

farmashop
OFICINAS

2021-2022
REPORTE DE
SOSTENIBILIDAD

farmashop®



HACIA UN FUTURO MÁS SOSTENIBLE

Estamos muy orgullosos de presentarles **nuestro primer Reporte de Sostenibilidad**, el cual refleja nuestro compromiso y evidencia la evolución de nuestra gestión de los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza reafirmando nuestro compromiso hacia el desarrollo sostenible.

2021 y 2022 fueron años bisagras a nivel compañía. Postpandemia logramos adaptarnos a nuevas formas de consumo, nuevas estrategias de comunicación y nuevas necesidades de los clientes.

Este documento es el reflejo de lo que hemos alcanzado en nuestros 25 años. Cada año trabajamos para seguir potenciándonos como grupo, impactando positivamente en la sociedad y estando cada vez más cerca de nuestros clientes.

Como un paso fundamental hacia la evolución de nuestra gestión, elaboramos nuestra primera Matriz de Materialidad: una hoja de ruta, donde se identifican los temas estratégicos a abordar por nuestro negocio, desarrollada con la participación de los directivos y gerentes de la compañía, nuestros colaboradores y colaboradoras. Asimismo, realizamos un análisis de nuestra

contribución con la Agenda 2030 planteada por Naciones Unidas en los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Con nuestras diferentes líneas de negocio, logramos llegar a 18 departamentos con propuestas adaptadas a cada lugar. Somos conscientes del impacto que podemos generar: nuestro crecimiento y expansión a más departamentos crea oportunidades de trabajo y empleos de calidad, brinda innovación, nuevos servicios y accesibilidad a más productos. Con orgullo, y producto de mucho trabajo, puedo decir que Farmashop es una empresa única, con la diversidad, equidad e inclusión como pilares fundamentales.

Utilizando a la tecnología y la innovación como aliados y con un gran equipo multidisciplinario, ofrecemos una experiencia de compra inigualable, con los clientes, colaboradores y colaboradoras en el centro del negocio y con una comunicación de ida y vuelta a través de nuestros distintos canales de comunicación.

A través de nuestra gestión transparente e íntegra, continuaremos avanzando en el camino hacia un país más consciente y comprometido en

temas sociales, económicos y medioambientales. Sabemos que siempre se puede mejorar, no tengo dudas de que continuaremos superándonos.

Agradecemos a todos nuestros colaboradores y colaboradoras que hicieron posible este reporte a través del cual compartimos, a todas las partes interesadas, nuestra gestión de sostenibilidad.

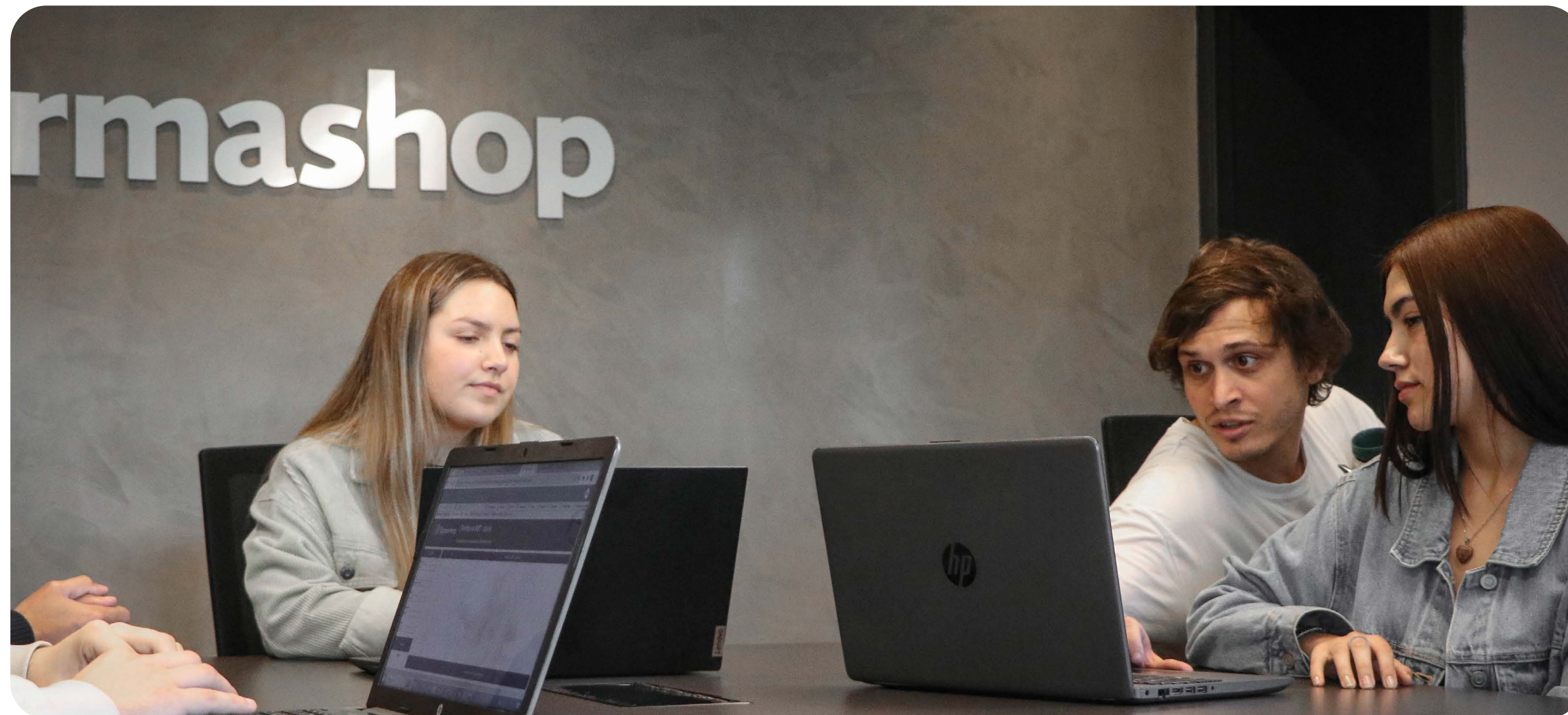
*Los saludo afectuosamente,
¡Por un 2023 con muchos más logros!*

Martín Sorrosal

CONTENIDOS

SOBRE ESTE REPORTE

Este es el primer Reporte de Sostenibilidad de COBOE S.A. (en adelante “Farmashop”) para la totalidad de las unidades y actividades de la compañía para el ejercicio económico correspondiente al período del octubre 2021 a septiembre 2022.



Este documento aborda los temas claves, para la gestión del negocio, identificados en el análisis de materialidad, con el **objetivo de rendir cuentas a nuestros accionistas, clientes, proveedores, sociedad y toda parte interesada sobre nuestra gestión** considerando los aspectos ambientales, sociales y de gobernanza como pilares fundamentales en una gestión responsable e íntegra de la compañía.

Este reporte, al igual que la gestión ESG, se basa en los siguientes lineamientos:



Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)
y metas 2030 de Naciones Unidas. **Herramienta SDG Compass - Guide 2015** (Pacto Global de Naciones Unidas, GRI, WBCSD).



Serie AA1000 de AccountAbility
(Principios de AccountAbility AA1000AP 2018/ AA1000SES - Diálogo con los grupos de interés)

Ciclo de elaboración de informes:
anual

Fecha de publicación:
Setiembre 2023

Verificación externa:
este informe no fue verificado externamente

Contacto: Agradamos sus comentarios y consultas, que nos ayudarán a mejorar el reporte y nuestra gestión ESG en nuestras redes sociales:



En **farmashop**[®] cuidamos de las personas en todas las **etapas de su vida.**

Somos líderes a nivel nacional y promovemos la vida saludable y el bienestar, acercando soluciones en salud, belleza y cuidado personal.

Nuestras marcas



 **+1.900** empleados

 **141** locales

Farmashop (115)

BELA (14)

OM (5)

Oficinas (3)

Botiga (2)

Centros logísticos (2)

MISIÓN

Ser la empresa líder en salud, belleza, cuidado personal y del hogar, trabajando con responsabilidad, eficiencia y espíritu innovador, llegando con nuestros servicios a donde te encuentres.

VISIÓN

Ser reconocidos como la mejor opción en salud, belleza, cuidado personal y del hogar.

VALORES

Integridad, trabajo en equipo, vocación de servicio.

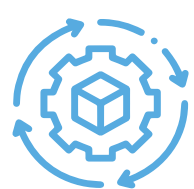
Conocé nuestras sucursales
tienda.farmashop.com.uy/sucursales



SOSTENIBILIDAD DEL NEGOCIO

Política de Sostenibilidad

En Farmashop estamos comprometidos a **liderar en el desarrollo sostenible que cuide y asegure el futuro de próximas generaciones**. Por eso, nuestra Dirección está profundamente comprometida con:



Promover y gestionar una **cadena de suministro responsable**: establecer relaciones íntegras y de mutuo beneficio con nuestros socios comerciales, seleccionando y desarrollando proveedores, y transmitiendo valores de gestión de la calidad.



Promover una **gestión ética y transparente**, así como la **prevención de cualquier tipo de soborno** a colaboradores, funcionarios públicos, socios comerciales o personas vinculadas familiarmente o como intermediarios, y asegurar el cumplimiento de todos los requisitos legales y reglamentarios aplicables.



Promover la **responsabilidad social** a través de la continua **generación de empleo**, impulsando el desarrollo productivo en todo el país, fomentando la inclusión, dando oportunidades a diferentes sectores de la sociedad y mejorando la calidad de vida de colaboradores, colaboradoras y de la sociedad.



Impulsar la prevención como accionar principal para **preservar la salud y seguridad** de las personas.



Proteger el ambiente, mediante la prevención de la contaminación y el uso sostenible de los recursos, implementando acciones para reducir nuestros impactos e **impulsando a proveedores y a la sociedad a sumarse en el cuidado del ambiente**.



Minimizar el consumo de energía proveniente de recursos no renovables, priorizando la utilización de recursos renovables, promoviendo la mejora del desempeño energético mediante la adquisición de productos y uso de tecnologías, la definición de procesos eficientes y la disponibilidad de información y recursos pertinentes.



Impulsar la gestión del riesgo como parte de la cultura de la organización con el propósito de crear y proteger el valor, mejorar el desempeño y contribuir al logro de objetivos.

Mejoramos continuamente nuestras actividades y procesos fundamentados en la **optimización** de recursos, adquisición de productos y servicios con foco en eficiencia energética, apoyando las actividades que consideren la **mejora del desempeño energético, ambiental, social y de gobernanza** incluido el sistema de gestión antisoborno que aseguren la **sostenibilidad** del negocio.

Somos una **empresa resiliente y trabajamos activamente para asegurar la continuidad del negocio** comprometidos con nuestros colaboradores, colaboradoras, la sociedad y partes interesadas.

ANÁLISIS DE MATERIALIDAD

Los **temas materiales son las temáticas estratégicas para el desarrollo sostenible de nuestro negocio a mediano plazo** y, por lo tanto, son la base de nuestra gestión de ESG.

Los temas ESG identificados y categorizados en este análisis están interconectados y pueden afectarse entre sí. Debido a esto, no deben ser vistos de forma aislada sino como parte integral de la estrategia de negocio.

A través de encuestas virtuales invitamos a colaboradores, colaboradoras y líderes a priorizar las temáticas estratégicas teniendo en cuenta el rol que deberían tener en la agenda de negocio, obteniendo como resultado nuestra **primera Matriz de Materialidad**.

IMPACTO AMBIENTAL

Gestión de recursos

- Usar eficientemente los recursos naturales.
- Gestionar eficientemente la energía e impulsar el uso de energías renovables y la movilidad sostenible.
- Usar eficientemente y reducir el consumo de agua.

Economía circular

- Promover las 3R (reducir, reciclar, reusar) en oficinas, sucursales y centros logísticos.
- Tratar y disponer en cumplimiento legal y responsable.
- Trabajar junto a la cadena de suministro y consumidores para reducir el impacto ambiental de los productos a lo largo de su ciclo de vida.

Acción por el clima

- Medir y gestionar las emisiones asociadas a las operaciones.
- Analizar e integrar las oportunidades y riesgos del cambio climático en el negocio.

IMPACTO SOCIAL

Buenas prácticas laborales, bienestar y calidad de vida de nuestro equipo

- Garantizar un buen clima de trabajo.
- Promover el equilibrio entre la vida laboral y privada.
- Garantizar la salud y seguridad integral de colaboradores y colaboradoras.
- Formar y capacitar a colaboradores y colaboradoras.

Diversidad, equidad e inclusión

- Promover la diversidad, equidad e inclusión de los equipos velando por la igualdad de oportunidades y remuneración.
- Promover la inclusión laboral de jóvenes, adultos mayores y personas en situaciones de vulnerabilidad.
- Promover la diversidad del cuerpo de gobierno.

Experiencia y satisfacción multicanal de clientes

- Asegurar la calidad, seguridad y accesibilidad de medicamentos, productos y servicios.
- Resolver las necesidades de nuestra comunidad brindando un servicio esencial y mejorando su calidad de vida.
- Transformar las experiencias de compra.

Promoción de la salud, seguridad y bienestar

- Prevención y concientización sobre enfermedades crónicas.
- Promoción de la salud (salud mental, salud materna, etc.) y bienestar.
- Concientización sobre el uso seguro de medicamentos, prescripciones y su abuso.

GOBERNANZA

Innovación y salud económica y financiera de las compañías

- Garantizar el rendimiento económico y financiero sostenido.
- Invertir en tecnología para adaptar los procesos e innovar en los servicios.

