

Relatório de Sustentabilidade 2021



Grupo Profarma, 60 anos: uma trajetória de solidez e credibilidade	1
Boas-vindas	2
Mensagem da liderança	3
Palavra do fundador	4
2021 em destaque	5
História que inspira - Essência.....	7
Manifesto	8
Perfil	9
Frentes de atuação	15
Jornada pela sustentabilidade	18
Pilar Governança	21
Governança corporativa	22
Desempenho financeiro	31
Pilar Social.....	34
Nosso time	35
Instituto Profarma	49
Pilar Ambiental.....	58
Meio ambiente como compromisso	59
Sumário de conteúdo GRI	64
Créditos	78

Sumário

Grupo Profarma, 60 anos: uma trajetória de solidez e credibilidade

Boas-vindas

O ano de 2021 foi marcado por celebrações importantes para o Grupo Profarma. A Companhia completou 60 anos de existência com disposição e fôlego renovados. Ao longo dessa trajetória, ocorreram marcos importantes: a abertura de capital da Profarma Distribuição, a expansão de lojas no varejo (Rede d1000) e a criação do Instituto Profarma. De lá para cá, o Grupo cresceu muito, alcançou resultados recordes e conquistou a segunda posição no atacado farmacêutico nacional, com desenvolvimento robusto e sólido. Mais inquieta do que nunca e com o engajamento e dedicação do seu time de colaboradores, a Companhia quer continuar escrevendo a sua história, agora muito mais fortalecida.

Neste primeiro Relatório de Sustentabilidade elaborado com as Normas GRI (Global Reporting Initiative, principal metodologia mundial para reporte de sustentabilidade), na opção Essencial, são apresentados os principais destaques

do Grupo e reportados indicadores qualitativos e quantitativos focados nos temas mais relevantes para os *stakeholders*.

GRI 102-45, 102-46, 102-50, 102-52, 102-54

Os temas materiais (matriz de materialidade) estão conectados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), das Nações Unidas. O conteúdo da publicação aborda o modelo de governança corporativa, o engajamento e compromissos com os colaboradores, a cadeia de valor e o meio ambiente, sem deixar de comentar o planejamento para fazer frente aos desafios no futuro e dar continuidade ao propósito de construir uma Companhia cada vez mais sustentável para a sociedade e para o planeta.

Caso surjam dúvidas sobre o conteúdo deste relatório, mensagens podem ser enviadas para esg@profarma.com.br **GRI 102-53**

Boa leitura a todos.



O RELATÓRIO FOI ELABORADO COM AS NORMAS GRI,
principal metodologia mundial para reporte de sustentabilidade

Mensagem da liderança GRI 102-14

No ano em que comemoramos 60 anos de atividades, comprovamos a nossa capacidade de geração de valor em toda nossa trajetória. Com o propósito de “entregar saúde”, exercitamos uma governança responsável, empenhamo-nos em nossas causas sociais por meio do Instituto Profarma e fortalecemos as nossas iniciativas ambientais. Conseguimos superar as adversidades da crise provocada pela pandemia de Covid-19 e encerramos o ano com um lucro líquido de R\$ 78,2 milhões, quase 50% maior quando comparado ao ano anterior.

Esse resultado foi fruto de um bom planejamento estratégico, implementado por um time engajado que manteve o foco no cumprimento das metas estabelecidas, mesmo com os desafios de adaptação ao trabalho remoto por parte dos colaboradores - uma demonstração de amadurecimento de iniciativas da nossa área de Cultura, Gente e Gestão.

Como empresa de capital aberto, temos uma governança muito ágil na tomada de decisões e um modelo eficaz de acompanhamento dos resultados. Contamos com o privilégio de possuir dois Conselhos de Administração - o do segmento varejo e o da distribuição - que contribuem significativamente para alavancar os nossos objetivos estratégicos.

Em 2021, avançamos muito na área de tecnologia da informação, investindo em novas plataformas que impactaram a efetividade e confiabilidade de nossos processos. E reafirmamos nossa relação de transparência com os clientes, parceiros comerciais e acionistas.

Por meio da Diretoria ESG, demos início a estruturação das diretrizes ambientais, sociais e de governança (ESG) em nosso modelo de negócios. Na área ambiental, implementamos duas usinas de painéis solares que abasteceram 57% das lojas da Rede d1000. No social, ganhamos reconhecimento pelas inicia-

tivas de sucesso lançadas pelo Instituto Profarma, com destaque para a doação de mais de 100 toneladas de alimentos para instituições assistenciais de todo o país, em uma parceria com a Fundação Abrinq. Somos também reconhecidos como parceiros estratégicos do Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF). Repassamos ao longo da nossa parceria, até o final de 2021, mais de R\$ 3,9 milhões.

Em busca de formarmos equipes plurais, criamos o Programa Diversidade em Cena, em linha com o ODS 10. Por meio dele, queremos fortalecer uma cultura empresarial cada vez mais inclusiva e diversa.

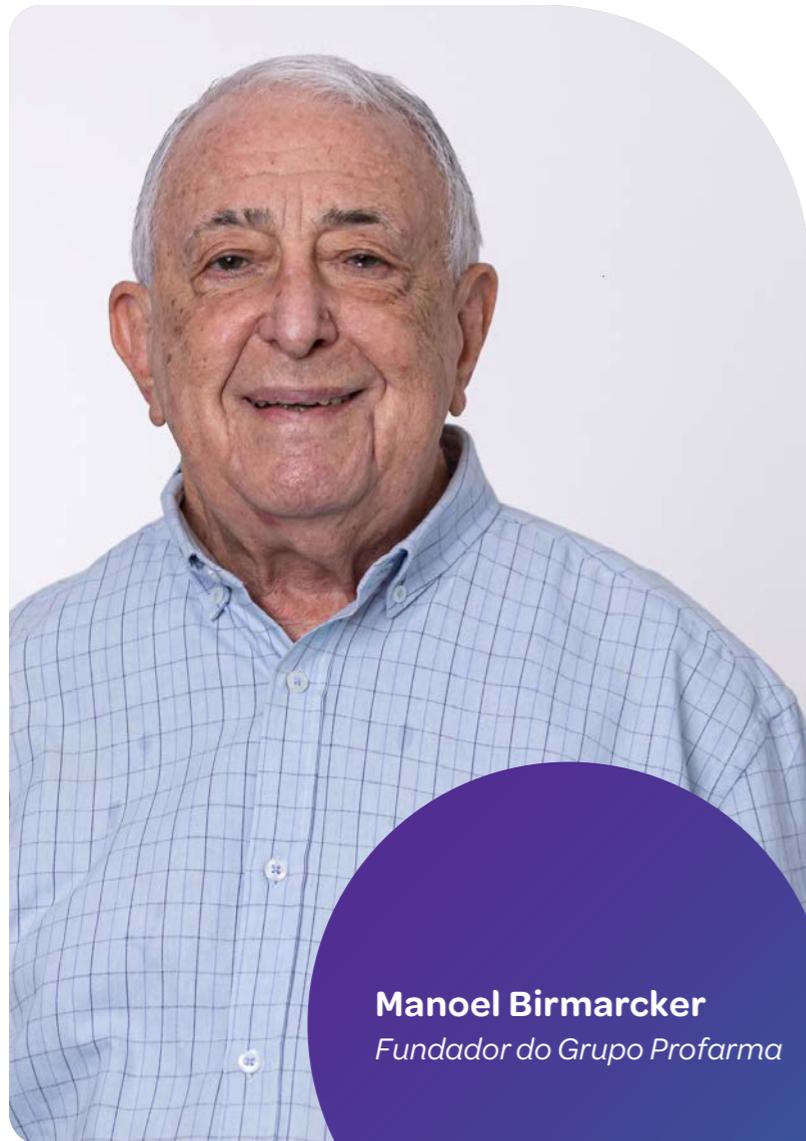
Para 2022, renovamos a confiança e o otimismo. Vamos continuar apostando em inovação e tecnologia e no desenvolvimento de pessoas. Queremos melhorar ainda mais a experiência de nossos clientes e entregar excelentes resultados. Estamos mais maduros e preparados para seguir adiante, atendendo as exigências da sociedade por um mundo cada vez mais sustentável.



Sammy Birmarcker
CEO do Grupo Profarma

Palavra do fundador

GRI 102-14



Manoel Birmarcker
Fundador do Grupo Profarma

Semelhante a muitos de minha geração, comecei a trabalhar cedo e aos 16 anos consegui meu primeiro emprego como *office boy*. Em seguida, como resultado do meu empenho, alcancei cargos com maiores responsabilidades nas diversas áreas e empresas em que trabalhei até o ano de 1961, quando completei 28 anos e decidi fundar a Profarma: uma pequena empresa com 12 colaboradores, que, como tantas outras, vivenciou dias difíceis por conta da grande concorrência do segmento, e também da crise econômica que existia no país.

No decorrer da nossa trajetória, conseguimos conquistar contratos de distribuição para grandes empresas nacionais e multinacionais. De uma empresa familiar, surgiu uma estrutura profissionalizada, com tecnologia

avançada e cerca de 7 mil colaboradores com grande disposição para mudanças e que buscam constantemente o alcance da excelência.

A nossa expansão geográfica é contínua. Recentemente, inauguramos o nosso segundo Centro de Distribuição em São Paulo e outro em Recife, consolidando assim o nosso projeto de expansão. Hoje atendemos os mercados das regiões Sul, Sudeste, Centro-Oeste e Nordeste graças ao nosso espírito incansável de ser.

Com a Rede d1000, nos reinventamos e alcançamos um resultado excelente na prestação de serviços de disponibilização de medicamentos. Hoje, nossa rede própria já ultrapassa a marca de 200 lojas, que atendem em média mais de 2 milhões de

consumidores por mês nos estados de Rio de Janeiro e de Mato Grosso e no Distrito Federal.

A perenidade da nossa Companhia se dá exatamente por sermos perseverantes, focados no crescimento e regidos pelas diretrizes da ética irrestrita e da conduta responsável, premissas que estão conosco há 61 anos. Acreditamos também que somente empresas praticantes da sustentabilidade social e ambiental, comprometidas com a diversidade e inclusão, no futuro serão destaque no mercado em que atuam.

Apesar da minha idade, continuo em atividade e com plena convicção do que fomos, do que fazemos e do que ainda pretendemos fazer. Continuaremos sonhando grande.

2021 em destaque

HISTÓRIA



Comemoração de
60 anos
do Grupo Profarma

GENTE



6.827
Profissionais
distribuídos em
17 regiões do país

NEGÓCIOS



R\$ 7,3 bi
em receita bruta

50% a mais de lucro nos
resultados alcançados pela
Profarma Distribuição

1,5 ponto mais de
market share para a
Profarma Distribuição

28 milhões
de unidades são
comercializadas pelos
Centros de Distribuição

ESTRUTURA

13º

Centro de Distribuição
inaugurado com 11 mil m² de
área, no Distrito Federal



Estrutura de 214 lojas
no varejo



30 novas lojas abertas em um
ano, um marco para o Grupo



42 mil clientes nos
Centros de Distribuição

Mais de
2 milhões
de consumidores, por mês,
atendidos na rede própria

2021 em destaque

AMBIENTAL



Redução mensal de
2,35 toneladas
de papelão e
2,3 toneladas
de isopor

8,8 milhões
de caixas reaproveitadas,
equivalente à preservação
de **15 mil árvores**

SOCIAL

15 anos
do Instituto Profarma

59 instituições
assistidas

33 mil itens
de higiene pessoal e
mais de 19 mil suplementos
alimentares doados

100 toneladas
de alimentos doados para cerca
de 9 mil famílias por meio do
projeto "Gesto que Alimenta"
do Instituto Profarma e
Fundação Abrinq



Mais de
100 mil
pessoas impactadas pelas
ações sociais promovidas
pelo Instituto Profarma

unicef 

Reconhecimento do
Grupo Profarma
como parceiro
exclusivo e estratégico



Empresa Amiga da Criança:
Reconhecimento
da Fundação Abrinq
para o Grupo



História que inspira – Essência



MANIFESTO

COMO
EXPRESSAMOS
A NOSSA
ESSÊNCIA?

TODOS OS DIAS, AVANÇAMOS COM DISPOSIÇÃO E GARRA PARA CRESCER, VENCER E ACERTAR.

SOMOS INCANSÁVEIS NA BUSCA PELA EFICIÊNCIA E PELA EXCELÊNCIA.

INCONFORMISMO É A ENERGIA QUE NOS MOVE.

ENCARAMOS NOSSOS DESAFIOS SEM MEDO, COM PRAGMATISMO E **FOCO NA SOLUÇÃO.**

AGIMOS JUNTOS, APRENDEMOS COM OS ERROS E **NOS ADAPTAMOS COM AGILIDADE.**

MUDAMOS, QUEBRAMOS PARADIGMAS E, DEPOIS, **MUDAMOS NOVAMENTE!**

AQUI, REUNIMOS **GENTE QUE ENTREGA RESULTADO CONSISTENTE.**

VALORIZAMOS A VERDADE, A COMPETÊNCIA, A EMPATIA, A DIVERSIDADE **E O CUIDADO COM AS PESSOAS.**

TEMOS ÉTICA E PROFISSIONALISMO, **ORGULHO** DA NOSSA CONTRIBUIÇÃO PARA A SAÚDE E PARA SOCIEDADE.

ASSUMIMOS COMPROMISSO VERDADEIRO COM O DESENVOLVIMENTO DOS NOSSOS **COLABORADORES, PARCEIROS E CLIENTES.**

SABEMOS QUE PODEMOS MUITO E QUEREMOS MAIS. SOMOS GRUPO PROFARMA!

Quer saber mais?

CLIQUE AQUI.



Perfil

Tudo começou em 1961, com a Profarma Distribuidora de Produtos Farmacêuticos, com sede no Rio de Janeiro. Nas décadas seguintes, houve expansão dos negócios e diversificação das atividades da Companhia no varejo farmacêutico por meio da Rede d1000, formada pelas bandeiras Drogasmil, Farmalife, Drogarias Tamoio e Drogaria Rosário. Com novo posicionamento no mercado, a empresa transformou-se no Grupo Profarma, presente nas regiões Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul do país com lojas e centros de distribuição, e com o objetivo de conectar seu crescimento aos critérios ESG. **GRI 102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-5**

Considerada uma das mais importantes do setor de saúde do Brasil, a Companhia atua em:

- **Distribuição:** principal negócio da Companhia, com 13 centros de

distribuição e alcance de 87% do mercado consumidor de produtos farmacêuticos do país;

- **Varejo:** plataforma composta pela aquisição de quatro fortes marcas regionais, com mais de 214 lojas. **GRI 102-6, 102-7**

As atividades do Grupo abrangem desde a negociação, passando pela distribuição de medicamentos e produtos de higiene e beleza para 42,5 mil farmácias brasileiras, chegando até o relacionamento direto com consumidores nos balcões das lojas.

Atuando nesse amplo espectro, a preocupação com o atendimento (seja presencial ou digital) e o desejo de conquistar o melhor relacionamento com os clientes impulsionam o Grupo para ser reconhecido e admirado por oferecer a melhor experiência no acesso a saúde e bem-estar.



REPENSAR
A CULTURA ORGANIZACIONAL
CONSTANTEMENTE,
pois o Grupo acredita que a cada dia surge uma versão melhor de cada um



PROPÓSITO GRI 102-16
POR QUE FAZEMOS
O QUE FAZEMOS?

Entregar saúde.

Somos apaixonados por
entregar o melhor para a saúde

da sociedade, dos nossos colaboradores,
parceiros, acionistas, clientes,
consumidores e indústria como um todo.



O QUE
PROMETEMOS PARA
NOSSOS **CLIENTES**
PARCEIROS

MISSÃO

**Expandir e diversificar
nossa participação
no ecossistema
de saúde.**



ONDE
QUEREMOS
CHEGAR
E COMO
QUEREMOS
SER VISTOS

VISÃO

**Sermos reconhecidos e admirados
como a melhor experiência no
acesso a saúde e bem-estar, com
atuação inclusiva, sustentável e
socialmente engajada.**



VALORES QUE ORIENTAM NOSSA ATITUDE

Agimos com verdade e integridade.

Somos honestos
e transparentes.

**Somos
inconformados por
natureza.** Quebramos
paradigmas com
ousadia e inovação.

**Focamos a satisfação
de parceiros e
clientes.** Trabalhamos
pela melhor experiência
de nossos parceiros
comerciais.

Valorizamos quem faz a diferença.

Reconhecemos os
nossos talentos.

Somos incansáveis na busca pela excelência.

Buscamos a
melhoria contínua.

