

Relatório de Impacto

2019



Índice

1. Introdução.....	3
2. Quem somos.....	4
3. Estratégias para o Bem Comum.....	5
3.1 Saúde e bem-estar	5
3.1.1 Formação.....	5
3.1.2 Informação médica.....	7
3.2 Apoteca Natura	8
3.3 Práticas ambientais	9
3.3.1 Mobilidade	9
3.3.2 Lixo	9
3.3.3 Água.....	10
3.3.4 Eletricidade.....	10
3.4 Valorizar as pessoas.....	12
3.5 Responsabilidade social.....	14
3.5.1 Atividades e eventos	14
3.5.2 Ação social	15
3.6 Alcance publicitário.....	15
3.6.1 Televisão	15
3.6.2 Revistas	15
4. Certificação B Corp.....	16
4.1 Porquê?.....	16
4.2 O que é o B Corp?	16
5. Objetivos para 2020	18
6. Considerações finais.....	20

1. Introdução

O compromisso 100% natural reflete-se em todas as opções da Phytoderm, sempre com o cuidado de agir em nome da saúde, com total respeito ao homem e ao meio ambiente.

Através da distribuição de produtos inovadores, suportados por inúmeros estudos científicos, a Phytoderm tem melhorado o seu desempenho económico e é para nós importante canalizar parte desse sucesso para benefício de todos. Este relatório surge como uma consequência da crescente responsabilidade social e ambiental da Phytoderm, que é encarada como um investimento e não como um custo.

É nosso objetivo que nos tornemos uma empresa certificada B Corp no próximo ano, e este documento serve para sistematizar e monitorizar as nossas atividades relativas ao impacto social e ambiental, agindo com honestidade e transparência.

Ao longo deste documento, que representa o nosso primeiro relatório de impacto, será possível conhecer os princípios pelos quais a Phytoderm se rege, de que forma atua na comunidade local, e quais os objetivos a curto prazo. Sempre com um único foco: o bem comum.

2. Quem somos

A Phytoderm nasceu em 2005 depois de identificadas algumas oportunidades de negócio na área da distribuição farmacêutica e com a missão de “Beneficiar as pessoas e o ambiente, criando valor ao disponibilizar para a sociedade produtos inovadores com altos padrões de qualidade, que promovem e oferecem soluções de prevenção e tratamento eficazes, incorporando com sucesso as substâncias naturais na cadeia de saúde”.

Como parceiro principal está a Aboca, uma empresa Italiana reconhecida mundialmente pela inovação terapêutica baseada em complexos moleculares 100% naturais e pelo desenvolvimento, inovação e produção dos seus produtos passando por um rigoroso cuidado desde o cultivo da semente, ao produto final. Cabe-nos a nós, Phytoderm, porque nos embebemos desta cultura, dar continuidade ao percurso dos produtos distribuindo e comercializando os mesmos em Portugal.

Trabalhamos com base em fortes valores, que nos guiam para uma contínua melhoria dos nossos serviços como resultado do bom trabalho, humildade e coerência que nos regem. Queremos continuar a crescer e a fazer crescer quem está connosco e orgulhamo-nos das relações que temos estabelecido com parceiros, fornecedores e colaboradores na percussão do sucesso e é nosso objetivo valorizar, cada vez mais, essas relações. Acreditamos que tal como acontece com parte dos nossos lucros, a confiança, conhecimento e apoio devem ser distribuídos por todos aqueles que fazem parte do prestígio que atualmente temos no mercado.

3. Estratégias para o Bem comum

3.1 Saúde e bem-estar

Porque acreditamos realmente nas qualidades e benefícios dos nossos produtos, a Phytoderm investe muito na formação dos seus parceiros, nomeadamente, farmacêuticos e ajudantes de técnicos, para que a esta abordagem inovadora de tratamento e prevenção possa chegar ao consumidor de forma responsável, considerando sempre o organismo e o ambiente em que vive como um todo.

Contamos com profissionais dedicados exclusivamente a esta área que, além das formações e seminários que disponibilizam diariamente e que abaixo descrevemos, deslocam-se às farmácias para partilhar o conhecimento dos produtos e dos valores que promovemos com os seus colaboradores.

