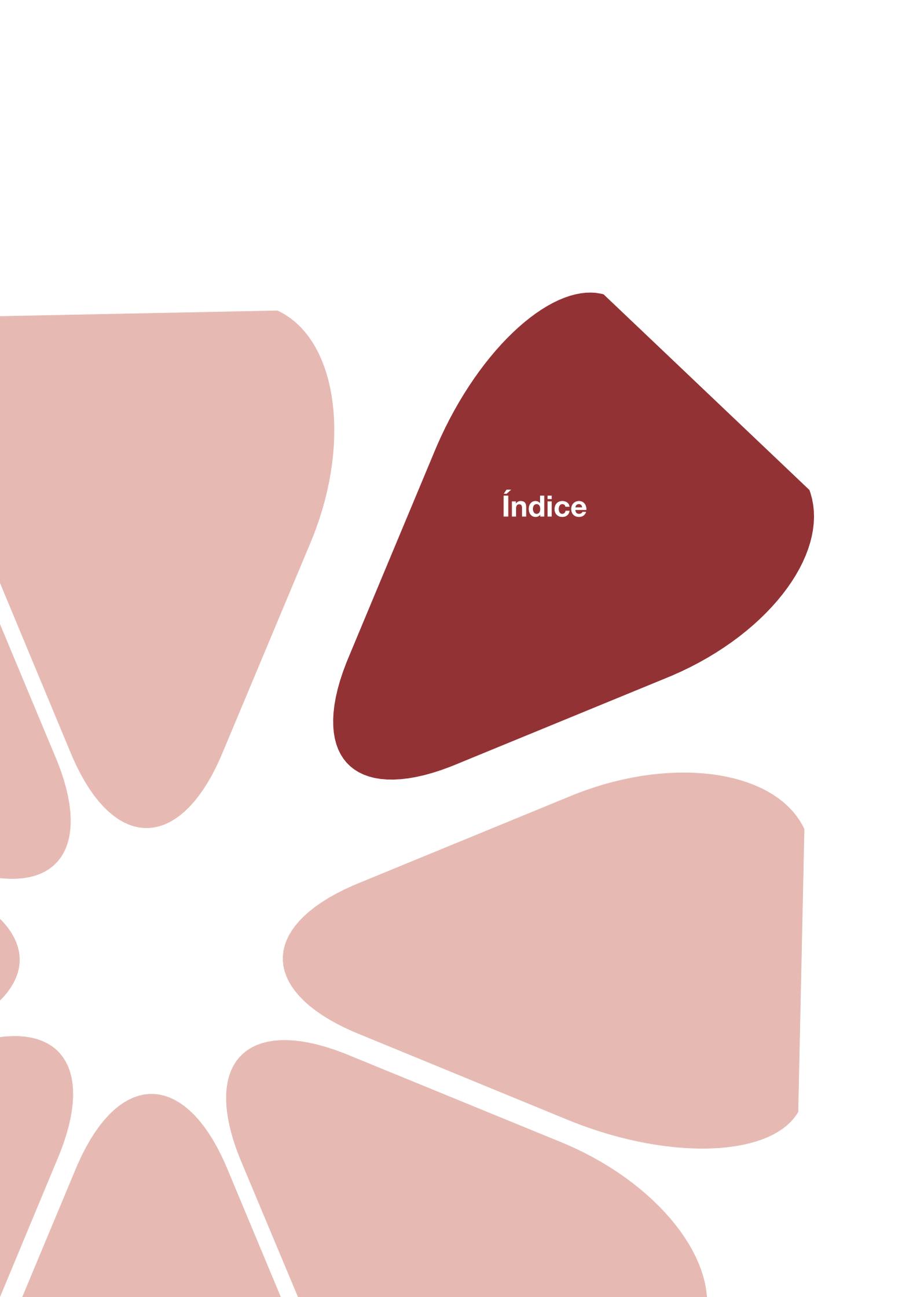


MEMORIA DE  
**RESPONSABILIDAD  
SOCIAL CORPORATIVA**

**2014**





# Índice



Presentación.....	07
Alcance de la memoria.....	09
Hechos relevantes de 2013-2014.....	10
Perfil de la organización.....	13
Misión, visión y valores.....	14
Naturaleza de la organización.....	14
Órganos de gobierno corporativo.....	15
Capacitación de los miembros del máximo órgano de gobierno.....	18
Procedimiento de evaluación del máximo órgano del gobierno con respecto al desempeño económico, ambiental y social.....	18
Colegiados.....	19
Estructura organizativa.....	20
Pertenencia a asociaciones.....	22
Participación y colaboración con instituciones.....	22
Principales magnitudes económicas.....	22
Servicios.....	27
Servicios.....	28
Servicios colegiales.....	28
Comunicación.....	29
Tecnologías.....	29
Servicios Jurídicos.....	29
Modelo de Gestión.....	31
El sistema de gestión de RSC en el COFM.....	32
Código ético y transparencia.....	33
Objeto y ámbito.....	33
Junta de Gobierno.....	33
Colegiados.....	34
Empleados.....	34
Administración pública.....	34
Sociedad: entorno ambiental y social.....	35
Proveedores.....	36
Organizaciones y profesionales del sector.....	36
Plan de comunicación y sensibilización.....	37
Plan estratégico.....	37
Objetivos de calidad y medioambiente 2013.....	40
Objetivos de calidad y medioambiente 2014.....	41

Grupos de interés.....	43
Relación con los grupos de interés.....	44
Diálogo con los grupos de interés.....	44
Identificación de grupos de interés y de sus expectativas.....	44
Comunicación con los grupos de interés.....	49
Empleados.....	53
Perfil del equipo del COFM.....	54
Desarrollo y carrera profesional.....	56
Comunicación interna.....	57
Canales de comunicación interna.....	57
Encuesta clima socio-laboral.....	57
Igualdad de oportunidades, diversidad y no discriminación.....	58
Beneficios sociales.....	58
Prevención de riesgos laborales, salud y seguridad.....	58
Comité de empresa.....	61
Acción social.....	63
Condiciones para desarrollar las líneas de acción.....	65
Áreas de intervención.....	66
Campañas de educación sanitaria a la población en la oficina de farmacia.....	67
Día del colegiado.....	68
Fiesta infantil del COFM.....	69
Programa social.....	70
Cultura y ocio.....	73
Educación y formación.....	73
Compromisos adquiridos.....	75
Medio ambiente.....	77
Política ambiental.....	78
Sistema de gestión ambiental.....	79
Gestión de residuos.....	81
Emisiones a la atmósfera.....	81
Consumo de recursos.....	82
Generación de vertidos.....	82
Situaciones anormales o de emergencia.....	82
Formación y sensibilización ambiental.....	83
Actuaciones y objetivos de mejora.....	84



## CARTA DEL PRESIDENTE

Esta memoria de responsabilidad social corporativa (RSC) es la tercera elaborada por el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid (COFM), fruto del compromiso adoptado por nuestra organización para la integración de la RSC en la gestión del COFM. Con ella pretendemos facilitar a nuestros grupos de interés de una forma transparente la información más relevante sobre las actuaciones llevadas a cabo en el ámbito económico, social y medioambiental.

Los compromisos de Colegio, que se desarrollan en esta memoria, se han basado en la identificación de las líneas estratégicas y objetivos que plantea el desarrollo sostenible para la organización, con el objeto de generar valor para los grupos de interés desde una triple perspectiva: la solidez económica, el compromiso social y el respeto ambiental.

No quiero terminar sin agradecer a todos los que han hecho posible la nueva memoria de RSC. En ella encontrarás nuestra contribución activa y voluntaria a la mejora sostenible de la Comunidad de Madrid, ámbito de acción de este Colegio Oficial de Farmacéuticos.

D. Luis J. González Díez  
PRESIDENTE





## Alcance de la memoria

---

El presente documento recoge las principales actuaciones del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid en el contexto de sostenibilidad durante los años 2013 y 2014 independientemente de que se incluya una serie de información adicional histórica y de contexto.

Para la elaboración de esta Memoria se ha seleccionado la información considerada como más significativa identificada en cada una de las áreas del COFM, destacando por su especial relevancia la obtenida del despliegue de acciones enmarcadas dentro del Plan de Responsabilidad Social Corporativa.

Esta Memoria se elabora con una periodicidad bienal.

La Memoria del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid está disponible en formato electrónico en nuestra página web:



Los lectores que deseen disponer de **información adicional** pueden dirigirse a:

**Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid**

Gerencia de Calidad y Actividades Técnico Profesionales

C/ Santa Engracia, 31- 28010 Madrid

Teléfono: 91 406 84 80

Fax: 91 406 8495

Correo electrónico: [pilar.riaza@cofm.es](mailto:pilar.riaza@cofm.es)



### 2013

---

#### Marco Económico difícil

---

#### Catálogo de servicios

---

#### SISCATA e implantación de receta electrónica

---

#### Acuerdos de colaboración

- Renovación del convenio financiero con Bancofar
  - La Fundación Real Madrid, Sanitas y la Universidad Europea de Madrid se unen al programa “En Enfermedades raras Sumamos todos” impulsado por el COFM y FEDER
  - Acuerdo entre el COFM y la Cámara de Comercio Alemana para la capacitación de farmacéuticos españoles que deseen trabajar en Alemania
  - Acuerdo marco de colaboración con la Federación de Municipios de Madrid
  - Colaboración con el Día Mundial de la Psoriasis 2013
- 

#### INFARMA Barcelona 2013 y preparación de INFARMA Madrid 2014



### 2014

---

**Elecciones colegiales**

---

**INFARMA Madrid 2014**

---

**Cambios en la Ley de Ordenación y Atención Farmacéutica**

---

**Cartera de servicios de las oficinas de farmacia**

---

**La receta electrónica ya está disponible en todo Madrid**

---

**Ayudas a las farmacias de viabilidad económica comprometida**

---

**Mejoras en el acceso al Servicio de Información Técnica del COFM**

---

**Denuncia del Concierto con la Consejería de Sanidad y comienzo de las negociaciones**

---

**Ventajas para el Colegiado**

---

**Día del Colegiado 2014**

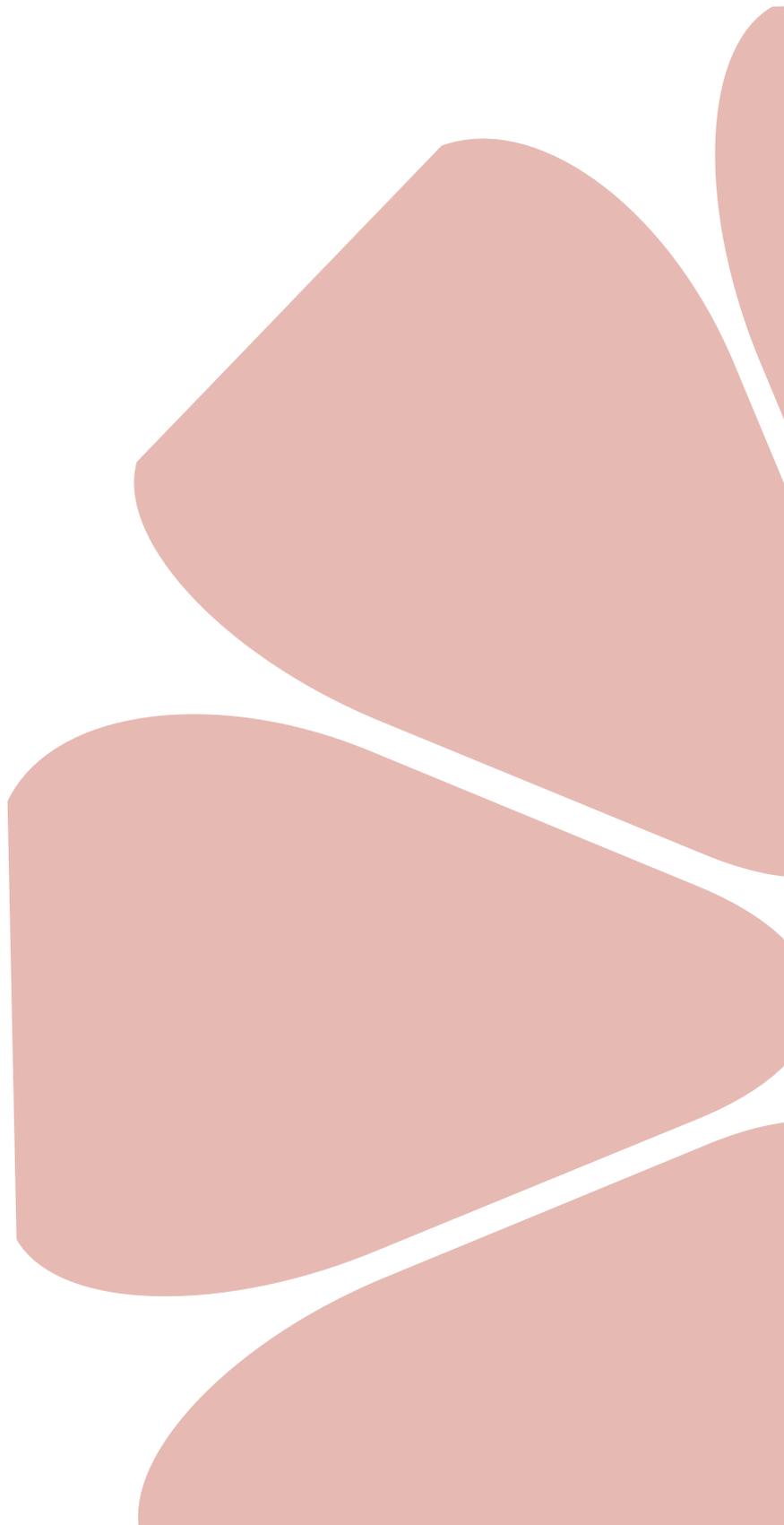
---

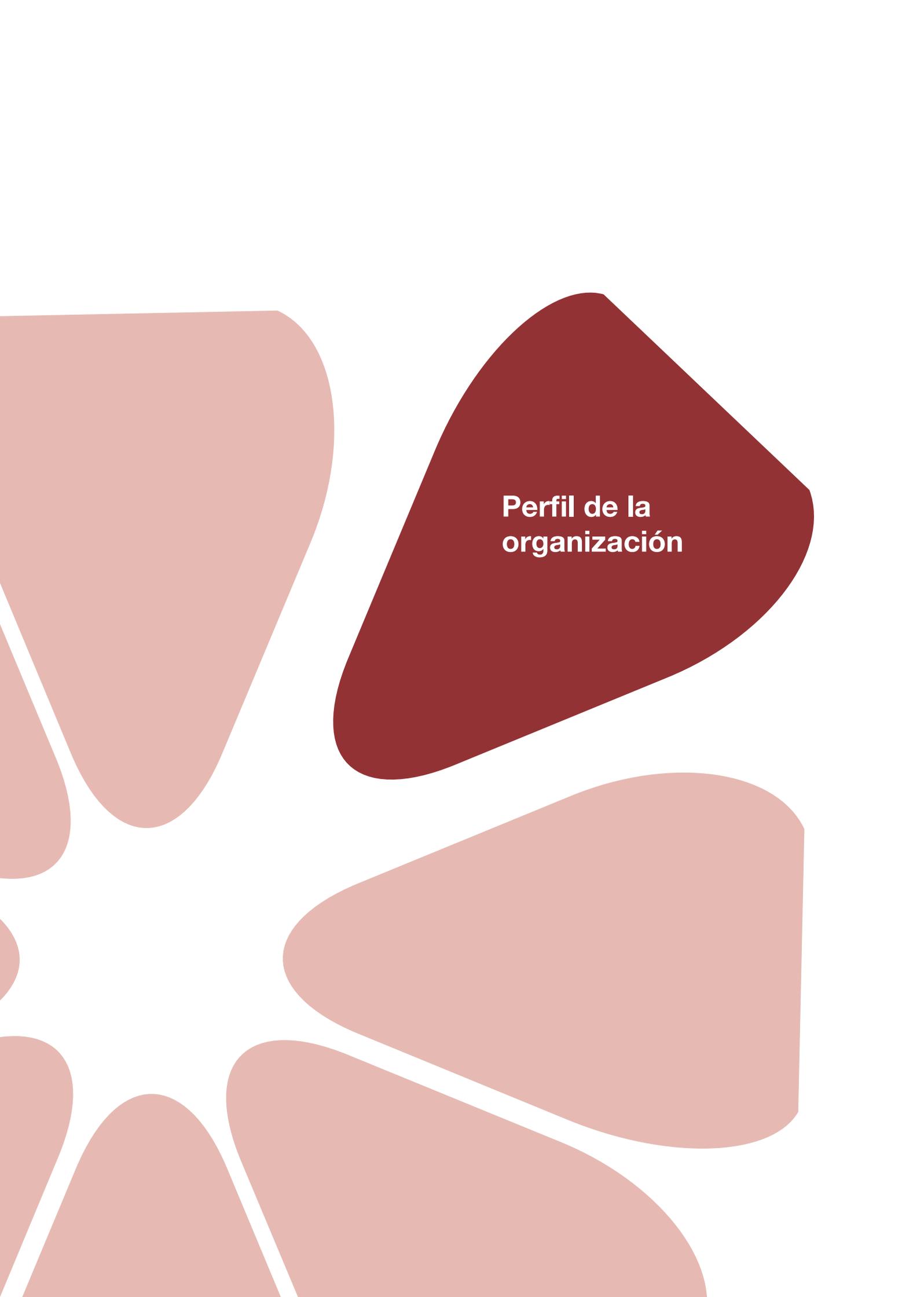
**Proyectos de nuevos reglamentos**

Reglamento de régimen interno de la Junta de Gobierno

Reglamento de régimen interno de la Comisión Permanente

Reglamento de régimen interno de la Comisión Deontológica





**Perfil de la  
organización**



## Misión, visión y valores

### Misión

- Velar por la satisfacción de los intereses generales relacionados con el ejercicio de la profesión farmacéutica.
- La prestación exclusiva de la profesión en el ámbito de su competencia.
- La defensa de los derechos e intereses profesionales de los colegiados.
- La ordenación del ejercicio profesional para el logro del mayor prestigio y progreso de la actividad farmacéutica.
- La mejora permanente de los niveles cultural, científico, económico y social de los colegiados, para lo cual el COFM podrá promover y fomentar toda clase de iniciativas y desarrollar los sistemas idóneos de previsión y protección social.
- La cooperación con los poderes públicos en la defensa y promoción de la salud.

### Visión

Prestar al colegiado un servicio excelente, innovador en técnicas y herramientas informáticas, transparente en su gestión, comprometido con una gestión ambiental responsable y aspirando a una formación continua de sus profesionales en la mejora de sus capacidades científico-técnicas.

### Valores

- Sostenibilidad
- Formación
- Salud pública
- Vocación de servicio
- Responsabilidad
- Código deontológico
- Diálogo permanente
- Ética

## Naturaleza de la organización

El colegio oficial de farmacéuticos de Madrid (COFM), como corporación de derecho público con personalidad jurídica propia y plena capacidad para el cumplimiento de sus fines y, cuyo ámbito territorial y de actuación coincide con el de la Comunidad Autónoma de Madrid, se constituyó, como Colegio profesional obligatorio, de acuerdo con el Real Decreto de 23 de octubre de 1916 y sobre la base del Real Decreto de 12 de abril de 1898 que, a su vez, tuvo su antecedente legal en la Real Cédula de Felipe V del 21 de agosto de 1737.

En la actualidad, este Colegio se rige por la Ley de Colegios Profesionales de 13 de febrero de 1974; la Ley de Colegios Profesionales de la Comunidad de Madrid 19/1997, de 11 de julio y por sus propios Estatutos, aprobados y publicados por Orden 731/1999, de 14 de abril, de la Consejería de Presidencia de la Comunidad de Madrid y modificados posteriormente.

El COFM tiene su domicilio en la calle Santa Engracia, 31, 28010 Madrid y cuenta con una plantilla de aproximadamente 93 empleados.