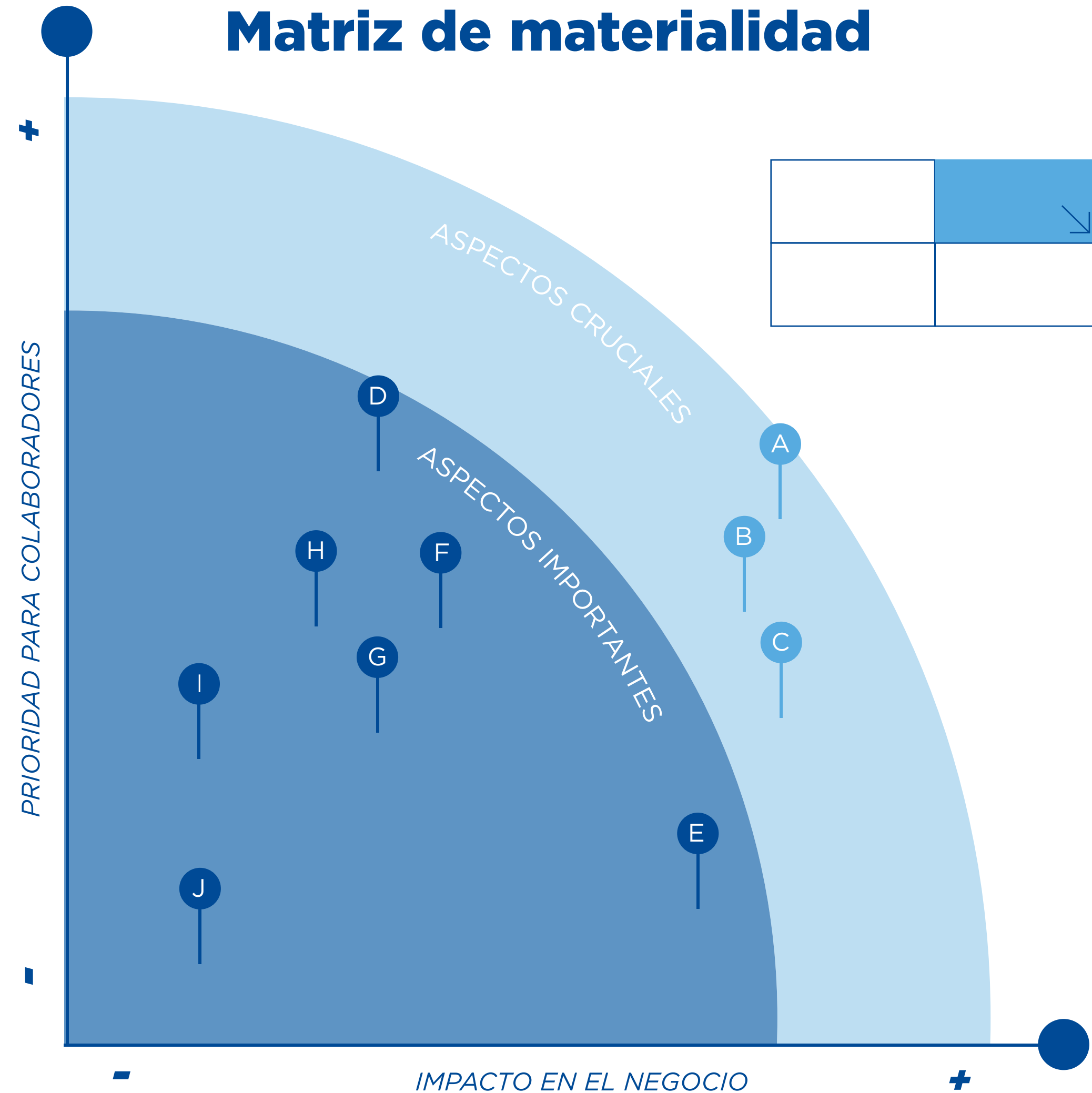
Integridad en el centro del negocio

- Promover la ética, la transparencia y el cumplimiento.
- Promover y respetar los derechos humanos.
- Promover un gobierno corporativo responsable de la estrategia ESG.
- Gestionar los riesgos ambientales, sociales, reputacionales, económicos y financieros.
- Preservar la seguridad y privacidad de los datos personales, y de la información de la compañía.
- Garantizar una estrategia de marketing responsable.

Gestión de la cadena de suministro

- Fomentar las compras locales y responsables, impulsando el desarrollo de proveedores y emprendedores.
- Garantizar el manejo controlado de sustancias y productos en los procesos de logística y abastecimiento.
- Desalentar el testeo de productos en animales.

Matriz de materialidad



| | |
|--|---|
| | ↘ |
| | |

| Aspectos cruciales | | Aspectos importantes | |
|--------------------|---|----------------------|---|
| A | Integridad en el centro del negocio | D | Buenas prácticas laborales, bienestar y calidad de vida de nuestro equipo |
| B | Experiencia y satisfacción multicanal de clientes | E | Gestión de la cadena de suministro |
| C | Innovación, salud económica y financiera de las compañías | F | Promoción de la salud, seguridad y bienestar |
| | | G | Economía circular |
| | | H | Diversidad, equidad e inclusión |
| | | I | Gestión de recursos |
| | | J | Acción por el clima |

Desafío a futuro: extender la participación y consulta a todos nuestros grupos de interés, cuyo punto de vista enriquece el análisis.

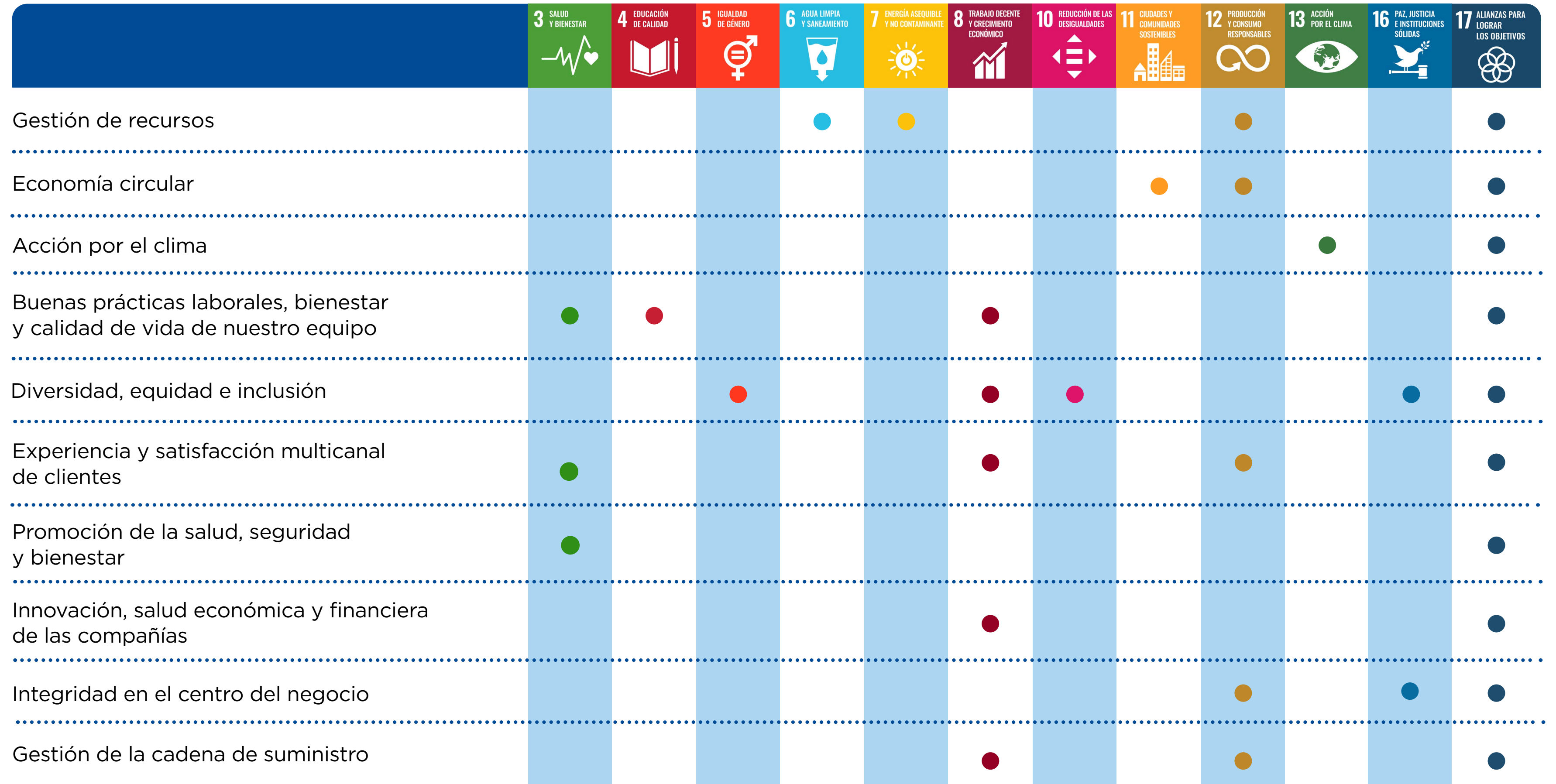
Farmashop contribuye e impacta directamente a 12 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y a 31 de sus metas

Trabajamos alineados a los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible propuestos por Naciones Unidas.

Aportamos a los ODS desde lo que mejor sabemos hacer: promover hábitos de vida saludable y el bienestar integral de las personas, cuidar a nuestra gente y el entorno, fomentar prácticas responsables a lo largo de nuestra cadena de valor e impulsar el desarrollo de las comunidades.

A lo largo de este Reporte identificamos las acciones que contribuyen a metas concretas de la Agenda 2030.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Organizaciones de las que somos parte



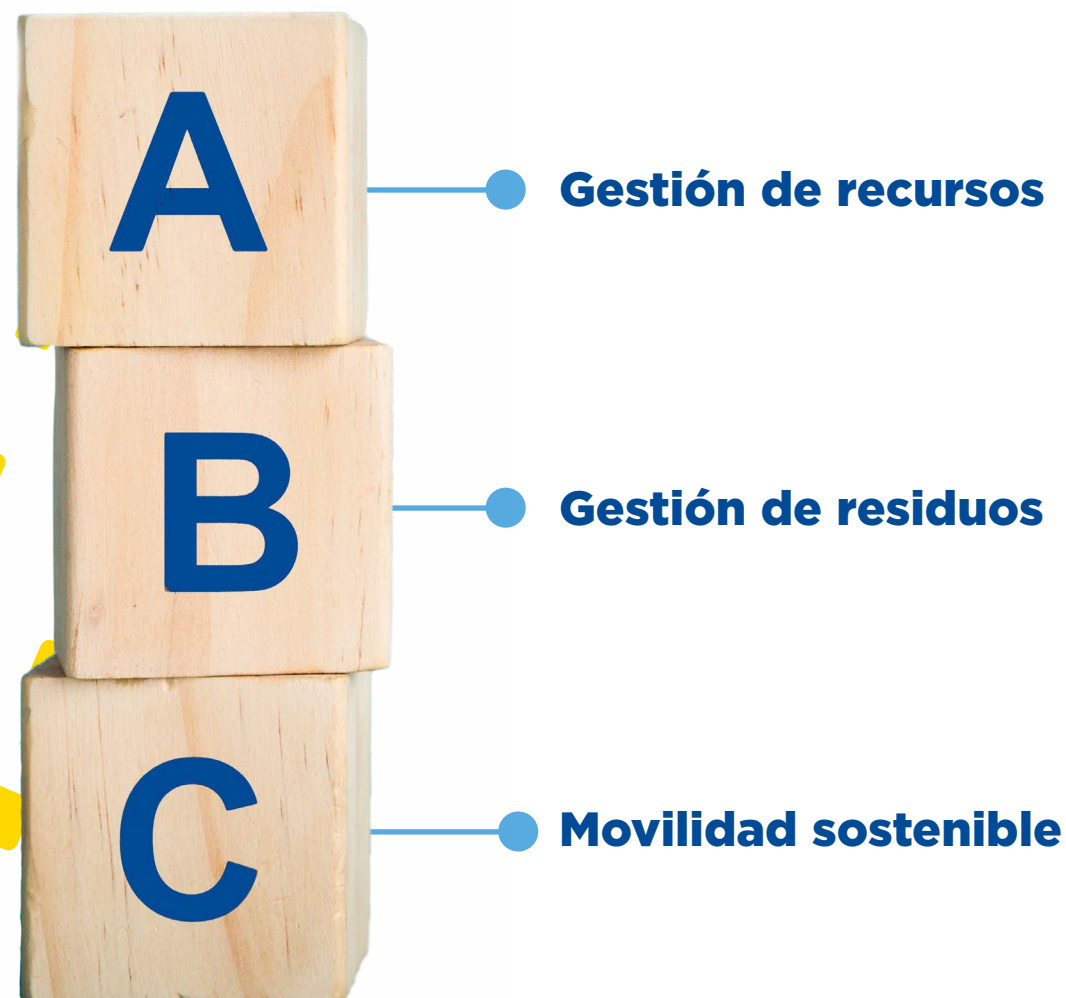


IMPACTO AMBIENTAL

PROGRAMA MÁS VERDE

Da marco a nuestra estrategia ambiental y el desarrollo de las acciones para alcanzar los objetivos teniendo como base fundamental la adecuada identificación y gestión de los aspectos, impactos y riesgos ambientales.

