



# IV COMUNICACIÓN DE PROGRESO

FEBRERO 2015

**Farmacenter**

Te cuida



## Ficha técnica

Coordinación General: Gerencia de RSE.  
Coordinación Editorial: PROYECTARSE,  
Gabinete de Responsabilidad Social y  
Comunicación Organizacional.  
Diseño y Diagramación:  
Departamento de Marketing.

Asunción, Paraguay  
Febrero 2015

## Contenido

Declaración de apoyo al Pacto Global.	4
Estrategia y Análisis:	6
Declaración de impactos.	7
Riesgos.	8
Oportunidades clave.	8
Perfil de la empresa:	9
Datos institucionales.	10
Plantel ejecutivo.	11
Datos comerciales.	13
Mapa comercial.	14
Memoria.	15
Gobierno corporativo.	16
Organigrama de la empresa.	17
Declaraciones institucionales.	18
Gestión de los principios:	19
Derechos Humanos.	20
Inclusión Social	27
Derechos laborales.	37
Medio Ambiente.	46
Anticorrupción.	52
Reconocimientos.	54
Metas para el 2015	55



### **Declaración de apoyo al Pacto Global**

La Cadena Farmacenter S.A., como empresa comprometida con los Principios del Pacto Global, apuesta a la mejora continua de sus procesos de gestión comercial y social, buscando aportar al logro de los Objetivos de Desarrollo de Milenio, establecidos por las Naciones Unidas.

En ese sentido, las acciones emprendidas tienen como foco principal el cuidado de la salud y bienestar de las personas, alineados a los principios y ejes del Pacto Global con especial énfasis en la promoción de los derechos humanos y derechos laborales, impulsando también buenas prácticas ambientales y de anti-corrupción.

En esta cuarta Comunicación de Progreso ratificamos una vez más nuestro compromiso de seguir creando valor, con resultados beneficiosos para nuestro grupo de interés, en base a un modelo de gestión socialmente responsable.



Manifetamos nuestra firme convicción y disposición de orientar la gestión del equipo humano y material necesarios, para posibilitar avances significativos en cada uno de los 10 principios, y de esta manera seguir contribuyendo al cambio positivo de la sociedad.

La alta gerencia de la empresa es la principal promotora de esta forma de hacer negocios sostenible que nos mantendrá como referentes en el mercado farmacéutico, favoreciendo al desarrollo de nuestro público interno y externo, sin comprometer los recursos naturales.

El Paraguay necesita de más empresas y empresarios que apuesten a esta corriente para construir un país más justo y solidario. Es también nuestra intención promocionar la importancia de la responsabilidad social y ambiental en nuestra cadena de valor para que esto sea posible.

**Sra. Fátima Morales**  
Presidente FARMACENTER

# Estrategia y análisis



## Declaración de impactos

Los impactos del negocio farmacéutico están vinculados a tres cuestiones: (i) la automedicación, (ii) el acceso sin discriminación a medicamentos seguros, y, (iii) la transparencia informativa y comercial.

En línea con su intención de aportar a los principios del Pacto Global, estos impactos implicarían para Farmacenter profundizar en sus comunicaciones al consumidor/cliente los mensajes acerca de las consecuencias potenciales de la automedicación, pues ésta continúa siendo una práctica muy arraigada en la cultura local.

De igual forma, la situación de pobreza en la que viven más de dos millones de ciudadanos paraguayos (según datos de la Secretaría Técnica de Planificación) los excluye de la posibilidad de acceder a medicamentos seguros y de calidad. Hasta la fecha se continúan descubriendo laboratorios clandestinos<sup>1</sup> que comercializan medicamentos (de venta libre e incluso antibióticos), que carecen de las mencionadas garantías.

Tal situación, representa para Farmacenter un desafío permanente, tanto de control respecto al origen como de las certificaciones del proveedor.

Finalmente, respecto al tercer impacto, la información que disponen muchos medicamentos y artículos de uso estético, cosmético y/o de higiene personal - ofrecidos en las farmacias - es insuficiente, no contienen datos de atención al consumidor e incluso está en otro idioma, diferente al español, lo cual dificulta su comprensión.

Este impacto implica para Farmacenter la implementación de acciones informativas que complementen las comunicaciones comerciales (publicitarias y de promociones) de los laboratorios y otros proveedores, de tal forma de realizar una venta informada.

---

<sup>1</sup> Fuente: Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social.

## IV COMUNICACIÓN DE PROGRESO

### Riesgos

Tratándose de productos y artículos para la salud, los impactos antes mencionados inciden directamente en la calidad del acceso a este derecho humano universal, poniendo en riesgo la propia rentabilidad y sostenibilidad del negocio farmacéutico.

Productos con información insuficiente o promociones con beneficios irreales se traducen en pérdida de credibilidad para la empresa que los comercializa, lo que ocasiona la pérdida del cliente y, gradualmente, de porción de mercado.

Este es un riesgo determinante en tiempos en que al menos dos puestos de farmacias se encuentran cada 100 metros y que el fenómeno de las cadenas de farmacias se ha instalado.

### Oportunidades

La detección y atención temprana de los impactos y riesgos mencionados constituyen para Farmacenter un ejercicio que le permitirá mantener su porción de mercado, e incluso aumentarlo.

Las oportunidades que brindan la formación continua de los colaboradores, la orientación de las comunicaciones comerciales con mensajes y las opciones de venta que promuevan el respeto al consumidor y su acceso a productos que no pongan en riesgo su salud, pueden marcar la diferencia en la gestión de Farmacenter respecto a sus pares.

Definitivamente, influir positivamente en la cultura, cuidar el bienestar de los consumidores y comunicar las buenas prácticas son, junto con la buena atención al cliente y los buenos precios, factores clave que posibilitarán obtener resultados tangibles para cada uno de los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas y para la sustentabilidad de la empresa.





# Farmacenter



## Perfil de la Empresa

### Datos institucionales



**Nombre de la Organización:** CADENA FARMACENTER S.A.



**Foco del negocio:** Comercialización de productos farmacéuticos, cosméticos y de higiene personal.



**Estructura de operación:** Farmacenter cuenta con una sede central, donde funcionan las oficinas administrativas y el depósito. Además, 57 sucursales distribuidas en la capital (23), ciudades del área metropolitana (19) y del interior del país (15), con las cuales se logra tener presencia a nivel nacional.



**Ubicación de la oficina central:** Avda. Defensores Del Chaco 1061 c/ Andrés Barbero. Fernando De la Mora, Departamento Central, Paraguay.



**Número de países donde opera:** Uno, Paraguay.



**Tipo de titularidad y forma legal:** La Cadena Farmacenter es una Sociedad Anónima, propiedad de Fátima Morales e hijos, dirigida por una gerencia gerencial y un equipo de 8 gerentes de área.



**Mercados donde opera:** Asunción, Capital del país, y 6 Departamentos de Paraguay (Alto Paraná, Caaguazú, Cordillera, Itapúa, Guairá y Central).

## Plantel ejecutivo

El equipo de trabajo de la empresa está conformado por 887 colaboradores (660 mujeres y 227 varones). La ocupación de los cargos gerenciales, al igual que los operativos y administrativos, muestra una preeminencia de las mujeres (74%).

Al respecto, cabe destacar que en la empresa las oportunidades de trabajo se dan en igualdad de condiciones, teniendo como principal requisito la idoneidad y la experiencia para ocupar un cargo. Es probable que la diferencia porcentual este dada por el hecho de que la labor farmacéutica está aún más vinculada al sector femenino, aunque la oferta de formación académica en el área está creciendo, lo que probablemente favorecerá el equilibrio entre ambos sexos.

