente de Desarrollo Organizacional. Éste estará a la disposición del colaborador que presente la queja para recibir toda la información referente a su queja. Esto será tratado con estricta confidencialidad, considerando la necesidad de investigar los asuntos planteados si fuese necesario.

#### **- Cliente interno**

- La empresa ha adoptado un innovador modelo de gestión del desarrollo organizacional que es líder en nuestro país. Sobre la base del cliente interno (colaboradores) hemos avanzado en procesos que nos permiten avanzar sobre la confianza en la empresa, el sentido de orgullo y pertenencia a la empresa; un balance de vida personal y profesional; y que nos permiten por ende consolidar nuestra RSE. En éste sentido, desde el año 2007 hemos estado enfocados en un proceso que incluye: (1) Planificación y mejora de los colaboradores sobre la base de un modelo de competencias; (2) Revisión continua de rendimiento y desempeño; (3) Delegación y reconocimiento de colaboradores a través de compensación y reconocimientos; (4) Desarrollo de las capacidades de los colaboradores a través de capacitación; (5) Garantizar el relevo generacional en posiciones claves como parte del plan de sucesión. Esperamos con éste proceso –cuyos resultados preliminares reportaremos en el próximo Informe al Pacto Global- nos permitan mejorar: la comunicación entre

la empresa y los colaboradores; la gestión de la cultura organizacional, la salud y el medio ambiente; y finalmente cumplir con el Toyota Way corporativo que se basa en el mejoramiento continuo y el respeto por las personas.

- Sobre la base de lo anterior, se mide el desempeño de los colaboradores a partir de sus competencias, las que se definen como la *"capacidad productiva de un individuo que se define y mide en términos de desempeño en un determinado contexto y refleja los conocimientos, habilidades, destrezas y actitudes necesarias para la realización de un trabajo efectivo y de calidad"* (Vargas Leyva, 2005).
- De esta manera, la empresa desarrollo su capital humano tomando en cuenta aspectos tales como patrones éticos, así como metas corporativas y del negocio. Compartimos a continuación el modelo que usa el Grupo Corporativo Pérez.



Dentro de éste innovador modelo de desarrollo organizacional, en lo que refiere a delegación y reconocimiento de colaboradores, la empresa ha instituido el Premio Ing. Edgardo Noriega. Este premio tiene las categorías "Jugador Más Valioso" y "Equipo Más Valioso" y procura premiar las iniciativas voluntarias de los colaboradores –de cualquier posición en la empresa- cuyos objetivos sean fortalecer la cultura de servicio orientada al cliente, agregando valor a lo que la empresa ya realiza. Este premio fue instituido en memoria del Ing. Edgardo Noriega quien fuera pionero e impulsor de los principios Toyota y del Kaizén en Ricardo Pérez S.A. Las disciplinas que se tienen en cuenta para el premio son:

- Disciplina 1: Valor al Cliente Interno y/o Externo con un premio de US\$5,000.
- Disciplina 2: Gestión Kaizén con un premio de US\$10,000.

La empresa establece un Comité de Evaluación multidisciplinario y los ganadores son anunciados durante la Convención de Valor de la empresa del próximo año. En el próximo Informe de Progreso de Pacto Global se reportarán los ganadores de éste premio.

**PREMIOS ING. EDGARDO NORIEGA**

El Concurso **Jugador Más Valioso** y **Equipo Más Valioso** tiene como objetivo promover y premiar las acciones voluntarias cuyo objetivo sea fortalecer la cultura de servicio orientada al cliente; y que agreguen valor de manera **consistente** a todo lo que hacemos para nosotros y nuestros clientes.

Este Concurso **Jugador Más Valioso** y **Equipo Más Valioso** tiene como galardones los **Premios Ingeniero Edgardo Noriega**, dedicados a la memoria de quien fuera el pionero e impulsor de los principios Toyota y del Kaizén en nuestra empresa.