El programa cuenta con **3 pilares fundamentales**:



GESTIÓN DE RECURSOS

Consumo energético global 72 73

Combustibles fósiles

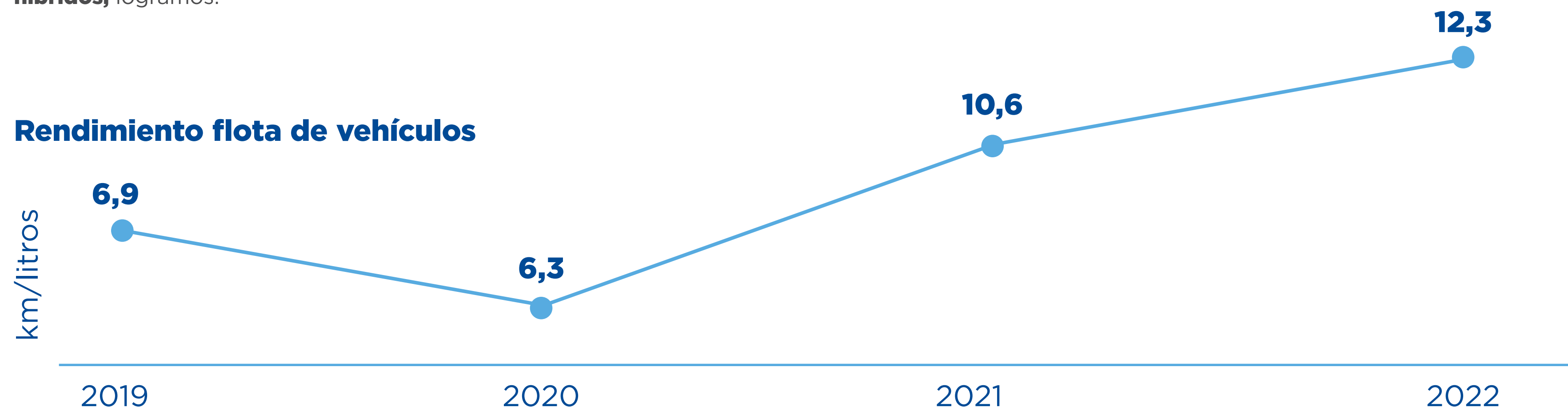
El **combustible fósil** utilizado para nuestra flota de vehículos es Nafta Super 95. A pesar de que el consumo de combustible aumentó, también lo hizo la cantidad de vehículos de la empresa, pasando de 21 vehículos en 2019 a 43 vehículos a septiembre de 2022.

Con la **incorporación de vehículos eléctricos e híbridos**, logramos:

Reducir el consumo de combustible: **ahorro de 15,9 tep/año.**

Aumentar el **rendimiento de la flota un 80%** con respecto al año 2019.

Rendimiento flota de vehículos



Energía eléctrica

Dimos un salto cualitativo en la medición de nuestros consumos energéticos. Gracias al proceso de implementación del sistema de gestión ambiental **comenzamos a medir en unidades de consumo** y, por ese motivo, los datos **consumidos** de energía eléctrica son registrados desde octubre de 2021.

7.537.933 kWh/año
de energía eléctrica consumida³
648 TEP/año

Intensidad energética: 15.191,3 MJ/colaborador⁴

³ Para calefacción y refrigeración.

⁴ Tiene en cuenta el consumo de energía eléctrica y combustible.

Usamos eficientemente el agua 6.4 6.3

Todos nuestros locales, oficinas y centros logísticos toman agua de OSE y la vierten al sistema de saneamiento público.

El principal uso que le damos al agua es para limpieza y consumo de colaboradores y colaboradoras.

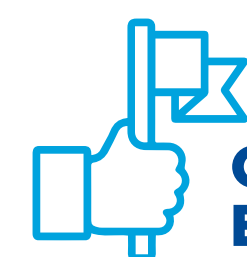
14.646 m³
de agua consumida

103.407 L
combustible/año
81 TEP/año

Implementamos medidas de **eficiencia energética**

7.2

7.3



OBJETIVO ESTRATÉGICO

Descarbonizar sostenidamente nuestras operaciones mediante el recambio de nuestra flota y medir y analizar la compensación de nuestra huella de carbono.

AHORROS LOGRADOS

17,99%

respecto al **consumo total de energía** de la empresa.

Equivale al consumo de energía eléctrica anual de más de 8.000 hogares uruguayos

17,91%

respecto al **gasto total en energía** de la empresa

| | Acción | Fecha (inicio de operación) | Inversión (\$U) | Ahorros (tep/año) | Ahorros (\$U/año) | Reducción de emisiones CO2 (tCO2/año) |
|--|---|-----------------------------|---------------------|-------------------|--------------------|---------------------------------------|
| Generamos energía mediante dos plantas fotovoltaicas que cubren el 82% de la energía necesaria para operar los centros logísticos. 138,6 kWp de potencia instalada. | Planta FVmicro generación C.Carrasco | 11/8/2022 | \$4.526.005 | 14,71 | \$885.780 | 7,45 |
| | Planta FVmicro generación C.Portugueses | 10/3/2021 | \$4.958.931 | 15,49 | \$882.940 | 7,85 |
| Movilidad sostenible: incorporamos motos, trike y una camioneta 100% eléctrica. Además, contamos con 5 vehículos híbridos | Vehículos híbridos | 18/11/2019 21/7/2022 | \$16.915.290 | 13,65 | \$1.245.753 | 39,63 |
| | Camioneta eléctrica | 8/7/2022 | \$776.355 | 1,58 | \$193.361 | 5,78 |
| | Moto eléctrica | 13/7/2022 | \$95.178 | 0,17 | \$18.047 | 0,53 |
| | Trikes eléctricos | 26/6/2019 11/8/2020 | \$515.312 | 0,51 | \$60.466 | 1,79 |
| Incorporamos paneles solares térmicos para calentar el agua utilizada en los centros de estética de OM | Colectores solares | 17/3/2022 | \$62.637 | 0,24 | \$13.329 | 0,12 |
| El 100% de nuestras locaciones cuentan con: Iluminación LED Potencia instalada (kW) 144 Potencia LB (kW) 220 | Iluminación Led | 30/6/2022 | \$7.641.118 | 21,6 | \$1.220.565 | 10,94 |
| El 100% de nuestras locaciones cuentan con: Equipamiento inverter clase A para acondicionamiento térmico. Tomamos como medida registrar una temperatura máxima de 23°. | Aires acondicionados inverter categoría A | 23/6/2022 | \$13.357.567 | 92,02 | \$5.200.331 | 46,62 |
| TOTAL | | | \$48.848.393 | 159,97 | \$9.720.572 | 120,71 |

ECONOMÍA CIRCULAR

12.5

12.6

En todas nuestras locaciones clasificamos los residuos, logrando separación en origen. En Montevideo y área metropolitana contamos con un único proveedor responsable del retiro, tratamiento y disposición de estos residuos, del que recibimos informes mensuales que detallan la cantidad de kilogramos retirados y su destino.

Nuestro estricto procedimiento de canjes, asegura la adecuada identificación y gestión de la mercadería no apta para la venta, asegurando, además, el cumplimiento normativo respecto a tratamiento y disposición de dicha mercadería.



28% | Residuos no valorizados
72% | Residuos valorizados

¿Hacia dónde vamos?

Objetivo: 75% de residuos valorizados

Principales acciones implementadas

Ruta del cartón:

Mediante esta acción, recolectamos y centralizamos el total de residuo de cartón que se genera por nuestras actividades. Esto nos permite **maximizar la valorización** de este material y lo mejor es que lo hacemos **utilizando capacidad ociosa de nuestro sistema de transporte.**

Programa plan de eliminación segura de envases de medicamentos post-consumo (PLESEM):

Este año ampliamos el alcance del programa, logrando que el **100% de nuestras sucursales cuenten con recipientes para recibir los medicamentos o empaques en desuso** de nuestros clientes. De esta forma, esta acción tiene alcance nacional.

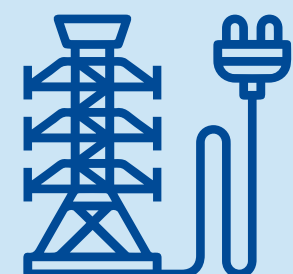
ACCIÓN POR EL CLIMA

13.3



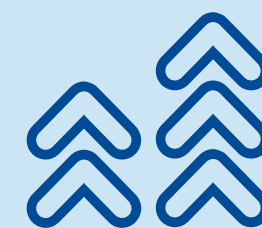
Emisiones directas de Gases de Efecto Invernadero (alcance 1)⁵
326.518 kg CO₂

⁵ Se calcula a partir del consumo de combustible de la flota de vehículos. En el año fiscal 2022 realizamos el primer cálculo de emisiones provenientes de combustibles. Para el cálculo asumimos que la flota en 2021 es la misma y que consumen relativamente lo mismo, es decir, que las emisiones son proporcionales al combustible utilizado. Esto nos permite estimar un aumento de 12% en las emisiones debido al proceso de expansión de nuestra compañía.



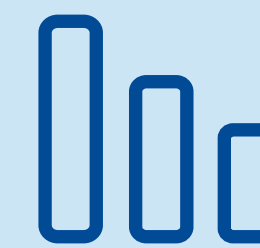
Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)⁶
326.518 kg CO₂

⁶ Fuente de factor de emisión: Balance Energético Nacional, el valor corresponde al año 2020. Se utiliza este año y no el 2021 debido a que este era el último publicado a la hora de hacer los cálculos. Se asume que todo lo consumido está afectado por el mismo factor. No se tiene en cuenta la energía eléctrica generada por los paneles fotovoltaicos.



Intensidad de las emisiones de GEI⁷
294,76 kg CO₂ por persona

⁷ El cálculo se hace de manera mensual con las emisiones y la cantidad de colaboradores y colaboradoras de ese mes. Se tiene en cuenta el alcance 1 y el 2



Reducción de las emisiones de GEI⁸
16,2% asociadas al consumo de **energía eléctrica**
1,79% asociadas al consumo de **combustible**

⁸ Asumiendo que las emisiones son directamente proporcionales al consumo de energía y combustible se puede estimar la reducción de emisiones.

Sistema de gestión

Nuestra gestión tiene como guía las Normas ISO que nos dan el marco para gestionar adecuadamente la calidad de productos y servicios, aspectos ambientales y energéticos, la gestión de riesgos y la atención a clientes.

Sistema de gestión de la energía **según ISO 50001**

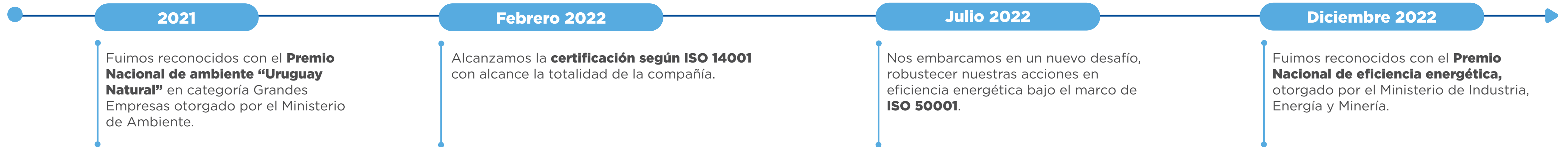
Sistema de gestión ambiental **según ISO 14001**

Comité Ambiental

Contamos con un comité integrado por referentes de diferentes áreas, que sesiona bimestralmente y analiza el desempeño ambiental de la compañía a través de la evolución de KPI's. También analiza las tendencias, iniciativas y cambios que puedan afectar la gestión ambiental de la empresa.



Hitos ambientales del ejercicio



¡Objetivo alcanzado! Obtuvimos la **certificación ISO 14001**

Esta certificación fue el principal objetivo ambiental del año. En base a sus requisitos definimos indicadores y comenzamos a registrar el consumo de agua, energía eléctrica, combustible y generación de residuos para determinar una línea base para años siguientes. Esto fue un gran salto cualitativo, ya que nos permitió accionar en función de nuestra realidad encontrando puntos débiles en donde podíamos mejorar.