### Nómina Gerencial y Técnica

Gerente General	Héctor González
Gerente Administrativo Financiero	Avelino Domínguez
Gerente Comercial	Ignacio Maciel
Gerente de Informática y Tecnología	Juanita Gimenez
Gerente Sucursales del Interior	Eduardo Brugada
Gerente D.O. y Personas	Gladys Paiva de Báez
Gerente Data Mining	Carlos Mora
Gerente Sucursales	Ninfa Colmán
Gerente de RSE	Paula Velilla
Gerente de Marketing y Call Center	Larissa Spinzi
Sub Gerente Administrativo	Liliana Alcaraz
Sub Gerente Sucursales	Leticia Ropond



## Al cierre del año, algunos reportes de la Gerencia de Personas son:

Indicador	Año 2013	Año 2014
Personal sin concluir al menos el 9º grado	0%	0%
Responsables de sucursal son Idóneos en Farmacia	21	21
Responsables de sucursal son Químicos Farmacéuticos	12	12
Formación de Colaboradores:		
Empleados	249	277
Estudiantes	232	252
Otras profesiones	18	21
Químicos Farmacéuticos	26	29
Técnicos en Farmacias	294	308
Personal menor de 40 años	673	735
Personal mayor de 40 años	146	153
Nivel de rotación	1.9%	1.4%

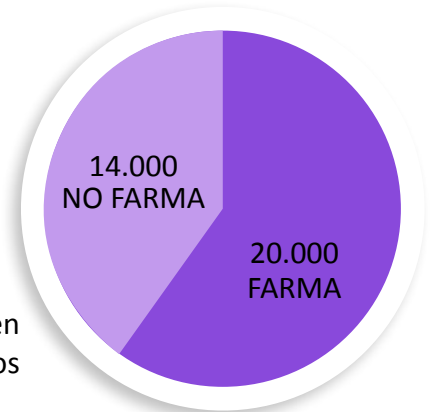


## Datos comerciales

### PRODUCTOS

En el Área Farma tenemos aproximadamente 20.000 artículos, que incluyen medicamentos nacionales, medicamentos importados, insumos hospitalarios, equipos médicos, etc.

En el Área No Farma tenemos aproximadamente 14.000 artículos que incluyen, artículos de perfumería, cosmética, dermo cosmética, higiene personal y regalos.



### SERVICIOS

 24 horas	Atención 24 horas.	 Primeros auxilios	Primeros auxilios básicos.
 Autofarma	Autofarma.	 Área de aplicaciones	Aplicación de inyecciones.
 Entregas a domicilio	Entrega a domicilio.	 Toma de presión	Toma de presión arterial y temperatura.
 Call Center	Call Center.	 Cobro de servicios	Cobro de servicios.

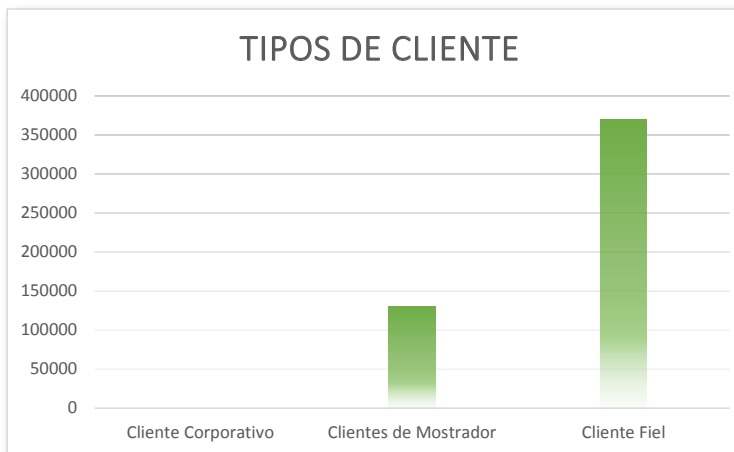
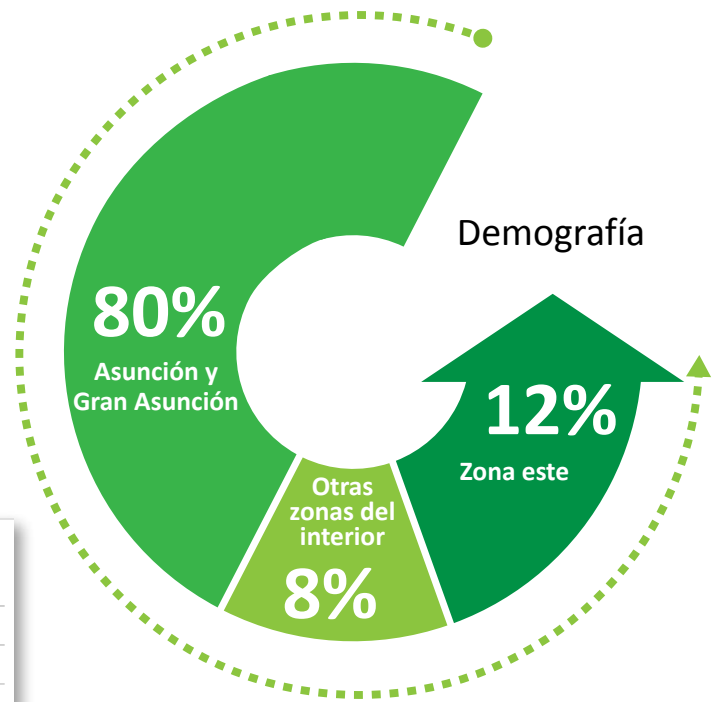


# Mapa comercial

Cliente Fiel es un programa de acumulación de puntos (vigente desde el año 2008), a través del cual se otorgan beneficios a los clientes, que incluyen descuentos en las compras y premios por puntos acumulados, como: termos, conservadoras, reposeras, hieleras, etc.

Con 370.000 clientes registrados como Clientes Fieles y 130.000 clientes de mostrador, llegamos a una totalidad de 500.000 clientes.

El 80% de las ventas se realiza en la zona de Asunción y Gran Asunción, el 12% en la zona del este del país y el 8% en otras zonas del Interior.



## Memoria

**Periodo de información:**

Enero a Diciembre de 2014.

**Fecha de la Memoria anterior:**

Noviembre 2013.

**Ciclo de elaboración de Memorias:**

Anual.

**Proceso para definir el contenido de la Memoria:**

Consulta a los referentes de cada área y solicitud de provisión de información, con base en la estructura definida por el Pacto Global para la elaboración de las COP. Luego, la edición fue realizada con asesoramiento externo y validada por la gerencia de RSE.

**Límite de la Memoria:**

31 de Diciembre de 2014.

**Información de Contacto:**

Paula Velilla, Gerente de RSE

Telefono: (595 21) 521-333

E-mail: pvelilla@farmacenter.com.py

www.farmacenter.com.py

Avda. Defensores Del Chaco 1061 c/ Andrés Barbero

Fernando de la Mora, Paraguay

# Gobierno Corporativo

## MECANISMO DE DIÁLOGO CON LA ALTA GERENCIA

La estructura de la empresa, si bien es jerárquica, no impide que los colaboradores puedan dialogar con miembros superiores de las distintas áreas para plantear consultas o recomendaciones. Igual situación ocurre con la alta gerencia, la cual practica la política de puertas abiertas.



## COMITÉS AUXILIARES

La gestión de la alta gerencia de Farmacenter cuenta con el soporte auxiliar de Asesores en materia legal y de auditoría, de forma permanente. Los comités tienen carácter ad/oc, es decir, se conforman a medida de las necesidades, pero no forman parte de la estructura funcional. Asimismo, se contrata puntualmente a asesores y consultores por temas específicos.

## CÓDIGO DE ÉTICA

Farmacenter dispone de un Código de Ética, elaborado conforme a las directrices del Pacto Ético Comercial (PEC), en el cual están contenidas las directrices del vínculo y el comportamiento empresarial con cada uno de los grupos de interés. Su contenido es revisado de forma periódica, con la intención de mantenerlo adecuado a los requerimientos de la empresa y la sociedad.