**¿CÓMO PUEDES PARTICIPAR COMO EL JUGADOR O EQUIPO MAS VALIOSO?**

**DISCIPLINA 1.**  
**Valor al cliente Interno y /o Externo**

La participación es de forma individual, por medio de postulaciones. La postulación puede realizarla un jefe, compañero, subalterno, o cliente, que haya identificado una acción sobresaliente que agregue valor y que consistentemente la realiza el colaborador postulado. **TODOS los colaboradores pueden ser postulados.**<sup>1</sup>

**Concurso en múltiples categorías en pos de un único Premio Jugador Más Valioso**

Estas son las categorías:

- **Esfuerzo Extra**  
Consistentemente realiza actividades más allá de sus funciones, para lograr los objetivos que se le han asignado.
- **Iniciativa o Pensamiento Pro-Activo**  
Consistentemente propone ideas creativas e innovadoras; rompe paradigmas de manera positiva.
- **Incremento de la Productividad**  
Consistentemente realiza acciones que contribuyen a incrementar el resultado de su desempeño más allá de las metas propuestas.
- **Adaptación Rápida a Cambios Significativos.**  
Consistentemente demuestra disposición de adoptar para sí los cambios propuestos; estimula con su ejemplo.
- **Representación del Toyota Way a través del Pilar de Respeto por las Personas.**  
Consistentemente, demuestra pleno conocimiento de los conceptos del Toyota Way, practica las 3C's del Desarrollo Armonioso (Comunicación, Cooperación, Consideración) y el Trabajo en Equipo

<sup>1</sup> Excluye a los Vice-Presidentes y Gerentes Nivel 1

### **- Capacitación de los colaboradores**

- Para la empresa es importante que su recurso humano esté altamente capacitado y entrenado en cada uno de los procesos en los talleres, y demás áreas de atención al cliente. Para este fin, cuentan con programas y proyectos de mejora continua a través de los programas de Certificación, desarrollado por Toyota Motor Corp., orientados a actividades Kaizen (mejora continua), enfocado en las operaciones de Postventa (Servicio y Repuestos) las cuales ayudan a hacer frente a los cambios del mercado y a las demandas de los clientes.
- Para que esto se lleve a cabo, se trabaja paso a paso a través de la metodología PDCA (Plan, Do, Check, Action), utilizando el Sistema de producción Toyota (TPS), la filosofía de mejora continua (Kaizen), estableciendo un alto estándar de trabajo asegurando Calidad, Seguridad, Eficiencia, Productividad.

### **- Becas para hijos de los colaboradores**

- Ricardo Pérez S.A. lleva más de 15 años apoyando a sus colaboradores en el desarrollo integral de sus familias. En marzo de 2009, se realizó la entrega de becas del Grupo Corporativo Pérez.
- En 15 años han sido entregadas más de 800 becas a nivel nacional, en beneficio de hijos de colaboradores que cursan estudios primarios y secundarios además de colaboradores que estudian carreras universitarias.
- Directivos de la empresa junto a gerentes y personal de departamento de Desarrollo Organizacional del Ricardo Pérez S.A. hicieron entrega de estas becas que todos los años se someten a concurso. Siendo los colaboradores e hijos de empleados con mayores índices académicos los que son seleccionados para recibir esta significativa ayuda que aporta la empresa como un compromiso social al desarrollo de nuestros profesionales y en beneficio del crecimiento de nuestro país.

Ricardo Pérez, empresa líder del sector automotriz sigue los lineamientos de Toyota Motor Corporation y su filosofía de Kaizen y mejora continua, por eso cree en el desarrollo y mejoramiento profesional de todos sus colaboradores e hijos de los mismos.