El COFM es la agrupación de todos los licenciados en Farmacia que ejerzan la profesión y tengan su domicilio profesional, único o principal, en su ámbito territorial, además de la de aquellos que, no estando obligados legalmente a incorporarse al mismo, voluntariamente quieran hacerlo, siendo su estructura interna y funcionamiento plenamente democráticos. Sus órganos de gobierno son la Asamblea General y la Junta de Gobierno.

# Perfil de la Organización

## Órganos de gobierno corporativo

### Asamblea general

Máximo órgano de Gobierno: La Asamblea General es el supremo y soberano órgano colegial constituido por todos los colegiados que acuden al lugar y hora señalados en las convocatorias y a la que anualmente la Junta de Gobierno informa sobre su gestión, rinde cuenta de la gestión económica del año precedente y somete a aprobación el proyecto de presupuestos del año siguiente.

- En 2013 hubo 2 Asambleas Generales ordinarias, una el 23 de mayo y otra el 14 de diciembre; la primera de liquidación de cuentas y la segunda de proyecto de presupuestos.
- En 2014 hubo 2 Asambleas Generales ordinarias, una el 16 de junio y la otra el 18 de diciembre; la primera de liquidación de cuentas y la segunda de proyecto de presupuestos.

### Junta de Gobierno

Órgano ejecutivo y representativo del Colegio cuyo Presidente lo es también de la Asamblea. Está formado actualmente por 12 mujeres y 10 hombres. La Junta de Gobierno es elegida por votación por todos los colegiados cada 4 años y se reúne ordinariamente, al menos, 22 veces al año.

#### 2013 Y DEL 1 DE ENERO AL 16 DE JUNIO DEL 2014

##### Presidente

D. Alberto García Romero

##### Secretario

D. Luis Joaquín González Díez

##### Tesorero:

D. Antonio Moreno Ortega

##### Vicepresidenta 1ª

D.ª Mercedes González Gomis

##### Vicepresidente 2º:

D. Antonio López Lafuente

##### Vicesecretaria

D.ª Ana María Quintas Rodríguez

##### Vicetesorera (Contadora)

D.ª María Remedios Piñol Carrió

##### Vocal de Titulares de Oficina de Farmacia

D. Jaime Antonio Acosta Gómez

##### Vocal de Dermofarmacia y Productos Sanitarios

D.ª Carmen Corpas Fernández

##### Vocal de Titulares de Farmacia Rural

D. Jesús David Quirós Quirós

##### Vocal 4e Ejercientes en Oficina de Farmacia, no Titulares

D.ª Almudena Garriga Gamarra

##### Vocal de Industria

D. Fernando Caro Cano

##### Vocal de Alimentación y Nutrición

D.ª Eladia Franco Vargas

##### Vocal de Analistas

D.ª Marta García Collía

##### Vocal de Hospitales

D.ª Alicia Herrero Ambrosio

##### Vocal de Docencia e Investigación

D.ª María del Carmen Martín Gómez

##### Vocal de Técnicos Superiores de Salud Pública y en la Administración

D.ª Eladia Franco Vargas

##### Vocal de Distribución

D.ª Luz Lourdes Lewin Orozco

##### Vocal de Óptica, Optometría y Audioprótesis

D.ª Margarita Carrillo Poyato

##### Vocal de Ortopedia

D.ª María del Carmen Mijimolle Cuadrado

##### Vocal de Plantas Medicinales

D.ª Felisa Repilado Grillo

##### Vocal de No Ejercientes

D.ª Teresa Zamorano Romero

##### Vocal de Formulación Magistral

D. Rafael Puerto Cano



DEL 17 DE JUNIO AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014

**Presidente**

D. Luis Joaquín González Díez

**Secretaria**

D.<sup>a</sup> Mercedes González Gomis

**Tesorero**

D. Antonio Moreno Ortega

**Vicepresidente 1º**

D. Manuel Martínez del Peral Mayor

**Vicepresidenta 2ª**

D.<sup>a</sup> María Remedios Piñol Carrió

**Vicepresidente 3º**

D. Luis Panadero Carlavilla

**Vocal de Titulares de Oficinas de Farmacia**

D. Óscar López Moreno

**Vocal de Dermofarmacia y Productos Sanitarios**

D.<sup>a</sup> Rosalía Gozalo Corral

**Vocal de Titulares de Farmacia Rural**

D.<sup>a</sup> María Teresa Castaños Dorrego

**Vocal de Ejercientes en Oficinas de Farmacia No Titulares**

D.<sup>a</sup> Isabel Sofía Corral de Frutos

**Vocal de Industria**

D. Fernando Caro Cano

**Vocal de Alimentación y Nutrición**

D.<sup>a</sup> Pilar León Izard

**Vocal de Especialidades en el Laboratorio Clínico**

D.<sup>a</sup> Clara Martínez Gaité

**Vocal de Hospitales**

D. Alberto Morell Baladrón

**Vocal de Docencia e Investigación**

D.<sup>a</sup> María Pilar Varela Gallego

**Vocal de Salud Pública y/o en la Administración**

D.<sup>a</sup> Consuelo Garrastazu Díaz

**Vocal de Distribución**

D. Juan Jorge Poveda Álvarez

**Vocal de Óptica, Optometría y Audioprótesis**

D.<sup>a</sup> Margarita Carrillo Poyato

**Vocal de Ortopedia**

D.<sup>a</sup> Nieves Mijimolle Cuadrado

**Vocal de Plantas Medicinales**

D. César Valera Arnanz

**Vocal de No Ejercientes**

D.<sup>a</sup> María Teresa Zamorano Romero

**Vocal de Formulación Magistral**

D. José Antonio Sánchez-Brunete Santos

## Perfil de la Organización

---





## Comisión permanente

La Comisión Permanente del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid, regulada en los Estatutos Colegiales en los artículos 30 y 31, se constituye cuando la Junta de Gobierno lo considera conveniente para mayor agilidad de sus trabajos. Está formada por el Presidente, Secretario, Tesorero, Vicepresidentes 1, 2 y 3, y Vocal representante de titulares de OF. También asiste (de manera permanente), el Director General del COFM, con voz pero sin voto.

La Comisión Permanente puede tomar acuerdos que, para su validez definitiva, deben de ser comunicados a la Junta de Gobierno, y sus atribuciones son velar por la ejecución de los acuerdos de la Junta de Gobierno, preparar las reuniones de la misma y resolver cuantos asuntos de trámite y de carácter urgente se le planteen. La Comisión Permanente se reúne ordinariamente tantas veces como la Junta de Gobierno.

## Presidente

Representante legal del Colegio y de la Junta de Gobierno, correspondiéndole las funciones establecidas en los Estatutos colegiales. Ostenta un cargo ejecutivo dentro de la organización.

## Capacitación de los miembros del máximo órgano de gobierno

Nuestro máximo órgano de gobierno es una asamblea de colegiados formada por los que asisten, luego la capacitación consiste en que se encuentren colegiados y asistan a dicha asamblea.

## Procedimiento de evaluación del máximo órgano del gobierno con respecto con respecto al desempeño económico, ambiental y social

En esta organización no se evalúa al máximo órgano de gobierno, sino que es quien evalúa a la Junta de Gobierno, que es el órgano ejecutivo. Asimismo, el procedimiento de evaluación en cuanto a la gestión, comportamientos, decisiones políticas, etc. de la Junta de Gobierno (teniendo en cuenta aspectos ambientales, sociales y de buen gobierno) es mediante el rendimiento de resultados a la Asamblea, recogido en el capítulo III de los Estatutos.

## Colegiados



## Perfil de la Organización

**2013** 11.269 colegiados y 2.830 oficinas de farmacia

**2014** 11.751 colegiados y 2.834 oficinas de farmacia

Año	Total colegiados	Hombres	Mujeres
2007	9.959	2.481 (25%)	7.478 (75%)
2008	10.157	2.511 (25%)	7.646 (75%)
2009	10.364	2.542 (25%)	7.822 (75%)
2010	10.552	2.545 (25%)	8.007 (75%)
2011	10.829	2.564 (24%)	8.265 (76%)
2012	10.955	2.568 (24%)	8.387 (76%)
2013	11.269	2.636 (23%)	8.633 (77%)
2014	11.751	2.717 (23%)	9.034 (77%)

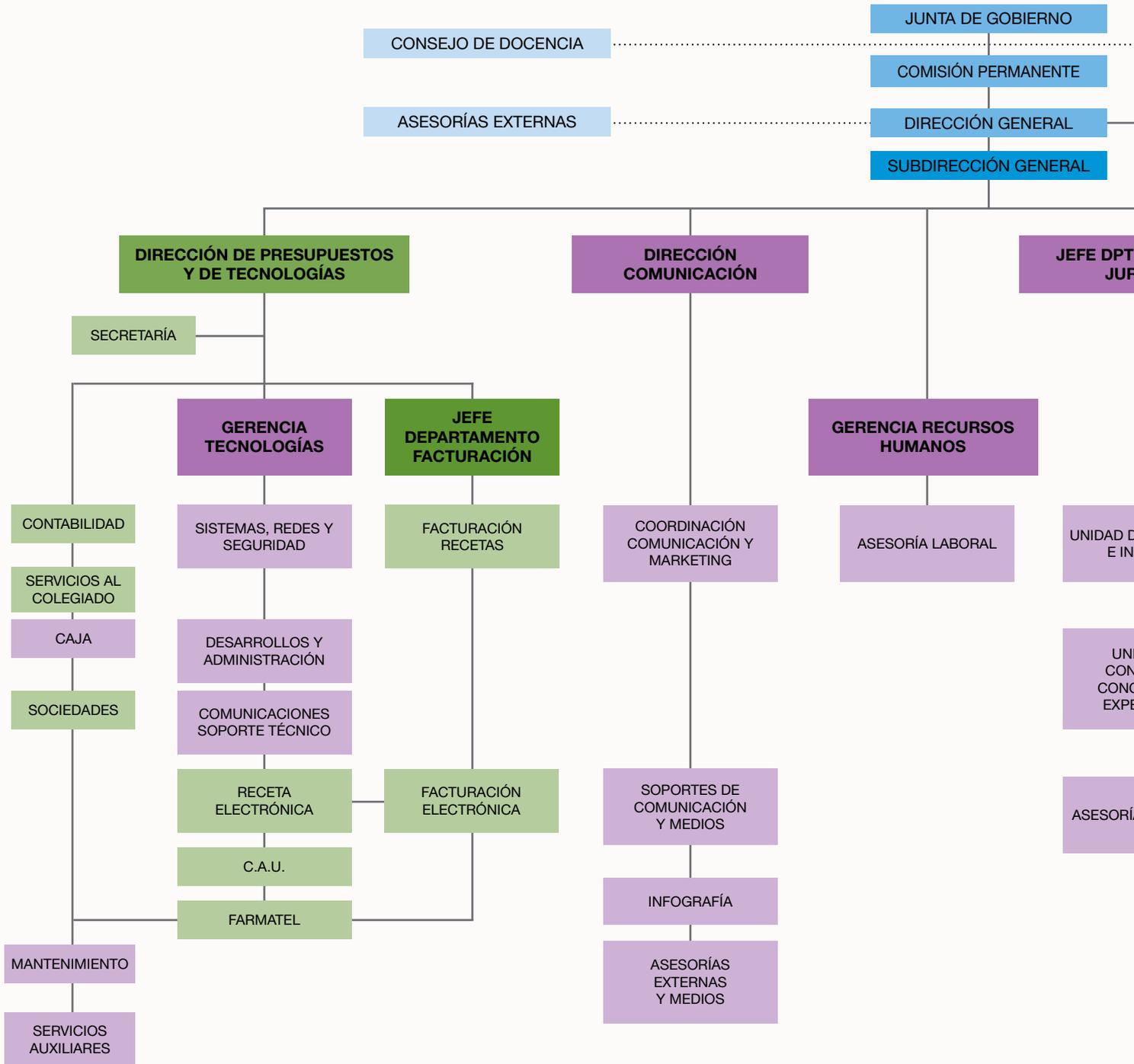
### Distribución de Colegiados por grupos de edad

Edad	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Menores de 35 años	2.372	2.219	2.098	2.133	2.124	2.168	2.399
Entre 35 y 44 años	2.977	3.084	3.162	3.233	3.181	3.202	3.181
Entre 45 y 54 años	2.038	2.149	2.148	2.223	2.246	2.327	2.468
Entre 55 y 64 años	1.077	1.122	1.256	1.379	1.520	1.647	1.726
Entre 65 y 69 años	466	512	503	482	458	448	442
Mayores de 70 años	1.227	1.278	1.321	1.379	1.426	1.477	1.535

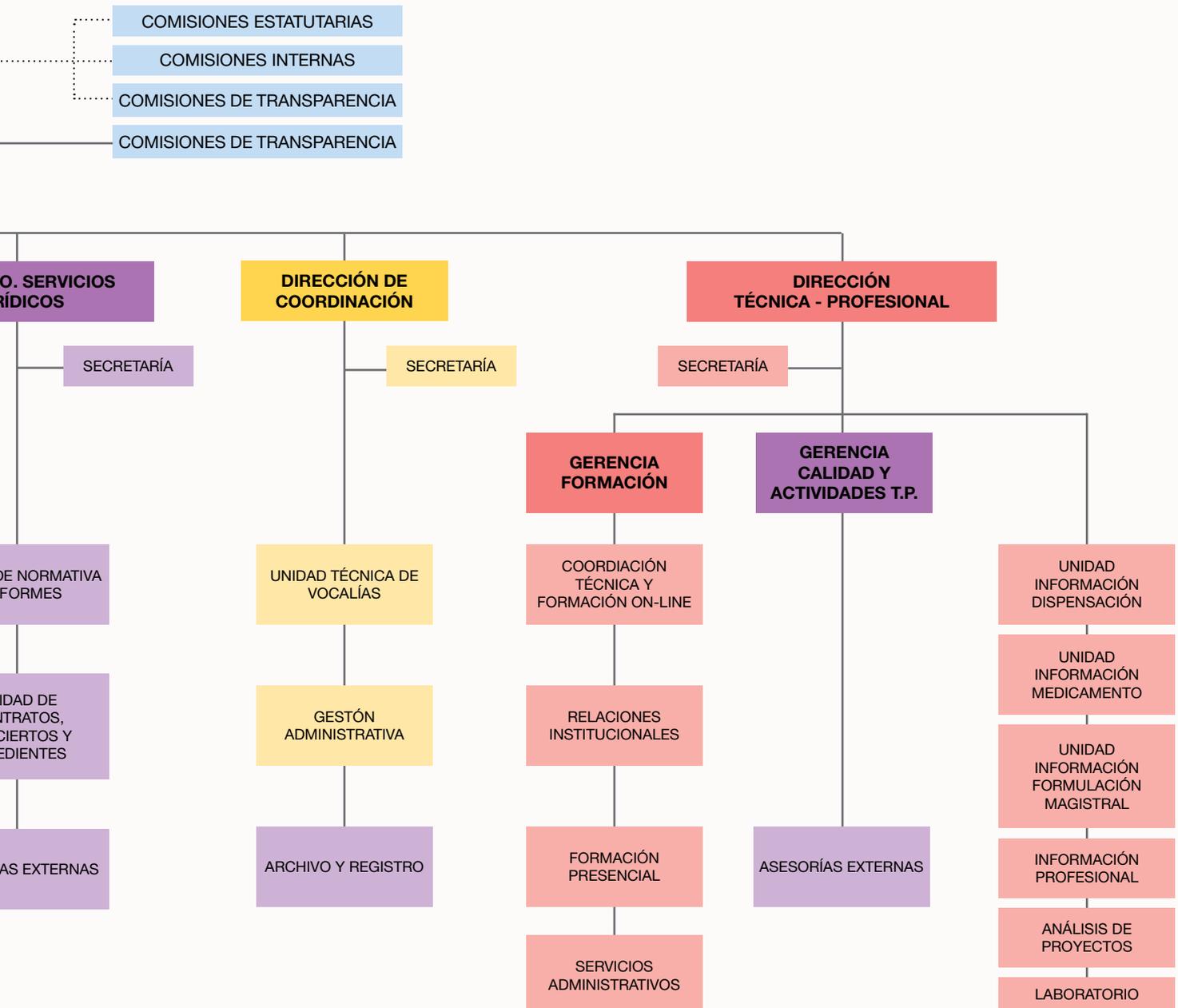


## Estructura organizativa

La estructura organizativa interna se muestra en el esquema a continuación:



# Perfil de la Organización



Servicios transversales

Madrid, 24 de Agosto de 2014  
El Secretaría



## Pertenencia a asociaciones

El Colegio pertenece a las siguientes asociaciones:

- Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos de España
- Unión Interprofesional
- EHFCN (Lucha contra el fraude de los Sistemas Sanitarios), de la cual es socio fundador.

## Participación y colaboración con instituciones

**2013** Colaboración con entidades: 129 convenios de colaboración

**2014** Colaboración con entidades: 141 convenios de colaboración

## Principales magnitudes económicas

En las Memorias Anuales COFM 2013 y 2014 se detallan la información económica, si bien a continuación incluimos los datos más relevantes:



## Perfil de la Organización

En la Memoria Anual del COFM se detalla la información económica, si bien a continuación incluimos los datos más relevantes:

Principales indicadores económicos			
INDICADOR	EJERCICIO		Δ%
	2013	2014	
1. Ingresos	16.910.783,89 €	16.888.181,29 €	-0,13%
2. Gastos (Con variación de existencias)	16.629.798,92 €	16.237.228,06 €	-2,36%
3. Resultados	280.984,97 €	650.953,23 €	131,67%
4. Fondo de Maniobra (*)	1.115.358,08 €	2.250.435,49 €	101,77%
5. Nº de recetas facturadas	103.997.904	105.906.529	1,84%
6. P.V.P. facturado (*)	1.370.397.527,53 €	1.433.027.733,06 €	4,57%
7. Ingresos por cuotas de facturación	8.278.355,66 €	7.907.104,87 €	-4,48%
8. Número de Colegiados	11.269		4,29%
9. Ingresos por cuotas de colegiación	2.135.471,97 €	2.089.463,74 €	-2,15%
10. Ingresos por servicios y otros recursos (1-7-9)	6.496.956,26 €	6.891.612,68 €	
% sobre Ingresos (10/1)	38%	41%	6,07%
11. Número de jubilados con prestación de jubilación	1.014	1.046	3,16%
12. Saldo del Fondo de Prestaciones	3.021.500,40 €	2.420.418,66 €	-19,89%

### Liquidación de los presupuestos y resultados del ejercicio

En el ejercicio económico de 2013 se produjo una desviación de gastos del 7.04%. La desviación de ingresos fue del 8.66%. Finalmente el superávit obtenido en el 2013 fue de 280.984,97 euros.

En el ejercicio económico 2014 se produjo una desviación de gastos del 2.99%. La desviación en ingresos fue del 7.01%. Finalmente, el superávit obtenido en el año 2014 fue de 650.953,23 euros.



## Situación financiera y patrimonial

### Fondo de maniobra

Ejercicios	2010	2011	2012	2013	2014
Cifra del Fondo de Maniobra	1.852,1	2.990,4	3.399,13	1.115,36	2.250,43
Cifra de Recuperación	362,7	1.138,3	408,74	-2.283,77	1.135,07
Recuperación acumulada	1.170,6	2.308,9	2.717,64	433,87	1.568,94

### Fondo de Prestaciones por Fallecimiento y Jubilación (Cifras en miles de euros)

Año	2010	2011	2012	2013	2014
Dotaciones (INPUTS)	1.415,65	1.376,49	1.545,05	1.419,52	2.250,43
%Δ	5,78%	-2,76%	12,34%	-8,12%	
Prestaciones (OUTPUTS)	1.264,46	1.327,37	1.360,63	1.415,15	1.660,54
%Δ	3,75%	4,98%	2,51%	4,01%	17,34%
Saldo del Fondo	2.782,35	2.831,47	3.017,13	3.021,50	2.250,43
%Δ	5,75%	1,77%	6,56%	0,14	-25,51%
Colegiados Prestatarios	907	937	967	1.014	1.040
%Δ	4,01 %	3,31 %	3,20 %	4,86 %	2,56 %

### Facturación de recetas

El ejercicio 2013 finalizó con un descenso en el número de recetas del 7.18%, un descenso del PVP del 3.07% y una disminución del gasto de facturación del 5.02%. El precio medio por receta se situó en 13.18%, lo que supone un incremento de un 4.43% con respecto al año anterior.