LINHA DO TEMPO

CONHEÇA OS PRINCIPAIS ACONTECIMENTOS
NA TRAJETÓRIA DE **60 ANOS DO GRUPO PROFARMA:**

1961

Fundação da Profarma, **pequena empresa** no Rio de Janeiro.

1970

Expansão das atividades, ampliação da sede e **forte crescimento** do número de clientes.

1997

Implantação do processo de automatização para a separação dos produtos no Centro de Distribuição (CD) no Rio.

1999

Aquisição estratégica da KF Distribuidora, atacadista de produtos farmacêuticos em São Paulo.

2004

Início da atuação na região Nordeste do país, a partir da inauguração do Centro de Distribuição em Salvador (BA).

2006

IPO (Initial Public Offering) da Profarma Distribuição, com captação de R\$ 348.750.000,00. **Criação do Instituto Profarma**, com foco no atendimento de crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social.

2007

Inauguração de dois CDs no Nordeste (Pernambuco e Ceará). Aquisição da distribuidora Dimper, RS, completando a presença da Companhia em dez estados do Brasil com 11 CDs.

2011**Aquisição de 60% da Prodiet Farmacêutica,**

empresa de distribuição de medicamentos hospitalares, no Paraná, para reforçar a área de Especialidades.

2013**Entrada no varejo farmacêutico**

com as aquisições das redes Drogasmil, Farmalife e Tamoio, no Rio de Janeiro. Aquisição dos 40% restantes da Prodiet Farmacêutica.

2014

Associação estratégica com a AmerisourceBergen, uma das maiores fornecedoras de serviços e produtos farmacêuticos do mundo.

2016

Constituição da Rede d1000, consolidando a divisão de varejo do Grupo Profarma. Ampliação da área de varejo com as aquisições da Drogaria Rosário (marca relevante no Centro-Oeste).

2017**Abertura do novo CD RJ,**

aumentando a capacidade de armazenagem para 25.000m².

2020

IPO da Rede d1000, **captando R\$ 400 milhões** e permitindo que a Profarma fizesse parte de seletos grupo das companhias brasileiras com mais de uma empresa de capital aberto.

2021

GRUPO PROFARMA CELEBRA 60 ANOS DE HISTÓRIA, COMPLETA 15 ANOS DE INSTITUTO PROFARMA E DO IPO DA PROFARMA DISTRIBUIÇÃO.

Frentes de atuação

1. Distribuição

A Profarma Distribuição presta serviços de logística de produtos farmacêuticos, higiene e beleza, e é considerada a segunda maior empresa do Brasil no segmento. Conta com mais de 3.500 colaboradores em 13 centros de distribuição: Alagoas, Bahia, Distrito Federal, Espírito Santo, Goiás, Minas Gerais, Paraíba, Paraná, Pernambuco, Rio de Janeiro, Rio Grande do Norte, Rio Grande do Sul e São Paulo.



- **Mais de 300** fornecedores parceiros
- **Mais de 16 mil** itens no *mix* de produtos
- **Mais de 43 mil** farmácias abastecidas por mês
- **4.500 cidades** atendidas
- **28 milhões** de unidades comercializadas por mês
- **Mais de 36 mil** ligações recebidas por mês
- **Mais de 1,8 milhão** de acessos via Pedido Eletrônico por mês



- **214 lojas**
- **Presença**
no Rio de Janeiro, Distrito Federal, Mato Grosso e Tocantins
- **Entre as 10 maiores**
redes de varejo farmacêutico do Brasil
- **Top of Mind do varejo**
farmacêutico no **Centro-Oeste**
- **5.200 colaboradores**
- **Mais de 2 milhões**
de consumidores por mês



2. Varejo

A Rede d1000 é composta por marcas do varejo farmacêutico que se complementam para atender públicos de diferentes classes sociais. Juntas, Drogasmil, Farmalife, Drogarias Tamoio e Drogaria Rosário possuem mais de 200 lojas localizadas no Rio de Janeiro, Distrito Federal, Mato Grosso e Tocantins, atendendo cerca de 2 milhões de consumidores/mês.

Por meio dela, são comercializadas marcas exclusivas, como a Bem Básico (produtos ligados ao bem-estar); GoNutri (linha de suplementos e nutracêuticos); N° 21 (higiene pessoal, beleza e cosméticos) e Polimix (*mix* voltado para cuidados com a saúde). Confira os principais destaques do Varejo (à esq.).



Onde estamos GRI 102-4

O Grupo Profarma está presente nas regiões Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul do país, com 214 lojas da Rede d1000, 13 centros de distribuição e atendendo 4.500 cidades.



GRUPO
PROFARMA

Buscamos evoluir

cada vez mais no consumo e produção sustentáveis, em conexão com **o ODS 12**



Quer saber mais?
CLIQUE AQUI.

Jornada pela sustentabilidade

GRI 102-21, 102-40, 102-42, 102-43, 102-44, 102-46

A Companhia busca utilizar, de forma responsável, os recursos em todas as fases das operações. O Grupo Profarma entende que o desenvolvimento sustentável aplicado aos negócios é uma forma de garantir o impacto ambiental positivo por meio do uso consciente de recursos.

Nesse sentido, foi construída em 2021, a primeira matriz de materialidade definindo os temas prioritários para a Companhia e considerando a visão dos principais *stakeholders*. Trata-se de um importante instrumento para compreender como os públicos percebem os impactos e a gestão do Grupo, priorizando os assuntos a serem tratados pela liderança e divulgados à sociedade por meio de documentos públicos, como este relatório.

O processo contemplou análise de documentos internos e setoriais; estudos de *benchmarking* com empresas que são referência em sustentabilidade; entrevistas com o *board* da Companhia; e consultas externas com investidores, clientes e especialistas.

Foi aplicada uma pesquisa *on-line* com colaboradores, clientes (B2B e B2C), investidores, fornecedores/prestadores de serviços, analistas de mercado, assessoria de imprensa e ONGs.

O Grupo Profarma definiu em 2021 sua primeira matriz de materialidade, após ampla consulta aos seus *stakeholders*.

O ESTUDO DE MATERIALIDADE ENVOLVEU AS SEGUINTE ETAPAS:



Identificação

mapeamento dos públicos e dos impactos da organização;



Priorização

levantamento da percepção dos *stakeholders*;



Análise

avaliação dos resultados e elaboração da matriz de materialidade;



Validação

aprovação com as lideranças e apresentação de riscos e oportunidades.



Temas materiais GRI 102-47, 103-1

O estudo de materialidade identificou como prioritários sete temas relacionados aos aspectos ambiental, social e de governança, apresentados na página a seguir, que passam a nortear a Companhia e suas ações ligadas aos critérios ESG.

Os temas materiais foram correlacionados aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), agenda global adotada em 2015 pelos países que participam da Organização das Nações Unidas (ONU). Identificou-se que a gestão dos sete temas contribui para os seguintes ODS: 3, 5, 8, 9, 10, 12 e 16.



Lista de temas materiais¹ GRI 103-1

PILAR ESG	TEMA MATERIAL ¹	DEFINIÇÃO	GRI	ODS
Ambiental	1. Gestão de resíduos não recicláveis	Estímulo à logística reversa e gestão do fim da vida dos produtos, promovendo aumento na taxa de reciclagem e/ou reaproveitamento dos materiais utilizados nas operações, vendas e lojas, resíduos de obras, embalagens e produtos pós-consumo. Minimização na geração de resíduos não recicláveis. Garantia de conformidade legal na destinação final deles.	301-1, 301-2 301-3, 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5	
Social	2. Gestão do capital humano com Inclusão, Equidade e Diversidade	Valorização, treinamento, capacitação de colaboradores, além de mecanismos de atração e engajamento de talentos. Salários e benefícios competitivos ao mercado, mecanismos de avaliação e promoção de clima organizacional satisfatório. Promoção da diversidade, da equidade e da inclusão no ambiente de trabalho (diversidade de gênero, raça e acessibilidade). Fortalecimento dos canais de denúncias e tratativas dos casos de discriminação.	102-38, 102-39, 401-1, 401-3, 404-1, 404-2, 404-3, 405-1, 405-2, 406-1	  
	3. Responsabilidade social	Promoção de ações de desenvolvimento das comunidades do entorno, programas de voluntariado e projetos de investimento social.	201-1, 203-1, 203-2, 204-1, 413-1, 413-2	
	4. Relacionamento com o cliente	Existência de canais de comunicação e <i>feedbacks</i> dos clientes (consumidores finais do varejo e farmácias contempladas pela distribuição), proporcionando um atendimento que ofereça suporte de forma ágil e eficaz; estratégias de satisfação e fidelização de clientes.	418-1	-
Governança	5. Inovação	Consolidação de um ambiente propício à inovação de processos e tecnologia (implantação da área Transformação Digital e Grupo Profarma e criação do Laboratório de Inovação – GPLABi), que seja capaz de responder e se adaptar a mudanças e a novas demandas do mercado.	Indicador próprio	 
	6. Integridade e ética	Combate à prática de cartel e corrupção; aplicação do código de conduta empresarial e conformidade com normas, leis e regulamentos.	205-1, 205-2, 205-3, 206-1, 307-1, 419-1	
	7. Gestão de riscos e crise, Rastreabilidade e Saúde e segurança operacional	Prevenção e preparo frente a riscos e crises por meio de gestão estruturada de <i>recall</i> , planos de emergência e área de controle interno dos processos. Garantia de condições de estocagem seguras para a manutenção da qualidade dos produtos, medicamentos e outros. Garantia de um ambiente de trabalho seguro, que proporcione saúde e bem-estar aos colaboradores envolvidos nos processos de distribuição (segurança de transporte e nos centros de distribuição), varejo e administrativo.	102-8, 102-11, 403-9, 403-10, 414-1, 414-2	

¹Os temas 1, 3 e 5 exercem impactos dentro e fora do Grupo Profarma. Os demais têm impacto apenas dentro da empresa.

REDE
doooo Saúde em
cada marca.

Pilar Governança

TEMAS MATERIAIS

Integridade e ética
Inovação
Gestão de riscos e crise



Governança corporativa GRI 102-18

Atento à evolução constante, o Grupo Profarma transformou a Diretoria de Responsabilidade Social em Diretoria ESG por entender que os critérios socioambientais e de governança são intrínsecos ao modelo de negócios. Dessa maneira, a Companhia busca desenvolver boas práticas e uma governança que priorize investimentos em pessoas, inovação, transparência, tecnologia e sustentabilidade.

A proposta do Grupo é participar na construção do legado que quer perpetuar – para as atuais e futuras gerações, atendendo as demandas da sociedade por um mundo mais sustentável, as expectativas dos *stakeholders*, agregando valor aos negócios e dando longevidade às estratégias.

A aderência às melhores práticas de mercado reflete o desempenho da

governança corporativa da Companhia, que se guia pela transparência. As ações são negociadas no segmento do Novo Mercado – o mais alto dos níveis diferenciados de governança corporativa da B3, bolsa de valores brasileira, com sede em São Paulo.

Para conduzir essas iniciativas de forma assertiva, a Companhia se baseia na disseminação da cultura da ética como instrumento para a visibilidade das melhores práticas, essenciais para a competitividade no mercado e sustentabilidade no longo prazo.



PFRM
B3 LISTED NM

DMVF
B3 LISTED NM

Planejamento e execução

A estrutura de governança é composta por dois Conselhos de Administração (o da Profarma Distribuição e o da Rede d1000); uma Diretoria Executiva e um Comitê de Auditoria (o único de caráter estatutário); um Conselho Fiscal para PRFM e quatro comissões, criadas para dar apoio ao Grupo no acompanhamento de temas importantes para a governança. São elas: Comissão de Ética, Comissão de Pessoas, Comissão ESG e Comissão de Diversidade & Inclusão.



O Grupo conta com dois Conselhos de Administração, o do segmento do varejo e o da distribuição

Conselho de Administração da Profarma Distribuição



Presidente
Marcel Sapir



Vice-presidente
Sammy Birmarcker

Membros do Conselho

Armando Sereno
Manoel Birmarcker
Rafael Teixeira
Sun Park



Conselheiros independentes

Ana Marta Horta Velos
Bernardo de Barros Franco
Carlos Gros



Conselho de Administração da Rede d1000



Presidente
Fernando Perrone



Vice-presidente
Sammy Birmarcker

Membros do Conselho

Armando Sereno
Fernando Gameleira
Max Fischer
Ricardo Bomeny
Rafael Teixeira



Conselho de Administração

Responsável pelo estabelecimento de políticas e diretrizes gerais do negócio, estratégia de longo prazo, controle e fiscalização. Possui também a atribuição de fazer a supervisão da gestão dos diretores da Companhia. O órgão de governança é composto por até nove membros, eleitos por Assembleia Geral (PFRM). Conforme regulamento do Novo Mercado, no mínimo 20% dos integrantes são conselheiros independentes. O Conselho se reúne mensalmente ou sempre que convocado pelo Presidente ou Vice-Presidente.

GRI 102-24

Diretoria Executiva

Em conformidade com o Estatuto Social, a Diretoria é composta por no mínimo dois e no máximo cinco membros, com mandato unificado de três anos, sendo permitida a reeleição. A Diretoria é responsável pela administração dos negócios em geral.

Conselho Fiscal

Com mandato de um ano, os conselheiros (três membros) têm a responsabilidade de fiscalizar as atividades da administração, opinar sobre as demonstrações financeiras da Companhia e reportar suas conclusões aos acionistas.

Comitê de Auditoria

Assessora o Conselho de Administração na avaliação e monitoramento dos serviços de auditoria independente, da qualidade das informações contábeis (incluindo a produção de relatórios contábeis e financeiros), das atividades da auditoria interna e da área de controle da Companhia, bem como o gerenciamento da exposição ao risco. Também faz parte do escopo do comitê o acompanhamento dos sistemas de integridade/conformidade (*compliance*) do Grupo.

Comissão de Pessoas

Oferece subsídios para o Conselho de Administração tomar decisões sobre estratégia, normas e políticas de Cultura, Gente e Gestão. Esta comissão auxilia o desenvolvimento organizacional, políticas de recrutamento, atração e retenção de talentos, bem como recomenda e opina a respeito de sucessão, avaliação de desempenho e planejamento de pessoas.

Comissão de ESG

Apoia e acompanha a adoção de práticas ESG para que a Companhia integre critérios socioambientais e de governança em sua estratégia.

Comissão de Ética

Zela pelo respeito aos princípios e valores éticos da Companhia. Assessora a área de *Compliance* na apuração de violação das regras, valores e princípios contidos no Código de Conduta Ética.

Comissão de Diversidade e Inclusão

Responsável por elaborar e colocar em prática o andamento das ações relacionadas ao tema, reforçando a importância de os representantes serem porta-vozes para propor novas ideias e avaliar medidas tomadas.

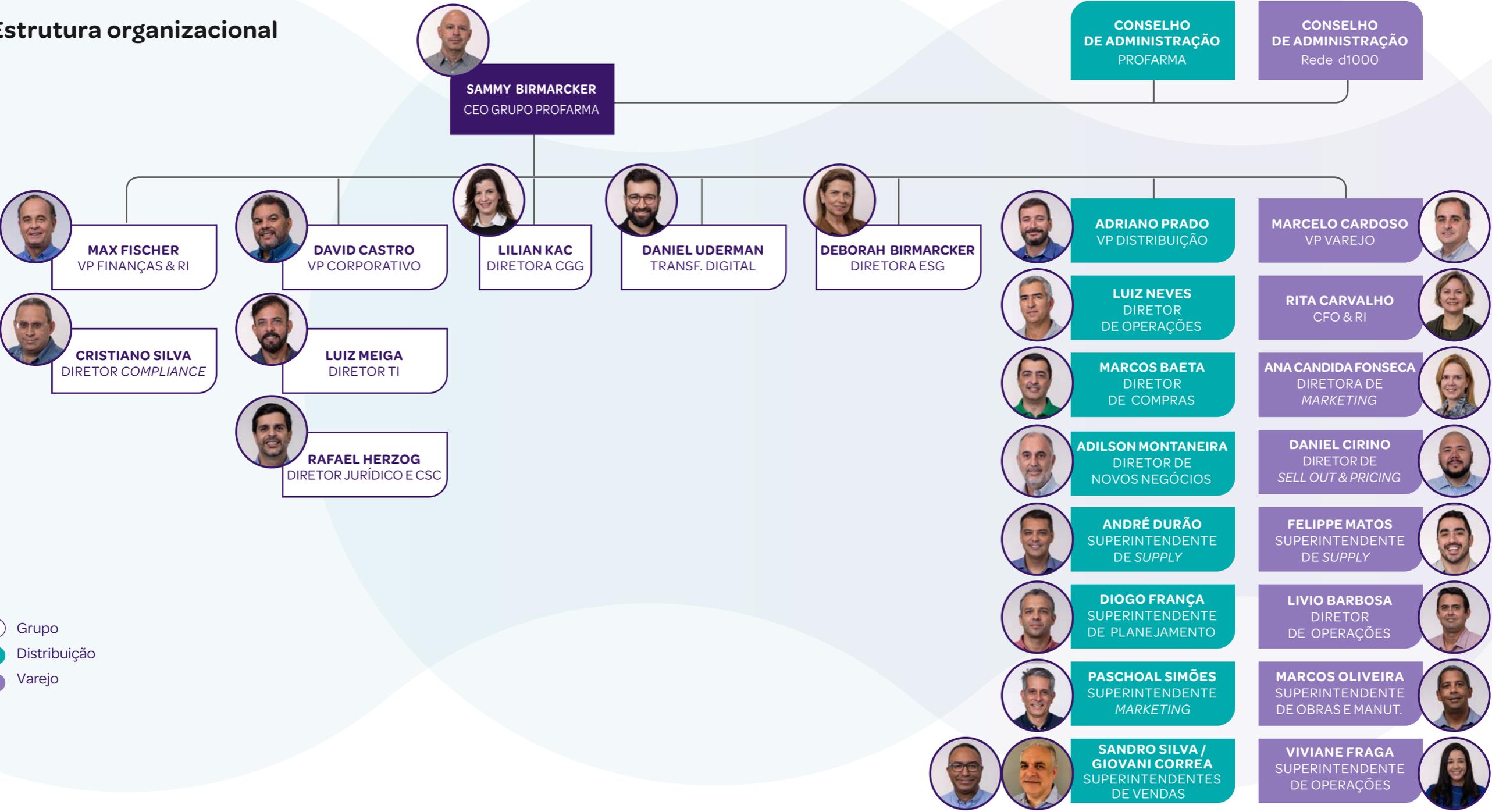


Quer saber mais?

