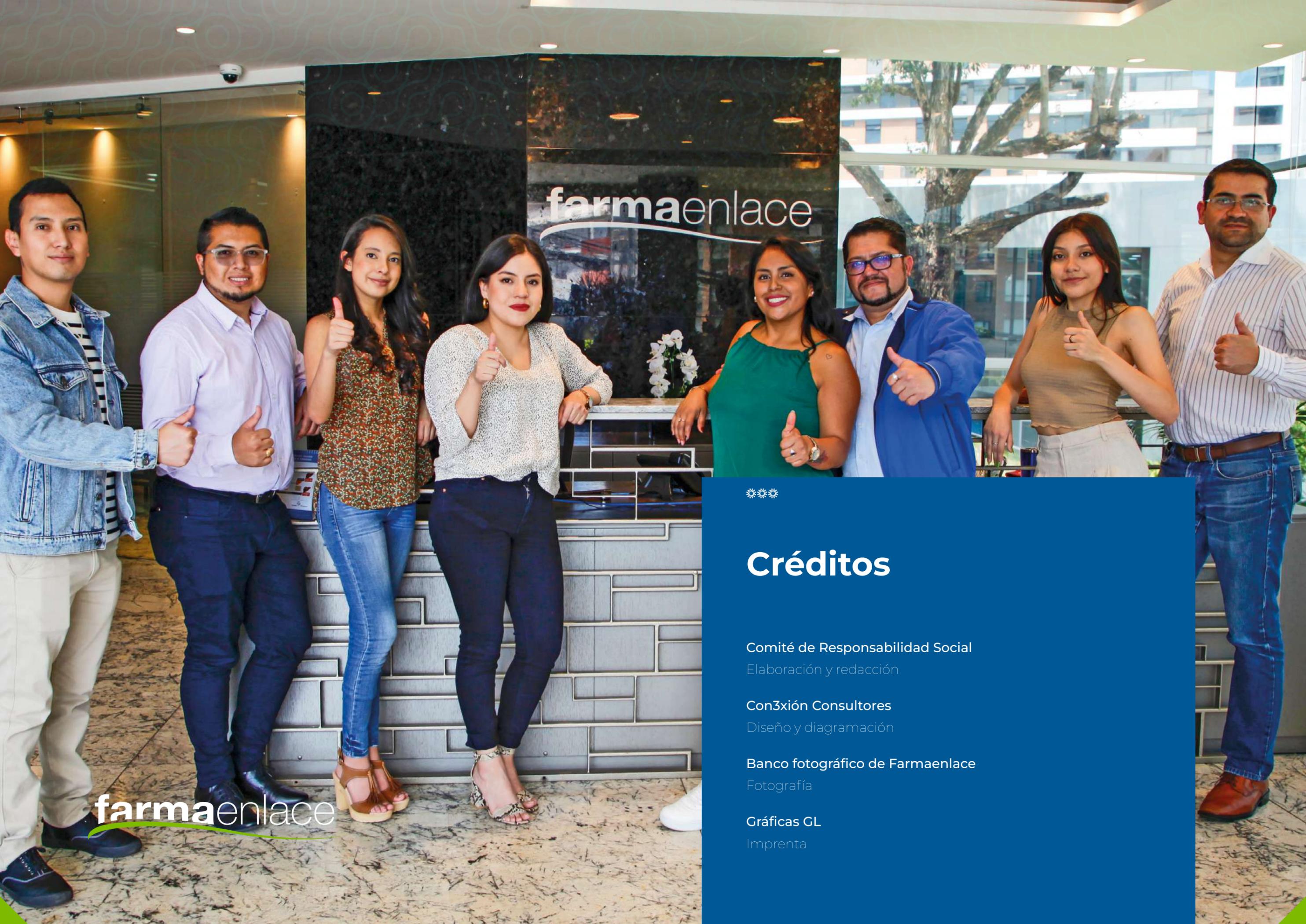


The background of the cover is a photograph of a modern, multi-story building with a prominent glass facade. The building's glass reflects the sky and surrounding environment. In the foreground, there is a well-maintained green lawn and a concrete walkway with a set of stairs on the left. The sky is clear and blue. The text 'de INFORME SOSTENIBILIDAD 2022' is overlaid on the top half of the image. A green triangle is positioned behind the word 'de', and a green line curves around the right side of the text.

de **INFORME**  
SOSTENIBILIDAD  
2022

**farma**enlace



**farmaenlace**



## Créditos

**Comité de Responsabilidad Social**

Elaboración y redacción

**Con3xión Consultores**

Diseño y diagramación

**Banco fotográfico de Farmaenlace**

Fotografía

**Gráficas GL**

Imprenta

# Contenido



Créditos

**3**



Carta del directorio

**7**



Capítulo 1.  
El perfil de Farmaenlace

**9**



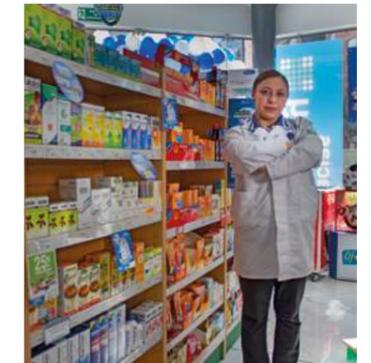
Capítulo 2.  
Gestión del talento

**25**



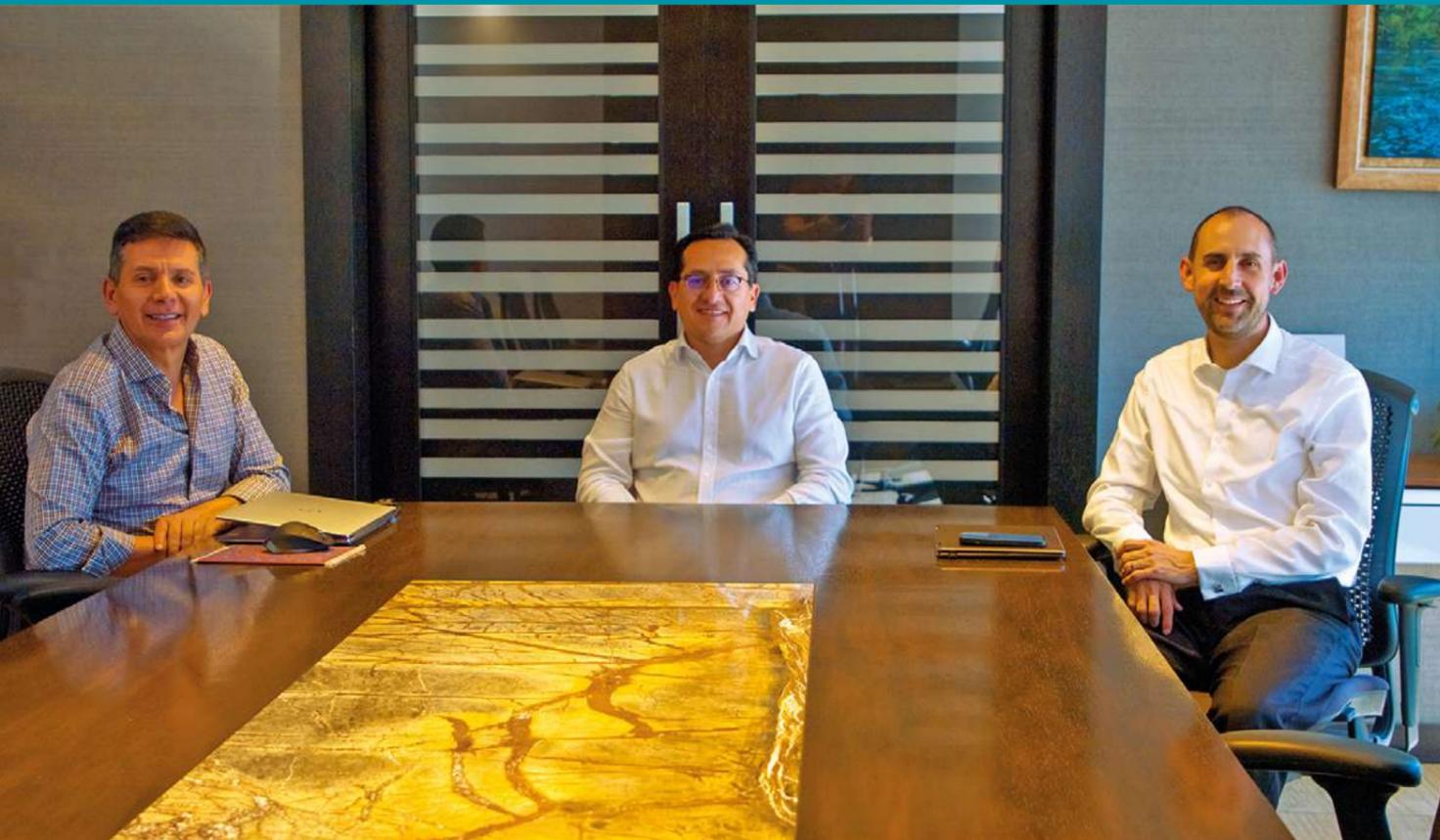
Capítulo 3.  
Gestión estratégica de los grupos de interés

**43**



Capítulo 4.  
Gestión ambiental

**77**



## Carta del directorio

### Mensaje de la Administración

La salud es una parte esencial de la vida del ser humano, el motor fundamental para el desarrollo de cualquier actividad; por ello, día a día, en nuestro ecosistema laboral ponemos el compromiso, la entrega y la pasión en cada una de nuestras tareas, en pro de generar y dar valor a todos los actores con los que nos relacionamos.

Somos una organización empresarial que, basada en la misión y la visión, busca la excelencia en el servicio como el pilar fundamental de crecimiento. Estamos orgullosos de fomentar el desarrollo de la sociedad y el surgimiento de nuevas fuentes de trabajo en el Ecuador, contribuyendo de forma directa al sector de salud, farmacia y consumo.

Contamos con varios actores claves, nuestros accionistas, funcionarios y franquiciados, con quienes construimos nuestra estrategia de valor a diario. Nos preocupamos por promover y cuidar el talento humano, desde la formación y los espacios de crecimiento laboral hasta la inclusión de recién graduados y nuevos talentos. Usamos un enfoque transversal, no solo en el ámbito profesional, sino también en el desarrollo personal, por lo cual forjamos escenarios estratégicos para la interacción con nuestros clientes internos y externos, así como con nuestros proveedores.

En el refuerzo de las alianzas estratégicas con nuestros proveedores hemos generado oportunidades de crecimiento para nuestros grupos de interés, a través de beneficios, intercambio de información e incluso ayuda social. Todos los esfuerzos sostenibles realizados por Farmaenlace y sus marcas (Medicity, Farmacias Económicas, Farmayor, El Cisne, El Descuento) tienen un elevado impacto en todo el Ecuador, ya que se ubican en el top de las veinte empresas con mayores ventas a nivel nacional. Así mismo, estamos entre las quince empresas con mayor número de empleados a nivel nacional, quienes impulsan la operación en más de mil doscientos locales en el país.

Este crecimiento, logrado en casi dos décadas de actividad comercial, ha sido posible gracias a los dos formatos que manejamos: primero, con farmacias que son propiedad de Farmaenlace y, segundo, con locales franquiciados a emprendedores de diversas ciudades. Además, trabajamos arduamente para aplicar innovaciones tecnológicas y transformaciones digitales y optimizar tiempos y procesos, por lo que estamos a la vanguardia de la operación y el servicio al cliente y reafirmamos el compromiso con nuestra sociedad: participamos activamente como agentes de cambio a nivel social y ambiental.

Hoy sintetizamos en esta memoria nuestra relación, compromiso, trabajo y dedicación con los diferentes grupos de interés que nos permiten ser lo que somos. Les invitamos a revisar en detalle toda la información contenida en este valioso documento. Estamos seguros de que la disfrutarán tanto como nosotros lo hacemos día a día en Farmaenlace.

*Jorge Ortiz  
Patricio Espinosa  
José Ricaurte*



## Capítulo 1

### El perfil de Farmaenlace

[GRI 2-1][GRI 2-6]



## Farmaenlace en cifras



Farmaenlace Cía. Ltda. es una empresa dedicada a la distribución y comercialización de productos farmacéuticos y artículos de primera necesidad. Nace en el 2005 a través de la alianza estratégica de dos importantes empresas distribuidoras, Farmacéuticas Representaciones Ortiz Cevallos y Farmacéutica Espinosa. Con dieciocho años de trayectoria, se ha convertido en una organización empresarial que busca la excelencia en el servicio como pilar fundamental de crecimiento, fomentando el desarrollo de la sociedad y el surgimiento de nuevas fuentes de trabajo en el Ecuador a través de la comercialización de productos para la salud y el bienestar.

### Cobertura y marcas

Hay cobertura a nivel nacional y presencia en todas las provincias, con excepción de las Islas Galápagos, a través de las marcas:

## farmacias Económicas

☼ **Farmacias Económicas:** Son parte del corazón de los principales barrios del país. Sus categorías de productos se han convertido en un alivio para miles de familias, cuidan lo que más quieres.





Farmacias  
**Medicity**

☀ **Farmacias Medicity:** Están listas para la nueva era de la salud y el bienestar. Sus categorías de productos permiten al ser humano alcanzar su máximo potencial y una mejor calidad de vida. Todo esto lo hacen porque están inspiradas en ti.