3.1.1 Formação

Este é um investimento fundamental por parte da Phytoderm pois a formação significa mais produtividade, mais conhecimento, partilha de informação mais atualizada, diferenciação no mercado conduzindo a um maior sucesso da saúde e bem-estar dos nossos clientes.

Continuamos a apostar na divulgação do nosso trabalho em grupo através de seminários com o objetivo de conseguirmos chegar ao maior número de colaboradores de farmácias e promover a nossa cultura.

Cada vez mais se torna importante trabalhar os grupos de farmácias. Dá-se importância ao gestor do grupo (quem compra e gere as compras do grupo) e, como não conseguimos alcançar todos na sua individualidade, recorremos os seminários para perceber as maiores dificuldades existentes, e gerir da melhor forma o nosso tempo.

A Phytoderm forma e informa para difundir cultura, ciência, estilos de vida e para recuperar a consciência da ligação entre a saúde do homem e o ambiente.

Emagrecimento e Síndrome IBS

O objetivo foi lembrar a incidência, importância e consequências da obesidade na saúde e dar a conhecer melhor a Síndrome do Intestino Irritável e a importância de uma deteção precoce dos

sintomas. Levámos este evento a todo o País, passando pelas cidades de Lisboa, Leiria, Portimão, Coimbra, Viseu e Guarda no qual participaram:

- 172 Farmacêuticos
- 104 Farmácias

Vias respiratórias

O *Seminário de Inverno* teve o intuito de demonstrar de que forma as patologias relacionadas com as vias respiratórias do trato aéreo superior estão interligadas e explicar o conceito de *One airway, One disease* (interligação das patologias). Foram trabalhados os produtos Grintuss, Golamir 2Act e Fitonasal 2Act que, de forma 100% natural, ajudam na prevenção e tratamento da tosse, da dor de garganta e do congestionamento nasal. Levando esta formação a todo o País, passámos por 11 cidades, e contámos com:

- 183 Farmacêuticos
- 110 Farmácias

Movimento:

Foram abordados os produtos da terapia do peso e estilos de vida corretos, no qual o objetivo é a sensibilização para riscos de patologias associadas ao sedentarismo (excesso de peso, estilo de vida incorreto, etc).

- 39 Farmacêuticos
- 22 Farmácias

Cardiovascular:

Focou na sensibilização para a prevenção e riscos de patologias cardiovasculares associados a fatores pessoais e estilos de vida e em intercetar sujeitos com alto risco de eventos cardiovasculares que devem ser do conhecimento do médico de família.

- 45 Farmacêuticos
- 31 Farmácias

Visita aos laboratórios Aboca - Farmacêuticos:

A *Visita aos laboratórios Aboca - Farmacêuticos 2019*, realizada em maio, contou com a participação de 54 farmacêuticos numa viagem organizada pela Phytoderm, a Sansepolcro, com o objetivo de promover os valores que sustentam a Aboca no que diz respeito à inovação para a

Saúde. Nesta formação foi apresentado o processo que define os produtos como 100% naturais, acompanhando o seu processo desde a plantação, à produção.

3.1.2 Informação médica

A Informação Médica representa 25% das vendas da Phytoderm e tem como finalidade a promoção e divulgação de um determinado portfólio de produtos junto da classe médica. Para além de informar os médicos, compete a esta equipa prestar um apoio ao nível da disponibilização de informação técnica e científica, bem como estudos clínicos que são publicados anualmente pela Aboca. Ao longo dos anos temos vindo a alargar as especialidades em que atuamos, estando atualmente os Delegados de Informação Médica a trabalhar as áreas de Pediatria, Medicina Geral e Familiar e Gastroenterologia, com o intuito de divulgar a mensagem dos nossos produtos que vêm trazer soluções inovadoras para a prática clínica do corpo médico.

Universo Médicos visitados:

- 976 Médicos de Medicina Geral e Familiar
- 1639 Médicos Pediatras

Nº de visitas efetuadas:

- 2445 Médicos de Medicina Geral e Familiar
- 7112 Médicos Pediatras

Visita aos laboratórios Aboca - Médicos:

A Visita aos laboratórios Aboca - Médicos 2019, em outubro, contou com a participação de 43 médicos numa viagem organizada pela Phytoderm, em Sansepolcro, com o objetivo de promover os valores que sustentam a Aboca no que diz respeito a Inovação para a saúde. Nesta formação foi apresentado o processo que define os produtos como 100% naturais, acompanhando o seu processo desde a plantação, à produção. Nesta reunião científica contámos com o Dr. Tiago Louro, Médico Cirurgião Geral, pertencente à estrutura diretiva da nossa empresa, no acompanhamento deste grupo.

