Corporación GPF
integridad crea confianza

MEMORIA
DE SOSTENIBILIDAD 2017

Publicación de Corporación GPF
Gerencia Corporativa de Sostenibilidad y Asuntos Públicos
[G4-5]
Corporación GPF
Av. de los Shyris Km 5 1/2,
Sector El Cortijo, Amaguaña
Teléfono: (593) 2 3829 800
Quito - Ecuador
www.corporaciongpf.com
Información:
sostenibilidad@corporaciongpf.com

Desarrollo técnico y edición:
PROTERRACONSULTORES
Medioambiente & Sostenibilidad

Fotografía:
Eduardo Naranjo

Concepto y dirección de arte:
EXPERTISE COMUNICACIÓN

CAPÍTULO: 1

LA EMPRESA

MENSAJE DE LA PRESIDENCIA EJECUTIVA
PERFIL DE LA MEMORIA
CORPORACIÓN GPF: LA EMPRESA Y SU ENFOQUE
CONTEXTO & CIFRAS CLAVE 2017
BUEN GOBIERNO CORPORATIVO & *COMPLIANCE*

CAPÍTULO: 2

GESTIÓN RESPONSABLE DE CLIENTES

ATENCIÓN AL CLIENTE DIFERENCIADA Y DE EXCELENCIA
SEGURIDAD PARA EL CONSUMIDOR
OFERTA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS ACCESIBLES Y ASEQUIBLES

CAPÍTULO: 3

CREACIÓN DE VALOR COMPARTIDO

DESEMPEÑO ECONÓMICO 2017
CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO DEL ECUADOR
PARTICIPACIÓN EN LA COMUNIDAD

CAPÍTULO: 4

UN MODELO DE NEGOCIO INTEGRADO

GESTIÓN LOGÍSTICA INTEGRADA Y EFICIENTE

CAPÍTULO: 5

DESEMPEÑO SOCIO AMBIENTAL SOSTENIBLE

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO
INNOVADORA Y RESPONSABLE
GESTIÓN AMBIENTAL SOSTENIBLE

CAPÍTULO: 6

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

IDENTIFICACIÓN DE ASUNTOS MATERIALES 2017
ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI G4

Prohibida la reproducción total o parcial de esta publicación, por cualquier medio digital o impreso, sin la autorización expresa de Corporación GPF. Los contenidos expuestos en los capítulos 1 al 5 de esta Memoria pueden ser completados y ampliados con la información adicional reportada en el capítulo 6 de la misma.

LA EMPRESA

MEMORIA
DE SOSTENIBILIDAD CORPORACIÓN GPF 2017

MENSAJE DE LA PRESIDENCIA EJECUTIVA
PERFIL DE LA MEMORIA
NUESTRA EMPRESA Y SU ENFOQUE
CIFRAS CLAVE 2017
GOBIERNO CORPORATIVA Y *COMPLIANCE*

MENSAJE DEL PRESIDENTE EJECUTIVO

[G4- 1, G4- 2, G4-13]

MAYO 2018

Estimados amigos:

El 2017 fue para Corporación GPF un año de importante recuperación en resultados económicos y satisfacción de nuestros clientes, al haberse consolidado la transición de las nuevas soluciones de **"Un Mundo Vanguardista"**, en los sistemas y en el Centro de Logística Avanzada (CLA). Esta apuesta de innovación tecnológica nos permitirá atender con mayor eficiencia los requerimientos de cerca de 600 puntos de venta de nuestras cadenas Fybeca, SanaSana y OkiDoki, para servir mejor a los miles de clientes que confían en nuestros productos y servicios.

A nuestros clientes, socios estratégicos y colaboradores, les queremos agradecer por haberse adaptado y cooperado con la transición de este proceso, cuyas ventajas sin duda alguna, agregarán valor a todos quienes hacen parte de la cadena de valor de nuestra organización.

Nos llena de satisfacción ser fuente de empleo directo para más de 4.400 mujeres y hombres, en un marco de crecimiento personal y fiel cumplimiento de sus derechos como trabajadores. Con una equidad de género que pocas organizaciones pueden mostrar, donde un 67% de las mujeres ocupa posiciones de liderazgo sin brecha salarial. La equidad plena es otra forma de garantizar la presencia de los mejores talentos, cuya remuneración se define por su cargo, responsabilidades y funciones.

Somos conscientes de nuestra responsabilidad ambiental y nos enorgullece tener la Certificación de Carbono Neutro. Nuestros puntos de venta cuentan con luminarias LED para reducir el consumo de energía; nos abastecemos de la hidroeléctrica San Bartolo que suministra energía limpia a nuestro Centro de Logística Avanzada y apadrinamos 1.195 hectáreas de la reserva ecológica Tinajilla-Río Gualaceño, en Morona Santiago.

Trabajar con la comunidad en iniciativas de impacto es un eje clave en nuestro diario accionar. Contamos con un banco de sangre corporativo en alianza con la Cruz Roja Ecuatoriana y, al cierre del año, registramos la donación de 500 pintas por parte de nuestros colaboradores. Con la misma institución, instalamos 149 soluciones sanitarias para los damnificados del sismo de 2016 en Manabí y Esmeraldas, gracias a los aportes de nuestros clientes. Somos parte del programa "Re-Emprende" iniciativa de la AEI –Alianza para el Emprendimiento e Innovación– y de otras importantes empresas privadas, que ha beneficiado con créditos y asesoría técnica, a más de 2.500 comerciantes emprendedores en 21 cantones de las provincias devastadas. Corporación GPF está muy comprometida con la Fundación Enseña Ecuador, en la transformación de la educación, como un agente de cambio en la sociedad.

Confiamos en el Ecuador y en su gente y también somos parte de un país emprendedor que ha superado los reveses a lo largo de su compleja historia. El movimiento político de un año electoral y las preocupaciones económicas no han alterado nuestra evolución como empresa líder en el retail farmacéutico.

Ahora, nos corresponde con ánimo renovado, seguir adelante en los años por venir. La innovación no terminará en Corporación GPF; continuaremos con nuevos emprendimientos que impulsen nuestros objetivos sociales y empresariales.

Atentamente,

Luis Enrique Coloma

Presidente Ejecutivo

PERFIL DE LA MEMORIA

[G4-3, G4-28, G4-30, G4-31, G4-32, G4-33]

Por séptimo año consecutivo, Corporación GPF presenta en esta Memoria información relativa al ejercicio fiscal 2017 sobre su gestión y desempeño en materia de sostenibilidad. Al igual que en años anteriores, esta sigue las directrices de la Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad del *Global Reporting Initiative* (GRI), en su versión G4, implementada en opción esencial «de conformidad».

Alcance y cobertura[1]

Sobre la base de un ciclo de presentación anual y con un periodo de cobertura del 1 de enero hasta el 31 de diciembre de 2017, este documento recoge información completa, fiable, equilibrada y de calidad de la actividad de Corporación GPF, incluyendo las sociedades Corporación Grupo Fybeca S.A., Farmacias y Comisariatos de Medicinas S.A. Farcomed, Econofarm S.A., Tiecone S.A., Abefarm S.A. ABF, Terraplaza S.A., Farmaliadas S.A., Farmagestión S.A. y Provefarma S.A.

La información financiera reportada está basada en Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) autorizadas por la Superintendencia de Compañías del Ecuador, proveniente de los estados financieros de la empresa, los cuales han sido auditados por la firma externa independiente. En cuanto a la información no financiera expuesta, esta sigue las orientaciones de la última versión de la norma AA1000[2], por tanto, los principios de inclusividad, materialidad y capacidad de respuesta.

La Gerencia Corporativa de Sostenibilidad y Asuntos Públicos ha sido responsable por parte de Corporación GPF de la preparación e integridad de la información presentada. Los parámetros e indicadores de desempeño reportados han sido establecidos mediante un riguroso proceso de gestión interna de la información.

Principios de reporte

El contenido de esta Memoria ha sido establecido sobre la base de los cuatro principios determinados por el GRI al efecto: materialidad, participación de los grupos de interés, contexto de sostenibilidad y exhaustividad. Asimismo, se han seguido las recomendaciones formuladas por esta organización sobre los pasos a seguir en la definición de los aspectos materiales. En el capítulo VI de este documento, se da debida y detalladamente cuenta del proceso desarrollado, así como del correspondiente Índice de Contenidos GRI G4.

Si bien la presente Memoria no ha sido objeto de un proceso específico de verificación externa por parte de un tercero independiente, un elevado número de datos económicos, ambientales y/o sociales reportados en la misma han sido contrastados externamente y de forma independiente en el marco de procesos de aseguramiento a los que se somete la empresa de acuerdo con sus procedimientos de gestión.

Consultas e información adicional

Para más información sobre este documento, le invitamos a revisar la versión digital en la sección Gobierno Corporativo de www.corporaciongpf.com. En caso de consultas o solicitudes de información adicional, dirigirse a: Cristina Pineda – Sostenibilidad y Asuntos Públicos sostenibilidad@corporaciongpf.com +5932 3829800 Ext. 581

Notas:
1. (G4-22, G4-23): No se han generado reformulaciones de la información, ni tampoco cambios significativos en el alcance y límite de los aspectos tratados con respecto a memorias anteriores. (G4-29): A la presente Memoria le antecedió la Memoria de Sostenibilidad 2016.
2. La serie de normas *AccountAbility* 1000 (AA1000), elaboradas por el *Institute for Social and Ethical AccountAbility* (ISEA), es un conjunto de procedimientos que pretenden garantizar la calidad y transparencia de las rendiciones de cuentas, evaluaciones y divulgaciones sobre aspectos sociales y éticos de la gestión empresarial.

Corporación GPF: la empresa y su enfoque

[G4-2, G4-4, G4-6, G4-8, G4-9]

Constituida el 8 de noviembre de 2010, Corporación GPF - Grupo Fybeca S.A. - se dedica al *retail* farmacéutico a través de las marcas Fybeca y SanaSana. De manera subsidiaria, posee tiendas de conveniencia a través de la marca OkiDoki.

Corporación GPF se compone adicionalmente del Centro de Logística Avanzada (CLA), de servicios corporativos, Provefarma y, de la administradora de beneficios farmacéuticos, Abefarm-ABF.

El enfoque de Corporación GPF

[G4-2, G4-56]

Para Corporación GPF, la ética, la integridad y la sostenibilidad constituyen valores fundamentales.

Su modelo de negocio está orientado a ofrecer soluciones de salud innovadoras y de calidad a sus clientes y a la comunidad.

MISIÓN

Contribuir al bienestar de la comunidad, ofreciendo servicios y productos de calidad.

VISIÓN

Corporación líder en Ecuador, socialmente responsable, con destacada presencia en los países donde incursiona, que brinda soluciones innovadoras de salud y bienestar, a través de inversiones diversificadas en negocios de *retail*, servicios y producción, aportando a mejorar la calidad de vida de sus clientes, colaboradores y la comunidad.

FILOSOFÍA

Integridad crea confianza.

VALORES CORPORATIVOS

- Ética
- Trabajo en equipo
- Integridad y confianza
- Orientación al cliente
- Orientación a la acción

En términos de sostenibilidad, los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos por las Naciones Unidas (ODS) en el marco de la Agenda Mundial 2030 constituyen un instrumento guía para el despliegue de la estrategia de Corporación GPF. En este contexto, un objetivo de la empresa es identificar y medir su contribución al cumplimiento de estos objetivos, dando a conocer aquí a sus grupos de interés, sus impactos en la materia de los 17 ODS de aplicación universal, Corporación GPF impacta de manera directa en 52% de ellos.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

El campo de acción de Corporación GPF se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.

1 Corporación GPF tiene un rol clave para influir en la disminución de los índices de pobreza en el Ecuador:

- Es uno de los más importantes generadores de empleo de calidad dentro del sector privado del país.
- Fomenta el acceso a productos y servicios por parte de personas de bajos ingresos a través de su marca SanaSana.
- Desarrolla programas de atención médica a comunidades vulnerables junto con sus aliados Cruz Roja Ecuatoriana y la Junta de Beneficencia de Guayaquil.

3 Corporación GPF entiende la salud como un derecho fundamental de todo ser humano y un indicador clave del desarrollo sostenible de las comunidades:

- Su alianza con Cruz Roja Ecuatoriana ha beneficiado a 161.353 personas desde 2010 en siete provincias del país con educación en salud, educación comunitaria y atención médica preventiva y odontológica a comunidades rurales del país.
- Con la Junta de Beneficencia de Guayaquil, se han beneficiado de atención médica 1.449 personas en Guayaquil desde 2014 entre niños, madres y adultos mayores.
- Comprometida con la lactancia materna, la empresa ha venido sensibilizando y capacitando a colaboradoras sobre sus beneficios, además de haber adecuado tres lactarios en oficinas con mayor concentración de personal femenino.

4 Convencida de que la educación es una herramienta que puede cambiar la realidad del país, Corporación GPF está comprometida a brindar herramientas para un aprendizaje de calidad a niños, niñas y jóvenes:

- En 2017, la empresa brindó talleres de educación financiera a su personal en cinco ciudades del país con un total de 1.081 participantes.
- A través del programa "Juntos por tu salud" desarrollado con Cruz Roja Ecuatoriana, la empresa promueve capacitación sobre hábitos saludables en comunidades vulnerables.
- Corporación GPF es parte de la transformación educativa que impulsa la Fundación Enseña Ecuador.

5 Corporación GPF promueve en su diario accionar la igualdad de género y el empoderamiento femenino como parte esencial de su estrategia empresarial:

- Es la primera empresa de *retail* del país en haber suscrito los "7 Principios para el Empoderamiento Femenino" con ONU Mujeres.
- Su directorio es presidido por una mujer.
- El 68% de sus colaboradores son mujeres y el 67% de las mismas ocupan cargos directivos entre jefaturas, gerencias y direcciones. No existe brecha salarial.
- Mantenemos políticas de cero tolerancia al acoso, respaldado por un Código de Ética de riguroso cumplimiento.

8 Promover un trabajo decente con condiciones dignas para cada uno de sus colaboradores es parte medular de la filosofía "Integridad crea confianza" que promueve la empresa:

- Cuenta con 4.412 colaboradores directos que laboran en las 24 provincias del país.
- Trabaja con más de 2.770 proveedores a escala nacional.

9 A través de un conjunto de proyectos de innovación, denominado Un Mundo Vanguardista, el ecosistema operativo de Corporación GPF ha evolucionado radicalmente mediante la implementación de herramientas tecnológicas de vanguardia mundial:

- Con una inversión de $53 millones, su Centro de Logística Avanzada es el primer centro de distribución automatizado del Ecuador y uno de los más sofisticados de América Latina.
- Se han realizado considerables mejoras en trazabilidad y calidad de sus operaciones, así como en términos de reciclaje.
- Los turnos de trabajo y despachos se han vuelto más eficientes.
- Se ha dado una notoria mejora del ambiente laboral y de los indicadores en Seguridad, Salud y Ambiente.

12 La mejora continua en los procesos para alcanzar una cadena de valor eficiente y confiable es parte de los objetivos estratégicos de Corporación GPF, lo que se traduce en:

- Una sostenida reducción del consumo de energía a través del cambio a luminaria LED en nuestros puntos de venta.
- Consumo de energía limpia en el CLA, a traves de la Hidroeléctrica San Bartolo.
- Reducciones significativas en el consumo de cartón, plástico y papel en el Centro de Logística Avanzada y con impacto en toda la organización.

13 El compromiso de Corporación GPF con el entorno, la innovación, la integridad y el trabajo bien hecho se refleja en sus políticas y acciones ambientales:

- Corporación GPF es la primera compañía del sector en Ecuador en ser Carbono Neutral.
- Mediante un proceso de compensación de su huella de carbono, se han apadrinado 1.195 hectáreas de bosque en la reserva ecológica Tinajilla – Río Gualaceño.
- La empresa ha alcanzado una reducción del consumo de energía del 10% en el último año.

17 Para Corporación GPF, el desarrollo de alianzas con sus principales *stakeholders* le ha permitido alcanzar la consecución de sus objetivos. Sus aliados son una pieza clave para la compañía.

CONTEXTO & CIFRAS CLAVE

Corporación GPF es la séptima compañía en 2017 con mayor reputación corporativa en el país, de acuerdo con la medición de Merco.

En 2017, Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa), uno de los monitores de referencia en el mundo, realizó la 5ta edición del ranking de empresas, líderes, responsabilidad y gobierno corporativo en Ecuador. Como resultado de esta evaluación con diferentes *stakeholders*, Corporación GPF alcanzó el séptimo lugar dentro del Top 10 de las empresas con mayor reputación corporativa, siendo la segunda compañía ecuatoriana en estar entre los primeros diez puestos.

Entorno económico

[G4-2]

En términos generales, el desempeño económico de Ecuador durante el año 2017 refleja un alentador progreso. El PIB crece 1.5% de acuerdo al Banco Central del Ecuador, luego de la difícil retracción experimentada en el año 2016. No obstante, dicho crecimiento aún resulta precario dado que la tasa de crecimiento poblacional es 1.5% anual y, en términos constantes, el PIB continúa siendo menor al del 2014 previo a la crisis del petróleo, suscitada en el año 2015.

La principal motivación externa para la mejora económica fue sin duda la recuperación del precio del petróleo que generó un incremento en los ingresos fiscales. La estabilización de la devaluación de moneda de otros países es otro factor relevante. En el ámbito nacional, el cambio de gobierno y la eliminación de las restricciones a las importaciones cumplieron un papel fundamental para permitir el restablecimiento de los volúmenes de compra tanto de distribuidores como de cadenas de farmacias. De manera conexa, se evidenció la expansión del

consumo de los hogares que representa el 62% del PIB y logró mitigar los efectos de la contracción de inversión.

El reto económico del país reside, una vez más, en el repunte de la formación de capital y en la iniciativa de las empresas para reducir costos y ganar competitividad. Dicha estrategia deberá acompañarse de un incremento sostenido en el consumo de los hogares que aporte significativamente en la mejora del PIB.

Mercado de medicinas en 2017[3]

En 2017, el mercado farmacéutico ecuatoriano alcanzó los USD $1.464 millones, que significaron un crecimiento del 6.38% frente a 2016. Por su parte, el precio promedio de los medicamentos tuvo un incremento del 3.35%, pasando de USD $6,42 en 2016 a USD $6,63 en 2017.

En 2017, se evidencia un crecimiento del mercado en unidades (3,01%) en comparación con la variación decreciente que hubo entre 2016 y 2015 que fue de -2,71%. A partir del tipo de producto, los productos de marca crecieron 1.9% en unidades y 5.1% en valores, mientras que los genéricos se contrajeron en - 1.6% en unidades y crecieron 0.8% en valor.

En relación con el mercado regional de medicinas, el precio promedio de los medicamentos en Ecuador se mantiene un 13,67% por debajo del precio promedio de Latinoamérica, ubicándose en la séptima posición en los 11 países de la región. El mercado de medicinas en Latinoamérica alcanzó los USD $54.1 billones de venta *retail* con un crecimiento del 13.97%.

Nuevas regulaciones con incidencia en el sector

Durante 2017, el Gobierno ecuatoriano efectuó reformas legales que siguieron normando las operaciones de las compañías en el país. Respecto a la reforma tributaria emitida a finales del año, se formularon regulaciones que han modificado la tasa de impuesto a la renta para el año 2018. Prevalece la expectativa de cambios normativos derivados de la Consulta Popular y Referéndum de febrero de 2018. Asimismo, se prevé un Nuevo Código Orgánico de Salud que aún se encuentra en debate entre los actores del área de Salud en la Asamblea Nacional.

3. Fuente: IMS, 2017; en este análisis no se toma en cuenta el precio promedio de los medicamentos en Venezuela debido a la crisis que enfrenta el país.

PRINCIPALES CIFRAS 2017

[G4-2, G4-9, G4-10, G4-13]

VENTAS

- **628** PUNTOS DE VENTA EN TODO EL PAÍS
- **527.4** USD MILLONES POR VENTAS NETAS
- **74.8** MILLONES DE TRANSACCIONES REALIZADAS
- **38.4** USD MILLONES DE IMPUESTOS PAGADOS

GENTE

- **4.412** COLABORADORES DIRECTOS A NIVEL NACIONAL
- **67%** DEL TOTAL DE COLABORADORES SON MUJERES
- **42%** SON MENORES DE 30 AÑOS

SEGURIDAD Y AMBIENTE

- **637** BRIGADISTAS CAPACITADOS EN PRIMEROS AUXILIOS
- **303** BRIGADISTAS CAPACITADOS EN INCENDIOS
- **322[62]** TONELADAS DE RECICLAJE LA OPERACIÓN

SOCIOS ESTRATÉGICOS

- **821** PROVEEDORES COMERCIALES
- **1.956** PROVEEDORES DE SERVICIO
- **29** PROVEEDORES DE MARCAS PROPIAS

PROYECTOS RESPONSABILIDAD SOCIAL

- **161.353** BENEFICIARIOS CRUZ ROJA ECUATORIANA 2010-2017
- **1.449** BENEFICIARIOS DE LA JUNTA DE BENEFICENCIA DE GUAYAQUIL 2014-2017
- **3** LACTARIOS CORPORATIVOS

Fybeca

Única en tu vida

- **95** PUNTOS DE VENTA
- **1.327** COLABORADORES
- **237.5** USD MILLONES DE VENTAS NETAS

Farmacias Sana Sana

- **464** PUNTOS DE VENTA
- **38** FRANQUICIAS
- **2.274** COLABORADORES
- **279.6** USD MILLONES DE VENTAS NETAS

OkiDoki

- **31** PUNTOS DE VENTA
- **107** COLABORADORES
- **10.1** USD MILLONES DE VENTAS NETAS

ABEFARM

- **69** COLABORADORES[4]
- BENEFICIOS FARMACÉUTICOS
- **2.905** CLIENTES CORPORATIVOS

PROVEFARMA

- **635** COLABORADORES
- **20%** INCREMENTO DE EFICIENCIA DEL CENTRO DE LOGÍSTICA AVANZADA
- **196** LÍNEAS DIARIAS DE DESPACHO

4. Dentro de la unidad de negocio Abefarm, se incluyen 32 colaboradores que forman parte de Logihealth.

BUEN GOBIERNO CORPORATIVO & *COMPLIANCE*

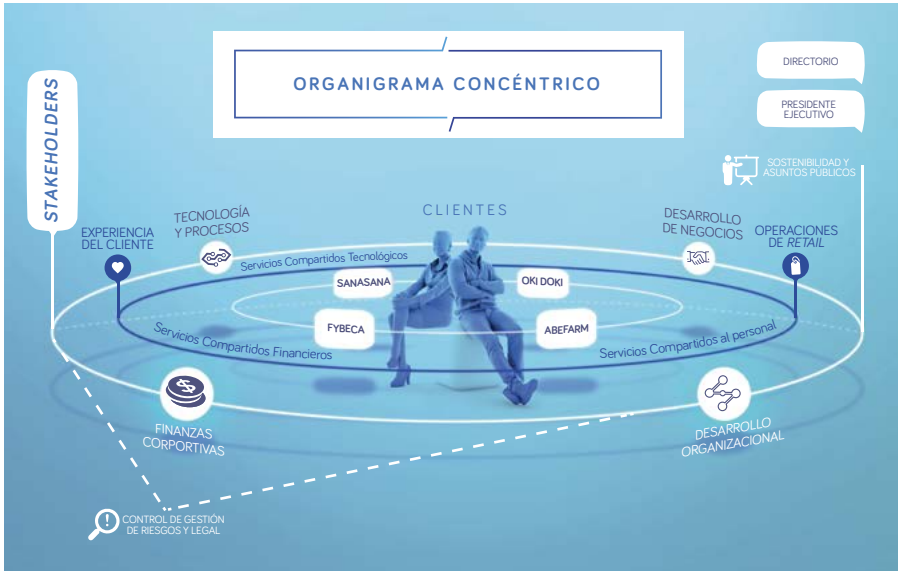
[G4-7, G4-34]

El gobierno corporativo de Corporación GPF se fundamenta en una gestión con prácticas éticas, responsables y sostenibles en todos sus niveles, cumpliendo con las leyes ecuatorianas y las normativas internas que regulan su giro de negocio. Son muchos años de buenas prácticas que, al instaurarse, se han ido manteniendo y mejorando a lo largo de la historia de esta respetada organización.

Corporación GPF - Grupo Fybeca S.A., compañía anónima, está liderada por dos sólidos órganos de gobierno: una Junta General de Accionistas y una Junta Directiva integrada en su mayoría por directores externos. Ambos dirigen la estrategia de las empresas que forman la Corporación[5].

De manera general, toda la estructura de gobierno de Corporación GPF está orientada al cumplimiento de sus objetivos estratégicos, identifica los procesos que impactan al cliente, quienes son la razón de ser de la compañía[6]. Los objetivos e iniciativas estratégicas son monitoreados y evaluados en reuniones y foros específicos. Esta estructura fortalece la participación y responsabilidad que cada órgano y área asumen frente al cliente y la Corporación.

5. (G4-7) Corporación GPF - Grupo Fybeca S.A. es una compañía anónima constituida en el Ecuador. Está compuesta por un 84% de capital de personas naturales y un 16% de personas jurídicas. Asimismo, tiene participación accionaria en las siguientes subsidiarias: Farmacias y Comisariatos de Medicinas S.A. Farcomed, Econofarm S.A., Tiecone S.A., Abefarm S.A. ABF, Terraplaza S.A., Farmaliadas S.A., Farmagestión S.A., Provefarma S.A. Ver página 21 de la Memoria de Sostenibilidad 2016.
6. (G4-34). Ver más detalle en páginas 22, 23, 24 de la Memoria de Sostenibilidad 2016.



Es parte de la cultura de la empresa la gestión mediante Comités de Trabajo. Estos promueven la participación colaborativa de los cargos gerenciales y personal ejecutivo en asuntos estratégicos y la eficacia en la administración ordinaria. La ejecución de comités mensuales y bimensuales permite un permanente monitoreo de los avances de temas estratégicos y asegura el seguimiento de los planes de trabajo propuestos, desde su concepción, desarrollo hasta su madurez. Cada iniciativa tiene entregables e hitos a ser cumplidos. Durante el 2017, se mantuvieron vigentes los comités del 2016 y se crearon el Comité Unidad de Negocio Abefarm y el Comité de Asuntos Corporativos con el fin de fortalecer el negocio en asuntos especializados.

Cumplimiento normativo

[G4-DMA Cumplimiento, G4-DMA Lucha Contra La Corrupción, G4-57]

Control de Gestión y Riesgos de la Corporación mantiene un programa de revisión de aseguramiento y de cumplimiento, cuya ejecución se la efectúa por medio de Auditoría Interna y Cumplimiento con el soporte permanente del departamento legal. En línea con esto, las unidades de negocio mantienen procesos complementarios que aseguran el cumplimiento regulatorio a nivel operativo para minimizar riesgos. Como parte de sus procesos, el área de Control de Gestión y Riesgos mantiene revisiones de los planes de trabajo para monitorear el cumplimiento legal en forma permanente, y desarrolla una matriz de riesgos regulatorios de actualización continua. Todo en línea con la política vigente de *Compliance* Corporativo.

> Los valores de Corporación GPF contemplan una rigurosa observancia de las leyes y regulaciones del Ecuador, de su Código de Ética y cuerpo normativo interno.

Los principios y valores éticos de la Corporación se vienen gestionando a lo largo del tiempo a través de procesos internos instaurados, gestión de riesgos y permanente monitoreo para una mejora continua y un cumplimiento cabal de las obligaciones y altos compromisos de las empresas hacia sus grupos de interés.

Ética, integridad y responsabilidad social en las prácticas de negocio

[G4-DMA Mecanismos de reclamación por impacto social, G4-58]

La ética, la integridad y la responsabilidad social en las prácticas de negocio son lineamientos principales de gestión de la empresa y están en concordancia con sus Valores Corporativos. Estos tópicos requieren de una absoluta observancia por el conjunto de personas de la empresa al relacionarse día a día con sus grupos de interés.

Dudas y reclamos

- Página web interna para colaboradores para registro de consultas y gestión de respuestas.
- "Defensoría del Proveedor", correo electrónico de denuncias orientado al servicio del proveedor.
- Buzón para denuncias y sugerencias a disponibilidad de todos los colaboradores en el CLA.

Prácticas de competencia desleal

[G4-DMA Prácticas de competencia desleal, G4-SO4, G4-SO7, G4-SO8, G4-SO11]

Las políticas y procedimientos comerciales aseguran, con especial énfasis, una conducta de competencia libre y leal bajo el estricto cumplimiento de la Ley Orgánica de Regulación de Poder de Mercado y de todos los cuerpos legales aplicables en la materia.

Corporación GPF es muy estricta y no acepta comportamientos que contravengan asuntos éticos. Sin embargo, cuando existen multas de carácter operativo por situaciones que salen de su control, la empresa acepta el error, pagando la multa respectiva, además de implementar planes de acción que evitan que vuelva a ocurrir el evento correspondiente.

Como resultado de los procesos mencionados[7] y fiel a sus lineamientos, la compañía ha cumplido durante 2017 de manera exhaustiva los requerimientos legales y normativos ecuatorianos. Es así que, durante este periodo, no ha recibido multas significativas ni sanciones no monetarias por incumplimiento legal o normativo, ni tampoco ninguna reclamación de origen interno o externo sobre prácticas sociales irresponsables o denuncias en materia de ética e integridad, ni por competencia desleal[8].

7. G4-DMA Cumplimiento, G4-DMA Lucha contra la Corrupción, G4-DMA Competencia desleal G4-DMA Mecanismos de reclamación por impacto social, G4-57, G4-58, G4-SO11): para más información sobre los procesos que mantiene Corporación GPF en materia de cumplimiento normativo, gestión de riesgos, código de ética, competencia leal, ética e integridad y mecanismos formales de sensibilización y reclamación ver la Memoria de Sostenibilidad 2016, páginas 25 y 26.
8. La empresa continúa con un historial libre de sanciones relacionadas a prácticas monopolísticas o contra la libre competencia.

GESTIÓN RESPONSABLE DE CLIENTES

ATENCIÓN AL CLIENTE DIFERENCIADA Y DE EXCELENCIA

SEGURIDAD DEL CONSUMIDOR

OFERTA DE PRODUCTOS ACCESIBLES Y ASEQUIBLES

MEMORIA
DE SOSTENIBILIDAD CORPORACIÓN GPF 2017

ATENCIÓN AL CLIENTE DIFERENCIADA Y DE EXCELENCIA

Corporación GPF cuenta con 628 puntos de venta a nivel nacional distribuidos entre Fybeca, SanaSana y OkiDoki, para atender las necesidades diferenciadas de sus clientes.

Con la celeridad que suceden los acontecimientos en el mundo y la alta conectividad que predomina, el consumidor exige una respuesta acelerada de parte de las marcas de su preferencia y de las cadenas comerciales a las que acude para realizar sus compras. Cada año, el impacto de implementar mejoras para satisfacer las necesidades del consumidor de las empresas de Corporación GPF es mayor y exige que, al pertenecer al sector de *retail*, se posicionen a la vanguardia, innovando y proponiendo estrategias y nuevas acciones.

Canales y servicios de venta Fybeca

Fybeca ofrece al consumidor canales físicos, 95 puntos de venta a nivel nacional, y canales de servicio a domicilio (1800 Fybeca, el portal Fybeca.com que contiene una aplicación móvil) con el objetivo principal de enriquecer y facilitar la experiencia de compra de sus usuarios.

Para mantener un servicio de excelencia, en 2017 se abrieron nuevos locales y realizaron adecuaciones y remodelaciones en puntos de venta de las ciudades de Quito y Guayaquil.

Nuevos locales

UIO	Fybeca Plataforma, Fybeca Ekopark
GYE	Fybeca Plaza Kennedy

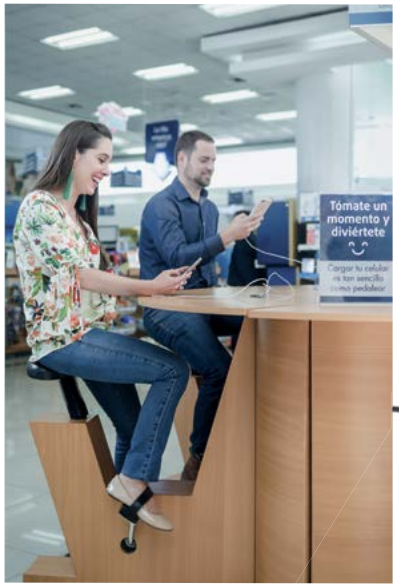
Adecuaciones

Cambios en los *layout*, cambio de las cajas tipo *checkout* a cajas con fila única, entre otras.

UIO	El Bosque, La Luz, Sur, Ventura Mall
GYE	Malecón, Ceibos

Remodelaciones

UIO	Fybeca Carcelén, Fybeca Baca Ortiz



INNOVACIÓN >

La innovación en el autoservicio es la clave para mejorar la lealtad de marca, optimizar la experiencia de compra de clientes y generar más ventas. En este sentido, Fybeca implementó dos estrategias innovadoras durante 2017:

· La tecnología va de la mano de la comodidad:
Se creó un espacio en Piazza (Guayaquil) y Batán (Quito) para que los clientes puedan realizar ejercicio y cargar sus equipos electrónicos a la vez, a través de bicicletas estáticas.

Kioscos Digitales: un gran diferenciador de Fybeca es su canal web Fybeca.com, plataforma *e-commerce* pionera en el Ecuador con servicios y beneficios que ningún otro *retail* ofrece, inclusive siendo un referente a nivel internacional. Como proyecto piloto, se implementaron los Kioscos Digitales, que permiten a los clientes realizar compras y consultas en línea. Desde julio de 2017, estos kioscos están ubicados en: Aseguradora del Sur y Promérica, ambos en la ciudad de Quito. El objetivo de tener estos kioscos cerca del lugar de trabajo es que los colaboradores cuenten con un espacio en su oficina que permita cubrir las necesidades de compra de varios productos como: medicinas, artículos de consumo o bazar sin trasladarse al punto de venta y accediendo al descuento corporativo respectivo.

Fybeca ofrece soluciones integrales e innovadoras para toda la familia, en áreas como medicinas, belleza, alimentos y bebidas, bazar y mucho más en un solo lugar.

Fybi

Fybeca: "Única en tu vida"

En el segundo semestre de 2017, Fybeca lanzó una imagen renovada y acompañada de un eslogan que describe su esfuerzo por satisfacer las necesidades de sus clientes en salud y bienestar: "Única en tu vida". Una propuesta que parte de la perfecta combinación de un trabajo responsable, ético e innovador, por más de 87 años. Como parte del nuevo concepto se presentó también a "Fybi", un amigo fiel, audaz e incondicional para los clientes de Fybeca.

Los miles de colaboradores de Fybeca refuerzan su compromiso de entregar, día a día, la mejor experiencia al cliente en todos sus puntos de venta y servicio a domicilio a nivel nacional. Contribuyendo así al bienestar de la comunidad, con servicios de calidad y un amplio portafolio de medicinas y productos complementarios.

Fybeca
Única en tu Vida

Canales y servicios de venta SanaSana

SanaSana es una empresa 100% ecuatoriana que valora "lo nuestro" y sabe que la salud no tiene precio. Por esto, dedica esfuerzos en seguir renovándose y dar accesibilidad y variedad de productos a sus clientes al ofrecer toda la medicina que necesitan en un solo lugar, para llevar alivio y tranquilidad a la salud de la gente en las diferentes poblaciones del país. Corporación GPF está más cerca de sus clientes con el fin de brindar bienestar y comodidad.

Canales y servicios de venta OkiDoki

Ofrecer soluciones para cualquier momento del día en medio de la complejidad urbana es el principal objetivo de OkiDoki y esto lo logra ubicando ambientes cómodos, agradables y de compra libre cerca de los clientes. OkiDoki es el *retail* de conveniencia que ha logrado un crecimiento rápido desde su creación en 2010.

Actualmente cuenta con 31 locales en dos ciudades (Quito y Guayaquil). En el 2017, se realizó una apertura y un traslado en la ciudad capital.

Asegurar la excelencia en el servicio a sus clientes, es el objetivo de Corporación GPF.

Satisfacción de clientes: Corporación GPF, siempre pendiente de sus clientes

[G4-DMA Etiquetado de los productos y servicios, G4-PR5]

Para Corporación GPF, conocer cómo perciben los clientes el trato que se les brinda, la calidad y la gama de productos, el precio que maneja, su ubicación, rapidez, el servicio posventa y otras variables del ámbito comercial y de marketing, son cuestiones clave para subsistir en un mercado cada vez más competitivo. Por esta razón, la Corporación se enfoca en satisfacer las necesidades de sus clientes tomando en cuenta los más altos estándares de calidad de sus productos y sabiendo que esto resultará en la creación de una relación más estrecha con sus clientes.

Anualmente, se llevan a cabo estudios para conocer la experiencia que ha tenido el cliente al realizar una compra o simplemente acudir a uno de los puntos de venta. Estos estudios anuales generan resultados trimestrales que permiten a la empresa evaluar la calidad de servicio que brindan los colaboradores a sus clientes, para generar con ello estrategias de mejora y nuevas oportunidades para la marca.

Este año, la empresa Kantar Millwardbrown Ecuador fue la encargada de llevar a cabo este estudio. Siendo una de las empresas líder del mercado en la elaboración de estudios de satisfacción al cliente, la metodología utilizada se compuso de encuestas telefónicas que permitieron obtener datos relevantes para el mejoramiento continuo de productos. A continuación, el nivel de satisfacción obtenido por parte de Fybeca[1]:

Corporación GPF sigue innovando para brindar productos de mejor calidad.

Para la medición del desempeño y la preferencia, se han tomado en cuenta varios atributos como variedad, disponibilidad y precio de producto, atención al cliente y proceso de compra, entre otros.

Esto se ve reflejado en la percepción que tienen sus clientes y que le dan preferencia frente a la competencia y consideran que las acciones que ejecuta día a día desembocan en un alto desempeño.

1. Durante el 2017, no se realizó la medición de los índices de satisfacción al cliente a través de la herramienta de la empresa Kantar para SanaSana.

SEGURIDAD DEL CONSUMIDOR

[G4/DMA Salud y seguridad de los clientes]

La política de Corporación GPF en materia de seguridad y calidad de sus medicamentos se despliega mediante un proceso de continuo monitoreo a lo largo de toda su cadena de valor y del ciclo de vida completo del producto.

Salvaguardar la salud y seguridad de los clientes es parte fundamental de los procesos que lleva a cabo Corporación GPF en su diario accionar, implementando diferentes estrategias que garantizan que sus productos cumplan con todos los requerimientos legales establecidos por la autoridad competente y manteniendo siempre los estándares y procedimientos internos establecidos por la compañía.

Política y prácticas de control de calidad

[G4-PR1]

Parte importante para cumplir estos lineamientos es la negociación con proveedores y la confirmación de calidad de sus productos. La relación comercial con sus proveedores es muy importante para Corporación GPF, que se fortalece con el adecuado manejo de sus procesos.

Proceso de monitoreo y control de los productos

1 Codificación. Los proveedores presentan sus productos a través del Portal de Proveedores 24/7, donde se evalúa que cumplan con condiciones legales para la comercialización, estándares de calidad, empaques y envases adecuados y acordes a la política de la Corporación. Analizados estos factores, se presentan mensualmente los productos en el Comité de Compras de Medicinas que analiza precios, competencia, plan de mercadeo, unidades proyectadas de venta, canal de distribución y disponibilidad de espacio en percha para la respectiva toma de decisión de comercialización.

2 Compra y abastecimiento. A partir de un sistema de planeación de la demanda y tomando en cuenta iniciativas de pronóstico colaborativo con socios comerciales, se realizan los procesos de compra del inventario necesario de los productos. Con el objetivo de maximizar el nivel de servicio al cliente a un costo eficiente de inventario, es primordial definir las zonas y ciudades de activación de los productos y los mínimos asignados por punto de venta.

3 Recepción y almacenamiento. En el Centro de Logística Avanzada (CLA), se realizan los procesos de recepción de la mercadería y posterior almacenamiento optimizado de acuerdo a cada producto y ubicación en posiciones de despacho.

4 Distribución. Para definir la propuesta de despachos, se toman en cuenta la rotación habitual y cualquier actividad comercial vigente, como promociones, alquileres y ofertas. Con estas proyecciones estimadas, se definen las propuestas de despacho de productos a los puntos de venta, las cuales son posteriormente ejecutadas por el CLA y transportadas por la red logística.

5 Merchandising y venta. Los productos recibidos en cada punto de venta son perchados de acuerdo con la estrategia y planograma de cada categoría para que estén disponibles para la venta al cliente final. El principal objetivo de este proceso es facilitar la compra a todos los clientes, brindar la mayor cantidad de información posible para que puedan tomar decisiones de compra en los diferentes locales.

6 Logística inversa. Para garantizar que cada cliente reciba los productos en óptimas condiciones, se mantienen procesos rigurosos de logística inversa, la cual contempla devoluciones de productos próximos a caducar desde los puntos de venta hacia el CLA. A partir de las disposiciones legales para manejo de medicamentos, se hace una revisión mensual de la fecha de caducidad de todos los productos que se encuentran en los puntos de venta. Una vez verificada la vigencia de los mismos, se procede a trasladarlos al centro de distribución para la respectiva devolución a los proveedores, quienes por definiciones legales son responsables de incinerarlos en centros autorizados que cumplan con reglamentos ambientales vigentes.

Evaluación previa de los productos

Para validar que todos y cada uno de los medicamentos cumpla con los requisitos de comercialización, el área comercial de la compañía revisa la siguiente documentación legal:

- Registros sanitarios
- Acuerdo ministerial de precios. Decreto 400 (si aplica)
- Tiempo de experiencia en el mercado - estadística

A su vez, los laboratorios y farmacéuticas deben presentar respaldo, con documentación, para que sus productos puedan ser comercializados en las diferentes cadenas de Corporación GPF.

Para el año 2018 se implementará el proceso de control estricto de los siguientes puntos:

- Documentación técnica y de calidad
- Buenas prácticas de manufactura (BPMs)
- Procesos de calidad (ISOS)
- Certificaciones de origen de materia prima

Esta mejora aportará datos importantes con lo que se asegurará de mejor manera la calidad de los medicamentos que se entrega a los pacientes.

Garantía de calidad de medicamentos CLA

Provefarma cuenta con un sistema de gestión de calidad para dirigir las actividades basadas en un conjunto de normas interrelacionadas con el fin de buscar la mejora continua y el cumplimiento de requisitos de clientes, entes legales y los propios de la organización.

Al cumplir con los requisitos legales, Provefarma está habilitada para realizar las actividades de almacenamiento, distribución y transporte. Actualmente la empresa cuenta con los siguientes permisos otorgados por la Agencia Nacional de Regulación Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA):

- Permiso de funcionamiento como operador logístico.
- Certificado de Buenas Prácticas de Almacenamiento, Distribución y Transporte (BPADT).
- Licencia para almacenar y distribuir medicamentos que contienen sustancias sujetas a control y fiscalización.

Estos documentos garantizan que Provefarma, en cada una de sus operaciones, cumple con los requisitos establecidos por la autoridad sanitaria y asegura la calidad, seguridad y eficacia de sus productos.

Para el óptimo desarrollo de sus operaciones, Provefarma, dentro de su ciclo de calidad, capacita al personal en temas de:

- Manejo de medicamentos de cadena de frío.
- Control de medicamentos que contienen sustancias sujetas a control y fiscalización.
- Normas de buenas prácticas de almacenamiento, distribución y transporte.
- Manejo del sistema de gestión documental.
- Buenas prácticas de transporte de productos sanitarios.

Con la finalidad de comprobar que las actividades desarrolladas son acordes con los requisitos de las normas de referencia y se ejecutan en la forma, en el momento y por los responsables definidos, se establecen de forma trimestral auditorías internas que levantan -por cada operación- observaciones y no conformidades que deben ser mejoradas en un plazo establecido.

El Centro de Logística Avanzada asegura la trazabilidad, calidad y seguridad de los productos, a los clientes de Corporación GPF.

Políticas y prácticas en relación a sustancias controladas y prescripciones

[G4-PR2, G4-14]

Durante el conjunto de las operaciones, se aplican lineamientos de estricto cumplimiento que permiten asegurar la conservación de las características de calidad y seguridad de los productos de uso y consumo humano manipulados en el CLA.

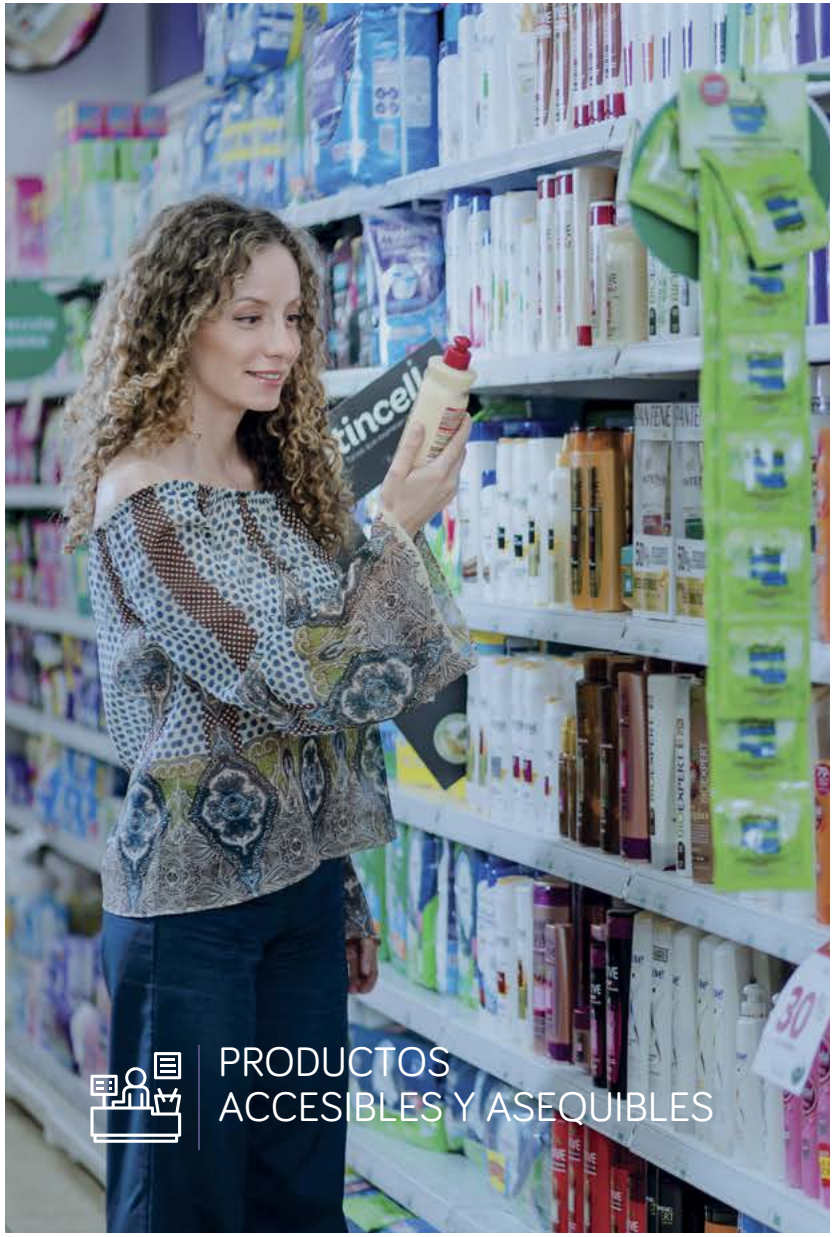
Las políticas y prácticas de manejo de sustancias controladas y prescripciones han permitido que Corporación GPF mantenga un estricto apego a la normativa vigente y cuide la reputación de las marcas bajo las cuales efectúa una promesa de calidad a sus clientes. En consecuencia, la empresa no ha sido sujeta en 2017 a ninguna sanción derivada de algún incumplimiento legal en relación con el suministro o uso de los productos que comercializa, ni tampoco de los servicios que presta. Tampoco se han registrado incidentes derivados de errores operativos o del incumplimiento de la normativa relativa específicamente a los impactos de sus productos y servicios en la salud y seguridad de sus clientes.

En el mes de agosto del 2017, la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) otorgó el reconocimiento a las Buenas Prácticas de Almacenamiento, Distribución y Transporte para Establecimientos Farmacéuticos (BPA-D-T), certificando a Farcomed (Fybeca), Econofarm (SanaSana), Abefarm y Provefarma, empresas de Corporación GPF, por su compromiso con el control y la seguridad de los medicamentos de consumo humano.

Esta certificación se obtuvo para todas las operaciones desde la recepción de la mercadería hasta la entrega de los productos en los puntos de venta, aunque su contenido se concentra en la categoría de medicinas que se manejan en el CLA; todos los procesos se llevaron al mismo estándar para cumplir con los lineamientos exigidos.

Específicamente en el Centro de Logística Avanzada, se obtuvo la BPA-D-T en cada uno de los diferentes sistemas y áreas que contiene el CLA, incluyendo su logística directa para la entrega de mercadería a los puntos de venta, así como la logística inversa donde regresa la mercadería expirada, dañada o que necesita ser movida de un sitio a otro para mejorar la rotación de los inventarios a través de los puntos de venta de la Corporación.
Dentro de esta certificación se consideró, además, las áreas especiales para el manejo de psicotrópicos y productos controlados; y también incluyeron todos los procesos para la operación de productos que requieren cadena de frío para su gestión.

La organización trabaja desde hace 87 años en generar bienestar para los ecuatorianos; por esa razón, las innovaciones e implementaciones tecnológicas -como la automatización del Centro de Logística Avanzada- se alinean al trabajo del ARCSA que busca garantizar la calidad y la seguridad de los productos farmacéuticos para el cliente final, quien para Corporación GPF es su razón de ser.



Perfil de clientes
[G4-EC8]

Parte de la estrategia de expansión de la Corporación GPF es la atención con calidad al mercado nacional, asegurando accesibilidad a lo largo del territorio ecuatoriano y disponibilidad de una oferta de productos completa para sus clientes.

En este sentido, las unidades de negocio de la Corporación despliegan esfuerzos para asegurar una variedad de canales de venta y servicio para distintos perfiles de clientes.

FYBECA	SANA SANA	OKI DOKI
NSE*	NSE*	NSE*
A, B, C+	B, C, D	A, B, C
26 años en adelante	26 años en adelante	25/45 años de edad

Puntos de venta

Fybeca, SanaSana y OkiDoki juntos suman 628 puntos de venta a nivel nacional y en todas las regiones del Ecuador. De manera específica, los 502 puntos de venta SanaSana buscan cumplir con las expectativas de clientes con un nivel de ingresos medio y medio-bajo, para asegurar que los estratos de renta baja sean atendidos con los estándares de calidad y precio que asegura Corporación GPF.

Durante 2017, fueron inaugurados 12 puntos de venta SanaSana en las provincias de Cañar, Esmeraldas, Guayas, Los Ríos, Manabí, Orellana y Pichincha, además 8 locales fueron repotenciados en 5 provincias.

Estas actividades tienen por objetivo mejorar la oferta y variedad de productos para los clientes, además de contar con locales mucho más cómodos, amplios y modernos. La estrategia comercial de SanaSana se enfoca en estar siempre atentos y preocupados de llevar nuevas soluciones a las necesidades del consumidor de la zona.

Canales de servicio a domicilio

La accesibilidad a los productos y servicios que ofrece Corporación GPF a sus clientes se ve reforzada por canales de servicio a domicilio, caracterizados por un alto crecimiento en 2017.

El servicio a domicilio permite la adquisición de productos sin necesidad de desplazamiento por parte del cliente, sin condiciones de un monto mínimo de compra, pago flexible por medio de efectivo o tarjeta de crédito y además una entrega rápida de los productos. Así, el producto está siempre disponible, las limitaciones de movilidad o accesibilidad por parte de los clientes no son un impedimento para que Fybeca llegue a sus hogares o lugares de trabajo.

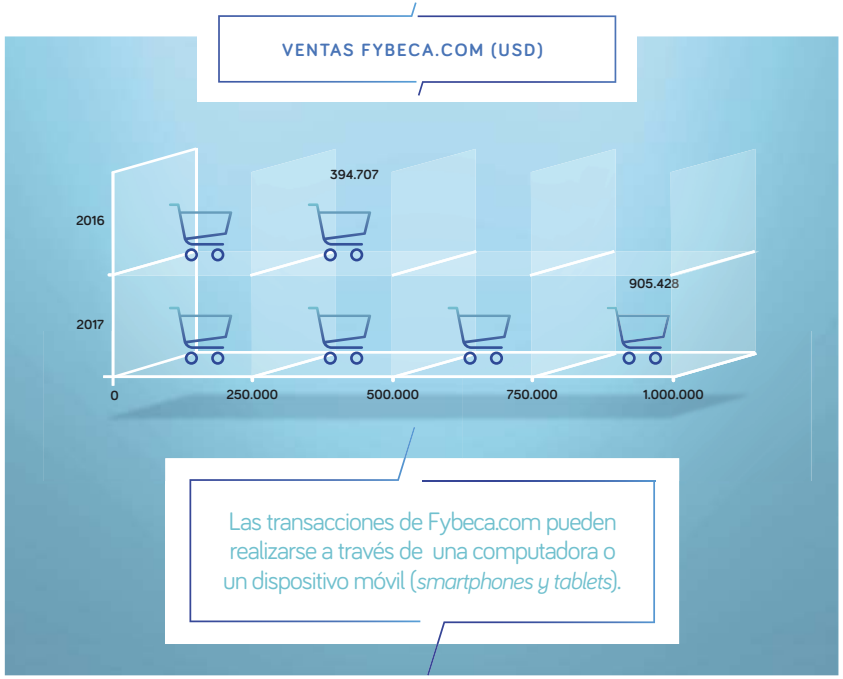
El incremento del uso de *smartphones* ha impactado en tendencias de compras *on-line* mediante dispositivos móviles.

Entre 2016 y 2017, Corporación GPF consiguió un incremento en ventas mediante el móvil del 156.2%. Este aumento en la utilización de dispositivos móviles para realizar transacciones y la tendencia por parte de los consumidores por preferir este tipo de canal hicieron que Corporación GPF creara en 2017 la aplicación móvil "Fybeca" (disponible en tiendas *Google Play* y *Appstore*). Esta aplicación cuenta con varias innovaciones como: lector de códigos de barra, ofrece facilidad al usuario en la búsqueda de productos y envío de receta médica, mejorando así la experiencia de compra.

En 2017, las ventas de Fybeca.com han crecido de manera exponencial, como se puede visualizar en el siguiente cuadro:

Fybeca.com

GET IT ON Google Play | Download on the App Store



Las transacciones de Fybeca.com pueden realizarse a través de una computadora o un dispositivo móvil (*smartphones y tablets*).

Durante 2017, Fybeca y SanaSana premian a sus clientes con estrategias comerciales que permiten generar fidelidad hacia la empresa e importantes ahorros para el consumidor.

Acceso a precios especiales

Fybeca – Mejor día VitalCard

El Mejor Día VitalCard es uno de los eventos promocionales más importantes, pensado para los clientes VitalCard. En el 2017, se llevaron a cabo siete de ellos, en los cuales se tuvo una excelente respuesta por parte de los clientes que, atraídos tanto por los beneficios ofrecidos, así como por la comunicación realizada, llegaron hacia los distintos puntos de venta o realizaron sus compras a través de todos los canales de servicio a domicilio. El Mejor Día VitalCard tiene como objetivo brindar los mejores beneficios a los clientes y, de esta forma, enriquecer la propuesta de valor como marca Fybeca, con el fin de fidelizarlos y generar cercanía y una fuerte recordación de marca.

Clubes Fybeca

Como parte de los principales atributos diferenciadores de la marca, Fybeca brinda beneficios únicos a sus consumidores a través de sus clubes, con promociones, productos gratis, talleres, descuentos e información de alto valor, pensada de acuerdo con el perfil de cada miembro. En el año 2017, se contó con los siguientes clubes: Club Bbitos, Plan de Medicación Continua, Beauty Lab, Años Dorados y Monstruitos.

SanaSana – 3 días SanaSana

Los 3 Días SanaSana representan para la marca el evento de descuentos y ahorros más grande que existe para los clientes. Los puntos de venta se visten de fiesta al igual que los colaboradores. Se ofrecen descuentos importantes tanto en medicinas, como en productos de consumo masivo y aseo personal. Además, se realiza una campaña de comunicación global para atraer a las personas a que visiten las farmacias. En el año 2017, se realizaron siete eventos en total, los cuales se cumplieron con una aceptación considerable de visitas y de esta forma se acentúa la promesa de valor de SanaSana con los ecuatorianos, que es "brindar alivio en todo sentido".

Club SanaSana

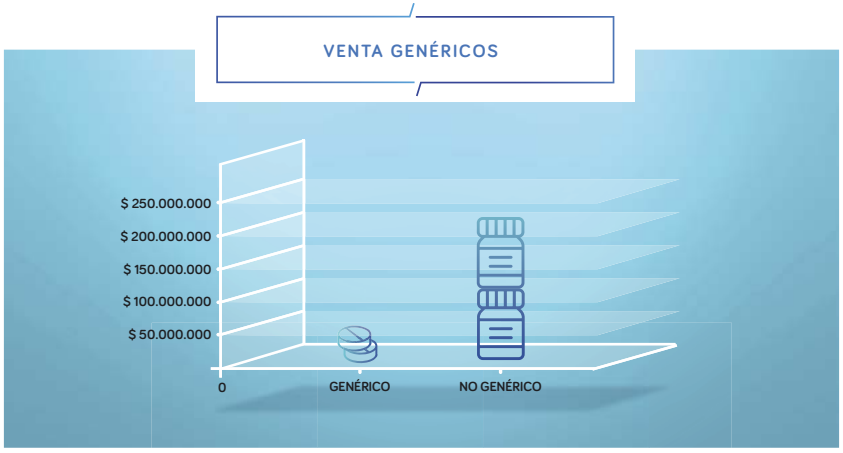
El Club SanaSana tiene como objetivo brindar alivio para aquellos clientes que viven el día a día con alguna condición médica crónica. Se ofrecen descuentos y productos gratis para los tratamientos relacionados con la hipertensión, diabetes, colesterol y muchas más condiciones; sin restricción y la afiliación al Club es gratuita. Cualquier cliente que lo desee puede pertenecer al Club SanaSana presentando su cédula de identidad como único requisito, para obtener todos los beneficios del Club.

Medicamentos genéricos

Corporación GPF promueve la venta de medicamentos genéricos[2] a través de todos sus puntos de venta y otros canales de distribución.

Durante 2017, esta comercialización representó el 10% del total de ventas de la compañía, demostrando así sus esfuerzos por fomentar la oferta de medicinas a precios asequibles.

Corporación GPF, dentro de su cartera, oferta medicinas Medigener, marca de medicamentos genéricos, con un portafolio de medicinas de venta libre (OTC) como hepatoprotectores, vitamina C y analgésicos, además de medicinas bajo prescripción médica como antiinfecciosos, sistema cardiovascular, muscular, nervioso, entre otros.



2. En cumplimiento del Reglamento de Control y Funcionamiento de los Establecimientos Farmacéuticos y de acuerdo con el cuadro nacional de medicamentos básicos vigentes en el país.

CREACIÓN DE VALOR COMPARTIDO

MEMORIA
DE SOSTENIBILIDAD CORPORACIÓN GPF 2017

DESEMPEÑO ECONÓMICO 2017

CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO DEL ECUADOR

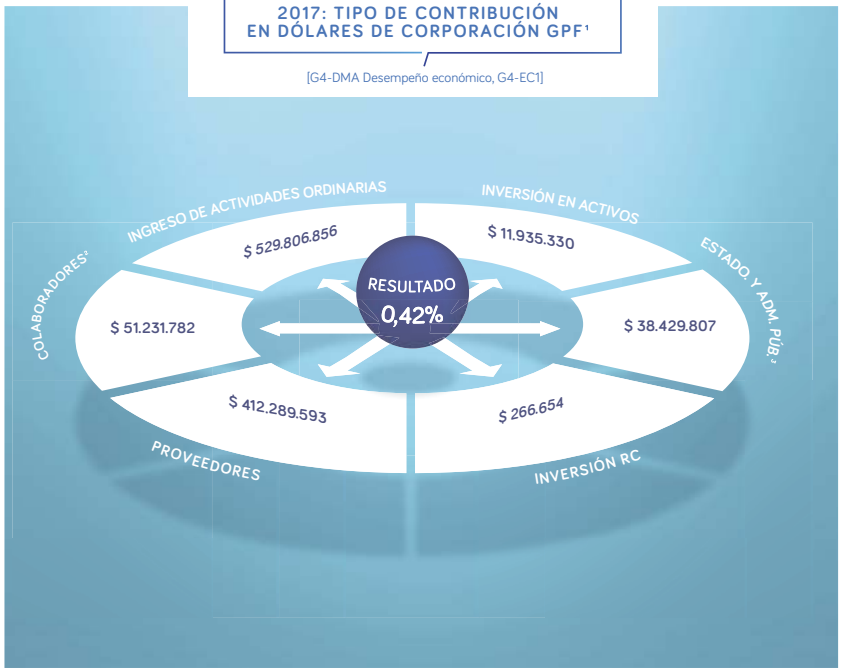
PARTICIPACIÓN EN LA COMUNIDAD

DESEMPEÑO ECONÓMICO 2017

Al igual que en años anteriores, Corporación GPF ha contribuido en 2017 -mediante sus distintas actividades- al desarrollo económico y social del Ecuador de manera significativa. Esta contribución se ha acometido de diferentes formas: a través del pago de impuestos y de la generación de empleo, impulsando la contratación de proveedores y contratistas nacionales y locales, invirtiendo en infraestructura e innovación tecnológica o ejecutando proyectos sociales para el beneficio de múltiples comunidades y de la sociedad en general.

2017: TIPO DE CONTRIBUCIÓN EN DÓLARES DE CORPORACIÓN GPF[1]

[G4-DMA Desempeño económico, G4-EC1]



1. La información reportada en este consolidado, incluye adicionalmente las compañías Farmaliadas S.A. Farmagestión S.A., Terraplaza S.A y Corporación Grupo Fybeca S.A, cuyas actividades no son materiales en la consolidación.
2. Incluye sueldos, prestaciones a empleados y beneficios.
3. Incluye impuesto a la Renta, IVA pagado, IESS, servicios básicos.

Resultados financieros 2017[4]

[G4-DMA Desempeño económico]

El ejercicio 2017 revela en comparación directa con el año 2016 un desempeño de la Corporación materialmente mejorado, eso en cuanto al posicionamiento dentro de los respectivos mercados igual que en la gestión interna. Estas mejoras se materializan en tendencias favorables en todas las principales líneas de los Estados Financieros consolidados de la Corporación.

Los mercados relevantes de la Corporación marcaron crecimientos menores, eso en el orden entre un 4% y un 6% aproximadamente, un entorno en el cual la Corporación pudo defender su posicionamiento. El clima de consumo mejoró gradualmente en el transcurso del año 2017, una tendencia seguramente beneficiada por un ambiente comercial altamente competitivo en cuanto a actividades promocionales y en cuanto a precios a la baja (inflación negativa de un 0,2%). Otros elementos que influenciaron en forma positiva al hábito del consumidor eran seguramente la reducción del IVA (de 14% a 12% desde junio del 2017) y los constantes altos niveles de liquidez en el sistema financiero local.

Los mencionados factores exógenos en combinación con ciertas particularidades internas, tales como; la estabilización final del Centro de Logística Avanzada, el trabajo sobre la optimización del inventario y la regularización del método de pagos a proveedores en relación a sus respectivos inventarios - entre otros, modularon en forma positiva las tendencias reflejadas en los Estados Financieros de la Corporación.

Sin haber experimentado prácticamente ningún crecimiento orgánico (crecimiento por la apertura de nuevos locales) se mantuvieron exactamente los mismos niveles de ingresos, defendiendo en un entorno muy promocional los mismos márgenes comerciales y realizando optimizaciones muy significativas en el bloque de gastos (menos 5%). En este contexto debe mencionarse, que las depreciaciones ya reflejan subidas causadas por las altas inversiones corporativas de los años anteriores y que las provisiones referentes a jubilación y desahucio se registraron en estricto apego a las disposiciones emitidas por la Superintendencia de Compañías. Estos esfuerzos llevaron a una mejora a nivel de EBITDA (mejor aproximación de la generación de liquidez en los negocios) en el orden de un 30%. En la parte no operativa se pudo aprovechar primeros alivios en el campo tributario (tercera cuota del impuesto mínimo), así como en el gasto financiero (finalizando la re-estructuración de pasivos, aprovechando las condiciones de un entorno de alta liquidez). La sumatoria de estos efectos y esfuerzos permitió llevar la rentabilidad final de los negocios desde muy negativa (2016) a ligeramente positiva (2017), una tendencia que con aún mejor aprovechamiento de las inversiones realizadas se va a reforzar considerablemente en el transcurso de los siguientes años.

Cerrando con la mención, que todos los productos financieros de la Corporación que se encuentran colocados en los mercados locales de valores, pudieron re-confirmar - sin excepción alguna - su calificación AAA.

4. [G4-17] La información financiera reportada en este capítulo proviene de los Estados Financieros 2017 auditados de Corporación GPF, esta información consolida las compañías: Farmacias y Comisariatos de Medicinas S.A FARCOMED, ECONOFARM S.A, PROVEFARMA S.A, ABEFARM S.A ABF, FARMALIADAS S.A, FARMAGESTION S.A Y TERRAPLAZA S.A.

Los 87 años de Corporación GPF con presencia en el mercado ecuatoriano han apoyado significativamente al desarrollo del Ecuador. Con sus valores corporativos de ética, trabajo en equipo, integridad y confianza, orientación al cliente y a la acción, la empresa ha marcado un rumbo a seguir y consolida día a día su misión de contribuir al bienestar de la comunidad, ofreciendo servicios y productos de calidad. Es a través de la contratación laboral, la gestión de compras y contrataciones y el desarrollo de proveedores, microempresarios y marcas propias, que la empresa promueve el desarrollo local.

Contratación laboral local

[G4-DMA Presencia en el mercado, G4-EC6]

Desde sus inicios, Corporación GPF ha promovido la contratación de empleados procedentes de la misma comunidad, con el objetivo de dinamizar la economía de las zonas donde se encuentran sus puntos de venta y brindar facilidades a los colaboradores que se incorporan a la compañía.

Así en 2017, por segundo año consecutivo, se logró una participación del 99,5% de empleados ecuatorianos sobre el conjunto completo de la plantilla. Con un equipo directivo conformado por seis ecuatorianos y un extranjero, esta relación fue del 85% en posiciones de dirección.

Compras y contrataciones locales

[G4-12, G4-DMA Prácticas de adquisición, G4-EC9]

Promover contratos y compras con proveedores nacionales y locales es una decisión consciente de la Corporación. Esto exige tener políticas claras de gestión, apoyar a que los beneficios generados por el giro de negocio permanezcan en el país y promover el intercambio de buenas prácticas de gestión especialmente con los proveedores locales.

PROVEEDORES DEL ÁREA COMERCIAL

	2016		2017	
	PROVEEDORES	PESO	PROVEEDORES	PESO
PROVEEDOR	753		821	
Total Pichincha	$ 306.897.264,00	78,83%	$ 298.361.045,00	79,07%
Total Guayas	$ 73.517.862,00	18,88%	$ 71.985.784,00	19,08%
TOTAL IMPORTACIÓN	$ 3.575.514,00	0,92%	$ 2.909.414,00	0,77%
Total Azuay	$ 4.158.572,00	1,07%	$ 3.017.852,00	0,80%
Total Tungurahua	$ 393.861,00	0,10%	$ 388.645,00	0,10%
Total Cañar	$ 124.033,00	0,03%	$ 94.401,00	0,03%
Total Cotopaxi	$ 112.395,00	0,03%	$ 62.982,00	0,02%
Total El Oro	$ 34.561,00	0,01%	$ 21.589,00	0,01%
Total Manabí	$ 81.711,00	0,02%	$ 108.547,00	0,03%
Total Los Ríos	$ 257.950,00	0,07%	$ 254.751,00	0,07%
Total Santo Domingo		0,00%	$ 6.228,00	0,00%
Total Imbabura	$ 65.845,00	0,02%	$ 56.122,00	0,01%
Total Sucumbíos	$ 10.928,00	0,00%	$ 22.360,00	0,01%
Total Loja		0,00%	$ 4.060,00	0,00%
Total Esmeraldas	$ 5.964,00	0,00%	$ 18.494,00	0,00%
Total Bolívar	$ 75.343,00	0,02%	$ 46.865,00	0,01%
Total Carchi	$ 1.373,00	0,00%		0,00%
TOTAL GENERAL	$ 389.313.176,00	100,00%	$ 377.359.139,00	100%

PROVEEDORES DE SERVICIOS Y ADQUISICIONES

	2016			2017		
PROVEEDOR	TOTAL GPF	PESO	Nº DE PROVEEDORES	TOTAL GPF	PESO	Nº DE PROVEEDORES
Pichincha	$ 49.712.618	81,82%	917	$ 51.046.496	79,67%	1135
Guayas	$ 6.429.765	10,58%	312	$ 8.335.320	13,01%	385
Azuay	$ 980.132	1,61%	56	$ 1.127.240	1,76%	75
Manabí	$ 366.836	0,60%	25	$ 648.584	1,01%	65
Resto del país	$ 3.272.157	5,39%	303	$ 2.913.829	4,55%	296
TOTAL GENERAL	$ 60.761.508	100%	1613	$ 64.071.469	100%	1.956

Desarrollo de proveedores

[G4-DMA Consecuencias económicas indirectas, G4-EC8]

Los directivos y el personal de Corporación GPF están comprometidos con el desarrollo del Ecuador y son conscientes de que el trabajo en equipo es una de las vías para promover el crecimiento de las pequeñas empresas que aportan a su giro de negocio.

El desarrollo de micro proveedores implica la necesidad de un profundo conocimiento del negocio y un importante esfuerzo para asegurar que la calidad de los productos y servicios cumplan con las expectativas de los clientes.

CASO DE ÉXITO ANDES KINKUNA-FAKULTI:

Andes Kinkuna inició sus operaciones en el último trimestre de 2016 con la marca Fakulti, de insumos de origen natural orientados a ofrecer una vida mejor. Innovadora en biotecnología, es fabricante de extractos nutritivos para la industria alimenticia.

Su planta productiva actualmente está en Pujilí, provincia de Cotopaxi, donde se han generado 25 plazas de trabajo directo y más de 1.200 empleos indirectos gracias a la compra de diferentes materias primas ecuatorianas para la elaboración de sus cuatro categorías de productos: Firm up con colágeno, Male power para el cuidado de la próstata, Mind Focus para el máximo rendimiento intelectual y Exit Fat para la absorción de grasa.

Corporación GPF a través de su marca Fybeca ha apoyado este emprendimiento desde sus inicios, factores que han contribuido a que Fakulti sea una de las marcas con mayor crecimiento, de más del 100% en ventas con tan sólo 15 meses de operación.

Sus productos elaborados a partir de productos naturales le han permitido llegar también a diferentes mercados en América, Europa y Asia.

fakulti
LA CIENCIA DE LO NATURAL

Andes KINKUNA

Marcas Propias

Corporación GPF, año a año, incorpora a diversos proveedores nacionales para el desarrollo de productos de marcas propias Fybeca y SanaSana, con el fin de ofrecer diversidad de opciones a sus clientes. A cierre de 2017, la compañía cuenta con un portafolio de 562 productos en las categorías de consumo, medicinas, alimentos y bebidas de alta calidad y precios competitivos.

PARTICIPACIÓN EN LA COMUNIDAD

Alianzas e iniciativas de valor compartido

[G4-DMA Consecuencias Económicas, G4-EC7, G4-EC8, G4-SO1]

Corporación GPF mantiene alianzas permanentes y de largo plazo con la Cruz Roja Ecuatoriana y con la Junta de Beneficencia de Guayaquil. Está convencida de que el impacto positivo que busca a través de su apoyo trasciende cuando se hace de la mano de organizaciones respetadas por la experiencia en su campo de acción. Existen proyectos permanentes que apuntalan los objetivos de las organizaciones y otros que se formulan para responder a necesidades emergentes de los programas que gestionan.

APORTES ECONÓMICOS DE CORPORACIÓN GPF EN 2017

Alianzas Cruz Roja Ecuatoriana y Junta de Beneficencia de Guayaquil

Inversión directa
USD $87.911

Recaudación de fondos mediante programa "Tu Vuelto"

USD $178.743

TOTAL
USD $266.654

Alianza con Cruz Roja Ecuatoriana

149 soluciones sanitarias que cambiaron miles de vidas

El inodoro, uno de los objetos más mundanos de la vida, desempeña un papel fundamental en la sociedad. Sin embargo, más de un tercio de la población mundial carece de acceso a soluciones sanitarias y el problema se agudiza con ocurre un desastre natural, como sucedió con el sismo del 16 de abril de 2016 en la zona de Manabí y Esmeraldas.

La Cruz Roja Ecuatoriana (CRE), como organismo de respuesta, evaluó los daños y necesidades de la población afectada e implementó el Plan Único de Recuperación Operación Terremoto - Ecuador 2016, que abarca todos los proyectos de asistencia a los afectados en estas dos provincias. Entre las iniciativas está la entrega de viviendas sismo resistentes a 147 familias. Sin embargo, la CRE identificó que, además, estas comunidades no contaban con baños, ni antes ni después del sismo.

El reto era considerable, como mencionó Roger Zambrano, coordinador Nacional del Plan (CRE), "no existía alcantarillado en estas zonas y hubo que dar soluciones integrales, responsables con el medio ambiente y que no impliquen riesgos posteriores para la salud de la comunidad". Corporación GPF, aliado por más de siete años de la Cruz Roja Ecuatoriana, se comprometió al 100% con en este proyecto y financió, gracias a la recaudación de USD $85.220 de sus clientes de Fybeca y SanaSana, a través del programa "Tu Vuelto", la construcción de 149 baños con ducha, inodoro y lavamanos. Estos baños funcionan con biodigestores, es decir, bacterias que descomponen los desechos, que más tarde pueden ser utilizados como abono.

La calidad de vida de las comunidades ha mejorado inmensamente: ya no se contaminan las fuentes de agua y se previenen enfermedades, se da privacidad y dignidad a miles de personas y hay mayor seguridad para niños, niñas y mujeres, ya que cuentan con un espacio seguro junto a sus casas.

Corporación GPF sabe que ha marcado la diferencia en un problema real de escala mundial. Se ha demostrado que, por cada dólar invertido en saneamiento, hay un retorno de cuatro dólares. La actividad económica aumenta y aporta al desarrollo y crecimiento de las comunidades, con una mejor calidad de vida.

Cruz Roja Ecuatoriana

CIFRAS CLAVE

Aporte:
USD $85.000 de Corporación GPF y sus clientes de Fybeca y SanaSana.

Beneficiarios: 147 familias, 600 personas aproximadamente.

Comunidades Beneficiarias:
Manabí: Coaque, La Cabuya, Tabuga Salima, San Miguel de Piquigua
Esmeraldas: Santa Martha

UNIDADES MÓVILES JUNTOS POR TU SALUD

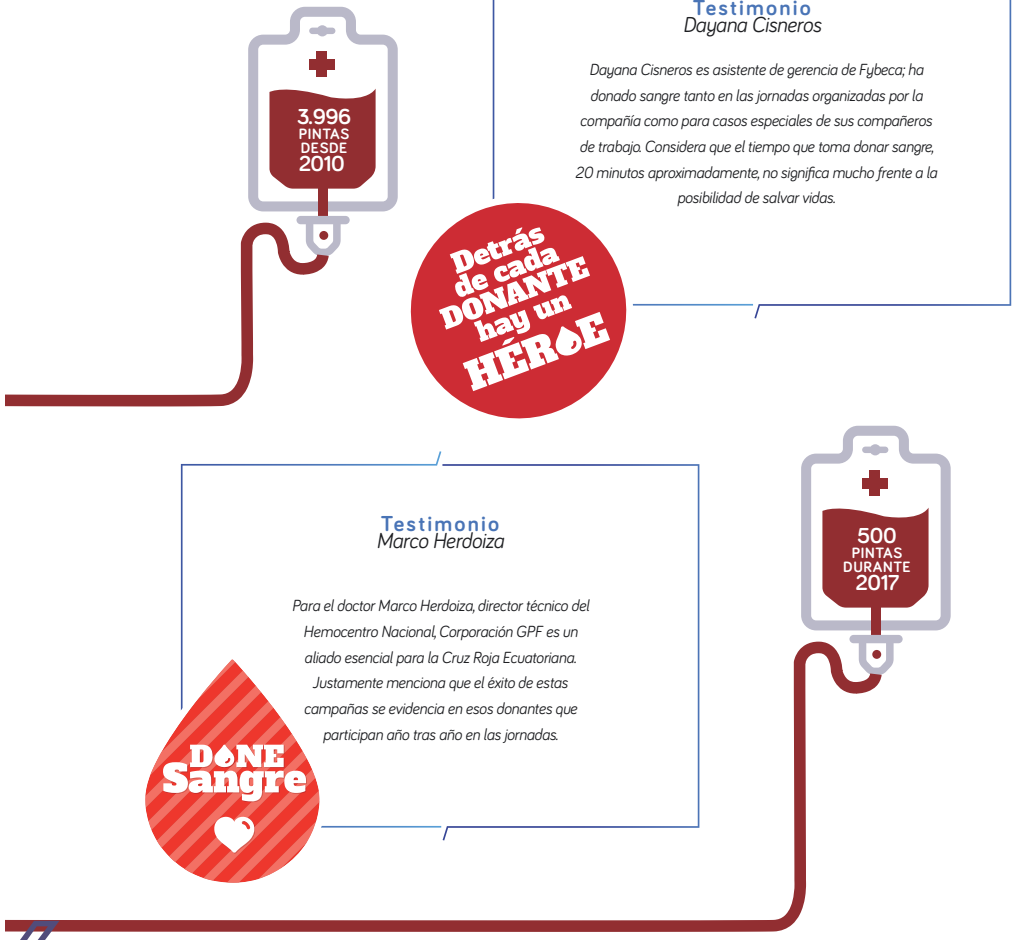
A lo largo del año, las unidades móviles realizaron **8.081 atenciones** de salud preventiva y odontológica en 7 de cantones de Manabí.

La alianza de Cruz Roja Ecuatoriana y Corporación GPF ha beneficiado a 161.353 personas desde el 2010.

Banco de sangre corporativo:

Desde el 2010, Corporación GPF ha recolectado 3.996 pintas con el apoyo de la Cruz Roja Ecuatoriana. Con cada pinta, se puede salvar hasta 3 vidas. Son más de 11.900 personas en todo el país que se han beneficiado de este apoyo.

Durante el 2017, colaboradores de Quito, Guayaquil, Cuenca, Portoviejo y Loja participaron en la jornada anual de donación de sangre, junto a la Cruz Roja Ecuatoriana. Gracias a la solidaridad del personal, se recolectó cerca de 500 pintas de sangre.



Testimonio
Dayana Cisneros

Dayana Cisneros es asistente de gerencia de Fybeca; ha donado sangre tanto en las jornadas organizadas por la compañía como para casos especiales de sus compañeros de trabajo. Considera que el tiempo que toma donar sangre, 20 minutos aproximadamente, no significa mucho frente a la posibilidad de salvar vidas.

Testimonio
Marco Herdoiza

Para el doctor Marco Herdoiza, director técnico del Hemocentro Nacional, Corporación GPF es un aliado esencial para la Cruz Roja Ecuatoriana. Justamente menciona que el éxito de estas campañas se evidencia en esos donantes que participan año tras año en las jornadas.

Alianza con la Junta de Beneficencia de Guayaquil

"Mi corazón se quedó en el Hogar" Durante cuatro años, la Dra. Guadalupe Ruiz trabajó como jefe de servicios médicos en el Hogar del Corazón de Jesús (HCJ), una residencia para el adulto mayor, dirigida por la Junta de Beneficencia de Guayaquil.

Para ella, su paso por el Hogar ha sido una experiencia indescriptible, porque los pacientes y residentes del HCJ tienen algo que otros no: soledad y pobreza. "La gente que vive en el Hogar pertenece a la población más vulnerable, es abandonada por la sociedad y la familia". Por lo que las necesidades son muchas.

De ahí que ella considere su trabajo como algo más que una responsabilidad; es algo que "te llena como ser humano porque estás haciendo lo que puedes para mejorar su calidad de vida, para que estén limpios, hidratados, alimentados, vestidos, sin dolor".

En esta residencia, se atiende a más de 300 adultos mayores con distintas condiciones de salud. Cuenta con una Unidad de Observación para cuidar a quienes tienen alguna descomposición como fiebre, diarrea, presión baja u otra sintomatología. "Debido a las múltiples necesidades del Hogar, este espacio necesitaba mejoras y manos amigas".

En 2017 con la contribución de Corporación GPF, sus socios estratégicos y clientes, la remodelación y el equipamiento de la Unidad de Observación pasó a ser una realidad. "El haber transformado un área de observación con equipos obsoletos en un área hospitalaria con ventilación, camas eléctricas, espacios para almacenamiento y distribución de medicamentos, cortinas, entre otros, fue un hito importante para el Hogar y generó una satisfacción inmensa en los colaboradores, voluntarios y pacientes"

En lo personal, la Dra. Ruiz se siente orgullosa de haber sido un pilar importante en este proyecto y, aunque ya no trabaja directamente en el HCJ, está convencida de que todos tienen derecho a vivir una vejez digna y de que quien conoce el Hogar deja su corazón ahí.

JUNTA DE BENEFICENCIA DE GUAYAQUIL

CIFRAS CLAVE

Aporte:
USD $213.601 de Corporación GPF, socios estratégicos y clientes de Fybeca y SanaSana.

Beneficiarios: 350 personas.

Total de beneficiarios
2014-2017:
1449 personas

Alianza con Fundación Enseña Ecuador: "Más allá de las aulas"

Desde el 2014, Corporación GPF mantiene una alianza con la fundación Enseña Ecuador, subsidiaria de la red "Teach por All", organización sin fines de lucro cuyo objetivo principal es apoyar a la formación de jóvenes líderes, para transformar la educación de niños y niñas del Ecuador.

A través de su programa de liderazgo y capacitación, los Profesionales de Enseña Ecuador (PECS), - jóvenes profesionales con título universitario, son reclutados bajo un rígido protocolo en universidades privadas y públicas dentro y fuera del país. Durante dos años, estos jóvenes se desempeñan como docentes a tiempo completo en instituciones educativas en zonas vulnerables del país, las cuales han sido previamente seleccionadas por el Ministerio de Educación. Al concluir su "conscripción educativa", los PECS se convierten en embajadores asumiendo posiciones de liderazgo en áreas como política pública, innovación social, sector privado y educativo.

Corporación GPF está convencida de que la educación es un agente de cambio para transformar la sociedad y se enorgullece de ser parte de esta Alianza.

Enseña ECUADOR

RESULTADOS

84 PECS capacitados

11655 estudiantes impactados
de manera directa en 7 provincias

38 embajadores
que han culminado el programa
(PECS graduados)

45 Unidades Educativas

Proyecto "Re-emprende" Alianza para el Emprendimiento e Innovación AEI

El objetivo del proyecto Re-Emprende se enfocó en apoyar el reinicio de actividades en micro y pequeñas empresas que fueron afectadas por el sismo del 16 de abril de 2016. Corporación GPF, comprometida con la reactivación productiva de Manabí y Esmeraldas, ha aportado en el ámbito económico a Re-Emprende con 500.000 dólares (desembolsados en el 2016).

Además, la contribución de la Corporación se extendió a asesoría durante el diseño e implementación del programa, mediante la participación activa de sus altos ejecutivos a nivel estratégico, así como a vocería oficial del programa en eventos y giras de medios.

Hasta diciembre de 2017, el programa Re-Emprende ha beneficiado a 2.582 emprendedores de 21 cantones de las provincias de Esmeraldas y Manabí. Éstos se desenvuelven en el sector comercial. Propietarios o empleados de tiendas de abarrotes, restaurantes, venta de equipos, comerciantes minoristas, entre otros, han recuperado su fuente de ingreso y cuentan con un negocio en mejores condiciones de los que tenían previo al terremoto.

El éxito de Re-Emprende en el emprendimiento de los beneficiarios se muestra en cifras:

- Baja tasa de deserción (4,4%) en los procesos de asistencia técnica;
- Elevado nivel de satisfacción (98,7%) reportado por los emprendedores con respecto al programa;
- Incremento en el nivel de ventas, generado por la vinculación al programa, percibido por el 35,5% de los beneficiarios; y,
- Uso de herramientas contables para un mejor registro de las cuentas.

Re-Emprende
Programa de Reactivación Productiva

CIFRAS CLAVE

Personas beneficiaras:
2.582 emprendedores.

Aporte de todos los socios del programa:
USD $539.907

Número de créditos otorgados:
2.969

Financiamiento: **USD $3.192.613**
invertidos por los socios del programa

Emprendimiento la Cantaleta

La Cantaleta es el emprendimiento de Elena Delgado. Su producto: cremas de cacao con una presentación tradicional, una opción para intolerantes a la lactosa y otra con Stevia. Elena en el 2017 completó el 66% del proceso de asistencia técnica del programa. De acuerdo con lo manifestado, su mayor cambio ha sido de actitud: ella cree que las asesorías individuales recibidas le han permitido entender verdaderamente las falencias de su negocio.

Testimonio
Elena Delgado

"Mis compañeras y yo hemos aprendido a valorar nuestro trabajo porque tenemos a alguien que está ahí evaluándonos todo el tiempo", dice Elena mientras revisa la evolución del diseño del envase de su producto.
A través del programa Re-Emprende, las sesiones de trabajo grupal también le han sido útiles para cumplir los requerimientos de ley como las certificaciones del ARCSA y SRI, así como para compartir experiencias con otros emprendedores como ella.

Re-Emprende
Programa de Reactivación Productiva

Otras Iniciativas

Talleres "Cuida tus finanzas"

En el segundo semestre de 2017, Corporación GPF llevó a cabo talleres de finanzas personales para sus colaboradores en Manta, Portoviejo, Cuenca, Loja y Quito. En total asistieron 1.081 personas de las distintas áreas y unidades de negocio de la compañía.

Con el apoyo de instituciones financieras, se capacitó al personal en cómo administrar apropiadamente los recursos, elaborando un presupuesto con rubros, ingresos, egresos, gastos necesarios y deudas. Se presentaron además temas como tips para generar buenos hábitos de ahorro, el sobreendeudamiento y cómo evitarlo, la contratación de seguros para reducir el impacto de los imprevistos, los pasos para solicitar un crédito, cómo manejar el aumento de cupo en la tarjeta de crédito y más.

Testimonio
Camilo Páez
Sub Gte. de Gestión Humana de la Unidad de Negocio de SanaSana

Un buen manejo de las finanzas personales influye en la situación personal y familiar del colaborador, esencial para la estabilidad laboral y su productividad.

Testimonio
Alexandra Chicaiza
Unidad de Negocio Abefarm

Asistí al taller de lactancia materna y me sentí muy contenta de que la Corporación esté preocupada por mi bienestar y el de mi bebé. Me siento afortunada de contar con un espacio en mi lugar de trabajo, para facilitar la extracción de mi leche, conservarla refrigerada y en buenas condiciones, para alimentar a mi querida Isabelita.

Comprometidos con la lactancia materna

La leche materna es el alimento ideal para recién nacidos y lactantes porque refuerza su sistema inmunológico y aporta con los nutrientes necesarios para su sano crecimiento; debe ser de consumo exclusivo hasta los seis meses de edad. Comprometida con la salud y bienestar de sus colaboradores, Corporación GPF trabaja intensamente en la difusión de los beneficios de la lactancia materna, tanto para las madres, los niños y la economía familiar.

Hasta diciembre de 2017, se habilitaron un total de tres lactarios en los lugares con mayor concentración femenina, donde las colaboradoras en período de lactancia pueden tener una extracción programada, con todas las medidas higiénicas, sin afectar la producción de leche materna a causa de la reinserción laboral.

Con el apoyo técnico del Departamento de Nutrición Humana de la Universidad San Francisco de Quito (USFQ), se elaboró el "Manual de lactancia materna" que incluye datos e información sobre la importancia de la leche materna, su composición, cómo las mujeres deben prepararse para la lactancia, tipos de leche y técnicas de extracción.

SÍ al respeto, NO al maltrato

Según ONU Mujeres, seis de cada diez ecuatorianas han experimentado alguna forma de violencia de género, ya sea física, sexual o psicológica. Agrega que en América Latina solo el 56% de mujeres participa en el mercado laboral, comparado con el 85% de los hombres.

Ante este escenario, en Corporación GPF prevalece la convicción de que es tarea de todos velar por el derecho de las mujeres a sentirse seguras, independientes y respetadas.

Desde siempre, las mujeres han sido un pilar fundamental en el crecimiento de la organización y hoy representan el 68% del total de sus colaboradores. De manera permanente, se evalúan y ejecutan acciones para empoderar a las mujeres en su lugar de trabajo y defender sus derechos como lo evidencian los talleres de finanzas personales, la adecuación de 3 lactarios y la suscripción de los "7 Principios para el Empoderamiento femenino" con ONU Mujeres.

Además, la política de Cero Tolerancia al Acoso garantiza la libertad de las personas en los puntos de venta, centro de logística y centro corporativo, previniendo conductas violentas que agredan la dignidad de las personas.

El 25 de noviembre de cada año, día en el que se conmemora internacionalmente la eliminación de la violencia contra la mujer, Corporación GPF se ha propuesto el objetivo de generar consciencia sobre el maltrato que reciben las mujeres en calles, oficinas y en sus hogares.

Gracias a sus buenas prácticas empresariales, Corporación GPF obtuvo en 2017 el reconocimiento como primera empresa nacional finalista en el "Talento no tiene género" otorgado por *Women for Women*, la Cámara de Industrias y Producción y PricewaterhouseCoopers (PwC), como socio técnico. Este reconocimiento promueve los avances y buenas prácticas ejecutadas por las organizaciones en el Ecuador dentro del ámbito de la igualdad de género y la complementariedad laboral. Asimismo, incentiva comportamientos y políticas empresariales que fomenten la igualdad de género en todos los niveles de la organización y permite compartir buenas prácticas desarrolladas en el país.

ONU MUJERES

UN MODELO DE NEGOCIO INTEGRADO

GESTIÓN LOGÍSTICA INTEGRADA Y EFICIENTE

MEMORIA
DE SOSTENIBILIDAD CORPORACIÓN GPF 2017

GESTIÓN LOGÍSTICA INTEGRADA Y EFICIENTE

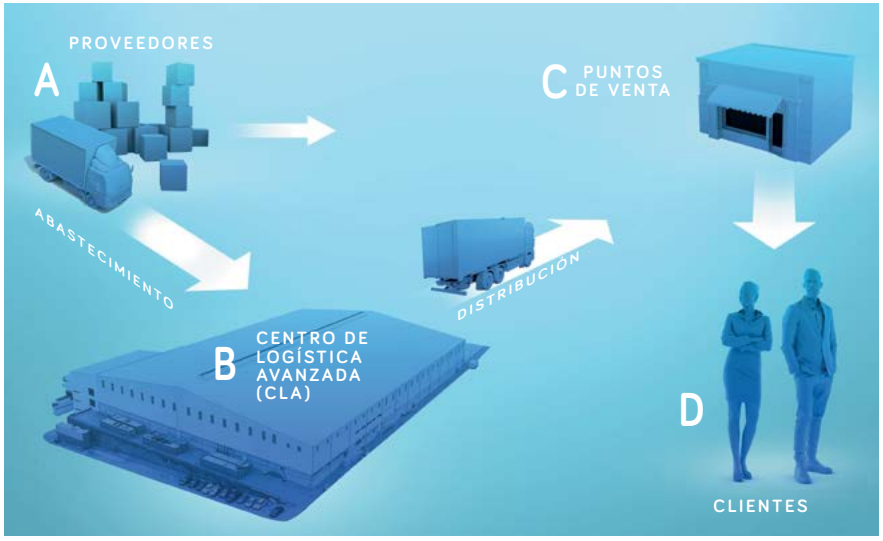
[G4-12]

Corporación GPF es un referente en el mercado gracias a la articulación de los procesos en un sistema de gestión basado en la interrelación y la mejora continua.

Dentro del sector de *retail*, construir y mantener un sistema de aprovisionamiento y distribución confiable y eficiente son elementos clave para la buena marcha del negocio. El modelo de operación que Corporación GPF ha diseñado y despliega supone un hito dentro de su sector, al haber conseguido articular todos los procesos y actores vinculados a su actividad dentro de un sistema de gestión basado en la interrelación y la mejora continua.

En alianza con proveedores, contratistas y distribuidores con los que se han establecido relaciones de largo plazo, la empresa promueve un modelo de gestión fundamentado en objetivos compartidos y de beneficio mutuo.

ESQUEMA DE SISTEMA DE APROVISIONAMIENTO Y DISTRIBUCIÓN DE CORPORACIÓN GPF:



A PROVEEDORES

Más de 500 proveedores de todos los tamaños entregan sus productos en el CLA o en el punto de venta directamente, en casos especiales.

B CLA

Aquí se realizan los procesos de recepción de mercadería y posterior almacenamiento y ubicación en posiciones de despacho.

C PUNTOS DE VENTA

Los productos que se reciben en el punto de venta son perchados de acuerdo a la estrategia y planometría de cada categoría para la disponibilidad del cliente final.

D CLIENTES

Corporación GPF impulsa soluciones innovadoras que brinden mayor accesibilidad, asequibilidad y oferta de calidad para todos sus clientes.

CENTRO DE LOGÍSTICA AVANZADA

[G4-13, G4-EC7]

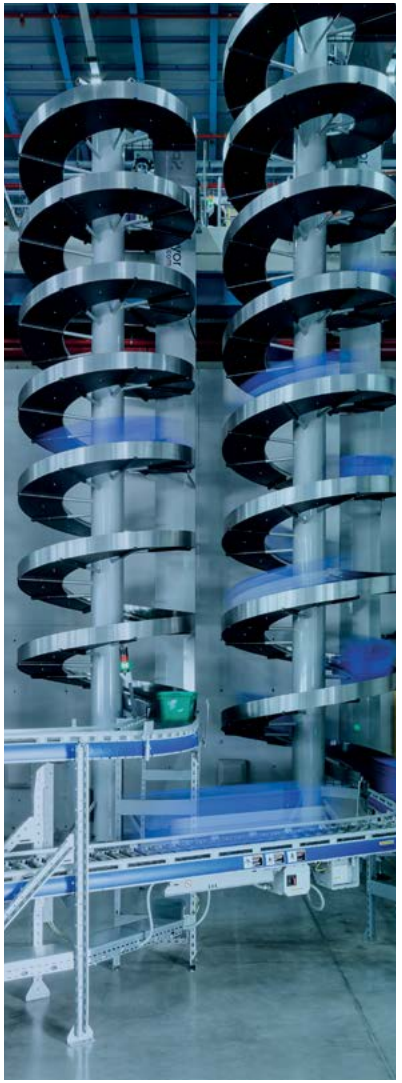
En 2016, se cumplió uno de los mayores desafíos de Corporación GPF con la puesta en marcha del Centro de Logística Avanzada (CLA). Se trata de un moderno centro logístico, resultado de una inversión de USD $53 millones de dólares, que ha permitido mejorar considerablemente la eficiencia del servicio al cliente de la empresa, optimizando la disponibilidad de *stock* en todos sus puntos de venta del país. A inicios de 2017, el CLA logró estabilizar sus operaciones hasta llegar a niveles muy cercanos a los planificados en la etapa de diseño, con el consecuente incremento de la productividad día a día y la disminución de errores con un máximo control de inventarios. Su eficiencia, en relación con 2016, se mejoró en los siguientes aspectos:

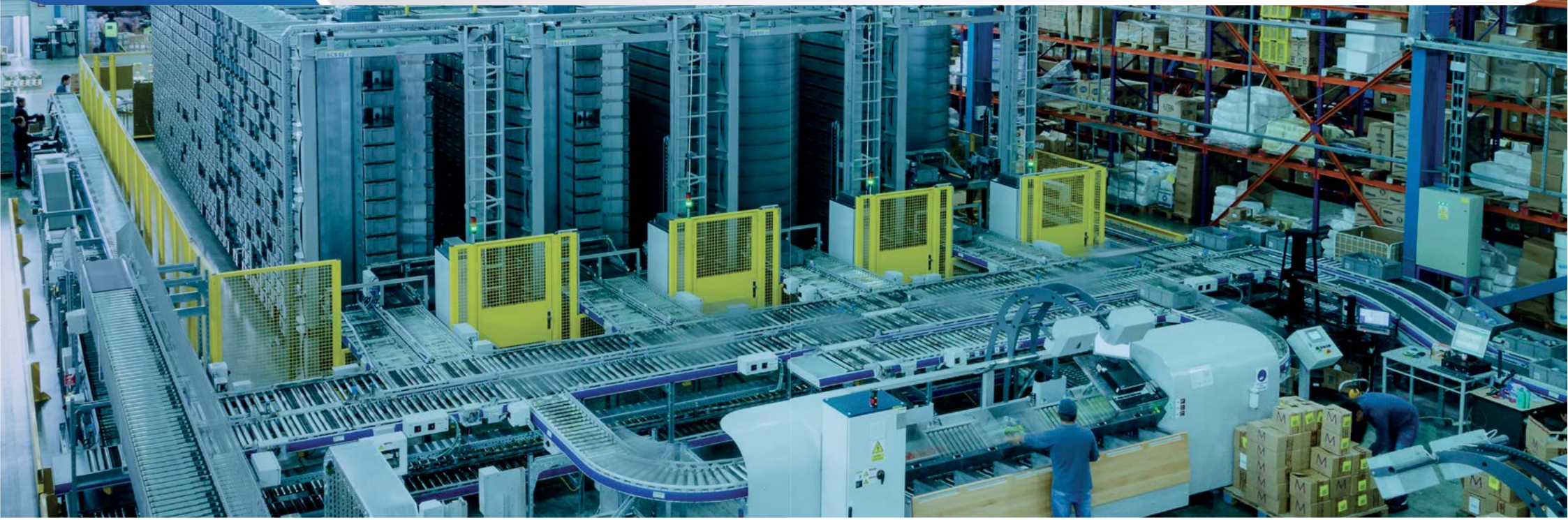
1 **Control de inventarios:** las pérdidas de inventarios en las operaciones del CLA disminuyeron en un 40%, esto sobre la base de un doble sistema de control (un WMS -*Warehouse Management System*-, sistema de gestión de almacenes de Oracle *Retail* y un WCS -*Warehouse Control System*-, sistema de control de almacenes de la marca WAMAS de Schaefer), con actualizaciones diarias para resolver diferencias o errores cometidos.

2 **Balanceo de la carga por cada sistema:** la curva de aprendizaje con la robótica en centros de distribución, y con la complejidad de manejar 7 categorías diferentes de productos que no se pueden mezclar, trajo consigo conocimientos y métodos que sirvieron para conocer las cargas y los productos aptos para cada uno de los sistemas. Esto permitió incrementar los niveles de eficiencia en un 20%, desde enero hasta diciembre de 2017 (de 160 mil líneas a 196 mil líneas por día). También contribuyó a disminuir los daños en productos debido a su morfología, tamaño y peso.

3 **Incremento de eficiencia:** el incremento de eficiencia trajo consigo un alto beneficio en términos de calidad y balance de vida de los operadores del CLA, para alcanzar una reducción del 9% de horas trabajadas a lo largo de 2017, correspondiente al 45% de las horas extras totales del año. Este resultado se logró sin la necesidad de sacrificar calidad en el despacho, ni en el abastecimiento a los puntos de venta.

4 **Incremento de pedidos:** la frecuencia de entrega de mercadería a los puntos de venta se incrementó en un 33% (de 280 pedidos por día, se pasó a un máximo de 375 pedidos por día), mejorando sustancialmente la calidad del abastecimiento a los puntos de venta.





Gestión responsable de contratistas y proveedores

[G4-DMA Evaluación de Proveedores, G4-HR10]

Corporación GPF vela por la integridad de sus relaciones con proveedores y contratistas, garantizando procesos de negociación transparentes, justos y competitivos. También exige, dentro de su cadena de suministro, la observancia de estrictas normas relativas a cumplimiento legal, comportamiento ético y respeto a los derechos humanos.

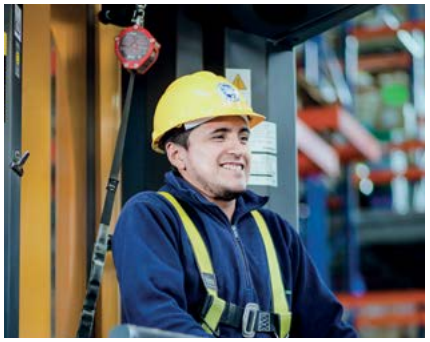
En este marco, para ser proveedor o contratista de Corporación GPF, es necesario acometer un proceso de calificación que contempla el cumplimiento de los siguientes aspectos:

- Normas legales vigentes: cumplimiento societario, tributario, laboral y de seguridad social.
- Requerimientos que promuevan la erradicación del trabajo infantil.

Adicionalmente, todos los proveedores que entablan una relación contractual y/o comercial con la empresa firman el Código de Ética de Corporación GPF.

La empresa apoya a aquellos proveedores que no alcanzan en primera instancia estos estándares, con el establecimiento de una hoja de ruta con las medidas correctivas necesarias, plazos de implementación de estas y seguimiento de los avances. Si tras este proceso, el proveedor o contratista sigue sin cumplir con los requisitos establecidos, entonces se le prohíbe participar en peticiones de oferta o ser adjudicatario de contratos. En 2017, se sometieron a este proceso de calificación un total de 55 proveedores y contratistas, de los cuales el 100% cumplió los requerimientos establecidos y fue dado de alta como proveedor calificado.

En esta misma línea, Corporación GPF pone especial atención a monitorear a nivel internacional y nacional las diferentes conductas en materia ético-social de aquellos laboratorios y farmacéuticas cuyos productos comercializa en sus puntos de venta. Ello se enmarca en su enfoque de minimización de riesgos colaterales originados en potenciales malas prácticas de estas organizaciones, ya sea en materia de ensayos clínicos, experimentación con animales o en investigación y desarrollo en el ámbito de la ingeniería genética.



Diálogo con grupos de interés

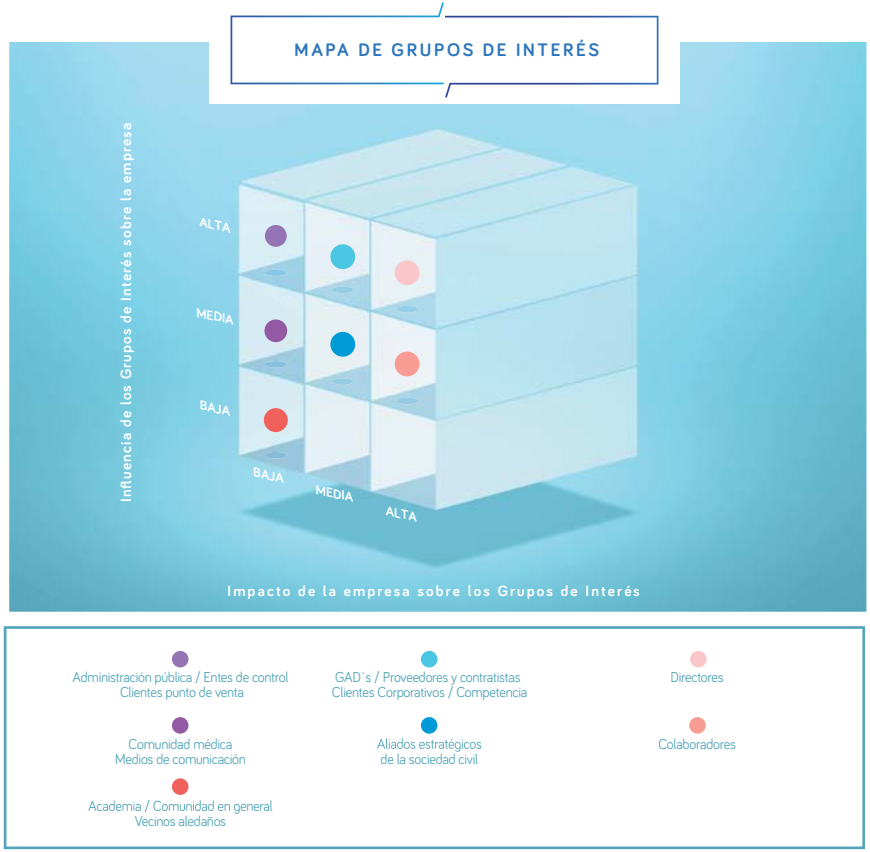
[G4-24, G4-25, G4-26]

El enfoque de gestión integrado que despliega Corporación GPF no se limita únicamente a su cadena de abastecimiento y distribución, sino a un amplio espectro de grupos de interés con los que se relaciona día a día.

El primer paso para establecer relaciones de largo plazo y de interés común entre la empresa y estos grupos consiste en identificarlos y priorizarlos adecuadamente.

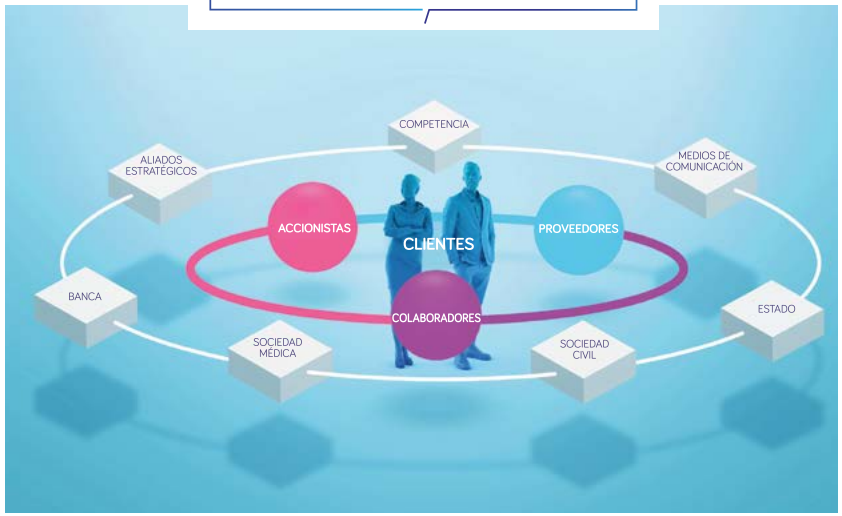
La metodología utilizada por la Corporación en este ámbito se fundamenta en las directrices dadas por el propio *Global Reporting Initiative* en su Principio de Participación de los Grupos de Interés que establece una identificación y priorización de grupos de interés a partir de la influencia y/o interés que éstos ejercen sobre la empresa, así como por los efectos e impactos de las actividades de esta en sus condiciones de vida.

A continuación, se presenta la matriz de identificación y priorización de los grupos de interés que Corporación GPF ha elaborado:



Corporación GPF fomenta relaciones duraderas con sus grupos de interés, fundamentadas en un diálogo permanente y transparente, en la puesta en común de principios éticos y en la creación de valor compartido:

MECANISMOS DE INTERLOCUCIÓN
[G4-26]



Contacto personal

Página web

Intranet

Correo electrónico

Revista institucional

Memorias de sostenibilidad

Carteleras y pantallas

Punto de venta

Atención al cliente

Defensoría del proveedor

Visitas al CLA

Juntas y directorios

Alianzas estratégicas
[G4-15, G4-16]

Corporación GPF mantiene relaciones estratégicas clave con diversas organizaciones con el fin de compartir buenas prácticas focalizadas en buen gobierno corporativo, innovación, emprendimiento, oportunidades de negocio, apoyo gremial, defensa de los derechos humanos. En 2017, destacan las siguientes:

Organización	Adhesión voluntaria y no voluntaria	Participación en proyectos o comités	Cargo órgano de gobierno	Aporte de fondos notable	Decisión estratégica	Por qué
Cámara de Comercio de Quito	Voluntaria	No	No	No	Sí	Apoyar al gremio
Cámara de Comercio de Guayaquil	Voluntaria	No	No	No	Sí	Apoyar al gremio
Cámara de Industrias y Producción	Voluntaria	No	No	No	Sí	Apoyar al gremio
Cámara Ecuatoriano Británica	Voluntaria	No	Si	No	Sí	Relaciones institucionales
Cámara Oficial Española de Comercio e Industria de Quito	Voluntaria	No	No	No	Sí	Facilidad por nuestras relaciones con empresas españolas, viajes al exterior.
Instituto Ecuatoriano de Gobernanza Corporativa	Voluntaria	No	No	No	Sí	Fomentamos el buen gobierno corporativo
Asociación para el Emprendimiento e Innovación AEI	Voluntaria	Sí	No	Aportamos a proyecto Re Emprende	Sí	*Retail*, fortalecimiento innovación y emprendimiento
Buró Centro Histórico de Quito	Voluntaria	Sí Comt.seguridad	Sí	No	Sí	Presencia de farmacias en el Centro Histórico desde el origen de Botica Quito
Red de Empresas por un Ecuador Libre de trabajo Infantil	Voluntaria	Si	No	No	Sí	Defensa de los derechos humanos como parte de los principios de la empresa

Adicionalmente, Corporación GPF suscribió en 2016 los "7 Principios para el Empoderamiento Femenino" de ONU Mujeres, convirtiéndose así en la cuarta empresa del país y la primera del *retail* ecuatoriano en adherirse a esta iniciativa.

Durante 2017, la empresa ha profundizado en este marco sus esfuerzos por la equidad de género y el empoderamiento femenino.

RECONOCIMIENTOS 2017

Ranking Reputación Corporativa Merco
7mo lugar en el Top 10 de las empresas con mayor reputación corporativa.

merco
MONITOR EMPRESARIAL DE REPUTACIÓN CORPORATIVA

El talento no tiene género
Primer finalista empresa nacional otorgado por la Fundación Women for Women y la Cámara de Industrias y Producción.

WOMENFOR WOMEN ECUADOR

AEI
Premio EI 2017 por el apoyo a la Comisión de Comunicación en programa Re-Emprende, Mejor Mentor 2017 otorgado por la Alianza para el Emprendimiento e Innovación.

aei Re-Emprende
Programa de Reactivación Productiva

Ekos de Oro
5to lugar para Fybeca dentro de la categoría Marcas Nacionales más recordadas del 2017, categoría Servicios

EKOS DE ORO

Educación más allá de las aulas
Otorgada por la Cámara de Industrias y Producción y Enseña Ecuador.

EDUCACIÓN más allá de las aulas

En el año 2017, el Centro de Logística Avanzado obtuvo la
Certificación de Buenas Prácticas de Almacenamiento Distribución y Transporte
por parte de la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria del Ecuador, ARCSA.

Corporación GPF obtuvo la
Certificación Carbono Neutral
convirtiéndose en la primera empresa del *retail* ecuatoriano en obtenerla

Abefarm impulsando alianzas corporativas

Durante 2017, Corporación GPF, a través de su unidad de negocio Abefarm, se enfocó en dos importantes iniciativas: la primera orientada a consolidar las operaciones de la empresa Logihealth S.A., en la que Abefarm S.A. es accionista; la segunda, denominada "Más Clientes", encausada a incrementar el aporte de nuevos clientes que disfrutan de soluciones empresariales en puntos de venta de las cadenas de farmacias Fybeca, SanaSana y tiendas de conveniencia OkiDoki.

Alianza LogiHealth Resultados 2017

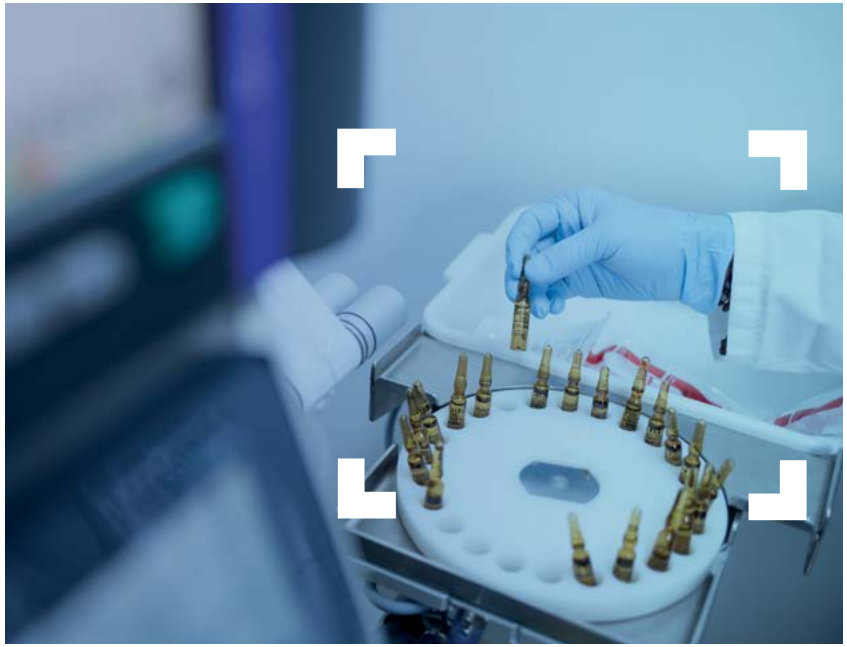
LogiHealth Servicios Farmacéuticos Hospitalarios S.A., empresa pionera en el Ecuador en la prestación de Servicios de Logística Intrahospitalaria, fue creada para optimizar la gestión del flujo de la cadena de abastecimiento de medicinas, insumos y suministros. Proporciona tecnología, personal altamente capacitado, software especializado único en el mercado, procesos hospitalarios optimizados para garantizar trazabilidad, seguridad al paciente y beneficios financieros para los hospitales a través del eficiente uso de sus recursos.

LogiHealth es el resultado de la alianza estratégica entre Corporación GPF y Unihealth, empresa brasileña, con quienes se está brindando un nuevo servicio a hospitales en el país.

Logihealth incorpora elementos nuevos en el campo logístico de la salud, como la central de empaque de unitarización, transformando las medicinas a su mínima unidad de consumo, así como máquinas para la dispensación de insumos y cobro automático a la cuenta del paciente.

Transcurridos 18 meses de operaciones, la innovación y mejora continua han sido puntales importantes para el fortalecimiento de las operaciones de Logihealth. La consolidación del proyecto Vozandes Quito lo corrobora al obtener importantes resultados tanto operativos como financieros para el cliente. Todo ello demuestra la sostenibilidad del modelo aplicado y visibiliza el éxito obtenido en la fusión de la experiencia de UniHealth, empresa brasileña líder en logística intrahospitalaria, junto con la trayectoria y capacidades de Corporación GPF.

La transferencia y actualización de conocimientos han permitido apalancar la gestión y ofrecer nuevas e integrales soluciones con un enfoque operativo y tecnológico a los clientes cuyas necesidades son cada vez más exigentes en función del ambiente dinámico en el que se desarrollan. En 2018, se tiene prevista la evaluación de nuevas sinergias para optimizar costos financieros, ampliar la gestión comercial con clientes y maximizar los beneficios de la operación bajo una tendencia de expansión y posicionamiento en el mercado ecuatoriano.



Beneficios generados en el Hospital Vozandes

El Hospital Vozandes Quito, a la vanguardia de la innovación y buenas prácticas en el campo de la salud, se ha convertido en pionero en contar con los servicios de LogiHealth S.A. Su oferta de valor contempla beneficios directos derivados de una estructura sólida en el manejo de un servicio integral, sostenible y responsable de gestión en logística intrahospitalaria.

Estos beneficios han sido evidentes y se han fortalecido con el tiempo, contribuyendo al cumplimiento de objetivos y resultados en el marco de relaciones ganar – ganar, gracias también a la coordinación constante que brinda el Hospital Vozandes y su equipo directivo.

BENEFICIOS CUALITATIVOS

- Gestión de las operaciones logísticas intra-hospitalarias con eficiencia, trazabilidad al 100%
- Aportación de *Software* especializado
- Automatización de procesos y reducción de sus tiempos
- Acondicionamiento de infraestructura y mobilario de almacenaje
- Adecuación para acreditaciones nacionales e internacionales con aporte a seguridad del paciente

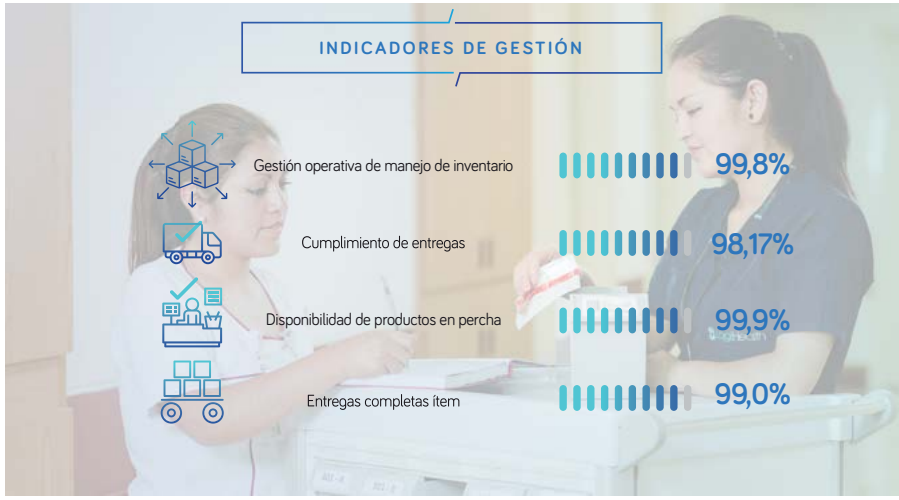
El resultado general muestra el cumplimiento de los niveles de servicio ofertados, al alcanzar altos estándares de calidad en la operación. Se han implementado acciones para las oportunidades de mejora detectadas, con el fin de maximizar los índices de cumplimiento.

Confiar en los servicios logísticos hospitalarios de una empresa con la experiencia de LogiHealth S.A permite a los hospitales la desconcentración de recursos y esfuerzos en temas logísticos para dedicarse en exclusiva a las actividades de cuidado y recuperación eficiente del paciente.

BENEFICIOS CUANTITATIVOS

- Reducción de hasta un 20% en el monto global de compras de medicinas y productos hospitalarios
- Reducción de hasta un 20% en capital financiero inmovilizado en inventarios, a través de una adecuada planeación de la demanda
- Reducción del nivel de pérdidas de inventario a menos del 1%
- Reducción del 100% del personal asignado a estos procesos,liberando recursos para las actividades centrales del hospital
- Aumento de la calidad y agilidad del abastecimiento con productos disponibles en perchas

INDICADORES DE GESTIÓN



DESEMPEÑO SOCIO AMBIENTAL SOSTENIBLE

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO INNOVADORA Y RESPONSABLE

GESTIÓN AMBIENTAL SOSTENIBLE

MEMORIA
DE SOSTENIBILIDAD CORPORACIÓN GPF 2017

Corporación GPF destaca por su impecable gestión socio ambiental. Con un marcado liderazgo en el país, sus operaciones se caracterizan por la responsabilidad e innovación con la que gestiona y administra el talento humano, así como por la sostenibilidad de su manejo ambiental.

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO INNOVADORA Y RESPONSABLE

[G4-DMA Empleo]

Corporación GPF ha venido formando a lo largo de los años una cultura de prácticas laborales responsables, basada en el respeto y la equidad. En este marco, la empresa asegura a sus colaboradores estabilidad laboral, relaciones organizacionales respetuosas, condiciones seguras y sanas de trabajo y un sistema de compensación salarial justo y competitivo. La innovación socio laboral está presente de manera transversal en la organización y de manera específica en las diversas y numerosas prestaciones sociales ofrecidas, la permanente capacitación y formación, así como en el ambiente de trabajo en el que prevalecen la diversidad e igualdad de oportunidades.

- Diseño integral de un nuevo modelo de capacitación y definición de una nueva malla curricular en la Universidad de Fybeca y SanaSana, para asegurar que en el futuro se garantice un entrenamiento efectivo a través de un modelo *online* y presencial.
- Levantamiento y comunicación de planes de carrera en las áreas administrativas y en la propia operación.
- Fortalecimiento del sistema de evaluación por competencias y plan de desarrollo individual.

En 2017, la empresa ha acometido significativos logros en estos ámbitos, entre los que destacan:

- Diseño, comunicación e implementación de la herramienta Cornerstone, que permitió integrar la competencia de agilidad de cambio a la evaluación de desempeño 2017.
- Implementación y salida en vivo de un sistema biométrico para mejorar la organización de las jornadas y horarios que desarrollan los colaboradores del CLA. A lo que se suma el re-entrenamiento del 100% de la plantilla en el uso del portal, para que los colaboradores estén en capacidad de gestionar directamente sus transacciones a través de esta plataforma (vacaciones, permisos, fideicomiso, entre otros.)

Condiciones de empleo responsables

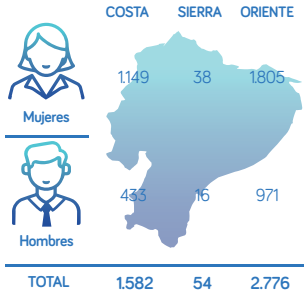
[G4-10]

Al 31 de diciembre de 2017, Corporación GPF contaba en su plantilla con 4.412 colaboradores directos en todo el país, entre las diferentes unidades de negocio y de acuerdo a las siguientes características:

Tamaño de la plantilla 2017 por unidades de negocio, tipo de contrato, sexo y región.

COLABORADORES

TIPO DE CONTRATO	DIRECTOS 2017	MUJERES	HOMBRES
A TIEMPO INDEFINIDO	4.021	2.701	1.320
A TIEMPO PARCIAL	342	265	77
CONTRATO EVENTUAL	8	3	5
CONTRATO PASANTES	23	12	11
TEMPORAL COSTA	4	3	1
CONTRATO JUVENIL	12	8	4
REPRESENTANTE LEGAL	2	0	2



1. Dentro de la unidad de negocio Abefarm, se incluyen 32 colaboradores que forman parte de Logihealth.

Con estricta observancia de los parámetros establecidos en el Mandato Constituyente No. 8 vigente en el país en materia de intermediación laboral, en 2017 Corporación GPF contrató la prestación de determinados servicios complementarios, de acuerdo con el siguiente desglose:

Personas vinculadas en 2017 por servicios complementarios contratados.

UNIDAD DE NEGOCIO	LIMPIEZA	JARDINERÍA	ALIMENTACIÓN
ECONOFARM	3	-	-
FARCOMED	53	-	-
PROVEFARMA	20	1	20
TOTAL	76	1	20

SEGURIDAD		
PUNTOS DE VENTA (guardias de seguridad)	APOYO OPERACIÓN FYBECA (supervisores y tripulantes)	PERSONAL OPERATIVO (operadores, centralistas, coordinadores, jefes operativos) y administrativo que prestan apoyo en la operación Fybeca
263	79	29
TOTAL 371		

Las contrataciones por temporada que se manejan anualmente en Corporación GPF se dan, en la gran mayoría de casos, por las festividades de fin de año. En 2017, se contrató en esta modalidad dentro de la unidad de negocio Fybeca un total de 24 personas, de las cuales 4 en la región Costa y 20 en la región Sierra.

Relaciones Laborales

[G4-11]

En materia de organización laboral, a lo largo del año 2017, la representación gremial de trabajadores de Provefarma tenía dos agrupaciones: el Sindicato de Trabajadores y la Asociación de Trabajadores, pero en febrero, la directiva del Sindicato de Trabajadores de Provefarma, mediante decisión unánime de los socios y a través de una asamblea, solicitó su disolución, según lo establece la ley; a partir de marzo de 2017, se mantuvo una sola organización gremial a través de la Asociación de Trabajadores Provefarma, con una participación de 635 empleados.

Prestaciones sociales para los colaboradores

[GA-LA2]

Corporación GPF pone a disposición de todos sus empleados, en sus cinco unidades de negocio, un amplio abanico de beneficios con el propósito de aportar seguridad y bienestar tanto a este colectivo, como a sus familias. Estas prestaciones sociales han sido ideadas para dotar a la empresa de un sistema integral de atención al colaborador, independientemente de su género, del contrato laboral que mantiene con la empresa, del tipo de jornada que desarrolla o de su ubicación geográfica. En 2017, destacaron las siguientes prestaciones sociales:

Acceso a víveres
Subsidio en productos de la canasta básica como arroz, azúcar, aceite, entre otros.

Dotación de uniformes
Ropa de trabajo cubierta al 100% por la empresa para todas las unidades de negocio y el CLA. El uniforme para el personal administrativo tiene un costo compartido entre el colaborador y la empresa.

Seguro de vida
Cubierto en un 50% por la empresa en beneficio del colaborador y su familia.

Seguro médico
cubierto en un 50% por la empresa en beneficio del colaborador.

Plan dental
Ofrecido a todos los colaboradores de la organización; además Corporación GPF pone a disposición de sus empleados un consultorio dental en el CLA.

PRESTACIONES SOCIALES PARA LOS COLABORADORES

Fideicomiso de empleados
Colaboradores afiliados acceden a programas de ahorro planificado y préstamos a tasas preferenciales.

Tarjeta de empleado
con descuentos en las cadenas de la Corporación.

Tarjeta de descuento
en supermercados a nivel nacional.

Beneficio ABF
con descuento en la compra de medicinas.

Alimentación y transporte
de acuerdo con las necesidades operativas de cada unidad de negocio.

Diversidad e igualdad de oportunidades

[G4-DMA Diversidad e igualdad de oportunidades]

Tras la suscripción de los "7 Principios para el Empoderamiento Femenino" y con el firme compromiso de promover la igualdad de género dentro y fuera de la organización, la compañía implementó las siguientes acciones en el 2017:

- Creación del tercer lactario en instalaciones con mayor presencia femenina.
- Desarrollo de talleres de educación a futuras mamás en temas de nutrición, psicoprofilaxis y lactancia materna.
- Ejecución de los talleres "Cuida tus finanzas", dictados para los colaboradores de las diferentes unidades de negocio, con el fin de crear consciencia acerca de la importancia de mejorar la gestión financiera en el hogar, el cual está liderado en un 68% de los casos por mujeres.

En 2018, Corporación GPF se ha propuesto seguir impulsando con fuerza dentro de su estrategia corporativa la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, así como proyectos de empoderamiento femenino, prevención del acoso y todo tipo de violencia al interior de la organización y externamente a través de sus aliados estratégicos, Cruz Roja Ecuatoriana y la Junta de Beneficencia de Guayaquil.

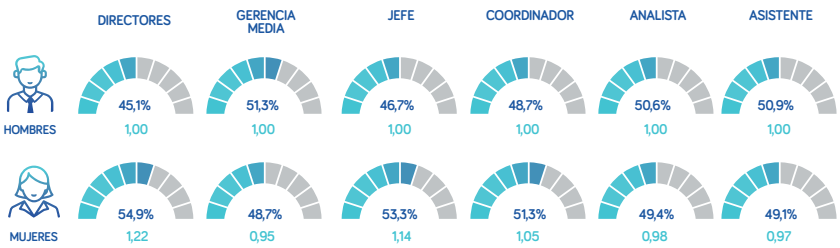
Colaboradores por categoría profesional, género, discapacidad y edad
[G4-LA12]

CATEGORÍA	TOTAL	MUJERES	HOMBRES	PERSONAS CON DISCAPACIDAD	<30	30-50	50>
Director	7	3	4			4	3
Gerente	37	16	21		1	33	3
Jefe	108	63	44	1	8	93	6
Coordinador	213	121	92	1	36	169	8
Analista	761	543	218	7	105	479	177
Asistente	1369	975	394	47	493	840	36
Auxiliar	1917	1271	646	117	1221	683	13

*Dentro de esta población, no se considera al Presidente Ejecutivo

La igualdad de oportunidades en Corporación GPF se demuestra a través de los resultados alcanzados en materia de paridad salarial, tal y como se traduce la siguiente relación salarial de ingresos promedio por género y por categoría laboral:

Relación entre la remuneración promedio de hombres con respecto al de mujeres por categoría laboral.
[G4-LA13]



Gestión innovadora del talento humano

[G4-DMA Capacitación y educación]

Un ambiente laboral de calidad, políticas de crecimiento personal y profesional y condiciones de trabajo óptimas garantizan la pertenencia y retención del talento humano. Es así como Corporación GPF reafirma su compromiso con el talento humano, desplegando un programa anual de formación interna que promueve, en sus colaboradores, la capacitación necesaria para un adecuado desarrollo profesional. En paralelo, la empresa facilita la financiación para formación educativa externa y otorga un porcentaje de becas de estudio para formación profesional, siempre que ésta se alinee a los objetivos de la compañía y apuntale su estrategia corporativa.

Capacitación y evaluación del desempeño

En 2017, Corporación GPF tomó la decisión estratégica de enfocar sus esfuerzos en procesos de capacitación interna, suspendiendo temporalmente sus iniciativas de capacitación externa.

La empresa, a través de sus programas Pre Universitario, Universidad, proyectos de "Un Mundo Vanguardista", entre otros, ha promovido durante el año un intenso programa de capacitación dirigido a las diferentes unidades de negocio de la organización.

Programas formativos

[G4-LA9, G4-LA10]

Programa Preuniversitario

El Preuniversitario es un proceso de inducción robusto enfocado a fortalecer los conocimientos de los colaboradores en temas del *core* de negocio de la empresa. En sesiones presenciales, se imparte una introducción a las distintas categorías de medicinas, consumo y bazar comercializados y se revisan temas de ventas y servicio al cliente, imagen personal, así como manejo seguro de valores.

Estas sesiones se realizan durante el primer mes de incorporación del colaborador, tras haber cursado una inducción inicial sobre la Corporación, la unidad de negocio a la que pertenece y los procesos operativos que cada una tiene.

A continuación, se presentan los resultados alcanzados en los últimos dos años.

Número de colaboradores capacitados en programa de inducción por año y por negocio.

UNIDAD DE NEGOCIO	2016		2017		
	COLABORADORES CAPACITADOS	HORAS CAPACITACIÓN	COLABORADORES CAPACITADOS	HORAS CAPACITACIÓN	TOTAL HORAS HOMBRE
FYBECA	100	216	181	172	31.132
SANASANA	0	0	154	144	22.176
TOTAL	100	216	335	316	53.308

Programa Universidad Fybeca y SanaSana

Este programa corresponde al sistema de capacitación estratégica diseñado para los colaboradores de los puntos de venta Fybeca y SanaSana. En 2017, con el objetivo de reforzar la actitud vendedora de los colaboradores de punto de venta, se impartió una actualización en materia de ventas y servicio al cliente y, se procedió con un cambio significativo de contenidos para trabajar y reforzar la buena actitud, la Actitud Fybeca y la Actitud SanaSana, elementos clave de la diferenciación de las empresas que conforman Corporación GPF. El número de participantes, horas destinadas y conocimiento impartido en el marco de este programa, se exponen a continuación:

Programa Universidad por unidades de negocio en 2017

UNIDAD DE NEGOCIO	MATERIA	TOTAL HORAS POR MATERIA	TOTAL PARTICIPANTES POR MATERIA	TOTAL PARTICIPANTES POR UNIDAD DE NEGOCIO	HORAS DE CAPACITACIÓN
FYBECA	Módulo consumo	2428	608	4.071	18.349.5
	Módulo bazar	1828	457		
	Módulo medicinas	8165	1238		
	Módulo de ventas y servicio al cliente	5928.5	1768		
SANASANA	Módulo consumo	1732	433	2.355	9.252.5
	Módulo medicinas	700	175		
	Módulo ventas y servicio al cliente	6820.5	1747		
TOTAL				6.426	27.602

Todas las capacitaciones desarrolladas cuentan con una evaluación de satisfacción y de conocimientos, las cuales arrojaron en 2017 resultados del 100% al 105%. Los casos puntuales de insatisfacción se tratan de forma inmediata dentro de un proceso de mejora continua.

De igual forma, los colaboradores deben rendir evaluaciones de conocimientos, cuyos resultados son un indicador muy relevante para la elegibilidad para ascensos dentro de la estructura de cada unidad de negocio.

La unidad de negocios de Fybeca redujo, con relación al año anterior, sus horas de capacitación en el programa Universidad para realizar talleres especiales de fortalecimiento de los colaboradores en el ámbito de la "experiencia al cliente", aspecto crucial de su función por los diversos puntos de contacto que atienden. A continuación, el detalle del programa acometido:

TEMA/TALLER	# DE HORAS DE CAPACITACIÓN	Nº DE COLABORADORES	TOTAL HORAS HOMBRE
TALLER 1			
1. Layout			
2. Exhibiciones Alquileres	3		
3. Exhibición Bazar			
4. Exhibiciones Especiales: temporada			
TALLER 2			
1. Análisis de ubicaciones			
2. Category management			
3. Funcionamiento cadena de abastecimiento			
4. Definición de portafolios	3		
5. Estrategia de precios			
TALLER 3			
1. Introducción al servicio al cliente			
2. Estrategia de fidelización			
3. Manejo de bases de datos			
4. Programas de continuidad			
5. Catálogo de puntos	3	343	5.145
6. Cliente VitalCard			
7. Segmentos			
8. Clubes			
TALLER 4			
1. Estrategia de promociones			
a. Promociones masivas			
b. Mejor Día Vital Card			
c. Autoliquidables	3		
d. Promociones proveedores			
2. Estrategia de marca			
TALLER 5			
1. Layouts			
2. Planogramas			
3. Alquileres			
4. Decoración navideña	3		
5. Novedades y productos WOW			
6. Colecciones y estrategias			
TOTAL	**15**	**343**	**5.145**

Mundo Vanguardista y Gestión del Cambio 2017

Durante 2017, la iniciativa Un Mundo Vanguardista, compuesta de un conjunto de programas de innovación tecnológica, trabajó en el diseño y desarrollo de proyectos de inteligencia de negocios (BI), jornadas y horarios, marketing, POS (*Point of Service*) y *Service Optimizer*. Con el fin de preparar a los usuarios finales y al equipo de tecnología, se realizaron capacitaciones funcionales y técnicas en estos ámbitos.

También, se llevaron a cabo talleres de gestión del cambio para líderes de operaciones de las unidades de negocio de Fybeca, SanaSana, OkiDoki y del Centro de Logística Avanzada.

PROYECTO	TIPO	Nº DE TALLERES	TOTAL PARTICIPANTES	HORAS DE CAPACITACIÓN
Inteligencia de Negocios (BI)	Funcional	2	16	4
	Técnica	13	74	88
Jornadas y Horarios	Funcional	1	17	3
Marketing	Funcional	13	144	103,5
	Técnica	4	38	96
POS (Point os Sale)	Técnica	8	50	40
Service Optimizer	Funcional	4	62	10
Total capacitaciones proyectos		**45**	**401**	**344,5**

TALLER	UNIDAD DE NEGOCIO	Nº DE TALLERES	TOTAL ASISTENTES	HORAS DE CAPACITACIÓN
Gestión del Cambio	Fybeca y OkiDoki	1	21	8
	SanaSana	1	17	8
	Centro de Logística Avanzada	1	21	8
Total Taller Gestión del Cambio		**3**	**59**	**24**

Actualmente, dentro de la estrategia de la compañía no se cuenta con programas específicos de apoyo para la transición de los empleados, sea por jubilación o terminación laboral del trabajo.

Evaluación del desempeño

(G4-LA11)

En materia de desarrollo del talento humano, una importante innovación implementada por Corporación GPF ha sido la puesta en marcha de un sistema de evaluación del desempeño, a través de la herramienta Cornerstone. A través de esta herramienta de administración del desempeño laboral, la empresa fomenta de manera continua el logro de objetivos y la productividad, para generar un desarrollo exitoso tanto para los empleados como para la organización. En 2017, se sometieron a este proceso de evaluación de competencias un total de 640 colaboradores distribuidos entre las distintas categorías profesionales de la empresa y de acuerdo con un criterio de equidad de género.

A continuación, se muestra el detalle de los resultados alcanzados:

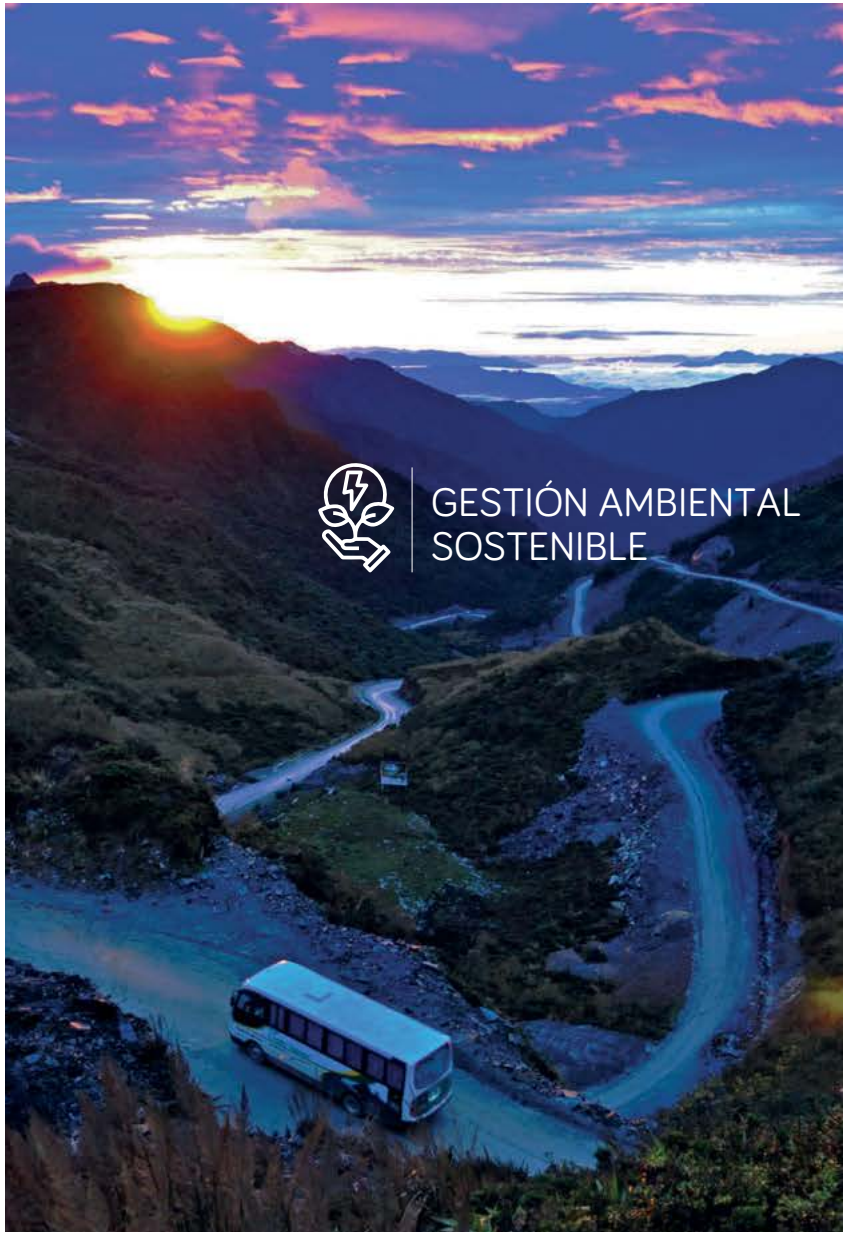
	DIRECTORES	GERENTE	JEFE	COORDINADOR	ANALISTA	ASISTENTE	AUXILIAR
	7	37	100	176	176	124	20
HOMBRES	42,86% (3)	43,24% (16)	59% (59)	61,93% (109)	51,7% (91)	62,9% (78)	60% (12)
MUJERES	57,14% (4)	56,76% (21)	41% (41)	38,07% (67)	48,3% (85)	37,1% (46)	40% (8)

*Dentro de esta población, no se considera al Presidente Ejecutivo

Pasantías

Para Corporación GPF, incorporar pasantes universitarios a las áreas administrativas de la organización, se traduce en brindar una oportunidad para aprender. Las áreas más demandadas para que los pasantes puedan realizar sus prácticas son: Finanzas Corporativas, Desarrollo Organizacional, Operaciones de *Retail*, Control de Riesgos, Experiencia del Cliente y Tecnología. Durante 2017, se contrató un total de 47 pasantes, además a partir de ese año, se incorporaron estudiantes especializados en Ingeniería en Procesos en el moderno Centro de Logística Avanzada de la empresa.

En términos generales, la Corporación busca estudiantes de los últimos años de las carreras de administración y comercial, ingeniería en procesos, tecnología y afines, que tengan espíritu emprendedor, capacidad para aprender y que se adapten a organizaciones dinámicas y competitivas.



Gestión Ambiental

[G4-14]

El compromiso de Corporación GPF con la innovación, la integridad y el trabajo bien hecho se refleja en sus políticas y prácticas ambientales. La empresa gestiona de manera integral sus impactos sobre el entorno, tanto en su proceso operativo como en el conjunto de actividades corriente arriba y corriente abajo.

De acuerdo con el principio fundamental de precaución, la empresa ejecuta un Plan de Manejo Ambiental (PMA), el cual contempla inspecciones, revisión de información de la gestión ambiental, análisis de datos de monitoreos, así como revisión y seguimiento de los requisitos ambientales aplicables. Esta programación le permite llevar un estricto control de cumplimiento con lo establecido en los cuerpos legales ambientales vigentes en el país.

Lucha contra el cambio climático

Emisiones de CO_2

[G4-EN16, G4-EN17, G4-EN18 G4-EN19, G4-EN30]

La gestión de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) de Corporación GPF demuestra claramente su compromiso con la lucha global contra el Cambio Climático. La empresa, con la asesoría de la firma SAMBITO - Soluciones Ambientales Totales -, viene desarrollando una iniciativa de medición de su huella de carbono conforme a lo establecido en la Norma Internacional ISO 14064 sobre las emisiones directas e indirectas de estos gases vinculadas a la operación de Fybeca, SanaSana, y Provefarma.

Se han considerado para el cálculo las emisiones directas e indirectas de CO_2 equivalente (emisiones de alcance 1, 2 y 3) en 20 puntos, entre ellos 14 puntos de venta, bodegas, el Centro de Logística Avanzada y las oficinas administrativas[2].

Emisiones (t CO_2 eq) - 2017

Puntos de emisión	Emisiones alcance 1	Emisiones alcance 2	Emisiones alcance 3	Total
Fybeca (10 PdV)	175	607,32	9,23	**791,55**
SanaSana (7 PdV)	21,41	156,54	0	**177,95**
Provefarma	443,97	1165,27	222,82	**1.832,06**
Total	**640,38**	**1.929,13**	**232,05**	**2.801,56**

Superficie total	**35.404,03**	**Intensidad total de emisiones de CO_2 eq**	**0,07913110457**

Tomando en cuenta la superficie del conjunto de puntos incluidos en esta medición, la intensidad de las emisiones de CO_2 ascendió en 2017 a 0,07913 t CO_2 eq / m^2.

El análisis de la medición parcial de la huella de carbono de Corporación GPF ha permitido establecer que la principal fuente de emisiones proviene de su consumo eléctrico, es decir que corresponde a emisiones indirectas de CO_2 equivalente de alcance 2. Por ello, desde el año 2015 (año base de la medición), la empresa promueve un intenso proyecto de eficiencia energética para disminuir su consumo de energía eléctrica a través del cambio de luminarias convencionales a dispositivos de iluminación LED en el conjunto de sus operaciones. Este tipo de iniciativas ha permitido que las toneladas de CO2 referente a energía eléctrica se reduzcan en un 34,15% en el último año, alcanzando una intensidad de consumo de 130,83 KWh por metro cuadrado de superficie de sus instalaciones en 2017.

En relación con el conjunto de emisiones de gases efecto invernadero, entre 2016 y 2017, la empresa registró en las operaciones referidas, Una reducción de sus emisiones equivalente de alcance 1, 2 y 3 del orden del 27,87% toneladas de CO_2

2. Se trata de una medición parcial de la huella de carbono que no engloba al total de operaciones de la Corporación, sino a una muestra representativa de las mismas.

Compensación de la huella de carbono

A más de la medición de su huella de carbono, Corporación GPF está implementando acciones para mitigar y compensar las emisiones correspondientes. En este contexto, la compañía ha decidido emprender un proceso de compensación a través de la conservación de 1.195 hectáreas de bosque en la reserva ecológica Tinajilla – Río Gualaceño, ubicada en el cantón Limón Indanza en la provincia de Morona Santiago. Con una extensión de 33.000 hectáreas, la reserva alberga especies en peligro de extinción como el oso de anteojos.

Transporte y logística de distribución:

(G4-DMA Transporte, G4-EN30)

Al ser una empresa de *retail*, Corporación GPF no realiza operaciones de producción o transformación, sino únicamente de aprovisionamiento, acopio y distribución. En este sentido, el transporte y la logística de distribución son actividades de gran relevancia y criticidad en el desarrollo de su operación.

Una importante innovación introducida por la empresa con su Centro de Logística Avanzada ha consistido en sustituir el cartón como material de embalaje en la distribución de mercadería hacia los puntos de venta por el uso de gavetas plásticas reutilizables, cuyo promedio de vida es de un año completo. Esta iniciativa permite a la empresa mitigar un importante impacto ambiental derivado del transporte y la logística de distribución de sus productos.

Asimismo, desde 2017, Corporación GPF ha decidido evaluar de manera más contundente los efectos ambientales de su actividad desde un enfoque de cadena de valor. Por ello, ha realizado a lo largo del año mediciones mensuales de la huella de carbono del transporte de mercadería desde el Centro de Logística Avanzada hacia sus distintos puntos de venta a nivel nacional.

La principal fuente de emisión de este proceso se deriva del uso de combustible diésel por las unidades de transporte, las cuales, en su conjunto, emitieron un total de 3.782,77 toneladas de CO_2 equivalente.

Para contrarrestar este impacto, la empresa promueve un proyecto de transporte verde, denominado *BackHaul*. Se trata de un modelo de logística en el que la flota de transporte de mercadería subcontratada por la empresa retorne de su destino hacia su punto de origen con carga útil. De esta manera, se evitará que las unidades regresen vacías y se aproveche el espacio de los camiones que despachan la mercadería con una carga de retorno. A la fecha, no se dispone aún de información exacta y validada que permita establecer el efecto alcanzado en términos de reducción de impactos ambientales de la logística de transporte involucrada. Sin embargo, cualitativamente, se tienen mapeados los siguientes beneficios ambientales dentro de la cadena de valor de la Corporación: reducción del consumo global de combustibles fósiles y reducción de las emisiones indirectas totales de gases de efecto invernadero (alcance 3).

Mitigación del impacto ambiental de los productos

[G4-DMA Mitigación del impacto ambiental de productos, G4-EN27, G4-EN28]

En términos de gestión ambiental orientada al ciclo de vida del producto (LCA, del inglés *Life Cycle Assessment*), Corporación GPF está empezando a adoptar este enfoque integral. Si bien la empresa no dispone aún de un sistema de recuperación de productos vendidos al final de su vida útil o de sus materiales de embalaje, viene desarrollando algunas iniciativas paliativas.

Por ejemplo, con el objeto de mitigar el impacto ambiental de los materiales de embalaje de los productos que comercializa, la empresa entrega a sus clientes en todos sus puntos de venta, bolsas elaboradas con polietileno granulado, las cuales son biodegradables. A su vez, la operación para fabricar estas fundas consiste desde un inicio en el reciclaje de desperdicios plásticos que son transformados mediante un sistema de lavado de serie. Los materiales usados se encuentran dentro de la lista positiva y cumplen con las regulaciones del *Food and Drugs Administration* (FDA), siendo aptos para estar en contacto con alimentos de consumo humano.

En 2017, se facilitaron un total de 487.956 unidades de estas fundas en el conjunto de puntos de venta de la empresa a nivel nacional.

INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA

IDENTIFICACIÓN DE ASUNTOS MATERIALES

ÍNDICE DE CONTENIDOS GRI G4

MEMORIA
DE SOSTENIBILIDAD CORPORACIÓN GPF 2017

IDENTIFICACIÓN DE ASUNTOS MATERIALES 2017

[G4-18, G4-19, G4-20, G4-21, G4-27]

Siguiendo el principio de materialidad definido por el *Global Reporting Initiative* en su guía G4, esta Memoria incorpora el conjunto de asuntos que reflejan los efectos económicos, ambientales y sociales significativos de la actividad de Corporación GPF y que influyen de un modo sustancial en las evaluaciones y decisiones de sus grupos de interés.

Para determinar estos asuntos, se han analizado elementos de gestión de la propia empresa como su enfoque, su estrategia, sus metas y los objetivos planteados por la misma en 2017. Asimismo, se han examinado asuntos de carácter externo, tales como los criterios establecidos en materia de sostenibilidad por diversos expertos sectoriales, a más de las expectativas expresadas directamente por los grupos de interés de la empresa.

Para identificar las expectativas de los grupos de interés de la empresa, se desarrollaron, de la mano de una consultora independiente, los siguientes mecanismos de diálogo:

1) A principios de 2017, se consultó a: i) 95 colaboradores, ii) 45 proveedores, iii) 54 clientes y, iv) 11 informantes clave de la sociedad ecuatoriana entre autoridades, gremios y organizaciones de la sociedad civil para establecer y validar con los mismos un listado completo de expectativas;

2) A finales de 2017, se realizó un proceso de revisión con 7 informantes clave adicionales para determinar el nivel de prioridad de las expectativas previamente identificadas y validadas. la priorización.

A continuación, se presenta de manera compendiada una lista de los aspectos materiales identificados, validados, priorizados y revisados, para cada uno de los cuales se ha establecido su vinculación con los contenidos establecidos en la Guía G4 del GRI.

[G4-27] El conjunto de los aspectos materiales identificados tiene cobertura interna, como externa.

Ello implica que recogen las cuestiones y/o problemas clave planteados por los grupos de interés consultados (colaboradores, proveedores, clientes e informantes clave de la sociedad) a raíz de su participación en los mecanismos de diálogo previamente descritos.

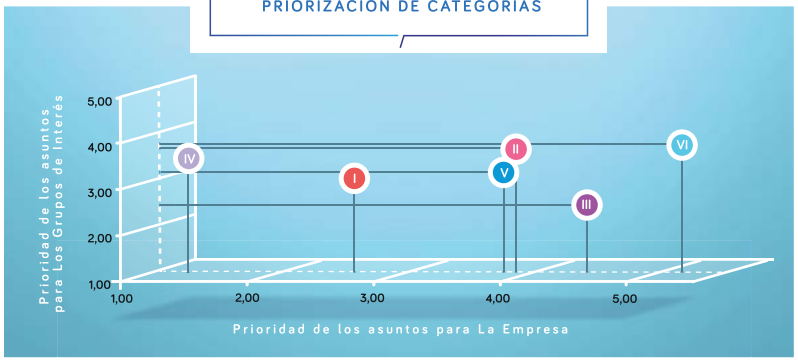
TABLA DE ASUNTOS MATERIALES 2017

[G4-19, G4-20, G4-21, G4-27]

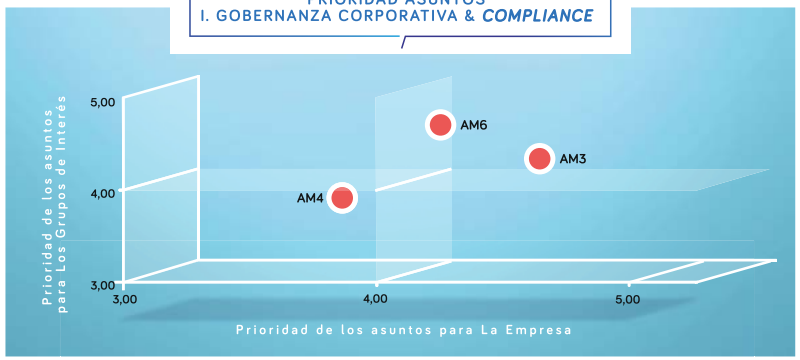
Dimensión	Aspecto	#	Asunto Material	Contenidos GRI asociados
I. Gobernanza Corporativa & Compliance	1.1. Buen gobierno corporativo	AM1	*Mejores prácticas y manejo adecuado de riesgos*	NO MATERIAL
		AM2	*Sólido Gobierno Corporativo con mejores prácticas*	NO MATERIAL
	1.2. Compliance	AM3	*Difusión y observancia del Código de Ética*	CBG G4-56, G4-57, G4-58
		AM4	*Rigurosa observancia y cumplimiento del cuerpo normativo interno y de las leyes y regulaciones del país*	CBE G4-SO4, SO7, SO8, SO11
		AM5	*Cumplimiento regulatorio de productos*	NO MATERIAL
	1.3. Compromiso con la RSE	AM6	*Relaciones proactivas con stakeholders para establecer alianzas estratégicas y buenas prácticas de RSE*	CBG G4-15 y G4-16 CBG G4-24 a G4-27
II. Enfoque de Cadena de Valor eficiente y responsable	2.1. Gestión logística integrada y eficiente	AM7	Centro de Logística Avanzada, elemento clave de la gestión de la empresa con importantes efectos en sostenibilidad	CBG G4-12, G4-13
		AM8	Elevada fiabilidad y eficiencia en la cadena de suministro	CBG G4-12
	2.2. Enfoque sostenible de la cadena de valor	AM9	Evaluación de prácticas laborales en pequeños proveedores	NO MATERIAL
		AM10	Análisis y evaluación ético-social de laboratorios / farmacéuticas previo a la comercialización de sus productos	CBE G4-HR10 y G4-SO9
III. Creación de valor compartido & Gestión Eficiente	3.1. Desempeño y eficiencia operativa	AM11	Estructura organizacional y procesos de gestión eficientes	CBG G4-12
		AM12	Sólida capacidad financiera y liquidez corporativa	CBE G4-EC1
	3.2. Creación de valor compartido	AM13	Generación de valor socioeconómico a nivel local	CBE G4-EC6, EC7, EC8, EC9
		AM14	Desarrollo de capacidades de micro emprendedores y pequeños negocios	NO MATERIAL
IV. Gestión ambiental sostenible	4.1. Sostenibilidad ambiental de la operación	AM15	Consumo de energía en el conjunto de facilidades	NO MATERIAL
		AM16	Gestión de emisiones de gases de efecto invernadero de la cadena de logística	CBE G4-EN15 a G4-EN19
		AM17	Gestión de otras emisiones al aire derivadas de sistemas de refrigeración	G4-EN30
	4.2. Sostenibilidad ambiental de los productos comercializados	AM18	Gestión y disposición final de medicinas y demás productos comercializados	NO MATERIAL
		AM19	Desarrollo de programas para asegurar el retiro eficiente de productos en el final de su vida útil	CBE G4-EN27, EN28 CBE G4-EN28
		AM20	Uso, gestión y disposición de materiales de embalaje	NO MATERIAL
V. Prácticas laborales responsables	5.1. Condiciones de empleo responsables	AM21	Condiciones laborales responsables y trabajo digno	NO MATERIAL
		AM22	Gestión del Talento Humano innovadora para lograr colaboradores satisfechos y comprometidos	CBE G4-LA2 y G4-LA9 a LA11
	5.2. Prácticas laborales seguras	AM23	Prácticas de Seguridad y Salud Ocupacional frente a puestos / trabajos físicamente demandantes	NO MATERIAL
	5.3. Diversidad e igualdad de oportunidades	AM24	Gestión de la igualdad de oportunidades, específicamente en relación con género	CBE G4-LA12, LA13
		AM25	Participación de género en los órganos de gobierno	NO MATERIAL
VI. Responsabilidad con clientes	6.1. Productos accesibles y asequibles	AM26	Estructuración responsable de precios	NO MATERIAL
		AM27	Promoción del acceso a medicinas por parte de personas de rentas bajas	CBE G4-EC8
		AM28	No discriminación en el acceso a productos y servicios	NO MATERIAL
	6.2. Seguridad del consumidor	AM29	Política y prácticas en relación con sustancias controladas y prescripciones.	NO MATERIAL
		AM30	Prevención de errores en el despacho de medicinas	CBE G4-PR1, PR2
		AM31	Información y comunicación al consumidor sobre la seguridad de los productos	NO MATERIAL
		AM32	Política y prácticas en relación al control de calidad de los medicamentos a lo largo de la cadena de valor	CBE G4-PR1, PR2
	6.3. Atención diferenciada y de excelencia	AM33	Portafolio de soluciones diferenciadas que generan una experiencia de compra excelente y personalizada	CBE G4-PR5
	6.4. Privacidad de los clientes	AM34	Privacidad de la información de clientes relativa a su salud y datos personales	NO MATERIAL

[G4-20, G4-21]

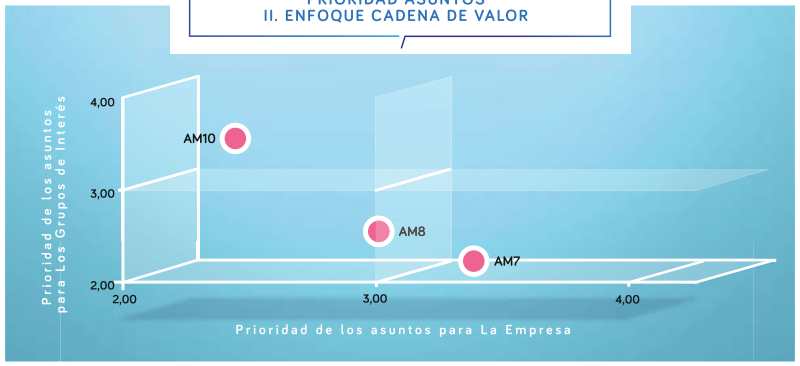
PRIORIZACIÓN DE CATEGORÍAS



PRIORIDAD ASUNTOS I. GOBERNANZA CORPORATIVA & *COMPLIANCE*

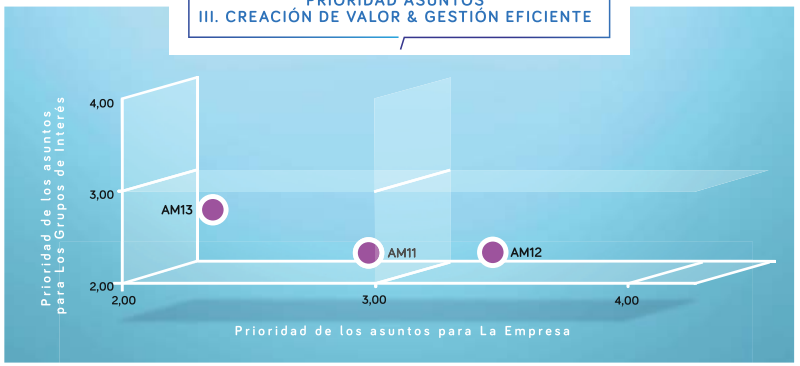


PRIORIDAD ASUNTOS II. ENFOQUE CADENA DE VALOR

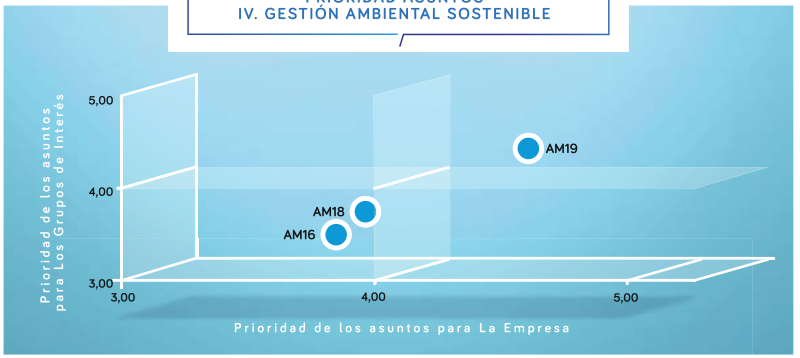


[G4-20, G4-21]

PRIORIDAD ASUNTOS III. CREACIÓN DE VALOR & GESTIÓN EFICIENTE



PRIORIDAD ASUNTOS IV. GESTIÓN AMBIENTAL SOSTENIBLE



PRIORIDAD ASUNTOS V. PRÁCTICAS LABORALES RESPONSABLES

[G4-20, G4-21]

PRIORIDAD ASUNTOS VI. RESPONSABILIDAD CON CLIENTES

Nota: las etiquetas de los puntos se refieren a la clasificación otorgada a los asuntos materiales detallados en la anterior tabla.

ÍNDICE DE CONTENIDO DEL *GLOBAL REPORTING INITIATIVE* GRI G4 - OPCIÓN ESENCIAL "DE CONFORMIDAD"

[G4-32]

Materiality Disclosures Corporación GPF — May 2018 Service

CONTENIDOS BÁSICOS GENERALES

Contenidos Básicos Generales	Página	Verificación	Descripción general de la información reportada
ESTRATEGIA Y ANÁLISIS			
G4-1	6		Declaración del máximo responsable de la organización y su estrategia.
G4-2	6, 9, 14, 17-18		Principales efectos, riesgos y oportunidades significativos de la organización
PERFIL DE LA ORGANIZACIÓN			
G4-3	7		Nombre de la organización.
G4-4	9		Marcas, productos y servicios más importantes de la organización.
G4-5	1		Lugar donde se encuentra la sede de la organización.
G4-6	9		Número de regiones en los que opera la organización.
G4-7	19-20		Naturaleza del régimen de propiedad y su forma jurídica.
G4-8	9		Mercados servidos.
G4-9	9, 17		Escala de la organización
G4-10	17, 86		Desglose de empleados de la organización.
G4-11	87		Porcentaje de empleados cubiertos por convenios colectivos
G4-12	49, 67		Descripción de la cadena de suministro de la organización.
G4-13	6, 17, 68		Cambios significativos durante el periodo objeto de análisis.
G4-14	35, 99		Descripción de cómo aborda la organización el principio de precaución.
G4-15	76		Listado de iniciativas externas que la organización suscribe.
G4-16	76		Listado de las asociaciones y organizaciones a las que la organización pertenece.
ASPECTOS MATERIALES Y COBERTURA			
G4-17	47	SI	Listado de las entidades de los estados financieros consolidados de la organización.
G4-18	105	SI	Proceso para determinar el contenido de la memoria y el límite de cada aspecto.
G4-19	105-106	SI	Listado de aspectos identificados para definir el contenido de la memoria.
G4-20	105-109	SI	Límite dentro de la organización de cada aspecto relevante.
G4-21	105-109	SI	Cobertura fuera de la organización de cada aspecto relevante.
G4-22	7	SI	Consecuencias de las reformulaciones en memorias anteriores.
G4-23	7	SI	Cambios significativos en alcance y límite con respecto a memorias anteriores.
PARTICIPACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS			
G4-24	74	-	Listado de los grupos de interés vinculados a la organización.
G4-25	74	-	Base para la elección de los grupos de interés con los que trabaja la organización.
G4-26	74	-	Enfoque de la organización sobre la participación de los grupos de interés.
G4-27	105-106	-	Cuestiones y problemas clave surgidos de la participación de los grupos de interés.
PERFIL DE LA MEMORIA			
G4-28	7	-	Periodo objeto de la memoria.
G4-29	7	-	Fecha de la última memoria.
G4-30	7	-	Ciclo de presentación de memorias.
G4-31	7	-	Punto de contacto para solventar dudas en relación con la memoria.
G4-32	7, 110	-	Opción de conformidad con la Guía / Índice GRI.
G4-33	7	-	Prácticas respecto a la verificación externa de la memoria.
GOBIERNO			
G4-34	19	-	Estructura de gobierno y comités del órgano superior de gobierno.
ÉTICA E INTEGRIDAD			
G4-56	9	SI	Valores y principios, tales como códigos de conducta o códigos éticos.
G4-58	22	SI	Mecanismos internos y externos de denuncia de conductas poco éticas o ilícitas y de asuntos relativos a la integridad de la organización.

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Omisiones	Verificación	Descripción general de la información reportada
CATEGORÍA ECONÓMICA				
ASPECTO MATERIAL: DESEMPEÑO ECONÓMICO				
G4-DMA	46-47			Información general sobre el enfoque de gestión.
G4-EC1	46			Valor económico directo generado y distribuido.
ASPECTO MATERIAL: PRESENCIA EN EL MERCADO				
G4-DMA	49			Información general sobre el enfoque de gestión.
G4-EC6	49			Porcentaje de altos directivos procedentes de la comunidad local.
ASPECTO MATERIAL: CONSECUENCIAS ECONÓMICAS INDIRECTAS				
G4-DMA	51-52, 54			Información general sobre el enfoque de gestión.
G4-EC7	54, 68			Desarrollo e impacto de la inversión en servicios.
G4-EC8	37-42, 51-52,			Impactos económicos indirectos significativos y alcance.
ASPECTO MATERIAL: PRÁCTICAS DE ADQUISICIÓN				
G4-DMA	49-50			Información general sobre el enfoque de gestión.
G4-EC9	49-50			Porcentaje del gasto que corresponde a proveedores locales.
CATEGORÍA MEDIO AMBIENTE				
ASPECTO MATERIAL: EMISIONES				
G4-DMA	99			Información general sobre el enfoque de gestión.
G4-EN15	99			Emisiones directas de gases efecto invernadero (Alcance 1).
G4-EN16	99			Emisiones indirectas de gases efecto invernadero (Alcance 2).
G4-EN17	99			Otras emisiones indirectas GEI (Alcance3).
G4-EN18	99			Intensidad de las emisiones de gases de efecto invernadero.
G4-EN19	99			Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero.
ASPECTO MATERIAL: PRODUCTOS Y SERVICIOS				
G4-DMA	102			Información general sobre el enfoque de gestión.
G4-EN27	102			Mitigación del impacto ambiental de los productos y servicios.
G4-EN28	102			% de productos vendidos y sus materiales de embalaje, que se recuperan al final de su vida útil
ASPECTO MATERIAL: TRANSPORTE				
G4-DMA	101			Información general sobre el enfoque de gestión.
G4-EN30	101			Impactos ambientales significativos del transporte de productos y materiales utilizados para las actividades de la organización, así como del transporte de personal.
CATEGORÍA: DESEMPEÑO SOCIAL				
SUBCATEGORÍA: PRÁCTICAS LABORALES Y TRABAJO DIGNO				
ASPECTO MATERIAL: EMPLEO				
G4-DMA	85			Información general sobre el enfoque de gestión.
G4-LA2	89			Prestaciones sociales para los empleados con jornada completa, que no se ofrecen a los empleados temporales o de media jornada, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.
ASPECTO MATERIAL: CAPACITACIÓN Y EDUCACIÓN				
G4-DMA	91-92			Información general sobre el enfoque de gestión.
G4-LA9	93-96			Promedio de horas de capacitación anuales por empleado.
G4-LA10	93-96			Programas de gestión de habilidades y formación continua.
G4-LA11	97			% de empleados que reciben evaluaciones del desempeño.
ASPECTO MATERIAL: DIVERSIDAD E IGUALDAD DE OPORTUNIDADES				
G4-DMA	90			Información general sobre el enfoque de gestión.
G4-LA12	91			Composición de órganos de gobierno y desglose de la plantilla.
G4-LA13	91			Relación entre el salario base de los hombres respecto al de las mujeres, desglosado por ubicaciones significativas de actividad.

CONTENIDOS BÁSICOS ESPECÍFICOS

Información sobre el enfoque de gestión e indicadores	Página	Omisiones	Verificación	Descripción general de la información reportada
SUBCATEGORÍA: DERECHOS HUMANOS				
ASPECTO MATERIAL: EVALUACIÓN DE LOS PROVEEDORES EN MATERIA DE DERECHOS HUMANOS				
G4-DMA	71			Información general sobre el enfoque de gestión.
G4-HR10	71			Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relativos a los derechos humanos.
SUBCATEGORÍA: SOCIEDAD				
ASPECTO MATERIAL: LUCHA CONTRA LA CORRUPCIÓN				
G4-DMA	21			Información general sobre el enfoque de gestión.
G4-SO4	22			Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción.
ASPECTO MATERIAL: PRÁCTICAS DE COMPETENCIA DESLEAL				
G4-DMA	22			Información general sobre el enfoque de gestión.
G4-SO7	22			Procedimientos legales por prácticas monopolísticas y contra la libre competencia.
ASPECTO MATERIAL: CUMPLIMIENTO				
G4-DMA	21			Información general sobre el enfoque de gestión.
G4-SO8	22			Valor monetario de las multas significativas y número de sanciones no monetarias por incumplimiento de la legislación y la normativa.
ASPECTO MATERIAL: EVALUACIÓN DE LA REPERCUSIÓN SOCIAL DE LOS PROVEEDORES				
G4-DMA	71			Información general sobre el enfoque de gestión
G4-SO9	71			Porcentaje de nuevos proveedores que se examinaron en función de criterios relacionados con la repercusión social.
ASPECTO MATERIAL: MECANISMOS DE RECLAMACIÓN POR IMPACTO SOCIAL				
G4-DMA	22			Información general sobre el enfoque de gestión.
G4-SO11	22			Número de reclamaciones sobre impactos sociales presentado, abordado y resuelto mediante mecanismos formales de reclamación.
SUBCATEGORÍA: RESPONSABILIDAD SOBRE PRODUCTOS				
ASPECTO MATERIAL: SALUD Y SEGURIDAD DE LOS CLIENTES				
G4-DMA	31-32			Información general sobre el enfoque de gestión.
G4-PR1	32-34			% de categorías de productos y servicios significativos, cuyos impactos en materia de salud y seguridad se han evaluado para promover mejoras.
G4-PR2	35			N° de incidentes derivados del incumplimiento de la normativa.
ASPECTO MATERIAL: ETIQUETADO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS				
G4-DMA	30			Información general sobre el enfoque de gestión.
G4-PR5	30			Resultados de las encuestas para medir la satisfacción de los clientes.

Nota Importante - columna "Verificación":
Esta columna señala aquellos contenidos e indicadores que han sido sometidos a un proceso de verificación externa