

Trabajamos juntos por
un mundo más saludable



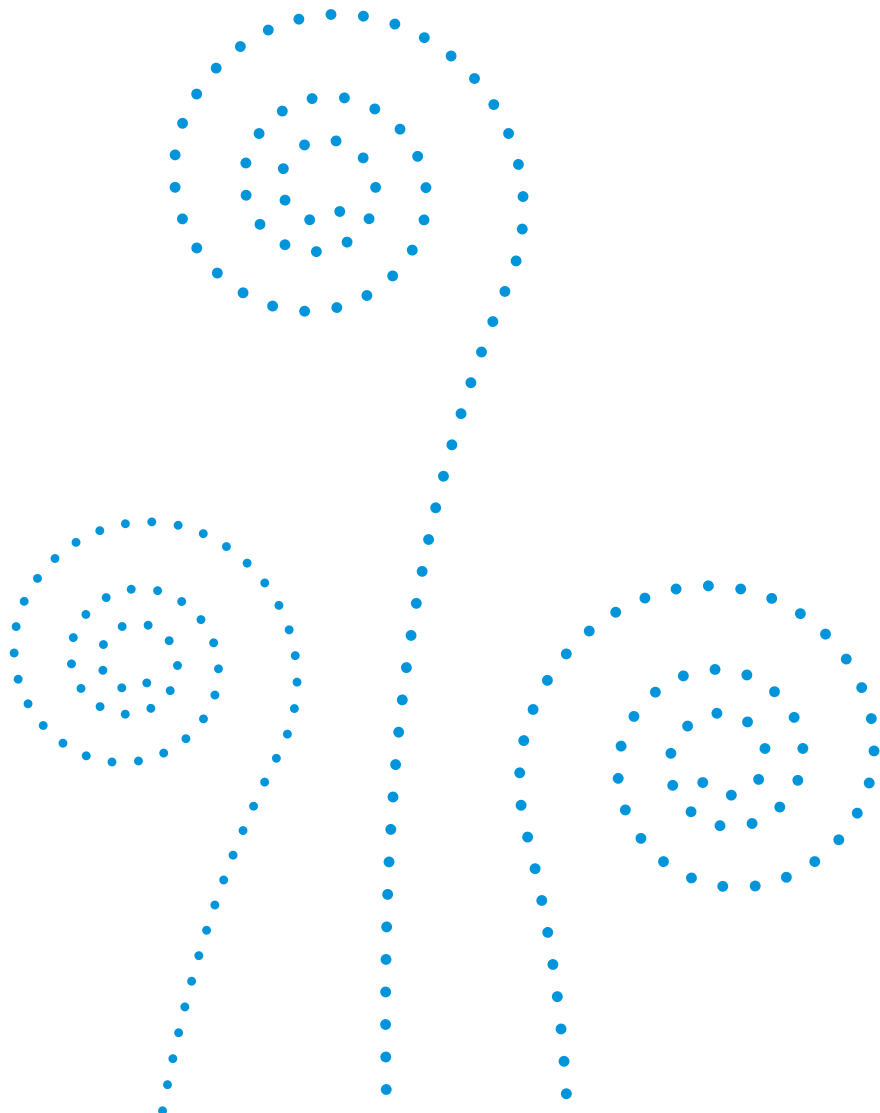
Reporte de Sostenibilidad
Pfizer Perú
2010-2011



Reporte de Sostenibilidad Pfizer Perú

2010/2011





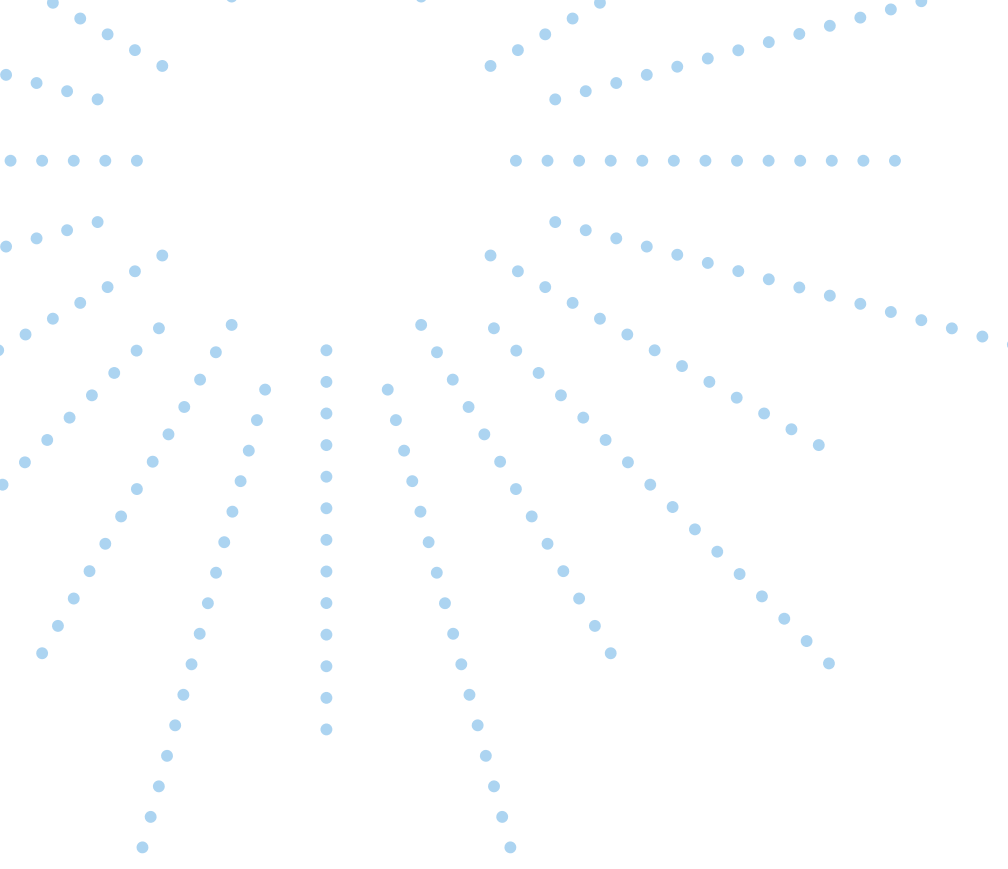
**EMPRESA
SOCIALMENTE
RESPONSABLE**

Pfizer Perú: Empresa Socialmente Responsable

Día tras día, cerca de diez mil investigadores en todo el mundo incluyendo el Perú, trabajan arduamente para encontrar nuevas medicinas que permitan que el tratamiento de los pacientes sea más rápido, más seguro y más eficaz.

Sin embargo, sabemos que como empresa socialmente responsable nuestro compromiso con la sociedad va más allá de la innovación y desarrollo de medicinas. Nuestra tarea tiene un sentido más amplio cuando en el camino ponemos en acción nuestros principios de responsabilidad social, y junto con nuestros “stakeholders”, buscamos la excelencia en cada una de nuestras operaciones.

Somos una compañía comprometida con el desarrollo sostenible del Perú, un país lleno de oportunidades en donde nuestro esfuerzo seguirá contribuyendo a lograr nuestro principal objetivo como agente de cambio y de generación de valor: “Trabajar juntos por un Perú más saludable”.



Sobre el Informe de Responsabilidad Social



Alcance y Cobertura

El presente reporte refleja los impactos sociales, económicos y ambientales de la compañía en el Perú, así como, algunas iniciativas realizadas en Bolivia, país que nos reporta directamente como Unidad de Negocio.



Periodo del Reporte

La información presentada cubre las actividades e iniciativas realizadas entre junio del 2010 y junio del 2011, siendo este reporte publicado anualmente.



Metodología

Para la elaboración del informe se utilizaron las Guías para Reportes de Sustentabilidad del Global Reporting Initiative (GRI), según las cuales el presente reporte alcanza un nivel de aplicación B. No se realizó una verificación externa.



Principio de Materialidad

Para definir el contenido y los indicadores presentados, el Área de Responsabilidad Social aplicó el Principio de Materialidad del GRI y priorizó dos aspectos: las expectativas de los principales grupos de interés de la compañía y las estrategias comerciales de la misma.



Recopilación de datos

Para la recopilación de los datos que sustentan los indicadores elegidos, se recurrió a las distintas Unidades de Negocio, todas ellas debidamente representadas en el Comité de Responsabilidad Social de la compañía.



Stakeholders consultados

El contenido del informe se basó en la evaluación de las expectativas y de los principales temas sugeridos por nuestros principales grupos de interés: Accionistas, Colegas, Gobierno y Sociedad Civil, Comunidad, Pacientes, Medio Ambiente, Clientes y Socios Estratégicos.





Integridad es el
cimiento de la
confianza que necesitamos para
trabajar juntos en pos de un
mundo más saludable.

Tabla de Contenidos

Índice

01.	Cartas de Presentación	10
02.	Nuestra Empresa	12
	▶ Pfizer en el Mundo	
	• Nuestra Historia	12
	• Pfizer en el Mundo	13
	• Nuestro Camino a Seguir	14
	▶ Pfizer Perú	
	• Organización	15
	• Portafolio de Marcas	15
	• Gestión de Responsabilidad Social en Pfizer Perú	16
	• Relación con Stakeholders	17
	• Logros y Reconocimientos	18
03.	Sostenibilidad Corporativa	20
	▶ Ética Empresarial	21
	▶ Desempeño Social	
	• Compromiso con nuestros Pacientes	25
	• Compromiso con nuestros Socios Estratégicos	27
	• Compromiso con nuestros Colegas	28
	• Compromiso con la Comunidad	38
	▶ Desempeño Ambiental	48
	▶ Desempeño Económico	51
04.	Indicadores GRI	52
05.	Créditos	62



Carta de la Gerencia General

Estimados Stakeholders,

En Pfizer Perú sabemos que no sólo es importante comunicar qué hacemos sino cómo lo hacemos, razón por la cual es un privilegio para nosotros presentar nuestro segundo Reporte de Sostenibilidad 2010 – 2011.

Nuestro avance en Responsabilidad Social responde a algunas de las interrogantes que nos hemos venido realizando, como por ejemplo: ¿cómo podemos contribuir al cuidado de salud en sitios a los que difícilmente llegan los servicios básicos?; ¿cómo hacer de nuestra compañía un mejor lugar para trabajar?; ¿cómo disminuir la huella ambiental de nuestra actividad?. Haber dado respuesta a estas preguntas nos permite mirar a nuestros clientes de frente, asegurar la claridad de nuestro negocio y comunicar transparencia a nuestros stakeholders. En este informe, mostraremos además, las formas de acercarnos a la ciudadanía y a los gobernantes, lo permitido y lo estrictamente prohibido en esta relación. Compartimos de forma abierta nuestras políticas antisoborno, anticorrupción y de interacción con funcionarios públicos y profesionales de la salud.

Los esfuerzos y logros de Pfizer Perú se transparentan también en este reporte; así como, el empeño de nuestros colegas quienes, desde sus distintas posiciones, dan lo mejor de sí, gozan de prácticas laborales justas y de políticas de balance vida-trabajo, puertas abiertas, no discriminación, seguridad física y salud ocupacional.

Como empresa socialmente responsable, continuamos con la búsqueda de resultados mientras cumplimos expectativas sociales y de negocio. Vemos el futuro con optimismo, en un país de grandes oportunidades, donde seguiremos trabajando para satisfacer las principales necesidades de la sociedad en lo que a nuestro campo de actividad, alcance y entorno se refiere. ¡Seguiremos trabajando por un Perú más saludable!



Félix Hernaez
GERENTE GENERAL
PFIZER ECUADOR - PERÚ - BOLIVIA

Unidad Comercial



Para Pfizer Perú la Responsabilidad Social es una estrategia transversal, que empieza dentro de casa con nuestros colegas, para cumplir con nuestro compromiso de trabajar por un mundo más saludable junto con todos nuestros grupos de interés.

Desde nuestro último reporte, presentado a inicios del 2010, los retos se multiplicaron; pero lejos de amedrentarnos, nos llenaron de renovada fortaleza para aprovechar las oportunidades que se nos presentaron para seguir trabajando de la mano con los distintos actores de la sociedad. He confirmado mi convicción de que los objetivos corporativos no excluyen los temas sociales, y que muy por el contrario, van de la mano y se complementan.

El impacto de Pfizer Perú en las comunidades en las cuales desarrollamos nuestra actividad es amplio. Hacemos posible que los peruanos tengan acceso a medicinas de calidad que permiten que el tratamiento de pacientes sea más rápido, más seguro y más eficaz. Asimismo, nuestro enfoque de gestión, basado en políticas y en prácticas socialmente responsables, impactan directa y positivamente en nuestros principales grupos de interacción.

En este reporte, podrán apreciar de forma tangible nuestras acciones y los resultados de las mismas. Podrán ver la relación que mantenemos con la comunidad, los esfuerzos que hacemos por buscar el bienestar de nuestros pacientes, así como, la relación cercana que mantenemos con el resto de nuestros Stakeholders.

Cada día buscamos innovar, lograr resultados responsablemente y ayudar a la gente a mejorar su salud. Nos encontramos en una nueva etapa, en donde la responsabilidad social es un modelo de negocio afianzado en nuestros valores, principios y objetivos comerciales, etapa en la que es fundamental unir esfuerzos y trabajar juntos para alcanzar el éxito.



Ana Dolores Román
DIRECTORA COMERCIAL
PFIZER PERÚ - BOLIVIA

Unidad de Asuntos Públicos y Comunicaciones



Trabajar responsablemente con la sociedad y con el medio ambiente es parte de la estrategia de negocios de Pfizer Perú. Desde la formación del Área de Responsabilidad Social en el año 2009, trabajamos arduamente en la implementación de un sistema de gestión socialmente responsable, basado en las tres dimensiones sugeridas por el Global Reporting Initiative.

Actualmente, el Área de Responsabilidad Social es la encargada no sólo de velar por los programas que dirige sino también de hacer seguimiento y evaluar periódicamente el desempeño económico, social y medioambiental de la compañía. A través de nuestros programas sociales, buscamos relacionarnos con nuestros principales grupos de interés, abriendo canales de comunicación y tratando siempre de alinear nuestras actividades comerciales con las expectativas y necesidades más latentes de nuestro entorno.

