

Pacific  
Latam

2014

## COMUNICACIÓN DE PROGRESO ANUAL

Pacto Global de las Naciones Unidas



## Índice

1. CARTA DEL PRESIDENTE DE PACIFIC LATAM .....	3
2. NUESTROS PRINCIPALES RETOS .....	4
3. EL PERFIL DE PACIFIC .....	5
Servicios.....	5
Nuestra misión, visión y valores.....	6
Nuestra estructura organizacional.....	7
Nuestras operaciones.....	8
Generando confianza .....	9
Membresías, asociaciones y distinciones.....	11
4. SOBRE EL REPORTE.....	13
5. GOBIERNO Y COMPROMISOS .....	14
6. GRUPOS DE INTERÉS .....	15
7. INFORMACIÓN ECONÓMICA .....	16
8. INFORMACIÓN MEDIOAMBIENTAL.....	18
Acciones y resultados.....	19
9. INFORMACIÓN SOBRE PRÁCTICAS LABORALES Y DD.HH. ....	22
Esquema de procedimiento de vigilancia sobre ética y derechos humanos .....	23
Acciones y resultados.....	24
Información sobre nuestros colaboradores.....	25
10. INFORMACIÓN SOBRE SOCIEDAD Y PRODUCTOS.....	27
Acciones y resultados.....	28

## 1. CARTA DEL PRESIDENTE DE PACIFIC LATAM



Lima, Thursday May 15th, 2014

H.E. Ban Ki – Moon  
Secretary General  
United Nations  
New York, NY 10017  
USA

Mr. Secretary General

I am pleased to report that another consecutive year Pacific Latam S.A.C. reaffirms its support to the ten Global Compact principles on human rights, labor rights, the environment and fighting corruption.

Our intention remains to promote these principles within our sphere of influence and we are committed to continue making of the Global Compact and its principles part of the business strategy, culture and day to day operations of our company.

Pacific Latam S.A.C. is making a clear statement of this commitment to our stakeholders and the general public.

We recognize that a key requirement for the participation in the Global Compact is the annual submission of a communication on progress that describes our company's advancement on the ten principles implementation: therefore please find attached the report of our progress for the period 2013 – 2014 according to the global compact policy.

Sincerely yours,

PACIFIC LATAM S.A.C.

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "G. Coloma", is written over the printed name of the President.

Gonzalo Coloma  
President

## 2. NUESTROS PRINCIPALES RETOS

Durante sus 9 años de existencia Pacific ha experimentado una evolución que la ha transformado en una de las empresas de consultoría en comunicaciones más importantes del país, en base a la constante evaluación de sus acciones y una mejora de los procesos que implementa.

En el camino de la responsabilidad social que decidimos emprender desde nuestra suscripción inicial al Pacto Global allá por el 2009, hemos encontrado diversos retos que nos han hecho comprender que si bien es posible y obligatorio el progreso en esta senda, siempre habrá metodologías para enfocar, profundizar y hacer más eficaz el trabajo que emprendamos. Por lo dicho, señalamos que nuestros desafíos para el periodo que sigue al que cerramos con el presente reporte son los siguientes:

- Colaboradores: Consolidar nuestro plan de retención del talento en la institución, para asegurar el mejor espacio de desarrollo profesional posible en beneficio de nuestro personal, la empresa y nuestros clientes.
- Medios de comunicación: Ejecutar nuestro plan de relacionamiento con los medios de comunicación para facilitar su trabajo y acercamiento con las corporaciones y capacitarlos mejor en temas de responsabilidad social.
- Proveedores: Desarrollar un sistema de calificación de nuestros proveedores para afianzar los compromisos responsables que han asumido y asumirán a raíz de nuestra relación con ellos.
- Medio ambiente: Reforzar las capacitaciones para nuestros colaboradores en nuestro programa de ahorro y control de residuos, asimismo replicar la información como caso de difusión.
- Clientes: Continuar con nuestros ciclos de capacitación para nuestros clientes actuales y potenciales durante el año denominados Café y Tendencias, complementar los servicios que brindamos con una evaluación integral de nuestros servicios.
- Comunidad: Apoyar causas relacionadas al desarrollo local a través de nuestro programa de voluntariado interno.

Con la consecución de las metas de trabajo en estos rubros buscaremos una mayor sostenibilidad de la empresa y nos embarcaremos en esta búsqueda durante el periodo que iniciamos con los votos renovados para hacer de la nuestra una sociedad mejor.

### 3. EL PERFIL DE PACIFIC

Pacific Latam S.A.C. es una empresa de consultoría en comunicación estratégica y gestión social corporativa de capital nacional y afiliada a la internacional de relaciones públicas más grande del mundo, Edelman.

#### Servicios

##### *Gestión Social*

Con la integración del conocimiento del mercado y la experiencia de nuestros profesionales en el sector se busca entregar resultados tangibles para las empresas en su búsqueda de la sostenibilidad y la armonía con sus principales grupos de interés, a través de la asesoría en:

- Responsabilidad Social.
- Relaciones Comunitarias.
- Resolución de conflictos.
- Manejo de crisis.
- Comunicación comunal.
- Estudios de riesgo social.
- Desarrollo de capacidades.
- Elaboración de reportes de sostenibilidad.

- Asesoría en consulta previa.
- Talleres sociales de EIA.

##### *Comunicación estratégica*

Pacific potencia los resultados de negocio de diversas organizaciones mediante soluciones estratégicas de comunicación, basadas en el diagnóstico de sus problemáticas y expectativas de cara a la competitividad. Nuestra institución cuenta con profesionales especializados en cada uno de estos servicios:

- Relaciones públicas.
- Posicionamiento corporativo.
- Manejo de crisis.
- Comunicación financiera.
- Comunicación interna.
- RS y sustentabilidad.
- Comunicación digital.
- Entrenamiento de voceros.
- Organización de eventos.
- Monitoreo de medios.
- Investigación de mercados.
- Creatividad y diseño gráfico.
- Asuntos públicos.





## Nuestra misión, visión y valores

### Misión

Fortalecer la confianza en nuestros clientes a través de la construcción de buenas relaciones con el entorno y sus públicos de interés, mediante la integración creativa de conocimiento, experiencia y herramientas innovadoras.

### Visión

Convertirnos en la consultora de comunicación estratégica y gestión social corporativa referente a nivel latinoamericano.

### Principios

Pacific está comprometida con la honestidad, la transparencia y el trato justo, asimismo asegura que sus actividades se alineen con los intereses de sus clientes, trabajadores y *stakeholders* para convertirse en modelo de las mejores prácticas en el mercado local.

### Valores

#### Calidad

Satisfacemos todas las expectativas de nuestros públicos brindando servicios de calidad.

#### Integridad

Actuamos consecuente y responsablemente de acuerdo a nuestros sólidos principios morales.

#### Competitividad

Aprendemos y desarrollamos nuevos procesos para brindar servicios que no den ventaja sobre otras empresas.

#### Espíritu emprendedor

Concebimos una idea y la llevamos a cabo de manera creativa, superando obstáculos que marcan la diferencia.