## **\*Proveedores**

- Durante los 2007 y 2008 se elaboró una política de selección y contratación de los proveedores de la empresa que nace de los 2 grandes pilares de Toyota (Mejoramiento Continuo Kaizen y Respeto por las personas). Los proveedores aprendieron a presentar mejor sus cuentas a la empresa y de esta forma se ayudó a las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES) a que se ordenaran y organizaran para que fuese eficiente este proceso y redundara en disminuir el tiempo de pago, por la empresa y cobro para el proveedor.

## **\*Clientes**

- Ricardo Pérez S.A. cuenta con un Centro de Relaciones con el Cliente, que atiende consultas, comentarios y escucha sugerencias de los clientes en relación a sus productos y servicios. Se cuenta con una sección en la página en Internet de la empresa: <http://www.toyotarp.com/?cmd=6>, así como una línea especial 800-5050 y un correo electrónico específico para atender éstas solicitudes: [atenciontoyota@toyotarp.com](mailto:atenciontoyota@toyotarp.com)
- Asimismo, Ricardo Pérez, S. A. adopta la filosofía TSM (Toyota Customer Service Workshop Management) desde hace más de 10 años. Aplicando estos conceptos hemos logrado el involucramiento por parte de los Directivos, Gerentes de la División a fin de que se identifiquen con la Filosofía Toyota y forme parte de sus actividades diarias. Ricardo Perez, S. A. considera que aplicando la filosofía TSM ayudará diariamente a mejorar sus actividades, las cuales ayudarán a hacer frente a los cambios del mercado y a las demandas de los clientes, de esta manera asegurar un servicio de primera clase y calidad, superando las expectativas del cliente y que asegure que el cliente sea para toda la vida.

## **\*Contribución a la empleabilidad en Panamá**

- Ricardo Pérez, S.A. fue empresa pionera en el programa de inserción laboral del Ministerio de Trabajo y Desarrollo Laboral (MITRADEL) firmando un convenio de colaboración al "Proyecto de Apoyo a la Inserción Laboral" denominado ¡Si Hay Empleo!.



- Ricardo Pérez, S.A. fue la primera empresa en impulsar el programa de inserción laboral que permitirá el acceso al mercado de empleos a aquellas partes de la población con menos oportunidades.
- Esta iniciativa consiste en un programa de becas que permitirá a los candidatos laborar en empresas como Ricardo Pérez, S.A. durante un periodo de tres meses, luego de los cuales serán elegibles para permanecer en la empresa.



- A la ceremonia llevada a cabo en un Hotel de la Localidad asistió Excelentísimo Señor Martín Torrijos, Presidente de la República, el Excelentísimo Rubén Arosemena, Vicepresidente de la República, Ministros de Estado, Diputados, El Alcalde de la Ciudad, distinguidos empresarios y medios de comunicación.

- Pedro Coparropa, Gerente de Desarrollo Organizacional de Ricardo Pérez, S.A. declaró oportunamente que: *"Somos una empresa comprometida con el impulso del talento local y la generación de empleos, de manera que continuaremos dedicando esfuerzos y recursos para que más jóvenes panameños tengan la oportunidad de explorar su potencial y aspirar a una mejor calidad de vida."*
- Esta iniciativa es un complemento a la proyección social y comunitaria que realiza Ricardo Pérez, S.A., -que reportáramos en la sección anterior de Derechos Humanos- y que ha incluido proyectos como la capacitación laboral a los jóvenes de la comunidad de Fátima, en el Chorrillo. Un programa que les ha permitido a más de 18 jóvenes de la comunidad entrenarse como mecánicos automotrices y aspirar a mejores condiciones de vida.



