



RELATÓRIO DE IMPACTO 2021

Farmácias Apoteca Natura
Benefit Corporation

Certified



Corporation



FARMÁCIAS
**APOTECA
NATURA**
Para uma saúde consciente



Índice

Introdução

Mensagem do Administrador Único	6
Uma nova forma de fazer Farmácia	8
A primeira Auditoria Cívica das Farmácias	10
Um novo formato de Farmácia	12
A história da Apoteca Natura	14
Somos a primeira Rede de Farmácias Benefit® no mundo	16
Apoteca Natura em números	18
Elaboração do Relatório de Impacto	20
O que é uma Benefit Corporation	21

PARTE 1

Resultados Impacto global	22
O que é o BIA	23
Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS)	24
O SDG Action Manager	25
A contribuição da Apoteca Natura para os ODS	26

PARTE 2

Resultados relativos às finalidades específicas do benefício comum	28
Apresentação dos resultados	30

Primeira finalidade - Multiplicação do impacto positivo e promoção do Modelo Benefit	32
<i>Foco: Um novo modelo de afiliação</i>	38
Objetivos 2022	39

Segunda finalidade - Prevenção e educação para uma saúde consciente	40
<i>Foco: O nosso compromisso para a prevenção da doença cardiometabólica</i>	46
Objetivos 2022	48

Terceira finalidade - Valorização dos produtos naturais, seguros e eficazes	50
<i>Foco: A oferta natural num percurso de Saúde Consciente</i>	52
Objetivos 2022	53

Quarta finalidade - Valorizar as pessoas	54
<i>Foco: O novo organigrama da empresa em "Árvore": uma inversão de paradigma</i>	57
Objetivos 2022	58
A expansão da rede em Portugal: Aponatura Portugal	60

Tabelas de correspondência entre objetivos e resultados 2021	62
Nota metodológica	70



FARMÁCIAS
**APOTECA
NATURA**
Para uma saúde consciente

Relatório de Impacto
Apoteca Natura S.p.A.

2021

Benefit Corporation

Certified



Corporation

**APOTECA
NATURA**

**"Para uma saúde
consciente"**

Mensagem do Administrador Único



Massimo Mercati
Administrador Único
Apoteca Natura S.p.A.

Deixamos para trás mais um ano muito complexo devido à continuidade da pandemia, que colocou sob pressão o nosso trabalho, mas **também restituiu a centralidade às farmácias no contexto do sistema de saúde territorial**. Deste modo, entre luzes e sombras, surge sem dúvida uma nova oportunidade para afirmar o papel socio-sanitário da farmácia que a nossa rede desenvolveu fortemente nos últimos vinte anos, assumindo-se hoje como um ponto de referência e um exemplo concreto no contexto italiano e internacional.

Pelo terceiro ano consecutivo, com a apresentação do Relatório de Impacto, fazemos o ponto de situação sobre o percurso realizado nos últimos 12 meses e um balanço do valor positivo gerado para a comunidade e para o território.

Em toda a nossa rede, **a máxima atenção continua a ser dirigida à pessoa e à resolução das suas necessidades de saúde**, com serviços de prevenção permanentes e uma gama que se centra em produtos naturais que curam, respeitando o organismo e o ambiente.

Apoteca Natura é uma rede de farmácias que preserva as realidades empresariais em cada território, através de um modelo de afiliação com níveis crescentes.

Desta forma, as farmácias, sejam elas de propriedade ou independentes, podem ser sempre coerentes com a promessa que exprimem, através da declinação do formato em diferentes clusters, dependendo do território e do país em que operam.

Em Itália, contamos atualmente com 730 farmácias divididas em três clusters: 135 "Corner", 568 aderentes ao cluster intermédio "Pessoa" e 37 ao "Centro Saúde", a novidade mais importante de 2021.

Estamos a falar de mais 100 farmácias relativamente ao ano anterior, um desenvolvimento significativo para a nossa rede, atendendo também ao momento que estamos a viver. Considerando também as farmácias em Espanha, cerca de 270, e em Portugal, cerca de 100, **a rede ultrapassa agora as 1100 unidades, um feito que nos diz muito sobre o potencial europeu do nosso posicionamento**. Além disso, a admissão recente como **primeira empresa privada na rede União Europeia das Farmácias Sociais**, foi outro importante reconhecimento do nosso papel, como amplamente afirmado por ser uma Benefit Corporation e uma B Corp certificada.

“Encaramos o novo ano com um entusiasmo renovado, baseado na convicção de que estamos no caminho certo relativamente ao que realmente as pessoas procuram: naturalidade e sustentabilidade, para uma Saúde Consciente”.

Outra novidade significativa que nos envolveu de perto neste ano de 2021 foi a da **nova empresa Apoteca Natura Holding Italia, nascida da joint venture com a Neo Apotek**, empresa que opera no setor do retalho farmacêutico constituída em 2019.

O objetivo é apoiar as farmácias da rede interessadas em crescer, adquirindo outras, ou seja, oferecer a quem deseja ceder o controlo da sua farmácia a oportunidade de permanecer dentro da rede Apoteca Natura, mantendo ao mesmo tempo um papel ativo de proprietário. Uma forma de alargar ainda mais o nosso modelo e os valores que representa.

Durante este ano de 2021 houve também a oportunidade de olhar para o futuro e para a missão da Apoteca Natura, juntamente com a nossa rede. O Curso evolução, o prestigioso evento internacional que organizamos anualmente, foi intitulado **"Para uma Ecologia da Saúde". Juntamente com oradores conceituados e especialistas, falamos das razões pelas quais não pode haver saúde sem sustentabilidade e do papel ativo que o aconselhamento dos nossos farmacêuticos pode desempenhar neste âmbito.**

Tudo foi incluído em março de 2021 num documento do PGEU sobre "green and sustainable pharmacy" (Pharmaceutical Group of European Union - Best Practice Paper on Green and Sustainable Pharmacy in Europe), associação que agrupa mais de 400 000 farmácias comunitárias na Europa, que sublinha que **entre as responsabilidades atuais do farmacêutico, se inclua a de aconselhar o produto que, com a mesma eficácia terapêutica, tenha o menor impacto no ambiente e seja tão biodegradável quanto possível. É a afirmação do conceito de One Health em farmácia e é o que desde sempre colocámos no centro da nossa missão.**

Aliás, é o próprio Parlamento Europeu que nos indica o caminho. Na resolução de setembro de 2020 sobre

produtos farmacêuticos, apela-se a um maior esforço por parte de todos para aumentar a consciência e promover uma utilização prudente dos medicamentos, promover uma produção mais verde, reduzir os desperdícios e melhorar a gestão de resíduos, reduzir o impacto ambiental, assegurando a disponibilidade de uma vasta gama de medicamentos a nível local, perto do domicílio ou do local de trabalho do paciente.

Sobre estas questões, a Apoteca Natura há já algum tempo que desempenha a sua parte. **Prova disso é o nosso Regulamento**, colocado à disposição de toda a rede e recentemente renovado. Trata-se de um instrumento operativo, ponto de referência para a realização dos produtos da marca, bem como um critério sobre o qual basear a seleção da gama no que diz respeito à **naturalidade, segurança e eficácia dos produtos.**

Seguindo estas orientações, em 2022, vamos trabalhar para continuar a reforçar a identidade da Apoteca Natura. Encaramos o novo ano com um entusiasmo renovado, baseado na convicção de que estamos no caminho certo relativamente ao que realmente as pessoas procuram: **naturalidade e sustentabilidade, para uma Saúde Consciente.**



Massimo Mercati
Administrador Único
Apoteca Natura S.p.A.

Uma nova forma de fazer Farmácia



FARMÁCIAS
**APOTECA
NATURA**

Para uma saúde consciente

Para sermos verdadeiramente significativos na vida das pessoas, é necessário fazer a diferença, criar valor. Este é o significado profundo do trabalho diário da rede Apoteca Natura.

Uma nova forma de fazer Farmácia: dos bens às pessoas.

A história da Rede

A Apoteca Natura surge em 2000, não como uma cadeia de propriedade, mas como uma rede internacional de mais de **1 100 Farmácias independentes que preserva as peculiaridades de cada realidade empresarial em cada território**. A rede de farmácias é caracterizada por um modelo “Glocal”:

- **“Global”** porque a farmácia entra numa rede graças a um contrato de afiliação que lhe dá o direito de utilizar uma marca em exclusivo, bem como lhe permite aceder a um sistema internacional que integra formação, serviços de apoio e de marketing;
- **“Local”** porque, ao mesmo tempo, o modelo cria sinergias que lhe permitem conservar a sua identidade e autonomia enquanto proteção específica do território.

Trata-se de um sistema inovador no retalho da saúde, promovido pelo Grupo Aboca e que se tornou, em 2013, Apoteca Natura S.p.A., uma sociedade dedicada exclusivamente à gestão da rede. Em nome da inovação, a Apoteca Natura S.p.A. adquiriu, em 2016, 80% da Farmacie Fiorentine A.Fa.M. S.p.A., que representa um laboratório de investigação e desenvolvimento que apoia a rede.

Somos uma rede de farmácias independentes

1 100+
Farmácias

22¹
Farmácias Municipais de Florença



¹ Em janeiro de 2022 surge a Farmácia Municipal Santa Maria Nuova alla Scala, a vigésima segunda Farmácia Municipal de Florença.

A Apoteca Natura acredita firmemente no papel social e cívico desempenhado pelas farmácias, que são cada vez mais chamadas a prestar um serviço indispensável de proteção territorial e posto avançado para a saúde coletiva.

O nosso é um modelo de farmácia baseado na especialização em saúde

capaz de valorizar o profissionalismo do farmacêutico dentro da cadeia de saúde, com uma orientação para o Bem Comum no território em que opera. A gama de produtos é cuidadosamente selecionada e apoiada por

uma estratégia de comunicação e marketing. A tudo isto se juntam os serviços socio sanitários oferecidos dentro da farmácia.



O profissionalismo do farmacêutico é central

Os profissionais que trabalham na Farmácia assumem um papel central. Por esta razão, a Apoteca Natura esteve sempre comprometida em colocar à disposição dos farmacêuticos e dos seus colaboradores **novas modalidades de formação, através da combinação de sessões presenciais e de e-learning** num processo de aprendizagem contínua, tanto a nível de gestão como a nível profissional.

Um exemplo disso é o curso "A correta gestão de autoanálises em Farmácia: o controlo de qualidade analítico e **Verificação Externa de Qualidade**", destinado a garantir a máxima qualidade dos serviços de autodiagnóstico em farmácia. A SOD "Segurança e Qualidade no Laboratório" do Hospital Universitário de Careggi desenvolveu indicadores estatísticos para a comparação dos principais parâmetros dos testes de autodiagnóstico.

Estas atividades de monitorização são essenciais para a gestão do Risco Clínico: e permitem reduzir ao mínimo a possibilidade de erro por parte do paciente na compilação de um teste de autodiagnóstico.

A **formação é um pré-requisito indispensável** para a adesão das farmácias à rede. A Apoteca Natura requer, de facto, um número mínimo de 15 créditos de formação por cada farmacêutico da farmácia.

**A formação:
um critério
fundamental de
adesão à rede.**



**Verificação
externa
de qualidade**

A **Verificação Externa de Qualidade** é um programa de avaliação objetiva da qualidade das análises efetuadas na Farmácia para uniformizar e validar os procedimentos de diagnóstico com um laboratório reconhecido pelo Serviço Nacional de Saúde italiano.

Esta verificação é realizada pelo Hospital Universitário Careggi de Florença, um dos Centros mais reconhecidos de Itália para a gestão dos programas VEQ para os laboratórios hospitalares, centros de saúde e laboratórios privados.



O envolvimento ativo da pessoa: A primeira Auditoria Cívica das Farmácias

O projeto “Auditoria Cívica das Farmácias” realizado em parceria com a **Cittadinanzattiva**² tem por **objetivo** envolver as farmácias da Rede num processo de **avaliação cívica** que permita verificar, do ponto de vista dos cidadãos, **a qualidade dos serviços oferecidos**.



Esta abordagem foi desenvolvida em linha com o percurso de crescimento qualitativo realizado pela Rede, no qual o **envolvimento ativo de todos os intervenientes constitui um elemento-chave**.

A iniciativa representa a **primeira aplicação da Auditoria Cívica às Farmácias** e tem por finalidade a de realizar e testar um modelo de avaliação das Farmácias partilhado, suscetível de ser replicado à escala nacional para evidenciar o ponto de vista cívico também na definição das normas de qualidade.

² A Cittadinanzattiva é uma organização, fundada em 1978, que promove o ativismo dos cidadãos para a proteção dos direitos, o cuidado dos bens comuns e o apoio às pessoas em condições debilitadas. Para mais informações sobre o projeto, consultar a página oficial da Cittadinanzattiva <https://www.cittadinanzattiva.it/progetti/11368-il-ciclo-pilota-dell-audit-civico-delle-farmacie.html?highlight=WyJhcG90ZWNhliwibmF0dXJh1l0=>



A construção do modelo de avaliação baseou-se nos **Princípios da Carta da Qualidade da Farmácia**, desenvolvida em parceria com a Federfarma e a **Carta Europeia dos Direitos**.

Os fatores de qualidade avaliados são: acessibilidade e continuidade do serviço; elementos estruturais, organizacionais e de equipamento; respeito pela privacidade e confidencialidade; informações e comunicações; serviços prestados na farmácia; educação e campanhas de saúde; atividades dedicadas à segurança e farmacovigilância; verificação dos padrões de qualidade; grau de integração da farmácia nos serviços socio-sanitários; formação; melhoria do serviço e participação cívica. Após a recolha dos dados e avaliação, é produzido o **Plano de melhoria**, um documento elaborado pela equipa Cittadinanzattiva no qual as **questões críticas** levantadas são selecionadas e classificadas de acordo

com uma série de critérios, a fim de planear **ações** de melhoria **sustentáveis**.

A Auditoria Cívica (Audit Civico®) foi realizada na Farmacie Fiorentine A.Fa.M., uma Benefit Corporation controlada pela Apoteca Natura. A partir desta experiência, o modelo Audit Civico® foi colocado à disposição de todas as farmácias aderentes à Rede a nível nacional.

O projeto dispõe de um Comité científico institucional constituído, para além da Apoteca Natura, pelos seguintes intervenientes: Cittadinanzattiva, Federfarma, ISS-Istituto Superiore di Sanità, Assofarm-Aziende e Servizi Socio-Farmaceutici, Fofi-Federazione Ordini farmacisti Italiani, Utifar-Unione Tecnica Italiana Farmacisti, Sunifar-Sindacato Unitario dei Farmacisti rurali.

Um novo formato de Farmácia que coloca a pessoa no centro

Concebemos um novo formato de farmácia para colocar concretamente no centro o utente e as suas necessidades.

Por este motivo, os espaços foram repensados para envolver ativamente a pessoa no seu percurso de saúde, graças a:

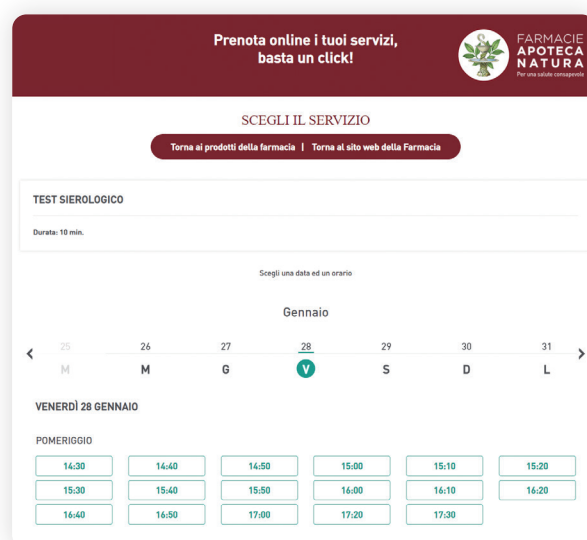
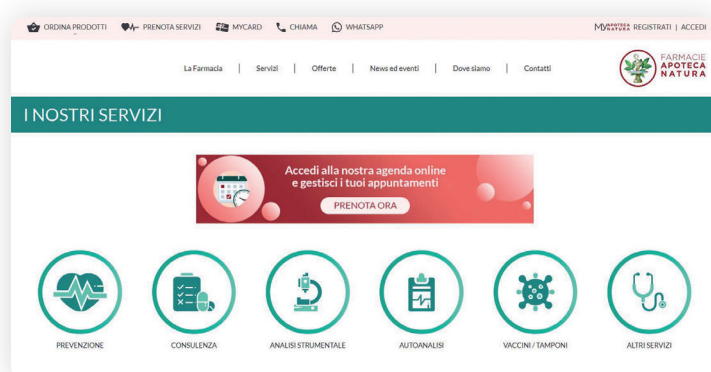
- **ferramentas experimentais e tecnológicas;**
- uma área dedicada à **aprendizagem** e testes dos produtos;
- uma **subdivisão expositiva** não por categorias de produtos, mas por **mundos de saúde**, com informações e sugestões para cada um.