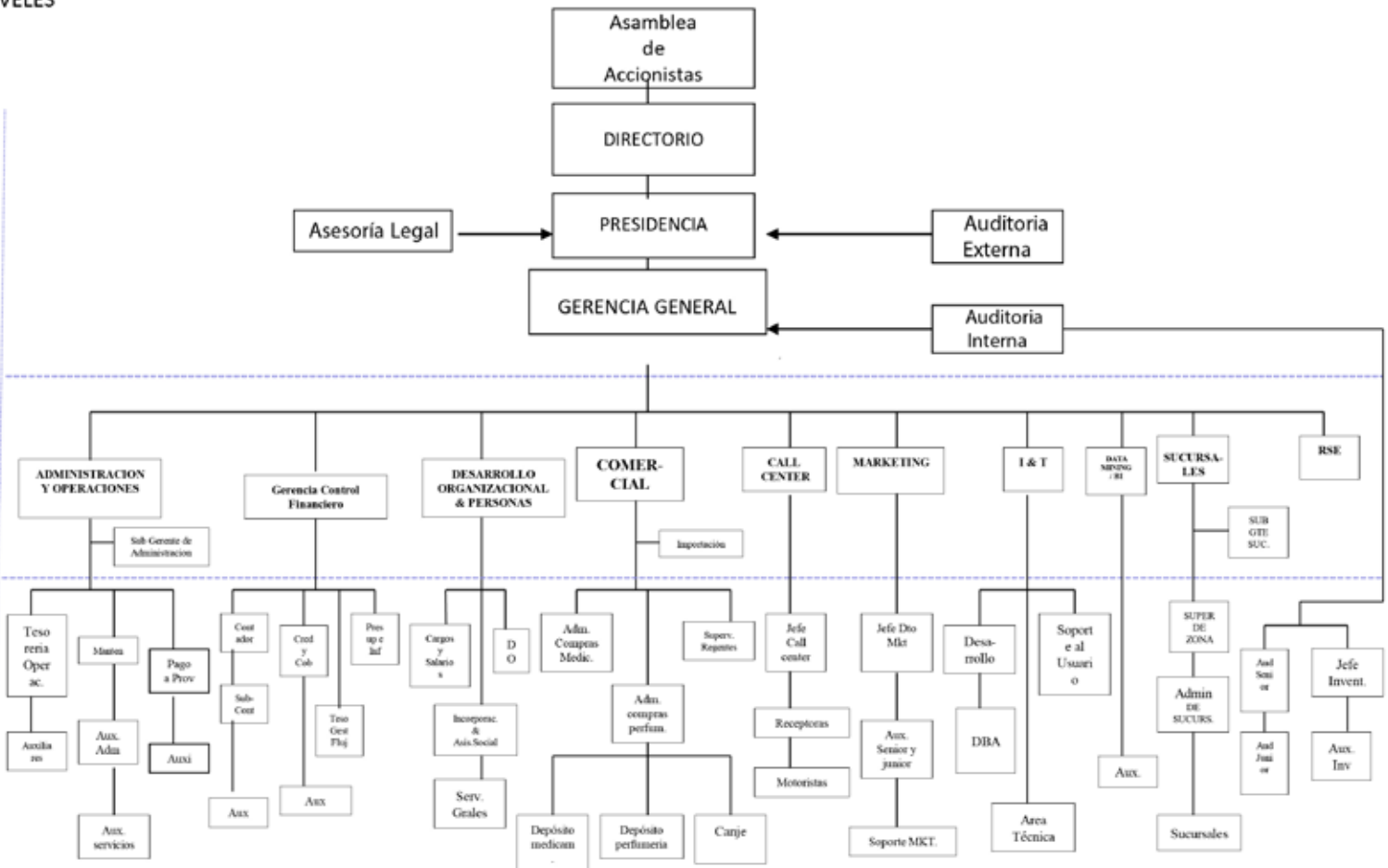
# Organigrama Funcional

NIVELES

ORGANO DIRECTIVO

ORGANO EJECUTIVO

ORGANO OPERATIVO



## Declaraciones Institucionales

Fundada en el año 1983, Farmacenter inició sus actividades con el criterio de ofrecer más que solo productos farmacéuticos. Se propuso brindar una atención preferencial, información y variedad, de tal forma que el Cliente se sienta satisfecho y seguro con su compra.

## 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, orientada 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 existentes con la finalidad de lograr la sostenibilidad financiera de sus accionistas y colaboradores.



# Farmacenter



## Gestión de los principios

Descripción de acciones practicadas entre ENERO y DICIEMBRE de 2014. En esta Cuarta Comunicación de Progreso, son compartidos los avances de los proyectos que se mantuvieron en curso desde el 2013, y presentadas las nuevas iniciativas del año.



# Derechos Humanos

## **Principio 1**

Las Empresas deben apoyar y respetar la protección de los derechos humanos fundamentales reconocidos universalmente, dentro de su ámbito de influencia.

## **Principio 2**

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



En línea con el ADN del negocio, Farmacenter se enfoca al cuidado de la salud y bienestar de las personas, seleccionando sobre esta base las distintas acciones a ser emprendidas, en cumplimiento con la legislación nacional y convenciones internacionales.

En tal sentido, el Código de Ética de la empresa cuenta con especificaciones concretas de respeto a los derechos humanos, así como a la promoción de los mismos entre sus grupos de interés. Al respecto, se destacan aquellos vinculados a los colaboradores:

Respetamos las individualidades de cada trabajador.

Fomentamos la igualdad a través de la no discriminación.

Otorgamos capacitación a los colaboradores.

Desarrollamos actividades sociales, en las cuales participan los trabajadores y sus familias.

Estos compromisos son llevados a la práctica por medio de programas y proyectos, que forman parte del plan operativo de las distintas áreas y del presupuesto anual de la empresa. Seguidamente, se presenta una síntesis de las principales acciones y resultados del año 2014.



## Inauguración de la Sala de Lactancia

En coordinación con el Plan Nacional de desarrollo de la Primera Infancia y el Programa de contra la Mortalidad Infantil y Neonatal “Cero Muertes Evitables” y el Programa Nacional de Lactancia, Farmacenter emprendió una serie de acciones entre las que se encuentra la apertura de la Primera Sala de Lactancia para colaboradores de la Cadena. La iniciativa contó con el asesoramiento técnico del Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social y el Fondo de la Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF).

Este espacio fue especialmente ambientado para las colaboradoras de la Cadena en la sede administrativa de Farmacenter (Leon Fragnoud 790 c/ Pacheco, Asunción), donde se realizó una charla informativa para las madres de la Cadena.

## Apoyo a la Semana Mundial de la Lactancia Materna

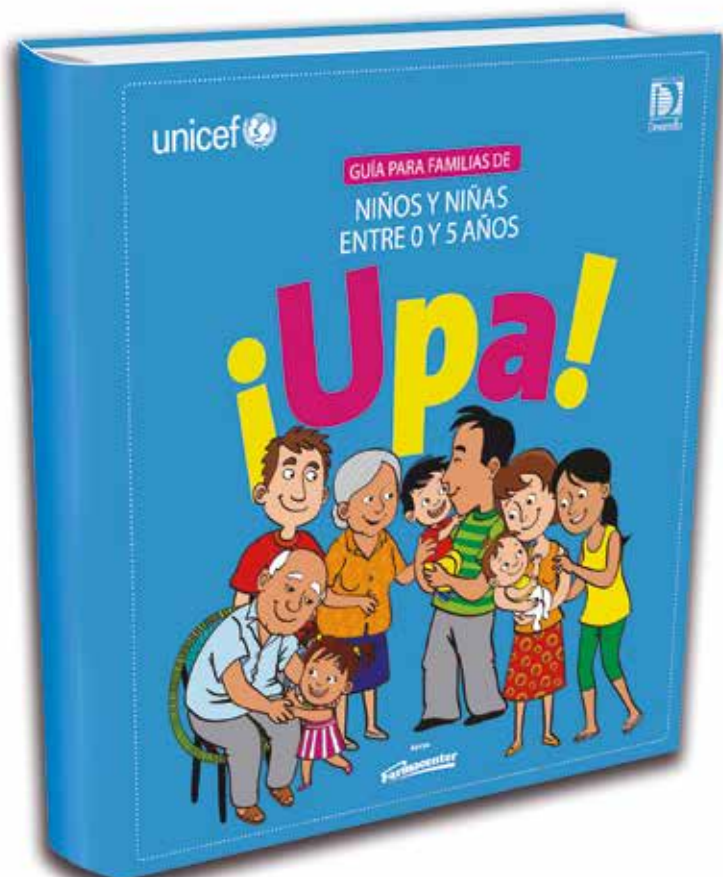
En alianza con el Ministerio de Salud y Bienestar Social, participamos y apoyamos la Semana Mundial de la Lactancia Materna, a través de la difusión de mensajes de concienciación y la entrega de materiales que posibilitaron la realización del evento tales como conservadoras para almacenar la leche materna y remeras con leyendas alusivas al evento dirigido a todas las madres del territorio nacional.