#### Beneficio compartido

El éxito en la generación de valor que aplicamos se extiende a nuestros grupos de interés y la sociedad en general.

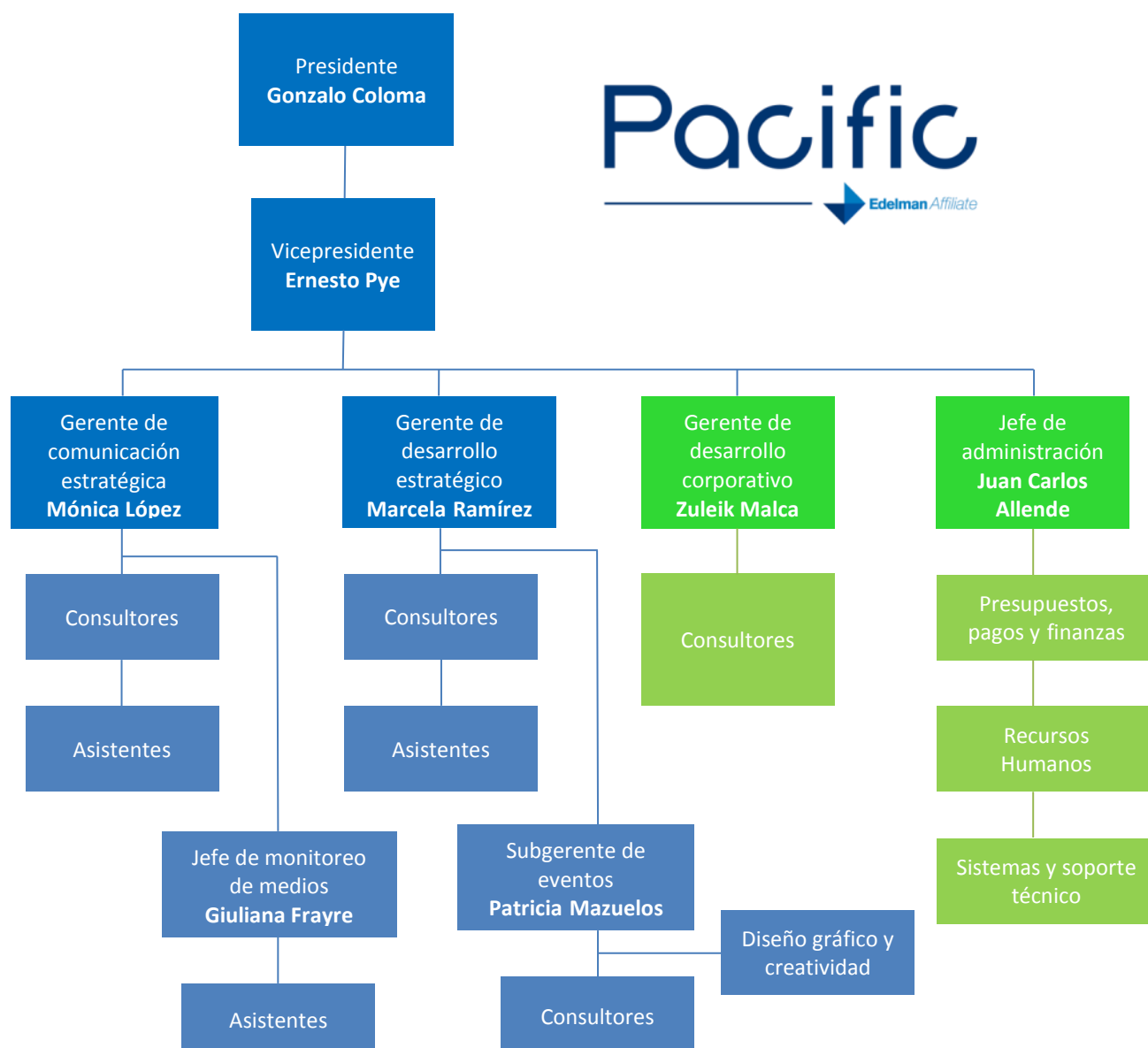


## Nuestra estructura organizacional

De acuerdo a la organización formal de la empresa, la administración de la sociedad anónima se encuentra a cargo del Directorio, el cual se compone de: Héctor Gonzalo Coloma Roose y Ernesto Pye Orezzoli. El Directorio toma decisiones acerca de la ejecución de actividades, el estado presupuestal, el cumplimiento de objetivos y la marcha del negocio.

Además, la empresa se organiza operativamente a través de un comité de gerencia, compuesto por la alta dirección, los gerentes, jefes de línea y staff, mostrados en el organigrama siguiente:

### Organigrama



## Nuestras operaciones

Pacific Latam S.A.C. se dedica desde hace más de 10 años a brindar servicios de consultoría de calidad en los ramos de comunicación estratégica y gestión social. Su sede principal está ubicada en Lima, pero ha contado a lo largo de su trayectoria con sucursales y personal local o destacado en las provincias del Perú y en otros países de la región como: Colombia, Chile, Panamá y Bolivia.

Hemos desarrollado servicios para las siguientes instituciones:

Tecnología	Salud	Consumo	Servicios	Asociación	Educación
        	        	       	      	      	   
Minería	Industria	Energía	Finanzas	Infraestructura	
      	        	        	    	       	



## Generando confianza

Con el respaldo de Edelman, Pacific ha desarrollado diversos servicios estratégicos para sus clientes, orientados a generar confianza en sus diversos públicos, gracias a la creación y difusión de mensajes verídicos y constructivos de las marcas.

Durante el periodo reportado, (Mayo 2013 – Mayo 2014), la empresa ha trabajado campañas y planes de largo aliento para un total de 26 clientes, en su gran mayoría, servicios de relaciones públicas destinados principalmente a importantes transnacionales con operaciones en el mercado local. Algunos de nuestros casos más representativos a continuación.

### Posicionamiento para GE

Mediante la difusión de temas de interés estratégico para GE entre sus principales públicos internos y externos, se buscó posicionar a la empresa como referente en el trabajo continuo y de calidad para cubrir las necesidades de sus clientes de forma responsable y eficiente, sobre todo con su CEO local y otros ejecutivos como voceros del trabajo.



### Oster, preferida a través de las generaciones

Nuestro trabajo con Oster inicia en el 2007, se decidió explotar los valores más recordados de Oster como una marca de uso cotidiano en el hogar por varias generaciones, pero al mismo tiempo, se buscó mejorar la recordación de líneas menos conocidas de Oster vinculándolas con profesionales referentes en cada línea y difundir consejos prácticos para la vida cotidiana.



### ***Samsung y un cambio de imagen***

Samsung y Pacific han cultivado una relación conjunta desde el 2006, durante este tiempo se le ha posicionado como una marca Premium, superando los prejuicios sobre su calidad por su lugar de procedencia y sus bajos precios. Hoy Samsung es una de las firmas más recordadas por los peruanos (figura en el Top ten según Arellano Marketing, 2013) y a la vez se le relaciona con productos de larga duración y eficientes.