Profarma Distribuição >CLIQUE AQUI.

Rede d1000 >CLIQUE AQUI.

Estrutura organizacional

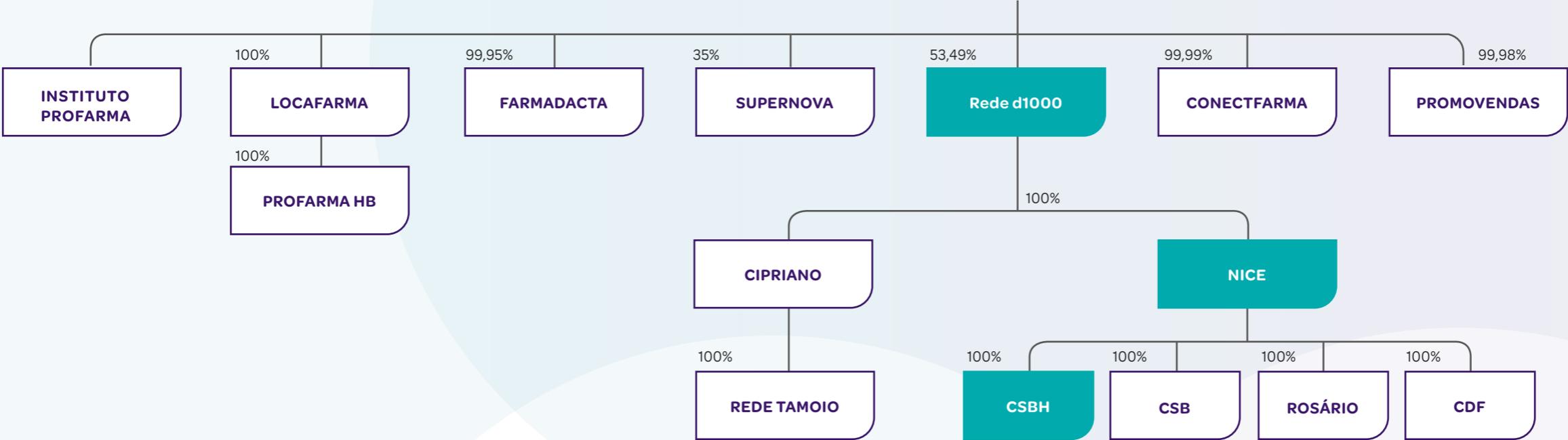


- Grupo
- Distribuição
- Varejo

Estrutura societária



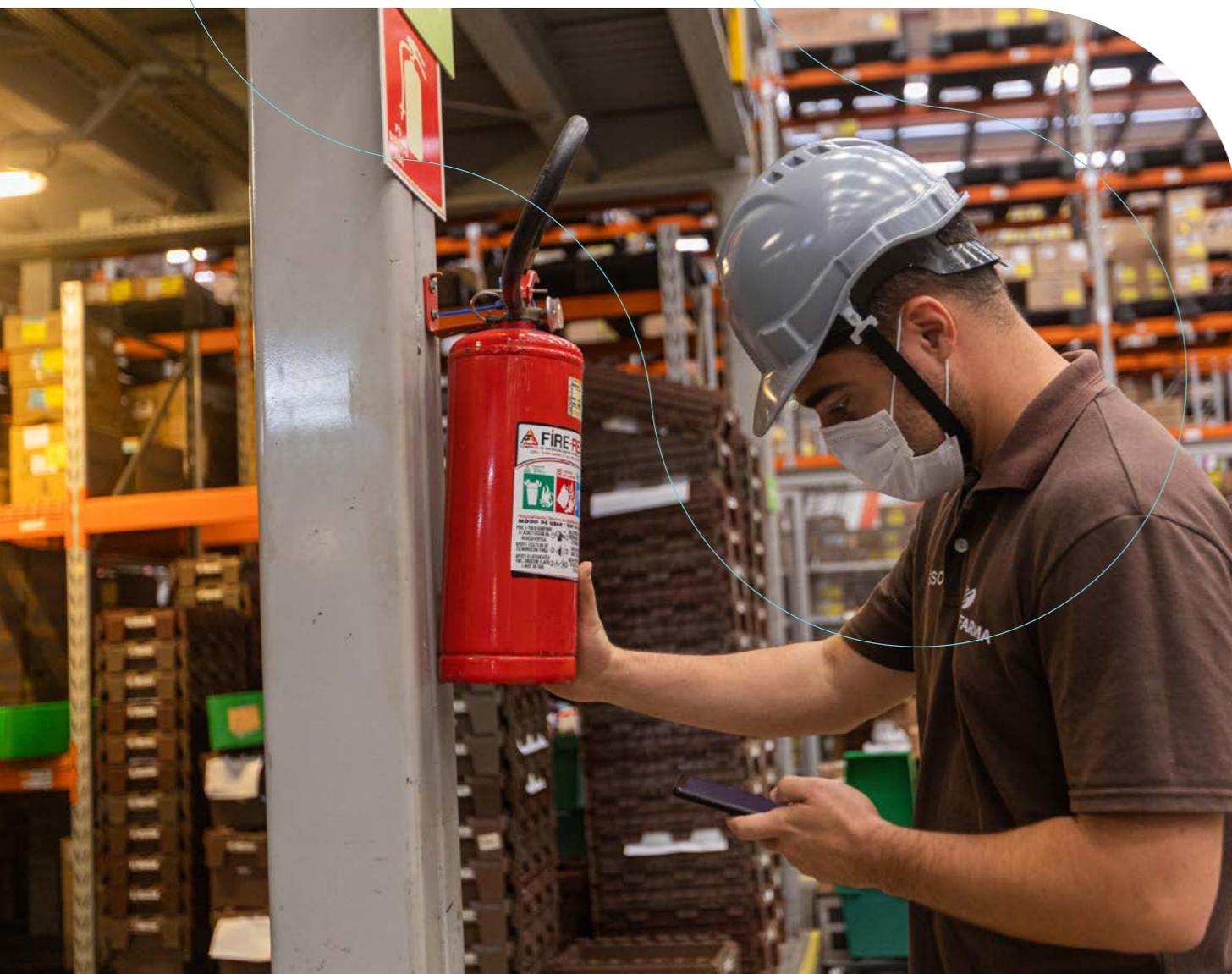
GRUPO
PROFARMA



● Holding/não operacional

Estrutura societária





Gestão de riscos GRI 102-11

A gestão de riscos é tratada como uma ferramenta para fortalecer a estrutura de governança corporativa, aumentar os níveis de transparência e proteger a reputação dos negócios e da Companhia. Essa gestão permite detectar fatores de exposição dos negócios, mitigá-los e capturar oportunidades de melhoria das práticas, políticas e estratégias corporativas.

Dentre as diversas atividades relacionadas a gestão de riscos, merece destaque a política para contratação de fornecedores e prestadores de serviços estratégicos, que são submetidos ao processo de *due diligence* prévio, segundo a qual os aspectos relacionados a reputação e integridade, bem como aqueles inerentes a riscos financeiros (como a estrutura de capital), são previamente avaliados antes da efetivação do negócio.

Outra iniciativa importante refere-se à revisão do processo de gestão de riscos corporativos, iniciada em dezembro de 2021 e em andamento em 2022, abordando os principais riscos estratégicos.

A abordagem da gestão de riscos tem interfaces com as atividades de *compliance*, controles internos e auditoria interna, visando unir esforços para a identificação antecipada de riscos e para uma gestão efetiva.

Em 2021, a Companhia iniciou a revisão de seus processos de

**GESTÃO
DE RISCOS**
CORPORATIVOS

Ética e transparência

GRI 102-16, 103-2, 103-3 | 205|206|419

As práticas de transparência, integridade, respeito às leis e regulamentos e a relação com os *stakeholders* são conduzidas na Companhia pela disseminação da cultura ética. Para que esses valores sejam transversais, o Grupo Profarma conta com práticas que conscientizam as equipes sobre os riscos relacionados ao tema, reforçam a integridade e a verdade como valor e reiteram o padrão de comportamento esperado dos colaboradores e parceiros de negócios.

Nesse sentido, a Companhia promove uma série de ações, como treinamentos, planos de comunicação, monitoramento de adesão às políticas, auxílio aos colaboradores com dúvidas sobre normas e diretrizes internas.

O Código de Conduta Ética descreve as normas de comportamento adotadas, sendo claro o comprometimento exigido com os padrões éticos do Grupo. Ao ingressarem na Companhia, todos os colaboradores e membros dos órgãos de governança devem assinar um termo

de responsabilidade, comprometendo-se a respeitar as orientações do Código.

Existem quatro canais internos, exclusivos e condicionais, para receber os relatos de potenciais violações às políticas da Companhia ou das leis do país para todos os *stakeholders*. As denúncias recebidas podem ser anônimas, são mantidas em sigilo e apuradas com o acompanhamento da Diretoria de Auditoria e *Compliance* e da Comissão de Ética. Cada caso é tratado de forma imparcial e individual. A conclusão do caso é realizada através de devolutiva aos envolvidos.

O plano de auditoria contempla a realização de inspeções nos mais diversos macroprocessos do Grupo (contábil, financeiro, operação logística, compra de benefícios, devoluções etc.) com o propósito de identificar, mitigar e direcionar as medidas adequadas em caso de confirmação de casos de corrupção e prática de suborno. Além disso, desde 2019, são monitoradas periodicamente as transações de pagamento, bem como a observância de normas e procedimentos internos relevantes. Desde o início deste processo, não foram evidenciadas práticas de corrupção. Todos os direto-

Mecanismos de queixas GRI 103-2

QUEIXAS	2020	2021
Número de queixas identificadas por meio do mecanismo	110	156
Número de queixas endereçadas	110	156
Número de queixas resolvidas	88	136 ¹
Número de queixas registradas antes do período coberto pelo relatório resolvidas no decorrer deste período	6	22

1. Em 2021, 20 queixas estavam com apuração em fase de conclusão. O aumento no número de relatos entre 2020 e 2021 se deve a maior divulgação dos canais de denúncia.



NOSSOS CANAIS

Fale com o Presidente:

falecomopresidente@profarma.com.br

Fale com a Auditoria:

canal.auditoria@profarma.com.br

Fale com a Comissão de Ética:

comite.etica@profarma.com.br

Disque Denúncia: 0800 024 3000



PADRÕES DE CONDUTA

O caminho para a excelência só será atingido com a adoção de comportamentos na organização que estejam em conformidade com a ética e a transparência. Por esse motivo, o Grupo Profarma reforça a integridade como valor para todos os colaboradores, parceiros e comunidades onde atua. Em busca do aperfeiçoamento dessas práticas, o Código de Conduta Ética e as normas internas respaldam a organização na promoção de padrões de comportamento, como a Política Anticorrupção. Foram implantadas ainda outras ferramentas, como Programa de *Compliance*, de *Due Dilligence* para contratação de fornecedores, auditoria nos processos internos e monitoramento periódico sobre as transações de pagamentos.

Em 2021, 100% das operações foram submetidas a avaliação de riscos de corrupção (os mais significativos são pagamentos e doações indevidas, e fraudes em contratações) sem nenhum caso confirmado, e tampouco houve processos judiciais relacionados ao tema envolvendo a Companhia.

GRI 205-1, 205-3

res são alertados das oportunidades de melhorias no cumprimento dos procedimentos internos.

O Código de Conduta Ética também determina ser intolerável negociar com clientes, parceiros, fornecedores, prestadores de serviço, concorrentes e colaboradores oferecendo ou aceitando vantagem indevida, informações privilegiadas ou qualquer outra prática comercial que configure concorrência desleal. O tema é monitorado por meio dos canais de denúncia e avaliado, caso ocorra algum incidente, pela Comissão de Ética da Companhia. A meta é garantir 100% de

Segurança da informação

GRI 103-2, 103-3 | 418 | 419

O Código de Conduta Ética direciona a adoção de políticas de privacidade de dados dos *stakeholders*, além de utilizar, como referência, a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) – 13.709/2018, para assegurar o cumprimento de regras de proteção de dados pessoais e/ou empresariais.

conformidade em relação a ações antitruste ou anticoncorrenciais.

GRI 103-2, 103-3 | 206 | 419

Existem quatro ações judiciais pendentes referentes à execução de multas determinadas pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (Cade), acerca de suposta prática de cartel ocorrida em 1997 (junção de farmácias para venda mais barata, uma conduta benéfica para o consumidor). Os fatos ocorreram na época em que a Drogaria Rosário, hoje uma das empresas do varejo do Grupo, era administrada pelos antigos proprietários. **GRI 206-1**

As queixas relacionadas à violação de privacidade e perda de dados de clientes recebidas no e-mail **lgpd@profarma.com.br** são monitoradas, bem como há um encarregado pela proteção de dados (DPO) na Companhia, conforme exigência da lei. Desde 2018, não há ocorrências de violação de privacidade e perda de dados de clientes, pois a tecnologia está em constante evolução para proteger as informações. **GRI 418-1**

Desempenho financeiro GRI 103-2, 103-3 | 201

O Grupo obteve resultados muito positivos nos principais indicadores financeiros em 2021. Os números são frutos de um planejamento estratégico sólido e da dedicação de uma equipe focada na execução do plano e no cumprimento dos objetivos.

Vale ressaltar que, pelo segundo ano consecutivo, o Grupo Profarma obteve lucro líquido recorde, mantendo a rentabilidade operacional de 2020. O grau de alavancagem financeira foi de 1,4x em relação ao Ebitda, após os investimentos realizados para a expansão do Centro de Distribuição do Rio de Janeiro e a inauguração do Centro de

Distribuição do Distrito Federal, bem como a abertura de 30 lojas e 12 reformas (ou ampliações) na Rede d1000.

Com o incremento no número de clientes atendidos, principalmente no segmento das farmácias independentes, a Profarma Distribuição atingiu receita bruta de R\$ 7,1 bilhões, significativa evolução de 18,1% em relação a 2020. A Rede d1000 também continuou apresentando desempenho crescente, com a gradativa diminuição das restrições de circulação, melhorando a performance das lojas existentes, e com a execução do plano de expansão. No final de 2021, tinha 214 lojas, 30 delas inauguradas no decorrer do ano.

Em 2022 e para os próximos anos, a perspectiva do Grupo é gerar empregos e contribuir para o desenvolvimento econômico do país, em especial nas regiões onde foram realizados investimentos mais relevantes no de-

correr de 2021. A Companhia aportou R\$ 5,6 milhões na expansão do Centro de Distribuição do Rio de Janeiro e inaugurou outro CD, com investimento de R\$ 18,5 milhões, no Distrito Federal. O plano de expansão da Rede d1000 contou com investimentos de R\$ 56,4 milhões, para abertura, reforma e ampliação de lojas. **GRI 203-1**

O planejamento estratégico do Grupo foi atualizado em 2021, estabelecendo novas metas econômicas principalmente voltadas para a busca de diversificação de atuação no mercado de saúde. Adicionalmente, a Companhia tem como principais iniciativas de investimentos projetos em infraestrutura de TI e transformação digital; desenvolvimento de serviços para clientes; aumento da capacidade operacional com novos CDs; expansão de área de atuação e da força de vendas; abertura e ampliação de lojas do Varejo; investimento em marcas exclusivas e desenvolvimento da categoria Genéricos.