Agenda Serviços

É a ferramenta útil que **facilita a prestação de serviços na Farmácia**, graças à possibilidade de marcar os serviços online de forma prática.

Através desta ferramenta, no ano 2021, cerca de **100 000 pessoas puderam marcar testes diagnósticos (PCR e antigénio) e testes serológicos** na sua farmácia de confiança. Este facto veio facilitar quer a marcação da Pessoa, quer a gestão por parte do Farmacêutico.





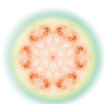
Os mundos de saúde

A Apoteca Natura concebeu uma organização de farmácia diferente onde os espaços e processos são estruturados para responder e gerir as diferentes necessidades da Pessoa. Uma mudança completa de paradigma em que o espaço é pensado não para os bens ou produtos, mas para os aconselhamentos e as relações.

Isto significa partir das necessidades de saúde das pessoas e repensar em função dessas necessidades toda a organização da Farmácia, desde o papel do Farmacêutico até ao próprio layout, com o objetivo final de "cuidar da pessoa para uma saúde consciente".

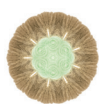
Os mundos identificam as necessidades de saúde da pessoa com base numa visão sistémica e consciente que coloca o indivíduo de acordo com o seu contexto.

A linguagem visual é a de Mundos de Saúde, facilmente reconhecíveis através das esferas, acompanhados pela descrição da necessidade de saúde. Uma linguagem gráfica inovadora, criativa e de grande apelo ao consumidor/paciente. Os benefícios de cada mundo traduzem-se no contacto direto e no acompanhamento do consumidor/paciente na farmácia. O percurso pela Farmácia também é enriquecido por pequenos textos que ilustram e evocam o mundo no qual se encontra.



SAÚDE DA PELE

O espelho da saúde



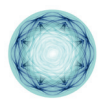
CABELOS

A moldura do rosto



BOCA, OLHOS E OUVIDOS

Comunique com o mundo



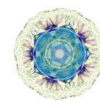
VIAS RESPIRATÓRIAS E SISTEMA IMUNITÁRIO

Respira a vida



ESTÔMAGO E INTESTINO

O equilíbrio parte do centro



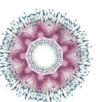
DOR E ARTICULAÇÕES

O corpo humano é uma máquina maravilhosa



MÃE E CRIANÇA

Consigo desde os primeiros dias



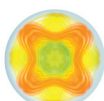
VETERINÁRIA

Amigos animais



MEDICAÇÃO

Pequenas e preciosas atenções



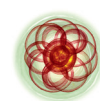
ENERGIA E VITALIDADE

A energia é vida



SAÚDE ÍNTIMA

Um íntimo equilíbrio



CORAÇÃO E METABOLISMO

Encontre o seu ritmo



SONO E SERENIDADE

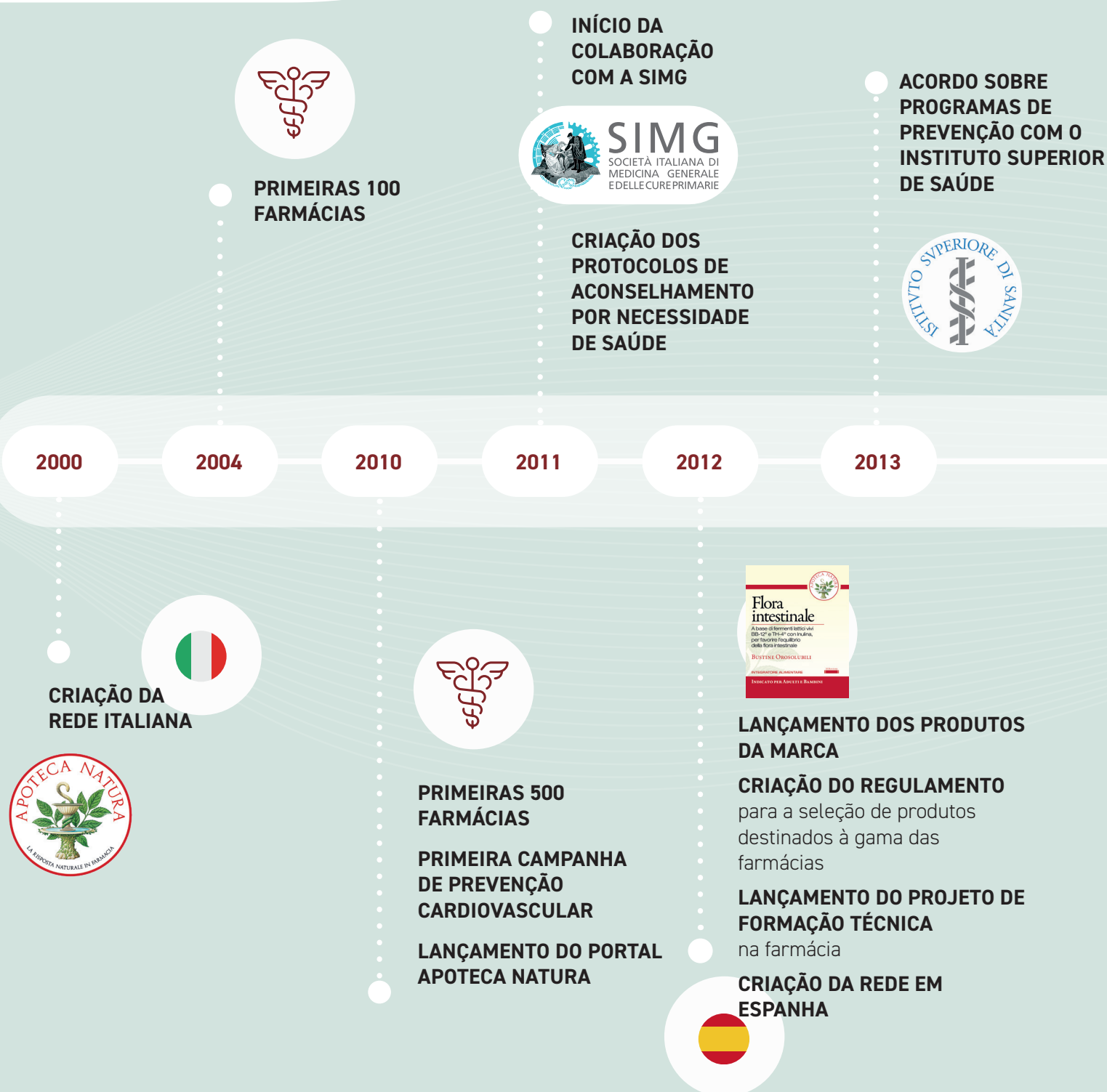
Uma boa noite é um bom dia



ALIMENTAÇÃO E INTOLERÂNCIAS

Conheça o seu corpo, escolha a sua alimentação

A história da Apoteca Natura





**FARMÁCIAS
APOTECA
NATURA**
Para uma saúde consciente



**LANÇAMENTO DA
PLATAFORMA HEALTH &
LOYALTY SYSTEM com a
App MyApotecaNatura**



**LANÇAMENTO
DO CARTÃO DE
FIDELIDADE MyCard**



**FARMÁCIAS
APOTECA
NATURA**
Para uma saúde consciente

**APOIO ÀS FARMÁCIAS
NA GESTÃO DA CRISE
SANITÁRIA COVID-19**

**DONATIVO À CARITAS POR
PARTE DE TODA A REDE**

2016

2017

2019

2020

2021



**AQUISIÇÃO
DE 80% DAS
FARMÁCIAS
MUNICIPAIS DE
FLORENÇA**



**APOTECA NATURA
TORNA-SE UMA
BENEFIT CORPORATION
E OBTÉM A
CERTIFICAÇÃO
B-CORP**

**CRIAÇÃO DA REDE EM
PORTUGAL**



**1 100+ FARMÁCIAS
A NÍVEL
INTERNACIONAL**

**CRIAÇÃO DA APOTECA
NATURA HOLDING
ITALIA S.P.A. BENEFIT
CORPORATION**

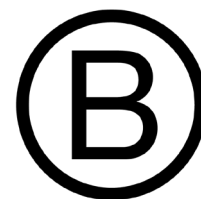
**CLUSTERING EM TRÊS
FORMATOS:
"CORNER"
"PESSOA"
"CENTRO SAÚDE"**



Somos a primeira Rede de Farmácias Benefit[®] no mundo

Em 2019, Apoteca Natura tornou-se uma Benefit Corporation e obteve a certificação B Corp[®], promovendo o **Modelo Benefit** nas farmácias da Rede.

Certified

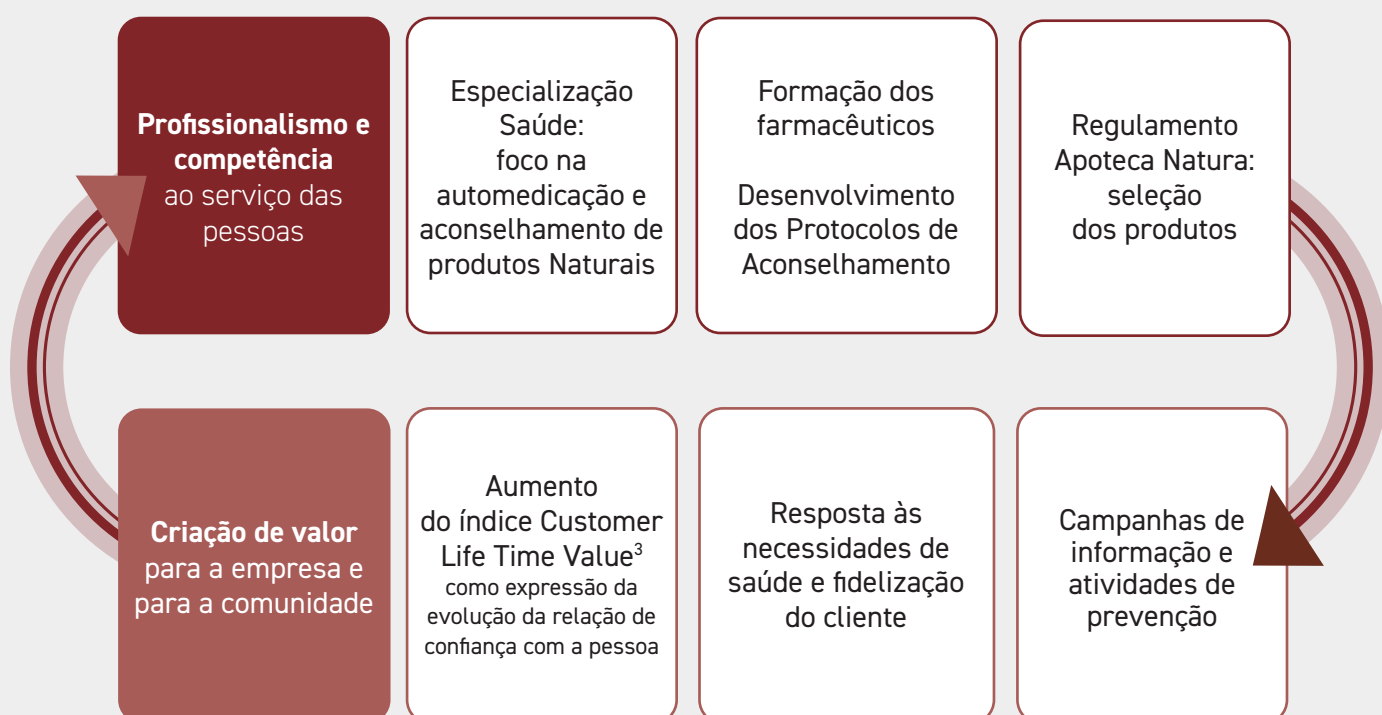


Corporation

Modelo de negócio

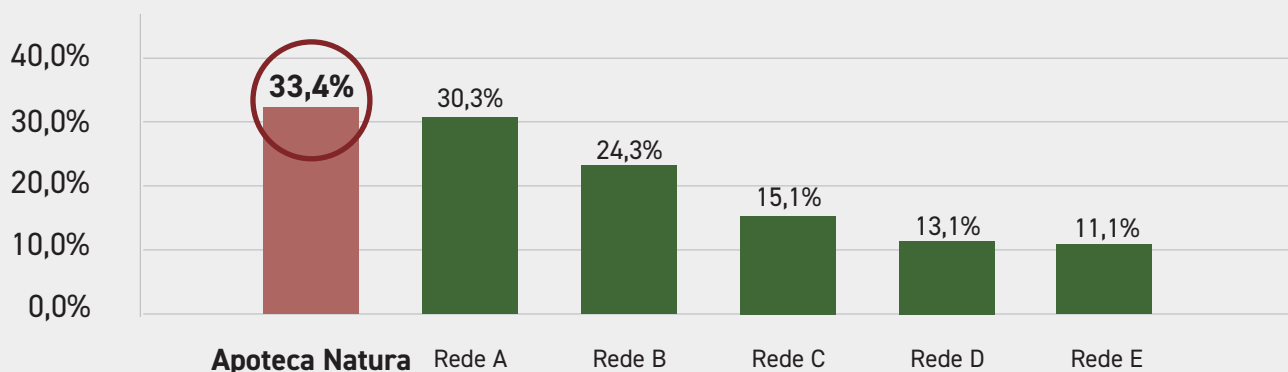
O modelo de negócio de Apoteca Natura baseia-se na criação de valor partilhado:

- coloca o farmacêutico no centro da atividade, dado que reúne as melhores condições para cuidar das pessoas, garantindo um serviço para a comunidade e a sustentabilidade económica da empresa;
- a farmácia como empresa socio sanitária que prossegue, para além do lucro, finalidades de benefício comum e faz desta uma razão constitutiva da sua identidade enquanto empresa e rede de empresas.



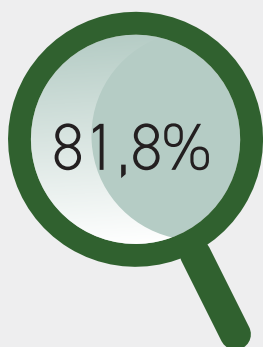
³ Customer Life Time Value: conjunto de fatores concebidos para medir a atratividade, a fidelização e o valor gerado pela interação entre o farmacêutico e o cliente final.

Notoriedade



Fonte: Interactive Market Research, dezembro de 2021.

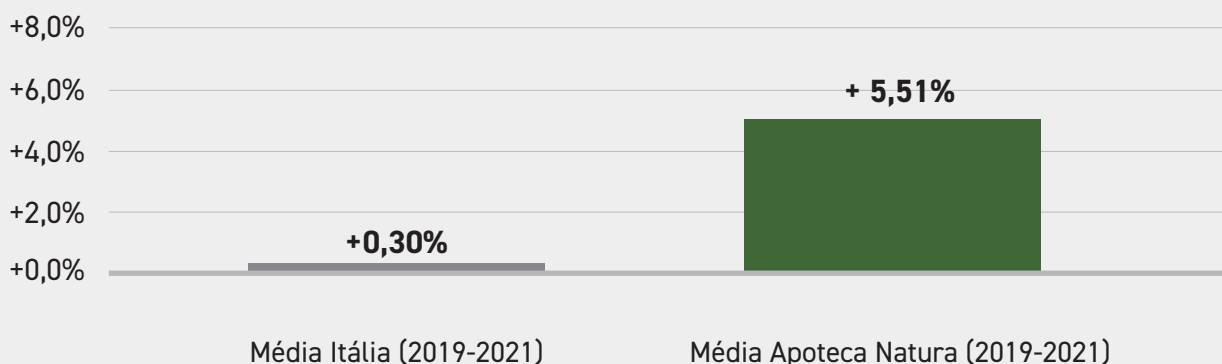
Confiança



Uma relação baseada na confiança é muito mais forte e estável ao longo do tempo, dificilmente replicável e deteriorável.

Fonte: Interactive Market Research, dezembro de 2021.

Evolução do volume de negócios global farmácias Apoteca Natura e média farmácias Itália



DADOS ITÁLIA: Fonte dados Pharmatrend IQVIA - Painel total farmácias Itália - evolução agregada 2019-2021.