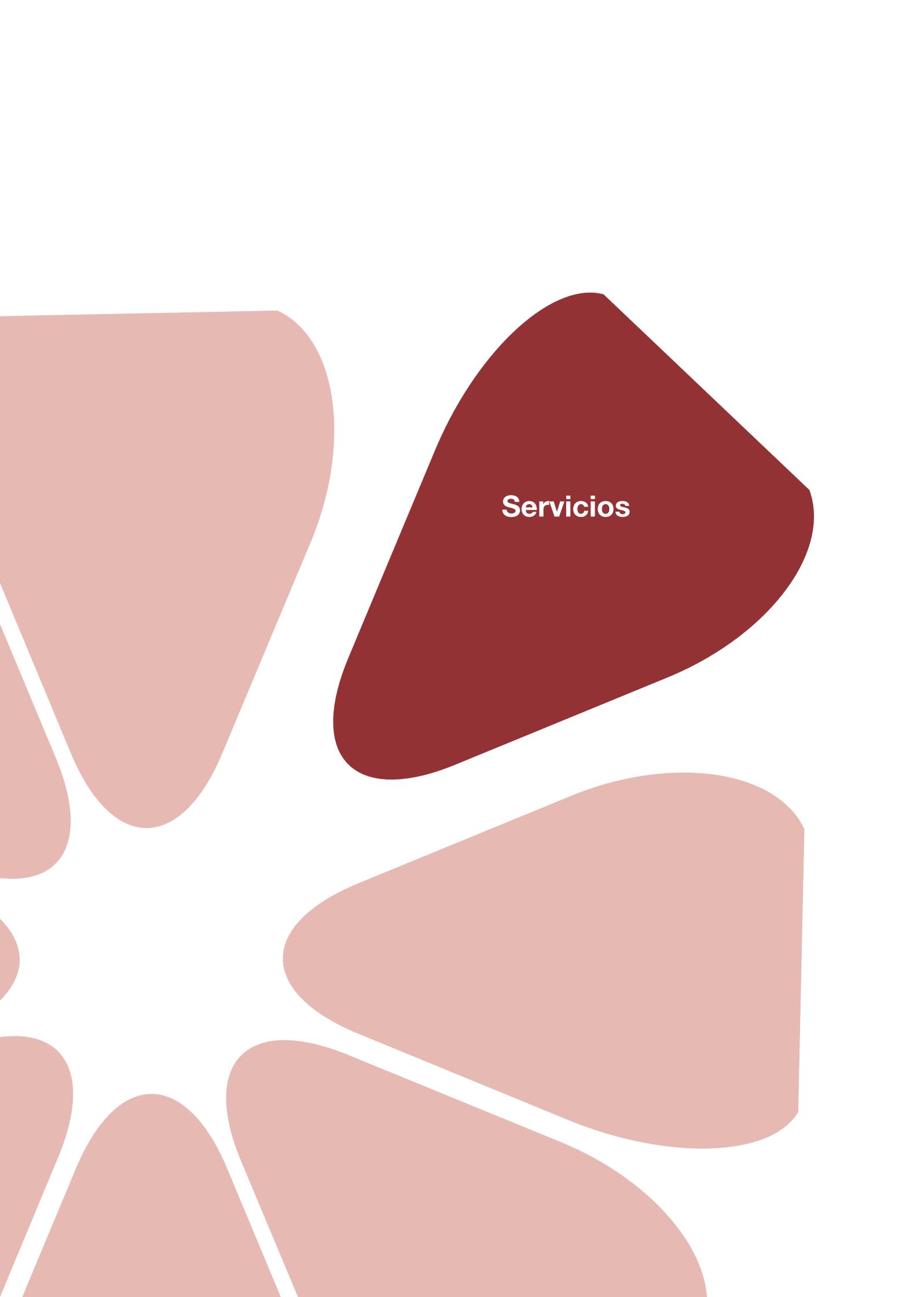
En el año 2014, el ejercicio finalizó con un incremento en el número de recetas del 1.84%, un incremento del PVP del 4.57% y un aumento del gasto de facturación del 5.57%. El precio medio por receta se situó en 13.53 euros, lo que supuso un 2.69% mayor que en el año anterior.

## Perfil de la Organización

---





The image features a white background with several overlapping, organic, rounded shapes in various shades of red and pink. The shapes are arranged in a way that creates a sense of depth and movement. One prominent shape in the upper right is a dark red color and contains the word "Servicios" in white, bold, sans-serif font. Other shapes in lighter shades of pink and red are scattered around it, some overlapping and some partially cut off by the edges of the frame.

**Servicios**



## Servicios

A continuación podemos ver la diversidad de servicios ofrecidos por el COFM. La información sobre los mismos se encuentra ampliada en nuestra página web [www.cofm.es](http://www.cofm.es)

### Servicios incluidos en la cuota colegial

- Contabilidad
- Consultoría Jurídica
- Facturación de recetas
- Gestión Administrativa (Secretaría Técnica)
- Información Profesional
- Prestaciones Sociales (jubilación, fallecimiento y minusvalía)
- Servicio de Información Técnica
  - Dispensación de Recetas
  - Farmacia Asistencial/ Atención Farmacéutica
  - Información del Medicamento
  - Formulación Magistral

### Servicios de contratación voluntaria

- Actividades Culturales
- Asesoría Técnica Farmacéutica
- Calidad y Farmacia (CALYFA )
- Consultoría Contable-Fiscal
- Formación Continuada y Docencia
- Gestión de Personal y Seguros
- Guía de Buenas Prácticas ambientales
- Guía de Buenas Prácticas
- Gestión de Residuos
- Laboratorio
  - Toxicología
  - Análisis de aguas
- Programa DDD (desinfección, desinsectación y desratización)
- Protección de Datos
- Responsabilidad Social Corporativa
- Venta de impresos y publicaciones
- Verificación y Calibración de equipos de medida

## Servicios colegiales

### Servicios Técnicos

**2013:** 211.137 consultas atendidas en las diferentes unidades

**2014:** 200.692 consultas atendidas en el Servicio de Información Técnica y 63.000 en el CAU de receta electrónica/ SISCATA. + [información aquí](#)

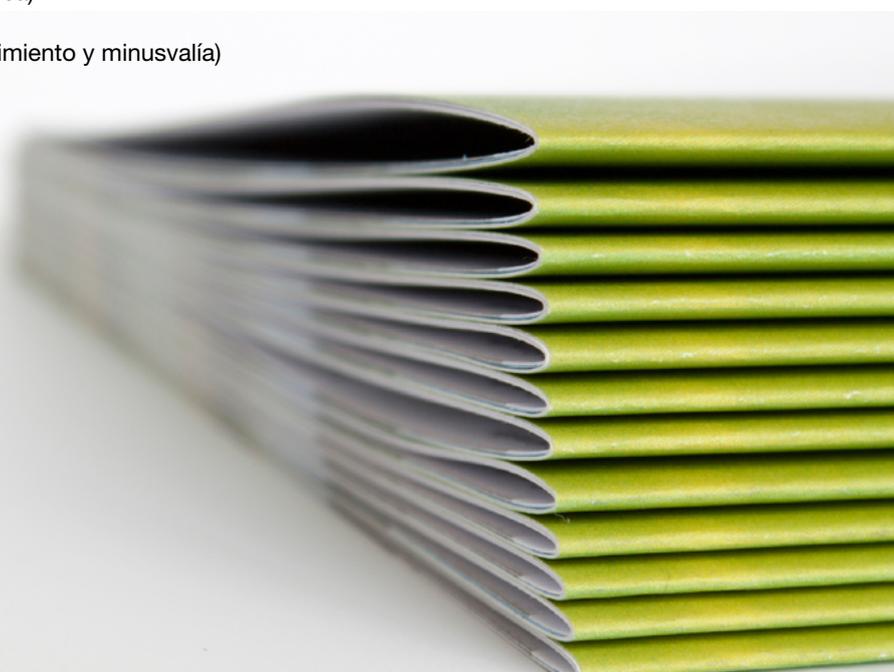
### Atención Jurídica al Colegiado

**2013:** 367 consultas atendidas + [información aquí](#)

**2014:** 320 consultas de colegiados respondidas. + [información aquí](#)

### Asesoría Laboral para Colegiados

**2014:** 509 consultas resueltas



### Facturación de Recetas

**2013:** 103.997.904 recetas facturadas por un valor de 1.370.397.527,53 € (PVP)

**2014:** 105.906.529 recetas facturadas por un valor de 1.433.027.733,06€ (PVP)

### Prácticas Tuteladas

**2014:** 438 farmacias acreditadas, 720 tutores y 555 alumnos. [+ información aquí](#)

### Formación

**2013:** 1869 alumnos y 41 acciones formativas [+ información aquí](#)

**2014:** 4.803 alumnos y 70 acciones formativas [+ información aquí](#)

### Servicios no incluidos en la cuota

**2013:** 474 clientes en Protección de Datos, 610 en Consultoría Laboral, 161 en Consultoría Contable-Fiscal y 183 de Consultoría Farmacéutica. 833 colegiados se beneficiaron del servicio de Farmatel. [+ información aquí](#)

**2014:** 493 clientes en Protección de Datos, 599 en Consultoría Laboral, 157 en Consultoría Contable-Fiscal y 133 de Consultoría Farmacéutica. 883 oficinas de farmacia y 355 colegiados se beneficiaron del servicio de Farmatel. [+ información aquí](#)

### Laboratorio

**2013:** 73.368 muestras de orina analizadas, 134 muestras de agua analizadas y 920 litros de solución de clorhidrato de metadona elaborados. [+ información aquí](#)

**2014:** 74.578 muestras de orina analizadas, 171 muestras de agua analizadas y 782 litros de solución de clorhidrato de metadona elaborados. [+ información aquí](#)

### Servicio de Atención a Consumidores. Ventanilla Única

**2013:** 39 quejas, 11 recibidas mediante el registro colegial y 5 mediante distintas OMIC (Oficina Municipal de Información al Consumidor) municipales, habiendo sido resueltas en su totalidad.

**2014:** 57 reclamaciones de usuarios resueltas. [+ información aquí](#)

## Comunicación

**2013:** 741 envíos a colegiados, 711 impactos y apertura de nuevos canales de comunicación. [+ Información aquí](#)

**2014:** 804 envíos a los colegiados, 995 impactos en prensa y presencia en 6 redes sociales. [+ Información aquí](#)

## Tecnologías

**2013:** Despliegue completo de la VPN (red privada virtual) que permitió el arranque de SISCATA. Participación activa en el despliegue de receta electrónica y desarrollo de un aplicativo web con el fin de gestionar la asistencia a las sesiones de formación. Diseño de otro aplicativo web de solicitud previa para la obtención del certificado digital. Por último, en el mes de mayo se puso en funcionamiento FARMACLOUD, un repositorio de documentación donde están disponibles los documentos profesionales que se generan en el COFM y que con anterioridad se enviaban a los colegiados por correo postal. Se atendieron por parte de la Gerencia de Tecnologías 2.100 llamadas de colegiados. [+ información aquí](#)

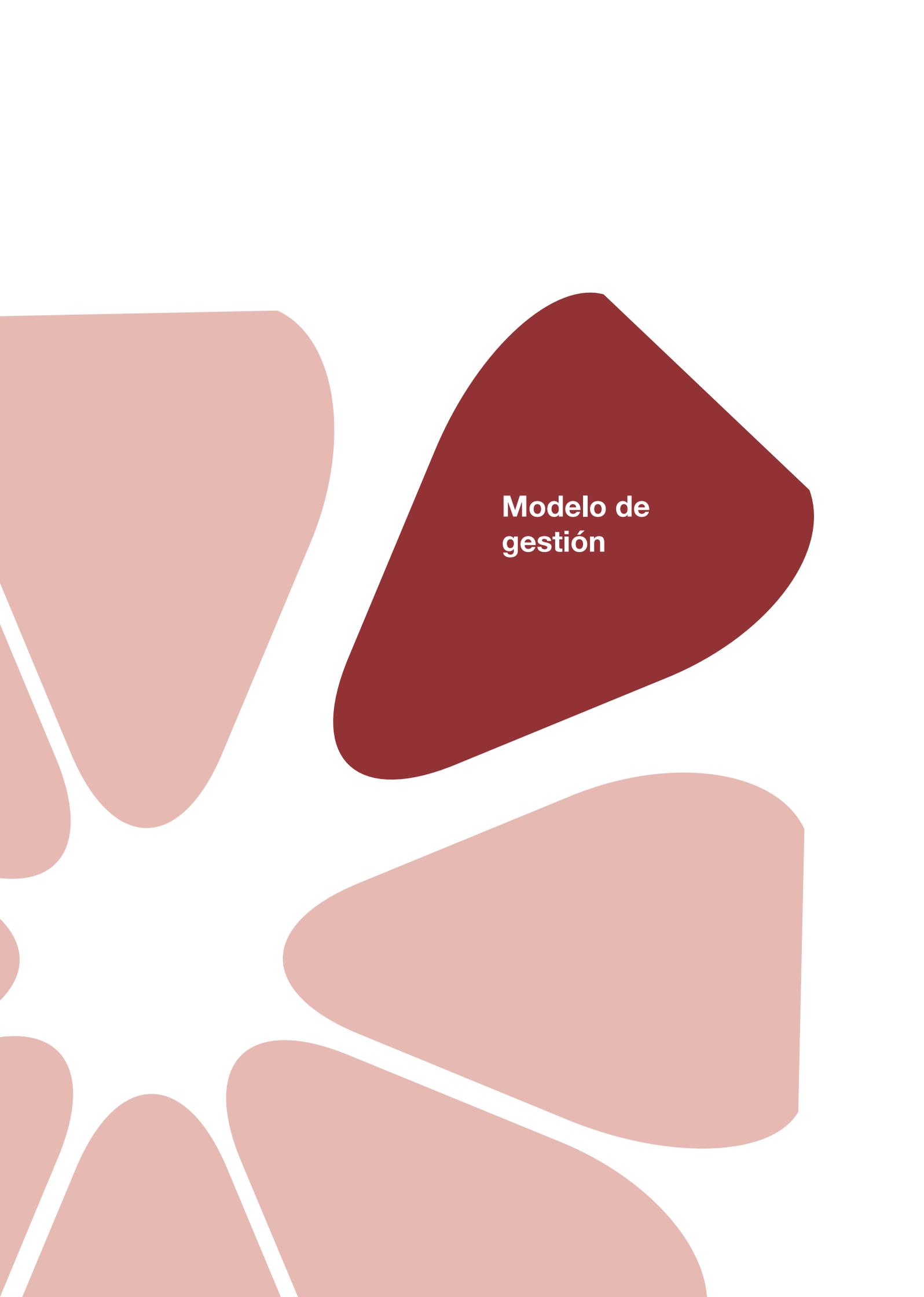
**2014:** Impartición de sesiones de formación de receta electrónica y desarrollo de aplicaciones internas y para la gestión de Prácticas Tuteladas. [+ información aquí](#)

## Servicios jurídicos

**2013:** Más de 302 informes y 18 convenios suscritos o prorrogados. [+ información aquí](#)

**2014:** Más de 250 informes emitidos y 12 convenios suscritos o prorrogados. [+ información aquí](#)





**Modelo de  
gestión**



## El sistema de gestión de RSC en el COFM

Nuestra adaptación continua a un entorno en permanente cambio está haciendo en los últimos años que la misión y visión de nuestra organización evolucione hacia la sostenibilidad, como generador de valor para nuestros grupos de interés.

### Política de RSC

1. Impulsar de forma permanente, desde la alta dirección, proyectos de mejora que permitan prestar cada día unos servicios de mayor calidad y con probada eficiencia a los farmacéuticos, administraciones públicas y ciudadanos.
2. Disponer de medios humanos y materiales suficientes para cumplir eficientemente nuestros objetivos.
3. Constituir una relación de mutuo beneficio con nuestros proveedores como parte fundamental para la consecución de nuestros objetivos, manteniendo relaciones sólo con aquellos que desarrollan su actividad dando cumplimiento a la normativa aplicable y siendo respetuosa con los Derechos Humanos.
4. Establecer un diálogo fluido con la Administración con canales de comunicación específicos y atendiendo las nuevas necesidades por igual.
5. Promover el desarrollo personal, laboral y familiar de todos nuestros empleados en base a las necesidades detectadas, creando un ambiente de oportunidades laborales donde se fomente la promoción profesional como vía para retener el talento en la organización y desarrollando medidas concretas de conciliación.
6. Colaborar con organizaciones del sector farmacéutico para la definición de propuestas de acción con el fin de orientar la organización hacia un modelo de desarrollo sostenible.
7. Estar comprometidos con el desarrollo económico, social y ambiental, siendo el eje principal de nuestra gestión la potenciación de la salud pública y la solidaridad con los grupos más desfavorecidos.
8. Proteger el medio ambiente en la planificación de nuestros objetivos, impulsando el desarrollo de nuevas tecnologías para la mejora de la eficiencia del servicio y fomentando el ahorro energético.

### Comité de RSC en el COFM

Órgano de carácter consultivo e informativo, que tiene como misión principal el asesoramiento en materia de responsabilidad social. Las responsabilidades del Comité de RSC se concretan en las siguientes:

1. Apoyar la implantación y el desarrollo del sistema de responsabilidad social corporativa y garantizar su correcto mantenimiento.
2. Proponer a la dirección las acciones que se consideren oportunas acerca de las incidencias y conflictos que se produzcan por supuestas faltas al código de conducta.
3. Llevar a cabo la revisión del sistema de gestión de responsabilidad social corporativa.
4. Supervisar que la dirección proporciona los recursos adecuados (y necesarios) para alcanzar el cumplimiento del sistema de responsabilidad social corporativa.
5. Asesorar a la dirección sobre sugerencias y propuestas de mejora.
6. Asegurar la identificación de las partes interesadas, así como la eficacia de los canales de diálogo y comunicación con las mismas.
7. Apoyar e impulsar la implantación e integración del sistema de gestión de responsabilidad social corporativa

en sus áreas de responsabilidad.

8. Analizar las sugerencias recibidas de los empleados en materia de RSC.
9. Definir y realizar el seguimiento de las acciones acordadas en cada reunión del Comité.
10. Supervisar el cumplimiento del código de conducta

La gestión de RSC en el COFM arranca con la identificación de sus grupos de interés en el seno de este Comité para posteriormente identificar aspectos relevantes para los mismos a partir del análisis de la información obtenida a través del diálogo. Tomando como base los aspectos relevantes para nuestros grupos de interés elaboramos nuestro Plan de Responsabilidad Social.

Nuestro Plan de Responsabilidad Social constituye la base para la definición de acciones futuras en materia de responsabilidad social, entre las que se encuentra la presente Memoria de Responsabilidad Social Corporativa según los requisitos definidos por GRI.

### Código ético y transparencia

Nuestro código ético de conducta permite establecer al COFM una serie de compromisos de conducta con sus grupos de interés en relación con los valores y principios que promueve. El código de conducta pretende ser una herramienta para implantar y potenciar una cultura de RSC como función básica e integrada en el sistema de gestión integrado de calidad y medio ambiente, pretendiendo divulgar la misión, visión y valores como proyecto común de la organización y promover también una mayor credibilidad y reputación.

Por otro lado, el COFM ha elaborado un Código Deontológico con el objetivo de difundir el conocimiento y cumplimiento de la deontología profesional entre los farmacéuticos colegiados.

Igualmente, en esta línea de acciones, el COFM es miembro fundador del EHFCN, “Lucha Contra el Fraude de los Sistemas Sanitarios”, con el objetivo de promover e implementar de forma coordinada acciones que reduzcan el fraude y la corrupción en los sistemas sanitarios europeos.

#### 1. Objeto y ámbito

El Código de Conducta del COFM tiene por objeto la definición de los compromisos de conducta que han de cumplirse en su desempeño diario con los grupos de interés para la implantación y mejora continua de sus valores a través de la potenciación de prácticas correctas de gestión de su actividad.