DESTAQUES GRUPO PROFARMA 2021

LUCRO BRUTO DE
R\$ 907,6 MILHÕES,
18,9% maior que o ano anterior.

LUCRO LÍQUIDO DE
R\$ 78,2 MILHÕES,
49,4% superior em relação a 2020,
quando registrou R\$ 52,3 milhões.

RECEITA BRUTA
CRESCER 17,2%
e atingiu R\$ 7,3 bilhões.

EBITDA ATINGIU
R\$ 256,6 MILHÕES,
aumento de 15,3% em relação a
2020, com margem de 4,0%.

PAGAMENTO DE JUROS
sobre capital próprio
no montante de
R\$ 33,2 MILHÕES.



Valor econômico direto gerado e distribuído GRI 201-1

O acompanhamento do desempenho econômico é feito pelo Conselho de Administração, pelo Conselho Fiscal e pelo Comitê de Auditoria, baseado nas demonstrações de resultados trimestrais e anuais – que são aprovadas por ambos os Conselhos e também apresentadas à Comissão de Valores Mobiliários (CVM).



R\$ 78,2
milhões de lucro líquido em 2021, recorde histórico

DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO (PARA O PERÍODO FINDO EM 31 DE DEZEMBRO DE 2021)	CONSOLIDADO (R\$ MIL)	DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO	CONSOLIDADO (R\$ MIL)
Receitas	7.295.866	Pessoal e encargos:	
Vendas de mercadorias produtos e serviços	7.308.125	Remuneração direta	288.923
Outras receitas	-	Benefícios	51.937
Provisão para crédito de liquidação duvidosas - Reversão / (Constituição)	(12.259)	FGTS	21.687
Insumos adquiridos de terceiros	5.766.104	Impostos, taxas e contribuições:	
Custo das mercadorias e serviços vendidos	5.505.628	Federais	115.305
Mat., energia, serviço de 3os. e outros	260.476	Estaduais	818.237
Valor adicionado bruto	1.529.762	Municipais	19.880
Depreciação e amortização	125.882	Remuneração de capital de terceiros:	
Valor adicionado líquido produzido pela entidade	1.403.880	Juros	50.373
Valor adicionado recebido em transferência	35.823	Aluguéis	(4.831)
Resultado de equivalência patrimonial	5.976	Lucros retidos	79.113
Receitas financeiras	16.831	Part. Não Controladores nos Lucros Retidos	(921)
Outras	13.016	Valor adicionado distribuído	1.439.703
Valor adicionado total a distribuir	1.439.703		

Transformação Digital e Inovação no Grupo Profarma

Apesar de a área de Transformação Digital e Inovação ter sido criada recentemente, o tema já faz parte da essência e da cultura do Grupo Profarma há tempos. E o Manifesto da Companhia reforça isso. A área de Transformação Digital e Inovação atende a Rede d1000 e a Profarma Distribuição.

Para evitar que o tema se torne uma palavra da moda, o Grupo Profarma tem como premissa garantir a conexão da inovação com a estratégia de negócios de cada empresa. Ou seja, todo e qualquer projeto de inovação/transformação se torna uma alavanca para aproximar a Companhia das metas idealizadas no planejamento estratégico.

Para canais digitais, o grande desafio da Rede d1000 é pensar em formas de aproximar cada vez mais o negócio varejo do conceito *omnichannel*. Para o Grupo Profarma não se trata de uma simples iniciativa, mas sim de uma jornada estruturada. Em 2020, no primeiro ano da pandemia, foi acelerada a abertura de novos canais digitais e lançada a plataforma de *e-commerce* B2C. Essa iniciativa habilitou a Rede d1000 a atender às preferências de jornada de compra dos clientes que se identificam com a experiência digital.

Para melhorar a usabilidade e escalabilidade em 2021 a Companhia conduziu a migração do *e-commerce hand-made* para uma plataforma de mercado mais robusta (Vtex), garantindo para

os usuários das quatro bandeiras da Rede d1000 uma experiência mais fluida. Além de abrir e aperfeiçoar novos canais digitais de vendas, a Companhia tem investido em CRM com o intuito de personalizar a experiência de compra dos clientes.

Quando se trata de inovação voltada para eficiência, otimização e rentabilização, a Rede d1000 tem investido em grandes projetos como (1) a revisão de processos de lojas; (2) a consolidação de marcas próprias; (3) a melhoria de sistemas de loja; (4) a abertura de novos serviços farmacêuticos em loja.

Já para a Profarma Distribuição, o grande direcionador é a busca do engajamento total e constante dos clientes (farmácias) por meio da melhor experiência possível, que virá pela redução da fricção nas relações de compra e pós-venda, pela oferta de múltiplos canais de atendimento e de novas soluções de serviço. Para aproximar a Distribuição destes propósitos, foram feitos investimentos em grandes projetos como a implantação de um CRM *end-to-end* com uma plataforma líder de mercado (Salesforce); uma solução para a previsão de demanda; o uso de IA para gestão dos pedidos; o lançamento de um aplicativo

para Clientes e o lançamento de marcas próprias para a Distribuição.

Importante destacar o lançamento do Laboratório de Inovação do Grupo Profarma, que tem como o principal objetivo acelerar estes grandes projetos planejados, buscando novas conexões com *startups* para alcançar soluções e tecnologias que sejam aderentes às necessidades dos negócios.

Em conexão ao ODS 3 (Saúde e Bem-estar), os projetos de transformação digital ligados ao acesso à saúde foram: a) Implantação de tecnologias parceiras para o recebimento de prescrições eletrônicas nas lojas da Rede d1000, possibilitando que os pacientes tenham acesso aos medicamentos sem a necessidade de receita física; b) Novos canais de atendimento e vendas, implantados durante a pandemia: os clientes podem fazer o pedido pelo WhatsApp das lojas da Rede d1000, e foram ampliadas também as possibilidades de compras por meio de *e-commerce* e aplicativos para celular; c) Implantação de *voice app* na Alexa (assistente virtual) e Google Assistant: aplicação de voz para consultar preços e ter acesso às promoções da Rede d1000, cupons de descontos e dicas de saúde.

Em 2021, em linhas gerais, o foco da Transformação Digital e Inovação se centrou em três grandes pilares:

1. MELHORAR A EXPERIÊNCIA DO CLIENTE

2. TRAZER AGILIDADE OPERACIONAL

3. FORTALECER A CULTURA DE INOVAÇÃO



Pilar Social

TEMAS MATERIAIS

- Gestão de capital humano, inclusão e diversidade
- Responsabilidade social
- Saúde e segurança ocupacional
- Relacionamento com clientes



5 IGUALDADE DE GÊNERO



8 TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO



10 REDUZIR AS DESIGUALDADES

Nosso time

GRI 102-18, 103-2, 103-3 | 401|404



A Companhia prioriza o desenvolvimento do capital humano, a inclusão e a diversidade, e entende isso como parte integrante da responsabilidade social corporativa. O Grupo Profarma tem, atualmente, 6.827 colaboradores no país, formando uma equipe competente, capaz de mostrar toda sua flexibilidade e agilidade na adaptação ao tempo e à forma de trabalho que a pandemia impôs desde o início.

A Cultura Viva – forma como é denominada a cultura organizacional – é a essência dos comportamentos e valores do Grupo. Ao ser revisitada em 2021, foi possível reescrever o manifesto da Companhia, a visão e missão, os valores e atitudes, tendo em vista que essa cultura rege as diretrizes e o propósito da Companhia de entregar saúde.

Para apoiar esse “mergulho” na cultura corporativa, foi contratada uma consultoria externa que recomendou um plano robusto de ações de dife-

rentes complexidades para serem implementadas a partir de 2021. O projeto passa por um ciclo de palestras, iniciativas ligadas às carreiras e lideranças, ao Código de Conduta Ética, diversidade e inclusão, novos modelos de avaliação, potencialização do voluntariado, entre outros aspectos.

O Grupo Profarma tem investido cada vez mais em ações capazes de incrementar as relações com os colaboradores. O objetivo é proporcionar um ambiente de trabalho seguro, com respeito, igualdade

A Companhia busca proporcionar um ambiente de trabalho **seguro, respeitoso** e com **igualdade de oportunidades**

e oportunidades de crescimento profissional, valorizando quem faz a diferença e reconhecendo que os talentos fazem parte dos valores da Companhia.

A área de gestão tem o desafio de manter o time motivado e de preparar a sucessão para cargos-chave, iniciativas que garantem a perenidade dos negócios. Nesse sentido, a Companhia prioriza os recrutamentos internos por meio do Programa Oi Grupo Profarma. A partir da abertura da vaga, os colaboradores, independentemente da área ou função, podem realizar a inscrição. Os inscritos passam por todo o processo seletivo para ocupar a vaga aberta, desde que atendam aos pré-requisitos necessários. Quando não for possível o preenchimento da vaga por meio do programa, costuma-se abrir o processo para recrutamento externo.

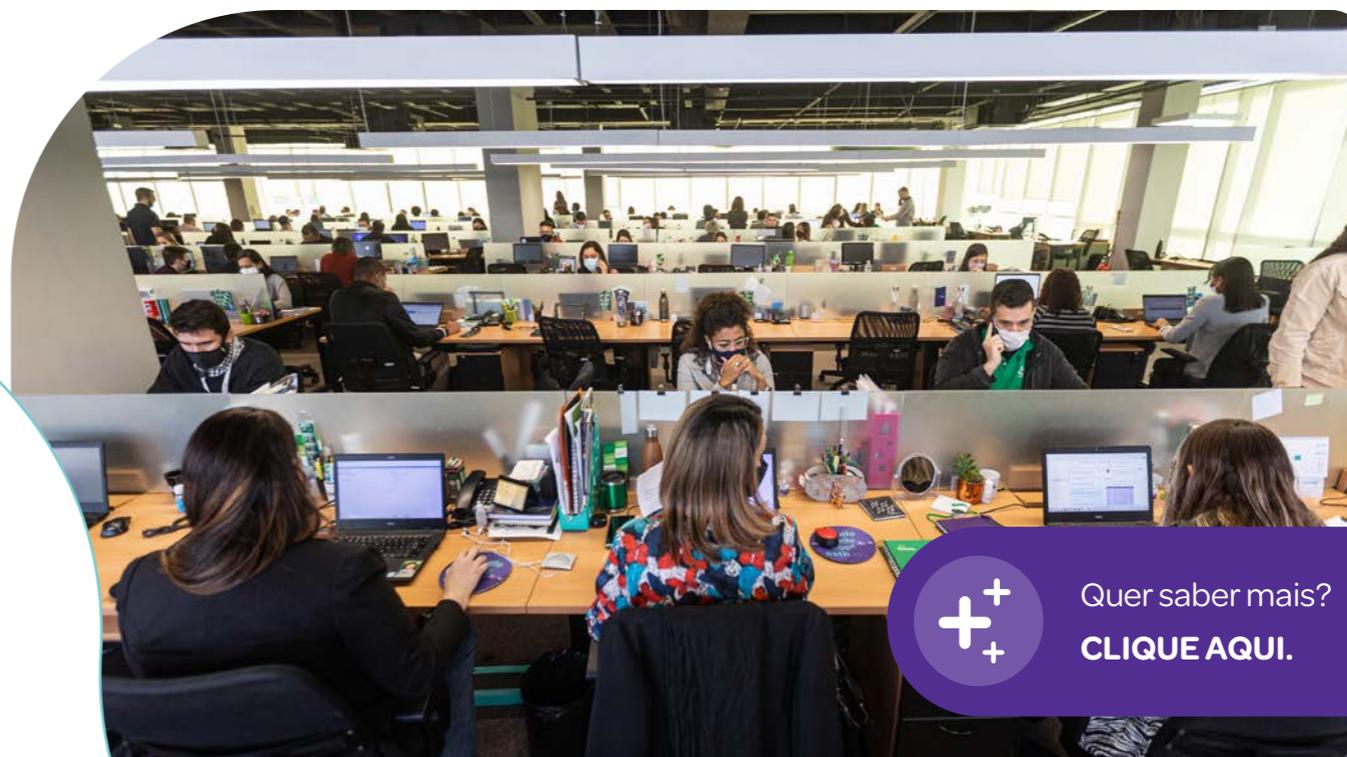
Para que tudo isso aconteça, o bem-estar e a gestão dos talentos importam muito. Dessa forma, o Grupo Profarma estabeleceu os seguintes compromissos: respeitar os direitos humanos; incentivar a participação nos projetos de voluntariado corporativo; buscar práticas de contratação inclusivas e não discriminatórias; ouvir as equipes para criar ambientes que proporcionem a formação e o desenvolvimento delas; reconhecer o talento e o tempo de dedicação dos colaboradores à Companhia; e promover eventos relacionados ao desenvolvimento pessoal e profissional.

GRI 103-2, 103-3 | 401

O Grupo Profarma tem investido cada vez mais em ações capazes de incrementar as relações com os colaboradores

Empregados por tipo de contrato de trabalho e gênero GRI 102-8

TIPO DE CONTRATO	2021		
	HOMENS	MULHERES	TOTAL
Permanente	2.875	3.952	6.827
Temporário	0	0	0
Total	2.875	3.952	6.827



+
+
+

Quer saber mais?
CLIQUE AQUI.

Empregados por tipo de contrato de trabalho e região¹ GRI 102-8

REGIÃO	2021 PERMANENTE
AL	53
BA	167
CE	2
DF	1.118
ES	128
GO	157
MG	263
MT	74
PB	44
PE	74
PR	183
RJ	3.902
RN	42
RS	133
SP	424
SE	23
TO	40
TOTAL	6.827

1. Todos os colaboradores trabalham sob regime de contrato permanente.



O Grupo prioriza os recrutamentos internos, busca profissionais no mercado e mistura gerações para enriquecer o ambiente de trabalho



6.827
colaboradores

Empregados por tipo de emprego¹ GRI 102-8

TIPO DE EMPREGO	2021		
	HOMENS	MULHERES	TOTAL
Jornada integral	2.875	3.952	6.827
Jornada parcial ¹	77	171	248
TOTAL	2.952	4.123	7.075

1.A jornada parcial é voltada para estagiários e aprendizes. Esse grupo não é classificado como empregados do Grupo, que somam 6.827 colaboradores.

Empregados por faixa etária GRI 102-8

	2021
Abaixo de 30 anos	2.646
Entre 30 e 50 anos	3.758
Acima de 50 anos	423
TOTAL	6.827

Empregados por categoria funcional¹ GRI 102-8

	2021		
	HOMENS	MULHERES	TOTAL
Analistas	226	307	533
Coordenadores	22	34	56
Diretoria + Conselho	35	10	45
Força de Vendas	241	74	315
Gerentes	83	42	125
Gerentes de Lojas	63	167	230
Operacional	1.276	1.441	2.717
Operacional Lojas	689	1.587	2.276
Supervisores	140	60	200
Supervisores Lojas	100	230	330
TOTAL	2.875	3.952	6.827

1. Para fins de análise, foram agrupados nas categorias Diretor (Diretores e Superintendentes); Supervisor (Supervisores e Encarregados); Analista (Advogado, Analista, Comprador, Engenheiro, Especialista, Farmacêutico e Programador); e Operacional (demais cargos não relacionados acima).

TRABALHADORES	2021		
	HOMENS	MULHERES	TOTAL
Aprendizes	71	160	230
Estagiários	6	11	17
Total	77	171	248

NÚMERO DE INDIVÍDUOS DOS ÓRGÃOS DE GOVERNANÇA	2021
Membros dos órgãos de governança	20

Novas contratações e rotatividade de empregados GRI 401-1

GÊNERO	2021			
	NÚMERO TOTAL	CONTRATAÇÕES	DESLIGAMENTOS	TURNOVER
Homens	2.875	1.697	1.433	54%
Mulheres	3.952	1.326	1.442	35%
Total	6.827	3.023	2.875	43%

Notas: Metodologia de cálculo: $[(\text{contratados} + \text{desligados})/2]/\text{headcount total}$

Para composição do quadro foram consideradas as seguintes categorias: Aprendiz e Empregado CLT. Não foram considerados PJ e Estagiários.

