

2011

Comunicación de Progreso Cadena Farmacenter S.A.



Alto Cargo: **Sra. Fátima Morales Agüero**
–Presidenta–

Fecha de adhesión al Pacto Global:
Noviembre 2008

Sector: Rubro Farmacéutico
Dirección: Choferes del Chaco c/ Las Perlas
Teléfono: 021 606-822
Página Web: www.farmacenter.com.py

Índice

Declaración de la Gerente General reafirmando el apoyo continuo al Pacto Global.....	3
Perfil de la organización:	
Historia, Visión, Misión.....	4
Competencias centrales, valores y Crecimiento de RSE en la empresa.....	5
Organigrama.....	7
Datos Cuantitativos.....	8
Sucursales.....	9
Renovamos nuestra imagen institucional.....	10
Acciones tomadas para la implementación de los 10 Principios del Pacto Global:	
Derechos Humanos	
- Compromiso, sistemas, Indicadores,Actividades/Resultados.....	11
- Campaña Redondeo: "Construyamos Juntos un Paraguay Mejor"	12
- Estudios de Densitometría Ósea, control nutricional y estudio de la piel : tratamientos para mejorar la calidad de vida.....	16
- Clínica Móvil en Caacupé y Operación Sonrisa 2010.....	17
- Donación de becas para estudiar inglés en conjunto con la Embajada de los E.E.U.U - Acciones con diferentes hogares de las comunidades donde Farmacenter se encuentra incerta con sus sucursales.....	22
- Teletón 2010: Farmacenter Apoya a Teletón.....	25
- Beneficios otorgados a funcionarios.....	28
- Eventos llevados a cabo para los Funcionarios de la empresa y sus Familias.....	28
Derechos Laborales	
- Compromiso, sistemas, Indicadores,Actividades/Resultados.....	31
- Perfil Fuerza Laboral.....	32
- Capacitación y Entrenamiento.....	38
Medioambiente	
-Compromiso, sistemas, Indicadores,Actividades/Resultados.....	41
- El Arte de Reciclar.....	42
Anticorrupción	
-Compromiso, sistemas, Indicadores,Actividades/Resultados.....	43
- Código de Ética.....	43-44

Declaración reafirmando el apoyo continuo al Pacto Global

Estimados Amigos,

Es un placer reencontrarme con todos ustedes, mediante este primer informe de progreso en el que expondremos los avances logrados por la Cadena Farmacenter, en lo que a Responsabilidad Social se refiere.

Queremos reafirmar nuestro apoyo al Pacto Global, y para ello hemos incluido explícitamente en nuestra planificación estratégica, acciones referentes al progreso continuo en el cumplimiento de los diez Principios del Pacto.

En primer lugar, el compromiso fundamental de la empresa con la comunidad, es brindar un servicio de Salud satisfaciendo todas sus necesidades, ya que Farmacenter asume que hablar de Salud implica, comprender el estado completo de bienestar físico, mental y social de los individuos y de la sociedad en armonía con el medio ambiente, superando la relación tradicional de Salud- Enfermedad.

En este contexto, Farmacenter continuó en el año 2010 con su Campaña de Redondeo de vuelta "Construyamos Juntos un Paraguay Mejor" en sus 44 sucursales y once localidades: Asunción, Luque, Ciudad del Este, Caaguazú, San Lorenzo, Caacupé, Limpio, Villa Elisa, Mariano Roque Alonso, San Bernardino y Capiatá.

A través de esta campaña Farmacenter brinda a sus clientes la posibilidad de expresar la solidaridad en el momento de sus compras. Construyamos Juntos un Paraguay Mejor posibilitó que 669 niñas y niños reciban: vitaminas, antiparasitarios, atención para la prevención de caries, despiojización, diagnóstico nutricional y educación de hábitos.

En segundo lugar, y no por ello menos importante, ha sido desarrollado este año nuestro Código de Ética con la finalidad de orientar nuestras acciones del quehacer diario, teniendo como pilares fundamentales los valores éticos y morales, expresados, definidos y vividos en Farmacenter. Esta guía contempla actitudes y conductas que se espera tengan las personas que forman parte de la organización o que se encuentran vinculadas a ella a través de actividades laborales, comerciales o legislativas, como ser directivos, colaboradores internos, clientes, proveedores, subcontratistas y el público de interés que se considere conveniente, con el propósito de darles a conocer los valores institucionalizados en la organización.

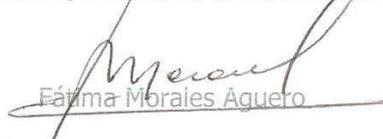
En tercer lugar hemos puesto en práctica la campaña El Arte de Reciclar, con esta campaña Farmacenter se suma a la iniciativa de contribuir a una mejor calidad de vida con sencillas acciones cotidianas.

Esta campaña tiene dos enfoques, uno interno que es motivar al personal con el apoyo de materiales que comunican "Prácticas de buenos hábitos", que posibiliten cambios de comportamiento y de actitudes, creando así el desarrollo de un ambiente propicio para lograr optimizar el tiempo y los recursos. Entre ellos citamos las siguientes acciones: ahorro de consumo en energía eléctrica y agua potable, pensar dos veces antes de imprimir un mail, clasificar los residuos en los basureros según el tipo de basura, mantener ordenada el área de trabajo, entre otras acciones.

El segundo enfoque es externo, que aún no se encuentra en práctica ; tenemos planificado aplicarlo en el primer semestre del año 2011 y consiste en colocar basureros en todos los locales de Farmacenter. Concienciar a la sociedad en general a reciclar , colocando tachos de basura en los Puntos de Venta de nuestros locales , donde el cliente pueda tirar sus desechos y clasificarlos: Biodegradables, Latas, Papeles, Plásticos, etc.

Este año también renovamos nuestro compromiso de apoyar a la Fundación Teletón para poder sumar nuestro granito de arena para construir una sociedad más inclusiva.

Todo lo expuesto anteriormente y lo que se detalla en el presente informe, forma parte del compromiso que Cadena Farmacenter toma con toda la sociedad y sobre todo con las comunidades en las cuales se encuentra inserta.


Fátima Morales Agüero



Perfil de la Organización

Historia

La Cadena de Farmacias Farmacenter fue fundada en 1983. Iniciamos nuestras actividades en el primer local farmacéutico ubicado en Estrella 526, micro centro de la ciudad de Asunción; en principio el mismo era atendido por sus propietarios, quienes desde el comienzo establecieron la política de vender no sólo productos farmacéuticos sino de brindar una atención preferencial acompañados de un buen precio de venta.

Con el correr de los años fue introduciendo conceptos innovadores en el mercado tradicional de las farmacias en Paraguay, ofreciendo atención las 24 horas en sus locales, prestando servicios tales como nebulizaciones, aplicación de inyección, medición de presión arterial y de temperatura, primeros auxilios básicos, entrega de pedidos a domicilio, autofarma, carga de saldo y cobros de servicios, entre otros. La Cadena actualmente cuenta con 45 puntos de venta distribuidos estratégicamente en Asunción, zona metropolitana, así como también en las ciudades de Capiatá, Caacupé, Caaguazú y Ciudad del Este. Las oficinas administrativas y el depósito se encuentran ubicadas en la Ciudad de Asunción sobre la calle denominada Choferes del Chaco casi Las Perlas.

Contamos además con una plantilla de colaboradores cuidadosamente seleccionadas y entrenadas para brindar un servicio eficiente. Para el año 2011 está programado continuar nuestra expansión, con la apertura de nuevos locales en las principales ciudades del interior del país, consolidando el liderazgo con el que ya se cuenta a nivel nacional.

Somos una empresa joven con fe en el país y el futuro, queremos seguir creciendo, ofreciendo más y mejores, tanto productos como servicios, manteniéndonos así en el sitio en el que nos encontramos actualmente.

Somos la Cadena de servicios relacionados a la Salud, Líder en el Paraguay, nos valemos de la comercialización de productos farmacéuticos, cosméticos y de higiene personal para satisfacer las necesidades de nuestros clientes con disponibilidad del producto, **atención idónea basada en el conocimiento técnico y la atención diferenciada, con precios razonables durante las 24 horas del día, todos los días del año.**

Realizamos nuestras operaciones con prudencia y producimos las utilidades y el crecimiento en forma organizada y controlada de manera tal a lograr el éxito duradero y sustentable que beneficie a nuestros clientes, colaboradores, inversionistas y así contribuimos a la fuerza económica y desarrollo de la sociedad.

Creemos que podemos lograr todo lo que nos proponemos con las personas que colaboran con nosotros, por lo cual fomentamos su educación y desarrollo de forma permanente, retribuimos sus esfuerzos con salarios y beneficios por encima del mercado y diferenciamos a aquellas personas con iniciativa.

VISIÓN

"Mantendremos el liderazgo del mercado farmacéutico, seguiremos creciendo con tendencias innovadoras, excelencia en los servicios, el capital humano motivado y capacitado para que nuestras acciones permitan asegurar la sustentabilidad en la comunidad".

MISIÓN

"Somos una cadena de servicios, líder en el mercado farmacéutico, orientados a satisfacer las necesidades de salud del cliente, brindando calidad en los servicios ofrecidos. Contamos con colaboradores profesionales y altamente calificados, comprometidos con los objetivos de la organización. Trabajamos en equipo con equidad y justicia respetando los derechos humanos, laborales, el medio ambiente y las leyes legislativas existentes con la finalidad de lograr sostenibilidad financiera de sus accionistas y colaboradores".

Competencias centrales

Farmacenter considera que las Competencias Centrales citadas a continuación son de vital importancia para el desenvolvimiento de la organización en el negocio farmacéutico y su sostenibilidad en su comunidad social, motivo por el cual deberán ser valoradas e internalizadas por todos los colaboradores de la misma.

- Vocación de Servicio
- Equidad y Justicia
- Crecimiento con Visión de Equipo
- Innovación con Profesionalismo
- Líder del Mercado

Los valores de Farmacenter

Farmacenter ha redactado su código de ética con la finalidad de orientar las acciones de la empresa, teniendo como pilares fundamentales los valores éticos y morales.

El Código de Ética surge como respuesta a la adhesión de Farmacenter al Pacto Global cumpliendo y respetando los Diez Principios del Pacto Global y también teniendo en cuenta la participación y actuación de Farmacenter en la comunidad a través de su Programa de Responsabilidad Social Empresarial. Es el resultado del proceso de un trabajo conjunto y participativo de personas que representan todos los niveles de la organización, que directa o indirectamente se relacionan con sus públicos de interés y a quienes consideran como aliados para la consecución de los objetivos trazados por la organización.

Este manual será aplicado a todos los accionistas, directores, gerentes y colaboradores de la organización, quienes en todo momento deben actuar considerando los principios éticos en sus acciones y en la toma de decisiones.

La finalidad de su implementación y difusión es seguir proyectando una imagen positiva de la organización, que marque la diferencia en el mercado con sus competidores, además de contribuir al desarrollo de un país mejor y más justo.

