INFORME DE IMPACTO 2021

Farmacias Apoteca Natura
Benefit Corporation

Certified B Corporation

FARMACIAS APOTECA NATURA
Por una salud consciente

FARMACIAS APOTECA NATURA
Por una salud consciente

Índice

Introducción

Carta del CEO 6
Un nuevo modo de hacer Farmacia 8
El primer Audit Civico de las Farmacias 10
Un nuevo formato de Farmacia 12
La historia de Apoteca Natura 14
Somos la primera Red de Farmacias Benefit® del mundo 16
Apoteca Natura en números 18
Notificación del impacto 20
Qué es una Benefit Corporation 21

PARTE 1
Resultados del Impacto global 22
Qué es el BIA 23
Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 24
El SDG Action Manager 25
La contribución de Apoteca Natura a los ODS 26

PARTE 2
Resultados relacionados con las finalidades específicas de beneficio común 28
Presentación de los resultados 30

Primera finalidad - Multiplicación del impacto positivo y promoción del Modelo Benefit 32
Enfoque: Un nuevo modelo de afiliación 38
Objetivos 2022 39

Segunda finalidad - Prevención y educación para una salud consciente 40
Enfoque: Nuestro compromiso para la prevención cardiometabólica 46
Objetivos 2022 48

Tercera finalidad - Valorización de los productos naturales, seguros y eficaces 50
Enfoque: La oferta natural dentro del recorrido de salud consciente 52
Objetivos 2022 53

Cuarta finalidad - Valor a las personas 54
Enfoque: El nuevo organigrama empresarial en forma de "Árbol": una inversión del paradigma 57
Objetivos 2022 58
La expansión de la red en Portugal: Aponatura Portugal 60

Tablas de correspondencias entre objetivos y resultados de 2021 62

Nota metodológica 70

FARMACIAS
APOTECA
NATURA
Por una salud consciente

Informe de Impacto Apoteca Natura S.p.A.

2021

Benefit Corporation

Certified
B
Corporation

APOTECA NATURA

"Por una salud consciente"

Carta del CEO

Massimo Mercati
CEO
Apoteca Natura S.p.A.

Dejamos atrás otro año muy complejo a causa de la pandemia, que ha seguido poniendo a prueba nuestro trabajo, pero **que también ha vuelto a poner la Farmacia en el centro dentro del sistema sanitario**. Se trata seguramente de una nueva oportunidad para reafirmar el papel sociosanitario de la farmacia que nuestra red ha desarrollado con fuerza en los últimos veinte años, situándose hoy como un punto de referencia y un ejemplo concreto en el contexto italiano e internacional.

Por tercer año consecutivo, con la presentación del Informe de impacto hacemos un repaso del trayecto recorrido en los últimos 12 meses, redactando un balance del valor positivo generado para la sociedad y el territorio.

En toda nuestra red **seguimos dedicando la máxima atención al paciente y a la resolución de sus necesidades de salud**, con servicios de prevención permanentes y con un surtido que pone en el centro los productos naturales que respetan el organismo y el medio ambiente.

Apoteca Natura es una red de farmacias que preserva la realidad empresarial en cada territorio a través de un modelo de afiliación con niveles crecientes. De este modo, las farmacias, ya sean de propiedad o independientes (en el mercado italiano), pueden cumplir siempre con el compromiso que asumen, a través de la variación del formato en diversos *clusters* según el territorio y el país donde trabajamos.

En Italia contamos en este momento con un total de 730 farmacias, divididas en tres *clusters*: 135 "Corner", 568 correspondientes al cluster intermedio "Persona" y 37 al "Centro Salud", la novedad más importante de 2021.

Hablamos de más de 100 farmacias adicionales con respecto al año pasado, una evolución muy importante para nuestra red, teniendo en cuenta también el momento tan peculiar que estamos viviendo. Contando también las farmacias de España, aproximadamente 270, y de Portugal, aproximadamente 100, **la red supera ya las 1.100, una meta significativa que muestra el potencial europeo de nuestro posicionamiento.** Por otra parte, justo en estos días ha tenido lugar la admisión, como **primera empresa privada, en la red europea de Farmacias Sociales Europeas**, otro importante reconocimiento de nuestro papel, como lo confirma sin duda el hecho que seamos una Benefit Corporation y B Corp certificada.

"Afrontamos el nuevo año con mucho entusiasmo, convencidos de que estamos en el camino correcto con respecto a lo que realmente buscan los pacientes: lo natural y la sostenibilidad, por una Salud Consciente".

Otra novedad significativa de este pasado 2021 es la **nueva empresa Apoteca Natura Holding Italia, nacida de la colaboración con Neo Apotek,** una empresa dedicada a la distribución farmacéutica, constituida en 2019.

El objetivo es apoyar a las farmacias de la red interesadas en crecer adquiriendo otras, o bien ofrecer a quien tenga la intención de ceder el control de su farmacia la oportunidad de permanecer dentro de la red Apoteca Natura, manteniendo un papel activo como titular. Un modo para ampliar aún más nuestro modelo y los valores que este representa.

Durante este 2021 también tuvimos la oportunidad de mirar al futuro y la misión de Apoteca Natura, junto con nuestra red. El Curso Evolución, el prestigioso acontecimiento internacional que organizamos anualmente, se tituló **"Hacia una Ecología de la Salud". Junto a ponentes de alto nivel y expertos, hemos hablado de por qué no puede haber salud sin sostenibilidad y del papel activo que pueden desempeñar nuestros farmacéuticos en este ámbito.**

Todo ello se recogió en marzo de 2021 en un documento del PGEU sobre la farmacia verde y sostenible (Pharmaceutical Group of European Union - Best Practice Paper on Green and Sustainable Pharmacy in Europe), asociación que reúne a más de 400.000 farmacias comunitarias de Europa, donde se pone de relieve cómo **entre las responsabilidades del farmacéutico está la de recomendar aquel producto que, con la misma eficacia terapéutica, tenga un menor impacto en el medio ambiente y sea posiblemente biodegradable. Es la afirmación del concepto One Health en la farmacia y lo que siempre hemos puesto en el centro de nuestra misión.**

Por otro lado, es el propio Parlamento Europeo el que nos marca este camino. En una resolución de septiembre de 2020 sobre los productos farmacéuticos, se pide un mayor compromiso por parte de todos para aumentar la concienciación y promover un uso prudente de los fármacos, promover una producción más verde, reducir el despilfarro y mejorar la gestión de los residuos, y reducir el impacto ambiental garantizando la disponibilidad de un amplio surtido de medicamentos a nivel local, cerca del domicilio o del lugar de trabajo del paciente.

Apoteca Natura lleva ya tiempo poniendo de su parte sobre estos temas. **Una prueba de ello es nuestro Reglamento,** puesto a disposición de toda la red y recién renovado. Se trata de una herramienta operativa y punto de referencia para la elaboración de los productos de la marca, así como un criterio en el que se basa la elección del surtido por lo que concierne la naturalidad, la seguridad y la eficacia de los productos.

Siguiendo estas directrices, en 2022 trabajaremos para seguir reforzando la identidad de Apoteca Natura. Afrontamos el nuevo año con mucho entusiasmo, convencidos de que estamos en el camino correcto con respecto a lo que realmente buscan las personas: **lo natural y la sostenibilidad, por una salud consciente.**

Massimo Mercati
CEO
Apoteca Natura S.p.A.

Un nuevo modo de hacer Farmacia

FARMACIAS APOTECA NATURA
Por una salud consciente

Para tener un impacto significativo en la vida de las personas, es necesario marcar la diferencia, crear valor. Este es el sentido profundo del trabajo diario de la red Apoteca Natura.
Un nuevo modo de hacer Farmacia: de los productos a las personas.

La historia de la Red

Apoteca Natura nace en el año 2000, no como una cadena de farmacias, sino como una red internacional de más de **1.100 Farmacias independientes que preserva las peculiaridades de cada realidad empresarial en cada territorio**. La red de farmacias se caracteriza por un modelo "Glocal":

- **"Global"** porque la farmacia entra en la red gracias a un contrato de afiliación que le da derecho a utilizar una marca comercial en exclusiva, además de permitirle acceder a un sistema internacional que integra formación, servicios de asistencia y marketing;
- **"Local"** porque, al mismo tiempo, el modelo crea sinergias que le permiten conservar su propia identidad y autonomía como punto de referencia del territorio.

Se trata de un sistema innovador en la distribución minorista del sector sanitario, promovido por el Grupo Aboca. En 2013, se convirtió en Apoteca Natura S.p.A., una empresa dedicada en exclusiva a la gestión de la red. Con espíritu de innovación, Apoteca Natura S.p.A. adquirió en 2016 el 80% de **Farmacie Fiorentine A.Fa.M. S.p.A., que constituye un laboratorio de investigación y desarrollo al servicio de la red.**

Somos una red de farmacias independientes

1.100+
Farmacias

22[1]
Farmacias Municipales de Florencia

Farmacie Comunali Firenze

[1] En enero de 2022 nace la Farmacia Municipal Santa Maria Nuova alla Scala, que se convierte en la vigésimo segunda Farmacia Municipal de Florencia.

Apoteca Natura cree firmemente en el papel social y cívico desarrollado por las farmacias que, cada vez más, están llamadas a prestar un servicio indispensable de protección territorial y defensa de la salud colectiva.

Nuestro modelo de farmacia se basa en la especialización en la salud

capaz de valorizar la profesionalidad del farmacéutico dentro del sector sanitario, con una orientación al Bien Común en el territorio donde opera. La gama de productos está cuidadosamente seleccionada y respaldada por una estrategia de comunicación y marketing. A ello se suman los servicios sociosanitarios ofrecidos dentro de la farmacia.

La profesionalidad del farmacéutico se sitúa en el centro

Los profesionales que trabajan dentro de la Farmacia desempeñan un papel central. Por este motivo, Apoteca Natura se esfuerza siempre por poner a disposición del farmacéutico y sus colaboradores **nuevas modalidades de formación a través de una combinación de encuentros presenciales y formación virtual**, en un proceso de aprendizaje constante, ya sea administrativo o profesional.

Un ejemplo de ello es el curso "La correcta gestión del autoanálisis en la Farmacia: el control de calidad analítico y **la Verificación Externa de la Calidad"**, destinado a garantizar la máxima calidad de los servicios de autodiagnóstico en la farmacia. El departamento de "Seguridad y Calidad en el Laboratorio" del Hospital Universitario de Careggi ha establecido indicadores estadísticos para la comparación de los principales parámetros de los tests de autodiagnóstico.

La formación: un criterio fundamental para la pertenencia a la red

Estas actividades de supervisión son esenciales para la gestión del Riesgo Clínico y permiten reducir al mínimo las posibilidades de error del paciente en la realización de un test de autodiagnóstico.

La **formación constituye un requisito indispensable** para la pertenencia de las farmacias a la red. Apoteca Natura solicita, de hecho, un número mínimo de 15 créditos de formación por cada farmacéutico de la farmacia.

Verifica esterna di qualità

La Verificación Externa de la Calidad es un programa de evaluación objetiva de la calidad de los análisis efectuados en la Farmacia para uniformar y convalidar los procedimientos diagnósticos con un laboratorio reconocido por el Sistema Nacional de Salud.

Esta verificación es realizada por el Hospital Universitario de Careggi de Florencia, uno de los centros más cualificados de Italia para la gestión de los programas de VEC para laboratorios hospitalarios, autoridades sanitarias locales y laboratorios privados.

La participación activa de la persona:

El primer Audit Civico de las Farmacias

El proyecto "Audit Civico de las Farmacias", realizado en colaboración con **Cittadinanzattiva**[2], tiene el **objetivo** de implicar a las farmacias de la Red en un proceso de **valoración ciudadana** que permita comprobar, desde el punto de vista de los ciudadanos, **la calidad de los servicios ofrecidos.**

Este enfoque se ha desarrollado en el marco del proceso de crecimiento cualitativo iniciado por la Red, en el cual la **participación activa de todos los stakeholders constituye un componente fundamental.**

La iniciativa representa la **primera aplicación del Audit Civico a las Farmacias** y uno de sus objetivos es crear y probar un modelo compartido de valoración de las Farmacias, apto para su reproducción a escala nacional, con el fin de poner en evidencia el punto de vista ciudadano también en la definición de los criterios de calidad.

[2]Cittadinanzattiva es una organización fundada en 1978 que promueve el activismo de los ciudadanos para la protección de los derechos, el cuidado del patrimonio común y el apoyo a las personas en situación de fragilidad. Para más información sobre este proyecto, visite la página oficial de Cittadinanzattiva https://www.cittadinanzattiva.it/progetti/11368-il-ciclo-pilota-dell-audit-civico-delle-farmacie.html?highlight=WyJhcG90ZWNhIiwibmF0dXJhll0=

La construcción del modelo de valoración se ha basado en los **Principios de la Carta de la Calidad de la Farmacia**, elaborada en colaboración con Federfarma, y la **Carta Europea de los Derechos**.

Los factores de calidad valorados son: accesibilidad y continuidad del servicio; elementos estructurales, organizativos y dotaciones; respeto de la privacidad y discreción; atención brindada, información y comunicación; servicios ofrecidos en la farmacia; educación en salud y campañas realizadas; actividades dedicadas a la seguridad y famacovigilancia; verificación de los criterios de calidad; grado de integración de la farmacia en los servicios sociosanitarios; formación; mejora del servicio y participación ciudadana. Tras la recogida de datos y la valoración se redacta el **Plan de mejora**, un documento elaborado por el equipo de Cittadinanzattiva en el que se seleccionan y clasifican los aspectos críticos en función de una serie de criterios, con el fin de planificar **acciones** de mejora **sostenibles**.

El Audit Civico® o auditoría ciudadana se ha llevado a cabo en Farmacie Fiorentine A.Fa.M., una Benefit Corporation controlada por Apoteca Natura. A partir de esa experiencia, el modelo de Audit Civico® se ha puesto a disposición de todas las farmacias afiliadas a la Red a nivel nacional.

El proyecto cuenta con el apoyo de un Comité científico institucional compuesto, junto con Apoteca Natura, por los siguientes participantes: Cittadinanzattiva, Federfarma, ISS-Instituto Superior de Sanidad, Assofarm-Asociación de Empresas y Servicios Sociofarmacéuticos, Fofi-Federación de Asociaciones de Farmacéuticos Italianos, Utifar-Unión Técnica Italiana de Farmacéuticos y Sunifar-Sindicato Unitario de Farmacéuticos Rurales.

Un nuevo formato de Farmacia para poner a la persona en el centro

Hemos ideado un nuevo formato de farmacia para poner en el centro al usuario y sus necesidades.

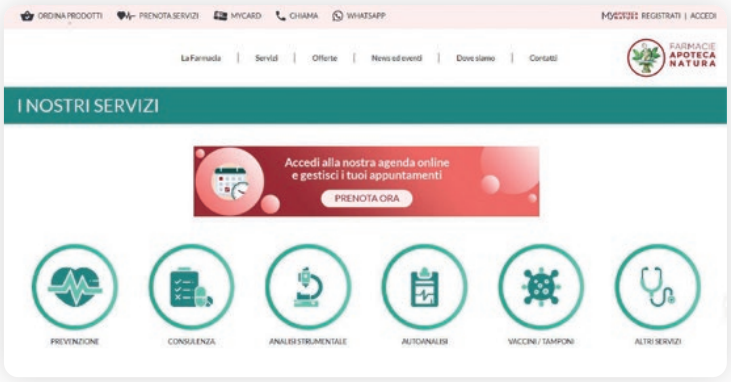
Por este motivo, se han rediseñado los espacios con el fin de implicar activamente al paciente en su propio recorrido de salud, gracias a:

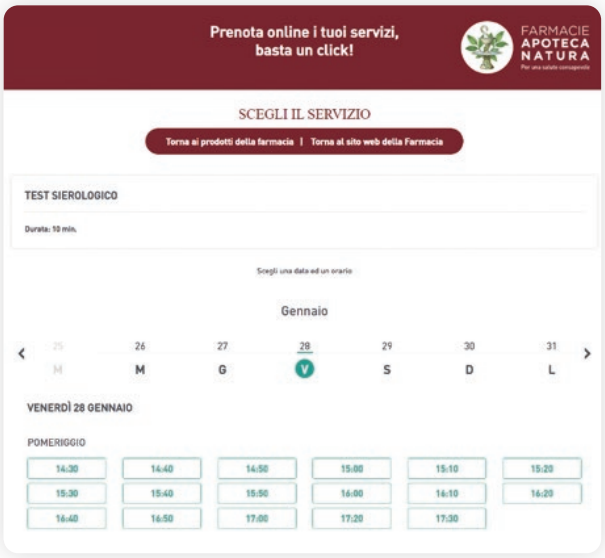
- **herramientas experienciales y tecnológicas;**
- un espacio dedicado al **aprendizaje** y a la prueba de los productos;
- una **subdivisión expositiva** no ordenada por categorías de productos, sino por **mundos de salud**, con información y sugerencias para cada uno.