### ***Relaciones comunitarias con Votorantim Metais***

Votorantim Metais encargó a Pacific Latam una asesoría permanente en relaciones comunitarias para sus proyectos de Bongará (Amazonas) y Shallipayco (Junín). Durante el último año hemos acompañado a la empresa en sus negociaciones con sus comunidades directamente involucradas en sus proyectos, así como en el trabajo de los proyectos y campañas trabajados para beneficiarlas.



La metodología de trabajo de Pacific Latam está orientada a un fortalecimiento de los atributos de la marca que sintonicen de la mejor manera con sus públicos objetivos para establecer una relación cercana basada en acciones sostenibles.

## Membresías, asociaciones y distinciones

Pacific se ha asociado con diversas organizaciones empresariales para promover causas afines a sus objetivos de responsabilidad social y fomento del desarrollo económico local.



### *Cámara de comercio e industria peruano francesa*

Pacific es socia de la cámara para hacer más fluidos sus intercambios económicos y abrirse oportunidades de modo asociativo, así como acceder al amplio bagaje europeo en este ámbito.

### *Cámara de comercio americana del Perú*

Pacific pertenece a esta red compuesta por más de 500 empresas con operaciones en el país y mediante nuestro socio fundador Ernesto Pye, preside su comité de desarrollo sostenible; así se impulsa la capacitación del empresariado en este importante tema.



### *Patronato de Perú 2021*

Formamos parte del patronato de Perú 2021 desde su creación, a través de esta asociación, la principal de su tipo en el Perú, se promueve una cultura responsable en el empresariado peruano mediante capacitaciones y actividades de difusión.

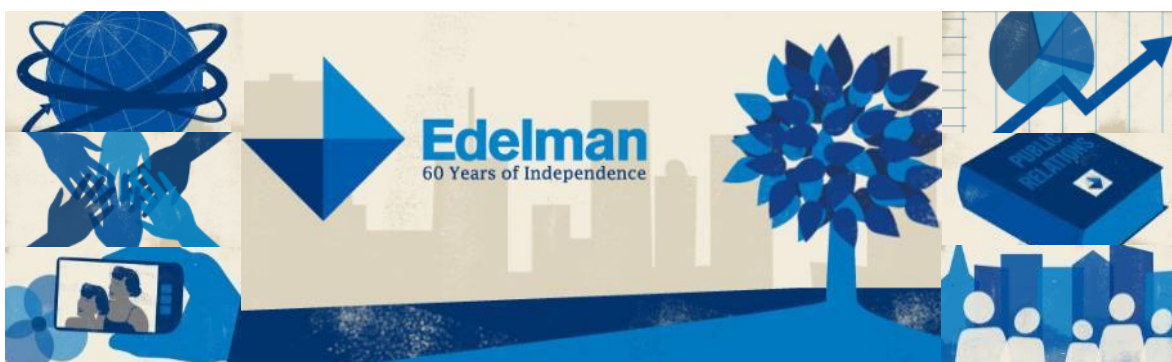
### *Licenciarios de la marca Perú*

Desde el 2011 obtuvimos el derecho a portar la marca Perú en sus comunicaciones y productos, tras un proceso de validación de la organización bajo las exigencias de Promperú..



### ***Afiliados a Edelman***

Desde el año 2005, Pacific mantiene una fructífera relación con la corporación americana Daniel J. Edelman, convirtiéndonos en su primera empresa afiliada en América Latina. Edelman es también la empresa independiente de relaciones públicas más grande del mundo, con ventas superiores a los 475 millones de dólares en el 2009, tiene oficinas propias en 52 países y está integrada por más de 3,300 colaboradores.



### ***Distintivo de Empresa Socialmente Responsable (DESR)***

Durante los años 2012 y 2013 Pacific ha participado en el proceso de autodiagnóstico para la obtención del Distintivo de Empresa Socialmente Responsable que patrocinan CEMEFI y Perú 2021, en ambas ocasiones se pudo superar el examen y convertirnos en la única consultora de comunicaciones en ser dos veces distinguida con el DESR. Estos distintivos han significado siempre un estímulo para continuar mejorando nuestra gestión de la sostenibilidad.



Ignacio Bustamante (Perú 2021), Ernesto Pye (Pacific), Gonzalo Coloma (Pacific), Diego de la Torre y Henri Le Bienvenu (Perú 2021)



**2012**

**2013**



## 4. SOBRE EL REPORTE

Nos adherimos al Pacto Global desde el 2010 y reporta anualmente su progreso de implementación de los 10 principios basados en declaraciones y convenciones internacionales sobre derechos humanos, laborales y ambientales.

El presente reporte contiene las acciones ejecutadas desde mayo del 2013 hasta mayo del 2014 y contiene la prospección de actividades a realizarse durante el periodo inmediato posterior.

La elaboración de este documento estuvo a cargo del Comité de Responsabilidad Social de Pacific Latam tras la recopilación permanente de evidencias y su sistematización.

Para realizar consultas acerca de la información de Responsabilidad Social de Pacific puede comunicarse con el comité a través de:

[comitepactoglobal@pacificlatam.com](mailto:comitepactoglobal@pacificlatam.com)

Durante el proceso de trabajo se buscó en la medida de lo posible adaptar los parámetros e indicadores para la elaboración de reportes de sostenibilidad bajo la metodología de la Global Reporting Initiative 3.1.

Todos los demás documentos públicos acerca de la gestión de Pacific en esta área están disponibles en:

<http://www.pacificlatam.com/?body=nosotros/responsabilidad-social>



**Apoyo a los derechos humanos**  
Promovemos los derechos universales y denunciamos cualquier tipo de abuso contra ellos.

**Libertad de asociación**  
Garantizamos la libre asociación y el diálogo con directivos a nuestros colaboradores.

**Responsabilidad ambiental**  
Adoptamos políticas ambientales e iniciativas de promoción de la responsabilidad empresarial.

**Contra al trabajo infantil**  
Respalamos toda acción y política para la abolición del trabajo infantil.

**Abolición del trabajo forzoso**  
Rechazamos el trabajo forzoso en nuestra empresa y la sociedad y buscamos ser un espacio de crecimiento para nuestros colaboradores.

**Por tecnologías limpias**  
Promovemos el uso y desarrollo de tecnologías amigables con el ambiente.

**No discriminación laboral**  
Apoyamos las normas contra la discriminación en oportunidades de empleo y promoción de personal.

**Anticorrupción**  
Practicamos y promovemos una conducta ética ante la sociedad



## 5. GOBIERNO Y COMPROMISOS

La alta gerencia de Pacific la componen su presidente y vicepresidente, al mismo tiempos socios accionistas de la empresa. Para organizar el comité de gerencia a aquellos se agregan los gerentes de cada área y la jefatura de administración.

El comité de gerencia se reúne semanalmente para discutir temas organizacionales y de conducción de los servicios, así como del cumplimiento de las políticas de Responsabilidad Social y otras que afecten al total de la institución, para ello recogen también sugerencias o pedidos de los consultores a su cargo.