IMPACTO SOCIAL

BUENAS PRÁCTICAS LABORALES, BIENESTAR Y CALIDAD DE VIDA DE NUESTRO EQUIPO

1.959
personas

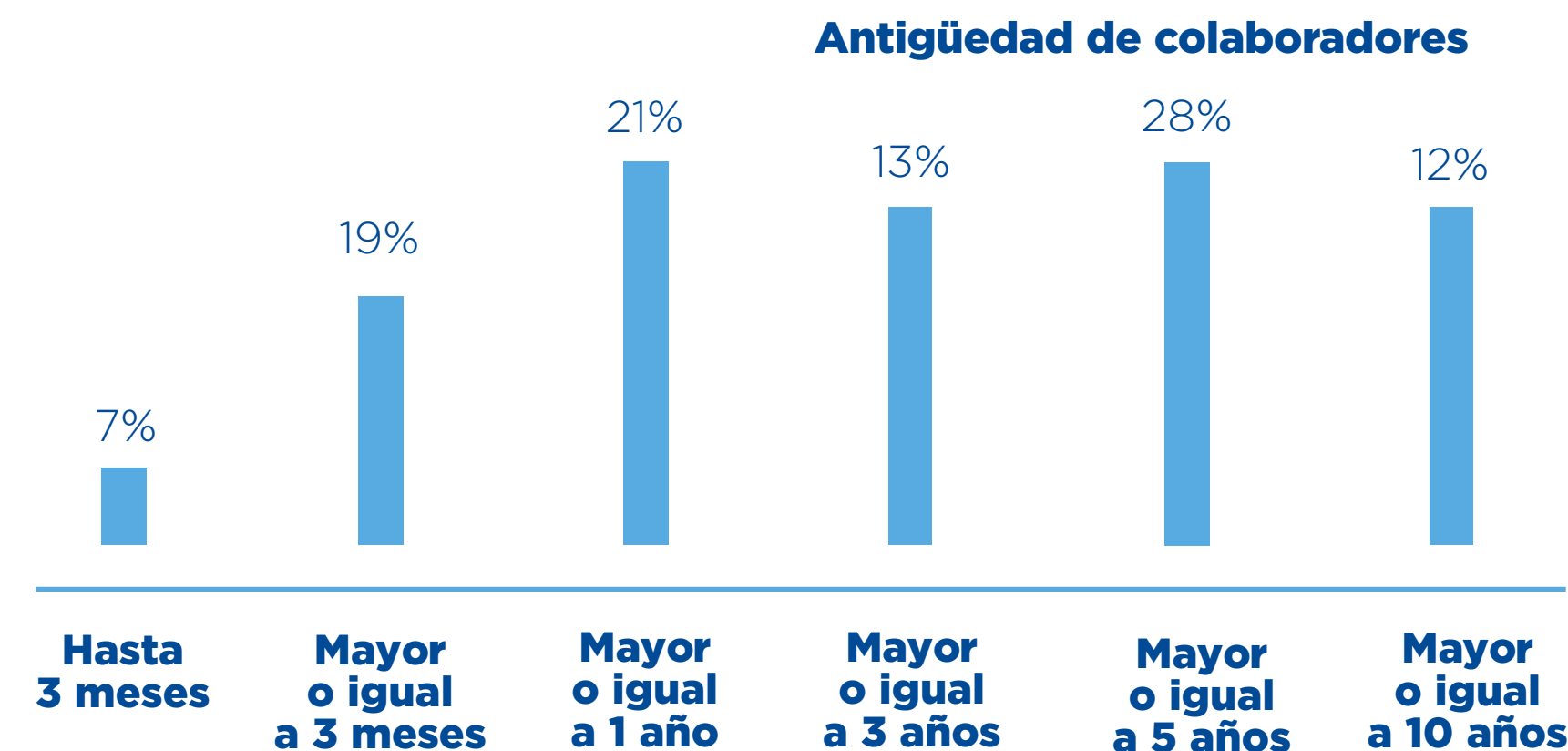
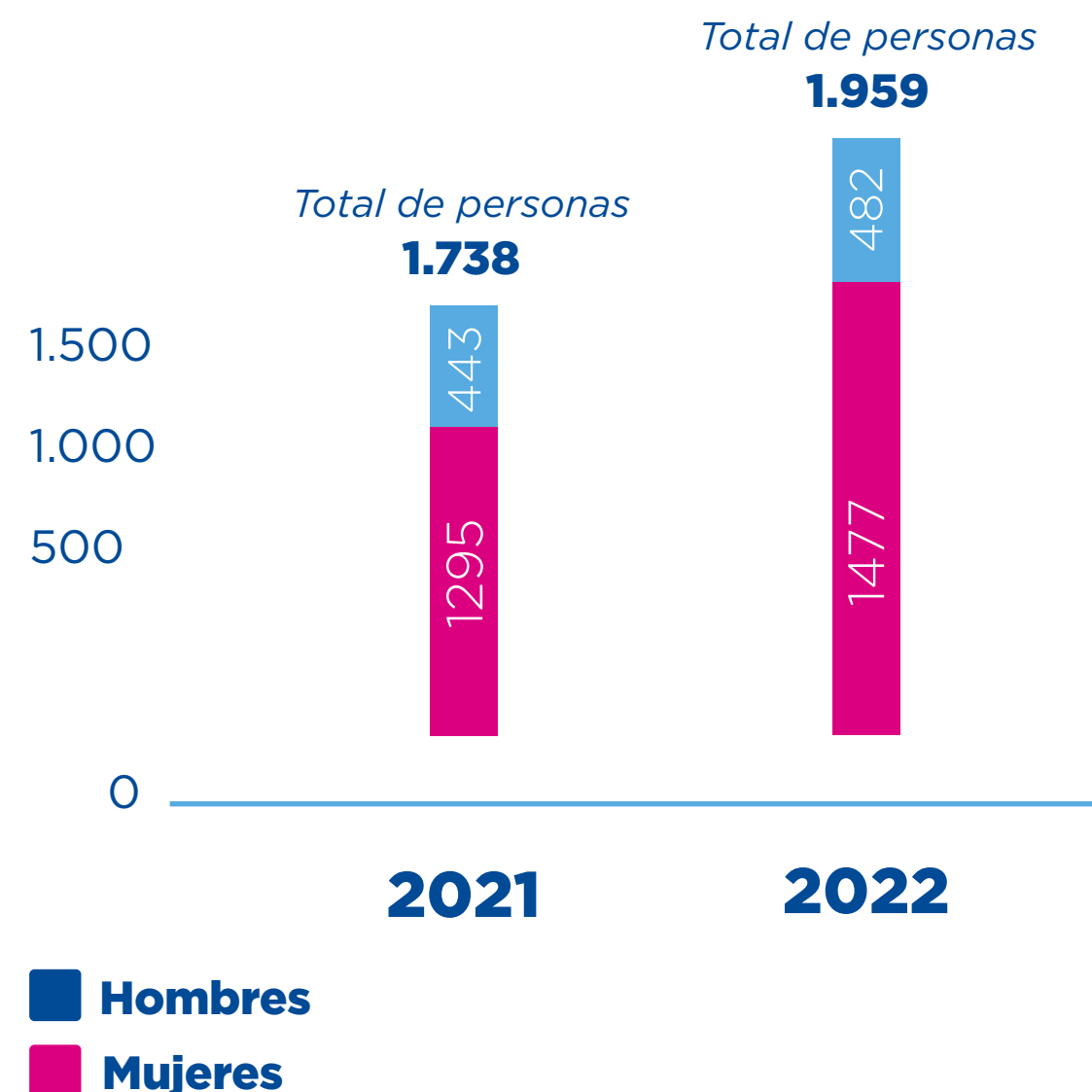
trabajan en Farmashop
13% más respecto del año anterior¹

¡Nuestro equipo crece!

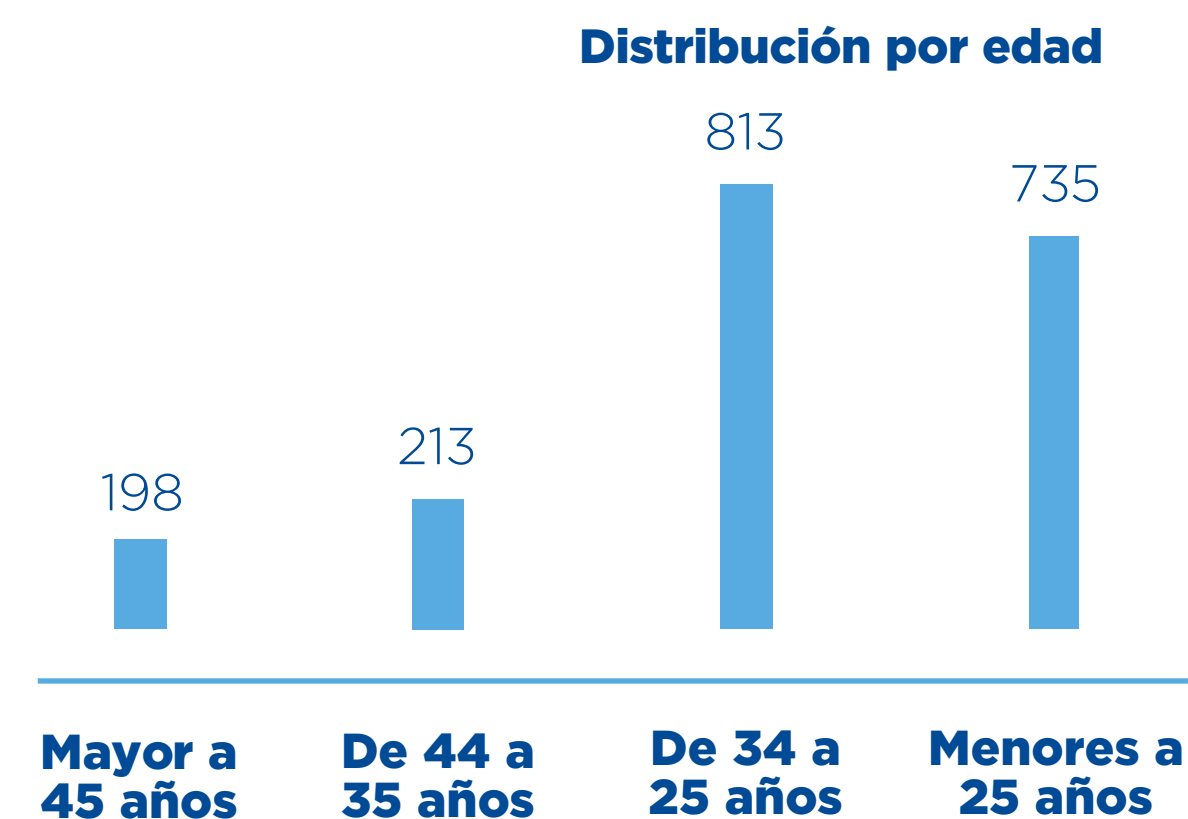
Distribución por género

El **75% son mujeres** que, además, son quienes **ocupan el mayor número de posiciones de liderazgo** a nivel compañía.

El **88% son millennials y centennials** con un **promedio de edad** compañía de **30 años**.



Apostamos a la diversidad de generaciones y nos adaptamos a sus nuevas demandas para darles una **propuesta de valor atractiva** y que los fidelice a nuestra compañía.



¹ A lo largo del ejercicio 2021-2022 abrimos 14 sucursales de Farmashop y 1 sucursal de Bela, lo que justifica en gran medida el aumento en la nómina.

Garantizamos un 8.5 8.8 buen clima de trabajo

Nuestro objetivo: continuar construyendo un excelente lugar para trabajar, apuntalando el clima y las necesidades de los colaboradores como centro.

Buscamos ideas para generar cambios

Tenemos un **buzón de sugerencias** al que cualquier persona, sin distinción de posición, sector, rol, puede acercar ideas innovadoras, sugerencias de mejoras y posibles nuevas implementaciones para generar cambios, que son canalizados por el área de Capital Humano.

El uso del buzón es impulsado por nuestros líderes y las **sugerencias son reconocidas** vía e-mail y a través de nuestra herramienta de comunicación interna, lo que fortalece el alcance que hoy en día logra.

331 sugerencias recibidas en 2021-2022

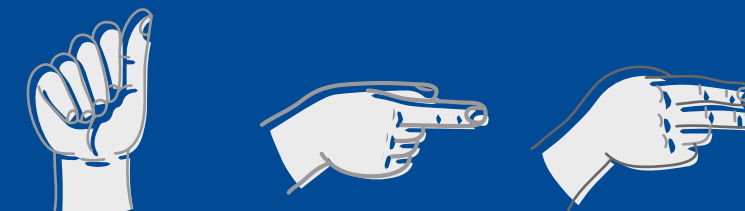
Charla de viernes: Es una propuesta en el área de oficinas y favorece al clima y da la oportunidad de generar intercambios entre los diferentes equipos.



Natacha | Sucursal 27 sugiere:

“Nuestra sucursal cuenta con una colaboradora no oyente interesada en informarse e inscribirse en diversas capacitaciones, queremos pedirles si pudieran contar con un intérprete de lenguaje de señas para el encuentro”.

A partir de esta sugerencia implementamos la **figura de intérprete** en diversos eventos y materiales de comunicación.



Por 2do año consecutivo obtuvimos el **2º puesto** de este ranking que reconoce a las **Mejores Empresas para Jóvenes Profesionales.**

7º lugar dentro de las **Mejores Empresas para Jóvenes Profesionales de Argentina y Uruguay.**



Nos certificamos como excelente empresa para trabajar y obtuvimos el **puesto 14** entre las empresas con más de 300 colaboradores en el ranking que reconoce **los mejores lugares para trabajar en Uruguay.**

Puesto 35 como mejor empresa para trabajar en **LATAM** en la categoría empresas Grandes.



Destacados 2022

Todos los cuatrimestres reconocemos a las **personas que se destacan en su desempeño** y viven nuestros valores. En base a esta selección definimos los reconocimientos anuales.

También celebramos y reconocemos a las personas que cumplieron **20 años en la compañía**.

celebraciON

Volvimos a la presencialidad para el evento de fin de año que se desarrolló en simultáneo en distintas localidades del país y unió varios eventos en una sola fiesta.

Promovemos el **equilibrio entre la vida laboral y privada** 3.4



Fechas especiales

Entrega de tarjetas OCA, obsequios y bonos en fechas como: día de la madre, del padre, navidad, pascuas y comienzo de clases.



Cumpleaños

Media jornada libre por fecha de cumpleaños y obsequio de 1.000 farmapuntos.



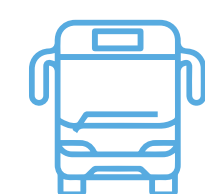
Garantía CGN

Luego de 6 meses de antigüedad en la empresa, los colaboradores y colaboradoras pueden acceder a la garantía de alquiler para casa-habitación de la Contaduría General de la Nación.



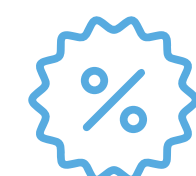
Carné de Salud SEMM

Gratuito para colaboradores y colaboradoras de la compañía. Se accede contactando directo a SEMM.



Descuentos en boletos

10% de descuento en el valor de los boletos de STM y Copsa. Se solicita vía Intranet.



Descuentos en unidades de negocio del grupo

Descuentos especiales en: Bela 5%, Botiga 10% y OM 15%.
Venta outlet a precio especial para colaboradores y colaboradoras.
Descuentos de 15% para colaboradores y colaboradoras acumulables a los descuentos Santander Farmacard.



Farmashop crece contigo

Descuentos y becas para cursos y carreras en UDE, ORT y Senpai Academy.



CelebraciON

Fiesta de fin de año para todo el equipo Farmashop con sorteo de premios (Autos, Viajes, Motos)



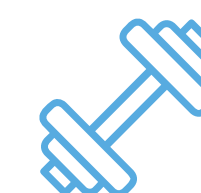
Macromercado

Los colaboradores y colaboradoras pueden solicitar la tarjeta de descuentos en locales Macro. Aplica descuentos por 12 unidades de lunes a jueves y por 6 unidades de viernes a domingo.



Comisiones

Premios por competencias de ventas.



