



RELATÓRIO DE IMPACTO 2023

Farmácias Apoteca Natura
Benefit Corporation

Certified



Corporation



FARMÁCIAS
APOTECA
NATURA

Para uma saúde consciente

Índice

Introdução

| | |
|------------------------------------------------------|----|
| Mensagem do Administrador Geral | 6 |
| Uma nova forma de fazer Farmácia | 8 |
| Um formato de Farmácia que coloca a pessoa no centro | 10 |
| A história da Apoteca Natura | 12 |
| Somos a primeira Rede de Farmácias Benefit® no mundo | 14 |
| Apoteca Natura em números | 16 |
| Elaboração do Relatório de Impacto | 18 |
| O que é uma Benefit Corporation | 19 |

Parte 1

| | |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Resultados impacto global | 20 |
| O que é o BIA | 21 |
| Apoteca Natura e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas | 22 |
| O SDG Action Manager | 23 |
| A contribuição da Apoteca Natura para os ODS | 24 |

Parte 2

| | |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| Resultados relativos às finalidades específicas do benefício comum | 26 |
| Apresentação dos resultados | 28 |

Primeira finalidade de benefício comum

| | |
|-----------------------------------------------------------------------|-----------|
| Multiplicação do impacto positivo e promoção do Modelo Benefit | 30 |
| Entrevista com o Dr. Stancati | 37 |
| Objetivos, resultados e metas futuras | 39 |

Segunda finalidade de benefício comum

| | |
|-------------------------------------------------------|-----------|
| Prevenção e educação para uma saúde consciente | 40 |
| Entrevista com a Dra. Grazia Ferrara | 46 |
| Objetivos, resultados e metas futuras | 47 |

Terceira finalidade de benefício comum

| | |
|--------------------------------------------------------------|-----------|
| Valorização dos produtos naturais, seguros e eficazes | 48 |
| Entrevista com o Dr. Francisco Tejado | 50 |
| Objetivos, resultados e metas futuras | 51 |

Quarta finalidade de benefício comum

| | |
|-------------------------------------------------------------|-----------|
| Valorizar as pessoas | 52 |
| Entrevista com a Dra. Francisca Caetano e a Dra. Rita Borba | 56 |
| Objetivos, resultados e metas futuras | 57 |

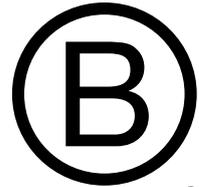
| | |
|-------------------|----|
| Nota metodológica | 58 |
|-------------------|----|

Relatório de Impacto
Apoteca Natura S.p.A.

2023

Benefit Corporation

Certified



Corporation

Para uma saúde **consciente**



FARMÁCIAS
**APOTECA
NATURA**
Para uma saúde consciente

Introdução

Mensagem do Administrador Geral



Massimo Mercati
Presidente e Administrador Geral
da Apoteca Natura S.p.A.

A Apoteca Natura sempre foi uma rede feita por pessoas, para pessoas. A relação é de facto fundamental na nossa proposta de uma farmácia capaz de ouvir, compreender e orientar as pessoas num percurso de saúde que respeita o organismo e o ambiente.

A visão global que a Apoteca Natura defende está associada ao conceito de "One Health", uma saúde que liga pessoas, animais e plantas. Uma visão que considera o ser humano não como o "mestre" do Planeta, mas como parte integrante de um sistema, e que vê os clientes como pessoas a serem apoiadas através do desenvolvimento profissional de temas como a "medicina narrativa" que permitem o desenvolvimento do aconselhamento como um serviço cognitivo de valor absoluto tanto para os utilizadores como para o sistema de saúde. Uma abordagem que conduz hoje ao que se define como uma "Greener pharmacy", ou seja, uma Farmácia que também está atenta ao impacto no ambiente das soluções terapêuticas propostas, um domínio em que, graças aos nossos projetos de investigação e de seleção de gama, nos posicionamos como uma das redes mais avançadas da Europa.

Por outro lado, na Apoteca Natura sempre estivemos presentes nestes temas, em mais de 20 anos de história, e isso permite-nos fazer a diferença hoje. Não é por acaso que 2023 foi mais um ano de crescimento para a nossa rede, com mais de 1 300 farmácias a nível internacional, incluindo cerca de 800 em Itália e mais de 500 em Espanha e Portugal, com a perspetiva de lançamento da rede em França a partir do segundo trimestre de 2024. Nesse ponto, porém, temos de nos questionar, como imaginamos o futuro? Em toda a Europa, o mundo da farmácia está a mudar rapidamente com o desenvolvimento

de redes cada vez mais importantes e competitivas. Tivemos a oportunidade de abordar estas questões no Curso Evolução Itália, realizado na Bolsa de Milão em novembro.

O que ficou claro naquela sede foi que, para nós, Apoteca Natura, olhar para o amanhã significa continuar a investir nos nossos pilares. De facto, já temos um caminho definido, do qual emergem os nossos impulsionadores de valor. As novas parcerias estratégicas assinadas recentemente, com a entrada da Tamburi Investment Partners no capital social, vão exatamente nesse sentido. Continuaremos a investir nas farmácias independentes, na filiação, na formação, nos nossos serviços e nos nossos produtos de elevado valor acrescentado. Penso que este é o ponto-chave.

Criámos muito ao longo do caminho e continuaremos a construir o nosso futuro sobre esta base. Para difundir cada vez mais uma saúde consciente, verdadeiramente sustentável para as pessoas e para o ambiente. O Relatório de Impacto que tem nas suas mãos reflete o nosso empenho e os resultados que alcançámos no último ano. Convido-o a analisá-lo atentamente e a partilhá-lo com os seus colegas e redes profissionais. Estamos convictos de que este documento pode ser um instrumento valioso para avaliar o nosso trabalho e identificar oportunidades de melhoria no futuro. Entre as iniciativas que gostaria de mencionar está o Curso Evolução para Farmacêuticos em Portugal, que abordou o tema "Curar e Cuidar". Foi mais uma oportunidade para recordar o encontro da nossa rede com o Papa Francisco em 2022 e a visão comum de uma terapia que, a partir do cuidado de si próprio, se torna também em cuidar do outro e cuidar do mundo. Por último, entre o final de 2023 e o início de 2024, lançámos também uma campanha de rádio e televisão

para explicar ao grande público a nossa proposta de serviços, de acompanhamento e de soluções naturais.

Os protagonistas do spot foram as pessoas, os clientes das nossas farmácias, que estão no centro de todas as nossas políticas. Por último, gostaria de agradecer pessoalmente a todos os profissionais que trabalham nas farmácias da nossa rede. Sem o seu empenho e partilha, não teríamos conseguido alcançar os resultados que hoje nos orgulhamos de apresentar.

Massimo Mercati



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 **1 300 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% das **Farmacie Fiorentine A.Fa.M. S.p.A.**, **que representam um laboratório de investigação e desenvolvimento que apoia a rede.**

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.

Somos uma rede de Farmácias independentes

1 300+
Farmácias

22
Farmácias Municipais de Florença





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 ECM em modo FAD “A gestão correta dos testes de diagnóstico em Farmácia: a Verificação Externa de Qualidade”. A **SOD** “Segurança e Qualidade no Laboratório” do Hospital Universitário de Careggi desenvolveu indicadores estatísticos para a comparação dos principais parâmetros dos testes de diagnóstico. Estas atividades de monitorização são essenciais para a **gestão do Risco Clínico** e permitem reduzir ao mínimo a possibilidade de erro por parte do Farmacêutico na execução dos testes de diagnóstico.

A formação: um critério fundamental de adesão à rede.

A **formação é um pré-requisito indispensável** para a adesão das farmácias à rede.

A Apoteca Natura requer, de facto, um número mínimo de créditos de formação por cada farmacêutico de acordo com os vários níveis de afiliação.



**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.

Um formato de Farmácia que coloca a pessoa no centro

Concebemos um formato de Farmácia que coloca 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.





FARMACIE
APOTECA
NATURA

Per una salute
consapevole

A história da Apoteca Natura





LANÇAMENTO DA PLATAFORMA HEALTH & LOYALTY SYSTEM COM A APP MYAPOTECANATURA

LANÇAMENTO DO CARTÃO DE FIDELIZAÇÃO MyCard



FARMÁCIAS APOTECA NATURA
Para uma saúde consciente

APOIO ÀS FARMÁCIAS NA GESTÃO DA CRISE SANITÁRIA COVID-19

DONATIVO À CARITAS

LANÇAMENTO DA COMMUNITY MYAPOTECANATURA

1 200+ FARMÁCIAS

70 ANOS FARMÁCIAS MUNICIPAIS DE FLORENÇA



2017

2019

2020

2021

2022

2023



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

CRIAÇÃO DA REDE EM PORTUGAL



1 100+ FARMÁCIAS

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

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



FARMACIE APOTECA NATURA
Per una salute consapevole
CORNER



FARMÁCIAS APOTECA NATURA
Para uma saúde consciente



CENTRO SALUTE

FARMACIE APOTECA NATURA
Per una salute consapevole

1 300+ FARMÁCIAS

ACORDO COM A TAMBURI INVESTMENT PARTNERS (TIP)