Este Código de Conducta se estructura según los grupos de interés identificados en el COFM.

El ámbito de aplicación del presente Código de Conducta abarca todas las competencias y servicios prestados por el Colegio en sus relaciones con los grupos de interés

#### 2. Junta de Gobierno

**Compromiso** El COFM se compromete a proporcionar los recursos necesarios para el cumplimiento de los compromisos adquiridos en nuestro Código de Conducta, asegurando su disposición a toda la organización y sus partes interesadas.

La Junta de Gobierno impulsará y potenciará las prácticas correctas derivadas del cumplimiento de este Código de Conducta para las diferentes áreas de gestión y compromisos con todos los grupos de interés. Así mismo, nombrará un Comité de Responsabilidad Social de carácter consultivo e informativo sobre las actuaciones realizadas y progreso de las mismas.



### 3. Colegiados

**Alta calidad de servicios** El COFM tiene como misión satisfacer las necesidades y expectativas de sus colegiados de forma equitativa, ofreciéndoles siempre un alto nivel de calidad en sus servicios.

Así pues, se utilizan los mejores medios disponibles para la prestación de un servicio de calidad encaminado a satisfacer las necesidades de los colegiados, tanto en el asesoramiento que se proporciona como en la prestación del servicio, estando a la vanguardia de las nuevas tecnologías y orientados siempre a la mejora continua tomando como base un Sistema de Gestión de Calidad UNE-EN ISO 9001.

**Establecimiento de relaciones de igualdad** El COFM trabaja día a día para nuestros colegiados, exigiéndonos un trato equitativo hacia todos ellos, no pudiendo desarrollar acciones que favorezcan las actividades de alguno en particular, ni distinguir su relación con atenciones, regalos o reconocimientos a los que no hayan optado de forma igualitaria.

**Confianza y comunicación adecuada** Como conclusión, se establece que la línea de trabajo del COFM mencionada con anterioridad se encamina a conseguir la confianza de nuestros colegiados, ratificándola con una comunicación transparente y eficiente, para lo que se han establecido canales de comunicación específicos para cada grupo de interés y complementados con nuestra página web donde se publica toda la información de interés, garantizando la información necesaria en tiempo y forma.

Igualmente, la comunicación que desarrolla el COFM, se rige por los principios de transparencia, veracidad y respeto, estableciendo un proceso interno de revisión y evaluación de su cumplimiento antes de hacerse pública.

### 4. Empleados

**Desarrollo profesional** El principal activo del COFM son sus empleados, motivo por el que se promueve un desarrollo personal en base a las necesidades detectadas, creando un ambiente de oportunidades laborales donde se fomenta la promoción profesional y la movilidad funcional interna como vías para retener el talento en la organización.

**Conciliación vida laboral y familiar** Debido a la evolución que se ha experimentado en el sector empresarial, el COFM cree fundamental que sus empleados puedan disponer de una vida familiar perfectamente compatible con su vida laboral, para lo cual desarrolla medidas concretas de conciliación y se compromete a su mejora continua en base a nuevas necesidades detectadas.

**Integración** A través de valores compartidos y reconocimiento de las contribuciones se favorece la integración del personal, creando y manteniendo modelos éticos que facilitan las relaciones de los empleados, fomentan un entorno de trabajo libre, donde la motivación, la igualdad de oportunidades y el trato priman por encima del resto.

**Gestión de la seguridad y la salud** El COFM establece medidas preventivas para garantizar la seguridad y la salud de los empleados, a través de las cuales se les dota de la información y los medios necesarios para conocer y cumplir las normas de protección. También se proporciona un ambiente de trabajo que respete la salud y la dignidad de cada una de las personas y que potencie el sentimiento de unidad a través del trato justo y respetuoso con los compañeros, superiores o subordinados.

**Comunicación fluida** Para conseguir todo lo anterior, el COFM pone a disposición de todos los empleados canales de comunicación, de uso regular y sistemático, donde la información es bidireccional. Se consigue así que el empleado esté informado de cambios en la organización y pueda exponer sus sugerencias, quejas o conflictos, de forma absolutamente confidencial.

### 5. Administración pública

El desarrollo de la actividad del COFM en la Comunidad de Madrid proporciona beneficios directos que se traducen en un aumento de la calidad de vida de sus habitantes.

**Colaboración con la Comunidad Autónoma de Madrid** Con este objetivo y desde las competencias del Colegio, nos comprometemos a colaborar y participar activamente en su desarrollo, estableciendo acuerdos y convenios con la Administración beneficiosos para ambas partes.

**Diálogo permanente** Con la finalidad de mejorar la relación con la Administración, se establece un diálogo fluido, con canales de comunicación específicos, definiendo los interlocutores más apropiados para cada caso y atendiendo las nuevas necesidades por igual, definiendo nuestro compromiso para que intereses particulares o de cualquier otro tipo puedan verse beneficiados.

**Trabajo constante** El COFM se compromete a seguir trabajando en el esfuerzo por conseguir y mantener ese diálogo transparente con la predisposición de colaborar en el desarrollo de las comunidades afectadas por el servicio prestado y con el compromiso de involucrarse en nuevos proyectos que contribuyan a su desarrollo presente y futuro.

## 6. Sociedad: entorno ambiental y social

### Entorno ambiental

El COFM desarrolla acciones específicas de formación, sensibilización y motivación dirigidas a conseguir el respeto del entorno donde tienen lugar sus actividades, contribuyendo a la conservación del medio ambiente.

**Sistema de gestión medioambiental** El COFM ha implantado un Sistema de Gestión Medioambiental (según la Norma UNE EN ISO 14001:2004) con el que se desarrollan técnicas ambientales para la reducción de riesgos en emergencias y accidentes, se revisan periódicamente las acciones de prevención y se adoptan soluciones técnicas.

**Cooperación estrecha con organismos relacionados** También se ha considerado esencial mantener una estrecha relación de cooperación constante con los organismos legislativos y con las distintas administraciones locales, autonómicas y nacionales, contribuyendo a la mejora ambiental del entorno y la minimización del impacto ambiental de la actividad.

**Compromiso medioambiental del COFM** Expuesto todo lo anterior, el COFM tiene en cuenta el impacto sobre el entorno que origina su actividad, comprometiéndose a proteger el medio ambiente en la planificación de sus objetivos, impulsando el desarrollo de nuevas tecnologías para la mejora de la eficiencia del servicio y fomentando el ahorro energético a través del uso de energías renovables.

### Entorno social

**Colaboración con las comunidades** El COFM se compromete a colaborar con las comunidades locales en las que presta sus servicios, para lo que define varias propuestas de acción con el fin de orientar la organización hacia un modelo de Desarrollo Sostenible.

**Información amplia de nuestros servicios** El COFM ofrecerá a la sociedad la información de servicios y actividades que realiza mediante los mecanismos adecuados (información en prensa, Internet y otros medios) para el acceso libre y transparente.

**Difusión de nuestras actuaciones** La publicación de la Memoria de Responsabilidad Social y del Código de Conducta, el Plan de Acción, su difusión y validación, la potenciación de la página corporativa en Internet o la iniciativa que presenta este mismo Código de Conducta como compromiso con la implantación del modelo de Responsabilidad Social, constituyen muestras evidentes de la integración de las actuaciones del COFM en ámbitos como seguridad en el ejercicio de la profesión, la gestión ambiental, la accesibilidad o la cooperación con la sociedad.



## 7. Proveedores

**Relaciones mutuamente beneficiosas** El COFM considera a sus proveedores como parte fundamental para la consecución de sus objetivos, buscando constituir con ellos una relación mutua que permita un equilibrio de beneficios.

**Contratación transparente y objetiva** La contratación de nuevos proveedores se realiza mediante el establecimiento de procedimientos adecuados basados en la objetividad y la adecuación al presente Código de Conducta.

Los empleados que participen en la selección de nuevos proveedores y procesos de contratación no utilizarán su posición para obtener un beneficio personal y se abstendrán de revelar información privilegiada, inclusive a personas con las que tengan vínculos personales o familiares.

**Seguimiento legislativo y de los valores sociales de proveedores** Se mantendrán relaciones sólo con proveedores que desarrollen su actividad dando cumplimiento a la normativa aplicable y siendo respetuosa con los Derechos Humanos.

Se valorarán positivamente aspectos como la asunción pública de un Código de Conducta y Responsabilidad Social, la existencia de programas de igualdad de oportunidades, empresas relacionadas con gestión sostenible de recursos y empresas que promuevan el desarrollo local y la inserción de sectores en exclusión social. Se valorarán aquellas empresas proveedoras que posean certificados oficiales de gestión de calidad, medioambiental y de prevención de riesgos laborales.

## 8. Organizaciones y profesionales del sector

**Proporcionar un servicio de elevada calidad en el sector sanitario** El COFM es consciente de que la calidad del servicio prestado es el principal valor con el que cuenta y con esta finalidad aúna esfuerzos y utiliza las tecnologías más actuales que garanticen la prestación de un servicio actual y competitivo en el sector, participando en campañas de mejora de la salud pública, formación de personal sanitario...

**Diálogo permanente** Con la finalidad de mantener las relaciones adecuadas con los profesionales del sector sanitario se establece una comunicación permanente con canales específicos que velen por la transparencia y flujo bidireccional de información, atendiendo las nuevas necesidades por igual.

**Fomentar y mejorar la imagen pública** El COFM, a través de determinadas actuaciones, como son la participación en otros colegios profesionales del sector, comités científicos, congresos de I+D+i, jornadas formativas, etc. encamina sus esfuerzos para que sus grupos de interés lo consideren como una fuerza importante en el desarrollo de las actividades llevadas a cabo en el sector, aportando importantes valores a la sociedad.

Asimismo, el Código de Conducta pretende ser una herramienta para implantar y potenciar una cultura de Responsabilidad Social como función básica e integrada en el Sistema de Gestión Integrado de Calidad y Medio Ambiente, pretendiendo divulgar la misión, visión y valores como proyecto común de la organización y promover también una mayor credibilidad y reputación.

Por otro lado, el COFM ha elaborado un Código Deontológico con el objetivo de difundir el conocimiento y cumplimiento de la deontología profesional entre los farmacéuticos colegiados.

## Plan de comunicación y sensibilización

El COFM, consciente de la importancia de la comunicación y sensibilización en materia de responsabilidad social y, tomando como punto de partida el diálogo con sus grupos de interés y la recogida y análisis de sus expectativas como clave del modelo de gestión, ha diseñado una serie de actividades divulgativas recogidas en el Plan de Comunicación y Sensibilización.

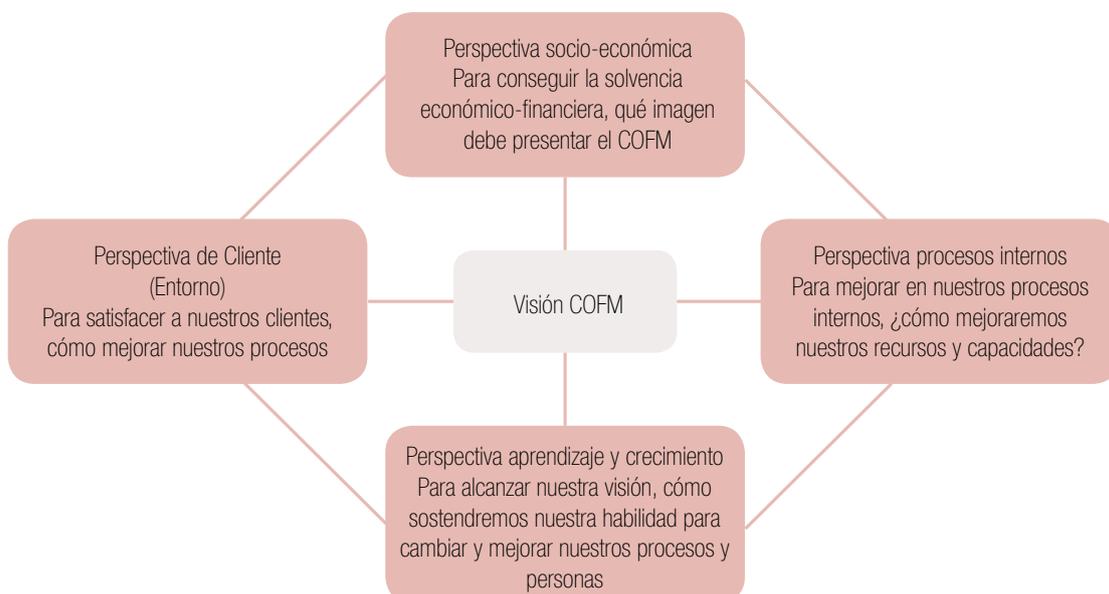
Este plan tiene como objetivo informar acerca del contenido y las ventajas de la implantación del Plan de Responsabilidad Social.

El Plan de Comunicación y Sensibilización desarrollado contempla dos hitos importantes donde se realizan actividades específicas de comunicación: el primero de ellos para la divulgación del Plan de Acción y el segundo para la difusión del Código de Conducta y de la actual Memoria de Responsabilidad Social.



## Plan estratégico

La planificación y estrategia del COFM parten del análisis e identificación de las necesidades y expectativas con respecto a nuestros diferentes grupos de interés, así como del rendimiento alcanzado en los ejercicios anteriores y de la conciencia de lo que se podría innovar y mejorar.





A continuación se incluye el plan de acción 2010-2014

## **Objetivos estratégicos 2010-2014**

### **I. Objetivos desde la perspectiva Aprendizaje y Crecimiento**

Objetivo 1: Dotar al COFM de los recursos humanos idóneos para los servicios del Colegio

Objetivo 2: Desarrollar las capacidades de las personas

### **II. Objetivos desde la perspectiva de Procesos Internos**

Objetivo 3: Mejorar los procesos colegiado – Colegio

Objetivo 4: Optimizar los procesos de innovación y transferencia tecnológica

Objetivo 5: Excelencia en la prestación de servicios a los colegiados y a la comunidad farmacéutica

Objetivo 6: Conseguir un sistema de información que permita mejorar la toma de decisiones y la comunicación y relación con los clientes

### **III. Objetivos desde las perspectiva de Cliente (Entorno)**

Objetivo 7: Aumentar el grado de satisfacción

Objetivo 8: Diseñar nuevos productos y servicios y ampliar la cuota de mercado frente a la competencia

Objetivo 9: Progresar en la relación y en el compromiso del Colegio con su entorno

### **IV. Objetivos desde la perspectiva Socio-Económica**

Objetivo 10: Conseguir que el COFM sea una entidad altamente valorada por la sociedad

Objetivo 11: Adecuar la situación económico-financiera global del Colegio



A continuación se incluye el plan de acción 2014-2018

## Objetivos estratégicos 2014-2018

### I. Objetivos desde la perspectiva Socio-Económica

Objetivo 1: Mejorar la política de imagen y comunicación

Objetivo 2: Lograr un modelo económico-financiero suficiente

Objetivo 3: Potenciar y abrir el marco competencial-profesional de la farmacia a la sociedad

### II. Objetivos desde la perspectiva profesional

Objetivo 4: Implantar una política formativa que garantice la formación integral de los profesionales

Objetivo 5: Desarrollo de las personas

Objetivo 6: Detectar necesidades y expectativas de nuestros clientes y aumentar el grado de satisfacción

### III. Objetivos desde la perspectiva de los procesos internos

Objetivo 7: Adecuar la prestación de servicios a las necesidades del entorno con el objetivo de situar al COFM en una posición de excelencia

Objetivo 8: Avanzar en proyectos de previsión y desarrollo

Objetivo 9: Mejorar en las relaciones con los colegiados

Objetivo 10: Optimizar los impactos jurídicos de la actividad colegial

Objetivo 11: Avanzar en un sistema de calidad institucional

### IV. Objetivos desde la perspectiva tecnológica

Objetivo 12: Desarrollar un plan tecnológico avanzado como valor añadido a las prestaciones que se realizan desde las farmacias





## Objetivos de calidad y medioambiente

2013

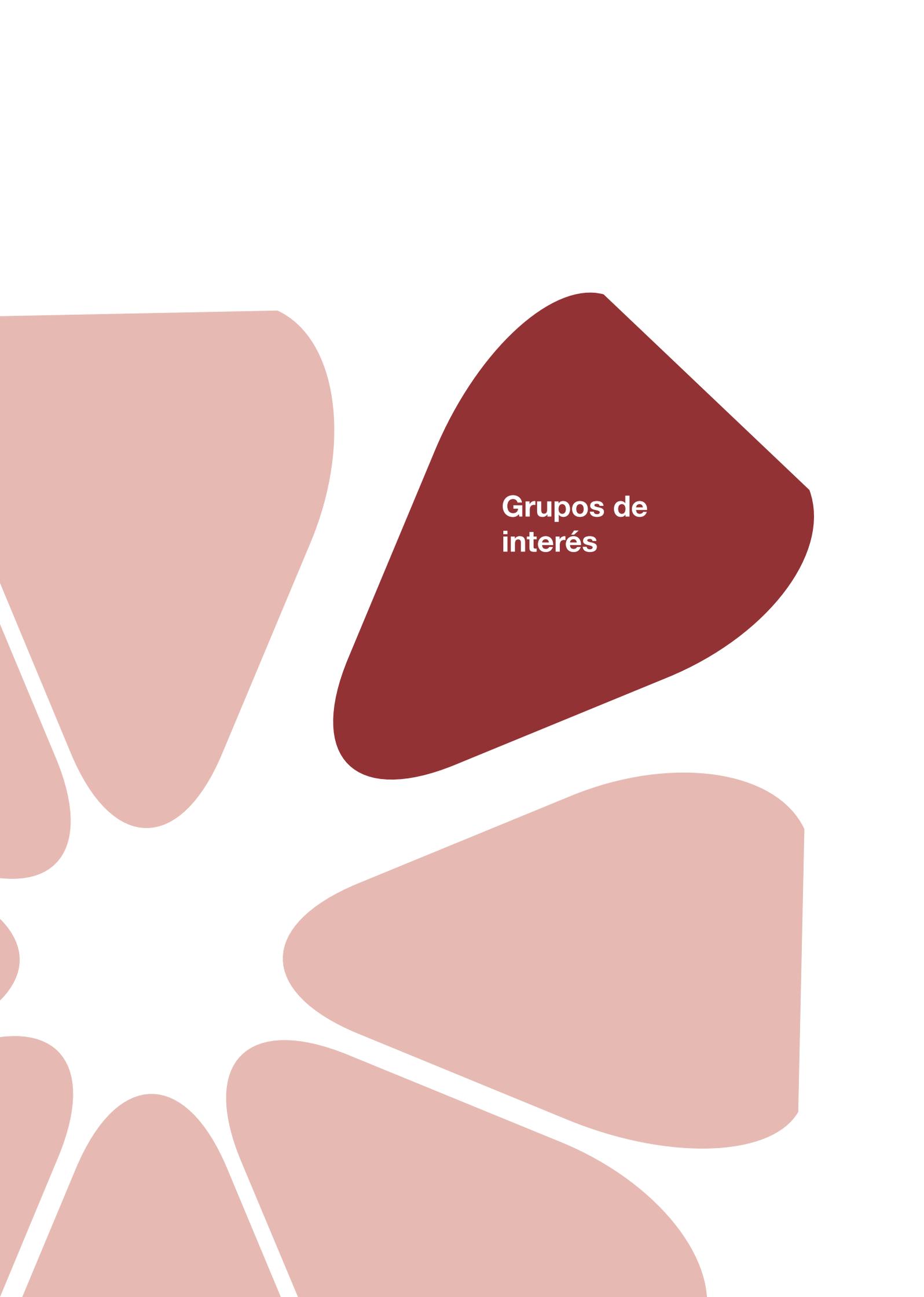
Nº O.C	ACCIONES A REALIZAR	ÁREA	RESULTADO
1	Alcanzar un 25% de ingresos por servicios y otros recursos, sobre los ingresos totales en 2012	SG Económico Financiera y de Tecnologías	OBJETIVO ALCANZADO
2	Conseguir 84 nuevos clientes en el servicio de protección de datos respecto a 2012	Departamento de Presupuestos	OBJETIVO ALCANZADO
3	Disminuir en un 2% las reclamaciones por diferencias de facturación	Departamento de Facturación	OBJETIVO ALCANZADO
4	Desarrollo e implementación de un programa informativo sobre "Avances en Anafilaxia y alergia a medicamentos"	Gerencia de Formación	OBJETIVO ALCANZADO
5	Alcanzar un 90% de envíos electrónicos a colegiados en 2013	Comunicación y Marketing	OBJETIVO NO ALCANZADO
Nº O.C	ACCIONES A REALIZAR	ÁREA	RESULTADO
1	Disminuir un 2% el consumo de agua con respecto al 2012	Departamento de Presupuestos Gerencia de Calidad	OBJETIVO ALCANZADO
2	Disminuir en un 2% el consumo de papel con respecto al 2012	Departamento de Presupuestos Gerencia de Calidad	OBJETIVO NO ALCANZADO
3	Disminuir en un 2% el consumo de electricidad respecto a 2012	Departamento de Presupuestos Gerencia de Calidad	OBJETIVO ALCANZADO
4	Disminuir en un 2% el residuo de tóner respecto a 2012	Departamento de Presupuestos Gerencia de Calidad	OBJETIVO ALCANZADO