3.2 Apoteca Natura

O projeto Apoteca Natura surge da parceria com o grupo Aboca, líder em inovação no mercado da automedicação, e garante a integração completa da cadeia de saúde e um aconselhamento profissional avançado sobre o produto natural como um meio, e não como um fim, dentro de um percurso de “saúde consciente” elaborado pelo farmacêutico para o cliente final. O núcleo de todo este processo é a pessoa, o respeito do seu organismo e do ambiente onde ela vive, através da prevenção, natureza, estilos de vida e relações.

Apostamos numa constante formação e acompanhamento de forma a alinhar o modo de trabalho das Farmácias com os princípios do projeto.

Assinaram acordo contratual 41 Farmácias até junho 2019, e foram realizados 2 Network Meetings em Lisboa e no Porto, que contaram com a participação de 29 Farmácias e 46 elementos das mesmas. Estas 41 Farmácias refletem uma participação ativa no projeto e na disseminação dos seus princípios por parte de 333 Farmacêuticos.

3.3 Práticas ambientais

Encaramos os recursos que o planeta nos oferece como finitos, tendo uma crescente preocupação em preservá-los. A Phytoderm tem feito uma busca contínua por aplicar novas práticas sustentáveis e amigas do ambiente no dia-a-dia da empresa e está comprometida com esta premissa. Distribuímos por todos os colaboradores um documento que define as boas práticas ambientais, assim como são formados e avaliados nesta área. Temos também esta preocupação explícita na Política de fornecedores, sendo este um critério importante na seleção dos mesmos.

3.3.1 Mobilidade

A nossa frota é composta por 27 veículos e monitorizamos periodicamente a emissão de CO2. Como resultado desta preocupação, do total do parque de viaturas da empresa, existem já 2 viaturas que passámos de Diesel para sistemas Híbridos.

Além disso, transmitimos a todos os nossos colaboradores as vantagens do carpooling, ao mesmo tempo que fomentamos a que, quando possível, evitem pegar nos automóveis e caminhem.

Dispomos também de carregador para viaturas elétricas, com opções de carregamento rápido ou lento, para uso dos colaboradores.

3.3.2 Lixo

A Phytoderm é aderente da Sociedade Ponto Verde, cuja missão para um futuro sustentável é promover a recolha seletiva, a retoma e a reciclagem de embalagens em Portugal. Contribuímos assim para o aumento da vida útil dos materiais e para a preservação do ambiente.

Nos escritórios está implementado o sistema de reciclagem e estimulamos a que todos os colaboradores o pratiquem no seu quotidiano. A recolha de resíduos é feita por entidades externas.

Abolimos este ano o uso de plástico descartável, passámos a dar primazia ao uso de papel reciclado e aderimos ao programa de sustentabilidade da Nespresso, empresa fornecedora, devolvendo todas as cápsulas utilizadas para reciclagem.

3.3.4 Água

No decorrer deste ano adotámos o sistema de água filtrada de forma a contornar o uso desnecessário de garrafas de plástico, distribuindo também, por todos os colaboradores no escritório, garrafas de vidro. Desta forma garantimos um abastecimento permanente e minimizamos o impacto nesta matéria.

Toda a água consumida na rega dos jardins é proveniente do furo existente no condomínio. Quanto à rega, é realizada com base na estação meteorológica que permite adequar a rega à precipitação ou humidade existente.

3.3.5 Eletricidade

O empreendimento em que estamos inseridos dispõe de sofisticados sistemas de monitorização para controlo dos gastos e produção de energia. Assim, desde mudança dos escritórios, em Maio, é-nos permitido acompanhar com sucesso o resultado das iniciativas que temos vindo a adotar com o intuito de sermos mais eficientes no que toca à eletricidade.