Dadas nuestras afiliaciones, mantenemos firmes nuestros siguientes compromisos:

Declaración de responsabilidad social de la empresa:

<http://www.pacificlatam.com/descargas/DeclaraciondeRS.pdf>

Políticas de responsabilidad social de la empresa:

<http://www.pacificlatam.com/descargas/Politicars.pdf>

Suscripción del “Decálogo de la empresa socialmente responsable” de Perú 2021, para “cumplir las expectativas de los participantes involucrados en las actividades de la empresa y su sociedad respetando la dignidad de la persona, las comunidades y el entorno”.

Pacific fomenta las buenas prácticas a través de comité de desarrollo sostenible de AMCHAM Perú, para “promover y facilitar la incorporación de buenas prácticas de desarrollo sostenible como valor central en las organizaciones”, este órgano desarrolla capacitaciones mensuales y discusiones acerca de temas de interés para los socios de la cámara.



*Personal de la empresa firmando la “Declaración de responsabilidad”*

Igualmente, nos plegamos a y difundimos el “Código de ética y conducta de negocios de Edelman”, así como el más específico y reciente “Código de ética para proveedores de Edelman”.

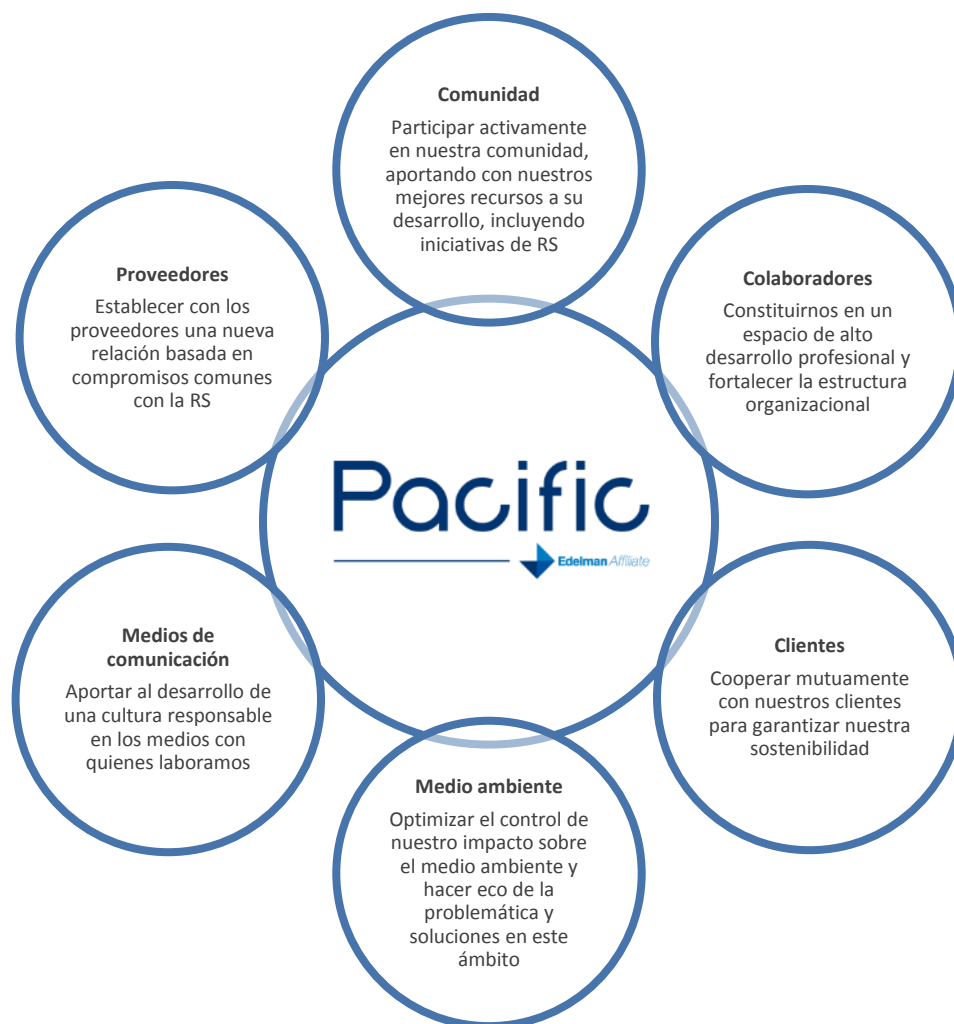
## 6. GRUPOS DE INTERÉS

En Pacific, el planeamiento es una práctica que se adapta a los nuevos retos que va asumiendo y el mercado nos plantea. Como punto de partida están nuestra misión, visión y valores. Para lograr la visión de futuro, definimos los grupos de interés con los que interactuamos anualmente.

En esta etapa participan el comité de gerencia y el de responsabilidad social, con el asesoramiento de los consultores de sus respectivos equipos.

Los grupos de interés son definidos por el comité de responsabilidad social y validados con el de gerencia, para esta tarea se tiene en cuenta la factibilidad de la empresa en el mediano plazo y su influencia mediante sus operaciones.

Esta definición es revisada cada año, lo que permite actualizar los objetivos estratégicos y los indicadores que se les vinculan, en función a los cambios en las relaciones con los grupos de interés y su criticidad.



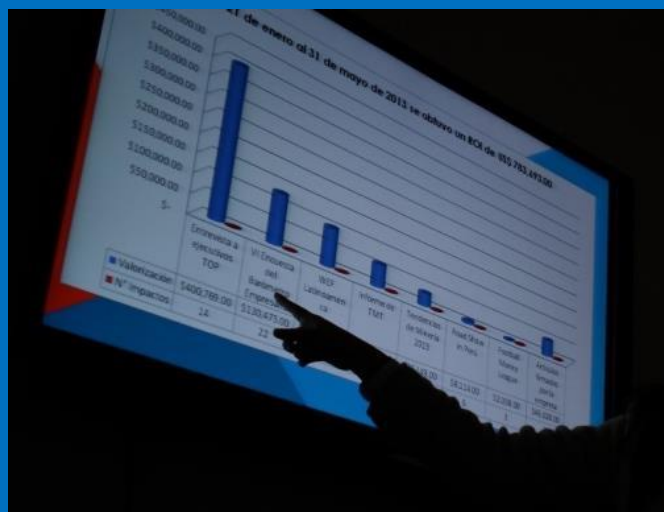
## 7. INFORMACIÓN ECONÓMICA

De acuerdo a nuestros datos contables Pacific Latam registró en su ejercicio 2013 un crecimiento de sus ingresos de **29.44%** con respecto al año anterior, asimismo se proyecta que el crecimiento para el final del 2014 sea de un **40%** en comparación al 2013 y aplica las estrategias de negocio adecuadas para ello, fundamentadas en una conducta responsable en todo momento acorde a nuestras políticas de trabajo.