### Guia de Primera Infancia

En coordinación con el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia, Farmacenter presentó la Guia de Primera Infancia UPA.

Este material contiene información sobre los cuidados de la madre y el niño desde el embarazo. Más de 8.000 ejemplares fueron distribuidos a organizaciones gubernamentales y no gubernamentales, así como también a clientes y colaboradores de Farmacenter.





## Apoyo al proyecto Kunu´u

Kunu´u se denomina el proyecto liderado por el Ministerio de Salud Pública y Bienestar Social (MSPyBS), con el apoyo de UNICEF, la OPS/OMS y el sector privado. El mismo busca disminuir la mortalidad materna y neonatal.

La Cadena Farmacenter contribuyó con la impresión de instructivos para cada uno de los kits, además de las Guías UPA (UNICEF-FARMACENTER) que servirán de material informativo para las madres beneficiarias.

El proyecto Kunu´u incluyó un Kit, consistente en una cuna con los elementos indispensables para los bebés recién nacidos (hasta los 6 meses), como estímulo para que las madres cumplan con los requisitos de control pre y post natal, establecidos por el MSPyBS, que incluyen la inscripción de su bebé en el Registro Civil de las Personas.

El kit fue entregado a las madres beneficiarias del programa Tekoporá (implementado por la Secretaría de Acción Social), en los distritos seleccionados de los departamentos de Alto Paraná y Canindeyú.



## IV COMUNICACIÓN DE PROGRESO

### Kit Escolar

Desde el año 2009, Farmacenter entrega kits escolares a los hijos de los colaboradores, como una forma concreta de fomentar la educación y de apoyar a los padres con esta tarea que representa un costo significativo al inicio de cada ciclo académico.



### Aporte a la comunidad

De forma externa, Farmacenter también estableció en su Código de Ética las líneas de acción con la comunidad, manifestando que brindará asistencia a instituciones educativas, fundaciones y hogares de albergue, en actividades como: atenciones médicas gratuitas, campañas de vacunación, distribución de medicamentos, kit escolares, otorgamiento de becas escolares, merienda escolar y campañas solidarias, entre otras actividades que pudieran surgir.

Algunas alianzas destacadas de este año son apoyos a las Aldeas SOS, Operación Sonrisa, Fundación Dequení, Campaña Juntos Podemos Salvar Millones de Vidas, Auspicios y Promociones, Becas de estudio de inglés, entre otras que detallamos en este apartado.





**INCLUSIÓN SOCIAL**

Una sociedad inclusiva todavía es una tarea en proceso de construcción en el Paraguay. Las personas con discapacidad aún encuentran muchas limitaciones a sus oportunidades de desarrollo y participación social.

Consciente de tal necesidad, Farmacenter -en alianza con distintas organizaciones y fundaciones- promueve activamente esta temática a través de diferentes medios y estrategias, como son la difusión de mensajes a los colaboradores sobre la importancia de la atención prioritaria de adultos mayores, embarazadas y personas con discapacidad; la colocación de carteles preferenciales en las sucursales y estacionamientos. Además, se iniciaron las obras para la accesibilidad en el ingreso a las sucursales a través de un plan de implementación de rampas en las distintas sucursales e incorporando la política de accesibilidad para las futuras obras edilicias.



## Farmacenter, la farmacia de Teletón.

Más allá del apoyo económico brindado a la Fundación Teletón, como patrocinador del evento, Farmacenter ha desarrollado una campaña donde invitó a todos sus clientes a formar parte del mayor evento de recaudación para la rehabilitación de las Personas con Discapacidad.

El día de la maratón se entregaron 3 cheques cuyos montos correspondían a las distintas actividades realizadas. El importe recaudado a través de la campaña "Compartí la fuerza de tu corazón por Teletón", dirigida a los Clientes Fieles, fue de Gs. 36.363.693; el aporte voluntario realizado por los colaboradores de la Cadena ascendió a Gs. 35.000.000 y la donación realizada por la empresa fue de Gs. 245.000.000.



#### IV COMUNICACIÓN DE PROGRESO

Igualmente dispuso todos los puntos de venta para la recaudación, conjuntamente con Banco ITAU, a través de sus alcancías y el sistema Netel. Internamente también realizó una campaña de recaudación con todos los colaboradores, involucrándolos de esta manera en lo que significa el trabajo de la Fundación Teletón y duplicando el monto de lo recaudado.

Como innovación de esta alianza de 8 años con la Fundación, este año también los clientes fieles de Farmacenter presentaron su aporte gracias a una campaña de venta de Hoppies, donados por la Cadena, cuyo monto total recaudado se destinó a Teletón como aporte de todos los clientes.

El voluntariado corporativo es otro componente clave en el vínculo con la organización. Este año, por medio del programa OGA, voluntarios de Farmacenter y un equipo de profesionales de Teletón, realizaron adecuaciones de accesibilidad en las casas de usuarios del Centro de Rehabilitación (principalmente rampas de cemento para sillas de ruedas, barras de apoyo para el baño y sillas para baño).

Apoyo a otras organizaciones que trabajan en temas de inclusión: Farmacenter impulsa el trabajo de otras organizaciones como la Fundación Solidaridad, DENIDE, Fundación SARAQUI y APAMAP, a través del auspicio de sus eventos, publicaciones, donaciones, etc. Inclusión laboral, organizada por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).





## Apoyo a las “Aldeas SOS”

Esta es una organización social privada que, desde 1970, se dedica al cuidado a largo plazo de niños y niñas huérfanos y abandonados.

Las cinco Aldeas SOS que funcionan en el país, situadas en las ciudades de Hohenau, Asunción, San Ignacio, Luque y Belén, proporcionan calor de hogar a más de 700 niños y niñas. Las mismas se mantienen mediante el aporte voluntario de empresas y personas particulares.

Este año, Farmacenter apoyó con la entrega de pañales y medicamentos, provistos conforme un listado proporcionado por la organización gracias a la colaboración de sus proveedores.



Aldeas Infantiles SOS

## Operación Sonrisa

Este emprendimiento de la empresa Colgate y Palmolive, es apoyado desde sus inicios por Farmacenter. La misma tiene como objetivo principal recaudar fondos para cirugías reconstructivas a niños de escasos recursos con problemas de labio leporino y/o paladar hendido.

Operación  Sonrisa  
Paraguay  
Cambiando vidas una Sonrisa a la vez





## Día de la Banderita

Este año, la Cadena Farmacenter habilitó todas sus sucursales para apoyar a la Cruz Roja Paraguaya en su jornada nacional de recaudación de fondos, los cuales son destinados a la prestación de servicios de salud para personas de escasos recursos.

Los Clientes y la ciudadanía en general pudieron depositar sus aportes en las alcancías que estuvieron disponibles en todas las sucursales.

## Solidaridad con los damnificados por la crecida del Río

Sensibles a esta problemática que sacudió a varias ciudades del Paraguay, Farmacenter se hizo presente por medio de las siguientes actividades propias y en alianza con terceros:

Colecta interna de víveres y abrigos entre los colaboradores. La misma fue entregada a la Secretaría de Emergencia Nacional (SEN), para su distribución entre las familias más afectadas. Por su parte, el Directorio de la empresa se encargó de la contratación de estibadores que llevaron los insumos a las zonas más críticas.