DECLARACIÓN DE LOS VALORES

Definimos los valores como aquella escala ética y moral que la persona posee en el momento de actuar, por lo tanto este Código, se fundamenta en los siguientes valores éticos:

- Ética profesional
- Honestidad
- Profesionalismo e idoneidad
- Solidaridad
- Respeto

Crecimiento en la Gestión de RSE en la empresa

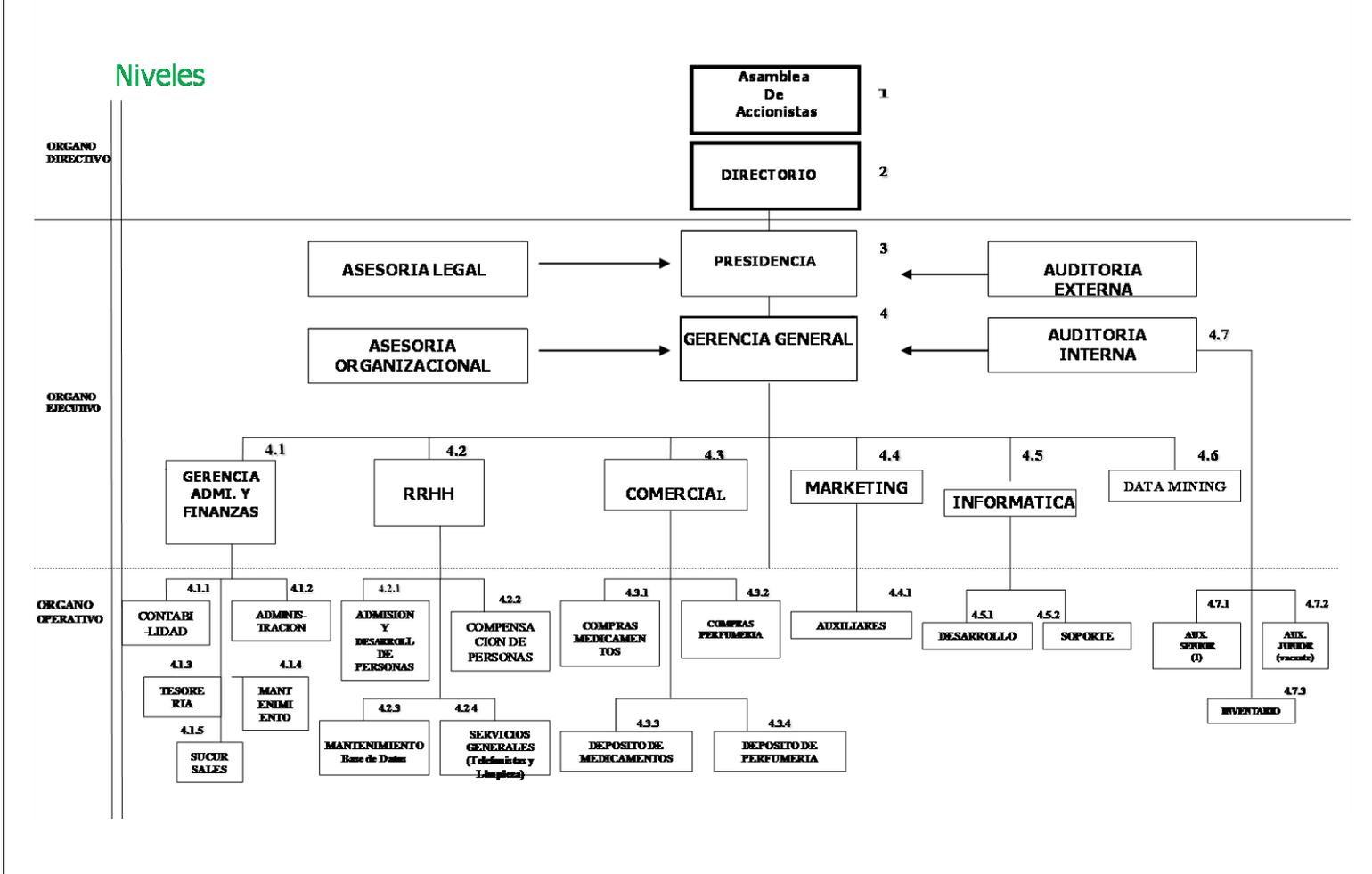
En Noviembre del año 2008 Farmacenter se adhiere a la Red del Pacto Global, y comienza a desarrollar la Responsabilidad Social Empresarial de forma sistemática y planificada, introduciéndola como parte de su estrategia empresarial, asignando personas responsables a llevar a cabo la aplicación de las políticas de RSE.

Este año Farmacenter presenta su primera comunicación de progreso a partir de enero del año 2009 a julio del 2011, como paso inicial para comenzar a cuantificar el impacto social, cultural, económico y medioambiental de sus acciones.

Farmacenter busca a través de este informe lograr la transparencia en la información a todos sus grupos de interés generando a través de este informe la confianza de los mismos.

Organigrama

Estructura de la Organización



Datos Cuantitativos al 31 de julio del 2011

Datos Cuantitativos de la empresa			
Cadena Farmacenter S.A.			
PERSONAL			
	Detalle	Unidades	Totales
Empleados	Sexo	137 Hombres	605
		468 Mujeres	
	Rango Etéreo	Menos de 20 Años	53
		De 21 a 30 Años	287
		De 31 a 40 Años	174
		De 41 a 50 Años	70
		De 51 a 60 Años	17
		De 61 a 80 Años	4
	Rango por antigüedad	Menos de 1 Año	233
		De 1 a 5 Años	152
		De 6 a 8 Años	57
		De 9 a 10 Años	61
		Más de 10 Años	102
	Por Formación Académica	Químico Farmacéutico	26
		Químico Industrial	1
		Farmacéutico	4
		Idóneos en Farmacia	173
Técnicos en Farmacia		29	
Auxiliar en Enfermería		1	
Otros (Contador, administrador, psicólogo, Marketing, Analista Informático y odontóloga)		13	
Estudiantes		134	
Cargos	Gerentes	Mujeres	4
		Hombres	2
	Jefes de Departamentos	Mujeres	37
		Hombres	13
Clientes			
Clientes	Registrados		196.548
Distribución Geográfica	Asunción		21
	Gran Asunción		18
	Interior	(Ciudad del Este, Caaguazú y Caacupé)	5

Sucursales:

NUESTROS LOCALES

SUCURSALES QUE CUENTAN CON:



- 1 Suc. Hiper Pitiantuta _____ 224 900/1 - 221 868
España Esq. Pitiantuta

SUCURSALES QUE CUENTAN CON:



- 2 Suc. Villa Morra _____ 601 888 - 663 666
Avda. Rca. Argentina 343 c/ Hassler
- 3 Suc. Avda. Quinta _____ 373 012
Avda. 5ta. esq. Caballero
- 4 Suc. Avda. Fernando _____ 200 376
Avda. Fernando de la Mora esq. Gral. Santos
- 5 Suc. Avda. Choferes _____ 614 875 - 608 006
Choferes del Chaco 1908 esq. Teodoro S. Mongelós
- 6 Suc. Mcal. López II _____ 680 700
Avda. Mcal. López 3130 c/ Don Bosco
- 7 Suc. Leopardi _____ 500 841 - 505 997
Leopardi esq. 11 de Setiembre - Fdo. de la Mora
- 8 Suc. Hiper San Lorenzo II _____ 577 345/6
Ruta Mcal. Estigarribia y Ruta 1 - San Lorenzo
- 9 Suc. Hiper San Lorenzo III _____ 571 502 - 571 927
10 de Agosto esq. Hermandarias - San Lorenzo
- 10 Suc. Hiper Loma Pyta _____ 282 500 - 293 939
Ruta Transchaco Km. 12 c/ Tte. Lombardo
- 11 Suc. Senador Long _____ 621 500 - 624 200 - 624 400
España Esq. Senador Long **NUEVA!**

SUCURSALES QUE CUENTAN CON:



- 12 Suc. Central _____ 497 546 - 498 371
Estrella 526 c/ 14 de Mayo
- 13 Suc. Sajonia _____ 423 316 - 425 990
Avda. Carlos A. López 933 e/ Dr. Paiva y Testanova
- 14 Suc. E. Ayala _____ 224 532
Avda. Eusebio Ayala c/ 33 Orientales
- 15 Suc. Pirizal _____ 310 507
Avda. Gral. Santos 2003 Esq. Pirizal
- 16 Suc. 4 Mojones _____ 550 040
Avda. Fernando de la Mora c/ Cacique Lambaré

SUCURSALES QUE CUENTAN CON:



- 17 Suc. Mcal. López _____ 662 400 - 611 086
Avda. Mcal. López 3683 c/ Senador Long
- 18 Suc. Carmelitas _____ 663 784 - 622 949
Avda. San Martín esq. Federación Rusa
- 19 Suc. Ciudad del Este _____ 061 518300
Avda. Adrián Jara c/ Pioneros del Este
- 20 Suc. Aviaadores _____ 603 830 - 613 199
Aviaadores del Chaco 3308 c/ Mayor Perencio Merlo
- 21 Suc. Artigas _____ 282 800 - 297 878
Artigas 3810 y Molas López
- 22 Suc. Luque _____ 642 304
Ruta Gral Aquino y Bernardino Caballero
- 23 Suc. Km 7½ _____ 511 700 - 504 456
Ruta Mcal. Estigarribia Km. 7 ½
- 24 Suc. Capiatá _____ 0228 631 652/3
Ruta Mcal Estigarribia c/ Sgto Ferreira Km. 20 ½
- 25 Suc. Caacupé _____ 0511 243332
Ruta 2 km 52 ½ c/ León Mallorquin
- 26 Suc. Villa Elisa _____ 513 957 - 930 999
Acceso Sur c/ Lomas Valentinas
- 27 Suc. Lambaré _____ 906 718
Cacique Lambaré c/ San Vicente
- 28 Suc. Caaguazú _____ 0522 41903 - 41905
Manuel Godoy c/ Roberto L. Petit
- 29 Suc. Félix Bogado _____ 303 013
Félix Bogado Esq. Capitán Bado
- 30 Suc. Ciudad del Este II _____ 061 570210/11 - 0984 159220
Supercarretera n° 155 c/ El Trebol Km. 4

SUCURSALES QUE CUENTAN CON:



- 31 Suc. Venezuela _____ 229 930 - 207 935
Venezuela esq. Diagonal Molas
- 32 Suc. San Lorenzo I _____ 582 585
Hermandarias 1638 c/ Ruta Mcal. Estigarribia
- 33 Suc. Limpio _____ 783 105
Avda. Colón esquina Roberto Benítez
- 34 Suc. Lambaré III _____ 922 030/1
Avda. Cacique Lambaré esq. Pedro Juan Caballero

SUCURSALES QUE CUENTAN CON:



- 35 Suc. Hiper Luque IV _____ 641 500 - 641 657
Av. Gral. E. Aquino esq. José Bonifacio
- 36 Suc. Ciudad del Este III _____ 061 572723-061 570576-0984 159230
Avda. San José esq. Calle 2 **NUEVA!**
- 37 Suc. Pettrossi _____ 223 792 - 228 580
Pettrossi 675 c/ República Francesa
- 38 Suc. Lambaré II (Stock) _____ 907 530
Cacique Lambaré y Hernán Cortés - Lambaré
- 39 Suc. Multiplaza _____ 525 277
Avda. Eusebio Ayala Esq. Tte. López
- 40 Suc. Choferes II _____ 623 300/1
Choferes del Chaco esq. Las Perlas
- 41 Suc. Mariano Roque Alonso _____ 761 662/3
Ruta Transchaco Km. 141/12 esq. Juan de Zalazar **NUEVA!**
- 42 Suc. Luque II _____ 642 556
14 de Mayo esq. Moisés Bertoni
- 43 Suc. Luque III _____ 649 853
14 de Mayo esq. Carlos A. López
- 44 Suc. Tacuary _____ 496 550
Tacuary 620 esq. 25 de Mayo

Todos los productos publicados en este Insert están a su disposición en cualquiera de las Sucursales. Hasta agotar stock. Sin cargos adicionales pague con sus tarjetas de crédito en cualquier sucursal o en su domicilio.

NUESTROS SERVICIOS



Enfermería



Entregas a domicilio



Cobro de servicios

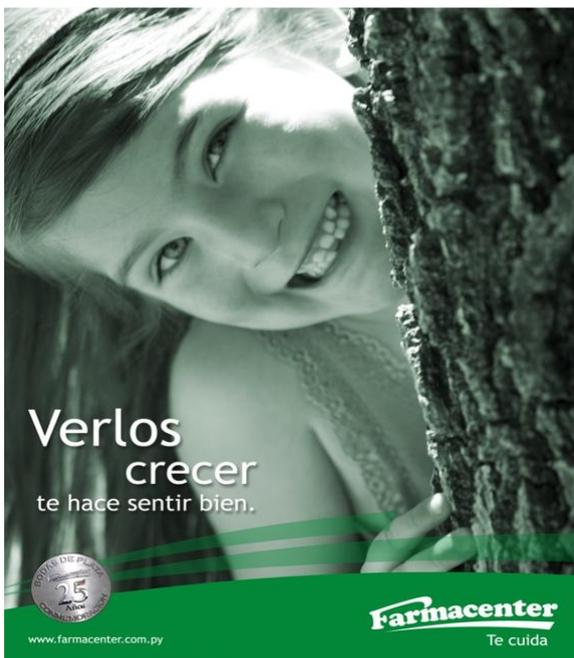


Cliente Fiel

Farmacenter decide renovar su imagen institucional, donde destaca de manera subjetiva las cualidades diferenciales que merecen ser destacadas y reforzar en la mente del consumidor: confiabilidad, honestidad y diligencia.

Lo hacemos a través de una imagen fresca y renovada, donde Farmacenter le habla a la familia, que busca sinceridad, lealtad y efectividad en el servicio de sus seres más queridos. Por eso, nos centramos en la figura de niños, ya que para los padres, los hijos son lo más importante porque son ellos quienes necesitan de todo su cuidado y atención. Farmacenter toma la figura de los niños y la adopta para dar fuerza a la nueva imagen aspiracional y que emociona, y respalda los atributos que permiten que una generación crezca sana y feliz, en una comunicación muy próxima a la gente.