Agenda de Servicios

Es una herramienta útil que **agiliza la prestación de los servicios en la Farmacia** gracias a la posibilidad de reservarlos cómodamente por Internet.

A través de ella, durante el 2021, cerca de **100.000 personas han podido reservar pruebas de Covid y serológicas** en su farmacia de confianza. Esto ha permitido agilizar tanto la reserva del Paciente como la gestión por parte del Farmacéutico.





Farmacia Gaoni,
Roma

Los Mundos de Salud

Apoteca Natura ha pensado en una organización diferente de la Farmacia, donde espacios y procesos están estructurados para responder a las diversas necesidades de la Persona y gestionarlas. Una completa transformación del paradigma en el cual el espacio está pensado no para los artículos o los productos, sino para el asesoramiento y la relación.

Esto significa empezar por los requisitos de salud de la persona, sus necesidades, y replantearse, en función de esas necesidades, toda la organización de la Farmacia: desde el papel del Farmacéutico hasta la propia organización del espacio, con el objetivo final del "cuidado de la persona para una salud consciente".

Los distintos mundos identifican las necesidades de salud del paciente sobre la base de una visión sistémica y consciente que sitúa a la persona en relación con su contexto.

El lenguaje visual es el de los Mundos de Salud, fácilmente reconocibles a través de las esferas, acompañados de una descripción de la necesidad de salud. Un lenguaje gráfico innovador, creativo y atractivo para el consumidor/paciente. Los beneficios de cada uno de los mundos van dirigidos al consumidor/paciente, creando un contacto directo y guiándolo en el interior de la Farmacia. El recorrido dentro de la Farmacia está acompañado también de breves textos que ilustran y evocan el mundo donde se encuentra.

- **CUIDADO DE LA PIEL**
- **BIENESTAR VÍAS RESPIRATORIAS**
- **BIENESTAR GASTROINTESTINAL**
- **ODOTIPO**
- **SALES MINERALES**
- **SALUD ÍNTIMA**
- **BIENESTAR CARDIOVASCULAR**
- **SUEÑO Y SERENIDAD**

La historia de Apoteca Natura

2000

NACIMIENTO DE LA RED ITALIANA

2004

PRIMERAS 100 FARMACIAS

2010

PRIMERAS 500 FARMACIAS

PRIMERA CAMPAÑA DE PREVENCIÓN CARDIOVASCULAR

LANZAMIENTO DEL PORTAL APOTECA NATURA

2011

INICIO DE LA COLABORACIÓN CON LA SIMG

SIMG
SOCIETÀ ITALIANA DI MEDICINA GENERALE E DELLE CURE PRIMARIE

NACIMIENTO DE LOS PROTOCOLOS DE CONSEJO POR NECESIDADES DE SALUD

2012

LANZAMIENTO DE LOS PRODUCTOS DE LA MARCA

NACIMIENTO DEL REGLAMENTO para la selección de los productos destinados al surtido de las farmacias

LANZAMIENTO DEL PROYECTO DE FORMACIÓN TÉCNICA en la farmacia

NACIMIENTO DE LA RED EN ESPAÑA

2013

ACUERDO SOBRE PROGRAMAS DE PREVENCIÓN CON EL INSTITUTO SUPERIOR DE SANIDAD

FARMACIAS APOTECA NATURA
Por una salud consciente

2016

ADQUISICIÓN DEL 80% DE FARMACIAS MUNICIPALES DE FLORENCIA

2017

LANZAMIENTO DE LA PLATAFORMA HEALTH & LOYALTY SYSTEM con la aplicación MyApotecaNatura

LANZAMIENTO DE LA TARJETA DE FIDELIZACIÓN MyCard

FARMACIAS APOTECA NATURA
Por una salud consciente

2019

Certified B Corporation

APOTECA NATURA SE CONVIERTE EN BENEFIT CORPORATION Y **SE CERTIFICA COMO B-CORP**

NACIMIENTO DE LA RED EN PORTUGAL

2020

APOYO A LAS FARMACIAS PARA LA GESTIÓN DE LA EMERGENCIA SANITARIA COVID-19

DONACIÓN A CARITAS POR PARTE DE TODA LA RED

2021

1.100+ FARMACIAS A NIVEL INTERNACIONAL

CREACIÓN DE APOTECA NATURA HOLDING ITALIA S.P.A.BENEFIT CORPORATION

CREACIÓN DE *CLUSTERS* EN TRES FORMATOS:
"CORNER"
"PERSONA"
"CENTRO SALUD"

FARMACIE APOTECA NATURA
CORNER

FARMACIAS APOTECA NATURA
Por una salud consciente

CENTRO SALUTE

FARMACIE APOTECA NATURA
Per una salute consapevole

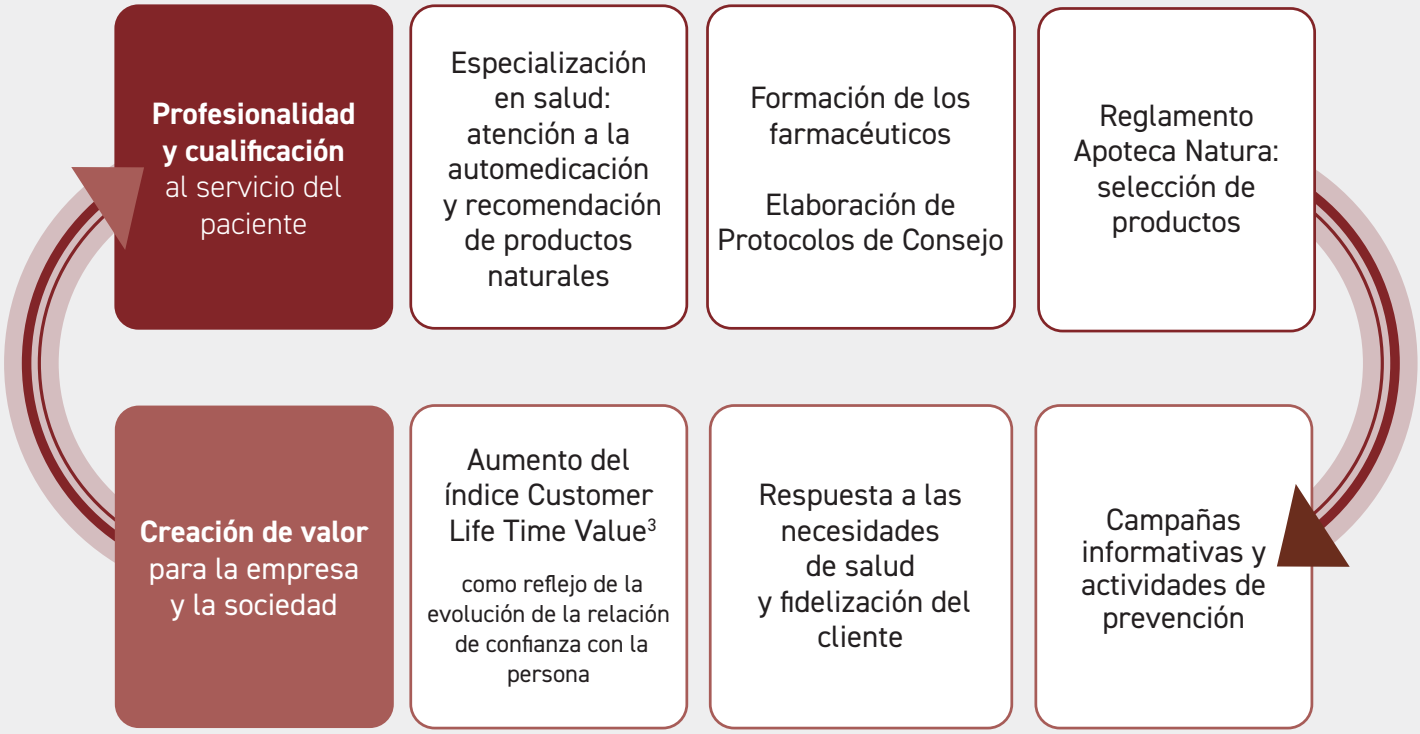
Somos la primera Red de Farmacias Benefit® del mundo

En 2019 Apoteca Natura se convierte en Benefit Corporation y obtiene la certificación B Corp®, promoviendo el **modelo Benefit** entre las farmacias de la Red.

Business model

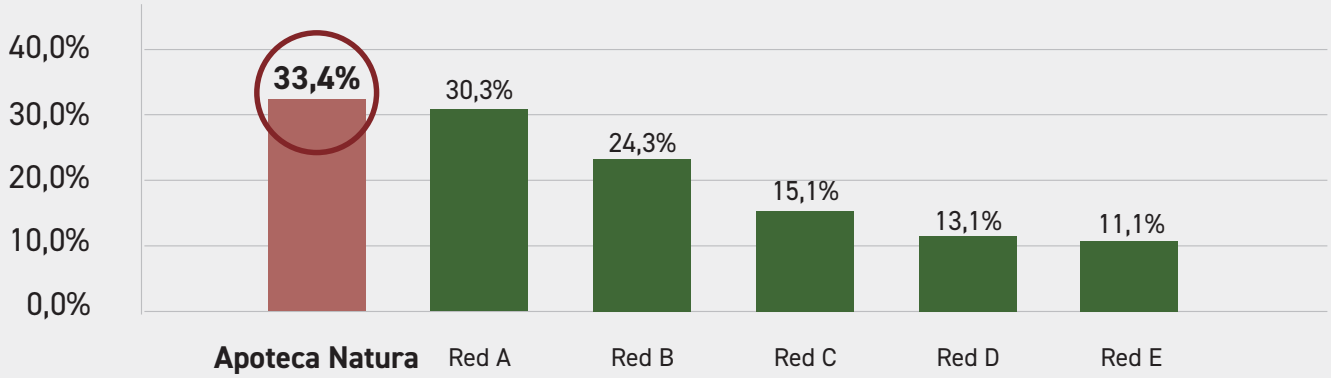
El modelo de negocio de Apoteca Natura se basa en la creación de valor compartido:

- poner al farmacéutico en las mejores condiciones para atender a los pacientes, garantizando un servicio a la sociedad y la sostenibilidad económica de la empresa;
- la farmacia como empresa sociosanitaria que persigue, más allá del ánimo de lucro, una finalidad también de beneficio común y hace de ello una razón constitutiva de su ser empresa y red de empresas.



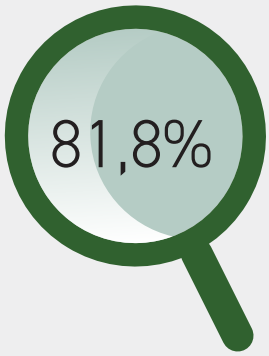
[3]Customer Life Time Value: conjunto de factores empleados para medir la atracción, la fidelización y el valor generado por la interacción entre el farmacéutico y el cliente final.

Notoriedad



Fuente: Interactive Market Research, diciembre 2021.

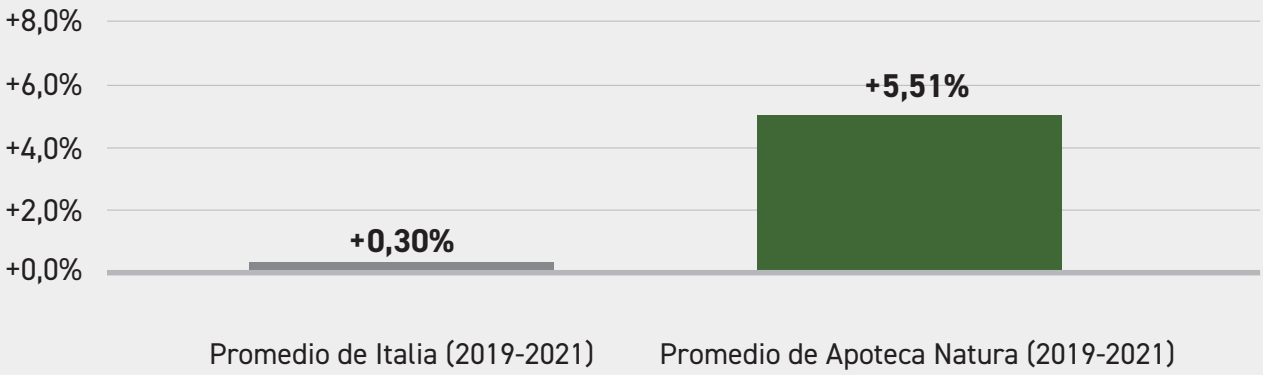
Confianza



Una relación basada en la confianza es mucho más sólida y estable en el tiempo, difícil de replicar e intangible.

Fuente: Interactive Market Research, diciembre 2021.

Tendencia de la facturación global de las farmacias Apoteca Natura y promedio de las farmacias en Italia



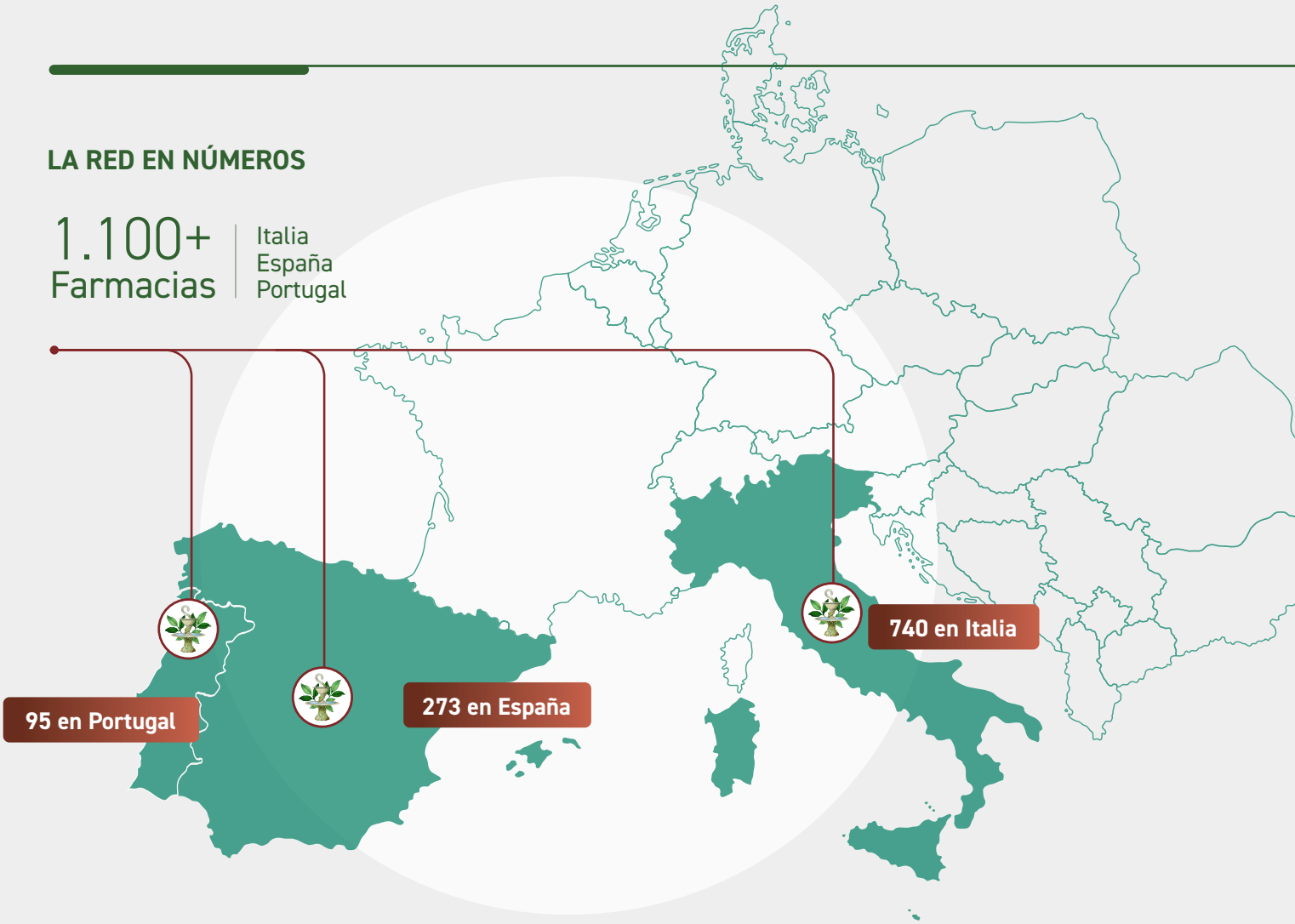
DATO DE ITALIA: Fuente de datos Pharmatrend IQVIA - Panel total de farmacias de Italia - tendencia global de 2019-2021.
DATO DE APOTECA NATURA: Panel de 50 Farmacias afiliadas a Apoteca Natura en 2018 – tendencia global de 2019-2021.