Contamos con un comité interno conformado por representantes de las distintas Unidades de Negocio, equipo que periódicamente evalúa las estrategias e iniciativas de Responsabilidad Social y aporta con ideas innovadoras para mejorar nuestro desempeño e involucrar a todas las áreas de la empresa.

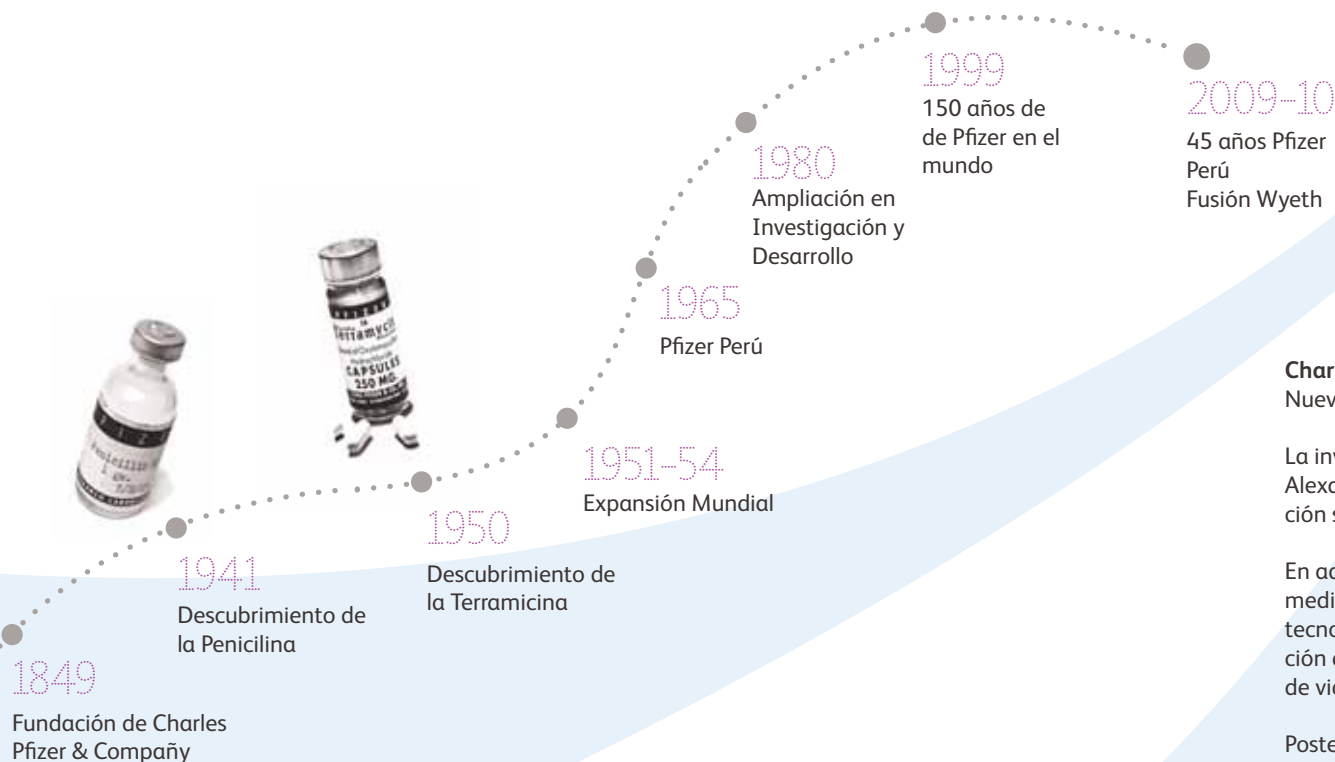
Este compromiso con la sociedad en general, así como, la calidad y excelencia de nuestras políticas internas, procesos y programas de responsabilidad social nos hicieron merecedores del Distintivo "Empresa Socialmente Responsable" (ESR), reconocimiento otorgado por Perú2021 y por el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) a aquellas empresas que demostraron su capacidad para garantizar el desarrollo económico, social y ambiental en todas y cada una de sus operaciones.

La salud es nuestro objetivo y la sustentabilidad de nuestro entorno, nuestro camino. Para eso innovamos, investigamos, invertimos, y trabajamos todos los días.



Allan Angell
DIRECTOR DE ASUNTOS PÚBLICOS
Y COMUNICACIONES
PFIZER PERÚ - BOLIVIA

Nuestra historia



Charles Pfizer & Company inició sus operaciones en la ciudad de Nueva York en el año 1849.

La invención de la Penicilina dio un súbito impulso a la compañía. Alexander Fleming había descubierto el antibiótico pero su producción sólo era posible en pequeñas cantidades.

En aquella época, Pfizer era líder en la producción de ácido cítrico mediante un proceso innovador para su tiempo. La infraestructura y tecnología con las que contaba la compañía sirvieron para la producción a gran escala de la Penicilina, justo a tiempo para salvar miles de vidas durante la Segunda Guerra Mundial.

Posteriormente, en 1950, Pfizer encontró la “tierra de recompensa” al desarrollar una sustancia que probó ser efectiva contra una amplia gama de bacterias mortales. Se convirtió en el primer producto en descubrirse y desarrollarse exclusivamente por científicos de Pfizer y se llamó Terramicina.

La investigación no se detuvo y, con la calidad, eficacia y seguridad como bandera de sus medicamentos, Pfizer siguió creciendo y expandiéndose por todo el mundo, llegando al Perú en 1965.

Pfizer en el Mundo



Pfizer es la compañía biofarmacéutica líder a nivel mundial, compañía comprometida con la investigación y desarrollo de nuevas medicinas para tratar a los pacientes de forma más eficiente y efectiva.

Contamos con cuatro instalaciones de investigación y desarrollo en los Estados Unidos de América y en el Reino Unido, así como, con 76 plantas manufactureras.

Actualmente, Pfizer presenta ingresos que van entre los USD\$ 67 y USD\$ 69 billones de dólares e invierte casi el 15 % de sus ganancias en actividades de investigación y desarrollo.

Mercados Emergentes

Pfizer cuenta con más de 90,000 colegas alrededor del mundo, todos ellos distribuidos en 150 países. Estos países, a su vez, se encuentran agrupados según el tipo y tamaño de mercado.

Latinoamérica forma parte de la Unidad de Negocios de Mercados Emergentes (EMBU, por sus siglas en inglés), la cual representa un mercado estratégico para la compañía por su proyección de crecimiento.

Aproximadamente 16,000 personas forman parte de la EMBU en más de 70 países de África, Medio Oriente, Asia, Europa y Latinoamérica.

Investigación y Desarrollo

Contamos con importantes Centros de Investigación, donde más de diez mil investigadores y científicos trabajan día a día para descubrir y desarrollar nuevos medicamentos. El principal objetivo de su trabajo es responder con mayor eficiencia a las necesidades de los pacientes alrededor del mundo.

Con la calidad que nos caracteriza y con la última tecnología informática empleada, se logra que nuevas medicinas aseguren un menor tiempo de recuperación de los pacientes, que se disminuyan los efectos secundarios y que la administración de los medicamentos sea más sencilla. De esta manera, se garantiza el cumplimiento de las normas y el lanzamiento al mercado de medicamentos eficaces y con tiempos de vida cada vez más largos.

Flujo de Proyectos en Investigación (Pipeline)



El Área de Operaciones Clínicas de Pfizer Perú, trabaja actualmente en 12 de los 35 proyectos que la compañía tiene en Fase III.

Nuestro Camino a Seguir

Propósito

Trabajar juntos por un mundo más saludable.

Misión

Aplicar la ciencia y nuestros recursos globales para mejorar la salud y el bienestar en todas las etapas de la vida.

Compromisos

- Fomentar el bienestar, la prevención, los tratamientos y las curas.
- Reunir las mejores mentes científicas para desafiar a las enfermedades más temidas de nuestro tiempo.
- Establecer el estándar de calidad, seguridad y eficacia de las medicinas.
- Usar nuestra presencia y escala global para hacer la diferencia en las comunidades locales y en el mundo que nos rodea.
- Promover la curiosidad, la inclusión y la pasión por nuestro trabajo.
- Ser la voz que lidere el mejoramiento de todos, en su capacidad de tener servicios de salud confiables y accesibles.
- Maximizar nuestro rendimiento financiero para que podamos cumplir nuestros compromisos con aquellos que confían en nosotros.



Foco en el cliente



Integridad



Comunidad



Liderazgo



Respeto por las personas



Calidad



Desempeño



Colaboración



Innovación

Pfizer Perú



Presidente Fernando Belaúnde en la Inauguración de la Planta de Pfizer Perú – 1967.



Pfizer está presente en el Perú desde 1965, año en el que inició sus labores con 15 representantes médicos en una pequeña oficina en el distrito de San Isidro. Dos años después, en 1967, se inauguró una moderna planta en el Callao.

En 1990, Pfizer se instaló nuevamente en San Isidro y posteriormente, en el año 2003, las oficinas se trasladaron a nuestra actual sede en el distrito de La Molina.

Desde el 2002, la empresa está constituida como Sociedad Anónima.

Si bien la fusión con Wyeth se hizo efectiva en el

último trimestre del 2009, los cambios en el número de colegas, gastos e ingresos recién se vieron reflejados en el 2010, año en el que Pfizer cumplió 45 años en el Perú.

La cantidad de peruanos que se ha unido a la compañía ha ido aumentando desde su creación, llegando a 193 en el 2011.

Actualmente, nuestra cultura se rige a través de tres señas de identidad: pasión, excelencia y crecimiento; las cuales nos guían y nos dan el impulso necesario para lograr nuestro principal objetivo como compañía: “Trabajar por un Perú más saludable”.

Estructura Organizacional

Pfizer Perú mantiene una estructura organizacional basada en Unidades de Negocio especializadas. Esta estructura está enfocada en mantener una atención integral para los clientes y en crear equipos de trabajo multi funcionales que se enriquezcan de la participación activa de las unidades de soporte y que permitan el buen desempeño de cada una de las marcas de la compañía.

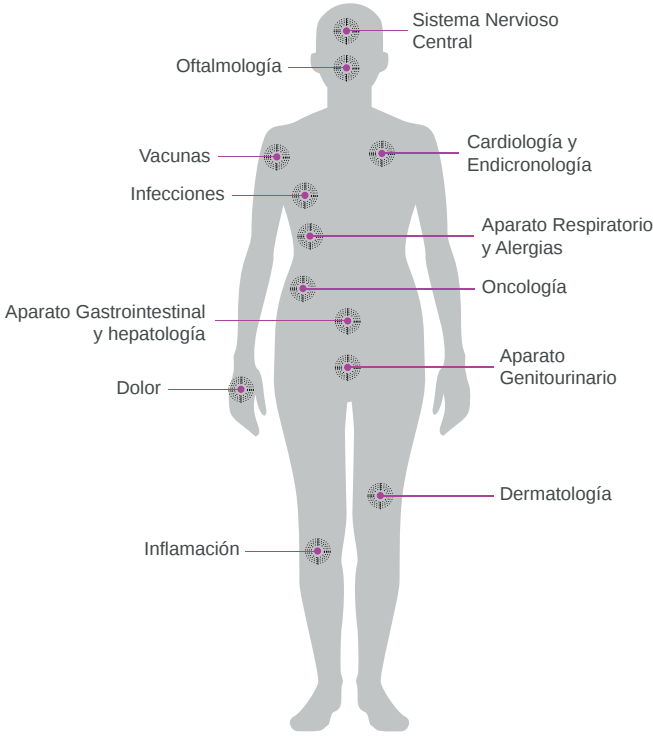
Luego de concretarse el proceso local de fusión con la farmacéutica Wyeth, Pfizer Perú presentó su nuevo organigrama, alineándose a la estructura comercial de la compañía a nivel mundial.



Cabe resaltar que en el Perú, Pfizer no sólo está presente a través de la de División de Negocio Biofarmacéutico; sino también a través de Pfizer Nutrición y de Pfizer Salud Animal.

Portafolio de Marcas

Pfizer cuenta con un portafolio de medicamentos que ocupan los primeros lugares en las distintas líneas terapéuticas a nivel mundial. En el Perú, ofrece más de 100 medicamentos innovadores para tratar eficientemente enfermedades en las siguientes áreas terapéuticas:



Portafolio de Marcas	Portafolio	Nº de Marcas
	Cuidados Primarios 1	8
	Cuidados Primarios 2	13
	Especializados	24
	Vacunas y Hormonas	4
	Establecidos	28
	Total	77

Gestión de Responsabilidad Social en Pfizer Perú

En Pfizer Perú, la Responsabilidad Social está presente en toda la operación de la compañía, por lo que , entre los principales objetivos del área se encuentran: establecer la RSE como estrategia de negocio y dar soporte a las distintas Unidades de Negocio en su aplicación.

Gestión Responsable



Para ello, basamos nuestras prácticas en los siete temas fundamentales propuestos en la ISO26000. Además, analizamos nuestro desempeño según las dimensiones de desarrollo sugeridas por el Global Reporting Initiative: dimensión económica, social y ambiental.

La jefatura de Responsabilidad Social, además de velar por sus programas e iniciativas, también es responsable de velar por el cumplimiento de los compromisos que Pfizer Perú ha sumido con la sociedad, compromisos que se deben llevar a cabo de forma permanente y sistemática.



Relación con los Grupos de Interés

La estrategia de Responsabilidad Social de Pfizer se basa en un modelo de gestión que concilia las expectativas y las demandas de todos aquellos grupos con los que la empresa se relaciona. Estos son seleccionados a través de un mapeo que evalúa anualmente la influencia que los distintos actores tienen sobre Pfizer Perú y viceversa.



Dado que existen diferentes puntos de vista sobre cómo alcanzar los retos económicos, sociales y ambientales, la forma de lograrlo es estableciendo acuerdos con cada uno de los actores involucrados. Para conseguir esto, Pfizer Perú se centra en escuchar y responder de la mejor manera posible a las necesidades de sus interlocutores y, sobre todo, en aprender de ellos.

Como empresa responsable y comprometida con la sociedad y el entorno, todas estas relaciones se construyen sobre la ética, la transparencia y el cumplimiento de todos los acuerdos adquiridos con cada uno de los grupos y con la sociedad en su conjunto.

Frutos de esta colaboración son las diferentes actividades emprendidas por la compañía, que han posibilitado el cumplimiento de los compromisos adquiridos. Además, anualmente, ponemos en manos de nuestros stakeholders esta herramienta o informe que complementa y amplía las iniciativas existentes y establece un nuevo marco para el diálogo y el intercambio de información a nivel externo e interno.