☀ **Farmacias Farmayor**



✿ Farmacias El Cisne

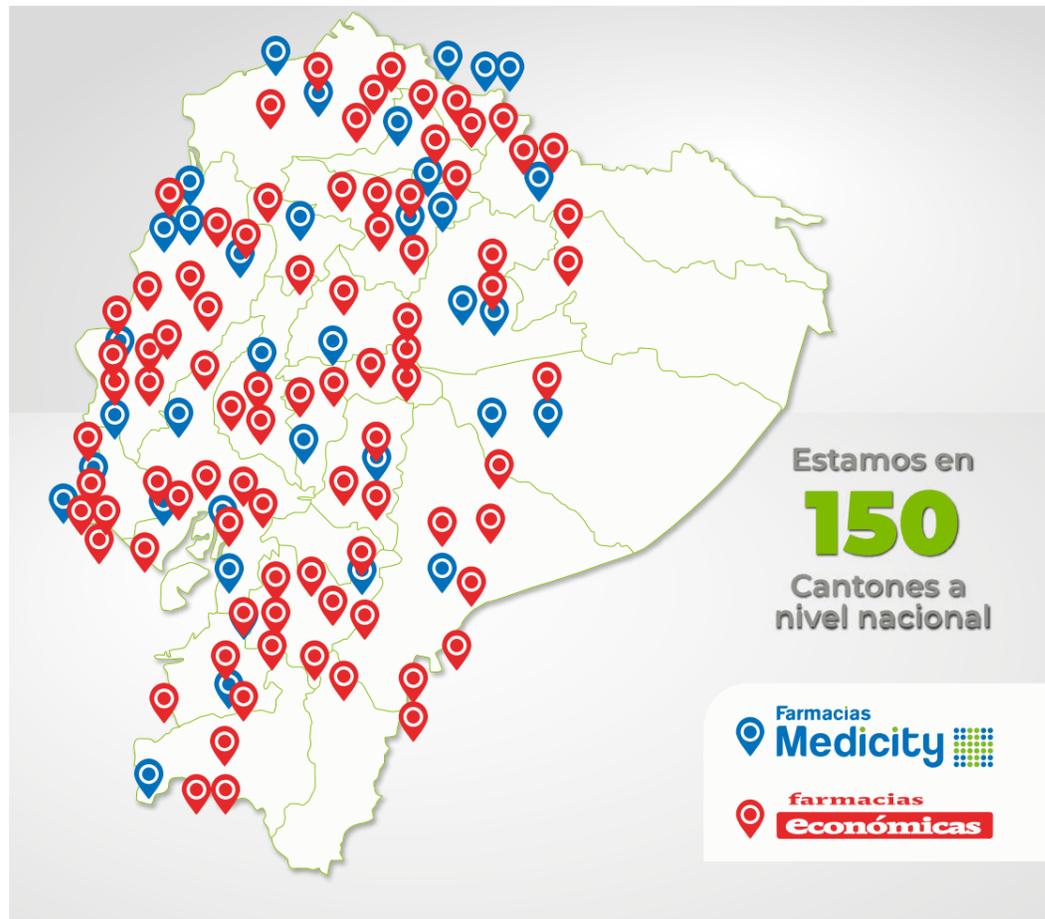


✿ Farmacias El Descuento



  
**642**  
puntos de venta  
franquiciados

 **1.210**  
puntos de venta en total



Farmaenlace cuenta con 1.210 puntos de venta en 150 cantones a nivel nacional, de ellos se resalta que 476 se ubican en cantones como Tisaleo, Yanzatza y Sigsig entre otros, poblaciones que no son capitales de provincia y a través de los cuales se apoya al desarrollo de la comunidad y se convierten en centros de soluciones para que el cliente pueda acceder a medicinas y productos a precios adecuados, de calidad y además que pueda pagar sus servicios públicos.

**Misión:** Comercializar, con pasión y compromiso, productos que crean experiencias de salud, bienestar y conveniencia para los clientes.

**Visión:** Ser líder regional en la comercialización de productos y servicios de salud y bienestar, reconocidos por una cultura de excelencia centrada en el cliente.

**Propósito:** Pasión y compromiso por crear experiencias de salud y bienestar.

### Valores corporativos

La empresa se guía por la sinceridad y la coherencia de sus acciones, en un marco de franqueza y transparencia, tanto con la organización en su conjunto como con cada uno de los colaboradores.

Busca la excelencia en todo lo que hace, se considera competente para satisfacer continuamente las expectativas de sus clientes internos y externos, con actitud y agilidad y con anticipación a las necesidades de ellos.

Se compromete con la sociedad, con el servicio a los demás. Asume y reconoce las consecuencias de las acciones propias.

Considera fundamental el respeto a las personas. Reconoce, acepta y valora las cualidades y derechos de ellas en todo momento.

### Certificaciones y reconocimientos

En 2022 Farmaenlace obtuvo los siguientes reconocimientos:

- ☀ **Certificación BPADT:** Los centros de distribución aplican las normas de Buenas Prácticas de Almacenamiento, Distribución y Transporte establecidas en el Ecuador.
- ☀ **Certificación ISO:** Certificación del Sistema de Gestión ISO 9001 de la Organización.

## 1.1. Gobernanza y ética

[GRI 2-9][GRI 2-10] [GRI 2-13]

Farmaenlace cuenta con una estructura organizacional enfocada en el buen gobierno y la toma de decisiones estratégicas. El máximo Órgano de Gobierno es la Junta General de Socios, bajo este órgano se encuentra el Directorio. El Directorio se conforma por cinco miembros elegidos por la Junta General de Socios.



Además, los comités que reportan directamente al órgano de gobierno son:

- ☀ Comité de Ética.
- ☀ Comité de Seguridad de la Información.
- ☀ Comité Paritario.

Todos los integrantes del Directorio permanecen en funciones por dos años y pueden ser reelegidos de forma indefinida. El presidente y el secretario son nombrados de entre los demás miembros. El Directorio sesiona de forma ordinaria al menos una vez al año; de forma extraordinaria, cuantas veces sea necesario para el adecuado cumplimiento de sus funciones.

Las atribuciones del Directorio son las siguientes: a) Desempeñar sus funciones bajo el principio de lealtad y confidencialidad. b) Supervisar las actividades y decisiones del Comité de Ética y del Comité de Seguridad de la Información. c) Conocer y remitir a la Junta de General de Socios las planificaciones estratégicas y presupuestarias de la empresa que han sido preaprobadas internamente. d) Emitir directrices para la debida administración de la empresa y controlar el correcto desempeño de presidentes y vicepresidente ejecutivo. e) Conocer y preaprobar los planes de inversión y nuevos negocios propuestos para aprobación de la Junta General de Socios. f) Conocer el Informe Anual elaborado por el Comité de Ética y el Comité de Seguridad de la Información. g) Conocer y aprobar las políticas corporativas. h) Monitorear las auditorías internas y externas de la compañía. i) Aquellas previstas en las Normas Ecuatorianas para el Buen Gobierno Corporativo.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Aprobada en la junta general de socios en enero 2023.



Ana Cristina Linares



Carlos Chiriboga



Dennis Criollo



Ana Gabriela Andrade



Ximena Paredes



Iván Naranjo



Jean Paul Kaisin



Andrés Espinosa



Laidy Reina



Margarita Pilicita



Maricela León



Mario Ospina



Marisol Carbo



Miguel Ortíz



Miguel Pérez



Rubén Huerta



El máximo órgano de gobierno delega las responsabilidades de la toma de decisiones económicas, sociales y ambientales en sus principales ejecutivos:

- ✿ Ana Gabriela Andrade – Gerente Legal
- ✿ Marisol Carbo – Gerente de Sucursal Guayaquil
- ✿ Carlos Chiriboga – Gerente de Operaciones
- ✿ Dennis Criollo – Gerente de Inteligencia de Negocios
- ✿ Andrés Espinosa – Gerente de Administración de Inventarios
- ✿ Rubén Huerta – Gerente de Canales Alternativos
- ✿ Jean Paul Kaisin – Gerente Financiero
- ✿ Maricela León – Gerente de *Marketing*
- ✿ Ana Cristina Linares – Gerente de Talento Humano
- ✿ Iván Naranjo – Gerente de *Supply Chain*
- ✿ Mario Ospina – Gerente de Proyectos
- ✿ Miguel Ortiz - Gerente de Compras
- ✿ Ximena Paredes - Gerente de Contabilidad
- ✿ Miguel Pérez – Gerente Comercial
- ✿ Margarita Pilicita – Gerente de Proyectos y Administración
- ✿ Lady Reina – Gerente de Auditoría Interna

### Gestión ética y transparente

[GRI 2-23][GRI 2-24][GRI 2-26]

Con la finalidad de implementar una cultura ética, Farmaenlace se encuentra en proceso de certificación de la norma ISO 37001.

De igual manera, ha aprobado un Código de Ética<sup>2</sup>, en el cual se detalla el comportamiento que la empresa espera de los colaboradores y el cual está disponible en nuestro portal web, y la política de Cumplimiento y Antisoborno. La persona encargada de velar por las prácticas de anticorrupción es el oficial de Cumplimiento.

### Riesgos y oportunidades

- Implementar un canal de denuncias que permita tanto al personal interno, como al externo de la empresa hacer denuncias de manera anónima.

## Resultados económicos

El Ecuador, entre 2021 y 2022, experimentó una recuperación económica paulatina, considerando el impacto que dejó la pandemia mundial por covid-19. A pesar de que las exitosas campañas de vacunación contribuyeron a esta recuperación, en este periodo también hubo protestas que deterioraron las condiciones de empleo en el país. Pese a estas adversidades Farmaenlace demostró capacidad en el manejo del giro del negocio y alcanzó un incremento de ventas del 11 %.

<sup>2</sup> Aprobada última versión en la junta general de socios en enero 2023.

### Valor Económico Generado (millones de dólares)

Concepto de ingresos	2022		2021		Variación
	Monto	Porcentaje %	Monto	Porcentaje %	
Clientes	\$571,0	99,6%	\$516,6	99,6%	11%
Operaciones del negocio (otros ingresos)	\$2,4	0,4%	\$1,9	0,4%	26%
<b>Total</b>	<b>\$573,4</b>	<b>100%</b>	<b>\$518,5</b>	<b>100%</b>	<b>11%</b>

### Valor Económico Distribuido (millones de dólares)

Concepto de egresos	2022		2021		Variación
	Monto	Porcentaje %	Monto	Porcentaje %	
Clientes (costo generado por venta)	\$401,5	73,1%	\$362,9	73,7%	11%
Empleados	\$58,2	10,6%	\$51,3	10,4%	13%
Proveedores	\$58,5	10,6%	\$52,6	10,7%	11%
Gastos tangibles	\$10,2	1,8%	\$7,9	1,6%	30%
Obligaciones financieras	\$6,4	1,2%	\$4,7	1,0%	36%
Operaciones del negocio	\$14,2	2,7%	\$12,7	2,6%	12%
<b>Total</b>	<b>\$549,0</b>	<b>100%</b>	<b>\$492,1</b>	<b>100%</b>	<b>12%</b>



## Capítulo 2

### Gestión del talento

[GRI 2-7]



**4.808**  
Empleados  
en 2022



**57,11 %**  
mujeres



**42,89 %**  
hombres

**381**  
nuevas  
contrataciones

**84,4 %**  
encuesta de  
clima laboral

**67 %**  
del personal  
se ubica en la Sierra

**2.487**  
exámenes  
ocupacionales  
realizados



**4.873**  
personas capacitadas en la  
Universidad Corporativa Farmaenlace

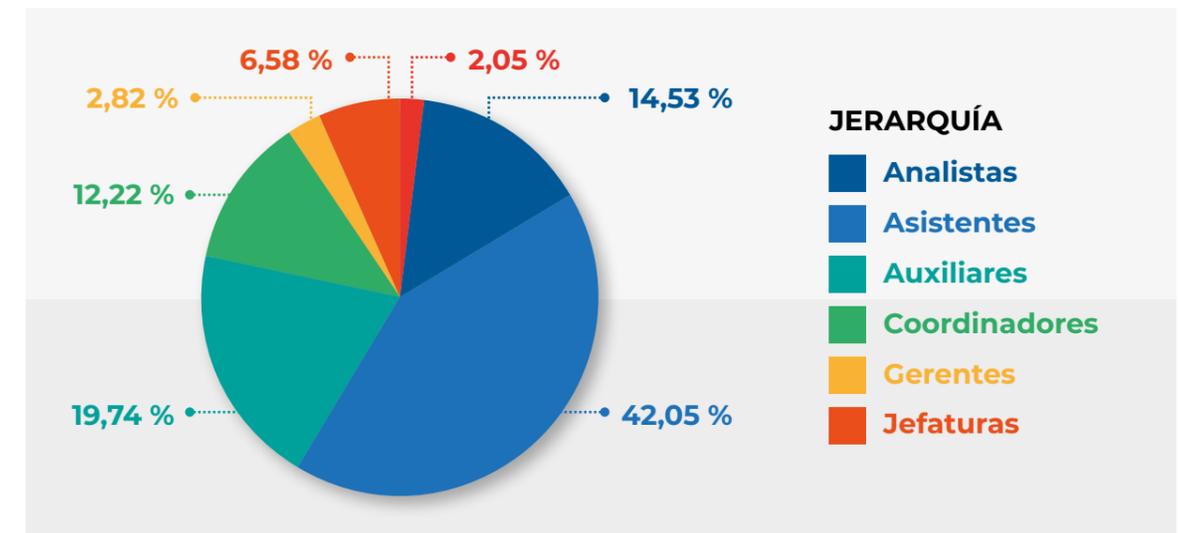
Farmaenlace cree con firmeza que, para lograr un futuro sostenible con alto impacto en la sociedad, es necesaria una cultura organizacional en la que se garantice el desarrollo y bienestar de los colaboradores y los valores organizacionales sean el eje fundamental de todo el quehacer.

Uno de los pilares más importantes en la organización son los colaboradores, por lo que en el modelo de negocio la empresa procura potenciarles sus conocimientos y habilidades, generando plazas de trabajo y buscando siempre la excelencia con el fin de lograr los objetivos empresariales.