Apoteca Natura en números

LA RED EN NÚMEROS

1.100+ Farmacias

Italia
España
Portugal



LAS ACTIVIDADES DE APOTECA NATURA

250.000
Personas atendidas cada día

40.000
Servicios de prevención ofrecidos al año

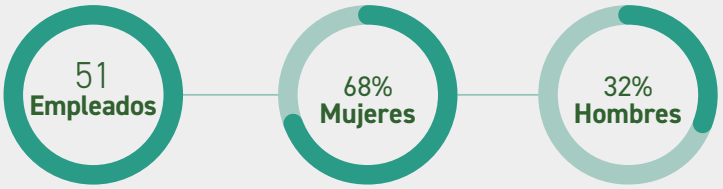
300+
Productos naturales elegidos a través del Reglamento Apoteca Natura

FACTURACIÓN DE APOTECA NATURA

en total 7,7 millones de euros[4]

EMPLEADOS

51 Empleados



FARMACÉUTICOS

6.100+ Farmacéuticos afiliados a la Red

Más de 1.600 millones € de facturación global de las farmacias pertenecientes a la Red

Más de 35 millones € de facturación de **A.Fa.M.**

170.000

Horas de formación al año impartidas a los farmacéuticos de la Red

322.000

Descargas de la aplicación MyApotecaNatura

20+

Colaboraciones entre entidades, Sociedades científicas y Universidades

[4]Contribuye también al resultado económico global de Apoteca Natura una cuota de participación al 30% en Aponatura Portugal, entidad creada en 2019 y con una facturación global de más de 219.000 € en 2021, no incluida en el alcance de este informe. Se incluye también en la facturación consolidada de Apoteca Natura el 80% de la facturación de A.Fa.M.

Notificación del impacto

Para cumplir con las obligaciones establecidas por la Ley 28-12-2015 n.º 208 (apartados 376-384) en materia de Benefit Corporations, Apoteca Natura mide y notifica su impacto a través del Informe de Impacto anual, que consta de dos partes:

PARTE 1

La **"Parte 1"** presenta **una valoración del impacto global de Apoteca Natura**[5] aplicando un criterio externo: el BIA (Benefit Impact Assessment).

PARTE 2

La **"Parte 2"** presenta los **resultados conseguidos por Apoteca Natura** en 2021 en relación con las finalidades específicas de beneficio común recogidas en los estatutos de la empresa, junto con los objetivos para 2022.

[5] En lo referente a Apoteca Natura S.p.A., al tratarse de una valoración global del impacto de la empresa, debemos considerar de manera conjunta la compañía italiana y sus filiales extranjeras. Quedan excluidas de la valoración Aponatura Portugal y Farmacie Fiorentine A.Fa.M. S.p.A., esta última evaluada de manera autónoma y certificada como B Corp.

Qué es una Benefit Corporation

Las empresas tradicionales existen con el único objetivo de distribuir dividendos entre sus accionistas. **Las Benefit Corporations son la expresión de un paradigma más evolucionado: integran en su objeto social, más allá de los objetivos económicos, la finalidad de un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente**.
Las Benefit Corporations representan, desde este punto de vista, una evolución del propio concepto de empresa, ya que están orientadas a conseguir una verdadera sostenibilidad económica, medioambiental y social.
Las Benefit Corporations tienen dos características fundamentales:

- **Incluyen explícitamente la atención a todos los interesados, ya sean accionistas u otros beneficiarios, en su objeto social.**

Las Benefit Corporations, tanto en Italia como en los EE. UU., **persiguen voluntariamente,** más allá del ánimo de lucro, una o varias finalidades de beneficio común en el ejercicio de la actividad empresarial.
Se entiende por beneficio común lograr **uno o varios efectos positivos (logros que se pueden alcanzar incluso reduciendo los efectos negativos) en las personas, sociedades, territorios y medio ambiente, bienes y actividades culturales y sociales, entidades y asociaciones, y otros interesados**. Las Benefit Corporations se comprometen a hacer realidad esas finalidades de beneficio común de un modo **responsable, sostenible y transparente**. Este enfoque exige a los directivos un equilibrio entre el interés de los socios y el interés de la colectividad.

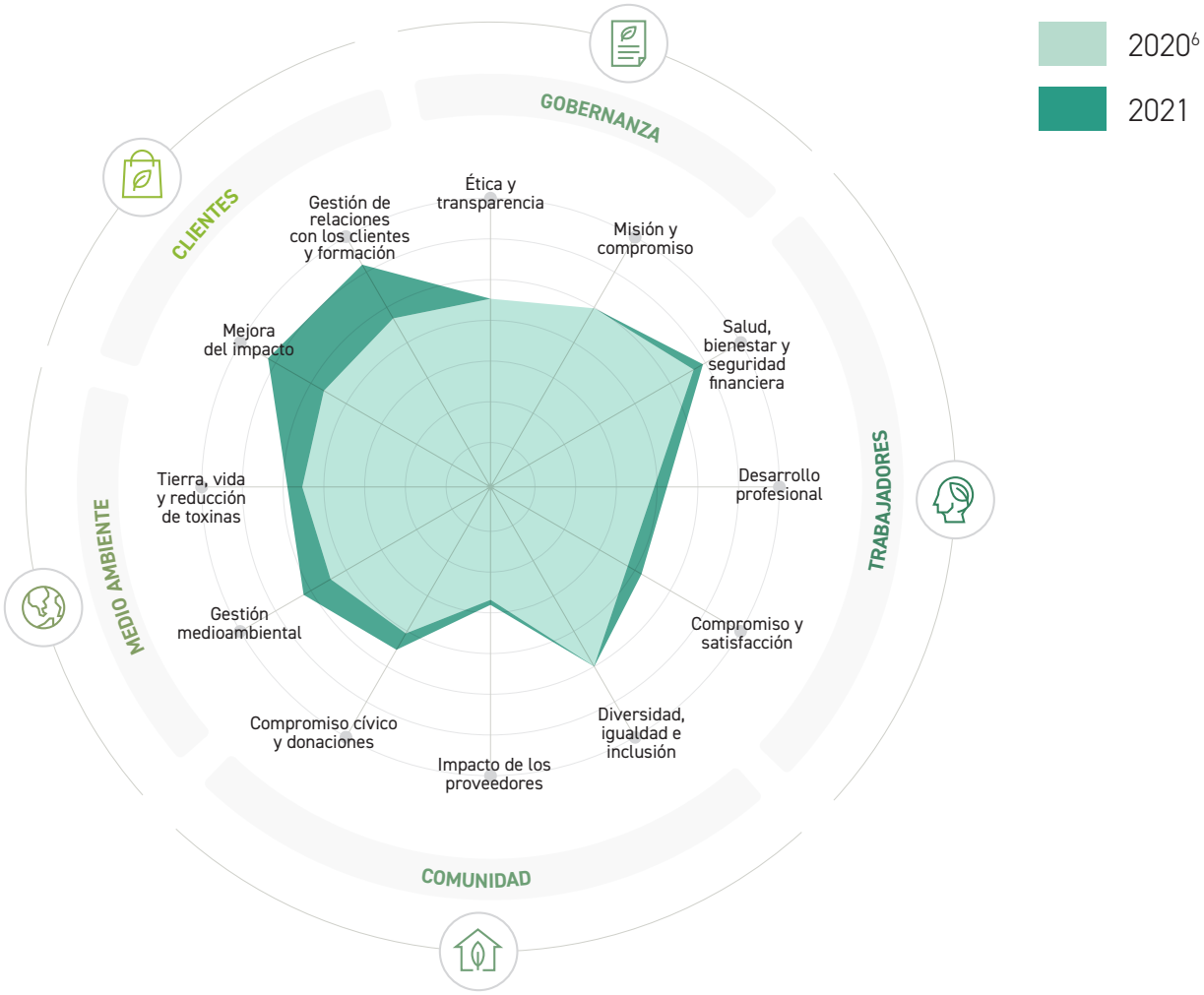
- **Miden sus resultados en términos de impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente con la misma exhaustividad y rigor adoptados para los resultados de tipo económico y financiero.**

Las Benefit Corporations deben designar a un miembro de la dirección como responsable del impacto de la empresa y se comprometen a comunicar de manera transparente y completa sus actividades a través de un **informe anual de impacto** que describa tanto las acciones desarrolladas como los planes y compromisos para el futuro.
En el momento de redactar este documento, las Benefit Corporations no gozan de incentivos de tipo económico o fiscal relativos a la actividad empresarial. Por lo tanto, además de representar un valor para la sociedad, no suponen cargas para los contribuyentes.

PARTE 1 - Resultados del impacto global

Para informar sobre el impacto se ha elegido el estándar internacional **Benefit Impact Assessment (BIA)**, herramienta que ha permitido a Apoteca Natura obtener, sobre base voluntaria, la certificación B Corp. Esta certificación tiene una validez de tres años. Sin embargo, Apoteca Natura informa anualmente sobre el impacto global con el fin de determinar la evolución de su perfil de impacto y proporcionar datos actualizados en su informe de impacto anual.

Tal como indica el gráfico, el resultado del análisis de 2021 ha puesto en evidencia una mejora respecto a 2020. El BIA muestra la huella trazada en relación a los siguientes ámbitos: Gobernanza, Trabajadores, Comunidad, Medio ambiente y Clientes.



En el gráfico los cinco ámbitos están subdivididos en doce secciones temáticas. La puntuación máxima que se puede alcanzar en cada una de las secciones del BIA varía mucho según la tipología de empresa; de hecho, el instrumento ha sido creado para destacar la vocación principal de la empresa objeto del análisis: en el caso concreto de Apoteca Natura, constituyen elementos de excelencia la orientación a la formación de los clientes (los farmacéuticos) y los recursos que ponemos a su disposición para multiplicar el impacto positivo que estos tienen en la sociedad. Del mismo modo, se pone de relieve el compromiso por garantizar la salud y el bienestar de los trabajadores, junto con una destacada sensibilidad por los temas medioambientales.

[6]La huella del impacto de 2020 es diferente a la presentada en el Informe del año pasado, al haberse utilizado un método diferente de agregación de los ámbitos del BIA, más representativo del modelo de negocio de Apoteca Natura.

Qué es el BIA

El Benefit Impact Assessment es un criterio de referencia (benchmark) desarrollado por la organización sin ánimo de lucro B Lab. Esta herramienta permite **evaluar, de forma cuantitativa y rigurosa, el impacto social y medioambiental que genera una empresa.**
El BIA se ejecuta a través de una plataforma en Internet, dentro de la cual se pide a la empresa que facilite información de tipo cualitativo y cuantitativo a través de un cuestionario específico. Esta herramienta se adapta a la empresa a lo largo del análisis, ya que utiliza un cuestionario compuesto por cientos de preguntas a las que se accede en función de las respuestas dadas en las anteriores. Precisamente por esa adaptabilidad, cada uno de los **cinco ámbitos de los que se compone el BIA (Gobernanza, Medio ambiente, Comunidad, Trabajadores y Clientes)** presenta una puntuación máxima distinta a los demás y que varía en función del sector al que pertenece la empresa.
Las preguntas otorgan una puntuación global en una **escala de 0 a 200**. Una vez concluido el análisis, las empresas que han superado los **80 puntos** pueden optar por obtener la certificación B Corp. Este umbral constituye **el punto de equilibrio entre lo que la empresa obtiene de la sociedad y el medio ambiente y lo que les restituye, pasando de un modelo puramente extractivo a otro regenerativo.** En la actualidad **se cuentan en Italia cerca de 100 B Corp certificadas, mientras que en todo el mundo son más de 4.470.**

FARMACIAS APOTECA NATURA
Por una salud consciente

Apoteca Natura completó el proceso de verificación de su BIA por parte de B Lab y obtuvo el reconocimiento de la certificación B Corp en 2019 **con una puntuación de 89,4 puntos**, un resultado extraordinario teniendo en cuenta que el B Impact Assessment ha sido utilizado por más de 140.000 empresas en todo el mundo, **pero solo algo más del 3% de ellas ha superado el umbral de los 80 puntos.**

El resultado es aún más significativo dado que Apoteca Natura ha sido objeto por primera vez de este procedimiento de certificación, que reconoció su compromiso constante con un modelo de desarrollo sostenible destinado a multiplicar su impacto positivo **a través de toda la red de más de 1.100 farmacias.**

Certified
Corporation
89,4 puntos

Apoteca Natura y los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas

Los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible, establecidos por el **Pacto Mundial de las Naciones Unidas** en colaboración con diversos grupos de interés a nivel mundial, constituyen un gran desafío para todos los países y organizaciones del mundo. Por ello, hemos considerado importante evaluar de qué modo podemos contribuir a los ODS de manera más directa gracias a nuestra actividad.

El SDG Action Manager

Para evaluar la contribución de la empresa, Apoteca Natura ha utilizado el SDG Action Manager, una plataforma online nacida de la integración del B Impact Assessment de la organización sin ánimo de lucro estadounidense B Lab y los Principios de la Red del Pacto Mundial de las Naciones Unidas[7].

De la estrecha colaboración entre las dos entidades internacionales, ha nacido **una herramienta que puede indicar cuánto está contribuyendo una empresa a la persecución del objetivo con respecto a su potencial.**

Los ODS evaluados por la plataforma son 16, dado que el decimoséptimo es el resultado de la interacción entre todos los demás y el SDG Action Manager todavía no puede ofrecer una indicación de la contribución precisa.

La herramienta permite obtener una autoevaluación de cuánto está contribuyendo la empresa a cada uno de los objetivos de desarrollo sostenible.

