

# Abordarea noastră

Misiunea noastră în GSK este de a îmbunătăți calitatea vieții oamenilor, oferindu-le acestora posibilitatea de a realiza mai multe, de a se simți mai bine și de a trăi mai mult. Prezentul raport descrie activitatea noastră în România și felul în care acționăm în mod responsabil.

## În această secțiune:

Despre GSK România	4
Mesaj din partea Directorului nostru General	5
Modul în care creăm valoare	6
Amprenta companiei în domeniul sănătății în anul 2013	7
Elemente cheie care ne definesc business-ul	8
Angajamentele noastre	10

# Despre GSK România

**1989:** Compania Glaxo deschide în București un birou cu un singur angajat. La scurt timp după aceea, în Brașov își începe activitatea distribuitorul de produse farmaceutice Europharm Holding.

**1995:** SmithKlineBeecham se înregistrează în România și devine acționar majoritar în cadrul Europharm.

**2000:** GlaxoSmithKline ia naștere în România, cuprinzând și divizia de distribuție Europharm.

**2002:** Până la această dată, GSK investise deja echivalentul a peste 10 milioane de euro, transformând unitatea de la Brașov într-o fabrică de producție de medicamente aliniată la standardele mondiale de Bune Practici de Fabricație (Good Manufacturing Practices, GMP).

**2004:** Europharm devine societate înregistrată de distribuție cu sediul în Brașov.

Cele patru companii fac parte din grupul GSK România, aceasta fiind o subsidiară deținută integral de GSK plc., una dintre cele mai mari 10 companii farmaceutice din lume, companie care a avut o cifră de afaceri de 26,5 miliarde de lire sterline în anul 2013, este activă în 150 de țări, are 86 de fabrici și aproape 100.000 de angajați. GSK plc. are sediul în Marea Britanie.

## Activitatea GSK în România se desfășoară prin intermediul a patru entități:

### GSK Pharma

Coordonăm strategia, politicile publice, prezența pe piață, activitățile medicale, studiile clinice și vânzările de produse farmaceutice și vaccinuri GSK în România.

### GSK Consumer Healthcare

Coordonăm strategia, comunicarea, activitățile medicale și vânzările brandurilor GSK Consumer Healthcare în România și în regiunea Adriatică.

### Europharm Distribuție

Avem 361 de angajați în cadrul operațiunilor Europharm Distribuție, care își desfășoară activitatea în cadrul centrului nostru logistic din Chitila și în 8 depozite cu 85 de vehicule care asigură furnizarea produselor pe piața din România.

### Fabrica din Brașov

Avem 236 de angajați în cadrul fabricii, care contribuie la producția a 16 branduri pentru GSK și alte companii farmaceutice, pe baza unor contracte de producție.

## Vă invităm să îi cunoașteți pe Directorii Generali ai celor patru entități din România:



### Barbara Cygler

Barbara lucrează în sectorul farmaceutic de 15 ani și a fost numită Director General al GSK Pharma în România în luna aprilie 2014, după o perioadă de doi ani în care a condus activitatea diviziei Secondary Care din România.



### Helen Tomlinson

Helen a fost numită Director General al Consumer Healthcare din România și zona Adriatică în luna august 2013, după ce a ocupat șapte ani poziția comercială în cadrul GSK UK, având experiență anterioară în industria FMCG.



### Viorel Vodiță

Viorel a deținut diverse poziții de management în cadrul Europharm Distribuție încă din anul 1993 și a fost promovat în poziția de Director General Interim în luna mai 2014.



### Mariana Cismaru

Mariana a avut un rol important în cadrul operațiunilor noastre de producție din Brașov începând cu anul 1993. După ce a ocupat mai mulți ani poziția de Director de Producție, Mariana a fost promovată în funcția de Director General al fabricii în anul 2011.



## Mesaj din partea Directorului nostru General



Continui să văd în România numeroase oportunități de promovare a misiunii noastre globale de a ajuta oamenii să realizeze mai multe, să se simtă mai bine și să trăiască mai mult, având ca obiectiv specific local să contribuie la creșterea speranței de viață a românilor. România este o țară frumoasă, cu un potențial semnificativ, cu resurse numeroase și cu oameni minunați. Rămânem dedicați angajamentului nostru de construcție a unor relații de colaborare și de încredere cu toți partenerii noștri, într-un efort comun de întărire a sistemului de sănătate din România. O finanțare adecvată este crucială pentru un sistem modern de sănătate, astfel încât acesta să poată oferi servicii de calitate pentru toți cetățenii. GSK va continua să fie implicată în mod proactiv într-un dialog constructiv cu autoritățile pentru ca cele mai eficiente măsuri să fie adoptate în întâmpinarea provocărilor pe care sistemul de sănătate din România le are de înfruntat, atât pe termen scurt, cât și pe termen lung.