A partir de este racional surge el slogan FARMACENTER TE CUIDA, en el cual se sintetiza el conjunto de nuestros valores y se transmite a través de nuestras acciones hacia todos los grupos de interés con los cuales se relaciona Farmacenter.



En este año 2011 Farmacenter logró la aprobación por parte de la Oficina del Pacto Global de Las Naciones Unidas para la inclusión el Sello del Pacto Global en su imagen institucional:



De esta forma todos nuestros Stakeholders estarán comunicados sobre el apoyo de la Cadena Farmacenter al Pacto Global y mediante nuestra imagen institucional difundiremos la iniciativa de la Red Local.

COMUNICACIÓN DE PROGRESO DE LOS 10 PRINCIPIOS DEL PACTO GLOBAL

1.- Derechos Humanos:

Se entiende por derechos humanos aquellos derechos que son inherentes al ser humano (por ejemplo, el Derecho a la educación, a la libertad o a la libre expresión). El concepto de derechos humanos reconoce que cada ser humano tiene derecho a disfrutar de sus derechos sin distinción de raza, color de piel, sexo, idioma, religión opinión política o de otra índole, origen nacional o social, propiedad, nacimiento ni Ningún otro estado¹.

Principio 1: APOYAR Y RESPETAR los derechos humanos reconocidos internacionalmente dentro de su ámbito de influencia.

Principio 2: ASEGURAR la no participación de la empresa en la violación de los derechos humanos.

Compromiso

La Cadena Farmacenter tiene el compromiso de brindar un servicio de salud en todas las comunidades donde está inserta, siendo coherente con la razón social de la empresa, ha incluido dentro de su planificación estratégica de RSE, con apoyos a diversas instituciones citadas más abajo, siendo la razón principal, conseguir a través de este apoyo en sus gestiones, el acceso a la salud de la mayor cantidad de personas;

Sistemas:

- 1.-La promoción de los derechos del niño a la educación y a la salud, a través de apoyos a comunidades de las distintas sucursales de la cadena
- 2.- Un sistema de Campaña de concienciación entre colaboradores, a formar parte de la campaña a favor de los Derechos de las Personas con Discapacidad, para lograr construir una sociedad inclusiva.
3. Beneficios sociales, que aseguren un ambiente de trabajo saludable, a fin de asegurar la calidad de vida de sus colaboradores.
4. Internalización de los valores de la cadena, con énfasis a La vocación de servicio y la honestidad, como eje transversal, inserta en nuestras competencias centrales.

Indicadores

- 1.-Cantidad de comunidades, niños e instituciones beneficiadas promoción de los derechos del niño a la educación y a la salud, a través de apoyos a comunidades de las distintas sucursales de la cadena
- 2.-Cantidad de colaboradores involucrados y montos recaudados Campaña de concienciación entre colaboradores, a formar parte de la campaña a favor de los Derechos de las Personas con Discapacidad. , para lograr construir una sociedad inclusiva
- 3.-Informes Cuantitativos y cualitativos de Beneficios sociales brindados a los colaboradores
- 4.-Cantidad de colaboradores entrenados e internalizados de los componentes de nuestras competencias centrales

Actividades/Resultados:

¹ Guía Práctica de Comunicación de progreso. del Pacto Mundial de las Naciones Unidas "Crear, transmitir y publicar una CoP". Pág. 21
www.unglobalcompact.org

Por ser el primer informe, establecemos la línea de base cero

A partir de nuestra adhesión al Pacto Global, a la fecha del informe, 31 de julio del año 2011, Farmacenter ha desarrollado las siguientes actividades:

1.- Cantidad de comunidades, niños e instituciones beneficiadas

1.1.- Campaña de Redondeo del vuelto: "Construyamos Juntos un Paraguay Mejor"

Farmacenter implementó a partir del año 2009 y con vigencia a la fecha su campaña de Redondeo del vuelto "Construyamos Juntos un Paraguay Mejor". A través de esta campaña Farmacenter brinda la posibilidad a sus clientes de expresar su solidaridad en el momento de sus compras.

Construyamos Juntos un Paraguay Mejor posibilitó que en entre el año 2009 y 2010 en total 1.055 niñas y niños de la Fundación Dequeni reciban: vitaminas, antiparasitarios, atención para la prevención de caries, despiojización, diagnóstico nutricional y educación de hábitos.

Farmacenter encuentra en esta sinergia con la Fundación Dequeni una alianza para superar la pobreza, transformando el redondeo de las Monedas Solidarias en servicios de atención de salud básica.

CONSTRUYAMOS JUNTOS UN PARAGUAY MEJOR Redondea tu vuelto

Redondeando tu vuelto estás brindando a los niños y niñas de Dequeni vitaminas, antiparasitarios, atención buco-dental, diagnóstico nutricional, educación en hábitos, acompañamiento en consultas pediátricas, odontológicas y sobre todo mucho amor.



Para motivar a los Funcionarios de Farmacenter se realizaron acciones de sensibilización, ya que son ellos los primeros que deben estar convencidos de la acción que significará el Redondeo del vuelto del Cliente y son ellos los que tendrán el contacto con los mismos para pedirles que aporten en esta loable campaña.

Entre estas acciones de sensibilización, podemos citar:

- Visitas a 8 de los proyectos con los que cuenta la Fundación Dequeni con el fin de compartir con los niños e interiorizarnos en cuáles son sus necesidades más inmediatas; se realizaron donaciones de botiquines de primeros auxilios a los proyectados visitados.
- Reuniones semanales en 30 sucursales de Asunción y 6 quincenales en Gran Asunción con un capacitador de la Fundación Dequeni;
- Reconocimientos mensuales a las sucursales más destacadas del mes, entre ellas podemos nombrar a las sucursales de: San Lorenzo I, Ciudad del Este, Caacupé y Capiatá;
- Entregas de tarjetas de Navidad a todos los Funcionarios de la Cadena Farmacenter, confeccionadas por los propios niños y niñas de la Fundación Dequeni;
- Farmacenter estuvo presente en el festejo del Día del Niño entregando regalos a todos los niños de los 26 proyectos;
- Funcionarios y gerentes de los Puntos de Venta participaron de la Dosis de Gracia, entregada a los clientes en agradecimiento a su solidaridad;



Resultados de la Campaña de Redondeo: Año 2009-2010

Resumen de 1100 niños/as evaluados nutricionalmente.

Nº	Nombre del Proyecto	Localidad	Descripción	Cantidad de Niños
1	Mita Rehehape	J.A. Saldivar	Normal	108
			En riesgo	2
2	Mita Vy'a renda	J.A. Saldivar	Normal	161
			En riesgo	15
3	Santisima trinidad	Ciudad del Este	Normal	100
TOTAL				386

Edad y género de los 1100 niños y niñas.

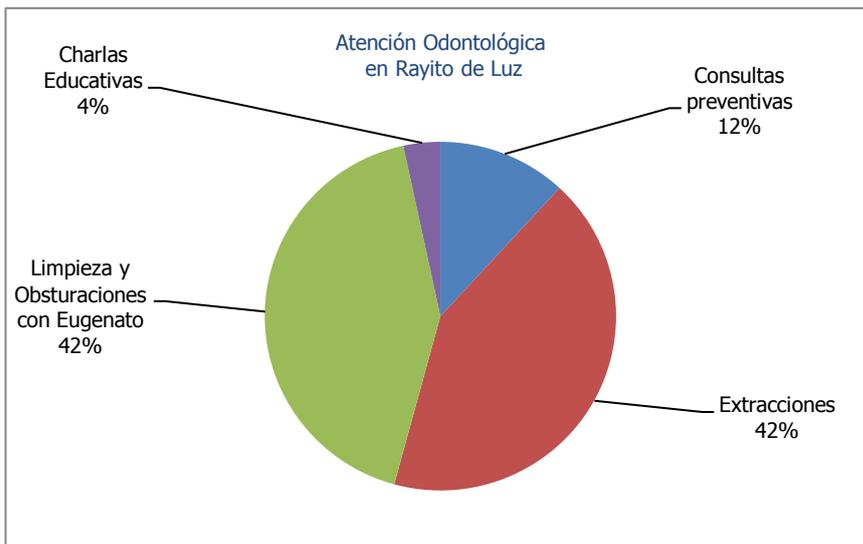
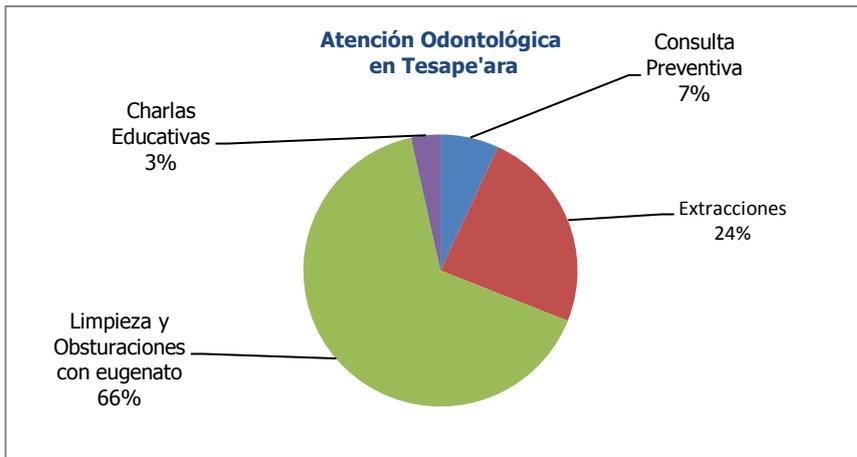
Edad	Cantidad	Genero	Total
4 años	26		
5 años	21		
6 años	149		
7 años	159		
8 años	129		
9 años	153		
10 años	152		
11 años	132		
12 años	65		
13 años	82	Femenino	560
14 años	32	Masculino	540
Total gal.	1100	Total gal.	1100

Recaudación del año 38.782.887
De los 1.100 niños evaluados 386 niños fueron cubiertos por la campaña con vitaminización, vacunación, desparasitación, fluorización, prevención de caries y diagnóstico nutricional.

Descripción	Cantidad de Niños
Normal	953
En riesgo	42
Desnutridos	64
Obesos	34
Sobre peso	7
TOTAL GENERAL	1100

Proyectos y localidades Beneficiados

	Localidad	Cantidad de Niños	Cantidad de Niñas	Total
San Roque	Caaguazú	210	196	406
Tesape'ara	Luque	43	59	102
"Rayito de Luz" Nomenpeq	Limpio	79	82	161



1.2.-FARMACARE

A partir del mes de Julio del año 2010 se vienen llevando a cabo en las sucursales de Farmacenter estudios gratuitos para las diferentes comunidades en las que se encuentran insertas las sucursales de la Cadena Farmacéutica.

El objetivo de este servicio es diagnosticar e identificar en los pacientes patologías que no expresan síntomas por un lado y por otro generar una mejor calidad de vida de los mismos con tratamientos indicados por profesionales médicos.

Estudios de Densitometría ósea, control nutricional y estudio de la piel : tratamientos para mejorar la calidad de vida conjuntamente con Laboratorios Recalcine

CALENDARIO FARMACARE

Tratamientos para mejorar la calidad de vida



Los estudios consisten en las siguientes especialidades:

Densitometría ósea

El examen de densitometría ósea se realiza mediante varios métodos, Farmacenter conjuntamente con Laboratorios Recalcine le ofrecen realizarse a los clientes el de última generación: **Ultrasonido.**

Es simple, indoloro y de corta duración (5 minutos aproximadamente) y permite medir la densidad del hueso. Es un servicio práctico, rápido y muy valorado por el cuerpo médico y pacientes. La lectura de resultados se da en forma inmediata.



