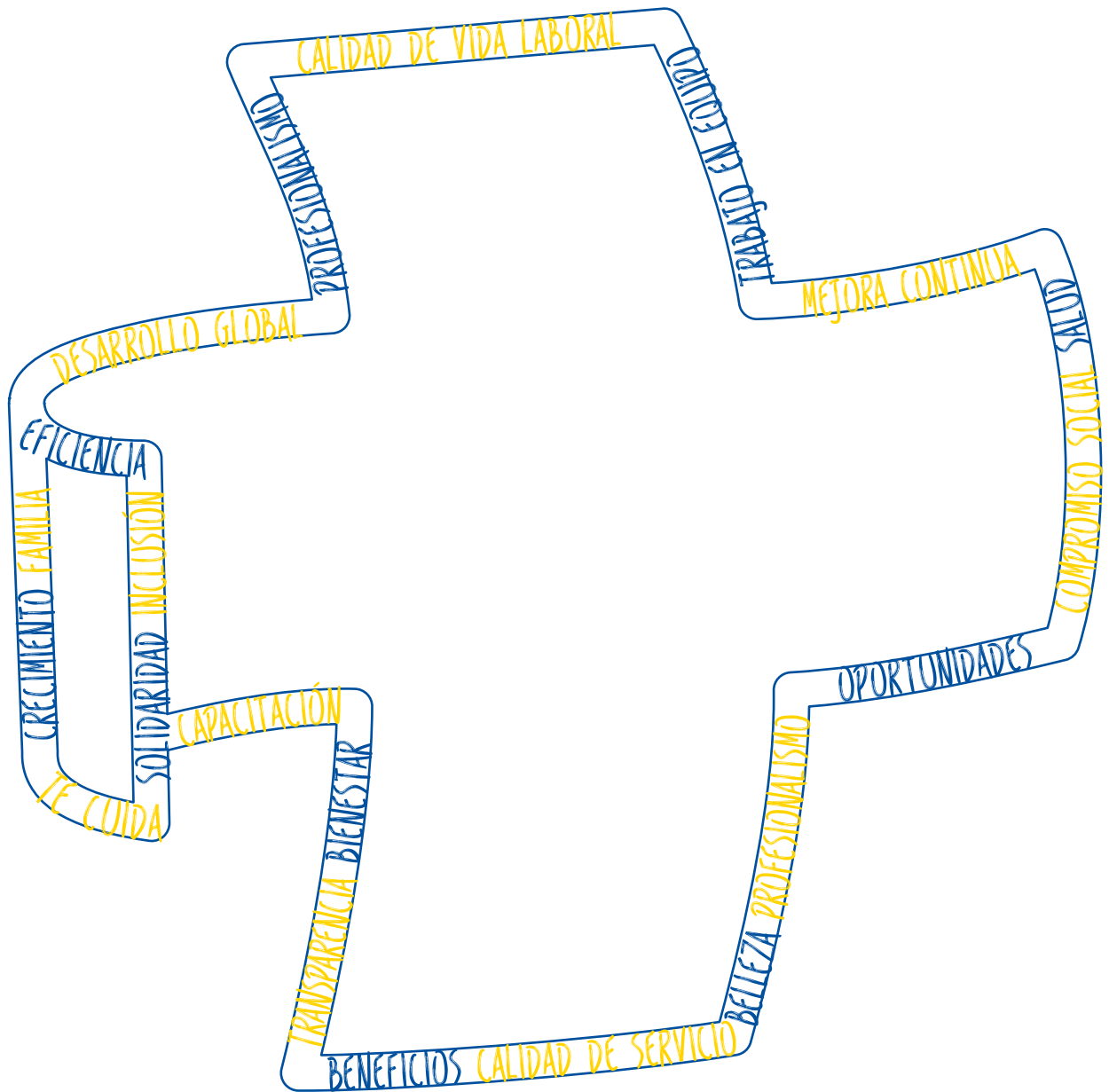


MEMORIA ANUAL 2015

EFICIENCIA SOLIDARIDAD BIENESTAR VOCACIÓN DE SERVICIO PROFESIONALISMO
INCLUSIÓN OPORTUNIDADES INNOVACIÓN CRECIMIENTO SALUD FAMILIA CALIDAD DE VIDA LABORAL COMPROMISO SOCIAL
INNOVACIÓN CRECIMIENTO SALUD FAMILIA CAPACITACIÓN PROGRAMAS LABORALES VOCACIÓN DE SERVICIO PROFESIONALISMO
TRANSPARENCIA CALIDAD DE VIDA LABORAL COMPROMISO SOCIAL MEDIO AMBIENTE BENEFICIOS INCLUSIÓN V
BIENESTAR VOCACIÓN DE SERVICIO PROFESIONALISMO TE CUIDA

FAMILIA CAPACITACIÓN PRO...
CALIDAD DE SERVICIO BELLEZA TE CUIDA
OPORTUNIDADES INNOVACIÓN CRECIMIENTO SALUD FAMILIA VOCACIÓN DE SERVICIO VOCACIÓN DE SERVICIO
TRABAJO EN EQUIPO MEJORA CONTINUA DESARROLLO GLOBAL VOCACIÓN DE SERVICIO MEDIO AMBIENTE BENE
BIENESTAR INTEGRIDAD TRANSPARENCIA CALIDAD DE VIDA LABORAL COMPROMISO SOCIAL BIENESTAR INTEGRIDAD TR
CAPACITACIÓN PROGRAMAS LABORALES SALUD VOCACIÓN DE SERVICIO PROFESIONALISMO TE CUIDA BIENESTAR
TRABAJO EN EQUIPO MEJORA CONTINUA DESARROLLO GLOBAL VOCACIÓN DE SERVICIO BIENESTAR INTEGRIDAD TR
BIENESTAR INTEGRIDAD TRANSPARENCIA CALIDAD DE VIDA LABORAL COMPROMISO SOCIAL MEDIO AMBIENTE BENE
FAMILIA CAPACITACIÓN PROGRAMAS LABORALES SALUD VOCACIÓN DE SERVICIO PROFESIONALISMO TE CUIDA B
PROGRAMAS LABORALES SALUD VOCACIÓN DE SERVICIO PROFESIONALISMO TE CUIDA BIENESTAR INTEGRIDAD TR
BIENESTAR INTEGRIDAD TRANSPARENCIA CALIDAD DE VIDA LABORAL COMPROMISO SOCIAL MEDIO AMBIENTE BENE
PROFESIONALISMO TE CUIDA BIENESTAR FAMILIA RECICLAJE EFICIENCIA SOLIDARIDAD BIENESTAR OPORTUNIDAD
TRABAJO EN EQUIPO MEJORA CONTINUA DESARROLLO GLOBAL VOCACIÓN DE SERVICIO BIENESTAR INTEGRIDA
FAMILIA CAPACITACIÓN PROGRAMAS LABORALES SALUD VOCACIÓN DE SERVICIO PROFESIONALISMO TE CUIDA BIEN
BIENESTAR INTEGRIDAD TRANSPARENCIA CALIDAD DE VIDA LABORAL COMPROMISO SOCIAL MEDIO AMBIENTE BENE
VOCACIÓN DE SERVICIO BIENESTAR INTEGRIDAD TRANSPARENCIA CALIDAD DE VIDA LABORAL COMPROMISO SOCIAL
OPORTUNIDADES INNOVACIÓN CRECIMIENTO SALUD FAMILIA CAPACITACIÓN PROGRAMAS LABORALES SALUD VOCA
PROFESIONALISMO TE CUIDA BIENESTAR FAMILIA RECICLAJE EFICIENCIA SOLIDARIDAD BIENESTAR PROGRAMAS LA
BIENESTAR INTEGRIDAD TRANSPARENCIA CALIDAD DE VIDA LABORAL COMPROMISO SOCIAL MEDIO AMBIENTE BENE
TRABAJO EN EQUIPO MEJORA CONTINUA DESARROLLO GLOBAL VOCACIÓN DE SERVICIO BIENESTAR INTEGRIDA
FAMILIA CAPACITACIÓN PROGRAMAS LABORALES SALUD VOCACIÓN DE SERVICIO PROFESIONALISMO TE CUIDA BIEN
PROGRAMAS LABORALES SALUD VOCACIÓN DE SERVICIO PROFESIONALISMO TE CUIDA BIENESTAR INTEGRIDA
INTEGRIDAD TRANSPARENCIA CALIDAD DE VIDA LABORAL COMPROMISO SOCIAL MEDIO AMBIENTE BENE
OPORTUNIDADES INNOVACIÓN CRECIMIENTO SALUD FAMILIA CAPACITACIÓN PROGRAMAS LABORALES SALUD VOCA
FAMILIA CAPACITACIÓN PROGRAMAS LABORALES SALUD VOCACIÓN DE SERVICIO PROFESIONALISMO TE CUIDA BIEN
TRABAJO EN EQUIPO MEJORA CONTINUA DESARROLLO GLOBAL VOCACIÓN DE SERVICIO BIENESTAR INTEGRIDA
BIENESTAR INTEGRIDAD TRANSPARENCIA CALIDAD DE VIDA LABORAL COMPROMISO SOCIAL MEDIO AMBIENTE BENE
VOCACIÓN DE SERVICIO BIENESTAR INTEGRIDAD TRANSPARENCIA CALIDAD DE VIDA LABORAL COMPROMISO SOCIAL
TRABAJO EN EQUIPO MEJORA CONTINUA DESARROLLO GLOBAL VOCACIÓN DE SERVICIO BIENESTAR INTEGRIDA
VOCACIÓN DE SERVICIO BIENESTAR INTEGRIDAD TRANSPARENCIA CALIDAD DE VIDA LABORAL COMPROMISO SOCIAL
TRABAJO EN EQUIPO MEJORA CONTINUA DESARROLLO GLOBAL VOCACIÓN DE SERVICIO BIENESTAR INTEGRIDA
VOCACIÓN DE SERVICIO BIENESTAR INTEGRIDAD TRANSPARENCIA CALIDAD DE VIDA LABORAL COMPROMISO SOCIAL
TRABAJO EN EQUIPO MEJORA CONTINUA DESARROLLO GLOBAL VOCACIÓN DE SERVICIO BIENESTAR INTEGRIDA
VOCACIÓN DE SERVICIO BIENESTAR INTEGRIDAD TRANSPARENCIA CALIDAD DE VIDA LABORAL COMPROMISO SOCIAL
TRABAJO EN EQUIPO MEJORA CONTINUA DESARROLLO GLOBAL VOCACIÓN DE SERVICIO BIENESTAR INTEGRIDA
VOCACIÓN DE SERVICIO BIENESTAR INTEGRIDAD TRANSPARENCIA CALIDAD DE VIDA LABORAL COMPROMISO SOCIAL



MEMORIA ANUAL 2015



PALABRAS DEL DIRECTOR GENERAL

Farmashop es la compañía líder en el mercado farmacéutico del Uruguay.

Nuestro objetivo principal es esforzarnos cada día para superar las expectativas de nuestros clientes, generando un valor diferencial en la dispensación de medicamentos, asistiendo a la población a través de las mejores prácticas farmacéuticas, colaborando en el área de la salud, el cuidado, la higiene y la estética personal.

A través de la innovación y el diseño de vanguardia en todos nuestros locales, transmitimos una experiencia única, brindando un servicio de atención diferencial.

Siempre colocamos al cliente como centro de nuestra atención, lo que nos motiva y da razón a nuestro crecimiento, guiados por nuestros valores de integridad, trabajo en equipo y vocación de servicio.

Trabajamos junto a nuestros colaboradores para hacer de nuestro servicio una cultura: reconocemos y premiamos el esfuerzo, la dedicación individual, el trabajo en equipo y la actitud positiva.

Nos integramos a la comunidad entendiendo sus necesidades, lo que nos permite estar a la altura de las expectativas de su gente.

Optimizamos permanentemente nuestros servicios y brindamos nuevos, realizamos cambios en nuestra logística, infraestructura y actividades comerciales, para seguir siendo capaces de sostener nuestro liderazgo.

Incorporamos de manera constante servicios adicionales en salud y belleza para premiar y reconocer a nuestros clientes fieles.

Estamos orgullosos del camino que hemos recorrido, apuntamos a ser la mejor opción en atención farmacéutica en nuestra comunidad, brindando servicios de calidad internacional, únicos e innovadores.



Pablo Lundahl
Director General

ÍNDICE

1 PRESENTACIÓN p.11

2 NUESTROS
COLABORADORES p.29

3 PRODUCTOS
Y SERVICIOS p.47

4 RSE p.65

5 RESULTADOS Y
OBJETIVOS 2016 p.95



PRESENTACIÓN



FARMASHOP

La empresa Farmashop inicia sus actividades en el año 1998 cuando, quien fuera el ex Gerente General de la cadena de supermercados e hipermercados Devoto Hermanos, adquiere tres farmacias que anteriormente formaban parte de la mencionada cadena.

Con tres farmacias y una nueva marca en el mercado farmacéutico uruguayo, Farmashop se propuso innovar y ofrecer al público un nuevo modelo de establecimiento, en donde los clientes pudieran adquirir, además de productos farmacéuticos, productos de perfumería & cosmética y de cuidado personal e higiene. La oferta comercial marcó desde un inicio una clara diferenciación en el mercado, destacándose por el surtido de productos, horarios de atención, servicio de entrega a domicilio, pulcritud, asesoramiento profesional, clara visualización de los productos y amplitud de los locales.

Durante los años siguientes, Farmashop mantuvo un crecimiento sostenido en cuanto a la apertura de nuevos locales ubicados en puntos estratégicos de la ciudad. La empresa se consolidó como la mejor opción de compra durante la crisis del año 2002.

A principios del año 2013, Farmashop pasa a formar parte del grupo de empresas Linzor Capital Partners. Gracias a esta adquisición, en la segunda parte del año Farmashop abre tres locales en la ciudad de Melo, Cerro Largo. Sumado a la previa apertura de nuevos locales en el departamento de Maldonado, Farmashop alcanza el total de 81 locales.

Durante 2014, Farmashop continúa creciendo y renovando sucursales en las ciudades de Mercedes, Young, Paysandú y Montevideo conformando un total de 92 puntos de venta y consolidando así su liderazgo en el país.

Actualmente Farmashop cuenta con un capital humano de más de 1300 personas, un Centro de Distribución de 2000 m², teniendo el mayor stock y capacidad de respuesta del mercado y 92 puntos de venta distribuidos en todo el país.

MISIÓN-VISIÓN-VALORES

La Misión, la Visión y los Valores de la compañía son nuestras directrices respecto de lo que hacemos, cómo lo hacemos y lo que queremos llegar a ser.

MISIÓN

Ser la empresa líder en salud, bienestar y cuidado personal; trabajando con responsabilidad, eficiencia y espíritu innovador.

VISIÓN

Ser reconocidos como la mejor opción en salud, bienestar y cuidado personal, alcanzando 370.000 clientes fidelizados en el 2016.

VALORES

Integridad

Vocación de servicio

Trabajo en equipo

INTEGRIDAD

Actuamos de forma honesta, bajo normas éticas, con el objetivo de lograr una convivencia adecuada con todos nuestros grupos de interés.

VOCACIÓN DE SERVICIO

Enfocamos nuestro esfuerzo en conocer las necesidades y expectativas de nuestros clientes internos y externos, reflejando un trato amable y cordial, interés por la persona y por la solución de sus problemas.

TRABAJO EN EQUIPO

Actuamos en función de la premisa que sostiene que *la suma de los esfuerzos de todos es superior a los esfuerzos individuales*, sintiéndonos parte de un gran equipo humano que trabaja todos los días con pasión y actitud positiva.



HITOS DE LA HISTORIA

1998

CREACIÓN DE FARMASHOP – A partir de la venta de la cadena de supermercados e hipermercados Devoto Hnos. al grupo Exxel, las farmacias Devoto existentes hasta ese entonces (Sayago, Pando y Piriápolis) fueron adquiridas por quien fuera el Director en ese momento (ex Gerente General de Devoto), quien, motivado por la necesidad de modernizar el concepto de las farmacias uruguayas, crea Farmashop con el cometido de adherirlas al modelo internacionalmente exitoso de retail.

1999

INAUGURACIÓN DE TRES NUEVAS FARMACIAS – A lo largo de este año la cadena comenzó a expandirse en zonas populosas y estratégicas tanto en la ciudad de Montevideo como en el interior. En noviembre inauguró una farmacia en el barrio Prado (Devoto Agraciada). En diciembre inauguró dos nuevas farmacias: una en la zona residencial de Carrasco (Devoto Santa Mónica) y otra en nuestro principal centro turístico, Punta del Este, en el departamento de Maldonado.

2000

POCITOS Y PRADO – Estos fueron los barrios de Montevideo donde se inauguraron las nuevas farmacias *26 de Marzo* y *Suárez* respectivamente, siempre manteniendo la misma filosofía de empresa y la misma estrategia y estructura comercial.

2001

CONTINÚA LA EXPANSIÓN – En abril se inauguró una nueva farmacia en el barrio Goes: Devoto San Martín, en julio se adquirió una farmacia del barrio La Blanqueada, *Premier*, y en septiembre la farmacia *Excelsior*, la segunda de la cadena en Pocitos, barrio de nivel ABC1 con uno de los más altos índices poblacionales de Montevideo.