## **\*MEDIO AMBIENTE**

<b>PRINCIPIO 7</b>	<i>Las empresas deben apoyar un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales.</i>
<b>PRINCIPIO 8</b>	<i>Las empresas deben adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.</i>
<b>PRINCIPIO 9</b>	<i>Las empresas deben fomentar el desarrollo y la difusión de tecnologías ecológicamente racionales.</i>

## **Política Ambiental**

- La política ambiental de Ricardo Pérez S.A está basada en la visión de ser la empresa pionera en la industria automotriz panameña en gestión ambiental.
- Es responsabilidad, tanto de la gerencia como de todos sus colaboradores de prevenir la contaminación ambiental en todas las actividades laborales.
- La gerencia, a través de su programa ambiental, implementa los principios de Producción Más Limpia dentro de sus actividades. Se aplica "Kaizen" (mejoramiento continuo) a todos sus procesos para lograr una mejor eficiencia y productividad.
- El compromiso con el medio ambiente va más allá que el cumplimiento con la legislación y regulación ambiental nacional y se adhiere a los lineamientos ambientales de Toyota Motor Corporation y del Pacto Global de las Naciones Unidas. Algunos ejemplos:

\*Esta empresa ha creado un moderno sistema de post venta llamado Taller Móvil, en el que sus usuarios pueden recibir mantenimiento preventivo gratuito, después de varios kilómetros recorridos. Este taller se traslada de lugar a lugar donde se encuentre la persona y cada Taller Móvil cumple con todas las normas ambientales de seguridad, manejo de sustancias y desechos, entre otras.

\*El Grupo Ricardo Pérez incluyó un nuevo servicio, el Fleet Solutions. Se trata de una unidad de servicios que administra la flota de las empresas de forma integrada. Algunas de las ventajas que promocionan es el ahorro en costos operativos.

\*La empresa desarrollo un programa de certificaciones de gestión ambiental dirigido a los talleres para disminuir la carga ambiental que se origina en dichos espacios buscando tener una tecnología de producción más limpia.

## **Programa de Gestión Ambiental**

- El programa de Gestión Ambiental que se desarrolla en Ricardo Pérez S.A se inicia en el año 2004. Este programa de gestión ambiental cuyo nombre es DERAP (Dealer Environmental Risk Audit Program) es un programa que TMC laza a todos sus distribuidores a nivel mundial que distribuye la marca Toyota ya que los impactos ambientales negativos que ocasiona un taller puede generarse por los siguientes puntos:

\*Los residuos de aceite, LLC o detergente que pueden contaminar los ríos o alcantarillados sin son dispuestos inadecuadamente;

\*Asimismo estos residuos pueden contaminar los suelos;

\*Los trabajos propios del taller también generan ruido que es otra forma de afectar del medio ambiente;

\*Igualmente residuos peligrosos tales como baterías, llantas u otros materiales pueden afectar si es que no son eliminados de la manera adecuada.

- Considerando que la industria del automóvil genera cierto nivel de impacto en el medio ambiente en todas las áreas de operación, Toyota reafirma la importancia de tomar acciones de alto nivel a favor del medio ambiente en todos los países y regiones tanto en las áreas de desarrollo y diseño, producción, ventas y desecho en todas las etapas del ciclo de vida de un vehículo. Como distribuidor de la marca Toyota es compromiso de Ricardo Pérez S.A el cumplimiento y la minimización de los impactos ambientales negativos.

- El progreso que ha habido en Ricardo Pérez del año 2004 al 2008 es el siguiente en ésta materia:

## **2004**

\*El programa Ambiental en Ricardo Pérez inicia en el 2004 con una evaluación o auditorio ambiental en todo los talleres de Ricardo Pérez S.A existentes, en donde esta auditoría es solicitada por TMC y se realiza para evidenciar las necesidades de los distribuidores de Toyota a nivel mundial.