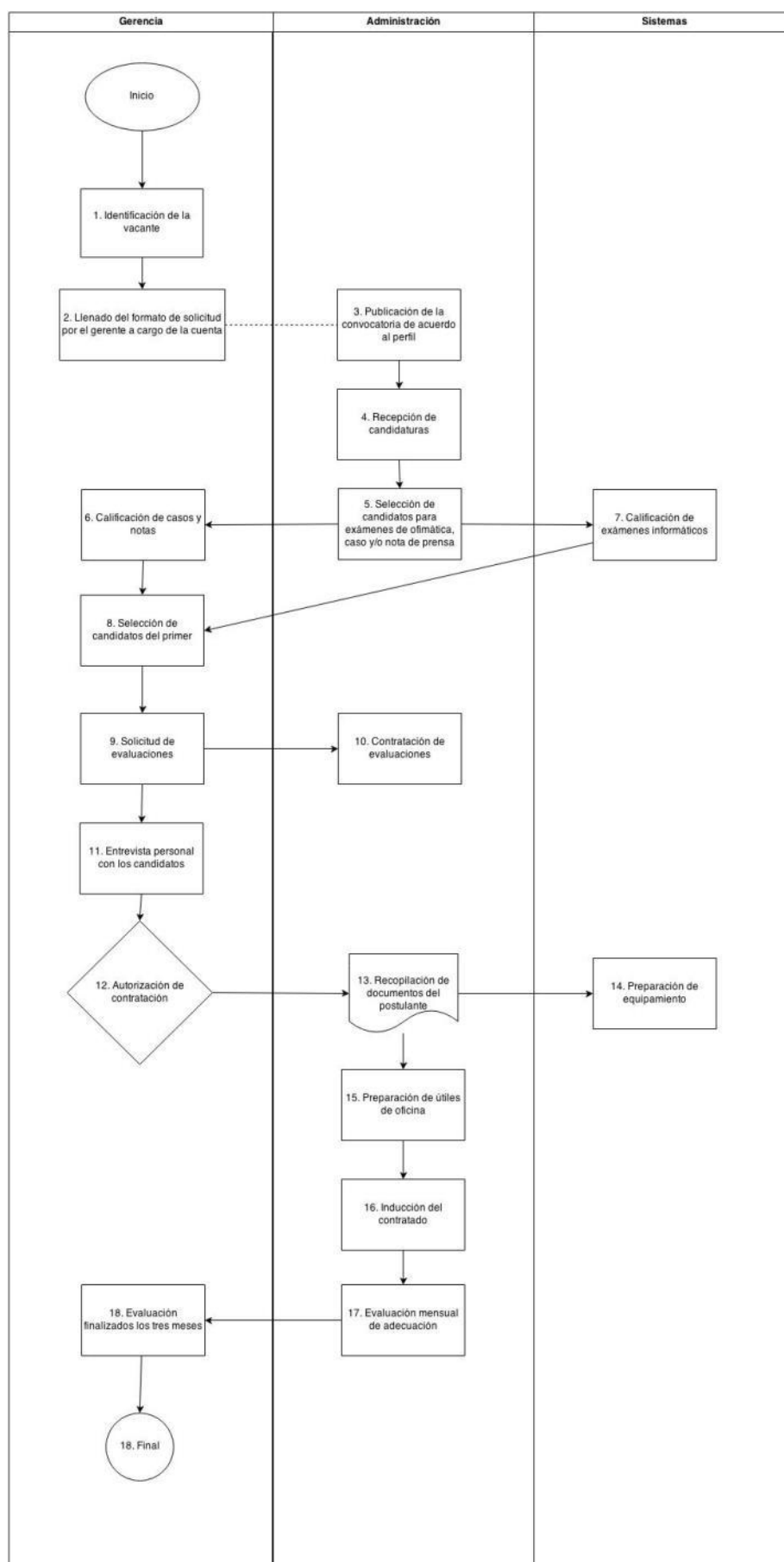


Los costos de operación significaron un **90.21%** del total recaudado durante el 2013, de esta cifra los costos fijos representaron un **89.50%** y los variables **10.50%** (incluidas nuestra planillas de remuneración para nuestros colaboradores que suman un **24 - 27%** de los costos variables y fijos).

Por otro lado, nuestras membresías (AMCHAM, CCIPIF, Perú 2021) representaron un **0.20 – 0.30%** de los costos fijos durante el 2013. La utilidad neta de Pacific, por todo lo anterior, en el 2013 fue de **10.40%** general, la cual fue lograda con el trabajo de un **100%** de mano de obra local laborando con nosotros.



El procedimiento utilizado para la selección y contratación de personal responde al siguiente esquema:



## 8. INFORMACIÓN MEDIOAMBIENTAL

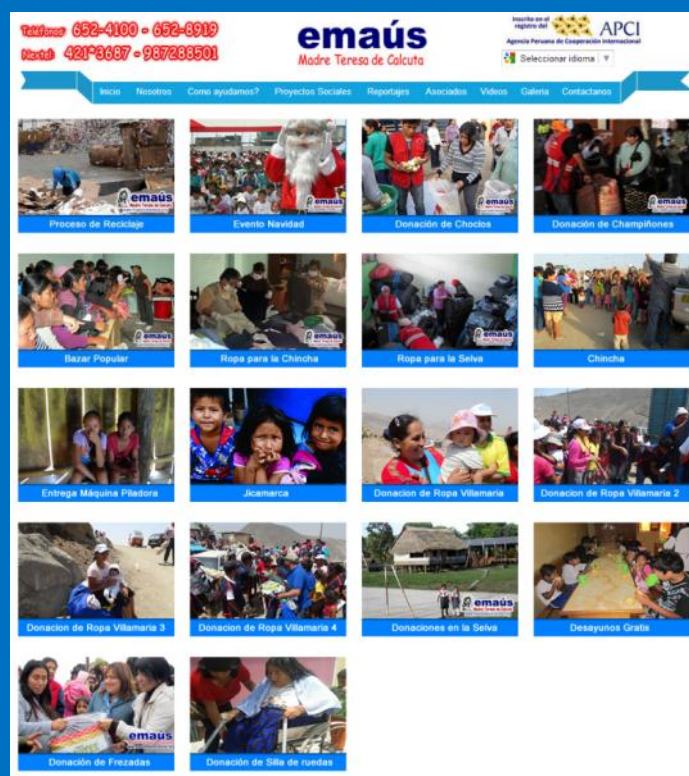
En Pacific abordamos nuestra gestión ambiental respetando los principios del Pacto Global, por lo tanto, en base a este compromiso implementamos un sistema gestionado por el comité de responsabilidad social y apoyado por los consultores y el área administrativa con las siguientes características:

- ◆ Prevención del riesgo ambiental en nuestras operaciones para disminuir el uso de recursos contaminantes en nuestras operaciones.
- ◆ Gestión de residuos sólidos, bajo el desarrollo de un programa.
- ◆ Respaldo a iniciativas organizadas de difusión de responsabilidad ambiental y aplicación de actividades formativas y de promoción de la conciencia ambiental en nuestros grupos de interés.
- ◆ Inclusión de tecnologías ahorrrativas y menos contaminantes en nuestras instalaciones.
- ◆ Evaluación de las políticas (implícitas o explícitas) de los proveedores con quienes trabajamos, vinculadas a este tema.

### EMAÚS MADRE TERESA DE CALCUTA

A mediados del 2011, Pacific incorporó a sus aliados a Emaús, una institución dedicada a la recolección y reciclaje de productos de oficina en desuso, mediante sus gestiones esos materiales se venden a empresas que los emplean para fabricar nuevos productos o los procesan para hacerlos materias primas. Con los fondos que se generan, logran financiar actividades sociales para sus beneficiarios.