Alianzas Estratégicas

Las relaciones con los stakeholders, así como, con las distintas organizaciones y/o gremios de la sociedad, forman parte del núcleo de la política de Responsabilidad Corporativa de Pfizer y se basan en el convencimiento de que ningún grupo de manera individual puede afrontar con éxito la complejidad actual de los sistemas de salud.

Algunos grupos con los que trabajamos en el 2010 y 2011:

- Sociedades Médicas
- Gobierno
- ONGS
- Asociaciones de Pacientes
- Instituciones de Salud



Por otro lado, formamos parte de:

- AMCHAM
- ALAFARPE
- CONFIEP
- Patronato de Perú2021
- Cámara de Comercio de Lima
- Fundación Hipólito Unanue



S05

Pfizer Perú no apoya ni aporta con dinero en efectivo o en especies a políticos o a personas que ocupan cargos públicos como un intento de persuadir o influir en el desarrollo de la legislación o en las decisiones políticas. Asimismo, Pfizer Perú no recibe ayuda financiera por parte del gobierno, entendiéndose por ayuda financiera: incentivos fiscales, subsidios, subvenciones, exenciones temporales por pagos de licencias o incentivos financieros.

S06

EC4

Finalmente, la compañía fomenta la libre competencia y desalienta cualquier actividad que pueda tener como resultado acuerdos para fijación de precios, licitaciones, restricciones, cuotas geográficas o cualquier otra actividad que interfiera con el libre mercado.

Logros y Reconocimientos



**EMPRESA
SOCIALMENTE
RESPONSABLE**

Distintivo de Empresa Socialmente Responsable

En reconocimiento a las buenas prácticas empresariales, al fomento del desarrollo sostenible en el país y al compromiso con sus diferentes grupos de interés, 13 empresas peruanas, entre ellas Pfizer Perú, obtuvieron el Distintivo de Empresa Socialmente Responsable (ESR) otorgado por primera vez en el país por Perú2021 y por el Centro Mexicano de Filantropía (CEMEFI).

Pfizer Perú fue sometida a una evaluación integral mediante una serie de indicadores de buenas prácticas de Responsabilidad Social agrupados en cuatro áreas: calidad de vida en la empresa, ética empresarial, vinculación con el medio ambiente y vinculación con la comunidad.

La calidad y excelencia de nuestras políticas internas, procesos y programas de responsabilidad social (Senovida, Una Laptop por Niño, Léeme un Cuento, Voluntariado, Medio Ambiente y Pfizer Pfamily) hicieron posible que obtuviéramos este reconocimiento.





ABE: Asociación de Buenos Empleadores

Luego de una minuciosa evaluación por parte de la Société de Générale de Surveillance (SGS), Pfizer Perú, por segunda vez, fue certificada e incluida en la Asociación de Buenos Empleadores (ABE), entidad perteneciente a la Cámara de Comercio Americana del Perú (AmCham).

La evaluación consideró aspectos relacionados con el pago puntual de salarios, beneficios legales, seguro médico, evaluación de personal, capacitación, reconocimientos, comunicación, actividades internas y ambiente de trabajo.



Premio Creatividad Empresarial 2010

En el marco del Concurso Creatividad Empresarial organizado por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, y compitiendo con más de 300 empresas, Pfizer Perú a través de su programa PROMEDICUM® quedó como empresa finalista en la categoría de Educación.

PROMEDICUM® es un programa de educación médica continua implementado bajo la plataforma “Enlace Científico Pfizer”. Este programa promueve la actualización científica y el desarrollo profesional de los profesionales de la salud a nivel nacional.

A través de una alianza estratégica con la Universidad Peruana Cayetano Heredia, el programa brinda un alto contenido científico en un formato que varía año a año y que prioriza contenidos prácticos y participativos. Asimismo, se beneficia a los médicos en la obtención de créditos académicos válidos para su recertificación.

Por ser PROMEDICUM® un programa de calidad que busca un alto impacto educativo, así como, una alta interacción entre los participantes y profesores, está enfocado en un grupo selecto de profesionales de la salud con quienes se trabaja arduamente para obtener los resultados esperados.



“En Pfizer Perú lograremos los resultados definidos por nuestra compañía y, simultáneamente, cumpliremos con nuestras expectativas sociales y de negocio. Para ello, seguiremos lanzando productos innovadores y apoyando la Educación Médica Continua e Investigación Clínica, con el fin de mejorar la salud de nuestros compatriotas”.



Alberto Sattui
DIRECTOR MÉDICO
PFIZER PERÚ, ECUADOR Y BOLIVIA

Nuestro compromiso con la sostenibilidad

PFIZER

Liderar el mejoramiento de los servicios de salud, velar por el cumplimiento ético en todas las transacciones de nuestra actividad y establecer altos estándares de calidad, seguridad y eficacia en los medicamentos.

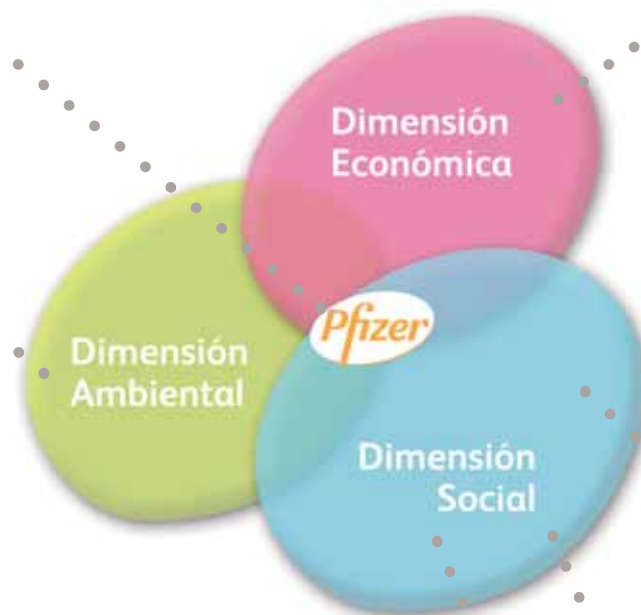
AMBIENTAL

Usar nuestra presencia y escala global para hacer una diferencia en las comunidades locales y el mundo que nos rodea.

“La salud es nuestro objetivo y la sustentabilidad de nuestro entorno, nuestro camino. Para eso innovamos, investigamos, invertimos, y trabajamos todos los días.”



Allan Angell
DIRECTOR DE ASUNTOS PÚBLICOS
Y COMUNICACIONES
PFIZER PERÚ - BOLIVIA



ACCIONISTAS

Maximizar nuestro rendimiento financiero para que podamos cumplir nuestros compromisos con aquellos que confían en nosotros.

SOCIEDAD

Contribuir con el desarrollo de las comunidades en donde llevamos a cabo nuestra actividad comercial.

INNOVACIÓN Y MEJORA CONTINUA

Reunir las mejores mentes científicas para desafiar a las enfermedades más temidas de nuestro tiempo.

NUESTRA GENTE

Promover la curiosidad, inclusión y pasión por nuestro trabajo, garantizando prácticas laborales ejemplares.

Ética Empresarial

En Pfizer estamos totalmente comprometidos con la excelencia en nuestras actividades, en ese sentido nos preocupamos no sólo por el cumplimiento de las regulaciones del mercado y del derecho, sino también nos regimos por nuestro compromiso social y moral con la comunidad.

Pfizer apoya totalmente los principios de la Declaración de Derechos Humanos de las Naciones Unidas, la Declaración de los Principios Fundamentales y de los Derechos de los Trabajadores de la Organización Internacional del Trabajo y, como signataria del Pacto Global de las Naciones Unidas, está comprometida a dar apoyo al cumplimiento de sus diez principios en derechos humanos, prácticas laborales, medioambiente y anticorrupción.

El trabajo de Pfizer en Derechos Humanos inicia con una estrategia que busca mejorar la salud de las personas alrededor del mundo, trabajando con gobiernos, agencias internacionales, organizaciones no gubernamentales, instituciones académicas y otros stakeholders, para conseguir que los pacientes tengan acceso a los medicamentos y a los servicios médicos que requieren.

Nuestra aspiración es que nuestros clientes tengan productos de alta calidad; que nuestros accionistas obtengan una alta rentabilidad y accedan a la más amplia y transparente información; que nuestros colaboradores reciban una adecuada compensación, desarrollo profesional y que se comprometan con la compañía y; finalmente, reiterar nuestra razón de ser: **“Trabajar juntos por un mundo más saludable”**.

“Al igual que todas las filiales de la compañía a nivel mundial, Pfizer Perú tiene la obligación de conocer y cumplir las políticas corporativas, comprometiéndose con el desarrollo de estrategias de negocio éticas y socialmente responsables”



Janina León
COORDINADORA DE CONTROL INTERNO
PFIZER PERÚ

Gobierno Corporativo



El organismo con mayor poder de liderazgo en Pfizer es el Equipo de Liderazgo del País (CLT). Este equipo reúne a los más altos líderes para tomar las principales decisiones estratégicas, financieras y operativas de la compañía.

Órganos de Liderazgo

- CLT:** Country Leadership Team o Equipo de Liderazgo del País.
- BMT:** Business Management Team o Equipo de Gestión del Negocio.
- XFT:** Cross Functional Team o Equipo Cross Funcional.
- BT:** Brand Team o Equipo de Marca.

El Equipo de Liderazgo de Perú, conformado por Directores de las distintas Unidades de Negocio, vela por el cumplimiento de nuestros objetivos comerciales, de las regulaciones del mercado y del derecho, de nuestras políticas internas, de nuestro código de conducta, del compromiso asumido con nuestros stakeholders, y del compromiso social y moral con la comunidad.

Código de Conducta



Para garantizar que el desempeño de todos los colegas de la organización esté alineado con el compromiso ético de la compañía, hace 20 años se desarrollaron las Políticas de Conducta Empresarial de Pfizer, resumidas en el denominado “Libro Azul”.

Todas las políticas resumidas en este documento están relacionadas con el cumplimiento de los derechos humanos, de las prácticas laborales justas y de las estrategias contra la corrupción.

El **Libro Azul** se revisa periódicamente y es indispensable que los colegas no sólo conozcan su contenido sino también la política de cumplimiento del mismo (Compliance).

Certificación en políticas y procedimiento internos

De forma anual, el 100 % de los colegas de Pfizer debe certificarse en el conocimiento de las políticas y procedimientos internos a través del sistema online desarrollado por la compañía, el cual involucra un examen de aprobación de cada una de ellas.

Este es el compromiso de Pfizer con sus stakeholders o grupos de interés, compromiso en el que incluye a sus competidores, con quienes mantiene un riguroso comportamiento ético en el mercado en donde confluyen.

HR3 El 100 % de los colegas de Pfizer Perú se certificó en las políticas y en el cumplimiento del Libro Azul a través de evaluaciones en línea que toman entre 40 y 50 minutos cada una.

No discriminación

HR4 Pfizer ha desechado cualquier atisbo de discriminación en cualquier ámbito, incluso en aquellos que todavía representan un tabú. En Pfizer Perú no se han presentado incidentes de violación de derechos o discriminación por raza, color, sexo, religión, opiniones políticas, o procedencia .

HR9

Asimismo, en concordancia con el Código de Trabajo, las leyes locales y sus valores, Pfizer respeta y cumple con los principios de los Derechos Humanos en lo relativo a la no discriminación y al trabajo infantil.

HR6 Dentro de la compañía no existen menores de edad trabajando, y debido al giro de nuestro negocio en el Perú (comercialización de marcas a través de canales formales), el trabajo infantil no supone un riesgo potencial para la compañía.

Apertura

Pfizer apoya una política mundial de puertas abiertas que busca asegurar el compromiso y la inclusión. Esto se logra fomentando que todos los líderes de la compañía inviten al diálogo al personal que les reporta, promoviendo que todas las ideas se pongan sobre la mesa.

La crítica constructiva también es bienvenida, las quejas tienen canales que permiten acceder al siguiente nivel superior de forma progresiva, con la posibilidad de llegar incluso al CEO, el máximo ejecutivo de la empresa a nivel mundial, o utilizar una línea directa anónima que permite al denunciante estar protegido contra cualquier represalia.

Estrategias contra la corrupción

Pfizer tiene dos políticas corporativas que garantizan un proceder ético en todas sus actividades:

- **Política Antisoborno y Anticorrupción** (Foreign Corrupt Practices Act – FCPA). Política que regula la interacción de la compañía con funcionarios públicos prohibiendo que los colegas ofrezcan cualquier incentivo deshonesto que beneficie las actividades comerciales de Pfizer.
- **Política global sobre las interacciones con los profesionales de la salud** (Global Policy on Interactions with Healthcare Professionals – GPHIP). Política que norma las interacciones con todos los profesionales de la salud para que estas cumplan los estándares más elevados de integridad.

Además de cumplir con los procedimientos internos, Pfizer también se rige según el marco ético y regulatorio establecido por entidades internacionales y autoridades locales:

- **Normativas Internacionales:** Criterios Éticos para la promoción de Medicamentos de la OMS (Ginebra 1988) y IFPMA Code of Pharmaceutical Marketing Practices (2006).
- **Normativas Nacionales:** Código de Normas de Comercialización de Productos Farmacéuticos (ALAFARPE) y Legislación Peruana.

S04 El no cumplimiento por parte de un colega de Pfizer de las políticas internas y/o normativas internacionales y locales conlleva a una sanción que, dependiendo la gravedad de la falta, puede significar desde una llamada de atención hasta el despido inmediato del colega.

S03 Durante el periodo que involucra este informe, el 100 % de los trabajadores de Pfizer Perú se entrenaron y certificaron en las políticas para la prevención de la corrupción. Asimismo, todas nuestras Unidades de Negocio participaron de una auditoría interna, en donde fueron analizadas respecto a los riesgos organizacionales relacionados con la corrupción. Durante este periodo, no se registró ningún incidente que pudiera interpretarse como corrupción, que haya involucrado a colegas de Pfizer Perú.

S02

Responsabilidad en la promoción de medicamentos

Los medicamentos que comercializa Pfizer Perú se venden bajo prescripción y vigilancia médica, por lo que no se realiza una promoción directa de marcas a pacientes y/o público general. La promoción de medicamentos se focaliza en los profesionales de la salud y en los servicios de salud, cumpliendo de esta manera con la legislación peruana y con las políticas internas de Antisoborno, Anticorrupción e Interacción con los Profesionales de la Salud de la compañía.