\*También desde el año 2004 la Autoridad Nacional del Ambiente –ANAM, ha reglamentado la ejecución de auditorías ambientales en Panamá de acuerdo con el Decreto Ejecutivo No. 57 de 2004; en él se especifican los sectores prioritarios para ser requeridos con Auditorías Ambientales obligatorias, y entre éstos se encuentran los talleres de servicio automotriz. Es por esta razón que ANAM notificó a la empresa Ricardo Pérez para que se realice las Auditorías Ambientales en todo sus talleres, con miras a verificar su grado de cumplimiento con la normativa vigente. El principal objetivo de la auditoría ambiental solicitada por la Autoridad Nacional del Ambiente es establecer un enfoque independiente, documentado y sistemático para el manejo ambiental y cumplimiento de las leyes y reglamentos sobre el tema; así como de las políticas y procedimientos de la empresa el cual es el mismo objetivo que TMC especifica para sus distribuidores a nivel mundial que es el cumplimiento de los reglamentos nacionales aplicados al sector y en reducir la carga ambiental.

\*En la elaboración de la auditoría ambiental solicitada por la Autoridad Nacional del Ambiente se confecciona un documento base el cual es el Plan de Adecuación y Manejo Ambiental para cada sucursal de la empresa.

## **2005 - 2006**

\*En base a las Auditorías Ambientales de carácter obligatorio realizadas y entregadas a la Autoridad Nacional del Ambiente se elabora el plan de adecuación y manejo ambiental de todos los impactos negativos detectados en las sucursales de taller con un plazo de cumplimiento de 5 años.

\*En el mismo instante se les hace llegar la evaluación o Auditoría solicitada por TMC del programa de gestión Ambiental en donde a inicios del 2005, TMC lanza por medio del programa Ambiental DERAP un programa el cual busca ayudar a sus distribuidores a nivel mundial con subsidios para la adquisición de herramientas y equipos para iniciar con la etapa de implementación de las medidas de mitigación.

\*Para el cumplimiento de los programas se inicia el periodo de adecuación de los talleres en orden de creaciones de políticas, procedimientos, levantamiento de documentación e inversión e instalación de nuevos sistemas y otros.

\*La inversión de lo realizado es de aproximadamente de US\$150,000.00 con la cual se consigue certificar bajo el programa de gestión ambiental de TMC, 3 taller de servicio de Ricardo Pérez S.A a finales de 2006 los cuales son: Taller Transismica, Taller Chitré y Taller David.

## **2007**

\*Durante el año 2007 se continua el programa Ambiental de TMC en donde el plan propuesto es de certificar el taller de J. Alfaro y validar las de los talleres de Chitré, David y Transismica, con fin de continuar el proceso de implementación de la metodología de producción limpia en el sector de los talleres automotrices.

\*Para el 2007 se participa en la versión N°6 de los Premios Nacionales de Producción Limpia el cual es organizado por la Autoridad Nacional del Ambiente en donde Ricardo Pérez S.A recibe un reconocimiento por haber demostrado la implementación de sistemas de producción limpia en sus procesos, productos y servicios.

\*Durante el año 2007 se realizaron distintas mejoras en los talleres de Ricardo Pérez con el fin de reducir la carga ambiental en la generación de residuos en donde consistió en la separación, almacenamiento y disposición adecuada de los residuos. En donde se reduce a un 36 % los residuos para eliminación debido a la separación y disposición con recolectores o recicladores el cual les de el tratamiento y destino final adecuado.

\*También este año se logra el cumplimiento de los reglamentos nacionales en donde no se registran sanciones y citaciones por incumplimiento de normas. El cumplimiento de las regulaciones regionales se evidencia con el compromiso que tienen la Empresa Ricardo Pérez S.A hacia la comunidad y al medio ambiente de reducir los impactos asociados con la operación. Para esto se establece los procedimientos de Gestión Ambiental o Manual de gestión Ambiental para los talleres de Servicios que dan el cumplimiento a las reglamentaciones regionales los cuales son, entre otras: (1) Ley marco del Ambiente (ley 41); (2) Normas de vertidos de aguas residuales el cual establece los límites permisibles de vertido; (3) Resolución N° 77 de 1998-por la cual se establece la presentación y normas para realización del Estudio de Riesgo a la Salud y al Ambiente; (4) Reglamento técnico DGNTI-COPANIT 43-2001 para el control de la contaminación atmosférica en ambientes de trabajo producida por sustancias químicas.; y (5) Reglamento técnico N° DGNTI-COPANIT 45-2000. Higiene y Seguridad industrial.