Densitómetro

Las sucursales en las que se ha llevado a cabo el estudio de densitometría puede visualizarse en el siguiente calendario, comunicando además a todos los clientes porque deben preocuparse y ocuparse de prevenir esta enfermedad:

CALENDARIO	
Julio	<p>5 y 6 Villa Morra Avda. Rca. Argentina 343 c/ Masler • 601 888 - 663 666</p> <p>12 y 13 Lambaré I Cacicque Lambaré c/ San Vicente • 906 718</p> <p>19 y 20 Central Estrella 528 c/ 14 de Mayo • 497 546 - 498 371</p> <p>26 y 27 Choferes Choferes del Chaco 1908 esq. Teodoro S. Mompeán • 814 875 - 608 006</p>
Agosto	<p>2 y 3 Quinta Avda. Sta. esq. Caballero • 373 012</p> <p>9 y 10 Km7 Ruta Mcal. Estigarribia Km. 7 1/2 • 311 700 - 504 456</p> <p>16 y 17 Felix Bogado Felix Bogado Esq. Capitán Bado • 303 013</p> <p>23 y 24 San Lorenzo Hernandezías 1638 c/ Ruta Mcal. Estigarribia • 582 585</p>
Setiembre	<p>6 y 7 Aviadores Aviadores del Chaco 3028 c/ Juan M. Burber • 603 830 - 613 199</p> <p>13 y 14 Luque Ruta Gral Aquino y Bernardino Caballero • 842 304</p> <p>20 y 21 Pirizal Avda. Gral. Santos 2003 Esq. Pirizal • 310 507</p> <p>27 y 28 San Lorenzo III 10 de agosto esq. Hernandezías - San Lorenzo • 571 502 - 571 927</p>
Octubre	<p>4 y 5 Mariscal López II Avda. Mcal. López 3130 c/ Don Bosco • 680 700</p> <p>11 y 12 Avda. Fernando Avda. Fernando de la Mora esq. Gral. Santos • 200 376</p> <p>18 y 19 Loma Pyta Ruta Transchaco Km. 12 c/ Tte. Lombardo • 282 500 - 293 939</p> <p>25 y 26 Caacupé Ruta 2 km 52 1/2 c/ León Mallorquín • 0511 24332</p>
Noviembre	<p>1 y 2 Villa Elisa Acceso Sur c/ Lomas Valentinas • 513 957 - 930 999</p> <p>8 y 9 Limpio Avda. Colón esq. Roberto Benítez • 783 105</p> <p>15 y 16 Leopardí Leopardí esq. 11 de Setiembre - Fdo. de la Mora • 500 841 - 505 997</p> <p>22 y 23 Luque II Avda. Gral. E. Aquino esq. José Bonifacio • 641 500 - 641 657</p>
Diciembre	<p>6 y 7 Capiatá Ruta Mcal. Estigarribia c/ Spto. Ferrerías Km. 20 1/2 • 0228 631 852/3</p> <p>13 y 14 Lambaré III Avda. Cacicque Lambaré esq. Pedro Juan Caballero • 922 030/1</p> <p>20 y 21 CDE I Avda. Adelin Jara c/ Pineros del Este • 061 518300</p>
Enero 2011	<p>3 y 4 Hiper España España Esq. Pitarutú • 224 900/1 - 221 868</p> <p>10 y 11 Mcal. López Avda. Mcal. López 3483 c/ Semador Long • 662 400 - 611 086</p> <p>17 y 18 San Lorenzo II Ruta Mcal. Estigarribia y Ruta 1 - San Lorenzo • 577 345/6</p> <p>24 y 25 Sajonia Avda. Carlos A. López 933 e/ Dr. Palma y Testarero • 423 316 - 425 990</p>

OSTEOPOROSIS

¿Porqué preocuparnos y ocuparnos?

- La osteoporosis es una enfermedad silenciosa e indolora y es la responsable de millones de fracturas anualmente, muchas involucrando las vértebras lumbares.
- Se estima que una de cada tres mujeres y que de uno de cada doce hombres de más de 50 años tienen osteoporosis.
- El costo de las fracturas es al menos de 13 billones de dólares por año.
- De 1.5 millones de fracturas, 300.000 son de cadera y el 24 % son letales en el primer año.
- El 50% de las fracturas que se producen en las mujeres mayores de 45 años, es por osteoporosis.
- A partir de los 65 años de edad, el 30 % (1 de cada 3) de las mujeres sufre fractura de columna, y a partir de los 70 años, el 30% (1 de cada 3) sufre fractura de cadera, que necesita cirugía urgente, por la cual fallecen el 20% de los operados, es decir 1 de cada 5 personas.
- De los 50 hasta los 60 años, la mujer por la menopausia pierde entre un 10% hasta un 50% de su masa ósea.

La densitometría ósea

Es una prueba para determinar la densidad mineral ósea. Los resultados determinan el riesgo de fracturas óseas y el estado de Osteoporosis en el individuo.



Clasificación de los Factores de Riesgo de fractura relacionados con una disminución de la masa ósea

Riesgo elevado

- Mayor edad (>70 años)
- Bajo peso corporal (IMC < 20-25 kg/m²)
- Menos exposición solar (baja o nula)
- Pérdida de peso
- Inactividad física
- Corticosteroides orales
- Anticonvulsivos
- Hiperparatiroidismo primario
- Diabetes mellitus tipo 1
- Anorexia nerviosa
- Anemia perniciosa
- Fractura previa osteoporótica

Riesgo moderado

- Sexo (mujer)
- Consumo de tabaco (fumador activo)
- Menos exposición solar (baja o nula)
- Antecedentes familiares de fracturas osteoporóticas
- Menopausia iatrogénica
- Menarquia tardía
- No lactancia
- Menor ingesta de calcio (<500-850 mg/día)
- Hiperparatiroidismo
- Hipertiroidismo
- Diabetes mellitus (Tipo 2)
- Artritis reumatoide

Cuidado de la piel

A través de equipamiento de alta tecnología el SKYN CARE ofrecen a los clientes detectar los primeros signos de envejecimiento prematuro como arrugas, variaciones del tono de la piel, y el daño producido por los rayos UV en las capas superficiales y profundas de la piel.

Además se brinda un diagnóstico preciso de la salud de los poros, identificando la presencia de sebo excesivo, la inflamación leve o profunda y la presencia de bacterias en los mismos. Mediante esta tecnología puede compararse el antes, durante y después de cada tratamiento y ayuda a prevenir lesiones futuras, brindando:

Confianza en el diagnóstico y tratamiento médico, reafirmación de diagnóstico, asegura el cumplimiento para el control médico, motivación para continuar el tratamiento y es un diagnóstico sin costo.



Skyn Care

Sucursales en donde se llevo a cabo este estudio:

CALENDARIO

CUIDADO DE LA PIEL*

SEPTIEMBRE

Lu. 06	Suc. Lambaré
Mar. 07	906 718
Lu. 20	
Mar. 21	Suc. San Lorenzo II
Lu. 27	577 345/6
Mar. 28	

OCTUBRE

Lu. 04	
Mar. 05	Suc. Senador Long
Lu. 11	621 500 - 624 200 - 624 400
Mar. 12	
Lu. 25	Suc. Lambaré
Mar. 26	906 718

NOVIEMBRE

Lu. 01	Suc. Km 7 y 1/2
Mar. 02	511 700 - 504 456
Lu. 08	
Mar. 09	Suc. Pirizal
Lu. 15	310 507
Mar. 16	
Lu. 29	Suc. Luque
Mar. 30	642 304

DICIEMBRE

Lu. 06	Suc. Luque
Mar. 07	642 304
Lu. 13	
Mar. 14	Suc. Loma Pyta
Lu. 20	282 500 - 293 939
Mar. 21	

ENERO

Mar. 11	Suc. CDE
	061 518300
Lu. 24	
Mar. 25	Suc. Quinta
Lu. 31	373 012

FEBRERO

Mar. 01	Suc. Quinta
	373 012
Lu. 07	
Mar. 08	Suc. Hiper España
Lu. 14	224 900/1 - 221 868
Mar. 15	

*Para hacer sus reservas comuníquese al número de la sucursal.

FARMACARE

Control Nutricional

Este control ayuda y educa nutricionalmente al paciente con sobrepeso u obesidad, complementando la labor del medico. Fomentando el cambio del habito alimenticio, lo que es vital para que el paciente pueda controlar su peso a largo plazo.



Esta balanza permite obtener el peso, la talla, masa corporal, grasa corporal y la masa magra.

Sucursales donde se llevo a cabo este estudio:

CALENDARIO

CONTROL NUTRICIONAL *

SEPTIEMBRE

Mier. 08	Suc. Lambaré
Jue. 09	906 718
Mier. 22	Suc. San Lorenzo II
Mier. 29	577 345/6
Jue. 30	

OCTUBRE

Mier. 06	Suc. Senador Long
Mier. 13	621 500 - 624 200 - 624 400
Mier. 27	Suc. Lambaré
	906 718

NOVIEMBRE

Mier. 03	Suc. Km 7 y 1/2
	511 700 - 504 456
Mier. 10	Suc. Pirizal
Mier. 17	310 507

DICIEMBRE

Mier. 01	Suc. Luque
Jue. 09	642 304
Mier. 15	Suc. Loma Pyta
Mier. 22	282 500 - 293 939

ENERO

Mier. 12	Suc. CDE
	061 518300
Mier. 26	Suc. Quinta
	373 012

FEBRERO

Mier. 02	Suc. Quinta
	373 012
Mier. 09	Suc. Hiper España
Mier. 16	224 900/1 - 221 868

*Para hacer sus reservas comuníquese al número de la sucursal.

FARMACARE

Resultados de los estudios realizados:

Estudios realizados	Cantidad de pacientes
Densitometria Ósea	87
Skyn Care (Cuidado de la piel)	64
Control Nutricional	37

1.3.- Clínica Móvil: Caacupé

Este año nuevamente la CLÍNICA MÓVIL DE FARMACENTER, con el apoyo de Sanofi Aventis, estuvo trabajando conjuntamente con la Cruz Roja en CAACUPÉ, los días 6, 7, 8 y 9 de diciembre para prestar atención médica a todos los peregrinantes que lo necesitaron.



La misma estuvo ubicada en la PLAZA CENTRAL de CAACUPÉ, donde todas las personas se acercaron a recibir primeros auxilios y ser atendidos en forma completamente gratuita en caso de necesitarlo.



1.4.- Operación Sonrisa 2010

Es el cuarto año consecutivo que Farmacenter esta apoyando esta campaña con el objetivo principal de recaudar fondos para cirugías reconstructivas a niños de escasos recursos con problemas de labios leporinos y/o paladar hendido.

Se estima que 1 de cada 500 niños nace con labio y paladar hendido en Paraguay; esto significa alrededor de 320 niños por año. La Fundación ha logrado operar a más de 780 pacientes desde su fundación en el año 2004, pero la necesidad es creciente.

La Fundación Operación Sonrisa es una Organización No Gubernamental reconocida internacionalmente, privada, sin fines de lucro:

- Fundada en 1982
- Especializada en cirugías de labio/paladar hendidos
- Restauraron más de 140,000 niños
- Presencia en 51 países (12 en Latinoamérica)
- Alrededor de 4,000 médicos voluntarios en el mundo
- US\$240 / 45 minutos = 1 cirugía

Farmacenter otorgó en el 2010 el 1% de las ventas totales del mes de agosto de los productos de las marcas Colgate y Kolynos representadas en Paraguay por la empresa Colgate Palmolive, la misma esta asociada a Operación Sonrisa por cerca de 15 años. En Paraguay se encuentran trabajando con continuidad desde el 2006 y desde el año 2007 se han asociado a esta actividad sus clientes y distribuidores.

A partir del año 2011 esperan involucrar en mayor medida a los consumidores que a más de comprar los productos en promoción también colaboren con las alcancías que colocaran en los puntos de ventas.

1.5- Participación en eventos de asistencia social

1.5.1.- El Regalo de la Vista

La Asociación Internacional de Club de Leones, conjuntamente con el Distrito M2 Paraguay, el Club de Leones de la Heroica Piribebuy Y la municipalidad organizó el proyecto "El regalo de la vista". La actividad se desarrolló del 20 al 29 de julio del 2010, en el club 12 de Agosto de la ciudad.

Unas 10.000 personas concurrieron para ser atendidas por los profesionales oftalmólogos. El plan de la fundación estadounidense One Sight Foundation es desarrollado por 50 especialistas extranjeros.

En el marco del desarrollo de "Regalo de la Vista" en la ciudad del departamento de Cordillera se donaron unos 15.000 anteojos correctivos de la vista. También se realizaron cirugías de cataratas para unas 400 personas de escasos recursos.

Farmacenter estuvo dando su apoyo con funcionarios de la sucursal de Caacupé quienes estuvieron como voluntarios realizando toma de presión arterial.

Farmacenter realizó una donación de tiras para la medición de azúcar para que los médicos puedan realizar los estudios en el lugar de glucemia.



1.5.2.-Expo Feria Artesanal de la ciudad de TOBATY

El inicio de la Feria se dio el 15 de Octubre hasta el 31 de Noviembre del 2010. Farmacenter participó con un stand brindando servicios de atención como ser toma de presión arterial y estudios de densitometría ósea gratuita con el apoyo de Laboratorios Recalcine.