Atenția pe care o acordăm satisfacerii nevoilor pacientului continuă să fie principiul nostru călăuzitor. Împreună cu colegii noștri din industria farmaceutică, susținem o gamă largă de inițiative menite să ne pună în poziții de parteneriat cu

autoritățile în efortul comun de a crește accesul la servicii medicale pentru pacienții din România.

Mediul din România este unul provocator, cu un grad mare de volatilitate. Problemele pe care încercăm să le rezolvăm în sistemul de sănătate sunt complexe și necesită timp pentru rezolvare. Convingerea mea este că numai printr-un efort comun, al autorităților, industriei și societății, în ansamblul ei, putem realiza îmbunătățiri semnificative ale sistemului de sănătate.

Fie că o facem ca parte din asociațiile profesionale, fie că o facem, de aici, de la GSK, noi investim timp și energie în construirea parteneriatelor necesare pentru a răspunde subiectelor-cheie din sănătate care au un impact direct asupra sectorului farmaceutic, cum ar fi un mecanism mai bun de stabilire a prețurilor pentru medicamentele cu prescripție, o taxă clawback sustenabilă și predictibilă și un acces mai bun al pacienților la tratamente inovatoare.

În 2013, ne-am consolidat reușitele pe plan local și am continuat să promovăm cele mai bune și inovatoare practici de îngrijire medicală din sectorul farmaceutic. Spre exemplu, am anunțat, începând cu 2014, intenția de a implementa o nouă politică menită să elimine plățile directe către profesioniștii din domeniul sănătății pentru angajamente, precum cele de vorbitor sau participant la conferințe, pentru a aplica cele mai înalte standarde etice posibile. În România ne-am refăcut structura organizațională, dând naștere unor echipe mai eficiente și mai productive care sunt pregătite să ofere cele mai bune servicii clienților noștri. Compania noastră de distribuție Europharm a fost transformată complet prin crearea unui important

centru de distribuție în Chitila (în vecinătatea Bucureștiului), închiderea Depozitului Central din Brașov și reorganizarea rutelor de livrare pentru a spori eficiența și a îmbunătăți serviciile, cu ajutorul noului sistem de planificare a resurselor pe care l-am implementat.

De asemenea, ne-am continuat eforturile de susținere a pacienților afectați de virusul HIV/SIDA și am investit suplimentar în schemele noastre de tratament pentru afecțiuni respiratorii. În plus, ne-am extins activitatea de studii clinice, fiind un lider de încredere în domeniul cercetării, cu o rețea vastă de parteneri locali activi în domeniul serviciilor medicale, care nu doar contribuie la cercetările noastre, dar și beneficiază de dobândirea unor cunoștințe medicale inovatoare în cele mai importante domenii terapeutice.

Anul trecut au existat o serie de situații care ne-au adus provocări semnificative. Pe de-o parte, am avut de înfruntat, spre exemplu, probleme de disponibilitate ale unui produs-cheie, din cauza unor impasuri de aprovizionare în rețeaua globală de distribuție a GSK. Am depus eforturi deosebite pentru a facilita continuitatea tratamentelor pentru pacienți. Pe de altă parte, supra-producția de doze solide, în cadrul rețelei de producție a GSK, a dus la hotărârea de a închide fabrica din Brașov. După 10 luni de eforturi susținute nu s-a identificat o soluție fiabilă pentru vânzarea fabricii și, în consecință, GSK este nevoită să continue procesul regretabil de închidere a fabricii din Brașov până la finalul anului 2015. Ca întotdeauna, oamenii sunt cei mai importanți pentru noi și suntem alături de angajații noștri din Brașov pe perioada acestei tranziții.