\*Para finales del año 2007 se logra certificar los talleres de Ricardo Pérez S.A por parte de Toyota Motor Corporation en el cumplimiento a un 100% del Programa de Gestión Ambiental DERAP.

## **2008**

\*El desarrollo del Programa de gestión Ambiental se incluye dentro de plan de expansión de la empresa en el desarrollo de nuevos talleres de servicio de incluir todo lo referente a materia ambiental y de seguridad laboral en el desarrollo de las instalaciones con el fin de cumplir con

las regulaciones nacionales y alcanzar certificar ante TMC como talleres que cumplen con el programa de gestión ambiental.

### **Premio a la Producción Más Limpia 2008**

Ricardo Pérez S.A. fue premiada por la Autoridad Nacional del Ambiente (ANAM) dentro del concurso Producción Más Limpia 2008 que realiza por séptimo año consecutivo el Centro Nacional de Información sobre Producción Más Limpia y Consumo Sustentable de la Dirección de Protección de la Calidad Ambiental.

El certificado a la "Producción más limpia 2008", forma parte de los aportes realizados a la innovación en los procesos de productos y servicios para la protección ambiental en la categoría de empresas y talleres automotrices.



### **Promoción Ambiental de la Salud**

Ricardo Pérez, S.A. es la única compañía automotriz en Panamá que tiene una alianza público-privada en conjunto con el Ministerio de Salud (MINSA) uniendo esfuerzos en la lucha para erradicación del mosquito Aedes Aegypti, transmisor del dengue.

Ricardo Pérez S.A. a través de su grupo de voluntariado corporativo GRUPO PAS (Promotores Ambientales de la Salud) participa con sus colaboradores y directivos voluntarios en conjunto con funcionarios del MINSA, en jornadas para la prevención y erradicación del dengue en Panamá.





Los voluntarios del Grupo PAS (Protectores Ambientales de la Salud), son un grupo de colaboradores de Ricardo Pérez, S.A. que llevan más de 5 años dedicándose a actividades para la prevención del dengue en Panamá, Chitre y David, asesorados y entrenados por el Ministerio de Salud.



La meta del grupo es conseguir que tanto las sucursales de la empresa, como las comunidades aledañas, comprendan la realidad y el funcionamiento de este flagelo, y, de igual forma, como prevenirlo y detenerlo.



Para el Sr. Pedro Coparropa, gerente de Desarrollo Organizacional de la empresa, esto permite a Ricardo Pérez, S.A. *"Ser socialmente responsable con los colaboradores de la empresa, sus familias, sus vecinos y sobretodo con sus clientes, que saben que aún bajo una situación tan seria como la actual, están llegando a un lugar seguro."*

El presente año, la empresa levantó una política de forzoso cumplimiento por el manejo de la influenza A H1N1 recibiendo los 1,500 colaboradores, a nivel nacional, capacitación específica sobre la pandemia para la prevención, no solo a nivel de la empresa, sino en sus propios hogares pues se entregaron folletos para la propagación y control en sus hogares.

La dirección de promoción de la salud del Ministerio de Salud ha mencionado en distintas reuniones internacionales el caso de Ricardo Pérez S. A. como empresa realmente comprometida en el adecuado manejo de la influenza A (H1N1) a través del grupo PAS quienes tenían un manejo individual sobre los casos de influenza regular y de prevención de la H1N1.