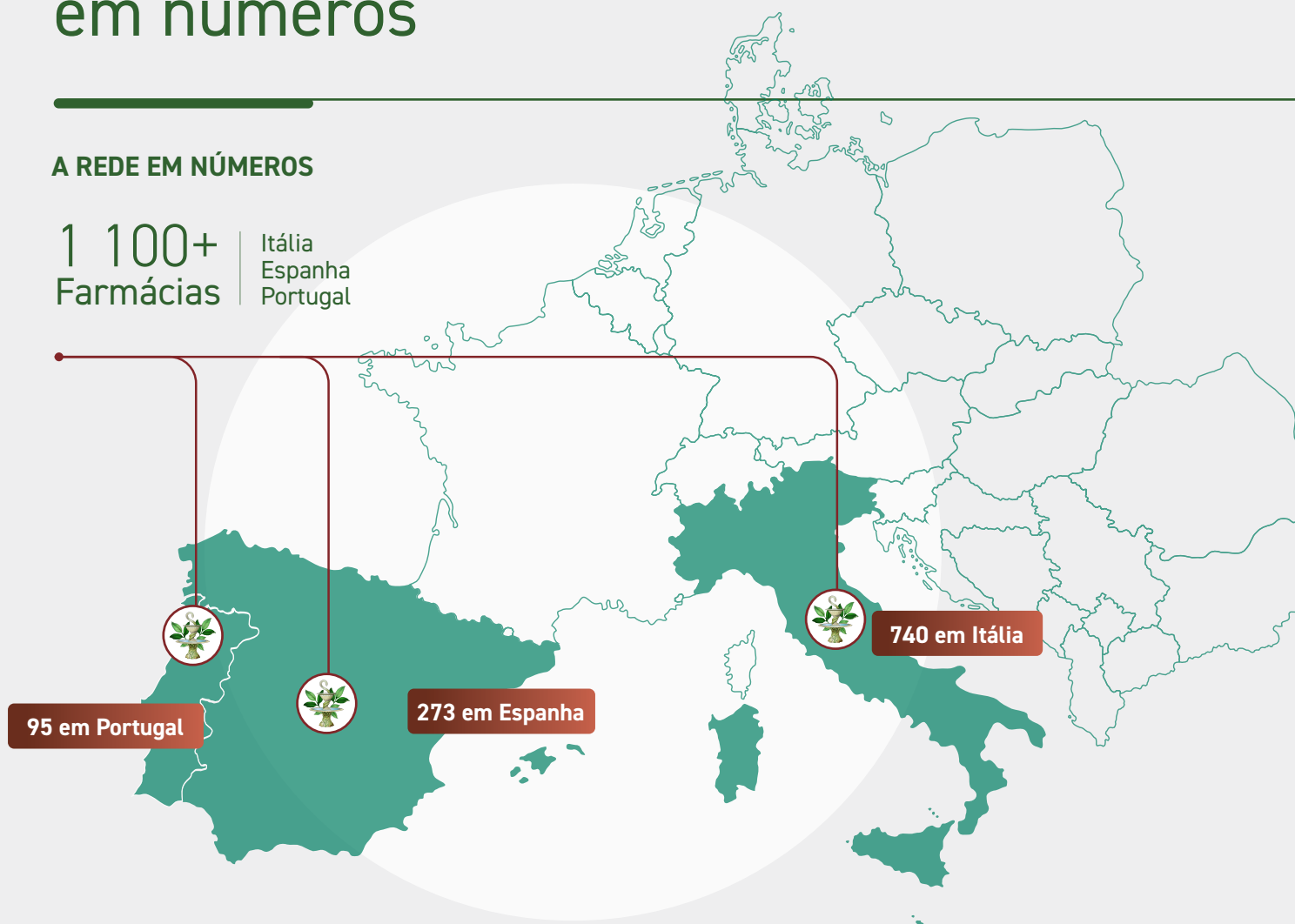
DADOS APOTECA NATURA: Painel de 50 Farmácias aderentes na Apoteca Natura em 2018 – evolução agregada 2019-2021.

Apoteca Natura em números

A REDE EM NÚMEROS

1 100+
Farmácias

Itália
Espanha
Portugal



AS ATIVIDADES DE APOTECA NATURA



250 000

Pessoas atendidas
por dia



40 000

Serviços de prevenção
prestados por ano



300+

Produtos naturais
escolhidos através do
Regulamento Apoteca
Natura

VOLUME DE NEGÓCIOS APOTECA NATURA



**global de 7,7
milhões de euros⁴**



ITÁLIA

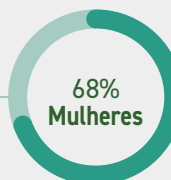


ESPANHA

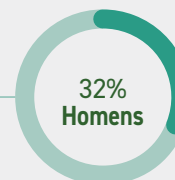
EMPREGADOS



51 Empregados



68%
Mulheres



32%
Homens

FARMACÊUTICOS



**6 100+
Farmacêuticos
aderentes
à Rede**



**mais de 1,6 mil
milhões de euros em
volume de negócios
agregado** das farmácias
pertencentes à Rede

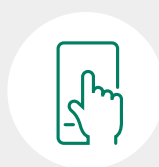


**mais de 35
milhões de euros
em volume de
negócios A.Fa.M.**



170 000

Horas de formação
por ano ministradas
aos farmacêuticos
da Rede



322 000

Transferências da App
MyApotecaNatura



20+

Colaborações entre entidades,
Sociedades científicas e
Universidades

⁴ Para o resultado económico global da Apoteca Natura também contribui uma participação de 30% na Aponatura Portugal, entidade criada em 2019 e com um volume de negócios global de mais de 219 000 € em 2021, que se encontra fora do perímetro do presente relatório. O volume de negócios consolidado da Apoteca Natura também inclui 80% do volume de negócios da A.Fa.M.



FARMÁCIAS
**APOTECA
NATURA**

Para uma saúde consciente



Elaboração do Relatório de Impacto

A fim de cumprir as obrigações estabelecidas pela Lei 28-12-2015 n.º 208 (Parágrafos 376-384) sobre a Benefit Corporation, a Apoteca Natura mede e comunica o seu Impacto através do Relatório de Impacto anual, que é constituído por duas partes:

PARTE 1

A “**Parte 1**” apresenta **uma avaliação do impacto global da Apoteca Natura⁵** através de uma norma de terceiros: o BIA (Benefit Impact Assessment).

PARTE 2

A “**Parte 2**” apresenta os **resultados alcançados pela Apoteca Natura** em 2021 no que se refere às finalidades específicas de benefício comum incluídos nos estatutos da empresa, juntamente com os objetivos de 2022.

⁵ Em relação à Apoteca Natura S.p.A., uma vez que se trata de uma avaliação global do impacto da empresa, não podemos deixar de considerar em conjunto a empresa italiana e as suas filiais estrangeiras. Foram excluídas do perímetro de avaliação a Aponatura Portugal e a Farmacie Fiorentine A.Fa.M. S.p.A., esta última avaliada de forma autónoma e certificada B Corp.



O que é uma Benefit Corporation



As sociedades tradicionais existem com o único objetivo de distribuir dividendos aos acionistas, **as Benefit Corporation são a expressão de um paradigma mais evoluído: integram no seu objeto social, para além dos objetivos de lucro, a finalidade de ter um impacto positivo na sociedade e no ambiente.**

Deste ponto de vista, as Benefit Corporation representam uma evolução do próprio conceito de negócio, uma vez que visam alcançar uma verdadeira sustentabilidade a nível económico, ambiental e social.

As Benefit Corporation têm duas características fundamentais:

- **Dirigem a sua atenção a todas as partes interessadas, tanto aos acionistas como aos outros intervenientes, no seu objeto social.**
- **Medem os seus resultados em termos de impacto positivo na sociedade e no ambiente com a mesma meticulosidade e com o mesmo rigor adotado nos resultados de tipo económico e financeiro.**

As Benefit Corporation, em Itália e nos EUA, **prosseguem voluntariamente**, para além do lucro, uma ou mais finalidades de benefício comum no exercício da atividade empresarial. Por benefício comum entende-se a **prossecução de um ou mais efeitos positivos (que também podem ser obtidos reduzindo os efeitos negativos) nas pessoas, comunidades, territórios e ambiente, bens e atividades culturais e sociais, entidades e associações e outras partes interessadas.** As Benefit Corporation estão empenhadas em alcançar estas finalidades de benefício comum de uma forma **responsável, sustentável e transparente.** Esta abordagem requer que os gestores estabeleçam um equilíbrio entre os interesses dos sócios e os interesses da comunidade.

As Benefit Corporation devem nomear uma pessoa da direção para ser responsável pelo impacto da empresa e comprometer-se a informar de forma transparente e completa as suas atividades através de um **relatório anual de impacto**, que descreva tanto as ações realizadas como os planos e os compromissos para o futuro. No momento da redação deste documento, as Benefit Corporation não beneficiam de incentivos económicos ou fiscais relativos à atividade empresarial, pelo que, para além de representar um valor para a sociedade, não geram quaisquer encargos aos contribuintes.

PARTE 1 - Resultados impacto global

Para a elaboração do Relatório de Impacto foi escolhida a norma internacional **Benefit Impact Assessment (BIA)**, ferramenta que também permitiu à Apoteca Natura obter a certificação B Corp numa base voluntária. A certificação é válida por três anos. A Apoteca Natura elabora o Relatório de Impacto global anualmente, de modo a avaliar a evolução do seu perfil de impacto e fornecer dados atualizados no seu relatório de impacto anual.

Conforme indicado no gráfico, o resultado da análise de 2021 evidencia uma melhoria em relação ao ano 2020.

A pegada é monitorizada pelo BIA nas áreas de Governance, Trabalhadores, Comunidade, Ambiente e Clientes.



No gráfico, as cinco áreas estão divididas em doze secções temáticas. As pontuações máximas obtidas em cada secção do BIA variam muito dependendo do tipo de empresa. De facto, a ferramenta é criada para destacar a principal vocação da empresa objeto de análise: no caso específico da Apoteca Natura, constituem elementos de excelência a orientação para a formação dos clientes (os farmacêuticos) e os recursos que colocamos à sua disposição para multiplicar o impacto positivo que têm nas comunidades. Do mesmo modo, é realçado o compromisso de garantir a saúde e o bem-estar dos trabalhadores, juntamente com uma forte sensibilidade para as questões ambientais.

⁶ A pegada do impacto de 2020 é diferente da apresentada no Relatório do ano passado, uma vez que foi utilizado um método diferente de agregação das áreas do BIA, que é mais representativo do modelo de negócio da Apoteca Natura.



O que é o BIA



O Benefit Impact Assessment é um benchmark desenvolvido pela organização sem fins lucrativos B Lab. Esta ferramenta permite **avaliar, de uma forma quantitativa e rigorosa, o impacto social e ambiental gerado por uma empresa.**

O BIA é realizado através de uma plataforma online, na qual se solicita que a empresa forneça informações qualitativas e quantitativas através de um questionário. A ferramenta adapta-se à empresa durante o processo de análise, uma vez que utiliza um questionário constituído por várias centenas de perguntas que são acedidas de acordo com as respostas fornecidas anteriormente. Precisamente devido a esta adaptabilidade, cada uma das **cinco áreas das quais o BIA é composto (Governance, Ambiente, Comunidade, Trabalhadores e Clientes)** apresenta uma pontuação máxima diferente das outras e que varia de acordo com o setor a que a empresa pertence.

As perguntas devolvem uma pontuação global numa **escala que vai de 0 a 200**. Uma vez concluída a análise, as empresas que tenham ultrapassado os **80 pontos** podem obter a certificação da B Corp. Este limiar representa **o ponto de equilíbrio entre o que a empresa retira da sociedade e do ambiente face ao que devolve, passando de um modelo puramente extrativo para um modelo regenerativo**. Atualmente, **existem em Itália cerca de 100 B Corp certificadas, enquanto em todo o mundo existem mais de 4 470.**



FARMÁCIAS
**APOTECA
NATURA**
Para uma saúde consciente

A Apoteca Natura concluiu o processo de verificação do seu BIA por parte do B Lab e obteve o reconhecimento da certificação B Corp em 2019 com 89.4 pontos, um resultado extraordinário se considerarmos que o B Impact Assessment tem sido utilizado por mais de 140 000 empresas em todo o mundo, mas apenas pouco mais de 3% destas ultrapassaram o limiar dos 80 pontos.

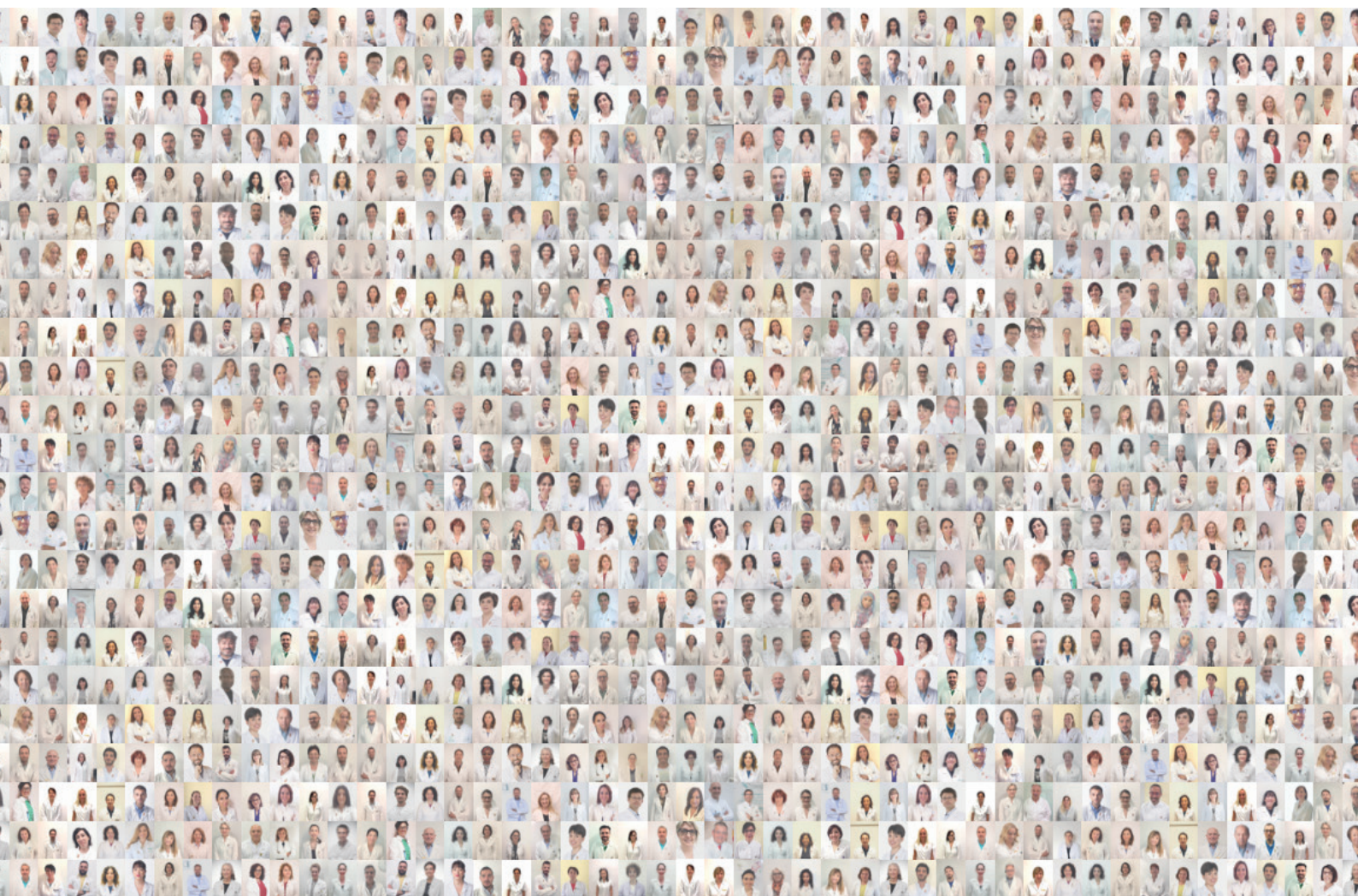
O resultado é ainda mais significativo, na medida em que a Apoteca Natura realizou pela primeira vez este processo de certificação, através do qual viu o seu compromisso contínuo ser reconhecido num modelo de desenvolvimento sustentável destinado a multiplicar o seu impacto positivo **através de toda a rede com mais de 1 100 farmácias.**

Certified



Corporation

89.4 pontos



Apoteca Natura e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas

Os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, elaborados pelo **Global Compact das Nações Unidas** em colaboração com vários intervenientes a nível global, constituem um grande desafio para todos os países e organizações do mundo. Considerámos por isso importante avaliar de que forma podemos contribuir para os ODS (SDG, em inglês) de modo mais direto, através das nossas atividades.