Acceso a deportes

Beneficios en PaseLibre para acceder a diversos centros deportivos.



Farmacuenta

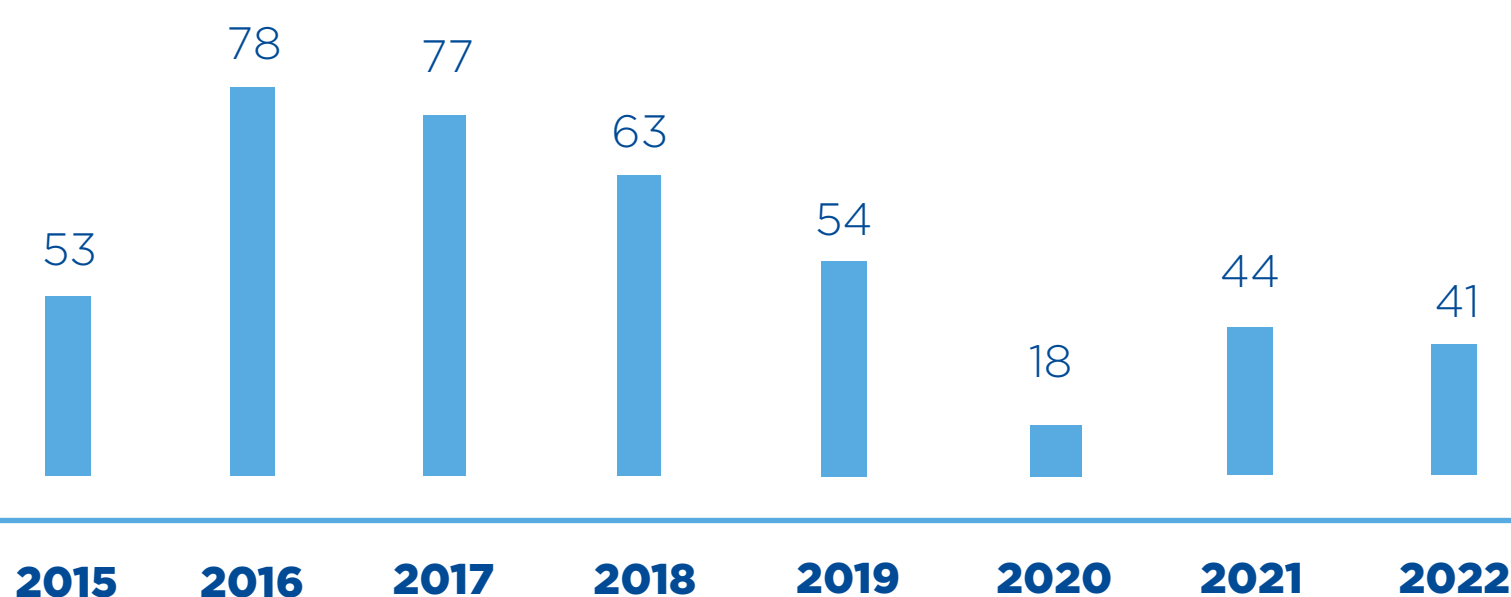
Quienes sociliten en Humand, pueden comprar en Farmashop, Bela, OM y Botiga, y que se descuenta la compra de su sueldo del mes siguiente.

Garantizamos la salud y seguridad integral de colaboradores 3.4 8.8

Para prevenir impactos negativos sobre la salud y seguridad de nuestras personas, y mejorar las condiciones en las que desarrollan sus actividades, **seguimos y evaluamos todos los puestos de trabajo.**

Trabajamos para crear una **cultura preventiva que evite futuros accidentes**

Accidentes registrados



Gravedad de la lesión



- ▶ Cuasi accidente: 0
- ▶ N° accidentes sin baja: 1

- ▶ N° accidente con baja: 40
- ▶ Fatalidades: 0
- ▶ Jornadas pérdidas totales: 1.069

El servicio de prevención trabaja con todas las áreas, principalmente en aquellas de mayor riesgo como el centro de distribución y las sucursales que cuentan con delivery. **El sector más afectado por el tipo de lesión y gravedad del accidente fue el de mandaderos**, por lo que trabajaremos para implementar prácticas seguras para el año 2023.

2022

65 eventos registrados: 41 se consideraron accidentes laborales y 27 incidentes.

80% ocurrieron en sucursales y el resto en Centro de distribución y oficinas

38% de los accidentes fue durante delivery

Tendencia: Reducción de accidentes año tras año.

La mayoría de los eventos tuvieron un **nivel de consecuencia leve**. Hubo una notoria reducción en cuanto a la gravedad de lesiones con años anteriores.

Índice de gravedad: Perdimos alrededor de 0,24 días o 6 horas por cada mil horas de trabajo con exposición al riesgo.

LOGROS 2021-2022

Realizamos **evaluaciones ergonómicas** en el SEO.

Desarrollamos el **plan de evacuación**. Realizamos **simulacros** en las sucursales del Este, en el Centro de Distribución y el Predio 9. Les entregamos la cartilla de emergencia y **capacitamos a sus colaboradores y colaboradoras**.

Diseñamos un proceso seguro para el **control de exceso de pesos de productos enviados al Centro de Distribución**.

Diseñamos un proceso de **almacenamiento seguro de productos químicos** para el Centro de Distribución.

100% de colaboradores y colaboradoras que **manejan vehículos de la compañía** o que su actividad esta vinculada al transporte de mercaderías realizaron el **curso del UNASEV**.

DESAFÍOS 2022-2023

Generar un **buzón específico de SYSO** que permita realizar denuncias y plantear inquietudes y sugerencias.

Replicar los **simulacros de evacuación** en sucursales de Montevideo, incluyendo la cartilla de emergencia y las capacitaciones.

Participación del equipo de SYSO en **Comité desalud y seguridad**.

Comenzar a diseñar un **plan de seguridad** para dar cumplimiento al decreto 127/018.

Formamos y capacitamos a nuestras personas

4.3 4.4 8.6

Promovemos el desarrollo personal y profesional de nuestros colaboradores y colaboradoras, fomentando una cultura de trabajo en equipo y de puertas abiertas, contando con líderes que guían y acompañan.

El desarrollo del capital humano es uno de nuestros objetivos estratégicos.

Entorno de Capacitación y Aprendizaje (ECA)

Plataforma que permite el aprendizaje asincrónico y de alcance a toda la compañía especializándose en formaciones para el sector operativo.

 **170 instancias** de capacitación

Sala de capacitación

Allí realizamos formaciones presenciales y en formato híbrido para que puedan participar personas de todo el país.

 **90 instancias** de capacitación

Más de **3.000 horas anuales** de formación, logrando así que el 70% del **equipo Directivo, Gerentes y Jefes** sea resultado de promociones internas.

Becas otorgadas

7 becas parciales
(MBA Y UDE)

75 totales
(Oficina, LSU, UDE, Excel)

155 becas
para el curso de Idóneo en Farmacia

En alianza con INEFOP brindamos becas a colaboradores y colaboradoras que forman parte de **Uniendo, La Cámara LGBT y mujeres entre 35 y 45 años**, acercándoles la oportunidad de trabajar en el rubro farmacéutico.

LOGROS 2021-2022

Evaluamos formalmente el desempeño de todas las personas en **sector de Operaciones y Oficinas.**

Volvimos a realizar **formaciones presenciales** luego de la pandemia.

Formación para idóneos en farmacia.

Curso de medicamentos para el 100% de colaboradores y colaboradoras que interactúan con la dispensación o preparación de pedidos que contengan medicamentos.

DESAFÍOS 2022-2023

Contar con una **sala de capacitación con tecnología** actualizada para formaciones híbridas y con mayor capacidad.

Fortalecer a los mandos medios de la organización.

Mejorar la plataforma de capacitación y desarrollo (ECA) para que tenga mayor alcance, sea más digital y contenga una sólida trazabilidad de las formaciones y horas de capacitación de cada persona.

Co-crear un Manual de gestión de Encargados a través de design thinking que pueda dar mejores herramientas a los mandos medios de las sucursales para tener una mejor gestión.

DIVERSIDAD, EQUIDAD E INCLUSIÓN

10.2 10.3

Estamos comprometidos con la diversidad, equidad e inclusión laboral. Tenemos convenios con distintas instituciones y entidades para promover la inclusión en Farmashop y todas las unidades de negocios.

- Somos miembros de la **Red de Empresas Inclusivas para promover la inclusión laboral de personas con discapacidad.**
- Apoyamos el **Programa Accesos** del Ministerio de Desarrollo, que busca **generar oportunidades de inserción laboral formal** de personas que tengan entre 18 y 64 años y que

se encuentran en situación de vulnerabilidad socioeconómica en todo el territorio nacional.

- Somos miembros de **Pride Connection**, una red que busca **promover espacios de trabajo inclusivos para la diversidad sexual** y generar lazos para la atracción de talento LGBTI a las distintas organizaciones que la componen.

¿Cómo avanzamos en nuestro compromiso con la diversidad?

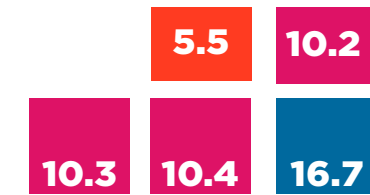


Nuestro Director General, Martín Sorrosal, participó del evento **CEO por la inclusión** organizado por la Sociedad Uruguaya de Gestión de Personas y la Red de Empresas Inclusivas, donde junto a otros 21 CEO'S asumió un compromiso público por la inclusión y el trato con equidad hacia las personas con discapacidad en el ámbito laboral.



Firmamos un acuerdo con el Ministerio de Desarrollo en el que nos nombraron **Empresa Madrina del Programa Accesos.**

Promovemos la igualdad de oportunidades en puestos jerárquicos



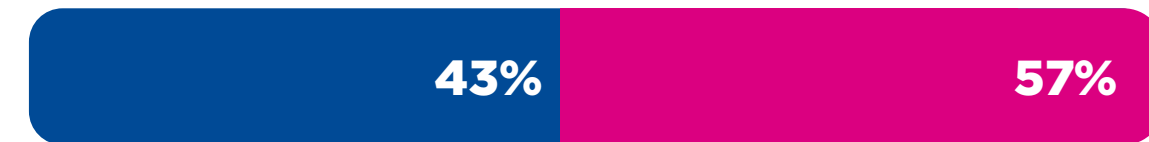
Categoría: Dirección



Categoría: Gerencias



Categoría: Jefaturas



Categoría: Supervisión

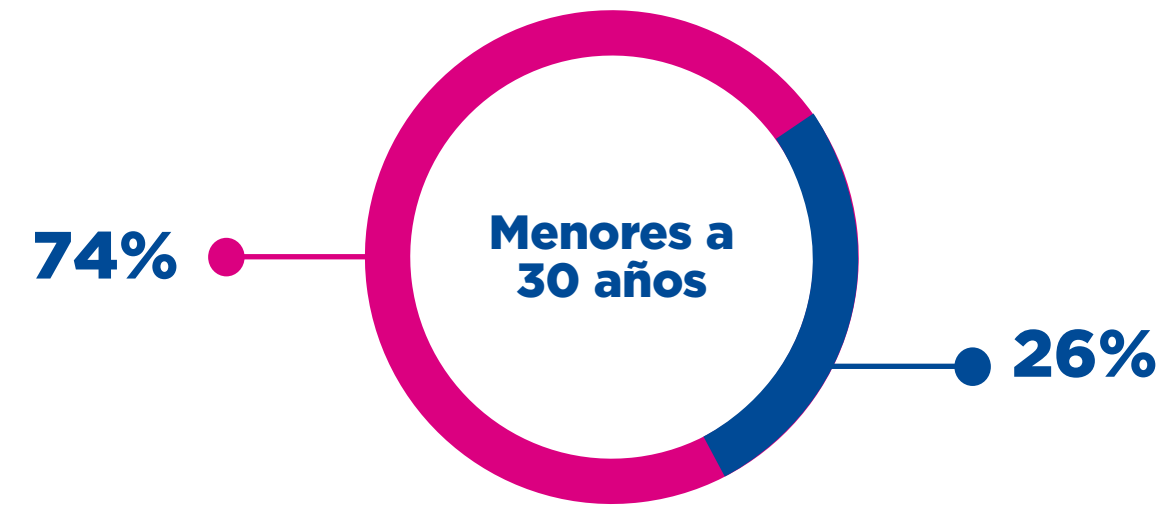


Categoría: Encargados/as



32%
Total hombres

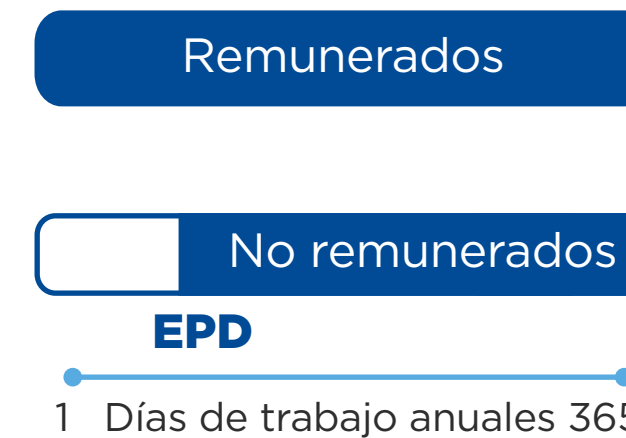
68%
Total mujeres



■ Hombres ■ Mujeres

OBJETIVO: Lograr **50%** de directores de ambos géneros para el año 2030

¿Qué es el Equal Pay Day (EPD)?⁵



$$\text{Brecha de ingresos(\%)} = \frac{\text{Ingresos Hombres} - \text{Ingresos Mujeres}}{\text{Ingresos Hombres}}$$

$$\text{Brecha en días} = \text{Brecha ingresos (\%)} * 365$$

El **EPD visualiza la penalidad** que implica la brecha de ingresos como días del año trabajados gratis. **En 2022:**

66 días
URUGUAY: Brecha 17,8%

63 días²
FARMASHOP: Brecha 17,3%

Indicadores de Licencias

-Tasa de regreso al trabajo luego de licencias de paternidad/maternidad³

100% hombres
95% mujeres

-Tasa de retención de personas que acogieron a la licencia⁴

78% hombres
78% mujeres

² Brecha de ingresos por género en base a la remuneración fija.