PR6 Para que un material promocional pueda ser utilizado para uso externo debe pasar previamente por un proceso de aprobación que toma como referencia el Código de Ética de la Industria Farmacéutica, el respeto a los derechos de propiedad intelectual y la política de Pfizer para la Preparación, Revisión y Aprobación de Actividades y/o Materiales Promocionales (REG 08).

Los colegas responsables de crear materiales promocionales utilizan un sistema regional de evaluación y aprobación en línea (PMAW – Promotional Material Approval Workflow), a través del cual envían una solicitud de aprobación a diferentes evaluadores: asesores médicos, gerentes de unidad, tecnología, departamento legal, control de calidad, departamento regulatorio y dirección médica.

El proceso de aprobación de materiales es sujeto, de forma periódica, a auditorías internas corporativas en base a las cuales se realizan mejoras continuas al proceso.

PR7 Durante el periodo comprendido por el reporte, no se han presentado sanciones o multas por incumplimiento de normativas legales locales o de políticas internas de la compañía respecto a prácticas de promoción de los medicamentos.



Comunicación

Pfizer considera la comunicación interna como la mejor herramienta para integrar a todos los colegas con un objetivo común. El acceso transparente a la información redundará en un mayor compromiso por parte de nuestros colegas por lo que se han afianzado los siguientes canales internos de comunicación:

- Intranet
- Communicator: canal muy similar al Messenger que funciona de manera interna en toda la compañía a nivel global.
- Pantallas y carteleras informativas
- NotiPfizer (boletín interno de la empresa)
- Asambleas periódicas: POA I y II (Reuniones semestrales generales para revisar el plan de acción) y RIMS (Reuniones Informativas Mensuales).
- Reuniones de doble vía: Reuniones periódicas del Comité Directivo (CLT), y Reuniones One to One (entre colegas y gerentes).
- Teleconferencias y video conferencias (Reuniones de larga distancia)

Privacidad de la información

PR8

La privacidad de la información de los proveedores, colegas, clientes y pacientes de Pfizer está protegida por políticas corporativas que salvaguardan la propiedad intelectual, la propiedad e información confidencial personal o corporativa, la privacidad de la información personal, las publicaciones y/o presentaciones científicas y técnicas. En el periodo comprendido por este informe, Pfizer Perú no ha presentado ningún incidente de incumplimiento de leyes, normas o políticas relativas a la privacidad de sus grupos de interés, entre ellos el grupo de pacientes.



Compromiso con nuestros pacientes

Pfizer está comprometida con la investigación y con el desarrollo de nuevos medicamentos para tratar a los pacientes de forma más eficiente y efectiva. Con ello, la compañía logra que el tiempo de recuperación de un paciente sea menor, que existan menores efectos secundarios y que la administración sea más sencilla.

Actualmente, la investigación y el desarrollo de nuevas medicinas se concentra principalmente en: cáncer, tabaquismo, VIH-SIDA, infecciones, diabetes, Alzheimer, entre otras enfermedades de difícil tratamiento.

PR1 Desde su creación, Pfizer mantiene el compromiso de cumplir con las normas más rigurosas de calidad en todos los procesos y fases de la producción de sus medicamentos.

Ciclo de Vida de los Productos



En el caso de Pfizer Perú, no contamos con una planta de producción en el país por lo que importamos los medicamentos desde 32 plantas cumpliendo con todos los procedimientos técnicos y las actividades de farmacovigilancia que permiten garantizar la calidad y contribuir con los roles de monitoreo de nuestras marcas (seguridad del paciente).

Después de cumplir con las normas y procesos de registro e importación, los medicamentos llegan a los almacenes de Pfizer Perú, donde un proveedor, contratado para garantizar la calidad del manejo y del transporte de los productos, los almacena hasta el momento de su distribución.



PR2

Nuestros medicamentos cumplen con todos los estándares nacionales establecidos por nuestra entidad reguladora, la Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas que depende del Ministerio de Salud. Adicionalmente, muchos de los medicamentos de Pfizer han recibido la autorización para comercialización de la autoridad reguladora americana (U.S. Food and Drug Administration) y/o la autoridad reguladora europea (European Medicine Agency).

En el periodo que comprende este reporte, Pfizer Perú no presentó incidentes por incumplimiento de ninguna de sus normas relativas a salud y seguridad.

PR3

PR4

Las etiquetas y empaques contienen información completa del medicamento para que el paciente conozca su procedencia, composición, condiciones de almacenamiento, registro sanitario y una advertencia que indica seguir las instrucciones del médico para su administración. Asimismo, todos los medicamentos que se administran bajo prescripción médica, contienen un prospecto informativo con toda la información médica relevante para el paciente y el prescriptor. No se han presentado incidentes de incumplimiento de las normas peruanas o políticas internas referentes al etiquetado de nuestras medicinas.

Para Pfizer la seguridad del paciente es fundamental, por lo que en todas las fases del ciclo de vida de un medicamento, la compañía tiene la responsabilidad ética y regulatoria de monitorear la seguridad de los mismos en lo que a efectos adversos se refiere.

PR5

Para cumplir con este compromiso, Pfizer Perú cuenta con la Unidad de Farmacovigilancia, responsable de recibir, evaluar y hacer el seguimiento de los reportes de eventos adversos.

Los pacientes pueden reportar cualquier incidente relacionado con sus medicamentos directamente a la compañía o a través de su médico tratante. Asimismo, todos los colegas de la organización tienen la obligación de direccionar este tipo de reporte a seguridad clínica hasta 24 horas después de haberlo conocido.

Nuestros procesos de seguridad incluyen la recolección de eventos adversos, la implementación de estudios de observación y el financiamiento de estudios de seguridad.

Finalmente, Pfizer Perú ha diseñado un programa de acceso para pacientes llamado Vida Plena. A través de este programa, Pfizer Perú demuestra una vez más su preocupación por desarrollar un modelo de gestión responsable que busca que nuestros pacientes crónicos y con enfermedades de alto costo puedan cumplir con sus tratamientos.

En otras palabras, Vida Plena se trata de un programa de valor agregado cuyo principal objetivo es el de incrementar la permanencia/adherencia de los pacientes al tratamiento; así como, generar estrategias que les den un mayor acceso a determinados productos.

“Las actividades de farmacovigilancia realizadas por Pfizer Perú demuestran el interés de la compañía por la seguridad de nuestros pacientes; quienes en respuesta, manifiestan gran confianza hacia nosotros. (...) Este tipo de actividades generan alta fidelidad y evidencian nuestro compromiso por buscar siempre el bienestar de las personas”.



Andrea Flores
COORDINADORA DE FARMACOVIGILANCIA
PFIZER PERÚ, ECUADOR Y BOLIVIA



Compromiso con nuestros socios estratégicos y proveedores

EC6

Pfizer tiene una política estricta para la selección de proveedores y demás socios estratégicos que permite que sus estándares de calidad y valores se compartan a lo largo de su cadena de valor.

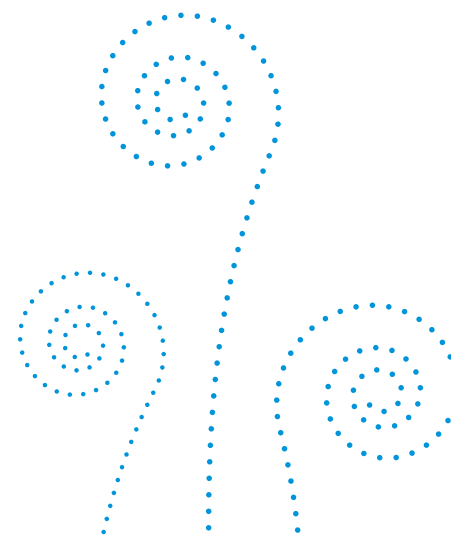
La selección de un proveedor es responsabilidad del Área de Compras y se determina por la combinación de los siguientes factores: precio, calidad, servicio, oportunidad en la entrega, calificación externa e interna.

Por otro lado, el resumen de políticas de actividad comercial establece que "... los empleados deben evitar situaciones que representen un conflicto potencial entre sus intereses y los de la compañía". Es decir, ningún empleado de Pfizer puede recibir ningún beneficio por parte de un proveedor que condicione la selección y contratación del mismo.

Para garantizar la transparencia y no caer en situaciones de conflicto de interés, los proveedores con quienes se trabaja volúmenes altos de compra, firman un contrato que los vincula a cumplir con la Política Antisoborno y Anticorrupción de la empresa.

Finalmente, desde la presentación y aprobación de la factura, el pago de servicios se realiza tras un mínimo de 7 días y un máximo de 45; política que busca el pago puntual de proveedores para no perjudicar sus actividades y beneficios comerciales.

El 96% de los 1342 proveedores que atienden las necesidades locales de Pfizer son peruanos.





Compromiso con nuestros colegas

En Pfizer Perú, la Responsabilidad Social empieza por nuestros stakeholders internos: nuestros colegas. Los profesionales que trabajan en Pfizer son la base de nuestro desarrollo y los responsables del éxito de la compañía.

Pfizer sustenta su actividad en la innovación, no sólo cuando descubre y desarrolla medicamentos, sino también en las nuevas ideas que surgen de cada uno de sus colegas día a día. Para lograrlo, expande una cultura de diversidad e inclusión en todas sus actividades a nivel mundial, manteniendo un ambiente de puertas abiertas y un constante soporte para el bienestar de sus colaboradores.

Contamos con más de cien políticas claras e inclusivas. Estas políticas permiten que nuestros colegas trabajen bajo estrictos códigos de ética, cuenten con oportunidades de crecimiento y aprendizaje, se les asegure un trato digno, una compensación justa y equitativa; así como, prácticas de seguridad laboral, salud ocupacional, actividades de balance de vida personal y laboral, entre otros beneficios que cumplen y superan la ley.



- LA1** Pfizer Perú cuenta con 193 empleados de contrato fijo a tiempo completo: 178 en Lima, 3 en Arequipa, 3 en Chiclayo, 2 en Piura, 4 en Trujillo y 3 en Bolivia. Adicionalmente, trabajan 47 personas contratadas a través de servicios de outsourcing.

Distribución del Colecivo de Trabajadores según la Región o Departamento

Departamento o Región	N° de Trabajadores
Arequipa	3
Chiclayo	3
Piura	2
Trujillo	4
Lima	178
Bolivia	3
Total	193



- HR7** Dentro de Pfizer, todos los colegas están amparados por políticas que velan por el buen trato y el fomento de las mejores condiciones laborales, por lo que no existe un riesgo de episodios de trabajo forzado o no consentido.

- LA4** En Pfizer Perú existe respeto por el Derecho a la Libertad de Asociación; sin embargo, no contamos con un contrato colectivo o sindicato de trabajo.

- HR5** Los colegas en Pfizer Perú ocupan posiciones directivas, administrativas y comerciales. Sus edades oscilan entre los 25 y 65 años, siendo el 58 % de los colegas mujeres.

Rango de edades de los trabajadores según su posición	Cargos / Posición	Rango de Edades				Total
		25-36	36-46	46-56	56-66	
	Comité Directivo	0	4	2	0	6
	Administrativos	24	17	5	2	48
	Comercial	41	71	24	3	139
	Total	65	92	31	5	193

Distribución de Trabajadores por género y posición	Cargos / Posición	Género		
		M	F	Total
	Comité Directivo	2	4	6
	Administrativos	12	36	48
	Comercial	72	72	139
	Total	81	112	193

- LA2** La Rotación media de trabajadores durante el 2010 mostró un 7 % de ingresos y un 6.95 % de ceses. Salieron de la organización 7 mujeres y 6 varones.

Rotación media de trabajadores a Diciembre 2010

	N° Empleados	% de Rotación
Ingresos	14	7 %
Ceses	13	6.95 %

Ambiente laboral – Encuesta Gallup

Como parte de nuestro compromiso con los colegas, nos preocupamos por mantener un elevado y óptimo ambiente laboral, el cual es medido todos los años a través de una encuesta de satisfacción ejecutada por la Organización Gallup.

Esta herramienta nos permite conocer el nivel de satisfacción y compromiso que tienen los colaboradores con la compañía. Los resultados que derivan de esta encuesta son esenciales para detectar áreas de mejora en nuestras Unidades de Negocio y de Soporte.

En la encuesta del 2010 se consideraron cuatro áreas importantes que, en su conjunto, consolidan nuestro clima laboral: lugar de trabajo, integración, cultura y seguimiento. La escala de medición utilizada fue dentro del rango del 1 al 5, donde 1 es la mínima y 5 la máxima puntuación.

Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

Resultados Encuesta Gallup 2010		Perú	Global
	Lugar de Trabajo	4.13	3.93
	Integración	4.06	3.84
	Cultura	4.24	3.77
	Seguimiento	4.08	3.91



Contratación y Ceses

- LA3 A fin de evitar sesgos al momento de la contratación, Pfizer Perú elabora
- LA11 perfiles detallados para cada puesto y según estos, reconoce las tendencias de contratación del personal de la compañía.
- LA15 Los procesos de selección toman en cuenta como primera opción a quienes ya laboran en Pfizer. Se trata de oportunidades de crecimiento dentro de la empresa, que incluso pueden extenderse a otras partes del mundo.
- EC7

Por otro lado, los trabajadores que finalizan su vida profesional en Pfizer Perú son notificados con un promedio de quince días de anticipación, periodo mínimo de pre aviso usado para comunicar cualquier cambio importante en la organización.

Adicionalmente , en casos específicos y aplicados a ciertas posiciones de la empresa, los colaboradores que finalizan su actividad laboral participan en un proceso de Outplacement para facilitar su recolocación.

Compensación

Nuestra política de compensación se basa en lineamientos objetivos y resultados de desempeño. Para definir los salarios en Pfizer Perú contamos con el soporte de una consultora externa experta en compensación que nos brinda anualmente información del mercado a fin de mantener una equidad interna y ser competitivos.

LA14 Este proceso también toma en cuenta las aptitudes de cada colega, ofreciendo a sus empleados remuneraciones que compiten con el mercado y que no diferencian el trabajo entre géneros. Asimismo, Pfizer cuenta con herramientas globales de planeación de compensación, como el Global Compensation Planning (GCP), por medio del cual los gerentes se involucran en el proceso de compensación junto con Gestión Humana.