0 SDG Action Manager



Para avaliar a contribuição da empresa, a Apoteca Natura foi medida pelo SDG Action Manager, uma plataforma online criada através da integração do B Impact Assessment da organização sem fins lucrativos norte americana B Lab com os Princípios do Global Compact Network das Nações Unidas⁷.

Da estreita colaboração entre as duas entidades internacionais foi criada **uma ferramenta capaz de indicar em que medida uma empresa está a contribuir para a realização do objetivo individual relativamente ao seu potencial.**

Os ODS avaliados pela plataforma são 16, uma vez que o décimo sétimo é o resultado da interação entre todos os outros e o SDG Action Manager ainda não é capaz de devolver uma indicação de contribuição de forma atempada.

A ferramenta permite obter uma autoavaliação do nível da contribuição da empresa para cada um dos objetivos de desenvolvimento sustentável.

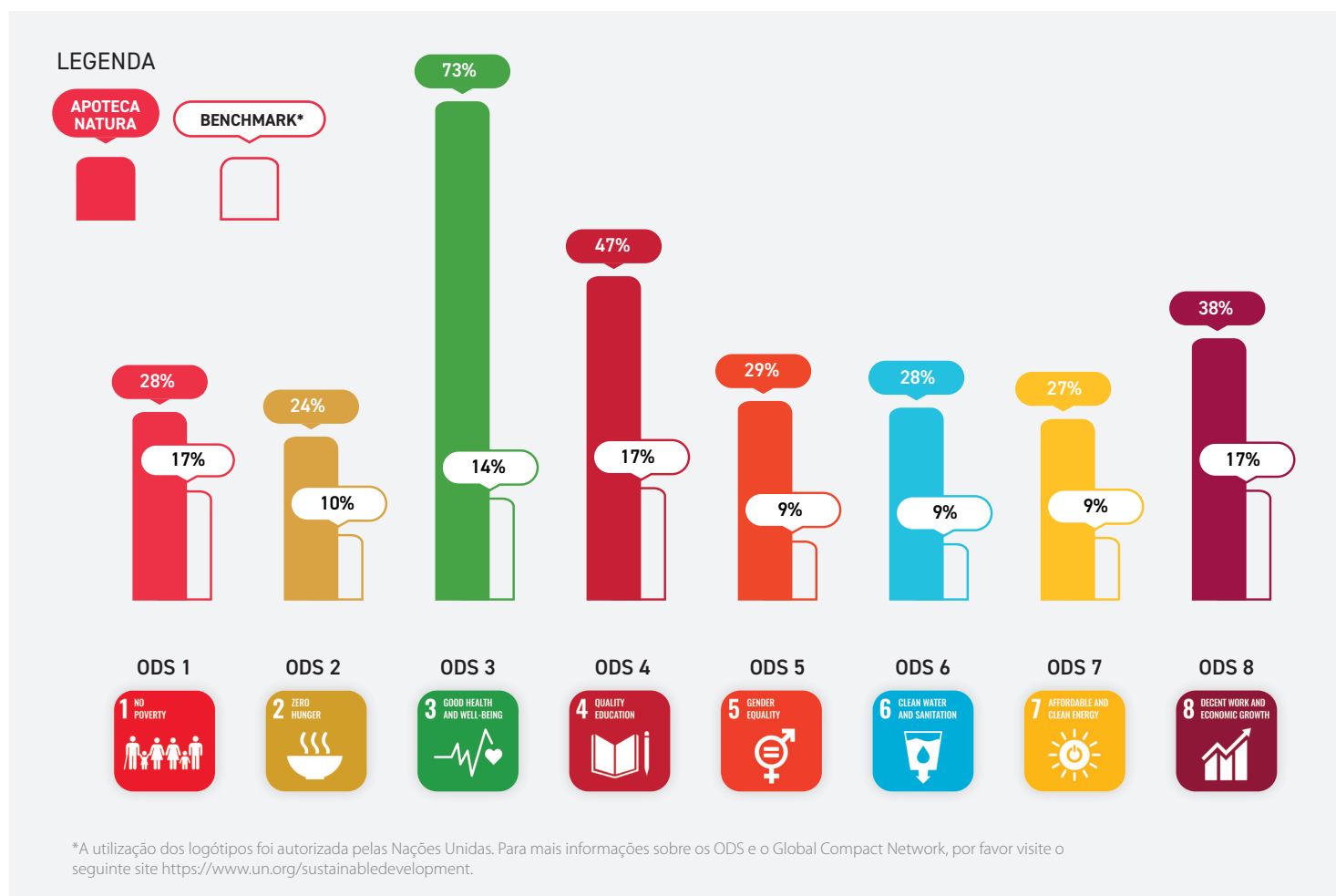
O gráfico na página seguinte representa a contribuição para cada ODS expressa em termos percentuais.

Para cada objetivo é indicado, na coluna da direita, o valor percentual relativo ao benchmark de referência das empresas de dimensão semelhante que no mundo inteiro experimentaram esta ferramenta de autoavaliação. A medição permitiu-nos obter mais elementos sobre as nossas principais áreas de impacto no que diz respeito aos ODS: Apoteca Natura **destaca-se em particular na contribuição para os objetivos 3, 4 e 12.**

Na página seguinte estão apresentados graficamente os resultados da análise realizada na Apoteca Natura.

⁷ A quantificação da contribuição para os ODS foi realizada através de uma autoavaliação na plataforma disponível de forma gratuita em <https://www.unglobalcompact.org/take-action/sdg-action-manager>.

A contribuição da Apoteca Natura para os ODS



Os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável que caracterizam a Apoteca Natura

A ferramenta permitiu-nos obter mais elementos sobre as nossas principais áreas de impacto no que diz respeito aos ODS:

Apoteca Natura **destaca-se em particular na realização dos objetivos 3, 4 e 12⁸**.

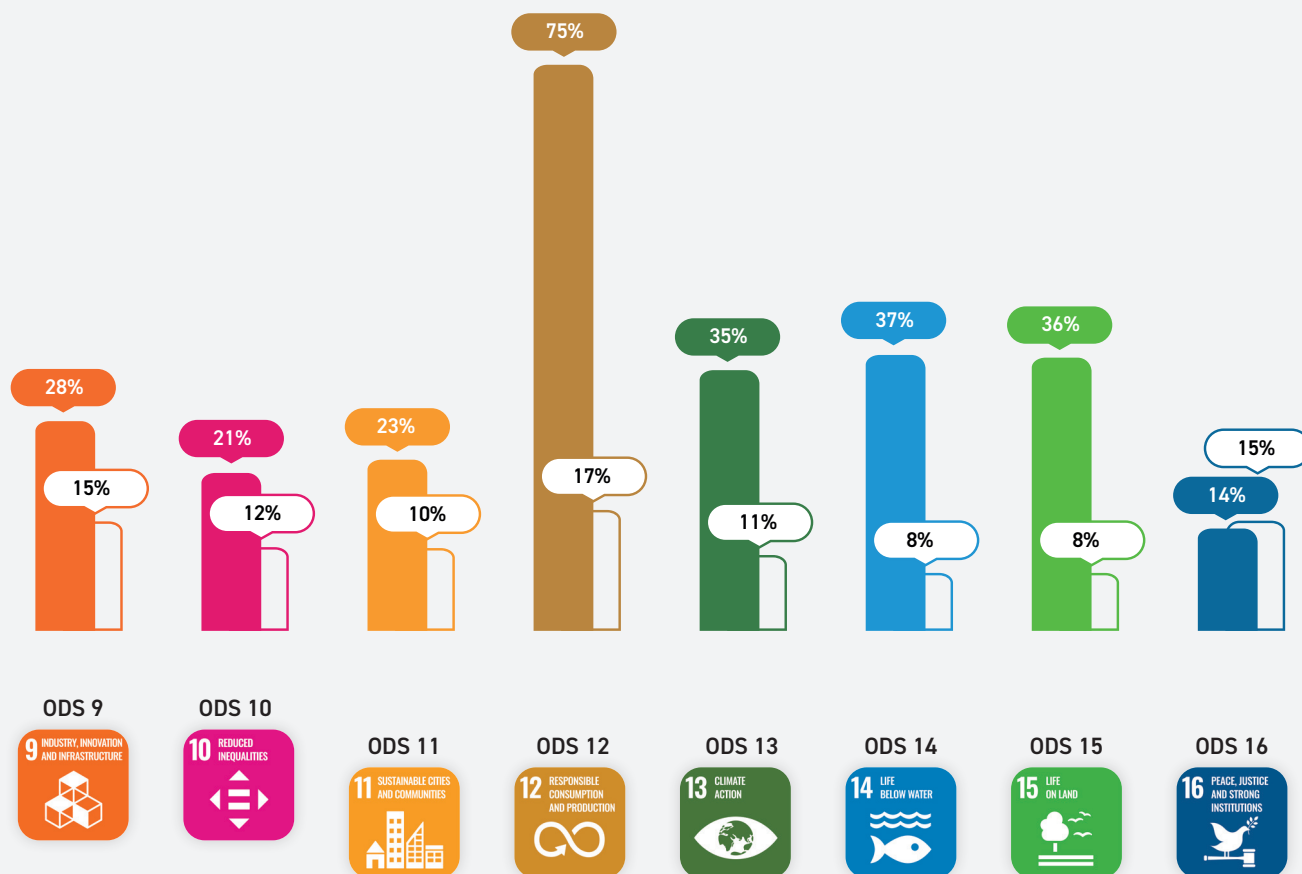
Em seguida são descritos três objetivos e apresentamos um detalhe das iniciativas mais valorizadas⁹.

A Apoteca Natura contribui, pela sua natureza, através de **atividades de prevenção** destinadas aos clientes das farmácias, úteis na identificação dos riscos de surtos de doenças.

A prevenção, juntamente com a **atividade de formação** destinada ao farmacêutico através dos Protocolos de Aconselhamento por Necessidade (PAN), permite direcionar o paciente para a forma de tratamento mais adequado. Também é significativa a **divulgação contínua de informações através do Blog Stai Benefit** e dos muitos **serviços de orientação para estilos de vida mais saudáveis** (artigos de opinião, Protocolo Farmácia Protegida para prevenção de contágio COVID, Guia Alimentar, etc.).



⁸ Considerando as indicações fornecidas pela plataforma SDG Action Manager e com base nos resultados de mais de 1 000 empresas italianas que se mediram com a ferramenta em 31/12/2021.



A Apoteca Natura promove este objetivo graças ao **sistema de Desenvolvimento do Pessoal** implementado em 2021 para analisar as competências comportamentais e técnico-profissionais dos empregados, dando a todos a possibilidade de progredir, respeitando as suas próprias especificidades. Os **programas de formação disponíveis para os nossos clientes** contribuem para o ODS 4 por promoverem o conhecimento sobre a utilização de fitocomplexos naturais nos cuidados de saúde e na gestão das farmácias e dos colaboradores.

A Apoteca Natura contribui para a realização do ODS 12, oferecendo **produtos de conteúdo biodegradável**, criados através da valorização de uma **cadeia de produção estritamente de acordo com o método de agricultura biológica** que caracteriza as matérias-primas utilizadas, utilizando **papel certificado FSC¹⁰ e PEFC¹¹**, quer para os materiais de embalagem, quer para os consumíveis de escritório. Outra contribuição da empresa é a criação e **promoção, através de todas as farmácias afiliadas, de iniciativas de sensibilização** para melhorar o conhecimento do consumidor sobre os hábitos de consumo menos impactantes do ponto de vista ambiental e social.



⁹ Para as descrições dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e a sua aplicação ao mundo empresarial, baseámo-nos nas informações fornecidas no site da Global Compact Network Italia (<https://www.globalcompactnetwork.org/it/il-global-compact-ita/sdgs/business-sdgs.html>).

¹⁰ Forest Stewardship Council <https://fsc.org/en>.

¹¹ Program for Endorsement of Forest Certification schemes <https://pefc.it/>.

PARTE 2 - Resultados relativos às finalidades específicas do benefício comum

Com a transformação em Benefit Corporation em 2019, os estatutos da Apoteca Natura foram concebidos para formalizar, também a nível jurídico, o nosso compromisso para o Bem Comum.

Por esta razão, o objeto social explicita quatro finalidades específicas do benefício comum que a Apoteca Natura pretende prosseguir no exercício da sua atividade empresarial, através da realização de ações cujo objetivo é gerar um impacto positivo mensurável na sociedade e no meio ambiente e de criar as condições para a manutenção de resultados económicos satisfatórios.

Em 2021, decidimos atualizar os estatutos com **três importantes alterações introduzidas por escritura notarial em fevereiro de 2022** para alinhar as atividades da empresa de modo ainda mais coerente com a sua missão:

- **a primeira finalidade é o resultado da combinação da primeira ("Promoção do Modelo de Benefit") e da quarta ("Multiplicação do Impacto Positivo") para criar uma finalidade mais homogénea e clara;**
- **foi reforçada a orientação da Apoteca Natura para a formação e a informação ao farmacêutico;**
- **a nova quarta finalidade, "Valorizar as pessoas", é antes a clarificação de uma atenção que a Apoteca Natura sempre dedicou às pessoas que trabalham na empresa: a criação de um ambiente de trabalho positivo para os seus empregados deve ser uma prioridade para qualquer empresa.**

Os estatutos da Apoteca Natura referem no artigo 3:

"Na qualidade de Benefit Corporation, a sociedade pretende prosseguir uma ou mais finalidades de benefício comum e operar de forma responsável, sustentável e transparente para com as pessoas, os territórios, o ambiente e outras partes interessadas."



PRIMEIRA FINALIDADE DE BENEFÍCIO COMUM

Multiplicação do impacto positivo e promoção do Modelo Benefit

A promoção da evolução do sistema de farmácia numa perspetiva centrada na pessoa e no papel da empresa para produzir um impacto social e ambiental positivo, assegurando a multiplicação do impacto positivo através do envolvimento ativo dos clientes e das comunidades em que operam. Como primeira rede mundial de Farmácias aderentes ao Modelo Benefit, este inclui também a divulgação e a adoção do paradigma Benefit de dupla finalidade: lucro e benefício comum por parte dos afiliados da rede.



SEGUNDA FINALIDADE DE BENEFÍCIO COMUM

Prevenção e educação para uma saúde consciente

A promoção de percursos de saúde consciente para as pessoas através de atividades de educação e prevenção. Pode compreender serviços de autodiagnóstico, atividades de melhoria dos estilos de vida com maior consideração dos fatores ambientais e sociais, graças a uma adequada formação do pessoal das farmácias aderentes à rede.



TERCEIRA FINALIDADE DE BENEFÍCIO COMUM

Valorização dos produtos naturais

A divulgação, valorização e promoção do uso de produtos naturais cientificamente avançados, eficazes e seguros para o organismo e o ambiente. Pode incluir atividades de formação dirigidas ao pessoal das farmácias da rede e a seleção privilegiada de produtos que cumpram os critérios autoimpostos recolhidos no Regulamento Apoteca Natura ou que sejam provenientes de empresas que tenham adotado normas e práticas evoluídas como o Modelo Benefit.



QUARTA FINALIDADE DE BENEFÍCIO COMUM

Valorizar as pessoas

A criação de um ambiente de trabalho positivo, dirigido à valorização e ao bem-estar das pessoas, para desenvolver o potencial de cada pessoa e para aumentar constantemente o orgulho e a satisfação de trabalhar com a empresa.



Apresentação dos resultados

Nesta secção do Relatório de Impacto apresentamos os resultados alcançados no ano passado pela Apoteca Natura no que se refere às quatro finalidades específicas de benefício comum incluídas nos estatutos, juntamente com os objetivos que estabelecemos para 2022.

Cada finalidade é apresentada com a menção do texto original dos nossos estatutos. Uma breve explicação que ilustra os aspetos mais significativos de cada finalidade.

As atividades individuais, os dados, os indicadores e os resultados são apresentados de forma esquemática.

Para facilitar mais a leitura dos dados e a ligação entre as atividades promovidas e os impactos concretamente gerados, optámos por apresentar os resultados em três níveis que podem ser facilmente identificados percorrendo a página de cima para baixo.

Acreditamos que o modo de apresentação descrito abaixo a título exemplificativo pode acrescentar mais clareza ao nosso Relatório, requisito fundamental para uma empresa que deseja devolver uma medição real dos resultados alcançados aos seus intervenientes.

GUIA DE LEITURA:

1.º NÍVEL:

ATIVIDADES

“Atividades”, descrição da ação promovida pela Apoteca Natura.

2.º NÍVEL:

DADOS/KPI

“Dados/KPI”, principais dados qualitativos e quantitativos que caracterizam a iniciativa.