2002

REESTRUCTURA Y TRES NUEVAS ADQUISICIONES – En junio de este año Farmashop 11 (la farmacia del barrio La Blanqueada adquirida en el 2001) fue trasladada a un nuevo local de más de 200m² ubicado frente a la institución de medicina privada IMPASA. En septiembre se inauguró una farmacia en el barrio Malvín (en el predio comercial del supermercado Disco Legrand), en octubre fue adquirida la tercera farmacia de la cadena en Pocitos (en la intersección de las principales avenidas: 21 de Setiembre y Ellauri) y en diciembre fue adquirida la segunda farmacia en pleno centro comercial de Carrasco. Se inaugura el primer Centro de Distribución en Av. Bolivia 1428, para abastecer a las farmacias ya existentes.

2003

UN AÑO VISTO CON TEMOR POR LA CLASE DIRIGENTE – Luego de la dura crisis que nuestro país enfrentó en el 2002, este año la mayoría de las empresas se mostraron precavidas y retraídas. Este no fue el caso de Farmashop, que continuó consolidándose como cadena, adquiriendo en julio su cuarta farmacia en Pocitos. En diciembre, en vista a una nueva temporada, se inauguró la farmacia de la ciudad de Maldonado (frente a la institución de medicina privada MAUTONE, a 10 minutos del centro de Punta del Este).

2004

FARMASHOP, PRINCIPAL CADENA DE FARMACIAS EN URUGUAY – A seis años de incorporarse a la sociedad uruguaya, Farmashop ya se había consagrado como la primera y la mayor cadena de farmacias uruguayas. Durante este año las cuatro incorporaciones fueron en Montevideo, en los barrios Pocitos, Malvín, Tres Cruces y Parque Batlle.

2005

CRECIMIENTO SOSTENIDO – Farmashop continúa creciendo. En mayo son adquiridas dos farmacias, una en el Centro y otra en Punta Carretas. En octubre es adquirida una farmacia en el barrio Paso Molino.

2006

MÁS FARMASHOPS, MÁS CALIDAD DE VIDA – En marzo se inauguró un nuevo local para Farmashop 3 en la intersección de dos importantes avenidas: Rivera y Soca, transformándola en una verdadera *megafarmacia* y en una gran atracción, tanto por la variedad de productos como de servicios para el público en general. En mayo se llevó a cabo el traslado del Centro de Distribución a un nuevo local, ubicado en la calle Alberdi 6173, que duplica el tamaño del anterior y permite realizar una gestión centralizada más cómoda y eficiente con todas las farmacias. Durante este año se incorporaron cuatro nuevas farmacias a la cadena, en los barrios Parque Rodó, Buceo, Pocitos y Colón.

2007

MÁS DE 30 – En abril se inauguró la vigésima octava farmacia sobre la Avenida 8 de Octubre muy cercana al CASMU. En julio Farmashop adquiere una cadena con ocho farmacias y en el correr de este año va remodelando y reabriendo los locales para posicionarse muy fuerte en nuevos barrios, como la Unión, y nuevas ciudades, como Las Piedras (departamento de Canelones). En noviembre Farmashop 20 inauguró una nueva farmacia, una espectacular *megafarmacia* ubicada sobre Avenida Italia, a metros de la terminal y shopping Tres Cruces, frente a Médica Uruguaya.

2008

APOSTANDO A MÁS – El año comienza llegando a nuevos barrios: Larrañaga y Brazo Oriental, sumando así nuevos clientes. A mediados de 2008 Farmashop adquiere una cadena con ocho farmacias y pasa a tener más de 40 locales estratégicamente ubicados para brindar siempre el mejor servicio. Durante este año Farmashop lanza Farmacard, la primera tarjeta de beneficios que cuida la salud, la belleza y la economía de nuestros clientes y logra captar rápidamente la adhesión de miles de personas.

2009

LOS CLIENTES PUEDEN COMPRAR GRATIS - Gracias al programa Farmacard y a la posibilidad de generar Farmapuntos en cada compra, nuestros clientes pueden realizar sus compras y llevarlas en Farmapuntos en lugar de dinero. En mayo de 2009 más de 50.000 personas se benefician de este programa. Farmashop continúa creciendo en cantidad de farmacias, la cadena ya cuenta con 48 sucursales.

2010

SE CONSTRUYE LA PRIMERA SALA DE CAPACITACIÓN Y SE TRASLADA EL CENTRO DE DISTRIBUCIÓN - Comienza a planearse la construcción de salas de capacitación internas para poder brindar una mejor atención a las necesidades de formación de los colaboradores. En noviembre de este año, el centro de distribución se traslada a Camino Carrasco y Cooper, en donde cuenta con un local de 2000 m², pudiendo abastecer a las 65 sucursales inauguradas al momento.

2011

CAPACITACIÓN Y EXPANSIÓN AL ESTE - Ubicada en Farmashop 28, se inaugura la Sala de Capacitaciones de Farmashop, con capacidad para 60 personas, donde se llevan a cabo presentaciones, charlas, reuniones y cursos de capacitación y entrenamiento. En este año se inauguran también tres nuevas farmacias en el departamento de Maldonado: Farmashop 65, 66 y 67, ubicadas en la ciudad de San Carlos.

2012

CONTINÚA LA EXPANSIÓN Y SE ALCANZAN NUEVOS BARRIOS - El año 2012 trae consigo la apertura de farmacias en varios barrios montevideanos: Sayago, Capurro, Carrasco y Punta Gorda. Además, sobre finales de este año Farmashop inaugura sus farmacias número 75 y 76 sobre la calle Gorlero, una de las calles más transitadas de Punta del Este.

2013

CAMBIO DE FIRMA Y LLEGADA A NUEVOS DEPARTAMENTOS - El día 8 de enero, Farmashop pasa a formar parte del Grupo de empresas Linzor Capital Partners. En la segunda parte del año, Farmashop llega a los departamentos de Cerro Largo, Paysan-

dú, Río Negro y Soriano, con la apertura de nuevas farmacias ubicadas en las ciudades de Melo, Paysandú, Young y Mercedes; alcanzando de esta manera un total de 92 farmacias.

En el mes de noviembre, el Poder Ejecutivo emite el Decreto N° 369/013, sobre la regulación del sector de farmacias, limitando el crecimiento en número de sucursales.

2014

JUEVES DE FARMASHOP, NUEVA OFERTA LABORAL Y REMODELACIONES - Se instaura el día jueves como el día de la semana en el cual Farmashop sorprende a sus clientes con grandes descuentos y promociones.

Se lanza el programa *Mamás, Tías y Abuelas*, una propuesta laboral orientada a mujeres entre 30 y 55 años, donde el único requisito son las ganas de enfrentar un nuevo desafío.

Además, comienzan las remodelaciones en las farmacias, dentro de un proyecto de reformas que pretende crear locales más modernos y cómodos, que busca mejorar la experiencia de compra en Farmashop. Un total de 14 farmacias son remodeladas en este año.

2015

MÁS REMODELACIONES, PLAN 60+, DOMINGO DE FARMASHOP, OM BY FARMASHOP - Un año lleno de nuevas iniciativas. Se reforman 29 nuevas sucursales, modernizando y optimizando sus instalaciones.

Se crea un plan de beneficios para cuidar de manera especial a nuestros clientes mayores de 60 años.

Farmashop vuelve a asombrar a sus clientes estableciendo un nuevo día de descuentos en la semana, el día domingo, los clientes podrán ahorrar mucho más en medicamentos.

Por último, se inauguran tres sucursales de OM by Farmashop, un lugar exclusivo para nuestros socios Farmacard donde pueden experimentar una multitud de terapias relajantes y rejuvenecedoras, con el fin de encontrar el bienestar propio y despertar la conciencia.



SUCURSALES

92 farmacias distribuidas en
7 departamentos.

Farmashop cuenta con un total de 92 sucursales; 66 de ellas están ubicadas en diferentes barrios de Montevideo: Brazo Oriental, Buceo, Capurro, Carrasco, Centro, Ciudad Vieja, Colón, Jacinto Vera, La Blanqueada, La Teja, Larrañaga, Malvín, Malvín Norte, Parque Batlle, Parque Rodó, Paso de la Arena, Paso Molino, Pocitos, Prado, Punta Carretas, Punta Gorda, Sayago, Tres Cruces y Unión. En el interior del país contamos con 26 sucursales: Canelones, Cerro Largo, Maldonado, Paysandú, Río Negro y Soriano.

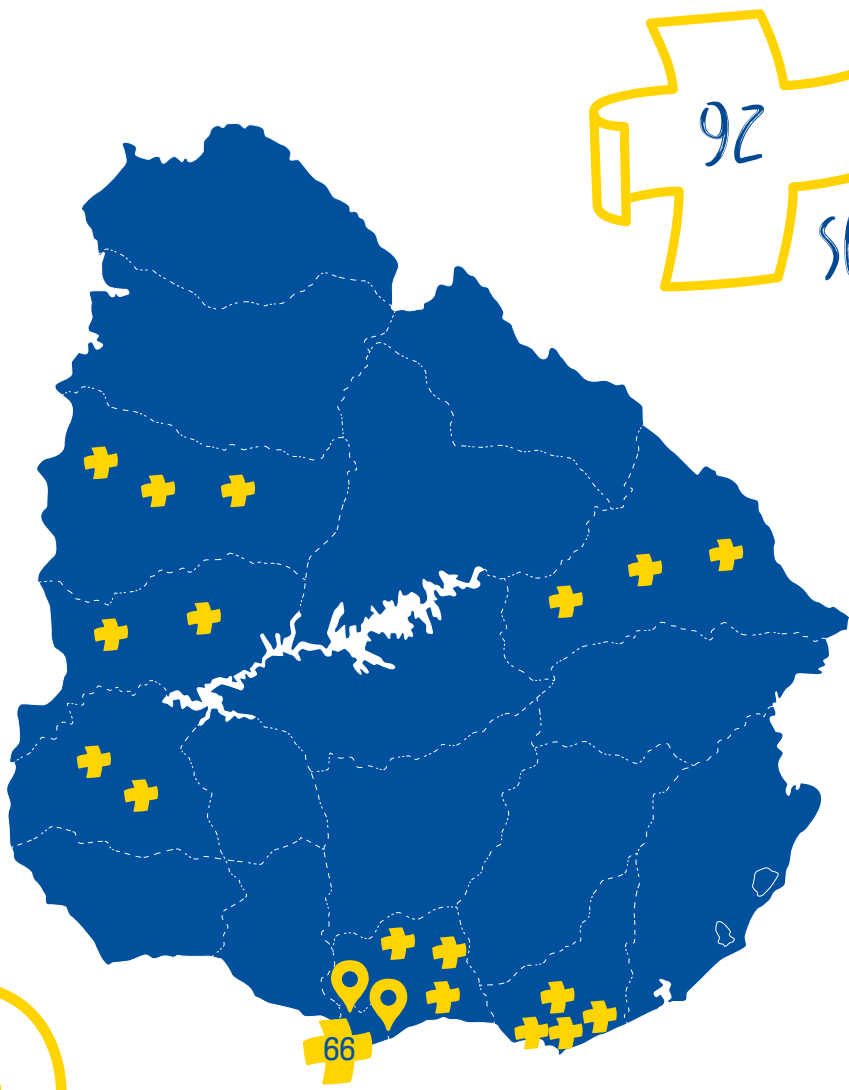
Las farmacias están clasificadas por su tamaño del siguiente modo: ocho sucursales están categorizadas como *megafarmacias*, con una superficie de más de 200 m²; quince sucursales se denominan *grandes*, su superficie es de entre 100 y 200 m²; veintisiete sucursales son *medianas*, contando con una superficie de entre 50 y 100 m²; treinta y ocho sucursales se clasifican como *chicas*, teniendo de 30 a 50 m² de superficie y cuatro sucursales se denominan *mini*, con un tamaño menor a 30 m².

La compañía ha crecido en cantidad de sucursales pero sobre todo asciende en calidad de servicio, renovando sucursales, brindando una mejora continua en la disposición de los locales para beneficiar a colaboradores y clientes.

Se incorporaron nuevos servicios: dos centros de estética OM by Farmashop y dos locales de conveniencia Puntoshop, ubicados en Montevideo.

Se creó el Centro de Atención Telefónica, que nuclea todos los llamados de los clientes para brindar un servicio de consultas y entrega de delivery, optimizado y personalizado, alcanzando un alto nivel de efectividad en llamadas atendidas.

Farmashop cuenta con 52 farmacias que brindan servicio de Delivery: 15 en el interior y 37 en Montevideo. De las 92 sucursales, 27 están abiertas al público las 24 horas.



92
SUCURSALES

2
PUNTOSHOP

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



Pablo Lundahl
Director General



Roberto Acosta
Gerente de Recursos Humanos



Gustavo Bellini
Gerente de Soporte IT



Alfredo Quintans
Gerente de Ventas Corporativas



Matías López
Gerente de Ventas
y Operaciones



Macarena Zagarzazú
Gerente de
Marketing



María Aguirre
Gerente
Comercial



Laura Martínez
Gerente de Centro
de Distribución

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



Martín Sorrosal
Director de Administración
y Finanzas



Malena Vergara
Gerente de
Procesos y Auditoría



Ricardo Rodríguez
Gerente de
Contabilidad



Sofía Centurión
Gerente de Planeamiento
y Control de Gestión



Matías López
Gerente de Ventas
y Operaciones



Carlos Carneiro
Gerente de Operaciones
Montevideo



Ruben Frutos
Gerente de
Operaciones Interior



María Aguirre
Gerente
Comercial



Mónica Hernández
Gerente de
Armado y Exhibición



Inge Linkert
Gerente de Producto
Medicamentos



Nicolás Corujo
Gerente de Operaciones
Delivery & E-Commerce

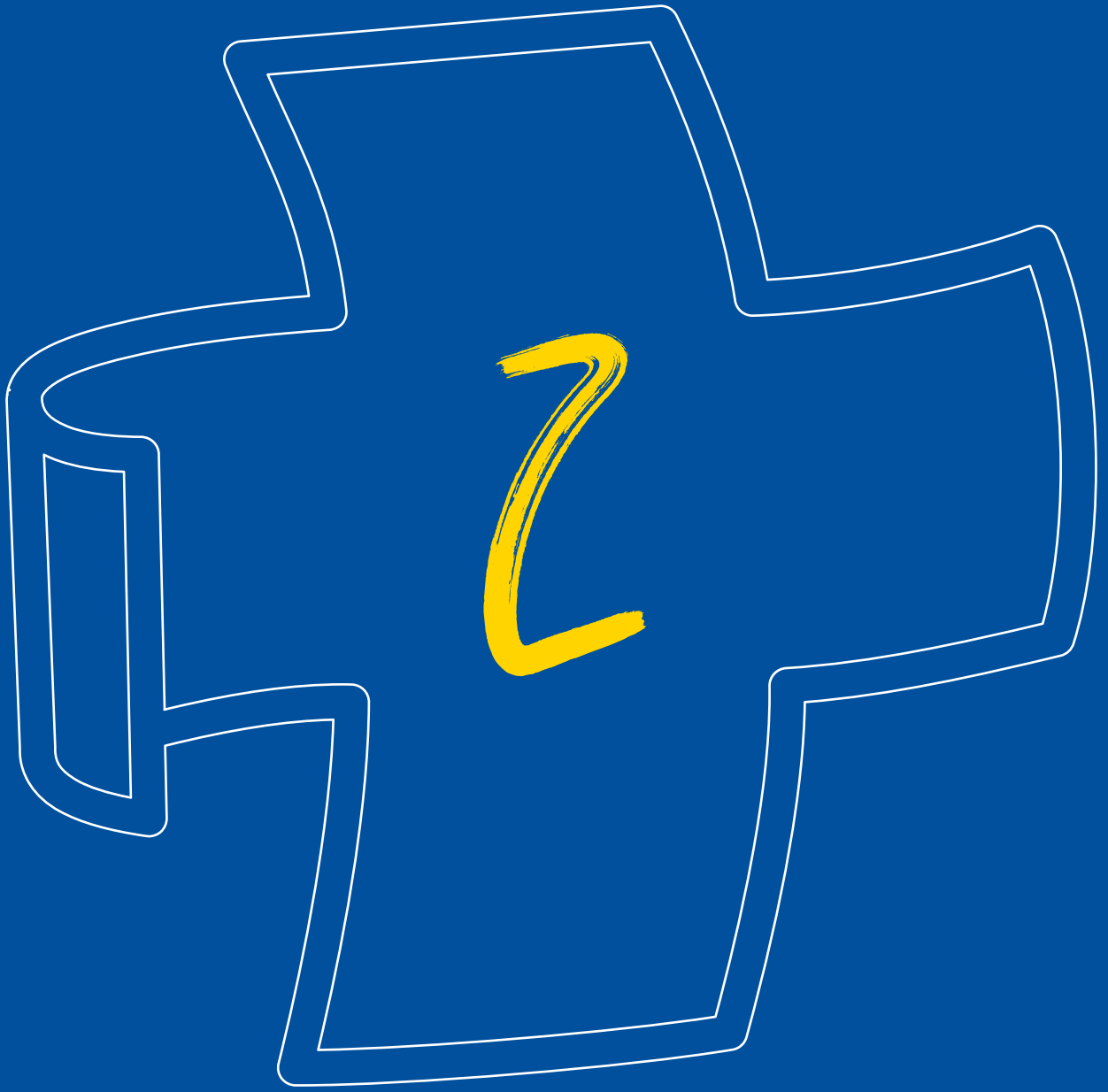


Leticia Caligaris
Gerente Técnico de
División Farmacéutica

EQUIPO GERENCIAL







NUESTROS
COLABORADORES



PALABRAS DEL GERENTE DE RECURSOS HUMANOS

La posibilidad de estar geográficamente tan cerca de nuestros clientes nos obliga a trabajar en todas las áreas de la compañía para estar a la altura de sus exigencias y otorgar un servicio acorde a sus expectativas.