1. **Sistema de Gestão Técnica Centralizada Sauter** – permite controlar todo o sistema de AVAC (aquecimento, ventilação e ar condicionado e iluminação). Sistema este que pode ser acompanhado diariamente e que adapta todos os set points do sistema de AVAC, iluminação e extrações (inst. sanit, copa e estacionamento).

2. **Sistema de Gestão de Energia Schneider** – existem diversos analisadores distribuídos por diversas zonas dos edifícios que nos permitem verificar os consumos e/ou algo tipo de anomalia e/ou gasto exagerado.

3. **Sistema Sotecnisol** – painéis solares na cobertura dos edifícios

Quadro descritivo de consumos e resíduos:

Impacto automóvel	Emissão de CO2	33,1Ton
Gestão de resíduos	Papel e Cartão	15636KG
	Vidro	69351KG
	Alumínio	1220KG
	Plástico	2997KG
Utilização de recursos	Água	28000L
	Eletricidade	13190KW
Energia Produzida	Painéis Solares	46070 KW

3.4 Valorizar as pessoas

As pessoas são a ferramenta mais valiosa que a empresa detém para atingir os seus objetivos, razão pela qual são da maior importância todos os colaboradores da empresa.

A longo prazo, o sucesso da Phytoderm depende da sua capacidade para atrair, reter e desenvolver as competências dos seus colaboradores. Apenas as atitudes, experiências relevantes e motivações que se coadunem com os princípios da empresa são considerados no processo de seleção e recrutamento. Neste processo não é contemplada a nacionalidade, a religião, género, raça, deficiência, orientação sexual ou idade.

Promovemos o envolvimento e responsabilidade de todos os colaboradores no cumprimento das medidas de redução de impacto ambiental, bem como nas ações sociais que vamos promovendo e que são impactantes na comunidade.

Queremos desenvolver o potencial de cada um, assim como o seu orgulho e satisfação de trabalhar connosco, e demonstramos a consideração pelas nossas equipas por intermédio de vários benefícios, nomeadamente:

- Prémios mensais e anuais como valorização pelos bons resultados
- 3 dias de férias extra além do estipulado na lei
- Viagens de incentivo
- Avaliações de desempenho para desenvolver competências
- Formação nas mais diversas áreas
- Promoção de carreira
- Seguros de saúde
- Ginásio

Quadro quantitativo de Recursos Humanos:

Nº total de colaboradores	28
Nº total de temporários	2
Saída de colaboradores	8
Entrada de colaboradores	7
Novos postos de trabalho	4
% Promoção de carreira	7%
% Colaboradores licenciados	74%
% Colaborados que participaram em formações dirigidas pela empresa	100%
% Colaboradores que participaram em formações dirigidas por empresas externas	80%

3.5 Responsabilidade social

3.5.1 Atividades e eventos

Como forma de criar impacto direto na comunidade em que nos inserimos, temos uma crescente preocupação em criar e fazer parte de atividades que promovam uma saúde consciente, o bem-estar e a felicidade.

- **Caminhada saudável**

Os hábitos alimentares, bem como a prática de exercício físico são a chave para a manutenção de um estilo de vida saudável e condicionam ativamente o estado de saúde da população. Neste âmbito, a Phytoderm, em parceria com a Apoteca Natura, promoveu uma atividade de caminhada saudável, envolvendo a comunidade e promovendo a adoção de um estilo de vida mais saudável, em que participaram 11 farmácias e 690 clientes.

- **Participação no Congresso Nacional Medicina Geral e Familiar**

Este evento incluiu a participação de destacadas figuras da ciência em Portugal e no Mundo e nele estiveram incluídos vários tipos de sessões tais como conferências, mesas redondas, encontros com especialistas, casos clínicos interativos e simpósios. A partilha científica alarga-se também à forma como tivemos a oportunidade de apresentar as nossas soluções inovadoras aos participantes que visitaram o nosso stand.

- **Participação no Congresso Nacional de Pediatria**

A par com todos os Congressos de Medicina, a atualização profissional e a partilha científica ocupam um espaço central neste congresso, no qual conseguimos, por meio de um convívio tranquilo, apresentar e discutir as qualidades e benefícios da utilização e prescrição dos nossos produtos no tratamento e prevenção de pequenas patologias.