3.º NÍVEL:

RESULTADOS ALCANÇADOS

“Resultados alcançados”, efeito produzido relativamente ao objetivo da finalidade de benefício comum, representado, sempre que possível, por indicadores.

Todos os resultados reportados contribuem para a realização do impacto gerado pelas atividades da Apoteca Natura.



Primeira finalidade de Benefício Comum:



Multiplicação do impacto positivo e promoção do Modelo Benefit

Uma rede, seja ela biológica ou social, é, por definição, capaz de se **autogerar**.

Em particular nos sistemas sociais, uma ação que gera valor positivo pode, por sua vez, desencadear outras ações de valor positivo. Um efeito dominó em sentido virtuoso que permite **“multiplicar” o impacto positivo produzido**.

Em linha com o seu compromisso de multiplicador de impacto, a Apoteca Natura **colabora ativamente com parceiros estratégicos**, tais como entidades e associações do setor.



“Cada comunicação gera pensamentos e significados que, por sua vez, darão origem a outras comunicações e pensamentos, e assim por diante...”

(Massimo Mercati, L'impresa come sistema vivente, 2020).



Primeira finalidade de Benefício Comum:



Multiplicação do impacto positivo e promoção do Modelo Benefit

A promoção da evolução do sistema de farmácia numa perspetiva centrada na pessoa e no papel da empresa para produzir um impacto social e ambiental positivo, assegurando a multiplicação do impacto positivo através do envolvimento ativo dos clientes e das comunidades em que operam. Como primeira rede mundial de Farmácias aderentes ao Modelo Benefit, este inclui também a divulgação e a adoção do paradigma Benefit de dupla finalidade: lucro e benefício comum por parte dos afiliados da rede.

ATIVIDADES



Curso evolução internacional do tema Benefit: Para uma ecologia da saúde



Um evento científico internacional da rede com oradores conceituados e especialistas em sustentabilidade na área da saúde, porque não pode haver saúde sem sustentabilidade. Durante o curso foi abordado o significado do conceito de biodegradabilidade para partilhar o quão verdadeiro e natural é o caminho para um futuro sustentável, não só necessário, mas também possível. Temas abertos nas principais mesas científicas internacionais e que se cruzam com a realidade da Farmácia no conselho diário como ponto central importante para o cuidado não só da pessoa, mas também do ambiente.

990+ participantes entre farmacêuticos e outras partes que se ligaram ao evento online

DADOS/KPI



Reuniões Territoriais



Participação das farmácias pertencentes à rede com foco também nas temáticas benefit.

DADOS/KPI

167 reuniões em Itália e 46 em Espanha.
6 130+ farmacêuticos participantes

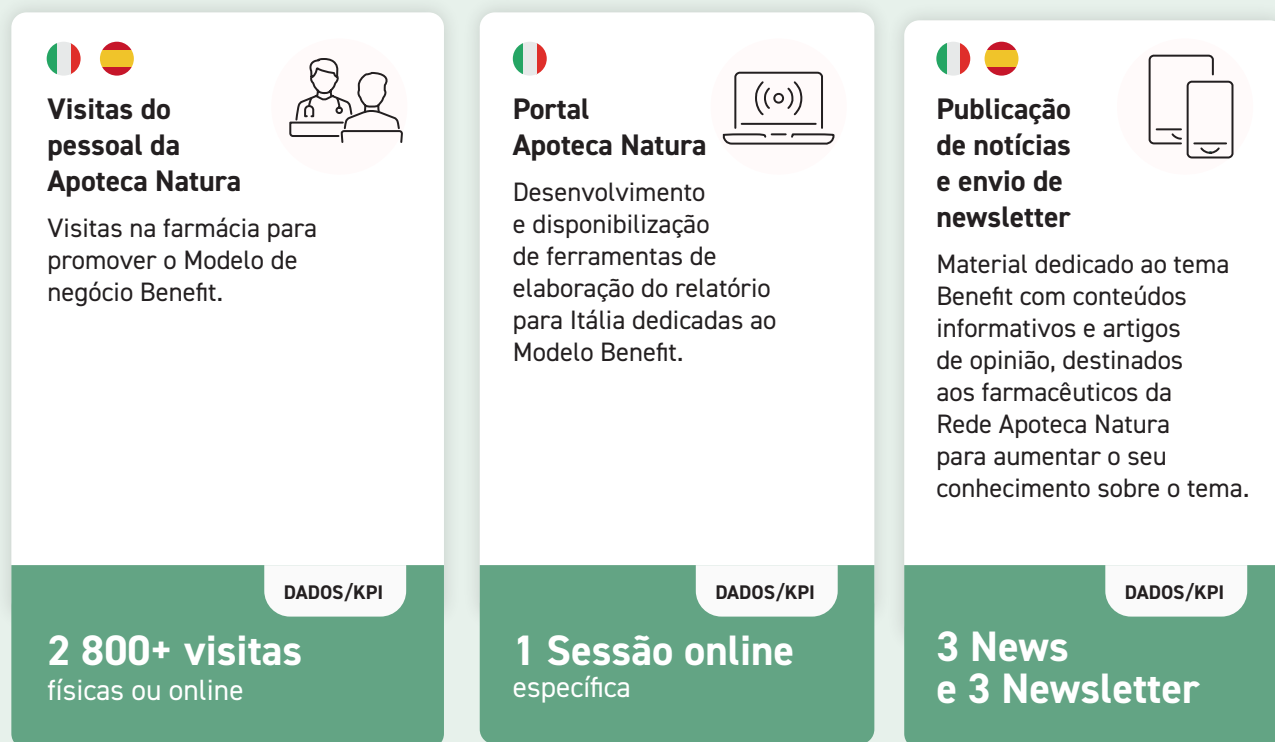
RESULTADOS ALCANÇADOS

Mais de 150 farmácias, em 31 de dezembro de 2021, aderiram ao Modelo Benefit.

A Apoteca Natura foi criada com o objetivo de estabelecer uma nova forma de fazer farmácia que coloca no centro o **papel socio-sanitário do farmacêutico** com a sua capacidade de criar valor através do apoio às pessoas no seu percurso de saúde consciente.

Esta abordagem baseia-se no entendimento de que a **criação de valor** é o objetivo fundamental de qualquer empresa e que só através desta criação de valor se pode alcançar a **sustentabilidade económica**. Neste contexto, foi natural abraçar o Modelo de Benefit e promovê-lo com todas as farmácias da Rede.

Para dar ainda mais força a tudo isto, **registámos a marca “Farmacie Benefit”®** e iniciámos uma série de atividades específicas para promover em cada farmácia o compromisso para o Bem Comum e a divulgação do Modelo Benefit.



RESULTADOS ALCANÇADOS

Ser uma Farmácia Benefit significa começar a medir o impacto gerado pela sua atividade do ponto de vista económico, ambiental e social, alterando os seus estatutos para se tornar uma Benefit Corporation ou certificando-se como uma B Corp.

Primeira finalidade de Benefício Comum:



Multiplicação do impacto positivo e promoção do Modelo Benefit

ATIVIDADES



Campanha de solidariedade Natal 2021 em colaboração com a Fondazione Rava

As Farmácias Apoteca Natura, em colaboração com a Fundação Francesca Rava, promoveram uma campanha de recolha de produtos para cuidados infantis, campanha de solidariedade denominada "Doe saúde" realizada de 1 de dezembro de 2021 a 7 de janeiro de 2022.



DADOS/KPI

190 farmácias aderentes
130+ entidades beneficiárias
6 400+ produtos doados
5 000 euros de donativos por parte da Apoteca Natura

RESULTADOS ALCANÇADOS

Os produtos recolhidos foram doados a entidades e lares que ajudam crianças em situação de pobreza sanitária em Itália.



Poluição interior: como a reduzir com plantas depurativas

Que plantas de casa podem limpar o ar nas farmácias, escolas, escritórios e casas? Elaborámos um "Guia de Plantas com propriedades de purificação do ar interior", desenvolvido em colaboração com a Associação Italiana de Médicos pelo Ambiente (ISDE) e escrito pela Dra. Vitalia Murgia. Em média, as pessoas passam 90% do seu tempo dentro de casa, respirando ar que é definido como "interior" com uma maior concentração de poluentes do que o ar exterior. O Guia inclui uma lista de plantas que são fáceis de encontrar, acessíveis e simples de tratar (rega, etc.).

DADOS/KPI

1 Brochura com distribuição gratuita nas farmácias

RESULTADOS ALCANÇADOS

Divulgar conhecimentos sobre a importância das plantas para a melhoria da qualidade do ar em ambientes interiores. A presença de plantas no interior de um edifício é considerada uma das formas mais naturais de melhorar a qualidade do ar.

ATIVIDADES



Projeto "Adotta una pianta"



A empresa participou no projeto "Adotta una pianta", promovido pela Associazione Progetto Valtiberina para contribuir para a reflorestação de uma zona montanhosa perto de Sansepolcro (Arezzo, Itália) seriamente afetada por eventos climáticos extremos.

A iniciativa, à qual aderimos desde 2018 juntamente com outras empresas e cidadãos locais, foi criada pelo Progetto Valtiberina em colaboração operacional com a Unione Montana dei Comuni da Valtiberina Toscana.

DADOS/KPI

**30 árvores doadas
em 2021**

185 árvores doadas em 3 anos

RESULTADOS ALCANÇADOS

Contribuímos para a preservação do património florestal da comunidade de Sansepolcro, onde se encontra a sede da Apoteca Natura há mais de 20 anos. As árvores, para além de melhorarem o aspeto da área, contribuem com a sua presença para absorver o CO₂.

ATIVIDADES



Vídeos curtos dedicados ao movimento



Vídeos com conselhos sobre movimentos promotores do bem-estar; conselhos com exercícios de corpo livre combinados com uma respiração correta, com vista a:

- relaxar o corpo e a mente;
- reduzir o perímetro abdominal com exercícios aeróbicos e de reforço muscular;
- restabelecer o equilíbrio musculoesquelético com exercícios posturais;
- realizar exercícios de cárdio, com exercícios de fitness aeróbico e fortalecimento muscular do corpo;
- reduzir o stress, ansiedade e distúrbios do sono com exercícios de relaxamento e meditação especialmente desenvolvidos pela Apoteca Natura do centro de formação Tedamis.

DADOS/KPI

**6 vídeos em Itália
3 vídeos em Espanha**

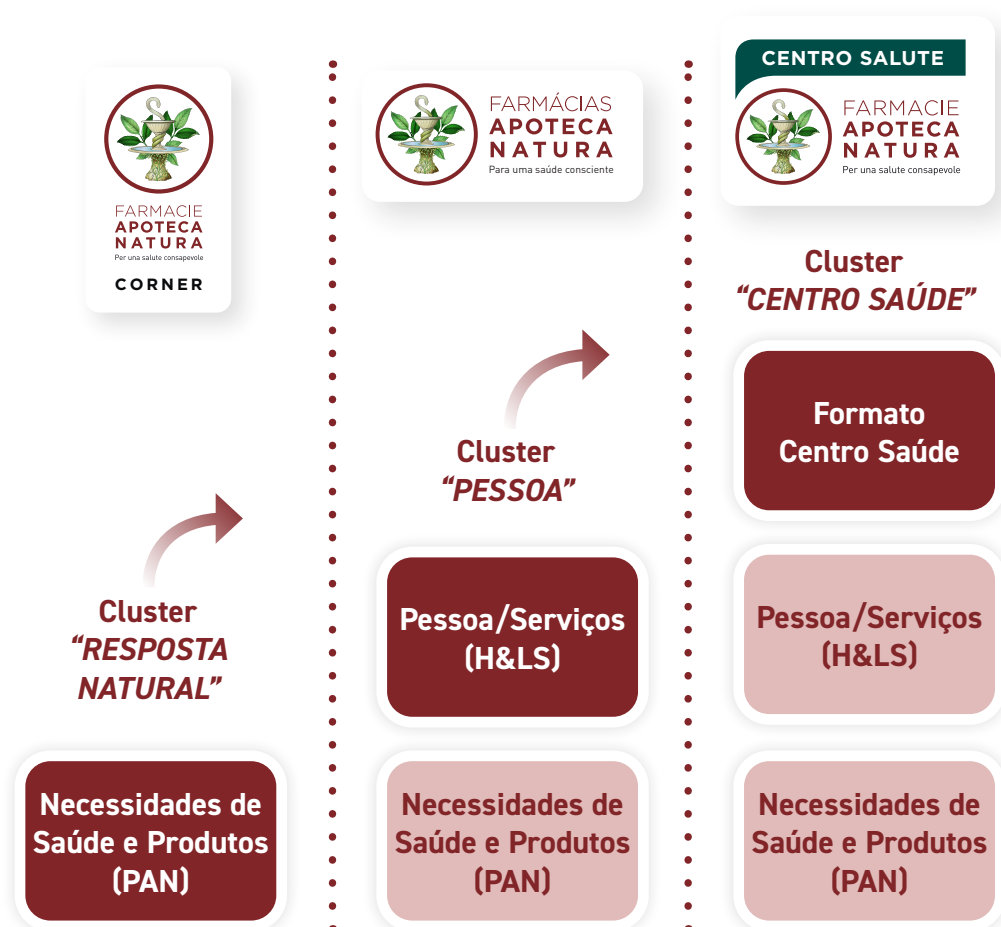
RESULTADOS ALCANÇADOS

Divulgámos boas práticas para nos mantermos em forma, inclusive seguindo vídeos tutoriais online gratuitos.

Um novo modelo de afiliação

A rede desenvolveu-se ao longo dos anos a ritmos diferentes, com diferentes níveis de adesão aos serviços oferecidos. Em 2021, em Itália, passámos a uma segmentação clara e coerente, que propõe três clusters.

O **cluster 1 "Resposta Natural"** caracteriza-se por um foco no aconselhamento dos produtos naturais em automedicação, o **cluster 2 "Saúde Consciente"** com foco nos serviços à pessoa. Por fim, o **cluster 3 "Centro Saúde"** é um modelo de farmácia de Franchising completo que conta com total reconhecimento, delegação nas compras e apoio à gestão integrada. A evolução do posicionamento dentro da rede Apoteca Natura permite uma progressiva criação de valor, levando a uma melhoria em todos os indicadores relativos à relação com o cliente (Customer Lifetime Value), em linha com as temáticas Benefit.



PAN = Protocolos de Aconselhamento por Necessidade

H&LS = Health & Loyalty System



Objetivos 2022 para a primeira finalidade de Benefício Comum:

Multiplicação do impacto positivo e promoção do Modelo Benefit

Evento de envolvimento de todas as farmácias

para divulgar a sensibilização sobre o tema Benefit

Reuniões online e no local

com a participação das farmácias centradas nas temáticas benefit

Roll-out Modelo Benefit em Espanha

Consultoria do pessoal Apoteca Natura

nas farmácias para promover o Modelo Benefit através de pelo menos 1 visita anual dos Key Account Managers

Sessão online dedicada ao Modelo Benefit

manutenção e desenvolvimento

Organização da campanha de solidariedade

no mês de dezembro



Segunda finalidade de Benefício Comum:



Prevenção e educação para uma saúde consciente

A promoção de percursos de saúde consciente para as pessoas através de atividades de educação e prevenção. Pode compreender serviços de autodiagnóstico, atividades de melhoria dos estilos de vida com maior consideração dos fatores ambientais e sociais, graças a uma adequada formação do pessoal das farmácias aderentes à rede.

A Apoteca Natura leva a farmácia para uma completa integração sanitária para a gestão da pessoa.

Acreditamos que a sensibilização e a prevenção são essenciais para que todos possam ser acompanhados na manutenção de um bem-estar pleno. Por este motivo, vemos o **farmacêutico como um interveniente fundamental, com a sua capacidade de colocar no centro as necessidades da pessoa e de acompanhar os clientes nos seus percursos de saúde consciente.**

Graças à constante formação e colaboração com a **Sociedade Italiana de Medicina Geral e Cuidados Primários (SIMG)** e muitas outras Instituições Científicas, a Apoteca Natura desenvolveu competências nas principais necessidades de saúde para ajudar a **identificar possíveis fatores de risco**

graças a folhetos informativos, tanto em papel como online, e a testes que podem ser preenchidos na farmácia com o apoio do farmacêutico ou diretamente online.

Com base nos conhecimentos adquiridos ao longo dos anos e da rede de colaborações, a Rede criou **campanhas de prevenção** em diferentes áreas da saúde que são promovidas periodicamente, dando aos farmacêuticos **protocolos de aconselhamento**¹² para lhes permitir responder às diferentes necessidades dos pacientes.