La organización ha contratado durante el último año a 381 personas; la plantilla fue de 4.808 colaboradores al cierre del año 2022. Farmaenlace promueve para ellos un ambiente de trabajo agradable, libre de discriminación, equitativo y seguro. Promueve la igualdad de género, las posiciones de liderazgo de primera línea son ocupadas por mujeres en un 39 %.

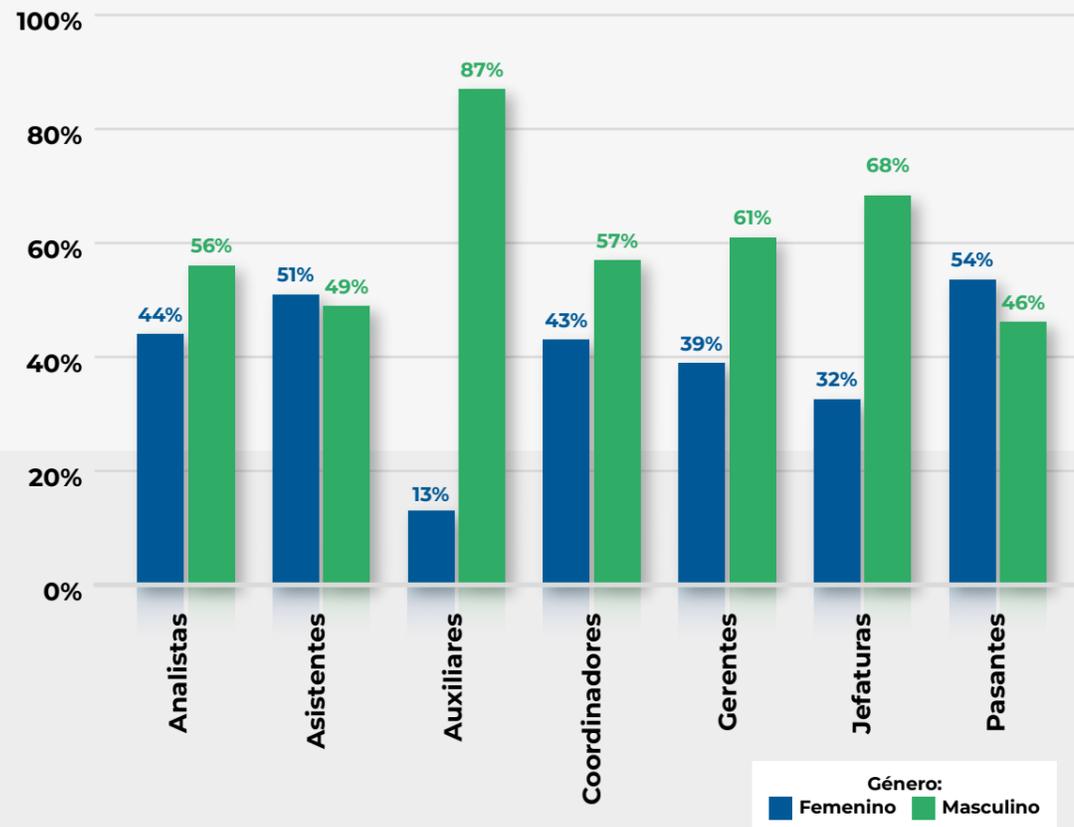
Además, cuenta con un amplio paquete de beneficios para los empleados y dependientes, con el fin de contribuir en la cadena de valor y, por ende, en las comunidades en las que opera y en la sociedad.

Personal administrativo por nivel de cargo	
Categoría profesional	Porcentaje
Analistas	14,53 %
Asistentes	42,05 %
Auxiliares	19,74 %
Coordinadores	12,22 %
Gerentes	2,82 %
Jefaturas	6,58 %
Pasantes	2,05 %
<b>Total</b>	<b>100 %</b>

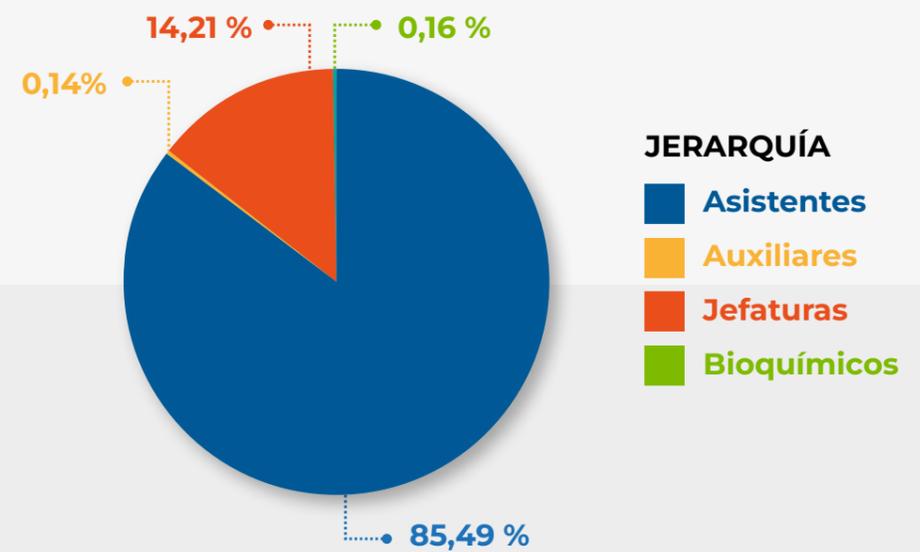


Como buena práctica laboral, en Farmaenlace se realiza un proceso de seguimiento y evaluación de la gestión por medio de indicadores estratégicos; algunos de ellos son: rotación, KPI de selección, ENPS, clima organizacional; por todo lo cual la empresa ha mantenido distintas certificaciones.

Personal administrativo por género		
Categoría profesional	Género	
	Femenino	Masculino
Analistas	44 %	56 %
Asistentes	51 %	49 %
Auxiliares	13 %	87 %
Coordinadores	43 %	57 %
Gerentes	39 %	61 %
Jefaturas	32 %	68 %
Pasantes	54 %	46 %
<b>Total</b>	<b>40 %</b>	<b>60 %</b>



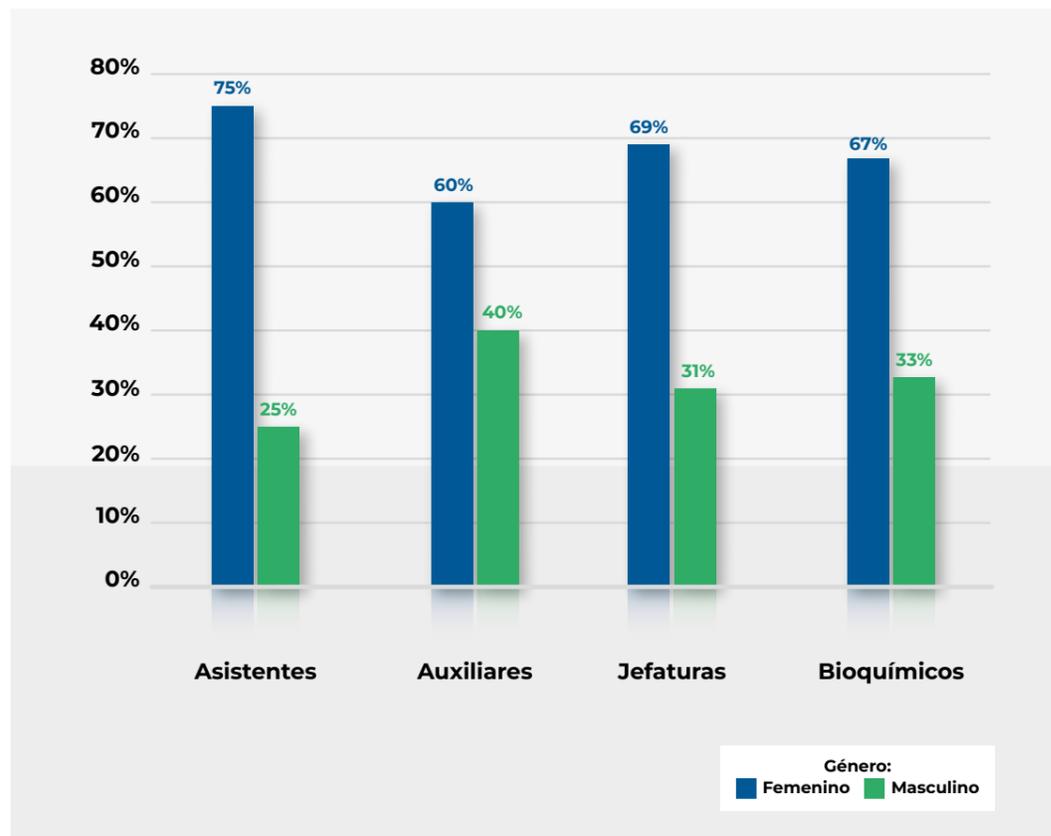
Personal de puntos de venta	
Categoría profesional	Porcentaje
Asistentes	85,49%
Auxiliares	0,14%
Jefaturas	14,21%
Bioquímicos	0,16%
<b>Total general</b>	<b>100%</b>



### Diversidad personal administrativo por rango de edades

Rango de edad	Total
De 18 a 25 años	16,75%
De 26 a 30 años	21,71%
De 31 a 35 años	20,09%
De 36 a 40 años	15,47%
De 41 a 45 años	10,34%
De 46 a 50 años	7,61%
De 51 a 55 años	4,36%
De 56 a más años	3,68%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

Personal puntos de venta por género		
Jerarquía	Género	
	Femenino	Masculino
Asistentes	75%	25%
Auxiliares	60%	40%
Jefaturas	69%	31%
Bioquímicos	67%	33%
<b>Total</b>	<b>74%</b>	<b>26%</b>



Diversidad personal puntos de venta por rango de edades	
Rango de edad	Total
De 18 a 25 años	12,53%
De 26 a 30 años	27,52%
De 31 a 35 años	25,21%
De 36 a 40 años	16,66%
De 41 a 45 años	10,53%
De 46 a 50 años	4,10%
De 51 a 55 años	2,42%
De 56 a más años	1,04%
<b>Total</b>	<b>100%</b>

[GRI 405-1]

Personal Administrativo - Distribución Geográfica		
Provincia	Número	Porcentaje
Azuay	19	1,62%
Chimborazo	9	0,77%
Cotopaxi	3	0,26%
El Oro	4	0,34%
Esmeraldas	1	0,09%
Guayas	86	7,35%
Imbabura	68	5,81%
Loja	5	0,43%
Los Ríos	7	0,60%
Manabí	21	1,79%
Orellana	1	0,09%

Personal Administrativo - Distribución Geográfica		
Pichincha	921	78,72 %
Santo Domingo de los Tsachilas	8	0,68 %
Sucumbíos	2	0,17 %
Tungurahua	15	1,28 %
<b>Total</b>	<b>1170</b>	<b>100 %</b>

Personal puntos de venta - Distribución Geográfica		
Provincia	Número	Porcentaje
Azuay	144	3,96 %
Bolívar	29	0,80 %
Cañar	29	0,80 %
Carchi	37	1,02 %
Chimborazo	124	3,41 %
Cotopaxi	92	2,53 %
El Oro	109	3,00 %
Esmeraldas	137	3,77 %
Guayas	590	16,22 %
Imbabura	195	5,36 %
Loja	49	1,35 %
Los Ríos	160	4,40 %
Manabí	258	7,09 %
Morona Santiago	23	0,63 %
Napo	24	0,66 %
Orellana	54	1,48 %

Personal puntos de venta - Distribución Geográfica		
Pastaza	40	1,10 %
Pichincha	1156	31,78 %
Santa Elena	31	0,85 %
Santo Domingo de los Tsachilas	83	2,28 %
Sucumbíos	40	1,10 %
Tungurahua	230	6,32 %
Zamora Chinchipe	4	0,11 %
<b>Total</b>	<b>3.638</b>	<b>100 %</b>

### Políticas de selección

Farmaenlace cuenta con diversas políticas para la gestión del talento desde el primer contacto. Una de ellas se emplea en la selección de personal: se recluta, contrata y capacita sin distinciones de etnia, religión, nacionalidad, edad, género u otras características de la persona.

Con el objetivo de brindar las mismas oportunidades de desarrollo y crecimiento, la organización tiene un procedimiento de ascensos para el personal, que implementa de manera transparente el proceso de selección interno para identificar al candidato ideal, sus habilidades y potencial contribución en la posición.

### Clima laboral

Evalúa de forma periódica la percepción de los colaboradores a través de una encuesta de clima organizacional. Esto se traduce en una valiosa herramienta para seguir reforzando las fortalezas y determinar las oportunidades de mejora que surgen en el día a día. Con la información recopilada; se planifican estrategias y acciones concretas que den respuestas a las necesidades de la organización; es por ello, que durante los últimos cuatro años se han realizado estas

importantes mediciones a la totalidad de colaboradores. Además, se cuenta con políticas relacionadas a vivir los valores organizacionales como son: el respeto, la responsabilidad, la excelencia y la honestidad en todo lo que hacemos.

### Satisfacción laboral



En base a los resultados obtenidos se han realizado planes de acción con el fin de que el colaborador se sienta motivado y seguro de trabajar en un ambiente equitativo en Farmaenlace.

### Formación y desarrollo

[GRI 404-2]

La empresa invierte sustancialmente en mejorar las capacidades de los equipos de trabajo, por lo que cuenta con la Universidad Corporativa Farmaenlace (UCF) y programas de capacitación continua, accesibles para todo el personal. Además, ha construido convenios con varios institutos de educación superior para los colaboradores y los familiares directos, aportando a mayores oportunidades para el desarrollo académico y profesional.

El compromiso social de la UCF es aportar con una formación permanente y centrada en el cambio en las personas. Trabaja en competencias con las que los colaboradores se desenvuelvan de manera óptima en el trabajo y sean capaces de desarrollar su creatividad e innovación, para mejorar la calidad de vida propia y de las familias.