³ Tasa de regreso al trabajo = cantidad total de personas que regresaron al trabajo después del permiso parental / cantidad total de personas que deben regresar al trabajo después del permiso parental.

⁴ Tasa de retención = cantidad total de personas retenidos 12 meses después de regresar al trabajo tras un período de permiso parental / cantidad total de personas que regresaron del permiso parental el año anterior.

⁵ Fuente de la información: informe emitido por CPA Ferrere.

Promovemos la inclusión laboral

Llevamos adelante diversos programas que apoyan la empleabilidad de:

- Jóvenes sin experiencia laboral.
- Mujeres mayores 45 años que buscan una posibilidad de reinserción laboral.
- Personas con discapacidad.
- Personas en condición de vulnerabilidad socioeconómica.
- Personas de los diferentes colectivos para que puedan tener posibilidades de empleo.

Programa Mamás, Tías y Abuelas (MTA):

Ofrece a mujeres de entre 35 y 55 años la oportunidad de reinsertarse laboralmente. No solo se trata de una oportunidad de empleo, sino que además les brinda acceso a herramientas que favorecen su desarrollo profesional y personal, así como a actividades de capacitación comercial y cursos de especialización.

209 personas de +45 años forman parte de nuestro equipo, 85% de ellas son mujeres



Trabajamos por más empleabilidad formal e inclusiva

Tenemos un acuerdo con la Cámara LGBTI+ e incorporamos 2 personas del colectivo a nuestro equipo.

Oportunidades para personas con discapacidad:

Trabajamos junto a Uniendo en nuestro proceso de inclusión. Actualmente, 17 personas con discapacidad forman parte de nuestro equipo, pero vamos por más:

Queremos que las personas con discapacidad representen:

1% de nuestro equipo en 2024

2% en 2025

3% en 2026

4% en 2027

Adaptamos nuestros contenidos audiovisuales y procesos de inducción y capacitación, con el apoyo del servicio de intérprete. Además, creamos un procedimiento para el proceso de selección de perfiles con discapacidad.

Desafío: crear un plan de evacuación para personas con discapacidad.

Colaboradores y colaboradoras en el centro de nuestras iniciativas

Todos los años en agosto lanzamos la campaña interna **Votá para colaborar**, que permite a los colaboradores y colaboradoras de todas nuestras unidades de negocio conocer más sobre las organizaciones participantes vinculadas a la salud y dar su voto para que la organización ganadora participe de la campaña de recaudación en cajas.

Por sexto año consecutivo, el ganador de la convocatoria fue la Fundación Pérez Scremini (FPS). Por este motivo, durante setiembre realizamos la campaña de recaudación en cajas a beneficio y **¡fue un récord absoluto!**

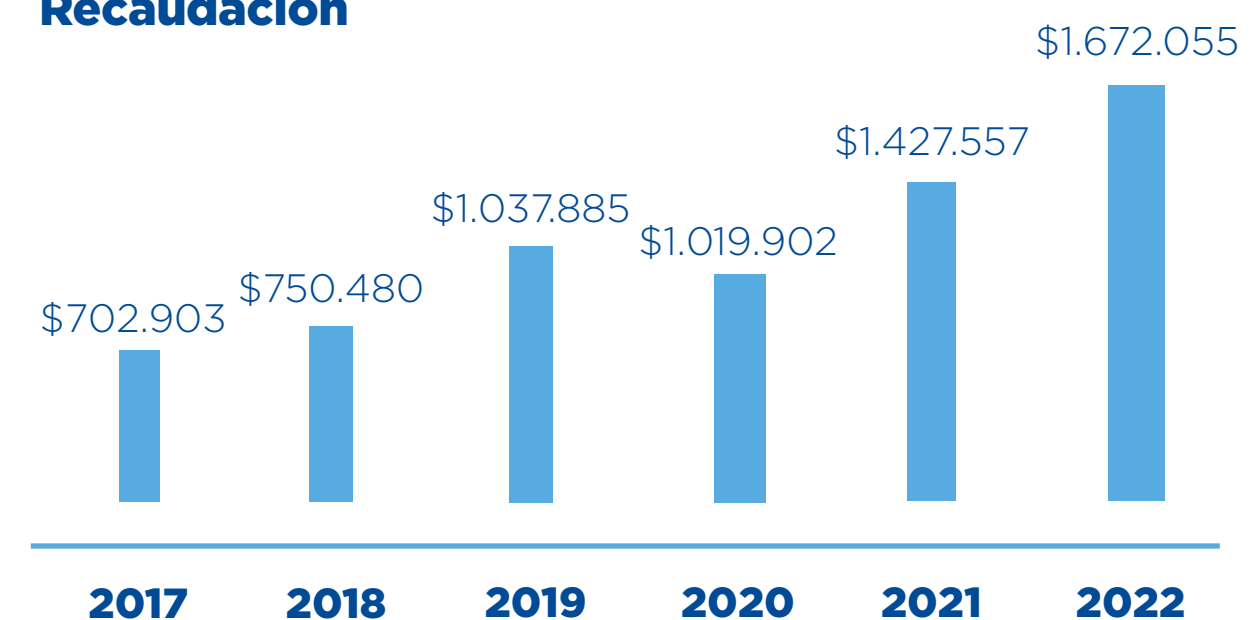


FPS trabaja en la cura del cáncer infantil y adolescente en nuestro país y tiene a su cargo el Servicio Hemato Oncológico Pediátrico del Hospital Pereira Rossell.

[+Conocer más](#)

Desde Bela impulsamos una campaña de recolección de juguetes de clientes a beneficio de Fundación Niños Sin Dolor. [+Conocer más](#)

Recaudación



EXPERIENCIA Y SATISFACCIÓN MULTICANAL DE CLIENTES

Resolvemos las necesidades de nuestra comunidad brindando un servicio esencial

3.8

12.8

Ofrecemos una **experiencia de compra Omnicanal**, donde clientes pueden adquirir **los mismos productos, al mismo precio en todo el país**. A través de:

- Sucursales
- Web
- APP
- Canal telefónico para la toma de pedidos
- Canales digitales: *Pedidos Ya, Mercado Libre y Rappi*

Nuestro desafío es **brindar el mejor servicio a través de la excelencia en la atención** con presencia en todo el país

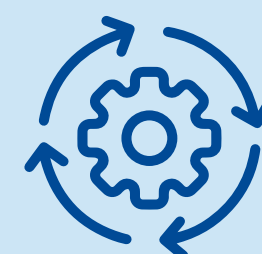
Lo primero es escuchar a nuestros clientes

Ofrecemos un Servicio de Experiencia Omnicanal (S.E.O.) para que la comunidad pueda evacuar sus consultas y realizar sus reclamos a través del teléfono, WhatsApp, mail y formulario Web de Lunes a Domingo de 8 a 23.

Nuestro procedimiento para gestionar reclamos se basa en la **Norma ISO 10.002 Satisfacción de clientes**. Contamos con la herramienta Jira que ordena el proceso, estableciendo responsables, parametrizando respuestas, tiempos de respuesta, escalamientos y cierra con una evaluación amigable del cliente o parte interesada que ingresó el reclamo.

A partir de ahí recorremos un **proceso de mejora continua** que nos permite incorporar nuevas e innovadoras prácticas de atención para mejorar su experiencia.

En 2021-2022:



Adaptamos los procesos de Atención al cliente, Cambios y devoluciones y Gestión de reclamos para brindar una **experiencia homogénea, reduciendo las fricciones y mejorando el tiempo de respuesta**. Estructuramos 2 niveles de atención:

- **Nivel inicial:** implementamos una **herramienta Omnicanal** que permite la atención de múltiples canales de conversación con un **registro unificado, lo que agiliza todas las interacciones**, alcanzando un cumplimiento de máximo 1 hora en la primera respuesta.
- **Segundo Nivel:** desarrollado para **resolver las consultas** no frecuentes que requieran un análisis para dar respuesta al cliente.

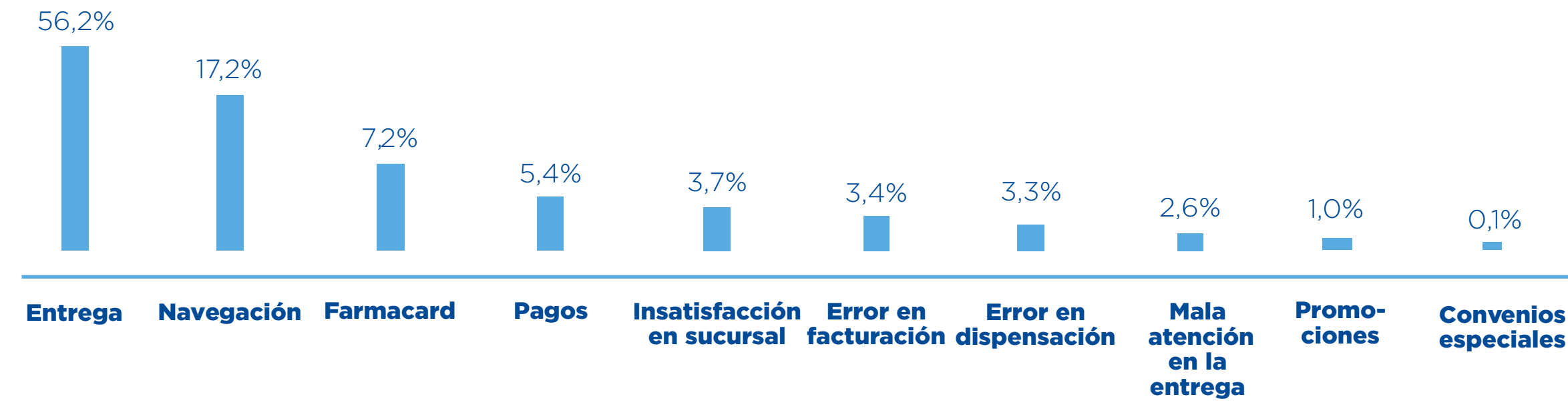


Trabajamos sobre la calidad de la Atención al Cliente, realizando escuchas de las interacciones para la mejora del servicio y la implementación de mejores prácticas.

La personalización de la atención es fundamental

Por eso, para poder brindar a cada persona lo que está buscando, mejoramos la velocidad de la atención y les garantizamos resolver las particularidades de cada cliente.

Clasificación de reclamos por motivo



4.3 valoración media

de clientes para el nivel de servicio brindado en la resolución de reclamos (puntaje máx.5)

285 reseñas

(15% respecto de los reclamos recibidos)

DESAFÍOS 2022-2023

Seguir trabajando en las mejoras detectadas y en los procesos internos para **bajar el porcentaje de escalamiento.**



PROMOCIÓN DE LA SALUD, SEGURIDAD, BIENESTAR Y CALIDAD

12.7

Aseguramos la calidad, seguridad y accesibilidad de medicamentos, productos y servicios

3.8

Nuestra principal responsabilidad es ser **eficaces en la dispensación de medicamentos, brindando seguridad y confianza.** Para esas tareas contamos con personal capacitado, el estricto control de nuestra dirección técnica y un proceso gestionado de resolución, escalamiento y visibilidad.

Las actividades se encuentran contempladas en el sistema de gestión certificado según las **Normas ISO 9001 y 14001**, lo que nos desafía a definir, gestionar, controlar y mejorar continuamente nuestra gestión.



**Garantía de cuidado
para los clientes.**

Desde hace varios años nuestra compañía cuenta con un **equipo de Químicos Farmacéuticos** comprometido con la satisfacción de clientes y la calidad del servicio.

Garantizamos el manejo controlado de sustancias y productos en los procesos de logística y abastecimiento

12.7

Revisamos los registros de los productos frente a la autoridad regulatoria en cada incorporación. En setiembre 2022 introdujimos a nivel de ADA la autorización del QF en el alta electrónica de productos.

- **Capacitamos a nuestros equipos** sobre el manejo de la cadena de frío a nivel sucursales y centro de distribución.
- **Controlamos la calidad de los equipos** para los servicios de Más Salud.

Nuestro objetivo es **cero error de dispensación.**



Promovemos hábitos de vida saludable 12.7

Desarrollamos un plan de comunicación para prevenir y concientizar sobre enfermedades crónicas y promover hábitos de vida saludable para el bienestar integral de la comunidad.

Este año incorporamos una nueva especialización: una **Farmacia especializada en diabetes** que se suma a nuestras farmacias especializadas en fertilidad y oncología.



PONELE
 SEMANA DEL CORAZÓN

Te invitamos a participar de un encuentro con la nutricionista Adriana Pita para hablar sobre la Alimentación Saludable.

¿Cuándo?
Miércoles 28/09
A las 16.30 hs.

¿Dónde?
Vías Teams

INGRESÁ AL FORMULARIO DE INSCRIPCIÓN AQUÍ



[Ver publicación](#)



[Ver publicación](#)



[Ver publicación](#)



GOBERNANZA EMPRESARIAL

Promovemos un gobierno corporativo responsable 12.6

Nuestro gobierno está compuesto por un **Board***, un **Comité Directivo** y un **Comité Ambiental**.

Tanto el CEO como el equipo de directores participan activamente del proceso de revisión y reporte mensual de los resultados de la gestión al Board.

Nuestro **equipo de directores** está formado por personas con adecuada **capacidad técnica y experiencia**, y con roles independientes.



*La designación de sus miembros es realizada por el Fondo de Inversión Linzor. El presidente actual del Board no tiene cargos ejecutivos en la compañía.



Nuestra dirección supervisa la gestión ESG

El equipo directivo desempeña un papel crucial en el desarrollo, la aprobación y la actualización de los valores, las estrategias, las políticas y los objetivos relacionados con el desarrollo sostenible.

Tanto el máximo órgano de gobierno como los altos ejecutivos son responsables de:

- Generar y actualizar políticas, misión y valores de la compañía.
- Identificar oportunidades y desafíos relacionados con la sostenibilidad, establecer objetivos específicos y planes de acción para llevar adelante la estrategia pautada por el CEO.

Un equipo actualizado

Realizamos capacitaciones en temas ambientales dictadas por consultores expertos en gestión ambiental.

Evaluamos el desempeño de nuestro equipo directivo

Su desempeño es medido en **instancias mensuales** por el Board así como anuales por el grupo inversor. Por otro lado, es medido indirectamente por instancias de auditoría externas y presentación a premios y convocatorias nacionales.



Mejorar la gobernanza mediante la **participación en el Programa +G de LSQA.**

Sistema de gestión certificado

Anualmente recibimos auditorías externas con el objetivo de evaluar el nivel de gestión comparado con los criterios de las normas ISO 9001 e ISO 14001. Hasta el momento, en todas las auditorías surgieron fortalezas y algunas observaciones tendientes a la mejora, **destacando los auditores y el organismo de certificación y el nivel de madurez del sistema de gestión.**

Sistema de gestión
de la calidad
según ISO 9001

ALCANCE:



Sistema de gestión
ambiental
según ISO 14001

ALCANCE:



Sistema de gestión
de la energía
según ISO 50001

ALCANCE:



Datos de la última auditoría externa del organismo certificador:



10 Fortalezas



2 Observaciones



**9 Oportunidades
de mejora**

Estos resultados reafirman la **robustez y madurez** de nuestro **sistema de gestión.**

INNOVACIÓN Y SALUD ECONÓMICA Y FINANCIERA

Respecto al **ejercicio económico** anterior aumentamos*

- **+18,09%**
Ingresos totales por Ventas (UY\$)
- **+22,10%**
EBITDA (UY\$)

* Datos al 30 de septiembre de 2022

Evolución del peso de ventas de días martes, jueves y domingos sobre ventas totales

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | Variación vs año anterior |
|----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------------------------|
| Martes | 13,8% | 13,2% | 13,7% | 13,5% | 13,4% | 12,9% | 13,9% | 13,9% | 13,9% | Opp |
| Jueves | 17,1% | 20,8% | 15,4% | 15,1% | 16,4% | 17,9% | 17,4% | 17,9% | 16,5% | -1,4pp |
| Domingo | 11,3% | 12,1% | 16,4% | 18,9% | 20,9% | 20,1% | 20,0% | 20,3% | 19,2% | -0,7pp |

Estrategia omnicanal

Con el objetivo de ampliar constantemente nuestros puntos de contacto con el mercado, adoptamos una estrategia omnicanal.

Ventas por canal




Crecimiento en sucursales

| | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|---|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Sucursales farmashop | 92 | 92 | 92 | 92 | 98 | 98 | 98 | 105 | 115 |
| Sucursales OM <small>BY FARMASHOP</small> | 0 | 0 | 7 | 7 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 |
| Sucursales bela | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 13 | 14 |
| Pick ups Botiga | - | - | - | - | - | - | - | 2 | 2 |

Plan de fidelidad: continuamos potenciando nuestro plan.

 **1.073.239**
socios activos al
cierre del ejercicio

 **89,4%**
Venta Farmacard
Santander
(-0,6 pp vs el año anterior)

 **13,7%**
Crecimiento
de socios
(respecto del año anterior)

 **+19,6%**
Socios Farmacard
Santander
(respecto del año anterior)

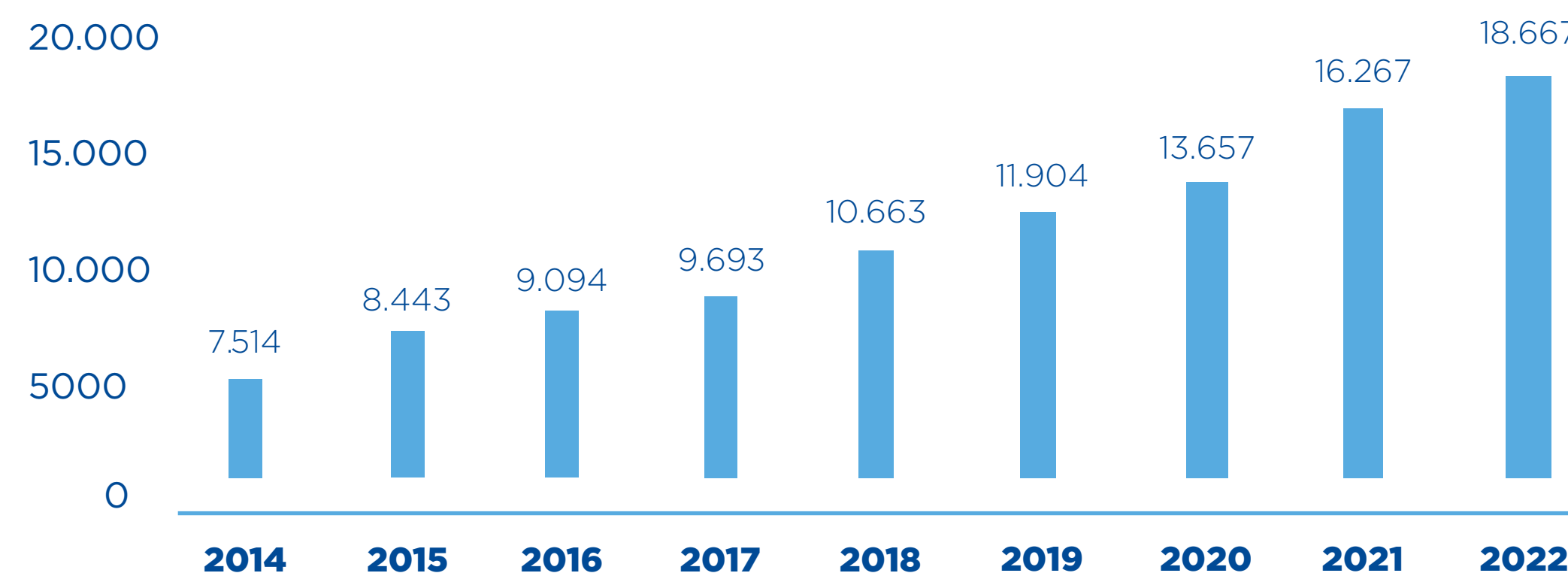
En 2021-2022 aumentamos:

14,75%
la superficie en m² de nuestras
sucursales

9,52%
la cantidad de sucursales de
Farmashop

7,69%
la cantidad de sucursales de Bela

Sucursales en (m²)



**7 sucursales
ampliadas
y reformadas⁴**

⁴ Continuamos mejorando los puntos de venta mediante renovaciones, ampliaciones y mudanzas de sucursales en localidades como Colonia del Sacramento, Young, Punta del Este, Atlántida, Paysandú, Dolores y Lezica.

INVERTIMOS EN TECNOLOGÍA PARA ADAPTAR LOS PROCESOS E INNOVAR EN LOS SERVICIOS

8.2

Tenemos el objetivo de establecernos **como un referente en la innovación tecnológica.**

Para tal fin, invertimos en investigación y desarrollo y cultivamos un ambiente laboral que estimule el pensamiento innovador y el crecimiento personal de nuestras personas.

Confiamos en que este compromiso nos posiciona favorablemente para un futuro competitivo y próspero.

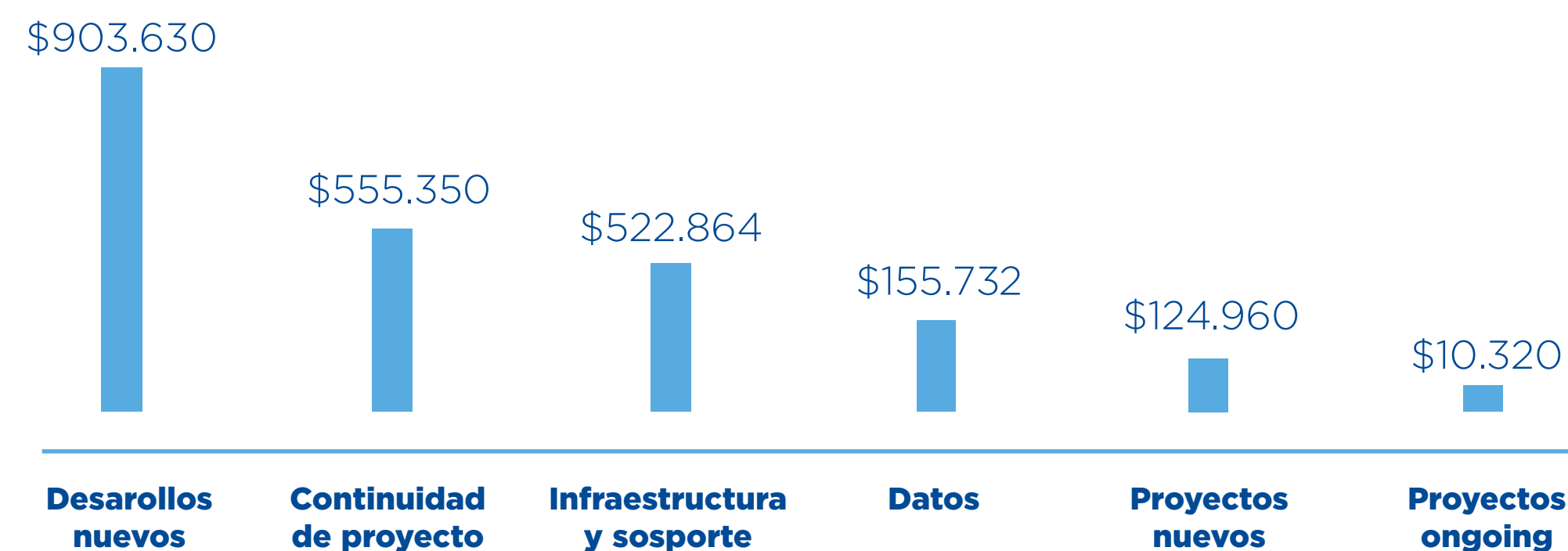
\$2.272.856
invertidos en innovación
en el ejercicio 2021-2022

En Farmashop creemos que es crucial que exista un **balance dinámico entre la innovación y la solidez financiera de negocio.**

Para nosotros la **innovación es:**



Inversión en innovación (pesos)



Principales logros en innovación del ejercicio (2021-2022)

Innovaciones que ponen al cliente en el centro



PosMobile “Corta Filas”: implementamos este dispositivo móvil que permite realizar ventas en los locales sin necesidad de utilizar la caja, agilizando el proceso de pago y reduciendo el tiempo de espera de clientes.



Rediseñamos la APP: agregamos la posibilidad de realizar el “Canje de puntos” con convenios con BlueCross y Medicina Privada.



Rediseñamos la web de reservas de OM para mejorar la experiencia de los clientes.



Nos preparamos para el Farmacard Day: implementamos pruebas de estrés para prepararnos y lograr una buena experiencia de compra en un día de mucha carga.



Incorporamos Farmanuario a los servicios de Farmashop: esto permite contar con la información correspondiente de cada medicamento, por ejemplo, su descripción, indicaciones, contraindicaciones, precios, etc.



Nueva web de antígenos: desarrollamos esta web en búsqueda de una mejor forma para gestionar los resultados de test de antígenos.

Innovaciones de infraestructura



Virtualizamos servidores: creamos versiones virtuales de servidores físicos, que permitió aprovechar mejor los recursos del hardware y brindar flexibilidad para la creación y gestión de entornos de servidores.



Readecuamos la infraestructura en sucursales: revisamos y actualizamos la infraestructura tecnológica en las sucursales para asegurar que cumplan con los estándares establecidos en términos de rendimiento, seguridad y funcionalidad.

Innovaciones para nuestros equipos



Proyecto QA Jira y reestructuración de QA: implementamos metodologías ágiles a la gestión del área de aseguramiento de calidad (QA) en busca de una mejor capacidad de resolución de tareas.



Impulsamos la automatización del área de soporte: implementamos una plataforma de automatización en área de soporte que permite realizar tareas o procesos de manera autónoma, sin necesidad de intervención del equipo de Tecnología.



Python + Gitlab: impulsamos un cambio cultural interno para cambiar nuestra forma de trabajar. Comenzamos a desarrollar nuestras soluciones en Python, lo que nos permitió acceder a soluciones escalables y altamente performantes en ambientes versionados con mejores estrategias para revertir errores.



Implementamos herramientas de Geoinventarios para la recepción de mercadería, insumos, etc.

Más datos, más tecnología

Implementamos tecnologías que nos ayudan a mejorar la calidad y disponibilidad de nuestros datos.

35% crecimiento

en la cantidad de usuarios de la herramienta de reportería

+40% aumento

Datamarts a nivel compañía de reportería

Nueva gestión de resolución de incidentes

2 días

tiempo promedio de resolución de incidentes, 12 días más rápido que en 2020

69% resolución

de reclamos en menos de 24 horas



DESAFÍOS en innovación a futuro

Agregar **Inteligencia artificial** a los sistemas que tengan interacción con clientes.

Agregar **testing UX/UI**, automatización, usabilidad y accesibilidad.

Migrar los **servicios a la nube**.

Ofrecer un **sistema de autoservicio**.

Datascience, segmentación y microsegmentación de clientes.

Segmentación de la red y actualización y estandarización de **hardware en data center**.