DETEÇÃO DAS RED FLAGS

Sempre que uma pessoa realiza um teste, diretamente na farmácia ou em casa, se a análise permitir detetar a existência de fatores de risco significativos (**Red Flags**), juntamente com os resultados do teste, é também enviada uma carta, indicando os elementos a monitorizar que é automaticamente elaborada pelo sistema **à atenção do médico** para a sua adequada intervenção. O farmacêutico, tendo recebido formação de acordo com os Protocolos de Aconselhamento (PAN), é capaz de encaminhar o doente e atuar na **primeira linha para intervir e prevenir o aparecimento de doenças mais graves.**

¹² Protocolos de Aconselhamento por Necessidade (PAN)

NECESSIDADES DE SAÚDE



Cuidamos de si
de coração



Do peso
à sua saúde



Durma bem,
acenda
a sua vida



**Estômago
e intestino**
no centro da
sua saúde

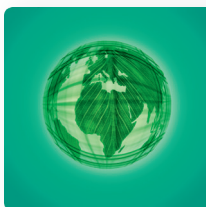


A saúde
das **vias**
respiratorias



Colha a flor
de todas
as idades
OSTEOPOROSIS
Y MENOPAUSIA

ESTILOS DE VIDA



O ambiente
é saúde



Promova
a sua saúde



A felicidade
é saúde

Segunda finalidade de Benefício Comum:

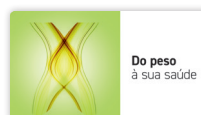


Prevenção e educação para uma saúde consciente

ATIVIDADES



Campanhas contínuas de prevenção, sensibilização e informação



DADOS/KPI

Um total de 9 campanhas promovidas
10 570+ testes de prevenção realizados dos quais **5 280 cardiovasculares**

RESULTADOS ALCANÇADOS



Redução dos fatores de risco associados ao aparecimento de problemas cardiovasculares e consequente impacto positivo no Serviço Nacional de Saúde italiano, conforme demonstrado por vários estudos realizados sobre as campanhas de prevenção propostas ao longo dos anos¹³.



mais de **10 milhões** de impressões no Facebook para as campanhas promovidas



mais de **85 mil** visualizações da página dedicada às campanhas



Promoção PAN (Protocolos de Aconselhamento por Necessidade)



Ferramentas que orientam o farmacêutico a avaliar as características do distúrbio principal, a presença de indicadores de risco a referir ao médico e o tipo de informações a prestar à pessoa para um estilo de vida correto.

DADOS/KPI

14 novos PAN
(7 em Itália e 7 em Espanha)

3 PAN
atualizados



mais de
7 280
no link específico

ATIVIDADES



Formação



Seminários online, cursos de Formação Avançada, aulas temáticas e webinars em direto e on demand. A cada atividade são atribuídos créditos de formação. Para assegurar a atualização contínua do farmacêutico sobre necessidades de saúde específicas, a Apoteca Natura requer um número mínimo de 15 créditos de formação para manter a adesão à rede.

DADOS/KPI

Mais de 6 100 farmacêuticos formados graças às atividades propostas
Mais de 142 000 créditos de formação atribuídos entre Itália e Espanha



RESULTADOS ALCANÇADOS

Melhoria dos conhecimentos do farmacêutico:

23,65 créditos adquiridos em média pelos farmacêuticos entre Itália e Espanha (+60% em relação ao limiar mínimo de 15 créditos).

Grau de utilidade das informações adquiridas segundo o farmacêutico:



■ **72%** Muito satisfatório
■ **27%** Satisfatório
■ **1%** Insatisfatório

Os clientes referiram que aprenderam 15% a mais face aos conhecimentos que tinham antes das atividades.¹⁴

¹³ A Universidade Católica del Sacro Cuore de Roma realizou uma Avaliação da eficácia da Campanha de Prevenção Cardiovascular "Cuidamos de si de coração" e observou que, em 2017, com base nos dados obtidos em 1 ano, considerando todos os indivíduos que aderiram à campanha "Cuidamos de si de coração" independentemente do seu nível basal de risco, foi possível registar uma redução significativa dos níveis de pressão arterial (sistólica e diastólica) e dos hábitos tabágicos, bem como um aumento significativo da percentagem de pessoas que consomem fruta e legumes diariamente e fazem mais de 30 minutos de atividade física por dia. Isto permitiu salientar que a implementação de uma campanha de prevenção traz benefícios concretos para a saúde das pessoas e, em alguns casos, reduz o custo para a comunidade associado ao aparecimento de doenças quando comparado com a não implementação da campanha.

¹⁴ Introduzimos esta avaliação este ano para 7 atividades-piloto; a partir de 2022 será aplicada a todas.

Segunda finalidade de Benefício Comum:



Prevenção e educação para uma saúde consciente

ATIVIDADES



Medidas de Sensibilização e prevenção COVID



Protocolo Farmácia Protegida:

lista de indicações obrigatórias elaboradas em colaboração com a Associação Italiana de Médicos pelo Ambiente e a Cittadinanzattiva e com o patrocínio da Federfarma, para permitir aos farmacêuticos e aos seus clientes minimizar os riscos de contágio por COVID.

DADOS/KPI

Newsletters, notícias e comunicações ad hoc através da app gratuita MyApotecaNatura, do Blogue Stai Benefit e site.

RESULTADOS ALCANÇADOS

Redução de situações de potencial contágio para farmacêuticos e clientes das farmácias, graças à disponibilização de materiais e serviços online.

ATIVIDADES



Sensibilização do utente final com campanhas sociais e conselhos dos farmacêuticos



- Vídeos curtos com conselhos dos farmacêuticos sobre várias temáticas associadas às necessidades de saúde: manter uma boa saúde do coração, substâncias para ajudar o sistema cardiometabólico, controlo de peso através de exercícios e bons hábitos alimentares, como começar.
- Campanhas sociais para ampliar o alcance das iniciativas de prevenção de segurança.

DADOS/KPI

Vídeos curtos: 8
Visualizações: 453 500+
Impressões: 777 700+
Farmácias que solicitam campanhas sociais: 97
Publicações feitas em 2021: 52

RESULTADOS ALCANÇADOS

Os conselhos específicos dos farmacêuticos da Apoteca Natura permitem consciencializar as pessoas para as várias necessidades de saúde na vida diária (como manter o coração saudável, viajar em segurança, controlar o peso, como dormir mais e melhor).

ATIVIDADES



Divulgação "Encomenda Produtos"



Serviço para facilitar mais a compra de produtos em condições mais seguras (certeza da disponibilidade dos produtos) com possível entrega ao domicílio.

**270 Farmácias
com o serviço ativo**

DADOS/KPI

ATIVIDADES



Guia Alimentar



Na ferramenta foi criado um menu para o reforço das defesas imunitárias e uma função "Lista de compras" para organizar melhor as compras de alimentos.

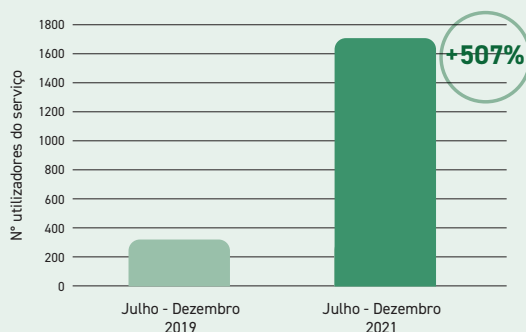
**70 000+ alimentos
6 necessidades de saúde
54 menus
8 índices de equilíbrio**

DADOS/KPI

RESULTADOS ALCANÇADOS

O serviço permitiu reduzir ao mínimo o tempo passado na farmácia e permitiu entregar os produtos encomendados no domicílio com toda a segurança.

**Aumento da utilização do serviço
face a 2019:**



RESULTADOS ALCANÇADOS

Métodos eficazes e seguros para gerir o peso:

- Diário Alimentar: permite planear e consumir alimentos, melhorando o autocontrolo.
- Método ACPG (Alimentação Consciente do Pico Glicémico): baseado na autonomia e personalização.

FOCO



O nosso compromisso para a prevenção da doença cardiometabólica

Para garantir a gestão eficiente e eficaz da campanha de prevenção da doença cardiometabólica e o correto tratamento da pessoa, foram realizadas reuniões temáticas para os farmacêuticos em conjunto com Tutores da Formação.

Durante estes cursos, foram abordadas as problemáticas cardiovasculares e a síndrome metabólica para orientar as pessoas no percurso de prevenção mais adequado. Também aprofundamos sobre as possíveis “red flags”, os fatores de risco, a serem referidos ao médico para uma avaliação mais detalhada. Além disso, foram abordados os produtos relacionados com estas necessidades para promover percursos de saúde que respeitam totalmente o organismo e o ambiente onde se vive.

Para as farmácias do Cluster “Centro Saúde”, foi realizado um curso de formação para apresentar a Box Saúde Prevenção e Monitorização Cardiovascular, criada a partir da especialização de aconselhamento e serviço da rede Apoteca Natura, que representa a “produção” do serviço de prevenção cardiovascular.



A Box Saúde contém:

- **Cupão para o autodiagnóstico e cupão de desconto:** 1 Cupão válido para 1 medição da Pressão Arterial, 1 Cupão válido para 3 medições à escolha (Colesterol total, Triglicéridos, Glicemia) ou para 1 medição do Perfil lipídico (Colesterol total, HDL, LDL, Triglicéridos), 1 Cupão de desconto de 20% em qualquer produto Apoteca Natura;
- **Ferramentas para cuidar da pessoa:** teste de bem-estar cardiovascular a ser preenchido com a ajuda do farmacêutico e um Mini Memo, um lembrete prático para anotar os valores de saúde e os conselhos do Farmacêutico;
- **Ferramentas de informação para a prevenção:** brochura “No coração da prevenção” com informações e conselhos úteis sobre saúde cardiovascular e um guia prático dos serviços digitais para acompanhar as pessoas no seu percurso de saúde cardiovascular.





Objetivos 2022 para a segunda finalidade de Benefício Comum:

Prevenção e educação para uma saúde consciente

Campanhas de prevenção e de sensibilização dedicadas às principais necessidades de saúde

Em particular, promoção de campanhas relacionadas com as vias respiratórias, saúde da mulher, campanha de prevenção da doença cardiometabólica, verão em segurança para os viajantes, regresso à rotina pós-férias, higiene e qualidade do sono.

Ferramentas, atividades e serviços para ajudar a comunidade

Encomenda Produtos, App MyApotecaNatura, Blogue Benefit, Protocolo Farmácia Protegida, Agenda Serviços.

Percursos de formação

Atividades de formação para melhorar os conhecimentos e as competências do farmacêutico na área da saúde, prevenção e conselhos ao cliente através de webinars em direto e on demand, aulas temáticas virtuais e on demand, cursos de formação avançada e videocursos.

Donativo para Emergência na Ucrânia

Em resposta à crise humanitária na Ucrânia, iremos organizar, com a Fundação Francesca Rava e a Farmasolidaria, uma campanha de angariação de fundos nas Farmácias Apoteca Natura italiana e espanhola. O objetivo é recolher donativos para a aquisição de ecógrafos, eco dopplers e outros equipamentos médicos para hospitais pediátricos ucranianos destruídos pelos bombardeamentos.

Promoção e formação sobre novos PAN

Ferramentas que orientam o farmacêutico a avaliar as características do distúrbio principal, a presença de indicadores de risco a referir ao médico e o tipo de informações a prestar à pessoa para um estilo de vida correto.

Divulgação Box Saúde Prevenção e Monitorização Cardiovascular

Será proposto em abril e maio durante a Campanha de prevenção da doença cardiometabólica e incluirá testes de prevenção, medições específicas, informação e conselhos úteis para a saúde cardiovascular.

Sensibilização para a saúde da mulher e do homem, no âmbito da Medicina de género

Forneceremos conteúdos úteis para a saúde e o bem-estar de homens e mulheres, graças a figuras conceituadas do mundo do entretenimento e da ciência.

Direção “Greener Pharmacy”

Percursos de saúde “greener”: atividades de formação para promover a escolha de uma gama ecológica e sustentável e de aconselhamento de produtos através de webinars em direto e on demand e cursos residenciais. O objetivo é aconselhar cada vez mais produtos que respeitem a saúde das pessoas e também o ambiente, proporcionando à rede orientação e apoio para contribuir tanto quanto possível para proteger o nosso planeta e torná-lo mais saudável.



Terceira finalidade de Benefício Comum:



Valorização dos produtos naturais, seguros e eficazes

A divulgação, valorização e promoção do uso de produtos naturais cientificamente avançados, seguros para o organismo e o ambiente e ao mesmo tempo eficazes. Pode incluir atividades de formação dirigidas ao pessoal das farmácias da rede e a seleção privilegiada de produtos que cumpram os critérios autoimpostos recolhidos no Regulamento Apoteca Natura ou que sejam provenientes de empresas que tenham adotado normas e práticas evoluídas como o Modelo Benefit.



¹⁵ A cada atividade são atribuídos créditos de formação. Para assegurar a atualização contínua do farmacêutico, a Apoteca Natura requer um número mínimo de 15 créditos de formação para manter a adesão à rede.

A abordagem da Apoteca Natura tem um papel fundamental na escolha da especialização numa gama de produtos para a saúde natural e, ao mesmo tempo, cientificamente evoluídos, inseridos num percurso de Saúde Consciente.

Acreditamos que tudo isto é fundamental para gerar uma proposta de cuidados capaz de respeitar os equilíbrios entre as funções fisiológicas do indivíduo e o meio envolvente, numa perspetiva sistémica.

ATIVIDADES



Campanhas de sensibilização e promoção de produtos naturais com MyCard, o Cartão de Fidelização da Rede integrado com o H&LS (Health and Loyalty System)



Com o Cartão de Fidelização Apoteca Natura, a pessoa pode acompanhar o número total de pontos obtidos e os prémios, bem como usufruir de muitos outros serviços úteis para a sua saúde. Também atribuímos pontos de bônus para a Saúde Consciente.

- **Bónus Prevenção:** pontos extras após a conclusão de, pelo menos, um Teste de Prevenção.
- **Bónus Saúde:** pontos extras para utilização da ferramenta "Promemoria Therapie" na App MyApotecaNatura.

As campanhas promocionais do circuito MyCard centram-se em produtos naturais cientificamente evoluídos e eficazes, fabricados com total respeito pelo ambiente.

DADOS/KPI

182 farmácias aderentes ao MyCard em Itália
23 farmácias aderentes ao MyCard em Espanha
9 campanhas em Itália e **8** em Espanha
50 000 000 de pontos atribuídos aos clientes das farmácias italianas
245 000 MyCard ativados em Itália
5 270 MyCard ativados em Espanha

RESULTADOS ALCANÇADOS

Indicadores da adesão às promoções (eficácia):

- **21 630 000 pontos utilizados**
- **80 000 pessoas** efetuaram pelo menos 1 compra de produtos naturais
- **260 000+ produtos naturais vendidos através** do MyCard

ATIVIDADES



Sistema de vigilância pós-comercialização



A Apoteca Natura propõe esta iniciativa em parceria com a Aboca, empresa fabricante de Cuidado da Tosse, para realizar uma recolha de informações com o objetivo de melhoria contínua. Iniciativa com vista a promover a recolha de informações no âmbito do sistema de vigilância pós-comercialização de acordo com a atual legislação sobre dispositivos médicos. A recolha destas informações é feita de acordo com padrões internacionais e com a colaboração científica do Departamento de Ciências Biomédicas, Cirúrgicas e Dentárias da Universidade de Milão.

DADOS/KPI

1 colaboração com o Departamento Universitário

Cerca de **12 meses** dedicados ao desenvolvimento

RESULTADOS ALCANÇADOS

Melhoria da monitorização da qualidade e segurança dos produtos através da recolha espontânea de informações sobre a experiência de utilização dos Dispositivos Médicos.

FOCO

A oferta natural num percurso de Saúde Consciente



A proposta da rede Apoteca Natura foi concebida para **acrescentar valor à vida das pessoas**, ajudando-as a fazer as melhores escolhas num percurso de Saúde Consciente. Como tal, o farmacêutico, com os seus aconselhamentos, desempenha um papel decisivo e é valorizado pela **formação contínua**.

Para complementar esta abordagem existe um outro elemento fundamental do posicionamento da Apoteca Natura, ou seja, **a sua elevada especialização em produtos naturais cientificamente evoluídos**. A oferta é cuidadosamente selecionada graças às **regras estabelecidas pelo Regulamento interno**. Esta ferramenta permite a qualquer aderente da rede identificar, de modo autónomo, os produtos que respeitam os valores promovidos pela Apoteca Natura e que podem, portanto, ser expostos na farmácia. Neste sentido, foi também desenvolvida **uma gama de produtos da marca Apoteca Natura, concebidos e fabricados precisamente para oferecer soluções naturais, seguras e eficazes**. Os produtos da marca Apoteca Natura são vendidos exclusivamente nas farmácias da rede.