Asistencia Médica. Se brindó apoyo a la Jornada Solidaria, organizada por el Comité Olímpico Paraguayo en el Bañado Norte, prestando asistencia médica, y entregando medicamentos recetados por los profesionales. Los proveedores y colaboradores voluntarios de la empresa posibilitaron la realización de esta actividad.

Entrega de Medicamentos. Farmacenter se adhirió a la iniciativa de Plan Paraguay a beneficio de los damnificados por la crecida, realizando la entrega de medicamentos donados por Laboratorios LASCA.



## IV COMUNICACIÓN DE PROGRESO

### Seguridad Vial.

“Juntos podemos salvar millones de vidas” se denomina la campaña de Seguridad Vial, promovida por el Touring y Automóvil Club Paraguayo (TACPy), que convoca a empresas de todo el país a unirse a esta causa.

Actualmente los accidentes de tránsito se han vuelto un problema de salud pública, enlutando o dejando lisiadas a miles de familias paraguayas. “De todas las muertes violentas, desde el 2006, los siniestros viales son la primera causa en nuestro país, a lo que le siguen los suicidios y posteriormente los homicidios” .

Ante este panorama y con el objetivo de cuidar la salud y bienestar de las personas, Farmacenter se adhiere a la campaña, a través de la difusión de mensajes de seguridad vial, la socialización de buenas prácticas con empresas asociadas y apoyando actividades como el II Taller de Seguridad Vial y RSE desarrollado por el Touring Y Automóvil Club Paraguayo.



## Auspicios y Promociones.

La Cadena Farmacenter apoya acciones comerciales dirigidas al fomento del bienestar físico y mental de las personas. Es así que apoyo durante el año distintas corridas como: las corridas de MC DONALDS; ABC Color, por su aniversario; Brasil Sur, la de Banco ITAÚ, realizada en la ciudad de Encarnación y la del Colegio Americano (ASA) incluyendo su intercolegial. Este apoyo consistió en auspicios, publicidad y la presencia del Puestos de Asistencia, acondicionado especialmente para brindar servicios gratuitos de primeros auxilios básicos.

Así mismo algunas fechas, en materia de salud pública, que promocionó fueron: el Día Mundial del Corazón y el Día Mundial de la Salud Mental, entre otros con la instalación del Puesto de Asistencia ofreciendo varios servicios de atención gratuita como toma de presión, test de diabetes, etc. y brindando información de interés sobre estos temas.

Cabe resaltar el apoyo de nuestros proveedores para la prestación de estos servicios.

Durante el 2014 varias organizaciones han sido beneficiadas con la entrega de botiquines de primeros auxilios. Algunas de ellas fueron compañías de bomberos voluntarios de las distintas zonas de las sucursales de la Cadena, entidades educativas como: la escuela Fulgencio R. Moreno, la escuela San José Obrero de Capiatá, la Federación de Fútbol de Salón de San Bernardino, entre otros.



# IV COMUNICACIÓN DE PROGRESO

## Becas para estudio de Inglés

En alianza con la Fundación AMCHAM, la Embajada de Estados Unidos y empresas privadas, entre ellas Farmacenter, se otorgan premios a estudiantes de los últimos años de la Educación Escolar Básica, Educación Media y Universitarios, con becas para realizar estudios completos de inglés en el Centro Cultural Paraguayo Americano (CCPA).



Representantes de Farmacenter participaron de la selección de los ganadores, quienes además de sus calificaciones, fueron seleccionados por la motivación, habilidades y desenvolvimiento demostrados en las entrevistas personales. En el 2014 fueron entregadas 123 becas.

## 8 años con la Fundación DEQUENÍ

Casi una década de alianza con la Fundación DEQUENÍ, han profundizado los lazos con esta organización que promueve el cuidado de la salud, calidad de vida y educación de niños y jóvenes de escasos recursos del país.

Algunas de las actividades en las que participó este año Farmacenter son: Noche del Pan y el Vino, campaña “Cargando las mochilas”, Corrida por la Educación, Gala de Gratitud, campaña de Padrinazgo, venta de Combos para Mc Día Feliz y campaña de Tarjetas Navideñas.

Donación de espacios publicitarios en medios escritos.

ACTIVIDAD / PRODUCTO	TIPO DE PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	VALOR	FECHA	ESTADO
Paraguay 2014	Actividad	Programa de estudio de Inglés... (descripción detallada)	100.000.000	2014	Completado
Paraguay 2015	Actividad	Programa de estudio de Inglés... (descripción detallada)	100.000.000	2015	Completado
Paraguay 2016	Actividad	Programa de estudio de Inglés... (descripción detallada)	100.000.000	2016	Completado
Paraguay 2017	Actividad	Programa de estudio de Inglés... (descripción detallada)	100.000.000	2017	Completado
Paraguay 2018	Actividad	Programa de estudio de Inglés... (descripción detallada)	100.000.000	2018	Completado
Paraguay 2019	Actividad	Programa de estudio de Inglés... (descripción detallada)	100.000.000	2019	Completado
Paraguay 2020	Actividad	Programa de estudio de Inglés... (descripción detallada)	100.000.000	2020	Completado
Paraguay 2021	Actividad	Programa de estudio de Inglés... (descripción detallada)	100.000.000	2021	Completado
Paraguay 2022	Actividad	Programa de estudio de Inglés... (descripción detallada)	100.000.000	2022	Completado
Paraguay 2023	Actividad	Programa de estudio de Inglés... (descripción detallada)	100.000.000	2023	Completado
Paraguay 2024	Actividad	Programa de estudio de Inglés... (descripción detallada)	100.000.000	2024	Completado

ACTIVIDAD / PRODUCTO	TIPO DE PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	VALOR	FECHA	ESTADO
Paraguay 2014	Actividad	Programa de estudio de Inglés... (descripción detallada)	100.000.000	2014	Completado
Paraguay 2015	Actividad	Programa de estudio de Inglés... (descripción detallada)	100.000.000	2015	Completado
Paraguay 2016	Actividad	Programa de estudio de Inglés... (descripción detallada)	100.000.000	2016	Completado
Paraguay 2017	Actividad	Programa de estudio de Inglés... (descripción detallada)	100.000.000	2017	Completado
Paraguay 2018	Actividad	Programa de estudio de Inglés... (descripción detallada)	100.000.000	2018	Completado
Paraguay 2019	Actividad	Programa de estudio de Inglés... (descripción detallada)	100.000.000	2019	Completado
Paraguay 2020	Actividad	Programa de estudio de Inglés... (descripción detallada)	100.000.000	2020	Completado
Paraguay 2021	Actividad	Programa de estudio de Inglés... (descripción detallada)	100.000.000	2021	Completado
Paraguay 2022	Actividad	Programa de estudio de Inglés... (descripción detallada)	100.000.000	2022	Completado
Paraguay 2023	Actividad	Programa de estudio de Inglés... (descripción detallada)	100.000.000	2023	Completado
Paraguay 2024	Actividad	Programa de estudio de Inglés... (descripción detallada)	100.000.000	2024	Completado



# Derechos Laborales

## Principio 3

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

## Principio 4

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

## Principio 5

Las empresas deben apoyar la erradicación del trabajo infantil.

## Principio 6

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

## IV COMUNICACIÓN DE PROGRESO

El Código Laboral Paraguayo es la base legal por la que se rige la Cadena Farmacenter, al tiempo de revisar de forma periódica otras normativas provenientes de entes internacionales como la OIT (Organización Internacional del Trabajo) y de principios de buenas prácticas, como los del Pacto Global. Estos son vistos como una oportunidad para la mejora de la gestión empresarial y de la calidad del trabajo ofrecido.

Institucionalmente, el Código de Ética orienta el proceder de todos los miembros de la empresa y desde estos con los distintos grupos de interés.

En particular, declara: “Nos preocupamos por mejorar las condiciones de trabajo de los colaboradores más allá de las exigencias legales”.