En Farmashop estamos convencidos de que el éxito de la compañía se logra gracias al trabajo de nuestros colaboradores. Formamos parte de un equipo integrado por más de 1300 personas, que los 365 días del año trabajan con mucha responsabilidad y profesionalismo, para atender a los miles de clientes que asisten a nuestros locales.

El Departamento de Recursos Humanos impulsa un programa de capacitación para todos los niveles, de manera tal que nuestro equipo cuente con todas las herramientas para desarrollar las actividades, con los más altos estándares de profesionalismo; priorizando, ante todo, la excelente experiencia de nuestros clientes. Nos apasiona que nuestros colaboradores puedan transitar un camino exitoso de largo plazo, comenzando por las posiciones iniciales y, a través del estímulo propio, el apoyo incondicional de la compañía y la formación profesional, puedan alcanzar posiciones muy importantes dentro de la organización. Afortunadamente, contamos con muchos casos reales que nos llenan de orgullo y nos obligan a abrir nuestras puertas a todas las personas que quieran tener un crecimiento profesional, impulsado por la actitud, el sacrificio y las ganas de capacitarse para asumir nuevos retos.

Es muy importante el compromiso que tenemos con nuestra comunidad. Estamos presentes en eventos de compromiso social, apoyamos institucionalmente a fundaciones que promueven ayuda a la población más vulnerable de la sociedad y abrimos las puertas de nuestra organización a personas que, por diversas circunstancias, han sido excluidas del mercado laboral.

Somos una compañía que valora la diversidad, el diálogo permanente y fluido con todos los integrantes, para construir, de esta forma, una de las mejores empresas del país en el ámbito laboral y profesional.

Nuestros desafíos para el futuro son muchos. Tenemos un equipo de trabajo íntegro y profesional, que en todas las situaciones posicionará la satisfacción del cliente como prioridad absoluta.

Desde el área de Recursos Humanos, entendemos que las claves del éxito son: la formación permanente de nuestros colaboradores, el trabajo en equipo de todas las áreas y los canales de comunicación abiertos, tanto para colaboradores como clientes. Este es el camino que definimos y seguiremos trazando juntos.



Roberto Acosta
Gerente de Recursos Humanos

DATOS DEMOGRÁFICOS

DICIEMBRE 2015

1347

COLABORADORES

COLABORADORES SEGÚN LUGAR DE TRABAJO

SUCURSALES	OFICINAS	CENTRO DE DISTRIBUCIÓN	CDT	OM
1116	123	67	25	16
82,85%	9,28%	5,2%	1,86%	0,82%

COLABORADORES POR EDAD

MENORES DE 25	ENTRE 25 Y 34	ENTRE 35 Y 44	MAYORES DE 44
653	368	160	166
48,5%	27,3%	11,9%	12,3%

COLABORADORES POR SEXO	
HOMBRES	MUJERES
309	1038
22,94%	77,06%

COLABORADORES CON PERSONAL A CARGO	
HOMBRES	MUJERES
48	125
27,75%	72,25%

ANTIGÜEDAD

HASTA 3 MESES	ENTRE 3 MESES Y 1 AÑO	ENTRE 1 Y 2 AÑOS	ENTRE 3 Y 4 AÑOS
176	240	490	215
13,07%	17,82%	36,38%	15,96%

ENTRE 5 Y 9 AÑOS	A PARTIR DE 10 AÑOS
172	54
12,77%	4,01%

POLÍTICA DE CAPACITACIONES

En el Departamento de Recursos Humanos creemos que la capacitación es la clave para que los colaboradores alcancen el éxito laboral y profesional. Es por esta razón que desde el primer día de trabajo ofrecemos capacitaciones para todas las áreas de la compañía, a fin de superar las expectativas de calidad de servicio y satisfacción de nuestros clientes.

Contamos con programas de capacitación que buscan formar a los miembros de la compañía en las últimas tendencias en farmacia, cosmética, perfumería, cuidado e higiene personal. Las capacitaciones comerciales y profesionales se brindan tanto en Montevideo como en el interior del país.

Ofrecemos a quienes integran el equipo de trabajo las herramientas y los conocimientos necesarios para lograr un excelente desempeño. Proporcionamos a los colaboradores la posibilidad de especializarse, pudiendo acceder a cursos de Idóneo en Farmacia.

Farmashop cuenta con dos salas de capacitación con equipamiento de última generación, con espacio para albergar reuniones de más de 50 personas. En estas salas se realizan variadas instancias de capacitación, tanto de carácter interno como externo. Además, trabajamos asociados a los mejores institutos y consultoras que ofrecen programas de entrenamiento adaptados a cada necesidad.

Encargados de sucursal y colaboradores en entrenamiento para desempeñarse como encargados, realizaron un curso intensivo con la consultora en recursos humanos Advice. Con un programa de capacitación en liderazgo, noventa colaboradores que ocupan posiciones de mandos medios realizaron los cursos que la compañía

ofreció junto a Advice. Se buscó contribuir al proceso de capacitación en habilidades de liderazgo, brindando un programa de capacitación orientado a que los participantes logren un mayor nivel de competencia para cumplir con las responsabilidades que implican sus roles.

La metodología de trabajo fue la siguiente:
Relevamiento de Expectativas -> Desarrollo del Programa de Capacitación -> Seguimiento de Planes de Mejora

A continuación se presentan los diferentes módulos de trabajo que incluyó la capacitación en liderazgo y comunicación:

- Habilidades de Comunicación y Construcción de Compromiso
- Prevención y Resolución de Conflictos
- Coaching para la Gestión del Desempeño
- Delegación de Responsabilidades
- Toma de decisiones Efectivas y su seguimiento
- El Rol cambiante del Líder
- Trabajo en Equipo

FARMASHOP CRECE CONTIGO

En el marco de un acuerdo realizado con la Universidad de la Empresa, durante el año 2016 más de 400 colaboradores podrán acceder a formación profesional en diferentes áreas. Además, dos colaboradores fueron acreedores de una beca completa para realizar su carrera universitaria en dicha institución. Brindamos apoyo económico a aquellos profesionales que deseen continuar con estudios de posgrado y maestrías.



U-LEARNING

Farmashop es pionera en Uruguay en la utilización de la metodología de U-Learning para capacitar a los colaboradores a distancia. Con esta novedosa metodología se han desarrollado diferentes módulos de capacitación a fin de facilitar el acercamiento a la historia, valores, políticas de atención al cliente y distintos procesos de la compañía. El objetivo de aplicar la tecnología a Capacitación es introducir los conceptos en forma dinámica y accesible desde cualquier dispositivo móvil.

Farmashop cuenta con una sala de U-Learning con nueve terminales para facilitar a los integrantes de todos los equipos la posibilidad de acceder a la plataforma.

Los cursos se dividen en módulos que contienen unidades temáticas:

INDUCCIÓN A FARMASHOP

Introducción. El objetivo de este curso es identificar la historia de Farmashop, su estructura, valores, visión y misión. Este contenido pretende ayudar al colaborador que ingresa a comprender la posición que ocupa y la importancia de su trabajo.

Nuestra cultura. Reconocer la cultura de servicio de Farmashop y cómo opera la Responsabilidad Social Empresaria en la compañía.

¿Cuáles son los beneficios de trabajar en Farmashop? Esta unidad trata sobre el contrato, los beneficios y convenios que posee Farmashop. Reconocer las características del contrato que firma, los convenios y beneficios a los que tiene acceso, además de los canales de comunicación interna de la compañía.

Reglamento interno. En esta unidad se podrá reconocer el reglamento interno de la compañía, la importancia de la información y su debido manejo.

Seguridad Ocupacional. Se podrá conocer cómo se maneja la seguridad y salud ocupacional en Farmashop, qué es un accidente laboral, una enfermedad profesional, identificar los potenciales riesgos, sus consecuencias y las medidas preventivas que nos ayudan a controlarlos.

ACOSO LABORAL

El objetivo de este módulo es reconocer los conceptos de discriminación, acoso sexual y moral, así como los procedimientos de denuncia.

EXHIBICIÓN Y ARMADO

Layout. En esta unidad se podrá identificar la importancia del correcto Layout de las farmacias.

Armado. Aquí se podrá reconocer los pasos en el armado de las góndolas, tomando en cuenta los tipos de ubicación.

ATENCIÓN AL CLIENTE

Los 7 pasos Farmashop para la atención al cliente. El objetivo de esta unidad es conocer los pasos básicos y esenciales para la atención al cliente y las claves para ofrecer una excelente atención así como las principales acciones a realizar dependiendo del rol y del sector en el que desempeña su trabajo.

Las claves para la excelencia en la atención al cliente. Esta unidad expone los elementos claves para mantener la excelencia en el servicio, las formas de afrontar los reclamos de los clientes y las herramientas para evitar posibles faltas que se puedan llegar a cometer al ofrecer los servicios.

PROCESOS DE BACKOFFICE

Reportes. En esta unidad se podrá revisar los procesos administrativos que se hallan en la funcionalidad de BackOffice y reconocer los procesos de este menú.

Mantenedores. Esta unidad expone las características de este menú.

Administración de caja. Aquí se encuentran detallados los procesos de este menú en BackOffice.

MANEJO DE CAJAS

Devoluciones, factura y boleta manual. En esta unidad se podrán reconocer las operaciones de boleta manual y devoluciones.

Formas de Pago. El objetivo de esta unidad es reconocer las operaciones asociadas a las diferentes formas de pago.

Gestión caja y otras operaciones. En esta unidad se podrá reconocer los procedimientos de la gestión del cajero y otras operaciones del sistema POS.

¿QUÉ ES LA DISCRIMINACIÓN LABORAL?

- Paso 01
- Paso 02
- Paso 03
- Paso 04
- Paso 05



No es lo mismo rechazar en un trabajo a una persona por su color de piel o características étnicas (esto sería discriminar), que porque realmente no tiene las condiciones necesarias para este empleo.



NO hablamos de Discriminación cuando:

- 1 Diferenciamos o premiamos a los individuos por méritos personales como aptitudes específicas, conocimientos, etc.
- 2 Facilitamos el acceso al mercado laboral a las personas con discapacidad o a aquellos colectivos que encuentran dificultades para hacerlo.
- 3 Aseguramos que algunas personas (embarazadas, menores, etc.) tengan protección especial en ciertas situaciones. Por ejemplo, las mujeres tienen un día al año para exámenes ginecológicos (obligatorios) sin que se les descuente el día.

Inducción a Farmashop

Nuestra Cultura

Paso: 4 de: 14

Cultura de Servicio

Un dolor de cabeza

Una molestia diaria

Alguien a quien debemos sacarle dinero

Nuestro activo más valioso

¿Qué es un cliente?



PROGRAMAS DE EMPLEO

Contamos con diversos programas de inserción laboral, haciendo de Farmashop una experiencia accesible para todos.

Ofrecemos la posibilidad de trabajar en un ambiente agradable, con oportunidades de crecimiento profesional y personal. Valoramos especialmente el trabajo en equipo; buscamos que quienes lo integren sean personas comprometidas con su trabajo, que quieran ser parte de una empresa líder, trabajando de forma responsable, íntegra y eficiente.

RECLUTAMIENTO Y SELECCIÓN

El Departamento de Recursos Humanos utiliza diferentes medios y recursos para la difusión de llamados laborales y reclutamiento de personal. Para selección de personal de oficinas: Head Hunter, Job Slot en LinkedIn, Buscojobs, diario El País, portales laborales de universidades: UDE, Universidad Católica, ORT, UM, portales UDELAR y recomendaciones internas. Para la selección de personal de sucursales: currículums vitales presentados en sucursales, entrevistas express realizadas por los encargados, acuerdos vigentes con instituciones como Fondo de Solidaridad y Fundación Forge, postulaciones a través de la página web, publicación en redes sociales, publicación en Buscojobs y recomendaciones internas.

PRIMER EMPLEO

Durante la segunda mitad del año 2014 comienza un nuevo programa de reclutamiento dirigido a jóvenes que se encuentran en la búsqueda de su primera experiencia laboral en el rubro. La campaña tiene como objetivo re-

clutar jóvenes que no han iniciado su camino en el mercado laboral y desean tener su primera experiencia de trabajo en Farmashop.

Cuando el empleado ingresa a la compañía, cuenta con dos semanas de capacitación en sistema de cajas, ventas, atención al cliente, entre otros aspectos del negocio. Luego de las dos semanas de entrenamiento, comienza su desempeño en la farmacia realizando múltiples tareas. Cumplidos los primeros 3 meses de trabajo se realiza una evaluación de desempeño y el colaborador podrá ocupar una nueva posición en la farmacia. Las evaluaciones de desempeño se llevan a cabo cada 6 meses y, de acuerdo a los resultados, se define el ascenso del colaborador.

PROGRAMA MAMÁS, TÍAS Y ABUELAS

Porque nunca es tarde para un nuevo desafío, buscamos mujeres de entre 30 y 55 años para incorporarse a nuestro equipo de trabajo como cajeras.

En mayo de 2014 celebramos un año de la implementación de este importante desafío. El programa consistió en un proceso de reclutamiento de personal dirigido a un grupo de población con marcado potencial laboral, que no logra calificar dentro del formato tradicional de selección.

El objetivo del programa que se enmarca en nuestro plan anual de RSE es incorporar a un grupo de empleadas que, por diversas cuestiones sociales, están excluidas del mercado laboral, pero que para Farmashop significan un importante aporte de experiencia, calidez y compromiso. Este perfil se complementa perfectamente con los colaboradores más jóvenes, logrando un equilibrio ideal que repercute de forma positiva en la experiencia.

Actualmente, 54 Mamás, Tías y Abuelas trabajan activamente en la empresa. Muchas de ellas ya son idóneas en farmacia y hoy ejercen como tal gracias al plan de capacitación que brinda Farmashop.



GESTIONAMOS EL TALENTO

GENERADORES DE OPORTUNIDADES

En Coboe brindamos oportunidades de empleo a aquellos colectivos que encuentran dificultades para acceder al mercado laboral. Llevamos adelante los programas *Primer Empleo*, para jóvenes sin experiencia laboral, y *Mamás, Tías y Abuelas*, dirigido a mujeres de entre 30 y 55 años que buscan una oportunidad de reinserción laboral.

NUESTROS COLABORADORES SON SOCIOS ESTRATÉGICOS

Contamos con un sistema de remuneración variable, acorde a los resultados de la compañía. Trabajamos para generar cada vez más oportunidades y para que los colaboradores se vean beneficiados si la compañía alcanza sus objetivos.

DESARROLLAMOS TALENTO

Como plan de carrera para colaboradores profesionales la compañía abona posgrados y maestrías a aquellos colaboradores que desean continuar creciendo dentro de la organización. Viendo la importancia de profesionalizar a jefes y gerentes, se comienza a implementar una política de posgrados y maestrías, ya que se entiende que estos estudios aportan conocimientos para entender los temas de negocios o económicos, adquirir una visión integral y, a su vez, trabajar sobre aspectos como el manejo de grupos, situaciones de conflicto y liderazgo. La política apunta a profesionales que ocupan posiciones medias y tienen personas a cargo. Se apuesta a perfiles de profesionales competitivos que en un futuro pueden llegar a asumir funciones de gran importancia, consolidando la formación académica para colaboradores con alto potencial. Para otorgar el pago de estos importantes estudios y que los colaboradores interesados puedan acceder al pago total o parcial de su profesionalización, se tienen en cuenta los siguientes factores: antigüedad en la compañía, evaluación de desempeño de excelencia, ocupar posiciones de jefatura, alto rendimiento y potencial.

En el año 2015 se abonaron cuatro maestrías a los siguientes colaboradores:

- Maestría en Dirección de Recursos Humanos (Universidad ORT del Uruguay) realizada por Alejandra Burgueño, quien ocupa la posición de Jefe de Administración de Personal.
- Master in Business Administration -MBA- (Universidad ORT del Uruguay) realizado por Germán Cassou, quien ocupa la posición de Jefe de Planeamiento Estratégico.
- Master in Business Administration -MBA- (Universidad Torcuato Di Tella de Buenos Aires), realizado por Gabriela Mendlowicz, quien ocupa la posición de Jefe Comercial.
- Master in Business Administration -MBA- (IEEM Universidad de Montevideo), realizado por Sofía Centurión, quien ocupa la posición de Gerente de Planeamiento y Control de Gestión.

MODELO DE GESTIÓN DE TALENTO

ATRAEMOS talento. Ofrecemos oportunidades de empleo para todos.

POTENCIAMOS el desarrollo de nuestros colaboradores. Desde el primer día en la compañía ofrecemos capacitación a fin de ofrecer a nuestros colaboradores las herramientas necesarias para ser los mejores en el servicio al cliente, sea que trabajen con clientes externos o internos. Nuestra vocación de servicio nos diferencia.

PROFESIONALIZAMOS la formación. Trabajamos en acuerdo con la Universidad de la Empresa y facilitamos a nuestros colaboradores el acceso a actividades en este centro de estudios.



POLÍTICA SALARIAL 2015

Farmashop retribuye a los colaboradores respetando las disposiciones legales y las regulaciones vigentes, según criterios que reconocen las diferentes funciones y responsabilidades, así como los diferentes niveles de desempeño de dichas funciones.

Dentro de sus posibilidades económico-financieras, la compañía aspira a sostener un nivel de competitividad salarial en el conjunto del mercado laboral, el cual le permita atraer y retener a las personas necesarias para el desarrollo y la ejecución exitosa de su estrategia de negocios.