### Evaluación de desempeño

Para Farmaenlace, contar con colaboradores que tengan una visión empresarial clara es clave para el éxito. Por tal razón, la organización tiene un modelo de evaluación de desempeño anual que permite medir, a través de valores y competencias, el cómo se han alcanzado estos retos planteados. Además, el personal administrativo, de manera mensual, cuenta con indicadores y objetivos de gestión atados a la planificación estratégica organizacional.

### Beneficios

Hay un paquete de beneficios para mejorar la calidad de vida de los colaboradores:

- ☀ **Acceso a estudios universitarios:** Convenios con varias instituciones educativas para que los colaboradores o sus familiares continúen o terminen estudios con precios preferenciales.
- ☀ **Alimentación:** Servicio de almuerzo por un costo mínimo mensual que es debitado del rol de pagos de cada colaborador. El personal del Centro de Distribución cuenta con este servicio sin costo.

- ☀ **Apoyo médico-psicológico:** Apoyo emocional o de salud para colaboradores que enfrenten problemas o experiencias negativas de vida, para que los entiendan y superen y busquen cambios positivos en sí mismos.
- ☀ **Área recreativa:** Como parte del esparcimiento necesario durante la jornada laboral y el incentivo al deporte y entretenimiento, se adecuó un área recreativa, lo que implica un impacto positivo en la salud de las personas.
- ☀ **Becas escolares:** Reconocimientos a los hijos de los colaboradores que se destaquen por su rendimiento y conducta.
- ☀ **Campañas de salud y seguridad industrial:** Campañas de salud y prevención de accidentes y enfermedades crónicas.
- ☀ **Canastilla de recién nacidos:** Por el nacimiento de los hijos de los colaboradores la empresa entrega una canastilla de regalo, con productos para uso del recién nacido.
- ☀ **Capacitación permanente:** Farmaenlace cuenta con el Plan de Capacitación Anual para mejorar las capacidades y habilidades de los colaboradores.

### Crédito en establecimientos afiliados

- ☀ **Crédito Farmaenlace / Compras con descuentos:** Este beneficio se dirige a todo el personal que tiene más de tres meses en la empresa, para compras a crédito y con descuento en los puntos de venta de Farmaenlace.
- ☀ **Crédito para temporada de clases:** Pensando siempre en el bienestar de los colaboradores, la empresa realiza convenios estratégicos en temporada escolar para que estos compren útiles de estudio.
- ☀ **Dólar solidario:** Este beneficio está pensado para ayudar a solventar alguna situación emergente que atraviesen los colaboradores.
- ☀ **Plan de desarrollo de carrera:** Fomentando el crecimiento profesional de los colaboradores, y segura de contar con el mejor talento, Farmaenlace ha desarrollado un programa de ascensos. Se consideran el desempeño, las competencias, y los conocimientos.

- ☀ **Plan de nutrición:** Asesoramiento para mantener una buena alimentación y conocer hábitos alimenticios saludables, con enfoque preventivo de enfermedades cardiovasculares, renales, crónicas, entre otras.
- ☀ **Plan de referidos:** Para la selección de personal, se puede referir a amigos o personas de confianza.
- ☀ **Planes corporativos de telefonía:** Servicio de planes telefónica celular con precios preferenciales.
- ☀ **Planes de internet para el hogar:** Servicio de internet para el hogar con precios preferenciales.
- ☀ **Servicio legal familiar:** Asesoría legal jurídica para colaboradores, con precios preferenciales.

### Programas innovadores:

**Viernes Flexible:** Nuestros colaboradores administrativos mantienen una jornada reducida los viernes con el fin de aportar a su bienestar.

**Club de atletismo:** Equipo de colaboradores que practican el deporte y se especializan en pruebas de velocidad y resistencia. Participan en varias carreras a nivel nacional, tales como: rutas de las iglesias, últimas noticias, 10 k Ruta de los 3 Juanes, entre otras.

**Club de fútbol:** Equipo de colaboradores que practican el deporte. Actualmente, Farmaenlace cuenta con club de fútbol femenino y club de fútbol masculino, cuyos miembros se preparan de manera constante para la participación en diferentes torneos; entre estos, el torneo interfarmacéutico.

**Programas sociales:** Actividades diferenciales pensadas para que los colaboradores se conozcan, interactúen y construyan un ambiente ameno para compartir.

**Coworking:** Trabajar juntos en un mismo lugar favorece la comunicación y el flujo de ideas; por eso, Farmaenlace dispone de espacios de *coworking* en diferentes ciudades: Quito, Guayaquil, Ibarra.

**Home office:** A raíz de la pandemia mundial del covid-19, la empresa ha diseñado el programa de modalidad laboral híbrida para que los colaboradores trabajen desde casa y organicen de manera más efectiva sus actividades y tiempo de trabajo.

## Comunicación interna

La comunicación interna en una empresa es un aspecto vital para trabajar de una manera efectiva, aún más cuando los trabajadores realizan sus funciones desde casa, bajo una modalidad de *home office*.

Farmaenlace cuenta con varios medios de comunicación alineados a la nueva realidad de la virtualidad y el *home office*; por ejemplo:

- ☀ **FARMACLIC.-** Plataforma intranet personalizada según la audiencia; en ella se publican noticias, sistemas, comunicaciones, videos, logros, eventos, entre otros asuntos, de forma que se mantiene en comunicación a los más de cinco mil colaboradores y franquiciados a nivel nacional.
- ☀ **Facebook FARMAENLACE.-** En la red social interactúan tres mil novecientos colaboradores.
- ☀ **Voz Comercial.-** Plataforma web y *app* para la comunicación de las estrategias comerciales con los puntos de venta a nivel nacional.
- ☀ **FARMAGESTION.-** Solución digital dedicada a las operaciones en tiempo real y de forma inteligente de los puntos de venta y áreas administrativas; con ella se potencia a empleados, se reduce de manera significativa el tiempo de ejecución mediante la precisión y se apalanca el brindar al cliente una experiencia diferente.
- ☀ **Contact Center.-** Equipo conformado por sesenta y seis miembros, quienes atienden la mesa de soporte para los colaboradores en procesos inherentes a la gestión del punto de venta. Este equipo está desplegado a nivel nacional y atiende los requerimientos a través de FARMABOT, una aplicación web.
- ☀ **Mailing.-** Canal interno de comunicación masiva, se envían contenidos relevantes y destacados a través de correos electrónicos y con un diseño atractivo para el usuario final.

## Retos a futuro:

- ☀ Fortalecer las prácticas de equidad e igualdad en la empresa a través del desarrollo integral y el empoderamiento de hombres y mujeres.
- ☀ Consolidar el programa Trainee, con el objetivos de atraer y desarrollar altos potenciales en la compañía, reforzando la marca empleadora.
- ☀ Incrementar los resultados de clima laboral, fidelizando a nuestros colaboradores a través de campañas de cultura organizacional y la implementación de planes de acción que potencien la satisfacción laboral.
- ☀ Robustecer las políticas de retención laboral y mantener un porcentaje óptimo en la rotación anual general.

## 2.1. Seguridad y salud ocupacional

[GRI 403-1] [GRI 403-2] [GRI 403-5]

Con la gestión de seguridad y salud ocupacional, Farmaenlace pretende un ambiente de trabajo seguro y saludable; para ello aplica el Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, con el que interviene en cada proceso de la compañía y asegura el bienestar de los colaboradores y, por ende, de la sociedad.

Sabiendo que toda interacción laboral podría impactar de forma negativa en la salud, la empresa se apega a la legislación aplicable al giro de negocio, no solo para cumplir con ella, sino también para garantizar la integridad y el bienestar de los colaboradores.

El compromiso de la empresa se encuentra plasmado en una Política de Seguridad y Salud Ocupacional, válida para todas las operaciones y trabajadores. La aplicación del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo se basa en el Reglamento del Instructivo Andino de Seguridad y Salud en el Trabajo, resolución 957

de la Comunidad Andina de Naciones; ésta resolución tiene una cobertura para toda la compañía y cuyo objetivo principal es prevenir, disminuir y controlar los factores de riesgo mediante la aplicación de planes y programas y garantizar a los colaboradores de la compañía un lugar de trabajo seguro y saludable.

Farmaenlace realiza también la identificación de riesgos mediante inspecciones en los puestos de trabajo, así tiene una visión inicial del peligro; en el caso de que sea necesario, se mide el factor de riesgo observado, se evalúan los resultados comparados con los estándares establecidos en la normativa y finalmente se elabora un plan de acción para la implementación de medidas correctivas o de control.

Si ocurre un accidente laboral, en el procedimiento establecido está el aviso a la Unidad de Seguridad y Salud Ocupacional, cuyos miembros deben realizar la intervención necesaria en la salud integral del colaborador, así como la investigación del hecho para reconocer las causas y evitar que se repita. Además, deben organizar una campaña comunicacional, “Lecciones aprendidas”.

Para cumplir con el Código de Trabajo y el Acuerdo Ministerial 1404, en Farmaenlace se llevan a cabo exámenes pre-ocupacionales, ocupacionales y post-ocupacionales a los colaboradores de las áreas administrativas, centros de distribución y puntos de venta a nivel nacional. Durante el 2022, se realizaron 1.636 exámenes pre-ocupacionales y 2.487 exámenes ocupacionales, en 23 provincias del Ecuador.

#### Retos a futuro:

- ☀ Contar con planes de emergencia en todos los puntos de venta a nivel nacional.
- ☀ Realizar simulacros de emergencia en Oficina Matriz y Centro de Distribución.
- ☀ Visita a los puntos de venta que están en zona de riesgo por la probable erupción del volcán Cotopaxi.

Formación para la prevención		
Capacitación 2022	N° de beneficiados	Horas por cada capacitación
Ergonomía y Teletrabajo	398	2
Entrenamiento Preventivo de SSO	2.875	1
Instructivo de Seguridad Industrial para PDV	3.225	6
Plan de manejo ambiental	445	1
Factores de riesgo específicos en áreas de mayor riesgo	990	10
Procedimientos de Seguridad y Salud Ocupacional para CEDIS	190	6
Medidas de prevención ante una posible erupción del volcán Cotopaxi	214	1
Programas 2022		
Tipo	N° de beneficiados	Horas por cada programa
Plan de Emergencia y Brigadas	47	3
Agita tu mundo	51	7
Prevención al Acoso Laboral	15	2
Programas preventivos de seguridad y salud ocupacional	4.280	6
<b>Total</b>	<b>12.730</b>	

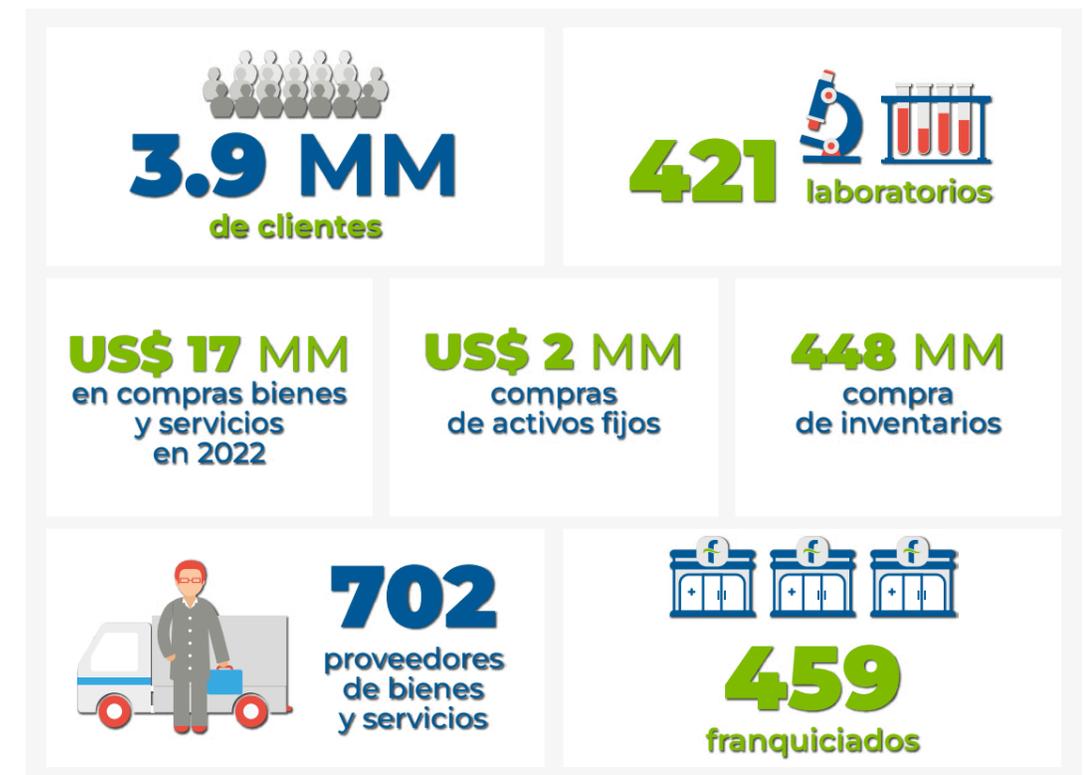


farmaenlace



## Capítulo 3

### Gestión estratégica de los grupos de interés



### 3.1. Experiencia del cliente

Al brindar un servicio de calidad y una atención excepcional se mejora la satisfacción de los clientes, con lo que se contribuye a la fidelización y retención, el logro de confianza y el fortalecimiento de la relación con los ellos. Una buena experiencia del cliente tiene un impacto positivo en la reputación de la empresa. Con la gestión adecuada de la experiencia del cliente también se recibe retroalimentación valiosa. Al escuchar a los clientes y comprender sus necesidades, Farmaenlace mejora continuamente sus productos, servicios y procesos. Esto se traduce en beneficios tanto para los clientes como para la sociedad en general.