REGIÃO	2021			
	NÚMERO TOTAL	CONTRATAÇÕES	DESLIGAMENTOS	TURNOVER
AL	53	41	36	73%
BA	167	99	96	58%
CE	2	0	0	0%
DF	1.118	485	403	40%
ES	128	46	30	30%
GO	157	193	263	145%
MG	263	175	144	61%
MT	74	42	46	59%
PE	74	17	16	22%
PB	44	20	22	48%
PR	183	102	101	55%
RJ	3.902	1.420	1.398	36%
RN	42	34	23	68%
RS	133	72	60	50%
SE	23	3	3	13%
SP	424	263	215	56%
TO	40	11	19	38%
Total	6.827	3.023	2.875	43%

Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens - por categoria funcional¹ GRI 405-2

CARGO	2021
Diretoria + Conselho	0,62
Coordenadores	0,79
Supervisores	0,99
Força de Vendas	0,98
Gerentes	0,94
Gerentes de Lojas	1,01
Operacional Lojas	0,98
Supervisores Lojas	1,0
Analistas	0,85
Operacional	0,98
Aprendizes	1,03
Estagiários	1,07

¹ Foram consideradas as áreas dos segmentos de Distribuição e Varejo. O salário fixo é determinado pelo grade salarial da posição ou pela determinação de salário normativo de Convenção Coletiva de Trabalho. Para salários acima do piso normativo, os valores seguem enquadrados em uma faixa salarial com amplitude de 50% e posicionamento de 80% a 120%. A proporção considera a média de salário-base por categoria funcional e gênero. **GRI 405-2**

Proporção entre a remuneração do indivíduo mais bem pago e a remuneração média anual de todos os empregados* GRI 102-38

REMUNERAÇÃO ¹	2020	2021
Maior remuneração paga	408.907,51	185.812,06
Remuneração média anual para todos os empregados	2.915,26	3.131,57
Proporção	0,01	0,02

¹ Para cálculo da remuneração foram somados os valores recebidos no ano (referentes a remuneração fixa, comissões, premiações, bônus, horas extras, adicional de tempo de serviço, quebra de caixa, periculosidade, insalubridade) e dividido pelo número efetivo de meses em que foram realizados pagamentos aos funcionários.

* OBS*: As diferenças se referem ao período de pandemia.

Aumento percentual da remuneração total anual¹ GRI 102-39

	2020		2021	
	REMUNERAÇÃO	AUMENTO %	REMUNERAÇÃO	AUMENTO %
Maior remuneração paga	408.907,51	ND	185.812,06	-45,44
Remuneração total anual para todos os empregados	2.915,26	ND	3.131,57	7,41
Proporção	ND	ND	0,02	-16,30

¹ A variação da maior remuneração paga é devido ao pagamento do bônus, considerando o resultado do ano anterior. Dessa forma, o resultado do bônus foi impactado pelo período da pandemia.

Licença-maternidade/paternidade¹ GRI 401-3

	2021	
	HOMENS	MULHERES
Empregados que tiveram direito à licença	2.952	4.123
Empregados que tiraram a licença	5	160
Empregados que retornaram ao trabalho, no período do relatório, após o término da licença	5	294
Empregados que retornaram a trabalhar após a licença e continuaram empregados 12 meses após o retorno ao trabalho	5	82
Taxa de retorno	100%	100%
Taxa de retenção	100%	100%

1. As mulheres que retornaram ao trabalho em 2021 (294) não necessariamente saíram de licença-maternidade no mesmo ano (160). Por isso, a diferença entre os números.



Indivíduos dentro dos órgãos de governança da organização, por gênero (%)**GRI 405-1**

	2021			TOTAL
	HOMENS	MULHERES		
Membros dos órgãos de governança	85	15		100

Indivíduos dentro dos órgãos de governança da organização, por faixa etária (%)**GRI 405-1**

	2021			TOTAL
	ABAIXO DE 30 ANOS	ENTRE 30 E 50 ANOS	ACIMA 50 ANOS	
Membros dos órgãos de governança	0	25	75	100

Empregados, por categoria funcional e gênero (%)**GRI 405-1**

	2021			TOTAL
	HOMENS	MULHERES		
Diretoria	77,78	22,22		100
Coordenadores	39,29	60,71		100
Supervisores	70	30		100
Força de vendas	76,51	23,49		100
Gerentes	66,4	33,6		100
Gerentes Lojas	27,39	72,61		100
Operacional lojas	30,27	69,73		100
Supervisores lojas	30,3	69,7		100
Analistas	42,4	57,6		100
Operacional	46,96	53,04		100
Total	42,11	57,89		100

Trabalhadores, por categoria funcional e gênero (%)¹ GRI 405-1

	2021	
	HOMENS	MULHERES
Aprendizes	30,74	69,26
Estagiários	35,29	64,71
Total	31,05	68,95

1. 100% dos trabalhadores possuem idade menor que 30 anos. É nula a porcentagem na categoria funcional de trabalhadores profissionais acima de 30 anos.

Empregados, por categoria funcional e faixa etária (%)**GRI 405-1**

	2021		
	ABAIXO DE 30 ANOS	ENTRE 30 E 50 ANOS	ACIMA 50 ANOS
Diretoria	0	48,89	51,11
Coordenadores	5,36	87,5	7,14
Supervisores	18	74,5	7,5
Força de vendas	10,16	77,46	12,38
Gerentes	2,4	85,6	12
Gerentes lojas	10,43	85,22	4,35
Supervisores lojas	21,21	72,73	6,06
Analistas	25,14	70,54	4,32
Operacional	46,95	47,57	5,49
Total	100	100	100

Trabalhadores, por categoria funcional e faixa etária (%)¹ GRI 405-1

	2021
	ABAIXO DE 30 ANOS
Aprendizes	100
Estagiários	100
Total	100

1. É nula a porcentagem na categoria funcional de trabalhadores profissionais acima de 30 anos.

Empregados dos grupos de sub-representados, por categoria funcional GRI 405-1

Tem o total de 98 funcionários PCDs, nas categorias funcionais: força de vendas, supervisores de lojas, analistas e operacional. Em 2022, será realizado o censo de diversidade que terá a estratificação detalhada dos demais grupos sub-representados.

Pesquisa de engajamento

A fim de conhecer as expectativas dos colaboradores, bem como as suas percepções relacionadas ao posicionamento e conduta do Grupo, em 2020 foi contratada uma empresa global de consultoria organizacional (Korn Ferry) para realizar uma pesquisa qualitativa, com 63 questões envolvendo 18 fatores. Houve adesão de 86% do total de colaboradores avaliados e os principais resultados (trabalhados pela gestão de pessoas em 2021) foram:

- **89%** se sentem respeitados pelo líder imediato
- **89%** acreditam que contribuem com os objetivos do Grupo Profarma
- **78%** afirmam trabalhar em uma Companhia que respeita as diferenças individuais (religião, orientação sexual etc.)
- **83%** acreditam na imagem de confiabilidade do Grupo ao mercado
- **82%** reconhecem a responsabilidade social da Companhia



Capacitação e educação

GRI 103-2, 103-3 | 404

A Companhia oferece trilhas e módulos de treinamentos elaborados para atender as necessidades das áreas de cada unidade de negócio. Após a avaliação das necessidades das áreas, são formulados os planos de capacitação, levando em consideração os cargos elegíveis e a característica do setor. As áreas de Desenvolvimento Organizacional do Grupo e a de Treinamento e Desenvolvimento acompanham o progresso, e a adesão é feita por meio da ferramenta de aprendizagem, com visibilidade constante para os líderes.

Na programação anual, há treinamentos presenciais, treinamentos *on-line*, videoaulas, palestras, rodas de conversa e a prática de *feedbacks* constantes. O monitoramento é feito através de relatórios de participação, adesão e assertividade dos treinamentos.

Em 2021, foi implementada uma plataforma de *e-learning* robusta, segmentada por público, de acordo com a diversidade de funções internas. A propósito, a Companhia prioriza recruta-

mentos internos por meio do programa de Oportunidades Internas (OI), como forma de valorizar os profissionais da casa (*leia mais na página 36*).

O calendário de palestras, no decorrer do ano, aborda temas atuais de mercado, focando no desenvolvimento dos times. Programas de mentoria externa e *coaching* complementam o desenvolvimento dos líderes selecionados. Para executivos desligados após 20 anos, existe um programa de transição de carreira, com duração de seis meses. **GRI 404-2**



Até 2025, o Grupo Profarma pretende alcançar **25%** das promoções internas nas contratações, uma meta para o ODS 8



PALESTRAS EM 2021

- > Protagonismo e autorresponsabilidade
- > Flexibilidade cognitiva e gestão da mudança
- > Transformação digital, gestão de conflitos e problemas complexos
- > As premissas do apresentador eficaz
- > Visão colaborativa
- > LinkedIn Day
- > Plano de Cultura
- > Lançamento GPLABi
- > Vieses inconscientes

CONTEÚDOS ABORDADOS NAS CAPACITAÇÕES

- > Academia de Liderança
- > Academia Comercial
- > Academia do Varejo
- > Academia de Excelência Operacional

Indicadores de capacitação GRI 404-1

- Total de horas de treinamento: **29.977**
- Média de funcionários elegíveis: **1.884**
- Média de **16 horas** de treinamento por funcionário elegível
- Público treinado no período: atendente de loja, auxiliar de loja, balconista, entregador, farmacêutico, gerente farmacêutico, gerente de loja, líder de balcão, promotor de vendas, promotor de dermocosméticos, subgerente, subgerente farmacêutico

Os controles de treinamento estão em fase de desenvolvimento na plataforma de aprendizagem. Portanto, ainda não foi possível estratificar os dados de forma mais detalhada. As informações apresentadas consideram horas de treinamento realizadas no negócio Varejo. No próximo ciclo de pesquisa, serão relatadas as horas realizadas no Grupo como um todo.



Ciclo de Gente GRI 404-3

O Ciclo de Gente é o processo de avaliação de desempenho dos colaboradores do Grupo. Seus pilares são os seguintes:

- > Valorizar quem faz a diferença;
- > Melhoria contínua no desempenho dos colaboradores;
- > *Feedbacks* estruturados e frequentes;
- > Desenvolvimento e alinhamento com os objetivos estratégicos da organização.

São elegíveis ao programa: vice-presidentes; diretores; superintendentes; gerentes; coordenadores; supervisores e encarregados. A partir de 2022, especialistas e analistas sênior participarão da análise de desempenho. O programa contempla ainda a preparação da liderança, avaliação de desempenho, mapeamento de sucessão, reunião de calibragem, *feedback* e construção do Plano de Desenvolvimento Individual (PDI).

Empregados que recebem análises de desempenho por categoria funcional (%)¹ - 2021

	HOMENS	MULHERES	TOTAL
Diretoria	57,14	40	53,33
Coordenadores	86,36	88,24	87,5
Supervisores	74,29	65	71,5
Força de vendas	0	0	0
Gerentes	100	88,1	96
Gerentes Lojas	1,59	0	0,43
Operacional Lojas	0	0	0
Supervisores Lojas	0	0	0
Analistas	0	0,98	0,56
Operacional	0,08	0	0,04
TOTAL	7,93	2,86	4,99

1. Aprendizes e estagiários não foram incluídos nos dados.

Diversidade em Cena

GRI 103-2, 103-3 | 405 | 406

Sob o mote “Um Novo Olhar para as Diferenças”, foi criado o Programa Diversidade em Cena (em linha com o ODS 10, Redução das desigualdades), com apoio de consultoria externa. O objetivo é fortalecer uma cultura cada vez mais inclusiva, proporcionando um ambiente de trabalho no qual impere segurança psicológica, engajamento de talentos, inovação, redes de apoio e relações mais humanizadas entre colaboradores, alcançando assim os pilares estratégicos para o Grupo Profarma.

Para isso, foi iniciado um processo no segundo semestre de 2021 com um ciclo de palestras e *workshops*, e a Comissão de Diversidade e Inclusão (D&I) passou a trabalhar com conceitos base para a diversidade dentro da Companhia. Em 2022, a partir do resultado da pesquisa “Raio X: Diversidade em Cena” (aplicada no primeiro semestre), serão traçados planos de ação para ampliar a visão sobre diversidade dentro do Grupo.

PROTOS PARA A PREVENÇÃO DA COVID-19



Em 2020, a Companhia adotou uma série de protocolos para garantir a saúde e o bem-estar dos colaboradores diante da pandemia de Covid-19. Em relação aos casos confirmados, instituiu-se o afastamento por no mínimo 21 dias das pessoas com sintomas da doença; em caso de suspeita, o afastamento foi de 14 dias (ou de até três dias, em casos de ausência de sintomas). O retorno ao trabalho das pessoas com casos confirmados aconteceu após um teste PCR com resultado negativo, realizado após a quarentena e de um prazo adicional de três dias sem novos sintomas.

A operadora do plano de assistência médica disponibilizou uma linha telefônica exclusiva para dar orientações aos colaboradores, incluindo atendimento com assistentes sociais e psicólogos, acompanhamento junto à seguradora em casos de falecimento, para as providências do funeral e extensão do plano de saúde por seis meses para o cônjuge e os filhos do colaborador.

Saúde e segurança do trabalho **GRI 103-2, 103-3 | 403, 403-1, 403-2, 403-3, 403-4, 403-5, 403-6 e 403-7**

Como parte do cuidado com os colaboradores, o Grupo adota protocolos ligados à saúde e segurança do trabalho, como treinamentos de brigadistas, Programa de Controle Médico e Saúde Ocupacional (PCMSO) e Programa de Prevenção de Riscos Ambientais (PPRA). Por meio da abertura de registro de permissão de trabalho, são estabelecidas as etapas necessárias para garantir a segurança em serviços não rotineiros. Medidas preventivas resguardam a integridade dos colaboradores e prestadores de serviços nos ambientes.

As políticas do setor de Segurança e Saúde Ocupacional (SSO) estão em fase de elaboração, considerando as atualizações da legislação vigente (NRs), bem como as novas diretrizes de políticas internas (*Compliance*). O Grupo desenvolve o projeto SESMT (Serviços Especializados em Engenharia de Segurança e em Medicina do Trabalho) que visa além da ampliação de investimentos, a composição estrutural adequada de

modo a atender de maneira satisfatória a todos os seus colaboradores.

Destacam-se, entre as ações no tema, a formação anual de brigadas de emergência, a organização de comissões internas de prevenção de acidentes, gestão de equipamentos de proteção individual, realização de treinamentos internos, divulgação de informativos de segurança através dos meios de comunicação corporativos, além da realização de diálogos de segurança, que visam a aproximação dos colaboradores com a percepção de risco e a cultura de segurança.

Em dezembro de 2021, foi iniciado o processo de informatização de rotinas (inspeções, *checklists*, inventários, planos de ação, entre outras) do setor. Esse movimento só foi possível com a aquisição e parametrização de um sistema *on-line* de *checklists*. Essa ação visa, acima de tudo, o monitoramento *on-time* dos cenários encontrados nos centros de distribuição e nas lojas de varejo.

Riscos identificados e acidentes de trabalho

No ano de 2021, o setor de SSO viabilizou o mapeamento das oportunidades de melhoria nos processos, visando a mitigação dos riscos, de forma a reduzir o número de incidentes e, consequentemente, o número de acidentes.

>Riscos apresentados: postura inadequada, mobiliário e/ou superfícies comquinas vivas e rebarbas, queda de objetos, levantamento e transporte manual de cargas, movimentação de materiais, trabalho em altura, produtos químicos, vibrações, eletricidade e ruído contínuo.

>Possíveis danos à saúde: LER/Dort, fadiga física e mental, patologias na

coluna, dores musculares, lesões, fraturas, irritação nos olhos, pele e vias respiratórias, lesões caracterizadas por problemas nos nervos, lesão corporal ou perturbação funcional e surdez.

>Medidas de controle: correção de postura no desempenho das atividades, adoção de procedimentos internos de segurança, mobiliários ergonômicos, adoção de EPI adequado ao risco, controle de jornada de trabalho, treinamentos de conscientização dos riscos durante a realização das atividades.

Registraram-se, em 2021, 37 casos de doenças profissionais de comunicação obrigatória. Não houve óbitos resultantes de doenças profissionais no decorrer do ano. **GRI 403-10**

ACIDENTES DE TRABALHO GRI 403-9	2021
Número de horas trabalhadas	308.255
Número de mortes resultantes de lesões relacionadas ao trabalho	0
Número de acidentes de trabalho com consequência grave (exceto óbitos)	5
Número de acidentes de trabalho de comunicação obrigatória	29



SAÚDE E BEM-ESTAR

O programa Viva Bem (conectado ao ODS 2) é voltado para a saúde e qualidade de vida dos colaboradores, envolvendo uma equipe multidisciplinar com assistentes sociais, médicos, enfermeiros, nutricionistas e psicólogos. Os tratamentos psicológicos são feitos com empresa parceira e o Grupo subsidia 40% dos custos para colaboradores e dependentes.