Para mantener una estructura salarial competitiva, la compañía participa en las más prestigiosas encuestas salariales del mercado que le permiten contratar y retener profesionales claves para el desempeño de la organización.

La compañía toma como guía y punto de comparación en el mercado las encuestas de remuneraciones realizadas por dos de las consultoras más importantes del país: Advice y Deloitte. Las encuestas se realizan anualmente y brindan información respecto a remuneraciones fijas, variables, bonos, premios y otras remuneraciones en dinero. También presenta información acerca de los beneficios, políticas y prácticas de recursos humanos adoptadas por las empresas. Las encuestas de remuneraciones per-

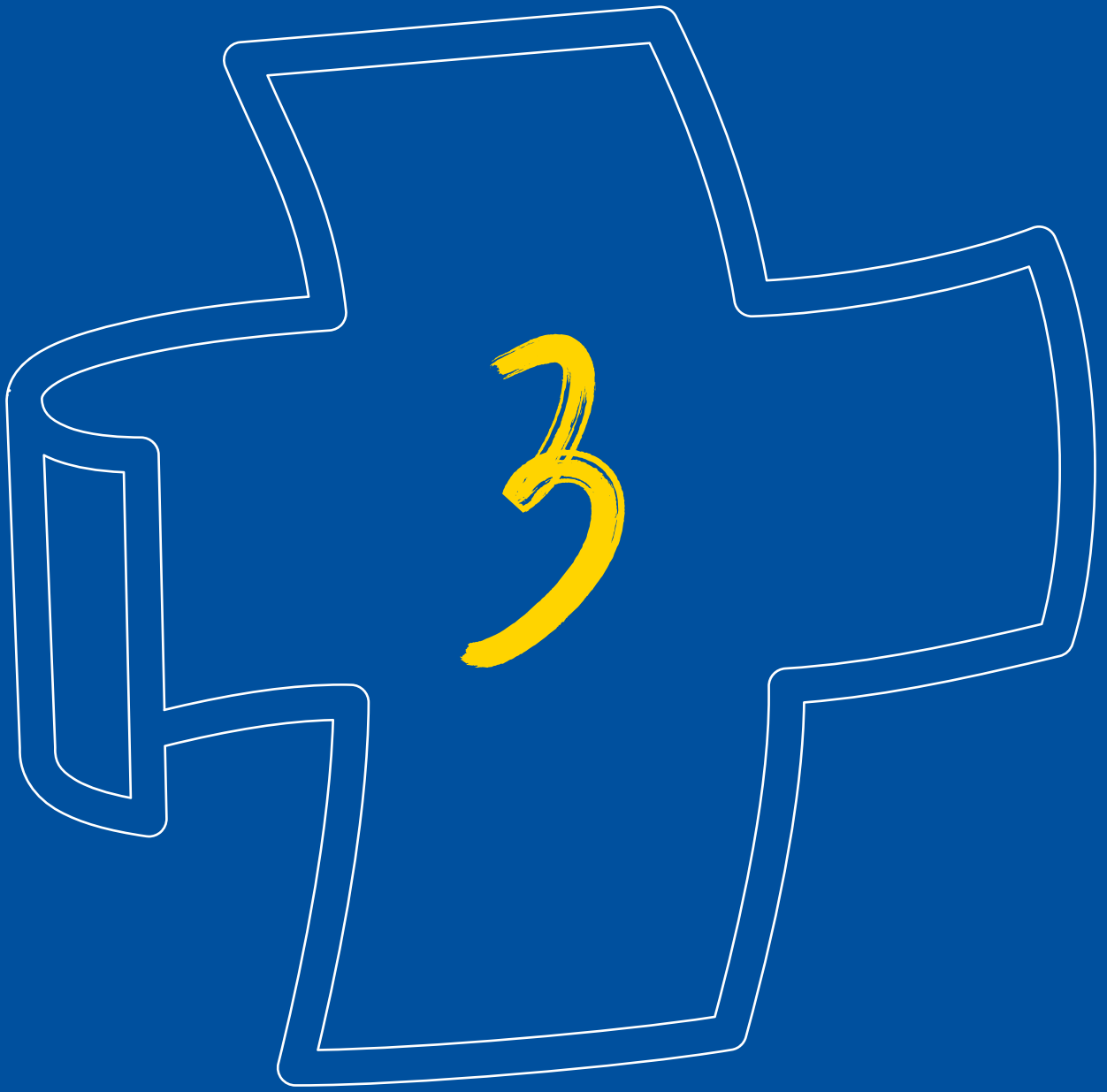
miten a la compañía realizar una comparación entre la información sobre remuneraciones de la organización y la del mercado de referencia a través de diferentes perspectivas: cargo, grupo de cargos, área, tipo de empresa e industria; así como también, evaluar la contribución de cada cargo en función de los objetivos organizacionales y su remuneración. De esta forma la compañía, bregando por la equidad interna, referencia los sueldos al momento de contratar personal o fijar una estructura salarial. Las retribuciones y los paquetes de beneficios siguen siendo determinantes al momento de atraer, retener y motivar el capital humano de una organización. Para trabajar sobre información confiable y fuentes formales la compañía acude a las mencionadas encuestas.



COLABORADORES DE OFICINAS







PRODUCTOS
Y SERVICIOS

MARKETING

El espíritu del Departamento de Marketing es trabajar para satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes, incorporando técnicas de innovación y mejora continua. Desarrolla planes de fidelización y satisfacción para que Farmashop sea reconocida como la mejor opción en salud, bienestar y cuidado personal.



FARMACARD

Farmacard es un programa de beneficios creado para gratificar y beneficiar a los clientes frecuentes de la compañía. Permite a los clientes adheridos recibir promociones, descuentos y beneficios, entre otras formas de premiación. El programa adjudica a los socios créditos acumulables, denominados *Farmapuntos*: cada \$100 en compras se acumulan 10 *Farmapuntos* que equivalen a \$10. Estos puntos pueden utilizarse para realizar compras gratis o con descuento. Con el fin de otorgar mayor comodidad a los clientes y preservando el medio ambiente, Farmashop no emite más plásticos. Se accede a este beneficio mencionando el número de cédula.

Con una cartera de clientes de más de 600.000 socios, Farmacard continúa consolidándose en el mercado uruguayo como uno de los mejores programas de fidelización con una propuesta de valor muy atractiva para sus clientes y como una de las principales herramientas del área de Marketing. Nuestros clientes valoran el programa y lo perciben como transparente y claro.

APP FARMACARD

A través de esta aplicación los clientes pueden adherirse al programa *Farmacard*, acceder a su tarjeta *Farmacard* virtual, consultar movimientos realizados en su cuenta y obtener cupones de descuentos exclusivos.



PLAN 60+

El programa 60+ busca la fidelización de clientes mayores de 60 años. Los clientes adheridos a este grupo de afinidad reciben beneficios y descuentos especiales: 10% de descuento en compras, acumulación de Farmapuntos y canje desde el momento en que se generan. Quienes forman parte de este plan reciben atención preferencial en las cajas.

El descuento del 10 % es acumulable con descuentos por convenios, descuentos Santander, promociones especiales y descuentos por unidades de mailing. De lunes a sábados el socio adquiere descuentos en medicamentos y los domingos recibe descuentos en todos los productos. Los descuentos no son aplicables en productos de oncología, fertilidad y medicamentos especiales. El descuento es aplicable en compras presenciales y delivery, siempre que el cliente presente su cédula de identidad.



SANTANDER-FARMACARD

Farmashop mantiene una alianza estratégica con el Banco Santander para brindar beneficios exclusivos a los clientes. A través de la tarjeta Santander-Farmacard, el cliente obtiene importantes descuentos acumulables con otras promociones. Cuando el cliente efectúa la primera compra con esta tarjeta, se le acreditan 500 Farmapuntos de obsequio.

DÍAS DE DESCUENTOS ESPECIALES: JUEVES Y DOMINGO

Estos días Farmashop ofrece descuentos en distintas categorías de artículos y productos publicados en el mailing. Los descuentos son efectuados para clientes que abonan con tarjetas Santander. En ocasiones especiales, el beneficio aplica a todos los medios de pago.

OM BY FARMASHOP

OM es un nuevo servicio desarrollado por Farmashop, un lugar exclusivo para socios Farmacard, en donde pueden experimentar una gran variedad de terapias relajantes y rejuvenecedoras, con el fin de encontrar el bienestar propio y despertar la conciencia. OM significa: belleza, pureza, plenitud interior y exterior.

En los centros de belleza los clientes pueden disfrutar de un servicio de calidad, con tratamientos de marcas reconocidas mundialmente en un ambiente agradable y comfortable.

Los centros OM están ubicados en locales de Farmashop (sucursal 11 y sucursal 77). Los servicios de OM se abonan únicamente con Farmapuntos, los cuales pueden ser adquiridos en el local.



PUNTOSHOP

Puntoshop es una nueva unidad de negocio con un formato único e innovador, que nace de la mano de Farmashop para convertirse en una marca que brinda soluciones al estilo de vida de los uruguayos. *Puntoshop* brinda una amplia oferta de productos y servicios útiles y prácticos para la vida diaria. Es un punto de conveniencia, en donde se puede encontrar: alimentos y accesorios para mascotas, pañales de niño y adulto, tecnología, productos para el hogar, belleza, cuidado personal, alimentos y bebidas, helados, productos de limpieza, libros y donde los clientes podrán imprimir fotos desde sus dispositivos móviles. Al momento, se han inaugurado dos locales, uno ubicado en La Unión y otro en Punta Carretas. *Puntoshop* cuenta con un servicio e-commerce, donde los clientes pueden elegir sus productos, comprarlos desde la web y recibirlos en su casa.



MAILING

El Departamento de Marketing elabora un mailing exclusivo con promociones especiales para los clientes, las promociones se asocian a los productos que aparecen en la publicación. Durante el año se emiten aproximadamente seis ediciones, con 160 páginas, se reparten al menos 300.000 ejemplares disponiéndolos al público en las sucursales, entregándolos puerta a puerta y distribuyéndolos masivamente mediante el diario El País. El mailing de Farmashop es la revista de mayor tiraje del país y en ella participan la mayoría de los proveedores. El contenido del mailing se divide en diferentes secciones que agrupan las promociones y familias de productos específicos: fragancias; dermocosmética, maquillaje y solares; productos varios; cuidado personal; bebés y niños; protección; cuidado oral; productos para el hogar; farmacia; entre otros. El mailing, además, contiene información sobre los servicios que brinda Farmashop y notas de interés general para los clientes.



LÍDERES EN LA VENTA DE MEDICAMENTOS

La compañía ofrece al cliente un amplio portafolio de productos, conformado por más de diez categorías, permitiendo al cliente encontrar todo lo que necesita en farmacia, perfumería + cosmética, cuidado personal e higiene y muchas categorías más.

LAS CATEGORÍAS MÁS IMPORTANTES EN LOS LOCALES DE FARMASHOP SON:

- Medicamentos
- Perfumería & Cosmética
- Cuidado personal
- Artículos deportivos
- Accesorios e Indumentaria
- Productos naturales, orgánicos y celíacos (Espacio Más Sano)
- Alimentos varios y golosinas
- Productos para el hogar
- Electrónica, celulares y accesorios
- Accesorios y alimentos para mascotas.

ESPACIO MÁS SANO

Se trata de un espacio dentro de las farmacias en el cual el cliente encuentra una gran variedad de productos aptos para celíacos: pastas, cereales, galletas y barras de cereal. También puede encontrar premezclas para hacer pizzas, buñuelos, bizcochos, ñoquis, brownies y mucho más. Es un espacio pensado para cuidar a toda la familia. Se encuentra disponible en Montevideo y en todos los departamentos del interior en los que Farmashop tiene presencia.



farmacia



CANALES DE ATENCIÓN Y DIÁLOGO

Farmashop tiene una estrategia de comunicación permanente y proactiva hacia los colaboradores y clientes. Con el fin de crear una audiencia comprometida y conectada con la compañía, gestiona su comunicación a través de los siguientes canales:

REDES SOCIALES

Se gestiona una estrategia permanente de relacionamiento con los clientes, produciendo contenidos propios y monitoreando las conversaciones con los fans.



La comunidad de usuarios visita la página en torno a diferentes temáticas, en el marco de la salud, el cuidado y el bienestar.

	GENERADOS EN 2015	TOTAL A DICIEMBRE 2015
"ME GUSTA"	59.472	110.506



Farmashop marca presencia en esta red, creando valoración de marca, impulsando a los usuarios a descargar las aplicaciones, visitar los locales, conocer ofertas y novedades diarias.

	DICIEMBRE 2015
TWEETS	3.436
SEGUIDORES	4.868



Se comparten imágenes a través de esta novedosa plataforma, mostrando creatividad a través de los productos disponibles en los locales de Farmashop, permitiendo a los usuarios crear tableros personales temáticos. Algunos de los tableros son: ideas para Halloween, peinados para el verano, entre otros.



Farmashop está presente en la principal red basada en imágenes, mostrando su equipo, los locales renovados y nuevos productos & servicios.

	DICIEMBRE 2015
SEGUIDORES	3.436



La compañía está presente en la mayor red de profesionales del mundo, publicando búsquedas laborales, acontecimientos internos, reflejando el posicionamiento de Farmashop como marca empleadora. Todas las contrataciones profesionales en 2015 fueron realizadas a través de este canal.

	2014	2015
TOTAL SEGUIDORES	642	2.345

WEB

Se rediseñó la página web incorporando las últimas tecnologías y tendencias digitales, brindando una propuesta más amigable para la navegación del cliente, incrementando así el número de visitas.

CANTIDAD DE VISITAS	2014	2015
TOTALES	515.405	838.131
DESDE URUGUAY	94,74%	96,95%

Las secciones más visitadas en 2015 han sido:

- **Ofertas y novedades**
- **Farmacias**
- **Oportunidades de empleo**



33 SUCURSALES RENOVADAS

Durante el año 2015 el equipo de exhibición y armado trabajó en la reforma de 33 sucursales y las 2 oficinas corporativas.

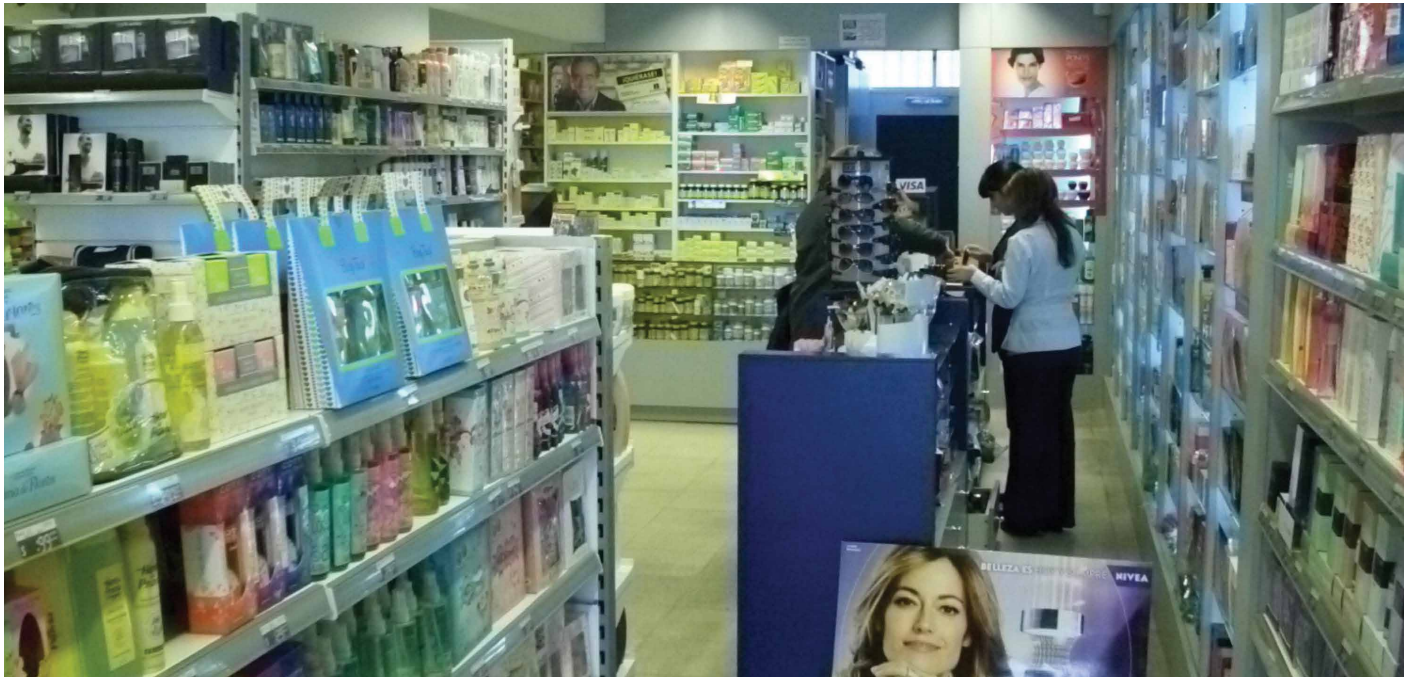
Como parte de nuestro compromiso con la calidad, mejoramos en todos los sentidos para que la experiencia de compra sea totalmente satisfactoria. Remodelando los locales se optimizó la gestión logística, ofreciendo así los mejores precios y calidad.

