



Gente,  
Saúde e  
Bem-estar.

RaiaDrogasil S.A.

Relatório Anual 2018





# Índice

|  |            |
|--|------------|
| <b>Sobre o relatório</b>                     | <b>3</b>   |
| <b>Mensagem do Conselho de Administração</b> | <b>4</b>   |
| <b>Mensagem da Administração</b>             | <b>6</b>   |
| <b>Quem somos</b>                            | <b>8</b>   |
| <b>Governança Corporativa</b>                | <b>19</b>  |
| <b>Nossa estratégia</b>                      | <b>32</b>  |
| <b>Diretrizes de Sustentabilidade</b>        | <b>37</b>  |
| <i>Cuidando das pessoas</i>                  | 46         |
| <i>Cuidando do negócio</i>                   | 74         |
| <i>Cuidando do planeta</i>                   | 86         |
| <b>Desempenho do negócio</b>                 | <b>108</b> |
| <b>Sumário GRI</b>                           | <b>111</b> |
| <b>Expediente</b>                            | <b>117</b> |

← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL

## Sobre o relatório

GRI 102-46

A Raia Drogasil S.A. (RD) divulga anualmente seus resultados econômicos e socioambientais, seguindo as diretrizes da Global Reporting Initiative (GRI), desde 2016. Assim como na versão anterior (2017), nesta edição, adotamos a versão Standards da GRI: Opção Essencial.

Os dados reportados cobrem o período de 1º de janeiro a 31 de dezembro de 2018. O relatório não foi submetido a verificação externa.

GRI 102-1

GRI 102-50

GRI 102-51

GRI 102-52

GRI 102-54

GRI 102-56

Esse relatório representa o compromisso em divulgar para todos os públicos nosso desempenho e geração de valor em 2018 e

possui como base as diretrizes e temas materiais definidos em 2016, a partir de um processo de escuta realizado com clientes, colaboradores e acionistas, além de uma pesquisa voltada para a análise dos principais impactos setoriais.

O processo de divulgação de resultados pelo relatório é acompanhado pela área de Relações com Investidores, pelo Comitê e pela área de Sustentabilidade e principais lideranças da companhia. Mais informações, comentários ou esclarecimento de dúvidas sobre o Relatório Anual podem ser obtidos pelo e-mail:

[ri@rd.com.br](mailto:ri@rd.com.br)

GRI 102-32

GRI 102-53



# Mensagem do Conselho de Administração

GRI 102-14

GRI 102-15

Estamos vivendo em um período de grandes mudanças na sociedade, entre as quais as transformações digital e de comportamento do consumidor são as que representam maiores riscos e oportunidades para o nosso negócio. O entendimento de que as estratégias que nos trouxeram até aqui continuam sendo necessárias, mas não mais suficientes para garantir o sucesso do próximo ciclo de criação de valor, foi o pano de fundo para o desenvolvimento de um novo processo de planejamento estratégico.

Em um país de dimensões continentais com enormes desafios de acesso e qualidade de serviços de saúde, nossa presença efetivamente nacional com 1.825 lojas distribuídas em 22 estados brasileiros nos traz a possibilidade de levar saúde e bem-estar para as pessoas de forma eficiente, conveniente e multicanal. Nosso propósito de cuidar de perto da saúde e bem-estar das pessoas em todos os momentos da vida tem sido a linha condutora das nossas escolhas e da nossa forma de fazer negócio.



# Mensagem do Conselho de Administração

GRI 102-14

GRI 102-15

Dentro desse contexto, cinco avenidas estratégicas foram identificadas para impulsionar o crescimento sustentável da RD: **expansão de lojas físicas, aquisição de clientes, engajamento de consumidores, rentabilização da operação e ampliação de iniciativas de cuidados com a saúde**. Além da definição de nossa estratégia, definimos também os nossos compromissos com uma mudança cultural e com a construção de competências organizacionais para nos tornarmos uma empresa digital, focada no consumidor e sustentável.

Para fortalecer a governança da RD diante desse novo contexto, dois novos comitês do Conselho foram criados: Comitê Digital e Comitê de Sustentabilidade; assim como dois novos conselheiros, com competências alinhadas aos nossos novos desafios estratégicos, passaram a integrar o nosso Conselho de Administração.

Com o conjunto dessas iniciativas aspiramos não apenas crescimento de faturamento, *market share* e margem Ebitda no longo prazo, mas também

ambicionamos alcançar a liderança em nível de satisfação junto aos nossos principais clientes em todos os nossos mercados-chave, além de fortalecer uma cultura de sustentabilidade, mitigando riscos e ampliando oportunidades de negócio com impacto socioambiental positivo. Seguiremos na nossa busca contínua de ser referência na geração de valor para acionistas, na criação de oportunidades para funcionários e na construção de relações de confiança com a sociedade.

## Mensagem da Administração

GRI 102-14

GRI 102-15

O ano de 2018 foi desafiador para a RD, com uma menor taxa de crescimento em função de um ambiente mais competitivo. Ainda assim, fizemos uma expansão recorde de 240 lojas, entramos em dois novos estados, ganhamos participação de mercado, aumentamos o diferencial de escala, investimos agressivamente em preços e iniciamos uma ambiciosa transformação digital.

Encerramos 2018 com 1.825 lojas (incluindo três lojas da 4Bio) e R\$ 15,5 bilhões de receita bruta, um aumento de 12,0%.

Registramos um aumento de receita de R\$ 1,6 bilhão, ampliando nossa liderança e atingindo uma participação de mercado de 12,9% no quarto trimestre do ano, um aumento de 0,9 ponto percentual em comparação ao ano anterior.

Nós operamos em um mercado de alto crescimento, movido pelo envelhecimento da população, e ainda muito fragmentado. Isso atraiu uma grande onda de abertura de lojas, tanto por competidores tradicionais quanto por novos entrantes, mas que se depararam com fortes barreiras de entrada.

Somos a única rede que combina presença nacional com força de marca, obtendo *performance* consistente e altos retornos esperados nas lojas recentes e futuras em cada um dos estados onde operamos. Essa é a nossa vantagem competitiva mais perene, que foi construída tijolo a tijolo durante os últimos 20 anos, conforme nos lançamos para fora do estado de São Paulo, superando barreiras de entrada em cada estado.

Hoje temos 52% de nossas lojas fora de São Paulo, gerando 47% do nosso faturamento.

## Mensagem da Administração

GRI 102-14

GRI 102-15

Das aberturas realizadas em 2018, 70% ocorreram em outros estados, o que atesta a alta qualidade e o alcance do nosso crescimento.

Em 2018, concluímos nosso novo planejamento estratégico e iniciamos um novo ciclo. Inspirados pelo propósito de “cuidar de perto da saúde e bem-estar das pessoas em todos os momentos da vida”, nossa estratégia visa maximizar a experiência e o valor

do consumidor por meio de cinco pilares: **expansão de lojas, aquisição orgânica de clientes, engajamento do consumidor, rentabilização e cuidados de saúde.**

A implementação dessa estratégia será apoiada por quatro alavancas fundamentais: **cliente no centro do negócio, transformação digital, liderança e talentos, e sustentabilidade.**



# Quem somos



[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

# Nossa essência

GRI 102-4

GRI 102-7

A RD nasceu em 2011, a partir da união entre a Droga Raia e a Drogasil, duas marcas líderes no mercado de varejo farmacêutico brasileiro, e iniciou um intensivo processo de integração para consolidar os diferenciais competitivos e preservar a essência das marcas: o interesse genuíno em pessoas e o compromisso com o atendimento ético e cuidadoso.

Encerramos 2018 com 1.825 lojas\*, distribuídas em 22 estados do Brasil e mais de 36 mil funcionários.

*\*Inclui três lojas de 4Bio.*

Somos uma empresa de capital aberto, com ações listadas no Novo Mercado da B3 sob o código RADL3 e com sede administrativa na cidade de São Paulo.

GRI 102-3

GRI 102-5

# Cultura RD

GRI 102-16

Realizamos nosso trabalho e conquistamos resultados orientando nossas ações e decisões pelos três elementos que vitalizam a Cultura RD: **Propósito**, **Crença** e **Valores**. Cada um desses direcionadores é extensão de outros e, juntos, constituem a nossa essência. Eles foram concebidos para que a RD seja uma organização eficiente e verdadeiramente relevante e admirada pela sociedade e por nossos *stakeholders* (funcionários, clientes, profissionais da saúde, fornecedores etc.). É desse modo que construímos confiança e perenizamos uma comunidade empreendedora, coesa e harmônica formada por milhares de pessoas e que continuará crescendo.

## DIRECIONADORES DA CULTURA RD



[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

## Nossa atuação

GRI 102-2

GRI 102-4

GRI 102-6

GRI 102-45

### Saúde e bem-estar no centro do negócio

A RD possui um modelo de negócio diferenciado, com alta escala, eficiência e presença geográfica, o que resultou em um histórico único de crescimento orgânico no varejo brasileiro.

Nosso modelo de negócio é baseado em um portfólio integrado de ativos de saúde e bem-estar: RD Farmácias (Droga Raia, Drogasil), RD Marcas (Needs, Triss, CareTech Le Pop, Raia e Drogasil) e RD Saúde (4Bio e Univers).



[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

## Nossa atuação

GRI 102-2

GRI 102-4

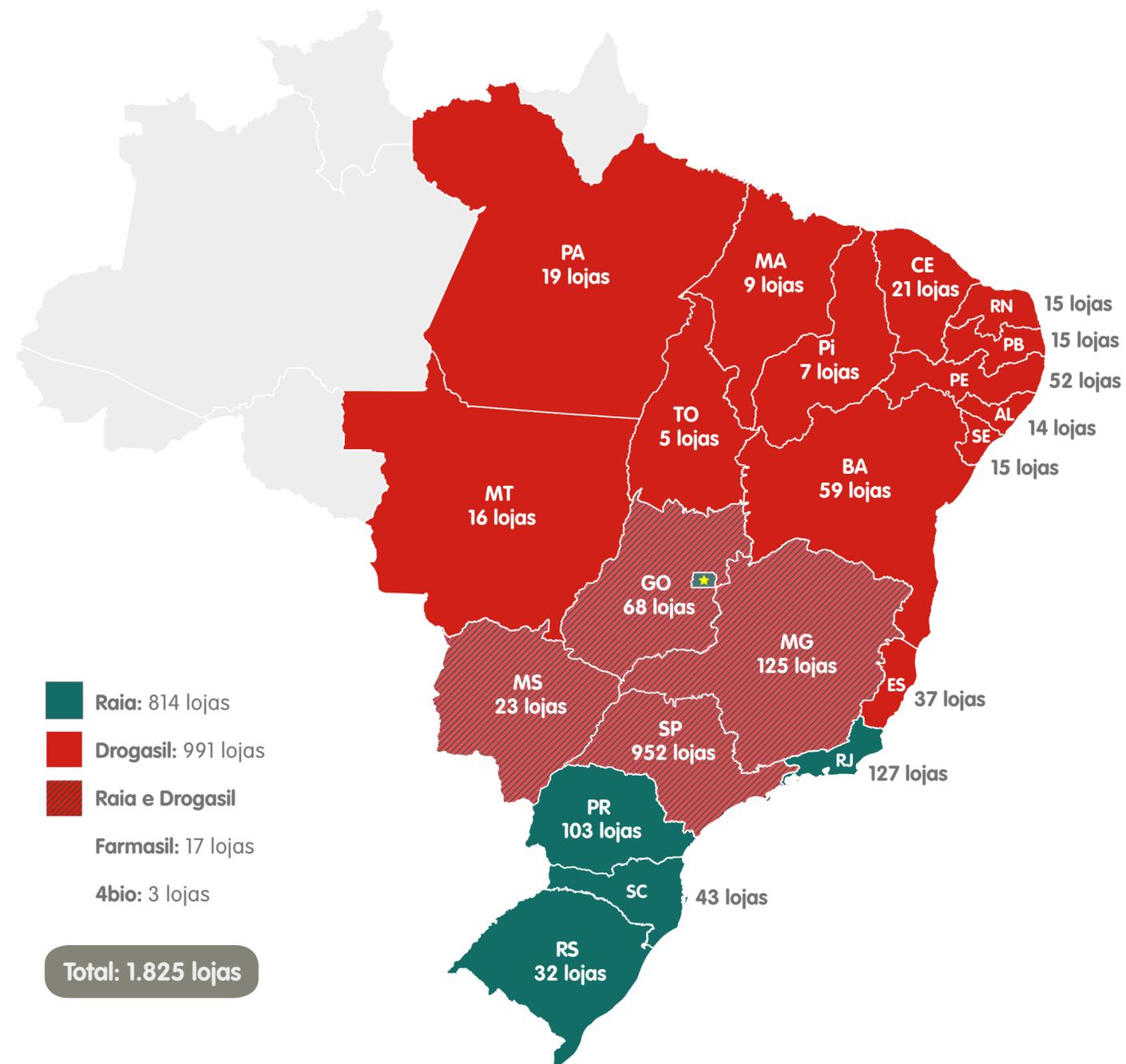
GRI 102-6

GRI 102-45

### RD Farmácias

Possuímos 1.822 lojas com as marcas Droga Raia, Drogasil e Farmasil. Estamos presentes em 22 estados, que representam 98% do mercado farmacêutico brasileiro. Em 2018, a RD Farmácias faturou R\$ 14,8 bilhões, com lucro líquido de R\$ 502,4 milhões. GRI 201-1

Estamos revitalizando o nosso formato de loja popular, anteriormente operado pela bandeira Farmasil, que deixará de existir. As lojas passarão por um aumento da área de vendas, melhorando assim a experiência do cliente, e vamos converter as lojas em Droga Raia ou Drogasil, agregando nosso programa de fidelidade que alavancará a força das marcas. O projeto prevê o fechamento das lojas cujas áreas de venda não podem ser expandidas.



# Nossa atuação

GRI 102-2

GRI 102-4

GRI 102-6

GRI 102-45

## DROGA RAIA

Fundada em 1905, a Droga Raia possui 814 lojas em oito estados brasileiros. Pautada pelo conceito “o cuidado começa com você”, a Droga Raia tem como principal diferencial a experiência de compra, oferecendo solução integrada de saúde e beleza para um público que é protagonista no cuidado com a saúde e o bem-estar e que entende que, para cuidar das relações, é preciso antes se cuidar. Com foco em beleza e na multicanalidade, a Droga Raia foi pioneira no varejo brasileiro na formação de pessoas, na oferta de programa de fidelidade e no lançamento de aplicativo que inclui busca de produto, reserva e compra.



## DROGASIL

Fundada em São Paulo, em 1935, a Drogasil possui 991 lojas em 17 estados. Baseada no conceito “você confia em quem entende”, tem como principal diferencial o atendimento e a cordialidade, oferecendo ambiente acolhedor com foco no atendimento farmacêutico para um público que busca o conhecimento e a confiabilidade dos profissionais de saúde. A Drogasil oferece o estoque de medicamentos mais completo do mercado, ambiente de loja aconchegante e foco no atendimento farmacêutico e na adesão ao tratamento.