### Objetivos de calidad y medioambiente

2014

Nº O.C	ACCIONES A REALIZAR	ÁREA	RESULTADO
1	Alcanzar un 40% de ingresos por servicios y otros recursos, sobre los ingresos totales en 2014	Dirección Económico Financiera	OBJETIVO ALCANZADO
2	Diseño y desarrollo de al menos dos nuevos servicios destinados a las farmacias comunitarias	Servicios a Colegiados	OBJETIVO NO ALCANZADO
3	Desarrollo e implementación de un programa formativo sobre "Implantación en la farmacia comunitaria de Control de Asma y EPOC"	Gerencia de Formación	NO REALIZADO
4	Alcanzar en 2014 un 100% de informes de GBP entregados a las farmacias a través de FARMACLOUD	Servicios a Colegiados	OBJETIVO ALCANZADO
5	Alcanzar un nivel de satisfacción igual o mayor a cuatro en la pregunta "Cuál es su grado de satisfacción general con el servicio?" de la encuesta breve a colegiados	Gerencia de Calidad	OBJETIVO ALCANZADO
Nº O.C	ACCIONES A REALIZAR	ÁREA	RESULTADO
1	Disminuir en un 2% EL RESIDUO DE TONER RESPECTO A 2013	Dirección Económico Financiera	OBJETIVO ALCANZADO
2	Disminuir en un 2% el consumo de papel con respecto 2013 (se empezaran a contabilizar desde Abril debido al euro por recetas)	Dirección Económico Financiera	OBJETIVO ALCANZADO
3	Disminuir en un 2% el consumo de electricidad con respecto al 2013	Dirección Económico Financiera	OBJETIVO ALCANZADO



The image features a white background with several overlapping, organic, rounded shapes in various shades of red and pink. One prominent shape in the upper right is a dark red color and contains the text 'Grupos de interés'. Other shapes in lighter shades of pink and red are scattered across the left and bottom portions of the frame.

**Grupos de  
interés**



## Relación con los grupos de interés

El COFM gestiona las relaciones con sus grupos de interés de forma responsable, coherente y transparente, de acuerdo con su misión y sus valores corporativos.. Asimismo ha definido una serie de compromisos de conducta aplicables en el desempeño diario con sus grupos de interés, recogidos en su código de conducta.

- Compromiso con la defensa de los intereses y la calidad. [Nuestros colegiados.](#)
- Compromiso con la salud, la seguridad y el respeto a las personas. [Nuestros empleados.](#)
- Compromiso con la colaboración y el dialogo permanente. [La Administración pública.](#)
- Compromiso con el respeto ambiental y colaboración con las comunidades. [La sociedad.](#)
- Compromiso con las relaciones mutuamente beneficiosas y la transparencia. [Nuestros proveedores.](#)
- Compromiso con la calidad y el dialogo permanente. [Los profesionales y organizaciones del sector sanitario.](#)

Conviene destacar que todos los datos proporcionados al COFM por los diferentes grupos de interés son tratados de acuerdo con los términos establecidos por la Ley Orgánica 15/99, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de carácter personal y son incorporados a un fichero propiedad del COFM en el que cualquier persona o entidad puede ejercer sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y oposición.

## Diálogo con los grupos de interés

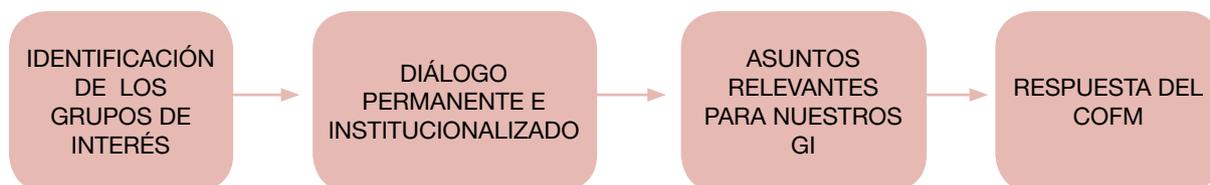
El diálogo con los distintos grupos de interés, así como la recogida y análisis sistemático de sus expectativas, es la clave del modelo de gestión del COFM y, a su vez, base fundamental para el desarrollo sostenible del Colegio.

El COFM establece canales de comunicación específicos para cada grupo de interés, que se encuentran recogidos en su código de conducta, y que a su vez se complementan con su página web, donde se publica toda la información de interés, garantizando su difusión necesaria en tiempo y forma.

Igualmente, la comunicación que desarrolla el COFM se rige por los principios de transparencia, veracidad y respeto, estableciendo un proceso interno de revisión y evaluación de su cumplimiento antes de hacerse pública.

Asimismo, el COFM se compromete a seguir trabajando en el esfuerzo por conseguir y mantener el diálogo transparente con sus grupos de interés y con el compromiso de involucrarse en nuevos proyectos alineados con las necesidades y expectativas de estos.

## Identificación de grupos de interés y de sus expectativas



A través de los distintos canales de comunicación con nuestros grupos de interés obtenemos información sobre los temas de RSC prioritarios relacionados con las actividades del Colegio.

La involucración con nuestros grupos de interés adopta diversas formas, incluyendo reuniones, encuestas de satisfacción, convenios de colaboración e iniciativas del sector farmacéutico.

La propia Memoria de RSC, constituye una de las principales iniciativas del COFM para fomentar el diálogo con los grupos de interés y responder con transparencia a sus inquietudes.

## Encuestas de satisfacción de clientes

👁 ver página 46

## Quejas y reclamaciones

👁 ver página 46

## Reuniones

A través de reuniones periódicas el COFM trata de mantener una comunicación constante para conocer las preocupaciones fundamentales de sus empleados.

## Página web de responsabilidad Social Corporativa

A través de nuestra web [www.cofm.es](http://www.cofm.es), el COFM pone a disposición de sus grupos de interés un canal de comunicación para que puedan expresar cualquier tipo de opinión sobre los temas relacionados con el programa de RSC, así como sugerencias o áreas de mejora.

## Seguimiento de los medios de Comunicación

### 2013

Desde la Sala de Prensa del portal del Colegio en Internet, una sección dedicada a los profesionales de los medios de comunicación, se facilitaron 34 notas de prensa y 14 álbumes de fotos con actos del COFM. El impacto documentado de dichas informaciones en los medios de comunicación alcanzó un total de 711 noticias publicadas en los distintos medios, lo que, de media, representa que cada uno de los 365 días del año 2013 hubo en los medios de comunicación impresos o digitales 1,95 informaciones emanadas desde este Colegio.

### 2014

Desde la Sala de Prensa del portal del Colegio en Internet se facilitaron 75 notas de prensa, que tuvieron 995 impactos en distintos medios, lo que, de media, representa que cada uno de los 365 días del año hubo en los medios de comunicación 2,72 informaciones enviadas desde este Colegio.

## Compromiso con la defensa de los intereses y la calidad. Nuestros colegiados.

El COFM cuenta con más de 10.000 colegiados. La gestión de la relación del Colegio con sus colegiados se centra en el compromiso con proporcionar una información transparente y periódica, ofrecer productos y servicios de calidad y establecer canales de comunicación efectivos.

Las necesidades de información de nuestros colegiados las detectamos principalmente a través de las siguientes vías:

- Estudio de mercado
- Encuesta de satisfacción de clientes
- Consultas que se plantean a los servicios
- Comunicaciones directas con nuestros clientes (vocalías y personal técnico)
- Servicio de Atención al Cliente
- Comisiones externas
- Asamblea General

El farmacéutico colegiado constituye el principal grupo de interés del COFM y se procura dar respuesta a sus necesidades prestando un servicio personalizado, mejorándolo día a día a través de la incorporación de las sugerencias recogidas en las encuestas de satisfacción, en reuniones con colegiados para realizar iniciativas conjuntas o en la Asamblea General.

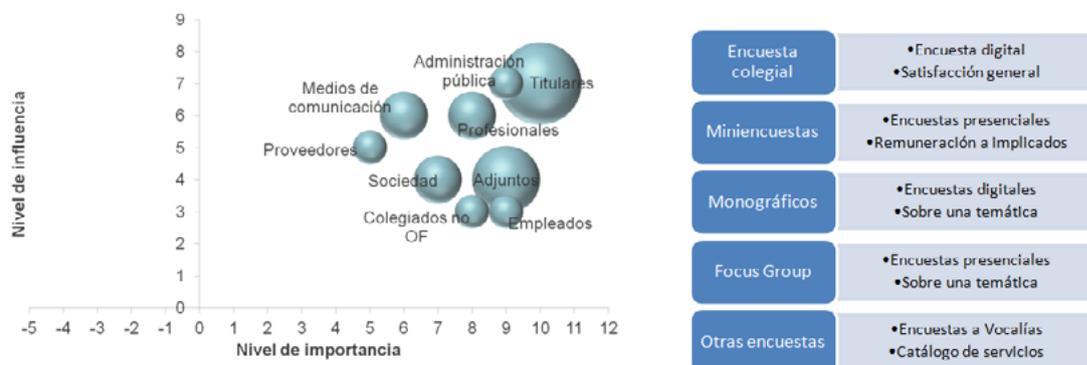


Servicios con los que cuenta el colegiado:

Convenios con entidades de seguros:

- AMA
- Convenios con entidades de seguros médicos:
  - Sanitas
  - Adeslas
  - Hermandad Madrileña
- Convenios con entidades bancarias:
  - Bancofar
- Convenios de Prevención de Riesgos Laborales
  - Previlabor

## Encuestas de satisfacción



En cuanto a la sistemática empleada para medir aspectos relacionados con la satisfacción del cliente, el COFM ha desarrollado una encuesta de satisfacción de cliente dirigida a todos los colegiados. Asimismo, se realiza una encuesta a otro tipo de clientes no colegiados. Las encuestas se realizan con una periodicidad bienal (alternando los dos tipos de encuesta). También medimos la satisfacción de los clientes que reciben servicios de formación por parte del COFM mediante cuestionarios y evaluaciones.

En algunos servicios, de manera inmediata a su prestación se miden aspectos relacionados con la satisfacción del cliente (información facilitada, plazos, calidad del servicio, etc.). La información resultante del análisis de los datos sirve para realizar mejoras en la prestación de nuestros servicios.

## Quejas y reclamaciones

El COFM pone a disposición del colegiado a través de su página de página web un Servicio de Atención al Cliente en donde todos los colegiados que lo deseen pueden proponer sus consultas, sugerencias y reclamaciones al Colegio. Así mismo, las reclamaciones pueden ser recibidas en el COFM por cualquier vía (teléfono, correo electrónico, página web...), comprometiéndose a dar una respuesta en un plazo no superior a treinta días naturales desde su recepción.

Año	Reclamaciones
2004	82

Año	Reclamaciones atendidas de recetas facturadas
2003	1408

## Grupos de interés

2005	158
2006	143
2007	60
2008	71
2009	77
2010	72
2011	60
2012	19
2013	63
2014	47

2004	900
2005	853
2006	483
2007	424
2008	349
2009	397
2010	321
2011	355
2012	459
2013	424
2014	65

### **Compromiso con la salud, la seguridad y el respeto a las personas. Nuestros empleados**

Las personas que trabajan en el Colegio son un activo fundamental de la organización. Las actividades de formación que realiza responden a los objetivos de desarrollo profesional y están alineadas con los objetivos estratégicos. Este apartado se amplía en el siguiente capítulo.

### **Compromiso con el respeto ambiental y colaboración con las comunidades. La Sociedad**

EL COFM trabaja para garantizar su desarrollo de manera sostenible y a la vez socialmente responsable. El compromiso del COFM con la sociedad, más allá de su actividad, se materializa en un amplio abanico de colaboraciones en materia de promoción y prevención de la salud con distintas instituciones de carácter público y privado.

Ejemplos de este tipo de iniciativas son los Grupos de trabajo en atención farmacéutica y las Campañas sanitarias impulsadas por el COFM.



## **Compromiso con la salud, la seguridad y el respeto a las personas. La Administración Pública**

Uno de los pilares del COFM para generar confianza en sus grupos de interés es una total transparencia en sus relaciones con las administraciones públicas, buscando la transparencia en todas las actuaciones comunes o relacionadas. El COFM se reúne periódicamente, bien en reuniones específicas o sectoriales, con representantes de las administraciones para tratar temas de interés relacionados con el sector farmacéutico, incluyendo negociaciones del concierto de prestación farmacéutica, temas relacionados con la facturación de recetas, campañas sanitarias, etc.

## **Compromiso con las relaciones mutuamente beneficiosas y la transparencia. Nuestros proveedores**

La relación del COFM con sus proveedores se basa en la confianza y el compromiso, fundamentalmente con los que suministran productos y servicios esenciales para el buen funcionamiento de nuestra actividad. El sistema de gestión de la calidad del Colegio ofrece un procedimiento de homologación de proveedores, lo que garantiza su evaluación según los criterios referenciados en el propio sistema. Este procedimiento asegura que han cumplido unos niveles de calidad suficientes para suministrar bienes y servicios al Colegio. En la actualidad el COFM cuenta con 57 proveedores homologados.

## **Compromiso con la calidad y el diálogo permanente. Los profesionales y organizaciones del sector sanitario**

El COFM participa en diversas iniciativas con instituciones públicas y privadas de carácter autonómico y nacional para mejorar la gestión de la sostenibilidad.

Su participación se formaliza a través de:

- La integración en redes sectoriales y grupos de trabajo nacionales orientados al estudio, desarrollo y mejora de iniciativas con impacto económico, social o medioambiental.
- La formalización de convenios de colaboración con instituciones públicas y privadas, siendo la principal la Comunidad de Madrid.

### Comunicación con los grupos de interés

El COFM dispone de un amplio conjunto de canales a través de los cuales mantiene un diálogo fluido y constante con sus grupos de interés.

#### Redes sociales

##### 2013

En cuanto a las redes sociales, también en el mes de junio se abrió el perfil de Twitter @COFMadrid, que a final de año ya contaba con 1.300 seguidores. En este canal se vuelca información sobre la actualidad del Colegio y del sector salud y se recogen y responden los comentarios de los seguidores. En total se publicaron 1.397 tuits. Con respecto a la cuenta de Agora Sanitaria (@agorasanitaria), se llegó a más de 1.653 seguidores y se publicaron más de 1.800 tuits. Facebook llegó a finales de noviembre a través del perfil COFMadrid, una opción más para aquellas personas que quieran estar informadas de la actualidad colegial y sanitaria. A 31 de diciembre de 2013 el número de seguidores llegó a 125 y el número de publicaciones a 27.

En 2013, Higia, la primera red social profesional farmacéutica de habla hispana, cumplió 2 años de vida y al final del ejercicio contaba con 2.041 usuarios, que publicaron 320 artículos y realizaron 950.487 consultas y 1.709 valoraciones en alguno de sus 111 grupos.

Como se puede ver en las siguientes gráficas, la evolución de participación en Higia sigue una tendencia positiva desde su creación.

Además, Higia tiene presencia en otras redes sociales, como Twitter, donde alcanzó más de 2.300 seguidores, y en Facebook, con 370.

##### 2014

En Twitter (@COFMadrid) alcanzamos los 3.280 seguidores y los 6.300 tuits publicados. En este canal se vuelca información sobre la actualidad del Colegio y del sector salud de manera ágil e inmediata y se recogen y responden los comentarios de los seguidores.

Facebook llegó a finales de noviembre de 2013 a través del perfil COFMadrid, en el que se publican temas de interés tanto para el colegiado como para el ciudadano. En esta red social durante 2014 nos siguieron 581 usuarios. En 2014 se abrió un perfil en Google Plus (COFM COFMadrid), en el que alcanzamos 12.980 visitas.

En esta red se comparten noticias del sector, enfocadas hacia los ciudadanos.

También se abrió una cuenta en LinkedIn en la que focalizamos la información publicada en temas relacionados con el mercado laboral y la formación. Es una red realmente importante para el COFM, ya que a través de nuestro perfil, nuestros usuarios tienen la posibilidad de ampliar sus contactos y relacionarse laboralmente con ellos. Nuestra comunidad de LinkedIn durante 2014 alcanzó los 9.090 usuarios.

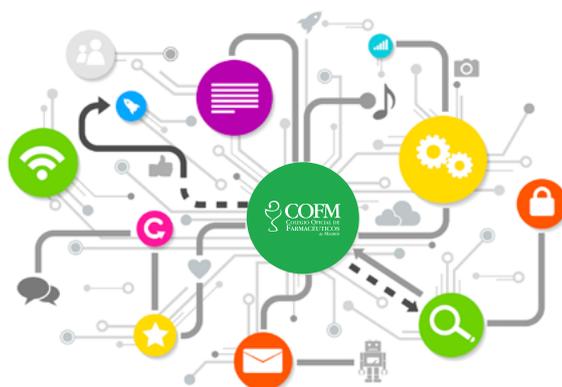
A través de nuestro canal de Vimeo (COFM) compartimos en 2014 los contenidos grabados por el vicepresidente 1º sobre los temas que se trataron en las reuniones de la Junta de Gobierno. También publicamos un vídeo de presentación del nuevo servicio Ventajas para el colegiado. Nuestros contenidos fueron vistos en 1.797 ocasiones.

En 2014 Higia, la primera red social profesional farmacéutica de habla hispana, al final del año contaba con 2.628 usuarios, que publicaron 1.189 artículos y realizaron 659.441 consultas y 1.005 valoraciones en alguno de sus 126 grupos.

Además, Higia tiene presencia en otras redes sociales, como Twitter, donde alcanzó más de 3.100 seguidores, y en Facebook, con 473.

#### Publicaciones

Con respecto a las publicaciones del COFM, los resultados fueron los siguientes:





### 2013

- **Boletín Informativo online:**  
Se remitió semanalmente a todos los colegiados a través de correo electrónico. El boletín contiene información de interés para los colegiados, las comunicaciones de las vocalías, los cursos de formación y un espacio dedicado a recordar temas de interés. En total, se enviaron 52 boletines a lo largo del año.
- **Digital Farmadrid:**  
Se editaron 18 números accesibles para todos los colegiados desde la página web del COFM. Esta publicación aborda noticias nacionales e internacionales del sector farmacéutico con un enfoque político-profesional.
- **Información para la Farmacia:**  
Se editaron 11 números en la página web del COFM y 2 en formato papel (los correspondientes a enero y febrero) con información de interés para todos los colegiados que ejercen en oficina de farmacia.
- **Schironia:**  
Se editó un número. Schironia es la revista científica del COFM, que está indexada en la Base de Datos de Ciencia y Tecnología del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (ICYT) y recogida en el Catálogo Latindex.

### 2014

- **Boletín Informativo online:** se remitió semanalmente a todos los colegiados a través de correo electrónico. El boletín contiene información de interés para los colegiados, las comunicaciones de las vocalías, los cursos de formación y un espacio dedicado a recordar temas de interés. En total, se enviaron 46 boletines a lo largo del año 2014.
- **Digital Farmadrid:** se editaron 16 números.
- **Información para la Farmacia:** se editaron 11 números.