Faz parte do Viva Bem o Viva Leve, que oferece diferentes formas de apoio a portadores de comorbidades – cardiopatia, diabetes, problemas renais crônicos etc – e o Viver Bem Gestantes, acompanhando as colaboradoras em todo o período gestacional. No cenário de pandemia da Covid-19, as ações do programa se estenderam aos familiares. Complementarmente, houve o acompanhamento do calendário vacinal da equipe.

A saúde é o bem maior da força de trabalho do Grupo Profarma. Por isso, a Companhia está conectada à definição da Organização Mundial de Saúde (OMS): saúde é um estado de completo bem-estar físico, mental e social, e não apenas a ausência de doença ou enfermidade.



Relacionamento com os clientes

GRI 103-2, 103-3 | 418

Para o Grupo Profarma, a experiência do cliente é chave para o negócio. Escutar atentamente as demandas, compreendendo expectativas e buscando soluções eficientes e de qualidade é um dever diário. Os colaboradores são treinados e instruídos dentro da cultura da Companhia a agir com prontidão, mesmo em momentos críticos, e a buscar soluções para cada caso de forma célere.

Nos últimos dois anos, o digital encurtou a distância entre os produtos e os clientes no cenário de pandemia. A Companhia buscou se aproximar destes últimos, por meio de investimentos na plataforma



Os investimentos em inovações digitais vêm aproximando cada vez mais o Grupo Profarma de seus clientes, encurtando as distâncias durante a pandemia

digital para uma rápida aceleração e ganho de escala no comércio *on-line* e no *delivery*, em 2021. O crescimento da participação das vendas digitais na receita da Companhia foi expressivo, bem como o aumento no volume de tráfego *on-line* e nos aplicativos e de visualizações por mês.

O desenvolvimento da experiência *omnichannel* está centrado na combinação da capilaridade da Companhia e do potencial das vendas no âmbito digital. O aplicativo para clientes tem sido constantemente aprimorado em diferentes itens como navegabilidade, compra em menos cliques e promoções.

Cadeia de valor

**GRI 102-9, 102-43, 103-2,
103-3|204 |308|408|409|414**

O desenvolvimento de negócios não pode estar dissociado de uma relação responsável junto à cadeia de fornecedores. No programa “Top Fornecedores”, esses parceiros têm seu desempenho avaliado conforme diversos critérios. A área de *Compliance* da Companhia também realiza um processo de *Due Diligence* para os parceiros de negócios considerados estratégicos.

Em 2021, o Grupo manteve 3 mil fornecedores cadastrados no país (com exceção da região Norte, onde a Companhia não tem negócios), divididos nas categorias serviços (frete, limpeza, vigilância patrimonial, obras civis etc.) e materiais (computadores, geradores, climatizadores, manutenção de equipamentos, entre outros). As compras são centralizadas pelo Time de Suprimentos, baseado na sede, no Rio de Janeiro. O valor empregado em gastos de fornecedores foi de R\$ 204,37 milhões, considerando o valor total do

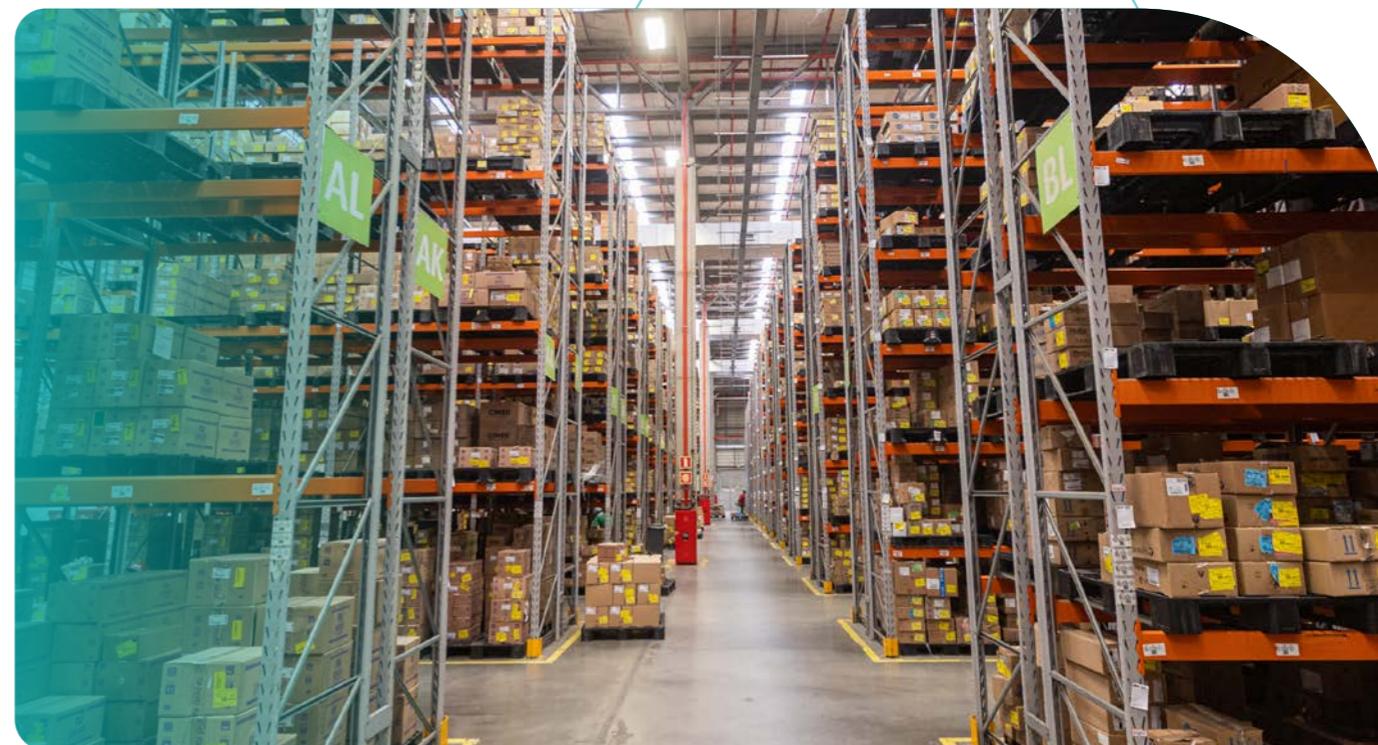
ano de 2021 das compras de indiretos efetuadas através do departamento de Suprimentos.

Os fornecedores locais são selecionados por meio de *bids*, e devem comprovar que estão aptos ao atendimento completo do escopo do serviço e que têm capacidade técnica para realização das atividades e saúde financeira. Não há segregação entre fornecedores locais e nacionais. Buscamos trabalhar com as melhores condições do mercado, atendendo aos parâmetros de custo, qualidade dos produtos, prazo de entrega, prevenção de riscos à saúde e segurança de clientes.

Por enquanto, a Companhia não dispõe de políticas relacionadas a operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo. Mas não há registros de informações ou denúncias que relacionem os parceiros do Grupo de forma direta ou indireta

à prática do trabalho infantil. A propósito, a Companhia foi reconhecida em 2021 como Empresa Amiga da Criança e desenvolverá junto à Fundação Abrinq, em 2022, ações de combate ao trabalho infantil na cadeia de fornecedores.

GRI 408-1, 414-1



Instituto Profarma

GRI 102-12, 103-2, 103-3 | 203 | 413, 203-2, 413-1

O Grupo Profarma acredita que as empresas são responsáveis na construção do legado para as atuais e futuras gerações. Por isso, há 15 anos a Companhia criou o Instituto Profarma, com o propósito de promover e articular ações de saúde e assistência e apoio à instituições e comunidades locais, engajadas na causa de desenvolvimento e transformação de crianças e adolescentes em situação de vulnerabilidade social.

O Instituto tem ações nos estados onde a Companhia atua e contou com 128 voluntários, em 2021, que compõem os Embaixadores do Bem: colaboradores que participam ativamente das estratégias e ações sociais. A trajetória do Grupo Profarma (*saiba mais na linha do tempo*) habilita a Companhia apoiar 59 instituições com trabalhos em 16 estados e diferentes regiões do país (Sul, Sudeste, Centro-Oeste e Nordeste).

O aporte proveniente das arrecadações das doações realizadas pelos consumidores da Rede d1000 e dos clientes da Profarma Distribuição, adicionado ao apoio institucional do Grupo, é destinado integralmente aos projetos do UNICEF, organização da qual a Companhia é parceira exclusiva do segmento de saúde desde 2019. Assim, é possível gerar significativos impactos na vida de crianças e adolescentes no Brasil.

Parceria estratégica

Em 2021, o Grupo passou a ser parceiro e estratégico do UNICEF, cujo selo estimula e reconhece avanços reais e positivos na promoção, realização e garantia dos direitos de crianças e adolescentes em municípios do semiárido e da Amazônia Legal brasileira. Já foram repassados à iniciativa mais de R\$ 3,9 milhões desde o início da parceria.



O Instituto também conta com o apoio de alguns parceiros comerciais – os Parceiros do Bem – em prol do trabalho social, apoiando suas ações. Desde 2020, a partir do momento mais difícil da pandemia, foram doadas 202 toneladas de alimentos e 87 mil itens de higiene. Esse trabalho foi realizado com o importante apoio dos Parceiros do Bem.

Ainda em 2021, em parceria com o Instituto Coca-Cola e o “1 milhão de oportunidades” (programa de capacitação de jovens em vulnerabilidade social do UNICEF), foram selecionados jovens aprendizes para as lojas da Rede d1000. A Companhia pretende replicar esse modelo para todos os centros de distribuição.

No mesmo ano, foi conquistado o certificado Empresa Amiga da Criança, concedido pela Fundação Abrinq, entidade nacional que atua na defesa dos direitos de crianças e adolescentes. O reconhecimento reafirma o compromisso com a proteção incondicional da infância.



Há 15 anos, o
Instituto Profarma
promove e articula ações de
saúde e assistências

Solidariedade como legado

Por trás da origem do Grupo Profarma está uma ideia de criação de valor social e de legado de Manoel Birmarcker, que criou o Instituto Profarma para promover ações de assistência à saúde e educação infantil, com presidência de Deborah Birmarcker. O Instituto é uma instituição particular, sem fins lucrativos, com sede localizada no Rio de Janeiro (RJ).

GRI 102-3, 102-5

Um total de 105 mil pessoas foram impactado pelas iniciativas do Instituto em 2021. A entidade apoia 59 instituições que desenvolvem iniciativas em quatro regiões do país.



Os colaboradores do Grupo são os **MAIORES PROMOTORES DO PROGRAMA EMBAIXADORES DO BEM**, que estimula a solidariedade e é um dos pilares da Companhia. Em 2021, eles participaram do Mutirão de Solidariedade, apoio às ONGs auxiliadas pelo Instituto para a melhoria dos projetos dedicados às crianças

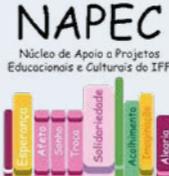
Conheça algumas ONGs apoiadas pelo Instituto



Casa de Fabiano



Casa de apoio a crianças com câncer 3385.6317



Projetos conectados aos ODS

O Instituto Profarma desenvolve uma série de projetos (abaixo) relacionados a alguns princípios dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável. Essa atuação está em linha com as ambições ESG da Companhia.



Dez instituições assistidas continuamente, mais a campanha “Doe leite, alimento esperança”.



Doações, em parcerias com grandes marcas, de suplementos alimentares, produtos de higiene pessoal e outros ligados ao bem-estar.



Apoio a instituições educacionais e doação de kits escolares.



Campanha “Somar faz a diferença para elas” e o programa “Seja a protagonista da sua história”.



Campanha “Iluminando o Brasil”, em parceria com a associação Litros de Luz.



Iniciação produtiva de jovens em situação de vulnerabilidade, em parceria com o UNICEF e o Instituto Coca-Cola.



Campanhas como: “Seja a protagonista da sua história”; “Troca de experiências” (rodas de conversa com ONGs); “Aceleradora Social - mais absorventes menos faltas”, com a P&G; “Somar faz a diferença/ Diga sim para mim/ Um milhão de oportunidades” (com o UNICEF); “Pacto coletivo de jovens” (parceria com Instituto Coca-Cola).



Captação e doação de tampinhas plásticas convertidas em cestas básicas e doação de produtos não vendáveis.



Campanhas como: “Seja a protagonista da sua história”; “Troca de experiências” (rodas de conversa com ONGs); “Aceleradora Social - Menina ajuda menina” (parceria com a P&G); “Somar faz a diferença/ Diga sim para mim/ Um milhão de oportunidades” (UNICEF); e “Pacto coletivo de jovens”, com o Instituto Coca-Cola.

Principais campanhas em 2021

Campanha Volta às Aulas

A campanha Volta às Aulas é direcionada às crianças assistidas pelo Instituto. Em razão da pandemia, foram doados *chips* para conexão de internet a fim de possibilitar o acesso às aulas *on-line*, para um total de 600 crianças. As instituições beneficiadas foram os Instituto Mundo Novo e Anjos da Tia Stellinha.

Campanha do leite

Com o slogan “Doe leite. Alimente a esperança”, a ação é uma das mais tradicionais dos colaboradores da Companhia. Em parceria com a Piracanjuba, marca de laticínios, foram doadas 2,6 toneladas de leite em pó integral para mais de 20 instituições.

Segurança alimentar

A temática da segurança alimentar sempre foi uma das prioridades de atuação do Instituto Profarma, desde a sua fundação. Em razão da pandemia e da situação de vulnerabilidade social no país, várias campanhas de arrecadação e doação de alimentos foram realizadas em 2021. No total, 153 toneladas foram distribuídas, impactando diretamente mais de 55 mil pessoas. Um dos destaques do ano foi a ação “Gesto que Alimenta”, em parceria com a Fundação Abrinq. A iniciativa contribuiu para 54 organizações sociais, que atendem a cerca de 8.600 famílias em 16 estados.

Campanha de Natal

Desde 2016, uma campanha de voluntariado corporativo mobiliza os colaboradores, que tradicionalmente

doam brinquedos para crianças em situação de vulnerabilidade social. Em 2021, a iniciativa propôs aos voluntários que “apadrinhassem” os desejos de crianças e jovens do Instituto IDE (Inclusão e Desenvolvimento pelo Esporte) e da CACCSVP (Casa de Apoio à criança com Câncer São Vicente de Paulo) – ONGs assistidas pelo instituto. Em 2021, 163 crianças foram atendidas.

20 instituições

foram beneficiadas pela campanha do leite, em 2021





Empoderamento feminino

Com foco em mulheres em situação de vulnerabilidade social, o projeto “Seja a protagonista da sua história” (relacionado ao ODS 5, Igualdade de gênero) foi realizado uma parceria com as marcas de cosméticos N° 21 e a Drogasmil, bandeira integrante da Rede d1000. Junto à ONG Anjos da Tia Stellinha, foi adotada a metodologia Mãe e Muito +, para capacitar 25 mulheres selecionadas entre as ONGs assistidas pelo Instituto.

O objetivo do projeto foi oferecer às mulheres de comunidades oportunidades e ferramentas para a emancipação social, financeira e emocional, por meio de oficinas baseadas em quatro eixos: terapia, educação, integração social e assistência social. Trata-se de proporcionar possibilidades para que essas mulheres saiam da situação de pobreza ou pobreza extrema e alcancem emancipação financeira, emocional e social.

Das 25 mulheres participantes, 60% apresentaram resultados positivos após o curso:

- **8 tornaram-se empreendedoras, o que equivale a 32% do total de participantes;**
- **8 participaram de processo seletivo no Grupo Profarma;**
- **2 se reinseriram no mercado de trabalho;**
- **1 superou síndrome do pânico severa e voltou a circular socialmente, sem acompanhante;**
- **1 iniciou curso profissionalizante de culinária;**
- **1 foi contratada como atendente da Drogasmil e permanece no emprego.**

Muitas delas acabaram abrindo o seu próprio negócio. Para 2022, o objetivo é selecionar 50 mulheres que possam traçar novos caminhos e transformar a realidade social em que vivem.

Pobreza menstrual

No início de 2022, uma parceria exclusiva com a P&G e Always foi celebrada, para combater a pobreza menstrual e seus impactos nas regiões Sudeste e Centro-Oeste do Brasil. Duas instituições não governamentais serão patrocinadas para o desenvolvimento de projetos de apoio a pessoas em vulnerabilidade menstrual. Cada uma das ONGs selecionadas também receberá mentoria do time de liderança da P&G. O Grupo Profarma se orgulha de contribuir para a criação da primeira aceleradora social com foco em pobreza menstrual do mundo, por entender que esse é um problema sensível na vida de muitas mulheres no país.