În ciuda acestor provocări, suntem în continuare dedicați obiectivului nostru de a crește speranța de viață în România și de a avea un impact pozitiv asupra serviciilor medicale și a altor cauze sociale. Continuăm să susținem numeroase asociații de pacienți și, în ultimul an, am crescut semnificativ contribuția acordată comunităților locale, inclusiv prin implicarea angajaților care au investit mii de ore de voluntariat în comunitățile din România. De asemenea, ne-am reconfirmat investiția continuă în cercetare și dezvoltare în România, în valoare de 8-10 milioane de euro până în anul 2018.

Sunt încântată de faptul că putem continua raportarea transparentă a activităților noastre din România prin intermediul celui de-al treilea Raport de Responsabilitate Corporativă, redactat în conformitate cu cel mai important sistem internațional de raportare, Inițiativa Globală de Raportare G4. Doresc să mulțumesc întregii noastre echipe din România pentru contribuția ei la promovarea misiunii noastre și pentru ajutorul acordat în vederea redactării prezentului raport, precum și experților externi cu care am colaborat, care ne-au acordat cu generozitate din timpul lor pentru a-și prezenta părerile cu privire la impactul activității noastre și la cele mai importante aspecte care-i interesează. Sperăm ca informațiile cuprinse în acest raport să vă fie de folos și vă asigurăm că așteptăm cu interes feedback-ul dumneavoastră.

Cu stimă.

**Barbara Cygler**  
General Manager, GSK Pharma

## Cum creăm valoarea

În România, obiectivul nostru este să creăm valoare prin implicarea activă în susținerea transformării sistemului de sănătate. Asigurăm continuitatea acestui obiectiv în România astfel:

### Punem pacienții pe primul loc

- Ne asigurăm că înțelegem nevoile pacienților și ne străduim să oferim soluții adecvate

### Depunem eforturi pentru a deveni partenerul preferat

- Ne desfășurăm activitatea într-o manieră responsabilă și durabilă
- Construim relații bazate pe încredere cu toți partenerii
- Realizăm parteneriate stabile cu reprezentanții sistemului de sănătate pentru a obține soluții performante

### Principalele noastre produse din România includ:

#### Medicamente pe bază de prescripție medicală

Portofoliul nostru de medicamente pe bază de prescripție medicală include tratamente pentru o gamă largă de afecțiuni precum bolile respiratorii și afecțiunile urologice, cancer, boli de inimă, epilepsie, lupus, infecții bacteriene și virale precum HIV și afecțiuni precum psoriazis.

#### Vaccinuri

Deținem cel mai complex portofoliu de vaccinuri pediatrie, cu peste 10 branduri de vaccinuri care previn afecțiuni severe și cu consecințe grave precum poliomielita, hepatita, pneumonia, meningita, rotavirus sau cancerul cervical.

#### Produse de îngrijire de uz general

Oferim românilor o gamă largă de produse de îngrijire bazate pe inovații științifice, cuprinse în două categorii: **Igienă orală** (soluții pentru întreaga familie, sensibilitate dentară, eroziune dentară acidă, sănătatea gingiilor, îngrijire dentară), deținând branduri binecunoscute precum: Aquafresh®, Sensodyne®, Sensodyne® Prosmalt™, Parodontax®, Corega®, Corsodyl® și **Wellness** (sănătatea aparatului respirator, răceală și gripă, analgezice, vitamine și suplimente alimentare, produse împotriva fumatului și de îngrijire a pielii), cu branduri cunoscute precum Coldrex®, ParaSinus®, Cetebe C Immunity Plus®, Panadol®, NiQuitIn®.

- Încurajăm cunoașterea și educația în domeniul sănătății

### Îndrăznim să inovăm

- Căutăm alternative inovatoare pentru a îmbunătăți accesul pacienților la medicamentele și produsele noastre
- Explorăm posibilitatea dezvoltării unor noi canale pentru a oferi beneficii mai mari pacienților

### Cum oferim valoare partenerilor:

- **Profesioniștii din domeniul sănătății și autoritățile:** Peste 200 de angajați ai diviziilor GSK Pharma și GSK Consumer

Healthcare vizitează medici, farmacii, clinici, spitale și susțin prin activitățile lor autoritățile locale și centrale pentru a oferi informații cu privire la medicamente și soluții pentru sănătate.