Los especialistas de exhibición y armado trabajan en cada local para mejorar la funcionalidad de los espacios y la distribución de los productos, logrando una adecuada y mejor disposición del mobiliario, ofreciendo a los clientes una atención más cálida y cercana a sus necesidades. Estudian detenidamente la arquitectura comercial de cada local aprovechando la distribución de los productos y góndolas en el espacio, gestionando un correcto layout, que permita optimizar el flujo de los clientes en el interior de la farmacia. Se busca que la mercadería esté mejor exhibida y más accesible a los clientes, considerando mejorar la experiencia de los clientes en el local para obtener el máximo provecho del punto de venta.

Las sucursales renovadas ofrecen al cliente:

- **Mayor variedad de productos**
- **Productos mejor exhibidos**
- **Atención más cálida y cercana**
- **Un espacio de compra más cómodo y agradable**





CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA

A través de la Central Telefónica Inteligente se atienden las llamadas de los clientes las 24 horas del día, los 365 días del año, derivándolas a la sucursal más cercana.

	2015	
TOTAL LLAMADAS	1.937.575	
LLAMADAS ATENDIDAS	1.525.564	78,74%
LLAMADAS PERDIDAS	412.011	21,26%

ATENCIÓN DEL CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA

Desde su comienzo el 01/09/2015

LLAMADAS RECIBIDAS	30.922	
LLAMADAS ATENDIDAS	27.857	90,01%
LLAMADAS PERDIDAS	3.065	9,91%

ATENCIÓN AL CLIENTE

En el mes de junio se creó el área de atención al cliente para brindar una atención más personalizada y continua, entablando un trato directo con todos los públicos de la compañía. A través de este canal los clientes transmiten sus sugerencias, consultas y reclamos, permitiéndonos mejorar el servicio y seguir creciendo juntos.

Junio a diciembre de 2015:

1.565 reclamos recibidos a través de la página web, 100% en efectividad de respuestas.

INTRANET

La comunicación interna es uno de los principales aspectos que ha desarrollado la compañía. Se desarrollan herramientas para conectar e informar a los más de 1300 colaboradores distribuidos en los distintos puntos del país. La herramienta de comunicación por excelencia es Intranet, ya que brinda a todos las mismas posibilidades de acceso a la información, novedades, instructivos, procedimientos, beneficios, encuestas, entre otros contenidos que nuclea la Intranet.

CANTIDAD DE VISITAS	2014	2015
ÚNICAS	118.338	157.734
TOTALES	565.826	793.367

CARTELERAS DE COMUNICACIÓN INTERNA

En cada sucursal se refuerza la comunicación interna a través de carteleras con información importante para los colaboradores. Las mismas se encuentran ubicadas en el lugar de descanso y son actualizadas mensualmente. Los colaboradores tienen la posibilidad de crear contenidos personalizados para colocar allí, por ejemplo cumpleaños, aniversarios laborales, notas, entre otros.

BUZÓN DE SUGERENCIAS

Todos los integrantes de la compañía pueden expresarse con total libertad a través del buzón, disponible en Intranet y dirigirse hacia los niveles superiores, obteniendo una respuesta en el plazo máximo de 72 horas. Los mensajes se clasifican en quejas, sugerencias o felicitaciones. El departamento de recursos humanos se contacta con el área de la compañía que corresponda para poder brindar una respuesta adecuada.

DICIEMBRE 2015

MENSAJES RECIBIDOS

170

PROGRAMA MYSTERY SHOPPER

A partir de agosto de 2014, de la mano de la empresa HS BRANDS LATINOAMÉRICA 4 CARIBE se implementa en Farmashop la técnica Mystery Shopper.

A través de esta técnica se puede entender cuál es la óptica del cliente y lo que espera del servicio. Partiendo de esta evaluación se puede mejorar el trabajo y satisfacer las necesidades de los clientes. El Mystery Shopper tiene por objetivo incentivar a que los colaboradores trabajen alineados a los estándares de calidad y atención al público establecidos por la compañía.

Es así que cada mes un cliente misterioso visita las distintas sucursales evaluando distintos aspectos: apariencia exterior, apariencia del salón de ventas, mostrador de farmacia, cajas, apreciaciones generales de farmacia, atención telefónica y entrega a domicilio.

Durante el proceso de compras misteriosas el comprador encubierto desarrolla actividades específicas como: comprar un producto, realizar preguntas, registrar quejas o comportarse de alguna manera específica, para finalmente proveer un reporte detallado y retroalimentación sobre su experiencia en el local. Se trabaja posteriormente en un análisis del reporte realizado, para luego realizar propuestas en el sentido de mejorar y/o mantener la atención de los colaboradores en un nivel cercano al óptimo.



PROMEDIO MYSTERY SHOPPER 92 SUCURSALES

2014	2015
61,85%	69,7%

Aspectos a mejorar

- Ofrecimiento de productos adicionales.
- Mención de beneficios especiales abonando con determinado medio de pago.
- Brindar información sobre entrega de delivery.
- Afiliación al programa Farmacard.

DATOS COMPARATIVOS 2014 VS. 2015

2014		
SUCURSALES	VISITAS	PORCENTAJE TOTAL
INTERIOR	55	66%
MONTEVIDEO	238	61%
	Promedio	62%

2015		
SUCURSALES	VISITAS	PORCENTAJE TOTAL
INTERIOR	303	73%
MONTEVIDEO	798	69%
	Promedio	70%

PORCENTAJES POR SECTORES

SUCURSALES	2014	2015
APARIENCIA EXTERIOR	79%	84%
APARIENCIA SALÓN DE VENTAS	85%	84%
MOSTRADOR DE FARMACIA	69%	71%
CAJAS	62%	69%
EXPERTO DE SALÓN	10%	
EXPERTO DE ENFERMERÍA	13%	
APRECIACIONES GENERALES	87%	86%
ATENCIÓN TELEFÓNICA	51%	61%
ENTREGA A DOMICILIO	46%	66%

Referencias

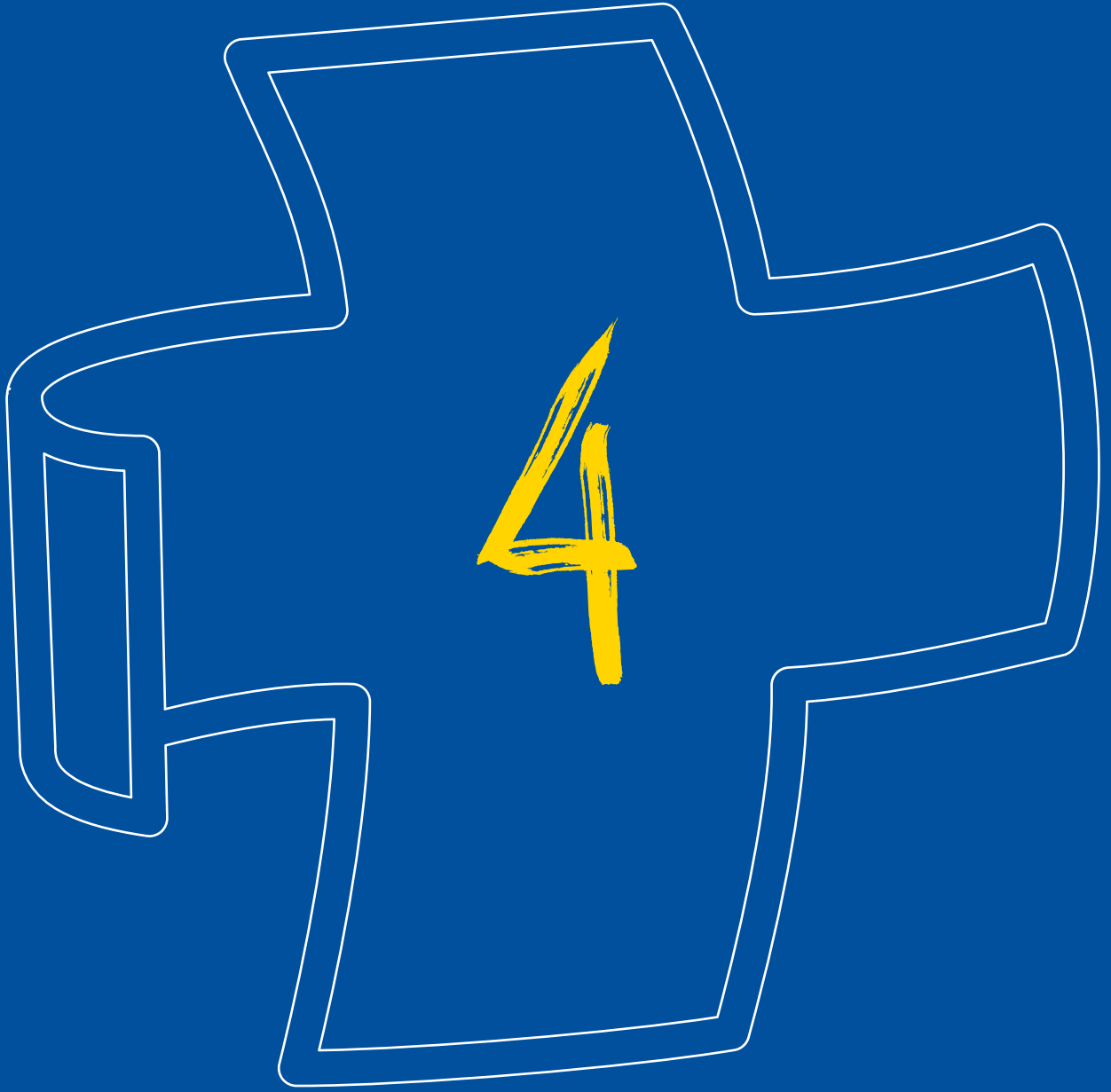
RESULTADO	
ALTO	70% al 100%
MEDIO	50% a 69%
BAJO	1% al 49%

PUNTOSHOP



 **NaviFe**
Lo nuevo en Navidad





RSE

RSE

En Farmashop creemos firmemente que la Responsabilidad Social Empresaria cumple un rol fundamental en la evolución hacia un desarrollo global y sostenible.

Es por esto que nos encontramos altamente comprometidos a encontrar un equilibrio que maximice los beneficios para todos nuestros colaboradores y contribuir al bienestar de la sociedad en su conjunto con los niveles más estrictos de integridad y transparencia.

Para ello hemos desarrollado diferentes planes de acción que están enmarcados en un plan anual de RSE que se subdivide en 6 áreas: calidad de vida laboral, compromiso con la sociedad, protección del medio ambiente, beneficios para colaboradores, capacitación y programas laborales.

Entregamos más de 300 botiquines de primeros auxilios a instituciones recomendadas por los colaboradores, participamos del Domingo Amigo de la Fundación Peluffo Giguens, realizamos el primer Family Day y una nueva Fiesta de Fin de Año. También colaboramos con Fundappas permitiendo el entrenamiento de Cooper como Perro Guía.





CALIDAD LABORAL

Nos encontramos comprometidos con la formación, la motivación, el desarrollo profesional y la conciliación de la vida profesional y personal de nuestros trabajadores.

BENEFICIOS PARA COLABORADORES

FARMACARD

Todos los colaboradores acceden al descuento del 15% comprando con la tarjeta Farmacard, además acumulan Farmapuntos que podrán utilizar como medio de pago en sus siguientes compras.

PRESENTE PARA MAMÁS/PAPÁS

Todas las mamás y papás de Farmashop reciben 2000 Farmapuntos como obsequio por la llegada de su hijo.

PASCUAS

Todos los años se obsequia a cada colaborador un huevo de Pascuas para celebrar esta fecha.

DÍA DE LA MADRE/PADRE

Cada año Farmashop obsequia a los colaboradores un presente por el Día de la Madre/Padre.

NAVIDAD

Todos los colaboradores reciben una canasta navideña para celebrar las fiestas.

CARNET DE SALUD

Farmashop abona el costo del carnet de salud a los colaboradores que tienen como mínimo 1 año de antigüedad en la compañía, el carnet puede realizarse cada dos años.

CURSOS DE IDÓNEO EN FARMACIA

A los colaboradores que tienen un excelente desempeño, la compañía abona la totalidad del valor del curso de Idóneo en Farmacia. Este curso se realiza todos los años y egresan más de cincuenta idóneos que inmediatamente comienzan a desarrollarse en este puesto.

PROGRAMA DE RECONOCIMIENTOS E INCENTIVOS

Farmashop lleva a cabo un Programa de Reconocimientos e Incentivos en las Sucursales, el Centro de Distribución y las Oficinas.

Este programa tiene por objetivo incentivar y reconocer los logros alcanzados, para que los equipos trabajen alineados a los valores definidos en la estrategia organizacional de la compañía.

En las sucursales se premia un *Equipo del mes* según su desempeño mensual. Dentro del equipo ganador, se elige un *Colaborador del mes* y un *Compañero del mes*.

En las Oficinas y el Centro de Distribución la elección se realiza mediante votación: un mes los gerentes premian el desempeño del mejor colaborador, y al siguiente mes los colaboradores eligen al mejor compañero.

Los *Colaboradores del mes* y los *Compañeros del mes*, además de recibir un presente, almuerzan junto al Gerente de Recursos Humanos. Al finalizar el año se elige entre todos los *Colaboradores del Mes*, al *Colaborador del Año*.

VIÁTICOS POR CURSOS DE CAPACITACIÓN

Los colaboradores reciben viáticos por curso de capacitación dictados por la compañía, como reconocimiento al esfuerzo y compromiso de adquirir nuevas herramientas para desarrollar su trabajo.

DESCUENTO EN BOLETOS DE TRANSPORTE

Los colaboradores reciben un 10% de descuento en el valor de los boletos otorgados por la Intendencia de Montevideo a los trabajadores usuarios del sistema de transporte metropolitano. Pueden sacar entre 30 y 50 boletos, que tendrán hasta 40 días de validez.





FIESTA DE FIN DE AÑO

Para celebrar los logros alcanzados, al finalizar cada año Farmashop agasaja a todos los colaboradores con una Fiesta de Fin de Año. En esta ocasión se disfruta de un show musical, cena, sorteos, reconocimientos, entre otras sorpresas.

TARJETA DE CRÉDITO SANTANDER- FARMACARD

A todos los colaboradores que cumplen 3 meses de antigüedad laboral se les entrega la tarjeta de Crédito Santander-Farmacard.

FARMASHOP TE CUIDA A VOS TAMBIÉN

Un programa de beneficios corporativos en donde los colaboradores pueden adquirir importantes descuentos en diferentes empresas del rubro Automovilístico, Bebés & Niños, Belleza & Salud, Comidas & Bebidas, Deportes, Electrónica & Tecnología, Entretenimiento, Formación & Educación, Hogar & Decoración, Indumentaria & Moda, Informática, Música, Películas & Libros, Oficina & Útiles, Regalos, Servicios, Supermercados, Telefonía Móvil & Internet, Viajes & Turismo, Mascotas.

Este programa cuenta con una plataforma interactiva en la que los colaboradores pueden consultar sus descuentos y enterarse de las últimas novedades, así como participar de trivias y sorteos.

DESAYUNOS SALUDABLES

Farmashop agasaja una vez por semana con un desayuno nutritivo y saludable a los colaboradores de las oficinas.

CELEBRACIÓN DE CUMPLEAÑOS

En las oficinas, al finalizar cada mes, se celebran los cumpleaños de los colaboradores que allí se desempeñan.

FAMILY DAY

Damos la bienvenida a la primavera festejando en familia. Se realiza una jornada informal, de reunión, celebración e intercambio entre los colaboradores y sus familias, mediante juegos y mucha diversión.

ENTREGA DE ÚTILES ESCOLARES Y PIQJICIDAS

Previo al inicio de clases, se realizan entregas de sets escolares y piojicidas a hijos de los colaboradores.

DÍA DE CUMPLEAÑOS

Todos los colaboradores reciben el beneficio de disfrutar media jornada libre por motivo de su cumpleaños.

ALMUERZO/CENA DE EQUIPO POR DÍA DE LOS TRABAJADORES

Con motivo del Día de los Trabajadores que se celebra el 1° de mayo, todos los colaboradores de las sucursales reciben un bono para realizar una comida compartida.

ALMUERZO CON EL DIRECTOR DE LA COMPAÑÍA

El Director de la compañía realiza almuerzos mensuales, a fin de que cada colaborador tenga la oportunidad de conocerse y compartir el trabajo que realiza con compañeros de otras áreas.

CICLO DE REUNIONES CON PABLO LUNDAHL

Los colaboradores de las sucursales participan de jornadas de integración e intercambio con el Director de la compañía.

COMISIÓN DE SEGURIDAD E HIGIENE

Farmashop creó la Comisión de Seguridad e Higiene con el objetivo de mejorar las condiciones de seguridad y salud de los trabajadores. Es una comisión tripartita, integrada por dos representantes de los trabajadores, dos representantes de la compañía y un representante técnico preventivista. Cada parte cuenta con sus respectivos suplentes.

El primer cometido de la Comisión fue mejorar los espacios de descanso en las sucursales, ocupándose de brindar confort y seguridad a los colaboradores. En cada renovación de los locales, la comisión evaluó las condiciones de seguridad e higiene, haciendo especial hincapié en los espacios destinados al descanso.

La Comisión también tiene como objetivo capacitar a los colaboradores en cuanto a seguridad y prevención. Para esto realiza capacitaciones de seguridad vial y manejo defensivo, dirigida a todos los colaboradores que utilizan vehículos de la compañía, para que puedan desempeñar sus tareas con mayor seguridad, analizando y aplicando medidas preventivas frente a riesgos potenciales y reales del tránsito.