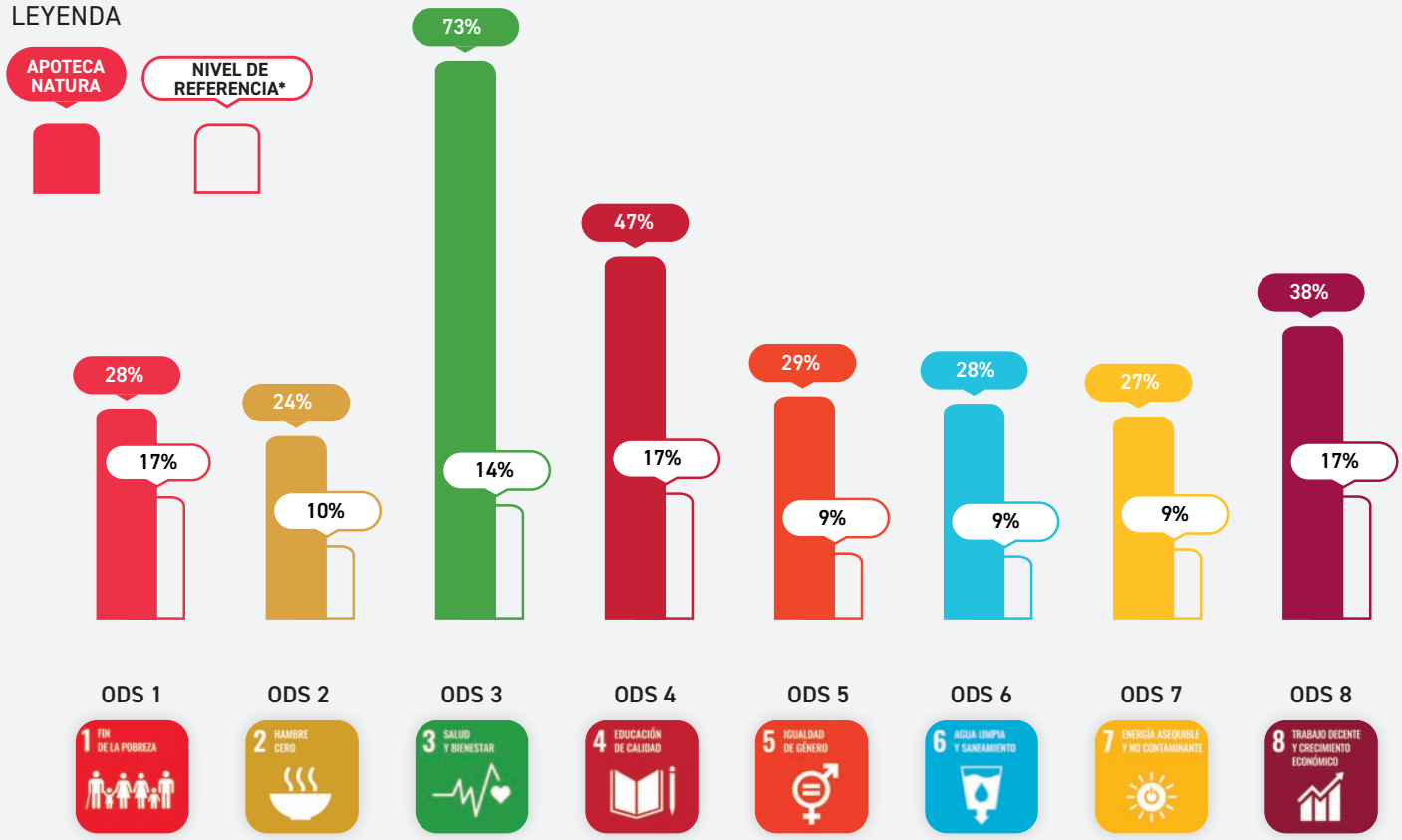
El gráfico presentado en la página siguiente representa la contribución a cada uno de los ODS expresada en términos porcentuales.

Para cada objetivo se indica también, en la columna de la derecha, el valor en porcentaje relativo al nivel de referencia de las empresas de dimensiones similares que se han analizado en el mundo con esta herramienta de autoevaluación. Medirnos con esta herramienta nos ha permitido tener más información sobre nuestros principales ámbitos de impacto con relación a los ODS: Apoteca Natura **sobresale en particular por contribuir a los objetivos 3, 4 y 12.**

En la página siguiente se presentan gráficamente los resultados del análisis realizado sobre Apoteca Natura.

[7]La cuantificación de la contribución a los ODS se ha llevado a cabo a través de una autoevaluación mediante la plataforma disponible de forma gratuita en el sitio web https://www.unglobalcompact.org/take-action/sdg-action-manager.

La contribución de Apoteca Natura a los ODS



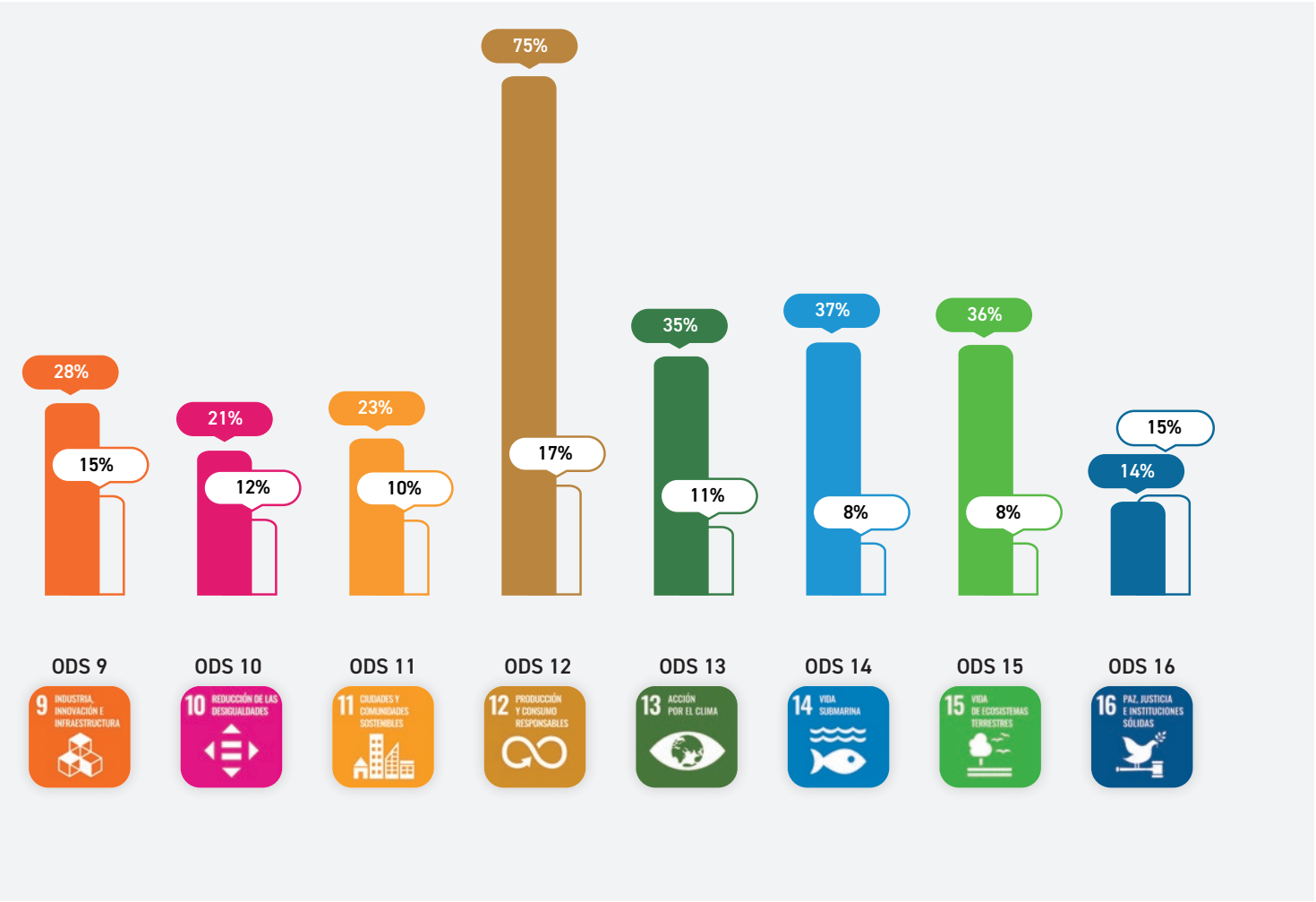
*El uso de los logotipos ha sido autorizado por las Naciones Unidas. Para más información sobre los ODS y la Red del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, se invita a visitar el siguiente sitio web: https://www.un.org/sustainabledevelopment.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible que caracterizan Apoteca Natura

La herramienta nos ha permitido disponer de una prueba adicional de nuestros principales ámbitos de impacto con relación a los ODS:
Apoteca Natura **sobresale especialmente por contribuir a los objetivos 3, 4 y 12**[8]**.**
A continuación se describen los tres objetivos y presentamos de forma detallada las iniciativas favorecidas[9].

Apoteca Natura contribuye, por su propia naturaleza, a través de **actividades de prevención** para los clientes de las farmacias, que sirven para identificar los riesgos de aparición de patologías.
La prevención, junto con la **formación** destinada al farmacéutico a través de los Protocolos de Consejo por Necesidad (PCN), permite dirigir al paciente hacia el itinerario de cuidados más adecuado. Es también significativa la **divulgación constante de información a través del Blog Stai Benefit** y los numerosos **servicios de orientación hacia estilos de vida más sanos** (artículos de profundización, Protocolo Farmacia Protegida para la prevención del contagio de la COVID, Guía Alimentaria, etc.).

[8]Teniendo en cuenta las indicaciones facilitadas por la plataforma SDG Action Manager, en función de los resultados de las más de 1.000 empresas italianas que se han medido con el instrumento a 31/12/2021.



Apoteca Natura contribuye al cumplimiento de este objetivo gracias al **sistema de Desarrollo del Personal** implantado durante 2021 para analizar las habilidades comportamentales y técnico-profesionales de los empleados, ofreciendo a todos la posibilidad de mejorar. Contribuyen al ODS 4 los **programas de formación a disposición de nuestros clientes** para favorecer el conocimiento sobre el uso de fitocomplejos naturales en el cuidado de la salud y la gestión de la farmacia y los colaboradores.

Apoteca Natura contribuye al cumplimiento del ODS 12 ofreciendo **productos de contenido biodegradable**, creados valorizando una **cadena de producción rigurosamente conforme con el método de agricultura biológica** que caracteriza las materias primas empleadas, y utilizando **papel certificado FSC[10] y PEFC[11]**, ya sea para los materiales de envasado o para los de oficina. Otra contribución es la creación y **promoción en todas las farmacias afiliadas de iniciativas de sensibilización** para mejorar el conocimiento del consumidor sobre los hábitos de consumo de menor impacto a nivel ambiental y social.

[9]Para la descripción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y su aplicación al mundo de las empresas, nos hemos basado en las indicaciones recogidas en el sitio web del Global Compact Network (Red del Pacto Mundial) de 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 relacionados con las finalidades específicas de beneficio común

Con la transformación en Benefit Corporation de 2019, los estatutos de Apoteca Natura se concibieron para formalizar también a nivel jurídico su compromiso con el Bien Común.
Por este motivo, Apoteca Natura ha incluido en el objeto social cuatro finalidades específicas de beneficio común. La empresa pretende alcanzar estos objetivos en el ejercicio de su actividad empresarial, a través de acciones cuyo objetivo es generar un impacto positivo cuantificable en la sociedad y el medio ambiente, así como crear las condiciones necesarias para mantener resultados económicos satisfactorios.

En 2021 hemos decidido actualizar los estatutos con **tres importantes variaciones introducidas mediante el acta notarial de febrero de 2022**, para armonizar aún más las actividades de la empresa con su misión:

- **la primera finalidad es el resultado de la unión entre las que antes eran la primera "Promoción del modelo Benefit" y la cuarta "Multiplicación del impacto positivo" para crear una finalidad más homogénea y clara;**
- **se ha expresado de manera aún más destacada la orientación de Apoteca Natura hacia la formación e información del farmacéutico;**
- **la nueva cuarta finalidad, "Valor a las Personas", refleja la atención que Apoteca Natura siempre ha dedicado a las personas que trabajan en la empresa: crear un ambiente de trabajo positivo para los empleados debería ser una prioridad para cualquier empresa.**

Los estatutos de Apoteca Natura establecen en su artículo 3:

"En calidad de Benefit Corporation, la empresa tiene la intención de perseguir una o varias finalidades de beneficio común y trabajar de modo responsable, sostenible y transparente para con las personas, el territorio, el medio ambiente y otros interesados".

PRIMERA FINALIDAD DE BENEFICIO COMÚN

Multiplicación del impacto positivo y promoción del Modelo Benefit

La promoción de la evolución del sistema farmacia dentro de una óptica centrada en la persona y en el papel de la empresa para producir un impacto social y ambiental positivo, garantizando la multiplicación del impacto positivo a través de la participación activa de los clientes y la sociedad donde trabajan. Como primera red mundial de Farmacias acogidas al Modelo Benefit, este incluirá también la difusión y facilitación de la adopción del paradigma Benefit con una doble finalidad: lucrativa y de beneficio común por parte de los afiliados a la red.

SEGUNDA FINALIDAD DE BENEFICIO COMÚN

Prevención y educación para una salud consciente

La promoción de itinerarios de salud consciente para las personas a través de actividades de educación y prevención. Esto podrá incluir servicios de autodiagnóstico y actividades de mejora del estilo de vida, teniendo en cuenta los factores ambientales y sociales, gracias también a una formación adecuada del personal de las farmacias afiliadas a la red.

TERCERA FINALIDAD DE BENEFICIO COMÚN

Valorización de los Productos Naturales

La difusión, valorización y promoción del uso de productos naturales científicamente avanzados, eficaces y seguros para el organismo y el medio ambiente. Esto podrá incluir actividades de formación destinadas al personal de las farmacias de la red y la selección prioritaria de productos que respeten criterios autoimpuestos recogidos en el Reglamento de Apoteca Natura o procedentes de empresas que hayan adoptado criterios y prácticas evolucionadas como el modelo Benefit.

CUARTA FINALIDAD DE BENEFICIO COMÚN

Valor a las personas

La creación de un ambiente de trabajo positivo, orientado a la valoración y el bienestar de las personas, para desarrollar el potencial de cada persona y aumentar constantemente el orgullo y la satisfacción de trabajar en la empresa.

Presentación de los resultados

En esta sección del Informe de impacto presentamos los resultados obtenidos en el último año por Apoteca Natura en relación a las cuatro finalidades específicas de beneficio común recogidas en los estatutos, junto con los objetivos que nos fijamos para 2022.

Cada finalidad se presenta reproduciendo el texto original de nuestros estatutos. Una breve explicación ilustra los aspectos más significativos de cada una de las finalidades.

Las distintas actividades, datos, indicadores y resultados se presentan de forma esquemática.

Para facilitar la lectura de los datos y la comprensión de la relación entre las actividades promovidas y el impacto generado, hemos optado por presentar los resultados en tres niveles, fácilmente identificables desplazando la página de arriba hacia abajo.

Creemos que el modo de presentación descrito de forma ilustrativa a continuación puede aportar mayor claridad a nuestro Informe, requisito fundamental para una empresa que desea ofrecer a sus interesados (stakeholders) una medición real de los resultados conseguidos.

GUÍA PARA LA LECTURA:

1.ER NIVEL:

ACTIVIDAD

"Actividad": descripción de la acción promovida por Apoteca Natura.

2.º NIVEL:

DATOS/KPI

"Datos/KPI": principales datos cualitativos y cuantitativos que caracterizan la iniciativa.

3.ER NIVEL:

RESULTADOS ALCANZADOS

"Resultados alcanzados": efecto producido en relación con la finalidad de beneficio común, representado, cuando sea posible, por indicadores.
Todos los resultados notificados contribuyen a lograr el impacto generado por las actividades de Apoteca Natura.

Primera finalidad de Beneficio Común:

Multiplicación del impacto positivo y promoción del Modelo Benefit

Una red, ya sea biológica o social, es por definición capaz de **autogenerarse**.

En los sistemas sociales en particular, una acción que genera valor positivo puede activar a su vez otras acciones que generan más valor positivo. Un efecto dominó en sentido virtuoso que permite **"multiplicar" el impacto positivo producido.**

De conformidad con su compromiso como multiplicador del impacto, Apoteca Natura **colabora activamente con socios estratégicos** tales como entidades y asociaciones del sector.

> Cada comunicación genera pensamientos y significados que, a su vez, dan origen a otras comunicaciones y pensamientos y así sucesivamente...
>
> (Massimo Mercati, La empresa como sistema viviente, 2020).

ACTIVIDAD

Stai Benefit!

El Blog "Stai Benefit!" es un espacio de profundización y reflexión dedicado a la Salud Consciente y el Bien Común. El Blog se actualiza periódicamente con nuevos artículos, entrevistas, vídeos y secciones. Una ocasión más para la red Apoteca Natura de materializar su compromiso de Farmacias Benefit®.

Proporcionar información correcta es fundamental, sobre todo hoy en día ante la enorme facilidad con que las personas se ven condicionadas por noticias y consejos falsos difundidos en la red.

DATOS/KPI

16 nuevos artículos
48.000+ usuarios en total han leído los artículos

RESULTADOS ALCANZADOS

Hemos contribuido a concienciar a las personas sobre temas de salud, prevención asociada a estilos de vida correctos, medio ambiente y sostenibilidad social, a través de una única plataforma de contenidos para multiplicar los valores promovidos por Apoteca Natura.

ACTIVIDAD

Health&Loyalty System

Un único sistema que incluye todos los aspectos relativos a la salud: informes diagnósticos, terapias, prevención y estilos de vida para hacer realidad la promesa de Salud Consciente.

DATOS/KPI

394.000+
clientes de las farmacias registrados

5.970
farmacéuticos utilizan el sistema en Italia

3.530
farmacéuticos utilizan el sistema en España

RESULTADOS ALCANZADOS

Esta plataforma multiplica las posibilidades del farmacéutico de ofrecer apoyo a sus clientes y, al mismo tiempo, sirve como un importante instrumento para rastrear y prevenir la aparición de potenciales patologías, apoyando el impacto de las campañas de prevención, con pleno respeto de la privacidad de los usuarios registrados.