3.5.2 Ação social

- **Associação Mão Amiga**

A Phytoderm, querendo criar impacto na sociedade local investindo parte dos seus recursos, económicos e humanos, encontrou na *Associação Mão Amiga*, cuja missão é de acolher temporariamente crianças em risco, uma forma de fazer a diferença. Juntámos nesta atividade 26 colaboradores que ajudaram no melhoramento da zona de recreio da associação, proporcionando um melhor ambiente para as atividades das crianças.

- **Jantar Corações com Coroa**

Anualmente a Phytoderm realiza um jantar de Equipa. Em 2019 pretendemos que este fosse mais um meio de impacto social positivo, sendo realizado no restaurante da ONGD *Corações com coroa*, uma associação que promove uma cultura de solidariedade e de igualdade de oportunidades e inclusão de pessoas em vulnerabilidade, risco ou pobreza.

3.6 Alcance publicitário:

3.6.1 Televisão

- Campanha Neobianacid – o anúncio esteve em antena por período de 5 semanas, nos canais Sic e TVI, atingindo 977 Grp's e um alcance de 84% com 11,7 OTS
- Campanha Grintuss – o anúncio esteve em antena por 4 semanas, atingindo 1228,4 Grp's e um alcance de 86% com 11,4 OTS

3.6.2 Revistas

- Farmácia distribuição - 2 capas, 10 páginas ímpares e 2 páginas nos protocolos alusivas a diarreias e tosse pediátrica
- Acta Pediátrica – 2 inserções alusivas à tosse
- Revista Saúde – 1 página publicitando o Grintuss

4. Certificação B Corp

4.1 Porquê?

A par do crescimento da Phytoderm no mercado, cresceu também a vontade de medir e avaliar o nosso impacto social e ambiental, para aferirmos o que podemos fazer mais e que caminhos podemos seguir para atingir esse objetivo e por isso, iniciámos o processo com vista à certificação. Conhecemos a organização B Corporation, empresa sem fins lucrativos, através das nossas parceiras Aboca, Apoteca Natura e AFAM, também certificadas com 116.7, 89.4 e 95.4 pontos respetivamente, e ficámos imediatamente interessados em fazer parte do movimento. Encontrámos na ferramenta de avaliação de Impacto desenvolvida pela organização uma excelente forma de nos avaliar e ter em consideração que todos os nossos passos têm uma consequência direta na comunidade e ambiente, que queremos que seja sempre positiva.

4.2 O que é o B Corp?

O BIA (Benefit Impact Assessment) classifica o desempenho ambiental e social das empresas numa escala de 200 pontos. Ao atingir um mínimo de 80 pontos, a empresa pode receber a certificação B Corp. O resultado da avaliação da Phytoderm será submetido no início do próximo ano para o reconhecimento da certificação B Corp.

A avaliação de impacto do benefício avalia o desempenho da empresa considerando o impacto em 5 áreas distintas:

Gestão: avalia a responsabilidade corporativa, a ética e a transparência da empresa, concentrando-se na missão, no envolvimento das partes interessadas e, em geral, na transparência das práticas e políticas da empresa.

Pessoas: avalia a contribuição da empresa para o bem-estar dos funcionários. Trata questões relacionadas a remuneração, benefícios, formação, crescimento profissional, saúde, segurança e flexibilidade no trabalho.

Comunidade: avalia o compromisso da empresa com a comunidade e o seu impacto nela. Os tópicos dizem respeito à diversidade e inclusão, criação de empregos, práticas de solidariedade e voluntariado e envolvimento ativo na realidade local. Também avalia o impacto mais amplo da empresa através da cadeia de distribuição.

Meio ambiente: avalia a gestão ambiental geral da empresa, incluindo as suas estruturas, o uso de recursos, emissões e logística. Esta seção também aborda as características de produtos que reduzem o consumo e o desperdício, preservam o ambiente ou são menos tóxicos, como produtos orgânicos.

Clientes: considera o impacto positivo direto do serviço ou produto e como ele produz um benefício para o consumidor final.

5. Objetivos para 2020

Área Saúde:

No próximo ano pretendemos manter o padrão de crescimento dos últimos anos, conseguindo chegar, cada vez mais, a mais pessoas. Assim temos definidos 20 seminários e formações por todo o País. Iremos iniciar na área digital um contato privilegiado com os clientes médicos e farmacêuticos através de Webinars dedicados, com 3 transmissões em direto com esclarecimento de dúvidas em tempo real, que ficarão disponíveis em streaming para visualização posterior.