Se organizan capacitaciones sobre primeros auxilios dirigidas a los colaboradores de las sucursales, instruyéndolos a fin de que puedan desenvolverse ante eventuales situaciones de emergencia.

POLÍTICA DE SALUD Y SEGURIDAD OCUPACIONAL

Farmashop tiene el compromiso de proporcionar a sus colaboradores, contratistas, comunidades y público relacionado, un ambiente de trabajo seguro y saludable; así como de conducir sus actividades de forma segura. La seguridad y la higiene son valores claves que deben ser incorporados en todos los aspectos del negocio.

Todo aquel que trabaje en Farmashop espera un ambiente de trabajo seguro y saludable. A cambio se espera que todos contribuyan a crear ese ambiente seguro y demuestren, a través de un compromiso visible y activo de unos con otros, que la seguridad e higiene son valores claves.

Cuando nos referimos a los resultados de la seguridad, tenemos la convicción de que el número aceptable es cero: cero accidentes y cero enfermedades ocupacionales. El logro de este objetivo es fundamental para alcanzar la excelencia.



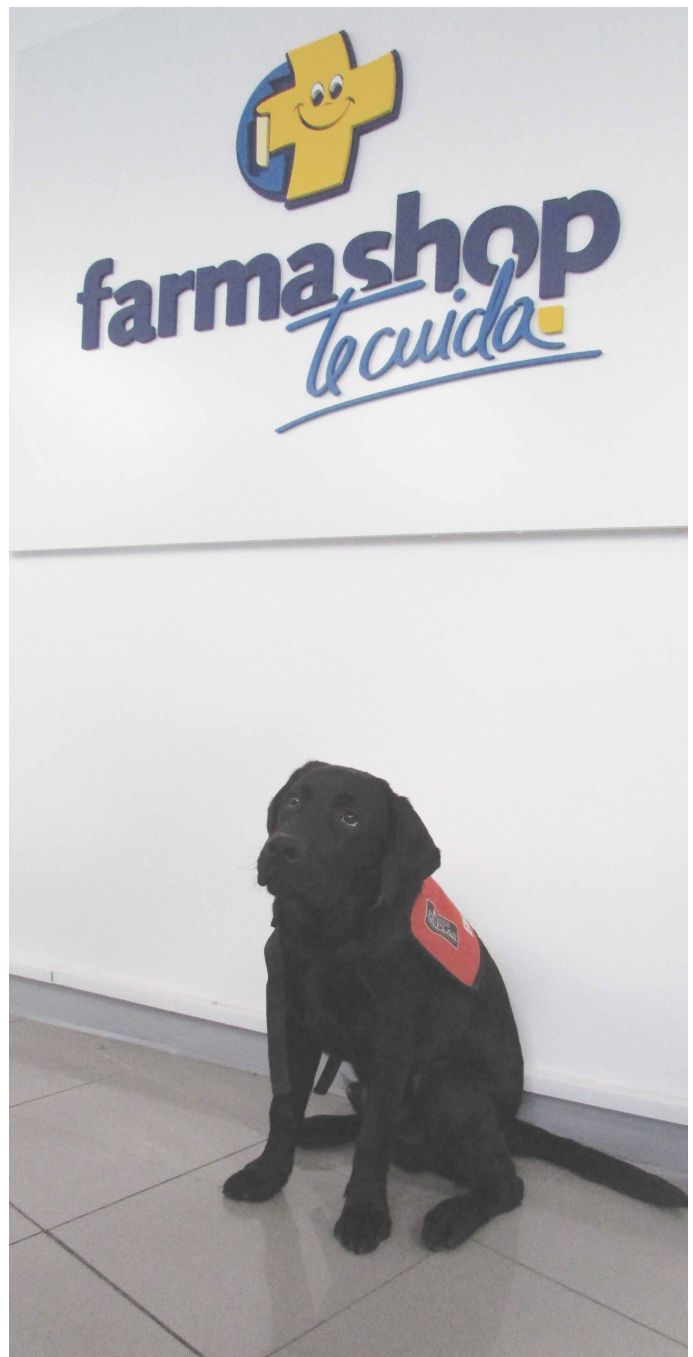
COOPER, EL FUTURO PERRO GUÍA

Tenemos un pasante muy especial: Cooper, un labrador que se está preparando para convertirse en perro guía o de asistencia.

Ana Clara, su socializadora, trabaja en el Centro de Atención Telefónica, su papá fue diagnosticado con glaucoma, por lo que perdió la vista hace unos años. Debido a esto se contactó con FUNDAPPAS, (primera fundación en Uruguay que entrena a los cachorros que serán futuros Perros Guía o de Asistencia para personas ciegas o niños autistas). Para cumplir con sus funciones, estos perros deben compartir un año de convivencia con las llamadas *familias socializadoras*. Luego de finalizado este período, el perro irá a la escuela de entrenamiento de FUNDAPPAS durante seis u ocho meses con los instructores y posteriormente será entrenado con quien será, finalmente, su compañero de vida.

El objetivo de Ana Clara como socializadora es que Cooper conozca la mayor cantidad de lugares y sensaciones posibles, debe ingresar a supermercados, realizar viajes en ómnibus y en taxis, visitar espacios públicos y privados. Cooper la acompaña las 24 horas del día, al trabajo y a sus clases en la facultad.

Luego de 12 meses de socialización, será devuelto a la Escuela Integral de Perros de Asistencia y Terapia FUNDAPPAS, para ser adiestrado por los instructores de la Escuela y finalmente convertirse en Perro Guía o de Asistencia.







COMPROMISO SOCIAL

Una de las áreas de nuestro Plan Anual de Responsabilidad Social Empresaria es el compromiso con la sociedad. Enmarcados en este cometido es que contribuimos con organizaciones que brindan asistencia social e implementamos programas y recursos para la protección del medio ambiente.

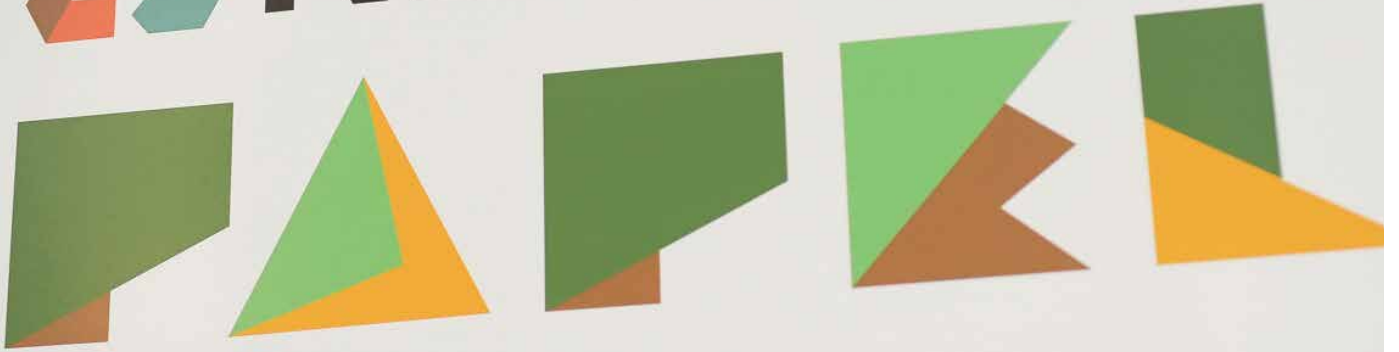
PROTECCIÓN DEL MEDIO AMBIENTE

BICICLETAS ELÉCTRICAS

Incorporamos bicicletas dotadas de un motor eléctrico que se recarga a través de una batería que, en promedio, permite recorrer entre 35 y 40 kilómetros con una sola carga. De esta manera, además de contribuir con el medio ambiente al bajar el consumo de combustible y energía, nuestros colaboradores pueden recorrer mayores distancias en menos tiempo, de forma cómoda y realizando un ejercicio físico moderado. Las baterías tienen un tiempo de carga de entre 3 y 6 horas que equivalen al consumo de una lamparita de 40 watts en ese mismo tiempo.



RECICLÁ



RECICLA

REPAPEL

Reciclamos papel y cartón en nuestros centros de trabajo para que otros puedan desarrollar programas educativos para escuelas públicas de todo el país. Trabajamos junto a la organización civil Repapel, quien se dedica a la Educación para el Desarrollo Sostenible que busca a través de la sensibilización, la educación y la formación, generar cambios sustantivos en los hábitos y patrones de consumo y descarte, como generadores de impactos ambientales y sociales.

Anualmente Repapel logra recolectar 500.000 kilos de papel para reciclar, además de promover hábitos responsables de consumo y descarte a 20.000 niños, 8.000 adultos y 100 docentes, que se convierten en multiplicadores y agentes de cambio.

En Farmashop disponemos de un sistema de gestión del papel de desecho, el cual se envía mensualmente a los depósitos de Repapel.

El papel que se recolecta se traslada a depósitos o fábricas recicladoras. A partir de este papel de desecho, se elaboran materiales y útiles de papel reciclado que regresan a las escuelas y se financia el programa educativo.

TOTAL DE KILOS DE PAPEL RECOLECTADOS EN
LAS ESCUELAS Y CENTROS EDUCATIVOS QUE
INTEGRAN EL PROYECTO DE RECICLAJE:
20.057 KG.



COLABORACIÓN CON FUNDACIONES

UNICEF

El miércoles 12 de agosto Farmashop participó de la octava edición de la cena anual de recaudación de fondos de UNICEF *Una mesa. Miles de sonrisas*. El evento, organizado desde 2008 por UNICEF Uruguay junto a su Consejo Consultivo de Empresarios, contó con la participación de las principales empresas del país, reconocidas personalidades del ámbito empresarial, deportivo, artístico y autoridades nacionales.

La cena contó también con la participación especial de Diego Forlán, quien recibió un homenaje al cumplirse 10 años en su rol de Embajador de buena voluntad de UNICEF. Además, se presentó la investigación realizada por Deloitte Uruguay para UNICEF: *¿Qué están haciendo las empresas por los niños en Uruguay?*



FUNDACIONES ELEGIDAS POR NUESTROS COLABORADORES: PELUFFO GIGUENS Y TELETÓN

En el marco del ciclo del programa 2015 *Teletón Invita*, todos los colaboradores tuvieron la posibilidad de visitar las instalaciones de la fundación. Dicho programa es impulsado por el Voluntariado de Teletón y permite conocer el funcionamiento de los dos Centros de Rehabilitación que posee la obra en Montevideo y Fray Bentos. Realizamos una visita guiada que duró aproximadamente una hora, en donde los visitantes conocen el trabajo que realizan todas las áreas que integran el equipo médico de Teletón. Una experiencia que permite vivir la experiencia y la realidad de Teletón.

PELUFFO GIGUENS

Nos comprometimos a abonar los gastos fijos del Hogar La Campana: mes a mes abonamos los gastos de gas, Antel, UTE y OSE. También colaboramos mensualmente con elementos de primera necesidad para el hogar: papel higiénico, pañuelos, productos de limpieza, ropa para bebé, entre otros.

Durante el año 2014 se llevó a cabo la campaña de recolección de colaboraciones en todos los locales de Farmashop. En todas las cajas se solicitó a los clientes una colaboración de \$5. El día 27 de julio se realizó la jornada televisiva, en donde Farmashop entregó un cheque por el valor de todo lo recaudado (\$550.000), y redobló la apuesta con un cheque por el mismo valor, de parte de la empresa.

PROGRAMA RSE "QUIERO AYUDAR"

A partir del año 2015, Farmashop incluyó en su Plan Anual de RSE una nueva política de colaboración y apoyo a la comunidad; dirigida hacia todas las organizaciones, clubes barriales y deportivos, sociedades de fomento, y cualquier otro grupo o asociación que los colaboradores de la compañía deseen apoyar.

A través de nuestro canal de comunicación interna, Intranet, todos los colaboradores tienen la posibilidad de sugerir la organización a la que desean apoyar.

La compañía asumió el compromiso de brindar y asistir a cada una de estas organizaciones propuestas con botiquines y artículos farmacéuticos.

A partir del mes de abril, se comenzó a visitar las primeras organizaciones sugeridas, entregando botiquines de acuerdo a las necesidades y realidades de cada escenario.

Algunas de las organizaciones con las que ya hemos colaborado son: Club Independiente Lezica (Montevideo – Colón), Liceo Jubilar (Montevideo – Gruta de Lourdes), Agrupación de Atletas del Uruguay (Montevideo – Centro), Comunidad Israelita del Uruguay (Montevideo), Club Social y Deportivo Diablos Rojos (Montevideo – Portones), Atlético Bella Vista (Paysandú), Rampla Juniors FC Divisiones Infantiles (Montevideo – Cerro), Cottolengo Femenino Don Orione (Montevideo – Prado), U.C.D.D. Uruguay Celeste Deporte y Diversidad (Montevideo – Sayago), Refugio PGA Perros y Gatos en Adopción (Montevideo – Pajas Blancas), Club Atlético La Llama (Canelones – Las Piedras).

Con más de 60 organizaciones sugeridas al día de hoy, Farmashop apuesta al desarrollo de acciones innovadoras fortaleciendo la relación entre la empresa, las organizaciones sociales y la comunidad. ¿Con quiénes colaboramos? Colaboramos con todas aquellas organizaciones sin fines de lucro, ni políticos, que necesiten de un botiquín de primeros auxilios para desempeñar sus actividades, o brinden asistencia comunitaria. ¿Cada cuánto tiempo se realizan las donaciones? Las entregas se realizan de acuerdo al orden de ingreso en nuestro canal de comunicación interna. En abril se comenzó con la entrega de botiquines a las organizaciones propuestas durante los meses de enero, febrero y marzo.

Colaboraciones ante situaciones de emergencia sugeridas por colaboradores: incendio de Melo, inundados.



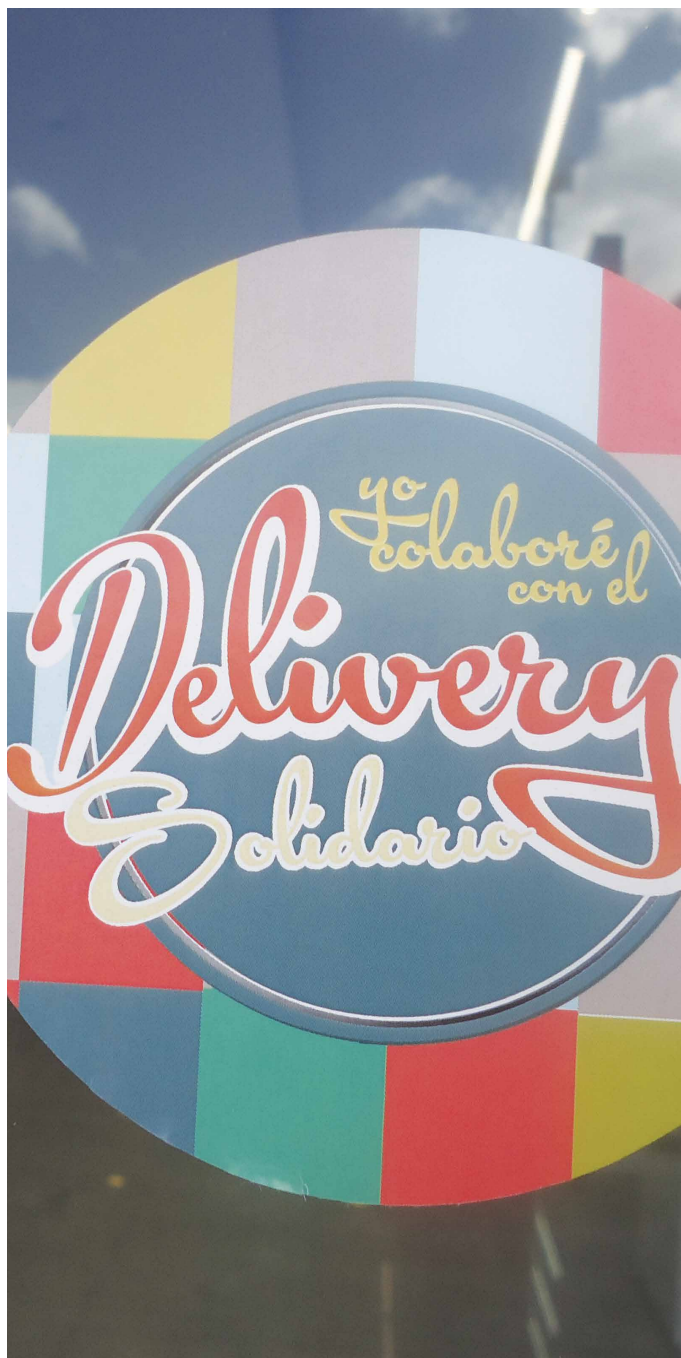
PUEDO AYUDAR

Es una actividad que se enmarca dentro del programa QUIERO AYUDAR. Consiste en difundir, a través de nuestros canales de comunicación internos, casos de colaboración especiales que surgen como iniciativa de nuestros colaboradores e involucran a sus conocidos, familiares o amigos. Farmashop se compromete a dar difusión a los casos planteados, apostando a la colaboración de los demás. En casos excepcionales la compañía puede brindar ayuda económica.

DELIVERY SOLIDARIO - CANAL 10

Colaboramos con el Programa de televisión Delivery Solidario, el camión solidario recorre el país en el programa que une a los que necesitan ayuda con los que están dispuestos a darla.

¡Algunos precisan ayuda y Farmashop está dispuesto a darla!