Primera finalidad de Beneficio Común:

Multiplicación del impacto positivo y promoción del Modelo Benefit

La promoción de la evolución del sistema de la farmacia dentro de una óptica centrada en la persona y en el papel de la empresa para producir un impacto social y ambiental positivo, garantizando la multiplicación del impacto positivo a través de la participación activa de los clientes y la sociedad donde trabajan. Como primera red mundial de Farmacias afiliadas al Modelo Benefit, este incluirá también la difusión y facilitación de la adopción del paradigma Benefit con una doble finalidad: lucrativa y de beneficio común por parte de los afiliados a la red.

ACTIVIDAD

Curso Evolución internacional con tema Benefit: Hacia la ecología de la salud

2021 Verso l'ecologia della salute

Un acontecimiento científico internacional de la red con ponentes de alto perfil y expertos en sostenibilidad en el ámbito de la salud, porque no puede existir salud sin sostenibilidad. Durante el curso se abordó el significado del concepto de biodegradabilidad para explicar cómo lo verdaderamente natural es el camino para un futuro sostenible, no solo necesario sino posible. Temas abiertos en los principales foros científicos internacionales y que confluyen con la realidad de la Farmacia en el asesoramiento diario como punto de referencia importante para el cuidado no solo del paciente, sino también del medio ambiente.

DATOS/KPI

990+participantes
farmacéuticos y otras personas que se conectaron al acto a través de Internet

Asambleas Territoriales

Participación de las farmacias pertenecientes a la red con especial atención también a temas Benefit.

DATOS/KPI

167 asambleas en Italia y 46 en España.
6.130+ farmacéuticos participantes

RESULTADOS ALCANZADOS

Más de 150 farmacias a 31 de diciembre de 2021 se han adherido al Modelo Benefit.

Apoteca Natura nace con el objetivo de crear un nuevo modo de hacer farmacia que sitúa en el centro el **papel sociosanitario del farmacéutico,** capaz de crear valor apoyando a los pacientes en su itinerario de salud consciente.

Este enfoque se basa en el conocimiento de que la **creación de valor** es el objetivo fundamental de cualquier empresa y que solo a través de esa creación de valor se puede alcanzar la **sostenibilidad económica**. En este contexto ha resultado natural adoptar el Modelo Benefit y promoverlo en todas las farmacias de la Red.

Para dar aún más fuerza a todo ello, hemos **registrado la marca "Farmacie Benefit"®** y hemos puesto en marcha una serie de actividades específicas para promover en cada farmacia el compromiso por el Bien Común y la difusión del Modelo Benefit.

Visitas del personal de Apoteca Natura

Visitas a la farmacia para promover el Modelo de Benefit Corporation.

DATOS/KPI

2.800+ visitas físicas o virtuales

Portal Apoteca Natura

Creación y puesta a disposición del usuario de herramientas de rendición de cuentas para Italia dedicados al Modelo Benefit.

DATOS/KPI

1 Sección específica en Internet

Publicación de noticias y envío de boletines informativos

Material dedicado al tema Benefit con contenidos tanto divulgativos como de profundización, dirigidos a los farmacéuticos de la Red Apoteca Natura para ampliar sus conocimientos sobre el tema.

DATOS/KPI

3 Noticias y 3 Boletines informativos

RESULTADOS ALCANZADOS

Convertirse en Farmacia Benefit significa empezar a medir el impacto generado por la propia actividad desde el punto de vista económico-ambiental y social, modificando los propios estatutos para convertirse en Benefit Corporation o certificándose como B Corp.

Primera finalidad de Beneficio Común:

Multiplicación del impacto positivo y promoción del Modelo Benefit

ACTIVIDAD

Campaña solidaria de Navidad 2021 en colaboración con la Fundación Rava

Las Farmacias Apoteca Natura, en colaboración con la Fundación Francesca Rava, promovieron una campaña de recogida de productos para el cuidado de los niños: la campaña solidaria titulada "Dona salud" del 1 de diciembre de 2021 al 7 de enero de 2022.

DATOS/KPI

190 farmacias participantes

130+ entidades beneficiarias

6.400+ productos donados

5.000 € de donación central por parte de Apoteca Natura

RESULTADOS ALCANZADOS

Los productos recogidos se donaron a entidades y casas de acogida que ayudan a los niños en condiciones de pobreza sanitaria en Italia.

Contaminación en interiores: cómo reducirla con plantas depurativas

¿Qué plantas de interior sirven para limpiar el aire de las farmacias, colegios, oficinas y casas? Hemos elaborado una "Guía de Plantas con propiedades purificadoras del aire interior", creada en colaboración con la Sociedad de Médicos por el Medio Ambiente (ISDE) y redactada por la Doctora Vitalia Murgia. Las personas pasan generalmente el 90% de su tiempo en ambientes cerrados, respirando un aire definido como "interior", con una concentración de contaminantes superior a la del aire exterior. En la Guía se presenta un catálogo de plantasde fácil disponibilidad, económicas y sencillas de cuidar (riego, etc.).

DATOS/KPI

1 Folleto de distribución gratuita en las farmacias

RESULTADOS ALCANZADOS

Difundir la importancia que tienen las plantas para mejorar la calidad del aire también en ambientes interiores.

La presencia de plantas en el interior de los edificios se considera uno de los modos más naturales de mejorar la calidad del aire.

ACTIVIDAD

Proyecto "Adopta una Planta"

La empresa ha participado en el proyecto "Adopta una Planta", promovido por la Asociación Progetto Valtiberina para contribuir a la reforestación de una zona de colinas en los alrededores de Sansepolcro (AR) gravemente afectada por episodios climáticos extremos.

La iniciativa, en la que participamos desde 2018 junto a otras empresas del territorio y a los ciudadanos, fue creada por Progetto Valtiberina con la colaboración operativa de la Unione Montana dei Comuni della Valtiberina Toscana.

DATOS/KPI

30 árboles donados en 2021

185 árboles donados en 3 años

RESULTADOS ALCANZADOS

Hemos contribuido a preservar el patrimonio forestal del municipio de Sansepolcro, que alberga desde hace más de 20 años la sede central de Apoteca Natura. Los árboles, además de mejorar el paisaje de la zona, contribuirán con su presencia a absorber CO_2.

ACTIVIDAD

Videopíldoras dedicadas al movimiento

Vídeos de consejos sobre "movimiento para el bienestar"; consejos de ejercicios realizados mediante el propio peso corporal acompañados de una correcta respiración, destinados a:

- relajar cuerpo y mente;
- reducir el perímetro abdominal con ejercicios aeróbicos y de potenciación muscular;
- restablecer el equilibrio músculo-esquelético con ejercicios de gimnasia postural;
- realizar entrenamientos cardiovasculares, con ejercicios aeróbicos de *fitness* y potenciación muscular mediante el propio peso;
- reducir el estrés, la ansiedad y los trastornos del sueño con ejercicios de relajación y meditación diseñados *ad hoc* para Apoteca Natura por el centro de formación Tedamis.

DATOS/KPI

6 vídeos en Italia

3 vídeos en España

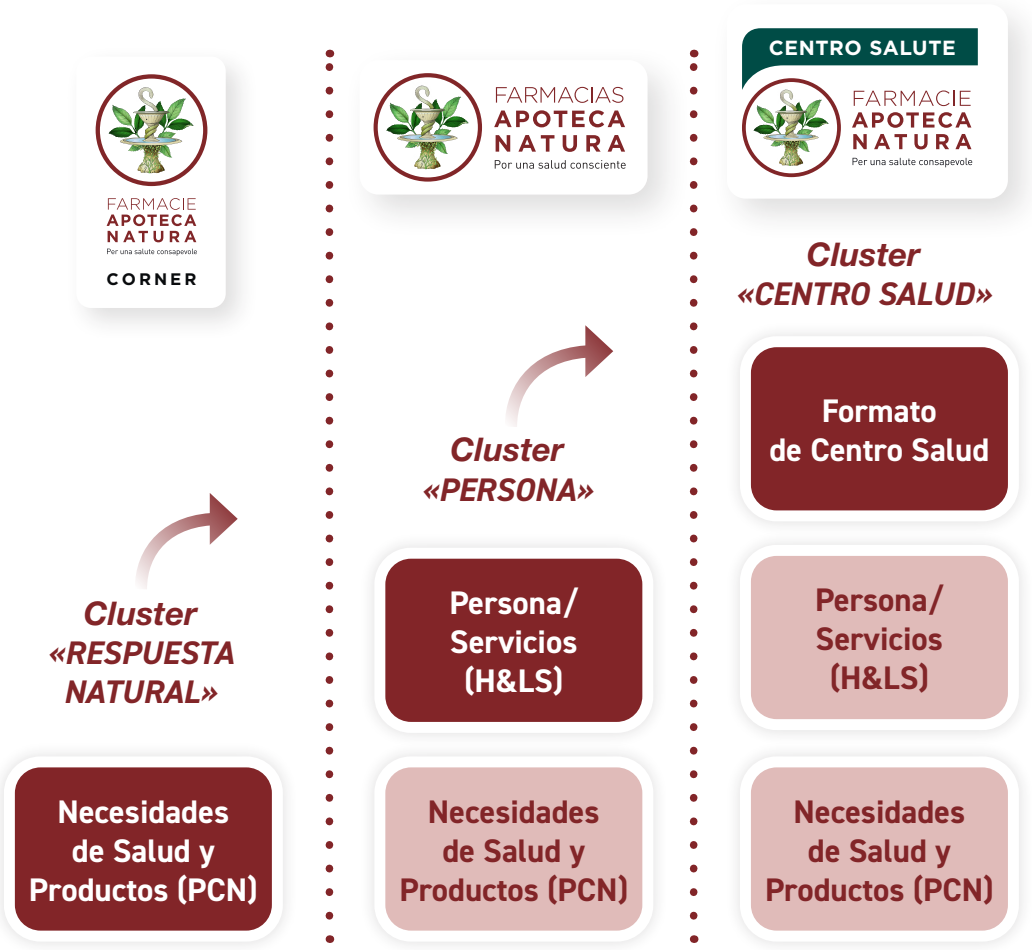
RESULTADOS ALCANZADOS

Hemos difundido buenas prácticas para mantenerse en forma, mediante videotutoriales gratuitos a través de Internet.

ENFOQUE

Un nuevo modelo de afiliación

La red se ha desarrollado a lo largo de los años rápidamente, con diferentes niveles de adhesión a los servicios ofrecidos. Durante el 2021, en Italia, hemos pasado a una segmentación clara y coherente que propone tres *clusters*.
El *cluster* 1 "Respuesta Natural" se caracteriza por la atención especial a la recomendación de productos naturales como automedicación. **El *cluster* 2 "Persona"** se centra en los servicios al paciente. Por último, **el *cluster* 3 "Centro Salud"** es un modelo de farmacia en Franquicia Completa que prevé total reconocibilidad, delegación en las compras y apoyo en la gestión de 360°. La evolución del posicionamiento dentro de la red Apoteca Natura permite una progresiva creación de valor, aportando una mejora en todos los indicadores asociados a la relación con el cliente (Customer Lifetime Value), en consonancia con los temas Benefit.



PCN = *Protocolos de Consejo por Necesidad*
H&LS = *Health & Loyalty System*

Objetivos 2022 para la primera finalidad de Beneficio Común:

Multiplicación del impacto positivo y promoción del Modelo Benefit

Acto de implicación de todas las farmacias para difundir el conocimiento sobre el tema Benefit

Asambleas virtuales y en el territorio con la participación de las farmacias y con especial atención a los temas Benefit

Despliegue del Modelo Benefit en España

Asesoramiento del personal de Apoteca Natura
en la farmacia para promover el Modelo Benefit mediante al menos 1 visita anual de los Key Account Managers

Sección en Internet dedicada al Modelo Benefit
de mantenimiento y desarrollo

Organización de campaña solidaria en el mes de diciembre

Segunda finalidad de Beneficio Común:

Prevención y educación para una salud consciente

La promoción de itinerarios de salud consciente para las personas a través de actividades de educación y prevención. Esto podrá incluir servicios de autodiagnóstico y actividades de mejora del estilo de vida, teniendo en cuenta los factores ambientales y sociales, gracias también a una formación adecuada del personal de las farmacias afiliadas a la red.

Apoteca Natura lleva a la Farmacia hacia una completa integración sanitaria para la gestión de la persona.

Creemos que el conocimiento y la prevención son fundamentales para poder seguir a cada persona en el mantenimiento de un bienestar pleno. Por este motivo, vemos al **farmacéutico como sujeto fundamental, capaz de centrarse en las necesidades de la persona y acompañar a los clientes en su itinerario de salud consciente.**

Gracias a la formación constante y la colaboración con la **Sociedad Italiana de Medicina General y Atención Primaria (SIMG)** y muchas otras Instituciones Científicas, Apoteca Natura ha desarrollado un gran conocimiento sobre las principales necesidades de salud para ayudar a los pacientes a **identificar eventuales factores de riesgo** gracias a folletos informativos, ya sea en papel o digitales, y tests para realizar en la farmacia, con el apoyo del farmacéutico, o bien directamente a través de Internet.

A partir del conocimiento adquirido a lo largo de los años y el conjunto de colaboraciones, la Red ha creado **campañas de prevención** en diversos ámbitos de la salud, que son promovidas periódicamente entregando a los farmacéuticos **protocolos de consejo**[12] específicos para permitirles responder a las diversas necesidades de los pacientes.

DETECCIÓN DE “RED FLAGS”

Cada vez que una persona realiza un test, directamente en la farmacia o desde su casa, si a partir del análisis aparecen factores de riesgo significativos **(Red Flags)**, se facilitará, junto con los resultados del test, una carta con la indicación de los elementos que deben mantenerse bajo control, redactada automáticamente por el sistema y **a la atención del médico** para su intervención oportuna. El farmacéutico, habiendo recibido formación según los Protocolos de Consejo (PCN) específicos, está capacitado para dirigirse al paciente y actuar como **primer centinela para interceptar y prevenir la aparición de patologías más graves**.

[12]Protocolos de Consejo por Necesidad (PCN)

NECESIDADES DE SALUD

Te cuidamos
de corazón

Dale peso
a tu salud

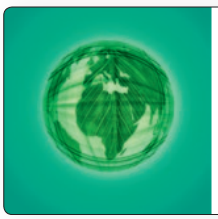
Duerme bien
enciende
tu vida

Estómago
e intestino
centro de
tu salud

La salud
de las **vías**
respiratorias

Recoge la flor
de cada edad
OSTEOPOROSIS
Y MENOPAUSIA

ESTILOS DE VIDA



El **ambiente**
es salud

Pro**mueve**
tu salud

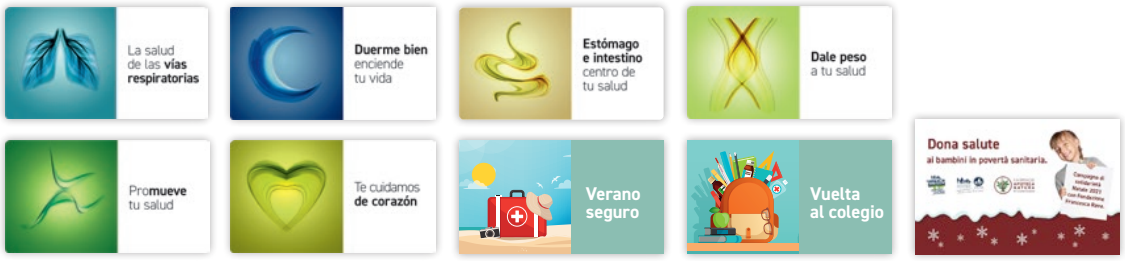
La felicidad
es salud

Segunda finalidad de Beneficio Común:

Prevención y educación para una salud consciente

ACTIVIDAD

Campañas de prevención, sensibilización e información continuada



DATOS/KPI

9 campañas promovidas en total

+ 10.570 tests de prevención efectuados, entre ellos **5.280 cardiovasculares**

RESULTADOS ALCANZADOS

Reducción de los factores de riesgo asociados a la aparición de problemas cardiovasculares con el consiguiente impacto positivo en el Sistema Nacional de Salud, tal como confirman algunos estudios realizados sobre las campañas de prevención desarrolladas a lo largo de los años[13].

más de **10 millones** de impresiones en Facebook de las campañas promovidas

Más de **85.000** visualizaciones de la página dedicada a las campañas

ACTIVIDAD

Promoción de PCN (Protocolos de Consejo por Necesidad)

Instrumentos que guían al farmacéutico para evaluar las características del trastorno principal, la presencia de indicadores de riesgo que notificar al médico o qué información facilitar al paciente para un estilo de vida correcto.