La empresa cuenta con políticas y compromisos explícitos para garantizar el cuidado y la satisfacción de los clientes:

- ☀ **Política de atención al cliente:** en ella se establecen el protocolo de atención y los estándares de servicio al cliente, como la amabilidad, la prontitud en la respuesta y la resolución de problemas. Esta política se comunica a todos los trabajadores y se enfatiza su importancia en la cultura de la empresa.
- ☀ **Compromiso con la satisfacción del cliente:** se trata de garantizar la satisfacción del cliente en cada interacción; para esto se tiene un área específica enfocada en gestionar la experiencia del cliente.
- ☀ **Proceso de gestión de reclamos:** es un mecanismo específico para gestionar los reclamos de los clientes de manera efectiva y oportuna, brindarles una solución satisfactoria y prevenir situaciones similares.
- ☀ **Compromiso con la mejora continua:** la empresa busca constantemente la mejora de la experiencia del cliente. Fomenta una cultura de aprendizaje e incentiva a los empleados a que hallen oportunidades de mejora e implementen sugerencias y soluciones innovadoras para optimizar la experiencia del cliente.
- ☀ **Enfoque centrado en el cliente:** Farmaenlace ha adoptado una cultura organizacional que pone al cliente en el centro de las decisiones y acciones. Esto implica que todas las áreas

de la empresa están comprometidas con la satisfacción y el bienestar del cliente.

- ☀ **Capacitación y desarrollo del personal:** la empresa brinda capacitación y desarrollo continuo al personal, quiere que los colaboradores tengan las habilidades y conocimientos necesarios para una experiencia excepcional en la atención al cliente. Esto incluye conocimiento técnico, protocolo de atención, habilidades de comunicación y actitud de servicio.
- ☀ **Implementación de sistemas de gestión de la experiencia del cliente:** se trata de sistemas y herramientas tecnológicas para mejorar la gestión de la experiencia del cliente. Por ejemplo, la plataforma de retroalimentación de los clientes (QUALTRICS), el sistema de gestión de reclamos (FARMA-BOT) y el análisis de datos (QLIK-SENSE).

#### El conocimiento del cliente es clave para atender sus necesidades:



- ☀ **Mejora continua:** Farmaenlace evalúa de manera continua el desempeño en términos de experiencia del cliente y realiza mejoras permanentemente, guiada por los comentarios y sugerencias de los clientes. Establecidos indicadores clave de desempeño, los monitorea para estimar la eficacia de las medidas implementadas. En estos indicadores se incluyen la tasa de recomendación del cliente (NPS), el índice de satisfacción (CSAT) y el índice de esfuerzo (CES).

### NPS - Índice de recomendación de la marca



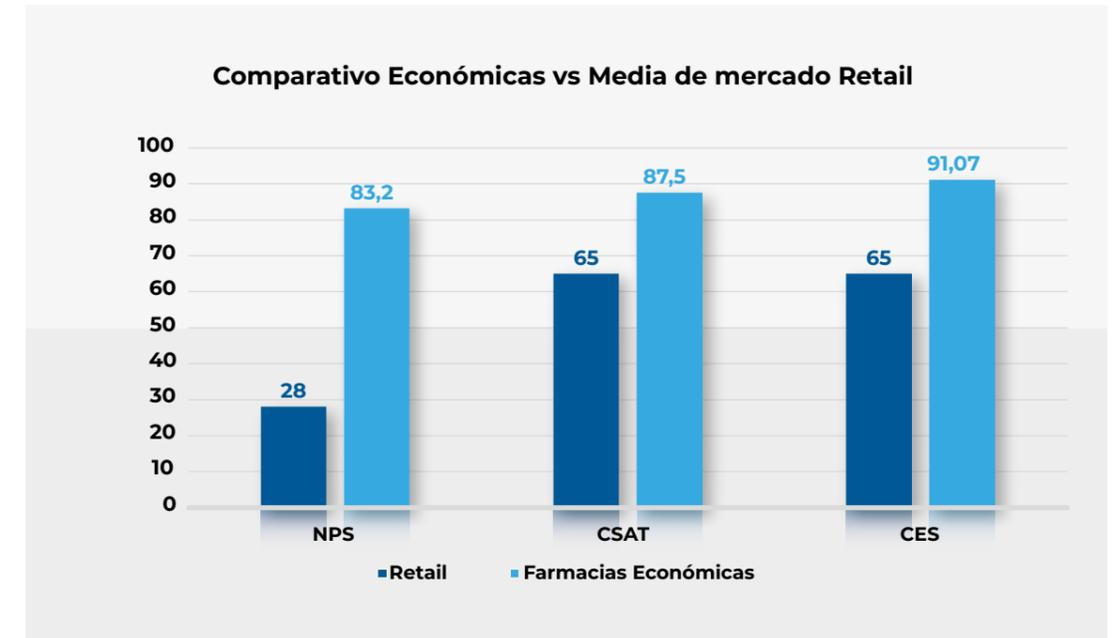
### CSAT - Índice de satisfacción



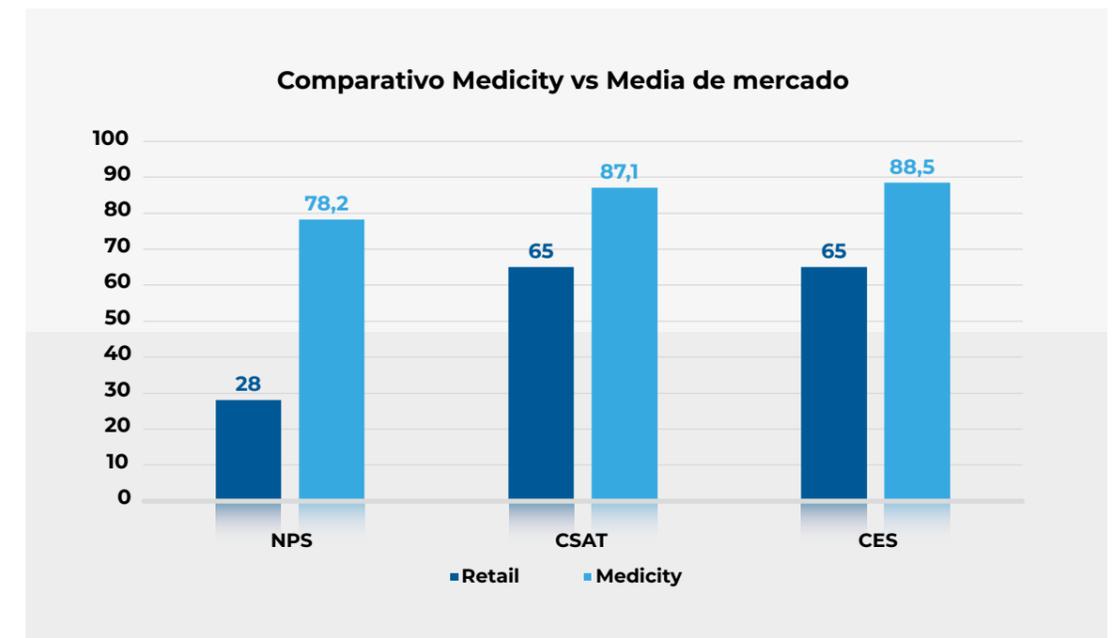
### CES - Índice de esfuerzo



### Farmacias Económicas:

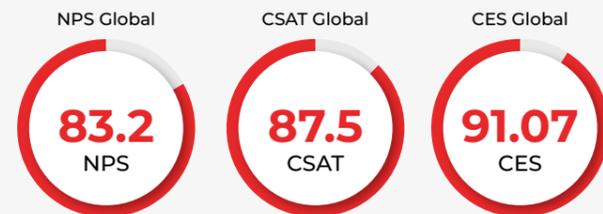


### Farmacias Medicity:



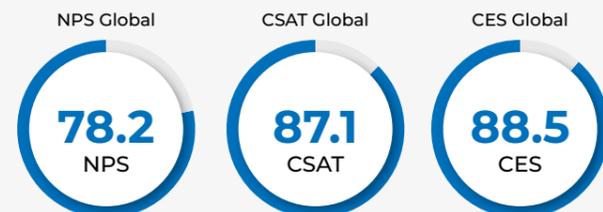
#### farmacias Económicas

Encuestas  
**38,698**  
Sin cambios  
en el mes anterior



#### Farmacias Medicity

Encuestas  
**18,337**  
Sin cambios  
en el mes anterior



## Los programas

Farmaenlace ofrece programas que impulsan el bienestar y la calidad de vida de los clientes:

### Club Medicity

#### Programa Mamás y Bebés

Este programa está dirigido a las madres con hijos recién nacidos hasta los dos años



#### Programa Abuelitos

El programa está enfocado a personas mayores de 65 años



#### Programa Bienestar

Hombres, mujeres y familias



### Plan de medicación frecuente



**Plan Medicación Frecuente**

¡Recibe **más beneficios y bonificaciones** que tenemos **para ti!**

SUSCRIBETE → ACUMULA → OBTEN PRODUCTOS GRATIS



Farmacias Medicity

**Plan Medicación Frecuente**

con los **productos** que necesitas para:

- Hipertensión
- Anticonceptivos
- Epilepsia
- Coolesterol
- Inflamación y Dolor
- Diabetes
- Sistema Digestivo
- Cuidado Psicológico Mental

Por la compra de los medicamentos recibe **productos GRATIS** en más de 500 productos seleccionados.

¡Recibe **más beneficios y bonificaciones** que tenemos **para ti!**



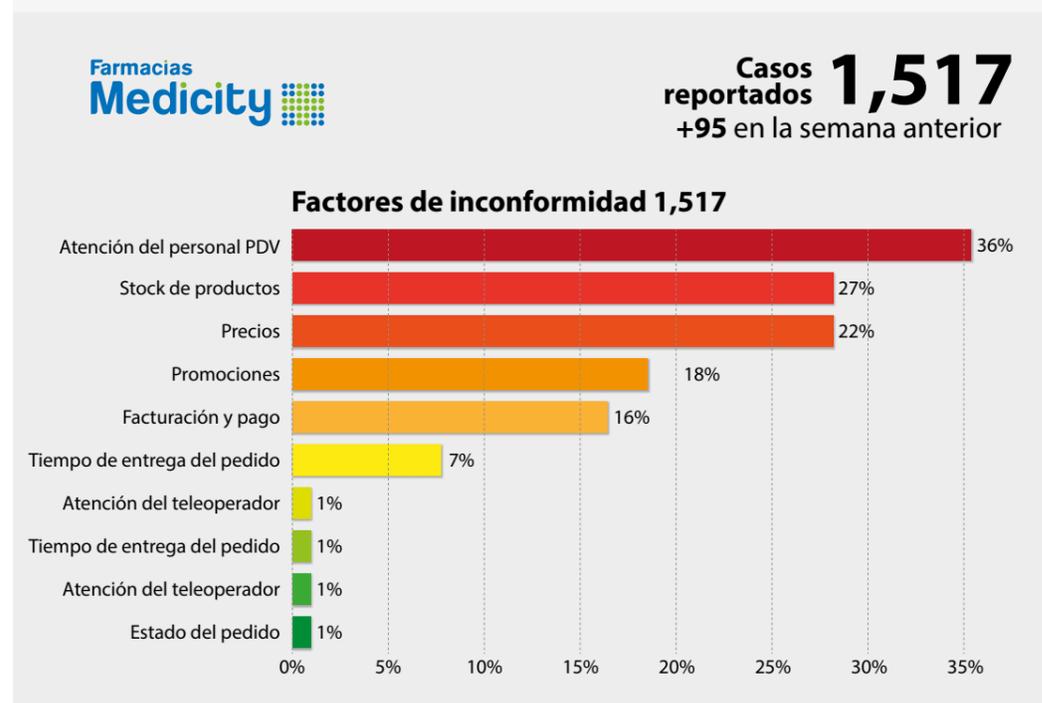
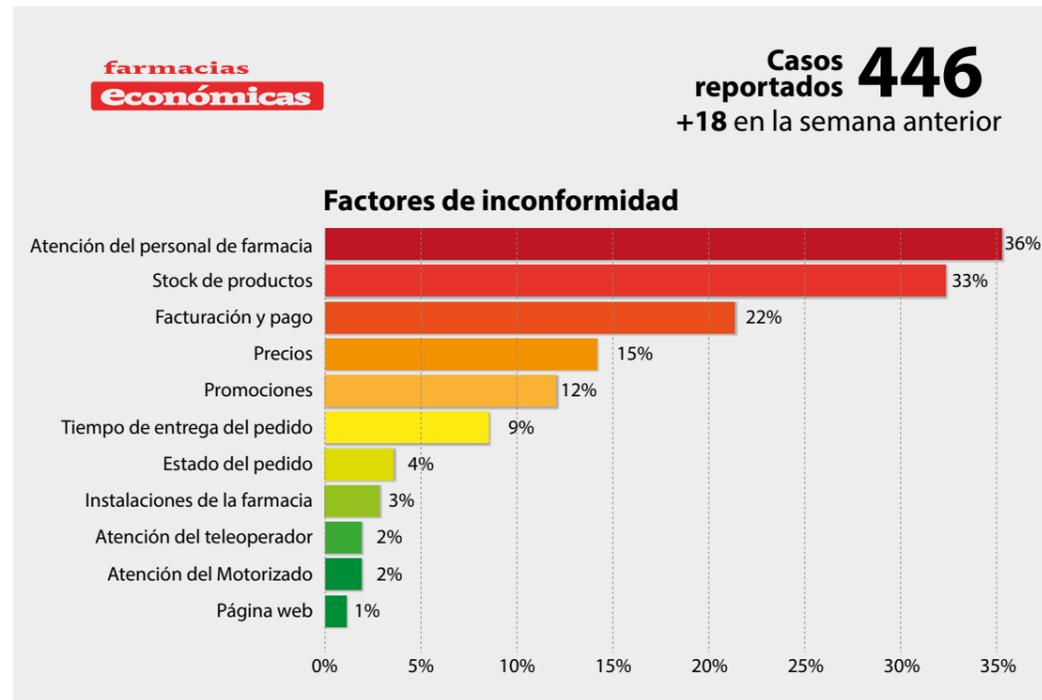


### Medición de la efectividad de la gestión

- Análisis de datos: Para identificar tendencias, patrones y áreas de mejora.
- Acciones correctivas y mejoras: Con base en el análisis y la identificación de áreas deficientes o que requieren atención, se toman acciones correctivas y mejoras continuas. Esto puede implicar ajustes en los procesos, la capacitación del personal, la optimización de los sistemas o la implementación de nuevas iniciativas.