VOTÁ PARA COLABORAR: GANADORES ALDEAS INFANTILES Y PEREZ SCREMINI.

Enmarcados en nuestro compromiso con la sociedad, contribuimos con determinadas organizaciones no gubernamentales y sin fines de lucro, que brindan asistencia social y se sustentan con la colaboración de empresas involucradas con el medio.

Las siguientes organizaciones se han acercado a nuestra compañía porque nos han visto como posibles aliados estratégicos para colaborar con el desarrollo de sus planes y proyectos. La decisión está en el voto de nuestros colaboradores.

Las organizaciones que participaron de la votación son las siguientes:

- Aldeas Infantiles SOS
- Cottolengo Masculino Don Orione
- Fundación Gonzalo Rodríguez
- Fundación Pérez Scremini
- TECHO
- Asociación Casa Ronald McDonald
- Fundación Alejandra Forlán
- Fundación Peluffo Giguens
- Fundación Teletón
- UNICEF

DESEM JÓVENES EMPRENDEDORES

En 2014 Farmashop comenzó a colaborar con DESEM Jóvenes Emprendedores, una organización sin fines de lucro, que implementa programas educativos para complementar la currícula escolar, desarrollando habilidades emprendedoras en niños y jóvenes de todo el país.

Este año Farmashop colaboró con dos programas de esta organización: Socios por un Día y Empresas Juveniles; participó además de la cena benéfica para recaudación de fondos.

El programa *Socios por un Día* consiste en dar la oportunidad a un estudiante de bachillerato o de los primeros años de la carrera universitaria, de acompañar a un profesional durante su jornada laboral. El estudiante participa de todas las actividades que desarrolla su socio, tales como entrevistas, almuerzos y reuniones de trabajo, entre otras actividades que comprenden la cotidianidad del profesional en el ejercicio de su rol. Farmashop contó con un socio en el Departamento de Marketing y otro socio en el Departamento de Recursos Humanos, los estudiantes pudieron conocer por dentro el área de trabajo en la que desean desarrollarse profesionalmente.

El programa Empresas Juveniles tiene como finalidad proporcionar a los estudiantes de cuarto año de educación secundaria, una experiencia práctica de desarrollo de habilidades emprendedoras, a través del ejercicio de formación de una empresa. Cada Empresa Juvenil fija sus propios objetivos, elige un producto o servicio para producir y completa todo el ciclo que comprende la creación, la administración, la producción y la liquidación de una empresa real. Se implementa en diferentes centros educativos de todo el país, actualmente se lleva a cabo en doce departamentos. Farmashop colaboró con el desarrollo de la empresa ES-TU-BOX (cajas de sorpresas) creada en el colegio St. Brendan's.

GESTIÓN DE GARANTÍA DE ALQUILER

En el mes de agosto de 2015, Farmashop presentó ante la Contaduría General de la Nación la solicitud de inscripción en el Sistema de Garantía de Alquileres. El Servicio de Garantía de Alquileres (SGA) permite acceder a una garantía de alquiler para casa-habitación, con respaldo del Estado.

Dicha solicitud fue motivada por sugerencias de los colaboradores recibidas a través del Buzón de Sugerencias (Intranet). Cada uno de ellos manifestó la necesidad de contar con un servicio de garantía para alquilar.

Coboe S.A fue aceptada como empresa privada por el Servicio de Garantía de Alquileres.

Los beneficios del uso de la garantía son los siguientes: trámites sin costo, descuento del alquiler directamente en el recibo de sueldo, exoneración de cuota de afiliación y de costo por la firma del contrato.

Para hacer uso de la garantía, los colaboradores de la empresa requieren dos (2) años de antigüedad y de permanencia en la misma.

El Servicio de Garantía de Alquileres siempre ha sido la puerta abierta a un alquiler para miles de uruguayos.



CAMPAÑA DE DONACIÓN DE SANGRE

En setiembre se firmó el compromiso solidario con el Servicio Nacional de Sangre (SNS), transformando a Farmashop en una Organización Solidaria.

La primera jornada de donación se llevará a cabo en el mes de enero de 2016. Todo aquel colaborador que cumpla con los requisitos necesarios para donar sangre podrá hacerlo en la primera jornada. El integrante de la donación solidaria se comprometerá a donar sangre periódicamente con un mínimo de una o más donaciones anuales, de acuerdo a las necesidades de la organización solidaria a la que pertenece.

El colaborador de Farmashop designará seis beneficiarios, quienes deberán estar inscriptos ante el SNS, para recibir apoyo en caso de necesitarlo.

CONVENIO CON EL FONDO DE SOLIDARIDAD

El Fondo de Solidaridad es la institución más importante en el sistema de becas del país. Trabaja para que más jóvenes puedan acceder a la educación terciaria mediante la gestión profesional de un sistema de becas. Las becas consisten en un apoyo económico mensual y están destinadas a estudiantes comprometidos de todo el país que provienen de hogares que no cuentan con los medios suficientes para apoyarlos económicamente en su proyecto educativo.

Abrimos contacto directo con el Fondo de Solidaridad para que sus becarios puedan postularse a nuestras ofertas laborales. Este es un importante recurso de reclutamiento de estudiantes universitarios junior para trabajar en las sucursales.



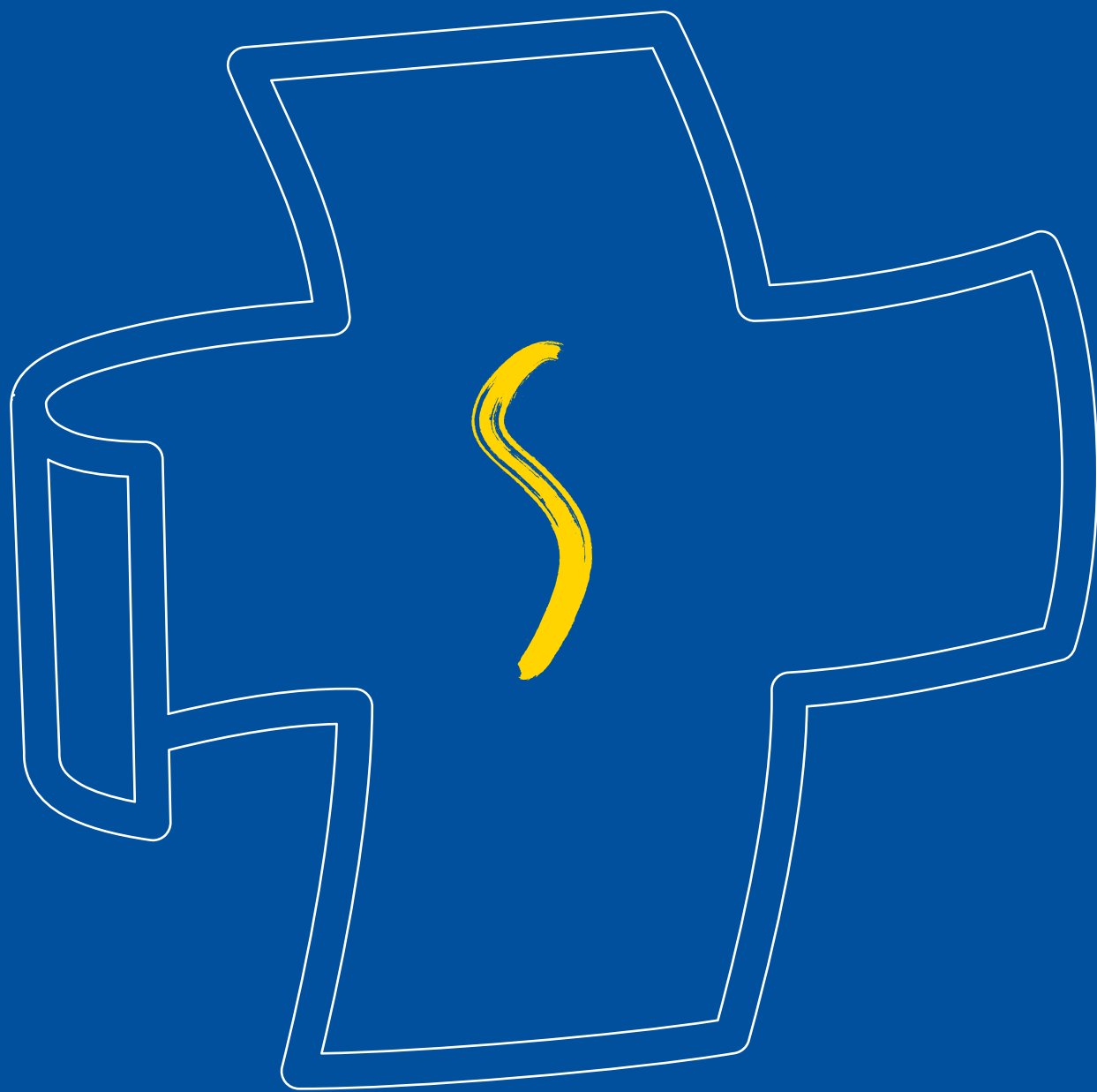
Servicio
Nacional
de Sangre



CALIDAD LABORAL







RESULTADOS Y
OBJETIVOS 2016

RESULTADOS

CRECIMIENTO DE VENTAS

	2014	2015
Unidades	17,3%	14,2%
Ventas	21,16%	23,48%
Ventas US\$	6,67%	9,36%

EVOLUCIÓN DEL PESO DE VENTAS LOS DÍAS JUEVES Y DOMINGO SOBRE VENTAS TOTALES

	2013	2014	2015
Jueves Unidades	14,33%	14,2%	20,57%
Domingo Unidades	12,22%	11,8%	12,41%
Jueves Pesos	14,4%	9,36%	20,84%
Domingo Pesos	11,55%	11,33%	12,12%

EVOLUCIÓN DE % DE VENTA CON FARMACARD SOBRE TOTAL DE VENTAS

2013	2014	2015
53,43%	72,38%	84,93%

EVOLUCIÓN DE SUCURSALES

2014	2015
92	98*

* 92 Sucursales Farmashop, 2 sucursales Puntoshop, 4 Sucursales OM by Farmashop.

DÍAS DE INVENTARIO

2014	2015
106	88

ÍNDICE DE ROTACIÓN

2014	2015
60,93%	46,44%

PORCENTAJE DE AUSENTISMO

DIC-2014	DIC-2015
5,8%	4,7%*

ENCUESTA DE CLIMA LABORAL

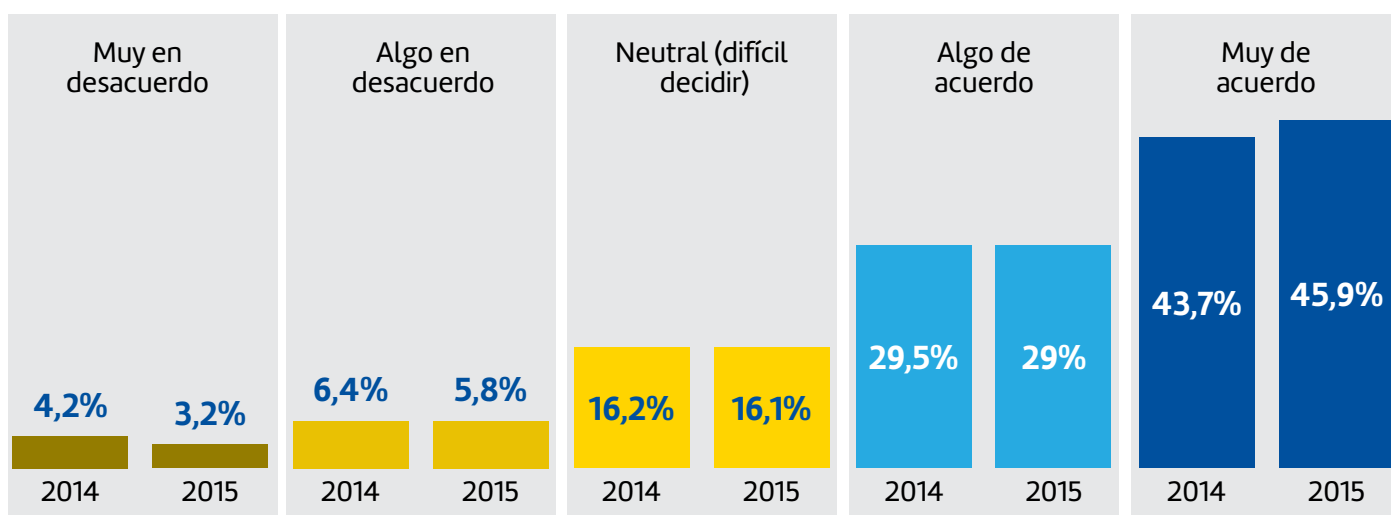
A fines del año 2015, Farmashop llevó a cabo una nueva edición de la encuesta de clima organizacional que contó con la participación de 959 colaboradores. Esto representó un 27,9 % más de participación que en el año anterior, oportunidad en la que participaron 750 colaboradores.

El diseño y la aplicación de la encuesta fueron realizados por Farmashop, el análisis de los resultados estuvo a cargo de la firma Deloitte S.C.

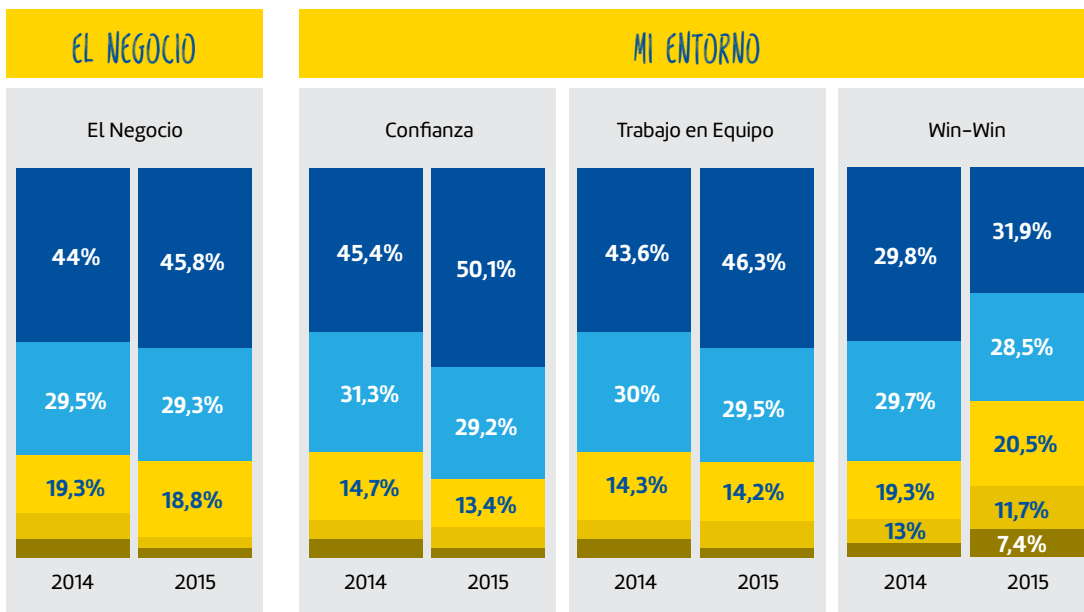
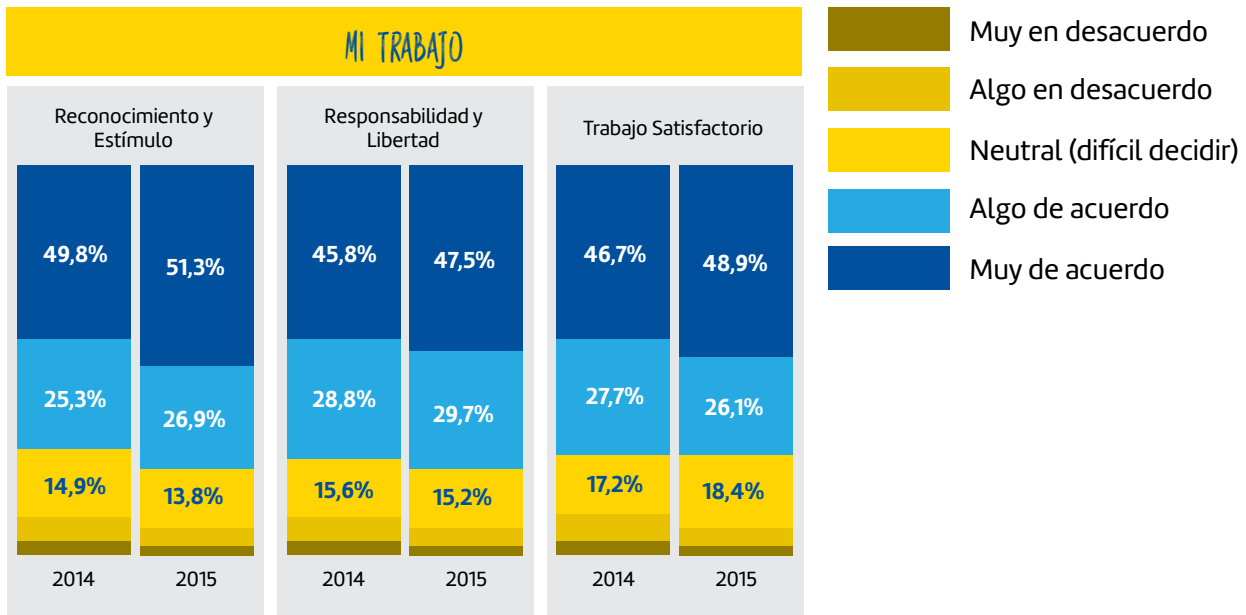
La encuesta estuvo compuesta por: 66 preguntas, una clasificación de beneficios y un casillero en blanco para desarrollar comentarios. El porcentaje de preguntas no contestadas ascendió al 4,9%. Se definió una escala de respuestas de 1 a 5. Siendo 1 la opinión negativa y 5 la opinión más favorable.