O Regulamento da Apoteca Natura **foi revisto e atualizado em 2021** para continuar a assegurar o alinhamento da rede e o cumprimento da promessa da Farmácia Apoteca Natura de ser "A resposta natural para uma saúde consciente".

Os produtos prestam **especial atenção à relação Homem - Ambiente - Saúde**. A Apoteca Natura promove um conceito de saúde mais amplo e completo baseado em estilos de vida responsáveis em relação ao ambiente, que influencia de forma importante o nosso estado de saúde.



Objetivos 2022 para a terceira finalidade de Benefício Comum:

Valorização dos produtos naturais, seguros e eficazes

Formação

dos farmacêuticos sobre temas dos fitocomplexos naturais através de videocursos em direto e on demand, aulas temáticas e webinars.

Lançamento de novos produtos

100% naturais da marca Apoteca Natura.

Campanhas de promoção dos produtos naturais

através do Cartão de Fidelização MyCard.

Expositores

dois expositores à disposição de todas as farmácias dedicados exclusivamente a produtos naturais, de modo a divulgar a cultura da naturalidade.





Quarta finalidade de Benefício Comum:

Valorizar as pessoas

ATIVIDADES

BENEFIT OFERECIDOS PELA EMPRESA



A Apoteca Natura oferece aos seus empregados uma série de **convenções para compras de serviços e bens com estabelecimentos ou empresas locais**. Além disso, a empresa oferece serviços de adesão facultativa: **seguros de saúde complementares** para os empregados e os seus familiares ¹⁶ cujos custos são suportados 80% pela Apoteca Natura, o **fundo de pensão complementar**. Além disso, em 2021, fizemos um seguro de saúde adicional para cobrir eventuais **hospitalizações ou períodos de quarentena devido à pandemia**, custo integralmente suportado pela empresa. Continuámos a oferecer o serviço de **cantina com produtos biológicos**.

DADOS/KPI

MAIS DE 80 CONVENÇÕES com estabelecimentos comerciais.

Todos os empregados aderiram a, pelo menos, um serviço complementar de saúde ou de pensão.

MAIS DE 1 500 REFEIÇÕES FORNECIDAS através da cantina da empresa.

ATIVIDADES

PRÉMIOS DA EMPRESA



A empresa, enquanto parte de uma cadeia farmacêutica, **permaneceu sempre ativa durante 2020 e 2021**. Todo o pessoal reagiu prontamente à nova rotina diária, muitas vezes **reinventando a sua forma de trabalhar** para se adaptar às medidas de segurança necessárias. Para recompensar o esforço envidado por todos, a **Apoteca Natura atribuiu prémios de produtividade** em função dos objetivos gerais da empresa¹⁷, prémios individuais relativos a objetivos específicos e vários tipos de prémios extraordinários.

DADOS/KPI

MAIS DE 71 000 € totalmente atribuídos às pessoas que trabalham connosco.

ATIVIDADES

TELETRABALHO



O recurso ao trabalho à distância não constituiu uma dificuldade para a empresa, uma vez que já tinha **iniciado um percurso de digitalização do trabalho antes da pandemia**. Por esta razão, houve uma boa recetividade por parte de todos aqueles que beneficiaram desta forma de trabalho, recebendo toda a assistência em caso de necessidade. Para facilitar a utilização dos suportes informáticos para chamadas e reuniões diárias, foi criada a **"Palestra Teams"**, uma série de **reuniões abertas a todos os empregados**, durante as quais os nossos serviços de informação responderam a perguntas e dúvidas sobre o funcionamento da plataforma da empresa.

DADOS/KPI

51 empregados
46 440+ horas
de teletrabalho

RESULTADOS ALCANÇADOS

A rotação do pessoal é expressa através do indicador de turnover. O **turnover da Apoteca Natura em 2021 foi de 0%** relativamente ao ano anterior. A taxa de turnover, juntamente com a **taxa média de absentismo de 0,8%**, é indicadora da capacidade de criação de um **ambiente de trabalho positivo** que caracteriza

¹⁶ Através do fundo EST para os empregados e seguro de saúde para os quadros.

¹⁷ Prémios atribuídos em junho de 2021 pelos objetivos atingidos em 2020, prémios individuais relativos a objetivos específicos e vários tipos de prémios extraordinários.

ATIVIDADES

INICIATIVAS PARA O PESSOAL



A empresa conseguiu organizar várias atividades para envolver o pessoal e **manter o mais possível a coesão interna, que sempre foi uma das características distintivas da Apoteca Natura.**

Pelo segundo ano consecutivo, realizou-se o tradicional encontro de fim de ano, infelizmente apenas online, com a participação das filiais estrangeiras e também de colaboradores externos à empresa.

Além disso, foram organizados dois encontros virtuais intitulados "As necessidades de saúde em tempo de COVID" para combater a desinformação com a ajuda de pessoal interno e externo altamente qualificado em virtude de especializações em virologia e microbiologia.

DADOS/KPI

3 ENCONTROS DA EMPRESA PARTILHADOS COM OS COLEGAS DA ABOCA

- 1 plenário com a participação de mais de 600 pessoas
- 2 encontros sobre temáticas ligadas à COVID-19 com mais de 500 participantes

ATIVIDADES

FORMAÇÃO



A Apoteca Natura acredita que um dos **requisitos essenciais** para a evolução qualitativa da empresa assenta **no crescimento profissional constante dos seus empregados.**

Graças aos suportes informáticos introduzidos, a Apoteca Natura conseguiu **proporcionar os cursos de formação necessários para apoiar o desenvolvimento profissional das pessoas** apesar da pandemia, testando novas modalidades de envolvimento de acordo com as necessidades específicas identificadas.¹⁸

DADOS/KPI

51 PESSOAS FORMADAS

taxa de cobertura de 100%

MAIS DE 20 ATIVIDADES

MAIS DE 350 HORAS DE FORMAÇÃO

RESULTADOS ALCANÇADOS

o ecossistema Apoteca Natura. Na base deste resultado está a atenção dada ao desenvolvimento dos empregados, o cuidado da empresa em colocar todos nas melhores condições de trabalho possíveis, bem como as numerosas atividades e serviços disponibilizados aos colaboradores.

¹⁸ Os dados são relativos a formação sob a forma de cursos, de competências transversais, de especialização interna ou externa e de cursos académicos subsidiados pela empresa.



Quarta finalidade de Benefício Comum:

Valorizar as pessoas

ATIVIDADES

SISTEMA DE GESTÃO DE DESENVOLVIMENTO



Para assegurar uma gestão das pessoas com vista a uma **melhoria e desenvolvimento funcional tanto para o sistema da empresa como para o indivíduo**, foi lançado o sistema de Gestão de Desenvolvimento: um **processo contínuo de avaliação e desenvolvimento das competências** para enriquecer, através de percursos direcionados, a experiência profissional das pessoas.

DADOS/KPI

MAIS DE 50 PESSOAS ENVOLVIDAS no sistema de Gestão de Desenvolvimento entre Empregados, Quadros e Dirigentes.

RESULTADOS ALCANÇADOS

Novo sistema bem recebido pelos empregados envolvidos:

- Conclusão das avaliações: 100%
- Entrevistas de feedback confirmadas: 100%
- Nível de utilidade percebida: 4,7/5
- Perceção da melhoria dos conhecimentos-competências: 4,3/5
- Grau de satisfação com o curso: 4,7/5

ATIVIDADES

ADMISSÕES E PROMOÇÕES



Apesar da incerteza que caracterizou 2021 e que também acompanhará 2022, a empresa continuou a criar postos de trabalho para manter a sua expansão. Em paralelo, a Apoteca Natura continuou a promover o crescimento interno dos números.

DADOS/KPI

5 ADMISSÕES ENTRE ITÁLIA E ESPANHA.
4 RELAÇÕES DE TRABALHO CESSADAS ENTRE ITÁLIA E ESPANHA.
9 PESSOAS RECEBERAM PROMOÇÕES INTERNAS.

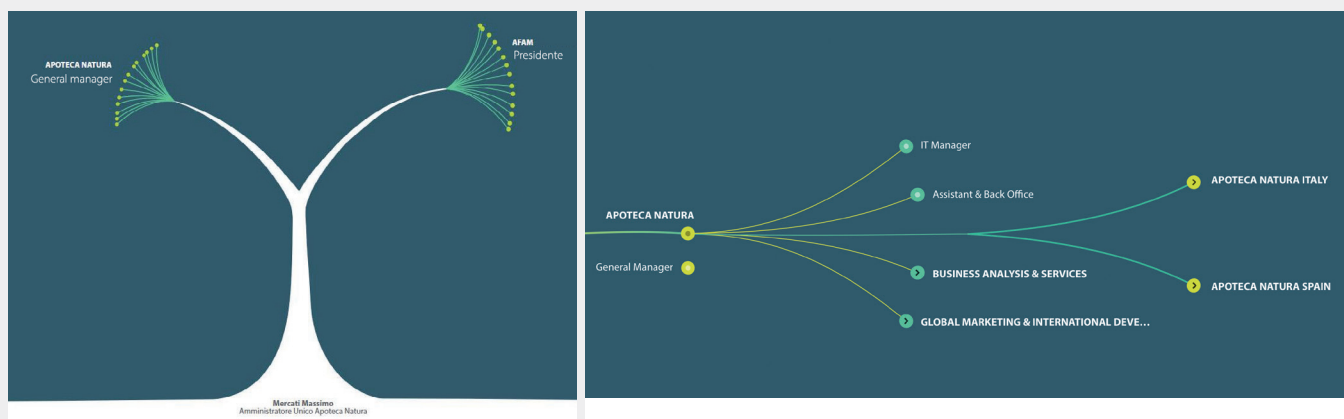
RESULTADOS ALCANÇADOS

Crescimento orgânico: +2%
 Taxa de promoção interna: 17,6%

FOCO



O novo organigrama da empresa em "Árvore": uma inversão de paradigma



Na natureza, todos os organismos vivos estão ligados em rede. Por exemplo, a célula é uma rede de moléculas e o organismo é uma rede de células. A rede é, portanto, o esquema básico em que se auto-organiza a complexidade e é caracterizada por uma constante transformação que, no entanto, não prejudica a sua identidade.

A sua fronteira é definida pelo que faz a interface da própria rede com o resto do ambiente.

A empresa é também uma rede social, na medida em que produz e sustenta uma fronteira cultural que caracteriza o comportamento de todos os membros da organização.

Existe, portanto, um paralelismo entre sistemas naturais e sistemas sociais que faz da complexidade da natureza um recurso imprescindível para compreender o funcionamento de uma organização social.

Na Apoteca Natura, **a partilha de valores enraizados e simples** (consistência, humildade e trabalho), por um lado, torna-nos cientes do significado fundamental do trabalho de cada pessoa por contribuir para a criação de valor partilhado e, por outro lado, lidera toda a organização. Como qualquer sistema vivo, a empresa não pode confiar na lógica de comando para alcançar um resultado, mas deve limitar-se a criar as condições para orientar o próprio sistema no sentido de alcançar o objetivo, monitorizando constantemente o processo.

“As hierarquias são funcionais, estatutárias, mas todas as pessoas, quer estejam na base ou no topo da pirâmide, estão ao serviço de uma ordem que é o objetivo final” (Frédéric Gros, Disobbedire, Einaudi, 2019) e é precisamente por isso que aqueles que ocupam posições mais elevadas estão ao serviço do bem geral e dos subordinados.

À luz destas considerações, percebemos que a **representação da nossa organização**, com um organigrama por funções com as posições hierárquicas clássicas, tinha de ser revista ou mesmo **invertida**.

Partindo da natureza, **representamos a nossa organização como uma "árvore"**, um organismo interligado com o ambiente em que vive, que para existir precisa da contribuição de cada elemento: **as raízes colocadas na base**, representadas pelo CdA e pelo CEO, fornecem alimento e **suporte aos ramos e às folhas** que se desenvolvem acima deles através de um sistema complexo de relações.

O novo organigrama foi apresentado a todos os empregados durante o encontro plenário de fim de ano e está disponível para consulta na intranet da empresa. Em breve estará também disponível na App "Somos Aboca" para smartphone e será acompanhado por fotografias de todos os empregados.



Objetivos 2022 para a quarta finalidade de Benefício Comum:

Valorizar as pessoas

Sistema de gestão de desenvolvimento

Depois do segundo ano de utilização, faremos um balanço com base nos resultados do sistema de desenvolvimento do pessoal em termos de feedback dos funcionários.

Formação dos empregados

Promoção de atividades de formação contínua alargada a todos os níveis para manter uma taxa de cobertura de pelo menos 80% dos empregados.

Iniciativas e eventos

Apesar da incerteza sobre os desenvolvimentos futuros das modalidades de trabalho a partir de casa ou no escritório, procuraremos assegurar que a coesão permaneça intacta com atividades de envolvimento online e, se for possível, presencial.

Convenções

Expansão da oferta de convenções empresariais.



A expansão da rede em Portugal: Aponatura Portugal

Em 2019, foi fundada a Aponatura Portugal Lda, criada a partir da parceria entre a Apoteca Natura, a Phytoderm distribuidora exclusiva dos produtos Aboca para Portugal e a ANF - Associação Nacional das Farmácias. As três organizações detêm respetivamente 30%, 10% e 60% da propriedade global da Aponatura Portugal: a parceria permite expandir com mais força a rede Apoteca Natura em Portugal, divulgando o modelo inovador de farmácia baseado no conceito da saúde consciente graças à presença no território dos parceiros distribuidores.

A Aponatura Portugal, enquanto sociedade participada a 30%, não se enquadra no perímetro de avaliação tomado em consideração pelo presente Relatório de Impacto. Contudo, considerámo-lo importante dar transparência ao contributo significativo que a empresa oferece ao desenvolvimento internacional da rede, propondo atividades desenvolvidas a nível central: as atividades promovidas em Portugal são o resultado do know-how e da experiência adquirida ao longo dos mais de vinte anos de atividade da Apoteca Natura, bem como da forte proatividade da Phytoderm e da disponibilidade da ANF. Em seguida, apresentamos os aspetos mais relevantes.

VOLUME DE NEGÓCIOS APONATURA PORTUGAL:



2021: **219 300 €**

+32%
em relação a 2020

NÚMERO DE FARMÁCIAS DA REDE:



2021: **95**

+20%
em relação a 2020

900+
farmacêuticos
entre proprietários
e colaboradores

11 100+ horas de formação, correspondentes a outros tantos créditos obtidos pelos farmacêuticos, ministradas entre 2020 e 2021. Em 2021, estiveram envolvidas **91 farmácias** e **460 farmacêuticos** nas seguintes atividades de formação:

- **Start-up training** (2 por farmácia – presencial e online)
- **Flash Class** (mensalmente - online)
- **Network Meeting** (um por ano - online)
- **CAF** (um por ano - online)
- **Curso Evolução** (duas sessões por ano - online)

NÚMERO DE VISITAS ÀS FARMÁCIAS POR PARTE DA APOTECA NATURA:



2021: **2000 +**

+32%
em relação a 2020

N.º DE TESTES DE PREVENÇÃO REALIZADOS



2021: **5 500+ testes**

+276%
em relação a 2020

7 CAMPANHAS DE PREVENÇÃO PROMOVIDAS EM PORTUGAL:



"A saúde das vias respiratórias"
(janeiro - fevereiro)



"A felicidade é saúde"
(julho)



"Colha a flor de cada idade"
(março)



"Durma bem acenda a sua vida"
(setembro)



"Cuidamos de si de coração"
(maio)



"Estômago e Intestino o centro da sua saúde"
(novembro)



"O ambiente é saúde"
(junho)

11 PROTOCOLOS DE ACONSELHAMENTO PROMOVIDOS:

- "Dor de garganta"
- "Distúrbios Hemorroidários"
- "Colesterol"
- "IBS – Síndrome do Intestino Irritável"
- "Congestão Nasal"
- "Tosse"
- "Controlo de Peso"
- "Trânsito Intestinal"
- "Diarreia"
- "Transtornos do Sono"
- "Dor de Estômago"

Tabelas de correspondência entre objetivos e resultados 2021

Ao encerrar o nosso Relatório de Impacto, decidimos publicar um quadro de resumo para comparar os objetivos a que nos tínhamos proposto no final de 2020 e os resultados alcançados durante 2021. Tudo isto para tornar os nossos relatórios ainda mais transparentes e claros. A ordem da apresentação dos objetivos para 2021 segue, na medida do possível, a ordem dos resultados estabelecida nos vários capítulos deste Relatório, de modo a facilitar a comparação entre os dois documentos.