Para dar forma a este compromiso, establece Políticas específicas, tales como:

Política de Recursos Humanos (2012), que fija la manera del cómo y los medios con los la empresa aspira a trabajar con las personas para alcanzar los objetivos organizacionales y que los trabajadores alcancen sus objetivos individuales.

Política de Becas de Estudio (2010), que sienta los criterios básicos, las condiciones y el procedimiento para el otorgamiento de becas para la capacitación, actualización y perfeccionamiento profesional a colaboradores.

Políticas para el Acompañamiento en caso de fallecimiento del colaborador y/o su familiar (2008), que explicita las acciones fundamentales que deberán realizarse en estos casos.



## A continuación, se comparten las acciones del 2014

### Oportunidades Laborales para los Jóvenes

El bono demográfico que está teniendo el Paraguay, con más de personas menores de 30 años, demanda del sector privado la generación de oportunidades laborales que conviertan a los jóvenes en una población económicamente activa. Sólo el gobierno es insuficiente para crear fuentes de trabajo, además de tener una superpoblación de servidores públicos en prácticamente todos los entes estatales.

En tal sentido, Farmacenter asume este desafío incentivando el ingreso de jóvenes al mundo laboral. En el año ofreció oportunidades de trabajo, que fueron difundidas y promocionadas en espacios como la Expo Empleo, organizada por las Municipalidades de Fernando de la Mora y Asunción.



### Fomento del Emprendedurismo

En línea con lo anterior, la empresa también fomenta y apoya el emprendedurismo y desarrollo juvenil. En este caso, a través del apoyo al programa de pasantía laboral Junior Achievetmen de la Fundación Paraguaya. Esta iniciativa posibilita la creación de microempresas ya en la etapa de la educación media, acercando a los estudiantes a su primera experiencia empresarial. Farmacenter abrió las puertas de su oficina administrativa para recibir a jóvenes estudiantes del bachillerato a que tengan una experiencia laboral bajo el asesoramiento de profesionales de la empresa.

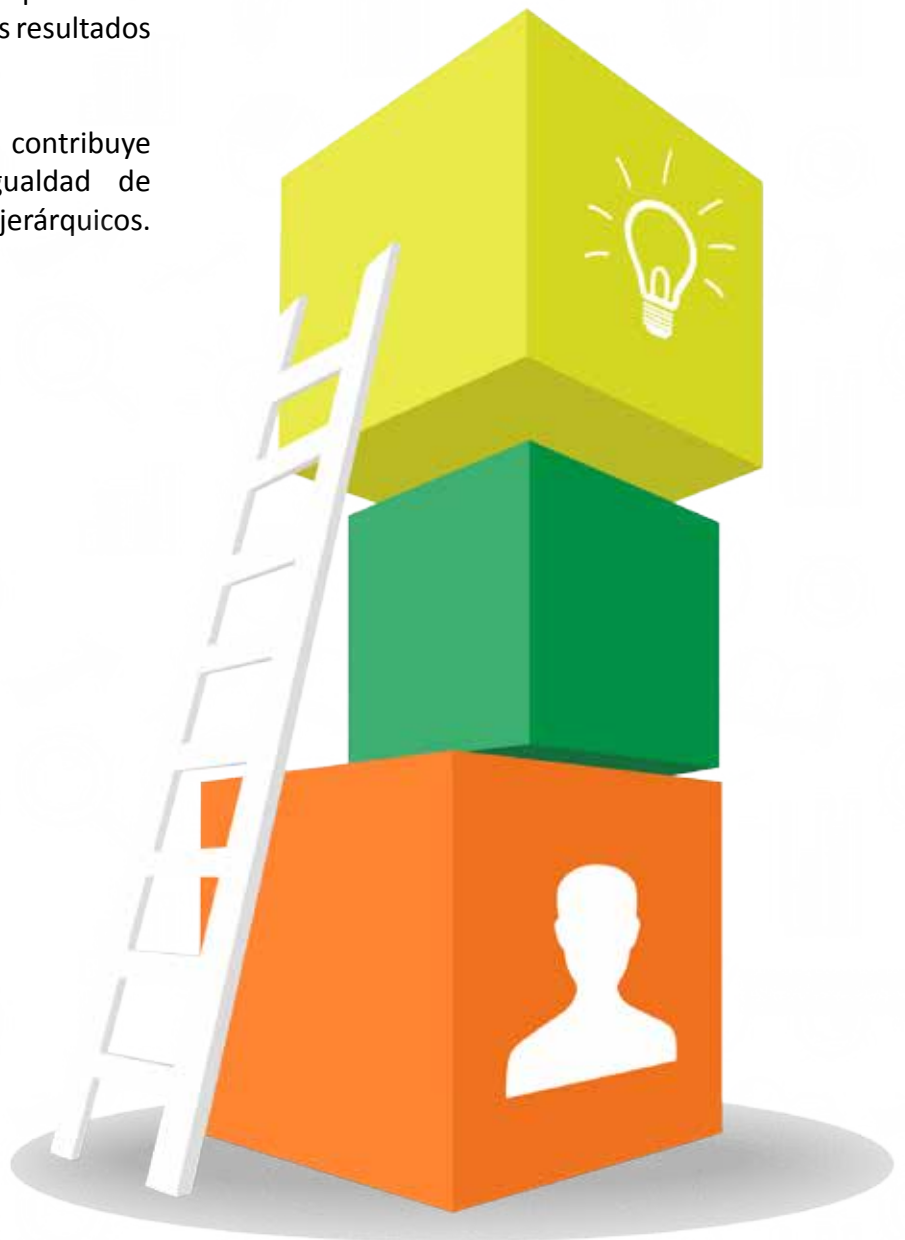


### Desarrollo de Colaboradores

A lo largo del año, los colaboradores de las distintas sedes de la Cadena Farmacenter acceden a capacitaciones y entrenamientos que les ayudan a desarrollar y fortalecer sus conocimientos y habilidades personales y profesionales.

La Gerencia de Personas y Desarrollo Organizacional elabora anualmente un Plan de Capacitación, en el cual se determinan las áreas de formación que serán atendidas. De igual forma define el presupuesto de base y los indicadores de medición de los resultados esperados.

La disposición de la Política de Becas contribuye al acceso a capacitaciones, en igualdad de oportunidades para los distintos niveles jerárquicos.





### Integración y Recreación

El buen ambiente laboral está determinado en buena parte por el grado de integración que exista entre los miembros de una empresa. Para fomentar esto, anualmente en Farmacenter son recordados y celebrados los siguientes días especiales:

#### Día del trabajador

La actividad del 2014 incluyó, además del tradicional almuerzo, torneos de fútbol y vóley, y un concurso de talentos. Asistieron 800 personas, entre colaboradores y sus familias. Se entregaron varios obsequios a los presentes.

#### Día del niño

La invitación fue dirigida a todos los hijos e hijas de los colaboradores, junto con sus padres, por lo que el encuentro ya se denomina “Día de la Familia”. En esta oportunidad fueron agasajados los más chiquitos de la casa con juegos, obsequios, golosinas y diferentes actividades de recreación y esparcimiento.

#### Fiesta de fin de año

Esta actividad ya es un evento tradicional, muy esperado por todos. Este año 640 colaboradores, provenientes de las distintas sucursales del país. En la oportunidad los directivos de la empresa aprovecharon el espacio para agradecer el compromiso de los colaboradores y comentar los logros del año y los próximos desafíos. Se entregaron varios obsequios a los presentes.



## IV COMUNICACIÓN DE PROGRESO

### Promoción de la Calidad de Vida

Este programa se realizó como parte de las actividades previstas en el Plan de Responsabilidad Social 2014.

Se tuvieron como objetivos:

- Mejorar la calidad de vida y fomentar hábitos saludables.
- Ayudar a lograr un equilibrio laboral y familiar.

Fue desarrollando mediante la alianza “Farmacenter – Laboratorio Garden House”.

El programa conto con el apoyo de la Licenciada en Nutrición Claudia Ayala, perteneciente al staff de profesionales Garden House, quien se aboco en el desarrollo del programa nutricional, evaluación y seguimiento de los participantes.