Asimismo, periódicamente, se realiza una valorización de puestos en donde cada colega participa en la primera etapa de actualización de perfiles, la cual es validada posteriormente por el jefe directo.

Desarrollo profesional

Las oportunidades de desarrollo se promueven mediante un sistema establecido de administración de talentos. Este sistema consta de cuatro pasos que garantizan el seguimiento y el apoyo al desarrollo del potencial y del desempeño de todos los colegas. En el 2010, el 100 % de los colegas de Pfizer Perú participó de este proceso.

Paso 1

Establecimiento de objetivos a inicio del año. Estos se derivan de las metas planteadas desde la Casa Matriz y luego se adaptan a las necesidades de cada mercado.



Paso 4

Evaluación de desempeño final. Espacio ideal para reconocer el buen desempeño, revisar áreas de mejora y fortalecer las expectativas del siguiente período.

El proceso está basado en la retroalimentación. El diálogo entre los colegas gira en torno a datos y hechos de forma frontal y objetiva.

Por otro lado, el Comité de Liderazgo evalúa periódicamente los talentos (Talent Review), analizando el potencial de cada empleado y realizando planes de sucesión de posiciones clave en la compañía.

Paso 2

Desarrollo de un plan individual de desarrollo (PID), que permite que cada colega identifique sus áreas de mejora y defina junto a su jefe, el mejor plan de entrenamiento y capacitación.

Paso 3

Evaluación de medio año. Se retoma el planteamiento de inicio de año, objetivos y plan de desarrollo, y se revisa el avance del colega. Esta revisión ofrece la posibilidad de tomar acciones y medidas correctivas a tiempo.

Capacitación

Desde el primer día en Pfizer Perú, cada colega comienza a capacitarse. Conocer, entender y aplicar las políticas de la compañía es fundamental. Después de obtener las certificaciones requeridas en procedimientos y normas de Pfizer, y de asistir a un curso de inducción, los colegas inician sus labores.

Herramientas de Capacitación:

- Políticas Internas: certificación de políticas corporativas y locales alineadas a Casa Matriz y a las normativas del país.
- Liderazgo Situacional: niveles de direccionamiento comparado vs. niveles de desarrollo de los colegas.
- Cornerstone: capacitación en habilidades de liderazgo y coaching para colegas, con colegas a cargo.
- E Learning: biblioteca virtual de Harvard Management.
- Biblioteca Virtual.
- Mentor Match.
- Otros.

Para el área comercial:

LA11

Los estándares en capacitación y desarrollo de competencias para el área comercial son muy elevados.

La compañía ha diseñado una estrategia de capacitación y desarrollo a través de un Core Curriculum que implica cursos, presenciales y a distancia, para el desarrollo de competencias específicas y habilidades funcionales; así como, acompañamientos y asesorías de campo. Además, se aplican también evaluaciones de conocimientos en marcas y competidores, destrezas de venta, negociación, liderazgo y cumplimiento de políticas internas de acuerdo a un cronograma establecido.

Adicionalmente al Core Curriculum, otros procesos importantes que garantizan contar con el equipo mejor entrenado de la industria lo constituyen:

- Implementación del Core Curriculum.(en base a cronograma anual).
- Coaching y asesorías de campo a GDs.
- Capacitación de nuevos representantes.
- Garantizar que los mensajes promocionales estén acordes con las estrategias de marca. (Work shops: Talleres de fijación de conceptos en POAs e Interpoas).
- Capacitación para Lanzamientos de nuevas marcas.
- Soporte en el entrenamiento a Bolivia.



Siendo nuestros representantes de ventas la imagen de Pfizer Perú ante nuestros clientes, es estratégico y vital garantizar que provean información oportuna, veraz y aprobada. Asimismo, es importante que se conviertan en verdaderos asesores para los Médicos/Clientes.

Una muestra de esta aspiración plasmada en el mundo real lo constituye una encuesta publicada en la Revista de la Sociedad Perú Medicina Interna en el 2010 en donde, aproximadamente 300 médicos encuestados, afirmaron que, en la industria farmacéutica, los representantes de Pfizer Perú poseen mejores habilidades de promoción (destrezas de venta), mejor conocimiento de sus productos y mejor relación con los médicos.

Reconocimiento y retención de talento

Pfizer Perú aprecia la dedicación y compromiso de sus colegas, por lo que ha desarrollado varios programas de reconocimiento. Entre ellos:

- Reconocimiento por años de servicio.
- Reconocimiento de colegas por logros alcanzados y por proyectos especiales.
- Area Comercial Team (ACT): Grupo de colegas del Área Comercial y Médica, reconocidos por su talento y capacidad, responsables de diseñar las estrategias de las principales marcas de la compañía a nivel regional, incluyendo la creación de materiales promocionales y programas de soporte. Actualmente, dos colegas de Pfizer Perú forman parte de este equipo: Dario Ponce de León y Carlos Yarleque.
- Premio Presidente: reconocimiento otorgado por la Presidencia de Latinoamérica con el objetivo de premiar el desempeño de los mejores representantes de la región. En el 2010, la ganadora de este reconocimiento en Pfizer Perú fue Linda Castillo, representante de la Unidad de Cuidados Primarios 2.
- Otros

Con respecto a la retención de talentos, el área de Gestión Humana junto con el Comité de Liderazgo del país desarrollan distintos planes de retención. Para ello, identifican a colegas clave y realizan planes individuales con base en sus principales factores de motivación.

“La pasión y la excelencia con las que se desarrolla toda actividad en la empresa permite que esta avance hacia los logros. El crecimiento de nuestros colegas es una búsqueda continua en Pfizer Perú”.



Rossemery Gonzales
GERENTE DE GESTIÓN HUMANA

Beneficios

LA3

Además de los beneficios que dicta la ley, los trabajadores de Pfizer Perú cuentan con los siguientes beneficios adicionales:

LA8

- Chequeo médico preventivo anual para colegas y dependientes, inscritos en la póliza EPS.
- Alimentación principal: Pfizer cubre 65 % del costo de almuerzo ofrecido en el concesionario. En el caso de practicantes, Pfizer asume el costo al 100 %.
- Escolaridad, beneficio que se aplica a todos los colegas permanentes de Pfizer Perú con hijos entre cinco y diecisiete años. Si el colega tiene hijos entre las edades de 1 y 4 años o entre 18 y 21 debe presentar un documento que certifique la inscripción de los mismos en una institución educacional o centro de estimulación temprana para poder acceder al beneficio.
- Préstamos y adelantos para apoyar al colega en situaciones de urgencia relacionadas con vivienda, salud o estudios.
- Descuento de hasta 70 % en medicamentos Pfizer para colegas y familiares directos.
- Descuento de 25 % en productos veterinarios Pfizer.
- Tarifas corporativas para colegas y familiares en distintas instituciones y empresas (Gold's Gym, Instituto Británico, Centrum Católica, entre otros)
- Talleres, charlas y programas preventivos: Senovida, Pfizer te Cuida, Taller de Ergonomía, Tips de Nutrición, entre otros.



Balance Vida – Trabajo

Para Pfizer, la relación del colega con su familia es fundamental a la hora de potenciar su capacidad productiva. Para ello, se ha desarrollado una política de balance vida-trabajo que engloba diversos beneficios:

- Flexibilidad de horario los días viernes: previa coordinación con el jefe directo, los colegas del área administrativa pueden retirarse a la 1:30 p.m.
- Permisos especiales por: emergencia de salud o fallecimiento de familiar directo, mudanza a otra ciudad, graduación, matrimonio.
- Licencia por paternidad de siete días ; es decir, Pfizer Perú brinda tres días adicionales a lo que dicta la ley.
- Licencia por cumpleaños: Mañana o tarde libre en caso el cumpleaños ocurra en día de semana.
- Cuando por razones de fuerza mayor se debe laborar un día del fin de semana (ej. Evento o Congreso), se le reponen las horas trabajadas al colega.
- Licencia para trámites personales: dos días al año.

Maternidad y lactancia

LA14

Las madres trabajadoras en Pfizer se benefician de: los planes de desarrollo, la igualdad de condiciones para trabajar, los salarios equitativos, el respeto por las personas, la política de balance de vida personal y trabajo, entre otros beneficios de la compañía.

Adicionalmente, cuentan con todos los derechos y beneficios laborales para la mujer, como lo son la maternidad y la lactancia. Pfizer respalda a sus colaboradoras, durante el primer año de nacimiento del bebé, brindándoles las horas de lactancia necesarias y dictadas según ley.

Seguridad Física y Salud Ocupacional

El objetivo de Pfizer es lograr un mundo más saludable y qué mejor lugar para comenzar que en la misma compañía.

LA8 Anualmente, la empresa organiza la “Semana de Salud”, en la cual se invita a los colaboradores y a sus familiares directos a participar de consultorías médicas, chequeos preventivos y de varias campañas de salud: consultoría de nutrición y dermatología, charla de ergonomía, masajes y quiropráctica, despistaje de cáncer de mama, odontología, oftalmología, campaña de vacunación, medicina general y laboratorio.

Adicionalmente, Pfizer cuenta con el área de Operaciones Globales, la cual garantiza un ambiente de trabajo seguro y libre de riesgos, de manera que los colegas puedan desempeñar sus funciones sin ningún peligro.

Las oficinas están diseñadas y equipadas con: implementos de seguridad necesarios para el manejo de productos, iluminación natural, asientos ergonómicos, temperatura controlada, estaciones de descanso, entre otras facilidades físicas y tecnológicas que permiten prevenir accidentes y enfermedades laborales frecuentes.

LA6 Contamos con una “Brigada de Emergencia”, grupo compuesto por colegas de las distintas Unidades de Negocio y que constituye un soporte en la implementación de actividades de seguridad y salud.



Programa de Responsabilidad Social Interna: Pfizer Pfamily

Stakeholders involucrados

Colaboradores



Antecedentes

Las acciones y decisiones de la empresa pueden afectar a sus colaboradores, tanto en la vida laboral como en su vida personal y familiar. Asimismo, las reacciones que tales acciones generen en ellos impactarán sobre el desempeño de la empresa.

Partiendo de este enfoque, la responsabilidad social empresarial se convierte, en el ámbito interno, en un elemento cohesionador, motivador y propiciador del buen clima laboral, lo que lleva en el corto plazo a una mayor productividad y compromiso por parte de los trabajadores.

Pfizer, como empresa socialmente responsable, busca generar espacios de diálogo e interacción con su principal grupo de interés, sus colaboradores, por lo que ha desarrollado e implementado el programa Pfizer Pfamily.

Objetivos

Desarrollar e implementar un programa interno que genere calidez entre colegas, cultura, trabajo en equipo, integración y compromiso.

Descripción del Programa

A fin de fortalecer nuestra responsabilidad social interna, a inicios del 2011, se lanzó el programa Pfizer Pfamily. Esta iniciativa busca brindar espacios y oportunidades que promuevan la salud, bienestar e integración de nuestros colegas.

A lo largo del año, las actividades programadas son las siguientes:

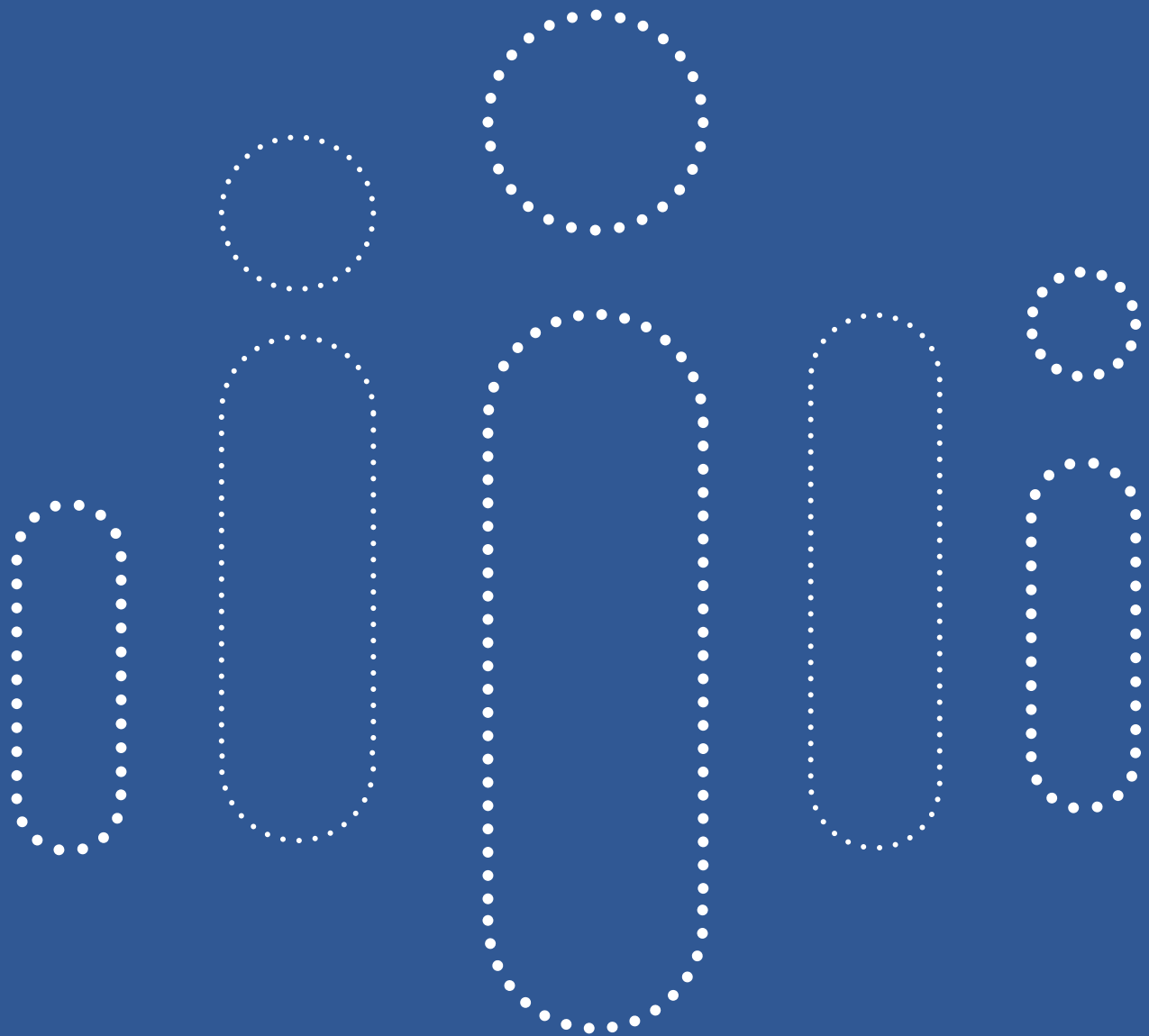


Resultados y alcance del programa

El programa busca beneficiar a todos los colegas de Pfizer Perú y a sus familias. Durante sus primeros seis meses se han realizado seis exitosas actividades, logrando la asistencia de más del 70 % de los colegas:

- Evento de Lanzamiento
- Copa Alfarpe
- Semana de la Salud
- Día de la Madre
- Día del Trabajador y del Vendedor
- Día del Padre







Nuestros productos mejoran la
calidad de vida de las personas



Compromiso con la Comunidad

S01

Nuestro compromiso con la sociedad

Pfizer Perú es la compañía farmacéutica líder en la implementación de programas de responsabilidad social con enfoque en la comunidad. Para ello, nuestras acciones están enfocadas en buscar un cambio sostenible en dos importantes áreas de desarrollo: salud y educación.