Como se poderá observar, a maioria dos casos em que os compromissos não foram cumpridos deveu-se à ocorrência da pandemia. Em várias áreas, conforme salientado no relatório, a empresa conseguiu, contudo, cumprir total ou parcialmente os seus objetivos pela reconversão ou substituição das atividades para ter o mesmo impacto que o planeado, utilizando um formato online.

Primeira finalidade específica de benefício comum:



Multiplicação do impacto positivo e promoção do Modelo Benefit

Objetivos para 2021	Resultados 2021	Notas
Blogue Siamo Benefit! O Blogue prosseguirá a sua atividade de informação e discussão com novos artigos e rubricas dedicadas às necessidades de saúde e aos riscos ambientais associados.	Renomeámos o Blogue “Stai Benefit” e publicámos 16 novos artigos durante o ano.	 Alcançado
	Health & Loyalty System, um sistema único que inclui todos os aspetos relativos à saúde: relatórios de diagnóstico, terapias, prevenção e estilos de vida, para cumprir a promessa da Saúde Consciente.	Elemento adicional em relação aos objetivos a que nos propusemos no último relatório, mas útil para descrever o compromisso da empresa.
Evento de envolvimento de todas as farmácias para divulgar a sensibilização sobre o tema Benefit	Para uma Ecologia da Saúde: 990+ participantes entre farmacêuticos e outras partes que se ligaram ao evento online.	 Alcançado

Objetivos para 2021	Resultados 2021	Notas
Reuniões online e no local com a participação das farmácias centradas nas temáticas benefit.	210+ Reuniões, 6 130+ farmacêuticos participantes, 167 reuniões em Itália e 46 em Espanha.	 Alcançado
Consultoria do pessoal A Apoteca Natura na farmácia para promover o Modelo Benefit através de, pelo menos, 1 visita anual dos Key Account Managers	2 800+ visitas físicas ou online	 Alcançado
Sessão online dedicada ao Modelo Benefit manutenção e desenvolvimento	1 Sessão online específica mantida	 Alcançado
	Publicação de notícias e envio da newsletter a toda a rede para estimular a reflexão e sensibilizar as pessoas para os temas de desenvolvimento sustentável das empresas.	Atividade adicional em relação aos objetivos a que nos propusemos no último relatório.
Campanha de solidariedade "Dynamo Camp 2021"	Campanha de solidariedade no Natal de 2021 em colaboração com a Fondazione Rava, na qual participaram 190 farmácias Apoteca Natura e farmácias sociais em toda a Itália. No final da campanha, foram recolhidos e doados a 131 entidades beneficiárias: - 6 429 produtos; - Um donativo de 5 000,00 €.	Atividade de substituição, mas relacionada com o projeto que foi incluído nos objetivos. Alcançado
Promoção da atividade "Ar limpo para todos" sobre poluição interior: serão propostas boas práticas para proteger os ambientes contra os contaminantes microbianos ambientais mais comuns, potenciais fontes de transmissão de agentes infecciosos. Será também complementada por atividades de combate à poluição doméstica com a ajuda das plantas.	Poluição interior: como a reduzir com plantas depurativas. Realização de uma Brochura com distribuição gratuita nas farmácias.	 Alcançado
Apoio a "Adotta una Pianta 2021"	A empresa participou no projeto "Adotta una pianta", promovido pela Associazione Progetto Valtiberina para contribuir para a reflorestação de uma zona montanhosa perto de Sansepolcro (Arezzo, Itália) seriamente afetada por eventos climáticos extremos. Apoteca Natura doou 50 árvores à comunidade.	 Alcançado
Vídeos curtos dedicados ao movimento	Vídeos com conselhos para o Bem-estar; conselhos com exercícios de corpo livre combinados com uma respiração correta: - 6 vídeos em Itália - 3 vídeos em Espanha	 Alcançado
Caminhadas entre a saúde e o ambiente	Suspensão	Impossibilidade de cumprir o compromisso devido a cancelamentos resultantes da emergência COVID-19
Roll-out Modelo Benefit em Espanha a partir setembro de 2021	Suspensão	Impossibilidade de cumprir o compromisso devido a cancelamentos resultantes da emergência COVID-19

Segunda finalidade específica de benefício comum:



Prevenção e educação para uma saúde consciente

Objetivos para 2021	Resultados 2021	Notas
Campanhas de prevenção e de sensibilização dedicadas às principais necessidades de saúde.	Campanhas de prevenção, sensibilização e informação contínuas: um total de 11 campanhas promovidas, 10 570+ testes de prevenção realizados, dos quais 5 280 cardiovasculares.	 Alcançado
Promoção e formação para novos PAN (Protocolos Aconselhamento Necessidade)	14 novos PAN (7 em Itália e 7 em Espanha) 3 PAN atualizados.	 Alcançado
Campanhas de formação Atividades de formação para melhorar os conhecimentos e as competências do farmacêutico na área da saúde, prevenção e conselhos ao cliente através de webinars em direto e on demand, aulas temáticas virtuais e on demand, cursos de formação avançada e videocursos.	Mais de 6 100 farmacêuticos graças às atividades propostas. Mais de 142 000 créditos de formação atribuídos entre Itália e Espanha.	 Alcançado
Divulgação de ferramentas, atividades e serviços para ajudar a comunidade durante a pandemia: Encomenda Produtos, App MyApotecaNatura, Blogue Benefit, Protocolo Farmácia Protegida, donativos a instituições de caridade.	Continuámos em 2021 a publicar Newsletters, notícias e comunicações ad hoc através da app gratuita MyApotecaNatura, do Blogue "Stai Benefit" e site.	 Alcançado

Objetivos para 2021	Resultados 2021	Notas
	Divulgação dos aconselhamentos dos Farmacêuticos às pessoas através de vídeos patrocinados centralmente. Vídeos curtos: 8 Visualizações totais: 453 500 + Impressões: 777 700 +	Atividade adicional em relação aos objetivos a que nos propusemos no último relatório.
	Divulgação "Encomenda Produtos" O serviço permitiu reduzir ao mínimo o tempo passado na farmácia e permitiu entregar os produtos encomendados no domicílio com toda a segurança. 270 farmácias ativas.	Atividade adicional em relação aos objetivos a que nos propusemos no último relatório.
	Guia Alimentar para sensibilizar para a importância dos bons hábitos alimentares nas pessoas, com potenciais efeitos positivos na sua saúde: - 70 000+ alimentos - 6 necessidades de saúde - 54 menus - 8 índices de equilíbrio - 8 740+ guias iniciados pelos utentes	Atividade adicional em relação aos objetivos a que nos propusemos no último relatório.

Terceira finalidade específica de benefício comum



Valorização dos produtos naturais, seguros e eficazes

Objetivos para 2021	Resultados 2021	Notas
Lançamento de novos produtos 100% naturais da marca Apoteca Natura	8 novos produtos naturais lançados	 Alcançado
Formação dos farmacêuticos sobre temas dos complexos moleculares naturais através de videocursos em direto e on demand, aulas temáticas e webinars.	6 130+ farmacêuticos formados sobre temas dos complexos moleculares naturais.	 Alcançado
Campanhas de promoção dos produtos naturais através do Cartão de Fidelização MyCard	Campanhas de sensibilização e promoção de produtos naturais 2021: - 182 farmácias aderentes ao MyCard em Itália e 23 em Espanha; - 9 campanhas de promoção com 178 farmácias aderentes em Itália e 8 campanhas em Espanha; - 50 000 000 pontos atribuídos aos clientes das farmácias italianas; - 245 000 MyCard ativados em Itália, 5 270 MyCard ativados em Espanha.	 Alcançado
Expositores à disposição de todas as farmácias: dois expositores dedicados exclusivamente a produtos naturais, de modo a divulgar a cultura da naturalidade.	Expositores colocados à disposição das farmácias Apoteca Natura.	 Alcançado

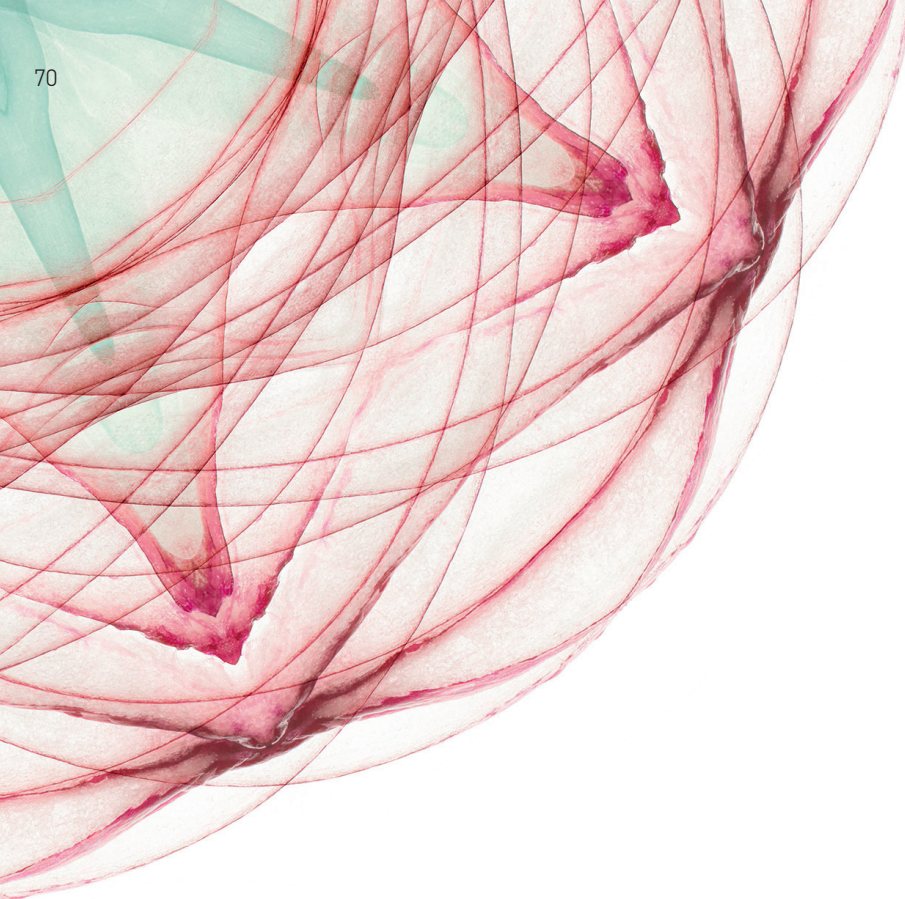
Quarta finalidade específica de benefício comum



Valorizar as pessoas

Objetivos para 2021	Resultados 2021	Notas
	Benefit oferecidos pela empresa: - Mais de 70 convenções com estabelecimentos comerciais - Todos os empregados aderiram a, pelo menos, um serviço complementar de saúde ou de pensão. - Mais de 1 500 refeições fornecidas através da cantina da empresa.	Uma vez que se trata de uma finalidade acrescentada este ano, nem todos os resultados fazem referência a um objetivo específico do ano anterior.
	Prémios da empresa: mais de 71 000 € totalmente atribuídos às pessoas que trabalham connosco.	Uma vez que se trata de uma finalidade acrescentada este ano, nem todos os resultados fazem referência a um objetivo específico do ano anterior.
	Teletrabalho: 51 empregados envolvidos em 46 440+ horas de teletrabalho	Uma vez que se trata de uma finalidade acrescentada este ano, nem todos os resultados fazem referência a um objetivo específico do ano anterior.
	Iniciativas para o pessoal. 3 Encontros da empresa partilhados com os colegas da Aboca: - 1 plenário com a participação de mais de 600 pessoas; - 2 encontros sobre temáticas ligadas à COVID-19 com mais de 500 participantes.	Uma vez que se trata de uma finalidade acrescentada este ano, nem todos os resultados fazem referência a um objetivo específico do ano anterior.
	Formação: - 51 Pessoas formadas taxa de cobertura de 100% - Mais de 20 atividades - Mais de 350 horas de formação	Uma vez que se trata de uma finalidade acrescentada este ano, nem todos os resultados fazem referência a um objetivo específico do ano anterior.

Objetivos para 2021	Resultados 2021	Notas
	Sistema de Gestão de Desenvolvimento. Mais de 50 pessoas envolvidas, entre Empregados, Quadros e Dirigentes.	Uma vez que se trata de uma finalidade acrescentada este ano, nem todos os resultados fazem referência a um objetivo específico do ano anterior.
	Admissões e promoções: - 5 admissões entre Itália e Espanha; - 4 relações de trabalho cessadas entre Itália e Espanha; - 9 pessoas receberam promoções internas.	Uma vez que se trata de uma finalidade acrescentada este ano, nem todos os resultados fazem referência a um objetivo específico do ano anterior.



Nota metodológica

O Relatório de Impacto é um documento central: desempenha um papel fundamental em termos de análise das atividades realizadas e é o resultado do compromisso anual da empresa para com os seus intervenientes¹⁸.

O processo de criação deste documento é complexo e articulado, uma vez que envolve diferentes áreas da empresa que dão a sua contribuição, cada uma de acordo com as suas competências.

O nosso Relatório de Impacto é realizado na sua totalidade dentro da estrutura da empresa: recolha de dados, criação dos KPI, redação dos textos e elaboração gráfica. A equipa de trabalho é, por este motivo, multidisciplinar com competências profissionais específicas e inclui perfis com formação específica como Avaliadores de Impacto (com inscrição no registo específico desta categoria).

¹⁸ Todos os sujeitos, indivíduos ou organizações ativamente envolvidos no projeto de Saúde Consciente promovido pela Apoteca Natura, cujo interesse é influenciado pelos resultados das atividades que a Rede promove.

As atividades de elaboração do relatório decorrem durante cerca de 4 meses por ano, desde janeiro até à aprovação do orçamento, e podem ser resumidas em cinco fases principais:

1 Recolha, verificação e análise dos dados recebidos

Graças à experiência adquirida ao longo dos anos, foi estruturado um sistema de recolha interna que permite a rastreabilidade completa dos dados utilizados neste documento para garantir a sua veracidade e exatidão, assegurando ao mesmo tempo o respeito pelo critério de transparência: a ferramenta-chave deste sistema é a plataforma informática criada ad hoc internamente e utilizada por toda a empresa. Todos os dados não financeiros são solicitados e recolhidos centralmente pelo serviço responsável pela elaboração dos relatórios e, em paralelo, é verificada a exatidão dos dados financeiros por parte do Controlo de Gestão.

Uma vez verificada a fiabilidade dos dados, é efetuada uma análise para escolher os indicadores mais adequados para medir o impacto das ações implementadas pela empresa, de acordo com as suas finalidades de benefício comum.

2 Avaliação do impacto global

Os dados recolhidos são também utilizados para acompanhar o impacto global da empresa através de normas criadas por terceiros independentes, conforme exigido pela legislação das Benefit Corporation. Neste momento utilizamos duas ferramentas complementares entre elas, que nos permitem avaliar a empresa de diferentes pontos de vista:

- **o Benefit Impact Assessment**, que analisa as áreas de Governance, Trabalhadores, Comunidade, Ambiente e Clientes, devolvendo uma única avaliação global;
- **o SDG Action Manager**, que permite avaliar o seu compromisso para a realização dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável estabelecidos na Agenda das Nações Unidas para 2030.

Estas atividades foram também realizadas com a colaboração de consultores qualificados.

3 Ativação dos escritórios internos

Dentro da empresa, são identificadas as pessoas responsáveis pela prossecução das atividades relativas às finalidades específicas de benefício comum dos estatutos, de modo a colaborarem na definição do conteúdo.

4 Redação do Relatório

Em conformidade com os requisitos legais aplicáveis às Benefit Corporation, o relatório é preparado tendo em conta as atualizações dos últimos desenvolvimentos em matéria de informação não financeira.

5 Elaboração gráfica e textos

Para clarificar a informação apresentada no relatório, cada departamento interno trabalha em coordenação com a função Impact & Sustainability para criar um produto que se adeque a diferentes níveis de leitura.

É um trabalho de equipa que realizamos com orgulho e com a consciência de que precisamos sempre de melhorar. Tudo foi concebido para tornar este documento um verdadeiro intérprete da mudança que a Apoteca Natura contribui para gerar diariamente, apresentando a imagem mais completa e verdadeira do seu impacto, em conformidade com as finalidades de divulgação da lei sobre as Benefit Corporation. **Um agradecimento especial a todos os colegas que também este ano colaboraram na elaboração deste documento e a todos aqueles que irão dedicar o seu tempo ao nosso Relatório de Impacto.**

www.apotecanatura.pt



FARMÁCIAS
**APOTECA
NATURA**
Para uma saúde consciente

RELATÓRIO DE IMPACTO

2021

Farmácias Apoteca Natura
Benefit Corporation