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

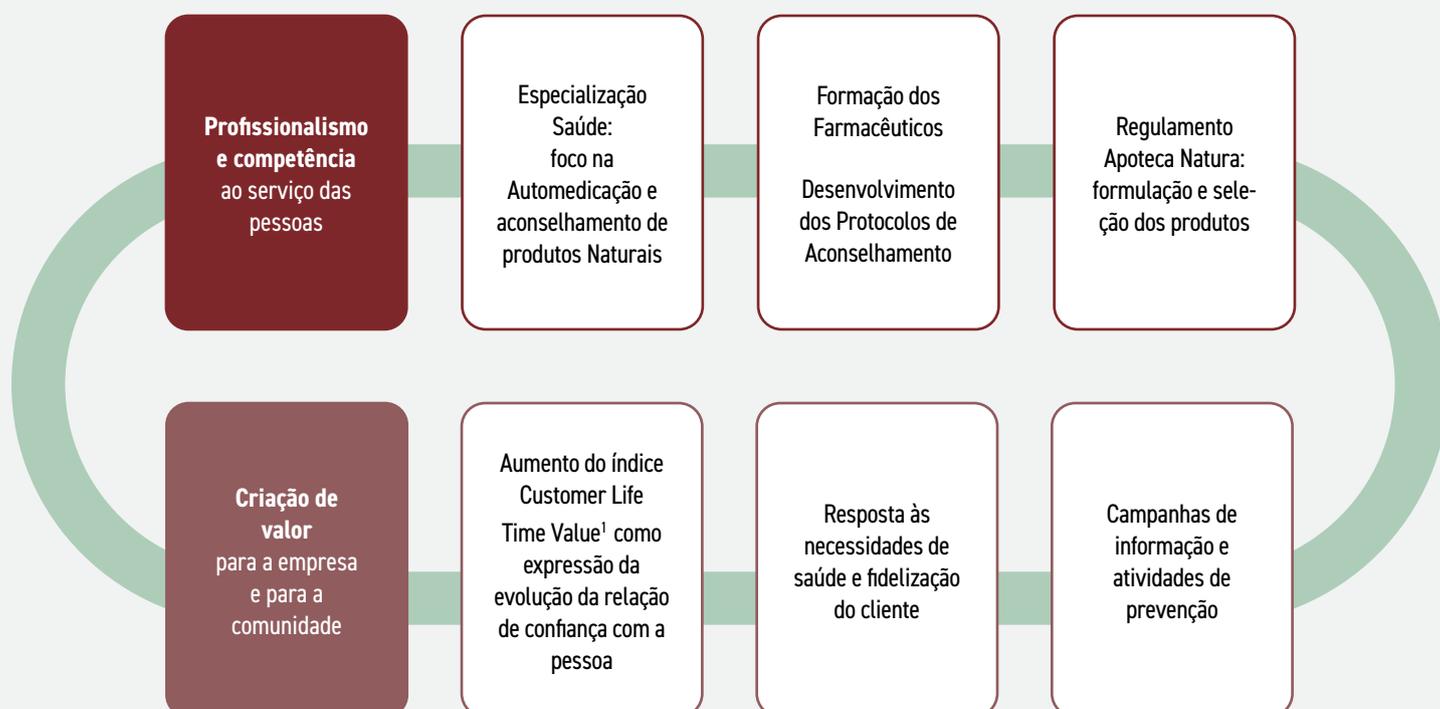
Em 2019, Apoteca Natura tornou-se uma Benefit Corporation e obteve a certificação B Corp, promovendo o **Modelo Benefit** nas farmácias da Rede.



Modelo de negócio

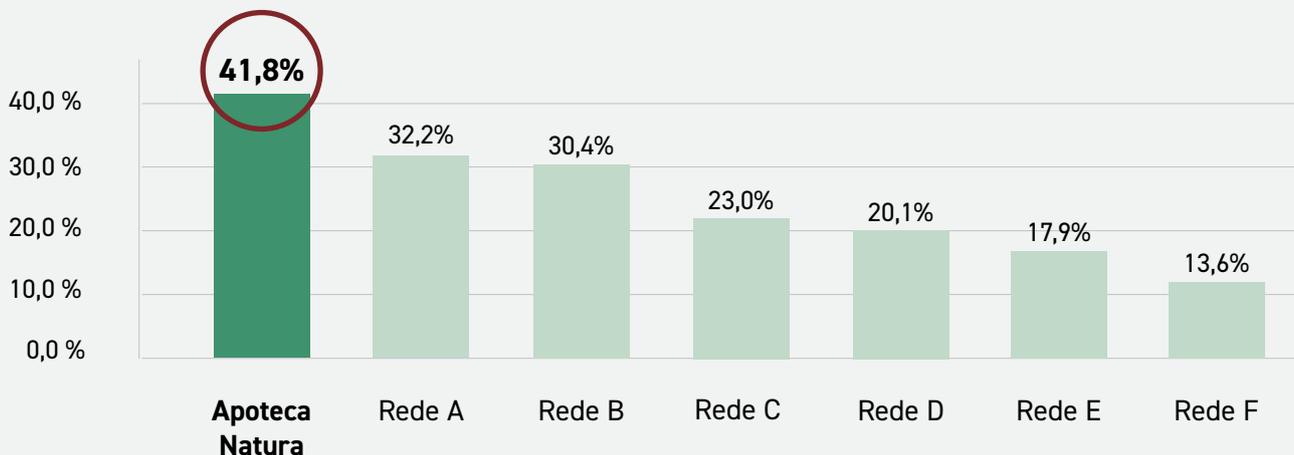
O modelo de negócio de Apoteca Natura baseia-se na criação de valor partilhado:

- 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 sociossanitária 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.



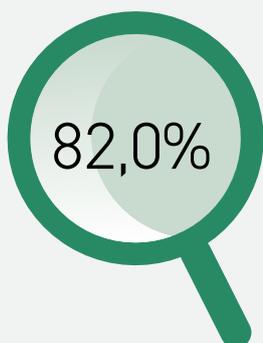
¹ Customer Life Time Value: conjunto de fatores concebidos para medir a atratividade, a fidelização e o valor gerado pela interação entre o farmacêutico e o cliente final.

Notoriedade



Fonte: Interactive Market Research, janeiro de 2024. Dados relativos ao mercado italiano.

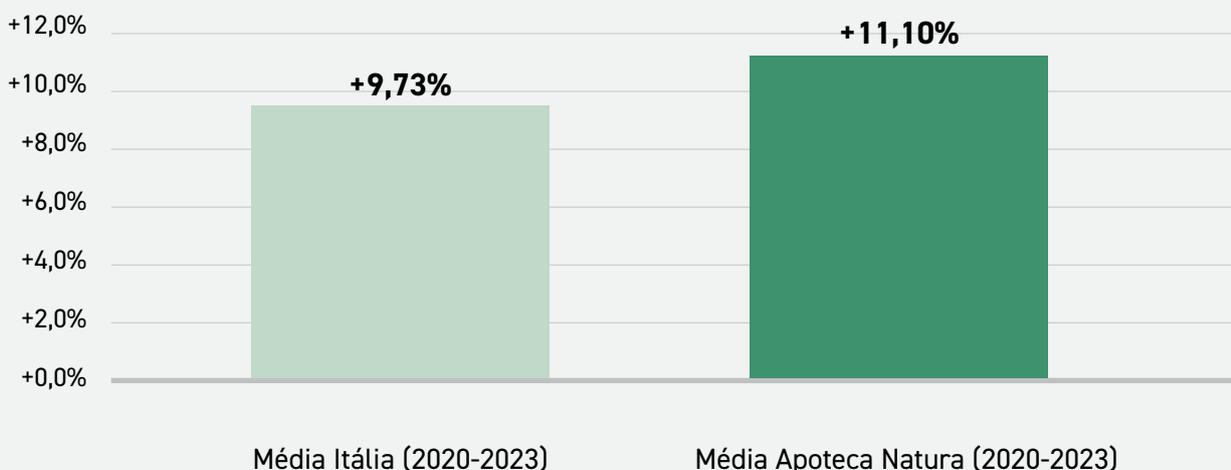
Confiança



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

Fonte: Interactive Market Research, janeiro de 2024. Dados relativos ao mercado italiano.

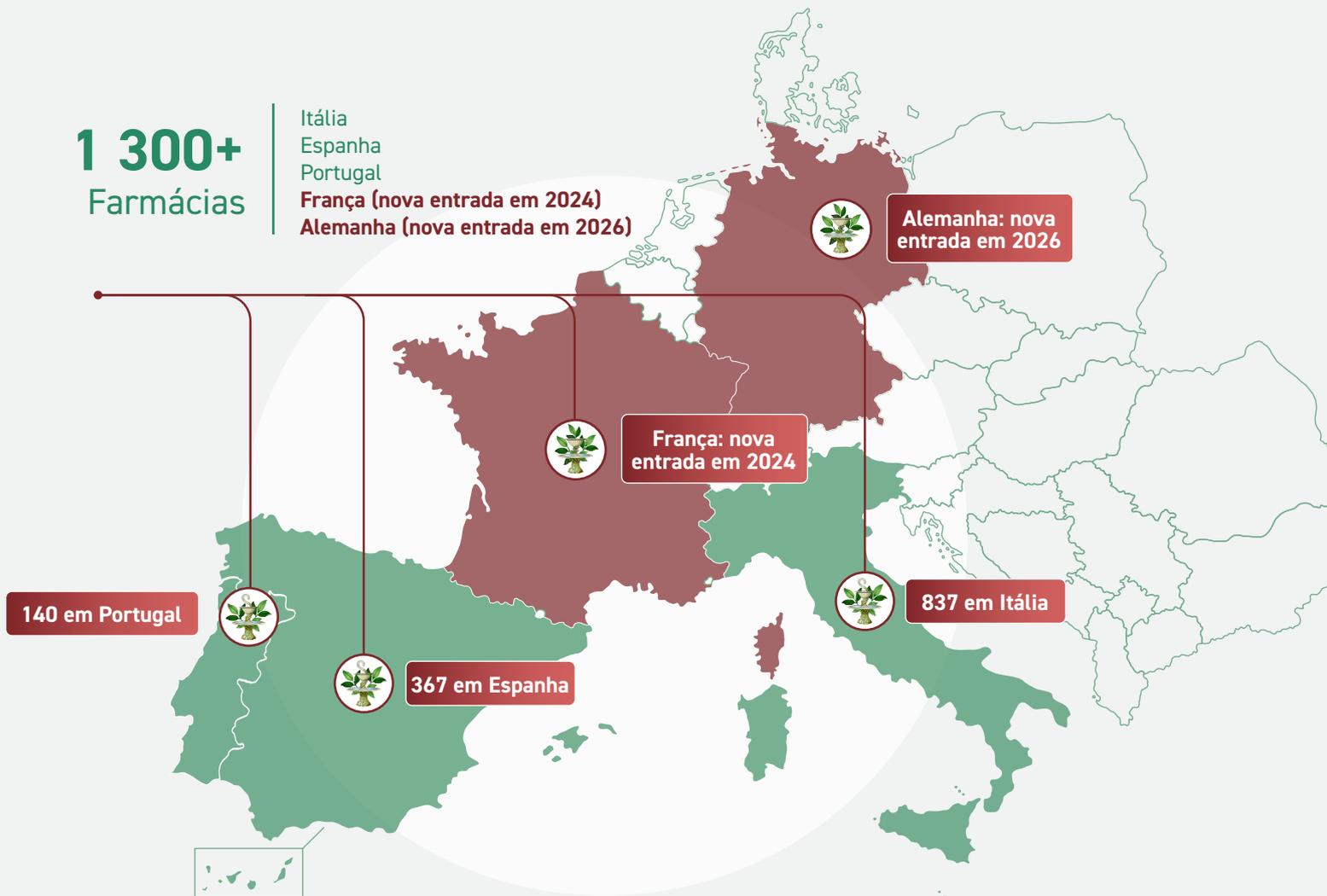
Evolução do volume de negócios global farmácias Apoteca Natura e média farmácias Itália²



² DADOS ITÁLIA: Fonte dados Pharmatrend IQVIA – Painel total Farmácias Itália – evolução agregada.