1.5.3.-Donación de becas para estudiar inglés en conjunto con la Embajada de los E.E.U.U.

Farmacenter también incluye dentro de su planificación estratégica de RSE el apoyo a instituciones que posibilitan el acceso a la educación de los niños de escasos recursos:

Este año Farmacenter ha apoyado nuevamente al programa de becas de inglés para jóvenes sobresalientes de recursos económicos limitados. El monto destinado este año en este concepto ES DE Gs.- 9.775.500.-

Conjuntamente con la Embajada de Estados Unidos y 16 empresas privadas, entre ellas Farmacenter, premiaron a estudiantes de los últimos años de la Educación Escolar Básica, Educación Media y Nivel Universitario, con becas para realizar estudios completos de inglés en el Centro Cultural Paraguayo Americano (CCPA).

Este año fue la sexta edición de programa de becas de inglés. Los ganadores pasaron por dos etapas de un proceso de selección. En la primera se tuvieron en cuenta las calificaciones académicas y en la segunda se evaluaron la motivación, habilidades y desenvolvimiento por medio de entrevistas personales.

En total 41 becas son para alumnos de colegios y las otras 25 son para estudiantes universitarios.



1.5.4.- Acciones con diferentes hogares de las comunidades donde Farmacenter se encuentra inserta con sus sucursales

Por último Farmacenter compartirá las acciones realizadas con los hogares ARA PYAHU, LA CASITA DE BELEN, FUNDACION DEQUENI, FUNDACION FE Y ALEGRIA, HOGAR NUEVA SEMILLA, HOGAR PYAHU ROGA, FUNDACION IGLESIA STA. MARIA GORRETTI, HOGAR SAGRADA FAMILIA, HOGAR CENTRO ABRAZO de la ciudad de Limpio, HOSPITAL MATERNO INFANTIL de San Lorenzo, con ellos se ha compartido a lo largo de este 2010 diferentes jornadas especiales, en fechas significativas sobre todo para los niños, como ser:

1.5.4.1.- Festejo Día de Reyes – 6 de enero

Hogares ARA PYAHU y CASITA DE BELEN



Funcionarios de la Cadena Farmacenter vivieron una **experiencia solidaria y gratificante** al compartir una jornada diferente y llena de alegría con los chicos de "La Casita de Belén" y "Ara Pvahu".

1.5.4.2- Festejo del Día del Niño-16 de agosto

Hogares ARA PYAHU, NUEVA SEMILLA, LA CASITA DE BELEN y FUNDACION DEQUENI



Funcionarios de Farmacenter compartiendo con los niños más chiquitos del hogar.



Hubo show de payasos, los niños bailaron y se divirtieron en su día.

1.5.4.3 - Festejo Navideño 24 de diciembre

Hogares ARA PYAHU de Asuncion, NUEVA SEMILLA de Lambare, PYAHU ROGA de Ciudad del Este, FUNDACION IGLESIA STA. MARIA GORRETTI, SAGRADA FAMILIA, CENTRO ABRAZO de la ciudad de Limpio, HOSPITAL MATERNO INFANTIL de San Lorenzo.



Los hogares visitados fueron con el fin de brindar una atención especial a los niños de diversas fundaciones en el día 24 de diciembre, en la víspera de la Navidad. Los chicos recibieron una cantidad de juguetes, como así también medicamentos de libre venta y pañales.

2.- Colaboradores involucrados y montos recaudados Campaña de concienciación entre colaboradores, a formar parte de la campaña a favor de los Derechos de las Personas con Discapacidad, para lograr construir una sociedad inclusiva

2.1- Campaña Teletón 2010: Farmacenter Apoya a Teletón

Una vez más Farmacenter se ha unido a Teletón por tercer año consecutivo, con la finalidad de alcanzar un objetivo en común, trabajar para lograr construir una sociedad inclusiva.

Para el año 2010, ha firmado un convenio con la fundación Teletón, para reafirmar su apoyo continuo. Así mismo con Banco Itau, para que las bocas de depósitos destinadas a Teletón sean ubicadas en las distintas sucursales durante el tiempo de la jornada de colecta



<http://www.abc.com.py/nota/farmacenter-firmo-convenio-con-teleton/>

La Fundación Teletón es una organización privada sin fines de lucro que brinda servicios en Paraguay desde el año 1979 a niños, niñas y adolescentes de 0 a 18 años de edad con discapacidad.

Tiene como misión construir una sociedad inclusiva a través del desarrollo de un Sistema Nacional de Rehabilitación y la promoción de una sociedad inclusiva, accesible y que brinde oportunidades para todos.

Situación de las personas con discapacidad en nuestro país

Mediante un estudio realizado este año por la agencia de cooperación japonesa JICA, se estima que el 20% de la población paraguaya tiene alguna discapacidad y en algunos departamentos del país donde se realizó el estudio, solamente el 2,5 de la población está recibiendo servicios.

Luego del resurgir de Teletón en el año 2007, la Fundación está pasando por un proceso de consolidación y crecimiento institucional.

Apoyo de Farmacenter Año 2010

Más allá del apoyo económico brindado a la Fundación Teletón como patrocinador del evento, Farmacenter ha desarrollado una campaña que invitó a todos los clientes a formar parte del mayor evento **a favor de los Derechos de las Personas con Discapacidad**.

Hemos puesto a disposición de la Fundación Teletón nuestros 45 puntos de venta para la recaudación, con el fin de sumar un granito de arena para llegar a la meta propuesta en este año 2010, lo realizamos conjuntamente con el Banco ITAU a través de sus alcancías. Mediante las mismas los clientes de Farmacenter podían realizar su aporte para recaudar los fondos necesarios para la construcción del nuevo centro de rehabilitación integral que se construirá en la Ciudad de Coronel Oviedo en el 2011.

Internamente también se realizó una campaña de recaudación con todos los funcionarios de Farmacenter, involucrándolos de esta manera en lo que significa el trabajo de la Fundación Teletón para todos como sociedad. Se ha llevado a cabo una visita de todos los gerentes y encargados de sucursales al CRIT (Centro de Rehabilitación Integral) ubicado en Cacique Lambaré y Avda. Fernando de la Mora, con el fin de que mediante ellos se pueda transmitir a toda la fuerza de ventas y a todos los funcionarios de los distintos departamentos con los que cuenta la empresa, el trabajo que se realiza día a día, y las nuevas construcciones que se realizó con el aporte brindado por ellos en años anteriores.



Iniciando la visita guiada: Uno de los Directivos de Teletón el Sr. Álvaro Martínez daba inicio a la visita guiada por las instalaciones.



Sala de Fisiatría.



Avances de la Construcción de la Piscina de Hidroterapia de la Fundación Teletón.



Construcción de la nueva entrada que tendrá sobre la Avda. Cacique Lambare.

Resultados de las acciones "Campaña Teletón 2010":

Logros y avances	Fundación Teletón
2010	<ul style="list-style-type: none"> <li data-bbox="603 477 1378 633">➤ A finales de octubre del 2010 se dio respuesta al 100% de los niños, niñas y adolescentes que estaban en la lista de espera desde la Teletón pasada (en agosto ya se había dado respuesta a toda la lista de espera conformada por usuarios de 0 a 3 años). <li data-bbox="603 633 1378 712">➤ Este año se incorporaron nuevos servicios: Fisiatría, Neuropediatría, Neuropsicología, Terapia Ocupacional y Acompañamiento Familiar. <li data-bbox="603 712 1378 790">➤ Se siguen brindando los servicios de: Fisioterapia, Área Educativa, Fonoaudiología, Psicología, Trabajo Social y Estimulación Temprana. <li data-bbox="603 790 1378 902">➤ Además se inició el importante servicio de Inclusión Educativa en los colegios de los usuarios, a través de talleres con los padres y alumnos, y el acompañamiento a los profesores. <li data-bbox="603 902 1378 1059">➤ También se dio inicio al programa de visitas domiciliarias de los terapeutas para el relevamiento de las necesidades de adaptación, diseño universal y equipamiento necesario para logro de objetivos de una mayor autonomía de los usuarios de Teletón en sus hogares. <li data-bbox="603 1059 1378 1137">➤ El Centro de Rehabilitación Integral Teletón (CRIT) pasó de tener 700 m² utilizados a contar con 3.550 m² construidos y reformados <li data-bbox="603 1137 1378 1294">➤ Este año se inauguraron 10 nuevos Consultorios, el nuevo espacio de Atención al Público para atender mejor a los usuarios y familiares, y el nuevo servicio de Hidroterapia, que incrementará notablemente la calidad del servicio. <li data-bbox="603 1294 1378 1373">➤ Se ha adquirido equipamiento nacional e importado de primer nivel para todas las áreas terapéuticas. <li data-bbox="603 1373 1378 1451">➤ Se triplicó el número de profesionales médicos y terapeutas que trabajan en la Fundación Teletón. <li data-bbox="603 1451 1378 1608">➤ Más de 2.000 alumnos de colegios y universidades y funcionarios de las empresas patrocinadoras, han visitado este año el Centro de Rehabilitación Integral Teletón y se comprometieron a impulsar una sociedad inclusiva desde sus lugares de estudio y de trabajo. <li data-bbox="603 1608 1378 1671">➤ Se está realizando una fuerte apuesta institucional por la promoción de la inclusión social y de los derechos de las personas con discapacidad.

Antecedentes:

- Desde el 2007 se han ofrecidos 45.100 atenciones en el CRIT.
- En estos 4 años se brindaron servicios a más de 1.000 niños, niñas y adolescentes con discapacidad y sus familias, de los cuales el 84% son nuevos usuarios de Teletón.

3. Beneficios sociales, que aseguren un ambiente de trabajo saludable, a fin de asegurar la calidad de vida de sus colaboradores.

3.1.-Desayuno, almuerzo, merienda y cena sin costo

La empresa absorbe el 100 % de los costos de almuerzo para todos los funcionarios de la empresa así como también para los funcionarios tercerizados. Además de acuerdo a los turnos en los que ingresen los funcionarios también cuentan con el desayuno, merienda o cena, beneficiando a 500 funcionarios por día. La inversión en este concepto durante el 2010 fue de **Gs. 493.476.325.-**

3.2.-Préstamos Personales para la compra de Vehículos y Viviendas

Se otorgan préstamos a los funcionarios para la ayuda en la compra de vehículos o viviendas. La inversión en el 2010 fue de Gs. 675.520.976, siendo beneficiados 50 funcionarios.-

3.3.-Confección de Uniformes

Se confeccionan uniformes para las temporadas de primavera-verano y otoño-invierno, cubriendo la empresa el 50% de los costos para todos los estamentos de la organización. El otro 50% es cubierto por los funcionarios, cuyo monto lo abonan en cuotas mensuales, mínimo se realizan de 3 a 4 cuotas. En el 2010 la inversión en uniformes fue **de Gs. 152.767.302.-**

3.4.-Seguro médico para emergencias y Servicio Odontológico

Se otorga a todos los empleados una cobertura de servicios de atención médica pre-hospitalaria a través de la flota de unidades de terapia intensiva (UTIM). La misma se les brinda a los funcionarios así como también a clientes, proveedores, visitantes en general durante el horario habitual de trabajo, sin costo adicional ante la prestación del servicio.

Los servicios con los que cuentan son:

- Atención de emergencias y urgencias;
- Servicio de traslado;
- Ficha técnica;
- Asistencia Internacional al viajero (Cobertura internacional RED CIEM).
- Así mismo se otorga a todos los funcionarios, un Servicio Odontológico, a fin de garantizar la salud bucal de sus funcionarios. Han asistido al consultorio odontológico durante el año 2010, unas 240 personas

3.5-Eventos llevados a cabo para los Funcionarios de la empresa y sus Familias

3.5.1.-Día del Trabajador

El día 1 de mayo se festejó en las instalaciones de la Asociación de Jubilados Bancarios "Día del Trabajador" se celebró compartiendo entre todos los Funcionarios un asado y torneos de fútbol y vóley, donde participaron más de 1.000 personas (funcionarios y familias). Hubo premios a los mejores empleados del año, a los ganadores del torneo, y muchos premios sorteados entre todos los funcionarios



3.5.2.-Festejando el Día del Niño en Familia con Farmacenter

El día domingo 15 de agosto Farmacenter festejó el **Día del Niño** junto a la gran familia que compone la empresa. Fue una cálida y divertida jornada donde hubo números juegos, en las que participaron 450 niños con sus padres. Además los más pequeños pudieron gozar de un torneo de fútbol y disfrutar de variadas sorpresas y premios por su día.

El evento se llevo a cabo de 11:00 a 17:00 horas en el futuro local de la ASO sito en la ciudad de San Lorenzo.