- Monitoreo continuo: El proceso de seguimiento y evaluación es un continuo ciclo de retroalimentación, para garantizar que las medidas de gestión se mantengan efectivas y se adapten a los cambios en las necesidades y expectativas de los clientes.
- Participación de los clientes: Se fomenta la participación de los clientes a través de encuestas de satisfacción, el departamento de atención al cliente y los canales de comunicación abiertos. Sus opiniones y sugerencias se tienen en cuenta para mejorar siempre la experiencia del cliente.

## Factores de inconformidad identificados



## Retos a futuro:

Corto plazo:

- Mejorar los tiempos de respuesta y resolución de problemas de los clientes.
- Alinear todos los puntos de venta con la política de medición de los niveles de experiencia del cliente como un apoyo para el crecimiento.
- Alcanzar calificaciones de experiencia del cliente en el cien por ciento de los puntos de venta de acuerdo con metas de calificaciones y puntaje en los KPI de experiencia.
- Incluir la medición de voz del cliente para el diseño de nuevos productos y servicios.

Mediano plazo:

- Mejorar la experiencia del cliente mediante tecnologías y herramientas más avanzadas e interconectadas, como *chat-bots* o sistemas de atención al cliente en línea y plataformas de *audio branding* que asocien un ambiente a la marca.
- Personalizar más la oferta de productos o servicios de acuerdo con las necesidades específicas de cada cliente y los factores influyentes en la compra.
- Fomentar en los clientes la cultura de retroalimentación de su experiencia como factor de mejora continua.

Largo plazo:

- Convertirse en referente de la industria en términos de la experiencia del cliente por un servicio excepcional y personalizado.
- Lograr una atención omnicanal y una experiencia homogénea y continua en todos los puntos de interacción.



## Centro de distribución

Farmaenlace cuenta con un Centro de Distribución que gestiona el abastecimiento a sus cadenas de farmacias y clientes de distribución a nivel nacional, cumpliendo con estándares de calidad y servicio en todos sus procesos operativos.

Actualmente se dispone para la operación un área de 9.335 metros cuadrados y un cuarto frío de 30 metros cúbicos, el mismo que es monitoreado por medios electrónicos con el fin de garantizar la cadena de frío de los productos que así lo requieran.

En el Centro de Distribución se administra más de 11.000 sku's y se despacha el producto de acuerdo con los requerimientos de todos los clientes internos y externos a nivel nacional, con el soporte de un sistema propio Warehouse Management System ("WMS") que permite una trazabilidad de los pedidos desde la solicitud hasta la entrega final.

En esta área se cuenta con 195 colaboradores que constantemente están en la búsqueda de la mejora continua a través de la Certificación ISO 9001 que asegura estándares de calidad con la finalidad de prestar un mejor servicio a los clientes.

### 1. Gestión de proveedores de inventarios

Es importante reconocer que existen desafíos que deben ser gestionados adecuadamente. Uno de ellos es la falta de disponibilidad de ciertos medicamentos o productos farmacéuticos en el mercado, esto puede ocurrir debido a diversos factores como problemas de distribución, fluctuaciones en la demanda o dificultades en la cadena de suministro; actualmente en Farmaenlace trabajamos arduamente para garantizar que nuestro cliente encuentre el producto que desea en nuestras farmacias.

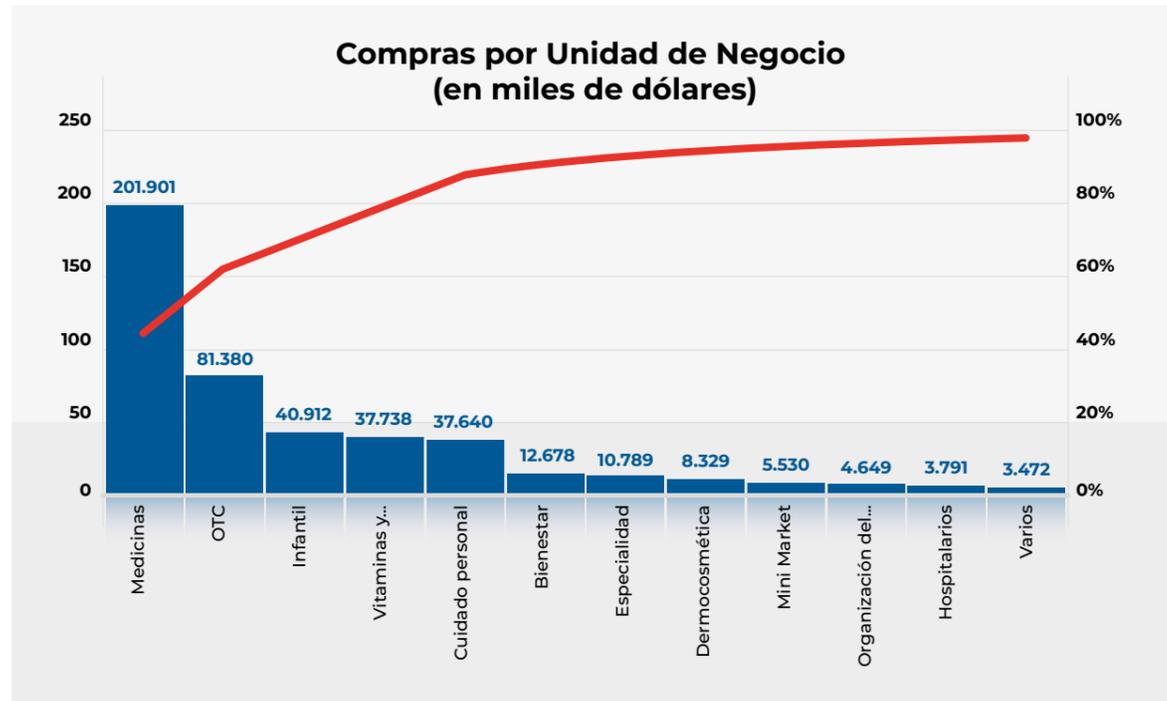
### Compras de mercadería en 2022 - Por unidad de negocio

Farmaenlace tiene once líneas de negocios siendo la más importante Medicinas, durante el 2022 se compraron \$202 MM en esta línea de un total de \$448 MM.

## 3.2. Cadena de abastecimiento

[GRI 2-6]

En el ámbito de la salud, el acceso a medicamentos y suministros esenciales puede marcar la diferencia entre la vida y la muerte. Al contar con un flujo constante de productos farmacéuticos de calidad, la empresa contribuye a mejorar la salud y el bienestar de la población, asegurando que las personas tengan acceso a los medicamentos que requieran.



## ¿Qué piensan nuestros proveedores?



### MEGALABS

Sr. Ramiro Aguinaga  
Gerente General

## ¿Cuáles cree que han sido los puntos relevantes para mantener una relación comercial de más de quince años con Farmaenlace?

*“La relación comercial con Farmaenlace se ha mantenido de manera exitosa por más de 15 años, gracias a la confianza que ha generado un diálogo permanente y transparente entre los directivos de ambas Compañías, en el que se ha privilegiado el interés de los pacientes.*

*También, la proyección nacional de Farmaenlace empata con nuestro objetivo de tener presencia en todas las regiones del país, con la colaboración de una Empresa que se ha distinguido por hacer bien su tarea desde el día 1.*

*Asimismo, hemos compartido con las personas que han liderado Farmaenlace durante este tiempo una misma visión de nuestra Industria, en la que el éxito de un actor pasa por el éxito de los otros actores”.*

## ¿Cuál ha sido el efecto que ha generado Farmaenlace dentro de su organización?

*“La seriedad y la formalidad con las que se desenvuelve la negociación con Farmaenlace, exige de todos nuestros colaboradores la mejor preparación, y se constituye así en una escuela de crecimiento personal y profesional.*

*De igual forma, el dinamismo que imprime Farmaenlace a su negocio nos abre las puertas a la innovación y a la creatividad, para dar las mejores respuestas a los desafíos que aquello trae consigo”.*



**VÍCTOR HUGO ARIAS RICO**

Gerente General Laboratorios Saval Ecuador.

**¿Cuáles cree que han sido los puntos relevantes para mantener una relación comercial de más de 15 años con Farmaenlace?**

“Compartimos una mirada del presente y del futuro de la industria farmacéutica ecuatoriana que hace que Laboratorios Saval se siente identificado con el objetivo de Farmaenlace, de brindar un servicio de excelencia, centrado en el cliente. Farmaenlace, siempre se ha caracterizado por ser una empresa seria y transparente, brindando una relación de confianza y respeto mutuo, buscando un crecimiento para ambas empresas.

Además, es una empresa innovadora, siempre con apertura, dispuesta a explorar nuevos negocios, buscando nuevas oportunidades que nos permitan crecer y cuenta con un equipo de profesionales, en todas sus áreas, muy comprometidos en apoyar, entregando soporte de calidad a los laboratorios”.

**¿Cuál ha sido el efecto que ha generado Farmaenlace dentro de su organización?**

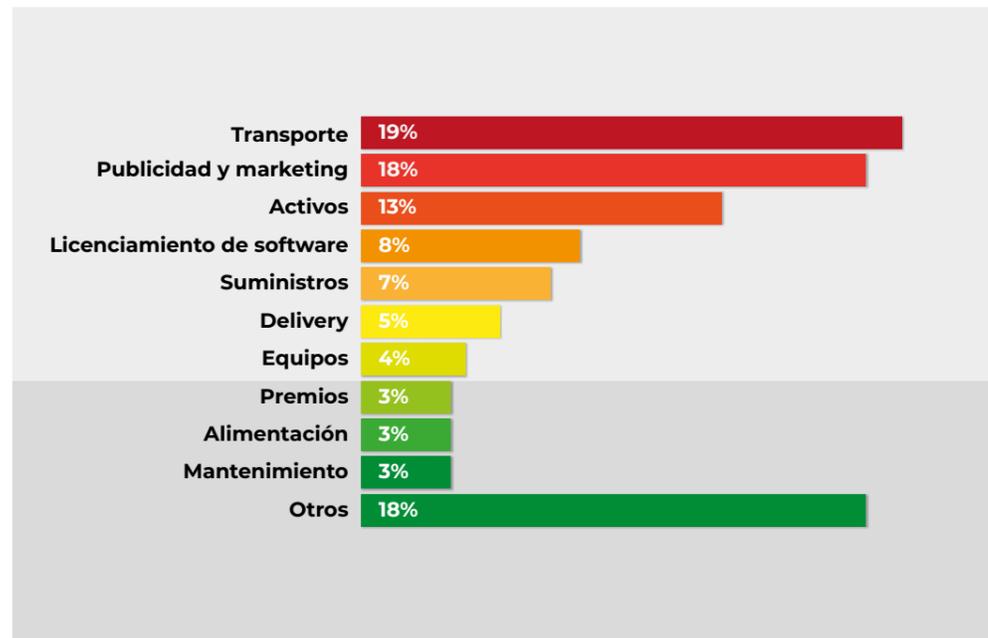
“Farmaenlace es un socio estratégico, que a través de su cobertura nacional con sus cadenas Medicity y Económicas, nos permiten garantizar al cuerpo médico, que, en esta cadena de farmacias, cuentan con todo nuestro portafolio de productos, lo cual permite al paciente siempre encontrar el despacho de su receta completa. Donde siempre el consumidor recibe un trato profesional y amable por parte del dependiente de sus farmacias”.

**2. Compras de bienes, servicios, activos fijos y otros**

Con el fin de satisfacer las necesidades operativas de la organización la compañía invirtió \$17.248.638 en 702 proveedores en la adquisición de bienes, servicios, activos fijos y otros que permiten el adecuado funcionamiento de la operación.



Porcentajes de compras por categoría:



### Calificación de proveedores

La empresa realiza un proceso de selección de proveedores en las siguientes etapas:

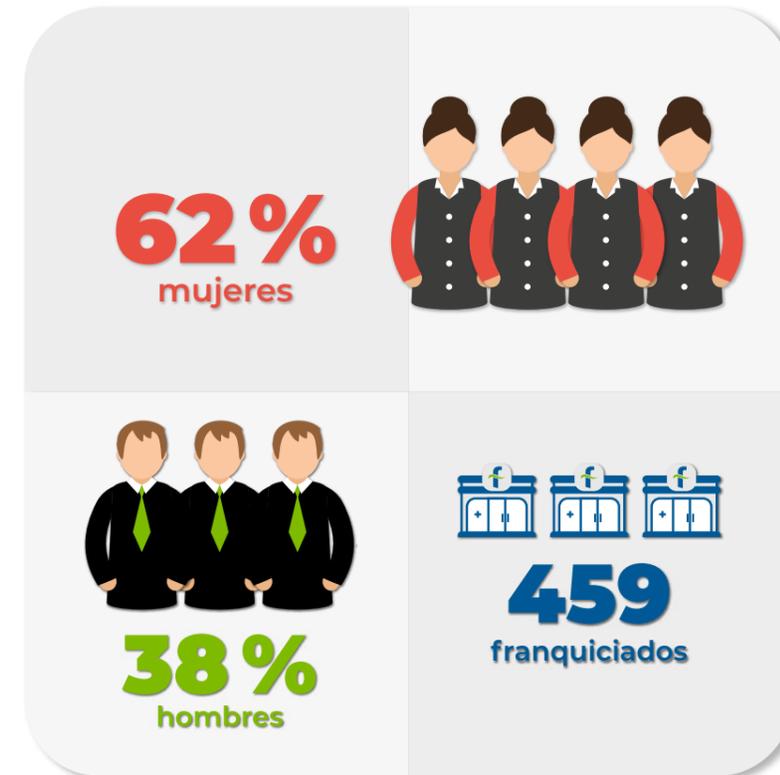


Los procesos de compra de bienes y servicios se encuentran alineados al cumplimiento de la norma 9001 2015, que permite garantizar una adecuada gestión en el proceso de compras.