- **Clienții:** Clienții noștri sunt reprezentați de distribuitori, farmacii, spitale și clinici din România.
- **Pacienții:** Ajungem la milioane de pacienți din România, ajutându-i să realizeze mai multe, să se simtă mai bine și să trăiască mai mult. Colaborăm cu asociații de pacienți pentru a-i ajuta să aibă o voce puternică în sistemul de sănătate.
- **Angajații:** Asigurăm un mediu de lucru motivant și responsabil pentru aproximativ 1.000 de angajați locali, oferindu-le oportunități de dezvoltare profesională și personală. Creăm oportunități pentru angajații noștri de a lucra în afara țării, dar „importăm” și ca angajați din alte țări să vină în România.
- **Furnizorii:** Lucrăm cu furnizori globali care ne pun la dispoziție materia primă necesară pentru producție și importăm produse finite de la subsidiarele GSK. Contractăm cu prioritate furnizori locali pentru bunuri și servicii operaționale.



„În ceea ce privește responsabilitatea corporativă, normele noastre interne nu au în vedere o recompensă financiară imediată. Aceste norme ne ghidează să investim în susținerea bunăstării comunităților locale și să ne dedicăm misiunii noastre în România. Recunoscând beneficiile financiare ale îmbunătățirii eficienței asupra mediului, consumul redus de energie și apă nu reprezintă pentru noi simple calcule financiare. Responsabilitatea corporativă este atât de bine înglobată în modul în care ne desfășurăm activitatea încât constituie deja o parte inseparabilă a business-ului nostru și a reputației noastre.”

**Georgi Roussev**  
Finance Director GSK Pharma

Abordarea noastră

Sănătate pentru toți

Comportamentul nostru

Oamenii noștri

Planeta noastră

Guvernanță și angajamente

## Amprenta noastră în domeniul sănătății în 2013

Produsele GSK au ajuns la  
**20 de milioane**  
de consumatori și pacienți din România.

Ne implicăm, prin multă muncă și  
pasiune, în realizarea obiectivului nostru  
de a contribui la îmbunătățirea  
speranței de viață a românilor.

Respectăm Codul de Conduită intern.  
Toți angajații GSK sunt instruiți riguros  
pentru respectarea standardelor de etică.

Valorile noastre sunt cele care ne  
dictează conduita:  
Transparență  
Respect  
Integritate  
Punerea pacientului pe primul loc

Aproximativ  
**1.700**  
de doze de vaccinuri GSK au fost livrate  
zilnic românilor, pentru a le proteja  
sănătatea.

Am livrat lunar medicamente esențiale  
pentru supraviețuire în  
**5.500**  
de spitale și farmacii.

Medicamentele pe care le-am produs la  
Brașov au fost livrate către pacienți din  
**peste 80 de țări**  
din întreaga lume.

Am furnizat medicamente și vaccinuri  
inovatoare în  
**13**  
domenii terapeutice.

Evenimentul GSK Orange Day  
în România a implicat  
**peste 278**  
de angajați, în 20 de proiecte comunitare,  
din 14 orașe.

Angajații noștri au investit  
**4.200**  
de ore de voluntariat în sprijinul  
comunităților locale.

GSK a investit în 2013  
**783.636 €**  
în comunitățile din România.

Am susținut  
**13**  
asociații de pacienți.

De la începutul anului 2014,  
noul Director General al GSK Pharma  
este o femeie.

**63%**  
din echipa noastră este formată din femei și  
**61%**  
din managerii noștri sunt femei.

Am investit  
**1.536 de ore**  
în programe de instruire  
profesională a angajaților.

Am menținut un nivel înalt de siguranță a  
angajaților, înregistrând doar 5 incidente  
minore de muncă în cursul operațiunilor  
desfășurate.

Am crescut rata de reciclare din procentul total de deșeuri până la

**61%**  
(de la 40% în 2012)

Am redus consumul de apă cu

**9,6%**

# Elemente-cheie care ne definesc business-ul

În 2013, am analizat elementele prioritare pentru GSK în România, atât în ceea ce privește strategia noastră de business, cât și pe baza feedback-ului primit din partea partenerilor noștri.