"Pfizer mantiene diferentes estrategias de comunicación con sus stakeholders. Estas han ido evolucionando a medida que se ha fortalecido nuestro sistema de gestión de responsabilidad social, lo que ha permitido que hoy, Pfizer Perú tenga un diálogo de doble vía con sus principales grupos de interés"



Ornella Delfino
JEFE DE RESPONSABILIDAD SOCIAL
PFIZER PERÚ - BOLIVIA

I. Pfizer Actúa

Bajo el paraguas del programa Pfizer Actúa, se desarrollan los proyectos y programas del área de Responsabilidad Social, el cual une a distintos actores de la sociedad, crea sinergias entre ellos y fortalece la relación de Pfizer con sus principales grupos de interés.

A través de Pfizer Actúa, la compañía identificó a sus principales Stakeholders, encontró un espacio para dialogar con ellos y, en base a las necesidades y expectativas que estos manifestaron, desarrolló los programas sociales en los que actualmente invierte: Léeme un Cuento, Senovida, Una Laptop por Niño, Voluntariado, Medio Ambiente y Pfizer Pfamily.



Léeme un Cuento

Stakeholders involucrados

Pacientes, Comunidad

Socio estratégico

United Way Perú

Antecedentes

- De acuerdo a las cifras que maneja el Ministerio de Educación, existe una grave crisis a nivel de comprensión de lectura entre niños y adolescentes, en todas las escuelas públicas del país. Una de las principales causas se atribuye a que el sistema educativo no motiva, de manera adecuada, el acercamiento del niño a la lectura.



- Muchos adultos mayores no encuentran espacios en los que puedan contribuir con las nuevas generaciones. No existen puntos de acercamiento entre una y otra generación. Es decir, son pocas las actividades que ofrecen un espacio adecuado para la participación activa y recreativa del adulto mayor en nuestra sociedad.
- Pfizer cuenta con un programa de apoyo al paciente llamado “Vida Plena” al cual se afilian pacientes que deben tomar medicamentos de Pfizer por un periodo largo de tiempo (paciente crónico). Este programa ofrece diferentes servicios y beneficios, además de la venta del producto. Los pacientes crónicos, en su mayoría, son adultos mayores.

Objetivo General – Propósito

- Brindar espacios de apoyo a la comunidad, para los pacientes del programa Vida Plena, a través de actividades educativas basadas en la lectura de cuentos que beneficien a niños de escasos recursos en estado de riesgo (abandono o problemas familiares).
- Otorgar un espacio de sano esparcimiento y educación a los niños de escasos recursos económicos, aportando al desarrollo de sus capacidades de comprensión.
- Contribuir con el Ministerio de Educación en la enseñanza de los niños de escasos recursos y en el aumento de los niveles de comprensión de lectura a través de una metodología lúdica.

Descripción del programa

- Léeme un Cuento está dirigido a pacientes del programa Vida Plena con el objetivo de darles la oportunidad de canalizar sus intenciones de apoyar a los más necesitados.
- Tomando como punto de partida la necesidad de fomentar la lectura distendida y creativa en la escuela; así como, la necesidad que tienen las personas de la tercera edad de contribuir socialmente con su tiempo y dedicación, nace el Programa de Voluntariado “Léeme un Cuento”.
- Esta iniciativa involucra a voluntarios del programa Vida Plena y a alumnos de 1º y 2º grado de educación primaria de colegios públicos. Se ha considerado estos grados ya que a esta edad un niño tiene periodos más largos de atención y es capaz de establecer una relación básica con el voluntario.
- La actividad principal radica en la lectura de un cuento y en la reflexión acerca del mismo. Además, se realizan trabajos manuales con los niños, talleres de expresión corporal y se comparte una lonchera como fin de la reunión.



Resultados

Desde que se inició el programa “Léeme un Cuento” (Abril 2008), se han realizado 9 sesiones de voluntariado, han participado más de 186 voluntarios del programa Vida Plena de Pfizer y se ha logrado beneficiar a más de 233 niños.



Alcance del programa “Léeme un Cuento”	Año	Nº Sesión	Pacientes Voluntarios	Niños Beneficiados
	2008	1	24	24
	2008	2	9	20
	2008	3	16	20
	2009	5	22	24
	2009	6	22	22
	2009	7	15	30
	2009	8	22	24
	2010	9	12	24
	2010	10	28	28
	2011	11	16	17
	TOTAL		186	233

Senovida

Stakeholders involucrados

Gobierno, Comunidad, Sociedad Peruana de Oncología Médica y Esperanza (Asociación de Pacientes con Cáncer).



Antecedentes

En el Perú, el 40 % del diagnóstico de cáncer de mama se realiza en estados avanzados ocasionando la muerte de miles de mujeres. Esto se origina porque las mujeres peruanas no están educadas en la detección temprana de cáncer de mama y no conocen los diferentes métodos para detectar una tumoración a tiempo.

Por ello, el Programa SENOVIDA, que surge como consecuencia de la alta incidencia de cáncer de mama que existe en nuestro país, busca educar a la sociedad y contribuir a la detección temprana de esta enfermedad.

Objetivo General - Propósito

El objetivo principal de este programa es sensibilizar al mayor número de mujeres sobre la necesidad de un diagnóstico temprano del cáncer de mama, a través de la educación para el auto examen, control médico periódico y uso adecuado de métodos de diagnóstico.

Descripción del programa

Senovida es un programa educativo de detección temprana de cáncer de mama ,a través del cual, Pfizer Perú brinda charlas educativas de prevención a mujeres entre 15 y 50 años de edad en la ciudad de Lima.

El programa ofrece:

- Charlas educativas a cargo de prestigiosos médicos oncólogos (colegios, universidades, empresas y demás instituciones).
- Información sobre el autoexamen, sobre los exámenes para la detección temprana de la enfermedad y sobre los factores de riesgo y prevención.
- Rueda de preguntas y respuestas para los asistentes.
- Testimonios de mujeres que han atravesado por este mal.
- Material informativo: trípticos, banners, pulseras, etc.

Adicionalmente, es importante resaltar que las charlas se realizan de manera gratuita el día que la institución contactada lo requiera.

Alianzas Estratégicas

Para el desarrollo e implementación de Senovida se realizaron las siguientes alianzas:



PERÚ Ministerio de Salud

Ministerio de Salud, entidad encargada de revisar y aprobar la información que se presenta en las charlas.



Sociedad Peruana de Oncología Médica, entidad encargada de asignar a los médicos expositores.



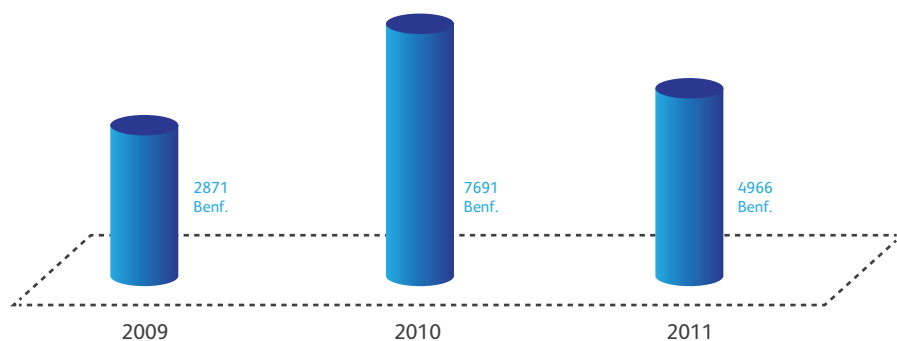
ESPERANTRA, asociación de pacientes con cáncer que facilita los testimonios de personas que pasaron por esta enfermedad.

Resultados

El programa se lanzó en agosto del 2009 y al finalizar el mes de junio del 2011 ya contaba con más de 15,000 mujeres beneficiadas. Asimismo, Senovida ha contribuido a afianzar la relación de Pfizer con cuatro de nuestros principales Stakeholders: Comunidad, Ministerio de Salud, Sociedad Peruana de Oncología Médica y Esperantra.

Resultados Senovida	Tipo Institución	2009	2010	2011	TOTAL
	Colegios	2040	7,057	4,508	13,605
	Empresas /Varios	831	634	458	1923
	TOTAL	2871	7,691	4,966	15,528

Resultado acumulado (Jun 2011)



Una Laptop por Niño

Stakeholders involucrados
Comunidad y Gobierno



Antecedentes

La organización One Laptop Per Child (OLPC) fue fundada por Nicolás Negroponte, quien junto a un talentoso grupo de profesionales provenientes de MIT (Media Lab Massachusetts Institute of Technology), crearon computadoras personales de bajo costo con el fin de proveer a todos los escolares del mundo una herramienta de aprendizaje nueva y dinámica.

En el Perú, el programa de “Una Laptop por Niño” es una iniciativa del Ministerio de Educación para promover la calidad educativa de niños de escasos recursos pertenecientes a las zonas más alejadas del país.

Objetivo General - Propósito

- Contribuir con la iniciativa del gobierno para que niños de escasos recursos logren tener una educación de vanguardia, a través de la donación de laptops durante un periodo de tres años.
- Aumentar el desarrollo intelectual de los niños, a través del desarrollo e implementación del software interactivo “El Cuerpo Humano”, herramienta instalada en las laptops del programa.

Descripción del programa

Con el objetivo de contribuir al desarrollo tecnológico en la educación, Pfizer Perú firmó un convenio con el Ministerio de Educación, a través del cual se sumó a la iniciativa y se comprometió a la donación de laptops por un periodo de tres años; así como, a la creación del software interactivo “El Cuerpo Humano”, herramienta a través de la cual los niños conocen las partes del cuerpo humano, el funcionamiento y cuidado del mismo.



Ministerio de Educación, líderes del proyecto en el país.



Ministerio de Salud, entidad encargada de revisar y aprobar el contenido del software.

Resultados y alcance del programa

- En el 2010, se realizó la primera entrega de laptops correspondiente al primer año.
- El software “El Cuerpo Humano”, ya ha sido instalado en más de 250,000 laptops.
- Estudios realizados demostraron que los niños, antes de tener la laptop, tenían problemas de conducta y bajo nivel de comprensión de lectura. Después de la implementación del programa, estos demostraron haber aumentado el nivel de lectura a casi un 100 % del promedio nacional.
- A finales del 2010, en alianza con el Ministerio de Educación, se realizó el primer taller de maestros en el uso del software, logrando capacitar a más de 600 docentes de Lima.
- Una Laptop por Niño es un programa que, más allá de llevar tecnología y avance, brinda esperanza a los niños de las zonas más remotas del país; quienes no sólo toman el control de la tecnología sino que también reciben la oportunidad de mejorar su calidad de vida.



Programa de Voluntariado

Stakeholders involucrados

Colaboradores y Comunidad

Socio Estratégico

United Way Perú

Antecedentes

El voluntariado corporativo nace debido a la importancia de satisfacer las necesidades de nuestros colaboradores en el ámbito de la ayuda social.

Nuestros colegas se sienten gratamente satisfechos cuando logran ayudar a quienes más lo necesitan y orgullosos de trabajar en una compañía que les brinda distintos espacios y oportunidades no sólo para su desarrollo profesional sino también personal.

Objetivo General - Propósito

- Incentivar en nuestros colaboradores la participación en proyectos, campañas y actividades que beneficien a las comunidades más vulnerables del país.
- Lograr que nuestros colaboradores sean eficientes al momento de brindar la ayuda social, a través de la educación y empoderamiento en las diferentes actividades que se realizan.

Descripción del Programa

Como parte del Programa de Voluntariado, Pfizer Perú ofrece a sus colegas y a sus familias distintas oportunidades y formas de colaborar con la comunidad:

1. **Programa de Aporte Voluntario por Planilla:**
Se trata de un aporte voluntario que los colegas de Pfizer donan mensualmente a través de un sistema automático de descuento. Las cantidades donadas son canalizadas a través de la ONG United Way a proyectos sociales que benefician a niños entre tres y cinco años de edad.
2. **Campañas de Emergencia:**
Se trata de campañas que incentivan la donación de distintos productos con el fin de ayudar a poblaciones que se encuentren en estado de emergencia o que requieran de ayuda específica por un periodo de tiempo determinado.
3. **Voluntariado Corporativo:**
Ofrecemos a nuestros colegas la oportunidad de apoyar con tiempo, talento y esfuerzo en la implementación de actividades grupales o en proyectos que



beneficien a niños y adolescentes en desventaja y riesgo social. Pueden ser actividades de mejoramiento de infraestructura, actividades recreativas o deportivas, campañas de salud, etc.

Alianzas Estratégicas

Se ha establecido una alianza con United Way Perú, ONG especializada en detectar oportunidades de voluntariado en diversas zonas de escasos recursos de Lima.

Resultados y alcance del programa

- Este programa tiene una antigüedad de cinco años y en ese tiempo hemos logrado la participación de más del 50 % de los colaboradores, incluyendo en todas las actividades a: Directores, Gerentes de Unidad de Negocio, Gerentes de Marca, Fuerza de Ventas y familiares.
- Finalmente, el Programa de Voluntariado ha contribuido a fortalecer la identidad y la cultura organizacional de la compañía.