Datos Relevantes:

La inscripción fue abierta para todos los funcionarios de la Cadena, que tuvieran el deseo de ganar o perder peso, con el único fin de Mejorar su Calidad de vida.

Se logró contar con la inscripción de 90 participantes, de los cuales 37 llegaron hasta la consulta final y 13 participantes a su meta nutricional establecida al inicio, observándose un excelente progreso en el tratamiento realizado con la profesional.

Se realizaron 6 consultas quincenales durante la duración del programa. (Julio a Noviembre 2014).

Se acordó con el proveedor realizar precios promocionales en sus productos durante el programa.

Se realizaron charlas nutricionales con profesionales del área de la salud, que pudieran concientizar a los participantes acerca de la importancia de buscar Mejorar su Calidad de Vida.

Reconocimiento al compromiso asumido por los siguientes participantes en culminar el Programa Mejorando mi Calidad de Vida:

N°	Funcionarios	Sucursal
1	Alba Ramos	San Lorenzo 2
2	Alicia Reyes.	Ñemby
3	Agustín Acosta	Felix Bogado
4	Beatriz Benitez	Senador
5	Claudia Recalde	Deposito
6	David Barua	Suministro
7	Eduardo Brugada	RRPP
8	Elías Barreto	Loma Pyta
9	Enrique Martinez	DO & Personas
10	Fanny Oribe	Ñemby
11	Jorge Britos	Quinta
12	Juana González	Fernando
13	Julia Cespedes	Choferes 2
14	Justo Velazquez	Lambare 3
15	Laura Ojeda.	Mcal Lopez 1
16	Liz Pineda	Mcal Lopez 1
17	Lidia Olmedo	Quinta
18	Lorena Portillo	Eus Ayala
19	Lucia Bogado	Felix Bogado
20	Luz Paredes	San Lorenzo 2
21	Luz Sanabria	Contabilidad
22	María Magdalena Santacruz	Hiperfarmacenter
23	Marciana Cañete	Choferes 2
24	Mónica Flores	Quinta
25	Nestor Aguilar	DO & Personas
26	Nidia Vera	San Lorenzo 1
27	Norma Ferreira	Pacheco
28	Oscar Cardozo	Contabilidad
29	Rosa Gaona	Mcal. López 1
30	Sandra Rejala	Hiperfarmacenter
31	Sara Velloso	San Lorenzo 2
32	Silvia Román	Quinta
33	Sonia Cabrera	Villa Elisa
34	Sonia Sosa	Auditoria
35	Yessika Martinez	Auditoria
36	Gloria Peralta	Inventario
37	Soledad Delgado	DO & Personas

## IV COMUNICACIÓN DE PROGRESO

### Clases de Zumba

Con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los colaboradores a través de actividades físicas divertidas y para crear un ambiente de esparcimiento e integración, la Cadena Farmacenter ofrece clases de Zumba dos veces por semana.

### Corredores

Con el objetivo de promover el mejoramiento de la calidad de vida de los colaboradores, Farmacenter fomenta la participación en actividades deportivas. El equipo de compañeros corredores participó de varias actividades. La empresa se encargó de cubrir los gastos de inscripción de los mismos.



## Auspicios y Promociones

Tal como se destacó en el bloque de Derechos Humanos, el criterio para participar como auspiciantes o apoyar iniciativas de terceros es que los mismos agreguen valor social o ambiental y que estén alineados a los valores de Farmacenter.

Al respecto, la empresa asoció su marca a los siguientes emprendimientos y organizaciones:

**Workshop “De la Asistencia a la Acción:** Hagamos algo por la niñez y la juventud”. El mismo fue organizado por la Red del Pacto Global de Paraguay, de la cual forma parte Farmacenter. A la misma asistieron representantes de más de 40 empresas asociadas al Pacto Global.

Durante la actividad fueron presentados algunos resultados de la Encuesta sobre Trabajo Infantil, realizado a las empresas miembros de la Red del Pacto Global por la Mesa de Derechos Laborales.

**VI Congreso RSE, organizado por la Asociación de Empresarios Cristianos – ADEC.** Este año tuvo como tema central “Desarrollo con Innovación Social”. El mismo contó con la presencia de empresarios nacionales y extranjeros, así como representantes de organizaciones de la sociedad civil (de Paraguay y la región) referentes en el tema del evento. Al mismo asistieron directivos, gerentes y encargados de las áreas de responsabilidad social y sustentabilidad de empresas paraguayas y multinacionales.

**I Seminario Regional de RSE,** organizado también por la ADEC en alianza con el la Red del Pacto Global y la Universidad Católica de Itapúa. Este primer encuentro fue realizado con la intención de instalar entre los empresarios del departamento el concepto, las prácticas y los beneficios asociados con la incorporación de la RSE a la gestión del negocio. El mismo contó con la presencia del director ejecutivo del Instituto Argentino de RSE, Luis Ulla, quien abrió el Seminario con una Conferencia Magistral.

**Expo Negocios.** Este evento constituye uno de los principales espacios de encuentro de los representantes de las empresas para actualizarse acerca de las tendencias del mercado y conocer experiencia innovadoras que puedan estimular nuevos negocios. Farmacenter estuvo presente, apoyando particularmente la presencia de la señora Marta Herrera, Directora de Responsabilidad Global de CEMEX (México).



# Medio Ambiente

## Principio 7

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

## Principio 8

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

## Principio 9

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

Farmacenter ocupa desde el año 2013 la vicepresidencia de la Red del Pacto Global. Desde este espacio propone y participa en los diferentes emprendimientos promoviendo las actividades referentes al cuidado y protección del medio ambiente.

Uno de los proyectos implementados es el de las Mesas Temáticas, entre las cuales se encuentra la de Medio Ambiente, que es integrada por representantes de la empresa, junto con otros 14 miembros de la Red.

Las propuestas surgidas en este espacio fueron fundamentalmente las que se llevaron a la práctica en Farmacenter, cuyo compromiso ambiental está expresado en los siguientes términos:

“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 medioambiental.

**INCENTIVAR** el desarrollo y la difusión de tecnologías ambientales responsables.

Con base en esta definición, a continuación son compartidas algunas prácticas efectuadas durante el año.

## IV COMUNICACIÓN DE PROGRESO

### Guía de Reciclaje

Este fue un trabajo colectivo, producido en el marco de la Mesa Temática de la Red del Pacto Global. La Guía fue elaborada con la intención de facilitar una herramienta que oriente la aplicación de soluciones sencillas para el reciclado de papel y cartón, plásticos, electrónicos y pilas.

Así mismo, para pretende favorecer los procesos de sistematización de información sobre proveedores locales, procesos y valorización de residuos.

La versión digital está disponible en: [www.farmacenter.com.py](http://www.farmacenter.com.py).



### Promoción de días especiales

Seguros de que una consecuencia de la información de la ciudadanía será una mayor conciencia acerca de la necesidad de cuidar los recursos naturales, fueron promovidos días alusivos al cuidado del ambiente y el planeta con la difusión de mensajes de sensibilización:

Día Mundial del Agua.

Día del Planeta.

Día del Ambiente.

Igualmente, se apoyó la HORA DEL PLANETA, impulsada por la WWF con el objetivo de crear conciencia a sobre el calentamiento global. De esta manera, se sumó a esta iniciativa global junto con otras empresas adheridas, apagando las luces y aparatos electrónicos en la hora pactada, involucrando a los colaboradores y comunicando a los clientes quienes comprendieron la importancia de esta pequeña acción con gran impacto.





## Fomento a la separación de residuos

Las sucursales de Farmacenter cuentan con basureros diferenciados con colores para los distintos tipos de residuos. Se pudo identificar que su sola colocación no alcanza para crear consciencia, por lo que además de rotular cada uno de ellos, se procedió a reforzar la difusión de información ambiental, utilizando los distintos canales de comunicación de la empresa, como son su sitio web, pie de página de mails, redes sociales.

Internamente, en todas las sedes se estimula la separación y reducción de los residuos, así como el reciclado de todo lo que se pueda.