## Elemente-cheie: GSK România 2013

### ➔ Sănătate pentru toți

1. Accesul la sistemul de sănătate
2. Infrastructura sistemului de sănătate
3. Sănătatea și bunăstarea comunităților locale

#### Îmbunătățirea accesului la sistemul de sănătate în România

Element-cheie: Impactul economic indirect  
Declarația G4-EC8

#### Suținerea unei infrastructuri în sănătate puternice în România

Element-cheie: Comunitățile locale  
Declarația G4-S01

#### Contribuția la îmbunătățirea sănătății și bunăstării comunităților locale din România

Element-cheie: Impactul economic indirect  
Declarația G4-EC8

### ➔ Comportamentul nostru

1. Compliantă
2. Conduită etică
3. Drepturile pacienților
4. Politicile publice
5. Calitatea și siguranța medicamentelor

#### Respectarea tuturor legilor și reglementărilor

Element-cheie: Compliantă  
Declarația: G4-S08

#### Menținerea celor mai înalte standarde etice de conduită și marketing

Element-cheie: Comunicarea de marketing  
Disclousure G4-S01

#### Suținerea pacienților și a drepturilor acestora

Element-cheie: Comunitățile locale  
Declarația: G4-S01

#### Transparență cu privire la politicile publice

Elemente-cheie: Politici publice  
Declarația: G4-S06

#### Asigurarea celei mai bune calități a produselor livrate

Element-cheie: Sănătatea și siguranța consumatorilor  
Declarația: G4-PR2

### ➔ Oamenii noștri

1. Dezvoltarea angajaților
2. Siguranța ocupațională
3. Egalitate de șanse

#### Dezvoltarea și motivarea angajaților

Element-cheie: Formare și educare  
Declarația: G4-LA11

#### Asigurarea unui mediu de lucru sigur pentru angajați

Element-cheie: Sănătate și siguranță ocupațională  
Declarația G4-LA6

#### Asigurarea unui mediu de lucru care oferă diversitate și egalitate de șanse

Element-cheie: Diversitate și egalitate de șanse  
Declarația G4-LA12

### ➔ Planeta noastră

1. Energie și emisii
2. Deșeuri
3. Transport

#### Reducerea consumului de energie și a emisiilor de gaze de seră în lanțul de distribuție

Element-cheie: Energie, emisii  
Declarațiile: G4-EN3, G4-EN15, G4EN16

#### Reducerea deșeurilor rezultate din produse și ambalaje

Element-cheie: Ape reziduale și deșeuri  
Declarația: G4-EN23

#### Reducerea impactului activităților de transport și logistică asupra mediului

Element-cheie: Transport  
Declarația: G4-EN30



# Elemente-cheie care ne definesc business-ul

continuare

În plus față de angajamentele noastre asumate pe parcursul anului, ne-am consultat cu 9 experți externi din diverse medii, reprezentanți ai unor grupuri diferite de parteneri, cu privire la ceea ce ei consideră că sunt cele mai importante aspecte ale activității și așteptările pe care le au de la GSK în România. Astfel, am redus numărul de elemente-cheie la **14 aspecte esențiale**. Acestea sunt clasificate conform abordării globale a GSK, bazată pe patru piloni, și în conformitate cu elementele-cheie definite de normele Inițiativei Globale de Raportare G4. Abordarea și activitățile noastre legate de toate aceste aspecte sunt dezbătute în diverse capitole din acest raport.

*„Definirea elementelor noastre cheie a reprezentat o etapă importantă care ne-a ajutat să confirmăm faptul că modalitatea în care ne îndeplinim misiunea de a ajuta oamenii să realizeze mai multe, să se simtă mai bine și să trăiască mai mult satisface așteptările partenerilor noștri din România. Informațiile și comentariile pe care le-am primit anul acesta din partea experților externi locali au fost edificatoare și au cuprins elemente care ne ajută să ne asigurăm că abordarea noastră satisface nevoile reale ale societății locale.“*

#### Marilena Năstase

Patient Advocacy & CSR Executive,  
GSK Pharma, Romania

### Pe scurt: sistemul de sănătate în România

Românii au în continuare una din cele mai scăzute speranțe de viață din Uniunea Europeană, cu o medie de 77,3 ani pentru femei, ultimul loc din UE și 69,8 la bărbați, penultimul loc după țările baltice, conform OECD Health at a Glance 2012 data.

Bolile de inimă, circulatorii și respiratorii și cancerul sunt cauzele principale ale deceselor în România. Rata de mortalitate infantilă din România (decese ale bebelușilor cu vârsta de sub un an la 1.000 de nașteri normale) este dublă față de rata medie din Europa.

Sistemul de sănătate este, în continuare, subfinanțat cu doar 4-5% din PIB în 2012, jumătate din media europeană.