DATOS/KPI

14 nuevos PCN
(7 en Italia y 7 en España)

3 PCN
actualizados

más de **7.280+** en el enlace correspondiente

Formación

Seminarios virtuales, cursos de Formación Superior, aulas temáticas y seminarios web en directo y bajo demanda.

Por cada actividad se otorgan créditos de formación. Para garantizar la puesta al día continua del farmacéutico sobre las distintas necesidades de salud, Apoteca Natura exige un número mínimo de 15 créditos de formación.

DATOS/KPI

Más de 6.100 farmacéuticos formados
gracias a las actividades propuestas
Más de 142.000 créditos de formación otorgados en Italia y España

RESULTADOS ALCANZADOS

Mejora del conocimiento del farmacéutico:

23,65 créditos obtenidos de media por los farmacéuticos en Italia y España (+60% respecto al umbral mínimo de 15 créditos).

Grado de utilidad de la información adquirida según el farmacéutico:

72% Muy satisfactorio
27% Satisfactorio
1% Insatisfactorio

Los clientes han declarado haber aprendido un 15% más de lo que sabían antes de las actividades.[14]

[13] La Universidad Católica del Sagrado Corazón de Roma ha realizado una Evaluación de la eficacia de la Campaña de Prevención Cardiovascular "Te cuidamos de corazón", observando en 2017 que "a partir de los datos obtenidos al cabo de un año de seguimiento, si tenemos en cuenta todos los sujetos que habían participado en la campaña "Te cuidamos de Corazón" con independencia de su nivel basal de riesgo, cabe señalar una reducción significativa de los niveles de presión (sistólica y diastólica) y del consumo habitual de tabaco, así como un incremento significativo del porcentaje de sujetos que consume a diario fruta y verdura y que realiza más de 30 minutos de actividad física al día", concluyendo que realizar una campaña de prevención aporta beneficios concretos a la salud de las personas y, en algunos casos, reduce el coste para la sociedad vinculado a la aparición de patologías en comparación con la ausencia de realización de la campaña.

[14] Hemos introducido esta valoración este año para 7 actividades con carácter preliminar; a partir de 2022 se aplicará a todas.

Segunda finalidad de Beneficio Común:

Prevención y educación para una salud consciente

ACTIVIDAD

Medidas de sensibilización y prevención de la Covid

Protocolo Farmacia Protegida: lista de indicaciones obligatorias redactada en colaboración con la Sociedad de Médicos por el Medio Ambiente y Cittadinanzattiva y con el patrocinio de Federfarma para permitir a los farmacéuticos y sus clientes minimizar los riesgos de contagio de Covid.

DATOS/KPI

Boletines informativos, noticias y comunicaciones *ad hoc* a través de la aplicación gratuita MyApotecaNatura, el Blog Stai Benefit y el sitio web.

RESULTADOS ALCANZADOS

Reducción de situaciones de contagio potencial para farmacéuticos y clientes de las Farmacias gracias a la disponibilidad de materiales y servicios directamente en Internet.

ACTIVIDAD

Sensibilización del usuario final con campañas en las redes sociales y recomendaciones de los Farmacéuticos

- Videopíldoras con recomendaciones de los farmacéuticos sobre diversos temas relacionados con las necesidades de salud: mantenimiento de un buen estado de salud del corazón, sustancias que ayudan al sistema cardiometabólico, control del peso mediante el movimiento y los buenos hábitos alimenticios, cómo empezar.
- Campañas en las redes sociales para ampliar el alcance de las iniciativas de prevención con seguridad.

DATOS/KPI

Videopíldoras: 8
Visualizaciones: 453.500+
Impresiones: 777.700+
Farmacias solicitantes de campañas en las redes sociales: 97
Publicaciones en las redes en 2021: 52

RESULTADOS ALCANZADOS

Las recomendaciones específicas de los farmacéuticos de Apoteca Natura proporcionan conocimientos a los pacientes sobre diversas necesidades de salud en la vida diaria (cómo mantener sano el corazón, viajar con seguridad, control del peso, cómo dormir más y mejor).

ACTIVIDAD

Difusión de 'Ordina Prodotti'o "Clic Productos" Servicio para agilizar la localización de los productos en condiciones más seguras (certeza de la disponibilidad de los productos) con posible entrega a domicilio.

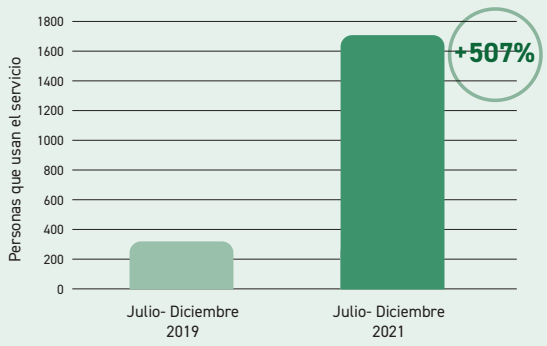
DATOS/KPI

270 Farmacias con el servicio activo

RESULTADOS ALCANZADOS

El servicio ha permitido reducir al mínimo el tiempo pasado en la Farmacia y enviar los productos encargados a casa con total seguridad.

Aumento del uso del servicio respecto a 2019:



ACTIVIDAD

Guía Alimentaria
Dentro del instrumento se ha creado un menú para reforzar las defensas inmunitarias y una función de "Lista de la compra" para organizar mejor la compra de alimentos.

DATOS/KPI

70.000+ alimentos
6 necesidades de salud
54 menús
8 índices de equilibrio

RESULTADOS ALCANZADOS

Métodos eficaces y seguros para controlar el peso:

- **Diario de Alimentación:** permite programar y equilibrar la alimentación, mejorando el autocontrol.
- **Método ACPG** (Alimentación Consciente del Pico Glucémico): basado en la autonomía y la personalización.

Nuestro compromiso para la prevención cardiometabólica

Para garantizar la gestión eficiente y eficaz de la campaña de prevención cardiometabólica y la correcta atención al paciente, los farmacéuticos han mantenido encuentros temáticos con el Tutor de la Formación.

Durante estos cursos se han abordado los problemas cardiovasculares y el síndrome metabólico para guiar al paciente en el itinerario de prevención más adecuado. Hemos profundizado también en las posibles "banderas rojas" (Red flags), los factores de riesgo que deben comunicarse al médico para una valoración en profundidad. Además, se han tratado los productos asociados a esas necesidades para favorecer itinerarios de salud que respeten plenamente el organismo y el entorno donde este vive.

Para las Farmacias del *Cluster* "Centro Salud" se ha impartido un curso de formación destinado a presentar la Caja de Salud de Prevención y Vigilancia Cardiovascular, nacida de la especialización en asesoramiento y servicio de la red Apoteca Natura, que representa la "transformación en producto" del servicio de prevención cardiovascular.

La Caja de Salud contiene:

- **Cupón para autodiagnóstico y cupón de descuento:** 1 Cupón válido para 1 medición de la Presión Arterial, 1 Cupón válido para 3 mediciones a elegir (Colesterol total, Triglicéridos, Glucemia) o bien para 1 medición del Perfil lipídico (Colesterol total, HDL, LDL, Triglicéridos), 1 Cupón de descuento del 20% sobre cualquier producto de Apoteca Natura;
- **Instrumentos para la atención al paciente:** test de bienestar cardiovascular que se debe prerrellenar con consulta del Farmacéutico y Mini Memo, un práctico recordatorio para anotar los valores de salud y las recomendaciones del Farmacéutico;
- **Instrumentos informativos para la prevención:** folleto "En el corazón de la prevención" con información y consejos útiles para la salud cardiovascular y una práctica guía de los servicios digitales para acompañar al paciente en su itinerario de salud cardiovascular.

FARMACIE
APOTECA
NATURA
ADULT
ARTERY MARK

Objetivos 2022 para la segunda finalidad de Beneficio Común:

Prevención y educación para una salud consciente

Campañas de prevención y sensibilización dedicadas a las principales necesidades de salud

En concreto, promoción de campañas relacionadas con las vías respiratorias, salud femenina, campaña para la prevención cardiometabólica, verano seguro para los viajeros, regreso a la rutina posvacacional, higiene y calidad del sueño.

Instrumentos, actividades y servicios de ayuda a la sociedad

Ordina Prodotti (Clic productos), Aplicación MyApotecaNatura, Blog Benefit, Protocolo de Protección de Farmacias, Agenda de Servicios.

Itinerarios de formación

Actividades de formación para mejorar los conocimientos y capacidades del farmacéutico en el ámbito de la salud, prevención y recomendaciones al cliente a través de seminarios web en directo y a la carta, aulas temáticas virtuales y a la carta, cursos de formación superior y videocursos.

Donación para la Emergencia en Ucrania

Para responder a la crisis humanitaria en Ucrania organizaremos, con la Fundación Francesca Rava y Farmasolidaria, una campaña de recaudación de fondos en las Farmacias Apoteca Natura italianas y españolas. El objetivo es recaudar donativos para poder adquirir ecógrafos, eco-doppler y otros instrumentos médicos destinados a hospitales pediátricos ucranianos destruidos por los bombardeos.

Promoción y formación sobre nuevos PCN

Instrumentos que guían al farmacéutico para evaluar las características del trastorno principal, la presencia de indicadores de riesgo que notificar al médico o qué información facilitar a la persona para seguir un estilo de vida correcto.

Difusión de la Caja de Salud de Prevención y Vigilancia Cardiovascular

Se propondrá en los meses de abril y mayo durante la Campaña de prevención cardiometabólica y contendrá tests de prevención, mediciones específicas, información y consejos útiles para la salud cardiovascular.

Sensibilización sobre la salud de la Mujer y el Hombre en el ámbito de la Medicina de género

Ofreceremos contenidos útiles para la salud y el bienestar femenino y masculino, gracias también a figuras de primer nivel del mundo del espectáculo y la ciencia.

Dirección “Greener Pharmacy”

Itinerarios de salud “greener”: actividades de formación para favorecer una elección verde y sostenible de la gama de productos y las recomendaciones de productos a través de seminarios web en directo y a la carta y cursos presenciales. El objetivo es recomendar cada vez más productos que respeten la salud del paciente y también el medio ambiente, proporcionando a la red una guía y un soporte para contribuir al máximo a proteger nuestro planeta, haciéndolo más sano.

Tercera finalidad de Beneficio Común:

Valorización de los productos naturales, seguros y eficaces

La difusión, valorización y promoción del uso de productos naturales científicamente avanzados, seguros para el organismo y el medio ambiente, y al mismo tiempo eficaces. Esto podrá incluir actividades de formación destinadas al personal de las farmacias de la red y la selección prioritaria de productos que respeten criterios autoimpuestos recogidos en el Reglamento de Apoteca Natura o procedentes de empresas que hayan adoptado criterios y prácticas evolucionadas como el modelo Benefit.

ACTIVIDAD

Lanzamiento de nuevos productos naturales de Apoteca Natura respetando el Reglamento

Hemos ampliado la oferta de productos naturales introduciendo nuevas referencias en el ámbito del refuerzo de las defensas inmunitarias, sueño y tranquilidad del sueño, drenantes y depurativos.

DATOS/KPI

8 nuevos productos naturales

RESULTADOS ALCANZADOS

Incremento de la oferta de productos naturales disponibles únicamente en las farmacias Apoteca Natura, con el fin de permitir al farmacéutico ofrecer un abanico más amplio de productos naturales para atender las necesidades de la persona.

ACTIVIDAD

Formación sobre fitocomplejos naturales

Videocursos en directo y bajo demanda, aulas temáticas y seminarios web especializados donde el equipo de formadores de Apoteca Natura divulga la información más avanzada sobre el tema.[15]

DATOS/KPI

+6.130 farmacéuticos formados

RESULTADOS ALCANZADOS

Grado de utilidad de la información adquirida según el farmacéutico:

72% Muy satisfactorio
27% Satisfactorio
1% Insatisfactorio

[15] Por cada actividad se otorgan créditos de formación. Para garantizar la puesta al día continua del farmacéutico, Apoteca Natura exige un número mínimo de 15 créditos de formación para mantener la inscripción en la red.

Dentro del enfoque de Apoteca Natura desempeña un papel fundamental la decisión de especializarse en una oferta de productos para la salud natural y al mismo tiempo científicamente avanzados, enmarcados en un itinerario de Salud Consciente.

Creemos que todo eso es fundamental para generar una propuesta de cuidados capaz de respetar el equilibrio entre las funciones fisiológicas del individuo y el ambiente que lo rodea, desde una perspectiva sistémica.

ACTIVIDAD

Campañas de sensibilización y promoción de productos naturales con MyCard, la Tarjeta de Fidelización de la Red integrada con el sistema H&LS (Health and Loyalty System)

Con la Tarjeta de Fidelidad de Apoteca Natura, el paciente puede llevar el control del total de puntos obtenidos y los niveles de premios, además de disfrutar de numerosos servicios útiles para su salud. Hemos previsto también puntos de regalo para la Salud Consciente.

- **Bono de Prevención**: puntos extra después de realizar al menos un Test de Prevención.
- **Bono de Salud:** puntos extra por el uso del instrumento "Recordatorio Terapias" dentro de la Aplicación MyApotecaNatura.

La campañas promocionales del circuito MyCard se centran en productos naturales científicamente avanzados y eficaces, realizados con pleno respeto al medio ambiente.

DATOS/KPI

182 farmacias afiliadas a MyCard en Italia
23 farmacias afiliadas a MyCard en España
9 campañas en Italia y **8** en España
50.000.000 puntos otorgados a los clientes de las farmacias italianas
245.000 MyCard activadas en Italia
5.270 MyCard activadas en España

RESULTADOS ALCANZADOS

Indicadores de participación en la promoción (eficacia):

- **21.630.000 puntos utilizados**
- **80.000 personas** han efectuado al menos 1 compra de productos naturales
- **260.000+ productos naturales vendidos** pasando por MyCard

ACTIVIDAD

Sistema de vigilancia poscomercialización

Apoteca Natura propone esta iniciativa en colaboración con Aboca, empresa fabricante de Cuidado de la Tos, para efectuar una recopilación de información con una finalidad de mejora continua. Iniciativa destinada a promover la recopilación de información en el ámbito del sistema de vigilancia poscomercialización adecuándose a la normativa vigente sobre productos sanitarios. La recopilación de esa información se realiza siguiendo criterios internacionales y con la colaboración científica del Departamento de Ciencias Biomédicas, Quirúrgicas y Odontológicas de la Universidad de Estudios de Milán.

DATOS/KPI

1 colaboración con Departamento Universitario

Aproximadamente **12 meses** dedicados al desarrollo

RESULTADOS ALCANZADOS

Potenciar la vigilancia relativa a la calidad y seguridad de los productos a través de la recopilación espontánea de información sobre la experiencia de uso de los Productos Sanitarios.

ENFOQUE

La oferta natural dentro del recorrido de salud consciente

La propuesta de la red Apoteca Natura está pensada para aportar **valor añadido a la vida de las personas**, ayudándolas a tomar las mejores decisiones en su recorrido de salud consciente. Por ello, el farmacéutico, con sus recomendaciones, desempeña un papel decisivo y se ve potenciado por una **formación continua.**

Para completar este tipo de enfoque existe otro elemento clave del posicionamiento de Apoteca Natura: **la alta especialización en productos naturales científicamente avanzados**. La oferta ha sido cuidadosamente seleccionada gracias también a las **reglas establecidas por el Reglamento interno**. Este documento permite a cada miembro de la red identificar, de modo independiente, los productos que respetan los valores de Apoteca Natura y que, por ello, pueden exponerse en el interior de la farmacia. Coherentemente con esta elección, se ha desarrollado también **una oferta de productos de la marca Apoteca Natura, estudiados y obtenidos precisamente para ofrecer soluciones naturales, seguras y eficaces.** Los productos de la marca Apoteca Natura se venden exclusivamente en las farmacias de la red.