Esta buena práctica ambiental, es realizada gracias a la alianza de FARMACENTER con la organización PROCICLA, encargada de la recolección y reciclado de papeles y cartones. Asimismo, este compromiso con el medio ambiente tiene una importante repercusión social ya que como resultado se posibilita el desarrollo de los gancheros (recolectores de basura) y sus familias dentro de un programa social que emprende PROCICLA.

## Asunción Te Quiero Limpia

Esta actividad promovida por la Municipalidad capitalina, consistió en una Jornada de Limpieza. Colaboradores voluntarios de Farmacenter se adhirieron a la misma, en las distintas sucursales de la ciudad de Asunción. Este momento se aprovechó para motivar a las personas a cuidar el medio ambiente todos los días, en todas las acciones que puedan contribuir a su mantenimiento y eviten su deterioro.

## Recolección de materiales tóxicos

Asimismo, Farmacenter lleva adelante campañas de recolección de residuos tóxicos y peligrosos involucrando al público interno y externo. De esta manera, materiales como pilas alcalinas son recolectadas de manera adecuada en todas las sucursales, así como también los residuos farmacológicos que luego son entregados a las entidades especializadas en el proceso de desecho, disminuyendo considerablemente la contaminación ambiental.



**¡Alto!**  
Si las tiras,  
Contaminas!

Las pilas usadas no se deben tirar a la basura, al agua ni enterrarlas. Son residuos tóxicos que contaminan el ambiente. Sepáralas y deposítalas en contenedores especiales para que el Ayuntamiento las envíe a un confinamiento especial.



# Soluciones Sostenibles

Otras iniciativas fueron impulsadas este año:

## Servicio de BICIDELIVERY

Reforzando nuestro compromiso por el cuidado del medio ambiente y la promoción de la calidad de vida de nuestros colaboradores, se implementó un innovador servicio de entregas a domicilio por medio de bicicletas, reduciendo de esta manera la emisión de carbono y creando consciencia en la ciudadanía acerca de los beneficios ambientales y personales de esta práctica. El servicio está siendo implementado en varias sucursales de distintas zonas del país.



## Bolsas biodegradables

Desde el hace unos años la Cadena Farmacenter S.A. Viene utilizando innovadoras bolsas ecológicas en su empaque, en las sucursales de todo el país.

Las bolsas son confeccionadas por una industria plástica local utilizando material plástico corriente; pero gracias al añadido de un aditivos catalizador, el material se descompone de manera espontanea en una pequeña cantidad de materia organica, agua y dióxido de carbono luego de transcurrido cierto tiempo. Así se evita el agudo problema de los residuos plásticos, principal elemento de la contaminación por residuos solidos en los nucleos urbanos.

De este modo, Farmacenter se convierte en la primera cadena de farmacias en utilizar estas bolsas buscando así asegurar una calidad de vida de las generaciones venideras



## “Día sin Auto”

Iniciativa de concienciación ambiental en la cual participaron colaboradores de la Cadena con la utilización de bicicletas para recorrer el circuito previsto por la capital. De esta manera expresamos nuestro compromiso con esta causa nacional que pretende la reducción de la emisión de CO2 que emiten los automóviles.

Así mismo, prestamos atención a los participantes con el Puesto de Asistencia Móvil, brindando servicios gratuitos de hidratación, masajes, toma presión, etc.





# Anticorrupción

## Principio 10:

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

En su décimo y último principio, el Pacto Global exhorta a las empresas a “trabajar contra la corrupción en todas sus formas, incluidas la extorsión y el soborno”.

Al respecto, Farmacenter tiene asumido este compromiso desde su Código de Ética, en el cual determina, entre otras cosas, que:

- Cumplirá las normas laborales vigentes;
- No aceptará sobornos;
- Inducirá a sus colaboradores tener un comportamiento coherente con estos compromisos;
- Promocionará el flujo de información oportuna y legible para los accionistas e inversores, fomentando la transparencia; y,
- Establecerá relaciones de competencia sana y justa.

De igual forma puntualiza el comportamiento de los directivos y accionistas, instándolos a guiarse por estos principios en sus acciones y en la toma de decisiones.

## Foro Anticorrupción

A instancias de la Red de Pacto Global, Farmacenter apoyó la organización del II Foro Anticorrupción, desarrollado en la ciudad de Encarnación (Departamento de Itapúa), cuyo tema central se enfocó precisamente en los “Valores y Comportamiento Ético”.

Directivos de la empresa y representantes de las sucursales de Farmacenter en el departamento asistieron al Foro, sumándose a los casi 200 participantes.

En el marco de este evento, tuvo lugar la firma de adhesión de la Intendencia de Encarnación y de la Gobernación de Itapúa al Pacto Global.

## Prácticas internas de anticorrupción

Con base en el Código de Ética, los colaboradores de todos los niveles son capacitados sobre su contenido.

Las cuestiones vinculadas a la integridad tienen prevalencia en cada encuentro, de tal manera a evitar el abuso de poder, el acoso sexual, el tráfico de influencia y el uso de bienes de la empresa para fines particulares.

Esto también se refleja en la definición de precios de los productos; buscando que la ganancia genere rentabilidad en condiciones razonables y justas.

## IV COMUNICACIÓN DE PROGRESO

### Reconocimientos

Festejamos por tercer año consecutivo el primer puesto en el estudio de Top Of Mind 2014, realizado por el diario 5 Días, la revista PLUS, la agencia ONIRIA y la consultora NAUTA.

### Comparativo

TOP OF MIND 2012

Farmacenter

Punto Farma  
Catedral  
Mayo  
Farma Titu



TOP OF MIND 2013

Farmacenter

Catedral  
Punto Farma  
Maxi Farma  
Mayo



TOP OF MIND 2014

Farmacenter

Punto Farma  
Catedral  
Farma total  
Maxi Farma

**Cuando decís Farmacia...  
Pensás en Farmacenter**

Por tercer año consecutivo,  
primeros en el Top Of Mind,  
es decir, en la memoria  
de todos Ustedes

*Top of  
Mind  
Paraguay 2014*  
Farmacia  
Farmacenter

**Farmacenter**  
Te cuida

# Metas para el 2015

## Derechos Humanos

1. Lograr la accesibilidad de más sucursales y sedes para el ingreso de personas con discapacidad.
2. Implementar una mayor cantidad de proyectos que contribuyan a mejorar la salud y la calidad de vida de los colaboradores y sus familias.
3. Tomar las acciones necesarias para un mayor porcentaje de colaboradores accedan a programas de capacitación profesional.
4. Reforzar acciones tendientes al cuidado de la salud y protección de los derechos humanos de las madres y niños de la empresa y las distintas comunidades en las cuales se encuentra la empresa.

## Derechos Laborales

1. Incorporar personas con discapacidad al plantel de colaboradores.
2. Incluir en las capacitaciones y entrenamientos a colaboradores tercerizados (guardias, personal de limpieza, etc.).
3. Impulsar el primer empleo, a través de oportunidades laborales concretas para jóvenes.
4. Identificar –y aplicar gradualmente- beneficios que contribuyan a mejorar la calidad de vida laboral en las distintas sedes y sucursales.

## Medio Ambiente

1. Establecer alianzas con proveedores y clientes que posibiliten obtener resultados ambientales de impacto.
2. Potenciar las acciones ambientales que involucren a los clientes y proveedores, a través de campañas en medios masivos y/o digitales y de los medios de comunicación de la empresa.
3. Reducir los indicadores de consumo de las sedes y sucursales (agua, papel, tinta, energía, combustible, etc.).

## Anticorrupción

1. Capacitar a los colaboradores de las áreas sensibles en los temas relacionados con hechos de corrupción (cajeros, depósito, compras).
2. Implementar iniciativas comerciales de fomento a la anticorrupción.
3. Participar activamente en espacios que impulsen el éxito económico en armonía con las mejores prácticas sociales y ambientales.

**Farmacenter**

Te cuida

IV COMUNICACIÓN DE PROGRESO  
FEBRERO 2015