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

## Nossa atuação

GRI 102-2

GRI 102-4

GRI 102-6

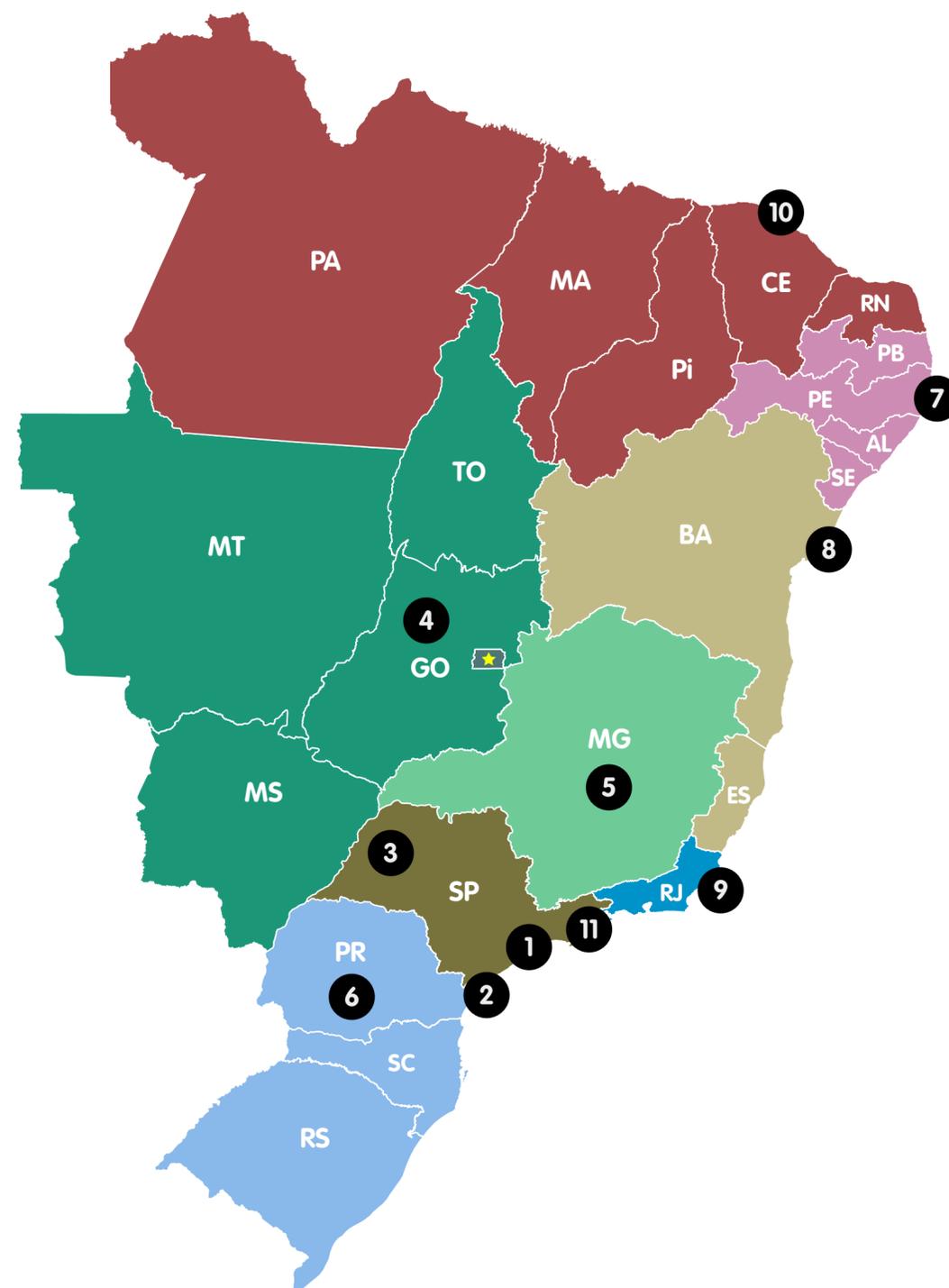
GRI 102-45

### Nossos centros de distribuição

Finalizamos 2018 operando nove centros de distribuição (CD) para suportar as nossas operações. Em 2019, abriremos outros dois CDs, um em **Fortaleza** (CE) e outro em **Guarulhos** (SP), que será nosso maior e mais automatizado CD, com uma área de 28.000 m<sup>2</sup>, e estamos mudando o CD do Rio de Janeiro, que será realocado nos próximos meses para **Duque de Caxias** (RJ). Nossas lojas serão atendidas a partir de CDs localizados nas regiões Sul, Sudeste, Centro-Oeste e Nordeste.

- 1 São Paulo (SP) 18.000 m<sup>2</sup>
- 2 Embu (SP) 22.700 m<sup>2</sup>
- 3 Ribeirão Preto (SP) 18.500 m<sup>2</sup>
- 4 Aparecida (GO) 15.000 m<sup>2</sup>
- 5 Contagem (MG) 8.500 m<sup>2</sup>
- 6 S.J. dos Pinhais (PR) 12.900 m<sup>2</sup>
- 7 Jaboatão (PE) 10.300 m<sup>2</sup>
- 8 Salvador (BA) 8.500 m<sup>2</sup>
- 9 \*Duque de Caxias (RJ) 12.100 m<sup>2</sup>
- 10 \*Fortaleza (CE) 10.500 m<sup>2</sup>
- 11 \*Guarulhos (SP) 28.000 m<sup>2</sup>

\* Inauguração no 2S19



# Nossa atuação

GRI 102-2

GRI 102-4

GRI 102-6

GRI 102-45

## RD Saúde

Possuímos um portfólio de ativos para o cuidado com a saúde que complementa e fortalece a proposta de valor das nossas drogarias.

## 4Bio

A 4Bio comercializa medicamentos especiais de alto custo e elevada complexidade. Realiza a entrega dos medicamentos a partir de três lojas por meio de logística segura e eficiente, com controle de temperatura e pontualidade, atendimento personalizado e prestação de serviços clínicos para pacientes, operadoras de saúde e laboratórios farmacêuticos em

parceria com os médicos. A empresa tem como foco as especialidades: Oncologia, Infectologia, Reumatologia, Ginecologia, Tratamento de Fertilidade e Endocrinologia. O principal canal da 4Bio são as operadoras de saúde, que arcam com os custos de algumas dessas especialidades, principalmente as oncológicas.

## Univers

A Univers assegura o gerenciamento de Programas de Benefício de Medicamentos para empresas, associações e operadoras de saúde. Sua missão é garantir ao paciente o acesso e a adesão ao tratamento com

eficiência e baixo custo. Para isso, firma contratos de prestação de serviços que permitem aos beneficiários dos nossos parceiros comerciais comprar os medicamentos em qualquer uma de nossas filiais em todo o Brasil com descontos preestabelecidos e débito em folha de pagamento para os clientes corporativos, garantindo que os funcionários possam iniciar o tratamento imediatamente, sem ter de aguardar o pagamento do salário ou benefício, além de custo zero permanente para o contratante. A Univers atende mais de 30 milhões de beneficiários de mais de 1.100 instituições clientes.

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

## Nossa atuação

GRI 102-2

GRI 102-4

GRI 102-6

GRI 102-45

### RD Marcas

Nosso portfólio de marcas próprias permite oferecermos aos clientes produtos com menor preço e a mesma qualidade das grandes marcas e com maior rentabilidade. Também possibilita expandir e diferenciar a variedade de nossas lojas. Possuímos seis marcas ativas:

**Needs**, uma linha ampla de produtos em múltiplas categorias com excelente qualidade; **Triss**, linha completa de acessórios de beleza importados da Ásia; **Caretech**, de equipamentos de saúde, também importados; **Nutrigood**, linha de alimentos funcionais,



sem adição de açúcar, glúten, lactose, sem conservantes e com baixa adição de sódio; **LePop**, uma marca popular que conta com uma linha de produtos de primeiro preço em múltiplas categorias; e as **linhas de vitaminas minerais e suplementos** Droga Raia e Drogasil. Ano a ano, temos obtido forte crescimento de receita, de penetração e de margem bruta. Pretendemos seguir expandindo a linha de produtos de forma a contribuir significativamente

para elevarmos a rentabilidade. Em 2018, nossas marcas próprias responderam por 4,3% de participação no faturamento do autosserviço (exclui medicamentos de prescrição). Nossa meta é dobrar a participação das marcas próprias no autosserviço nos próximos cinco anos.

Para mais informações sobre a atuação da RD, acesse <https://www.rd.com.br/>

# Sustentabilidade

GRI 102-15

**Em 2018, concluímos mais um ciclo de planejamento estratégico, que passou a incorporar de forma mais estrutural nossa visão de sustentabilidade, construída a partir do nosso propósito de “cuidar de perto da saúde e bem-estar das pessoas em todos os momentos da vida”.**

Definimos uma nova estrutura de governança para garantir a implementação da nova estratégia de sustentabilidade

na Companhia. Foi criado um Comitê de Sustentabilidade para fortalecer a análise e a inclusão de temas críticos e de impactos socioambientais nos processos de decisão.

O Comitê de Sustentabilidade tem a missão de desenvolver e propor ao Conselho de Administração diretrizes e compromissos relativos ao desenvolvimento sustentável da companhia e suas controladas, assim como discutir e acompanhar a elaboração e aplicação de programas e ações socioambientais de curto, médio e longo

prazos. O comitê também desenvolve e propõe ao Conselho de Administração metas de Sustentabilidade vinculadas à remuneração variável da Diretoria Executiva. [GRI 102-20](#) [GRI 102-21](#)

Nossas 10 diretrizes de sustentabilidade explicitam compromissos da companhia com o desenvolvimento sustentável relativos aos aspectos identificados como materiais para o nosso negócio. As diretrizes prioritárias para RD têm como eixos: o cuidado com a saúde das pessoas,

## Sustentabilidade

GRI 102-15

com a saúde do negócio e com a saúde do planeta.

**Nossas ações demonstram continuidade de um plano definido em 2016**, como iniciativas (i) *para redução de impactos ambientais na nossa operação, através do comitê de eficiência energética, e otimização de rotas de transporte*, (ii) *para redução de riscos de segurança relacionados aos funcionários e à distribuição de produtos*, e (iii) *para promoção de conscientização da sociedade sobre importância do combate a exploração e abuso sexual infantil*.

Além disso, intensificamos ações relativas a produção da nossa linha de marca própria. Nossos produtos não são testados em animais. Temos também o compromisso de reduzir a utilização de parabenos por meio da introdução de novos produtos sem essa substância e, quando possível, da reformulação de produtos existentes. Também introduzimos uma linha vegana de produtos, ou seja, cujas fórmulas não contenham matérias-primas de origem animal ou não tenham sido testadas em animais. **GRI 102-11**

Em 2019, é objetivo da nova estrutura definir nossa **Visão de Sustentabilidade para 2030**, incluindo o apoio a princípios e iniciativas relacionados a sustentabilidade. **GRI 102-12**

**Saiba mais sobre nossa Agenda de Sustentabilidade no Capítulo “Diretrizes de Sustentabilidade”, neste relatório.**

# Governança corporativa



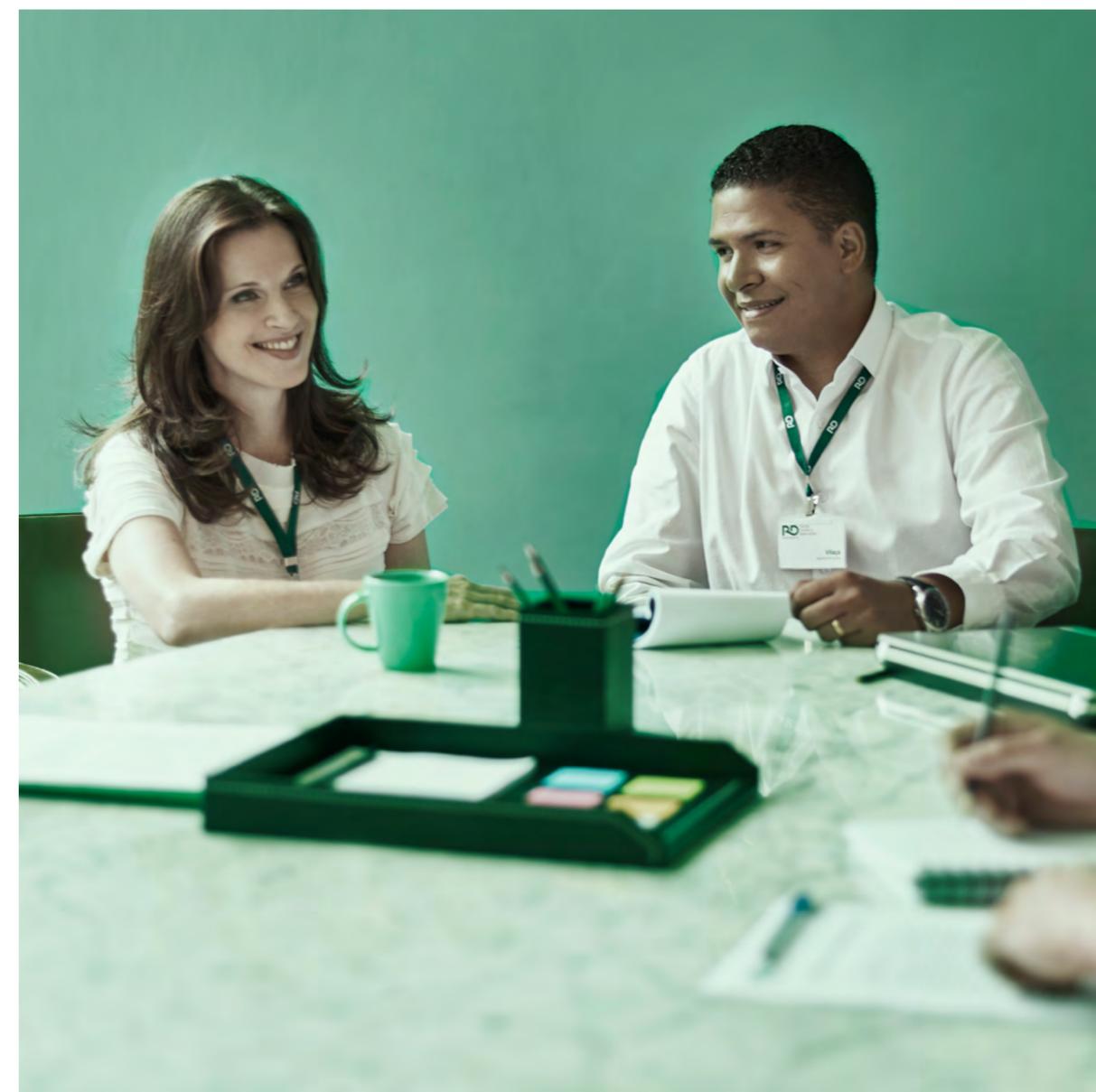
# Boas práticas de governança são destaque no mercado

**Nosso programa de relações com investidores é reconhecido como um dos melhores do varejo na América Latina pela *Institucional Investor*.**

A cada ano, a RD fortalece ainda mais os padrões de gestão e governança, em extensão às práticas de governança estabelecidas no Regulamento do Novo Mercado da B3, além de outras práticas recomendadas e exigidas pela legislação aplicável. Também fazemos anualmente estudos de percepção com nossos

acionistas e analistas de mercado que nos permitem identificar oportunidades para melhorar a forma como dialogamos. Em 2018, a RD também aprovou seu regimento interno **Código da Gente – Ética e Conduta na RD**, que manifesta a essência do nosso jeito de pensar e de agir.