El Reglamento Apoteca Natura **ha sido revisado y actualizado en 2021** para seguir garantizando la homogeneidad de la red y el mantenimiento de la promesa de la Farmacia Apoteca Natura: "La respuesta natural para una salud consciente".

Los productos prestan **especial atención a la relación Ser humano - Medio ambiente - Salud**. Apoteca Natura promueve un concepto de salud más amplio y completo, basado en estilos de vida responsables con el medio ambiente, el cual influye de manera importante en nuestro estado de salud.

Objetivos 2022 para la tercera finalidad de Beneficio Común:

Valorización de los productos naturales, seguros y eficaces

Formación de los farmacéuticos sobre los temas de los fitocomplejos naturales a través de videocursos en directo y bajo demanda, aulas temáticas y seminarios web.

Lanzamiento de nuevos productos

100% naturales de la marca Apoteca Natura.

Campañas de promoción de los productos naturales

a través del circuito de la Tarjeta de fidelización MyCard.

Expositores

a disposición de todas las farmacias dos expositores dedicados exclusivamente al producto natural, con el objetivo de difundir la cultura de la naturalidad.

Cuarta finalidad de Beneficio Común:

Valor a las personas

ACTIVIDAD

PRESTACIONES OFRECIDAS POR LA EMPRESA

Apoteca Natura ofrece a sus empleados una serie de **convenios para compras de bienes y servicios en comercios o empresas del territorio**. Además, la empresa ofrece servicios de libre afiliación: los **seguros sanitarios complementarios** para los empleados y sus familiares[16], cuyos costes están cubiertos al 80% por Apoteca Natura, el **fondo de pensiones complementario**. En 2021, hemos establecido además un seguro sanitario adicional con cobertura de eventuales **hospitalizaciones o periodos de cuarentena debidos a la pandemia**, un coste cubierto íntegramente por la empresa. Hemos seguido ofreciendo el servicio de **comedor con productos biológicos**.

DATOS/KPI

MÁS DE 80 CONVENIOS con ejercicios comerciales.

El 100% de los empleados se ha afiliado al menos a un sistema de seguridad social complementario (sanitario o de pensiones).

MÁS DE 1.500 COMIDAS SERVIDAS a través del comedor de empresa.

ACTIVIDAD

PREMIOS EMPRESARIALES

La empresa, como parte de una cadena farmacéutica, **se ha mantenido siempre activa durante 2020 y 2021**. Todo el personal ha respondido con diligencia a la nueva cotidianidad, a menudo **modificando su modo de trabajar** para adaptarse a las medidas de seguridad necesarias. Para recompensar el esfuerzo realizado por parte de todos, **Apoteca Natura ha otorgado premios de producción** correspondientes a los objetivos generales de la empresa[17], premios individuales relativos a objetivos específicos y diferentes tipologías de premios extraordinarios.

DATOS/KPI

MÁS DE 71.000 € distribuidos en total entre las personas que trabajan con nosotros.

ACTIVIDAD

TELETRABAJO

El recurso al trabajo a distancia no ha supuesto una dificultad para la empresa, dado que ya se había **iniciado un proceso de digitalización del trabajo antes de la pandemia**. Por este motivo, ha habido una buena recepción por parte de todos aquellos que se han beneficiado de esta modalidad de trabajo, recibiendo toda la asistencia necesaria en caso de requerirla.

Para facilitar el uso de los soportes informáticos para llamadas y reuniones diarias, se ha creado el **"Entrenamiento Teams"**, una serie de **encuentros abiertos a todos los empleados** durante los cuales nuestros servicios informativos han respondido a preguntas y dudas sobre el funcionamiento de la plataforma de la empresa.

DATOS/KPI

51 empleados

46.440+ horas de teletrabajo

RESULTADOS ALCANZADOS

La renovación del personal se expresa a través del índice de rotación. La **rotación en Apoteca Natura en 2021 se sitúa en el 0%** respecto al año anterior. La tasa de rotación, junto con la de **absentismo medio del 0,8%**, son indicativos de la capacidad para crear un **ambiente de trabajo positivo.**

[16] A través del fondo EST para los empleados y qu.a.s. para los ejecutivos.
[17] Premios concedidos en junio de 2021 para los objetivos conseguidos en 2020, premios individuales relativos a objetivos específicos y diversas tipologías de premios extraordinarios.

ACTIVIDAD

INICIATIVAS PARA EL PERSONAL

La empresa ha conseguido organizar diferentes actividades para implicar al personal y **mantener al máximo la cohesión interna, que ha sido siempre una de las características distintivas de Apoteca Natura.**

Por segundo año consecutivo ha tenido lugar exclusivamente a través de Internet, por desgracia, el tradicional encuentro de felicitaciones de fin de año, con la participación de las filiales extranjeras y también de los colaboradores externos de la empresa.
Se han organizado, además, dos encuentros también virtuales con el título "Las necesidades de salud en la era Covid" para combatir la desinformación con la ayuda del personal interno y externo altamente cualificado gracias a su especialización en virología y microbiología.

DATOS/KPI

3 ENCUENTROS EMPRESARIALES COMPARTIDOS CON LOS COMPAÑEROS DE ABOCA

- 1 pleno con la participación de más de 600 personas
- 2 de profundización en los temas relacionados con la COVID-19 con más de 500 participantes

ACTIVIDAD

FORMACIÓN

Apoteca Natura cree que un **requisito esencial** para la evolución cualitativa de la empresa es el **crecimiento profesional constante de sus empleados.**

Gracias a los soportes informáticos introducidos, Apoteca Natura ha sido capaz de **garantizar los itinerarios de formación necesarios para contribuir al desarrollo profesional de las personas** a pesar de la aparición de la pandemia, experimentando nuevos modos de participación en función de las necesidades específicas observadas.[18]

DATOS/KPI

51 PERSONAS FORMADAS
tasa de cobertura del 100%

MÁS DE 20 ACTIVIDADES

MÁS DE 350 HORAS DE FORMACIÓN

RESULTADOS ALCANZADOS

Este resultado se logra centrándose en el proceso de crecimiento de los empleados, ofreciéndoles las mejores condiciones de trabajo y brindándoles numerosas actividades y servicios.

[18] Los datos se refieren a formación a través de cursos en el trabajo, sobre competencias transversales, de especialización interna o externa e itinerarios académicos subvencionados por la empresa.

Cuarta finalidad de Beneficio Común:

Valor a las personas

ACTIVIDAD

SISTEMA DE DEVELOPMENT MANAGEMENT

Para garantizar una gestión de las personas desde una óptica de **mejora y desarrollo funcional, tanto para el sistema de la empresa como para la persona**, se ha lanzado el sistema de Development Management: un **proceso de evaluación y desarrollo continuo de las capacidades** para enriquecer, a través de procesos individualizados, la experiencia profesional de las personas.

DATOS/KPI

MÁS DE 50 PERSONAS PARTICIPANTES en el sistema de Development Management entre Empleados, Managers y Directivos.

RESULTADOS ALCANZADOS

Nuevo sistema acogido positivamente por los empleados participantes:

- Realización de evaluaciones: 100%
- Entrevistas de *feedback* confirmadas: 100%
- Nivel de utilidad percibido: 4,7/5
- Percepción de mejora de los conocimientos-capacidades: 4,3/5
- Grado de satisfacción con el curso: 4,7/5

ACTIVIDAD

CONTRATACIONES Y PROMOCIONES

A pesar de la situación de incertidumbre que ha caracterizado el pasado 2021 y que acompañará también el 2022, la empresa ha seguido ofreciendo puestos de trabajo para apoyar su expansión. De forma paralela, Apoteca Natura ha seguido promoviendo el crecimiento interno de las personas.

DATOS/KPI

5 CONTRATACIONES EN ITALIA Y ESPAÑA

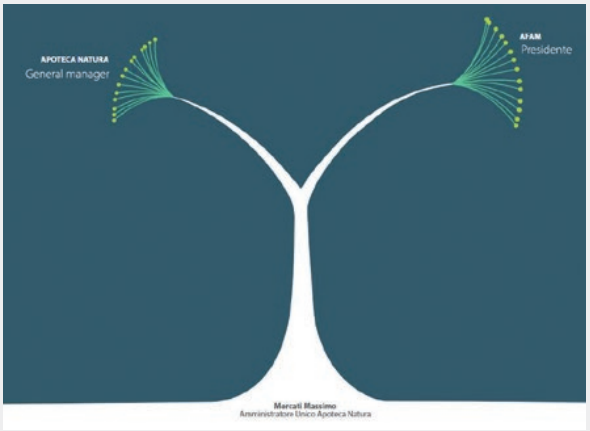
4 RELACIONES LABORALES CESADAS EN ITALIA Y ESPAÑA

9 PERSONAS HAN DISFRUTADO DE PROMOCIONES INTERNAS

RESULTADOS ALCANZADOS

Crecimiento de la plantilla: +2%
Tasa de promoción interna: 17,6%

El nuevo organigrama de la empresa en forma de “Árbol”: una inversión del paradigma



En la naturaleza todos los organismos vivientes están estructurados en forma de red. Por ejemplo, la célula es una red de moléculas y el organismo es una red de células. La red es, por tanto, el esquema básico en el cual se autoorganiza la complejidad, y se caracteriza por una constante transformación que, sin embargo, no perjudica a su identidad.

Su límite está definido por lo que interconecta a la propia red con el resto de su entorno.
La empresa, del mismo modo, es una red social, en la medida en que genera y mantiene un límite cultural que caracteriza el comportamiento de todos los miembros de la organización.

Existe, por tanto, un paralelismo entre sistemas naturales y sistemas sociales que hace de la complejidad de la naturaleza un recurso imprescindible para comprender el funcionamiento de una organización social.

En Apoteca Natura **el hecho de compartir valores arraigados y sencillos** (coherencia, humildad y trabajo) nos hace conscientes, por una parte, del significado fundamental del trabajo de cada uno para contribuir a la creación de valor compartido y, por otra parte, guía al conjunto de la organización. Como cualquier sistema viviente, la empresa no puede basarse en la lógica del control para obtener un resultado, sino que debe limitarse a crear las condiciones para orientar el propio sistema hacia la consecución del objetivo, supervisando constantemente su proceso.

“Las jerarquías son funcionales, reglamentarias, pero todos, tanto los que están en la base como en la cúspide de la pirámide, están al servicio de un orden que es el fin último” (Frédéric Gros, Desobedecer, Einaudi, 2019) y precisamente por eso quienes ocupan las posiciones superiores se encuentran al servicio del bien general y del de los subordinados.

A la luz de estas consideraciones, hemos comprendido que la **representación de nuestra organización** mediante un organigrama por funciones con las clásicas posiciones jerárquicas debía ser revisada y de hecho **convertida**.

Inspirándonos en la naturaleza, **hemos representado nuestra organización como un “árbol”**, un organismo interconectado con el entorno en que vive, que para existir necesita la contribución de cada uno de sus elementos: **las raíces situadas en la base**, representadas por el CdA y el CEO, proporcionan alimento y **apoyo a las ramas y hojas** que se desarrollan por encima de ellas a través de un complejo sistema de relaciones.

El nuevo organigrama ha sido presentado a todos los empleados durante el encuentro plenario de fin de año y se puede consultar dentro de la Intranet de la empresa. En breve estará disponible también en versión para móvil dentro de la aplicación “Siamo Aboca” e irá acompañado de las fotos de todos los empleados.

Objetivos 2022 para la cuarta finalidad de Beneficio Común:

Valor a las personas

Sistema de development management

Después del segundo año de uso, haremos un balance a partir de los resultados del sistema de desarrollo del personal en términos de *feedback* ofrecido por los empleados.

Formación de los empleados

Promoción de actividades de formación continua extendida a todos los niveles para mantener una cobertura de al menos el 80% de los empleados.

Iniciativas y eventos

A pesar de la incertidumbre sobre la futura evolución de las modalidades de trabajo desde casa o en la oficina, nos comprometeremos a mantener intacta la cohesión entre las personas a través de actividades de participación virtuales y, si es posible, presenciales.

Convenios

Ampliación de la oferta de convenios de la empresa.

LA FARSE DEL VALDARNO

La expansión de la red en Portugal: Aponatura Portugal

En 2019 se fundó Aponatura Portugal Lda, nacida de una colaboración entre Apoteca Natura, Phytoderm (distribuidor exclusivo de los productos de Aboca para Portugal) y la ANF - Associação Nacional das Farmácias (asociación nacional de farmacéuticos de Portugal). Las tres organizaciones poseen respectivamente el 30%, 10% y 60% de la propiedad total de Aponatura Portugal: esta asociación permite ampliar con mayor fuerza la red de Apoteca Natura también en Portugal, difundiendo el modelo innovador de farmacia basado en el concepto de salud consciente gracias a la presencia en el territorio de los socios distribuidores.

Aponatura Portugal, como empresa participada al 30%, no se incluye en el alcance de la valoración previsto en este Informe de Impacto. No obstante, hemos considerado importante ser transparentes acerca de la significativa aportación que realiza la empresa para el desarrollo internacional de la red, proponiendo actividades llevadas a cabo a nivel central: las actividades promovidas en Portugal son fruto de los conocimientos especializados y la experiencia madurada en los más de veinte años de trayectoria de Apoteca Natura, así como de la gran proactividad de Phytoderm y la disponibilidad de la ANF. A continuación presentamos los elementos más destacados:

FACTURACIÓN DE APONATURA PORTUGAL:

2021: **219.300 €**

+32%

respecto a 2020

NÚMERO DE FARMACIAS DE LA RED:

2021: **95**

+20%

respecto a 2020

900+

farmacéuticos entre titulares y colaboradores

11.100+ horas de formación, correspondientes a otros créditos obtenidos por los farmacéuticos, otorgados entre 2020 y 2021. En 2021 han participado **91 farmacias** y **460 farmacéuticos** en las siguientes actividades de formación:

- **Start-up training** (2 por farmacia – presencial y virtual)
- **Flash Class** (mensual - virtual)
- **Network Meeting** (uno al año - virtual)
- **CAF** (uno al año - virtual)
- **Curso Evolução** (dos sesiones al año - virtual)

NÚMERO DE VISITAS EN LAS FARMACIAS POR PARTE DE APOTECA NATURA:

2021: **2.000+**

+32%

respecto a 2020

N.° DE TESTS DE PREVENCIÓN REALIZADOS

2021: **5.500+ tests**

+276%

respecto a 2020

7 CAMPAÑAS DE PREVENCIÓN PROMOVIDAS EN PORTUGAL:

“A saúde das vias respiratórias”
(enero – febrero)

“Colha a flor de cada idade”
(marzo)

“Cuidamos de si de coração”
(mayo)

“O ambiente é saúde”
(junio)

“A felicidade é saúde”
(julio)

“Durma bem acenda a sua vida”
(septiembre)

“Estômago e Intestino o centro da sua saúde”
(noviembre)

11 PROTOCOLOS DE CONSEJO PROMOVIDOS:

- “Dor de garganta”
- “Colesterol”
- “Congestão Nasal”
- “Controlo de Peso”
- “Diarreia”
- “Dor de Estômago”
- “Disturbios Hemorroidários”
- “IBS – Síndrome do Instestino Irritável”
- “Tosse”
- “Trânsito Intestinal”
- “Transtornos do Sono”

Tablas de correspondencias entre objetivos y resultados de 2021

Para cerrar nuestro Informe de Impacto hemos decidido publicar una tabla de síntesis cuyo fin es comparar los objetivos que nos habíamos fijado al final de 2020 con los resultados conseguidos a lo largo de 2021, todo ello para hacer aún más transparente y claro nuestro informe. El orden de presentación de los objetivos de 2021 sigue en lo posible el de los resultados explicados en los distintos capítulos de este Informe, con el objetivo de facilitar la comparación entre ambos documentos.

Como se observará, la mayoría de los casos en los que no se han respetado los compromisos se han debido a la aparición de la pandemia. En diferentes ámbitos, tal como se ha indicado a lo largo del informe, la empresa ha conseguido en cualquier caso alcanzar, total o parcialmente, los objetivos gracias a la reconversión o transformación de las actividades para obtener el mismo impacto previsto utilizando un formato virtual.