3.5.3.-Fiesta de Fin de Año con la Familia Farmacenter

El día viernes 17 de diciembre, se ha realizado, en el local del Anexo II del Club Internacional de Tenis, la tradicional fiesta de Fin de Año, en la que asistieron 1.100 personas (funcionarios y familias).

Durante el encuentro, hubo sorteos de interesantes premios, como así también CONCURSO DE CENTROS DE MESAS, alegóricas a la Navidad.



Derechos Laborales

Libre asociación sindical implica el respeto al derecho de asociación de los empleados y los trabajadores. Esto no implica que la fuerza laboral deba estar organizada o que las empresas deben invitar a los sindicatos. Los empleadores no deberían interferir en la decisión de los empleados de afiliarse, ni discriminar a los empleados o a los delegados por motivos de afiliación.

Negociación colectiva se refiere al proceso o actividad que guía hacia la concreción de un acuerdo colectivo de trabajo. La negociación colectiva es un proceso voluntario que se utiliza para determinar los términos y las condiciones de trabajo y la regulación de las relaciones entre los empleadores, los trabajadores y sus organizaciones.²

- **Principio 3 : APOYAR la libertad de asociación y reconocer el derecho de asociación colectiva;**
- **Principio 4: ELIMINAR todas las formas de trabajo forzoso o realizado bajo coacción;**
- **Principio 5: ERRADICAR eficientemente todas las formas de trabajo infantil de su cadena productiva;**
- **Principio 6: ESTIMULAR prácticas que eliminen cualquier tipo de discriminación en el empleo.**

Compromiso

El capital humano con el que cuenta la Cadena Farmacenter es una de sus principales ventajas competitivas, la cual está dada por la calidad de atención que los funcionarios ofrecen a los clientes a través del profesionalismo, idoneidad y vocación de servicio, por lo que nos comprometemos a:

- 1.- Atraer, desarrollar, recompensar y retener a las personas con las competencias necesarias, basadas en la justicia y equidad, proporcionando un clima laboral adecuado.
- 2.- Respetar la libertad de Asociación a nuestros colaboradores.
- 3.- Cumplir las leyes laborales vigentes.

Sistemas:

1. Un sistema Admisión de personas que incluye reclutamiento y selección transparente y objetivo, basados en técnicas de Selección adecuadas para cada caso, y que permita contratar la persona adecuada para cada cargo, sin discriminación alguna en edad ni sexo.
- 2.- Un sistema de compensación, basados en procedimientos tendientes a establecer o mantener estructuras de salarios equitativas y justas en la organización, buscando siempre un equilibrio interno y externo.
- 3.- Un sistema de Capacitación, basado en la detección de necesidades previas y elaboración de un Plan de capacitación anual, cuyo contenido incluye entrenamiento de Habilidades, conocimientos y actitudes.

Indicadores:

- 1.- Perfil de la empresa, en porcentajes por sexo, edad, formación.
- 2.- Índice de rotación.
- 3.- Escala salarial.
- 4- Cantidad de horas de capacitación, cantidad de colaboradores beneficiados.

Actividades/Resultados:

A partir de nuestra adhesión al Pacto Global, a la fecha del informe, 31 de julio del año 2011, Farmacenter ha desarrollado las siguientes actividades:

² Guía Práctica de Comunicación de progreso. del Pacto Mundial de las Naciones Unidas "Crear, transmitir y publicar una CoP". Pág. 25
www.unglobalcompact.org

1. Perfil Fuerza laboral

Los Recursos humanos de la empresa están integrados por 586 funcionarios, de los cuales el 77% son mujeres y 23% son varones, lo que indica la no discriminación a la ocupación de mujeres en esta empresa. Así mismo, Los cargos gerenciales están ocupados por mujeres en un 83%.

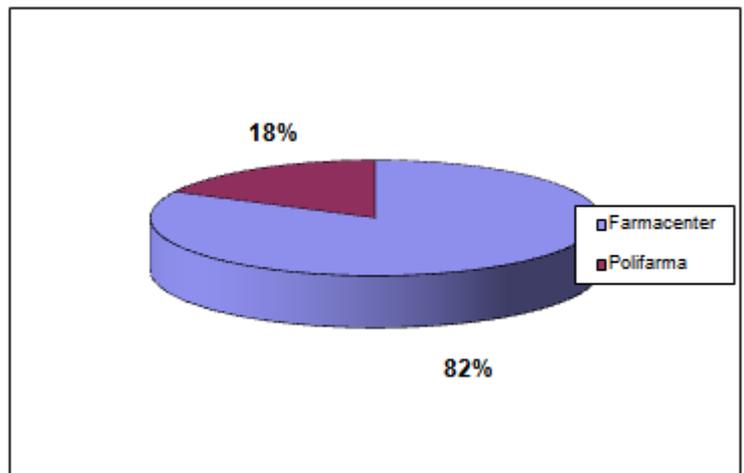
PERFIL DE LA EMPRESA FARMACENTER - POLIFARMA DICIEMBRE 2010

El informe presenta;

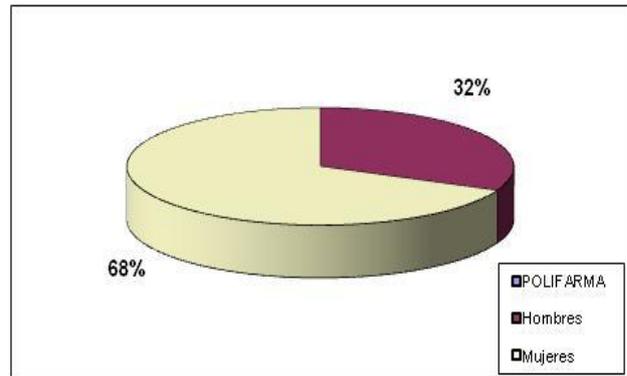
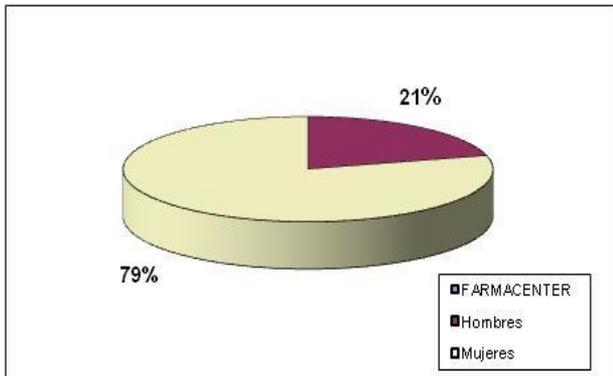
- a- N° de empleados (Total y Hombres/ Mujeres)
- b- Rango etario de los empleados
- c- Antigüedad en la Empresa
- d- Por Sucursal
- e- Por Formación Académica

A- Número de Empleados

NUMERO DE EMPLEADOS	
Farmacenter	483
Polifarma	103
Total	586

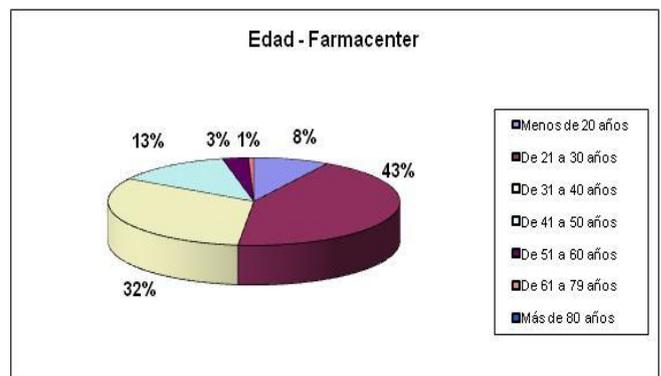


POR SEXO	
FARMACENTER	
Hombres	100
Mujeres	383
TOTAL	483
POLIFARMA	
Hombres	33
Mujeres	70
TOTAL	103

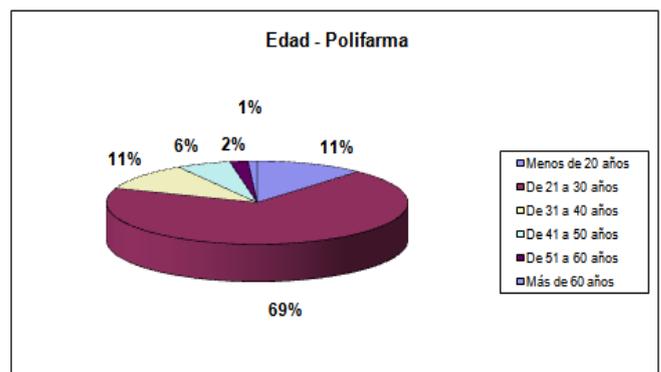


B- Rango Etáreo de los Empleados

FARMACENTER	
RANGO ETAREO	
Edad	Cantidad
Menos de 20 años	41
De 21 a 30 años	210
De 31 a 40 años	154
De 41 a 50 años	62
De 51 a 60 años	13
De 61 a 79 años	3
Más de 80 años	0
TOTAL	483

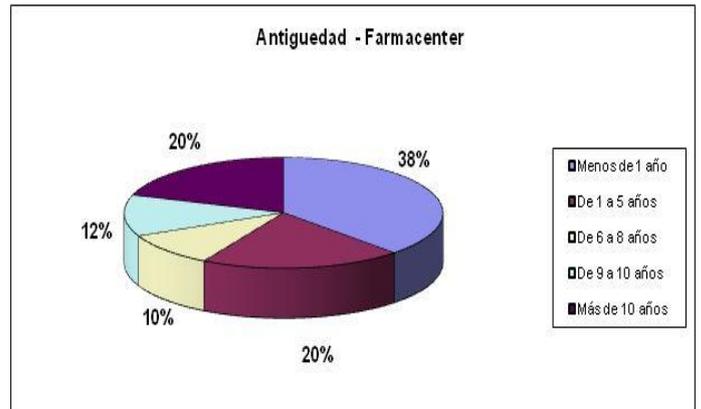


POLIFARMA	
RANGO ETAREO	
Edad	Cantidad
Menos de 20 años	12
De 21 a 30 años	71
De 31 a 40 años	11
De 41 a 50 años	6
De 51 a 60 años	2
Más de 60 años	1
TOTAL	103