A companhia continua a investir no aprimoramento da estrutura de governança e das políticas internas, essenciais para nortear a atuação de todos. Ao longo do ano de 2018, aprovamos diversas políticas corporativas.



← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL

# Novas políticas

2018 foi um ano de importantes compromissos formalizados. Em outubro, aprovamos as seguintes políticas e regimentos:

- Regimento Interno da Diretoria
- Regimento Interno do Conselho Fiscal
- Política de Indicação e Preenchimento de Membros do Conselho de Administração
- Política sobre Contribuições e Doações
- Política para Contratação de Serviços Extra-Auditoria de seus Auditores Independentes
- Política de Transações entre Partes Relacionadas
- Política de Remuneração para a Diretoria Estatutária
- Política de Integração de Novos Membros do Conselho de Administração
- Política de Conflito de Interesses
- Política de Combate à Corrupção

Para conhecer o conteúdo “Código da Gente – Ética e Conduta na RD” e das Políticas, acesse: <https://www.rd.com.br/>



## O CÓDIGO DA GENTE

Ética e Conduta na RD

← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL

# Programa de Integridade

GRI 102-16

GRI 102-17

Alinhada às diretrizes da Lei Anticorrupção, a Companhia estabeleceu e aprovou um Programa de Integridade, em busca contínua da excelência em suas atividades e a promoção de um ambiente corporativo ético e transparente. O programa é voltado para a prevenção, detecção, orientação e remediação dos atos lesivos à Política de Anticorrupção e às suas políticas e procedimentos internos.

Publicamos nossos resultados trimestralmente e divulgamos os resultados em português

e em inglês, todos abertos a analistas de mercado e investidores. Temos uma agenda ativa que inclui reuniões, participação em eventos, teleconferências, reuniões individuais e conferências nacionais e internacionais. Continuamos com o já tradicional RD Day, encontro destinado aos analistas e investidores do mercado em que os diretores executivos da empresa apresentam seus principais projetos e, em seguida, abrem espaço para dúvidas e questionamentos.

Para conhecer, acesse:  
<https://www.rd.com.br/>

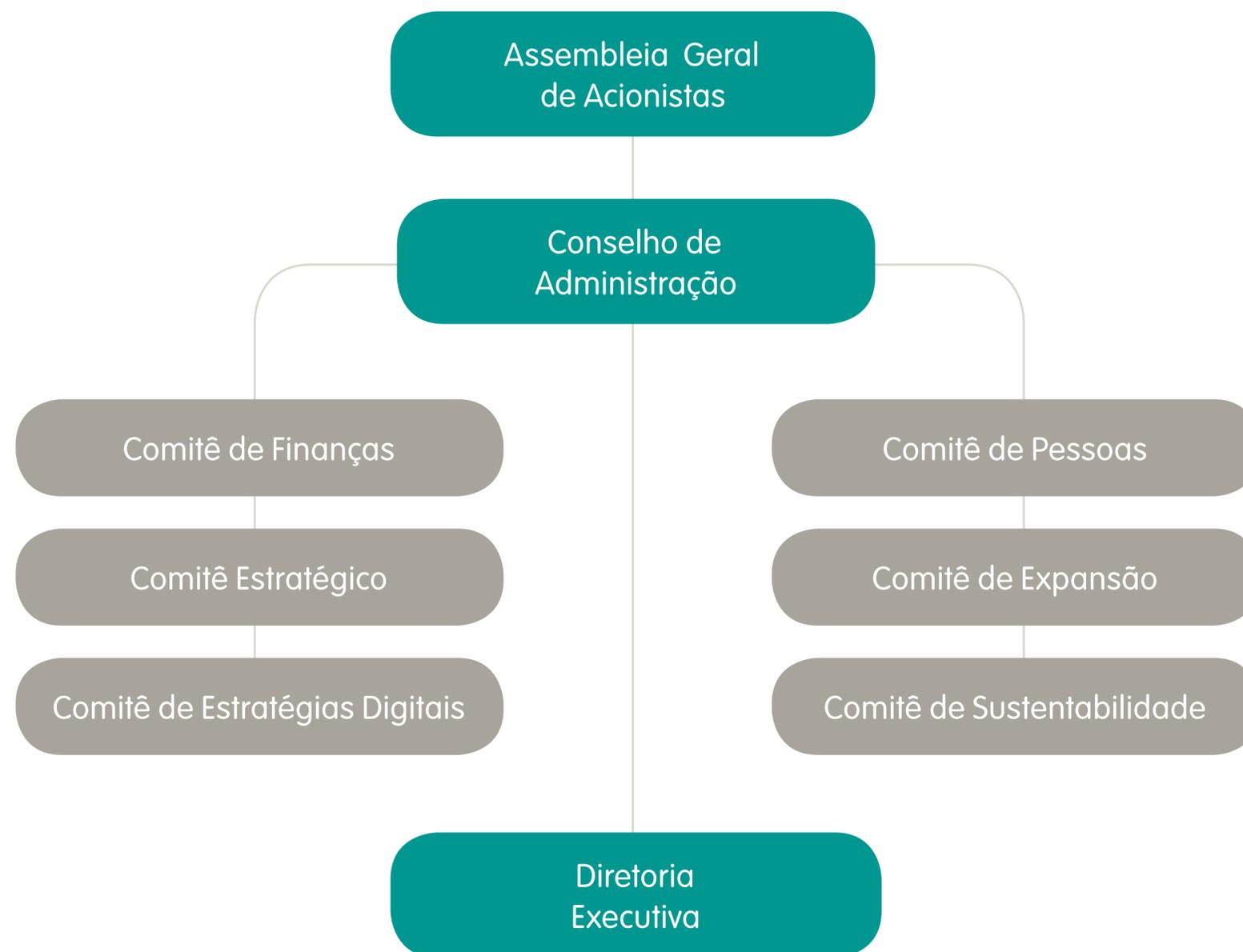
Em 2018 aprovamos nosso regimento interno **Código da Gente – Ética e Conduta na RD**, que manifesta a essência do nosso jeito de pensar e de agir.

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

## Estrutura de governança

GRI 102-18

A estrutura de governança da RD é composta por três instâncias deliberativas: **Assembleia Geral de Acionistas, Conselho de Administração e Diretoria Executiva** e, ainda, por quatro Comitês de Apoio à Gestão, que respondem ao Conselho de Administração: **Comitê de Finanças, Comitê Estratégico, Comitê de Pessoas e Comitê de Expansão.**



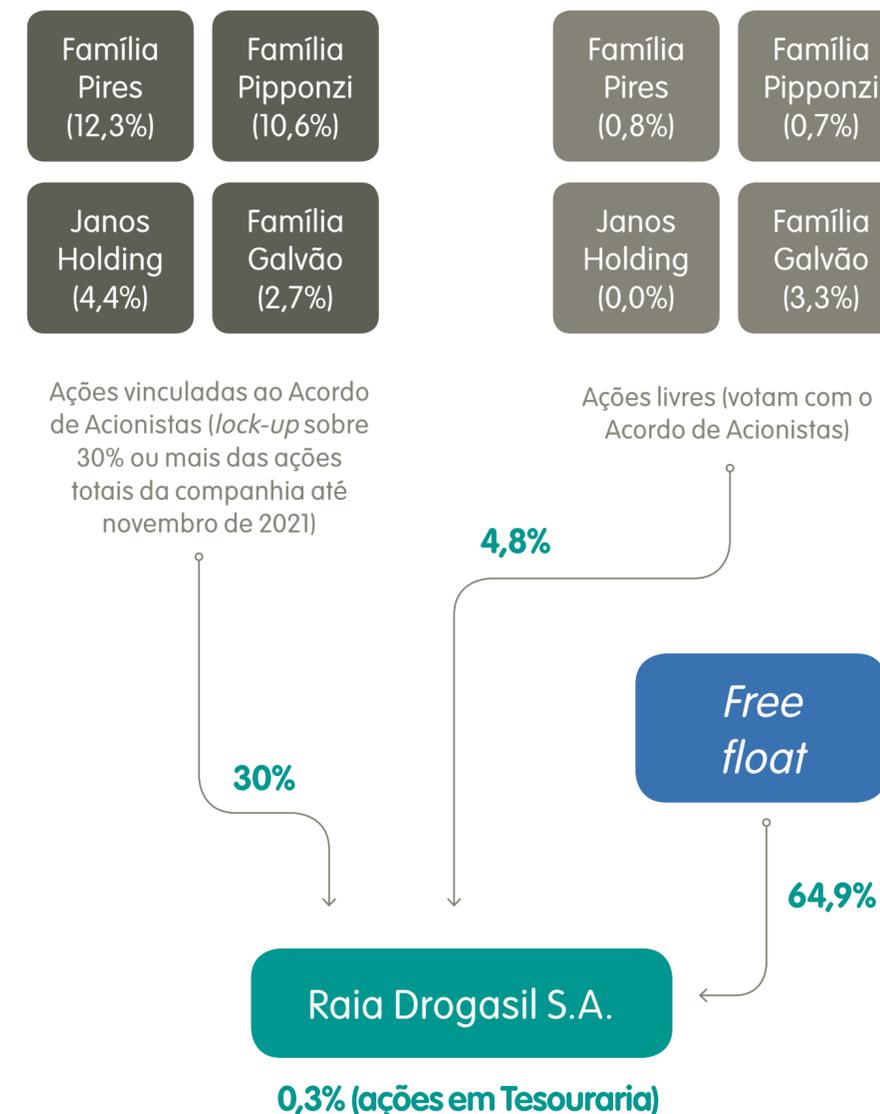
# Assembleia geral de acionistas

É a instância máxima da governança, por meio da qual os acionistas se manifestam diretamente e decidem, por maioria de votos, sobre as grandes questões corporativas, como a aprovação das contas da Sociedade, a destinação dos lucros, a eleição dos membros do Conselho de Administração, a aprovação do limite global anual de remuneração dos Administradores, além de outros temas eventuais.

Nosso capital social é composto por 330.386.000 ações ordinárias. O grupo de controle detém 34,8% de participação

acionária. Possuímos também 0,3% de ações em tesouraria, enquanto os 64,9% restantes compõem o *free float*.

O grupo controlador é regido por um acordo de acionistas que, entre outras disposições, estabelece restrição de venda de 30% das ações totais até o vencimento, em novembro de 2021. Os controladores votam conjuntamente nas assembleias com a totalidade das ações, sendo o voto decidido em reunião prévia com base na proporção de ações restritas detida por acionista.



[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

# Conselho de Administração

GRI 102-26

GRI 102-28

GRI 102-29

É composto por um presidente e oito conselheiros, sendo três independentes, e igual número de suplentes, eleitos pela Assembleia Geral de Acionistas para mandatos de dois anos, permitida a reeleição. Visa assegurar nossa plena adesão ao Propósito e aos Valores, e a criação sustentável de valor para os nossos *stakeholders*. Para isso, deve zelar por nossa saúde financeira e organizacional, garantir o alinhamento entre administradores

**e acionistas e ainda validar e monitorar o Plano Estratégico e a Agenda de Sustentabilidade.**

Na Assembleia Geral Extraordinária de 23/5/2018, foi reconhecida a renúncia dos conselheiros Hector Nunez e José Paschoal Rossetti e de seus respectivos suplentes. O atual mandato se encerra na Assembleia Geral Ordinária marcada para 29/3/2019.

O Conselho de Administração possui nove membros titulares, incluindo três conselheiros

independentes, e é atualmente presidido por Antonio Carlos Pipponzi, que possui 35 anos de experiência no mercado brasileiro de drogarias. Esse conselho é assistido pelos seguintes comitês: Comitê Financeiro, Comitê de Estratégia, Comitê de Expansão e Comitê de Pessoas. **GRI 102-23**

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

# Conselho de Administração

GRI 102-26

GRI 102-28

GRI 102-29

## Composição do Conselho de Administração GRI GRI 102-22

| Nome                               | Cargo                           | Suplente                                    |
|------------------------------------|---------------------------------|---|
| Antonio Carlos Pipponzi            | <i>Presidente</i>               | Eugênio De Zagottis                         |
| Carlos Pires Oliveira Dias         | <i>Membro Efetivo</i>           | José Sampaio Correa Sobrinho                |
| Cristiana Almeida Pipponzi         | <i>Membro Efetivo</i>           | Rosalia Pipponzi Raia De Almeida Prado      |
| Plínio V. Musetti                  | <i>Membro Efetivo</i>           | Cristina Ribeiro Sobral Sarian              |
| Paulo Sérgio Coutinho Galvão Filho | <i>Membro Efetivo</i>           | Antonio Carlos de Freitas                   |
| Renato Pires Oliveira Dias         | <i>Membro Efetivo</i>           | Maria Regina Camargo Pires Ribeiro do Valle |
| Marco Ambrogio Crespi Bonomi       | <i>Conselheiro Independente</i> | Antonio Sérgio Almeida Braga                |
| Marcelo José Ferreira e Silva      | <i>Conselheiro Independente</i> | Antônio José Barbosa Guimarães              |
| Jairo Eduardo Loureiro             | <i>Conselheiro Independente</i> | Marcelo Bertini de Rezende                  |

# Comitês de Apoio à Gestão

GRI 102-22

A RD conta com comitês que apoiam o Conselho de Administração e discutem periodicamente as principais questões estratégicas relacionadas ao negócio, contribuindo para o fortalecimento das boas práticas de governança corporativa e de gestão. São eles:

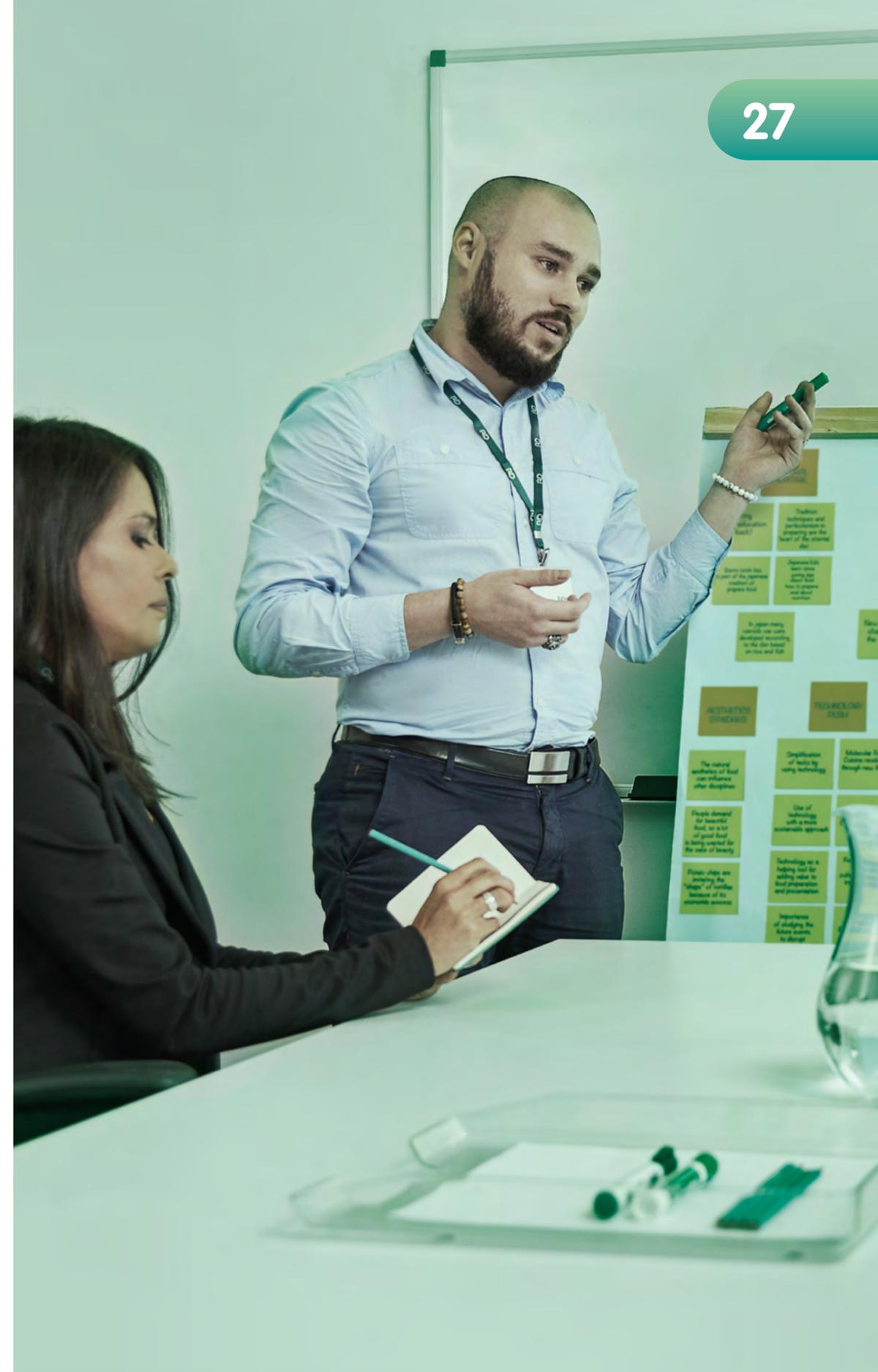
### Comitê de Expansão

Auxilia o Conselho no planejamento do crescimento da companhia; avalia e recomenda eventuais fusões e aquisições; suporta a administração na análise e na

contratação de novos pontos comerciais; e acompanha e fiscaliza o cumprimento do planejamento aprovado.

### Comitê Estratégico

Desenvolve e propõe ao Conselho as políticas relativas à estratégia empresarial e ao aprimoramento das operações; formula recomendações ao Conselho e acompanha a implementação de políticas, estratégias e ações que visem ao incremento da competitividade da empresa; acompanha e reporta ao Conselho de Administração o



# Comitês de Apoio à Gestão

GRI 102-22

desenvolvimento das Diretrizes Estratégicas aprovadas.

## Comitê de Pessoas

Alinha projetos e processos relativos a pessoas e à visão estratégica da empresa; discute e propõe políticas de remuneração e incentivos para colaboradores e administradores, bem como plano de remuneração em ações para os administradores; propõe critérios de avaliação de desempenho e competências para os colaboradores e administradores; formula e acompanha indicadores de

desempenho, produtividade e gestão da empresa; e acompanha o plano de sucessão da organização.

## Comitê de Finanças e Riscos

Acompanha o cumprimento do orçamento e dos resultados; auxilia o Conselho na análise da conjuntura econômica brasileira e mundial e de seus potenciais reflexos na posição financeira da empresa; examina, discute e formula recomendações ao Conselho quanto à política financeira proposta pela diretoria; propõe mecanismos de operacionalizações

relacionados à gestão de riscos e à coerência das políticas financeiras com as diretrizes estratégicas e o perfil de risco do negócio; avalia e submete ao Conselho de Administração transações com partes relacionadas; avalia o desempenho e aprova anualmente a contratação do auditor independente; revê as demonstrações financeiras e demais informações a serem passadas ao mercado; e supervisiona todos os aspectos dos sistemas internos de controle e governança corporativa em nome do Conselho de Administração.

# Novos comitês norteiam o direcionamento estratégico da RD

**Em reunião do Conselho de Administração realizada em 29/4/2019, foi decidido pela alteração da composição dos Comitês de Apoio à Gestão e criação de dois novos Comitês: o de Estratégias Digitais e o de Sustentabilidade. As atribuições dos novos Comitês estão alinhadas aos novos caminhos da companhia:**

### **Comitê de Estratégias Digitais**

Desenvolve e propõe ao Conselho de Administração estratégias relativas à

transformação digital e a transformação de uma empresa focada no consumidor; acompanha a implantação do modelo operacional, considerando diretrizes de tecnologia, *data analytics*, empresa ágil, *customer insight*; acompanha o modelo de Governança e gestão da transformação, considerando processos, pessoas e cultura de inovação; e desenvolve e propõe indicadores de sucesso para acompanhamento da nova estratégia.

### **Comitê de Sustentabilidade**

Desenvolve e propõe ao Conselho de

Administração diretrizes e compromissos relativos ao desenvolvimento sustentável da companhia e suas controladas, considerando riscos e oportunidades para criação de valor para sociedade; discute e acompanha a elaboração e aplicação de programas e ações socioambientais de curto, médio e longo prazos, assim como impactos gerados; e desenvolve e propõe ao Conselho de Administração metas de sustentabilidade para a remuneração variável da Diretoria Executiva.

## Boas Práticas

**Mantemos diversos dispositivos que visam assegurar as melhores práticas de gestão.**

### **Governança, Riscos e Compliance**

A Gerência de Governança, Riscos e *Compliance* (GRC) atua nos diferentes níveis da Companhia, abrangendo o Conselho de Administração, os seus comitês de assessoramento, a Diretoria, a Gestão e todos os seus profissionais. Há uma agenda de reporte periódico diretamente à diretoria executiva da RD. Recentemente, a Companhia buscou apoio de uma consultoria externa para auxiliá-la na estruturação de matrizes de riscos corporativos e de mercado, assim como no modelo e gestão destes riscos. **GRI 102-15**

### **Política de Riscos Corporativos**

A Política de Riscos Corporativos da RD adota controles para gerenciamento de riscos estratégicos, operacionais, regulatórios e de *compliance*. Os fatores de risco são avaliados constantemente pela Diretoria Executiva e pelo Comitê de Finanças e reportados ao Conselho periodicamente. **GRI 102-15**

### **Remuneração variável**

O Conselho de Administração e o presidente avaliam os diretores anualmente. O programa de remuneração variável da Diretoria Executiva é baseado no alcance de metas globais pactuadas

com o Conselho de Administração, em metas individuais, acordadas entre os diretores e o presidente e, na avaliação individual dos executivos. Essa política de remuneração, com base em ações restritas, tem por objetivo alinhar os administradores com os acionistas, assegurar que todas as ações e decisões da gestão se pautem na visão de longo prazo – um dos nossos valores fundamentais – e assegurar a retenção dos executivos. Em 2019, vamos desenvolver e propor ao Conselho de Administração metas de sustentabilidade para a remuneração variável da Diretoria Executiva. **GRI 102-35** **GRI 102-36**

## Outros importantes destaques de 2018

### A Melhor equipe de Relações com Investidores

A *Institutional Investor*, uma das principais publicações do setor financeiro internacional, reconheceu o nosso time de Relações com Investidores como o melhor do segmento varejista em 2018. A pesquisa coletou as opiniões de 595 gerentes de carteira e analistas de compra e 329 analistas de venda, que também posicionaram a RD em 2º lugar como Melhor Programa de RI e Melhor Dia do Analista (RD Day). Nosso Diretor de Relações com Investidores também foi escolhido Melhor Profissional de RI de varejo do ano.

### Transparência nos negócios

A Associação Nacional dos Executivos de Finanças, Administração e Contabilidade (Anefac) concedeu à RD o Troféu Transparência 2018. O prêmio busca valorizar as empresas mais confiáveis em suas demonstrações financeiras. É a segunda vez que a RD recebe a premiação, que considerou o exercício de 2017.

### Empresa Notável

A RD foi destaque na categoria Varejo Farmácias do prêmio Empresas Notáveis, desenvolvido pelo Centro de Inteligência Padrão (CIP) em parceria com a revista

*Consumidor Moderno*. A indicação se baseou em estudos coordenados por consultorias principais de empresas de 26 segmentos da economia brasileira em 2017 para selecionar as que atingiram desempenho mais consistente e equilibrado em três indicadores: *branding* (desenvolvimento de marca), investimentos e valor.

# Nossa estratégia



← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL

# O que nos move

Cliente no centro do negócio, transformação digital, liderança e talentos, e sustentabilidade são bases de nosso planejamento estratégico para os próximos 5 anos.

Almejamos um novo patamar de relacionamento com o cliente, mais integrado, colocando-o no centro das decisões da empresa e utilizando a tecnologia como ferramenta para melhorar sua experiência com a RD. Queremos ouvir com mais frequência o consumidor e entendê-lo mais profundamente, para contribuir com sua saúde e bem-estar e tomar decisões fundamentadas em seu comportamento.



## O que nos move

Vivemos em mundo que muda de maneira cada vez mais veloz e estamos no início do processo de transformação digital. Nossa visão é de que a forma de interação com nossos clientes será cada vez mais digital.

A tecnologia ganha mais força no negócio, para melhorar o que chamamos de “jornada do cliente” e sua fidelização. Nessa jornada multicanal (ou *omnichannel*), buscamos uma relação mais integrada com o cliente, independentemente do canal de vendas escolhido, usando as ferramentas digitais também para relacionamento com o consumidor, dentro e fora das lojas.



## O que nos move

Buscamos crescer as vendas *on-line* (*site* ou *televendas*), aumentar a facilidade do *delivery* e do serviço de compra e retirada, além de integrar os ambientes loja física e virtual, melhorar a qualidade dos aplicativos e a experiência de compra dentro da loja também por meio do digital.

Definimos como meta atingirmos, ao final de 2019, o total de 2 milhões de clientes multicanais, contra 400 mil ao final de 2018. E uma vez que a entrega de vizinhança e o Compre & Retire são as principais portas de entrada desse cliente multicanal, nós investiremos de forma relevante para impulsionar esses serviços.

A transformação digital exige a mudança de modelo mental – de loja/produto para companhia/cliente – e, também, de cultura para compreender como o negócio é gerido no dia a dia. O modelo hierárquico dá espaço para um modelo mais horizontal, de escuta maior ao cliente, de colaboração e de mudanças com base no “*test and learn*” – de resposta rápida ao consumidor com atualizações de melhoria contínua (*confira box sobre os squads na página a seguir*).

Outra mudança importante é nosso olhar de combate a doenças para o cuidado à saúde, trabalhando de forma mais preventiva e oferecendo leque de serviços nessa linha.

Essas novas estratégias estão ancoradas no desenvolvimento de nossos líderes. Desde a fusão, implementamos diversos programas que nos permitiram acelerar nosso ritmo de expansão anual para 240 aberturas de lojas. E, agora para dar suporte à experiência digital centrada no consumidor, criamos uma Proposta de Valor ao Empregado (*Employee Value Proposition* ou EVP em inglês), que tem como objetivo transformar nossa cultura e construir novas competências. Queremos tornar a organização mais fluida, com comunicação mais horizontal e equipes ágeis, multidisciplinares e interdependentes, impulsionando a nossa inovação.

## O que nos move

Outro pilar de nosso planejamento é avançar a agenda de sustentabilidade na companhia, para que possa ser efetivamente integrada ao cotidiano das operações. Em 2018, implementamos uma nova estrutura para a governança e para a gestão das ações de sustentabilidade. Foi criada uma diretoria específica, sob a vice-presidência de Gente, Cultura e Sustentabilidade. Até 2017 o tema era conduzido por comitês temáticos e as diretrizes de sustentabilidade eram incluídas na

agenda estratégica diretamente pelos executivos líderes das áreas responsáveis. No novo modelo, o pilar de sustentabilidade passa a ter uma liderança responsável por agregar e fomentar as ações, ampliando a capacidade de articulação e a profundidade da abordagem, com uma área dedicada exclusivamente ao tema. A nova estrutura irá, também, apoiar as lideranças internas a aperfeiçoar ainda mais o trabalho já realizado, fortalecendo a conexão com o negócio.

### **Squad, estratégia para organizações mais ágeis**

Iniciamos, em dezembro de 2018, uma revolução do ponto de vista organizacional, montando *squads* – equipes com até 10 pessoas de diversas áreas (como TI, Marketing, *Supply Chain*, lojas) focados numa missão: pensar produtos e serviços inovadores para melhorar a vida do cliente. Baseados na metodologia Agile, o ponto-chave de uma *squad* é a autonomia. Sua atuação é colaborativa, não hierárquica e suas metas são revisadas a cada três meses. A RD está com quatro *squads* atualmente e pretende implantar outras 13. Produtos e ganhos começam a aparecer de forma mais ágil, como indica o próprio nome da metodologia. As *squads* trabalham no modelo testar e aprender, considerando que o produto só poderá evoluir, e a empresa, inovar, se a equipe estiver disposta a encarar erros e transformá-los em aprendizados.

# Diretrizes de Sustentabilidade



← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL

## Cuidando da saúde das pessoas, do negócio e do planeta

GRI 103-1

GRI 103-2

GRI 103-3

### Planejamento estratégico reforça compromisso com a sustentabilidade

O nosso novo planejamento estratégico, lançado em outubro de 2018, aprofundou o olhar sobre a agenda de sustentabilidade. O documento incorporou um pilar específico sobre o tema ao modelo de negócio. O pilar está relacionado diretamente com a implantação da estratégia.