DADOS APOTECA NATURA: Fonte dados ANDS – Painel de 49 Farmácias aderentes à Apoteca Natura em 2018 – evolução agregada.

Apoteca Natura em números



As atividades



305 000+ Pessoas atendidas por dia



190 000+ Horas de formação por ano ministradas aos Farmacêuticos da Rede



300+ Produtos naturais escolhidos através do Regulamento Apoteca Natura



20+ Colaborações entre entidades, Sociedades científicas e Universidades

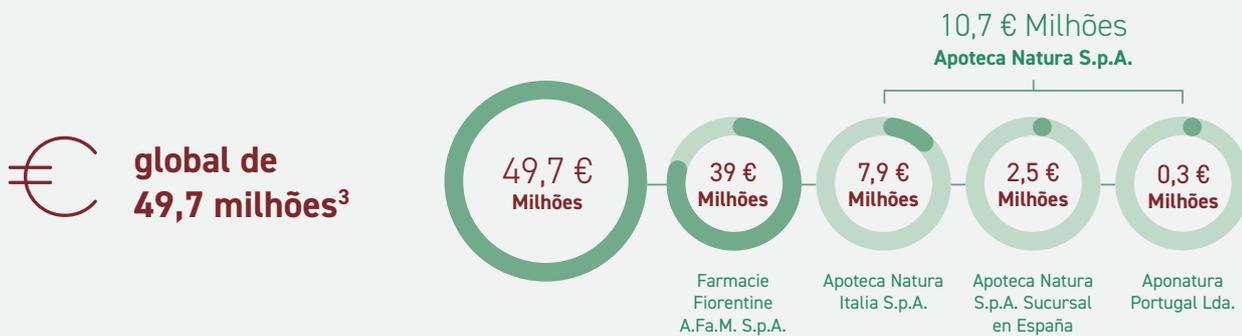


44 000+ Serviços de prevenção prestados por ano



527 000+ Transferências da App MyApotecaNatura

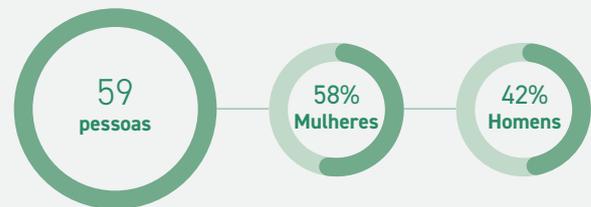
Volume de negócios



População empresarial



59 pessoas



IDADE MÉDIA

36,9 anos

FAIXAS ETÁRIAS

1,7% menos de 24 anos
91,5% dos 24 aos 50 anos (incluindo os extremos)
6,8% mais de 50 anos

A Rede



9 700+ Farmacêuticos aderentes à Rede



mais de 2,5 mil milhões de euros em volume de negócios agregado das Farmácias pertencentes à Rede

82,2%

da **despesa para fornecedores** é destinada a **empresas italianas**; mais de **30,2%** para **fornecedores locais**, na maioria na **Toscana e Umbria**

67 255 kWh

de **energia elétrica** utilizados no total, **92%** provém de **fontes renováveis**

104 179 kWh

de **energia térmica** utilizados no total

157 333 litros

de **água** utilizada

³ A Apoteca Natura controla 80% da empresa Farmacie Fiorentine A.Fa.M. S.p.A., cujo restante 20% é detido pelo Município de Florença. A Apoteca Natura detém também uma participação de 70% na Aponatura Portugal, entidade criada em 2019, cujas atividades foram incluídas neste Relatório de impacto para melhor descrever o compromisso da Rede.



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 Empresa Benefit, 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 Natura**⁴ através de uma norma de terceiros: o BIA (Benefit Impact Assessment).

PARTE 2

A “**Parte 2**” apresenta os **resultados alcançados pela Apoteca Natura** em 2023 no que se refere às finalidades específicas de benefício comum incluídas nos estatutos da empresa, juntamente com os objetivos.

⁴ 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, incluindo a participada portuguesa Aponatura Portugal. Foi excluída do perímetro de avaliação a empresa Farmacie Fiorentine A.Fa.M. S.p.A., 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 Corporations 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 Corporations representam uma evolução do próprio conceito de negócio, uma vez que visam alcançar uma verdadeira sustentabilidade a nível económico, ambiental e social.

As Benefit Corporations 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 Corporations, 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 **prosecução 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 Corporations estão empenhadas em alcançar estas finalidades de benefício comum de uma forma **responsável, sustentável e transparente.**

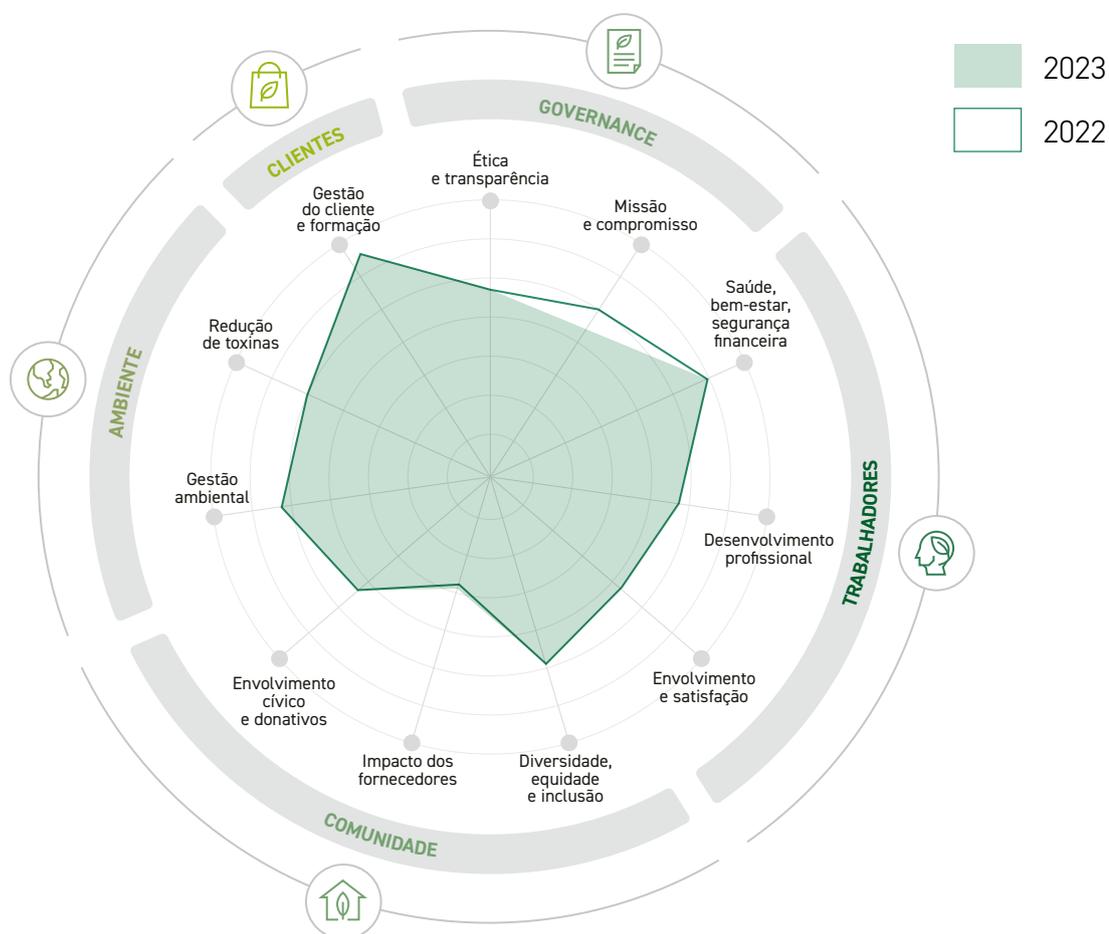
Esta abordagem requer que os gestores estabeleçam um equilíbrio entre os interesses dos sócios e os interesses da comunidade.

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



No gráfico, as cinco áreas estão divididas em onze 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**.

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.



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 foi utilizado por inúmeras 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 1 300 farmácias**. No momento em que escrevemos este relatório, a Apoteca Natura está a passar pelo processo de verificação do B Lab para renovar a sua certificação B Corp.

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.

O 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 Unidas⁵.

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.