A COMEMORAÇÃO DOS 15 ANOS DO INSTITUTO

Em 2021, o Grupo Profarma comemorou 60 anos de fundação e também celebrou os 15 anos de atividades do Instituto Profarma, com uma série de ações especiais que complementaram as campanhas e parceiras já citadas nesta seção. As iniciativas foram realizadas em setembro, mês escolhido para marcar a data.

A Rede d1000 participou de duas iniciativas. No dia 23 de setembro, as lojas da cadeia festejaram o Unicef Day, reforçando a colaboração entre o Grupo e a entidade internacional. Uma campanha de arrecadação buscou levantar doações durante todo o dia. Já uma outra ação, baseada na marca exclusiva GoNutri, durou o mês inteiro: a cada unidade de Vitamina D vendida pela Rede d1000, uma outra unidade foi doada para ONGs parceiras.

O Instituto também viabilizou a doação de produtos de empresas como P&G, Bayer, Piracanjuba, DKT e Pierre Fabre, encaminhados para as ONGs Acam, Anjos da Tia Stellinha, CACC, Instituto Mundo Novo, IDE, MMSG, Neac, e SOS Amigos do Bem. Essas ONGs participaram de uma live de capacitação ministrada pelos colaboradores da Anjos da Tia Stellinha, realizada em 22 de setembro. Houve também o Mutirão da Solidariedade, ação desenvolvida pelo voluntariado da Companhia, com a participação de 128 colaboradores.

Complementarmente, uma nova marca do Instituto Profarma foi lançada no mesmo mês. A mudança na identidade visual teve por objetivo a adequação e o alinhamento com as demais marcas do Grupo Profarma (Profarma Distribuição e Rede d1000).

Pilar ambiental



TEMA MATERIAL

Gestão de resíduos não recicláveis

Meio ambiente como compromisso

GRI 103-2,103-3|203|203-2|307

A agenda ambiental do Grupo Profarma é intimamente associada ao propósito e legado da Companhia. Ciente dos principais desafios e vulnerabilidades do planeta, a Companhia busca a promoção de iniciativas que contribuam para uma sociedade mais inclusiva, sustentável e preparada para enfrentar adversidades.

Entre as principais diretrizes e ambições dentro do pilar ambiental – que define as metas e ações para o tema – o Grupo Profarma vem avançando em seu portfólio de energia limpa, para diminuir a emissão de CO₂ na atmosfera, em linha com o ODS 7. Além disso, a gestão da área busca fortalecer outras iniciativas ambientais dentro das nossas ambições ESG, tais como:

- > Doação de produtos não vendáveis;
- > Gerenciamento adequado de resíduos;

- > Reutilização das caixas de papelão no processo de logística;
- > Redução de resíduos por meio da reutilização de caixas de papelão;
- > Redução de resíduo por meio da utilização de caixas plásticas e térmicas retornáveis no processo logístico da Rede d1000;
- > Projeto módulo de armazenagem (substituição de *pallet* e filme *stretch*, usado na plastificação de *pallets*).

Em parceria com a multinacional francesa GreenYellow, especialista em projetos de geração de energia fotovoltaica, a Companhia contará com o fornecimento de 5,4 GWh anuais, durante 20 anos, por meio de três usinas solares situadas no Distrito Federal e Rio de Janeiro.

Em 2022, as fazendas passaram a abastecer com energia limpa 151 das 214 lojas da Rede d1000, equivalente a 73% da energia consumida pelos pontos de venda. Um total de 9,4 mil painéis solares foi implantado, capazes de gerar energia equivalente ao consumo anual de 2,7 mil casas, o que significa evitar a emissão de 600 toneladas de CO₂ na atmosfera.

As atividades de distribuição e varejo farmacêutico têm baixo grau poluidor e de utilização de recursos ambientais. O setor é regulamentado na esfera sanitária e a conformidade da legislação ambiental é monitorada por meio de permissões legais dos estabelecimentos.



A Companhia tem o compromisso

de fazer o descarte correto de resíduos com apoio de prestadores de serviços especializados

AVANÇOS EM INOVAÇÃO DIGITAL



Os investimentos em inovação também são fundamentais para a redução dos impactos ambientais das atividades do Grupo Profarma. Uma série de ações implantadas auxilia a Companhia ser cada vez mais eficiente na construção de impactos ambientais positivos, tais como:

- **App Hrestart** (digitalização do recrutamento e admissão de novos colaboradores);
- **Ferramenta Fopag** (automação dos processos de autorização de pagamentos);
- **Plataforma SIC** (automação de solicitação de serviços);
- **Diminuição de consumo de papel** (implantação de senha nas impressoras);
- **Diagramação no processo de faturamento da Distribuição** (boleto e NF);
- **Pick list** (unificação de romaneio – documento que descreve as características da carga).

Energia GRI 103-2, 103-3 | 302

A Companhia impulsionou sua eficiência energética com a implementação de duas usinas de painéis solares, em Itaperuna (RJ) e Planaltina (DF), que abasteceram 57% das lojas da Rede d1000, em 2021. Em 2022, entrou em funcionamento a terceira usina solar, em Seropédica (RJ), passando assim a atender 70% das lojas com essa energia renovável. Também foi iniciado o projeto de compra de energia limpa no Mercado Livre de Energia, previsto para ser implementado no segundo semestre de 2022.

Outras iniciativas recentes que visam a redução de consumo nos centros de distribuição incluem: instalação de lâmpadas LED; desligamento da iluminação na hora do almoço e encerramento do expediente e instalação de *timers* nas docas. Houve ainda a redução do horário de luminosidade nos letreiros das lojas. Mensalmente, o consumo real de energia é comparado com o que havia sido estimado; em todas as lojas da Rede d1000, foi iniciada a automatização de equipamentos de ar condicionado. Além disso, foram distribuídas cartilhas de boas práticas.

Consumo de energia dentro da organização¹ (GJ) GRI 302-1

2021	VAREJO (REDE d1000)	DISTRIBUIÇÃO	TOTAL
Eletricidade	37.445,46	20.212,53	57.657,99
Total	37.445,46	20.212,53	57.657,99

1. Para a informação de energia consumida, foram levadas em consideração as lojas do varejo (D1000) com pagamento de energia direto para as concessionárias e com gestão pelo portal de faturas. Centros de Distribuição: foram consideradas as informações das faturas de cada filial que pagam diretamente à concessionária. Para as filiais em condomínio logístico, as informações foram levantadas pelo demonstrativo do rateio do condomínio.

2. Não temos nas lojas de varejo consumos de combustíveis oriundos de fontes não renováveis.

Intensidade energética¹ (GJ) GRI 302-3

2021	VAREJO (REDE d1000)	DISTRIBUIÇÃO
Dentro da organização	0,71	0,00006

1. Para o varejo, a métrica de referência para o cálculo é o somatório dos metros quadrados das lojas (52.475,24 m²) que têm acompanhamento das faturas de energia via portal. Para a distribuição, a métrica é o total de peças distribuídas pelos centros de distribuição no ano (305.181.471) para os clientes. Ambas as intensidades energéticas foram calculadas tendo a eletricidade como tipo de energia.

Reduções de consumo de energia obtidas em decorrência de melhorias na conservação e eficiência¹ (GJ) GRI 302-4

2021	VAREJO (REDE d1000)	DISTRIBUIÇÃO	TOTAL
Eletricidade	32,26	-	32,26
Total	32,26	-	32,26

1. As informações reportadas são referentes ao Varejo. Em distribuição, não há monitoramento ou indicador de acompanhamento de redução/consumo de energia que justifiquem ou façam associação às ações ocorridas em 2021. Esse acompanhamento está sendo estruturado para 2022. Para análise dos valores reportados acima, foi comparado o consumo em kw/h (entre setembro e dezembro) com o mesmo período em 2020, para três lojas da Rede d1000 que participam do teste de automação de equipamentos de ar-condicionado.

Materiais

GRI 103-2, 103-3 | 301, 301-1

A gestão ambiental do Grupo Profarma contempla formas de redução do uso de insumos e de melhorias na reutilização. Sobre as ações implantadas em 2021, duas delas atingem diretamente os principais insumos das operações da Companhia: caixas de papelão e papel A4.

Nas caixas, o percentual de reutilização das embalagens recebidas da indústria e usadas nas entregas aos clientes da Profarma Distribuição foi aumentado. Com relação ao papel, um projeto em andamento visa substituir o A4 usado na impressão de *picking list* na separação por etiquetas térmicas e coletores de dados. Em 2022, todas as atividades que usam o insumo serão mapeadas, com a busca por soluções para reduzir ou substituir seu consumo.

NOME DO MATERIAL	UTILIZADO NO PRODUTO FINAL OU EMBALAGEM	FONTE RENOVÁVEL/ NÃO RENOVÁVEL	UNIDADE DE MEDIDA	2021
Papel A4	embalagem	Renovável	Unidade	35.192.500,00
Caixa de Papelão	embalagem	Renovável	unidade	13.374.617
Sacos de Papel	embalagem	Renovável	Unidade	2.768.397
Fita gomada	embalagem	Renovável	Rolo	70.505
Film stretch	embalagem	Não Renovável	Rolo	36.662
Fita adesiva	embalagem	Não Renovável	Rolo	46.627
Gelo	embalagem	Não Renovável	Unidade	616.123
Isopor	embalagem	Não Renovável	Unidade	296.104
Etiquetas	embalagem	Renovável	Unidade	17.694.000
Bobina picotada	embalagem	Não Renovável	rolo	5.999
Lacre plástico	embalagem	Não Renovável	unidade	2.032.194
Ribbon	embalagem	Não Renovável	rolo	697
Sacola plástica	embalagem	Renovável	unidade	22.593.000

1. Informações referentes à Distribuição e à Rede d1000.

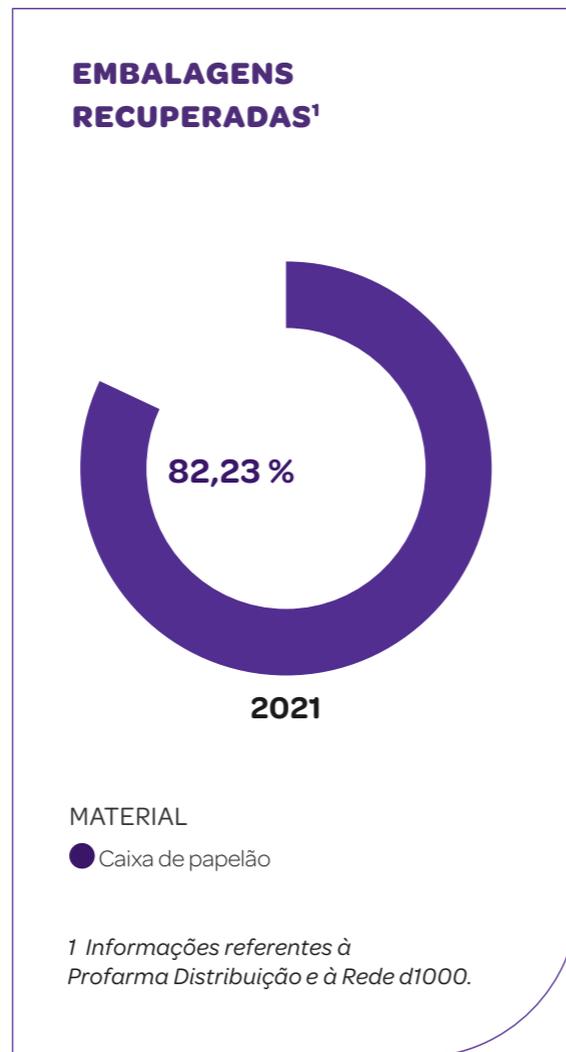
Produtos e suas embalagens recuperadas

GRI 301-3

O monitoramento dos volumes (em caixas) produzidos na operação é realizado de forma manual e abrange a quantidade de caixas novas utilizadas (compradas) e a quantidade de caixas reaproveitadas. Com isso, a Companhia é capaz de acompanhar o indicador de reaproveitamento de caixas de papelão.

A meta global estabelecida para 2021 foi de 75% de reaproveitamento, que foi superada. Em 2022, essa meta de reaproveitamento de caixas em nível nacional é de 87%. Para os demais insumos, é feito o acompanhamento do orçamento versus valor gasto através do controle de despesas realizado junto aos CDs.

A Rede d1000 utiliza caixas plásticas retornáveis em seu processo de logística. As caixas são simples e térmicas. Com essa iniciativa, foi possível reduzir o consumo de 1.693.305 caixas de papelão.



Gestão de resíduos

GRI 103-2, 103-3 | 301|306, 306-1, 306-2

A gestão de resíduos é um dos principais impactos ambientais da Companhia, em razão da geração de plásticos e papelão, agulhas e ampolas nos procedimentos de lojas, entre outros. Os medicamentos têm componentes que podem causar impactos no meio ambiente (contaminação de solo e água). Esses produtos podem se tornar resíduos caso sofram avarias ou devido à expiração da validade.

Por esse motivo, o Grupo Profarma tem o compromisso de realizar o descarte correto dos resíduos com o apoio de prestadores de serviço especializados, de acordo com as Resoluções Conama 358/05 e RDC 222/2018 (Anvisa). Planilhas de controle são usadas para marcar a data das coletas, o peso recolhido e as filiais atendidas. Ao final de cada processo, as empresas especializadas emitem certificados de destinação final, que evidenciam o correto descarte dos resíduos.



PROJETO TAMPINHAS

O Grupo Profarma mantém um projeto com foco ambiental e social, baseado na arrecadação de tampinhas plásticas junto aos colaboradores. Em 2021, cerca de meia tonelada desse material deixou de ser descartado no meio ambiente e foi doado ao Núcleo Especial de Apoio à Criança (NEAC), Zona Oeste do Rio de Janeiro, que comercializa as tampinhas para empresas de reciclagem. O valor arrecadado é convertido em compras de cestas básicas para 800 famílias e de cadeiras de rodas.

Total de resíduos gerados, por composição (t) GRI 306-3

2021		VAREJO (REDE d1000)	DISTRIBUIÇÃO	TOTAL
CATEGORIA	TIPO	QUANTIDADE GERADA (T)		
Categoria B	Comum, Medicamentos	1,65	9.114	9.115,65
Total		1,65	9.114	9.115,65

Total de resíduos DESTINADOS para disposição final, por composição em toneladas métricas (t) GRI 306-5

2021		A. QUANTIDADE DESTINADA PARA DISPOSIÇÃO FINAL (T)		
COMPOSIÇÃO	VAREJO (REDE d1000)	DISTRIBUIÇÃO	TOTAL	
Medicamentos, Perfumaria, Comum	1,65	9.114	9.115,65	
Total	1,65	9.114	9.115,65	

2021		B. TOTAL DE RESÍDUOS PERIGOSOS DESTINADOS PARA DISPOSIÇÃO FINAL, POR OPERAÇÃO, EM TONELADAS MÉTRICAS (T)		
COMPOSIÇÃO	VAREJO (REDE d1000)	DISTRIBUIÇÃO	TOTAL	
Incineração sem recuperação de energia	0	9.034		
Aterro	0	12		
Total		9.046		

2021		C. TOTAL DE RESÍDUOS NÃO PERIGOSOS DESTINADOS PARA DISPOSIÇÃO FINAL, POR OPERAÇÃO DE RECUPERAÇÃO, EM TONELADAS MÉTRICAS (T)		
COMPOSIÇÃO	VAREJO (REDE d1000)	DISTRIBUIÇÃO	TOTAL	
Incineração sem recuperação de energia	1,60	3,60	5,20	
Coprocessamento		63,80	63,80	
Total		67,40	69,00	

Nota: Total de Resíduos (perigosos e não perigosos) destinados para disposição final, por operação de recuperação, em toneladas métricas (t): Distribuição + Varejo = 1,65 + 9.114,00 = 9.115,65 t.