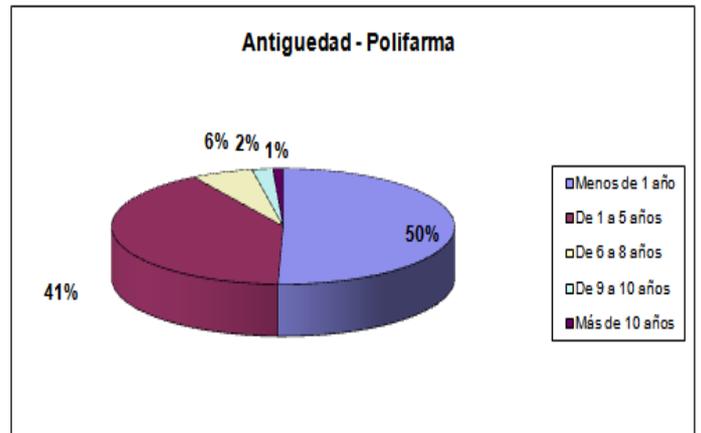


C- Rango por antigüedad

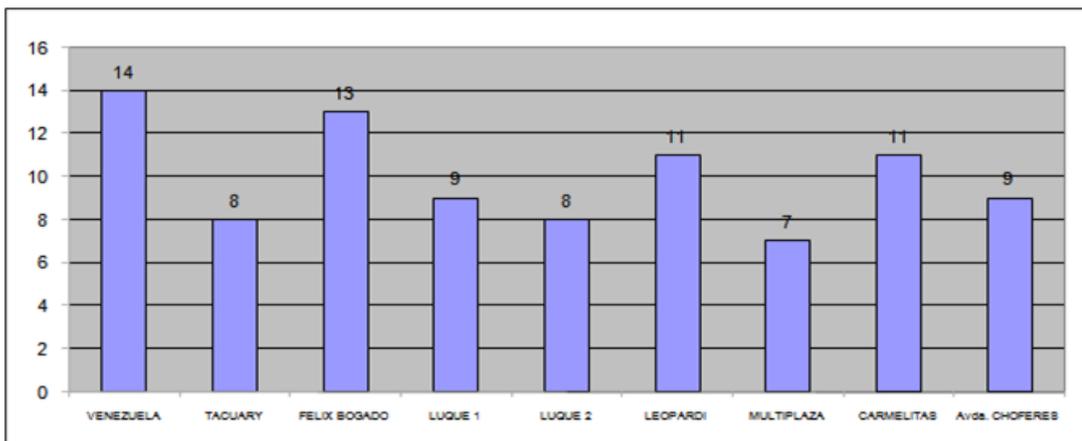
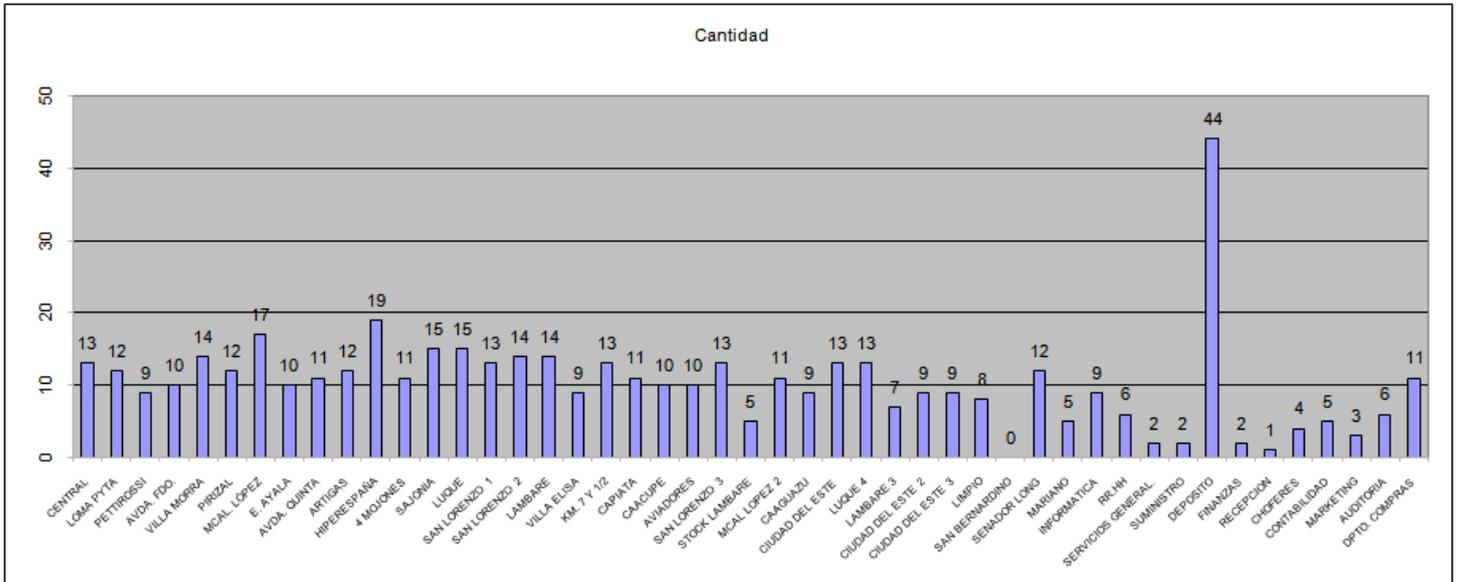
ANTIGÜEDAD	
Años	Cantidad
Menos de 1 año	183
De 1 a 5 años	98
De 6 a 8 años	48
De 9 a 10 años	59
Más de 10 años	95
TOTAL	483



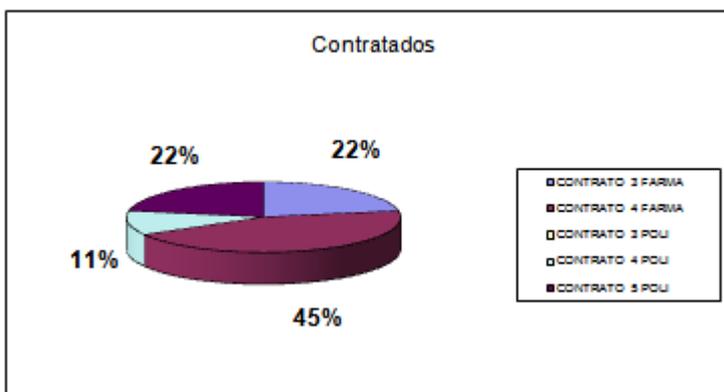
ANTIGÜEDAD	
Años	Cantidad
Menos de 1 año	52
De 1 a 5 años	42
De 6 a 8 años	6
De 9 a 10 años	2
Más de 10 años	1
TOTAL	103



Sucursal	Cantidad	% de mano de obra
CENTRAL	13	3.59
LOMA PYTA	12	3.31
PETTIROSSI	9	2.49
AVDA. FDO.	10	2.76
VILLA MORRA	14	3.87
PIRIZAL	12	3.31
MCAL. LÓPEZ	17	4.70
E. AYALA	10	2.76
AVDA. QUINTA	11	3.04
ARTIGAS	12	3.31
HIPERESPAÑA	19	5.25
4 MOJONES	11	3.04
SAJONIA	15	4.14
LUQUE	15	4.14
SAN LORENZO 1	13	3.59
SAN LORENZO 2	14	3.87
LAMBARE	14	3.87
VILLA ELISA	9	2.49
KM. 7 Y 1/2	13	3.59
CAPIATA	11	3.04
CAACUPE	10	2.76
AVIADORES	10	2.76
SAN LORENZO 3	13	3.59
STOCK LAMBARE	5	1.38
MCAL LOPEZ 2	11	3.04
CAAGUAZU	9	2.49
CIUDAD DEL ESTE	13	3.59
LUQUE 4	13	3.59
LAMBARE 3	7	1.93
CIUDAD DEL ESTE 2	9	2.49
CIUDAD DEL ESTE 3	9	2.49
LIMPIO	8	2.21
SAN BERNARDINO	0	0.00
SENADOR LONG	12	3.31
MARIANO	5	1.38
INFORMATICA	9	2.49
RR.HH	6	1.66
SERVICIOS GENERAL	2	0.55
SUMINISTRO	2	0.55
DEPOSITO	44	12.15
FINANZAS	2	0.55
RECEPCION	1	0.28
CHOFERES	4	1.10
CONTABILIDAD	5	1.38
MARKETING	3	0.83
AUDITORIA	6	1.66
DPTO. COMPRAS	11	3.04
TOTAL FARMACENTER	483	96.99
VENEZUELA	14	18.42
TACUARY	8	10.53
FELIX BOGADO	13	17.11
LUQUE 1	9	11.84
LUQUE 2	8	10.53
LEOPARDI	11	14.47
MULTIPLAZA	7	9.21
CARMELITAS	11	14.47
Avda. CHOFERES	9	11.84
LAS PERLAS	13	17.11
TOTAL POLIFARMA	103	96.26
TOTAL FARMACENTER Y POLIFARMA		586

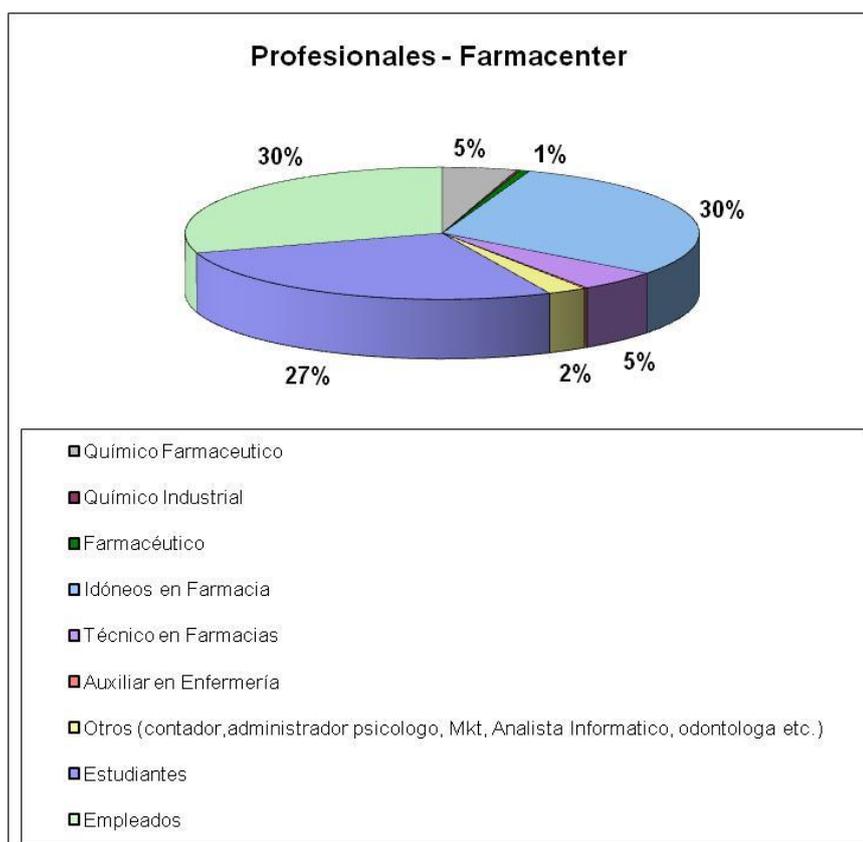


CONTRATADOS	
CONTRATO 3 FARMA	2
CONTRATO 4 FARMA	4
CONTRATO 3 POLI	0
CONTRATO 4 POLI	1
CONTRATO 5 POLI	2
TOTAL	9

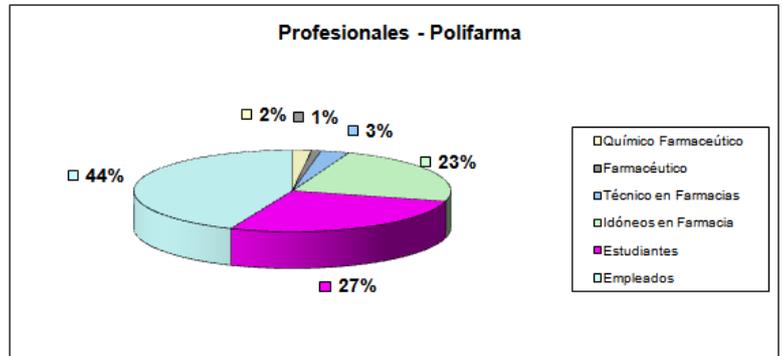


E- Por formación académica

FORMACION	
Profesión	Cantidad
Químico Farmaceutico	23
Químico Industrial	1
Farmacéutico	3
Idóneos en Farmacia	144
Técnico en Farmacias	23
Auxiliar en Enfermería	1
Otros (contador, administrador psicologo, Mkt, Analista Informatico, odontologa etc.)	12
Estudiantes	132
Empleados	144
TOTAL	483



FORMACION	
Profesión	Cantidad
Químico Farmacéutico	2
Farmacéutico	1
Técnico en Farmacias	3
Idóneos en Farmacia	24
Estudiantes	28
Empleados	45
TOTAL	103



2.- Índice de rotación

Una de las causas que puede generar la rotación del personal en la organización es la insatisfacción laboral sobre todo si la persona insatisfecha constituye un recurso humano altamente demandado, estableciéndose una competencia entre oferta y demanda donde es el trabajador quién tomará la decisión final y donde la satisfacción juega un importante papel en dicha elección. Esta satisfacción a la que nos referimos es la diferencia de la cantidad de recompensas que reciben los trabajadores y la cantidad que piensan debían recibir, es más una actitud que un comportamiento. Entre los factores más importantes que hacen que un trabajador se sienta satisfecho se encuentran; trabajos interesantes, recompensas justas y equitativas, condiciones laborales adecuadas y buenos compañeros de trabajo.

Por lo que consideramos este indicador como medida de satisfacción de los colaboradores. En el año 2010, el índice de rotación fue solamente del 0.8%, por lo cual deducimos, un alto grado de satisfacción de nuestros colaboradores dentro de la organización, reduciéndose en relación al 2009 en un 0.60%.

3.- Escala Salarial

Considerando que las escalas salariales están diseñadas para facilitar la administración salarial en las organizaciones, asegurar la equidad salarial interna y mantenerla competitiva con respecto al mercado, en el año 2010, iniciamos con la elaboración de un Manual con la escala Salarial de los distintos niveles de la organización, a fin concebir como un indicador de la relación pre determinada entre el salario y la categoría o jerarquía de puestos agrupados por su similar complejidad, responsabilidad e impacto organizacional.

Más que un instrumento administrativo, esperamos contar como una herramienta estratégica de la gestión de personas.

4.- Capacitación/Entrenamiento

En relación a la capacitación, debido al momento actual en el cual la competitividad y la eficiencia empresarial son elementos de supervivencia y definen el futuro de las organizaciones, **en Farmacenter**, las posibilidades de

crecimiento profesional de todos los funcionarios están expresamente establecidas en los Planes de Capacitación, para todos los niveles de la Cadena.