### Feedback-ul experților

Consultările cu experții externi ai partenerilor ne-au oferit informații importante pe care le-am utilizat pentru a revizui cele mai importante elemente-cheie de responsabilitate corporativă pentru anul acesta.

Ne-am consultat cu nouă experți din domenii relevante pentru activitatea noastră, printre care lideri de opinie din cadrul Universității de Medicină, o asociație profesională din domeniul farmaceutic, o asociație de pacienți, o firmă de consultanță în domeniul Resurselor Umane, un ONG de mediu, o companie din industrie și reprezentanți media. Informațiile și recomandările acordate de aceștia se găsesc în cuprinsul Anexei 1.

„Analizez modul în care companiile contribuie la creșterea echitabilă. Asta presupune investiții în economia locală, crearea de locuri de muncă, achiziția de produse și servicii locale și atragerea de noi tehnologii.“

**Dragoș Dehelean**  
Fondator-Manager  
ResponsabilitateSociala.ro

„Colaborarea în ceea ce privește politicile publice și susținerea pacienților ar trebui să fie o prioritate pentru orice companie farmaceutică din România.“

**Oana Igrășan**  
Director de Comunicare  
Asociația Română a Producătorilor Internaționali de Medicamente (ARPIM)

„Finanțarea publică nu este suficientă pentru a aborda toate aceste aspecte, este nevoie și de susținerea industriei.“

**Teia Gavrilescu**  
Președinte  
ViitorPlus

„Transparența este importantă și consider că GSK România acționează în mod corect prin o abordare deschisă și disponibilitatea de a se angaja în dezbateri.“

**Dr. Florentina Furtunescu**  
Profesor Asociat  
Universitatea de Medicină și Farmacie „Carol Davila“

„Studiile clinice reprezintă o modalitate de a oferi acces către medicamente inovatoare. Am dori să fim informați asupra studiilor viitoare și să avem posibilitatea de a indica pacienți.“

**Rozalina Lăpădatu**  
Președinte al Asociației de Pacienți cu Boli Autoimune

„Consider că transparența deplină este un element esențial. Companiile ar trebui să publice informații privind persoanele care obțin onorarii pentru diverse campanii și evenimente.“

**Jurnalist**

„Speranța noastră este că, prin colaborarea cu companii precum GSK, vom folosi cât mai bine resursele disponibile și vom contribui la dezvoltarea proiectelor existente.“

**Cristina Damian**  
Director Executiv  
United Way România

„Companiile ar trebui să dezvolte procesele de recrutare și de dezvoltare a noilor talente. Investiția în recrutarea și dezvoltarea de talente este egală cu investiția în societate.“

**Andrei Ion**  
Managing Partner  
SHL România

„Consider că aceste companii au datoria să se implice și să contribuie la bunăstarea comunităților locale în care activează.“

**Andreea Nicoleta Deliu**  
Head of Corporate Communications and Community Affairs  
BCR Bank

# Angajamentele noastre

În urmă cu trei ani, ne-am definit angajamentele multi-aniuale până la finalul anului 2014. În 2014, vom defini noi obiective care să ne motiveze. Între timp, vă prezentăm evoluția activităților pe care le-am desfășurat cu privire la angajamentele pentru anii 2012-2014.

## ✓ Angajamente 2012 – 2014

## ▣ Stadiu 2013

### Sănătate pentru toți

Continuarea livrării de soluții inovatoare în domeniul farmaceutic și în rândul medicamentelor fără prescripție, odată cu creșterea accesului la produse inovatoare.

Avansează bine



4,4 % din vânzările Pharma /OTC din 2013 au derivat din produse care au fost lansate pe piață în ultimii trei ani.

Susținerea sănătății orale și promovarea igienei orale.

Avansează bine



Ne-am păstrat angajamentul și chiar ne-am extins implicarea în campania „Zâmbește România“.

Implementarea unui program pentru colectarea și eliminarea în siguranță a medicamentelor nefolosite până la finalul anului 2013.

Avansează bine



Am finalizat programul-pilot de colectare a inhalatoarelor utilizate din București în 2013.

Continuarea investițiilor în GSK Orange Day în fiecare an și creșterea ratei de participare a până la 90% din angajați.

Avansează bine



Eforturile noastre din cadrul GSK Orange Day în 2013 au avut un rezultat pozitiv și am crescut implicarea angajaților voluntari până la 75% în diviziile Pharma și Consumer.