## Página Web ([www.cofm.es](http://www.cofm.es))

### 2013

La página web del COFM ([www.cofm.es](http://www.cofm.es)) contiene una gran cantidad de información de gran utilidad para los farmacéuticos y se ha convertido en un referente informativo para los colegiados de Madrid: en el pasado año 2013 tuvo 11.862.442 páginas vistas y el total de visitas fue de 1.748.549.

### 2014

En el pasado año 2014 tuvo 10.344.445 páginas vistas y el total de visitas fue de 1.612.489.

## Página web accesible

El COFM ha dotado a la página web de los desarrollos tecnológicos necesarios que le han permitido obtener la certificación AA de accesibilidad.

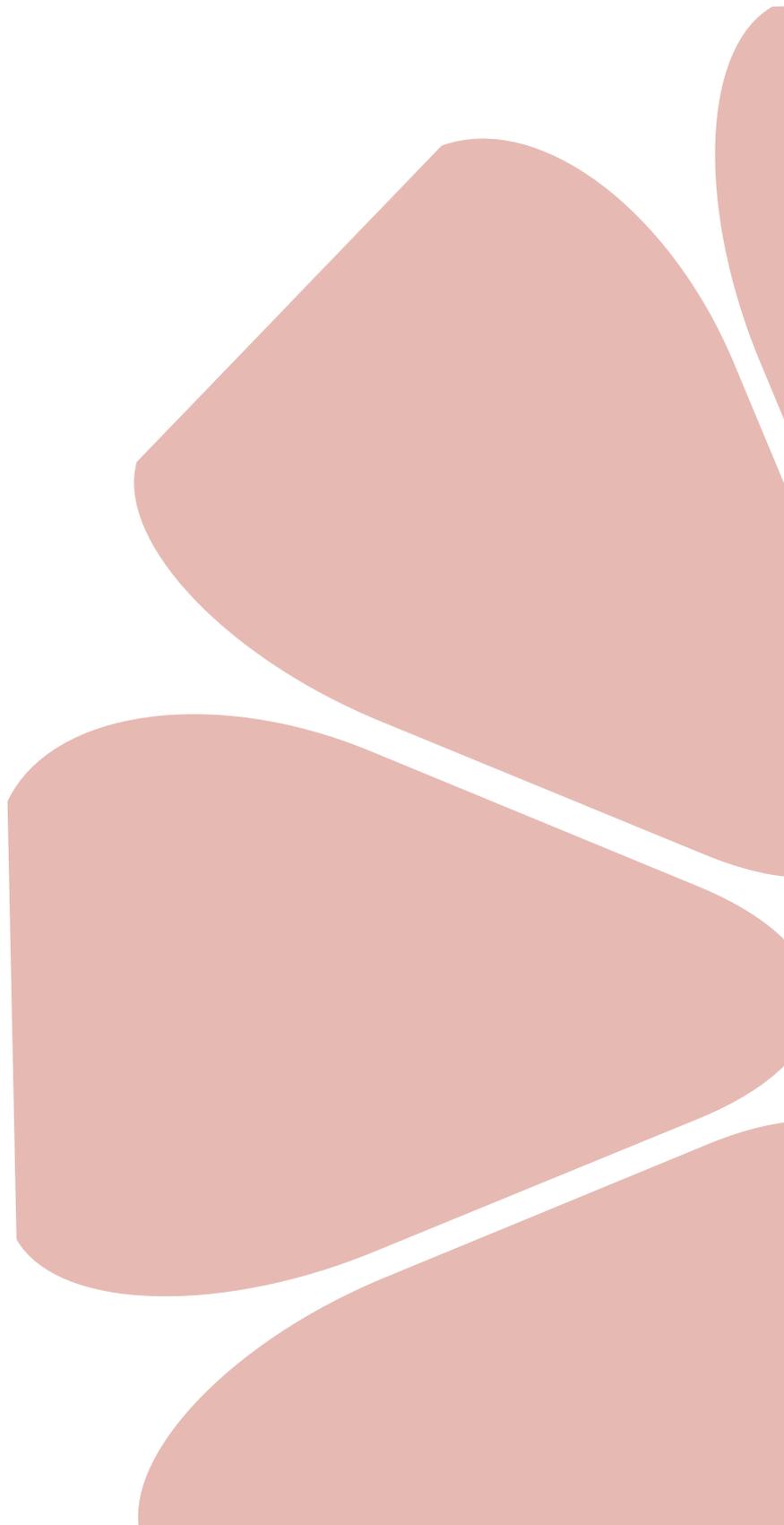
Elo supone que la mayoría de las personas con alguna discapacidad (auditiva, visual o motora) puede acceder a la información con idénticas posibilidades que el resto de los usuarios.

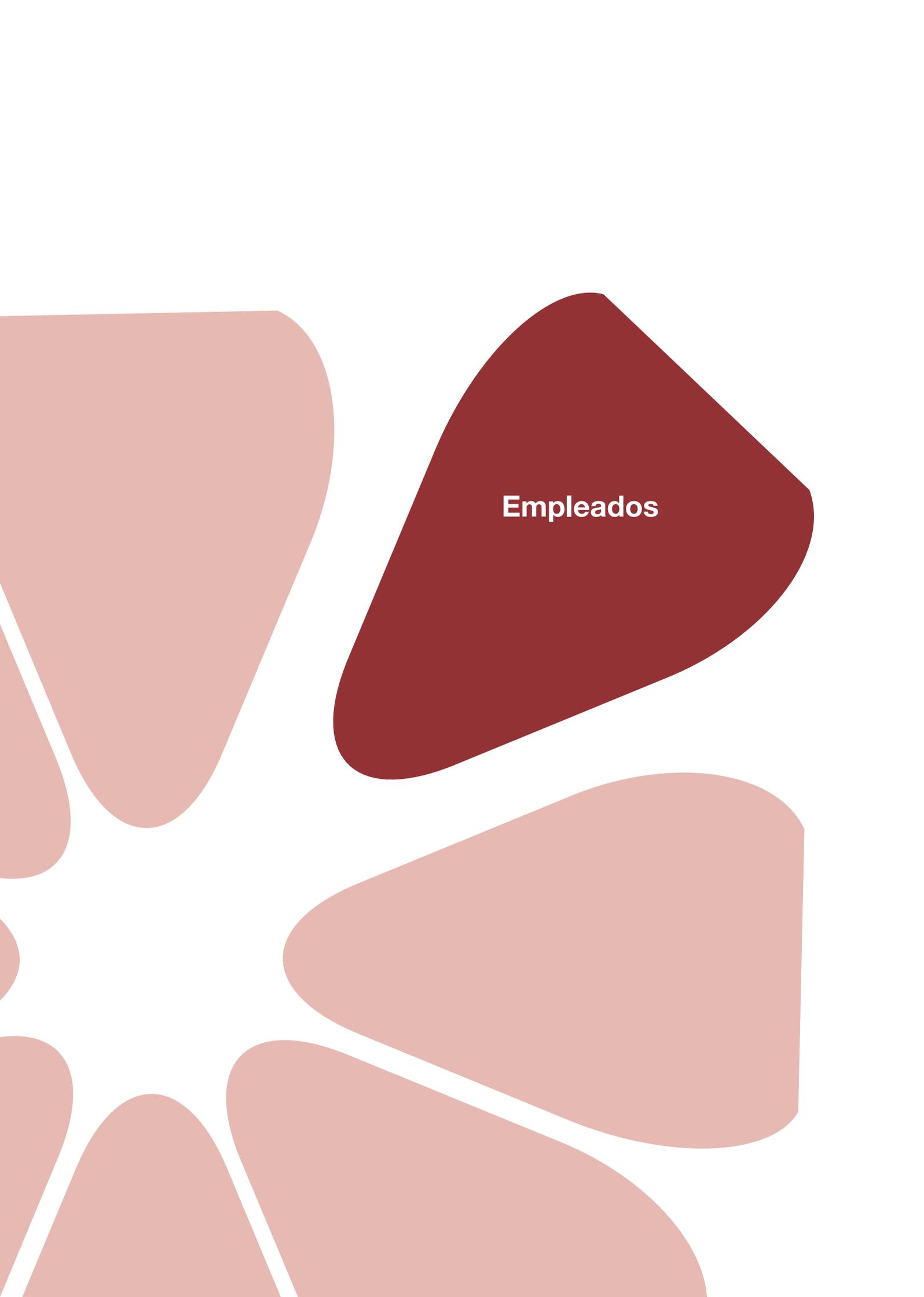
### Premios y reconocimientos

A continuación se detallan los premios obtenidos en el periodo comprendido entre 2013 y 2014:

- A. “Certificación de la calidad de las prácticas tuteladas en hospitales” del COF de Madrid, ha sido elegida como una de las mejores iniciativas de la Farmacia del Año 2013 por Correo Farmacéutico en el apartado de Formación.
- B. Campaña “La diabetes en tu barrio” del COF de Madrid, ha sido elegida como una de las mejores iniciativas de la Farmacia del Año 2014 por Correo Farmacéutico en el apartado de Atención Farmacéutica y Educación Sanitaria. Premio recibido el 16 de marzo de 2015.
- C. Sello y Certificado de Alares “ESR”, como Empresa Socialmente Responsable con su Plantilla.





The image features several overlapping, organic, rounded shapes in various shades of red and pink. The shapes are arranged in a way that creates a sense of depth and movement. The central focus is a dark red shape containing the word "Empleados".

**Empleados**



En el COFM apostamos por un empleo de calidad, con un elevadísimo porcentaje de contratos indefinidos. Pretendemos alcanzar los objetivos propuestos proporcionando un buen ambiente de trabajo, tratando a las personas con respeto y ofreciendo oportunidades de desarrollo profesional.

En esta línea, el COFM apuesta por un empleo encaminado a satisfacer las necesidades de sus empleados, proporcionando los mejores medios disponibles y el asesoramiento en la prestación del servicio, que se articula a través de un modelo de gestión de recursos humanos. El modelo permite:

- Identificar, clasificar y adecuar el conocimiento y las competencias del personal mediante el establecimiento de los perfiles de competencia que deben de cumplir todos sus empleados.
- Desarrollar profesionalmente a las personas mediante la identificación de las necesidades de formación.
- Retener a los profesionales mediante la gestión global de las personas a través de la aplicación de beneficios sociales adecuados a las necesidades personales y familiares.

### El código ético profesional

Para hacer realidad un compromiso mutuo, el COFM dispone de un Código de Conducta.

Este Código, estructurado según los grupos de interés identificados por el COFM, en el caso de empleados establece 5 principios:

- Desarrollo profesional
- Conciliación de la vida laboral y familiar
- Integración
- Gestión de la seguridad y la salud
- Comunicación fluida

### Perfil del equipo del COFM

Categoría	2013	2014
Licenciados	51	51 (11 hombres y 40 mujeres)
Graduado social	1	0
IT / Técnico Informática	4	4 (3 hombres y 1 mujer)
Jefes advos.	20	15 (10 hombres y 5 mujeres)
Oficiales advos	12	11 (5 hombres y 6 mujeres)
Aux. advo.	1	2 (2 mujeres)
Jefe de mantenimiento	1	1 (1 hombre)
Conserje	1	0
Ordenanzas	3	3 (3 hombres)
TOTAL	93	87 (33 hombres y 54 mujeres)

**2013** La plantilla colegial durante el año 2013 se mantuvo prácticamente estable, habiéndose incorporado una persona a la Jefatura del Servicio de Asuntos Jurídicos y reforzándose la plantilla en las gerencias de Formación y de Tecnologías. Destaca el incremento de los profesionales técnicos en detrimento de los administrativos. También se produjeron cinco bajas definitivas entre el personal laboral del COFM por distintos motivos. A finales de 2013 la totalidad de la plantilla tenía contrato indefinido, y un 12,9% tuvo jornada reducida por motivos familiares.

**2014** La plantilla colegial durante el año 2014 ha disminuido un 7 por ciento, pese al refuerzo importante en áreas como el Servicio de Información Técnica. Manteniéndose el reforzamiento, cada vez mayor, de los profesionales técnicos en detrimento de los puramente administrativos, a fin de poder ofrecer servicios de carácter profesional a los colegiados con cada vez más alto valor añadido.

A finales de 2014 la práctica totalidad de la plantilla tiene contrato indefinido de acuerdo a la legislación laboral, y un 12,6% tiene jornada reducida por motivos familiares.

La apuesta por la formación interna se ha reflejado en los correspondientes planes de formación recogido en los presupuestos anuales, primándose la especialización técnica del personal así como la formación en comunicación y nuevas tecnologías, en 2014 año y 2015 se va a reforzar también la formación orientada a una mejor atención al colegiado.

## Cómo contribuye el COFM al desarrollo personal y profesional de su equipo humano

El COFM apuesta por desarrollar un estilo de liderazgo que favorezca:

- La mejora continua y el trabajo en equipo, motores de la gestión y cultura organizativa.
- El desarrollo profesional continuo de sus colaboradores por medio de la evaluación objetiva de su desempeño.

## La evaluación del desempeño

Se realiza para todos los empleados colegiales con una periodicidad semestral. Cada responsable evalúa a las personas a su cargo de acuerdo a un conjunto de elementos conocidos por todos (como la competencia técnica, la carga de trabajo, la iniciativa), así como por la consecución o no de los objetivos definidos para su actividad. Los criterios de valoración son comunicados a los empleados a través de un documento situado en la Intranet. Al equipo directivo lo evalúa la Comisión Permanente de la Junta de Gobierno.

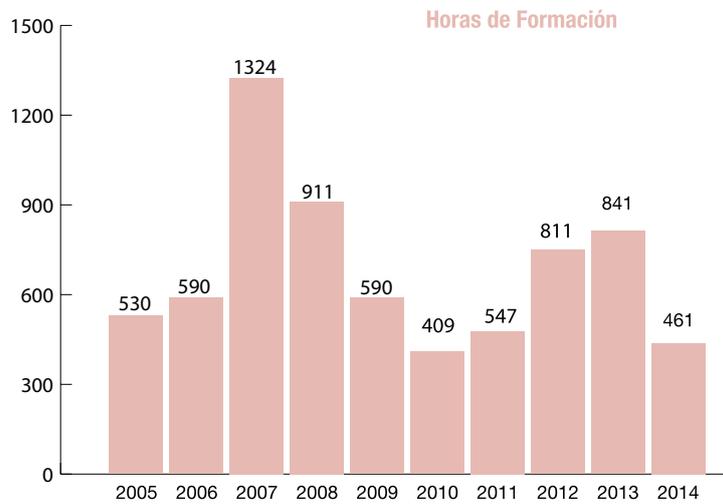
La formación y el desarrollo profesional es uno de los puntos fuertes de la política de RRHH del COFM, puesto que entendemos que es crítico realizar una buena gestión del conocimiento para poder convertir el talento de nuestros empleados en un incremento de valor añadido de los productos y servicios que ofrecemos a nuestros clientes.

Con el fin de posibilitar el desarrollo profesional de los trabajadores, en el COFM se elabora un plan de formación anual.

### Plan Anual de Formación

El COFM elabora anualmente un Plan de Formación fruto del análisis de las necesidades formativas en las que participan todas las áreas en orden a ajustar la oferta de acciones formativas a las necesidades reales de su personal y a las prioridades estratégicas.

Ratios de Formación	2013	2014
Horas de formación.....	841	461
Horas por empleado.....	9	5,3
Formación personal advo.....	0%	6%
Formación profesional técnico.....	90%	84%
Formación personal dirección.....	10%	10%



Con respecto al grado de cumplimiento del plan de formación la evolución en los últimos años es el siguiente:

Año	Grado de cumplimiento
2006	32%
2007	68%
2008	83.3%
2009	80%
2010	100%
2011	95%
2012	100%
2013	80%
2014	76.4%

## Desarrollo y carrera profesional

Algunas de las acciones encaminadas a facilitar el desarrollo profesional de las personas:

- Dar prioridad a la promoción interna cuando existen vacantes, entendiendo por ello también los cambios horizontales de puesto de trabajo, que suponen un enriquecimiento en adquisición de conocimientos y habilidades.
- Fomentar la participación en proyectos, asumiendo que así las personas adquieren una mayor visión global del funcionamiento del colegio, a la vez que pueden aportar su talento en la resolución de problemas puntuales.
- Desarrollar las habilidades directivas, ya que el papel de directivos y mandos es un factor clave para la organización.

## Comunicación Interna

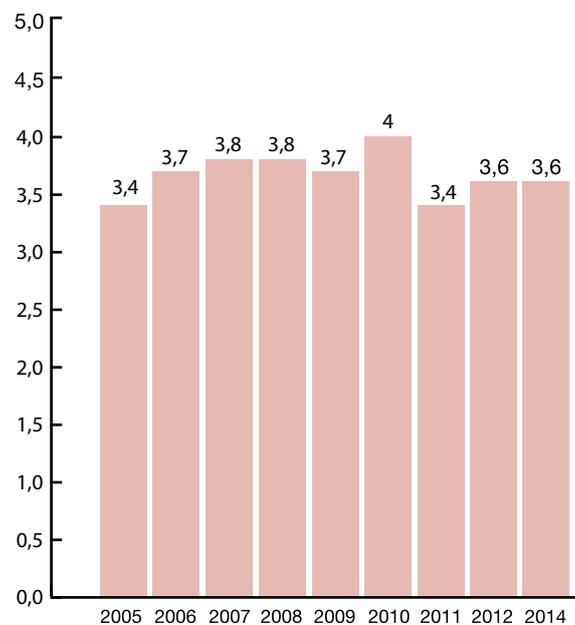
- Se dispone de un manual de identidad corporativa y se vela por su cumplimiento
- Se gestiona el material corporativo: folletos, presentaciones, material gráfico y audiovisual, páginas webs...
- Se gestiona la marca
- Se edita una memoria anual de actividades

## Canales de comunicación interna

- Publicación "Información para la farmacia"
- Publicación "Digital Farmadrid"
- Boletines semanales
- Circulares
- Comunicaciones digitales
- Reuniones
- Encuesta del clima socio laboral.
- Memoria Anual del COFM
- Memoria de RSC
- Intranet.
- Office Communicator.

## Encuesta de clima socio-laboral

Las necesidades y expectativas de nuestros empleados las detectamos, entre otros canales, a través de esta encuesta que tiene carácter bienal. En cuanto al índice de satisfacción con la situación laboral, se recogieron los siguientes resultados:



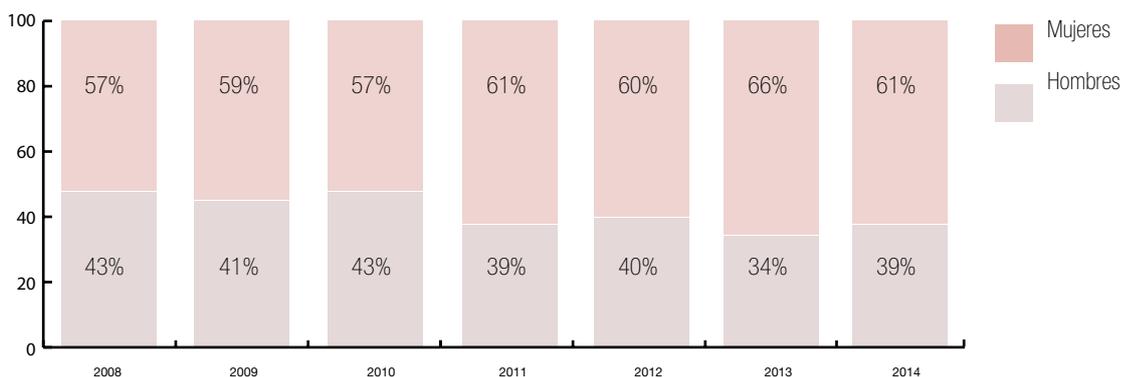
Aspectos en los que están más satisfechos: la competencia técnica, la profesionalidad, y la iniciativa y autonomía.