II. Otras Iniciativas Sociales

Siendo la Responsabilidad Social de Pfizer transversal a toda la compañía, las distintas Unidades de Negocio llevan a cabo iniciativas comerciales propias que también benefician a la comunidad. Entre las más destacadas se encuentran: Postan RD en colegios y Enlace Científico.

Ponstan RD y Kotex Teens en Colegios

Stakeholders involucrados
Comunidad

Antecedentes

Pfizer Perú realizó una alianza comercial con Kimberly Clark con la idea de utilizar las marcas complementarias Kotex Teens (Kimberly Clarke) y Ponstan RD (Pfizer), para alcanzar objetivos comunes de negocio y de inversión social.

Objetivos

Educar a niñas y jóvenes peruanas en etapa escolar, acerca de la menstruación y el uso de analgésicos.

Descripción del programa

Ponstan en colegios es una campaña educativa dirigida a niñas y adolescentes entre 10 y 15 años, a través de la cual se llevan charlas educativas a colegios en todo el país.



Alcance y resultados

A la fecha, el programa ha beneficiado a 1,563,560 alumnas a nivel nacional. Asimismo, ha contribuido a la creación de awareness sobre la patología y ha reforzado el posicionamiento de Pfizer Perú como empresa socialmente responsable.

Enlace Científico

Stakeholders involucrados
Sociedad Médica

Antecedentes

Pfizer, como empresa líder en innovación, busca ser la voz que lidere el mejoramiento de los servicios de salud y la calidad de los mismos. Por ello y tomando en cuenta que en el Perú la educación continua de los profesionales de la salud es una necesidad latente, hace seis años, Pfizer decidió liderar una iniciativa única en este rubro.

Objetivos

Apoyar el desarrollo profesional de los profesionales de la salud y brindarles una plataforma educativa que se enfoque en sus principales necesidades de capacitación y actualización.

Descripción del programa

Enlace Científico Pfizer es la plataforma de educación médica continua que promueve la actualización médica, con un enfoque académico, a través de programas presenciales y herramientas virtuales en Lima y provincias.

Algunos de los programas más exitosos de la Plataforma de Enlace Científico son los Programas PROMEDICUM (Tópicos Selectos en Medicina), los cuales ofrecen además, el beneficio de la certificación oficial de la Universidad Peruana Cayetano Heredia.





Logros

Enlace Científico se ha convertido en una Plataforma de Educación –Imagen y Relación porque ha contribuido durante seis años a que los gerentes y representantes de Pfizer compartan con los médicos y profesionales de la salud en un ambiente científico.

PROMEDICUM es considerado por los médicos más importantes del país como el programa N°1 en educación médica continua.



Campaña de Cirugías Urológicas de Bajo Costo – Bolivia

Stakeholders involucrados

Comunidad

Antecedentes

Como parte del Proyecto de Cooperación Humanitaria que desarrolla la Asociación Española de Urología (AEU) y la Fundación Pfizer de España, se viene realizando en la ciudad de Santa Cruz, Bolivia, por tercer año consecutivo, la Campaña de Cirugías Urológicas de Bajo Costo.

Objetivo

Realizar cirugías de bajo costo que beneficien a pobladores de escasos recursos con problemas tales como: prolapso de vejiga, incontinencia urinaria, cálculos renales, próstata, entre otras enfermedades urológicas y renales.

Descripción del programa

La campaña se inicia con la convocatoria y selección de los beneficiarios, personas de recursos económicos limitados que tengan problemas renales/urológicos. Posteriormente, las cirugías son realizadas por prestigiosos médicos españoles que viajan a Bolivia especialmente para participar de la campaña.

Alcance y resultados

Entre agosto y septiembre del 2010, se logró beneficiar a 40 pacientes. Adicionalmente, la campaña contribuyó a fortalecer la imagen de Pfizer como empresa socialmente responsable en Bolivia.



III. Impulsando a la comunidad

1. *Simposio de RSE 2010*

Del 22 al 24 de septiembre del 2010, se llevó a cabo el XV Simposio de Responsabilidad Social Empresarial, evento que congrega a especialistas nacionales e internacionales, quienes exponen las últimas tendencias y casuística en Responsabilidad Corporativa. Se trata del evento de más larga trayectoria en Latinoamérica y consiste en tres días de conferencias, paneles y conversatorios en torno a la RSE y al desarrollo sostenible. Pfizer Perú participó como auspiciador del evento.

2. *Feria RSE 2011*

Del 15 al 17 de junio del 2011, se llevó a cabo la 8va Expoferia de Proyectos de Responsabilidad Social. El evento tuvo como objetivo brindar un espacio adecuado para que empresas e instituciones expongan las iniciativas y programas de Responsabilidad Social que vienen desarrollando. Pfizer participó con un stand de exhibición que puso al alcance del público los seis programas de Pfizer Actúa.

3. *Becas Hipólito Unanue 2010 – 2011*

Tanto en el 2010 como en el 2011, Pfizer a través de la Fundación Hipólito Unanue (creada bajo el auspicio de la industria farmacéutica representada por ALAFARPE), otorgó el Préstamo de Honor a estudiantes de medicina de la Universidad Peruana Cayetano Heredia. Los estudiantes, quienes carecen de los recursos económicos necesarios para solventar sus estudios, se hicieron acreedores de la beca por su alto rendimiento académico.

4. *Premio Latinoamericano de Periodismo en Salud Cardiovascular 2010*

En la cuarta edición del Premio Latinoamericano de Periodistas en Salud Cardiovascular, Pfizer Perú premió con US\$ 3,500 a las dos periodistas peruanas que ganaron los primeros puestos en las categorías de entrevista radial y reportaje televisivo de investigación.

Las ganadoras fueron Bertha Elías, productora de Radio Programas del Perú y Fernanda Kanno, reportera y conductora del noticiero dominical Domingo al Día de América TV.

5. *Campañas médicas de prevención y detección de enfermedades*

El área comercial, a través de la Unidad de Clientes, realizó diversas actividades de prevención y detección de enfermedades de alta prevalencia, tales como: HTA, dislipidemia, cáncer de próstata, y glaucoma, dirigidas a las fuerzas de venta de nuestros socios estratégicos de Química Suiza, Deco, y Alfaro.





6.

Equipo Global de Salud

En noviembre del 2010, se lanzó el programa “Equipo Global de Salud”. Se trató de un proyecto piloto cuyos principales objetivos fueron los de fortalecer el compromiso en la región Latinoamérica con la comunidad; así como, expandir y diversificar las oportunidades de voluntariado en la compañía.

Perú fue el país elegido para la primera versión del programa y doce colegas de Pfizer Latinoamérica, entre ellos tres de Pfizer Perú, se reunieron en Lima para trabajar en tres proyectos sociales relacionados a temas de salud junto con distintas instituciones sin fines de lucro.

Luego de 2 semanas de arduo trabajo, los proyectos presentados por los equipos no sólo respondieron exitosamente a las expectativas de las instituciones involucradas, sino que demostraron nuevamente el alto compromiso y profesionalismo de nuestros colegas.

Instituciones beneficiadas:



THE WORLD BANK





Nuestro Compromiso con la Comunidad

En Pfizer Perú, somos conscientes que nuestro principal compromiso con la sociedad se extiende no sólo al descubrimiento, desarrollo y distribución de medicamentos, sino también a la preservación de los recursos naturales y a la creación de ambientes de trabajo sanos y seguros.

Dichos principios deben cumplirse en las instalaciones de la compañía a nivel mundial y están resumidos en la Política Global de Medioambiente, Salud y Seguridad (EHS, por sus siglas en inglés), que es consistente con estándares internacionales como la ISO 14001 y las OHSAS 18001.

EN11

Es importante mencionar que las instalaciones de Pfizer Perú no se encuentran dentro ni son adyacentes a un área protegida por su valor para la biodiversidad.

EN12

Por otro lado y, debido al giro de nuestro negocio en el Perú (comercialización), no contamos con plantas de manufactura e industrialización que impacten

EN13

significativamente sobre la biodiversidad; no hemos desarrollado un proyecto enfocado en la gestión y restauración de daños en hábitats naturales (no ocasionamos tales daños); ni llevamos un registro de especies en peligro de extinción que sean afectadas por nuestra actividad.

EN14

EN15

La principal huella ambiental ocasionada por Pfizer Perú está relacionada a nuestras emisiones de carbono cero (CO₂), las cuales están asociadas a la logística de traer y comercializar nuestros productos, así como, con el transporte de nuestros colaboradores a la oficina y a sus visitas médicas.

“Para los colegas de Pfizer Perú el “trabajar por un mundo más saludable”, considera también el manejo efectivo y responsable del medio ambiente. Para nosotros, trabajar responsablemente implica no sólo alcanzar nuestros objetivos de negocio, sino también, hacerlo de una forma social y ambientalmente sostenible”.



Patricia Garcia O'Brien
GERENTE DE LOGÍSTICA & SUPPLY
PFIZER PERÚ & BOLIVIA

Programa de Medio Ambiente

Antecedentes

Si bien el acceso a medicamentos de calidad ha sido la principal preocupación en la industria farmacéutica y en el sector salud, Pfizer reconoce que el cuidado del medio ambiente se ha vuelto un tema trascendental para muchos de nuestros stakeholders.

Objetivo General / Propósito

- Concientizar a los colaboradores sobre la importancia del cuidado del medio ambiente.
- Educar a los colaboradores en el uso de recursos y promover buenas prácticas para el cuidado y ahorro de los mismos.
- Lograr que los colaboradores hagan extensiva estas prácticas en sus hogares.

Descripción del programa

El programa se trabaja a nivel interno, directamente con los colaboradores. Se trata de un programa educativo (comunicados y prácticas internas) implementado a través de distintas campañas: ahorro de energía, reciclaje de papel, ahorro del agua, entre otras.

Al adoptar hábitos sencillos y de sentido común, cada uno de los colaboradores de Pfizer Perú ahorra energía, disminuye la contaminación que afecta la temperatura de la tierra, y conserva nuestros recursos naturales limitados.

Alianzas Estratégicas



Pfizer Perú ha realizado una alianza estratégica con Fundades para el programa de reciclaje de papel. Gracias a esta alianza, por cada tonelada de papel que se recicla en la empresa, Fundades financia becas educativas dirigidas a niños con discapacidad de escasos recursos.

Resultados y alcance del programa

El programa de Medio Ambiente llega a todos nuestros colaboradores y a sus familiares directos. Actualmente, contamos con un aproximado de 200 personas que apoyan las iniciativas relacionadas a este tema.

Durante un periodo de tres años, se han realizado internamente más de tres campañas anuales de ahorro de energía, de agua y de papel.





Energía y recursos naturales

EN3

La medición del consumo de energía eléctrica y agua no fue cuantificada por Pfizer Perú dado que sus oficinas son alquiladas, y las facturas de agua y energía se comparten entre todas las empresas que se encuentran dentro de las instalaciones del edificio.

EN4

EN8

Si bien no podemos medir la energía consumida, Pfizer Perú, a través del programa de Medio Ambiente, sí realiza campañas anuales para disminuir el uso de la misma. Usar la energía de una manera más eficiente es muy importante para la sostenibilidad ambiental y es un área donde se anima a todos los colegas a contribuir.

Con respecto al consumo de agua, este es moderado ya que se destina específicamente al uso de los colegas. Por ello, no constituye un riesgo para ninguna fuente de agua, no afecta la capacidad del ecosistema para realizar sus funciones, ni altera la calidad de vida de nuestra área de influencia.

Por el momento, en Pfizer Perú, no se reutiliza ni recicla el agua consumida. Sin embargo, si bien el agua residual doméstica vertida no recibe tratamiento, no se considera una amenaza a fuentes hídricas ni a sus hábitats relacionados.

Flota de Vehículos

EN18

La flota de vehículos de Pfizer cumple con revisiones periódicas. Los colegas que tienen a cargo automóviles de la compañía, deben cumplir con el mantenimiento periódico, cambio de llantas y otras iniciativas para disminuir la huella ambiental (emisiones de CO2) generada por su circulación.

Residuos: Reutilización y Reciclaje

En Pfizer Perú, la mayor parte de los residuos generados son el papel, el cartón, el plástico y la madera utilizados en el almacenamiento y distribución de los medicamentos comercializados. Todo este material es enviado para su reciclaje a una compañía certificada en la materia.

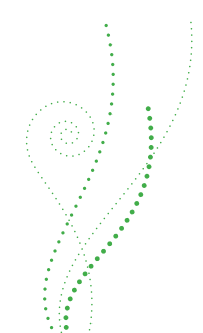
Eliminación de medicamentos caducados

EN28

EN23

Si alguno de los medicamentos que Pfizer Perú comercializa alcanza su fecha de caducidad, es recuperado por la compañía, cuantificado, clasificado de acuerdo a su principio activo y, siguiendo las políticas de seguridad y cuidado medioambiental, finalmente es incinerado.

Durante el 2010, Pfizer Perú no recibió ninguna multa o sanción no monetaria por incumplimiento de la normativa ambiental local, ni registró ningún derrame accidental significativo.



Desempeño Económico

Con la guía de distintas políticas corporativas, las directrices de la estrategia financiera de Pfizer Perú se generan en su Gerencia General y son implementadas por el Comité de Liderazgo, cumpliendo metas y objetivos anuales que permiten el ejercicio sostenible del negocio en el país.

EC1

Información Financiera (S/. Nuevos Soles)	Año	2010
	Ingreso por ventas Netas	156,372,000
	Activos Totales	125,664,000
	Impuestos	7,406,000
	Inversiones en la Comunidad	77,000
	Donaciones	136,640

EC2

Para Pfizer Perú, el cambio climático es una gran preocupación y, a pesar de que no le es posible predecir las consecuencias financieras y los riesgos que se podrían generar, ha implementado programas de reducción de recursos para disminuir su huella ambiental y ha aprovechado la remodelación de sus oficinas a inicios del 2011 para instalar mecanismos que disminuyan el consumo de agua y energía.

EC5

El valor económico generado por la compañía se ve reflejado en la retribución que reciben sus colegas, cuyo salario inicial estándar supera en más del 100 % al salario mínimo vital del país. El interés de Pfizer Perú por la sostenibilidad del país se evidencia en las inversiones que realiza para promover el desarrollo de la comunidad, la oferta innovadora de la empresa para el Perú y el pago de impuestos y aranceles que realiza todos los años.

EC7

El 80 % de los colegas de Pfizer Perú que toman decisiones financieras para la compañía son peruanos.