SUMÁRIO DE CONTEÚDO GRI

GRI 102-55

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO	OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
CONTEÚDOS GERAIS				
GRI 101: FUNDAMENTOS 2016				
GRI 101 não possui Conteúdos				
PERFIL ORGANIZACIONAL				
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-1 Nome da organização	9		
	102-2 Atividades, marcas, produtos e serviços	9		
	102-3 Localização da sede da organização	9 e 52		
	102-4 Local de operações	9 e 17		
	102-5 Natureza da propriedade e forma jurídica	9 e 52		
	102-6 Mercados atendidos	9		
	102-7 Porte da organização	9		
	102-8 Informações sobre empregados e outros trabalhadores	36, 37 e 38		8, 10
	102-9 Cadeia de fornecedores	50		
	102-10 Mudanças significativas na organização e em sua cadeia de fornecedores	Não se aplica		
	102-11 Princípio ou abordagem da precaução	Atualmente, a Companhia não aplica esse princípio ao meio ambiente. As análises realizadas estão ligadas à parte reputacional, análises financeira, social e de cunho trabalhista		
	102-12 Iniciativas externas	Unicef, Abrinq e Pacto Coletivo		
	102-13 Participação em associações	Associação Brasileira de Redes de Farmácias e Drogarias (Abrafarma) e Associação Brasileira de Atacado Farmacêutico (Abafarma)		

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO	OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
ESTRATÉGIA				
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-14 Declaração do mais alto executivo	3 e 4		
ÉTICA E INTEGRIDADE				
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-16 Valores, princípios, normas e códigos de comportamento	10 e 29		16
GOVERNANÇA				
	102-18 Estrutura de governança	22 e 35		
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-38 Proporção da remuneração total anual	40		
	102-39 Proporção do aumento percentual na remuneração total anual	40		
ENGAJAMENTO DE STAKEHOLDERS				
	102-40 Lista de grupos de <i>stakeholders</i>	18		
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-41 Acordos de negociação coletiva	99,60% dos empregados são cobertos por acordos de negociação coletiva		8
	102-42 Identificação e seleção de <i>stakeholders</i>	18		
	102-43 Abordagem para engajamento de <i>stakeholders</i>	18 e 50		
	102-44 Principais preocupações e tópicos levantados	18		

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO	OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL	
PRÁTICAS DE REPORTE					
GRI 102: Conteúdos gerais 2016	102-45 Entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas	2			
	102-46 Definição do conteúdo do relatório e limites de tópicos	2 e 18			
	102-47 Lista de tópicos materiais	19			
	102-48 Reformulações de informações	Não se aplica			
	102-49 Alterações no relato	Não se aplica			
	102-50 Período coberto pelo relatório	2			
	102-51 Data do relatório mais recente	Não se aplica			
	102-52 Ciclo de emissão do relatório	2			
	102-53 Contato para perguntas sobre o relatório	2			
	102-54 Declarações de relato em conformidade com as Normas GRI	Este relatório foi preparado em conformidade com as Normas GRI opção "Essencial"			
	102-55 Sumário de conteúdo da GRI	62			
102-56 Verificação externa	Não se aplica				
TÓPICOS MATERIAIS					
DESEMPENHO ECONÔMICO					
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	19			
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	29 e 31			
	103-3 Avaliação da forma de gestão	31			
GRI 201: Desempenho econômico 2016	201-1 Valor econômico direto gerado e distribuído	32		8, 9	
PRESENÇA NO MERCADO					
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	19			
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	29			
	103-3 Avaliação da forma de gestão	-			

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO	OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
GRI 202: Presença no mercado 2016	202-2 Proporção de membros da alta direção contratados na comunidade local		Os cargos de diretoria estão alocados no Rio de Janeiro onde está localizada a Sede Corporativa da empresa, porém, a transição para posições de diretoria não estão restritas a localidade, podendo ser realizada a transição de um funcionário de outra localidade para ocupar uma posição de diretoria	8
IMPACTOS ECONÔMICOS INDIRETOS				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	19		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	29, 51 e 59		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	51 e 59		
GRI 203: Impactos econômicos indiretos 2016	203-1 Investimentos em infraestrutura e apoio a serviços	31		5, 9, 11
	203-2 Impactos econômicos indiretos significativos	51 e 59		1, 3, 8
PRÁTICAS DE COMPRAS				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação sobre o tópico material e seu limite	19		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	29 e 50		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	50		
GRI 204: Práticas de compras 2016	204-1 Proporção de gastos com fornecedores locais		Informação não disponível - todas as aquisições são realizadas através de bids junto a fornecedores mapeados previamente e selecionados	8
COMBATE À CORRUPÇÃO				

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO	OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	19		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	29		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	29		
GRI 205: Combate à corrupção 2016	205-1 Operações avaliadas quanto a riscos relacionados à corrupção	30		16
	205-2 Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção		Em 2021, a PROFARMA não realizou treinamentos, os mesmos foram migrados para o ano de 2022. Isso devido ao processo de aprovação do Código de Conduta Ética que demandou mais tempo que o inicialmente previsto, dada a necessidade de revisão pela alta administração da companhia e pelos Conselhos de Administração da Profarma e Rede d1000	16
	205-3 Casos confirmados de corrupção e medidas tomadas	30		16
CONCORRÊNCIA DESLEAL				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	19		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	29 e 30		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	29 e 30		
GRI 206: Concorrência desleal 2016	206-1 Ações judiciais por concorrência desleal, práticas de truste e monopólio	30		16
MATERIAIS				

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO	OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	19		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	29, 61 e 62		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	61 e 62		
GRI 301: Materiais 2016	301-1 Materiais utilizados, discriminados por peso ou volume	61		8, 12
	301-2 Matérias-primas ou materiais reciclados utilizados		Não aplicável, pois não temos fabricação direta de produtos em nossa operação	8, 12
	301-3 Produtos e embalagens recuperados	62		8, 12
ENERGIA				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	19		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	29 e 60		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	60		
GRI 302: ENERGIA 2016	302-1 Consumo de energia dentro da organização	60		7, 8, 12, 13
	302-3 Intensidade energética	61		7, 8, 12, 13
	302-4 Redução do consumo de energia	61		7, 8, 12, 13
RESÍDUOS				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação sobre o tópico material e seu limite	19		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	29 e 62		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	62		

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO	OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
GRI 306: Resíduos 2021	306-1 Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	62		3, 6, 11, 12
	306-2 Gestão de impactos significativos relacionados a resíduos	62		3, 6, 11, 12
	306-3 Resíduos gerados	63		3, 6, 12, 14, 15
	306-4 Resíduos não destinados para disposição final		Não aplicável - todos os resíduos de medicamentos são incinerados, portanto destinados à disposição final	3, 11, 12
	306-5 Resíduos destinados a disposição final	63		3, 6, 11, 12, 14, 15
CONFORMIDADE AMBIENTAL				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	19		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	29 e 59		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	59		
GRI 307: Conformidade ambiental 2016	307-1 Não-conformidade com leis e regulamentos ambientais		A Companhia declara que não possui ações administrativas ou judiciais relacionadas ao descumprimento de leis e regulamentos ambientais	16
AVALIAÇÃO AMBIENTAL DE FORNECEDORES				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	19		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	29 e 50		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	50		

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO	OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
GRI 308: Avaliação ambiental de fornecedores 2016	308-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais		Informação não disponível. A seleção não tem como condicional a avaliação de critérios ambientais, apenas a qualificação legal, técnica e custos	
	308-2 Impactos ambientais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas		Não existe atualmente uma política de avaliação ambiental de fornecedores. Criamos um grupo de estudo para construção de uma Política de Relacionamento com Fornecedores, contemplando impactos ambientais	
EMPREGO				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	19		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	29, 35 e 36		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	35 e 36		
GRI 401: Emprego 2016	401-1 Novas contratações e rotatividade de empregados	39		5, 8, 10
	401-3 Licença maternidade/ paternidade	41		5, 8
SAÚDE E SEGURANÇA DO TRABALHO				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	19		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	29 e 47		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	47		

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO	OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
GRI 403: Saúde e segurança do trabalho 2019	403-1 Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	47		3, 8, 16
	403-2 Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	47		
	403-3 Serviços de saúde do trabalho	47		
	403-4 Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referente a saúde e segurança do trabalho	47		
	403-5 Capacitação de trabalhadores em saúde e segurança ocupacional	47		
	403-6 Promoção da saúde do trabalhador	47		
	403-7 Prevenção e mitigação de impactos na saúde e segurança do trabalho diretamente vinculados com relações de negócio	47		
	403-9 Acidentes de trabalho	48		
	403-10 Doenças profissionais	48		3, 8, 16
	CAPACITAÇÃO E EDUCAÇÃO			
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	19		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	29, 35 e 44		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	35 e 44		
GRI 404: Capacitação e educação 2016	404-1 Média de horas de capacitação por ano, por empregado	45		4, 5, 8, 10
	404-2 Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e assistência para transição de carreira	44		8
	404-3 Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	46		5, 8, 10



GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO	OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
DIVERSIDADE E IGUALDADE DE OPORTUNIDADES				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	19		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	29 e 46		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	46		
GRI 405: Diversidade e igualdade de oportunidades 2016	405-1 Diversidade em órgãos de governança e empregados	42 e 43		5, 8
	405-2 Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens	40		5, 8, 10
NÃO DISCRIMINAÇÃO				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	19		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	29 e 46		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	46		
GRI 406: Não discriminação 2016	406-1 Casos de discriminação e medidas corretivas tomadas	Houve um relato apurado e concluído sem evidências de discriminação		5, 8
LIBERDADE SINDICAL E NEGOCIAÇÃO COLETIVA				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	-		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	-		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	-		

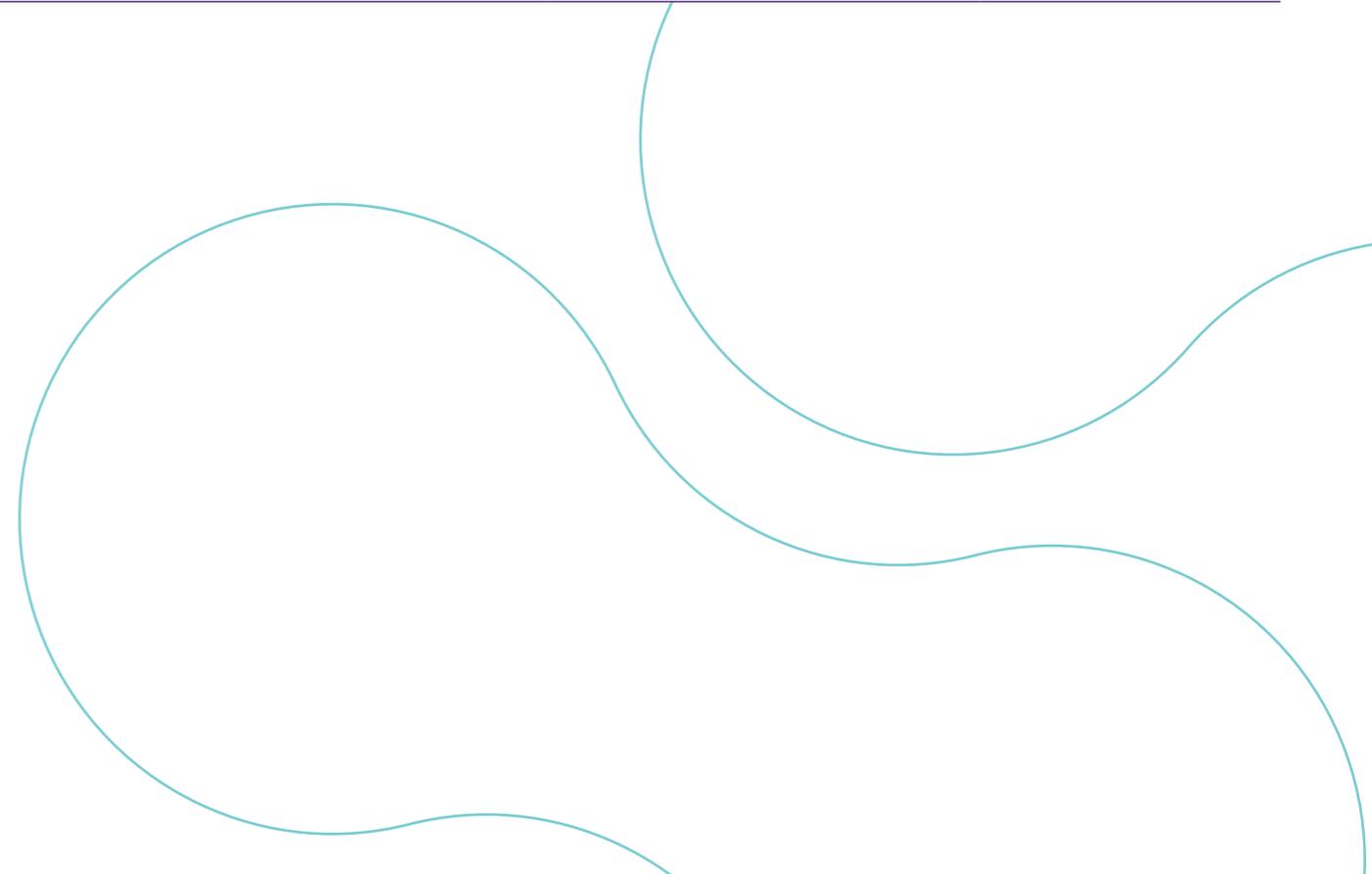


GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO	OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
GRI 407: Liberdade sindical e negociação coletiva 2016	407-1 Operações e fornecedores em que o direito à liberdade sindical e à negociação coletiva pode estar em risco		Atualmente não há políticas que abrangem essa temática, porém há interesse em incluir essa atividade. As negociações são pontuais com cada solicitação	8
TRABALHO INFANTIL				
	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	19		
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-2 Forma de gestão e seus componentes	29 e 50		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	50		
GRI 408: Trabalho infantil 2016	408-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho infantil	50		8, 16
TRABALHO FORÇADO OU ANÁLOGO AO ESCRAVO				
	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	-		
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-2 Forma de gestão e seus componentes	-		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	-		
GRI 409: Trabalho forçado ou análogo ao escravo 2016	409-1 Operações e fornecedores com risco significativo de casos de trabalho forçado ou análogo ao escravo		Não existe uma política vigente hoje. Temos a intenção de desenvolver uma análise de risco e iniciar a criação da política sobre o tema	8

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO	OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
PRÁTICAS DE SEGURANÇA				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	19		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	29		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	-		
GRI 410: Práticas de segurança 2016	410-1 Pessoal de segurança capacitado em políticas ou procedimentos de direitos humanos	100% do pessoal de segurança (colaboradores e terceiros) foram treinados em 2021		16
COMUNIDADES LOCAIS				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	19		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	29 e 51		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	51		
GRI 413: Comunidades locais 2016	413-1 Operações com engajamento, avaliações de impacto e programas de desenvolvimento voltados à comunidade local		A Companhia ainda não tem métricas para os processos de mapeamento e engajamento de <i>stakeholders</i> ou comitês para as comunidades	
	413-2 Operações com impactos negativos potenciais significativos – reais e potenciais – nas comunidades locais		Dada a natureza do negócio, não há impactos negativos identificados. As unidades varejo estão localizadas em centros comerciais urbanos e os Centros de Distribuição estão majoritariamente afastados das áreas de circulação urbana	1, 2

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO	OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
AVALIAÇÃO SOCIAL DE FORNECEDORES				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	19		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	29 e 50		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	50		
GRI 414: Avaliação social de fornecedores 2016	414-1 Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	50		5, 8, 16
	414-2 Impactos sociais negativos na cadeia de fornecedores e medidas tomadas		Informação não disponível. Não aplicamos critérios ambientais ou de avaliação social na seleção de fornecedores. Temos como meta iniciar trabalho sobre os temas	5, 8, 16
PRIVACIDADE DO CLIENTE				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	19		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	29, 30 e 49		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	30 e 49		
GRI 418: Privacidade do cliente 2016	418-1 Queixas comprovadas relativas à violação da privacidade e perda de dados de clientes	30		16

GRI STANDARDS	CONTEÚDO	PÁGINA/URL	OMISSÃO	OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
CONFORMIDADE SOCIOECONÔMICA				
GRI 103: Forma de gestão 2016	103-1 Explicação do tópico material e seu limite	19		
	103-2 Forma de gestão e seus componentes	29 e 30		
	103-3 Avaliação da forma de gestão	29 e 30		
GRI 419: Conformidade socioeconômica 2016	419-1 Não conformidade com leis e regulamentos socioeconômicas		Não foram localizadas multas significativas em relação a quaisquer questões socioeconômicas	5, 8, 16



Créditos

Grupo Profarma

Comunicação Institucional

Diretoria: Ana Candida Fonseca

Coordenação: Márcio Alves e Humberto Miguez

ESG

Diretoria: Deborah Birmarcker

Coordenação: Roberta Almeida e Roberta Guarino

Gestão de projetos, consultoria GRI, conteúdo e design:

Grupo Report - rpt sustentabilidade

Fotos: Lucas Jones e banco de imagens Grupo Profarma.





GRUPO 
PROFARMA
Saúde onde você estiver.