## **Caso Exitoso de Alianza Público-Privada: MINSA-Ricardo Pérez S.A.**

**Por Mayanín Rodríguez Caicedo**  
**Directora Nacional de Promoción de la Salud**  
**Ministerio de Salud (MINSA)**

### **La experiencia del MINSA con el Grupo PAS de Ricardo Pérez S,A**

*Si queremos explicar al público el éxito de las alianzas estratégicas del Ministerio con la empresa privada para un impacto positivo en salud, la explicación sencilla sería el grupo PAS. Una experiencia que ha demostrado la posibilidad de trabajo conjunto del ente rector en salud con la sociedad, especialmente al tratarse de una prestigiosa empresa, que debería replicarse con otras empresas. Un clima de cordialidad, trabajo colaborativo y planeación de las intervenciones conjuntas han caracterizado y aumentado valor a las acciones dirigidas a la protección de la salud.*

### **El valor agregado de la alianza público-privada**

*Además de contribuir a resolver el tema del dengue, el grupo PAS también ha colaborado conjuntamente con el MINSA en acciones comunitarias y capacitaciones. Hemos realizado inspecciones para eliminar criaderos entregado material educativo y orientado a la población en forma conjunta. Esto fortalece y permite el cumplimiento del PILAR OPERATIVO del MINSA "Promoción y prevención, con participación ciudadana". Pero además, el contar con un grupo capacitado y formado nos permitió en esta contingencia de Influenza Humana A H1N1 "descansar" en ellos con la confianza de que replicarían las indicaciones del MINSA con clientes internos y externos de las compañía nivel nacional.*

### **Recomendaciones para fortalecer el programa**

*Recomendamos ampliar el ámbito de acción del grupo PAS. Formalizar la capacitación continua y servir de elemento multiplicador para incorporar otras empresas y fortalecer los grupos ya formados para cubrir áreas de salud de los empleados de Ricardo Pérez y sus familias.*

### **Agradecimiento Final**

*Debemos resaltar el compromiso de los Gerentes del área de la ciudad y del interior, pero es especialmente valorable el liderazgo y compromiso del Sr. Pedro Coparropa, Gerente de Desarrollo Organizacional, quien definitivamente ayuda a que el "hilo conductor" MINSA/Grupo PAS no se rompa.*



## \*ANTI-CORRUPCIÓN

### PRINCIPIO 10

*Las empresas deben luchar contra todas las formas de corrupción incluyendo la extorsión y el soborno.*

#### Adenda al Contrato de Trabajo

- Ricardo Pérez S.A. promueve la ética empresarial como un pilar fundamental de su accionar. En este sentido, en la adenda del contrato de trabajo se menciona específicamente este tema y su incumplimiento se considera como una falta grave, lo que conlleva a la aplicación de las normas existentes en el Código Laboral, Civil o Fiscal al colaborador que incurra en esta falta.

#### Política Corporativa-Delitos Financieros

- En vista que la empresa RICARDO PEREZ, S.A. mantiene entre sus preceptos corporativos el compromiso de fortalecer la integridad, ética y respeto en el cumplimiento de todas las leyes y normas legales de nuestro país; establece una **política corporativa** a seguir en miras a asegurar el fiel cumplimiento de todo lo establecido en la ley 45 sobre Delitos Financieros:

\*Esta política aplica a todos los trabajadores que laboren de manera definida, temporal, indefinida, por contratos especiales o por servicios profesionales para la empresa RICARDO PEREZ, S.A.

\* Todo personal que labore en la empresa se obliga al fiel cumplimiento de la Ley 45 del 4 de junio del 2003 de Delitos Financieros de la Republica de Panamá.

\*Todo el personal que labora en la empresa, está en la obligación de reportar inmediatamente a su jefe inmediato si observa o tiene un conocimiento del incumplimiento de esta ley por parte del algún funcionario de la empresa.

\*El trabajador que se percate, conozca y observe el incumplimiento de la Ley 45 deberá notificarlo de inmediato por escrito o verbalmente a su jefe inmediato o Gerente de Auditoría Corporativa o a los miembros del Comité de Auditoría.

\*De referirse a la acción de incumplimiento por parte de su Jefe inmediato o

algún miembro de la alta jerarquía, el trabajador deberá notificar inmediatamente de éste hecho al Vicepresidente Ejecutivo de la empresa.