EC9

Además, de los impactos directos generados por Pfizer Perú, también existen impactos económicos positivos indirectos como por ejemplo: la generación de empleo a través de los proveedores, distribuidores y socios estratégicos; los beneficios otorgados a las comunidades a través por los programas de Pfizer Actúa; las instituciones apoyadas a través del proceso interno de donaciones ; entre otros.

Integración Wyeth

En octubre del 2009, a fin de responder con mayor eficiencia a las necesidades de los pacientes y seguir contribuyendo con su salud y bienestar, Pfizer anunció la adquisición de la compañía Wyeth , creándose la principal compañía biofarmaceutica a nivel mundial .

En el Perú, las dos compañías empezaron a funcionar como una sola a partir de Marzo del 2010. La estrategia de integración se basó en los siguientes objetivos:

- Asegurar la incorporación y disponibilidad de los productos provenientes de Wyeth en los canales de distribución.
- Consolidación de la nueva estructura organizacional.
- Incorporación de nuevos colegas a la nueva organización.

Auditoria Interna 2010

La corporación Pfizer posee diversas políticas internas para el control de los procesos que se ejecutan en cada una de sus filiales. Por esta razón, en el 2011, Pfizer Perú recibió la visita de un grupo de auditores internos corporativos, quienes luego de revisar a profundidad las operaciones y actividades realizadas, proporcionaron el calificativo de “GOOD”. Con esta calificación, se reconfirmó que Perú cumple con los estándares de ética y profesionalismo establecidos por la casa matriz.

“Tenemos el compromiso de conducirnos éticamente, de contribuir al desarrollo económico y de mejorar la calidad de vida de nuestros principales grupos de interés. A través de la Unidad de Finanzas, Pfizer Perú no sólo garantiza la transparencia de sus operaciones sino que asegura una correcta utilización de los recursos que se invierten en proyectos rentables, así como, en proyectos sociales sostenibles.”



Ursula Vargas
DIRECTOR DE FINANZAS
PFIZER PERÚ, ECUADOR Y BOLIVIA

Indicadores de Desempeño Económico

Referencia	Detalle	Página
Desempeño económico		
EC1	Valor económico directo generado y distribuido, incluyendo ingresos, costes de explotación, retribución a empleados, donaciones y otras inversiones en la comunidad, beneficios no distribuidos y pagos a proveedores de capital y a gobiernos.	49
EC2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades para las actividades de la organización debido al cambio climático.	49
EC3	Cobertura de las obligaciones de la organización debidas a programas de beneficios sociales.	-
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de gobiernos.	15
Presencia en el mercado		
EC5	Rango de las relaciones entre el salario inicial estándar y el salario mínimo local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	49
EC6	Política, prácticas y proporción de gasto correspondiente a proveedores locales en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	25
EC7	Procedimientos para la contratación local y proporción de altos directivos procedentes de la comunidad local en lugares donde se desarrollen operaciones significativas.	49
Impactos económicos indirectos		
EC8	Desarrollo e impacto de las inversiones en infraestructuras y los servicios prestados principalmente para el beneficio público mediante compromisos comerciales, pro bono, o en especie.	-
EC9	Entendimiento y descripción de los impactos económicos indirectos significativos, incluyendo el alcance de dichos impactos.	49

Indicadores de Desempeño Ambiental

Referencia	Detalle	Página
Materiales		
EN1	Materiales utilizados, por peso o volumen.	-
EN2	Porcentaje de los materiales utilizados que son materiales valorizados.	-
Energía		
EN3	Consumo directo de energía desglosado por fuentes primarias.	48
EN4	Consumo indirecto de energía desglosado por fuentes primarias.	48
EN5	Ahorro de energía debido a la conservación y a mejoras en la eficiencia.	-
EN6	Iniciativas para proporcionar productos y servicios eficientes en el consumo de energía o basados en energías renovables, y las reducciones en el consumo de energía como resultado de dichas iniciativas.	-
EN7	Iniciativas para reducir el consumo indirecto de energía y las reducciones logradas con dichas iniciativas.	-
Agua		
EN8	Captación total de agua por fuentes.	48
EN9	Fuentes de agua que han sido afectadas significativamente por la captación de agua.	-
EN10	Porcentaje y volumen total de agua reciclada y reutilizada.	-
Biodiversidad		
EN11	Descripción de terrenos adyacentes o ubicados dentro de espacios naturales protegidos o de áreas de alta biodiversidad no protegidas. Indíquese la localización y el tamaño de terrenos en propiedad, arrendados, o que son gestionados, de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a áreas protegidas.	46

Referencia	Detalle	Página
EN12	Descripción de los impactos más significativos en la biodiversidad en espacios naturales protegidos o en áreas de alta biodiversidad no protegidas, derivados de las actividades, productos y servicios en áreas protegidas y en áreas de alto valor en biodiversidad en zonas ajenas a las áreas protegidas.	46
EN13	Hábitats protegidos o restaurados.	46
EN14	Estrategias y acciones implantadas y planificadas para la gestión de impactos sobre la biodiversidad.	46
EN15	Número de especies, desglosadas en función de su peligro de extinción, incluidas en la Lista Roja de la UICN y en listados nacionales, y cuyos hábitats se encuentren en áreas afectadas por las operaciones según el grado de amenaza de la especie.	46
Emisiones, vertidos y residuos		
EN16	Emisiones totales, directas e indirectas, de gases de efecto invernadero, en peso.	-
EN17	Otras emisiones indirectas de gases de efecto invernadero, en peso.	-
EN18	Iniciativas para reducir las emisiones de gases de efecto invernadero y las reducciones logradas.	48
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de la capa ozono, en peso.	-
EN20	NO, SO, y otras emisiones significativas al aire por tipo y peso.	-
EN21	Vertidos totales de aguas residuales, según su naturaleza y destino.	-
EN22	Peso total de residuos generados, según tipo y método de tratamiento.	-
EN23	Número total y volumen de los derrames accidentales más significativos.	48
EN24	Peso de los residuos transportados, importados, exportados o tratados que se consideran peligrosos según la clasificación del Convenio de Basilea, anexos I, II, III y VIII y porcentaje de residuos transportados internacionalmente.	-

Referencia	Detalle	Página
EN25	Identificación, tamaño, estado de protección y valor de biodiversidad de recursos hídricos y hábitats relacionados, afectados significativamente por vertidos de agua y aguas de escorrentía de la organización informante.	-
Productos y servicios		
EN26	Iniciativas para mitigar los impactos ambientales de los productos y servicios, y grado de reducción de ese impacto.	-
EN27	Porcentaje de productos vendidos, y sus materiales de embalaje, que son recuperados al final de su vida útil, por categorías de productos.	-
Cumplimiento normativo		
EN28	Coste de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la normativa ambiental.	48
Transporte		
EN29	Impactos ambientales significativos del transporte de productos y otros bienes y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.	-
General		
EN30	Desglose por tipo del total de gastos e inversiones ambientales.	-

Indicadores de Desempeño Social

Indicadores del desempeño de prácticas laborales y ética en el trabajo		
Referencia	Detalle Empleo	Página
LA1	Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de empleo, por contrato y por región.	27
LA2	Número total de empleados y rotación media de empleados, desglosados por grupo de edad, sexo y región.	27

Referencia	Detalle	Página
LA3	Beneficios sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por actividad principal.	28, 31
Relación Empresa / Trabajadores		
LA4	Porcentaje de empleados cubiertos por un convenio colectivo.	27
LA5	Periodo(s) mínimo(s) de preaviso relativo(s) a cambios organizativos, incluyendo si estas notificaciones son especificadas en los convenios colectivos.	-
Salud y seguridad en el trabajo		
LA6	Porcentaje del total de trabajadores que está representado en comités de seguridad y salud conjuntos de dirección-empleados, establecidos para ayudar a controlar y asesorar sobre programas de seguridad y salud laboral.	32
LA7	Tasas de absentismo, enfermedades profesionales, días perdidos y número de víctimas mortales relacionadas con el trabajo por región.	-
LA8	Programas de educación, formación, asesoramiento, prevención y control de riesgos que se apliquen a los trabajadores, a sus familias o a los miembros de la comunidad en relación con enfermedades graves.	31
LA9	Asuntos de salud y seguridad cubiertos en acuerdos formales con sindicatos.	-
Formación y educación		
LA10	Promedio de horas de formación al año por empleado, desglosado por categoría de empleado.	-
LA11	Programas de gestión de habilidades y de formación continua que fomenten la empleabilidad de los trabajadores y que les apoyen en la gestión del final de sus carreras profesionales.	28, 29
LA12	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones regulares del desempeño y de desarrollo profesional.	-
Diversidad e igualdad de oportunidades		
LA13	Composición de los órganos de gobierno corporativo y plantilla, desglosado por sexo, grupo de edad, pertenencia a minorías y otros indicadores de diversidad.	-
LA14	Relación entre salario base de los hombres con respecto al de las mujeres, desglosado por categoría profesional.	28

Indicadores del desempeño en derechos humanos

Referencia	Detalle	Página
Prácticas de inversión y abastecimiento		
HR1	Porcentaje y número total de acuerdos de inversión significativos que incluyan cláusulas de derechos humanos o que hayan sido objeto de análisis en materia de derechos humanos.	-
HR2	Porcentaje de los principales distribuidores y contratistas que han sido objeto de análisis en materia de derechos humanos, y medidas adoptadas como consecuencia.	-
HR3	Total de horas de formación de los empleados sobre políticas y procedimientos relacionados con aquellos aspectos de los derechos humanos relevantes para sus actividades, incluyendo el porcentaje de empleados formados.	20
No discriminación		
HR4	Número total de incidentes de discriminación y medidas adoptadas.	20
Libertad de asociación y convenios colectivos		
HR5	Actividades de la compañía en las que el derecho a libertad de asociación y de acogerse a convenios colectivos puedan correr importantes riesgos, y medidas adoptadas para respaldar estos derechos.	27
Explotación infantil		
HR6	Actividades identificadas que conllevan un riesgo potencial de incidentes de explotación infantil, y medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	20
Trabajos forzados		
HR7	Operaciones identificadas como de riesgo significativo de ser origen de episodios de trabajo forzado o no consentido, y las medidas adoptadas para contribuir a su eliminación.	27
Prácticas de seguridad		
HR8	Porcentaje del personal de seguridad que ha sido formado en las políticas o procedimientos de la organización en aspectos de derechos humanos relevantes para las actividades.	-
Derecho de los indígenas		
HR9	Número total de incidentes relacionados con violaciones de los derechos de los indígenas y medidas adoptadas.	20

Indicadores del desempeño de sociedad

Referencia	Detalle	Página
Comunidad		
S01	Naturaleza, alcance y efectividad de programas y prácticas para evaluar y gestionar los impactos de las operaciones en las comunidades, incluyendo entrada, operación y salida de la empresa.	36
Corrupción		
S02	Porcentaje y número total de unidades de negocio analizadas con respecto a riesgos relacionados con la corrupción.	21
S03	Porcentaje de empleados formados en las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización.	21
S04	Medidas tomadas en respuesta a incidentes de corrupción.	21
Política pública		
S05	Posición en las políticas públicas y participación en el desarrollo de las mismas y de actividades de “lobbying”.	15
S06	Valor total de las aportaciones financieras y en especie a partidos políticos o a instituciones relacionadas, por países.	15
Comportamiento de competencia desleal		
S07	Número total de acciones por causas relacionadas con prácticas monopolísticas y contra la libre competencia, y sus resultados.	-
Cumplimiento normativo		
S08	Valor monetario de sanciones y multas significativas y número total de sanciones no monetarias derivadas del incumplimiento de las leyes y regulaciones.	-

Indicadores del desempeño de responsabilidad sobre productos

Referencia	Detalle	Página
Salud y seguridad del cliente		
PR1	Fases del ciclo de vida de los productos y servicios en las que se evalúan, para en su caso ser mejorados, los impactos de los mismos en la salud y seguridad de los clientes, y porcentaje de categorías de productos y servicios significativos sujetos a tales procedimientos de evaluación.	23

Referencia	Detalle	Página
PR2	Número total de incidentes derivados del incumplimiento de la regulación legal o de los códigos voluntarios relativos a los impactos de los productos y servicios en la salud y la seguridad durante su ciclo de vida, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	24
Etiquetado de productos y servicios		
PR3	Tipos de información sobre los productos y servicios que son requeridos por los procedimientos en vigor y la normativa, y porcentaje de productos y servicios sujetos a tales requerimientos informativos.	24
PR4	Número total de incumplimientos de la regulación y de los códigos voluntarios relativos a la información y al etiquetado de los productos y servicios, distribuidos en función del tipo de resultado de dichos incidentes.	24
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente, incluyendo los resultados de los estudios de satisfacción del cliente.	24
Comunicaciones de marketing		
PR6	Programas de cumplimiento de las leyes o adhesión a estándares y códigos voluntarios mencionados en comunicaciones de marketing, incluidos la publicidad, otras actividades promocionales y los patrocinios.	21
PR7	Número total de incidentes fruto del incumplimiento de las regulaciones relativas a las comunicaciones de marketing, incluyendo la publicidad, la promoción y el patrocinio, distribuidos en función del tipo de resultado de	21
Privacidad del cliente		
PR8	Número total de reclamaciones debidamente fundamentadas en relación con el respeto a la privacidad y la fuga de datos personales de clientes.	22
Cumplimiento normativo		
PR9	Coste de aquellas multas significativas fruto del incumplimiento de la normativa en relación con el suministro y el uso de productos y servicios de la organización.	-

Informe de Responsabilidad Social 2010 – 2011

Responsible:

Área de Responsabilidad Social - Unidad de Asuntos Públicos y Comunicaciones

Contacto:

La persona de contacto para asuntos relacionados con el contenido del Reporte de Sostenibilidad es:

- **Ornella Delfino Cuculiza**
- Jefe de Responsabilidad Social Pfizer Perú-Bolivia
- Unidad de Asuntos Públicos y Comunicaciones
- E-mail de contacto: ornella.delfinocuculiza@pfizer.com

Report Application Levels:

		2002 In Accordance	C	C+	B	B+	A	A+
Mandatory	Self Declared							
	Third Party Checked							
Optional	GRI Checked							



Pfizer S.A.

Av. Javier Prado Este N° 6230, Piso 2

Teléfonos: 615-2100

Fax: 615-2103

www.pfizer.com.pe