Primera finalidad específica de beneficio común:

Multiplicación del impacto positivo y promoción del modelo Benefit

Objetivos de 2021	Resultados de 2021	Notas
Blog Siamo Benefit! en Italia. El Blog continuará con su actividad de formación y profundización con nuevos artículos y secciones dedicados a las necesidades de salud y los riesgos ambientales relacionados con estas.	**Hemos cambiado el nombre del Blog por "Stai Benefit" y hemos publicado 16 nuevos artículos a lo largo del año.**	Conseguido
	Health & Loyalty System, un sistema único que incluye todos los aspectos relativos a la salud: informes diagnósticos, terapias, prevención y estilos de vida, para hacer realidad la promesa de Salud Consciente.	Elemento adicional respecto a los objetivos que nos habíamos fijado en el último informe, pero que sirve para describir el compromiso de la empresa.
Acto de implicación de todas las farmacias para difundir el conocimiento sobre el tema Benefit	Hacia la Ecología de la Salud: 990+ participantes entre farmacéuticos y otras personas que se conectaron al acto a través de Internet.	Conseguido

Objetivos de 2021	Resultados de 2021	Notas
Asambleas virtuales y en el territorio con la participación de las farmacias y con especial atención a los temas Benefit.	210+ Asambleas, 6.130+ farmacéuticos participantes, 167 asambleas en Italia y 46 en España.	Conseguido
Asesoramiento del personal de Apoteca Natura en la farmacia para promover el Modelo Benefit mediante al menos 1 visita anual de los Key Account Managers	2.800+ visitas físicas o virtuales	Conseguido
Sección en Internet dedicada al Modelo Benefit de mantenimiento y desarrollo	1 Sección específica en Internet mantenida	Conseguido
	Publicación de noticias y envío de boletines informativos a toda la red para estimular la reflexión y sensibilizar al personal sobre temas de desarrollo sostenible de las empresas.	Actividad adicional respecto a los objetivos que nos habíamos fijado en el último informe.
Campaña solidaria "Dynamo Camp 2021" en Italia	Campaña solidaria en Navidad de 2021 en colaboración con la Fundación Rava, en la cual han participado 190 farmacias Apoteca Natura y redes sociales en toda Italia. Al término de la campaña se recogieron y se donaron a 131 entidades beneficiarias: - 6.429 productos; - Una donación central de 5.000,00 €.	Actividad de sustitución, pero afín al proyecto que se había incluido en los objetivos. Conseguido
Promoción de la actividad "Aire limpio para todos" en Italia, dedicada a la contaminación en interiores: se propondrán buenas prácticas para proteger los ambientes contra los microbios ambientales contaminantes más comunes, fuentes potenciales de transmisión de agentes infecciosos. A todo ello se sumarán actividades para combatir la contaminación doméstica con ayuda de las plantas.	Contaminación en interiores: cómo reducirla con plantas depurativas. Elaboración de un Folleto de distribución gratuita en las farmacias.	Conseguido
Apoyo a "Adopta una Planta 2021" en Italia	La empresa ha participado en el proyecto "Adopta una Planta", promovido por la Asociación Progetto Valtiberina para contribuir a la reforestación de una zona de colinas en los alrededores de Sansepolcro (AR) gravemente afectada por episodios climáticos extremos. Apoteca Natura ha donado 50 árboles al municipio.	Conseguido
Videopíldoras dedicadas al movimiento	Vídeos de consejos sobre movimiento para el Bienestar; consejos de ejercicios realizados mediante el propio peso acompañados de una correcta respiración: - 6 vídeos en Italia - 3 vídeos en España	Conseguido
Paseos de salud y medio ambiente	Cancelado	Imposibilidad de cumplir el compromiso a causa de anulaciones debidas a la aparición de la COVID-19
Despliegue del Modelo Benefit en España desde septiembre de 2021.	Cancelado	Imposibilidad de cumplir el compromiso a causa de anulaciones debidas a la aparición de la COVID-19

Segunda finalidad específica de beneficio común:

Prevención y educación para una salud consciente

Objetivos de 2021	Resultados de 2021	Notas
Campañas de prevención y sensibilización dedicadas a las principales necesidades de salud.	Campañas de prevención, sensibilización e información continuada: en total 11 campañas promovidas, 10.570+ tests de prevención realizados, entre ellos 5.280 cardiovasculares.	Conseguido
Promoción y formación para nuevos PCN (Protocolos de Consejo por Necesidad)	14 nuevos PCN (7 en Italia y 7 en España), 3 PCN actualizados.	Conseguido
Campañas de formación Actividades de formación para mejorar los conocimientos y capacidades del farmacéutico en el ámbito de la salud, prevención y recomendaciones al cliente a través de seminarios online en directo y bajo demanda, aulas temáticas virtuales y a la carta, cursos de formación superior y videocursos.	Más de 6.100 farmacéuticos gracias a las actividades propuestas. Más de 142.000 créditos de formación otorgados entre Italia y España.	Conseguido
Difusión de instrumentos, actividades y servicios para ayudar a la sociedad durante la pandemia: "Ordina Prodotti" (Clic productos), Aplicación MyApotecaNatura, Blog Benefit, Protocolo de Protección de Farmacias, donaciones a entidades benéficas.	Hemos seguido publicando también en 2021 boletines informativos, noticias y comunicaciones ***ad hoc*** a través de la aplicación gratuita MyApotecaNatura, el Blog "Stai Benefit" en Italia y la página web.	Conseguido

Objetivos de 2021	Resultados de 2021	Notas
	Difusión de las recomendaciones de los Farmacéuticos a los pacientes a través de videopíldoras patrocinadas centralmente. Videopíldoras: 8 Visualizaciones totales: 453.500+ Impresiones: 777.700+	Actividad adicional respecto a los objetivos que nos habíamos fijado en el último informe.
	Difusión de "Ordina Prodotti" (Clic productos) en Italia. El servicio ha permitido reducir al mínimo el tiempo pasado en la Farmacia y enviar los productos encargados a casa con total seguridad. 270 farmacias activas.	Actividad adicional respecto a los objetivos que nos habíamos fijado en el último informe.
	Guía Alimentaria en Italia para mejorar la concienciación respecto a los buenos hábitos alimenticios en las personas, con potenciales efectos positivos en su salud: - 70.000+ alimentos - 6 necesidades de salud - 54 menús - 8 índices de equilibrio - 8.740+ guías puestas en marcha por los usuarios	Actividad adicional respecto a los objetivos que nos habíamos fijado en el último informe.

Tercera finalidad específica de beneficio común:

Valorización de los productos naturales, seguros y eficaces

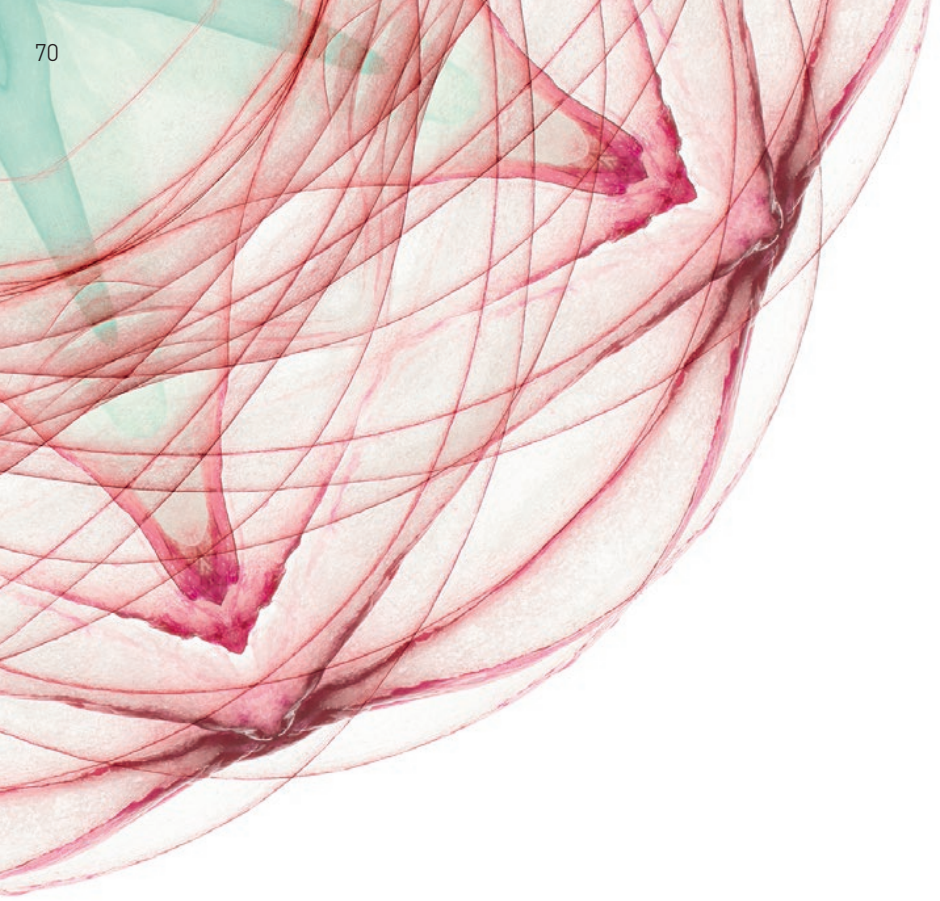
Objetivos de 2021	Resultados de 2021	Notas
Lanzamiento de nuevos productos 100% naturales de la marca Apoteca Natura	8 nuevos productos naturales lanzados	Conseguido
Formación de los farmacéuticos sobre los temas de complejos moleculares naturales a través de videocursos en directo y a la carta, aulas temáticas y seminarios online.	6.130+ farmacéuticos formados sobre temas de complejos moleculares naturales.	Conseguido
Campañas de promoción de los productos naturales a través del circuito de la Tarjeta de Fidelización MyCard.	Campañas de sensibilización y promoción de productos naturales 2021: - 182 farmacias afiliadas a MyCard en Italia y 23 en España; - 9 campañas de promoción con 178 farmacias participantes en Italia y 8 campañas en España; - 50.000.000 puntos otorgados a los clientes de las farmacias italianas; - 245.000 MyCard activadas en Italia, 5.270 MyCard activadas en España.	Conseguido
Expositores a disposición de todas las farmacias: dos expositores dedicados exclusivamente al producto natural con el objetivo de difundir la cultura de lo natural.	Expositores puestos regularmente a disposición de las farmacias Apoteca Natura.	Conseguido

Cuarta finalidad específica de beneficio común:

Valor a las personas

Objetivos de 2021	Resultados de 2021	Notas
	Prestaciones realizadas por la empresa: - Más de 70 convenios con establecimientos comerciales - El 100% de los empleados se ha afiliado al menos a un servicio de seguridad social (sanitario o de pensiones). - Más de 1.500 comidas servidas a través del comedor de empresa.	Al tratarse de una finalidad añadida este año, el conjunto de los resultados no se refiere a un objetivo específico del año anterior.
	Premios empresariales: más de 71.000 € distribuidos en total entre las personas que trabajan con nosotros.	Al tratarse de una finalidad añadida este año, el conjunto de los resultados no se refiere a un objetivo específico del año anterior.
	Teletrabajo: 51 empleados participantes para 46.440+ horas de teletrabajo	Al tratarse de una finalidad añadida este año, el conjunto de los resultados no se refiere a un objetivo específico del año anterior.
	Iniciativas para el personal. 3 Encuentros empresariales compartidos con los compañeros de Aboca: - 1 plenaria con la participación de más de 600 personas; - 2 de profundización en los temas asociados a la COVID-19 con más de 500 participantes.	Al tratarse de una finalidad añadida este año, el conjunto de los resultados no se refiere a un objetivo específico del año anterior.
	Formación: - 51 Personas formadas, tasa de cobertura del 100% - Más de 20 actividades - Más de 350 horas de formación	Al tratarse de una finalidad añadida este año, el conjunto de los resultados no se refiere a un objetivo específico del año anterior.

Objetivos de 2021	Resultados de 2021	Notas
	Sistema de Development Management. Más de 50 personas participantes entre empleados, mandos intermedios y directivos.	Al tratarse de una finalidad añadida este año, el conjunto de los resultados no se refiere a un objetivo específico del año anterior.
	Contrataciones y ascensos: - 5 contrataciones en Italia y España; - 4 relaciones laborales cesadas en Italia y España; - 9 personas han recibido un ascenso laboral.	Al tratarse de una finalidad añadida este año, el conjunto de los resultados no se refiere a un objetivo específico del año anterior.



Nota metodológica

El Informe de Impacto constituye un documento central: desempeña un papel fundamental en términos de análisis de las actividades desarrolladas y es el resultado del compromiso que la empresa asume cada año de cara a sus stakeholders[18]. El proceso de elaboración de este documento es complejo y articulado, ya que involucra a diferentes áreas corporativas que aportan su contribución, cada una según sus propias competencias.

Nuestro Informe de Impacto se elabora íntegramente a nivel interno de la estructura empresarial: recopilación de datos, establecimiento de los KPI, redacción de los textos y elaboración gráfica. El equipo de trabajo es, por tanto, multidisciplinar, con ámbitos profesionales específicos, e incluye perfiles formados especialmente como Evaluadores de Impacto (con inscripción en el registro dedicado a esa categoría).

[18] Todos los sujetos, individuos u organizaciones implicados activamente en el proyecto de Salud Consciente promovido por Apoteca Natura, cuyo interés se ve influenciado por los resultados de las actividades que promueve la Red.

Las actividades de rendición de cuentas se articulan durante un periodo de unos 4 meses cada año, desde enero hasta la aprobación del balance, y pueden resumirse en cinco fases principales:

1 Recopilación, verificación y análisis de los datos recibidos

Gracias a la experiencia acumulada a lo largo de los años, se ha estructurado un sistema interno de recopilación que permite la completa trazabilidad de los datos utilizados en este documento para garantizar su veracidad y exactitud, garantizando al mismo tiempo un total respeto al criterio de transparencia: un instrumento clave de este sistema es la plataforma informática creada *ad hoc* a nivel interno y utilizada por toda la empresa. Todos los datos no financieros son solicitados y recopilados a nivel central por el departamento encargado de la actividad de elaboración de informes y, en paralelo, se verifica la exactitud de los datos financieros gracias al Control de Gestión.

Una vez verificada la fiabilidad de los datos, se realiza un análisis destinado a elegir los indicadores más adecuados para medir el impacto de las acciones puestas en marcha por la empresa en consonancia con sus finalidades de beneficio común.

2 Evaluación del impacto global

Los datos recopilados se utilizan también para determinar el impacto global de la empresa por medio de criterios establecidos por terceros independientes, tal como exige la normativa sobre las Benefit Corporations. Actualmente utilizamos dos instrumentos complementarios entre sí que nos permiten evaluar la empresa desde puntos de vista diferentes:

- **el Benefit Impact Assessement**, que analiza los ámbitos de Gobernanza, Trabajadores, Comunidad, Medio ambiente y Clientes, ofreciendo una única evaluación global;
- **el SDG Action Manager,** que permite evaluar el compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible establecidos por la Agenda 2030 de las Naciones Unidas.

Estas actividades se han llevado a cabo contando también con la colaboración de asesores cualificados.

3 Activación de los departamentos internos

A nivel interno de la empresa se ha identificado a las personas responsables de las actividades relativas a las finalidades específicas de beneficio común de los estatutos para su colaboración en la definición de los contenidos.

4 Redacción del Informe

De acuerdo con los requisitos legales sobre las Benefit Corporations, el informe se redacta teniendo en cuenta las últimas novedades en el ámbito de la elaboración de informes no financieros.

5 Elaboración de los elementos gráficos y textos

Para hacer más inteligible la información incluida en el informe, cada departamento trabaja en coordinación con la función Impact & Sustainability para elaborar un producto que se preste a diferentes niveles de lectura.

Se trata de un trabajo en equipo que sacamos adelante con orgullo y siendo conscientes de que siempre es necesario mejorar. Todo está estudiado para hacer de este documento un reflejo real del cambio que Apoteca Natura contribuye a generar a diario, presentando la imagen más completa y veraz de su impacto, de conformidad con los fines de divulgación que la ley impone a las Benefit Corporations. **Un agradecimiento especial a todos los compañeros que han colaborado también este año en la redacción de este documento y a todos aquellos que dedicarán su tiempo a nuestro Informe de Impacto.**

www.apotecanatura.es
www.apotecanatura.it

FARMACIAS
APOTECA
NATURA
Por una salud consciente

INFORME DE IMPACTO 2021

Farmacias Apoteca Natura
Benefit Corporation

Certified B Corporation

ESAPOIM21BRO-A