\*La empresa considera el incumplimiento de esta política como falta grave, motivo por el cual su incumplimiento conlleva la aplicación por parte de la empresa de las normas existentes en el Código Laboral, Civil o Fiscal al colaborador que incurra en esta falta.

### **Procedimiento para recibo de dinero en efectivo**

- En el marco de la prevención del lavado de dinero, la empresa estableció un memorando de instrucción en agosto de 2008, que aplica a todo el personal de la empresa y refiere al recibo de dinero en efectivo por parte de los clientes.
- Se prohíbe recibir efectivo en las cajas de las empresas de parte de los clientes, por cualquier concepto por montos superiores a US\$10,000. En caso que el cliente quiera pagar la diferencia sobre ese monto deberá hacerlo con un cheque de gerencia o cheque certificado.
- Por encima de dicho monto, sólo podrá aceptarse bajo la responsabilidad y firma autorizada del gerente de la sucursal. Esto sólo se acepta en el marco de la política de la empresa "Conoce a tu cliente", cuando la documentación requerida está en orden y se comprueben las referencias.
- En el caso de clientes extranjeros que estén en tránsito por el país, adicionalmente deberán presentar el original del formulario de declaración de efectivo de ingreso al país.
- La constancia de la procedencia de los fondos, deberán quedar en un documento de declaración de fondos que se comunicará oportunamente a la Unidad de Análisis Financiero (UAF) del Ministerio de Economía y Finanzas (MEF).
- Este memorando fue firmado oportunamente por el Presidente de la empresa y el Vicepresidente Ejecutivo de Finanzas y Administración. El procedimiento es de estricto cumplimiento para todos los colaboradores; y se prevé que quienes los incumplan serán sancionados según lo establece el reglamento interno de la empresa y el Código de Trabajo.

#### IV. Difusión del Informe de Progreso de Pacto Global

Este informe será publicado en la página en Internet de Ricardo Pérez S.A. Asimismo, se informará del mismo a los colaboradores a través del boletín electrónico interno.

Se sacará una nota de prensa informando a la comunidad en general de la entrega del presente informe al Pacto Global e indicando su colocación en la página en Internet de la empresa.

#### V. Compromiso para el Informe de Progreso de Pacto Global 2009

Para el próximo Informe que presentaremos en el año 2010 y que reportará lo realizado durante el año 2009, nos comprometemos a reportar el avance del desempeño en lo ya reportado éste año con sus respectivas mediciones y evidencias de sustento, así como el avance sobre los siguientes Proyectos que están actualmente en marcha:

- **Construcción del Centro de Logística.** El proyecto está ubicado en Milla 8, un lugar estratégico por su proximidad a los puertos del Pacífico y del Atlántico y a las empresas que forman parte de este grupo empresarial. El centro logístico que se construye con una inversión superior a los cuatro millones de dólares, registra un avance del 80% y será inaugurado durante el año 2009. El vicepresidente de posventas de Ricardo Pérez, Fernando Miranda, explicó que *"este proyecto nos traerá eficiencia y una agilidad en el despacho de nuestros clientes, reduciendo costo y tiempo"*.
- **Voluntarios Manos Unidas.** Como parte del Premio Ing. Edgardo Noriega, un grupo de colaboradores de la empresa, se ha organizado y presentaron el Programa de Voluntarios Manos Unidas Moviendo Vidas, cuya visión es mantener el voluntariado de la empresa organizado. A través de sus acciones, se espera contribuir a la mejora de la calidad de vida y el desarrollo de la comunidad. Las ONG que inicialmente apoyarán son: Nutre Hogar, Casa Esperanza, Operación Sonrisa, Olimpiadas Especiales y Hogar San José de Malambo.
- **Programa de Desarrollo de Proveedores.** Apoyarlos en su desarrollo, alineándolos con los principios del Pacto Global.