4.1.- Plan anual de Capacitación

Se diseñan Planes de capacitación como una actividad sistemática, planificada y permanente cuyo objetivo es preparar, desarrollar y motivar a los funcionarios, incluyendo dentro de la misma, conocimientos, habilidades y actitudes necesarias para el mejor desempeño en sus actuales y futuros cargos. El objetivo final es, producir resultados de calidad y dar excelentes servicios a los clientes.

El programa de capacitación anual abarca desde el mes de enero a noviembre de cada año. Se previó para el año 2010, completar 500 horas de capacitación. Dentro de la misma incluye inversiones en maestrías y especializaciones para el nivel gerencial, como así también estudios universitarios para el nivel administrativo.

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre	Octubre	Noviembre	TOTAL
Cantidad de cursos	2	16	7	7	3	3	2	6	6	6	2	60
Cantidad de días	4	16	7	10	6	4	5	7	9	9	2	79
Carga horaria	13	56	8	24	34	16	14	28	36	48	8	285
Cantidad de participantes	36	1152	410	1000	840	480	540	420	660	554	140	6232
Costo de Capacitación	10.000.000	38.600.000	8.600.000	9.000.000	8.900.000	9.700.000	9.450.000	15.600.000	15.700.000	48.100.000	10.100.000	191.750.000

Se implementa a través de un calendario anual una planificación en la capacitación para todos los niveles de la Cadena. El programa comienza en el mes de Enero/11 y finaliza en noviembre/11.



4.2. Desarrollo Profesional: Becas Universitarias, de Posgrado y Maestrías

La empresa tiene previsto culminar para el 2011, Actualmente se otorga Becas de Universidades, Posgrado y Maestría, pero sin una política clara establecida. Estamos elaborando un Reglamento de concesión de becas de estudios, que tendrá objetivo establecer los criterios básicos, las condiciones y el procedimiento para el otorgamiento de becas para la capacitación, actualización y perfeccionamiento profesional a funcionarios/as de la Cadena Farmacenter S.A. Atendiendo a las Competencia Centrales de: Vocación de Servicio, Crecimiento con Visión de Equipo, Innovación con profesionalismo y Liderazgo en el Mercado, FARMACENTER otorga el beneficio de Ayuda de estudios a fin de elevar el nivel de profesionalismo de sus funcionarios y satisfacer las demandas de un mercado cada vez más exigente. Presentamos el siguiente cuadro de inversión en conceptos durante el año 2010:

**CUADRO DE BECAS DE
 ESTUDIOS AÑO 2010**

Nivel de Formación	Cantidad de Beneficiarios	Nivel del cargo
Maestrías	1	Gerencial
Posgrados	1	Gerencial
Especializaciones	1	Administrativos
Universitarios	3	Administrativos
Técnicos Farmacológicos	231	Vendedores
	237	

Medioambiente

Se define como enfoque preventivo, "Cuando exista la amenaza de que se produzcan daños serios o irreversibles, no se podrá alegar falta de conocimientos científicos como razón para aplazar la adopción de medidas eficaces que impidan la degradación del medioambiente".³

Las tecnologías razonables con respecto al medioambiente son aquellas que: "...protegen el medioambiente, contaminan menos, utilizan los recursos de manera más sustentable, reciclan más sus desechos y productos y manejan sus residuos de una manera más aceptable que las tecnologías a las cuales sustituyen.

Las tecnologías razonables con respecto al medioambiente no son tecnologías meramente individuales sino sistemas integrales que incluyen los conocimientos (know-how), los procedimientos, los productos y los servicios y los equipos así como procesos empresariales y de gestión". (Agenda 21, Capítulo 34)⁴

Principio 7: APOYAR un enfoque preventivo frente a los desafíos medioambientales.

Principio 8: ADOPTAR iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental.

Principio 9: ALENTAR el desarrollo y la difusión de tecnologías respetuosas del medioambiente.

Compromiso

Como empresa dedicada al cuidado de la salud de las personas dentro de las distintas comunidades donde estamos insertos, nos comprometemos con el cuidado del medio ambiente, por ello, buscamos integrar criterios de desarrollo sostenible en la totalidad de nuestras decisiones y procesos de negocio, para ello, será un reto para nosotros:

ASUMIR un planteamiento preventivo, responsable y proactivo que favorezca el medio ambiente;

DESARROLLAR iniciativas y prácticas para promover y difundir una mayor responsabilidad medio-ambiental;

INCENTIVAR el desarrollo y la difusión de tecnologías ambientales responsables

Sistemas

1.- Sistema de comunicación que permita la concienciación de todos los funcionarios para el uso racional de los servicios básicos de energía eléctrica y agua

Indicadores

1.- Reducción en el consumo de energía eléctrica y agua potable

2. Cantidad de horas de capacitación cuyo objetivo sea consolidar ese principio.

Actividades / Resultados

1.- Comunicación Interna a Funcionarios

Durante el año 2010, se ha remitido información de interés y de concienciación, en forma mensual a todos los funcionarios, se de la importancia del cuidado del medioambiente y el aporte de los mismos para lograr este objetivo.

³ Guía Práctica de Comunicación de progreso. del Pacto Mundial de las Naciones Unidas "Crear, transmitir y publicar una CoP". Pág. 32
www.unglobalcompact.org

⁴ Guía Práctica de Comunicación de progreso. del Pacto Mundial de las Naciones Unidas "Crear, transmitir y publicar una CoP". Pág. 36
www.unglobalcompact.org

La campaña es comunicada a través de: afiches, adhesivos y e-mailings con consejos fácilmente aplicables a la vida diaria, que son colocados en las instalaciones de Farmacenter, logrando un impacto positivo entre los funcionarios.

En el año 2010, se ha realizado 9 hs. de capacitación sobre "El cuidado al Medio Ambiente", desde nuestro ámbito de influencia.

2.- Reducción de costos en consumo de Agua potable y energía eléctrica

Lograr la obtención de la Calidad Total gracias a actividades básicas y de simple aplicación, que posibiliten cambios de comportamiento y de actitudes, creando así el desarrollo de un ambiente propicio para lograr optimizar el tiempo y los recursos.

Para ello, hemos realizado una comunicación intensa entre los funcionarios, logrando un impacto positivo entre los funcionarios. Con estas comunicaciones se ha logrado respuestas significativas para combatir el mal uso y abuso de los recursos naturales.

Ejemplos:

Apagar la luz para ahorrar energía

Cerrar bien la canilla

Pensar dos veces antes de imprimir un mail

Tirar residuos en los basureros

Durante el año 2010, hemos tenido una reducción del 1.6 % en los costos de consumo de agua potable y energía eléctrica en relación al año 2009

3.- Reciclado de Cartones y papeles

El arte de Reciclar

El objetivo principal de esta campaña es generar un uso cada vez más responsable sobre los recursos naturales, lo que tiene un impacto directo sobre la vida de todos. Con esta campaña, Farmacenter se suma a la iniciativa de contribuir a una mejor calidad de vida con sencillas acciones cotidianas.

En el año 2010, iniciamos con la elaboración de un Reglamento sobre Desechos de materiales descartables, incluyéndose así mismo en los ítems de controles internos realizados por Auditoría interna

Así mismo se ha eliminado la quema de documentos, reemplazando por la venta de los mismos para el reciclado. No se tienen aun registros de la cantidad de kilos vendidos en el año 2010



Anticorrupción

Formas que varían en grado desde el uso menor de la influencia hasta el soborno institucionalizado. La definición de corrupción de Transparencia Internacional es "el abuso del poder encomendado para el lucro privado". Esto puede incluir no solo ganancia financiera sino también ventajas no financieras. y la extorsión?

Las directivas de la OCDE para las multinacionales definen la extorsión de la siguiente manera: "Requerir sobornos es el acto de pedir o tentar a otro a cometer soborno. Se convierte en extorsión cuando esta exigencia está acompañada de amenazas que ponen en peligro la integridad personal o la vida de los actores privados involucrados". ... y el soborno?

Los Principios Empresariales para Combatir al Soborno de Transparencia Internacional (Business Principles for Countering Bribery) definen "soborno" de la siguiente manera: "Soborno: un ofrecimiento o recepción de cualquier regalo, préstamo, honorario, recompensa u otra ventaja para o proveniente de cualquier otra persona como una forma de inducir a que se haga algo que es deshonesto, ilegal o un quiebre en la confianza, en la conducta de los negocios de una empresa".

El Convenio contra la Corrupción (Convention against Corruption) de la ONU adopta la definición más amplia de corrupción, que se extiende más allá de las formas tradicionales de soborno y malversación tanto en el sector privado como en el público. Según los estándares mundiales, corrupción también significa el tráfico de influencias, el abuso del cargo, el enriquecimiento ilícito, la obstrucción de la justicia, el lavado y el ocultamiento de ganancias mal habidas⁵

Principio 10 : TRABAJAR contra la corrupción en todas sus formas, Incluyendo el soborno y la extorsión

Compromiso

La empresa asume el compromiso de elaborar un Código de Ética, que será aplicado a todos los accionistas, directores, gerentes y colaboradores de la organización, quienes en todo momento deben actuar considerando los principios éticos en sus acciones y en la toma de decisiones.

Sistemas

1. Un código de ética que nos permita cumplir con las normas y valores expresados en la misma
2. Un sistema de aplicación de sanciones conforme a lo establecido al Reglamento interno en consonancia con el código de ética

Indicadores

- 1.- Porcentaje de colaboradores capacitados en la internalización del código de ética.
- 2.- Porcentaje de colaboradores que han recibido sanciones conforme a lo establecido al Reglamento interno en consonancia con el código de ética

Actividades /Resultados

1. Código de Ética

Se ha iniciado los avances para la elaboración del Código de Ética con la finalidad de orientar las acciones del quehacer diario, teniendo como pilares fundamentales los valores éticos y morales, expresados, definidos y vividos en Farmacenter. Esta guía contempla actitudes y conductas que se espera tengan las personas que forman parte de la organización o que se encuentran vinculadas a ella a través de actividades laborales, comerciales o legislativas, como

⁵ Guía Práctica de Comunicación de progreso. del Pacto Mundial de las Naciones Unidas "Crear, transmitir y publicar una CoP". Pág. 38
www.unglobalcompact.org

ser clientes, proveedores, subcontratistas y el público de interés que se considere conveniente, con el propósito de darles a conocer los valores institucionalizados en la organización.

Este manual será aplicado a todos los accionistas, directores, gerentes y colaboradores de la organización, quienes en todo momento deben actuar considerando los principios éticos en sus acciones y en la toma de decisiones. La finalidad de su implementación y difusión es seguir proyectando una imagen positiva de la organización, que marque la diferencia en el mercado con sus competidores, además de contribuir al desarrollo de un país mejor y más justo.

La Gerencia de Recursos Humanos será responsable de la difusión del Código de Ética de Farmacenter entre todos los colaboradores, además de asegurar la correcta implementación del mismo.

Este Código pasará a ser parte del proceso de inducción del nuevo colaborador, de manera a asegurar su difusión e implementación.

Esta Gerencia deberá alentar a los colaboradores y a las partes interesadas a denunciar o reclamar los hechos y conductas de las personas que forman parte de la organización, que no estén acordes con los valores declarados en el Código de Ética.

Se realizarán auditorías externas e internas de manera a asegurar la sostenibilidad de este Código, en los plazos determinados por el Directorio.

La falta de cumplimiento a las normas y valores expresados en este Código de Ética, está sujeta a sanciones morales y en el caso que dichas faltas se encuentren relacionadas con las definidas previamente en el Reglamento Interno de Trabajo, serán aplicadas las sanciones establecidas conforme a dicho reglamento de la organización.

Durante el año 2010, se ha realizado 2(dos) encuentros entre los representantes de todas las Gerencias, Departamentos y sucursales, para iniciar el proceso de un trabajo conjunto y participativo de personas que representan todos los niveles de la organización, que directa o indirectamente se relacionan con sus públicos externos de interés y a quienes consideran como aliados para la consecución de los objetivos trazados por la organización.

2.-Sanciones disciplinarias a colaboradores conforme a lo establecido al Reglamento interno en consonancia con el código de ética

Es gracias a la disciplina que las personas pueden actuar determinadamente hasta lograr cumplir sus metas y objetivos. En el periodo reportado, se ha registrado solamente cinco casos, en el que fue necesaria aplicar sanciones disciplinarias, ante hechos que van en contra del correcto cumplimiento del código de ética