Creșterea eficienței măsurării inițiativelor comunitare prin implicarea tuturor partenerilor noștri comunitari conform metodologiei LBG.

În grafic



Continuăm să lucrăm cu LBG și cu importanți parteneri din comunitate pentru a îmbunătăți colectarea de informații.

Îmbunătățirea calculului privind beneficiarii programelor noastre comunitare.

Avansează bine



În 2013, am înregistrat 37.852 de beneficiari direcți ai activităților desfășurate de diviziile Pharma și Consumer Healthcare.

Menținerea și extinderea programelor comunitare actuale și dublarea numărului beneficiarilor anuali.

Avansează bine



În 2013, am avut de 3,7 ori mai mulți beneficiari decât în 2012 (10.000).

### Comportamentul nostru

Continuarea colaborării cu asociațiile profesionale pentru susținerea modificărilor din domeniul sănătății, care vor promova accesul la medicamente și vaccinuri în România.

Avansează bine



Ne-am menținut implicarea în asociațiile din industrie și am acceptat poziția de vicepreședinte al ARPIM în 2013.

Menținerea a două campanii pe an de susținere a pacienților.

Avansează bine



Am promovat campanii pentru HIV, Lupus și boli rare.



# Angajamentele noastre

continuare

## Angajamente 2012 – 2014

## Stadiu 2013

### Oamenii noștri

Extinderea programelor de wellness pentru angajați.

Avansează bine

Am inițiat programul Parteneriat pentru Prevenție pentru a promova sănătatea și bunăstarea.

Menținerea unui nivel înalt de satisfacție (peste 90%) în cadrul programului Shared Service al Departamentului de Resurse Umane.

Avansează bine

Ne-am menținut scorul general de 89%.

Analizarea posibilităților de a crește diversitatea forței de muncă prin includerea persoanelor cu dizabilități.

Mai e de lucru

Încă nu am început activitatea în acest sens.

Extinderea programului de Traineeship pentru absolvenți și monitorizarea eficienței acestuia.

Avansează bine

Am continuat programul de Traineeship și am solicitat feedback din partea absolvenților cu privire la eficiența acestuia.

Evidențierea temelor de responsabilitate corporativă în procesele de recrutare ale GSK Employer Brand.

Avansează bine

Am inclus mesaje de responsabilitate corporativă în programele noastre de recrutare.

### Planeta noastră

Reducerea consumului total de energie pentru toate operațiunile din România cu 5% în fiecare an, plecând de la nivelul anului 2011.

Mai e de lucru

Consumul general de energie a crescut cu 1% din 2013.

Reducerea consumului de combustibil pentru autovehiculele utilizate de reprezentanții medicali cu 5% pe km.

Mai e de lucru

Nu am monitorizat acest parametru în 2013. Vom analiza acest obiectiv pentru 2014.

Reducerea consumului de combustibil în cadrul operațiunilor de distribuție ale Europharm cu 15% pe tonă de produse livrate până la sfârșitul anului 2014 (plecând de la nivelul anului 2011).

În grafic

Am redus consumul de combustibil per tonă de produse livrate cu 1% în 2013.

Eliminarea ambalajelor care nu sunt necesare sau reducerea volumului acestora.

Nu mai e relevant

Nu putem furniza date specifice cu privire la acest obiectiv și am întrerupt angajamentul nostru în acest sens pentru moment.

Măsurarea eficientă a nivelului de deșeuri pentru toate operațiunile noastre și stabilirea unui nou nivel în 2012. Reducerea generală a deșeurilor cu 15% până la sfârșitul anului 2014.

Mai e de lucru

Noua măsură de referință pentru deșeuri în 2012 este de 199 de tone. Cu toate acestea, volumul general de deșeuri a crescut în 2013 și analizăm acest aspect.

Reducerea generală a emisiilor de carbon generate de operațiunile GSK în România cu 15% până la sfârșitul lui 2014, plecând de la nivelul anului 2011.

În grafic

Nivelul general de emisii a rămas constant în 2013, însă ne propunem reducerea emisiilor în anul 2014.

Contorizarea consumului de apă în sediile noastre și stabilirea unei ținte pentru reducerea consumului.

Avansează bine

Am redus consumul de apă cu 9,6% în cadrul tuturor operațiunilor noastre în 2013.