Durante el 2012 nuestra sociedad fue formalizada a través de un convenio de cooperación y a fines del mismo año Emaús inició la formación de su red de donantes recurrentes, a la que pertenecemos. Al presente esta relación ha continuado y se ha hecho mucho más consistente.





## Acciones y resultados<sup>1</sup>

### Medición y control de la evolución de consumo de agua, energía y papel.

- Hemos reducido nuestro consumo de plásticos y de papel.
- Se lleva un control bimestral de lo utilizado.

Seguimiento del convenio con la institución Emaús – Madre Teresa de Calcuta (quien deriva lo recolectado a la empresa recicladora AUCAPIÑA). Segregación y donación de materiales en desuso.

- Emaús implementó equipos de cómputo para el centro preventivo del menor y adolescente de la policía en San Juan de Miraflores.
- Nuestro aliado efectuó donaciones de productos alimenticios y ropa en Chincha (Barrios El Progreso y Leoncio Prado), Jicamarca y Villa María del Triunfo, así como un programa de desayunos gratuitos para los comedores autogestionarios de Villa María del Triunfo y Villa El Salvador.

Se continúa el programa “Gestión de residuos sólidos” en las prácticas organizacionales con el fin de sensibilizar a los colaboradores de la empresa en el uso racional del papel, los envases plásticos y de otros materiales.

- Disminución del volumen de desechos generados.
- Envío de los materiales reutilizables a una institución especializada.

<sup>1</sup> Principios 7,8 y 9: Las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente. Las empresas deben fomentar las iniciativas que promueven una mayor responsabilidad ambiental. Las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente. Respectivamente.

Renovación de materiales de comunicación con mensajes alusivos al ahorro de papel, agua y energía y al menor uso de productos plásticos no reutilizables y difusión permanente de mensajes ecológicos en las instalaciones de la empresa mediante la campaña "Sé parte del cambio"

- Personal informado acerca de las formas de reducción del consumo, que pueden aplicar en sus domicilios también.
- Estabilidad en el consumo mensual de agua y energía durante el periodo 2013 - 2014.

Adquisición periódica de equipos de cómputo portátiles para reemplazar aquellos con deficiencias en el uso de energía.

- Todas las baterías para los equipos de la empresa han cambiado a recargables.
- 95% de las computadoras de la empresa son portátiles.

Priorización de materiales reciclados y menos industrializados para nuestro trabajo cotidiano, así como el uso de luminaria ecoeficiente. Uso de merchandising ecológico en los eventos de Pacific.

- Debido al sistema de luminaria ecoeficiente se evita utilizar más energía eléctrica de la que se podría emplear con tecnología tradicional.
- Ciclo de charlas (4) "Café y tendencias" y presentación del "Barómetro de la confianza 2014" de Edelman en Lima con lapiceros ecológicos.

## SÉ PARTE DEL CAMBIO

La contribución más urgente que se puede realizar desde la empresa para el ambiente es la disminución del consumo de materiales como el papel, el agua y la energía.

Se ejecuta la sensibilización en nuestros colaboradores sobre este tema para que comprendan la política de ahorro que mantiene Pacific.

Entre dichas acciones está la campaña “Sé parte del cambio” y dentro de ella, la señalización de las oficinas con indicaciones de ahorro, como se muestra en las imágenes.



## 9. INFORMACIÓN SOBRE PRÁCTICAS LABORALES Y DD.HH.

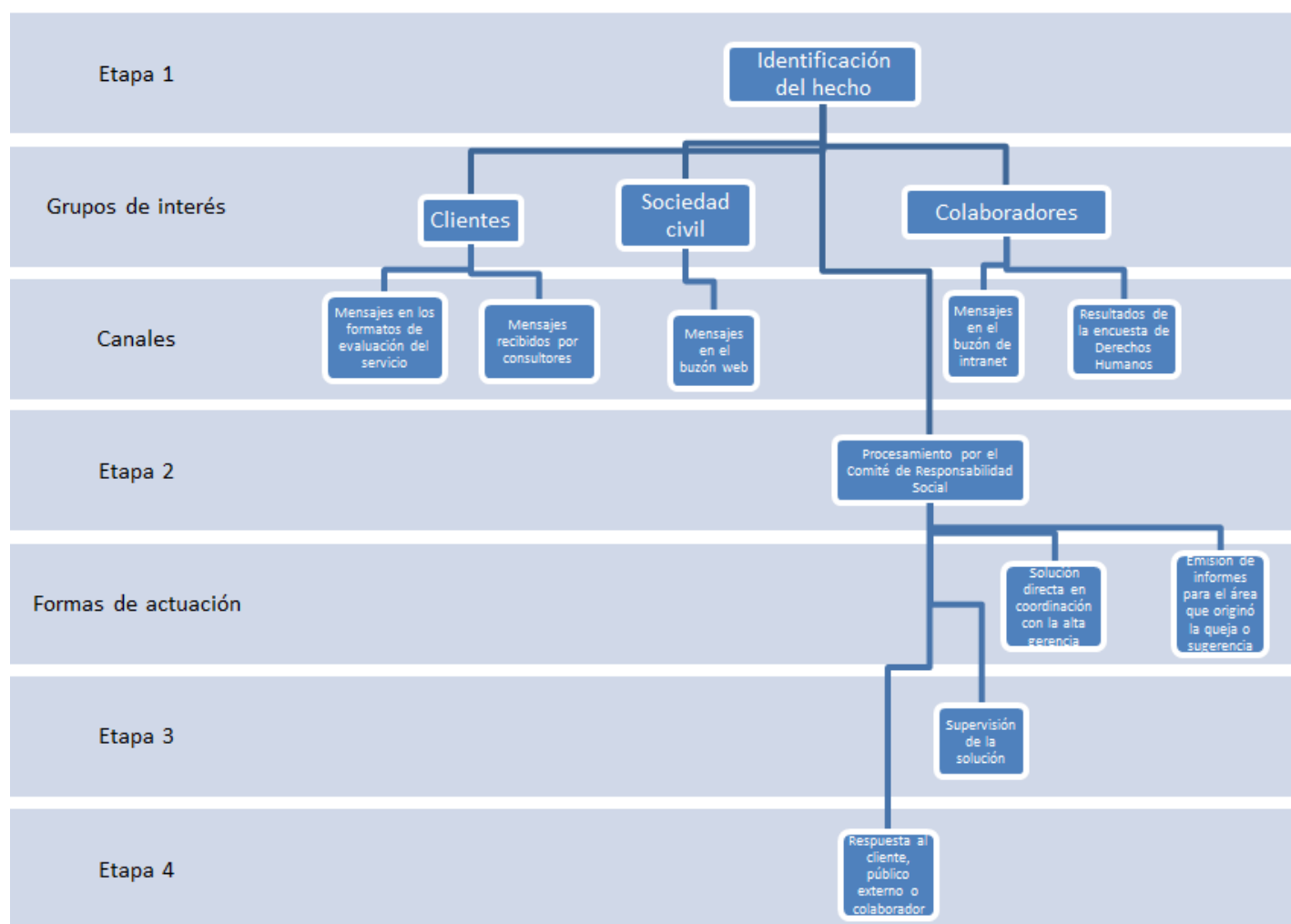
En sus prácticas internas nuestra institución se asegura de cumplir con sus compromisos con el Pacto Global<sup>2</sup> relacionados. Al considerarse a los colaboradores como la fuerza principal para la sostenibilidad de la empresa, sus acciones principales se orientan a desarrollar su potencial y brindar un ambiente en el que puedan desenvolverse con bienestar, así nuestro sistema de gestión se fundamenta en los siguientes puntos:

- ◆ Implementación de un procedimiento de vigilancia sobre nuestras políticas de responsabilidad social, código de ética y derechos humanos, que permite que nuestros propios colaboradores y el público en general puedan expresar sus observaciones.
- ◆ Envío de reclamos y sugerencias a la alta dirección mediante las reuniones semanales de gerencia y diálogo acerca de las decisiones que los implican directamente.
- ◆ Garantizar la seguridad, salud laboral y el desarrollo profesional y personal de nuestros colaboradores.
- ◆ Capacitación del personal en temas de derechos humanos, enfatizando en aquellas que puedan manifestarse abiertamente y no se desean, como la discriminación.
- ◆ Sistema de gestión del talento humano con mecanismos de control de tiempo utilizado y carga laboral para hacer una distribución justa de ésta. Estudio de las situaciones de los colaboradores para analizar los casos en que se requiera flexibilizar horarios.
- ◆ Difusión del compromiso en contra del trabajo infantil y extensión a nuestros proveedores.



<sup>2</sup> Principios 1, 2, 3, 4, 5 y 6: Apoyar y respetar la protección de los Derechos Humanos proclamados a nivel internacional. Evitar verse involucrado en abusos de los Derechos Humanos. Apoyo a la libertad de asociación y reconocimiento del derecho a la negociación colectiva. Eliminación de todas las formas de trabajo forzoso u obligatorio. Abolición del trabajo infantil. Eliminación de la discriminación respecto del empleo y la ocupación. Respectivamente.

## Esquema de procedimiento de vigilancia sobre ética y derechos humanos





## Acciones y resultados

Diseño e implementación de un procedimiento de contratación de personal que obedezca a todos nuestros compromisos asumidos, al igual que un procedimiento de vigilancia sobre éstos.

- No se ha reportado casos relacionados, en los que se vean involucrados nuestros colaboradores o directivos.
- Seguimiento del procedimiento de contratación en todas las nuevas incorporaciones a nuestro equipo durante el 2013.

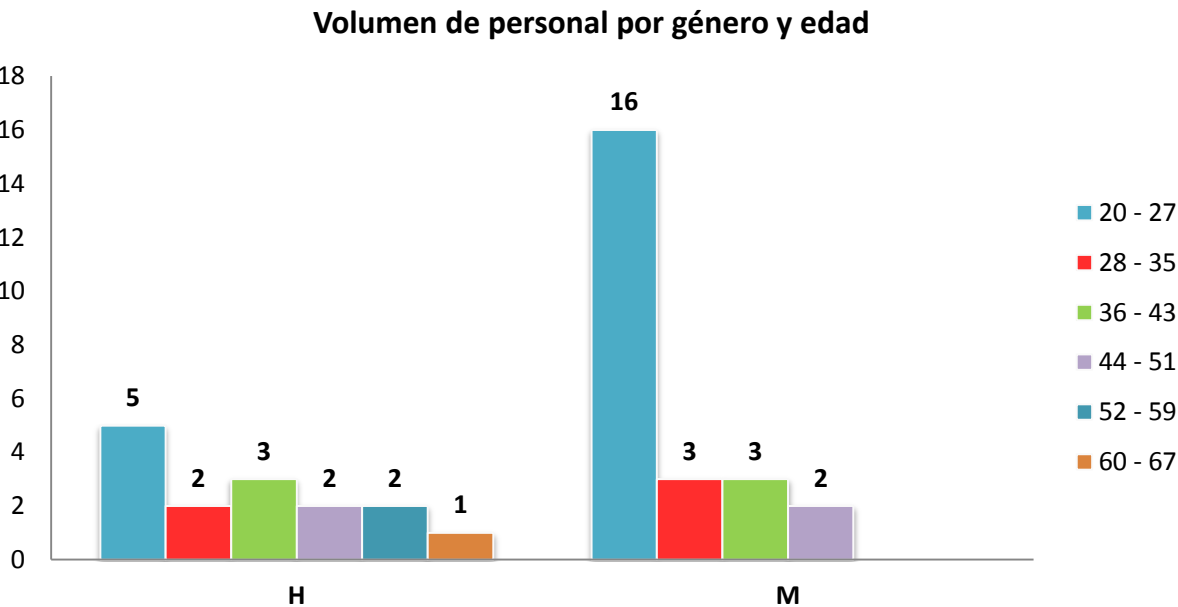
Monitoreo de nuevas normas y temas relevantes para la responsabilidad social y los DD.HH., participación activa en el comité de desarrollo sostenible de AMCHAM.

- Reporte semanal de nuevas leyes laborales y temas de importancia para nuestra gestión de RS.

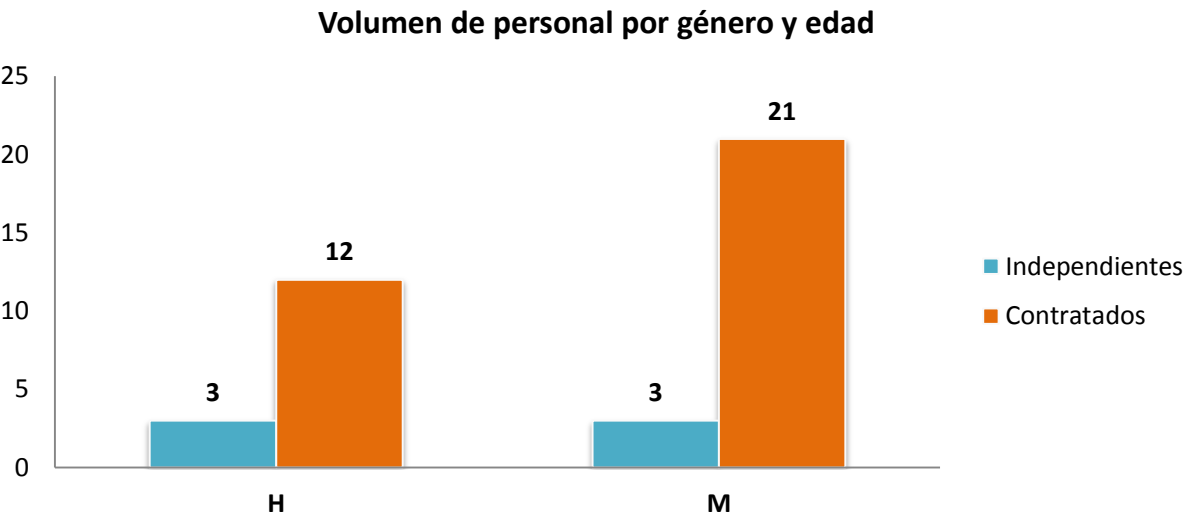
Inclusión de ítemes sobre DD.HH. en nuestros contratos con clientes, personal y proveedores.

