



ENCUESTA REVELA QUE NUEVOS CONTRATOS DE SALCOBRAND CREAN INCENTIVOS PERVERSOS A LA VENTA Y PRECARIZAN EL TRABAJO FEMENINO

Santiago, 9 de junio de 2022

Sindicatos del comercio, organizaciones sociales, feministas y de consumidores, lanzan campaña “NO TE APROVECHES SALCOBRAND”, con los resultados de una encuesta aplicada a más de mil trabajadores de esa empresa, cuya fuerza laboral tiene un 70% de mujeres. Realizarán manifestación en el centro de Santiago y punto de prensa en Huérfanos 900, el jueves 9 de junio a las 12.30 horas.

Sobre el 50% de los encuestados admitió haberse visto obligado a vender productos que el cliente no necesitaba realmente; ocho de cada diez de ellos señalaron sentirse incómodos con esta práctica. Así mismo, el 56% admite haber sufrido o presenciado maltrato laboral en su lugar de trabajo, donde un 25% reporta daño psicológico. Dos de cada cinco trabajadores acusan sufrir presiones indebidas para firmar nuevos contratos, que no solo los perjudica a ellos, sino que también a sus clientes, mediante incentivos perversos para alcanzar metas de venta.

Los nuevos contratos que Salcobrand está imponiendo a sus trabajadores, contemplan una fórmula, semejante a la “canela” que la Ley de Fármacos 1 prohibió, expresamente, para evitar el incentivo a la venta de determinados medicamentos, por tratarse de un método inmoral para complementar el sueldo de los trabajadores. Actualmente, la empresa los obliga a alcanzar metas, de manera grupal e individual, **fomentando la venta de productos innecesarios o de alto costo, a riesgo de perder más del 55% de sus ingresos mensuales de no llegar a ellas.**

Los trabajadores se rehúsan a ser cómplices de estas prácticas poco éticas. **El 70% de los encuestados declaró sentirse mal trabajando para Salcobrand y perciben que la empresa no los respeta ni aprecia. Hacen un llamado a ser consecuentes. Esta es una empresa cuyo eslogan alude al bienestar de las personas, pero que al parecer solo vela por sus finanzas.** Como botón de muestra, señalan que los dueños de Salcobrand, solo por concepto de sus productos financieros asociados al Banco BCI, obtuvieron utilidades por casi 190 mil millones de pesos durante el primer trimestre del año en curso (Fuente del dato, Fundación Sol).

Según testimonios recopilados en videos, los trabajadores denuncian que cuando se rehúsan a firmar las nuevas condiciones laborales, se convierten en víctimas de acoso y humillación; las prácticas más recurrentes son: cambiarlos constantemente de sucursal, atosigarlos con llamados y mensajes por WhatsApp, ponerlos a realizar funciones que les dificultan alcanzar una buena remuneración final. **“Alrededor del 70% de los trabajadores de Salcobrand son mujeres, que con estas prácticas están desistiendo de permanecer en la empresa; actualmente más de 500 de ellas se encuentran con licencia médica y otro gran porcentaje está negociando su desvinculación”, afirma Georgina Carrasco, dirigente del Sindicato N°2 de Salcobrand. Agregó que “cuando el Gobierno anuncia medidas para recuperar el empleo femenino, que ha retrocedido 10 años en pandemia, es lamentable que Salcobrand haga justo lo contrario; tal vez esta indolencia se deba a que aún en estos tiempos, no exista ninguna mujer en su directorio ni principales ejecutivos”.**

Los nuevos contratos nacen a mediados del 2020, en medio de la peor crisis sanitaria y económica de los últimos años. “Mientras la gente intenta sobrevivir al Coronavirus y la inflación; Salcobrand incrementó sus ganancias y comenzó a trazar líneas para cambiar el modelo de venta de medicamentos en Chile. Diseñó un sistema que, de manera perversa, obliga a sus trabajadores a cumplir metas de venta individuales y por sucursal –dicho sea de paso- las metas aumentan constantemente, presionando a los empleados a ofrecer al paciente-cliente productos de alto valor o que simplemente no necesita, para alcanzar los montos establecidos por la empresa y así complementar su sueldo base, equivalente al sueldo mínimo”, aseveró **Mauricio Acevedo, presidente de la Federación Nacional de Trabajadores de Farmacias, Fenatrafar y uno de los voceros de la Alianza de Trabajadores del Comercio, Atcomer.**

Invitan a la prensa y a la ciudadanía a unirse a sus demandas y sumarse a las causas que procuran el bienestar real de las familias. Un eslogan no es nada si los hechos no son consecuentes.