### 3. Gestión con franquiciados

Desde el 2008 la empresa ha implementado un modelo exitoso de franquicias; con él, impulsa a 459 emprendedores, se fomenta el desarrollo, se crea nuevas fuentes de trabajo en el Ecuador y se contribuya

al crecimiento en las poblaciones donde trabajamos con esta modalidad. En la actualidad Farmaenlace cuenta con el mayor número de franquiciados en el país: de más de mil doscientos puntos de venta a nivel nacional, seiscientos son franquicias.



Farmaenlace aporta a los franquiciados de la siguiente manera:

- Apoyo comercial: Proporciona todo el conocimiento (*know how*), saber hacer, de nuestras franquicias.
- Expansión y crecimiento: El modelo se orienta al cien por ciento a resultados, basado en tres ejes fundamentales: penetración en el mercado, integración vertical y diversificación de nuestros productos y servicios.
- Rentabilidad: El exclusivo modelo de franquicias implica una interesante rentabilidad por el amplio portafolio de productos y servicios.
- Desarrollo económico y profesional

A su vez Farmaenlace espera de sus franquiciados compromiso con la marca, buen manejo de personal y optimización de recursos, y el cumplimiento de objetivos para el desarrollo del punto de venta.

## Historias de éxito de franquiciados



### Sr. Aquilino Medranda (de Dependiente de Farmacia a Franquiciado)

#### ¿Cómo empezó a formar parte de los franquiciados de Farmaenlace?

“Para mí fue una de las mayores satisfacciones el momento en que me presentaron el proyecto, me indicaron que tenía una posibilidad de crecimiento que nos brindaba nuestra empresa Farmaenlace, en el cual ya venía trabajando cuatro años como colaborador. Dentro de ese tiempo me tocó asumir un gran reto de responsabilidad como administrador de la farmacia en la cual yo trabajaba.

Entonces el mayor anhelo que me pudo brindar Farmaenlace fue el generar un gran emprendimiento y un gran reto y tomar la decisión, porque tenía que renunciar como empleado y asumir este reto. La verdad, no lo pensé mucho, ya que estaba seguro de que me iba a ir muy bien, ya que se realizó el estudio de mercado, el análisis de factores que influyen para poner el negocio; la verdad, yo no tenía la experiencia como para poder asumir este tipo de negocio, pero fue ahí cuando tome la decisión de arriesgarme y ya llevo más de dos años como franquiciado y realmente me ha ido muy bien. Yo agradezco infinitamente a Farmaenlace por tomarme en cuenta como colaborador y ahora que estoy como franquiciado agradezco por darme la mano, por ayudarme a crecer, a emprender, y por brindarme ese apoyo”.

#### ¿Cuál ha sido su experiencia como franquiciado de Farmaenlace?

“Bueno, pues formar parte de Farmaenlace me ha permitido vivir experiencias enriquecedoras de manera personal y, más que nada, el contacto con cada uno de los clientes, porque yo amo lo que yo hago, pues, a diario servirle a cada uno de mis clientes; hay muchas de esas personas que son gratas con nosotros, ya que nosotros les damos apoyo en el momento de su necesidad.

Porque el cliente normalmente acude al punto de venta por una necesidad, por un dolor, y con mi experiencia trato de ayudarlo de la mejor forma y con la mejor actitud.

Quiero finalizar reiterando mi agradecimiento a Farmaenlace, porque he podido aprender, he podido capacitarme, ya que, como lo indiqué, no contaba con la experiencia para manejar una franquicia.

Y a mis compañeros franquiciados nada más les doy este mensaje: Que todo es posible, que hagan las cosas con dedicación, con lealtad, con responsabilidad, y todo es posible lograrlo porque Farmaenlace sí nos da la oportunidad de crecimiento”.



**Sra. Silvia Campos**

### ¿Cómo empezó a formar parte de los franquiciados de Farmaenlace?

“Bueno, yo en la rama de farmacias tengo más o menos como veinte años. Mi esposo tuvo la idea de ponernos una farmacia independiente y así empezamos en el año de 1996 como una farmacia de barrio ubicada en la avenida Maldonado y Leonidas Douglas; entonces yo dejé mi trabajo y me dediqué a esta farmacia. Nos ofrecieron pertenecer a Farmacias Económicas, porque no había presencia de la marca en Guamaní.

Me invitaron a conocer cómo era la estructura y cómo podía formar parte de Farmacias Económicas, donde nos indicaban paso a paso el proceso para tener la franquicia.

Entonces tenía que tomar el riesgo, realmente sí tuve mucho miedo, pero tuve el apoyo de mi padre. Realmente me incliné por esta franquicia luego de averiguar otras porque me pareció la más amigable para mi hijo y para mí, y no me ha ido mal. Realmente, lo único que tengo de Farmaenlace son cosas buenas, me ha ayudado mucho en mi crecimiento desde que yo inicié como Farmacia Económica hasta el momento, tanto en mi crecimiento personal como en mi crecimiento económico.

Me refiero a esto porque siendo parte de Farmacias Económicas realmente pude saber cuáles eran mis ingresos. Antes yo jugaba con el dinero de los proveedores, ahora yo sé exactamente cuáles son mis ingresos y cómo puedo distribuirlos, sobre todo ya que tengo a mi cargo a mi hijo.

Estoy muy bien aquí en Farmaenlace, realmente he podido surgir, he podido aprender, he podido capacitarme, porque, como le decía, no era mi rama, pero siempre estuve con atención al cliente; ahora en mi farmacia yo tuve una muy buena aceptación en el barrio”.

### ¿Cuál ha sido su experiencia como franquiciado de Farmaenlace?

“En pandemia, el 12 de abril de 2020, lamentablemente, hubo un deslave en Guamaní, donde todas las quebradas se unieron, y bajó un deslave terrible por la avenida Maldonado, donde mi farmacia fue la más afectada del sector. Porque fue una pérdida total de la farmacia. Se inundó, tenía como un metro y medio de lodo dentro de la farmacia. Gracias a Dios, como los tiempos de Dios son perfectos, estábamos en época de pandemia: nosotros cerramos la farmacia como a las 3:00 de la tarde y no estábamos ahí ni las chicas ni yo el momento que pasó el deslave.

En ese momento yo pensé que todo se acabó para mí, pero me alentó el recibir las llamadas de mis compañeros franquiciados y de los directivos de la empresa; me dijeron: Silvia, no está sola, Farmaenlace está con usted, no llore y no se desespere, las cosas van a estar bien.

Entonces fue como una luz al final de un túnel; como siempre lo digo, fueron mis ángeles en ese momento que yo lo vi perdido todo.

Era una misión imposible volver a levantar de los escombros, porque, literal, fueron escombros lo que quedó en esa farmacia, pero Farmaenlace actuó; pese a que estuvimos en la parte más álgida de la pandemia, Farmaenlace coordinó y organizó la reapertura de la farmacia, de una manera tan increíble que tuvimos nuevamente la Farmacia Eco Quito Maldonado parada en ocho días. Era misión imposible, nadie lo podía creer. Pero lo que he aprendido en este tiempo en Farmaenlace es que, en realidad, somos una familia en momentos buenos, para elogiar el trabajo que hemos hecho, y en momentos de desgracia, como esta.

Hoy le doy gracias a Dios estar en una cadena tan fuerte como es Farmacias Económicas”.



**Srta. Neisi Dajomes**

En el año 2022 como recompensa al esfuerzo y para contribuir en su desarrollo económico a largo plazo, Farmaenlace entregó de forma gratuita una Franquicia a la pesista Neisi Dajomes, en la ciudad de El Puyo, su ciudad natal, la Farmacia se llama Eco Puyo Av Tarqui.

### Retos a futuro:

- ☀ Mantener los indicadores de procesos internos inferiores o iguales a los objetivos definidos.
- ☀ Mantener un inventario óptimo en puntos de venta.
- ☀ Completar los proyectos de investigación (1 proyecto bimensual + 4 quick wins mensuales) para apalancar la correcta gestión de inventario.

### 3.3. Gestión social en la comunidad

Farmaenlace está comprometida con la responsabilidad social, y no de forma temporal, sino permanente. Busca mejorar las condiciones de vida de las personas con habilidades especiales y los grupos más necesitados. Procura que las ayudas y el impacto de ellas lleguen a las personas que más lo necesitan. Así se convierte en un intermediario efectivo del desarrollo social.





### Programas de gestión social:

Participamos activamente con el apoyo a fundaciones y organizaciones que ayudan a personas con capacidades especiales y población vulnerable como son:

- 🌟 Sinamune (Fundación cultural Edgar Palacios)
- 🌟 Fundación Cristo de la Calle
- 🌟 Fundación La Esperanza
- 🌟 Fundación Madre Dolorosa Guayaquil
- 🌟 Fundación El Triángulo
- 🌟 Aldeas Infantiles SOS
- 🌟 Fundación ABEI
- 🌟 Fundación Operación Sonrisa
- 🌟 Fundación SOS Mamá
- 🌟 Fundación Cecilia Rivadeneria
- 🌟 Fundación Remar
- 🌟 Sociedad de lucha contra el Cáncer - Guayaquil

## ¿Qué piensa la comunidad de Farmaenlace?

Fundación Madre Dolorosa



## ¿Cuál es el aporte a la comunidad de la Fundación Madre Dolorosa?

FASMAD es una obra ignaciana que lleva sirviendo desde hace treinta y cinco años a comunidades de bajos recursos en las provincias de Guayas y Manabí. Nuestra misión es lograr la transformación de vidas de familias y personas en condiciones de vulnerabilidad, dándoles una oportunidad de mejorar su economía a través de salud y educación integral, que iniciamos desde los más pequeños del hogar y que se extiende a todos los miembros.

En salud, realizamos más de quince mil atenciones anuales, en medicina general, pediatría, obstetricia, odontología, dermatología, etc. Contamos con dos centros médicos, un dispensario en Guayaquil por la perimetral norte (entrada de la 8), San Ignacio de Loyola, y el otro es un Hospital del Día en Pedro Carbo Sabanilla, Casa del Buen Samaritano, donde, además de dar consultas médicas, se realizan cirugías generales y oftalmológicas. Y desde el 2022 contamos también con el programa de Salud Comunitaria con énfasis en violencia de género, con el cual hemos podido dar asistencia a través de talleres formativos en salud, embarazo infantil, derechos humanos y otros temas, con un alcance de más de mil asistentes, sin contar que hacemos acompañamiento a cuarenta y cinco familias y se han entregado sesenta kits de alimentos durante este primer año.

En educación, contamos con dos centros de desarrollo infantil, Santa María y Amiguitos de Jesús #33, en convenio de cooperación con el Ministerio de Inclusión, Económico y Social (MIES); una Unidad Educativa Fiscomisional San Ignacio de Loyola, con especialidades técnicas en Informática y Mecánica Automotriz, donde este año hemos graduado a nuestra décimo novena promoción, y todo ello en la ciudad de Guayaquil, por la perimetral norte. Y, finalmente, una escuela rural básica en el Recinto Las Iguanas de la provincia de Manabí, donde actualmente contamos hasta octavo año básica, que es la Escuela Madre Dolorosa. A través de estos centros educativos, educamos a más de ochocientos niños, niñas, jóvenes, por lo que llegamos no solo a ellos, sino también a sus familias.

## ¿Cómo cree que Farmaenlace puede ayudarles a cumplir la misión de su organización?

*“Manteniéndose como aliado de nuestra misión, siendo partícipe en la construcción de un Ecuador justo, equitativo, solidario, y donde prime sobre todo la justicia social. Lo cual puede realizar a través de cualquiera de nuestro programas o proyectos sociales y acompañándonos en procesos de transformación a través del diálogo, la participación activa en territorio, pero, sobre todo, articulando esfuerzos que permitan visibilizar a nuestros hermanos vulnerables, dándoles una oportunidad para reconciliarse con una sociedad que cada vez más necesita de valores, consigo mismos, con los demás y con nuestro planeta.*

*Finalmente, quiero aprovechar la oportunidad para agradecer a los directivos de Farmaenlace por el aporte realizado hasta el momento a nuestro Programa de Becas; a sus colaboradores, quienes nos apoyaron en el 2022 en el agasajo navideño para la Unidad Educativa; y al equipo de salud, por su apoyo en las campañas de salud preventiva a todos nuestros estudiantes”.*

### Retos a futuro:

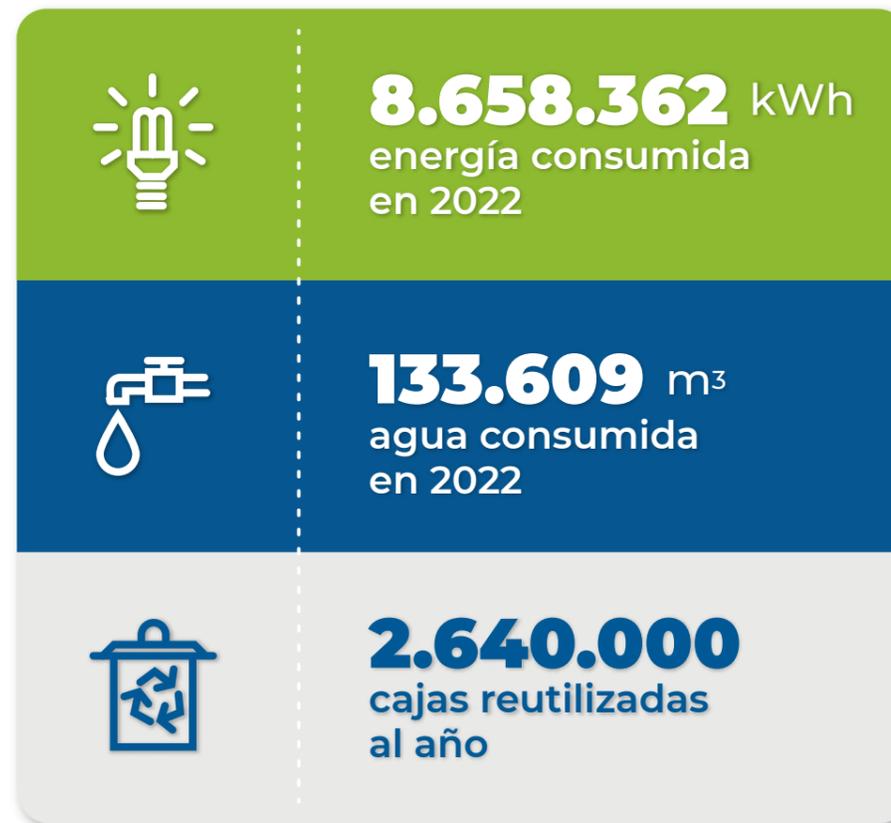
- ☀ Fortalecer nuestro programa de responsabilidad social para que sea sustentable y a largo plazo.
- ☀ Concientizar a todo el personal de la empresa sobre la importancia de la responsabilidad social, económica y ambiental.