## Igualdad de oportunidades, diversidad y no discriminación

La igualdad de oportunidades y el respeto a la diversidad son a nuestros valores y las actuaciones en materia de recursos humanos así lo confirman.

En el COFM se potencia la igualdad de oportunidades y la no discriminación por motivos de género en las políticas de recursos humanos referentes a selección, formación y promoción. No se ha producido ningún incidente en materia de discriminación.



Asimismo, se han implantado medidas de conciliación de vida familiar/vida profesional por encima de lo que prevé la ley. La igualdad en aspectos retributivos es total.

## Beneficios Sociales

El COFM considera como un elemento clave de la relación con su equipo humano la motivación y el impulso de las personas a que sigan trabajando y desarrollándose en el Colegio. A continuación se enumeran los beneficios sociales que ofrece el COFM a sus empleados:

### Plan de conciliación de la vida personal y familiar

- Préstamos de nóminas a 0% de interés.
- Complemento del salario al 100% en caso de baja.
- Ayuda de 600 euros por matrimonio.
- Asignación de 900 euros por 25 años trabajados.
- Asignación de dos pagas por valoración del desempeño en el puesto de trabajo y consecución de los objetivos.
- Convenios de colaboración con aseguradoras médicas que proporcionan un servicio médico no gratuito pero con grandes ventajas.
- Teletrabajo.
- Retribuciones a la carta.

## Prevención de riesgos laborales, salud y seguridad

El COFM ha definido e implementado un sistema de prevención de riesgos laborales, a través del servicio de prevención ajeno IBERMUTUAMUR, de acuerdo con la normativa 31/95, de 8 de noviembre, y reglamento que le aplica, Real Decreto 39/97 de 17 de enero.

Por otra parte, el COFM ha creado un Comité de Seguridad y Salud que representa a todos los trabajadores, constituido en la actualidad por dos delegados de prevención (designados por los representantes de los trabajadores) y dos representantes de la empresa. El Comité tiene por objetivo garantizar y mejorar la seguridad y la salud de los trabajadores de COFM. El Comité se reúne trimestralmente y siempre que lo solicite alguna de las representaciones en el mismo. Durante el periodo 2011/2012 no se han producido quejas o peticiones por parte de los trabajadores.

**El número de reconocimientos médicos realizados ha sido de:**

**Año 2013**

83 trabajadores

**Año 2014**

72 trabajadores

## **Accidentabilidad**

Todos los indicadores muestran tendencias favorables:

Durante los años 2013 y 2014 no se ha registrado ningún accidente laboral mortal.

Accidentes de trabajo **con baja** médica durante el año 2013 y 2014 **ninguno**.

Accidentes de trabajo **sin baja** médica: Año.- 2013. **Dos trabajadores**, Año.- 2014. **Un trabajador**.



## Indicadores de absentismo laboral

### 2013

La tasa de absentismo fue del 1,9%.

### En 2014

La tasa de absentismo fue del 3,4%.

## Comité de Empresa

En el COFM los trabajadores están representados conforme a la legislación laboral, a través de un Comité de Empresa elegido en su momento por los trabajadores. Este Comité conoce de las contrataciones que se realizan e interviene en los procesos de fijación de calendarios laborales, política salarial, modificaciones horarias y otros aspectos de interés para los empleados.

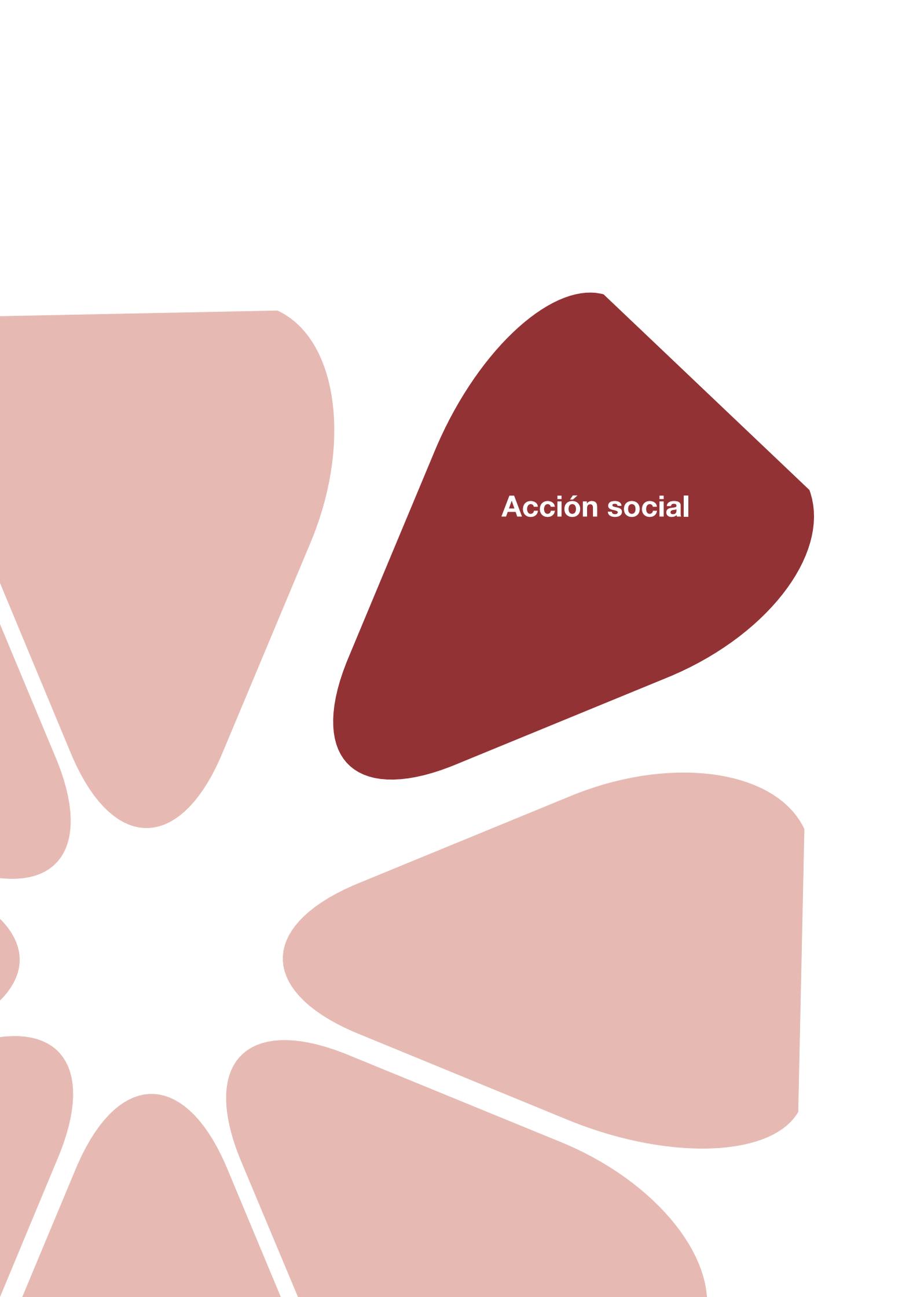
Comité de Empresa:

- 1.- D. Pablo Martin Sanz
- 2.- D<sup>a</sup> Isabel López Quiroga
- 3.- D. Miguel Ángel Cruces Samper
- 4.- D. Jose Merino Ruiz
- 5.- D. Luis Carlos Coronel de las cuevas

SUPLENTE

- 6.- D. Eugenio Cordero López



The image features a white background with several overlapping, organic, rounded shapes in various shades of red and pink. The shapes are arranged in a way that creates a sense of depth and movement. One prominent shape in the upper right is a dark red color and contains the text 'Acción social' in white. Other shapes in lighter shades of pink and red are scattered around it, some overlapping and some partially cut off by the edges of the frame.

**Acción social**



## Responsabilidad sobre nuestras actuaciones

El COFM define en sus Estatutos la finalidad de actualizar y mantener en continua mejora los servicios sociales y de previsión existentes, así como impulsar la creación de otros nuevos.

El Plan de Acción Social nos permite colaborar, en la medida de nuestros recursos y capacidades, con algunas iniciativas que, pensamos que han ayudado a profundizar en nuestro compromiso con la Sociedad con una visión que apuesta por enfocar los problemas y retos sociales mediante la colaboración con instituciones que consideramos relevantes.

El COFM define en sus Estatutos la finalidad de actualizar y mantener en continua mejora los servicios sociales, así como impulsar la creación de otros nuevos. Los valores del COFM expresan su compromiso con el desarrollo económico, social y ambiental siendo el eje principal de su gestión en este ámbito la promoción de la salud y la solidaridad con los grupos más desfavorecidos.

Los valores del COFM expresan su compromiso con el desarrollo económico, social y ambiental siendo el eje principal de su gestión la potenciación de la salud pública y la solidaridad con los grupos más desfavorecidos.

Estos valores se manifiestan a través de una serie de compromisos que adopta el COFM con la sociedad y que se recogen en su Código de Conducta Interno, en el que destacan:

- la colaboración con las comunidades
- la información amplia de nuestros servicios
- la difusión de nuestras actuaciones

Y una cultura organizativa basada en:

- a. la toma democrática de decisiones
- b. la transparencia
- c. la responsabilidad social

Para conseguir estos grandes objetivos el COFM trabaja regularmente con un amplio abanico de personas e instituciones.

---

## VALORES

---

Defensa de los Derechos.

Solidaridad.

Promoción de la participación de los ciudadanos, de las personas más vulnerables, y de los organismos donde estas participan, con el fin de poner en marcha actividades acordes con sus intereses y opiniones, dotándoles, para ello, de los medios para conseguirlo.

Independencia.

Transparencia.

Rendición de cuentas, a los fines de hacer pública y accesible la información relativa al modo de gestión, a la labor desempeñada anualmente y, muy especialmente, a su balance social como organización.

---

## Condiciones para desarrollar las líneas de acción

### • Recursos

Para que el desarrollo del proceso resulte exitoso, a la ejecución del plan deberán destinarse los recursos necesarios, de todo tipo (financieros, materiales, temporales, técnicos, metodológicos, etc.). Especialmente, un personal con conocimientos y experiencia suficientes en el sector, que dinamice el proceso y que cuente con las capacidades y las metodologías necesarias para el trabajo en equipo, la sistematización, la evaluación y la difusión de los logros.

### 2. Autoridad en el proceso

El plan debe contar con impulso suficiente para generar condiciones internas capaces de mover de manera efectiva al conjunto de personas implicadas, motivándolas e implicándolas con su participación. Desde una voluntad decidida, debe ser apoyado por un fuerte liderazgo institucional que lo haga visible y viable, además de avalado por decisiones operativas y directrices claras.

### 3. Profundización en la organización y estructuración del sector

La eficacia del plan depende en buena medida de que el sector actúe con objetivos comunes y con estrategias coherentes entre sí.

### 4. Participación de todas las personas y organizaciones que quieran implicarse

Organizar y gestionar un sistema de participación con distintos niveles en los debates y la toma de decisiones de las entidades, las coordinadoras y las plataformas que coexisten en el sector.

### 5. Vínculos de confianza

Otro de los objetivos generales que deben ser considerados dentro de las actuaciones del plan es la promoción entre las entidades de la cooperación y la construcción de lazos de confianza. Una manera de avanzar en ellos es a través de la mejora del conocimiento mutuo, de la realización de tareas en común, del debate sobre posiciones ante distintos temas, del intercambio de información, etc.

### 6. Operatividad

Prever la implantación, seguimiento y evaluación del plan de acción social.

### 7. Comunicación y difusión

Plantear que la comunicación y difusión del plan ha de ser permanente hacia el conjunto de los grupos de interés y el resto de la sociedad. No será, por tanto, suficiente una comunicación unidireccional e institucional, sino que debe ser un plan de comunicación integrado e integral



## Áreas de intervención

El Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid centra su actividad social en tres líneas de trabajo:

- Actividades de colaboración:
  - en apoyo a colectivos de pacientes
  - con el Consejo General de Colegios Oficiales de Farmacéuticos
  - con la Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid
    - Red de farmacias centinela
    - Plan de drogas y Programa de Metadona
    - Programa de Atención al mayor polimedicado
- Programa social.
- Programa académico.

Cuatro son las áreas de actuación del COFM en el ámbito de responsabilidad corporativa:

- **Nuestros clientes:** desarrollando negocios éticos que generen confianza.
- **Las personas:** con un compromiso individual y colectivo.
- **El medio ambiente:** comprometiéndonos con un entorno sostenible.
- **La comunidad:** colaborando con las comunidades locales, a través de la definición de propuestas de acción que orienten a la organización hacia un modelo de Desarrollo Sostenible.

El COFM desarrolla una gran actividad social alineada con los compromisos adquiridos con sus grupos de interés, realizando proyectos en diversos ámbitos que benefician de manera directa a la sociedad.

### Campañas de educación sanitaria a la población en la oficina de farmacia

#### 2013

- Campaña “¿Conoces la radiación infrarroja A?”. De mayo/13 a julio/13.

OBJETIVO: Concienciar sobre la importancia de la fotoprotección de la piel y también de los ojos, en especial frente a radiación infrarroja A.

- Campaña “No te Deshidrates”. Verano 2013

OBJETIVO: Concienciar a la población sobre la importancia de prevenir la deshidratación, facilitando pautas y consejos que incrementen la calidad de vida y la salud

- Campaña “Salud Oral y Embarazo”. De 01/06/13 a 30/06/13

OBJETIVO: Concienciar sobre la importancia de la salud bucodental de las embarazadas y de los bebés, durante y después del embarazo. Reforzar el mensaje de la interdependencia entre salud oral y salud general. Generar una acción interdisciplinar entre dentistas, matronas, ginecólogos y farmacéuticos. Aportar formación específica sobre prevención de la enfermedad bucodental durante y después del embarazo

- Campaña “Plenufar 5: Educación Nutricional en la Menopausia”. De 01/10/2013 a 31/12/2013.

OBJETIVO: Asesorar a las mujeres en hábitos dietéticos y estilos de vida saludables, y en el manejo de los complementos alimenticios. Formar a los farmacéuticos en las últimas novedades en nutrición. Valorar los hábitos alimentarios de las mujeres, y detectar posibles deficiencias nutricionales.

#### 2014

- Campaña “Cinco claves en hidratación”. De julio a septiembre de 2014.

OBJETIVO: Concienciar a la población sobre la importancia de prevenir la deshidratación, facilitando pautas y consejos que incrementen la calidad de vida y la salud.

- Campaña “La diabetes en tu barrio”. Noviembre de 2014.

OBJETIVO: Detección de riesgo elevado de padecer diabetes mellitus tipo 2 en un período de 10 años y derivación a los CMS para actuación sobre hábitos de vida (programa ALAS). Estudio estadístico poblacional del riesgo de padecer esta enfermedad.

- Campaña “Cuidado capilar en la Oficina de Farmacia”. De septiembre a diciembre de 2014.

OBJETIVO: Proporcionar al farmacéutico formación actualizada sobre salud capilar. Informar al farmacéutico y a la población de propiedades de ciertas plantas medicinales para el cuidado del cabello.

- Campaña de sensibilización sobre anafilaxia. A partir de finales de mayo-2014.

OBJETIVO: Contribuir a la prevención de la anafilaxia. Concienciar a los familiares de los niños del peligro de las alergias alimentarias.



## Día del Colegiado

### 2013

El Día del Colegiado 2013 se celebró el 28 de noviembre y, como es tradicional, se homenajeó a los compañeros que cumplían 25 y 50 años de colegiación y que han dedicado gran parte de su vida a dignificar la profesión farmacéutica. El COFM entregó además las distinciones que había concedido la Junta de Gobierno a compañeros, personalidades o instituciones que, por distintas razones, han destacado en el apoyo a la Farmacia.

El acto celebrado en el Circulo de Bellas Artes estuvo presidido por el consejero de Sanidad de la Comunidad de Madrid, Javier Fernandez-Lasquetty, quien agradeció el esfuerzo realizado por los farmacéuticos madrileños en “años muy difíciles”, así como la colaboración constante con el COFM.

### 2014

El COFM celebró el 26 de noviembre su “Día del Colegiado 2014”. El motivo principal de este acto fue “reconocer públicamente toda una vida profesional de los farmacéuticos que ese año cumplían 25 y 50 años de colegiación, y expresar nuestro agradecimiento y nuestra admiración por su dedicación a la Farmacia, que han engrandecido cada día con su esfuerzo cotidiano”, tal y como señaló el presidente del Colegio, Luis González Díez. El acto fue presidido por el consejero de Sanidad de la Comunidad de Madrid, Javier Rodríguez, que en su intervención subrayó que en la colaboración público-privada el modelo farmacéutico constituye un referente que algún día estará extendido a toda la sanidad.

Asimismo, reiteró el compromiso del Gobierno regional por atender puntualmente el pago de las recetas oficiales, tal y como se ha venido haciendo hasta ahora.

En el acto, celebrado en el salón de actos del Colegio Oficial de Arquitectos de Madrid, el COFM entregó su máxima distinción, la Medalla de Oro, a Alberto García Romero, presidente del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid entre junio de 2006 y junio de 2014.



### Fiesta Infantil del COFM

#### 2013

El sábado 14 de diciembre, por la mañana, se celebró en el centro Micropolix de San Sebastián de los Reyes, la ciudad para los niños donde se aprende jugando, la fiesta infantil del COFM 2013. La cita tenía un doble objetivo, entregar premios y que los niños lo pasaran muy bien. Los premios estaban destinados a los ganadores de la VII edición del Concurso de Dibujo de Tarjetas de Navidad 2013 para hijos de colegiados. En el concurso participaron 137 niños y todos ellos estuvieron invitados a disfrutar de las instalaciones de Micropolix, gracias a la colaboración de la revista Mi Farmacéutico.

#### 2014

Como ya viene siendo una costumbre, los niños y niñas menores de 12 años, hijos de colegiados, que participaron en la VIII edición del Concurso de Dibujo de Tarjetas de Navidad, fueron invitados a la fiesta infantil que el COFM organiza para ellos. La correspondiente a 2014 se celebró el 21 de diciembre en el Centro Cultural Sanchinarro y contó con un espectáculo de magia e ilusionismo a cargo del mago Murphy.





---

## Una oportunidad para ayudar

### Programa social

- **Diversas Iniciativas de cooperación con instituciones, organismos no gubernamentales, empresas privadas u otras**, para el desarrollo eficaz de nuestra acción social y con el objetivo de impulsar proyectos conjuntos (Farmacia y Deporte saludable, etc.)
- **Campaña un euro para el Comedor Social Maria Inmaculada**  
Los empleados donan parte de su nómina a la compra de productos de aseo, alimentos y medicamentos para esta organización religiosa.
- **Colaboración en campañas de donación de sangre**, instalando unidades móviles en la C/ Santa Engracia, 31.
- **Voluntariado corporativo**  
El COFM ofrecerá la posibilidad de que sus empleados y colegiados realicen voluntariado, a través de distintas fundaciones, en cualquiera de las actividades que se organizan en Madrid.

### 2013

Entidad	Acción
<b>Cruz Roja</b>	Donación de sangre voluntaria por parte de los empleados del COFM
<b>Campaña Dona tu móvil</b>	“Dona tu móvil” es una campaña organizada y promovida por Cruz Roja Española y la Fundación Entreculturas, que incentiva la donación de móviles usados (de particulares) a través de las OF, para la obtención de fondos que se destinan a proyectos de medioambiente, educación y desarrollo. Los móviles donados son reutilizados y aquellos cuya reutilización no es posible se reciclan.
<b>Comedor Social María Inmaculada.</b> Martínez Campos, 18	Los empleados donan parte de su nómina a la compra de productos de aseo y alimentos para esta organización religiosa.
<b>Fundación Entreculturas</b>	Ofrece al COFM la posibilidad de que sus empleados y colegiados realicen voluntariado en cualquiera de las actividades que organizamos en Madrid.
<b>COFM/FRM/ Sanitas/UEM</b>	Servicio de atención al paciente: fisioterapia para pacientes afectados por EERR.
<b>COFM/Universidad CEU San Pablo</b>	Servicio de atención al paciente: campaña de atención de revisión ocular.
<b>COFM/Colegio Oficial de Psicólogos de Madrid</b>	Proyecto de Atención Psicológica Grupal para niños y niñas afectados por Enfermedades Raras y sus familiares.