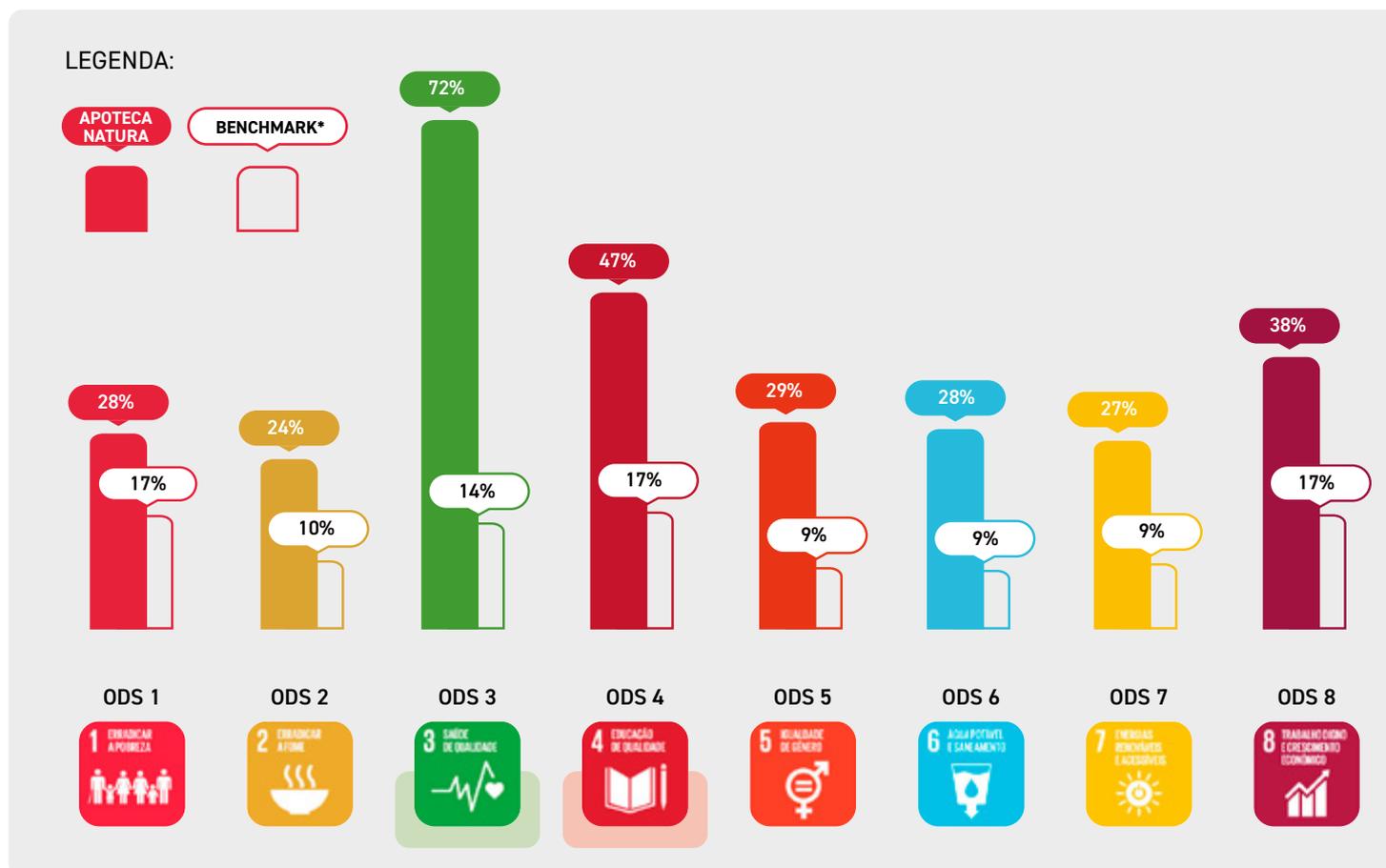
O gráfico na página seguinte representa a contribuição para cada ODS expressa em termos percentuais.

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: a 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.

⁵ 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



* Benchmark: valor percentual médio relativo às empresas de dimensão comparável à Apoteca Natura que em todo o mundo experimentaram esta ferramenta de autoavaliação.

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: A Apoteca Natura destaca-se em particular na realização dos objetivos 3, 4 e 12⁶.

Em seguida são descritos três objetivos e apresentamos um detalhe das iniciativas mais valorizadas⁷.



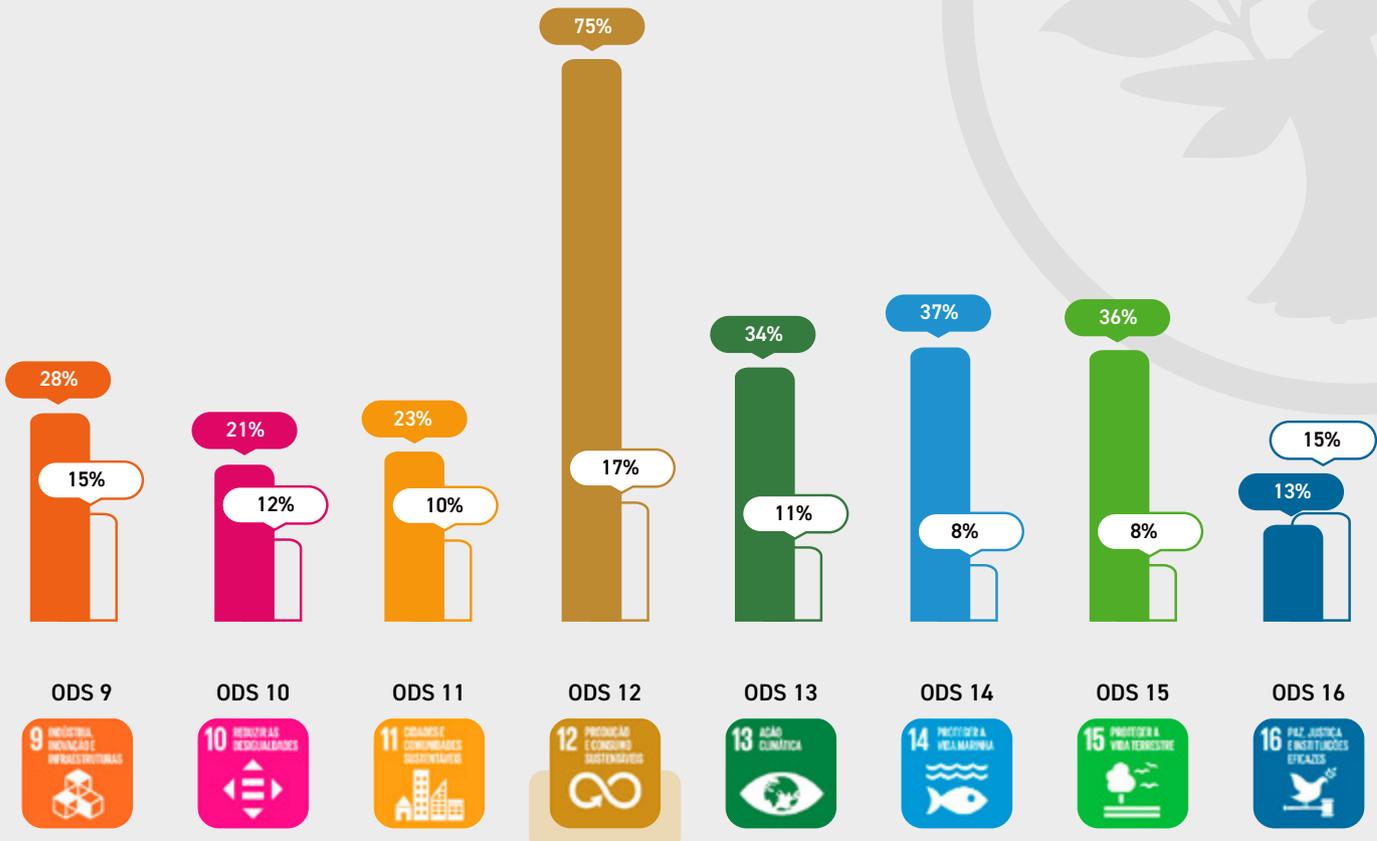
A Apoteca Natura contribui, pela sua natureza, através de atividades de prevenção destinadas aos clientes das farmácias, úteis na identificação dos riscos de surtos de doenças.

A prevenção, juntamente com a atividade de formação destinada ao Farmacêutico através dos Protocolos de Aconselhamento por Necessidade (PAN), permite direcionar a pessoa para a forma de tratamento mais adequada. Também é significativa a divulgação contínua de informações através do site da Apoteca Natura e os serviços de sensibilização para estilos de vida mais saudáveis.

⁶ 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 31/12/2023.

⁷ 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>). A utilização dos logótipos foi autorizada pelas Nações Unidas. Para mais informações sobre os ODS e a Global Compact Network, por favor visite o site <https://www.un.org/sustainabledevelopment>.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



A Apoteca Natura promove este objetivo graças ao sistema de Desenvolvimento do Pessoal implementado em 2023 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 Farmacêuticos contribuem para o ODS 4, para promover o conhecimento sobre a utilização de fitocomplexos naturais nos cuidados de saúde e na gestão da Farmácia e dos colaboradores.



A Apoteca Natura contribui para a realização do ODS 12, oferecendo produtos 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 FSC⁸ e PEFC⁹, 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.

⁸ Forest Stewardship Council <https://fsc.org/en>.

⁹ 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.

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 testes de diagnóstico e de prevenção, 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.

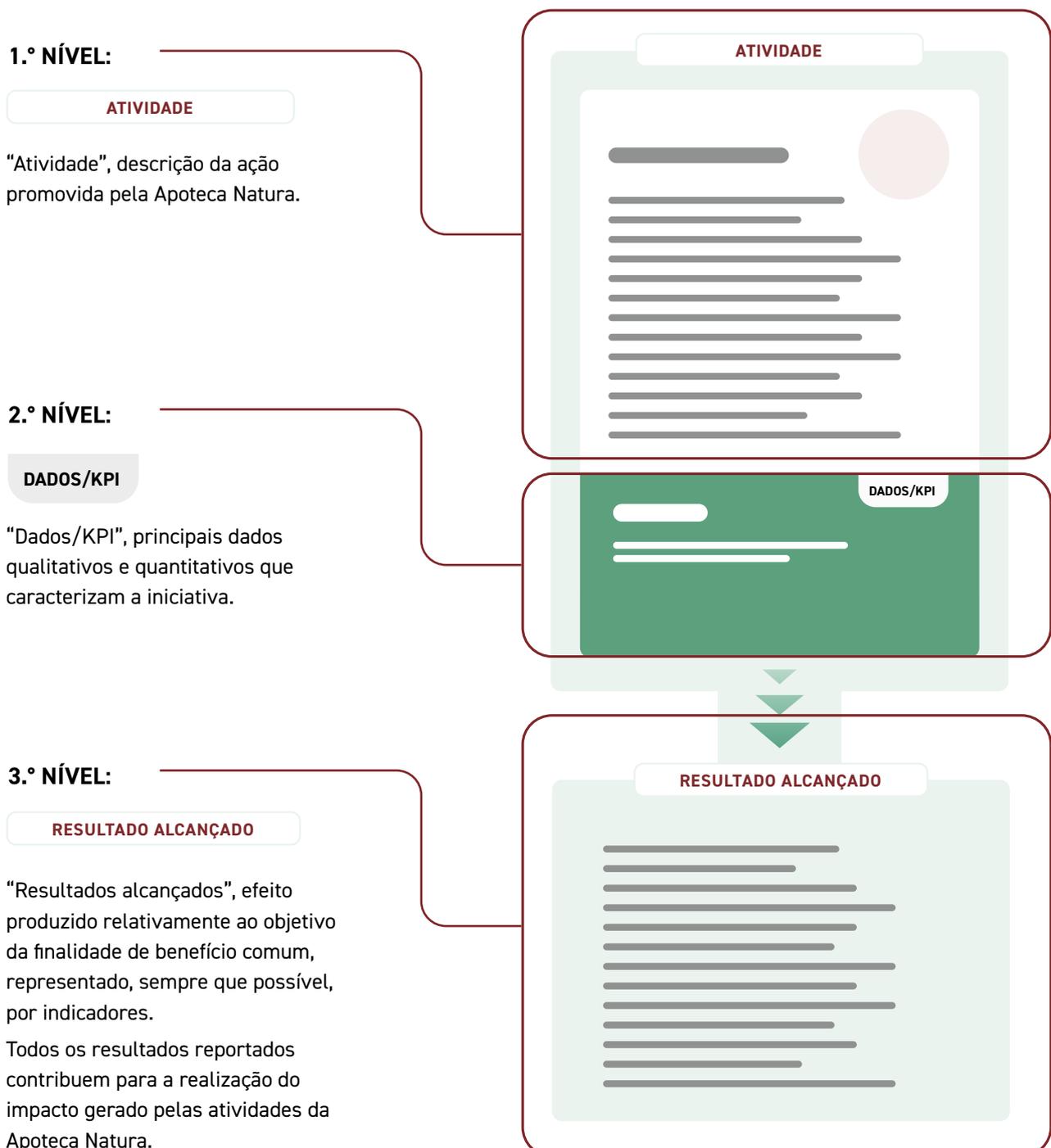
Cada finalidade é apresentada com a menção do texto original dos nossos estatutos.

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:



Dos estatutos:

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.



ATIVIDADE



Health & Loyalty System e App MyApotecaNatura

Um sistema capaz de acompanhar verdadeiramente o percurso de saúde das pessoas através de uma relação que as motiva e envolve, com o apoio de ferramentas que permitem conhecer e consultar os dados de saúde e os comportamentos, fidelizando as pessoas e interagindo com elas em todas as fases.



403 000+

Download da App MyApotecaNatura em Itália

124 000+

Download da App MyApotecaNatura em Espanha

4 190+

farmacêuticos utilizam o sistema em Itália

1 440+

farmacêuticos utilizam o sistema em Espanha

DADOS/KPI

RESULTADO ALCANÇADO

Esta plataforma multiplica as possibilidades do Farmacêutico de oferecer apoio aos seus clientes e, ao mesmo tempo, funciona como uma ferramenta importante para acompanhar e prevenir o aparecimento de potenciais doenças, avaliando os impactos das campanhas de prevenção e respeitando integralmente a privacidade dos utentes registados.

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 em 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.





cuidado das pessoas: os mesmos temas foram também retomados graças às visitas a Farmácias e aos Network Meetings organizados no território de forma coerente com as finalidades de benefício comum do estatuto de Benefit Corporation da Apoteca Natura.

¹⁰ K.A.M. = Key Account Manager

¹¹ T.T. = Training Tutor

ATIVIDADE



Floresta empresarial com a Treadom



Em colaboração com a Treadom, especialistas em reflorestação, lançámos uma campanha para plantar 800 árvores e criar a nossa própria floresta.

Como farmácias Apoteca Natura, promovemos um estilo de vida saudável e sustentável, tanto para as pessoas como para o Planeta. A reflorestação é essencial para combater as alterações climáticas e proteger a biodiversidade. Foram plantadas árvores nos Camarões, na Tanzânia, na Colômbia, no Quênia e no Nepal, o que testemunha o impacto global positivo desta iniciativa.

Além disso, a variedade de árvores, incluindo o Caju, o Cacau, o Limão, o Café e o Abacate, representa uma grande diversidade ecológica e beneficia tanto o ambiente como as comunidades locais.

DADOS/KPI

- 5 países envolvidos
- 5 variedades de árvores

ATIVIDADE



“Impacto consciente”



Publicação de uma nova página online com esta estrutura:

1. a definição de “Benefit Corporation” e de “Benefit Impact Assessment” (BIA), conceitos fundamentais para compreender o modelo de negócio da Apoteca Natura, que visa gerar benefícios económicos, sociais e ambientais, para além do lucro.
2. o “Documento de boas práticas para uma farmácia verde e sustentável”, elaborado pela PGEU: fornece indicações concretas sobre a forma como as Farmácias podem reduzir o seu impacto ambiental.
3. a landing page “Greener Pharmacy”: dedicada à promoção de uma Farmácia mais sustentável.
4. os 4 objetivos de benefício comum da Apoteca Natura.
5. a adesão da Apoteca Natura à plataforma SDG Action Manager: uma iniciativa da ONU que ajuda as empresas a medir o seu contributo para os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.
6. o arquivo dos Relatórios de Impacto Apoteca Natura: documentos anuais em que a empresa comunica os seus resultados em termos de impacto social e ambiental.

DADOS/KPI

- 135 utilizadores ativos
- 210+ sessões
- 260+ visualizações
- 86,1% de taxa de envolvimento

ATIVIDADE



“Saúde consciente”



O seu objetivo é orientar as pessoas no seu percurso de saúde, com vista a aumentar a sua consciência das necessidades de bem-estar pessoal. Através da Saúde Consciente, as pessoas podem aprofundar e aumentar a consciência das suas necessidades de saúde, até à marcação de serviços preventivos ou específicos nas Farmácias Apoteca Natura. Trata-se de uma experiência que se desenvolve gradualmente, oferecendo informações, apoio e recursos para ajudar os utilizadores a cuidar da sua saúde de forma consciente.

DADOS/KPI

- 340+ utilizadores ativos
- 400+ sessões
- 540+ visualizações
- 86,2% taxa de envolvimento

RESULTADO ALCANÇADO

As iniciativas permitiram apoiar os agricultores locais que cuidarão da floresta, criando benefícios diretos em termos de recursos alimentares e oportunidades económicas.

Clareza e simplicidade da linguagem. A informação é apresentada de forma clara e compreensível, mesmo para quem não está familiarizado com os temas da sustentabilidade e da responsabilidade social.

Exaustividade da informação. A página fornece uma visão abrangente do compromisso da Apoteca Natura com o bem comum, incluindo informações sobre os vários aspetos das atividades da empresa, desde os objetivos de benefício comum até aos relatórios de impacto.

Atenção à transparência. A empresa disponibiliza os seus Relatórios de Impacto, que fornecem informações pormenorizadas sobre os resultados alcançados em termos de impacto social e ambiental.

ATIVIDADE



Boas práticas para uma farmácia verde e sustentável na Europa



Partilha do documento elaborado pelo Grupo Farmacêutico da União Europeia, a associação que representa mais de 400 000 Farmacêuticos comunitários (PGEU), sobre boas práticas para uma farmácia verde e sustentável. O documento, traduzido em várias línguas, faz uma série de recomendações dirigidas às Farmácias e concentra-se no conceito de “Greener Pharmacy”: promover a utilização prudente e a eliminação correta dos produtos farmacêuticos e aconselhar sobre a disponibilidade de medicamentos “mais verdes”. É exatamente este o posicionamento das Farmácias Apoteca Natura, graças ao Regulamento Apoteca Natura e às boas práticas para uma Saúde Consciente.

DADOS/KPI

1 300+ Farmácias envolvidas
9 700+ Farmacêuticos informados

ATIVIDADE



A saúde tem a cor da natureza



Nas Farmácias Apoteca Natura organizámos uma campanha para convidar a tomar consciência da importância de seguir melhores hábitos, através de:

- seleção dos produtos mais sustentáveis;
- utilização prudente e eliminação correta dos medicamentos;
- cumprimento das prescrições, principalmente dos antibióticos;
- sugestões sobre como cuidar da própria saúde e do meio ambiente;
- uso limitado de inseticidas, herbicidas, fungicidas;
- leitura consciente do rótulo dos produtos;
- uso de produtos naturais e biodegradáveis para a limpeza da casa;
- reciclagem correta das embalagens.

DADOS/KPI

1 300+ Farmácias envolvidas

ATIVIDADE



Caminhada Saudável



Desde 2013, temos vindo a promover as “Caminhadas Saudáveis”, eventos organizados localmente por Farmácias Apoteca Natura individuais com o objetivo de envolver a Comunidade e sensibilizá-la para a importância do exercício físico. São uma oportunidade indispensável para combinar atividade física, bem-estar e socialização (sendo uma atividade que pode ser realizada em qualquer idade, em qualquer lugar e sem custos).

Caminhar proporciona ao corpo benefícios importantes:

- Ajuda a manter o peso corporal sob controlo
- Melhora a postura e o equilíbrio
- Alivia a tensão arterial e previne as doenças cardiovasculares e a diabetes
- Fortalece os músculos e os ossos
- Provoca efeitos positivos no humor e no controlo da ansiedade graças à libertação de endorfinas.

DADOS/KPI

100+ Farmácias envolvidas todos os anos

RESULTADO ALCANÇADO

Trabalhámos para aumentar o nível de sensibilização e a sensibilidade dos profissionais de farmácia em relação aos possíveis efeitos negativos de uma gestão incorreta dos medicamentos na saúde das pessoas e do ambiente.

RESULTADO ALCANÇADO

Maior sensibilização dos clientes para a seleção de produtos mais sustentáveis. Melhoria das práticas de eliminação de medicamentos, reduzindo os potenciais impactos ambientais. Maior cumprimento das prescrições médicas, nomeadamente no que respeita à utilização responsável de antibióticos. Aumento dos conhecimentos sobre práticas de cuidado da saúde e do ambiente.

Integrámos também a atividade “Recolha de Lixo”, que consiste em recolher o plástico disperso no ambiente enquanto se faz exercício. Assim, ao combinarmos o impacto positivo das caminhadas nas Pessoas, com um contributo concreto para a redução da poluição por plásticos, estamos direcionados para a plena realização de uma visão sistémica, segundo a qual o bem-estar humano não pode ser separado do bem-estar do Planeta.



FOCO

Entrevista com o Dr. Stancati



Uma Farmácia que fez do seu compromisso com o Bem Comum uma verdadeira missão, certificada como B Corp em 2020 e consagrada como Benefit Corporation no ano seguinte. É este o caminho significativo percorrido pela “Farmacia degli Arsenali” de Amalfi, dirigida pelo Dr. Giorgio Stancati.

A certificação B Corp, recordamos, verifica e assegura que uma empresa opera de acordo com os mais elevados padrões de desempenho social e ambiental e é emitida por um organismo terceiro. A Benefit Corporation, por outro lado, é uma forma jurídica de empresa, introduzida em 2016 em Itália, o primeiro país do mundo depois dos Estados Unidos.

“Porque é que optei por adotar totalmente o modelo Benefit para a minha Farmácia? Porque acredito que nos permite acompanhar os tempos em que vivemos. Com a certificação B Corp, já não somos apenas nós a dizer a nós próprios como somos bons, mas um organismo terceiro que reconhece e avalia a bondade das nossas ações. É uma espécie de reconhecimento de “dois fatores” que dá mais credibilidade e peso ao que fazemos, ao valor positivo que somos capazes de gerar para as pessoas e para o ambiente”.

O exemplo e os conselhos da Apoteca Natura, que tinha recentemente enveredado pelo mesmo caminho, também ajudaram no percurso do Dr. Stancati.

“Para uma microempresa como a nossa Farmácia, a certificação B Corp é um desafio que envolve algumas etapas complexas. Começámos com grande entusiasmo, sabendo que tínhamos todos os trunfos para obter a certificação. No entanto, ao longo do caminho, apercebemo-nos de que muitas das coisas positivas que pomos em prática no nosso trabalho não estávamos habituados a medir.

“Esta foi uma das maiores lições que o percurso para nos tornarmos B Corp nos deixou. É aí que reside o significado profundo de submeter as nossas ações à avaliação de um organismo terceiro. Um exemplo? As licenças parentais para os nossos colaboradores. Um direito que a nossa Farmácia sempre garantiu, mas que nunca tinha sido oficialmente sancionado com um regulamento especial. A certificação B Corp levou-nos a dar um passo em frente, no sentido da concretização e da transparência. Agora, temos um verdadeiro regulamento Welfare interno que, entre outras coisas, prevê um prémio de maternidade e paternidade para os nossos colaboradores, mas também incentivos à utilização de transportes públicos ou elétricos, ao voluntariado, para além do mais clássico prémio de produtividade”.

Graças ao trabalho árduo, o Dr. Stancati conseguiu alcançar a meta da certificação B Corp. Um sucesso partilhado com todo o seu território.

“Em julho de 2021, organizámos um evento público com representantes do setor, instituições, o Presidente do Conselho de Administração e Administrador Geral da Apoteca Natura, Massimo Mercati, e muitas pessoas que entram na nossa Farmácia todos os dias. Juntos, celebrámos, partilhando o significado da nossa escolha. Fomos a primeira empresa certificada B Corp na província de Salerno e uma das primeiras no Sul de Itália”.



A preocupação com a comunidade é um dos pontos centrais do compromisso diário da “Farmacia degli Arsenalì”. Entre as iniciativas promovidas encontra-se o “Ponto Roxo”. O pessoal da farmácia tem formação específica para ajudar as pessoas vítimas de atos de violência, em especial a violência baseada no género.

A certificação B Corp foi também uma oportunidade para repensar os espaços interiores da Farmácia:

“Reorganizámos a exposição dos produtos divididos por áreas terapêuticas, dando mais espaço ao aconselhamento, com a criação de verdadeiras “áreas de privacidade”. De certa forma, “abrimos o nosso balcão”. O objetivo é, de facto, olhar nos olhos das pessoas que entram na farmácia, acolhendo-as para além do balcão”.

Desta forma, o momento de aconselhamento torna-se também uma oportunidade para educar as pessoas a respeitarem o seu organismo e o ambiente:

“É fundamental que sejamos capazes de explicar às pessoas à nossa frente porque é que fazemos determinadas escolhas. Por exemplo, sobre os riscos de utilizar Tachipirin 1000 ou antibióticos sem receita médica. Ser uma Farmácia Benefit significa contribuir para a saúde de todos também desta forma”.

Recomendaria este caminho a outros colegas farmacêuticos?

“Espero que a minha experiência possa servir de exemplo para outras farmácias e também para outras empresas da minha zona. Como já foi referido, para as pequenas empresas haverá certamente desafios, mas estes podem ser ultrapassados com boa vontade. De um modo geral, aconselharia aqueles que querem enveredar por este caminho a vivê-lo como um projeto a longo prazo. É certamente um desafio, mas é também uma forma de estar à altura dos tempos em que vivemos”.

Objetivos, resultados e metas futuras



PRIMEIRA FINALIDADE DE BENEFÍCIO COMUM

Multiplicação do impacto positivo e promoção do Modelo Benefit

Objetivos 2023

Evento de envolvimento de todas as Farmácias para divulgar a sensibilização sobre os temas importantes para a Apoteca Natura, nomeadamente o paradigma Benefit.

✔ 3 Cursos Evolução organizados (Itália, Espanha e Portugal)

Reuniões online e no local com a participação das farmácias centradas nas temáticas benefit.

✔ 70+ encontros organizados

Consultoria do pessoal Apoteca Natura nas Farmácias para promover o Modelo Benefit.

✔ 6 000+ visitas de KAM e TT

Sessão online dedicada ao Modelo Benefit: manutenção e desenvolvimento.

✔ Área atualizada

Organização da campanha de solidariedade para 2023.

✔ Organizadas com a AIRC e a Treadom.

Roll-out Modelo Benefit em Espanha

No dia 29 de setembro de 2022, foi aprovada a lei denominada "Crea y Crece", que inclui a figura das "Sociedades de Beneficio e Interés comunes" (SBIC) em Espanha: estamos a aguardar a definição das regras que irão disciplinar o funcionamento destas empresas, antes de promover o modelo dentro de nossa rede.

🔄 Objetivo em curso

Objetivos 2024

Evento de envolvimento de todas as Farmácias para divulgar a sensibilização sobre os temas importantes para a Apoteca Natura, nomeadamente o paradigma Benefit.

Reuniões online e no local com a participação das farmácias centradas nas temáticas benefit.

Consultoria do pessoal Apoteca Natura nas Farmácias para promover o Modelo Benefit.

Sessão online dedicada ao Modelo Benefit: manutenção e desenvolvimento.

Organização da campanha de solidariedade para 2024.

Legenda:

✔ = Objetivo alcançado

🔄 = Objetivo em curso

⚠ = Objetivo a 50%

✘ = Objetivo não alcançado



SEGUNDA FINALIDADE DE BENEFÍCIO COMUM

Prevenção e educação para uma saúde consciente

Dos estatutos:

A promoção de percursos de saúde consciente para as pessoas através de atividades de educação e prevenção. Pode compreender testes de diagnóstico e de prevenção, 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.

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. Para responder às diferentes necessidades das pessoas, os Farmacêuticos também têm à disposição **Protocolos de Aconselhamento por Necessidade.**



DETEÇÃO DAS RED FLAGS

Sempre que uma pessoa realiza um teste em farmácia 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, seguindo os Protocolos de Aconselhamento por Necessidade (PAN) específicos, pode encaminhar o doente e atuar na **primeira linha para intervir e prevenir o aparecimento de doenças mais graves.**

NECESSIDADES DE SAÚDE



Cuidamos de si
de **coração**



Dê 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 **cada**
idade
OSTEOPOROSE
E MENOPAUSA

ESTILOS DE VIDA



O ambiente
é saúde



Equilibre
a sua saúde
O SEU GUIA
ALIMENTAR



Promova
a sua saúde



A felicidade
é saúde

ATIVIDADE



Campanhas contínuas de prevenção, sensibilização e informação



7 campanhas promovidas em Itália

7 campanhas promovidas em Espanha

4 campanhas promovidas em Portugal

Em Itália: 11 800+ testes de prevenção efetuados, dos quais 4 500+ cardiovasculares e 3 700+ gastrointestinais

DADOS/KPI

RESULTADO ALCANÇADO

Redução dos fatores de risco associados ao aparecimento de problemas de saúde, por exemplo, 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 anos¹².

Impressões



| | |
|----------------|--------------|
| Itália Meta | 188+ milhões |
| Espanha Meta | 24+ milhões |
| Itália Google | 31+ milhões |
| Espanha Google | 22+ milhões |

Dados do sítio Web da Apoteca Natura



| | Itália | Espanha | Portugal |
|----------------------|----------|----------|----------|
| Utilizadores ativos | 245 000+ | 134 000+ | 4 500+ |
| Sessões | 328 000+ | 194 000+ | 8 500+ |
| Visualizações | 738 000 | 407 000+ | 21 700+ |
| Taxa de envolvimento | 81,4%+ | 75,7% | 76,6% |

¹² 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.



ATIVIDADE


Box Saúde Prevenção e Monitorização Gastrointestinal

As Box Saúde Apoteca Natura são produtos que podem ser adquiridos nas Farmácias Apoteca Natura e que permitem o acesso a serviços da Farmácia sobre uma necessidade de saúde específica.

Em 2023, a linha cresceu com a Box Saúde Prevenção e Monitorização Gastrointestinal, que inclui um serviço de prevenção completo, com um teste que permite à pessoa começar a conhecer o estado de saúde gastrointestinal, com aconselhamento personalizado do Farmacêutico e um teste de controlo à distância. A Box inclui ainda uma vantagem comercial para efetuar exames laboratoriais específicos na área gastrointestinal, bem como um desconto em produtos da marca Apoteca Natura. Por último, a Box disponibiliza igualmente um folheto com conselhos úteis para a saúde gastrointestinal e um guia dos instrumentos digitais da Apoteca Natura.



DADOS/KPI

2 000+ Box Saúde Prevenção e Monitorização Gastrointestinal vendidas

ATIVIDADE


App “La salute la sai?”


Uma aplicação de jogo simples e intuitiva, totalmente renovada, capaz de envolver cada vez mais pessoas num estilo de vida saudável, explorando a sua curiosidade e desejo de divertimento:

- desafio de quiz entre adversários casuais;
- perguntas verdadeiro/falso ou de escolha múltipla;
- possibilidade de desafiar também os Farmacêuticos da Rede Apoteca Natura;
- classificação atualizada continuamente, em tempo real;
- possibilidade de ganhar badges ao vencer os desafios diários e bónus de ajuda para utilizar durante os jogos;
- possibilidade de os Farmacêuticos-jogadores proporem perguntas adicionais;
- login através de redes sociais ou e-mail.

DADOS/KPI

72 000+ downloads da App

11+ Categorias de saúde

4 000+ perguntas

4 idiomas

40+ minutos de envolvimento médio por sessão

RESULTADO ALCANÇADO

Promoção da Saúde gastrointestinal através de testes de prevenção, medições específicas, informações e conselhos úteis.

RESULTADO ALCANÇADO

Formação e divulgação com a criação de uma comunidade de jogadores (clientes e farmacêuticos) envolvidos ativamente e diretamente num emocionante quiz de desafio direto, com adversário aleatório. Concretiza-se, também através desta ferramenta, a Farmácia como serviço social de saúde fundamental da sociedade.



FOCO

Entrevista com a Dra. Grazia Ferrara



*Global Scientific Content
& Training Manager Apoteca Natura*

O farmacêutico representa muitas vezes o **“primeiro contacto”** para quem tem uma necessidade de saúde e precisa de uma **resposta rápida e competente**. Mas a rapidez e o profissionalismo podem não ser suficientes para cuidar da pessoa: por um lado, porque entrar na farmácia é, por vezes, apenas o primeiro passo no “percurso de saúde” da pessoa e, por outro lado, porque cada pessoa é única e, por conseguinte, tem a sua própria história para contar.

Isto significa que a intervenção do farmacêutico deve ir para além da resposta pontual à necessidade de saúde e englobar todas as motivações que levaram a pessoa à farmácia nesse dia. Por conseguinte, é necessária uma abordagem que trate as questões de saúde não exclusivamente em termos de *“disease” (ou seja, o conhecimento clínico da entidade doença)*, mas também como *“illness” (a vivência do doente, a experiência subjetiva)*. Uma abordagem, portanto, que também considera a carga emocional e o sofrimento gerados pela doença. É por isso que introduzimos no percurso de formação do farmacêutico Apoteca Natura a disciplina de Medicina Narrativa, uma nova metodologia de diagnóstico que **coloca o diálogo e a escuta no centro do aconselhamento farmacêutico – pessoa**.

A Medicina Narrativa é uma ferramenta fundamental para a aquisição, compreensão e integração da informação sobre a pessoa, integrando também os diferentes pontos de vista de todos os intervenientes no processo de cuidados: profissionais de saúde, doentes e familiares.

Mas para promover a abordagem narrativa e a comunicação orientada para a pessoa, é necessário que os profissionais de saúde, no nosso caso os farmacêuticos Apoteca Natura, tenham – e em alguns casos redescubram – o Ethos Humanitário.

O que é? Ethos é uma palavra derivada do grego ἦθος e significa “atitude de benevolência para com os seres humanos” e traduz-se numa “postura de interesse” para com a pessoa. Este comportamento consciente requer outro elemento essencial para estabelecer, reforçar e manter a relação de cuidado com a pessoa: **a empatia**. Entendida não apenas como a capacidade de *“se colocar no lugar do outro”*, mas como uma característica essencialmente cognitiva que envolve a compreensão das experiências, preocupações e perspetivas do indivíduo, combinada com a capacidade de as comunicar e prestar ajuda. Esta abordagem inovadora coloca a narração de histórias no centro e incentiva a participação ativa no percurso da saúde.

É um caminho que se estabelece passo a passo, até se obter um protocolo de prevenção e/ou tratamento personalizado e, portanto, mais adequado às necessidades específicas da pessoa e ao seu contexto de vida. O resultado? Maior adesão e persistência à terapêutica e a um estilo de vida correto, ambos fundamentais para uma saúde consciente. Estamos muito orgulhosos de ter enveredado por este caminho que não só nos dá a oportunidade de crescer profissionalmente, mas também de colocar a pessoa no centro do nosso projeto.

Objetivos, resultados e metas futuras



SEGUNDA FINALIDADE DE BENEFÍCIO COMUM

Prevenção e educação para uma saúde consciente

Objetivos 2023

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

Especificamente, promoção de campanhas relacionadas com a higiene e qualidade do sono, problemas gastrointestinais, verão saudável para os viajantes, regresso à rotina pós-férias e campanha de prevenção da doença cardiometabólica.

✔ 18 campanhas e atividades organizadas

Integração de PAN e Medicina narrativa

Percursos de formação dedicados a promover a integração dos PAN com as noções básicas da medicina narrativa, para garantir um aconselhamento cada vez mais personalizado.

✔ 28 PAN atualizados ou lançados

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

Realizaremos webinars, em colaboração com a Fondazione Onda, dedicados às principais necessidades de saúde (distúrbios do sono, distúrbios gastrointestinais, problemas cardiometabólicos), abordadas de acordo com a medicina de género.

✔ Organização e divulgação de webinars e materiais

Objetivos 2024

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

Integração de PAN e Medicina narrativa

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

Legenda:

✔ = Objetivo alcançado

🔄 = Objetivo em curso

⚠ = Objetivo a 50%

✘ = Objetivo não alcançado



TERCEIRA FINALIDADE DE BENEFÍCIO COMUM

Valorização dos produtos naturais, seguros e eficazes

Dos estatutos:

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.



¹³ A cada atividade são atribuídos créditos de formação.

ATIVIDADE



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 prêmios, bem como usufruir de outros serviços úteis para a sua saúde. Também atribuímos pontos de bônus para a Saúde Consciente. As campanhas promocionais do circuito MyCard centram-se em produtos naturais cientificamente evoluídos e eficazes, fabricados com total respeito pelo ambiente.



DADOS/KPI

- 200 Farmácias aderentes ao MyCard em Itália
- 22 Farmácias aderentes ao MyCard em Espanha
- 14 campanhas em Itália
- 9 campanhas em Espanha
- 118 000.000+ pontos atribuídos aos clientes das Farmácias Italianas
- 1 007 000+ pontos atribuídos aos clientes das Farmácias espanholas
- 300 000+ MyCard ativos em Itália
- 11 600+ MyCard ativos em Espanha

RESULTADO ALCANÇADO

Indicadores da adesão às promoções (eficácia):

- 29 500 000+ pontos utilizados em Itália
- 684 600+ pontos utilizados em Espanha
- 114 000+ pessoas efetuaram pelo menos 1 compra de produtos naturais em Itália
- 735 000+ produtos naturais vendidos através do MyCard em Itália

ATIVIDADE



Estudos de Real World Evidence com produtos da marca Apoteca Natura

A Apoteca Natura propõe esta iniciativa em colaboração com a Aboca, empresa fabricante de “Cuidado da tosse” e outros dispositivos médicos da marca Apoteca Natura, 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 critérios internacionais e com a colaboração científica do Departamento de Ciências Biomédicas, Cirúrgicas e Dentárias da Universidade de Milão.



DADOS/KPI

Os produtos inseridos na plataforma:

- Cuidado da garganta comprimidos
- Cuidado da garganta spray
- Cuidado e higiene do nariz
- Cuidado do pé
- Escaras
- Cuidado da tosse

RESULTADO ALCANÇADO

Realização de 12 questionários:

- 6 para Farmacêuticos
- 6 para Clientes

ATIVIDADE



MyApotecaNaturaCommunity

MyApotecaNatura Community é um ponto de encontro e ativação para viver de forma mais consciente a relação com a saúde. Um espaço virtual concebido e desenhado para as pessoas partilharem interesses, opiniões e, assim, estabelecerem novas relações de valor.

DADOS/KPI

Em Itália:

21 770+ utilizadores registados dos quais 6% homens e 94% mulheres
120+ Farmacêuticos registados
43,5 idade média dos inscritos

Em Espanha:

7 000+ utilizadores registados dos quais 10% homens e 90% mulheres
240+ Farmacêuticos registados
46 idade média dos inscritos

RESULTADO ALCANÇADO

- 6 900+ conteúdos gerados online
- 18,2M+ impressões nas redes sociais
- 3 000+ participantes

FOCUS

Entrevista com o Dr. Francisco Tejado



Escuta ativa para um aconselhamento personalizado. Nestes valores está contido o sentido do compromisso quotidiano do Dr. Francisco Tejado Abengózar com a sua Farmácia Apoteca Natura. Estamos em Espanha, na pitoresca cidade de Tomelloso, no coração da região de Castilla-La Mancha. Esta farmácia tornou-se um verdadeiro ponto de referência na zona graças ao elevado nível de preparação dos seus profissionais, aos seus serviços e à sua vasta gama de produtos. Naturalmente, não falta a especialização na oferta de soluções naturais, selecionadas graças ao Regulamento Apoteca Natura.

“A atualização contínua – explica o Dr. Tejado – é essencial porque nos permite ajudar da melhor forma as pessoas que nos procuram. Neste sentido, os materiais e a documentação que a Apoteca Natura coloca à nossa disposição são particularmente importantes”.

“Toda a nossa equipa está constantemente envolvida em encontros de formação para aprofundar os seus conhecimentos sobre produtos e questões de saúde, de modo a fornecer às pessoas informações completas e de qualidade”.

A “escuta ativa” significa ser capaz de fazer as perguntas certas e, assim, oferecer o tratamento mais adequado: “Esta abordagem permite assegurar que as pessoas recebam o melhor apoio possível, tanto através dos produtos oferecidos pela farmácia como através de possíveis encaminhamentos para aconselhamento médico”.

“É também importante dar a devida importância ao feedback que recebemos, para compreender como é que uma pessoa reagiu a um determinado tratamento”.

No entanto, tratar significa, acima de tudo, intervir nas verdadeiras causas subjacentes de uma doença e não apenas nos sintomas. Uma visão que sempre fez parte da filosofia da Apoteca Natura: “A este respeito, os produtos naturais podem desempenhar um papel particularmente valioso, especialmente quando se olha para a saúde não só no imediato, mas também a longo prazo. Estou convicto de que cada vez mais as soluções naturais desempenharão um papel fundamental no cuidado, juntamente com uma maior atenção à prevenção e aos estilos de vida. Aprecio muito o trabalho e a preparação por detrás destes produtos”.

Em particular, a linha de produtos da marca Apoteca Natura torna-se essencial no sortido da farmácia e não só, porque cobre numerosas necessidades de saúde: “Para mim, a força reside nas fórmulas dos produtos, na forma como são desenvolvidos e como funcionam, respeitando o organismo”.

Qual é o aspeto mais gratificante deste trabalho? “Ser capaz de recomendar produtos de qualidade, eficazes e seguros torna-se particularmente gratificante do ponto de vista profissional e humano, especialmente quando vemos resultados tangíveis para a saúde das pessoas”.

Há inúmeras histórias e testemunhos a citar sobre este assunto. “No nosso país, por exemplo, o risco cardiovascular é particularmente elevado. Ser capaz de intervir nesta área com aconselhamento e produtos de qualidade pode salvar vidas em muitos casos.”

Objetivos, resultados e metas futuras



TERCEIRA FINALIDADE DE BENEFÍCIO COMUM

Valorização dos produtos naturais, seguros e eficazes

Objetivos 2023

Formação dos farmacêuticos sobre temas dos fitocomplexos naturais através de videocursos em direto e on demand, aulas temáticas e cursos de formação avançada presenciais.

✔ 9 700+ farmacêuticos formados

Lançamento de novos produtos 100% naturais da marca Apoteca Natura.

✔ 10 novos produtos

Campanhas de promoção dos produtos naturais através do Cartão de Fidelização MyCard.

✔ 23 campanhas

Reciclagem de medicamentos fora de validade: recompensamos os gestos conscientes.

As nossas Farmácias propuseram uma iniciativa benefit: os clientes que entregaram medicamentos fora de validade e/ou não utilizados receberam pontos de bônus MyCard.

✔ 220 farmácias aderentes ao MyCard

Expositores à disposição de todas as Farmácias: dedicados exclusivamente a produtos naturais, de modo a divulgar a cultura da naturalidade.

✔ 1 300+ Farmácias envolvidas

Objetivos 2024

Formação dos farmacêuticos sobre temas dos fitocomplexos naturais através de videocursos em direto e on demand, aulas temáticas e cursos de formação avançada presenciais.

Lançamento de novos produtos 100% naturais da marca Apoteca Natura.

Campanhas de promoção dos produtos naturais através do Cartão de Fidelização MyCard.

Reciclagem de medicamentos fora de validade: recompensamos os gestos conscientes.

Expositores à disposição de todas as Farmácias: dedicados exclusivamente a produtos naturais, de modo a divulgar a cultura da naturalidade.

Legenda:

✔ = Objetivo alcançado

⊖ = Objetivo em curso

ⓘ = Objetivo a 50%

✘ = Objetivo não alcançado



QUARTA FINALIDADE DE BENEFÍCIO COMUM

Valorizar as pessoas

ATIVIDADE



Benefit oferecidos pela empresa



A Apoteca Natura oferece aos seus empregados várias dezenas de convenções para a aquisição de serviços e bens a comerciantes ou empresas locais com os quais mantém relações desde há vários anos, bem como uma maior e mais ampla seleção de parceiros através da plataforma Welfare GoWelf. Além disso, a empresa oferece serviços de adesão livre: os seguros de saúde complementares para os empregados e os seus familiares¹⁴ cujos custos são suportados a 80% pela Apoteca Natura, e o fundo de pensão complementar. Continuámos a oferecer o serviço de cantina com produtos biológicos.

DADOS/KPI

100%

dos empregados aderiram a, pelo menos, um serviço complementar de saúde ou de pensão

1 800+

refeições distribuídas através da cantina da empresa

ATIVIDADE



Prémios da empresa



Para recompensar o esforço envidado por todos, a Aboca atribuiu prémios de produtividade em função dos objetivos gerais da empresa¹⁵, prémios individuais relativos a objetivos específicos e vários tipos de prémios extraordinários. Também em 2023 foi concedido um "Bónus Welfare" a utilizar pelo próprio e pela sua família na compra de bens e serviços na plataforma de Welfare empresarial GoWelf, uma iniciativa importante para ajudar as pessoas afetadas pela forte inflação que caracterizou os últimos dois anos.

DADOS/KPI

248 000+ €
atribuídos no total

ATIVIDADE



Teletrabalho



A Apoteca Natura garante a todos os seus colaboradores a possibilidade de utilizar o modo de trabalho remoto durante vários dias por semana. Desta forma, a empresa promove o direito de cada pessoa de gerir o seu trabalho com a maior flexibilidade possível, de maneira a promover o melhor equilíbrio entre a vida pessoal e profissional.

DADOS/KPI

59 empregados
50 000 horas
de teletrabalho

RESULTADO ALCANÇADO

A empresa procura criar um ambiente de trabalho sereno e estável através do cuidado com as relações entre as pessoas, para assegurar as melhores condições de trabalho possíveis e satisfazer as necessidades de cada pessoa, respeitando o melhor equilíbrio entre a vida profissional e a vida pessoal.

¹⁴ Através do fundo EST para os empregados e QuAS para os quadros.

¹⁵ Prémios atribuídos em junho de 2023 pelos objetivos atingidos em 2022, prémios individuais relativos a objetivos específicos e vários tipos de prémios extraordinários.

Dos estatutos:

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.



ATIVIDADE



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.

Foi organizado presencialmente o tradicional encontro de fim de ano, com a participação das filiais estrangeiras e também de colaboradores externos à empresa.

Durante o Carnaval, foi organizado um baile de máscaras para toda a empresa, uma ocasião única de convívio e diversão entre colegas.

O ponto alto do ano foi, sem dúvida, o Curso Evolução organizado no Palazzo Mezzanotte na Piazza Affari em Milão, com a participação de toda a nossa Rede.



ATIVIDADE



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 ao longo dos anos, a Apoteca Natura pode atualmente proporcionar os percursos de formação necessários para apoiar o desenvolvimento profissional das pessoas, testando novas modalidades de envolvimento de acordo com as necessidades específicas identificadas.¹⁶



DADOS/KPI

3 Encontros da empresa

- 2 momentos de encontro dedicados aos nossos colaboradores
- 1 momento de envolvimento de toda a Rede

DADOS/KPI

59 pessoas formadas, com taxa de cobertura de 100%

33 atividades

1 390 horas de formação

RESULTADO ALCANÇADO

A taxa média de absentismo do pessoal da Apoteca Natura em 2023 foi de 1,3% e o turnover de 3,7%.

¹⁶ 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.





FOCO

Entrevista com a Dra. Francisca Caetano e a Dra. Rita Borba



Por um lado, uma farmacêutica licenciada em marketing, com uma longa experiência em vários setores relacionados com a farmácia e uma paixão pela música e pelos passeios ao ar livre, “para preservar a criatividade e o bem-estar”.

Por outro lado, uma colega que teve a oportunidade de adquirir muita experiência “no terreno” ao longo dos anos, sempre relacionada com a área da saúde e da farmácia, de modo a ter “uma visão de 360 graus do mercado”. Enquanto nos tempos livres, escolhe dedicar-se ao “artesanato, ao padel e ao surf”.

Estamos a falar de duas profissionais que fazem parte da equipa da Aponatura Portugal. São elas Rita Borba, Responsável de Marketing e Comunicação, e Francisca Caetano, Gestora Operacional.

Juntamente com elas, tentamos compreender melhor o que significa trabalhar numa empresa como a Apoteca Natura, cujo um dos objetivos, enquanto Benefit Corporation, é criar “um ambiente de trabalho positivo”.

“Para nós, isso significa trabalhar num grupo que coloca o bem-estar profissional e pessoal dos colaboradores em primeiro lugar. No centro de tudo isto está sempre a escuta e a partilha constante de pontos de vista que promovem a discussão e o crescimento de todos. Na Apoteca Natura trabalhamos sempre em equipa e nunca como indivíduos isolados. Por conseguinte, o sentido de comunidade é muito forte e é encorajado por atividades de “team building” e iniciativas de grupo extratrabalho”.

Uma unidade de objetivos que não se perdeu mesmo durante uma delicada fase de transição vivida pela Aponatura Portugal.

“Foi uma fase que ambos partilhámos. Em 2023, houve uma reestruturação do Conselho de Administração e o sócio principal, para o qual estávamos a trabalhar, vendeu as suas ações. Uma mudança que também poderia ter colocado em risco os nossos postos de trabalho.

Sentimos de imediato o apreço de toda a equipa da Apoteca Natura, que nos garantiu a permanência na rede, dada a relevância e o trabalho demonstrado até ao momento.

Foi muito importante ter este apoio, que reforçou o nosso objetivo de continuar a desenvolver o nosso trabalho na Apoteca Natura. Não éramos números, mas pessoas”.

O que é que mais entusiasma a Rita e a Francisca no seu trabalho? “Poder contribuir para a divulgação de soluções de saúde naturais e sustentáveis, resultantes da investigação científica e da inovação. Para nós, a Apoteca Natura é o futuro da saúde e estamos orgulhosos por podermos dar força a este projeto, todos os dias”.

Objetivos, resultados e metas futuras



QUARTA FINALIDADE DE BENEFÍCIO COMUM

Valorizar as pessoas

Objetivos 2023

Manter uma taxa de cobertura de pelo menos 90%.

- ✓ 100% das pessoas receberam feedback.

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

- ✓ 100% das pessoas participaram em atividades de formação.

Organização de momentos de lazer para toda a população da empresa Apoteca Natura, para preservar a coesão interna e fomentar um clima de trabalho positivo.

- ✓ Foram organizados três momentos de partilha durante 2023.

Welfare Apoteca Natura: em 2023 vamos manter o acordo com a plataforma de Welfare empresarial GoWelf, integrando muitas convenções no amplo conjunto das convenções à disposição das pessoas da Apoteca Natura.

- ✓ O acordo foi mantido e o Bónus Welfare que pode ser gasto na plataforma foi igualmente pago em 2023.

Objetivos 2024

Manter uma taxa de cobertura de pelo menos 90%.

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

Continuaremos a propor iniciativas específicas para toda a população da empresa para preservar a coesão interna e fomentar um clima de trabalho positivo.

Disponibilizaremos gratuitamente a todas as colegas pensos higiénicos nas casas de banho de todas as instalações da empresa.

Lançamento da iniciativa Apoteca Natura Pet Friendly para permitir que os nossos colaboradores tragam os seus amigos de quatro patas para áreas dedicadas dentro dos escritórios de Sansepolcro.

Legenda:

✓ = Objetivo alcançado

⊖ = Objetivo em curso

⚠ = Objetivo a 50%

✗ = Objetivo não alcançado



FARMÁCIAS
**APOTECA
NATURA**
Para uma saúde consciente

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 intervenientes¹⁷. 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).

¹⁷ 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 Corporations. 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 Corporations, 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 adequa 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 Corporations.

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.



FARMÁCIAS
**APOTECA
NATURA**
Para uma saúde consciente



FARMACIAS
**APOTECA
NATURA**
Por una salud consciente



FARMÁCIAS
**APOTECA
NATURA**
Para uma saúde consciente



**APOTECA
NATURA**
PHARMACIES
Health through awareness

www.apotecanatura.com



RELATÓRIO DE IMPACTO 2023

Farmácias Apoteca Natura
Benefit Corporation