## Capítulo 4

### Gestión ambiental



En el compromiso con la mejora continua y la creación de valor para los grupos de interés, Farmaenlace incluye la mitigación de impactos ambientales reales y potenciales de la operación. Vincula a los trabajadores y los grupos de interés con campañas e iniciativas permanentes en favor de la correcta disposición de residuos, el reciclaje, el ahorro de materiales y recursos como el agua y la energía.

La empresa implementa un plan de manejo ambiental y realiza la correcta disposición de los residuos a nivel de toda la compañía, en lo que se incluye el control documental de entrega de desechos y la asignación de presupuesto para la disposición de estos.



## Consumo de energía eléctrica en el 2022



Consumo kWhs por Provincia 2022	
Provincias	Total kWh
Guayas	2.963.732
Pichincha	2.008.529
Manabí	980.549
Azuay	631.886
El Oro	504.094
Los Ríos	459.532
Santo Domingo de los Tsachilas	183.271
Esmeraldas	179.067
Santa Elena	128.020
Loja	127.728
Imbabura	107.737
Orellana	80.339
Cañar	75.149
Tungurahua	60.786
Cotopaxi	58.035
Sucumbíos	46.173
Chimborazo	23.221
Napo	10.893
Morona Santiago	9.520
Pastaza	7.637
Bolívar	7.027
Zamora Chinchipe	5.438
<b>Total General</b>	<b>8.658.362</b>

# Consumo de agua potable en el 2022

Consumo Total de Metros cúbicos por Provincia 2022

Provincias	Consumo Total m <sup>3</sup>
Pichincha	77.290
Guayas	17.248
Ibarra	12.222
Azuay	8.173
Imbabura	3.197
Manabí	3.138
Loja	2.794
El Oro	2.664
Esmeraldas	2.107
Los Ríos	1.492
Tungurahua	1.461
Pastaza	745
Cañar	509
Santa Elena	488
Santo Domingo De Los Tsachilas	45
Cotopaxi	36
<b>Total General</b>	<b>133.609</b>

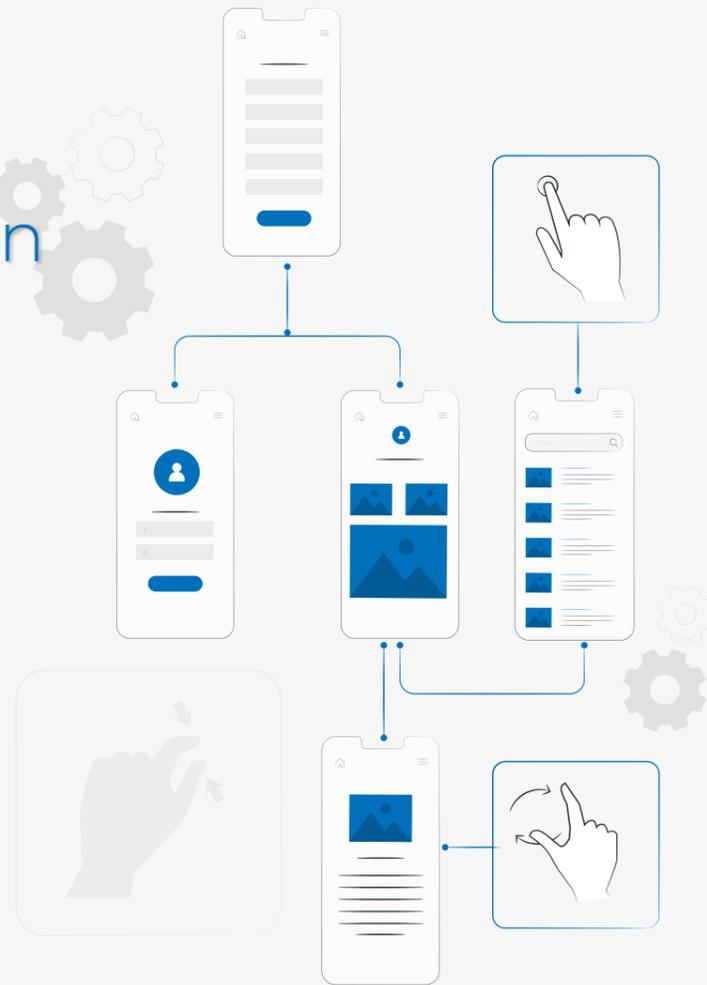


## Reciclaje de **Cartón**

- En Farmaenlace despachamos **11.000** cajas de cartón reutilizado mensualmente.
- Esto representa un total de **2.640.000** cajas en el año.
- Si consideramos que de un árbol se obtiene **160** cajas, en un año salvamos a **16.500** árboles de que sean talados en el planeta.

# Digitalización de la información

- El número de pedidos generados para Farmaenlace es de **1.500.000** anuales debiendo realizar **2 impresiones** para la recepción de mercadería despachada.
- Si de un árbol obtenemos la cantidad de **16 resmas**, hemos evitado que se talen **187.000 árboles** en el año con la digitalización de documentos y la creación de un sistema de recepción.



## Retos a futuro:

- ☀ Implementar un sistema de gestión ambiental y social que tenga repercusión a nivel de toda la compañía.
- ☀ Elaborar una política de gestión ambiental y definición de actores y responsabilidades.
- ☀ Medir la huella de carbono en la compañía y aplicar medidas correctivas.
- ☀ Certificación EDGE para construcciones sostenibles con el ambiente.
- ☀ Utilizar energía solar en el nuevo centro de distribución.

## Sobre el informe [GRI 2-2][GRI 2-3] [GRI 2-4][GRI 2-5]

Se exponen los resultados obtenidos por Farmaenlace Cía. Ltda. entre el 1 de enero y el 31 de diciembre del 2022. Se elaboró este informe, el primero en su edición anual, de acuerdo con la Global Reporting Initiative (GRI), cuyos estándares podrán identificarse por la codificación presentada entre paréntesis. Las cifras monetarias están expresadas en dólares; los millares, separados por puntos, y los decimales, por comas.

Los contenidos reflejan los efectos sociales, económicos y ambientales de la organización, así como el enfoque y la gestión hacia el desarrollo sostenible y la creación de valor para los grupos de interés. Para más información, comunícate a través de los mecanismos relacionados aquí: <https://www.farmaenlace.com/>

## Índice de contenidos GRI

### Declaración de uso

Farmaenlace ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2022 utilizando como referencia los Estándares GRI.

### GRI 1 usado

GRI 1: Fundamentos 2021

### GRI ESTÁNDAR

### CONTENIDO

### N.º DE PÁGINA, URL O RESPUESTA

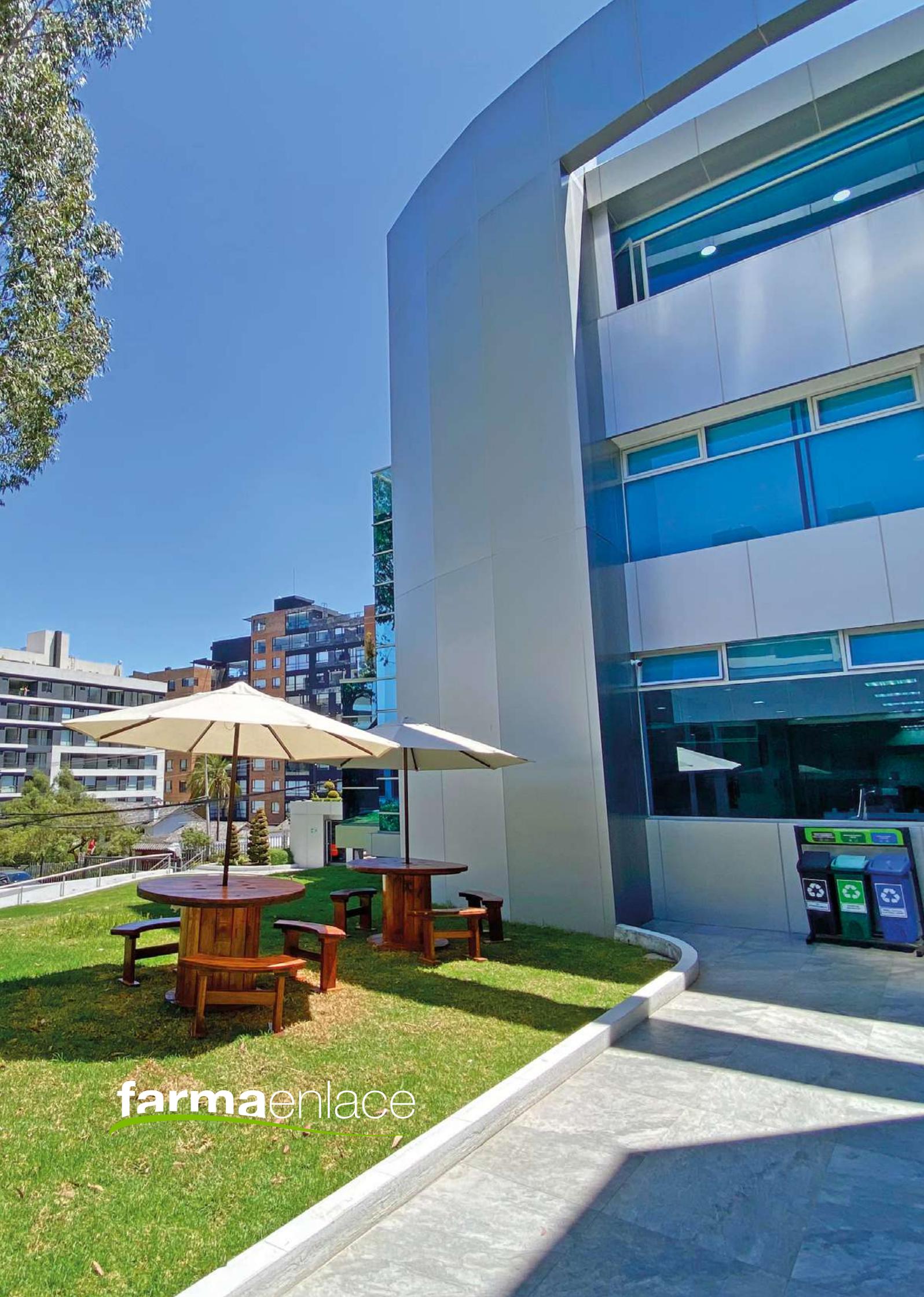
### GRI 2: CONTENIDOS GENERALES 2021

GRI ESTÁNDAR	CONTENIDO	N.º DE PÁGINA, URL O RESPUESTA
	<b>LA ORGANIZACIÓN Y SUS PRÁCTICAS DE PRESENTACIÓN DE INFORMES</b>	
	2-1 Detalles organizacionales	Pág. 9
	2-2 Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	Pág. 83
	2-3 Período objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	Pág. 83
	2-4 Actualización de la información	Pág. 83
	2-5 Verificación externa	Pág. 83
	<b>ACTIVIDADES Y TRABAJADORES</b>	
	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	Pág. 9, 54
	2-7 Empleados	Pág. 25
	<b>GOBERNANZA</b>	
	2-9 Estructura de gobernanza y composición	Pág. 18
	2-10 Designación y selección del máximo órgano de gobierno	Pág. 18
	2-13 Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	Pág. 18
	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	Pág. 7
	2-23 Compromisos y políticas	Pág. 21
	2-24 Incorporación de los compromisos y políticas	Pág. 21
	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	Pág. 21

### GRI 2: CONTENIDOS GENERALES 2021

## Índice de contenidos GRI

GRI ESTÁNDAR	CONTENIDO	N.º DE PÁGINA, URL O RESPUESTA
<b>GRI 404: FORMACIÓN Y EDUCACIÓN 2016</b>	404-2 Programas para desarrollar las competencias de los empleados y programas de ayuda a la transición	Pág. 34
<b>GRI 405: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES 2016</b>	405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados	Pág. 31
<b>GRI 404: SALUD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO 2018</b>	403-1 Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	Pág. 39
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	Pág. 39
	403-5 Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	Pág. 39
<b>GRI 201: DESEMPEÑO ECONÓMICO 2016</b>	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	Pág. 22



farmaenlace