Consolidada em 2016, a nossa abordagem de sustentabilidade foi estabelecida em conexão

ao propósito da RD de “Cuidar de perto da saúde e do bem-estar das pessoas em todos os momentos da vida”. Para colocar em prática essa premissa, definimos, por meio de um processo de materialidade, também realizado em 2016, três eixos de atuação – Cuidar das pessoas, do negócio e do planeta – e nove diretrizes, que passaram a guiar a tomada de decisão e nossos planos de ação.

GRI 102-46

GRI 102-47

No processo de planejamento, realizado em 2018, as diretrizes que compunham os eixos foram revisadas e uma nova diretriz,

relacionada à privacidade de dados e segurança da informação foi incorporada ao eixo “Para cuidar da saúde do negócio”, ampliando para dez o número de diretrizes que compõe a Agenda de Sustentabilidade.

GRI 102-48

GRI 102-49

Para saber mais sobre o processo de definição de nossa visão e da agenda de sustentabilidade, acesse nossos **Relatórios Anuais** anteriores, edições 2016 e 2017, no endereço: [www.rd.com.br/acompanhia/sustentabilidade](http://www.rd.com.br/acompanhia/sustentabilidade)

GRI 102-46

GRI 102-47

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

## Três eixos organizados em dez diretrizes estruturam a agenda de sustentabilidade da RD:

### PARA CUIDAR DA SAÚDE DAS PESSOAS:

**Diretriz #1** – Estimulamos a qualidade de vida de nossos funcionários e proporcionamos um ambiente de trabalho que promove a equidade e a diversidade.

**Diretriz #2** – Promovemos a saúde e o bem-estar dos nossos clientes, incentivando hábitos de vida saudáveis, facilitando o acesso a produtos e serviços e acompanhando, de perto, o cuidado com a saúde.

**Diretriz #3** – Engajamos a comunidade através da promoção da cultura de doação e do voluntariado.



## Três eixos organizados em dez diretrizes estruturam a agenda de sustentabilidade da RD:

### PARA CUIDAR DA SAÚDE DO NEGÓCIO:

**Diretriz #4** – Encorajamos o diálogo e geramos valor de longo prazo para nossos *stakeholders*.

**Diretriz #5** – Protegemos os dados dos nossos Clientes.

**Diretriz #6** – Trabalhamos com fornecedores e prestadores de serviços alinhados aos nossos valores.

**Diretriz #7** – Promovemos o desenvolvimento profissional e pessoal de nossos funcionários, formando líderes continuamente.



[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

### Três eixos organizados em dez diretrizes estruturam a agenda de sustentabilidade da RD:

#### PARA CUIDAR DA SAÚDE DO PLANETA:

**Diretriz #8** – Buscamos reduzir os resíduos gerados pelo nosso negócio e viabilizamos sua destinação adequada.

**Diretriz #9** – Minimizamos o uso de recursos naturais e zelamos pelo impacto da obra em nossos projetos de loja, CDs e escritórios.

**Diretriz #10** – Trabalhamos para reduzir o impacto social e ambiental do nosso processo de distribuição.

Ao longo deste capítulo apresentaremos os principais destaques de cada eixo, em 2018.



## Diretrizes prioritárias em 2019

Foram definidas, também, quatro prioridades para 2019:

**#1 Estimulamos a qualidade de vida de nossos funcionários** e proporcionamos um ambiente de trabalho que promove a **equidade e a diversidade**.

**#2 Promovemos a saúde e o bem-estar dos nossos clientes**, incentivando hábitos de vida saudáveis, facilitando o acesso a produtos e serviços e acompanhando, de perto, o cuidado com a saúde.

**#3 Engajamos a comunidade** através da promoção da cultura de doação e do voluntariado.

**#8 Buscamos reduzir os resíduos gerados pelo nosso negócio** e viabilizamos sua destinação adequada.

As diretrizes **#1** e **#2** reforçam as bases do nosso negócio, que tem como ponto central promover a saúde das pessoas, e por isso são essenciais para construir uma visão de sustentabilidade robusta e integrada à da estratégia da Companhia.

Assumimos também como meta prioritária o gerenciamento de resíduos por entender que nosso papel de liderança no varejo farmacêutico brasileiro nos traz, ao mesmo tempo, a responsabilidade

e a oportunidade de introduzir uma nova abordagem para esse tema, tão relevante e desafiante, e que influencie todo o setor.

Por último, priorizamos também as diretrizes de engajamento comunitário, por entender que por trás das nossas mais de 1.500 lojas, 20 mil funcionários e 30 milhões de clientes, reside uma grande oportunidade para engajar e mudar o comportamento das pessoas que fazem parte do nosso ecossistema.

# Cuidando da saúde das pessoas, do negócio e do planeta

## Sustentabilidade em tempo integral

Em 2018, implementamos uma nova estrutura para a governança e para a gestão das ações de sustentabilidade na companhia. Foi criada uma diretoria específica, sob a vice-presidência de Gente, Cultura e Sustentabilidade. Até 2017 o tema era conduzido por comitês temáticos e as diretrizes de sustentabilidade eram incluídas na agenda estratégica diretamente pelos executivos líderes das áreas responsáveis.

No novo modelo, o pilar de sustentabilidade passa a ter uma liderança responsável por agregar e fomentar as ações, ampliando a capacidade de articulação e a profundidade

da abordagem, com uma área dedicada exclusivamente ao tema. A nova estrutura também irá apoiar as lideranças internas a aperfeiçoar ainda mais o trabalho já realizado, fortalecendo a conexão com o negócio. Para a RD, sustentabilidade deve ser parte da estratégia, e necessita de *expertise* e de conhecimentos específicos para que possa ser efetivamente integrada ao cotidiano das operações.

Conforme descrito no capítulo “Governança Corporativa”, também criamos um Comitê de Sustentabilidade, para fortalecer a análise e a inclusão de temas críticos e de

impactos socioambientais nos processos de decisão. O Comitê fica responsável por definir prioridades, mapear tendências e acompanhar o desempenho da Companhia, garantindo a implantação da Agenda de Sustentabilidade.

Tem como compromisso, também, a proposição de metas de sustentabilidade para a remuneração variável da Diretoria Executiva, que tem ocorrido desde 2017. As metas são compartilhadas entre diferentes áreas, pois trabalham questões complexas, tais como a gestão de fornecedores e o desenvolvimento de um plano integrado de gestão de resíduos. **GRI 102-36**

# Cuidando da saúde das pessoas, do negócio e do planeta

Em 2019, é objetivo da nova estrutura definir nossa Visão de Sustentabilidade para 2030, atualizar a materialidade e firmar novos compromissos e metas atrelados aos objetivos do planejamento estratégico, para o médio e o longo prazos.

**Saiba mais sobre o Comitê de Sustentabilidade no capítulo "Governança"**

### **Transformação digital com propósito**

A combinação dos três pilares identificados no planejamento estratégico (sustentabilidade,

cliente no centro do negócio e transformação digital) para criação de uma nova cultura organizacional da Companhia é uma grande aliada para catalisar a implementação da nova agenda de sustentabilidade.

A passagem do contexto analógico para o digital apresenta desafios e oportunidades que atingem todos os setores e organizações. Soluções digitais para processos internos podem trazer impactos positivos como a diminuição da geração de documentos em papel, redução de deslocamentos das pessoas para treinamento, ampliação de engajamento em programas de sustentabilidade através de

novas formatos de comunicação, algoritmos cada vez mais sofisticados para otimização da operação, entre outros.

Por outro lado, as soluções digitais para promoção e prevenção de saúde são grandes oportunidades para atender demandas ainda não atendidas, para atender novas demandas ainda não identificadas, ou mesmo para tornar as soluções existentes mais acessíveis trazendo novos grupos de consumidores para o negócio.

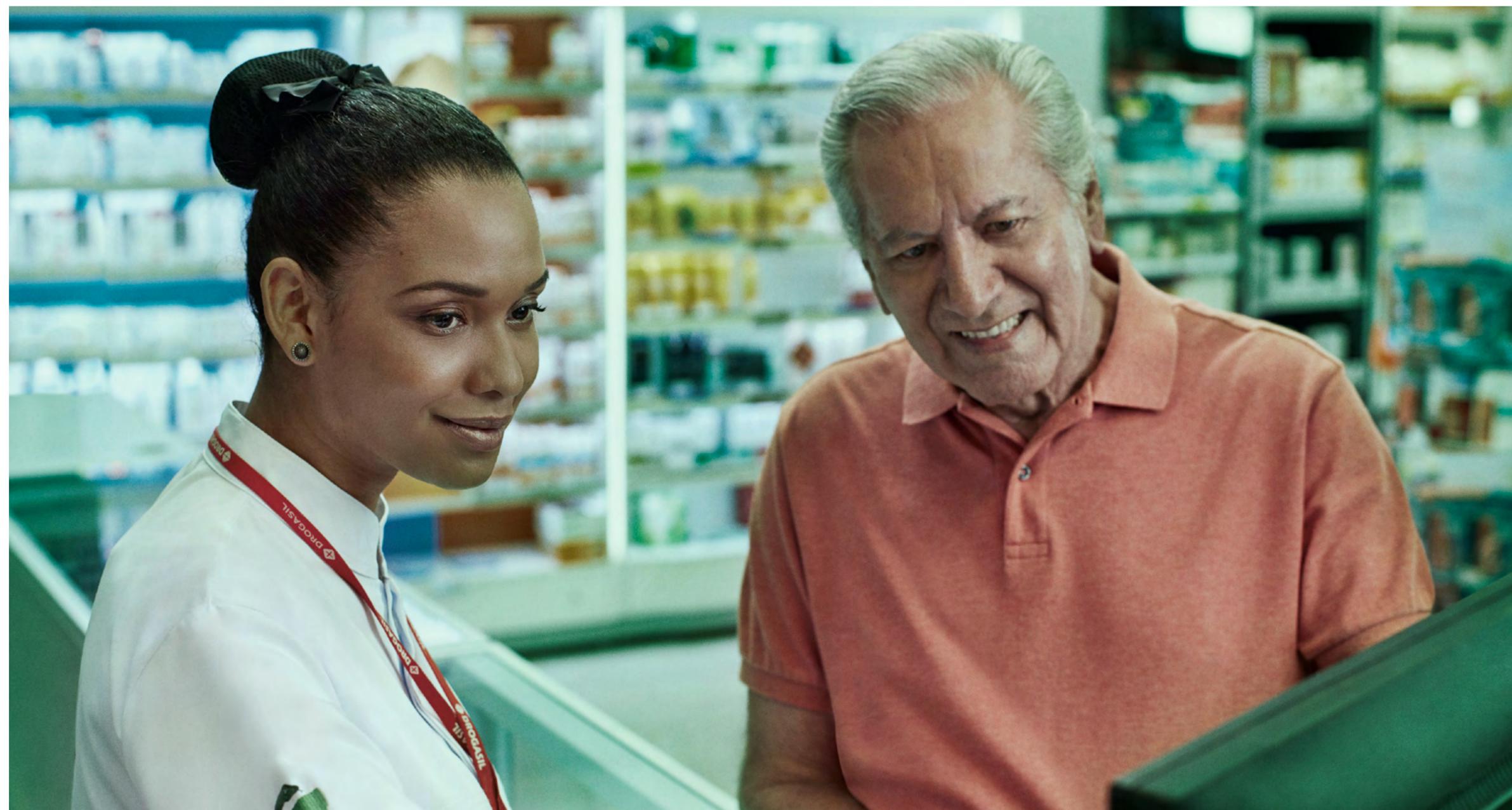
Sustentabilidade, transformação digital e foco no consumidor passam a ser um tripé indissociável para a RD.

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

# Cuidando da saúde das pessoas, do negócio e do planeta

Os formatos digitais poderão, também, nos aproximar ainda mais das comunidades em que atuamos, e facilitar a construção de soluções inovadoras que potencializam iniciativas sociais, ajudando a construir novas parcerias, fortalecendo o nosso ecossistema.

Ao longo deste capítulo serão descritos exemplos de ações e programas que fazem parte da agenda de sustentabilidade e que já utilizam recursos digitais.



[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando das pessoas

# Saúde no centro do negócio

Promover a saúde, o bem-estar e a qualidade de vida em nossas relações é um elemento central de nossa Essência. É dessa maneira que ampliamos nosso potencial de gerar impactos positivos por meio do nosso negócio, criando valor em aspectos que vão além dos resultados financeiros. O eixo “Cuidando das pessoas” representa, portanto, um papel fundamental para nossa abordagem de sustentabilidade.

Em 2018, a revisão do planejamento estratégico fortaleceu ainda mais o nosso compromisso com a saúde das

pessoas, ao definir como prioritárias para 2019, as três diretrizes que compõem esse eixo. Essas diretrizes trazem para o centro de nossa estratégia os nossos funcionários, os nossos clientes e as comunidades nas quais atuamos. Por meio de programas e ações estruturados traduzimos nosso compromisso com cada um desses públicos, para o dia a dia do negócio.

Apresentaremos, a seguir, as principais ações e resultados relacionados ao eixo “Cuidando das pessoas”.



[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando das pessoas

## Saúde no centro do negócio

**As diretrizes que compõe o eixo “Cuidando das pessoas” serão prioritárias em nosso planejamento estratégico:**

**Diretriz #1** – Estimulamos a qualidade de vida de nossos funcionários e proporcionamos um ambiente de trabalho que promove a equidade e a diversidade.

**Diretriz #2** – Promovemos a saúde e o bem-estar dos nossos clientes, incentivando hábitos de vida saudáveis, facilitando o acesso a produtos e serviços e acompanhando, de perto, o cuidado com a saúde.

**Diretriz #3** – Engajamos a comunidade através da promoção da cultura de doação e do voluntariado.

### **Novo mundo: evolução do relacionamento com nossos funcionários**

Tendo como ponto de partida os novos direcionadores de negócio, definidos no nosso planejamento estratégico, atualizamos nossa abordagem de gestão de pessoas. O objetivo, para os próximos três a cinco anos, será colocar em prática uma nova proposta de geração de valor para os funcionários. O ciclo iniciado adota uma visão orgânica de desenvolvimento, mirando a construção de um ambiente de colaboração, cada vez mais horizontal e inclusivo.

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando das pessoas

# Saúde no centro do negócio

Nesse contexto, duas questões serão centrais no desenvolvimento das ações: a evolução da cultura interna e a incorporação das mudanças advindas da transformação digital e da disrupção. A proposta inclui aspectos que vão além da digitalização, mas que serão cada vez mais relevantes no mercado de trabalho contemporâneo.

Dentre os temas considerados estratégicos para a adaptação da empresa no período, destaca-se a composição multigeracional da

força de trabalho, com o convívio de diversas faixas etárias no ambiente profissional, por exemplo.

A nova abordagem estará centrada em três grandes frentes: a evolução da comunicação, que passa do modelo analógico para o digital; em novas metodologias de gestão de talentos, para construir as lideranças do futuro; e na ressignificação dos modelos de mentoria, fomentando a troca de saberes entre as gerações.

As estratégias buscam fortalecer uma cultura interna de aprendizado e de construção coletiva de conhecimentos, que favorece a inovação e a capacidade de adaptação.

O objetivo das iniciativas é alimentar um ambiente de aprendizado constante, adaptado às mudanças frenéticas dos mercados e da sociedade atuais.

A figura, a seguir, define nossa **nova Proposta de Geração de valor** para nossos funcionários.

← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL

## EMPLOYEE VALUE PROPOSITION



## +FUTURO - ROTEIRO DA SUSTENTABILIDADE

### PARA CUIDAR DA SAÚDE DAS PESSOAS

**Diretriz #1** - Estimulamos a qualidade de vida de nossos funcionários e proporcionamos um ambiente de trabalho que promove a equidade e a diversidade.

**Diretriz #2** - Promovemos a saúde e o bem-estar dos nossos clientes, incentivando hábitos de vida saudáveis, facilitando o acesso a produtos e serviços e acompanhando, de perto, o cuidado com a saúde.

**Diretriz #3** - Engajamos a comunidade através da promoção da cultura de doação e do voluntariado.

### PARA CUIDAR DA SAÚDE DO NEGÓCIO

**Diretriz #4** - Encorajamos o diálogo e geramos valor de longo prazo para nossos stakeholders.

**Diretriz #5** - Protegemos os dados dos nossos Clientes.

**Diretriz #6** - Trabalhamos com fornecedores e prestadores de serviços alinhados aos nossos valores.

**Diretriz #7** - Promovemos o desenvolvimento profissional e pessoal de nossos funcionários, formando líderes continuamente.

### PARA CUIDAR DA SAÚDE DO PLANETA

**Diretriz #8** - Buscamos reduzir os resíduos gerados pelo nosso negócio e viabilizamos sua destinação adequada.

**Diretriz #9** - Minimizamos o uso de recursos naturais e zelamos pelo impacto da obra em nossos projetos de loja, CDs e escritórios.

**Diretriz #10** - Trabalhamos para reduzir o impacto social e ambiental do nosso processo de distribuição.

### COMO?

- A - Cliente no centro do negócio
- B - Transformação digital
- C - Liderança e talentos
- D - Sustentabilidade

← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL

Cuidando das pessoas

# Saúde no centro do negócio

## Cultura Viva

Com o objetivo de fortalecer nossa cultura, lançamos em 2018, o plano “Cultura Viva”. O projeto está organizado em quatro pilares, nos quais tivemos ações relevantes, durante o ano. Para atender ao primeiro pilar, intitulado “Integração e aculturação”, revisamos e atualizamos o processo de integração de novos funcionários. Já o segundo, que coloca nossos “Líderes como embaixadores de Cultura”, trouxe a presença de diretores e gerentes aos treinamentos

de liderança para gerentes de lojas e coordenadores da matriz. A proposta é reforçar o tema Cultura nos encontros.

No terceiro pilar, “Comunicação e Capacitação Constantes”, implantamos o projeto Trilhas Essenciais de Cultura, no Portal do Saber, nossa plataforma de treinamento on-line. Implementamos, no mesmo pilar, as Pílulas de Cultura, que são *drops* de informação sobre o tema, enviadas a cada 15 dias.

Por fim, no pilar, “Símbolos, Eventos e Programas”, realizamos o RD em Família, em nossa matriz, em São Paulo. Promovemos um dia no qual os filhos dos nossos funcionários puderam conhecer o local de trabalho dos pais e participar de várias ações de recreação. Reforçamos, também, nesse pilar, o programa Cuidar+ dos nossos funcionários (que será descrito, em detalhes, a seguir); e o programa Cuidar de Perto, que leva os embaixadores da Cultura às inaugurações de lojas em São Paulo.

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando das pessoas

# Saúde no centro do negócio

**DIRETRIZ #1 ESTIMULAMOS A QUALIDADE DE VIDA DE NOSSOS FUNCIONÁRIOS E PROPORCIONAMOS UM AMBIENTE DE TRABALHO QUE PROMOVE A EQUIDADE E A DIVERSIDADE.**

Se o foco de nosso negócio é cuidar das pessoas e promover a saúde integral de nossos clientes, o trabalho deve começar dentro de casa. Por isso, estimular a saúde e o bem-estar de nossos funcionários é prioridade em nossa abordagem de sustentabilidade. Essa coerência é fundamental para o equilíbrio da empresa e para o sucesso dos negócios.

Para atingir este objetivo atuamos em diferentes frentes, que incluem desde o aperfeiçoamento constante da gestão e das relações de trabalho até o combate a doenças crônicas, com estímulo à alimentação saudável e à prática de atividades físicas.

Seguindo as diretrizes do novo planejamento estratégico, colocaremos em prática, também, uma nova proposta de geração de valor para os nossos funcionários, que vem reforçar a cultura e o engajamento, como descrito acima. Queremos ser a melhor proposta de valor para os profissionais que desejam atuar no varejo, no Brasil.

### **Cuidar+**

A Plataforma Cuidar+ é uma estratégia ampla que reúne ações e programas que tem como objetivo promover a saúde dos nossos clientes, colaboradores e da população brasileira em geral. Essa iniciativa abraça nossas três diretrizes de sustentabilidade que compõe o eixo “Cuidar das pessoas”, de formas diferentes.

Os destaques dessas iniciativas em 2018 serão abordados ao longo deste capítulo, nas seções que abordam as respectivas diretrizes.

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando das pessoas

# Saúde no centro do negócio

## **Programa Cuidar+ dos nossos funcionários**

Nosso objetivo, como plataforma de saúde, é oferecer caminhos e oportunidades para que nossos funcionários se cuidem cada vez mais e tenham uma qualidade de vida também cada vez melhor. Em 2018, foram prioridades, no cuidado com a saúde dos funcionários, o estímulo à prática de atividades físicas e a adoção de hábitos saudáveis, por meio de planos personalizados.

O Cuidar+ dos nossos funcionários apresenta uma visão integrada de saúde e começa com a avaliação dos participantes.

Ao inscrever-se para o programa, os funcionários respondem a um questionário que ajuda a mapear os hábitos individuais. Em seguida, são enviados por e-mail os planos personalizados de acordo com o perfil levantado. Para ajudar a colocar em prática o plano de mudança de hábitos, os funcionários podem utilizar o aplicativo Ticket FIT, por meio do qual recebem orientações de especialistas e podem compartilhar sua experiência com os demais participantes.

Outra frente do projeto buscou saber como os funcionários estão se cuidando. Um

dos grandes desafios enfrentados pelo programa, apesar das ações desenvolvidas, está justamente na mudança de hábitos individuais. Manter a constância das ações e dos investimentos nos projetos, e buscar cada vez mais formas de facilitar a adoção dos novos hábitos é a receita adotada pela RD para fortalecer os objetivos de promover o bem-estar integral de nossos funcionários.

Outro desafio é integrar a proposta do programa à rotina interna de trabalho. Com esse olhar, promovemos reformas nos restaurantes, incluindo ofertas cada

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando das pessoas

# Saúde no centro do negócio

vez mais saudáveis. Em 2018, unificamos os serviços dos refeitórios próprios, melhorando o padrão de produtos, com a oferta de fruta no desjejum, arroz integral e prato saudável, com produtos do serviço da horta. Possuímos dez refeitórios que em 2018 serviram em média 127 mil refeições por mês, incluindo café da manhã, almoço, jantar e ceia.

Ampliamos, também, a disposição de frutas em nossos carrinhos de lanche, que servem os funcionários em nossa sede administrativa. Foi construída,

ainda, em nossa matriz, em São Paulo, uma alameda com serviços de conveniência, tais como cabeleireiro, massagens e até uma feira orgânica.

Uma meta importante para 2019 será iniciar projetos que promovam a saúde emocional dos funcionários. Atualmente, doenças como a depressão, a ansiedade, a síndrome de *burnout* e o pânico são algumas das mais importantes causas de afastamento do trabalho, não só no Brasil, mas em grande parte do mundo.

Uma visão de saúde integral envolve não apenas o bem-estar físico do indivíduo, mas inclui as dimensões mental, emocional, espiritual e até da saúde do planeta.

O objetivo maior será criar um ambiente seguro, para que possamos atuar e fornecer ajuda a quem precise.

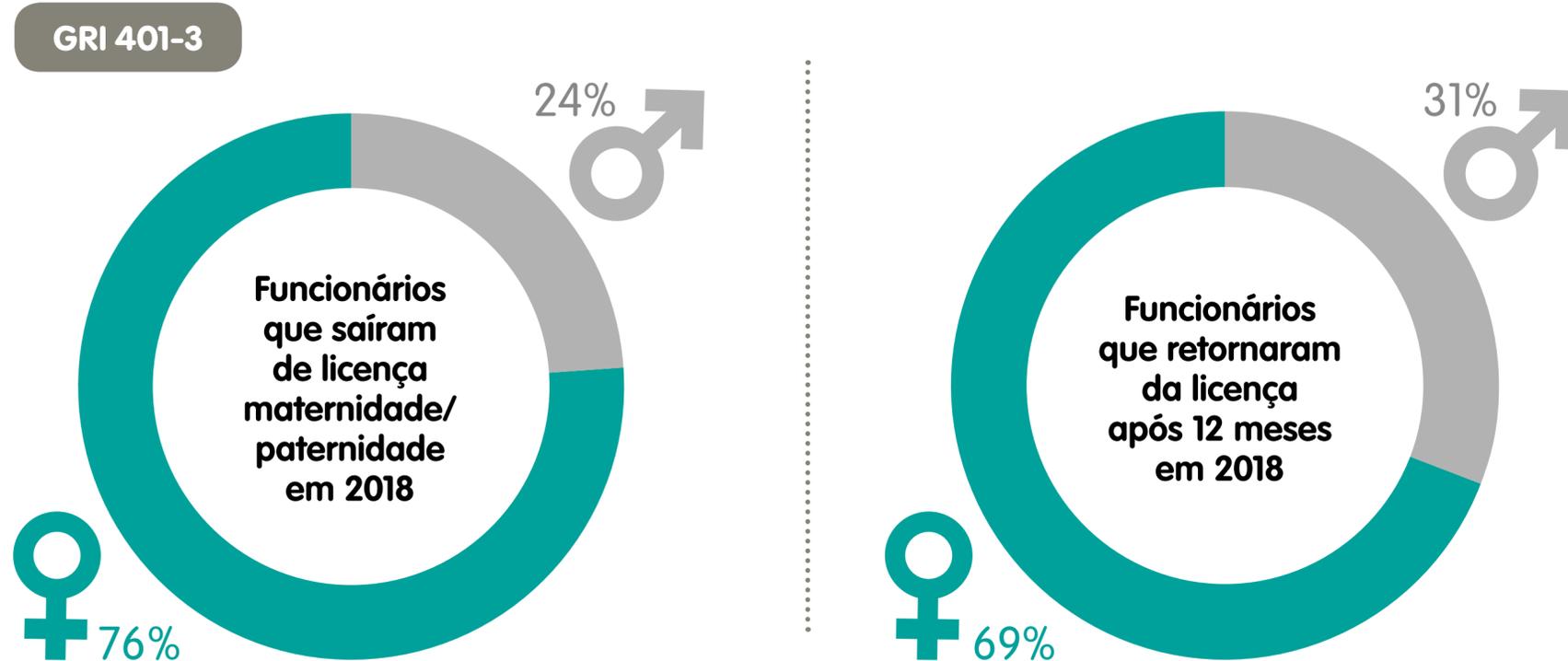
Além dessas iniciativas, outros benefícios também são oferecidos aos funcionários como plano de saúde e odontológico, seguro de vida. **GRI 401-2**

← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL

## Cuidando das pessoas

# Saúde no centro do negócio

Com relação à **licença-maternidade e paternidade**, em 2018 registramos uma taxa de retenção após 12 meses de retorno ao trabalho de 83% nos homens e 57% nas mulheres.



### Juntos em todas as horas

O Núcleo de Apoio ao Funcionário (NAF) foi criado para atender nossos colaboradores nos momentos em que enfrentam situações de crise ou de fragilidade. O objetivo é apoiá-los e às suas famílias em questões difíceis, tais como doenças graves, acidentes, falecimentos, assaltos, dificuldade social ou financeira e agressões física, verbal, psicológica ou sexual. Em 2018, nossas assistentes sociais realizaram 174 atendimentos.

Oferecemos, ainda, orientação financeira ou jurídica (exceto trabalhista) aos nossos funcionários e seus dependentes, de maneira

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando das pessoas

# Saúde no centro do negócio

sigilosa, por telefônico. O atendimento é realizado com apoio de empresa externa parceira. Foram realizadas 82 consultas por meio do canal, em 2018.

## **Diversidade e inclusão no ecossistema da RD**

Além dos valores éticos e humanos do respeito às diferenças, em nossa visão, promover a diversidade em nossa força de trabalho fortalece o nosso negócio.

Ao garantir que tenhamos, dentro de casa, representantes dos diversos grupos que compõe as comunidades em que estamos

presentes, acreditamos que poderemos identificar, com mais assertividade, questões relevantes para estes públicos. Assim, poderemos aperfeiçoar cada vez mais nosso atendimento, nossos produtos e nossos serviços.

Para atingir esse objetivo desenvolvemos projetos específicos, tais como o Programa Lado a Lado, que atua na inclusão de pessoas com deficiência, com atenção especial aos portadores de Síndrome de Down. Investimos, também, na construção de relações de trabalho baseadas no diálogo,

na busca pela equidade de oportunidades e na valorização da diversidade, em todas as suas formas.

Ainda, nossa força de trabalho é composta por 63% de mulheres, por isso, a questão de gênero é importante em nossa abordagem de diversidade e garantia de equidade. Na busca por equilíbrio, nossas lideranças das lojas já são majoritariamente femininas. No entanto, apesar do avanço dos últimos anos nos cargos de liderança executiva, ainda vivemos o desafio de ampliar o número de mulheres na alta administração.

← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL

GRI 405-1

| Gênero                       | 2016   |          |       | 2017   |          |       | 2018   |          |       |
|------------------------------|--------|----------|-------|--------|----------|-------|--------|----------|-------|
|                              | Homens | Mulheres | Total | Homens | Mulheres | Total | Homens | Mulheres | Total |
| Liderança executiva          | 85%    | 15%      | 100%  | 81%    | 19%      | 100%  | 78%    | 22%      | 100%  |
| Liderança                    | 40%    | 60%      | 100%  | 39%    | 61%      | 100%  | 37%    | 63%      | 100%  |
| Administrativa e operacional | 35%    | 65%      | 100%  | 37%    | 63%      | 100%  | 37%    | 63%      | 100%  |

| Pretos e Pardos (%) <sup>1</sup> | 2016   |          |       | 2017   |          |       | 2018   |          |       |
|----------------------------------|--------|----------|-------|--------|----------|-------|--------|----------|-------|
|                                  | Homens | Mulheres | Total | Homens | Mulheres | Total | Homens | Mulheres | Total |
| Liderança executiva              | 24%    | 0%       | 24%   | 17%    | 0%       | 17%   | 17%    | 0%       | 17%   |
| Liderança                        | 18%    | 28%      | 46%   | 17%    | 30%      | 47%   | 17%    | 30%      | 47%   |
| Administrativa e operacional     | 19%    | 35%      | 54%   | 19%    | 33%      | 53%   | 21%    | 34%      | 55%   |

<sup>1</sup> Conforme nomenclatura utilizada pelo IBGE.

| Faixa etária (%)                    | 2016              |                    |                  | 2017              |                    |                  | 2018              |                    |                  |
|-------------------------------------|-------------------|--------------------|------------------|-------------------|--------------------|------------------|-------------------|--------------------|------------------|
|                                     | Abaixo de 30 anos | Entre 30 e 50 anos | Acima de 50 anos | Abaixo de 30 anos | Entre 30 e 50 anos | Acima de 50 anos | Abaixo de 30 anos | Entre 30 e 50 anos | Acima de 50 anos |
| <b>Liderança executiva</b>          | <b>0%</b>         | <b>71%</b>         | <b>29%</b>       | <b>0%</b>         | <b>75%</b>         | <b>25%</b>       | <b>0%</b>         | <b>80%</b>         | <b>20%</b>       |
| Homem                               | 0%                | 62%                | 24%              | 0%                | 61%                | 19%              | 0%                | 63%                | 15%              |
| Mulher                              | 0%                | 9%                 | 6%               | 0%                | 14%                | 6%               | 0%                | 17%                | 5%               |
| <b>Liderança</b>                    | <b>48%</b>        | <b>50%</b>         | <b>2%</b>        | <b>53%</b>        | <b>45%</b>         | <b>2%</b>        | <b>57%</b>        | <b>41%</b>         | <b>2%</b>        |
| Homem                               | 18%               | 21%                | 2%               | 19%               | 19%                | 1%               | 19%               | 17%                | 1%               |
| Mulher                              | 31%               | 29%                | 0%               | 34%               | 27%                | 0%               | 38%               | 25%                | 0%               |
| <b>Administrativa e operacional</b> | <b>76%</b>        | <b>22%</b>         | <b>2%</b>        | <b>79%</b>        | <b>20%</b>         | <b>2%</b>        | <b>82%</b>        | <b>17%</b>         | <b>1%</b>        |
| Homem                               | 27%               | 8%                 | 1%               | 28%               | 7%                 | 1%               | 30%               | 6%                 | 1%               |
| Mulher                              | 50%               | 15%                | 0%               | 50%               | 13%                | 0%               | 52%               | 11%                | 0%               |

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando das pessoas

# Saúde no centro do negócio

**Planos de carreira inclusivos:**

**Programas Trilhar e Progredir**

O programa Trilhar foi criado para oferecer oportunidades de inclusão profissional a jovens sem experiência prévia, de todos o país. O Trilhar inclui uma série de treinamentos que fazem parte de um plano de carreira rápido. Os jovens que se destacam no programa podem atingir, em apenas quatro anos, um cargo de gerência de loja. A RD abriu, em 2018, 240 lojas, o que propiciou abrir este mesmo número de vagas de gerência, que foram, na sua totalidade, completados por funcionários internos, sem

contar as demais movimentações nas lojas já em funcionamento.

Além dos benefícios socioeconômicos gerados para os jovens e suas famílias, o projeto permite reforçar a cultura da empresa e garantir a qualidade do atendimento nas diversas regiões e cidades que recebem novas filiais, anualmente.

Em 2018, 8.592 jovens entraram no mercado de trabalho por meio do Trilhar e 408 que já participavam do programa foram promovidos ao cargo de gerência.



Cuidando das pessoas

# Saúde no centro do negócio

Já o Programa Progredir tem como objetivo formar nossos gerentes regionais. Como o Trilhar, o programa também prevê processos de seleção e de treinamento específicos. A etapa de seleção envolve visitas às lojas, em companhia de profissionais sêniores na função, num processo de imersão.

Com o objetivo de ampliar a diversidade nas lideranças regionais, o programa estimula a participação de mulheres. Além de um reforço de comunicação, que explicita o convite para que

as mulheres sejam candidatas, buscamos iniciar cada programa com número equilibrado, na divisão entre homens e mulheres. A escolha final dos candidatos promovidos avalia o desempenho individual.

Em 2018, registramos oito promoções a gerentes regionais dentro do programa, dentre as quais 75% são mulheres.

### Programa Lado a Lado

Um programa já reconhecido da RD, que tem como objetivo promover a



[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando das pessoas

# Saúde no centro do negócio

inclusão de profissionais com deficiência. O programa oferece postos de trabalho nos nossos centros de distribuição, lojas e escritórios. No entanto, a maior parte dos profissionais contratados atuam em nossas lojas, no atendimento aos clientes. Dessa forma, além de contribuir para o desenvolvimento pessoal e profissional dos contratados, acreditamos também que podemos auxiliar a quebrar preconceitos e a aumentar a conscientização de nossos clientes em relação à inclusão das pessoas com deficiência de forma produtiva na sociedade.

O programa tem um foco especial em pessoas com Síndrome de Down, mas também recebe profissionais com deficiências auditiva, física, visual e múltipla. Para participar, os candidatos devem ter concluído o Ensino Médio. **Em 2018, foram contratadas 581 pessoas por meio do programa.**

Como forma de apoiar esta causa, participamos do grupo diretor da Rede Empresarial de Inclusão Social (REIS), iniciativa reconhecida pela Organização Internacional do Trabalho (OIT) por promover a empregabilidade da pessoa com deficiência no Brasil.

### **Acessibilidade em ambientes renovados**

Para ampliar a acessibilidade e o conforto de nossos ambientes, em 2018, foram realizadas reformas na Matriz e nos centros de distribuição do Butantã e do Embu, em São Paulo. A intervenção teve como objetivo tornar os ambientes totalmente acessíveis às pessoas com mobilidade reduzida e trazer mais segurança para funcionários e visitantes. Foram criados, também, novos espaços de convivência. As reformas beneficiaram as mais de 2 mil pessoas que circulam diariamente por esses locais.

← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL

Cuidando das pessoas

## Saúde no centro do negócio

### NOSSOS TALENTOS

GRI 102-8

GRI 102-41

GRI 401-1

Ao final de 2018, a RD contava com 36.262 funcionários, distribuídos nas cinco regiões do país. Todos estão cobertos por negociações coletivas, que seguem os padrões e os limites determinados pela legislação. Registramos um aumento de 13,1% no nosso quadro em 2018. Foram contratadas 14.829 pessoas e demitidas, 10.652. Registramos um índice de *turnover* (rotatividade) de 32,9%, número menor se comparado ao ano anterior (36,2%). Apesar de ser um desafio do setor de varejo, temos melhorado o índice nos últimos anos, por meio de diferentes iniciativas

relacionadas a formação, integração e retenção dos nossos funcionários.

#### Média do índice de turnover<sup>1</sup>

| 2013  | 2014  | 2015  | 2016  | 2017  | 2018  |
|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 61,1% | 62,7% | 45,7% | 32,3% | 36,2% | 32,9% |

<sup>1</sup> A RD calcula a taxa de rotatividade através da média mensal.

GRI 102-8

#### Funcionários por gênero<sup>2</sup>

|          | 2016   | 2017   | 2018   |
|----------|--------|--------|--------|
| Homens   | 10.254 | 11.765 | 13.372 |
| Mulheres | 18.590 | 20.292 | 22.890 |

<sup>2</sup> Na RD os contratos firmados com os funcionários são por tempo indeterminado e a jornada integral.



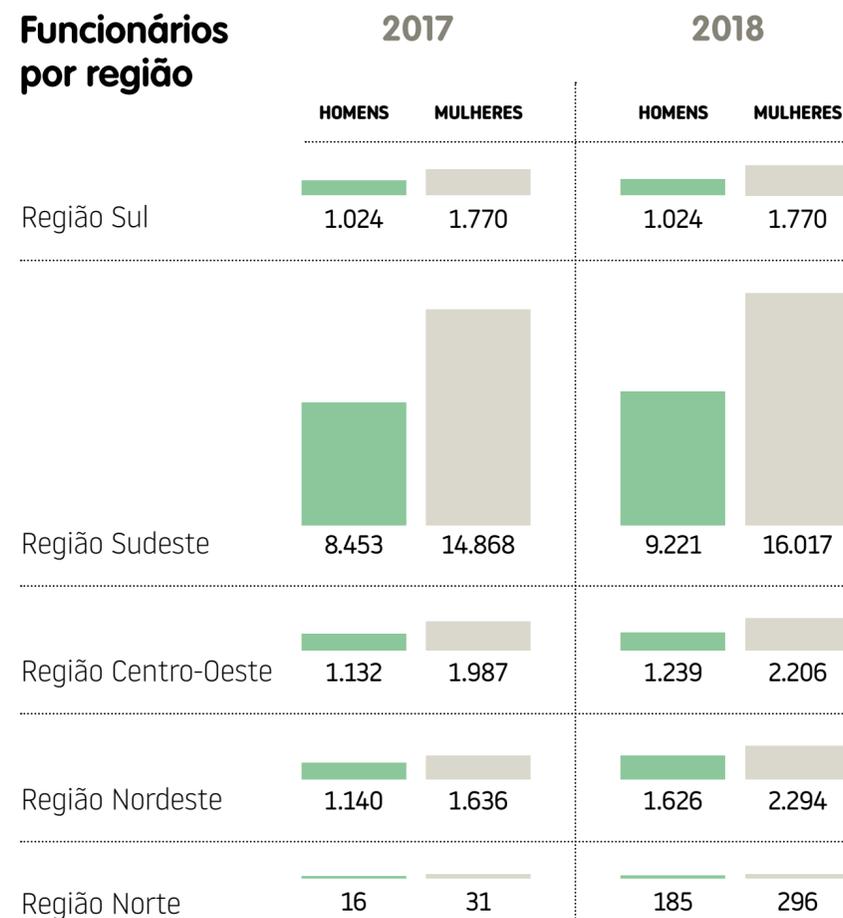
← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL

## Cuidando das pessoas

# Saúde no centro do negócio

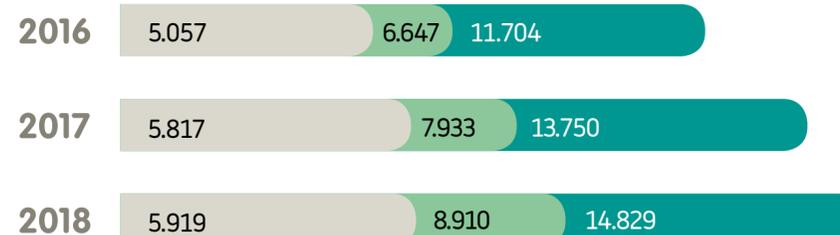
GRI 102-8

### Funcionários por região

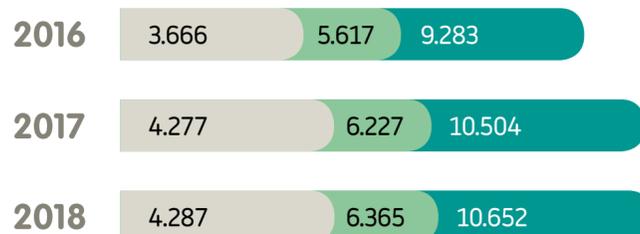


GRI 401-1

### Contratados por gênero



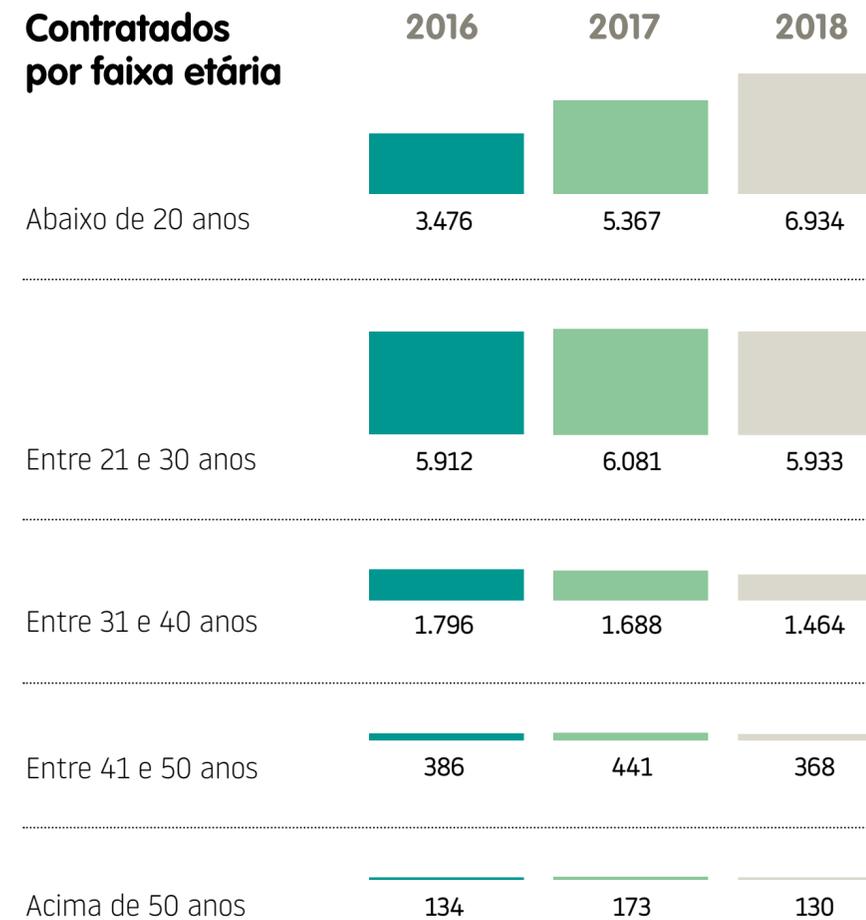
### Funcionários desligados por gênero



● Masculino ● Feminino ● Total

GRI 401-1

### Contratados por faixa etária



[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando das pessoas

## Saúde no centro do negócio

**DIRETRIZ #2 PROMOVEMOS A SAÚDE E O BEM-ESTAR DOS NOSSOS CLIENTES, INCENTIVANDO HÁBITOS DE VIDA SAUDÁVEIS, FACILITANDO O ACESSO A PRODUTOS E SERVIÇOS E ACOMPANHANDO, DE PERTO, CUIDADO COM A SAÚDE.**

Definida como prioritária em nossa agenda de sustentabilidade, esta diretriz representa o centro do negócio da RD. A abordagem para o tema propõe ir muito além da venda de medicamentos. A ideia é ter foco na promoção da saúde e não apenas no combate a doenças. O objetivo é que sejamos

de fato parceiros na melhoria da qualidade de vida integral de nossos clientes.