	2014	2015
Cantidad de Colaboradores	733	959
Respuesta Promedio	4,0	4,1
Mediana Respuesta	4,0	4,0
Varianza Respuesta	1,2	1,1

DISTRIBUCIÓN DE RESPUESTAS POR AÑO



COMPOSICIÓN DE DATOS POR GRUPO Y SUBGRUPO DE PREGUNTAS



ALGUNAS CONCLUSIONES SOBRE LOS RESULTADOS OBTENIDOS

En líneas generales, se observa un aumento significativo (27,9%) en la participación del personal, así como una mejora en los resultados obtenidos en la encuesta efectuada en el año 2015 al compararlos con los recogidos en 2014. En este sentido, las respuestas relativas a una valoración negativa en las preguntas (*muy en desacuerdo* y *algo en desacuerdo*) disminuyeron 1,6 puntos porcentuales: 10,6% en 2014 contra 9% en 2015. A su vez, las respuestas favorables (*algo de acuerdo* y *muy de acuerdo*) tuvieron un aumento de 1,7 puntos porcentuales: 73,2% en 2014 contra 74,9% en 2015.

RESULTADOS POR GRUPOS DE PREGUNTAS

MI TRABAJO

El grupo *Mi Trabajo* refiere a las tareas que debe desarrollar cada puesto y está integrado por los subgrupos *Responsabilidad y Libertad*, *Reconocimiento y Estímulo* y *Trabajo Satisfactorio*.

Responsabilidad y Libertad evalúa los aspectos relativos a la toma de decisiones, a la flexibilidad en el lugar de trabajo y a los procesos y las nuevas tecnologías. Por su parte, *Reconocimiento y Estímulo* indaga la percepción que tienen los trabajadores respecto a la valoración que reciben acerca de sus contribuciones, el valor que tienen para asumir riesgos, el disfrute de los resultados, entre otros. Mientras que *Trabajo Satisfactorio* mide el grado de motivación al trabajo y de fijación de metas ambiciosas.

Mi trabajo resultó el grupo de preguntas con el porcentaje de puntuaciones favorables más elevado con un 76,9% (ver *Análisis comparativo 2014 vs. 2015*).

Al comparar los resultados obtenidos en esta oportunidad con los del año 2014, sobresale un aumento significativo en el porcentaje de respuestas *muy de acuerdo* pasando de 44,9% a 49%.

Teniendo en cuenta los resultados por subgrupo de preguntas, *Responsabilidad y Libertad* consiguió un porcentaje de respuestas favorables de 77,2% resultando en un incremento de 2,9 puntos porcentuales con respecto a la edición anterior.

Por otra parte, más de la mitad de las respuestas obtenidas en el subgrupo *Reconocimiento y Estímulo* corresponden a puntuaciones favorables *muy de acuerdo* (51,3%). Estas respuestas han alcanzado un aumento de 6,6 puntos porcentuales en relación al 2014.

Al considerar las respuestas por pregunta, se observa que: *Comprendo bien cómo mi trabajo contribuye a que Coboe logre sus objetivos de negocio establecidos* ha sido la pregunta que alcanzó el mayor porcentaje de resultados positivos (90%).

MI ENTORNO

Mi Entorno refiere a aquellos aspectos que rodean el trabajo y comprende los siguientes subgrupos: *Confianza*, *Trabajo en Equipo* y *Win-Win*.

El subgrupo *Confianza* mide el grado de integridad, seguridad y confiabilidad que perciben los trabajadores de Farmashop respecto a su entorno laboral. Asimismo, el segundo subgrupo considera diversos elementos relacionados a los equipos de trabajo tales como comunicación, feedback, diversidad, rendimiento, entre otros. *Win-Win* evalúa el equilibrio entre la vida personal y el trabajo, la maximización de la contribución de los trabajadores y la percepción de un salario acorde.

En términos generales, los porcentajes de respuesta obtenidos en *Mi Entorno* son similares a los recogidos en la edición anterior. Es de destacar que *Mi Entorno* es el grupo que obtuvo un mayor porcentaje de respuestas desfavorables (11%) así como un menor porcentaje de favorables (74%) al compararlo con los resultados de *Mi Trabajo* y *El Negocio*.

Comparando los subgrupos, se observa que *Confianza* se colocó como aquel que alcanzó mejores resultados. Por un lado, se constató un aumento en el porcentaje de respuestas favorables (73,1% en 2014 contra 79,3%

en 2015), resaltando específicamente un incremento de 7,8 puntos porcentuales en las respuestas de categoría *muy de acuerdo*. Por otro lado, se apreció un descenso en el porcentaje de respuestas desfavorables: de 10,4% en 2014 bajó a 7,3% en 2015.

Los resultados obtenidos en el subgrupo *Trabajo en Equipo* reflejan una mejora significativa en las respuestas favorables (*muy de acuerdo*), que conlleva a un aumento en el porcentaje de respuestas favorables totales de 3,6 puntos porcentuales (72,2% en 2014 contra 75,8% en 2015).

EL NEGOCIO

Este grupo comprende las preguntas que refieren al entendimiento y percepción del negocio de los trabajadores y su alineación con el mismo.

Los resultados generales reflejan una mejora con respecto al 2014, destacándose una disminución de 5,2 puntos porcentuales en los puntajes desfavorables y un aumento de las puntuaciones favorables de 1,7 puntos porcentuales (ver *Análisis comparativo 2014 vs. 2015*).

Al analizar las respuestas por pregunta, aquella que obtuvo el mayor porcentaje de resultados positivos (92%) fue la siguiente: *Entiendo bien cómo poner en práctica los valores de Coboe en el trabajo*. A su vez, la pregunta: *Mis superiores utilizan los resultados de la encuesta de clima laboral para mejorar nuestro ambiente de trabajo* representó la afirmación con mayor porcentaje de respuestas neutras (36%). Por último, la pregunta cuyo porcentaje de puntuaciones desfavorables fue el más alto (14%) fue: *En mi grupo se planifica lo suficiente antes de actuar*.

ANÁLISIS DE BENEFICIOS

TIPO DE BENEFICIO	CANTIDAD DE COLABORADORES	% DEL TOTAL
Abono de cursos para colaboradores (Idóneos en Farmacia, Experto en Perfumería, otros)	395	41,9%
Obsequios por fechas especiales (Día del Padre, Día de la Madre, nacimientos, Pascua, Fiestas)	182	19,3%
Eventos de celebración: Family Day, fiesta de Fin de Año	169	17,9%
Descuentos corporativos para colaboradores en comercios adheridos	83	8,8%
Encuentros cara a cara: desayunos, eventos de integración	64	6,8%
Programa Equipo del Mes (Colaborador y Compañero del mes)	49	5,2%

RESUMEN DE COMENTARIOS SOBRE LOS BENEFICIOS

Se destaca una sensación general de que la empresa se esfuerza y brega continuamente en la mejora de las condiciones de trabajo. En esta línea, los colaboradores manifiestan orgullo por formar parte de Coboe S.A. y lo recomiendan a conocidos como un buen lugar para trabajar. Los colaboradores señalan que la empresa les brinda apoyo, tranquilidad y estabilidad, así como un clima laboral positivo.

Los aspectos más valorados por los trabajadores fueron: las oportunidades de desarrollo y capacitación ofrecidos por la empresa, los programas de beneficios y los planes de incentivos.

Por último, se destaca la impresión positiva que ha tenido el programa de reinserción laboral y el empleo a jóvenes. Con respecto a los beneficios, el 41,9% de los colaboradores manifestó que su beneficio preferido es el abono de cursos para colaboradores. En segundo lugar, aparecen los obsequios por fechas especiales y, en tercer lugar, los eventos de celebración.

OBJETIVOS PARA EL AÑO 2016

Farmashop desarrolla estrategias concretas que le permiten alcanzar objetivos específicos para satisfacer a cada una de las partes.

Una de las ventajas de disponer de un modelo de negocio sólido es que ayuda a todos a ir en la misma dirección, facilita la toma de decisiones ágiles en el trabajo diario, permite desarrollar estrategias adecuadas y alcanzar objetivos trazados; todo ello con miras a consolidar un crecimiento basado en el largo plazo y a compartir los resultados obtenidos.

De acuerdo a las metas alcanzadas, los resultados obtenidos, las demandas y sugerencias de los grupos de interés; la compañía se plantea los siguientes objetivos para el año 2016.

DIRIGIDOS A NUESTROS COLABORADORES:

- Elaborar un plan anual de capacitación, coordinado con una institución de educación formal, que permita profesionalizar todas las posiciones de la compañía.
- Valorar a los colaboradores a través de una evaluación de desempeño que incorpore el sistema de gestión por competencias.
- Elaborar un programa de beneficios corporativos in-house que permita cubrir las necesidades demandadas por los colaboradores.
- Generar más y nuevas instancias de integración e intercambio horizontal y verticalmente.
- Adecuar el reglamento interno de la compañía en función de las necesidades de seguridad e higiene y de las demandas de los colaboradores y clientes.
- Optimizar los canales de comunicación interna.
- Formalizar y establecer una política de puertas abiertas.
- Desarrollar el programa de reconocimientos e incentivos.

DIRIGIDOS A LOS GRUPOS DE INTERÉS EXTERNOS:

- Generar alianzas y campañas de colaboración con las organizaciones elegidas por los colaboradores.
- Involucrarnos en más y nuevas acciones de compromiso con la sociedad y el medio ambiente.
- Alcanzar los 370.000 clientes fidelizados, a través de nuevas acciones de Marketing.
- Crear nuevas unidades de negocio, renovando las unidades ya existentes.
- Desarrollar una red de tiendas de conveniencia y gestionar nuevos puntos de venta.
- Incorporar nuevos servicios OM, tanto en Montevideo como en el interior del país.
- Dar mayor valor a la marca, entregando a los clientes productos con altos estándares de calidad y una atención integral, ofreciendo una amplia variedad de productos y servicios.
- Continuar expandiendo Farmashop. Para ello programamos la apertura de varios locales Farmashop dentro de locales ya existentes de Puntosshop. La marca Puntosshop será nuestra puerta de entrada en localidades del interior donde aún no estamos presentes.
- Optimizar el servicio a los clientes, perfeccionando los recursos del Centro de Atención Telefónica e incorporando nuevas plataformas de atención y venta al público.
- Mejorar la base de datos de clientes/ Mejorar la gestión de la base de datos, con el fin de capturar informaciones de perfiles de los clientes que luego puedan traducirse en acciones directas a segmentos-clusters.
- Gestionar ante socios estratégicos (como agencias de viajes, aerolíneas, entre otros) la posibilidad de que nuestros clientes puedan canjear Farmapuntos por productos y servicios de sus compañías.
- Acercarnos a nuestros colaboradores y clientes, siendo pioneros en el uso de las últimas tecnologías (U-learning, redes sociales, Intranet). Innovar constantemente en la gestión, enfocándonos en las nuevas y modernas tendencias (encuentros cara a cara, convenciones, talleres, mesas de diálogo, programas, reconocimientos).
- Liderar desde la autenticidad, la transparencia y la comunicación.



FIESTA FIN DE AÑO 2019

#farmashopfest


farmashop
te cuida

#farm

#farmashopfest

shop
te cuida

#farmashopfest

fa


farmashop
te cuida

mas


mas
te

mas

farm

#farmashopfe

hop
te cuida

#farmashop







Memoria Anual 2015 Farmashop | Primera Edición

Redacción y edición de contenidos:

Florencia Blanco y Clarisa Gorozurreta | Área de RSE & Comunicación de Farmashop.

Diseño y maquetación: María Cecilia Ferré.


Las fotografías fueron tomadas por Farmashop y son de su propiedad.

Corrección y estilo: María Noel Melgar.

Fecha de publicación: julio 2016.

Farmashop. Todos los derechos reservados. Queda rigurosamente prohibida, sin autorización escrita de la compañía, bajo las sanciones establecidas en las leyes, la reproducción total y/o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento.

Avenida Bolivia 1381 | Centro de Distribución: Cno. Carrasco 7055 esq. Cooper.

 2848 4848

www.farmashop.com.uy

FAMILIA CAPACITACIÓN PRO
CALIDAD DE SERVICIO BELLEZA TE CUIDA
OPORTUNIDADES INNOVACIÓN CRECIMIENTO SALUD FAMILIA VOCACIÓN DE SERVICIO VOCACIÓN DE SERVICIO
TRABAJO EN EQUIPO MEJORA CONTINUA DESARROLLO GLOBAL VOCACIÓN DE SERVICIO MEDIO AMBIENTE BENE
BIENESTAR INTEGRIDAD TRANSPARENCIA CALIDAD DE VIDA LABORAL COMPROMISO SOCIAL BIENESTAR INTEGRIDAD TR
CAPACITACIÓN PROGRAMAS LABORALES SALUD VOCACIÓN DE SERVICIO PROFESIONALISMO TE CUIDA BIENESTAR
TRABAJO EN EQUIPO MEJORA CONTINUA DESARROLLO GLOBAL VOCACIÓN DE SERVICIO BIENESTAR INTEGRIDAD TR
BIENESTAR INTEGRIDAD TRANSPARENCIA CALIDAD DE VIDA LABORAL COMPROMISO SOCIAL MEDIO AMBIENTE BENE
FAMILIA CAPACITACIÓN PROGRAMAS LABORALES SALUD VOCACIÓN DE SERVICIO PROFESIONALISMO TE CUIDA BIENESTAR
PROGRAMAS LABORALES SALUD VOCACIÓN DE SERVICIO PROFESIONALISMO TE CUIDA BIENESTAR INTEGRIDAD TR
BIENESTAR INTEGRIDAD TRANSPARENCIA CALIDAD DE VIDA LABORAL COMPROMISO SOCIAL MEDIO AMBIENTE BENE
PROFESIONALISMO TE CUIDA BIENESTAR FAMILIA RECICLAJE EFICIENCIA SOLIDARIDAD BIENESTAR OPORTUNIDAD
TRABAJO EN EQUIPO MEJORA CONTINUA DESARROLLO GLOBAL VOCACIÓN DE SERVICIO BIENESTAR INTEGRIDAD
FAMILIA CAPACITACIÓN PROGRAMAS LABORALES SALUD VOCACIÓN DE SERVICIO PROFESIONALISMO TE CUIDA BIEN
BIENESTAR INTEGRIDAD TRANSPARENCIA CALIDAD DE VIDA LABORAL COMPROMISO SOCIAL MEDIO AMBIENTE BEN
VOCACIÓN DE SERVICIO BIENESTAR INTEGRIDAD TRANSPARENCIA CALIDAD DE VIDA LABORAL COMPROMISO SOCIAL
OPORTUNIDADES INNOVACIÓN CRECIMIENTO SALUD FAMILIA CAPACITACIÓN PROGRAMAS LABORALES SALUD VOCA
PROFESIONALISMO TE CUIDA BIENESTAR FAMILIA RECICLAJE EFICIENCIA SOLIDARIDAD BIENESTAR PROGRAMAS LA
BIENESTAR INTEGRIDAD TRANSPARENCIA CALIDAD DE VIDA LABORAL COMPROMISO SOCIAL MEDIO AMBIENTE BEN
TRABAJO EN EQUIPO MEJORA CONTINUA DESARROLLO GLOBAL VOCACIÓN DE SERVICIO BIENESTAR INTEGRIDA
FAMILIA CAPACITACIÓN PROGRAMAS LABORALES SALUD VOCACIÓN DE SERVICIO PROFESIONALISMO TE CUIDA BIEN
PROGRAMAS LABORALES SALUD VOCACIÓN DE SERVICIO PROFESIONALISMO TE CUIDA BIENESTAR INTEGRIDA
INTEGRIDAD TRANSPARENCIA CALIDAD DE VIDA LABORAL COMPROMISO SOCIAL MEDIO AMBIENTE BENEFICIOS INCL
OPORTUNIDADES INNOVACIÓN CRECIMIENTO SALUD FAMILIA CAPACITACIÓN PROGRAMAS LABORALES SALUD VOCA
FAMILIA CAPACITACIÓN PROGRAMAS LABORALES SALUD VOCACIÓN DE SERVICIO PROFESIONALISMO TE CUIDA BIEN
BIENESTAR INTEGRIDAD TRANSPARENCIA CALIDAD DE VIDA LABORAL COMPROMISO SOCIAL MEDIO AMBIENTE BENE
TRABAJO EN EQUIPO MEJORA CONTINUA DESARROLLO GLOBAL VOCACIÓN DE SERVICIO INTEGRIDAD TRANSPARE
CIÓN DE SERVICIO BIENESTAR INTEGRIDAD TRANSPARENCIA CALIDAD DE VIDA LABORAL COMPROMISO SOCIAL ME
PROGRAMAS LABORALES SALUD VOCACIÓN DE SERVICIO PROFESIONALISMO TE CUIDA BIENESTAR INTEGRIDAD TR
INTEGRIDAD TRANSPARENCIA CALIDAD DE VIDA LABORAL COMPROMISO SOCIAL ME



ORGANIZACIÓN DE SERVICIO PROFESIONALISMO TE CUIDA BIENESTAR FAMILIA RECICLA
LABORAL COMPROMISO SOCIAL MEDIO AMBIENTE BENEFICIO
BIENESTAR OPORTUNIDADES