É nosso objetivo também, iniciar as formações para médicos. Sendo estes os primordiais condutores dos consumidores aos nossos produtos, é importante, à parte do trabalho feito pela Informação Médica, que lhe seja dirigida mais informação relativamente aos mesmos para que os possam utilizar no tratamento de pequenas patologias.

Está prevista a contratação de dois novos colaboradores na área da informação médica para cobrir a especialidade de gastroenterologia a norte e sul do país.

Relativamente à rede Apoteca Natura, no próximo ano o objetivo será atingir as 80 farmácias e continuar a apostar nas formações para start ups, acompanhamento e seminários pré-campanha. Os networks meetings realizados anualmente continuarão a cumprir o seu papel de apresentação do plano de marketing e de formação. Voltaremos a realizar as campanhas *Peso e Movimento* e a *Cardiovascular* com melhorias e disponibilizar novas campanhas online.

E porque queremos estar sempre à altura das exigências e necessidades dos nossos clientes, vamos implementar os questionários de satisfação para que possamos servir cada vez melhor.

Área ambiente:

No decorrer do próximo ano temos como principal objetivo a redução em 10% na utilização de água e eletricidade, definindo estratégias como a colocação de avisos na área sanitária alertando para o cuidado no uso de água e a instalação de torneiras temporizadoras. Relativamente à eletricidade, uma das soluções para a redução do consumo passará por instalar detetores de movimento nas áreas de menor acesso, como a copa e a casa de banho.

Pretendemos, à semelhança do que fizemos com a equipa do escritório com a distribuição das garrafas de vidro, encontrar uma alternativa mais eficaz para os colaboradores que trabalham no exterior.

A médio prazo é da nossa vontade ir substituindo gradualmente a nossa frota por veículos híbridos ou mesmo 100% elétricos, reduzindo assim, a emissão de CO2.

Área social:

Como parte das compensações que oferecemos aos nossos funcionários, queremos desenvolver a sua responsabilidade social e criar um esquema em que os mesmo terão a possibilidade de escolher instituições para que a Phytoderm faça uma doação aquando o cumprimento dos seus objetivos.

Para assinalar o 15º Aniversário da Phytoderm estamos também a projetar uma atividade de solidariedade social, na qual participarão de forma ativa todos os membros da empresa.

6. Considerações finais

É para a Phytoderm um orgulho, sendo uma empresa em crescimento acelerado, avaliar o seu comportamento ao longo do ano de 2019 e perceber que gradualmente, está a ser deixada uma pegada substancialmente positiva na comunidade e no ambiente.

O objetivo será sempre crescer e com isso poder fazer crescer quem nos rodeia e quem conosco colabora. Queremos continuar a partilhar e gerar valor para todos.

Porque acreditamos verdadeiramente naquilo que ao longo deste relatório descrevemos, o principal objetivo para o próximo ano será submeter o questionário B Corp e avançar para a certificação. Estamos motivados e comprometidos com a organização e com tudo aquilo que defende, acrescentando à mais valia de ser uma excelente ferramenta que nos ajudará e guiará com o intuito de continuarmos a praticar o bem. Neste processo de adesão pretendemos incluir nos estatutos da Phytoderm, nomeadamente no seu objeto social, denominações que deem uma orientação clara para a pertença ao movimento B Corp, referindo-nos especificamente “(...) ter um impacto global positivo significativo sobre a sociedade e o meio ambiente considerados como um todo”. Juntar-nos-emos também ao grupo de empresas que promove ações junto do Governo português, para a possibilidade de integração estatutária na legislação portuguesa deste movimento, tornando possível a transformação das sociedades B Corp em “*Benefit corporation*” Se o tecido empresarial português reconhecesse e adotasse um comportamento consciente relativamente à sociedade e ao ambiente, atingiríamos metas mais ambiciosas que de outra não serão possíveis de alcançar. No mínimo, iremos contribuir para que as empresas, nossas parceiras, ou não, estejam em linha com as questões de uma sociedade empenhada no desenvolvimento social e ambiental.