- Desde el 2013 todas nuestras propuestas comerciales, contratos de servicios profesionales y órdenes de compra para proveedores incluyen un resumen de nuestros compromisos con los DD.HH.
- Clientes y proveedores comprometidos con causas sobre el trabajo digno.

Información sobre nuestros colaboradores



El promedio de edad de nuestros colaboradores es de **32 años**, mientras que si separamos el criterio por género, se tiene que el promedio de edad de los varones es de 38 y el de las mujeres de 29. El personal femenino conforma el **62%** de nuestros colaboradores, en su mayoría son jóvenes de entre 20 y 27 años de edad con cargos ejecutivos y gerenciales.



Los trabajadores contratados representan un **85%** de nuestra fuerza laboral, los trabajadores independientes son llamados para actividades específicas o durante un periodo de prueba para puestos mayores.

### Medición anual del clima laboral en el mes de octubre.

- Desde el 2011 se aplica una medición del clima laboral a través de una encuesta, cuyos resultados se han utilizado para tomar medidas que ayuden a la gestión humana, así las tendencias del 2013 con relación al año anterior han mejorado en: Motivación, desarrollo profesional, compromiso, relación con el equipo y con el resto de la institución.

### Participación del personal en capacitaciones internas y externas, relacionadas a la responsabilidad social y a competencias técnicas laborales.

- Durante el periodo reportado se han brindado 48 horas de capacitación para nuestros colaboradores en temas técnicos laborales y 160 de responsabilidad social.
- En capacitaciones para sus colaboradores sobre responsabilidad social Pacific ha invertido durante el 2013 aproximadamente 11 mil nuevos soles.

### Organización de espacios de esparcimiento e intergración para los colaboradores, así como desarrollo profesional continuo.

- El total de ascensos realizados , se lograron tomando en cuenta las evaluaciones del personal y los procedimientos señalados para la gestión del talento humano.
- Realización de eventos interno por el Día de la madre, Fiestas patrias y cierre de año.

## 10. INFORMACIÓN SOBRE SOCIEDAD Y PRODUCTOS

Manifestamos en nuestras políticas de responsabilidad social aportar a la solución de problemas que afecten a las comunidades locales y la sociedad en general, mediante estrategias de asociación y colaboración, del mismo modo, buscar una mejor formación ética y transparencia<sup>3</sup> para los medios de comunicación con quienes nos relacionamos.

En complemento y comprendiendo que las organizaciones a quienes nos vinculamos de modo comercial forman parte importante del público externo en quienes desarrollar una visión más clara de la comunicación estratégica para una mejor utilización de servicios de este tipo o de la gestión que cada uno emprenda individualmente, de esta manera fomentamos un sistema de trabajo que incluya:

- ◆ Implementación de programas formativos relacionados a la comunicación estratégica destinados al público en general.
- ◆ Realización de acciones benéficas orientadas a grupos vulnerables.
- ◆ Participación activa en asociaciones que incidan en políticas corporativas de ejecución en responsabilidad social.



### CAFÉ Y TENDENCIAS

A raíz de una necesidad detectada en las empresas vinculadas de diversos modos a nuestra institución, se decidió organizar una serie de reuniones interactivas para conversar sobre temas de interés en el campo de las comunicaciones para abrir un espacio en el que se puedan compartir experiencias, conocimientos y novedades que ayuden a los especialistas en su desarrollo profesional y sus gestiones en el rubro.

A las 5 reuniones gratuitas asistieron 29 ejecutivos y gerentes distintos de 22 organizaciones diferentes. Cada reunión trató de un tema de vigencia y aplicación práctica y contó con un especialista externo y un consultor de Pacific como expositores.

<sup>3</sup> Principio 10 del Pacto Global: Las empresas deben trabajar en contra de la corrupción en todas sus formas, incluida la extorsión y el soborno.

## Acciones y resultados

### Participación en el comité de desarrollo sostenible de AMCHAM y promoción de iniciativas relacionadas en el sector empresarial.

- Durante el 2013 y 2014 se han realizado 10 reuniones para los miembros del comité con información para los socios. En ellas se han tratado temas como: Asociaciones público privadas, obras por impuestos, encuesta sobre desarrollo sostenible entre las empresas socias, uso del agua y el conflicto social, cambio climático.
- Todos los temas fueron desarrollados por miembros especializados del comité con altos cargos gerenciales.

### Difusión de información relevante para el público en general de nuestros campos de conocimiento.

- Presentación de los estudios realizados por Edelman: Barómetro de la confianza 2014 y Entertainment study. El primero fue lanzado en conjunto con AMCHAM y acudieron al evento 40 personas. En el segundo se realizó la presentación en la Universidad San Martín de Porres para sus estudiantes de comunicación. Ambos estudios fueron ampliamente difundidos en medios de comunicación de todo tipo.
- Realización de las reuniones Café y tendencias para 29 ejecutivos de importantes organizaciones locales, los temas tratados fueron: Manejo de crisis, relaciones públicas y medios de comunicación, gestión de redes sociales virtuales, comunicación interna y reputación empresarial.

### Participación en iniciativas benéficas promovidas a favor de grupos vulnerables de la sociedad.

- Intervención de nuestro vicepresidente Ernesto Pye en una charla virtual realizada con 23 niños y adolescentes de Pitumarca (Cusco) en el foro denominado "Emprendimiento, liderazgo e inspiración para la juventud", organizado por la asociación World Vision.





Presentación del Barómetro de la Confianza de Edelman 2014 en la sede de AMCHAM. La presentación contó con Allan McCrea Steele, Presidente y CEO de Edelman Argentina, Jorge Gonzales Izquierdo, Profesor de Economía en la Universidad del Pacífico y Edmundo Beltrán, National Managing Partner de Deloitte Perú.

World Vision realizó su primer webinar entre empresarios y niños y adolescentes de la red de jóvenes emprendedores de Pitumarca de la provincia de Canchis en Cusco.

El foro denominado “Emprendimiento, liderazgo e inspiración para la juventud” contó con la participación de 23 niños y adolescentes entre los 7 y 19 años, quienes se conectaron virtualmente con los panelistas invitados en Lima: Ofelia Rodríguez, gerente de responsabilidad corporativa de AFP Integra, Mía Liimo, gerente general de la fundación Deloitte, Gianina Jiménez, gerente de ciudadanía corporativa de Microsoft Perú y Ernesto Pye, nuestro vicepresidente.

A partir de preguntas recogidas de un grupo más amplio de niños que participan en redes de liderazgo y emprendimiento promovidas por World Vision en diversas zonas del país, los panelistas compartieron experiencias personales consejos para enfrentar dificultades y perseverar en lo que se propongan.



Presentación del estudio Edelman Entertainment Study, el cual se enfoca en los hábitos de consumo de tecnología y otros medios de entretenimiento para las generaciones de compradores en el mundo. La presentación se hizo en la Universidad San Martín de Porres para estudiantes de comunicación.

Pacific  
Latam

*Construimos confianza.*