## 2014

Proyecto	Objetivo	Fecha de inicio
Proyectos de Atención a pacientes afectados por Enfermedades Raras.	Campaña de Fisioterapia Fase III	16/10/2014
	Campaña de Atención Psicológica Grupal para niños y niñas con EERR y sus familias	22/09/2014
	Campaña de Atención de revisión ocular	02/2015
Carreras solidarias	3ª Carrera y Caminata Popular por la Diabetes	16/11/2015
	Corre por una causa corre por la educación	01/02/2015
Inserción laboral de discapacitados	Proyecto de colaboración entre el Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid y FEAPS Madrid para la integración laboral de personas con discapacidad intelectual en las oficinas de farmacia	No iniciado
Proyectos de atención a niños afectados por cáncer	Fundación Aladina	15/12/2014
Iniciativas de empleados	Campaña de un euro para el Comedor Social María Inmaculada	desde 2010
	Colaboración con el Centro Pueblos Unidos de la Fundación San Juan del Castillo, entidad promovida por los jesuitas	12/2014
	Entrega de juguetes a niños con cáncer	12/2014

### Cultura y ocio

Caben destacar: Visitas a exposiciones temporales de la ciudad de Madrid, Almuerzos-tertulias, Rondas por Madrid, Cursos, etc.

### Educación y Formación

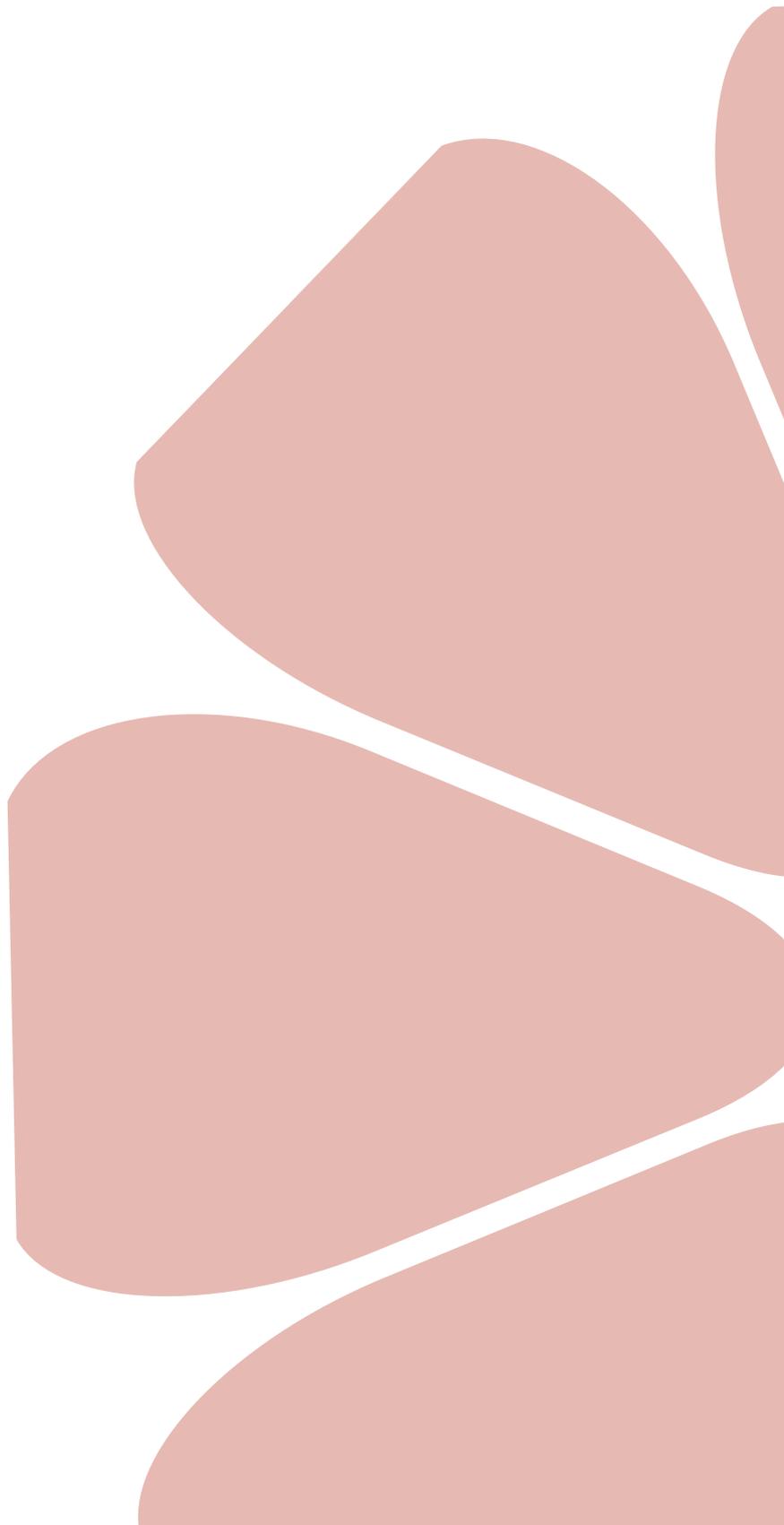
- Convenio de ayuda económica con la Universidad Complutense de Madrid.
- Convenio de ayuda económica con la Universidad Alcalá de Henares.
- Convenio de ayuda económica para la concesión de becas Erasmus para estudiantes de Farmacia.
- Convenios de colaboración con las universidades que imparten la licenciatura de Farmacia en la Comunidad de Madrid (formación, máster, tesis doctorales, prácticas tuteladas, etc.)
- Concesión de becas para la realización de actividades formativas del Colegio.
- Concesión de 4 becas anuales que suponen el importe íntegro de la matrícula del último curso de la licenciatura de Farmacia.
- Concesión de 4 colegiaciones anuales gratuitas a los mejores estudiantes de último curso de la licenciatura de Farmacia.
- Participación como miembros de comités científicos.
- Publicaciones periódicas y esporádicas sobre temas farmacéuticos de interés social.
- Participación en la Semana de la Ciencia aportando las últimas novedades del sector.

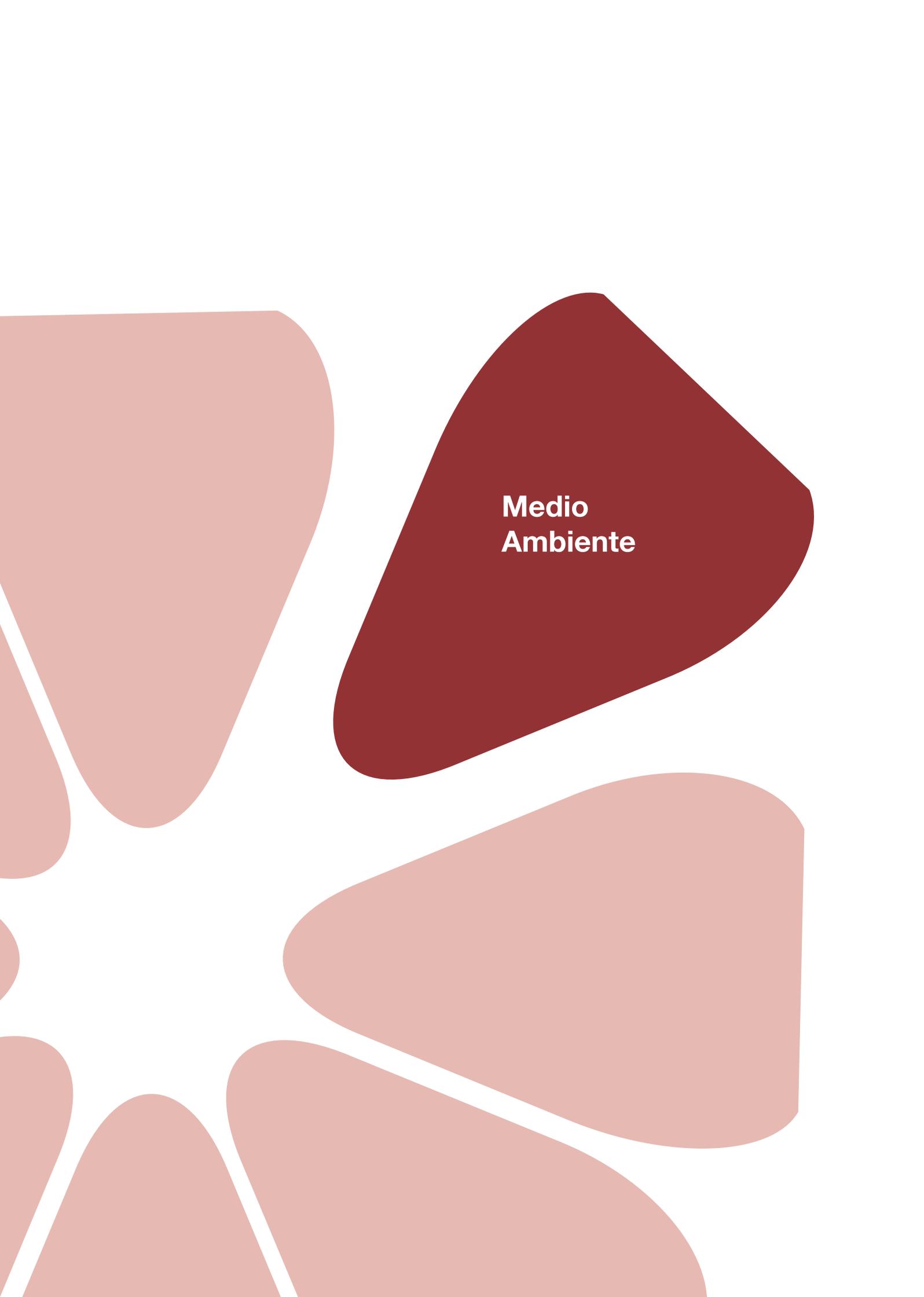


### Compromisos adquiridos

#### EXCELENCIA Y CALIDAD





The image features a white background with several overlapping, organic, rounded shapes in various shades of red and pink. A prominent dark red shape in the upper right quadrant contains the text 'Medio Ambiente' in white. Other shapes in lighter shades of pink and red are scattered across the left and bottom portions of the frame.

**Medio  
Ambiente**



## Política ambiental

El compromiso con la sostenibilidad y la protección del medio ambiente es uno de los tres pilares que sustentan la estrategia de RSC del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid. Este compromiso queda reflejado en nuestra “política ambiental”.

La estrategia ambiental del colegio para la consecución de los objetivos ambientales de la organización se fundamenta en:

- Cumplir con los requisitos legales aplicables y otros que la organización suscriba.
- Evaluar y reducir los impactos ambientales asociados a la actividad desarrollada en el COFM, prestando especial atención a la prevención en la generación de residuos y en el uso más eficiente de materias primas, el agua y la energía.
- Establecer objetivos y metas de medioambiente realizando un seguimiento periódico de los mismos a través de indicadores establecidos a tal efecto que aseguren la mejora continua de la organización.

A través de los siguientes mecanismos:

- Fomentar la participación activa de los trabajadores en la mejora ambiental de la entidad.
- Informar de las diferentes propuestas existentes para la implantación de buenas prácticas ambientales.
- Las inversiones ambientales para la mejora de nuestros efectos en el medio ambiente.



## Sistema de gestión ambiental

El COFM, en su preocupación por conseguir un sólido desempeño ambiental controlando el impacto de sus actividades sobre el medio ambiente, dispone de un sistema de gestión ambiental que cumple con los requisitos establecidos en la norma UNE-EN ISO 14001 e incorpora los requisitos de la legislación aplicable, así como otros requisitos voluntarios suscritos.

El impacto del Colegio Oficial de Farmacéuticos de Madrid es muy bajo, y no existen riesgos de emisiones atmosféricas directas significativas ni de vertidos peligrosos en su actividad. Los únicos vertidos generados son las aguas residuales domésticas.

De la naturaleza de las actividades desarrolladas por el Colegio se identifican aquellos aspectos ambientales que suponen los mayores impactos ambientales propios de cada proceso.

Condiciones normales y anormales	
Aspectos	
Consumo de agua	
Consumo de energía	
Consumo de agua purificada	
Consumo de papel	
Consumo de reactivos de laboratorio	
Generación residuos urbanos o asimilables a urbanos	
Generación de pilas salinas y botón	
Generación de residuos de equipos eléctricos y electrónicos (RAE)	
Generación de pilas salinas y botón	
Generación de residuos peligrosos: Envases de plástico contaminado	
Generación de residuos peligrosos: Envases de vidrio contaminado	
Generación de residuos peligrosos: Fungibles Informáticos	
Generación de residuos peligrosos: Fluorescentes	
Generación de residuos de Plásticos no contaminados Actv.LB	
Generación de residuos Papel	
Vertido de aguas de laboratorio	
Vertidos de aguas residuales	
Vertidos de orina de laboratorio	
Residuo de papel de la limpieza anual de los despachos para su destrucción	
Condiciones potenciales	
Aspectos	
Generación de vertidos por inundación	
Emisiones atmosféricas de freones	
Generación de residuos de extinción de incendios	
Generación vertidos de extinción incendios	
Generación vertidos de lejía	



## Los aspectos significativos

Son estos aspectos ambientales a los que se presta una mayor atención. En cada caso se relacionan con las políticas que se están aplicando para minimizar sus consecuencias.

A continuación presentamos los resultados obtenidos en 2013 y 2014 para los principales aspectos ambientales aplicados al COFM:

ASPECTOS NO SIGNIFICATIVOS	ASPECTOS SIGNIFICATIVOS
CONSUMO DE AGUA	
CONSUMO DE ENERGÍA	
CONSUMO DE AGUA PURIFICADA	
CONSUMO DE PAPEL	
	<b>CONSUMO DE REACTIVOS DE LABORATORIO</b>
GENERACIÓN RESIDUOS URBANOS O ASIMILABLES A URBANOS	
GENERACIÓN DE PILAS SALINAS Y BOTÓN	
GENERACIÓN DE RESIDUOS DE EQUIPOS ELÉCTRICOS Y ELECTRÓNICOS (RAE)	
GENERACIÓN DE RESIDUOS PELIGROSOS: ENVASES PLÁSTICO CONTAMINADO	
GENERACIÓN DE RESIDUOS PELIGROSOS: ENVASES VIDRIO CONTAMINADO	
GENERACIÓN DE RESIDUOS PELIGROSOS: FUNGIBLES INFORMÁTICOS	
GENERACIÓN DE RESIDUOS PELIGROSOS: FLUORESCENTES	
GENERACIÓN DE RESIDUOS	
PLÁSTICOS NO CONTAMINADOS ACTV.LB	
	<b>GENERACIÓN DE RESIDUOS PAPEL</b>
VERTIDO AGUAS DE LABORATORIO	
VERTIDOS DE AGUAS RESIDUALES	
VERTIDOS DE ORINA DE LABORATORIO	
RESIDUO DE PAPEL DE LA LIMPIEZA ANUAL DE LOS DESPACHOS PARA SU DESTRUCCIÓN	<b>NO SE HA REALIZADO NINGUNA RECOGIDA PUNTUAL</b>
DESPACHOS PARA SU DESTRUCCIÓN	

### Gestión de Residuos

Gestión de residuos	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Residuos urbanos para reciclado (Kg)							
Papel (Kg)	3.460	1.195	700	485	690	755	970
Recogidas puntuales de papel	SDD	SDD	SDD	SDD	812	SDD	SDD
Residuos urbanos con recogida selectiva para correcta gestión (Kg)							
Cartón	845	898	505	380	425	348	271
Residuos orgánicos	1.257	1.117	1.006	1129	1159	1128	843,5
Plástico no contaminado	494	885,50	871,50	761	750	600	498
Vidrio no contaminado	159	321,50	223,50	116	119	127,5	122
Plásticos provenientes de laboratorio	1.117	1.683,10	1.763,48	940,59	577,89	411,38	605,9
Residuos peligrosos (Kg)							
Fungibles informáticos (tóner, cartuchos tinta) (unidades)	SDD	SDD	SDD	SDD	65	53	19
Tubos fluorescentes	25	7	12	15	10	27	17
Pilas alcalinas y botón	59	21	11	15	11	28	16
Equipos eléctricos y electrónicos desechados	14	0	0	0	0	0	0
Envases de vidrio contaminado	SDD	101	78	89	51	64	45
Envases de plástico contaminado	SDD	58	29	37	22	26	15
Aguas de laboratorio (L)	SDD	47	21	17	8	13	12

### Emisiones a la atmósfera

El COFM no realiza actividades que generen emisiones a la atmósfera de manera directa, únicamente se pueden producir en caso de incendio y para minimizar el riesgo se dispone de medidas y planes de protección contra incendios.



## Consumo de recursos

Consumos de agua, energía y materias primas	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Consumo materias primas							
Papel (Kg)	16.879	12.954	12.670	6.631	4.558,4	6728	2.069,03
Fungibles informáticos (tóner, cartuchos tinta) (unidades)	158	205	81	64	54	42	38
Reactivos químicos (L)	42,29	42,30	13,20	15,10	20,40	15,63	25,1
Consumo de energía							
			<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>		
Consumo directo de electricidad (kw/h)	350.306	387.288	389.792	372.354	377.599,00	361.464	326.750
Toneladas equivalentes de carbón (consumo indirecto)	42	46,43	46,73	44,63	45,25	43,31	39,15
Consumo de agua							
			<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>
Agua (m <sup>3</sup> )	910	919,38	1.123	2008,83	2008,76	1.164	1.134
Agua purificada (L)	2.160	1.980	1.620	1200	1020	940	767

Una parte del agua consumida proviene de la red de abastecimiento municipal, siendo su uso principal en agua potable, aseos y refrigeración (el resto se trata de agua purificada usada en el laboratorio).

Consumo de papel

**-54,6%**

respecto a 2012

Consumo de electricidad

**-13,4%**

respecto a 2012

Consumo de agua

**-43,5%**

respecto a 2012

## Generación de vertidos

Vertidos al agua	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Vertidos de aguas residuales (L)	910	919,38	1.123	2008,83	2008,76	1.164	1.134
Vertidos de orina del laboratorio (L)	5.305	5.094	3.814,25	1014,80	731,20	493,70	775,3

## Situaciones anormales o de emergencia

Las instalaciones del COFM cuentan con planes de emergencia propios y todo el personal tiene la información y formación suficientes para responder ante situaciones de emergencia medioambiental o con repercusiones medioambientales.

**No se han producido emergencias ambientales en 2011-2012.**

### Formación y sensibilización ambiental

#### Campanías de sensibilización ambiental

Recicla, reduce y reutiliza tu papel.

**Menos es más**





## Luz que apagas, luz que no pagas



**Ajusta en lo posible la temperatura de climatización de la estancia donde te encuentres.** El cambio de 1°C puede suponer un gasto superfluo de un 10% de energía destinada a la climatización

**Acondiciona las áreas de trabajo** para aprovechar al máximo la luz natural y las corrientes de aire.

**Apaga las luces cuando salgas de las estancias** (puedes ahorrar un 15% del consumo eléctrico)

**Apaga los equipos** cuando termines la jornada laboral y cuando te ausentes más de una hora

Configura el **“salvapantallas en modo negro o ninguno”** para ahorrar energía

Los ordenadores portátiles **son más eficientes** que los de sobremesa

Considera **algún criterio de eficiencia energética** al adquirir nuevo equipamiento

### Actuaciones y objetivos de mejora

#### ¿Qué haremos?

- Desarrollar un nuevo plan de eficiencia energética que contemple la red y oficinas (2015).
- Seguir trabajando en reducir el consumo de papel apoyándonos en la campaña SINPAPEL
- Reducir en un 2% el consumo de fungibles informáticos
- Reducir en un 2% el consumo de electricidad
- Reducir en un 2% el consumo de agua
- Implantar soluciones que favorezcan la reducción de consumo de papel en los procesos de facturación a nuestros clientes a través de Farmacloud





MEMORIA DE **RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA**