

# Reporte de **SOSTENIBILIDAD**

2022 · 2023

**farmashop**<sup>®</sup>





01

Mensaje del **CEO**



02

Sobre este **Reporte**



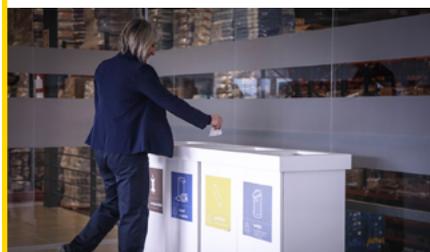
03

Somos **Farmashop**



04

Sostenibilidad del **Negocio**



05

Gestión **Ambiental**



06

Impacto **Social**



07

Gobernanza **Empresarial**



08

Índice de **Contenidos GRI**

# “Las decisiones de nuestro presente crean nuestro futuro”

Estamos orgullosos de presentar nuestro segundo Reporte de Sostenibilidad, el cual demuestra nuestro objetivo de continuar apostando por el desarrollo sostenible; siendo promotores del cambio y multiplicadores de buenas prácticas a nivel nacional.

En 2023 debimos abordar desafíos tales como un contexto regional desfavorable para el comercio uruguayo, la mayor crisis hídrica de la historia del país y el avance de la tecnología asociada al desarrollo constante de la inteligencia artificial. Frente a este escenario, nos planteamos cada día adaptarnos a las necesidades de nuestros clientes.

Trabajamos bajo un modelo de crecimiento que busca equilibrar la productividad con la equidad y la calidad de vida, regenerando los efectos adversos en la sociedad y el ambiente, y apuntando a crear oportunidades que reflejen los valores que sostienen la cultura de la compañía: integridad, trabajo en equipo y vocación de servicio.

Continuamos apostando por más, ampliando el alcance de nuestra Matriz de Materialidad con el fin de que ya no solo nuestros directivos y gerentes, sino también nuestros colaboradores y proveedores críticos, prioricen los temas estratégicos a abordar por nuestro negocio. Así, reafirmamos la transparencia con nuestros públicos de interés y el compromiso de publicar anualmente el desempeño de la compañía.

Por otra parte, en este reporte hemos alcanzado nuestro primer documento siguiendo los requerimientos de los estándares de la *Global Reporting Initiative* (GRI). Esto representa una mejora técnica a la versión anterior y un paso hacia la sistematización de la información ESG.

Nos propusimos garantizar un mejor futuro para las nuevas generaciones a través de acciones que evidencian la evolución de nuestra gestión en aspectos am-

bientales, sociales y de gobernanza; y espero que en estas páginas se refleje nuestro camino hacia un país más consciente y sostenible.

Agradecemos a nuestros colaboradores por contribuir con este reporte y a nuestros clientes por impulsarnos a mejorar su experiencia a través de nuevas estrategias y metas organizacionales.

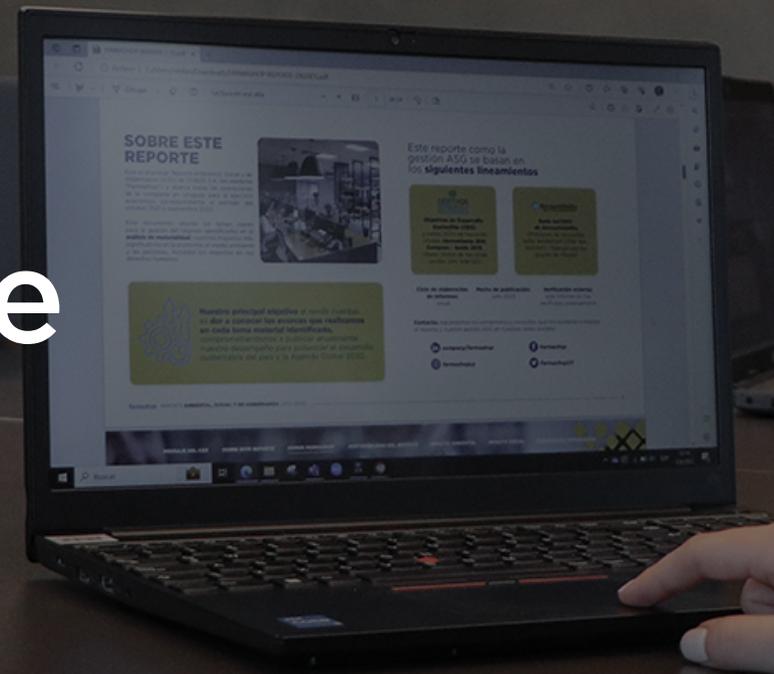
Los saludo afectuosamente,  
**Martín**



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# 02

## Sobre este Reporte



# Sobre este Reporte

Este es el segundo Reporte de Sostenibilidad de COBOE S.A. (en adelante “Farmashop”) y alcanza a la totalidad de las unidades y actividades de la compañía para el ejercicio económico correspondiente al período del octubre 2022 a setiembre 2023. Botiga, Punto shop, Más Salud, OM, bela y Farmashop son marcas y unidades de negocio de COBOE S.A.

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, empresas proveedoras, 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.



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

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



Estándares de la Global Reporting Initiative (GRI)



**OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE**

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/ AA-1000SES- Diálogo con los grupos de interés)

## Ciclo de elaboración de informes

anual

## Fecha de publicación

junio 2024

## Verificación externa

este informe no fue verificado externamente

**Contacto:** Aguardamos sus comentarios y consultas, que nos ayudarán a mejorar el reporte y nuestra gestión ESG a través de nuestras redes sociales:



**Sede central:** Av. Bolivia 1381, 11400 Montevideo, Departamento de Montevideo, Uruguay

03  
Somos  
**Farmashop**



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

Somos uno de los retailers más importantes del país y nos define la **experiencia que brindamos** a cada cliente.

Promovemos la vida saludable y el bienestar, acercando soluciones en salud, belleza, cuidado personal y del hogar, manteniendo la innovación y la calidad como constantes.

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

[Conocé nuestras sucursales](#)



<b>NUESTRA MISIÓN</b>	Ser la empresa líder en salud, belleza, cuidado personal y del hogar, trabajando con responsabilidad, eficiencia y espíritu innovador, llegando con nuestros servicios a dónde te encuentres.
<b>NUESTRA VISIÓN</b>	Ser reconocidos como la mejor opción en salud, belleza, cuidado personal y del hogar.
<b>NUESTROS VALORES</b>	Integridad, trabajo en equipo y vocación de servicio.



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI



**+2.100** > **+9%**  
personas vs 2022

**1.174.943**  
socios activos  
del Plan Fidelidad

**156** locales

- 129 Farmashop
- 15 bela
- 5 centros OM
- 2 oficinas
- SEO (Servicio de Experiencia Omnicanal)
- 2 Botiga
- 2 Centros logísticos

**12**  
nuevas tiendas

# 04

## 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.**

**¿Cómo?** Innovando nuestros procesos y apoyando actividades que mejoren nuestro desempeño energético, ambiental, social y de gobernanza, como la optimización de recursos, la adquisición de productos y servicios con foco en eficiencia energética y el desarrollo del sistema de gestión antisoborno que aseguren la sostenibilidad del negocio.

Por eso, nuestra Dirección está profundamente comprometida con:

- Promover y gestionar una **cadena de suministro responsable**: establecer relaciones integras y de mutuo beneficio con nuestros socios comerciales, seleccionando y desarrollando empresas proveedoras, 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 y de la sociedad.
- Impulsar la prevención 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 al compromiso.**
- **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.

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# 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.

Estas temáticas representan nuestros impactos en las personas y el ambiente, como también los riesgos y las oportunidades a nuestro negocio.

## 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.
- Formar y capacitar a colaboradores.

### 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

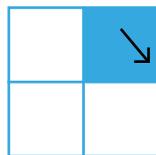
- Promover la ética, la transparencia y el cumplimiento.
- Promover y respetar los derechos humanos.
- Promover un gobierno corporativo responsable de la estrategia ASG.
- Gestionar los riesgos ambientales, sociales, reputacionales, económicos y financieros.
- Preservar la seguridad y privacidad de los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

### Gestión de la cadena de suministro

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

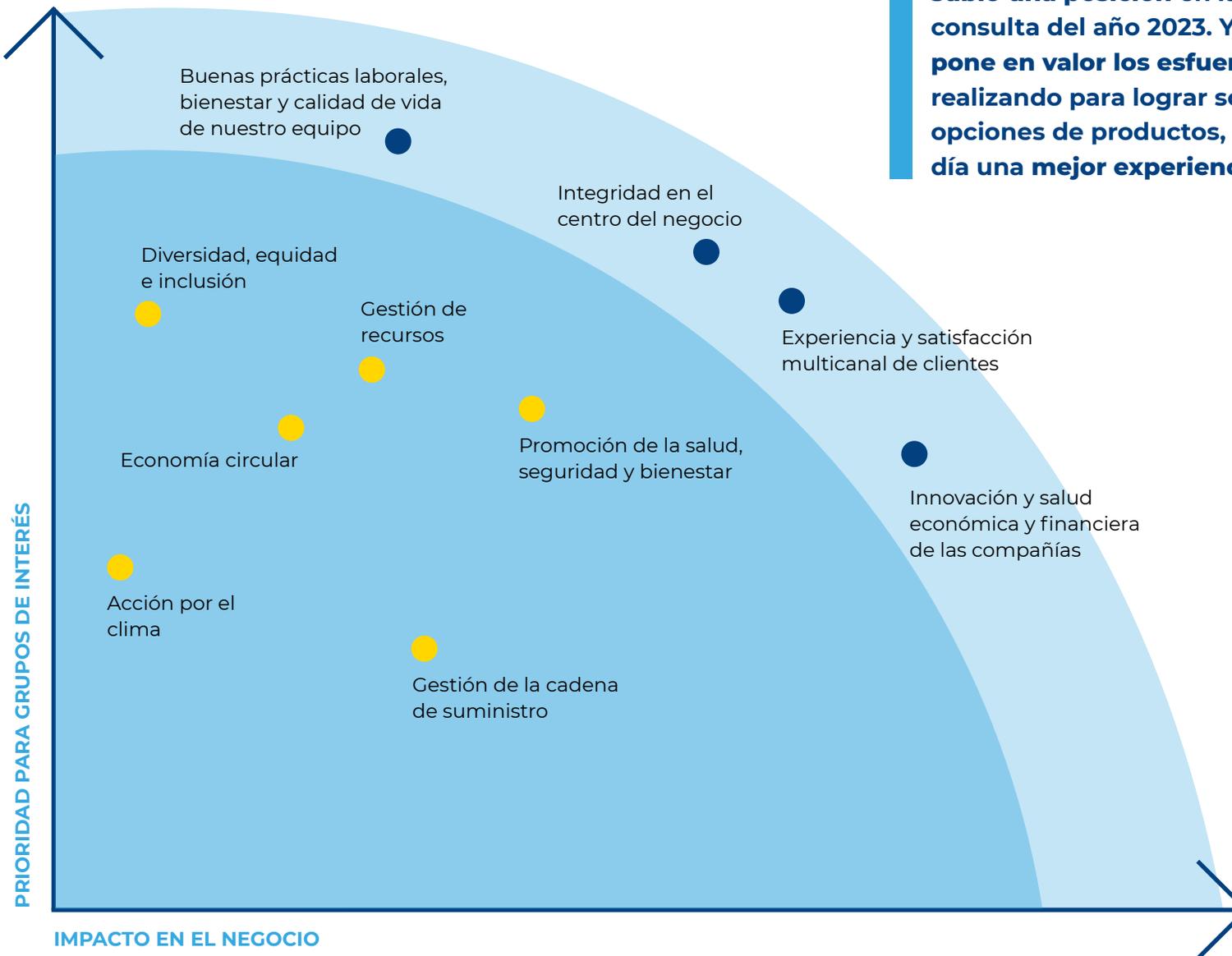
Los temas ESG identificados y categorizados en este análisis están interconectados y pueden afectarse entre sí. Debido a esto, no deben ser vistos de forma aislada sino como parte integral de la estrategia de negocio.

01	Mensaje del CEO
02	Sobre este Reporte
03	Somos Farmashop
04	Sostenibilidad del Negocio
05	Gestión Ambiental
06	Impacto Social
07	Gobernanza Empresarial
08	Índice de contenidos GRI



# Matriz de Materialidad

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI



**“Experiencia y satisfacción multicanal de clientes”** subió una posición en la priorización global respecto a la consulta del año 2023. Y este cambio nos enorgullece porque pone en valor los esfuerzos que realizamos y seguiremos realizando para lograr sorprender a nuestros clientes con opciones de productos, servicios y canales, y brindarles cada día una mejor experiencia de compra.

**Aspectos importantes**

**Aspectos cruciales**

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

## COMENTARIOS Y CONCLUSIONES DE LA CONSULTA 2024

Los temas considerados **CRUCIALES** son:

- 1) Buenas prácticas laborales, bienestar y calidad de vida de nuestro equipo
- 2) Experiencia y satisfacción multicanal de clientes
- 3) Integridad en el centro del negocio
- 4) Innovación y salud económica y financiera de las compañías



## Etapas del análisis de materialidad >>

La **Matriz de Materialidad**, que es el resultado del análisis de materialidad, es el principal insumo para establecer la estrategia y plan de acción ESG, y los contenidos del presente Reporte.

### **Etapa 1: Identificación de temas materiales**

Analizamos el contexto internacional y local, las tendencias clave del sector y nuestro modelo de negocio. **Identificamos 10 temas materiales que abarcan 34 subtemáticas.**



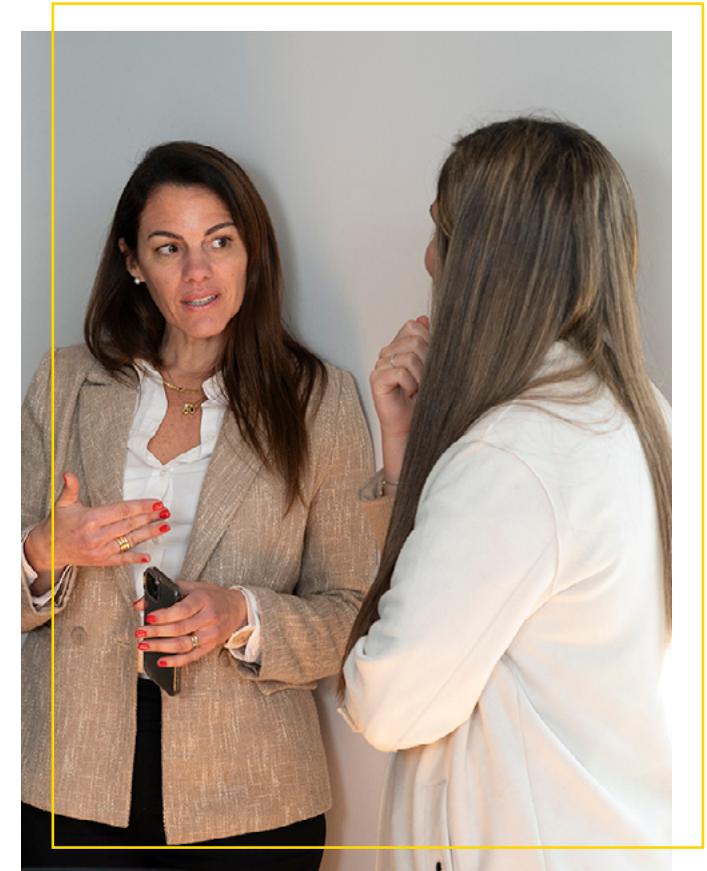
### **Etapa 2: Consulta a grupos de interés**

A través de encuestas virtuales invitamos a nuestros líderes, colaboradores y proveedores críticos a priorizar los temas materiales teniendo en cuenta el rol que deberían tener en la agenda de negocio.



### **Etapa 3: Priorización y validación**

Asignación de pesos y ponderación de los 10 temas para priorizarlos y elaborar la nueva Matriz de Materialidad, que fue validada por el Comité Directivo.

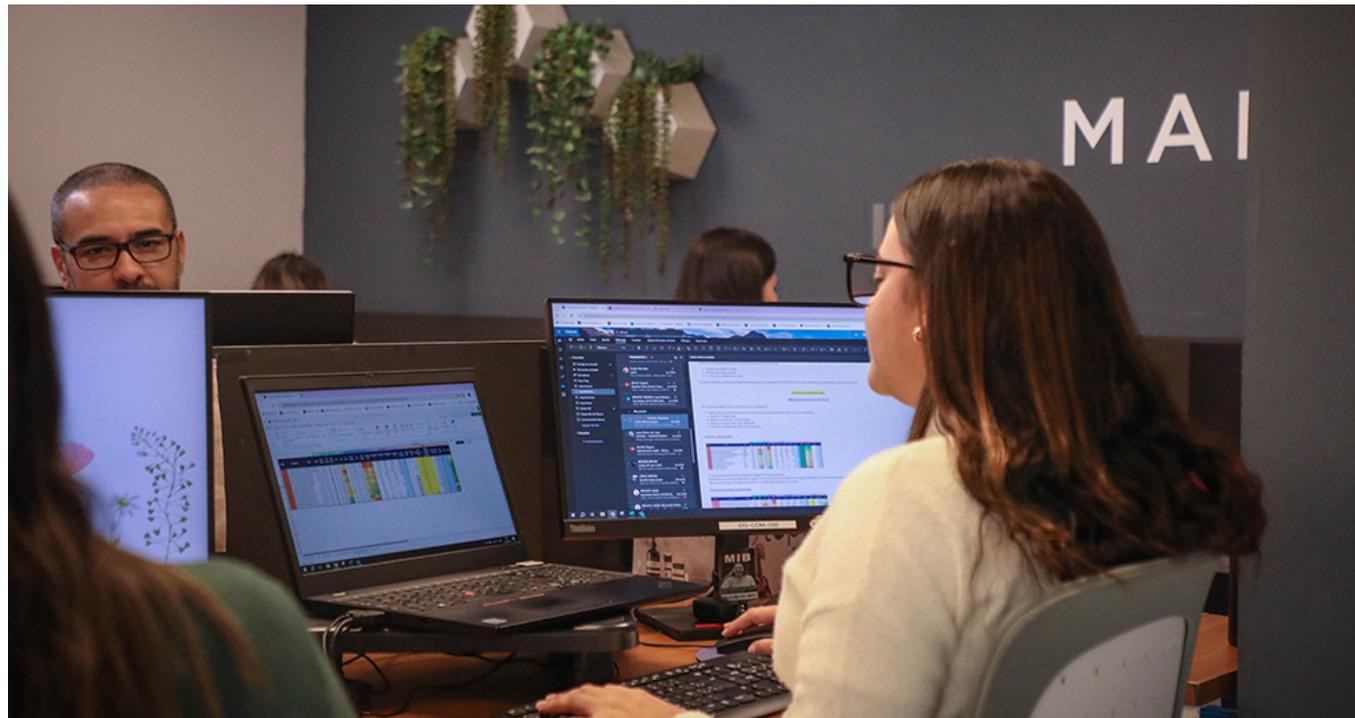


# Recursos utilizados en el análisis

## Contexto global y local del sector retail, salud, hogar y farmacia

- **Mejores prácticas y tendencias del sector** (benchmark local e internacional).
- **Requisitos de los principales lineamientos de sostenibilidad:** Foro Económico Mundial (Informe de

Riesgos Globales), Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD), Global Reporting Initiative (GRI), SASB (*Conceptual Framework* y *Materiality Finder*), Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

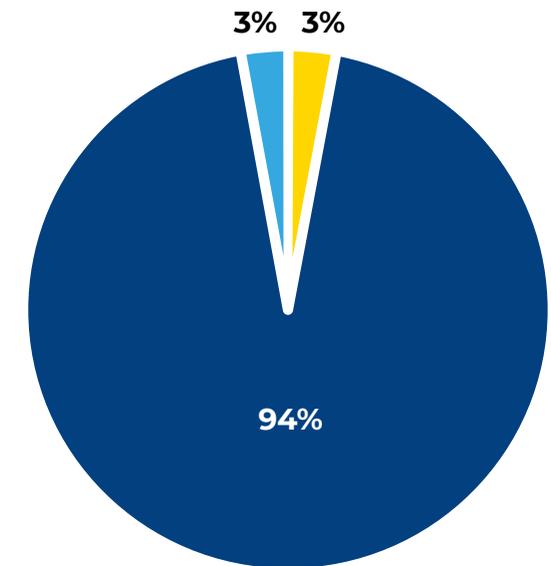


**El análisis de materialidad es parte de nuestro diálogo con los grupos de interés.** *Conocé más sobre nuestros grupos de interés y cómo nos relacionamos haciendo [clic acá](#).*

## Opinión de los grupos de interés

**352 personas** participaron de las encuestas virtuales

### Participantes de la consulta 2024



- Colaboradores
- Proveedores críticos
- Alta Dirección

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible

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

**¿Y eso que significa?** Que identificamos cómo nuestros impactos sobre las personas y el ambiente contribuyen a alcanzar los ODS y sus metas.

De esta forma, nuestra contribución parte 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 y promover el desarrollo de las comunidades.

**Farmashop contribuye e impacta directamente a 12 de los 17 objetivos y a 31 de sus metas.**

## OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE



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

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Nuestros grupos de interés

Identificamos a nuestras partes interesadas, tanto externas como internas, y definimos para cada una vías de comunicación en los procesos de atención a clientes y comunicación interna, así como en el manual de gestión para cuestiones legales, ambientales y situaciones de eventos críticos.

Stakeholder	Reuniones	Redes, web, mailing, pantallas, eventos	Atención personalizada: SEO	App Humand y carteleras digitales
Clientes		X	X	
Colaboradores	X	X		X
Instituciones regulatorias	X	X		
Inversores	X	X		
Organismos gubernamentales	X			
Proveedores	X	X		
Sindicatos	X			
Sociedad		X	X	

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Alianzas estratégicas

Alianzas de las que somos socios o formamos parte:



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# 05 Gestión Ambiental

Temas materiales desarrollados en el capítulo

---

Gestión de  
recursos

---

Economía  
circular

---

Acción por  
el clima



# Estrategia ESG y objetivos ambientales

Nuestra estrategia busca alcanzar tres grandes objetivos ambientales. Para lograrlo trabajamos sobre políticas y procedimientos, además de acciones e iniciativas propias del Comité ambiental y el Comité ESG.

Para evaluar la eficacia de las medidas y acciones adoptadas monitoreamos mensualmente los KPIs asociados a cada temática.



## OBJETIVO ESTRATÉGICO:

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

<b>Objetivo:</b> <b>Reducción del consumo de recursos naturales</b>	<b>Objetivo:</b> <b>Maximizar la valoración de residuos</b>	<b>Objetivo:</b> <b>Reducir las emisiones de CO<sub>2</sub></b>
<p><b>Política:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Política de compras (priorizamos materiales y equipos sustentables)</li> <li>• Política de gestión de vehículos (priorizamos híbridos o eléctricos)</li> </ul> <p><b>Procedimientos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uso eficiente de energía</li> </ul>	<p><b>Procedimientos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Clasificación de residuos</li> <li>• Gestión de residuos sanitarios</li> </ul>	<p><b>Procedimientos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eventos carbono neutro.</li> </ul>
<p><b>Transversal:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Política de Sostenibilidad</li> <li>• Gestión ambiental de obras</li> <li>• Consideraciones ambientales de diseño</li> </ul>		

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# 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.**



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Gestión de recursos

## Consumo energético global 7.2 7.3

**Contamos con un sistema de gestión de la energía certificado según Norma ISO 50001.**

Durante el ejercicio 2022/2023 mantuvimos nuestra certificación y continuamos implementado medidas de eficiencia energética, tanto en luminaria, equipa-

miento y vehículos, así como auditorías tendientes a asegurar una adecuada gestión.

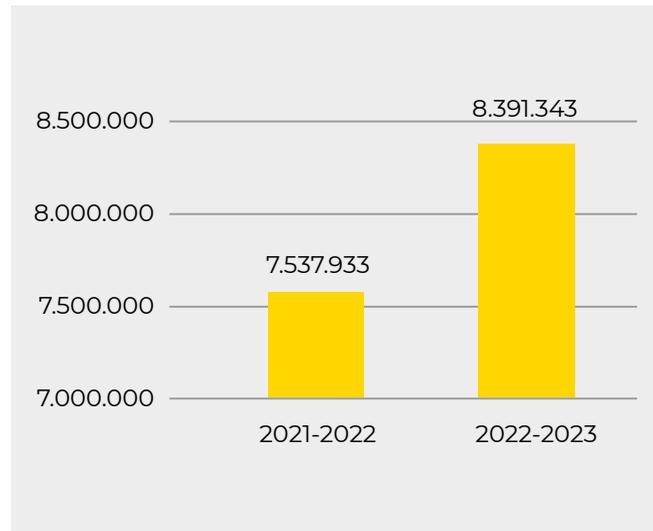


- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Energía Eléctrica

**Incorporamos Automatización Robótica de Procesos (RPA por sus siglas en inglés) en el monitoreo del consumo de energía**, lo que nos permite reducir tiempos y ser más eficientes en la obtención de datos para análisis.

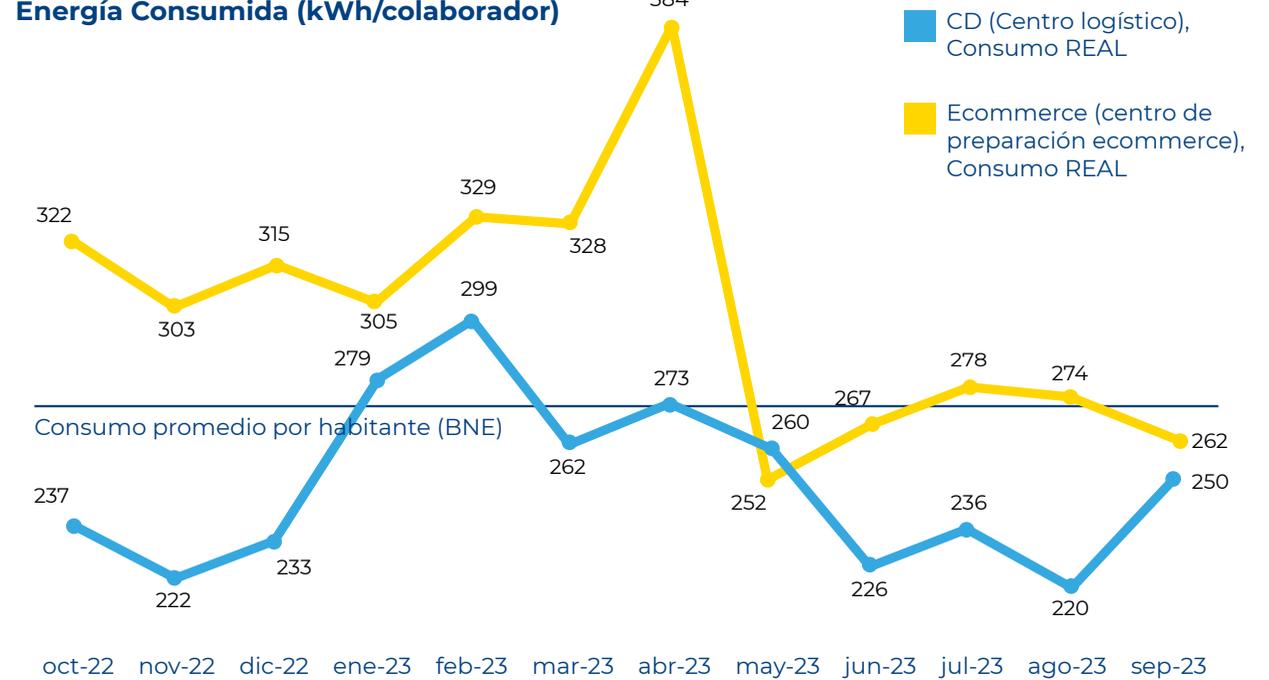
## Consumo de electricidad (en kWh)\*



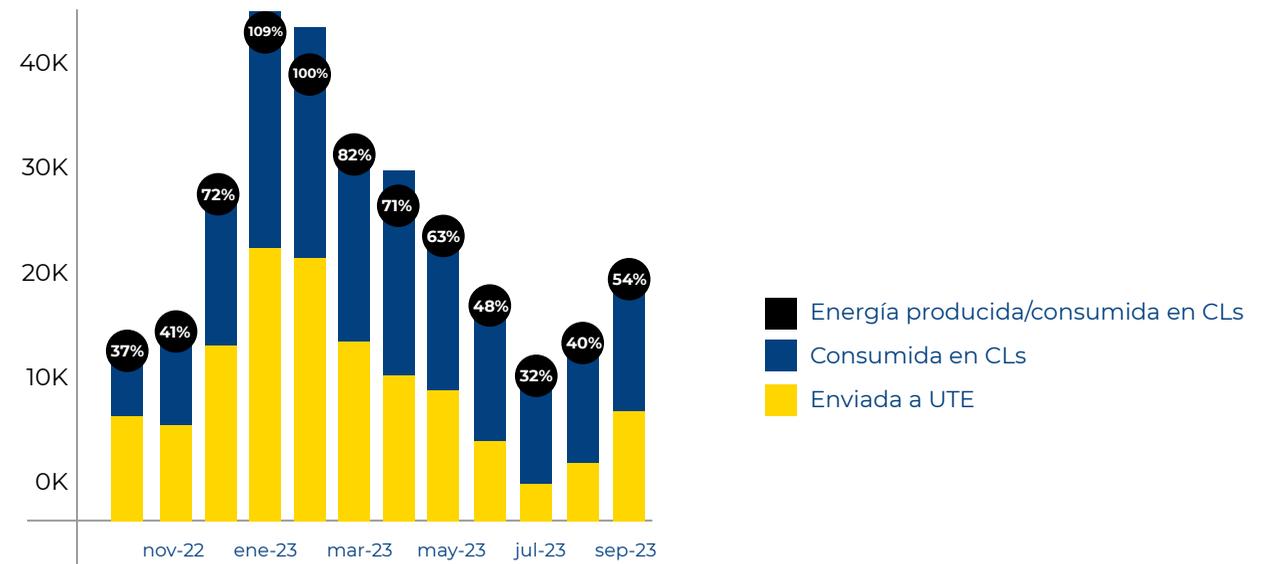
\*Consumo eléctrico para calefacción y refrigeración. En nuestras operaciones no consumimos vapor.

El crecimiento del 11% en la energía eléctrica consumida se debe a un aumento en la cantidad de sucursales operativas.

## Energía Consumida (kWh/colaborador)



## Energía Renovable Producida (kWh)



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Energías Renovables

Generamos energía mediante **dos plantas fotovoltaicas<sup>1</sup> que cubren el 82% de la energía** necesaria para operar los centros logísticos.

**138,6 kWp**  
de potencia instalada.

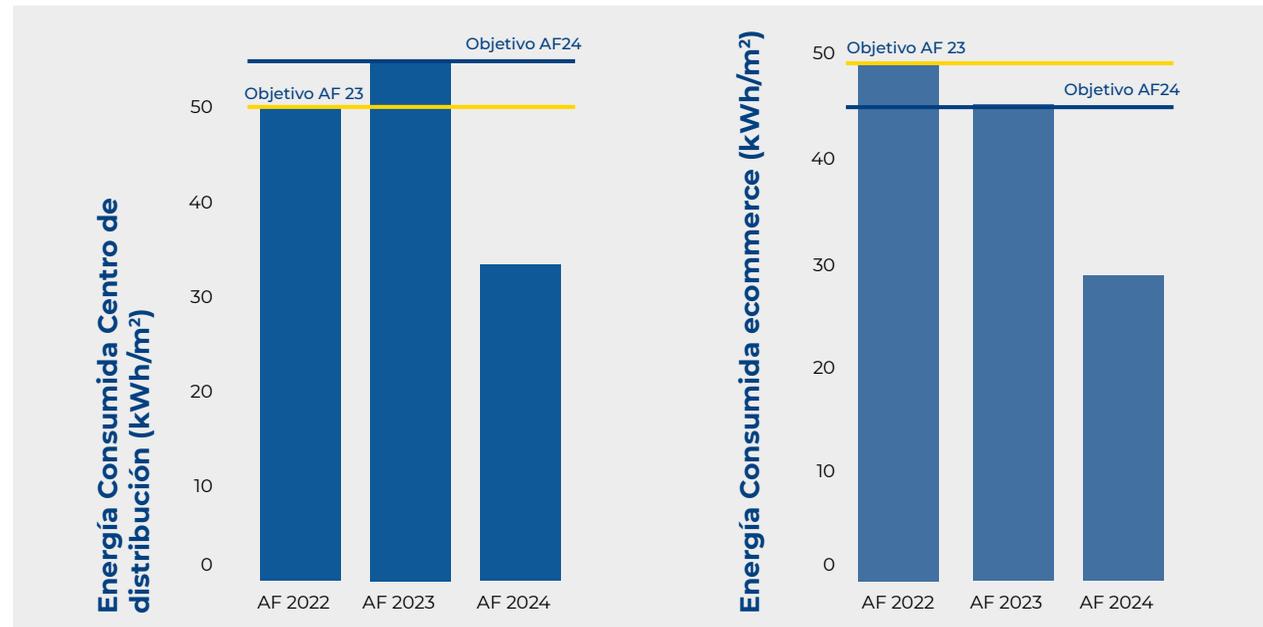
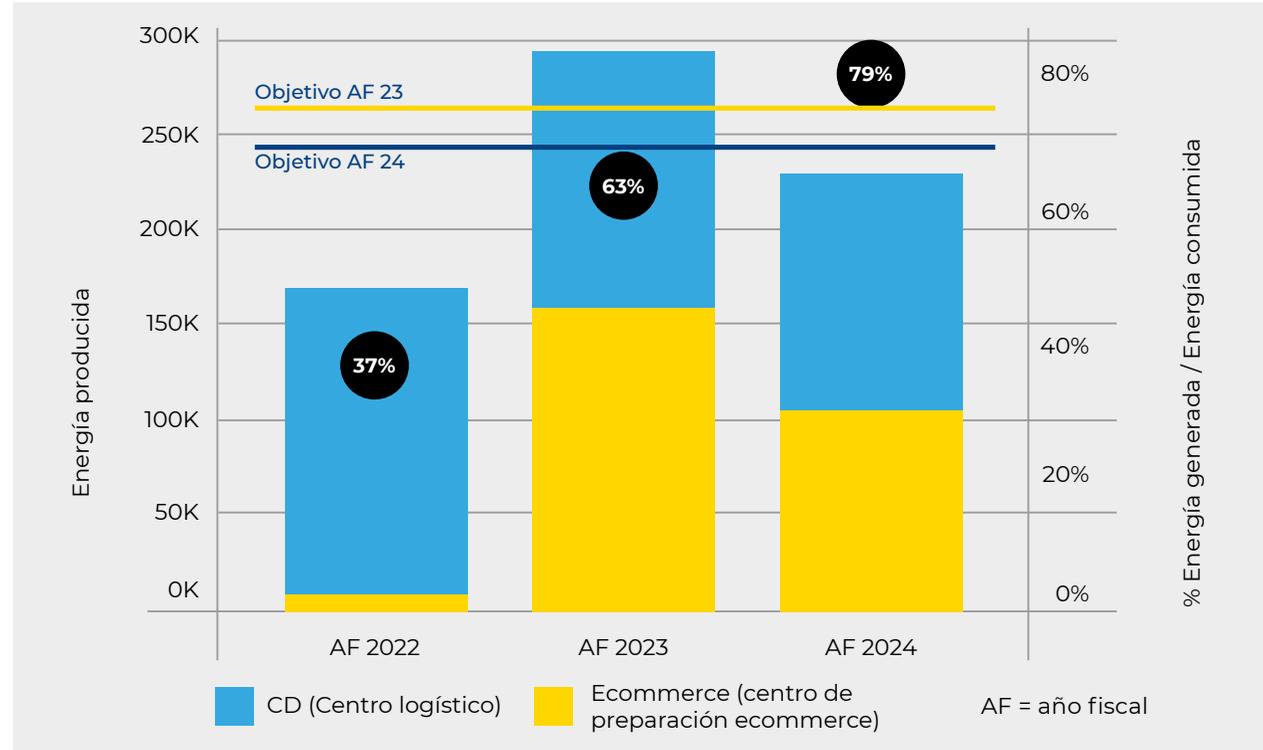
## Consumo eléctrico en centros de distribución

Monitoreamos la energía generada y la consumida por nuestras plantas fotovoltaicas.

**63%**  
de la energía generada es utilizada, siendo la energía producida 130.622 kWh

[1] Planta FV microgeneración C.Carrasco y Planta FV microgeneración C.Portugueses

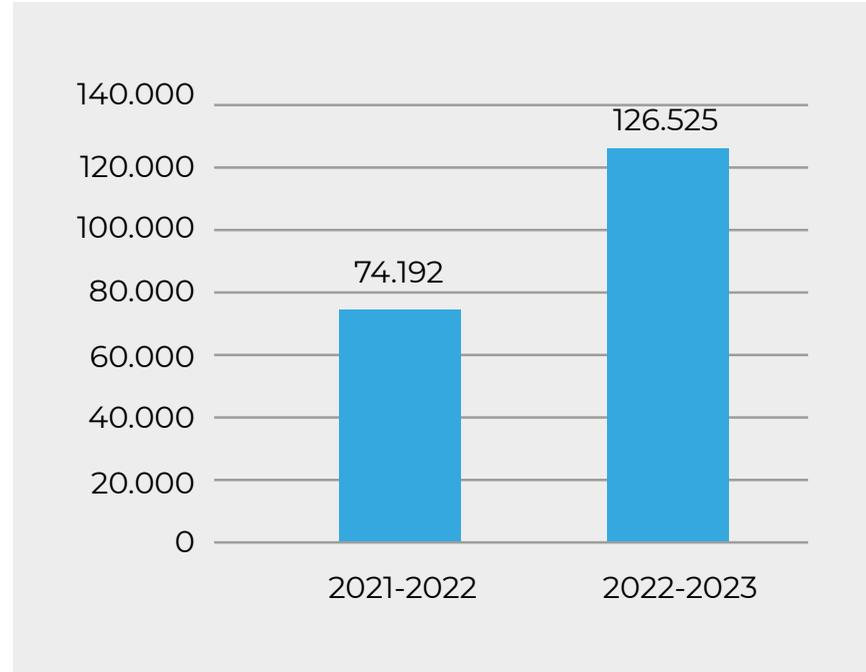
### Energía Producida (kWh)



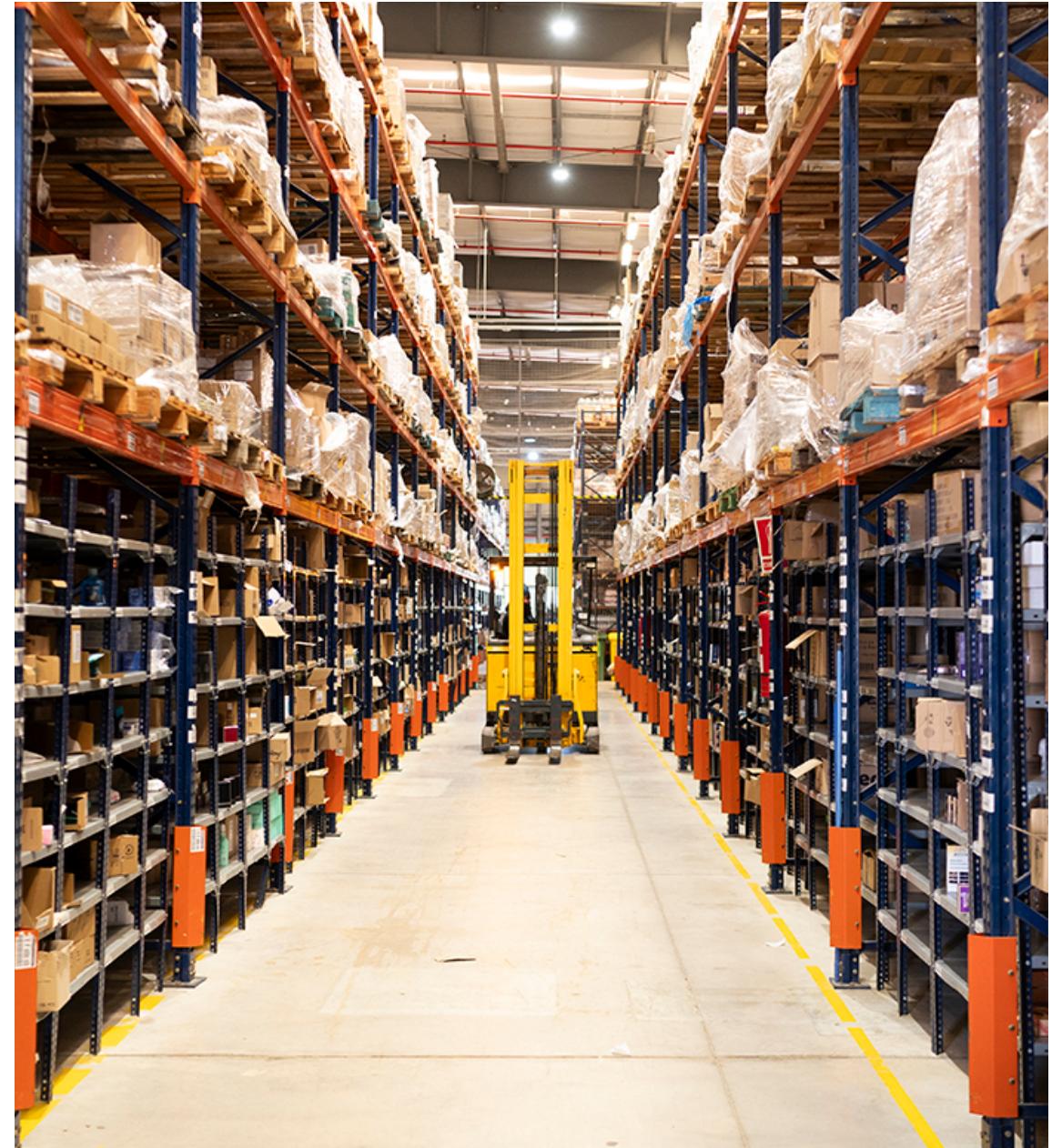
AF = año fiscal

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

La electricidad vendida (en kWh)



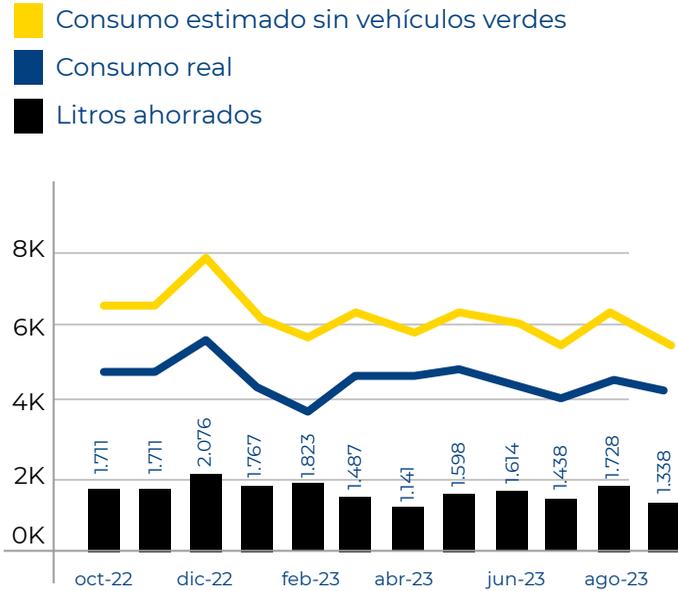
Aumentamos **71%** los kWh de energía eléctrica vendida gracias a la nueva planta del Centro de Distribución.



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Combustibles Fósiles

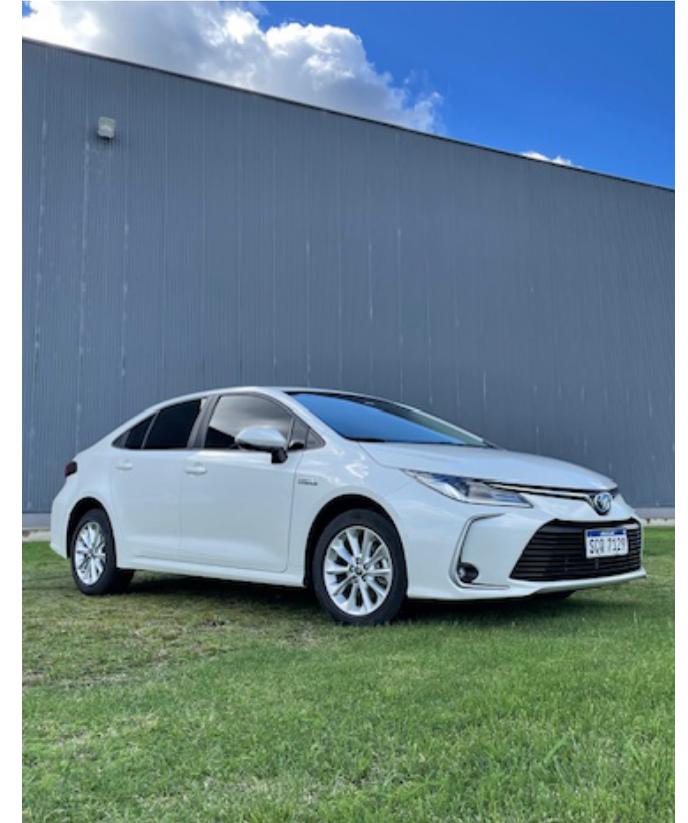
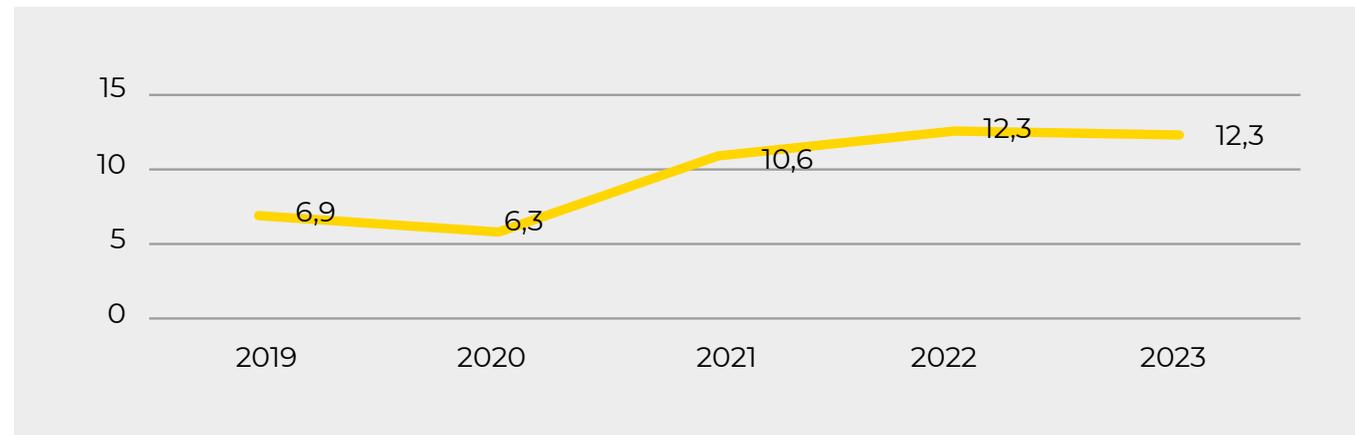
Consumo Combustible (lt) | Ahorro YTD (lt & USD) **19.433** **29.715**



**Uso eficiente:** Mantenemos un consumo racional de combustible y una proporción de ahorro similar al año anterior, a pesar de contar con más sucursales, esto demuestra la eficiencia en su uso.

El combustible fósil utilizado para nuestra flota de vehículos es Nafta Super 95. También contamos con vehículos gas oil.

## Rendimiento de la flota de vehículos (km/litros)



El crecimiento de nuestro negocio implica que recorreremos más kilómetros, pero no que consumimos más. Como muestra este gráfico, gracias a los esfuerzos implementados mantuvimos **la eficiencia de rendimiento de nuestra flota de vehículos.**

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Usamos eficientemente el agua 6.3 6.4

Todos nuestros locales, oficinas y centros logísticos toman agua de OSE y la vierten al sistema de saneamiento público. El agua consumida en la zona de Montevideo y el área capitalina proviene del río Santa Lucía.

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

## Respuesta a la situación hídrica en Montevideo

Si bien nuestra operación no se vio afectada debido a la situación crítica de escasez de agua, de todas formas, implementamos medidas para eficientizar su uso y promover un consumo responsable:

- ➔ Sustituimos el uso de agua corriente por agua mineral para la hidratación de nuestros colaboradores.
- ➔ Eliminamos las máquinas de café que consumían agua corriente.
- ➔ Sensibilizamos a nuestras personas en el uso racional del agua mediante comunicaciones internas.

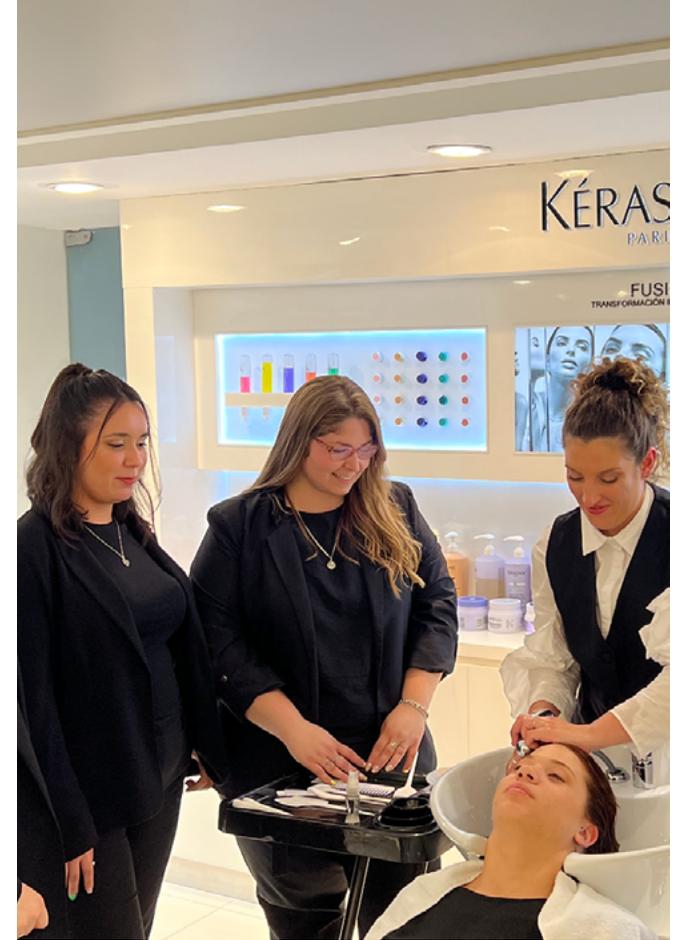
Además:

- ➔ Para eficientizar el consumo de este recurso, estamos incorporando cisternas de doble descarga en todas las nuevas sucursales u obras que contemplen reforma de sanitarios.

### Colectores solares



Contamos con paneles solares térmicos para calentar el agua utilizada en los centros de estética de OM

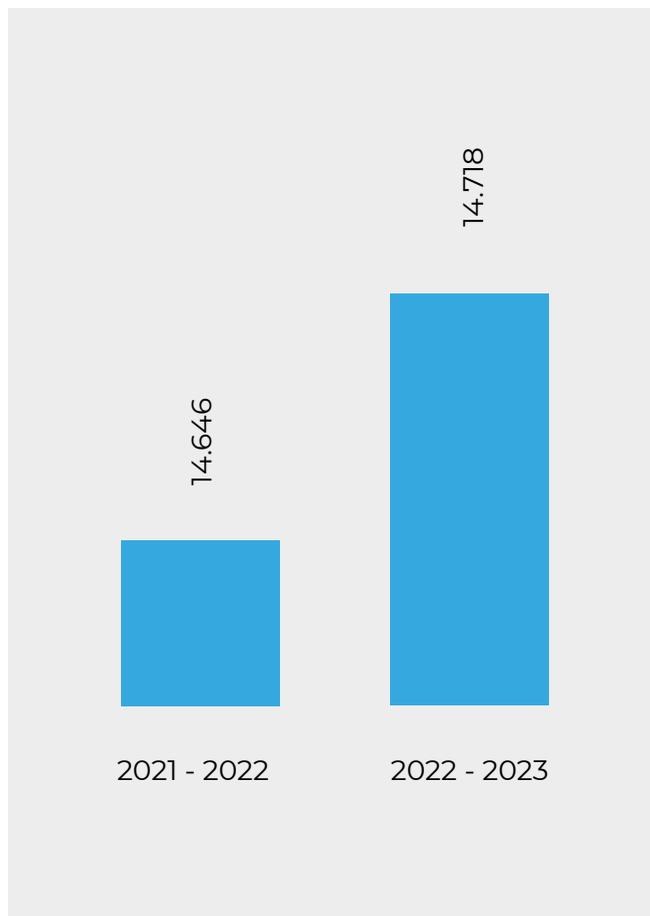


Para más información sobre los riesgos asociados a la gestión del agua y los impactos potenciales sobre el recurso por nuestra operación hacer click aquí.

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

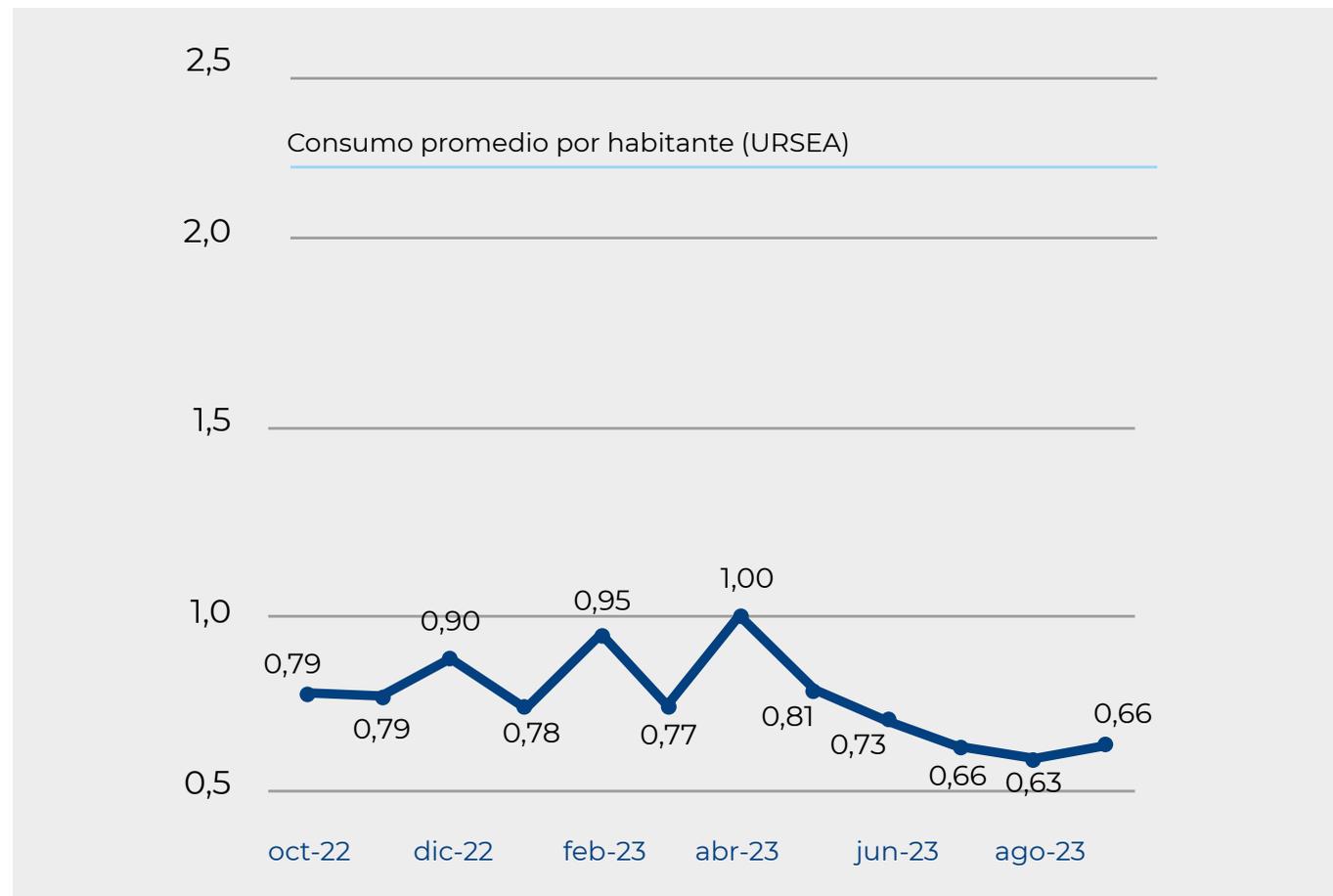
- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

**Agua Consumida (en m<sup>3</sup>)**



Al monitorear el consumo de agua por colaborador estamos contemplando el uso del recurso y, al mismo tiempo, el crecimiento de nuestra compañía. El nivel de consumo es aceptable para nuestras actividades y la cantidad de personas que trabajan a diario.

**Consumo Agua (m<sup>3</sup>/colaborador)**



**Desafíos asociados al agua por delante:**

- Incorporar medidas de eficiencia en toda nueva locación o por reformar.
- Reportar el porcentaje de locaciones que ya cuentan con cisternas de doble descarga.

# Implementamos medidas de eficiencia energética

7.2 7.3

## Movilidad Sostenible



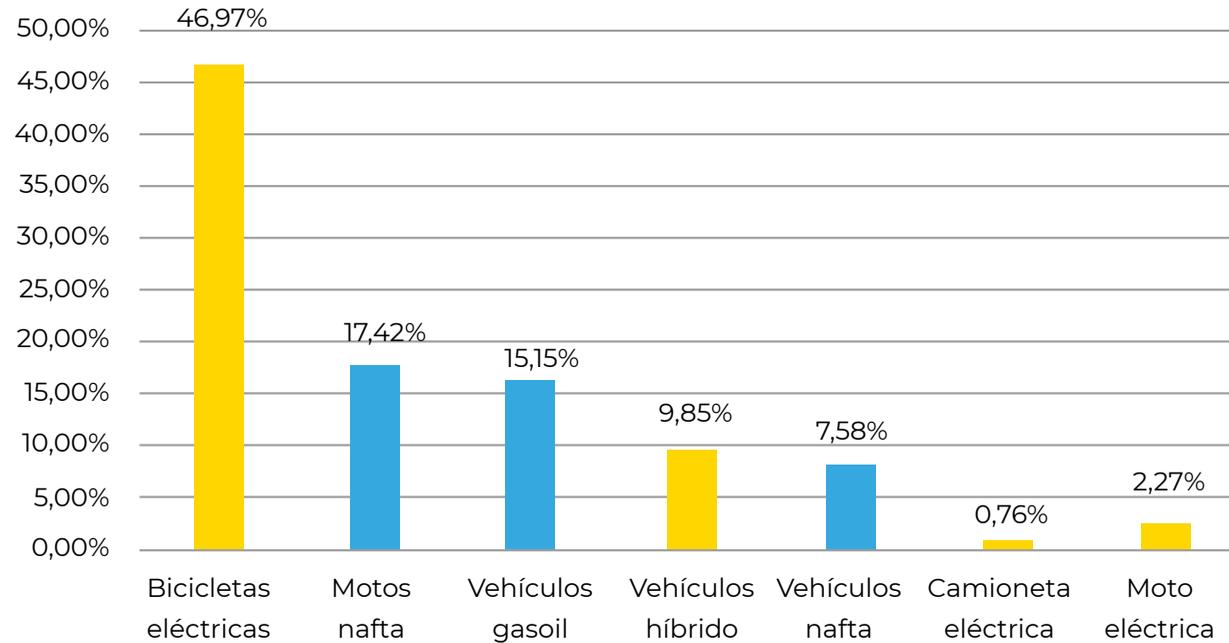
**59,8%**  
de nuestra flota de  
vehículos son sostenibles\*

\*Eléctricos o híbridos.

**132**  
vehículos propios.

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

**Composición de nuestra flota de vehículos**



**100%**  
de nuestras locaciones cuentan con:

**Iluminación LED**

Potencia instalada (kW) 144

Potencia LB (kW) 220

**Equipamiento inverter clase A para acondicionamiento térmico**

Tomamos como medida registrar una temperatura máxima de 23°.

**Ahorros logrados durante el ejercicio 2022-2023\***

MMEE	Energía ahorrada por año (tep)	Energía ahorrada vida útil medida (tep)	Vida útil (años)
Vehículo híbrido	0,6	4,3	10
Iluminación LED	20,9	22,9	1,1
Aires Acondicionados	1,8	11,4	8
<b>TOTAL</b>	<b>23,3</b>	<b>38,5</b>	

\*Incluye combustible y energía eléctrica. Para el cálculo de reducción de consumo de combustible se comparan los ejercicios fiscales 2022 y 2023. Para el cálculo de la reducción de consumo de energía eléctrica se utiliza una línea de base teórica que se calcula a partir de la energía eléctrica que ahorran las medidas de eficiencia energética implementadas. En el cálculo se utilizan estándares verificados con un proveedor especializado y se presentan los datos en TEP, medida avalada por el Ministerio de Industria y Energía para validar el ahorro.

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

### Desafíos asociados a la gestión de recursos:

- Continuar desarrollando objetivos, metas y programas que fomenten la reducción del uso de recursos naturales no renovables, así como el uso eficiente de los recursos y disminución de los impactos ambientales.
- Continuar con el recambio de la flota contribuyendo a la descarbonización de las actividades y el menor consumo de energía proveniente del combustible.
- Implementar nuevas medidas de eficiencia energética que continúen transformando nuestra matriz de energía consumida.



# Economía circular 12.5 12.6

[GRI 3-3; 306-1; 306-2; 306-3; 306-4; 306-5]

**En todas nuestras locaciones clasificamos los residuos, logrando separación en origen.**

En Montevideo y área metropolitana contamos con un único proveedor habilitado, registrado ante los organismos regulatorios y con certificaciones ISO -entre ellas ISO 14001-, que brinda el servicio de retiro, tratamiento y disposición de nuestros residuos. Esta

organización nos envía informes mensuales que detallan la cantidad de kilogramos retirados y su destino. A su vez, realizamos seguimientos mensuales y visitas esporádicas a la planta de tratamiento de residuos.



**Si bien no alcanzamos la meta planteada, redujimos vs el ejercicio anterior:**

**19%**  
la cantidad total de residuos.

**21%**  
la cantidad de residuos reciclables gracias a la implementación del Programa de reducción del uso de papel.

**Piloto:** en función del cambio de componentes de nuestros residuos y la reducción de papel, generamos un plan para separar plásticos y no reciclables, y evaluar así si el comportamiento era diferencial. No evidenciamos un resultado que habilitara generar acciones para cambiar el mecanismo de clasificación.

**Próximos pasos:** reducir los recipientes para recolectar residuos y utilizar más compartimientos en respuesta a los menores volúmenes de residuos generados.



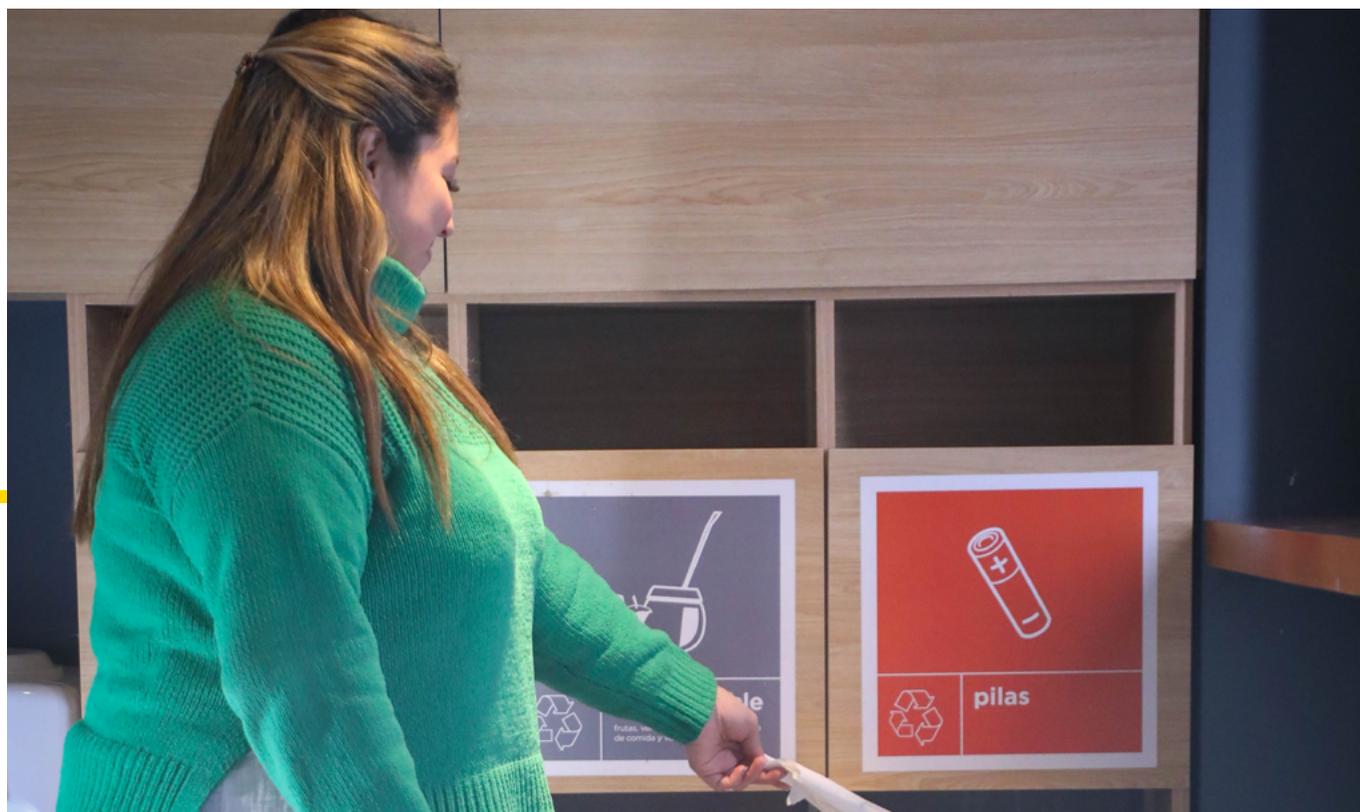
- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

Residuos generados <sup>2</sup>	2020-2021	2021-2022	2022-2023
Valorizado	254.226,00	233.073,00	183.168,00
No valorizado	64.259,00	92.399,00	79.551,00
<b>Total</b>	<b>318.485,00</b>	<b>325.472,00</b>	<b>262.719,00</b>
<b>% de valorizados sobre el total</b>	<b>80%</b>	<b>72%</b>	<b>70%</b>

**Extendemos el compromiso.**

Nuestra política de compras exige que las empresas proveedoras cumplan criterios adecuados de gestión y prevención de residuos.



# 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. Durante el ejercicio 2023 analizamos la posibilidad de obtener retornos económicos por el cartón que revalorizamos, iniciativa que será implementada a partir del próximo ejercicio.

**El cartón es el material más significativo en términos de volumen utilizado en nuestras operaciones y es:**

- ✓ Reutilizado dentro de nuestras propias operaciones
- ✓ 100% valorizado



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

El 100% de nuestras sucursales cuentan con recipientes para recibir los medicamentos o empaques en desuso de nuestros clientes. De esta forma, esta acción tiene alcance nacional.

Logramos que el Ministerio de Ambiente nos permita trasladar estos residuos desde nuestras locaciones en el interior hacia Montevideo utilizando nuestro sistema de logística. Esto permite centralizar el proceso y darles una adecuada gestión a esos residuos.



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

## Priorizamos materiales sustentables

En 2023 migramos de bolsas compostables a bolsas de papel Kraft. Realizamos un análisis del ciclo de vida de estos materiales para validar el cambio, ya que la acción implicó un aumento del gasto debido a que en Uruguay las bolsas compostables deben ser cobradas por Ley. Pese a esto, las bolsas de papel son un costo asumido por la compañía y gratis para clientes.

**100%**

de las bolsas Krafts utilizadas para las entregas de pedidos realizados telefónicamente, vía web y APP son reciclables y están compuestas por:

**80%**

de fibras vírgenes obtenidas al 100% mediante el proceso químico de soda, sin blanquear, de Pinus spp y Eucaliptus spp originarias de bosques plantados con un manejo sostenible.

**20%**

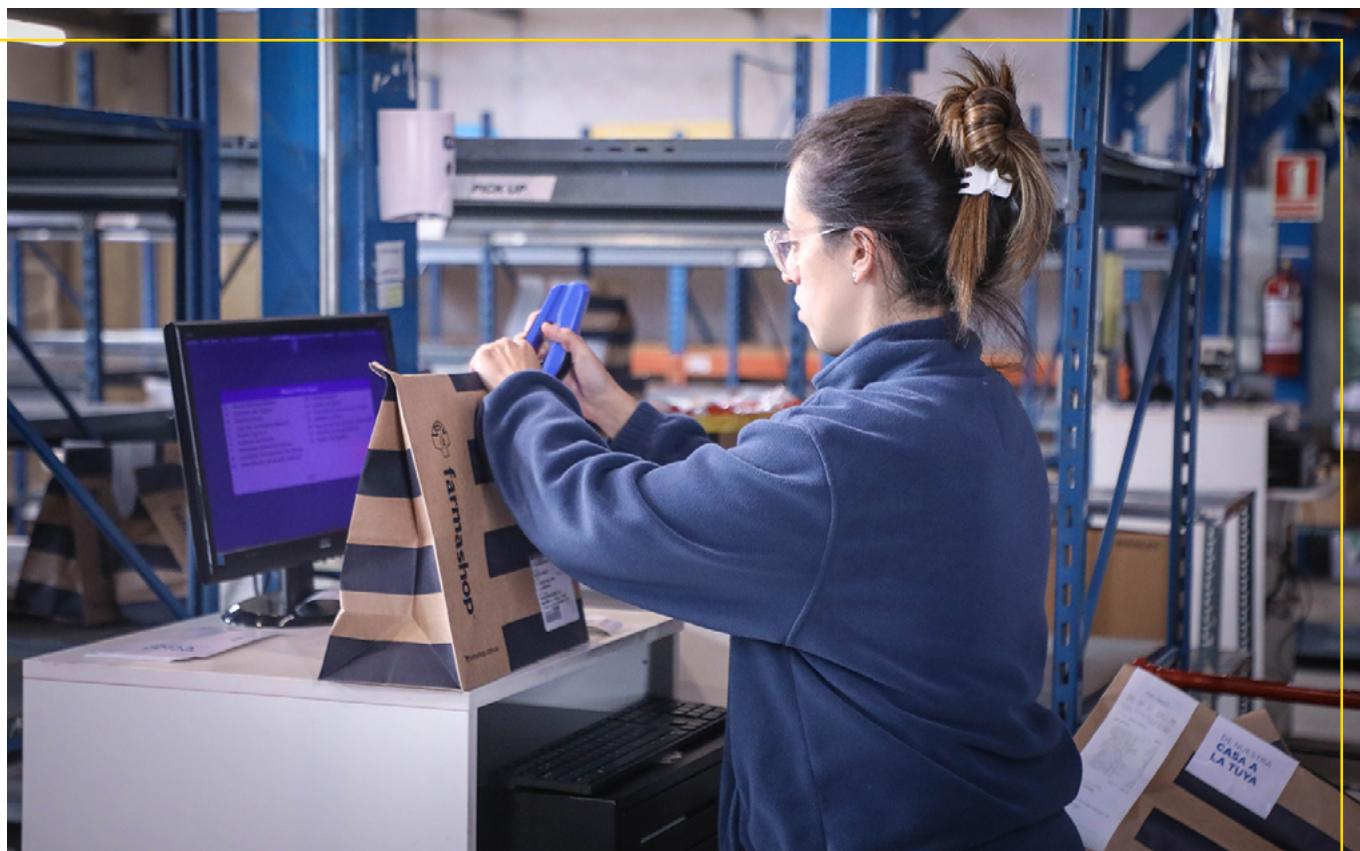
fibras recicladas.



**2.689** productos con envases reciclables

representan el **15%** de los productos de **perfumería y cosmética, alimentos y diversos**

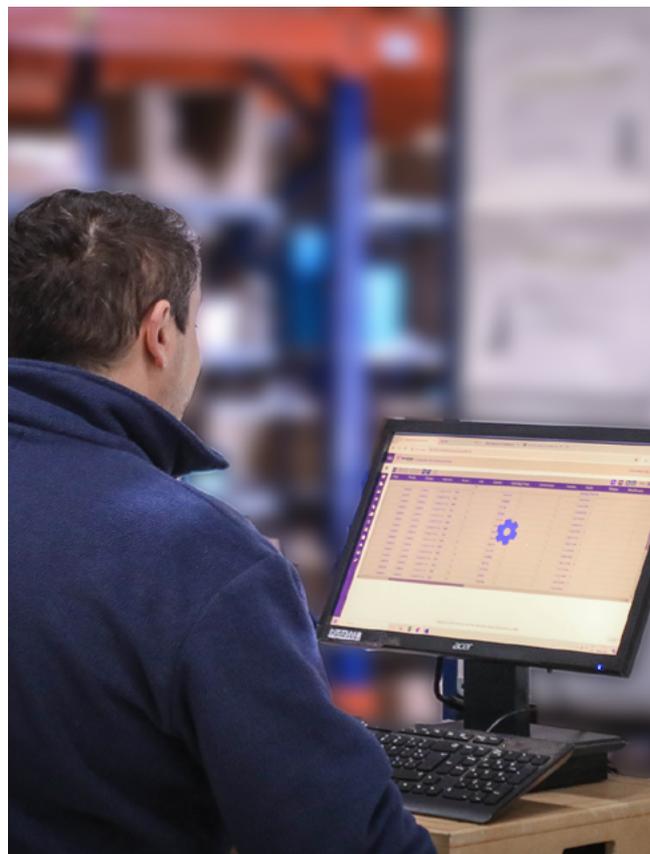
**5,7%** de esos productos ingresaron en el año fiscal 2022-2023 y nuestro desafío es **ir por más!**



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

## Canjes y logística inversa

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. Este esquema de recuperación de productos y procesos de logística inversa evitan la eliminación de productos y materiales.



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

## Logros y desafíos

Desafíos 2022-2023	Estado
Analizar la posibilidad de retorno económico por cartón	Cumplido
Implementación de PLESEM. Resolver el traslado de estos residuos	Cumplido 
Objetivo: 75% de residuos valorizados	Parcial

### Economía circular: desafíos 2023-2024

- **Incorporar nuevas prácticas:** reducir, reutilizar, reciclar y recuperar recursos en todas las etapas de la cadena de valor.
- **Innovación:** diseño de infraestructura, materiales y empaque.
  - Materiales de construcción sustentables
  - Materiales corporativos sustentables
  - Marcas propias con envases sustentables
- **Procesos “verdes”:** uso de tecnología para digitalizar, optimizar y automatizar procesos.

# Acción por el clima 13.3

En 2023 iniciamos el camino de la neutralidad de emisiones con la realización de 3 eventos carbono neutrales.

El primer paso que dimos fue comenzar a neutralizar las emisiones de eventos para los que se traslada un gran número de colaboradores. Esto implicó recolectar la información respecto del traslado de las personas, calcular las emisiones asociadas y adquirir bonos de carbono de proyectos locales.






**0,21 ton CO2 eq.**

Compensadas a través de Certificados de Carbono del proyecto Guanaré

22.000 ha de pastizales degradados convertidos en plantaciones forestales en Uruguay, con el objetivo de restaurar los suelos, aumentar la retención de agua y la transferencia de micronutrientes, prevenir la erosión y promover la biodiversidad.



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Huella de Carbono Organizacional

**Nuestro objetivo: descarbonizar nuestras actividades.**

¿Qué hacemos al respecto?

- Medimos la huella de carbono
- Trabajamos para reducir la huella con planes anuales y medidas de eficiencia energética
- Mantenemos la flota de vehículos híbridos y eléctricos
- Promovemos el uso colectivo de vehículos para traslados por motivos laborales
- Neutralizamos las emisiones de los eventos masivos
- Reducimos la cantidad de residuos generados

Un logro del ejercicio 2022-2023 es la **consolidación de los sistemas de monitoreo y medición**, y la incorporación de la huella organizacional a la estrategia de la compañía.

También, destacamos la **auditoría realizada a nuestro sistema de medición de emisiones** que tuvo el objetivo de dar garantías respecto a lo que emitimos e informamos. Los resultados evidencian un buen camino transitado y nos desafían a incorporar oportunidades de mejora sobre las cuales ya estamos trabajando.

A nivel desafíos, sin dudas el contexto regional nos impidió alcanzar el objetivo planificado en cuanto a reemplazo de flota a vehículos eléctricos e híbridos.

Emisiones directas de Gases de Efecto Invernadero (alcance 1) <sup>3 4</sup>	Intensidad de las emisiones de GEI <sup>4 6</sup>
2021-2022 <sup>5</sup> : 226.870 kg CO <sub>2</sub>	2021-2022 <sup>5</sup> : 286,58 kg CO <sub>2</sub> por persona
2022-2023: 227.643 kg CO <sub>2</sub>	2022-2023: 502,23 kg CO <sub>2</sub> por persona
Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2) <sup>4 7</sup>	Reducción de las emisiones de GEI <sup>4 8</sup>
2021-2022: 326.518 kg CO <sub>2</sub>	Asociadas al consumo de energía eléctrica 2021-2022: 2,26% <sup>9</sup> 2022-2023: 3,48%
2022-2023: 832.072 kg CO <sub>2</sub>	Asociadas al consumo de combustible 2021-2022: 11,56% 2022-2023: 17,5%

[3] Se calcula a partir del consumo de combustible de la flota de vehículos. El aumento interanual se debe al crecimiento de la flota de vehículos y la expansión de la compañía.

[4] Para nuestros cálculos, utilizamos el factor de emisiones que brinda el Ministerio de Industria y Energía de Uruguay (MIEM) a través del Balance energético Nacional (BEN). El factor de emisiones utilizado actualmente es de 65.64 tCO<sub>2</sub>/GWh. En AF23 56 y en AF 22 60.

[5] El valor difiere de lo publicado en el reporte anterior debido a ajustes en los datos raíz de la auditoría de medición de emisiones.

[6] El cálculo se hace tomando la cantidad de colaboradores del último mes del ejercicio económico. Se tiene en cuenta el alcance 1 y el 2.

[7] La variación tan significativa respecto de un año a otro se debe al cambio del factor de emisión utilizado en la metodología de cálculo.

[8] Incluye alcance 1 y 2. Asumiendo que las emisiones son directamente proporcionales al consumo de energía y combustible se puede estimar la reducción de emisiones. Gases incluidos CO<sub>2</sub>. El % de reducción de emisiones de GEI se calcula como kg de CO<sub>2</sub> ahorrado/kg total de CO<sub>2</sub> sin el ahorro.

[9] Este dato fue reexpresado por cambio en la metodología de cálculo, respecto al reporte anterior.

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Riesgos y oportunidades del cambio climático sobre nuestro negocio

Riesgos que tienen potencial para generar cambios sustanciales en las operaciones	Clasificación del riesgo	Implicancia financiera del riesgo	Método para gestionar los riesgos
Escasez de agua	Físico	Podrían generar la no operación en sucursales implicando pérdidas económicas por lucro cesante, además de las pérdidas potenciales por daños a la infraestructura y mercadería.	Primero, definimos las contingencias. Luego trabajamos en un Plan de contingencia que busca que se pueda responder rápidamente a una emergencia minimizando el tiempo del cese de la operación. Tenemos procedimientos para contingencias de energía eléctrica y para actuación en delivery en caso de inclemencias climáticas. Este documento se encuentra disponible para colaboradores en Humand, nuestra app social interna.
Escasez de energía eléctrica	Físico		
Emergencias por inundaciones y vientos tipo ciclón	Físico		

## Desafíos 2023-2024

- Incorporar las emisiones de nivel III en nuestra medición.

---

- **Descarbonización:** seguir el camino de la descarbonización de nuestras actividades.
  - Reducción de emisiones de CO<sub>2</sub>
  - Compensación de emisiones en más actividades

---

- Seguir el camino de neutralizar emisiones generadas por actividades excepcionales (como eventos).

01	Mensaje del CEO
02	Sobre este Reporte
03	Somos Farmashop
04	Sostenibilidad del Negocio
05	Gestión Ambiental
06	Impacto Social
07	Gobernanza Empresarial
08	Índice de contenidos GRI

# 06

## Impacto Social

---

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

---

Diversidad, equidad e inclusión

---

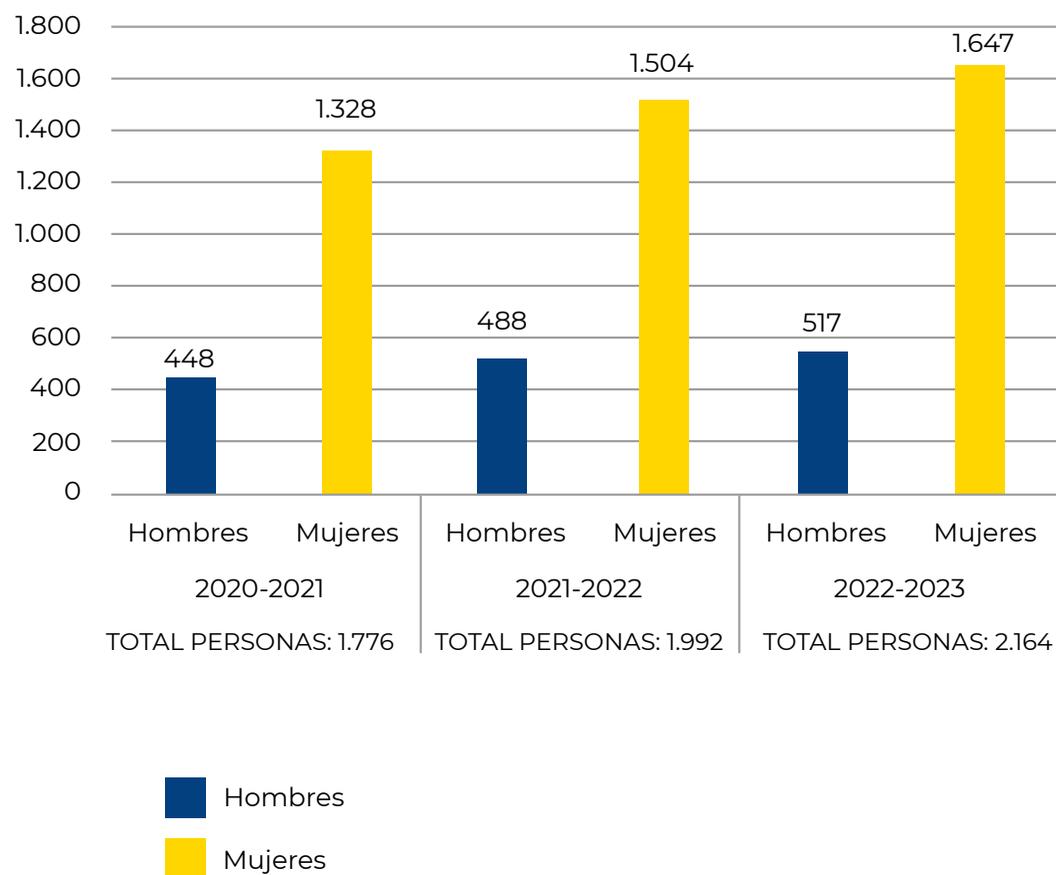
Experiencia y satisfacción multicanal de clientes

---

Promoción de la salud, seguridad y bienestar

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

Nuestro equipo continúa creciendo



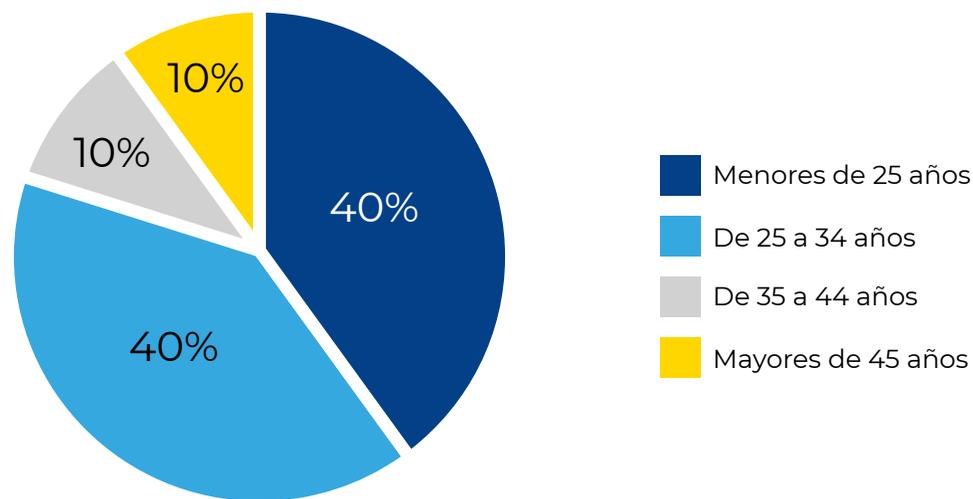
- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

**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.**

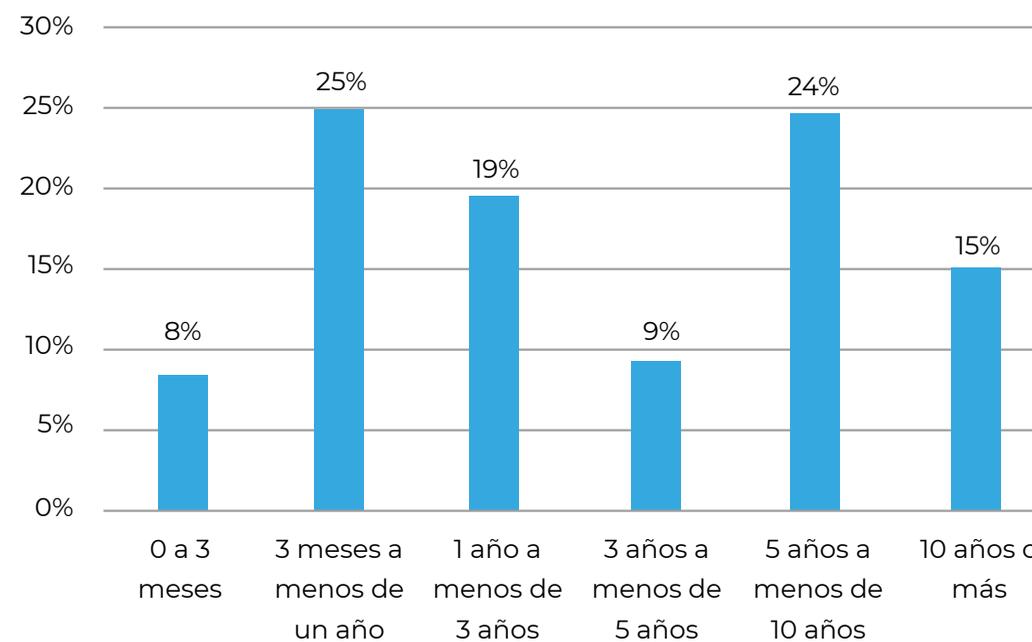


Más indicadores de nuestro equipo en 2022-2023 ver aquí. 

**Distribución por edad**



**Antigüedad de colaboradores**



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Garantizamos un buen clima de trabajo

8.5 8.8

Nuestro objetivo es continuar construyendo un excelente lugar para trabajar, poniendo el clima y las necesidades de colaboradores como nuestro principal

objetivo. Para esto, involucramos a todas nuestras personas en la mejora de la compañía.



- Nos encontramos en el **puesto 14** del ranking que reconoce los mejores lugares para trabajar para mujeres entre las empresas con más de 300 colaboradores [\[+ info\]](#)
- Nos encontramos en el **puesto 35** en el ranking internacional de GPTW como Mejores Lugares para Trabajar para en América Latina. [\[+ info\]](#)

**Desafío 2024:** realizar una nueva encuesta de Clima para el ejercicio octubre 2023 a septiembre 2024 de la mano de EFY (Employers for Youth).



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

## Buscamos ideas que generen 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; los cuales son canalizados por el área de Capital Humano.

En **2022-2023** recibimos un total de **474 sugerencias** **+ 43%** respecto del **período anterior**.



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

Ana Paula | Farmashop sucursal 107 sugirió:

“Estaría bueno agregar un descuento de colaborador para personas que se jubilen trabajando en Farmashop y que tengan cierta antigüedad en el cargo”.

A partir de esta sugerencia, todas las personas que se jubilen luego de 8 años de antigüedad en Farmashop acceden a la Farmacard Vitalicia.

## Destacamos a nuestros talentos

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.



# Garantizamos la salud y seguridad integral de colaboradores

3.4

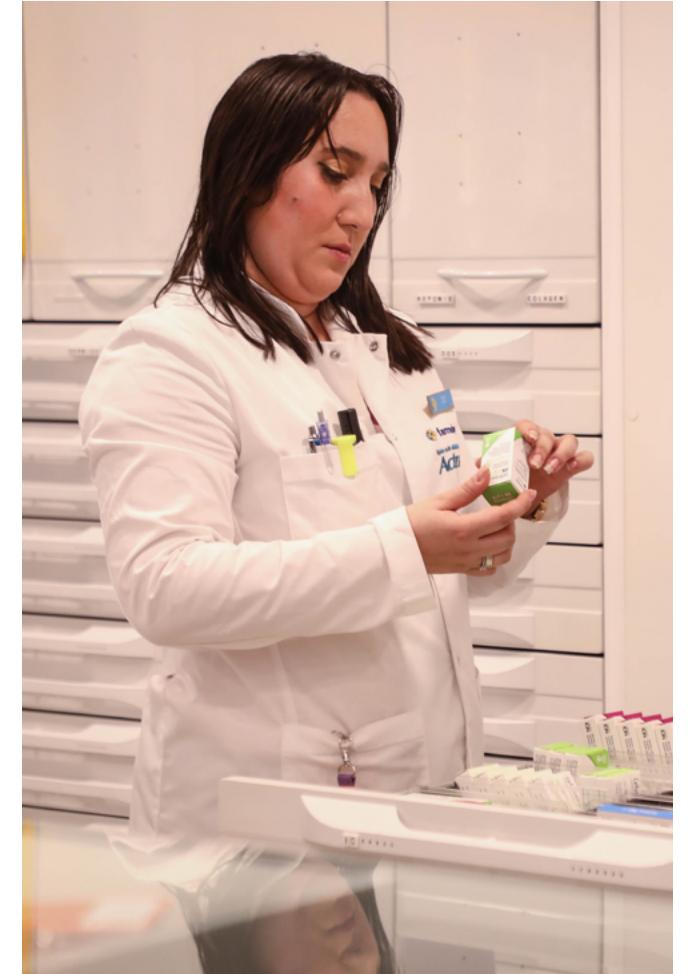
8.8

Contamos con políticas de seguridad que priorizan la salud y el bienestar de las personas que trabajan en Farmashop, clientes y otras partes interesadas. **Estas políticas reflejan nuestro compromiso inquebrantable con la prevención de riesgos y la promoción de un entorno laboral seguro.**

Acciones que desarrollamos en 2023 para mejorar la seguridad y salud laboral:

- **Diseñamos y pusimos en práctica procedimientos actualizados** para diversas actividades laborales, como el manejo de productos químicos, el trabajo en alturas y la manipulación de cargas pesadas.
- Desarrollamos **capacitaciones periódicas** para todo el personal del Centro de Distribución, con un enfoque especial en la seguridad laboral.
- Realizamos **inspecciones a sucursales** del litoral, además de Montevideo, SEO (Servicio de Experiencia Omnicanal) y Centro de Distribución para identificar posibles riesgos y áreas de mejora en términos de seguridad. A partir de esta evaluación, implementamos acciones correctivas inmediatas para abordar cualquier hallazgo.

- Desarrollamos **campañas de concientización y actividades de promoción** para fomentar una cultura de seguridad en el Centro de Distribución.
- Implementamos el **descanso complementario** para todo el personal de centros de distribución y personal de SEO considerando el tipo de trabajo de cada sector.
- Desarrollamos una **capacitación en primeros auxilios dirigida a las personas encargadas de sucursales**. El objetivo fue mejorar sus habilidades de respuesta y manejo de emergencias en caso de lesiones o accidentes en el lugar de trabajo.
- Dictamos **capacitaciones especializadas a reparadores a domicilio, puestos de mayor riesgo**, en colaboración con la UNASEV. Además, trabajamos para generar protocolos con el objetivo de reducir la exposición a situaciones de **riesgo en el tránsito**.



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

## ¿Cómo identificamos potenciales peligros relacionados al trabajo?

Desarrollamos **procesos sistemáticos y periódicos** para garantizar el abordaje de los riesgos laborales de manera adecuada y mantener un entorno de trabajo seguro y saludable para todas las personas que trabajan en Farmashop.

### Paso 1

**Evaluamos** integralmente los riesgos asociados al puesto del trabajo cada dos meses utilizando el método FINE.

### Paso 2

**Realizamos mediciones** de iluminación, ruido y evaluaciones ergonómicas utilizando métodos como REBA, ROSAS y OCRA.

### Paso 3

**Determinamos las medidas correctivas y/o preventivas necesarias** junto con las recomendaciones correspondientes. Estas medidas pueden incluir la modificación del puesto de trabajo, la implementación de capacitaciones específicas o el diseño de procedimientos seguros.

En el ejercicio 2023 implementamos un **sistema más eficiente para la notificación y registro de accidentes e incidentes laborales** a través de la plataforma Humand, nuestra app social interna. Esta mejora surgió a partir de sugerencias de colaboradores, quienes buscaban agilizar el proceso de denuncia de accidentes y hacerlo más eficaz.



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Lesiones y enfermedades profesionales relacionadas con el trabajo

74

eventos registrados:

- 52 se consideraron accidentes laborales y
- 23 incidentes.

Accidentes de transito	23
Posturas forzadas	7
Golpes y cortes contra objetos	12
Caída a distinto y mismo nivel	25
Acto subestándar	7

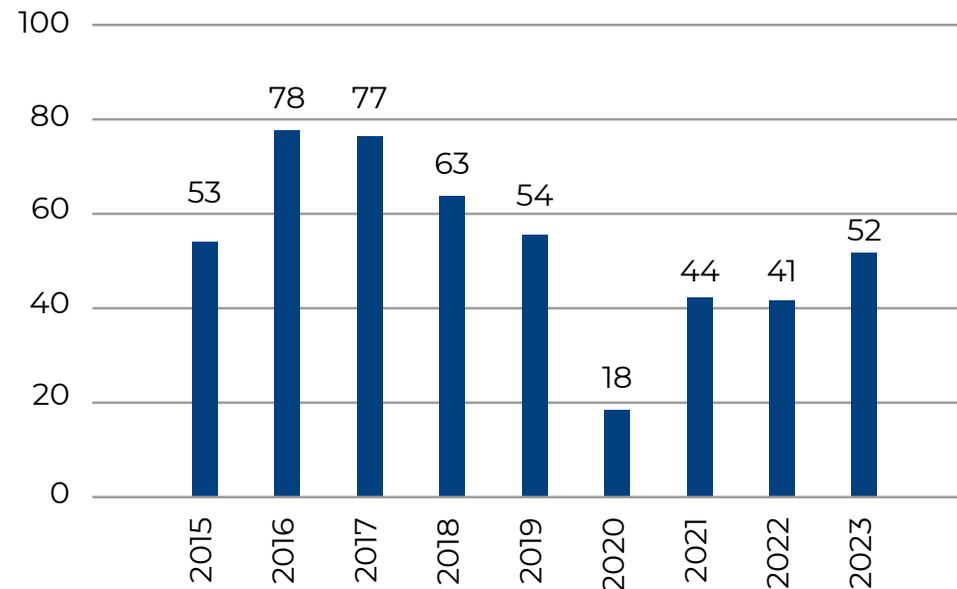
88%

ocurrieron en sucursales

Disminuimos los accidentes en el Centro de distribución

ya que representaron un 12%

Accidentes registrados \*



Este año nuevamente se registraron incidentes relacionados con accidentes de tránsito involucrando a repartidores, siendo el choque entre vehículos el más destacado.

\* El aumento de accidentes también se atribuye al incremento de personal. A pesar de esto, es importante destacar que el índice de gravedad se mantuvo bajo en términos porcentuales, ya que no se registraron lesiones significativas.

Riesgos de lesiones de alta consecuencia.

Analizamos los incidentes pasados e identificamos los siguientes peligros: choque entre vehículos, choque contra objetos y caídas al mismo nivel.

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Formamos y capacitamos a nuestras personas

4.3 4.4 8.6

**El desarrollo del capital humano es uno de nuestros objetivos estratégicos.** Promovemos el desarrollo personal y profesional de nuestros colaboradores, fomentando una cultura de trabajo en equipo y de puertas abiertas, contando con líderes que guían y acompañan.

Durante el ejercicio 2023 trabajamos en el proceso de desarrollo para mejorar su **adaptación a nuevas tecnologías y dinámicas** (formaciones presenciales, virtuales e híbridas).

Además, incorporamos herramientas lúdicas de capacitación para **mejorar la retención del conocimiento y acceder a retroalimentación inmediata** sobre el progreso del aprendizaje.

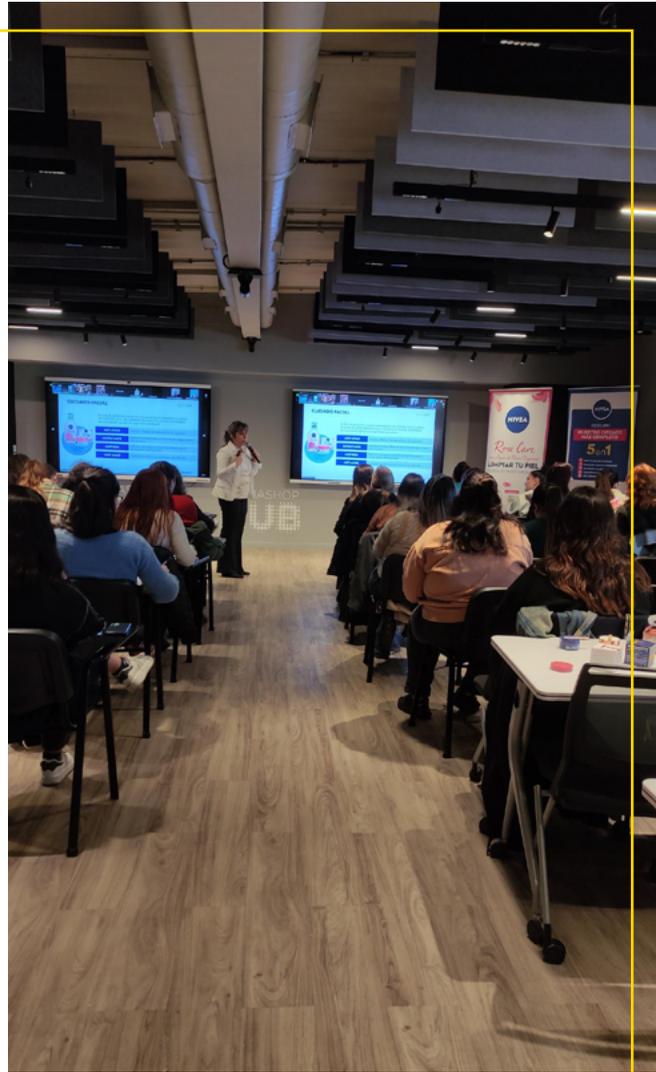
**+70 mil**  
horas de capacitación



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

## Farmashop HUB: el corazón de la conexión, un lugar donde las ideas se entrelazan y la innovación es una constante.

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI



Reformamos la sala de capacitación con el fin de brindar un espacio más amplio y cómodo que acompañe el proceso de aprendizaje de colaboradores y el crecimiento de nuestra compañía. No se trata solo de un espacio de formación, sino de un espacio destinado al intercambio de ideas a través de formaciones presenciales y en formato híbrido.

### ¿Qué hicimos?

- Incorporamos cámaras de alta resolución con tecnología hyflex.
  - **Beneficio:** permite seguir al expositor mientras se encuentra exponiendo.
- Incorporamos micrófonos en toda la sala para que aquellas personas que participen de forma remota puedan escuchar claramente al orador como a los participantes de la instancia.
  - **Beneficio:** evitar el distanciamiento entre ambos espacios.



**145**  
instancias en modalidad  
híbrida (online/presencial)

**USD 187.000**  
invertidos en capacitación

La capacidad de la sala  
aumentó a un  
**60%**

## Becas otorgadas

**279 becas** en diferentes formaciones

**5 becas** para congresos internacionales para colaboradores de Concepto OM

**2 becas** parciales MBA

**Becas UDE** (Universidad de la Empresa)

**4 becas 100%** para la realización de cursos cortos

## Formación para mandos

**60 becas** para encargados/as de sucursales de Farmashop y bela

**Objetivo** brindar herramientas integrales a los líderes más recientes

Desafío 2022-2023	Estado
Fortalecer a los mandos medios de la organización.	<b>Cumplido:</b> Realizamos formaciones para mandos medios, en habilidades de liderazgo y formaciones internas para el correcto cumplimiento de procesos y protocolos establecidos internamente.
Crear un <b>Manual de gestión de Encargados</b> a través de design thinking que pueda dar mejores herramientas a los mandos medios de las sucursales para tener una mejor gestión.	<b>En progreso:</b> El equipo de supervisores del sector operativo y el equipo de procesos y auditoria creó el nuevo manual que quedará disponible a partir de junio 2024.

## Curso de Idóneo

**90 becas** para colaboradores de sucursal, delivery y SEO.

Gracias a estas becas, 40% de nuestros colaboradores en sucursales ya son idóneos

### Desafíos 2023-2024

Lograr que el 50% de colaboradores de sucursal cuenten con el curso idóneos

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

### Desafío 2022-2023

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

### Estado

**En progreso:** La nueva plataforma de capacitación contará con una interfaz de usuario sencilla y de fácil acceso, permitiendo incorporar nuevos recursos audiovisuales y reportería automática. Estará disponible a partir de junio 2024.

### Desafíos 2023-2024

Fomentar el liderazgo transformacional en nuestros líderes, logrando certificar a todos nuestros encargados de sucursales en liderazgo transformacional.

Incorporar innovaciones vinculadas a las nuevas tecnologías.

Expandir los planes de carrera en todas las unidades de negocio.

Aumentar la formación de nuestros idóneos de Farmacia principalmente en servicios personalizados para los clientes junto a el equipo de División Farmacéutica.



# Evaluación de Desempeño

Evaluamos a 1.867 colaboradores, es decir, 86% realizó su ciclo de Evaluación del Desempeño\*

Implementamos la nueva plataforma de Evaluación del Desempeño para el total de la compañía, en la que queda plasmado todo el recorrido de cada ciclo de evaluación por persona. Esta implementación es una mejora sustancial a nivel de experiencia de usuario, así como de condensación y repositorio de la información concerniente al ciclo de desempeño.

**24%** hombres (440) | **76%** mujeres (1.427)

### Desafíos 2023-2024

Definir un sistema de autoevaluación dentro de los ciclos de evaluación del desempeño, pudiendo ser una implementación escalonada por sectores o cargos.

\*Los 297 colaboradores restantes no participaron del ciclo por no corresponderles, es decir, por no contar aún con un mínimo de 6 meses de antigüedad. En estos casos la valoración que se contempla es la evaluación de periodo de prueba.



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Diversidad, equidad e inclusión

10.2 10.3

Somos una compañía de puertas abiertas que promueve la diversidad, equidad e inclusión, y que promueve oportunidades de empleo y formación, facilitando la comunicación y el diálogo entre sus colaboradores.

No se registraron casos de denuncia por discriminación.

## ¿Cómo avanzamos en nuestro compromiso con la diversidad?

■ **Sello #Uruguay Valora:** En diciembre 2022 recibimos la Distinción con el sello #Uruguay Valora por parte de la Sociedad Uruguaya de Gestión de Personas en reconocimiento al trabajo sostenido de iniciativas que fomentan el desarrollo de una cultura inclusiva de personas con discapacidad en el ámbito laboral.

■ **Programa Accesos:** En marzo de 2023 firmamos un acuerdo con el Ministerio de Desarrollo en el

que nos nombraron Empresa Madrina del Programa Accesos, cuyo fin es 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. [+ información]

[Conocé el recorrido y las alianzas que formamos en nuestro proceso de diversidad.](#)



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Promovemos la igualdad de oportunidades en cargos jerárquicos

5.5 16.7

## Miembros del Equipo de Dirección y gerencias

53% mujeres  
46% hombres



Desafío 2022-2023	Estado
Lograr 50% de Equipo de Dirección de ambos géneros para el año 2030	<b>En progreso:</b> Actualmente tenemos 2 directoras en un total de 9 (22%)

# Promovemos la inclusión laboral de jóvenes, adultos mayores y personas en situaciones de vulnerabilidad

8.5 10.2

## Programa Mamás, Tías y Abuelas (MTA)

Ofrecemos a mujeres de entre 35 y 55 años la oportunidad de reinsertarse laboralmente. Nuestro programa no se limita solamente a brindar una oportunidad de empleo, sino que brinda acceso a:

- Herramientas que favorecen el desarrollo profesional y personal
- Actividades de capacitación comercial y
- Cursos de especialización.

**38 personas forman parte de nuestro Programa MTA actualmente.**

Las participantes de este programa brindan un valor agregado por su experiencia laboral previa en diversos rubros y su marcada vocación de servicio. Además, actúan como una red de contención en los equipos de trabajo que integran y que se traduce en un impacto positivo en la experiencia de los clientes. **Estamos comprometidos a disminuir la brecha de género, apostando a aumentar la visibilidad y resignificar el rol profesional de estas mujeres.**



**Recorrido Nancy:** comenzó a trabajar en la compañía hace 9 meses. Se enteró del programa por su sobrino Felipe, quien trabaja en la sucursal 59. Luego se postuló y fue seleccionada.

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

## Programa Primer Empleo

Participamos del **Programa Accesos** y la Ley de Promoción del Empleo N°199973 para promover el ingreso de jóvenes a su primer empleo. Trabajamos con:

Organización	Actividad desarrollada en AF 2023
Fondation Forge	Realizamos una charla sobre habilidades socioemocionales. En alianza con esta organización incorporamos 11 personas al área de Operaciones.
Bosco	Realizamos una charla sobre el armado de CV y procesos de selección

## Trabajamos por más empleabilidad formal e inclusiva

Participamos junto con la Intendencia Departamental de Maldonado, CCNLGBTU e INEFOP, de un taller denominado **taller de Orientación y Acercamiento al Mercado del Empleo para la Comunidad LGBT+.** Nuestro aporte fue acercar los conocimientos de nuestros profesionales y ponerlos al servicio de la comunidad y de sus oportunidades laborales.



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Oportunidades para personas con discapacidad

Trabajamos hace mucho tiempo junto a **Uniendo** en nuestro proceso de inclusión.

Actualmente, 20 personas con discapacidad forman parte de nuestro equipo, un 18% más que el ejercicio anterior. Queremos que las personas con discapacidad representen:

2024	2025	2026	2027
1%	2%	3%	4%
De nuestro equipo			

Además, trabajamos junto a **UMUNTU**, una consultora inclusiva que nos acompaña en los procesos de inclusión dentro de la compañía. Participamos del **programa Zip y el Programa de Inclusión Laboral de UMUNTU**, el cual tiene por objetivo fomentar las capacitaciones en el área de la inclusión, diversidad y equidad laboral.

Desafío 2022-2023	Estado
<p><b>Crear un plan de evacuación para personas con discapacidad llevado adelante con Médica Laboral y Prevencionista</b></p>	<p><b>En progreso:</b> Realizamos avances significativos en el desarrollo del plan de evacuación para personas con discapacidad en varias sucursales.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Uno de los principales hallazgos fue la necesidad de instalar iluminación específica para mejorar la identificación de las rutas de evacuación.</li> <li>Asignamos brigadistas específicos para cada colaborador, responsables de brindar apoyo durante las evacuaciones, lo que constituye un paso importante hacia la inclusión y seguridad de todos los ocupantes.</li> </ul>



Prointegra, fundación que trabaja con chicos y chicas con discapacidad intelectual para su inclusión laboral, visitando la sucursal 57.

## Desafío 2023-2024

Para 2024, proyectamos expandir la capacitación, evaluar continuamente el plan, integrar tecnología accesible y promover la participación comunitaria para asegurar la mejora continua y la inclusión efectiva.

Continuar fortaleciendo las alianzas con Red de Empresas Inclusivas y la CCNLGBTU.

Apostar al desarrollo laboral de quienes conforman el Plan de Inclusión Laboral.

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Colaboradores en el centro de nuestras iniciativas

Todos los años en agosto lanzamos la campaña interna **Votá para colaborar**, que permite a los colaboradores 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. En esta séptima edición, la ganadora de la convocato-

ria fue la **Fundación Corazoncitos** y durante septiembre realizamos la campaña de recaudación en cajas de la farmacia a su beneficio.

**¡La cifra alcanzada fue un récord absoluto! 35% más que el año anterior**

**\$2.258.976**

**recaudados en caja y**

**\$1.143.966**

**donados por Farmashop**



Corazoncitos es una organización sin fines de lucro que trabaja al servicio de niños y niñas con cardiopatías congénitas y sus familias en Uruguay, para mejorar la supervivencia y calidad de vida de los niños con esta afección, y apoyar y contener a sus familias.

[Conocer más](#)



**bela donó \$1.000.000 a la Fundación Canguro.**

[Conocer más](#)

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Experiencia y satisfacción multicanal de clientes

**Brindamos una experiencia de compra omnicanal.**

**¿De qué se trata?** Ofrecemos una experiencia integrada a través de todos los puntos de contacto con clientes brindando flexibilidad, conveniencia y personalización para satisfacer sus necesidades y preferencias.

Para ello, ofrecemos un **Servicio de Experiencia Omnicanal (SEO)** con el fin de que la comunidad pueda comunicarse para la toma de pedidos, consultas o sugerencias a través del canal telefónico y canales digitales de lunes a domingos de 8 a 23hs.

**Objetivo del SEO:** Identificar las necesidades de nuestros clientes para entender mejor las variaciones de quienes consumen o se benefician de nuestros productos, manteniendo nuestros estándares de atención en los diferentes canales.

## Desafíos 2023-2024

Ante la alta tasa de desocupación en jóvenes entre 15 y 24 años en Uruguay (una de las más altas de la región), nos proponemos ampliar los puntos de atención al cliente de nuestro SEO, creando una nueva ubicación para 40 jóvenes; la cual generará oportunidades de primer empleo formal para jóvenes del interior del país.



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Transformamos las experiencias de compra 8.2

Una buena experiencia al cliente no solo implica cumplir con sus expectativas, sino también superarlas para crear una conexión emocional positiva, que fomente la fidelidad, recomendación y retención a largo plazo.

**Contamos con los siguientes canales:** Sucursales - Web - Aplicación - Canal Telefónico - Canal WhatsApp - Canales digitales: PedidosYa, Mercado Libre, Rappi.

Canales	Temáticas	Indicadores de frecuencia de uso	Satisfacción
Teléfono	Pedidos	70%	<b>Encuesta de satisfacción 89%</b> , en base a la pregunta ¿Recomendaría usted a Farmashop a sus amigos y familiares, basándose en el servicio recibido? <b>Nivel de servicio 85%</b>
	Consultas y sugerencias	30%	
WhatsApp	Pedidos	5%	<b>Tasa de satisfacción 85%</b> con un nivel de Servicio del 90%
	Consultas y sugerencias	95%	
Formulario Web	Reclamos	66%	<b>4.2 en valoración de resolución de problemas, teniendo como referencia del 1 al 5, donde 1 es muy insatisfecho y 5 muy satisfecho.</b>
	Otros	34%	



**Nuestro objetivo de calidad es tener un puntaje de atención mayor a 80%. En el período del 2022-2023 nuestra calidad se vio reflejada en 85% para canal telefónico y 82% para canal digital. ¡Meta cumplida!**

**Desafío 2023-2024:** Comenzar a medir el NPS (Net Promoter Score por sus siglas en inglés), un indicador de la experiencia y recomendación de clientes para todos nuestros negocios.

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Promoción de la salud, seguridad y bienestar 3.8

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

## FarmaNatural

Con esta sección, brindamos a nuestros clientes acceso a prácticas de consumo saludable, acercándoles productos orgánicos, aptos para celíacos, para diabéticos y veganos. Los artículos exhibidos cuentan con las habilitaciones correspondientes y verificación de nuestro equipo técnico.

- **124 productos** exhibidos en la góndola >> **13,4% del total** de productos del ramo alimentos
- **70 puntos de venta**

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

**Nuestra principal responsabilidad es ser eficaces en la dispensación de medicamentos, brindando seguridad y confianza.**

Es por eso que contamos con personal capacitado, mantenemos un estricto control a través de nuestra dirección técnica y desarrollamos un proceso gestionado de resolución, escalamiento y visibilidad.

### ¿Cómo lo hacemos?

- Capacitamos a los equipos de sucursales y centro de distribución en el manejo de la cadena de frío.

- Cambiamos las conservadoras utilizadas para el traslado de medicamentos desde el centro de distribución a las sucursales, utilizando un sistema reutilizable y con mayor duración.
- Favorecemos la accesibilidad a medicamentos a través de todos nuestros canales en todo el país.
- Logramos implementar el control de gestión en el 100% de los envíos de medicamentos con cadena de frío
- **17 sucursales cuentan con Más Salud**

- Hacer accesible la atención de Más Salud en todas nuestras locales.



## Nuestro equipo de Más Salud

Contamos con un equipo de profesionales comprometidos con la satisfacción de clientes y la calidad del servicio. Este equipo cuenta con 10 químicos farmacéuticos y en este periodo se sumó una nutricionista.

**¿De qué son responsables?** De capacitar a colaboradores, así como de monitorear el cumplimiento de los procesos de dispensación y establecer estrategias de mejora.

De acuerdo a la reglamentación vigente en nuestro país, cada farmacia cuenta con una Química Farmacéutica y su directora técnica. La dispensación de medicamentos la realizan colaboradores habilitados y capacitados para ese fin.

### Desafíos 2023-2024

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

Expandir los servicios más salud para mejorar accesibilidad

Expansión farmacias a nuevas localidades

Adherencia en tratamientos prolongados



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Promovemos la salud y el bienestar 3.4 3.7

Farmashop te cuida en todas las etapas de tu vida no es solo un dicho, son acciones concretas que impulsamos para cuidar a nuestra comunidad.

## ¿Qué hicimos en 2022-2023?

- **Charlas sobre alimentación saludable y promoción de salud para niños de 6 a 11 años.** Elegimos estas edades para promover la prevención desde los primeros años. Las charlas fueron dictadas por una química farmacéutica y una nutricionista.
- Realizamos campañas de concientización para la comunidad y colaboradores:



Campañas			
Temáticas:	Diabetes	Enfermedades cardiovasculares	Protección solar
¿Qué hicimos?	<p>Realizamos glicemias sin costo durante el día mundial de la diabetes 16/11 en una sucursal de Montevideo y 7 sucursales del interior.</p> <p>En todas las sucursales entregamos folletos informativos sobre esta patología que fueron elaborados por la Asociación de diabéticos del Uruguay.</p>	<p>Por la semana del corazón tomamos la presión gratuitamente en una sucursal de Montevideo y 7 sucursales del interior.</p>	<p>Realizamos actividades en 9 sucursales de la costa de nuestro país utilizando una cámara UV que mostraba la protección que genera el uso de la pantalla solar para la prevención del daño.</p> <p>Comunicamos por redes sociales tips sobre cuidados para tener en cuenta ante la exposición al sol.</p>



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Prevención y concientización sobre enfermedades crónicas

Nos apoyamos de las redes sociales para difundir nuestra compañía de promoción de salud y bienestar para maximizar su alcance, eligiendo visibilizar las patologías prevalentes en nuestro país.



¡Conocerte está en tus manos! 



## Desafíos 2023-2024

- Incorporar otros grupos de interés para la prevención y concientización sobre enfermedades crónicas, como por ejemplo personas mayores de 60 años.
- Brindar más información sobre la promoción de la salud y bienestar a través de canales digitales.

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI



# 07

## Gobernanza Empresarial

---

Integridad en el centro del negocio

---

Innovación y salud económica y financiera

---

Gestión de la cadena de suministro

# Promovemos un gobierno corporativo responsable 12.6

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

Nuestro gobierno está compuesto por un Equipo de Dirección\* y cuatro comités:

■ **Comité Directivo**

■ **Comité Ambiental**

■ **Comité ESG\*\***  
**¡NUEVO 2023!**

■ **Comité de Ética**  
**¡NUEVO 2023!**



## Equipo de Dirección



**Martín Sorrosal**  
Director General  
11 años



**Roberto Acosta**  
Director de RRHH  
11 años



**Matías Lopéz**  
Director Comercial  
10 años



**Gabriela Montone**  
Directora de Adm. y Finanzas  
4 años



**Miguel Rossi**  
Director de Tecnología  
7 años



**Ignacio Mignone**  
Director de Logística y Distribución  
7 años



**Malena Vergara**  
Directora de Procesos y Auditoría  
8 años



**Juan Teba**  
Gerente de Marketing  
3 años



**Nancy Pereyra**  
Gerente de SEO  
9 meses

## Servicios y Negocio



**Carlos Carneiro**  
Director de Operaciones Farmashop  
8 años



**Emmanuel Morales**  
Director de Nuevos Negocios  
5 años



**Andrea Contreras**  
Gerente de División Farmacéutica  
2 años

### Referencias

**Nombre**  
Cargo Significativo  
Antigüedad en el Órgano de Gobierno



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

\*El Directorio de la Sociedad está conformado por el presidente del Directorio, Alfredo Irigoien, y los directores Carlos Ingham, Martín Sorrosal y Pablo Juan Lundahl. El único integrante del Directorio con cargo ejecutivo es el director general Martín Sorrosal.

\*\* Composición del Comité ESG: Director RRHH, Director Comercial, Director Administración y Finanzas, Gerente de Marketing, Gerente Técnico Medicamentos y Director de Procesos y Auditoría.

## 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.

Las responsabilidades tanto del máximo órgano de gobierno como de los altos ejecutivos son:

- 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.

Tanto el CEO como el equipo de directores participan activamente del proceso de revisión y reporte mensual de los resultados de la gestión al Directorio de la Sociedad. Los resultados económicos, ambientales, sociales y de gobernanza se reportan mensualmente tanto en instancias de reunión como en reporte llamado **Informe de Gestión**.

Se realizan 3 reuniones anuales del comité ESG, una inicial de alineación, una posterior al avance del año y considerando el resultado de las auditorías externas, una sobre el final para revisión y planteo de nuevos desafíos.



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

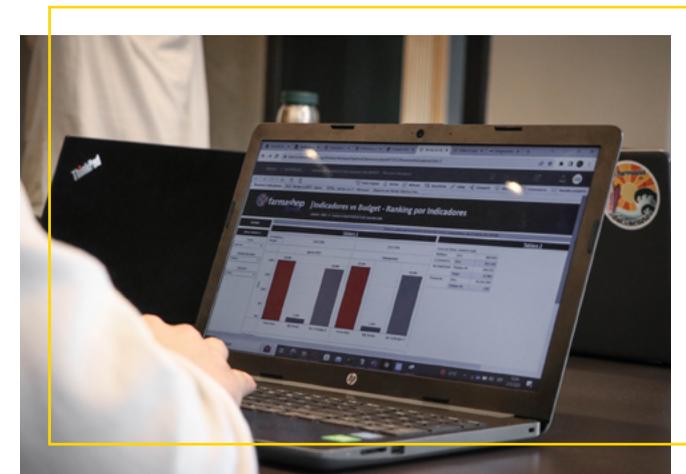
# Integridad en el centro del negocio

12.6 16.5 16.6

**Gestionamos los riesgos ambientales, sociales, reputacionales, económicos y financieros**

Anualmente recibimos auditorías externas para evaluar nuestro 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

observaciones tendientes a la mejora, destacando los auditores y el organismo de certificación el nivel de madurez del sistema de gestión y el hecho de superar ampliamente los requisitos.



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

Sistema de gestión certificado
Sistema de gestión de la calidad ISO 9001
Sistema de gestión de la energía ISO 50001
Sistema de gestión ambiental ISO 14001
Sistema de gestión antisoborno - ¡NUEVO! ISO 37001

Alcance



## Sistema de gestión antisoborno certificado

En el ejercicio fiscal 2023 alcanzamos la certificación de nuestro sistema de gestión antisoborno según la ISO 37001, siendo el único retail a nivel nacional en obtener este reconocimiento.



Esto implicó:

1. Asignar al director de auditoría interna el **rol de cumplimiento antisoborno**.
2. Definir nuevos **objetivos relativos a la ética y transparencia**:

### Nuestros objetivos:

- **Generar una cultura antisoborno**
  - **Tolerancia cero al soborno**
3. Realizar una **evaluación de cultura ética**, a través de una encuesta anónima a todas las personas que trabajan en las oficinas de Farmashop.

**174**  
participantes

**87%**  
dice conocer los **valores de Farmashop**

**69%**  
dice que los **valores de Farmashop** están muy alineados a los **propios**

**50%**  
declara siempre poder compartir con **honestidad** sus opiniones con su jefe inmediato

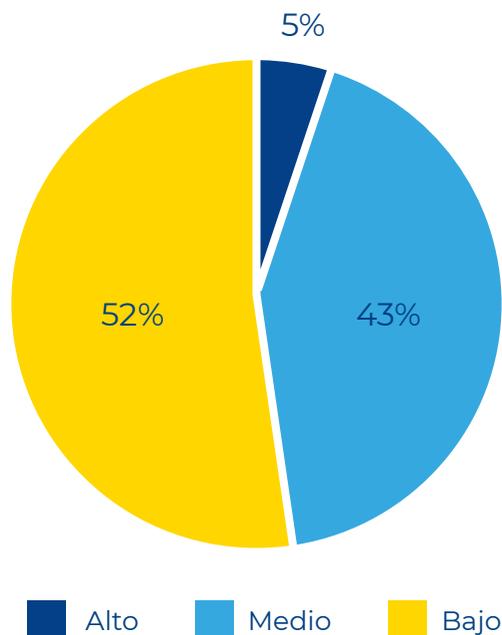
4. **Evaluar la totalidad de nuestras actividades desde una perspectiva de riesgos de corrupción.** Identificamos 3 pilares de riesgos: asociados a clientes, colaboradores y proveedores.

Para cada pilar identificamos los riesgos, los controles existentes y los riesgos residuales. Luego, definimos un **plan de acción para trabajar en la mitigación de todos los riesgos**, aun cuando su evaluación sea baja.

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

**Identificamos 21 riesgos asociados a potencial soborno.**

**Clasificación de los riesgos identificados**



**Riesgo alto:** identificamos un único riesgo relacionado con pagos o comisiones ocultas, es decir, los proveedores pueden intentar sobornar a colaboradores para obtener ventajas en los contratos o en el proceso de adquisición.

Por esto, establecimos un **procedimiento para identificar aquellos proveedores con “riesgo crítico” de corrupción/soborno\***

\*Criterios para determinar si el proveedor es crítico: tamaño del proveedor, volumen de transacciones, proveedores que actúan en función de Farmashop, marcas propias.

**5. Capacitar al equipo que participó de la certificación.** Realizamos una charla de sensibilización híbrida para dar a conocer de forma más profunda la norma y sus requerimientos. De esta charla participaron 45 colaboradores de las áreas directamente involucradas en la certificación.



**6. Comunicar y formar a todas las personas que trabajan en Farmashop sobre los procedimientos anticorrupción.**



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

Comunicamos y difundimos al **100%** de los miembros de la Alta Dirección y al **100%** de colaboradores nuestras **políticas y procedimientos anticorrupción**.

Formación asincrónica mediante la plataforma de capacitación – ECA (Entorno de Capacitación y Aprendizaje)

**1.714** colaboradores realizaron el curso

**77%** del total de la compañía

Participación por unidad de negocio	
Unidad de negocio	Participación
Concepto OM	68%
Botiga	67%
bela	91%
Farmashop	77%

Farmashop*	Participación
Sucursales y delivery	81%
Depósito ecommerce	45%
Centro de distribución	37%
SEO	88%
Oficina	61%

\* El desglose solo se realizó en Farmashop, ya que dentro de las demás unidades de negocio solo se encuentra el sector operativo.



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Promovemos la ética, la transparencia y el cumplimiento 16.5 16.6

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

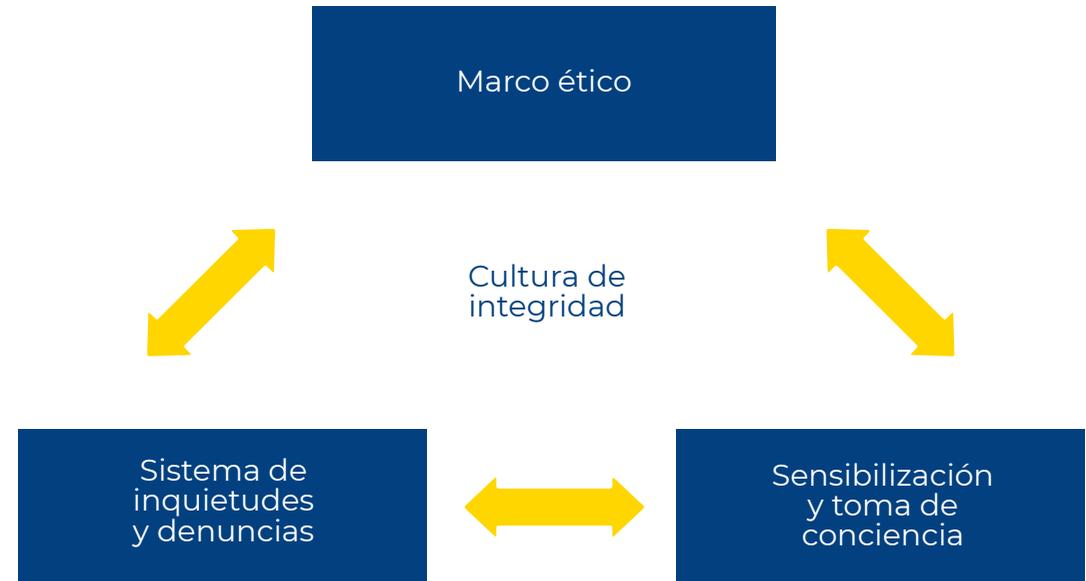
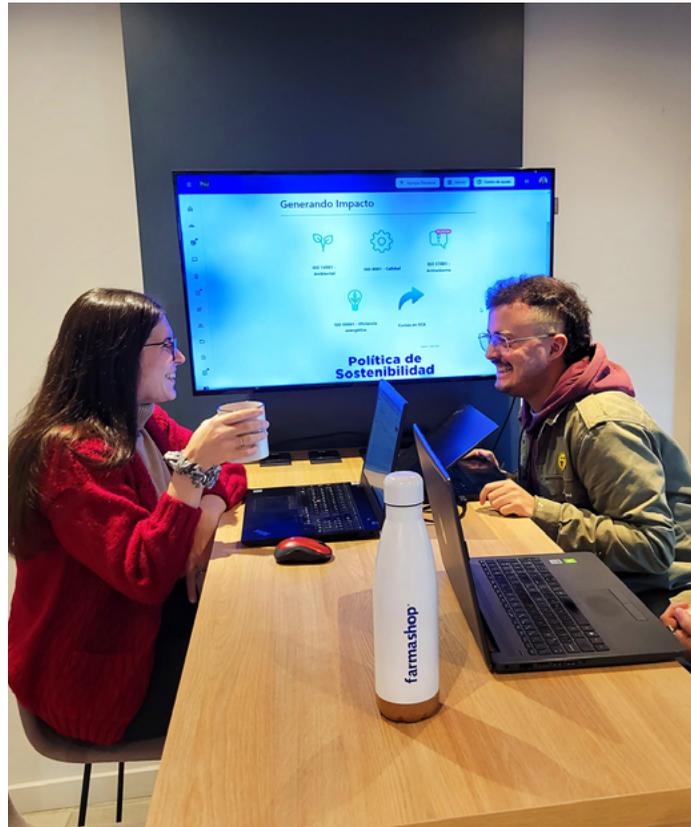
## Nuestro Plan de Gobernanza

<b>INTEGRIDAD</b> 	<p>Mantener y reforzar nuestra cultura de cumplimiento, honestidad, confianza y respeto</p> <hr/> <p>Promover la responsabilidad en todos los niveles de la compañía</p> <hr/> <p>Asegurar consistencia entre lo que se dice y lo que se hace</p>
<b>ÉTICA</b> 	<p>Operar de manera responsable y con consideración hacia todas las partes interesadas</p> <hr/> <p>Gestionar proactivamente para prevenir la ocurrencia de corrupción en nuestras actividades o vinculado a nuestra marca</p>
<b>TRANSPARENCIA</b> 	<p>Sostener la confianza y la credibilidad, tanto en el sector público como en el privado</p> <hr/> <p>Reforzar la estructura de toma de decisiones</p> <hr/> <p>Comunicar información de manera clara, accesible y comprensible</p> <hr/> <p>Reportar nuestra gestión “reporte de sostenibilidad” según criterios GRI y SASB</p>
<b>ENFOQUE EN EL NEGOCIO</b> 	<p>Aporte a resultados, base para financiamiento</p> <hr/> <p>Contribución a ODS y agenda mundial</p> <hr/> <p>Mayor participación en organizaciones a través de las cuales se promueva imagen de marca y reputación</p> <hr/> <p>Auditoría de control interno: riesgos de ciberseguridad y transformación digital</p>

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

Nuestros compromisos estipulan:	¿Cómo los trabajamos?
La realización de una debida diligencia	Incorporamos la debida diligencia dentro de la gestión de proveedores, identificando aquellos críticos desde el riesgo de soborno y solicitando una evaluación de sus prácticas.
La aplicación del principio precautorio	Trabajamos desde el diseño de los procesos con una mirada de prevención y control, sólo en los casos donde el impacto es inevitable se gestiona para su minimización y/o mitigación.



## Marco ético

Contamos con un reglamento interno y un conjunto de políticas que establecen las normas y valores, y regulan el comportamiento y las actitudes.

### Nuestras políticas:

- Sostenibilidad
- Representación y viajes
- Obsequios y atenciones corporativas
- Servicios colaboradores en OM
- Gestión conflictos de interés **¡NUEVO 2023!**
- Prevención de fraudes
- Información confidencial
- Compras

**En 2023 creamos una nueva política “Gestión de conflictos de interés”.** Su objetivo es establecer los criterios y procedimientos para identificar, declarar y gestionar los posibles conflictos de interés que se generen entre colaboradores y partes externas.

Además, pedimos a las personas que ocupan puestos directivos o gerencias que realicen una **declaración**, tengan o no conflictos de intereses potenciales. El resultado fue informado y evaluado por el Director General, Director de RRHH y Director de Auditoría.

Es responsabilidad del equipo de Dirección mantener informados a sus equipos y asegurar que se declare cualquier situación que potencialmente pueda ser un conflicto de interés. Estas situaciones son evaluadas por el Comité de ética, quien define si se requieren acciones mitigatorias.

**Esta política fue evaluada por la auditoría externa para alcanzar la certificación ISO 37001.**



## Sistema de inquietudes y denuncias

Contamos con una **línea ética** que permite registrar las posibles faltas de transparencia, de ética o incumplimiento de políticas y procedimientos de la compañía.

- **Uso anónimo o identificándose**
- **Disponible los 365 días del año las 24 horas.**

En 2022-2023 recibimos 35 denuncias de ética: 49% por parte de colaboradores y 51% por parte de clientes, estos últimos por disconformidad en entregas de pedidos o por situaciones de atención en sucursal. De las denuncias recibidas, no se constata gravedad tal que implique acciones correctivas sobre los procesos o actividades de la compañía. Todas fueron aclaradas en su análisis.

Además, identificamos 12 situaciones de potenciales conflictos de interés: 2 relativas a colaboradores de oficina y 10 correspondientes a químicos farmacéuticos que tienen otros trabajos.

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Compromiso con los derechos humanos 12.6

En 2023 adoptamos una serie de medidas para fortalecer la promoción y el respeto de los derechos humanos en todas nuestras unidades de negocios:

- **Redefinimos el reglamento interno de trabajo**, alineado con nuestros principios fundamentales y los estándares internacionales de derechos humanos. Este enfatiza en los derechos y obligaciones de colaboradores, así como en la incorporación de nuevos beneficios que consideran sus necesidades personales y familiares, incluso superando los requisitos legales establecidos.
- **Promovimos una cultura de comunicación abierta y transparente**, facilitando canales permanentes para que colaboradores puedan expresar sus inquietudes y denunciar posibles vulneraciones de sus derechos, tanto por parte de compañeros como de superiores jerárquicos.
- **Trabajamos junto al sindicato para mejorar las categorías y condiciones salariales** a través de acuerdos colectivos de empresa.
- **Desarrollamos cursos de capacitación sobre poder disciplinario para supervisores y encargados**, enfocados en los límites de la autoridad y en la salvaguarda de los derechos de los colaboradores. Su objetivo es de **garantizar un ambiente laboral justo y respetuoso**.
- **Respondimos de manera diligente y sin objeciones a los requerimientos del Ministerio de Trabajo durante las inspecciones realizadas en las sucursales**, demostrando nuestro compromiso con el cumplimiento de las normativas laborales vigentes.
- **Implementamos encuestas de clima laboral y satisfacción**, permitiendo a las personas que trabajan en Farmashop expresar sus opiniones de manera anónima y libre. Los resultados de estas encuestas han servido de base para la elaboración de planes de acción destinados a corregir cualquier aspecto que pudiera afectar la convivencia y el bienestar en los equipos de trabajo.

Estas iniciativas reflejan nuestro compromiso continuo y proactivo con la promoción y el respeto de los derechos humanos en el entorno laboral.

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

**Continuamos teniendo como norte:**

- El respeto de la **ley de Uruguay**
- Las normas internacionales emanadas de la **OIT** (Convenio Internacional No. 190)
- Los **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.

01	Mensaje del CEO
02	Sobre este Reporte
03	Somos Farmashop
04	Sostenibilidad del Negocio
05	Gestión Ambiental
06	Impacto Social
07	Gobernanza Empresarial
08	Índice de contenidos GRI

## Libertad de asociación y negociación colectiva

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

Contamos con un **Sindicato Único de Trabajadores de Farmashop** con el que trabajamos temas específicos de la actividad y escuchamos inquietudes o reclamos que nos puedan manifestar sobre las 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.

# 100%

de colaboradores están cubiertos por convenios de negociación colectiva

## Le decimos NO al trabajo infantil

Respetamos la legislación vigente y como política de la 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.



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Preservamos la seguridad y privacidad de los datos personales, y de la información de la compañía



Asumimos con responsabilidad gestionar estos temas para brindar seguridad y tranquilidad a nuestros clientes. Cumplir con los requisitos legales y desarrollar nuestras actividades de protección de los datos nos permite evitar la fuga de datos e información valiosa para la compañía. De esta manera, reforzamos nuestra reputación como organización, mejorando la confianza con nuestros clientes, proveedores y organismos de control.

Contamos con políticas y procedimientos para el manejo de datos personales e información de acuerdo con la **Ley 18331 de Protección de datos personales**. Además, tenemos medidas físicas para prevenir la extracción de información. Anualmente auditamos estas medidas tomando como criterios la **Norma ISO 27001** y el marco de ciberseguridad de **AGESIC**.

## El “ciclo de vida” de la información

■ **Recopilación:** recopilamos solo la información esencial necesaria para los servicios ofrecidos, asegurándonos de utilizar métodos de recolección seguros, como formularios cifrados y comunicaciones protegidas, para **preservar la privacidad desde el inicio**.

■ **Uso:** limitamos el uso de la PHI (información médica protegida) y la PII (información de identificación personal) estrictamente a los propósitos para los que fueron recopilados, como la comunicación con los clientes. Implementamos controles de acceso para **garantizar que solo el personal autorizado**

**tenga acceso a la información necesaria para sus funciones.**

■ **Conservación:** retenemos la información solo por el tiempo necesario para cumplir con propósitos legales y de negocio, siguiendo las leyes aplicables. Contamos con **políticas de retención** que aseguran la destrucción segura de datos una vez que ya no son necesarios.

■ **Procesamiento:** utilizamos **tecnologías de cifrado** para proteger la PHI y la PII durante su procesamiento, tanto en reposo como en tránsito, y mantenemos nuestras infraestructuras y sistemas actualizados y seguros contra amenazas.

■ **Divulgación:** cualquier entrega de datos personales se realiza bajo estrictas condiciones controladas y solo cuando es absolutamente necesario, ya sea por requisitos legales o con el consentimiento explícito del cliente. **Establecemos acuerdos de confidencialidad con terceros que requieren acceso a datos sensibles.**

■ **Destrucción:** Finalmente los datos personales son destruidos de forma segura mediante **métodos que impiden su reconstrucción**, como la trituración física o el borrado seguro de datos digitales.

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Innovación y salud económica y financiera

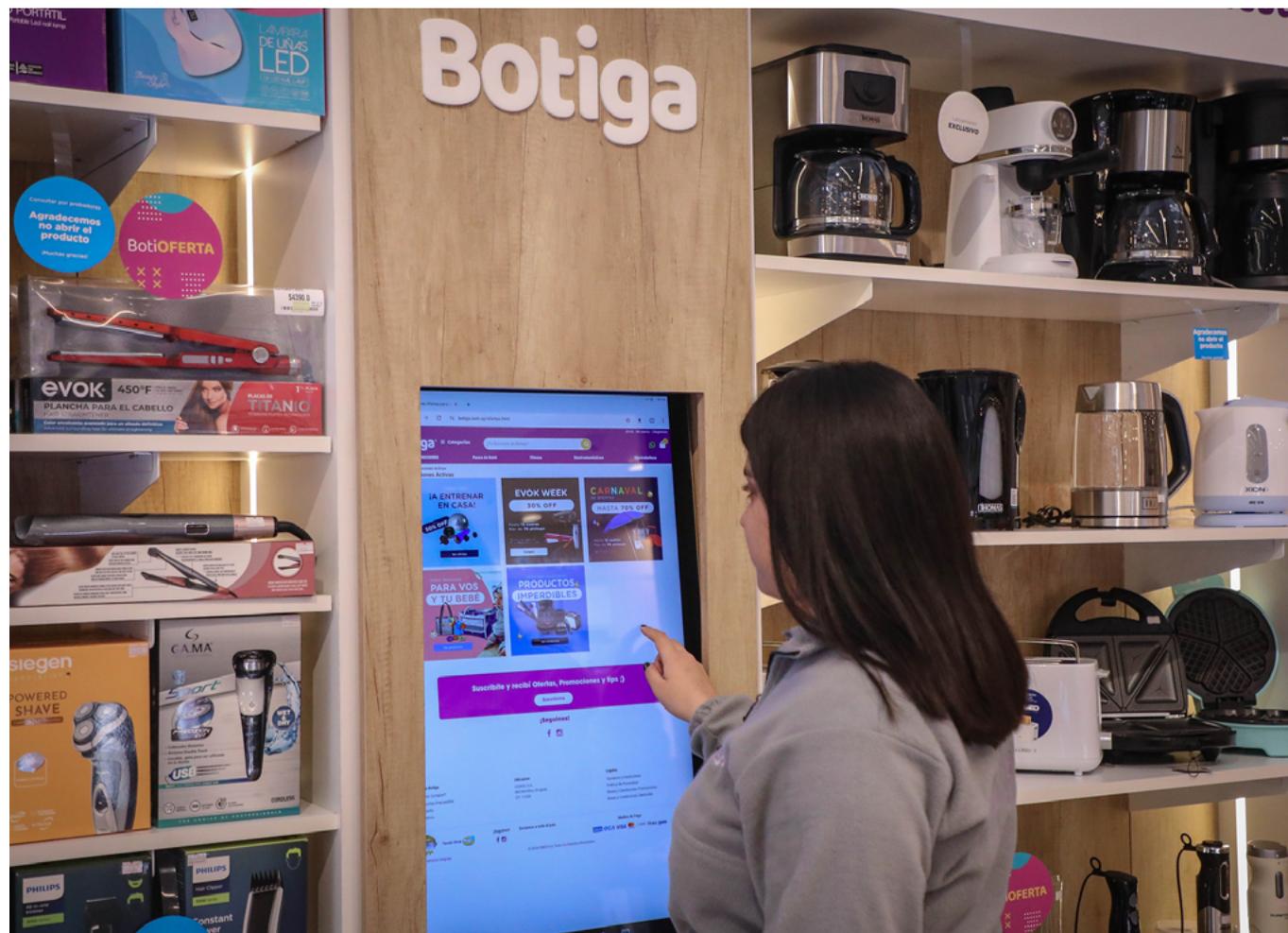
Garantizamos el rendimiento económico y financiero sostenido **8.2**

Respecto al ejercicio económico anterior aumentamos\*

**+8,5%**  
Ingresos totales por Ventas (UY\$)

**+7,2%**  
EBITDA (UY\$)

\*Datos al 30 de septiembre de 2023



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

**Evolución share por ramo de artículo (Venta Neta)**

**31.544.572**  
unidades vendidas



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

	2021	2022	2023	Variación vs año anterior
<b>Martes</b>	13,9%	13,9%	13,8%	-0,1pp
<b>Jueves</b>	17,9%	16,5%	17%	0,5pp
<b>Domingo</b>	20,3%	19,2%	19,8%	0,6pp



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

## Crecimiento en Sucursales

El plan de crecimiento siguió avanzando con la apertura de **12 nuevas tiendas**. Además, continuamos mejorando las tiendas existentes, elevando el nivel de calidad y servicio.

**En 2022-2023 continuamos aumentando nuestras sucursales**

**9,3%**  
crecimiento en las sucursales de Farmashop

**7,1%**  
crecimiento en las sucursales de bela

**8,3%**  
aumento de la superficie en m<sup>2</sup> de nuestras sucursales

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Farmashop	92	92	92	92	98	98	98	105	118*	129
OM	0	0	7	7	5	5	5	5	5	5
bela	0	0	0	0	0	0	0	13	14	15
Botiga	-	-	-	-	-	-	-	2	2	2

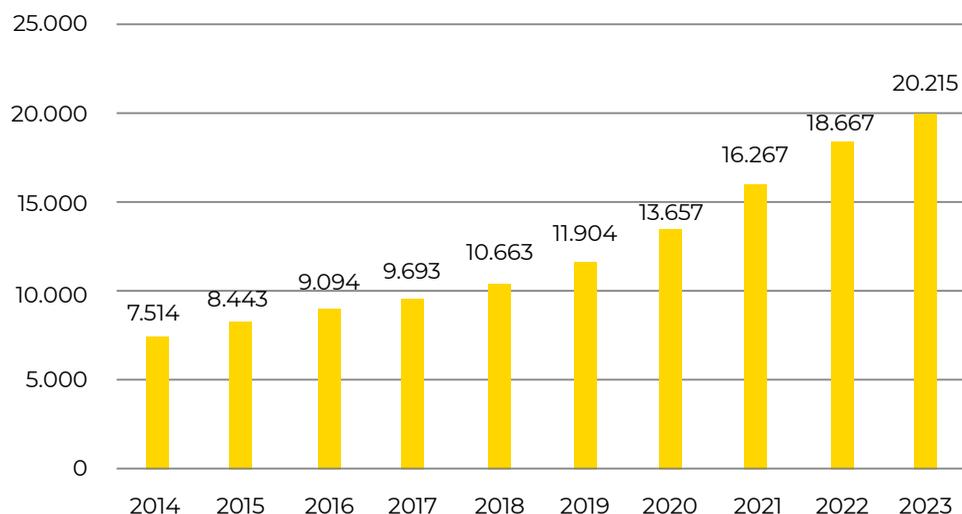
\*Este valor difiere del publicado en el Reporte de Sostenibilidad 2021-2022 ya que allí no se tuvo en cuenta la apertura de 3 sucursales que abrieron al fin del ejercicio.



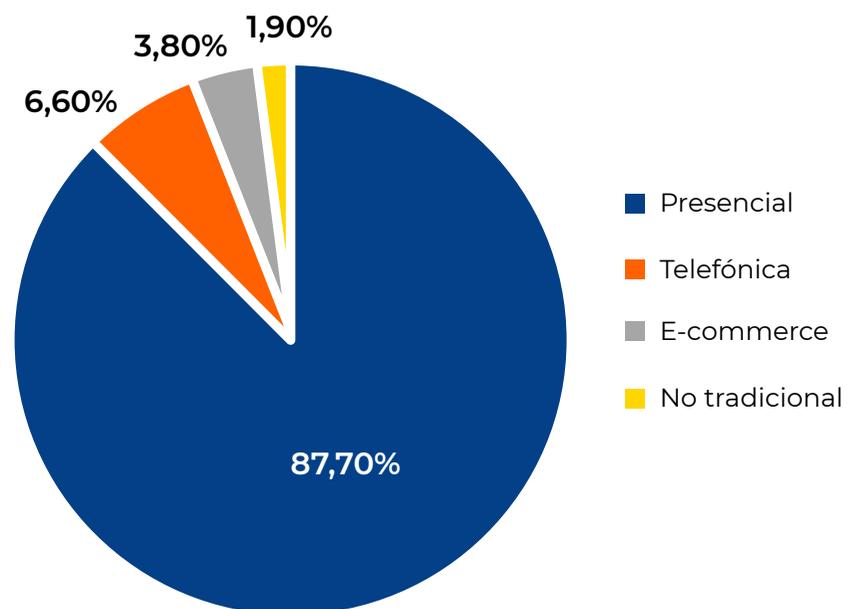
- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

### Sucursales en (m²)



### Ventas por canal



### Estrategia Omnicanal

Seguimos impulsando una estrategia omnicanal con fuerte foco en los canales digitales que cuentan con un alto potencial de crecimiento y desarrollo.



### Plan de fidelidad

**1.174.943**  
socios activos al cierre del ejercicio

**+9,5%**  
Crecimiento de socios (respecto al año anterior)

**89,3%**  
Venta Farmacard (-0,1 pp vs el año anterior)

**+9,8%**  
Socios Farmacard Santander (respecto del periodo anterior)

# Invertimos en tecnología para adaptar los procesos e innovar en los servicios

8.2

Como parte de nuestra visión estratégica nos propusimos ser líderes en innovación tecnológica en nuestro sector.

Para alcanzar este objetivo, dedicamos recursos significativos a la investigación y desarrollo, asegurando así que estemos a la vanguardia de las últimas tendencias y avances tecnológicos.

Además, fomentamos un **ambiente laboral que promueva el pensamiento innovador y el crecimiento personal de nuestras personas**, reconociendo que su creatividad y compromiso son fundamentales para nuestro éxito.

**USD \$2.249.044**

invertidos en innovación en el ejercicio 2022-2023



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Evaluamos el Impacto de las Inversiones

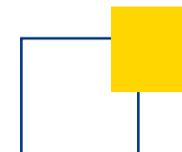
Realizamos un análisis exhaustivo para medir el retorno de la inversión (ROI) de nuestras iniciativas en desarrollo de sistemas e infraestructura tecnológica. De esta forma, confirmamos que han sido fundamentales para

potenciar las ventas, mejorar la experiencia de clientes y optimizar nuestros procesos internos, lo que contribuyó significativamente al crecimiento y éxito de la empresa.

Impactos positivos		
Aumento de las Ventas	Optimización de Procesos	Mejora en la Experiencia del Cliente
Las inversiones en desarrollo de sistemas han permitido la creación de nuevas funcionalidades y soluciones innovadoras que han mejorado nuestra oferta de productos y servicios, atrayendo así a nuevos clientes y aumentando las ventas.	La implementación de desarrollos y mejoras en la infraestructura de sistemas ha optimizado nuestros procesos internos, reduciendo tiempos de respuesta y aumentando la eficiencia operativa, lo que se traduce en una mejor atención a clientes y una mayor capacidad para satisfacer sus necesidades.	La inversión en infraestructura de sistemas ha garantizado una mayor disponibilidad y rendimiento de nuestras plataformas y aplicaciones, lo que ha mejorado la experiencia de clientes al proporcionar acceso rápido y confiable a nuestros servicios.
Impactos negativos		
Dependencia Tecnológica		

Aunque las inversiones en tecnología han mejorado nuestra competitividad, también nos hacen más dependientes de la infraestructura tecnológica, aumentando el riesgo de interrupciones en el servicio debido a fallas técnicas o ciberataques. Para más información sobre cómo estamos trabajando para prevenir estos riesgos hacer click aquí. 

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI



# Principales proyectos de innovación durante 2023

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

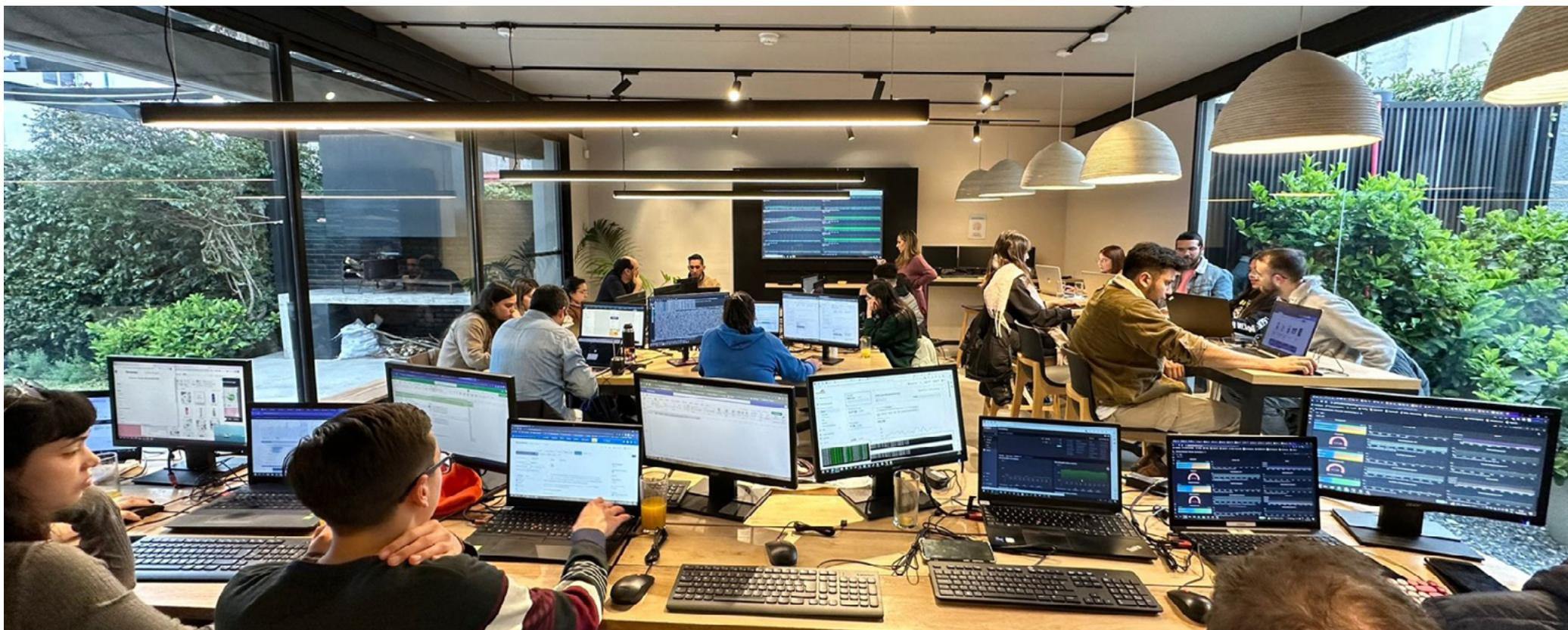
<b>SOPORTE</b> 	<p>Implementamos el nuevo proyecto de Jira para la atención de usuarios y sucursales, logrando optimizar los tiempos de respuesta y trabajar enfocados en solucionar la causa raíz de inconvenientes que afectan la operativa diaria.</p> <p><b>Tiempo promedio de resolución: 1,4 días. 74% de incidentes resueltos en menos de 24hs.</b></p>
<b>REDISEÑO WEB</b> 	<p>Actualizamos la estética de todo el sitio web de la tienda Farmashop con el objetivo de optimizar y mejorar la experiencia de las personas usuarias.</p>
<b>PRECIO FARMACARD</b> 	<p>Desarrollamos una herramienta interna que permite el cálculo y actualización del precio Farmacard y de oferta en los diferentes canales diariamente. <b>Su objetivo:</b> mejorar la comunicación con clientes y hacer más visibles nuestras ofertas.</p>
<b>FARMASHOP APP</b> 	<p>Mejoramos la aplicación, logrando equiparar las funcionalidades disponibles con la web y aprovechando sus beneficios para mejorar la oferta y la comunicación con clientes, aumentando las ventas.</p>

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

Innovación: Logros 2022-2023	Estado
<p><b>Agregar Inteligencia artificial a los sistemas que tengan interacción con clientes</b></p>	<p><b>En progreso:</b> Además de incluirla en nuestros sistemas para mejorar resultados, comenzamos el desarrollo de sistemas particularmente enfocados en resolver o simplificar tareas como la implementación de chatbots internos que ayuden a los colaboradores en algunas de sus tareas diarias.</p>
<p><b>Agregar testing UX/UI, automatización, usabilidad y accesibilidad</b></p>	<p><b>En progreso:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Cursos Java:</b> fortalecimos las habilidades en Java para automatizar procesos internos de certificación.</li> <li>• <b>Testing:</b> pruebas exhaustivas para garantizar la calidad del software y la integración continua.</li> <li>• <b>Ciberseguridad:</b> Formación para identificar y mitigar riesgos de seguridad en el desarrollo de los sistemas integrados.</li> <li>• <b>Testing UX/UI:</b> Integración de pruebas de usabilidad y experiencia de usuario para mejorar la calidad del diseño.</li> <li>• <b>Automatización:</b> Implementación de procesos automatizados para mejorar la eficiencia y la calidad del software.</li> <li>• <b>Usabilidad y Accesibilidad:</b> Pruebas para garantizar la accesibilidad y la usabilidad para todos los usuarios, cumpliendo con estándares como WCAG.</li> </ul>
<p><b>Ofrecer un sistema de autoservicio</b></p>	<p><b>En progreso:</b> Implementamos tareas de autoservicio para el <b>80%</b> de las áreas de la compañía, lo que evita la intervención del soporte en tareas recurrentes y minimiza los tiempos de resolución.</p>
<p><b>Segmentación de la red</b></p>	<p><b>En progreso:</b> Tarea en proceso que requiere de la migración de cada uno de nuestros sistemas, WIS y Kronos ya se encuentran en redes segmentadas.</p>

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

Desafíos 2023-2024	
<b>Inteligencia artificial</b>	Incluir inteligencia Artificial en la obtención de resultados de búsqueda para mejorarlos. Desarrollar asistentes con inteligencia artificial para que ayuden con sus consultas a los colaboradores, simplificando sus tareas diarias.
<b>Datascience – Promociones</b>	Desarrollo de modelos de Datascience para generar promociones dinámicas y segmentadas en los distintos canales de venta.
<b>Cultura Datos</b>	Implementar un plan de acción para seguir fomentando la cultura de datos en la compañía.



# Gestión de la cadena de suministro

Trabajamos en conjunto con nuestros proveedores para impulsar y avanzar en los compromisos de nuestra estrategia ESG. **En 2023 trabajamos con 981 proveedores y con todos mantenemos una relación comercial directa.**

¿Cómo está conformada nuestra cadena de suministro? Por dos grandes eslabones:

## Proveedores de insumos y servicios

Compras puntuales para satisfacer una necesidad o para llevar a cabo algún proyecto

Proveedores que nos brindan servicios

**670 proveedores**

## Proveedores de mercaderías

Nos abastecen de productos para nuestros puntos de venta.

**311 proveedores**

**El 98% de los proveedores con los que trabajamos en 2023 son locales<sup>1</sup>**



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Evaluación y selección de proveedores

Promovemos buenas prácticas ambientales, sociales y éticas en las instancias de selección y evaluación de todas las empresas que forman parte de nuestra cadena de suministro, tanto proveedores de insumos y servicios como de mercaderías.

En 2023 actualizamos nuestra Política de compras que incorpora la evaluación de aspectos ambientales, energéticos, de ética y Compliance en la selección y evaluación de proveedores.

Nuestras áreas especializadas corroboran toda la información de habilitaciones y certificaciones de producto (Registros de marca, tablas nutricionales, cruelty free, vegano, etc.) y servicios (Calidad, medio ambiente, energía, etc.) a la hora de seleccionar proveedores, y el área de comercial considera y evalúa estos aspectos para la revisión continua de los proveedores activos.

**Como muestra de nuestro compromiso con el emprendedurismo, contamos con un procedimiento específico, más ágil y menos restrictivo, para el caso de proveedores emprendedores en lo que refiere a procesos internos y de orden de la compañía.**

## Desafíos para 2022-2023

**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.**

## Estado del desafío

**Cumplido.** Incluimos en las condiciones de compras de la nueva Política de compras cláusulas que refieren a este punto.

## Desafíos a futuro

**Cumplimiento de estándares éticos:** Garantizar que todos los proveedores cumplan con estándares éticos y de conducta, incluyendo la prevención de la corrupción.



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Fomentamos las compras locales y responsables, impulsando el desarrollo de proveedores emprendedores 8.3

## CREANDO - Apoyando emprendimientos nacionales

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

**Propósito:** generar oportunidades para emprendedoras y emprendedores locales que ofrezcan productos sustentables y/o saludables, de acuerdo con los lineamientos definidos por nuestra política de calidad y ambiente.

### CREANDO en 2023

- **Creando está presente en 18** departamentos, es decir, en el **95% de los departamentos del país**
- **18** emprendedores activos
- **38** puntos de venta
- **2 nuevas categorías incorporadas:** dermocosmética y cuidado capilar

## CRECIERON LAS VENTAS de productos de industria nacional y emprendimiento

Ramo	Crecimiento unidades
Alimentos	52%
Diversos	177%
Limpieza	285%
Perfumería y cosmética	195%
<b>Total general</b>	<b>138%</b>

**En 2023 incrementamos a 45 los puntos de venta del proveedor Vitanna, que ahora ya forma parte del mix de FarmaNatural.**

## ¿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 y 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.

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

**Algunos emprendedores a los que nos enorgullece apoyar**



**Alianzas**



**Sembrando**  
emprendedores

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



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Trabajamos junto a la cadena de suministro para reducir el impacto ambiental de los productos a lo largo de su ciclo de vida

11.6 12.8

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

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.

Priorizamos la incorporación de proveedores 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

Durante 2023:

**8** nuevos proveedores incorporados con características sustentables.

**165** nuevos productos con características sustentables (involucran proveedores nuevos y con otros con los que ya trabajábamos).

**6%** de los productos comercializados tienen al menos una característica sustentable (ramos perfumería, cosmética, alimentos y diversos).

### Desafíos 2023-2024

**Reducción de las emisiones de carbono:** Incorporar análisis de emisiones de CO<sub>2</sub> generadas por nuestros proveedores de distribución.

**Trazabilidad:** mejorar la trazabilidad ESG de la cadena de suministro.

- Uso de tecnología para rastrear el origen y el impacto ambiental y social de los productos.
- Brindar información a clientes para una mejor experiencia de compra.

# Garantizamos el manejo controlado de sustancias y productos en los procesos de logística y abastecimiento 12.7



Los productos que manejamos requieren que se garanticen ciertas condiciones para su almacenamiento, es por eso que controlamos las diferentes etapas que atraviesan:

Etapas	Requisitos que deben cumplir
Incorporación del producto	Revisamos que cuenten con las habilitaciones correspondientes
Recepción del producto	Revisamos las cantidades y las condiciones en las que recibimos
Almacenamiento del producto	Revisamos si se mantienen las condiciones del producto y realizamos conteos de stock
Preparación del producto	Esta tarea es realizada por colaboradores específicos que fueron capacitados para la tarea

Desde los centros de distribución auditamos el 100% de las unidades de medicamentos controlados preparados. Medimos los desvíos que surgen en las auditorías de cajones y nuestra **meta es que este indicador para medicamentos controlados sea 0%.**

## Gestión de sustancias controladas

Trabajamos únicamente con medicamentos registrados y aprobados por el Ministerio de Salud Pública y gestionamos todo el proceso, desde el alta, compra, recepción y movimientos internos, a través de su código de barras. Estos sistemas garantizan la trazabilidad de los medicamentos desde que se reciben hasta que se dispensan a nivel de artículo y cantidad. Además, únicamente compramos a proveedores habilitados por la autoridad regulatoria.

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Cosmética sustentable: desalentamos el testeo de productos en animales

A través de esta sección concientizamos a clientes acerca de prácticas de consumo sostenibles, acercándoles productos *Cruelty free*, envases reciclados o reciclables y libres de parabenos.

La góndola de Cosmética Sustentable está presente en 50 puntos de venta y cuenta con 4.200 productos de la categoría Perfumería y Cosmética, que representan el 15% del total de productos activos.

Es importante destacar que los productos exhibidos en esta góndola son **100% sustentables**. También tenemos casi 5.000 productos con al menos una característica sustentable exhibidos en otras góndolas y que representan el 28% del total de los productos activos.

**3.158**  
productos con envases reciclables, no testeados en animales y libres de parabenos

**560**  
productos no testeados en animales

**482**  
productos con otras características sustentables



- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# 08

## Índice de Contenidos GRI

**Declaración de uso:** COBOE S.A. ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el periodo comprendido entre octubre 2022 a septiembre 2023 utilizando como referencia los Estándares GRI.

**GRI 1 utilizado:** GRI 1: Fundamentos 2021

Estándar GRI	Contenido	Ubicación
GRI 3: Temas materiales 2021	3-1 Proceso de determinación de los temas materiales	13; 14
	3-2 Lista de temas materiales	11; 12
<b>Gestión de recursos</b>		
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material	19; 20; 21; 26; 30
GRI 301: Materiales 2016	301-2 Insumos reciclados utilizados	33; 34
	301-3 Productos reutilizados y materiales de envasado	33; 34
GRI 303: Agua y efluentes 2018	303-1 Interacciones con el agua como recurso compartido	26; 97
	303-2 Gestión de los impactos relacionados con la descarga de agua	97
	303-3 Extracción de agua	27
	303-4 Descarga de agua	26
	303-5 Consumo de agua	26; 27
GRI 302: Energía 2016	302-1 Consumo energético dentro de la organización	22; 23; 24; 25
	302-2 Consumo energético fuera de la organización	36
	302-3 Intensidad energética	22
	302-4 Reducción del consumo energético	28; 29
<b>Economía circular</b>		
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material	21; 22; 31; 35
GRI 306: Residuos 2020	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	31; 33; 97
	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	31; 33
	306-3 Residuos generados	31
	306-4 Residuos no destinados a eliminación	31
	306-5 Residuos destinados a eliminación	31

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

Estándar GRI	Contenido	Ubicación
<b>Acción por el clima</b>		
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material	19; 20; 36; 37; 38
GRI 201: Desempeño Económico 2016	201-2 Implicaciones financieras y otros riesgos y oportunidades derivados del cambio climático	38
GRI 305: Emisiones 2016	305-1 Emisiones directas de GEI (alcance 1)	37; 97
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	37
	305-3 Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	38
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	37
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	37
	305-6 Emisiones de sustancias que agotan la capa de ozono (SAO)	97
<b>Buenas prácticas laborales, bienestar y calidad de vida de nuestro equipo</b>		
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material	41; 42; 44; 47
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	98; 99
	401-2 Beneficios para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	100
	401-3 Permiso parental	100
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-1 Sistema de gestión de seguridad y salud laboral	44; 46
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	44; 45; 46
	403-3 Servicios de salud ocupacional	101
	403-4 Participación de los trabajadores, consulta y comunicación sobre salud y seguridad laboral	45; 101
	403-5 Formación de trabajadores en seguridad y salud laboral	44
	403-6 Promoción de la salud de los trabajadores	61; 62; 101
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos en salud y seguridad ocupacional directamente vinculados por relaciones comerciales	44; 101
	403-8 Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	101
	403-9 Lesiones relacionadas con el trabajo	46; 101; 102
	403-10 Enfermedades profesionales relacionadas con el trabajo	46

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

Estándar GRI	Contenido	Ubicación
<b>Buenas prácticas laborales, bienestar y calidad de vida de nuestro equipo</b>		
GRI 404: Formación y educación 2016	404-1 Media de horas de formación al año por empleado	47
	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	53; 103
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	51
<b>Diversidad, equidad e inclusión</b>		
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material	95
GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades 2016	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y empleados	40; 53; 103; 104
	405-2 Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	105
GRI 406: No discriminación 2016	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	95
<b>Experiencia y satisfacción multicanal de clientes</b>		
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material	57- 58
GRI 416: Salud y seguridad de los clientes 2016	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	59
<b>Promoción de la salud, seguridad y bienestar</b>		
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material	59; 60; 61
GRI 413: Comunidades Locales 2016	413-1 Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	59; 60; 61

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

Estándar GRI	Contenido	Ubicación
<b>Innovación y salud económica y financiera de las compañías</b>		
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material	76; 78; 80; 83; 84
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	76
GRI 203: Impactos económicos indirectos 2016	203-1 Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	80; 81
	203-2 Impactos económicos indirectos significativos	80; 82
<b>Integridad en el centro del negocio</b>		
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material	66
GRI 205: Anticorrupción 2016	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	67; 68
	205-2 Políticas y procedimientos de comunicación y capacitación sobre la lucha contra la corrupción	67; 68
	205-3 Casos confirmados de corrupción y medidas adoptadas	97
GRI 206: Competencia desleal	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopolísticas y contra la libre competencia	97
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva 2016	407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	74; 105
GRI 408: Trabajo infantil 2016	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil	74; 105
GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio 2016	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzoso u obligatorio	105
GRI 417: Marketing y etiquetado 2016	417-3 Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	105
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	105

Estándar GRI	Contenido	Ubicación
<b>Gestión de la cadena de suministro</b>		
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión del tema material	85; 86
GRI 204: Prácticas de abastecimiento 2016	204-1 Proporción de gasto en proveedores locales	87
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016	308-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de evaluación y selección de acuerdo con los criterios ambientales	86; 89
GRI 414: Evaluación social de los proveedores 2016	414-1 Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	86

## Notas al índice de contenidos

**Nota para el contenido GRI 205-3:** Durante el ejercicio 2022-2023 no realizamos despidos por casos de corrupción.

**Nota para el contenido GRI 206-1:** No registramos infracciones relacionadas a la competencia desleal, prácticas monopólicas o contra la libre competencia.

**Nota para el contenido GRI 303-1:**

Riesgos de la gestión del agua: el riesgo asociado es su agotamiento. Desde Farmashop entendemos que las medidas adoptadas para la gestión eficiente del agua son adecuadas al nivel de consumo y, en caso de que fuera posible contemplar algún mecanismo de reutilización de aguas de lluvia, por ejemplo, se contemplaría, pero debe ser viable la implementación para el consumo proyectado.

**Nota para el contenido GRI 303-2:** La mayoría del agua que se vierte es de baños y limpieza de salones. Es por esto por lo que no medimos los efluentes de los locales continuamente. No obstante, una vez al año medimos la salida de agua de un local OM (local con mayor potencialidad de contaminación por el alto uso de productos de pelo/piel) para conocer la composición del agua que se vierte. La medición del AF23 estuvo por debajo de los márgenes recomendados por el gobierno según el decreto 253-79.

**Nota para el contenido GRI 305-1:** No tenemos generación de biomasa.

**Nota para el contenido GRI 305-6:** No aplica.

**Nota para el contenido GRI 306-1:** No se generan residuos peligrosos por nuestras actividades.

Nota para el contenido GRI 401-1:

Nuevas contrataciones (ingresos)	2021-2022		2022-2023	
	Cantidad	% <sup>(1)</sup>	Cantidad	% <sup>(1)</sup>
<b>Nuevas contrataciones por género</b>				
Hombres	205	10%	221	10%
Mujeres	653	33%	648	30%
<b>Total</b>	<b>858</b>	<b>43%</b>	<b>869</b>	<b>40%</b>
<b>Nuevas contrataciones por edad</b>				
Menores a 25 años	653	33%	686	32%
De 25 a 34 años	172	9%	155	7%
De 35 a 44 años	24	1%	20	1%
Mayor a 45 años	9	0,45%	8	0,37%
Otras generaciones	0	-	0	-
<b>Total</b>	<b>858</b>	<b>43%</b>	<b>869</b>	<b>40%</b>
<b>Nuevas contrataciones por región</b>				
Norte	46	2%	43	2%
Sur	192	10%	256	12%
Capital	620	31%	570	26%
<b>Total</b>	<b>858</b>	<b>43%</b>	<b>869</b>	<b>40%</b>

(1) Calculado como el ratio entre el total de nuevos ingresos y la cantidad total de empleados.

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

Rotación de personal (egresos)	2021-2022		2022-2023	
	Cantidad	% <sup>(1)</sup>	Cantidad	% <sup>(1)</sup>
<b>Rotación de personal por género</b>				
Hombres	165	8%	192	9%
Mujeres	476	24%	503	23%
<b>Total</b>	<b>641</b>	<b>32%</b>	<b>695</b>	<b>32%</b>
<b>Rotación de personal por edad</b>				
Menores a 25 años	404	20%	430	20%
De 25 a 34 años	175	9%	219	10%
De 35 a 44 años	34	2%	24	1%
Mayor a 45 años	28	1%	22	1%
Otras generaciones	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b>641</b>	<b>32%</b>	<b>695</b>	<b>32%</b>
<b>Rotación de personal por región</b>				
Norte	23	1%	41	2%
Sur	155	8%	188	9%
Capital	463	23%	466	22%
<b>Total</b>	<b>641</b>	<b>32%</b>	<b>695</b>	<b>32%</b>

(1) Calculado como la división entre la cantidad de empleados permanentes que dejaron la empresa de forma voluntaria e involuntaria y el total de empleados permanentes al cierre de cada año\*100.

**Nota para el contenido GRI 401-2:** No hay diferencias entre los beneficios que reciben nuestras personas según la jornada laboral que cumplan. Todos nuestros beneficios son transversales. Conocé cuáles son aquí. 

Revisamos todas las licencias especiales concedidas por los consejos de salario de cada unidad de nuestro negocio para estandarizar, unificar y mejorar las condiciones para todas las personas que trabajan en Farmashop. Además, consideramos otras licencias especiales que no estaban contempladas en ninguna normativa vigente y las incluimos como beneficio adicional. Estas licencias especiales no afectan al presentismo.

**Nota para el contenido GRI 401-3:**

Indicadores de permiso parental	2021-2022			2022-2023		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
Total de personas con derecho a permiso parental	500	1.546	2.046	517	1.647	2.164
Total de personas que se acogieron al permiso parental	9	63	72	18	99	117
Total de personas que regresaron al trabajo después de terminar el permiso parental	9	60	69	17	95	112
Total de personas que regresaron al trabajo después de terminar el permiso parental y siguieron siendo empleados 12 meses después	7	47	54	16	80	96
Tasa de regreso al trabajo de personas que acogieron al permiso parental <sup>1</sup>	100%	95%	-	99%	96%	-
Tasa de retención de personas que acogieron al permiso parental <sup>2</sup>	78%	78%	-	89%	81%	-

**1** 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.

**2** 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.

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

**Nota para el contenido GRI 403-3:** Servicios de salud ocupacional. Nuestras personas están informadas de que cuentan con SST. Hay un consultorio para realizar las consultas presenciales, así diferentes formas de acceder al SST. Se realizan concurrencias a sucursales para evaluar riesgos y realizar las recomendaciones correspondientes.

**Nota para el contenido GRI 403-4:** Comité de salud y seguridad. Desde 2013 contamos con un Comité de salud y seguridad, integrado por representantes de colaboradores (delegados sindicales) y representantes de nuestra empresa. Este comité se reúne cada vez que los integrantes entiendan oportuno y su objetivo es combatir los riesgos laborales existentes, prevenir nuevos riesgos, así como instaurar medidas tendientes a mejorar el ambiente de trabajo y entorno laboral.

**Nota para el contenido GRI 403-6:** Promoción de la salud. En Uruguay los trabajadores acceden al servicio de afiliación mutual a través de un aporte mensual (tasa FONASA) que varía en función de la remuneración y situación familiar del trabajador (aporte básico 3%). Los mismos pueden afiliarse a una mutualista de su elección y acceder a servicios médicos como consultas, tratamientos, estudios, hospitalizaciones y cirugías.

**Nota para el contenido GRI 403-7:** Profesionales contratados, Ingeniera Tecnóloga Prevencionista, Florencia Domínguez y Dra. en Medicina especializada en el área laboral, Marianela Olivera forman parte del equipo de Seguridad y Salud Ocupacional.

**Nota para el contenido GRI 403-8:** En 2023 firmamos una declaración jurada con las empresas que nos prestan servicios en el área de mantenimiento, con la que se acordó el trabajo conjunto para mejorar los procedimientos seguros de trabajo en altura y AST. En el 2023 los subcontratos no presentaron ningún registro de accidente.

**Nota para el contenido GRI 403-9:**

Indicadores de lesiones, enfermedades y absentismo. Para todos los empleados:	2021-2022	2022-2023
Tasa de frecuencia de accidentes <sup>(1)</sup>	10%	8,3%
Cantidad de muertes por accidente laboral	0	0
Tasa de muertes por accidente laboral <sup>(2)</sup>	0	0
Cantidad de lesiones por accidente laboral	-	57% leve
Tasa de lesiones relacionadas por accidente laboral <sup>(3)</sup>	-	22%

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

Indicadores de lesiones, enfermedades y absentismo. Para todos los empleados:	2021-2022	2022-2023
Tasa de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias para el trabajador <sup>(4)</sup>	-	1,21%
Principales tipos de lesiones por accidente laboral	Traumatismos, fracturas, contusiones, heridas cortantes, torceduras y esguinces.	Traumatismos, fracturas, contusiones, heridas cortantes, torceduras y esguinces.
Cantidad de muertes por dolencias y enfermedades laborales	0	0
Cantidad de casos de dolencias y enfermedades laborales	-	0
Principales tipos de dolencias y enfermedades laborales	-	0
Cantidad de horas trabajadas	4.074.468	4.231.668
Tasa de día perdidos por accidente <sup>(5)</sup>	0,21% - Jornadas pérdidas totales: 1.069	0,638%
Tasa de absentismo <sup>(6)</sup>	-	4,3%

**(1)** Frecuencia de accidentes en relación con el tiempo total trabajado por los trabajadores durante el periodo objeto del informe. Frecuencia = AT x 1.000.000/hs trabajadas.

**(2)** Cantidad de muertes por accidente laboral x 1.000.000/hs trabajadas.

**(3)** AT\*1000/ Dotación Promedio.

**(4)** Cantidad de lesiones por accidente laboral con grandes consecuencias (sin incluir fallecimientos) x 1000000/hs trabajadas.

**(5)** Días Perdidos x 1.000/hs trabajadas, según días de trabajo programados. Los días perdidos comienzan a contarse el día después del accidente.

**(6)** Medida de los días reales que pierde un trabajador ausente, expresada como un porcentaje del total de días laborables programados.

**Nota para el contenido GRI 404-2:** Todas las personas que ingresan a la compañía cuentan con un plan de inducción de acuerdo con la unidad de negocio de ingresa, teniendo en cuenta que cada una cuenta con sus particularidades y gestiones diferenciadas.

En el desarrollo de la vida laboral de cada colaborador se realizan formaciones que brinden herramientas para el correcto desempeño de su rol. Estas formaciones son de tipo operativas sobre productos, procesos, innovaciones tecnológicas, etc. Además, acompañamos el crecimiento brindando formaciones que fortalezcan habilidades blandas como: comunicación efectiva, manejo de equipos, etc.

En el caso de la unidad de negocio de Farmashop (unidad de negocio con más antigüedad) contamos con un plan de carrera para los colaboradores que se encuentran dentro de los locales.

Los colaboradores que deseen formarse en el sector de farmacia cuentan con un curso introductorio que brinda herramientas básicas para comprender como se debe gestionar la dispensación de medicamentos (Módulo de Ascenso diseñado por el equipo de Más Salud). Este curso es condición necesaria para poder ascender de cargo de cajero a auxiliar y luego a vendedor (idóneo que se encuentra habilitado para dispensar medicamentos). A su vez, este curso habilita al colaborador a ser candidato para obtener una beca para la formación “Curso de Idóneo”.

**Nota para el contenido GRI 405-1:**

Distribución por género	2021-2022		2022-2023	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
<b>Total</b>	25%	75%	24%	76%

Distribución por categoría laboral y género	2021-2022		2022-2023	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Directores	7	2	7	2
Gerentes	5	12	4	14
Jefes	20	15	23	12
Supervisores	9	19	13	24
Encargados	38	127	35	140

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

Edad	2021-2022	2022-2023
< de 30 años	65,98%	65,98%
Entre 30 y 50 años	28,00%	28,46%
> de 50 años	6,02%	5,54%

Edad y género	2021-2022			2022-2023		
	Hombres	Mujeres	Otro	Hombres	Mujeres	Otro
< de 30 años	26%	74%	-	24,50%	75,49%	-
Entre 30 y 50 años	24%	76%	-	24,83%	75,16%	-
> de 50 años	13%	87%	-	11,66%	88,33%	-

Categoría laboral y edad	2021-2022			2022-2023		
	< de 30 años	Entre 30 y 50	> de 50 años	< de 30 años	Entre 30 y 50	> de 50 años
<b>Directores</b>	0	9	0	0	9	0
<b>Gerentes</b>	1	13	3	1	12	5
<b>Jefes</b>	10	22	3	10	23	2
<b>Supervisores</b>	3	20	5	4	29	4
<b>Encargados</b>	38	114	13	44	114	17

**Nota para el contenido GRI 405-2:**

Se toma el salario base por categoría, se promedia de acuerdo al Q por sexo dentro de cada categoría, y se realiza promedio femenino/ promedio masculino.

Las variables de escala salarial son % sobre el sueldo base iguales por categoría sin distinguir género, entonces al incluirlas arrojan mismo % que si no se incluyen. Mientras que las variables dependientes de ventas tampoco hacen a la brecha de género que pueda existir en la compañía.

Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombre por categoría laboral	2021-2022		2022-2023	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
<b>Directores</b>	59,14%	40,85%	58,81%	41,18%
<b>Gerentes</b>	51,35%	48,64%	50,85%	49,14%
<b>Jefes</b>	52,35%	47,64%	52,20%	47,79%
<b>Supervisores</b>	48,34%	51,65%	50,77%	49,22%
<b>Encargados</b>	50,70%	49,29%	50,64%	49,35%

**Nota para el contenido GRI 407-1:** No tenemos identificada ninguna situación donde corra riesgo el derecho de los colaboradores a ejercer la libertad de asociación y la negociación colectiva siempre que se ajuste a la normativa vigente de la Ley de Negociación Colectiva N°18566. En cualquier caso, la Compañía está abierta al diálogo con los distintos interlocutores.

**Nota para los contenidos GRI 407-1; 408-1 y 409-1:** No contamos con proveedores que corran riesgo significativo de presentar casos de trabajo forzoso y obligatorio, casos de trabajo infantil ni casos en los que los derechos de colaboradores a ejercer la libertad de asociación y la negociación colectiva puedan infringirse o corran riesgo.

**Nota para el contenido GRI 417-3:** En el año fiscal 2023 tuvimos un solo caso que derivó en una multa y estuvo relacionado a la publicación de un precio/promoción en la web sin que estuvieran claramente definidas sus bases y condiciones para el entendimiento de clientes.

**Nota para el contenido GRI 418-1:** Durante el año fiscal 2023 recibimos una denuncia en la URCDP. Esto ocurrió tras detectar y reportar la vulnerabilidad, por lo que la unidad reguladora emitió un dictamen beneficioso para nosotros por contar con un sistema de gestión de datos personales acorde a lo establecido en la normativa aplicable.

- 01 Mensaje del CEO
- 02 Sobre este Reporte
- 03 Somos Farmashop
- 04 Sostenibilidad del Negocio
- 05 Gestión Ambiental
- 06 Impacto Social
- 07 Gobernanza Empresarial
- 08 Índice de contenidos GRI

# Compromiso Farmashop



Gracias por interesarse en las acciones, iniciativas y programas que impulsamos para gestionar nuestros aspectos ESG. Estamos convencidos de que nuestra estrategia de sostenibilidad ofrece un enfoque integral para equilibrar y alinear nuestras actividades operativas y comerciales con nuestro impacto social y ambiental, dentro de un robusto marco de gobernanza. Nos comprometemos a liderar hoy con innovación y fuerte enfoque en nuestros colaboradores, clientes, proveedores y sociedad, el desarrollo sostenible que asegure un futuro próspero para las próximas generaciones.

**Somos Farmashop.**

## Proceso de elaboración del Reporte de Sostenibilidad [GRI 2-14]

### 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 2022-2023.

### Agradecimientos al equipo Farmashop

Agradecemos por su trabajo y dedicación al equipo de colaboradores 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](http://www.puntoesg.com)

**farmashop**<sup>®</sup>