INTEGRIDAD EN EL CENTRO DEL NEGOCIO

16.5

16.6

Código de ética

Contamos con un reglamento interno y un conjunto de políticas que establecen las normas y valores, y regulan el comportamiento y las actitudes de nuestros colaboradores, colaboradoras, proveedores o clientes.

Somos auditados interna y externamente

Contamos con un equipo de auditoría interna que vela por el cumplimiento del código de ética (reglamento interno), así como el cumplimiento de las políticas y procedimientos establecidos. A su vez, la auditoría externa es llevada a cabo por profesionales independientes y tiene como fin proporcionar una certeza razonable de que nuestros Estados Financieros están libres de errores materiales, ya sea por fraude o por error.

En **Farmashop** la **ética y la transparencia** son la base fundamental de nuestro diario **accionar**. Promovemos la integridad entre colaboradores, colaboradoras y proveedores, y no aceptamos conductas que la pongan en riesgo.





Compliance ¡HAY EQUIPO!

Asesores legales y el área de auditoría identifican, monitorean y reportan los riesgos legales y de reputación asociados al cumplimiento de las políticas y procedimientos correspondientes, velando siempre por el cumplimiento legal.

Línea de ética

Contamos con un sistema para brindar seguridad y confidencialidad a clientes, proveedores, colaboradores y colaboradoras

que permite dejar registro sobre posibles faltas de transparencia, de ética o incumplimiento de políticas y procedimientos de la compañía.

La línea de ética puede utilizarse de forma anónima o identificándose, está disponible los 365 días del año las 24 horas.

Ingresa a la línea ética:

tienda.farmashop.com.uy/linea-eticasucursales



DESAFÍOS 2022-2023

Mejorar nuestra gobernanza mediante la **implementación de un sistema de gestión antisoborno** que esté certificado según la Norma ISO 37001.

Evaluamos y conocemos nuestra **cadena de valor**

Nuestro equipo

Conocemos a nuestras personas más allá de sus habilidades técnicas y velamos porque adhieran a nuestros principios y valores. Por eso, desde el inicio en el proceso de selección e inducción, transmitimos nuestros valores, políticas y procesos.

Proveedores

Contamos con políticas y procedimientos de selección y evaluación que enmarcan los requisitos que los proveedores a contratar deben cumplir y que incluyen aspectos de gestión ambiental, social y gobernanza, específicamente de ética y transparencia.

Clientes

Nuestros esfuerzos están puestos en conocer a nuestros clientes para agregar valor a sus necesidades e intereses. Como forma de cuidarlos, monitoreamos continuamente la potencialidad de fraude, así como contamos con un proceso para dar respuesta ante posibles denuncias de fraude detectados por terceros que afecten a nuestros clientes.

Promovemos y respetamos los derechos humanos

8.8

10.2

El respeto de la intimidad, honor, seguridad jurídica, no discriminación por razones de raza, sexo, credo o religión, son principios irrenunciables para nuestra empresa.

Tenemos como norte el respeto de la ley de Uruguay, así como las normas internacionales emanadas de la OIT (Convenio Internacional No. 190) y Convenios Internacionales de Trabajo que establecen la **“tolerancia cero”** en el ámbito de las relaciones laborales, a cualquier acción que encuadre en los conceptos de acoso laboral / sexual.

Derechos laborales

En Farmashop nos ajustamos a la legislación laboral y **apoyamos y respetamos el derecho a ejercer la libertad de asociación y negociación colectiva.**

Tenemos un sindicato (**Sindicato Único de Trabajadores de Farmashop**) con el que nos reunimos una vez por mes en sesión de bipartita y donde trabajamos en conjunto algunos temas específicos de la actividad y escuchamos inquietudes o reclamos que nos puedan manifestar por condiciones laborales en general.

Además, contamos con la **Comisión de salud** integrada por dos miembros del sindicato e igual cantidad de miembros de la Empresa.

Nuestros líderes promueven los derechos laborales

Trimestralmente realizamos la Convención de Líderes donde se tratan temas importantes de negocio y aspectos vinculados respeto al de los derechos de los trabajadores.

60 DÍAS plazo mínimo de anticipación que garantizamos para informar cambios operacionales significativos para poder intercambiar ideas y escuchar inquietudes de colaboradores y colaboradoras

100% colaboradores y colaboradoras están cubiertos por convenios de negociación colectiva

Le decimos NO al trabajo infantil

Respetamos la legislación vigente, como política de compañía **solo trabajamos con mayores de 18 años.**

Además, **contamos con un servicio de control de empresas terceras** para garantizar el cumplimiento de la normativa laboral en cuanto a trabajo infantil fuera de nuestra compañía.



Preservamos la **seguridad y privacidad de los datos** 16.10

En **Farmashop** somos cuidadosos de los datos e información que utilizamos, y es por esto que contamos con políticas de **seguridad y confidencialidad de la información en bases de datos** que establecen puntos claves de protección evitando la divulgación o utilización no autorizada.

La seguridad de la información es de vital importancia para nosotros y la confidencialidad de los datos es nuestro deber. Durante el ejercicio **2021-2023 no recibimos denuncias ni observaciones de la URCDP** sobre incumplimientos asociados a datos personales, ni se registraron robos o pérdidas de datos de clientes.

En **farmashop** cumplimos con lo establecido por la **Ley 18.331 de Protección de datos personales**. Para eso:

- Tenemos Delegados de Protección de datos y bases de datos registradas ante la Unidad Reguladora y de Control de Datos Personales (URCDP).
- Contamos con políticas y procedimientos tendientes a la protección de datos personales.
- Realizamos análisis de riesgos asociados y de potencial impacto de las vulnerabilidades.
- Contamos con software de control continuo de vulnerabilidades.
- Nos aseguramos de que las acciones de marketing contemplen este tema.
- Realizamos capacitaciones y concientizaciones para todas nuestras personas.

LOGROS 2021-2022

A nivel datos personales: mantuvimos el **cumplimiento de la Ley 18.331**.

A nivel datos personales: **Promovimos internamente la cultura de respeto** de los datos personales de colaboradores, colaboradoras y clientes.

DESAFÍOS 2022-2023

Seguir reforzando la importancia del cuidado y protección de los datos personales en todas las actividades de la compañía para asegurar la **vulnerabilidad cero**.

Plantear **objetivos anuales** asociados al cumplimiento en materia de datos personales.

Tratar adecuadamente estos temas nos permite gestionar con seguridad, cumplir con los requisitos legales y evitar la fuga de datos e información valiosa para la compañía, aportando positivamente a nuestra reputación como organización, mejorando la **confianza con nuestros clientes, proveedores y organismos de control**.

Somos una **empresa basada en datos**

La innovación tecnológica es constante en nuestra compañía. En el último ejercicio **incorporamos la automatización robótica de procesos (RPA)**, lo que nos permitió automatizar las liquidaciones de tarjetas de crédito, el registro de gastos para todos los centros de costos y la generación y carga de contratos laborales.

Impulsamos una cultura de toma de decisiones basadas en datos

En los últimos años fuimos incorporando el análisis de datos a nivel Compañía y en 2022 comenzamos a desarrollar **análisis predictivos**, generando distintos modelos de *Machine Learning* que permiten dar **recomendaciones a clientes** en base a los artículos que históricamente se compran juntos. Actualmente, estas recomendaciones están funcionando en distintos sistemas como la Aplicación Móvil (APP), la lectora de precios y el sistema de información de producto (PINFO).

Invertimos en tecnología para una mejor experiencia de compra

Con el desarrollo de modelos estadísticos implementamos cambios en la logística y funcionamiento de entregas a domicilio. Esto permitió:

- **Optimizar los tiempos fijos** del ciclo de entrega de pedidos.
- **Maximizar el tiempo** productivo del cadete.
- **Reducir el costo** unitario del pedido.
- **Bajar el porcentaje** de pedidos sin registro.



GESTIÓN DE LA CADENA DE SUMINISTRO

Promovemos buenas prácticas ambientales, sociales y éticas en las instancias de selección y evaluación de las empresas que forman parte de nuestra cadena de suministro.



LOGROS 2021-2022

Actualizamos **nuestra política de compras** que incorpora la evaluación de aspectos ambientales, energéticos, de ética y compliance en la selección y evaluación de proveedores.

DESAFÍOS 2022-2023

Incluir en la Política una declaración expresa que considere **evaluar la gestión ESG** de las empresas proveedoras.

Somos aliados del Programa Sembrando, impulsado por la Presidencia de la República y trabajamos junto a instituciones privadas para conocer pequeños y medianos emprendimientos de todo el país.

Buenas prácticas junto a proveedores de insumos y servicios

Nuestra cadena de suministro está conformada por **dos grandes eslabones: Proveedores de insumos y servicios y Proveedores de mercaderías**, con quienes trabajamos en conjunto para impulsar y avanzar en los compromisos de nuestra estrategia ESG.

Promovemos la compra de servicios sostenibles

Consideramos aspectos ambientales como la gestión de los residuos que puedan generarse, la utilización de equipos y vehículos eficientes desde el punto de vista energético, la eficiencia en el consumo de agua, la certificación de los sistemas de gestión de calidad, ambiental o energético de las empresas proveedoras y otros aspectos alineados a nuestra estrategia.

Trabajamos junto a nuestra cadena de suministro para reducir el impacto ambiental de los productos **11.6** **12.8**

Promovemos la selección de empresas proveedoras cuyos productos tengan características sustentables y/o saludables como:

- Materiales reciclables y/o reciclados
- Packaging reciclables y reutilizables
- Productos libres de crueldad animal
- Productos con menor cantidad de químicos

bela

ahorrá lindo

LOGRO 2021-2022

Incorporamos líneas de productos *cruelty free* y libre de parabenos para la realización de servicios.



DESAFÍOS
2022-2023

Que el peso de los productos **libres de crueldad animal, sustentables y/o saludables** sigan creciendo y tomando relevancia sobre el total de la venta a nivel compañía.

Implementar un **manual de conducta para emprendedores y empresas proveedoras** que incluya una declaración jurada sobre trabajo infantil y libertad de asociación y negociación colectiva.

Buenas prácticas junto a proveedores de mercadería

Alineados a las tendencias globales y nuestra estrategia ESG, este año avanzamos fuertemente en la incorporación de productos que tengan características sustentables.

En el año fiscal 2022 sumamos **52 nuevos productos con características sustentables** que, sumados a los que ya formaban parte de nuestra oferta, nos permiten alcanzar un **6% de los productos comercializados con al menos una característica sustentable¹**.

Nuestro desafío: seguir incorporando más artículos de estas características.

CREANDO 8.3 17.17

Una iniciativa que nace en 2021 con el objetivo de desarrollar nuevas categorías e innovar en la propuesta de productos que ofrecemos a nuestros clientes.

Su propósito es **generar oportunidades para emprendedoras y emprendedores locales que**

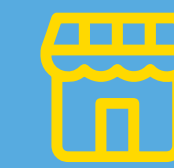
¹ De los ramos perfumería, cosmética, alimentos y diversos.

ofrezcan **productos sustentables y/o saludables**, de acuerdo con los lineamientos definidos por nuestra política de calidad y medio ambiente.

En el proceso de búsqueda de emprendedores y empresas proveedoras de industria nacional, revisamos más de 300 propuestas y **hoy contamos con 40 proveedores emprendedores activos que cuentan con todos los requisitos para poder comercializar.**



CREANDO 2022



13 emprendimientos activos



23 puntos de venta en 10 dptos. del país

90%

productos en góndolas

de Creando tienen características sustentables y/o saludables

100%

de nuestros mailings y sitio web

destacan los productos y características de cada emprendimiento

CRECIERON LAS VENTAS

de productos de industria nacional y emprendimientos

\$ 9.324.978

en compras a empresas proveedoras



¿Cómo nos convertiremos en los socios estratégicos de negocio para emprendedores?

- Identificando sus necesidades y entendiendo qué les impide desarrollar su marca o producto en el mercado.
- Colaborando activamente desde lo económico financiero, flexibilizando procesos internos.
- Asesorándolos en aspectos externos como puede ser registros de productos, habilitaciones, etc.
- Apoyándolos con nuestro empuje de venta y posicionamiento de marca para dar a conocer su producto.

Desde el inicio del programa recibimos más de 200 propuestas de emprendedores, con quienes nos reunimos para que cumplan requisitos de regularización y habilitaciones. **Avanzamos con más de 20 propuestas de industria nacional y 13 emprendimientos.**

Desafíos a futuro

- Que al menos un local en cada departamento donde tenemos presencia cuente con el espacio Creando.
- Incorporar otras categorías de venta relevantes al Programa Creando.
- Potenciar a emprendedores y visibilizar sus marcas para que puedan pasar a formar parte del mix y exhibiciones de su categoría destino, aumentando puntos de venta y alcance a nivel país.
- En los próximos 3 años deseamos contar con productos de emprendimientos de cada departamento en nuestros locales.



COMPROMISO FARMASHOP

Gracias por llegar hasta aquí e interesarte en las acciones, iniciativas y programas que impulsamos para gestionar nuestros impactos sobre el ambiente, las personas y la comunidad.

Es nuestro compromiso seguir trabajando por el desarrollo sostenible que cuide el futuro de próximas generaciones y asegure el equilibrio entre el crecimiento económico de nuestra compañía, la preservación y cuidado del ambiente y el bienestar de las personas.

PROCESO DE ELABORACIÓN DEL REPORTE ESG

Coordinación general

El análisis de materialidad y el proceso de elaboración de este Reporte fue validado por el Comité ESG. El CEO, el Comité de Dirección y el Comité ESG aprobaron los contenidos del Reporte de Sostenibilidad 2021-2022.

Agradecimientos al equipo Farmashop

Agradecemos por su trabajo y dedicación al equipo de colaboradores y colaboradoras que participaron del proceso de elaboración de este Reporte, haciendo posible su publicación y la transparencia del desempeño de nuestro negocio.

Facilitadores externos

Punto ESG | www.puntoesg.com



farmashop[®]