As ações realizadas com foco em nossos clientes, e que integram a Plataforma Cuidar+, em 2018, envolvem, por exemplo, um programa de aderência ao tratamento, que incentiva pacientes a não abandonar as medicações prescritas pelos médicos. Inclui também a ampliação dos serviços que oferecemos em nossas lojas para os cuidados de saúde, como a aplicação de vacinas. Reforçamos, ainda, o portfólio de nossas marcas próprias e realizamos campanhas de comunicação e sensibilização que auxiliam

a formar uma cultura de saúde em todos os momentos da vida. Essas ações são o *core* da nossa estratégia e algumas delas serão descritas, a seguir.

### **Plataforma de saúde para o cliente**

Com o objetivo de fortalecer a parceria na promoção da saúde dos nossos clientes, temos ampliado nossos serviços e modelos de atendimento nas lojas. A proposta inclui o oferecimento de serviços farmacêuticos para auxiliar nossos clientes a adotarem cuidados essenciais e preventivos com sua saúde. O projeto atua em cinco áreas: Hipertensão em Dia, Diabetes em Dia, Revisão de Medicação,

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando das pessoas

# Saúde no centro do negócio

Autocuidado e Parar de Fumar. Em 2018, realizamos em média 450 atendimentos mensais, com o programa-piloto implantado em cinco lojas localizadas na cidade de São Paulo.

Além dos serviços farmacêuticos, em 2018, expandimos a aplicação de vacinas para 16 lojas, na cidade de São Paulo. A Drogasil foi a primeira rede de farmácias a oferecer esse serviço no estado. A vacinação atende principalmente a população que não faz parte dos grupos de risco determinados pelo governo para receber a vacina gratuitamente. São oferecidas nas bandeiras Droga Raia

e Drogasil os três tipos de vacina da gripe disponíveis: Influvac, Fluquadri e Fluarix. Além das vacinas da gripe estão disponíveis imunizações para Febre Amarela, Hepatite B, Herpes-zóster e HPV.

Desde 2017, as farmácias estão habilitadas pelos órgãos competentes a aplicar vacinas. No entanto, os altos investimentos e as dificuldades burocráticas impostas pela legislação dificultam a ampliação do número de lojas certificadas para a oferecer o serviço. Apesar dos desafios, nossa meta será utilizar a alta capilaridade

das nossas lojas para aumentar a oferta de vacinas à população, o que pode ser de grande ajuda como fator complementar às políticas públicas de imunização.

A RD também possui uma plataforma de gestão em saúde própria, a Univers, que atende a mais de 30 milhões de funcionários e beneficiários de mais de 1.100 grupos empresariais e instituições clientes, que efetuam as suas compras com descontos pré-negociados e com desconto em folha de pagamento (empresas), em nossas farmácias.

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando das pessoas

# Saúde no centro do negócio

## Apoio à adesão ao tratamento

O Programa de Uso Contínuo tem como objetivo ajudar nossos clientes a superar as barreiras que costumam influenciar no abandono do tratamento de doenças crônicas, tais como o diabetes e a hipertensão. A iniciativa tem grande relevância, pois cerca de 50% das pessoas que iniciam o tratamento para os cuidados dessas e de outras doenças, como o câncer acabam abandonando os procedimentos antes do tempo estabelecido inicialmente pelos médicos, de acordo com a Organização Mundial de Saúde (OMS)\*,

prejudicando o desfecho satisfatório do tratamento. Iniciado em 2017, o programa foi expandido para todas as lojas das redes Drogasil e Droga Raia em 2018.

Dentre as causas identificadas para o abandono dos cuidados estão a dificuldade de acesso aos remédios, pouca compreensão do paciente sobre a doença e o simples esquecimento na hora de recomprar os medicamentos. A estratégia adotada para ajudar a mudar esse quadro inclui três frentes complementares: a

oferta de descontos progressivos, a geração de alertas sobre a necessidade de recompra da medicação e o fornecimento de informações a respeito do tratamento.

Ao optar por participar do Programa de Uso Contínuo, o cliente passa a receber descontos progressivos na recompra dos medicamentos incluídos no tratamento receitado por seu médico e lembretes de recompra, tanto por meios digitais quanto no balcão, na próxima visita.

\*Fonte: Adherence to Long-term Therapies: Evidence for action, by WHO 2003.

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando das pessoas

# Saúde no centro do negócio

O período mais crítico na adesão ao tratamento são os primeiros 30 dias após o diagnóstico. Por isso, em 2019, também vamos incluir conteúdo sobre o tratamento, auxiliando no engajamento dos pacientes recentemente diagnosticados.

Desde sua implementação em 2018, o Programa funciona em todas as lojas da rede RD, alcançando mais de 4,5 milhões de pacientes de mais de 350 mil médicos. A adesão ao tratamento aumentou em média 5% quando comparado aos tratamentos sem adesão ao Programa. Isso já coloca o Programa de Uso Contínuo entre os mais efetivos do mercado.

## Produtos especiais para o cuidado de nossos clientes GRI 102-2

Nossas marcas próprias têm como base trabalhar apenas com produtos de alta qualidade, que promovam a saúde e o bem-estar de nossos clientes.

Em 2018, três novas linhas passaram a integrar o portfólio da RD Marcas: Le Pop, Vitamínicos Drogasil e Vitamínicos Droga Raia. Com perfil popular, a Le Pop traz itens de cuidados pessoais e higiene, como lenço umedecido, enxaguante bucal, gel fixador de cabelo, hidratante corporal, sabonete íntimo, absorvente,

manteiga de cacau e removedor de esmalte. Ao final de 2018, os produtos já estavam disponíveis em mais de 300 lojas da RD.

Lançada no final de 2017, Nutrigood foi nossa marca própria de maior crescimento em 2018. O portfólio é formado por produtos sem glúten, sem adição de açúcar, sem conservantes e com baixo teor de sódio. Ainda, como parte da estratégia de promover a saúde de nossos clientes, ampliamos a oferta de produtos saudáveis, de baixo teor calórico ou com benefícios funcionais em nossas lojas.

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

## Cuidando das pessoas

# Saúde no centro do negócio

Nossas marcas apostam na qualidade como diferencial. Todas nossas formulações empregam apenas produtos e ingredientes comprovadamente seguros, em obediência às legislações nacionais e à regulação da Anvisa. Assumimos o compromisso de reduzir a utilização de parabenos por meio da introdução de novos produtos sem essa substância e, quando possível, da reformulação de produtos existentes. Nenhum de nossos produtos é testado em animais. **GRI 102-11** **GRI 416-1**

Em 2018, lançamos, ainda, dois novos kits de beleza veganos, da nossa marca própria

Needs: o Kit Needs Vegano Amêndoas e o Kit Needs Vegano Erva-Doce. Produtos veganos não utilizam derivados de nenhum animal em suas formulações. Os produtos são também hipoalergênicos.

Para 2019, temos como meta o lançamento de uma nova marca vegana (Vegan by Needs), composta por cerca de 30 produtos, cosméticos e de beleza, 100% livres de compostos animais. Serão shampoos, condicionadores, hidratantes, produtos orais, além da linha infantil. Na nova linha, todos os ingredientes que poderiam trazer riscos à saúde e ao meio ambiente foram

retirados. Além de veganos e orgânicos, serão todos hipoalergênicos (incluindo as fragrâncias, microencapsuladas), livres de parabenos, de álcool e de silicones. A meta é atender aos requisitos mais relevantes das agendas de saúde e de sustentabilidade, incluindo o cuidado com embalagens e com os impactos sociais da produção, em sua cadeia de valor. Vamos reverter também parte da receita para comunidades ribeirinhas fornecedoras na Amazônia. O objetivo maior é democratizar o espírito do produto, que é fortemente alinhado à nossa agenda de sustentabilidade. **GRI 102-11** **GRI 416-1**

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando das pessoas

# Saúde no centro do negócio

## **DIRETRIZ #3 ENGAJAMOS A COMUNIDADE ATRAVÉS DA PROMOÇÃO DA CULTURA DE DOAÇÃO E DO VOLUNTARIADO**

Estruturada em 2017 e revisada em 2018, a Plataforma Cuidar+ organiza, além de ações internas voltadas aos nossos funcionários, também nossa estratégia de investimento social.

Como direcionador, apoiamos projetos relacionados à promoção da saúde e da qualidade de vida da população brasileira, em geral.

Por meio dos programas e projetos desenvolvidos na plataforma, colocamos em prática nossa terceira diretriz, estabelecida como prioritária para 2019. Nosso objetivo é fortalecer uma cultura de doação no país, assim como uma atitude de engajamento comunitário.

Com relação à Cultura de Doação, nossa atuação está dividida em três grandes linhas: o apoio a projetos com a destinação de recursos incentivados; a captação de recursos por meio de projetos socioeditoriais (revistas *Sorria e Todos*); e o Programa de arrecadação

de troca. Com o objetivo de fortalecer a reputação corporativa junto aos nossos públicos, promovendo a transparência dos dados dos programas e dos recursos doados, vamos publicar uma política específica de investimento social, assim como compartilhar informações relevantes sobre os programas, seus recursos e parcerias, e prestação de contas em uma plataforma digital. Em 2019, também será desenvolvido um Programa de voluntariado para todos os funcionários da Companhia, em todo o país, com intuito de fomentar uma atitude de engajamento comunitário.

← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL

Cuidando das pessoas

## Saúde no centro do negócio

### Projetos apoiados

GRI 203-1

Em 2018, revertemos R\$ 3,3 milhões para os diferentes projetos apoiados a partir de incentivos fiscais. Com o alinhamento de nosso portfólio à nossa linha de atuação com foco na promoção da saúde, nove projetos receberam os recursos destinados por meio das leis de incentivo:

#### Projetos apoiados por meio da Lei Rouanet/Ancine | Recursos destinados: R\$ 1.900.000,00

##### Doutores da Alegria

*São Paulo (SP)*

É uma organização da sociedade civil sem fins lucrativos que utiliza a arte do palhaço para intervir junto às crianças, adolescentes e outros públicos em situação de vulnerabilidade e risco social em hospitais públicos e ambientes adversos.

##### Oficina Produções Cinematográficas Eireli Nacional

*Nacional*

A série documental para TV "A vida - Como viver melhor o processo de envelhecimento", fala sobre os caminhos para ter qualidade de vida ao envelhecer. Em seus dez episódios foram abordados temas tais como aceitação, saúde, relações sociais e familiares, estereótipos, planejamento financeiro etc.

##### Instituto de Desenvolvimento e Valorização Humana

*Curitiba (PR), Florianópolis (SC) e Porto Alegre (RS)*

O projeto "Mulher de Coragem - De Peito Aberto" aborda a autoestima da mulher com câncer de mama através de uma abordagem humanística, com a exposição de fotografias de mulheres que tiveram câncer de mama e da realização de palestras interativas.

##### Cristiane Pomeranz

*São Paulo (SP)*

O projeto "Faça Memórias", fornece estímulo cognitivo e social para idosos com demência e socialmente desfavorecidos.

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando das pessoas

## Saúde no centro do negócio

### Projetos apoiados por meio de IDOSO Recursos destinados: R\$ 470.000,00

#### **Doutores da Alegria**

*São Paulo (SP)*

Maior Instituição de Longa Permanência para Idosos do Norte e Nordeste do Brasil que atende a mais de 220 idosos. O projeto vai custear a manutenção das atividades do serviço de acolhimento de longa permanência.

#### **Oficina Produções Cinematográficas Eireli**

*Nacional*

Ampliar e qualificar ainda mais as iniciativas que evoluem o tratamento de idosos e assistência de suas famílias durante todo o processo de combate a doença, incluindo – corpo médico, compra de medicamentos, hotelaria, assistência social e jurídica, realização de eventos de integração e humanização e capacitação dos profissionais.

### Projetos apoiados por meio de FIA/Fumcad/Condeca | Recursos destinados: R\$ 470.000,00

#### **Hospital Angelina Caron**

*Campina Grande do Sul (PR)*

Apoio oferecido ao Centro de Pediatria para aprimorar e aumentar a assistência hospitalar e ambulatorial para atendimento pediátrico. Foram disponibilizados equipamentos, recursos materiais e humanos e insumos necessários.

#### **Obra do Berço**

*São Paulo (SP)*

O projeto “Sorria, Alimentação Saudável é Cidadania” visa promover, prevenir e acompanhar a saúde oral e nutricional de crianças e adolescentes em situação de risco e vulnerabilidade social, incentivando-os a adquirir hábitos de autocuidado em saúde como direito e dever de cidadania.

### Projetos apoiados por meio da Lei do Esporte | Recursos destinados: R\$ 480.000,00

#### **Associação Social, Esportiva, Cultural, Educacional, Saúde, Recreação e Lazer Live**

*São Paulo (SP)*

O projeto “Junta e Vai + Day Run” promove a prática de esportes e a melhoria da qualidade de vida ao incentivar a corrida de rua.

← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL

Cuidando das pessoas

## Saúde no centro do negócio

### Revistas *Sorria* e *Todos*

As revistas *Sorria* e *Todos* são publicações chamadas socioeditoriais por ter sua renda, em vendas, revertida para causas relevantes para a sociedade. Elaboradas em parceria com a editora MOL, são distribuídas em nossas redes de farmácias: a *Sorria*, na Droga Raia, e a *Todos*, na Drogasil.

Os recursos levantados com as vendas das revistas são doados para as organizações apoiadas, sendo descontados custos de produção e impostos. Esse modelo de



arrecadação, lançado em 2008, é uma iniciativa pioneira e já permitiu doar aproximadamente R\$ 25 milhões, a partir da venda de 13 milhões de revistas. O projeto é considerado um dos maiores e mais longevos cases brasileiros de Marketing Relacionado à Causa.

### Edital Cuidar+

Lançado em 2018, o edital Cuidar+ foi criado para escolher organizações beneficiárias para receber os recursos gerados por 50% das vendas e doações advindas da revista *Sorria*.

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando das pessoas

# Saúde no centro do negócio

A revista destina, desde sua inauguração, 50% dos recursos arrecadados ao Hospital Graac, Instituto de Oncologia Pediátrico, parceiro da revista desde o seu lançamento. A outra metade dos recursos era destinada, até 2017, ao Instituto Ayrton Senna. Mas, com a definição da linha de atuação da Plataforma Cuidar+ relacionada ao negócio, foi necessário buscar novos beneficiários. O edital foi a forma escolhida para realizar a escolha de forma criteriosa, formal e democrática.

Realizado também em parceria com a Editora MOL, o Edital Cuidar+ avaliou organizações

que ofereciam serviços de saúde de forma gratuita a populações em situação de vulnerabilidade social, em qualquer parte do Brasil. O edital recebeu 193 inscrições e foram escolhidos dez beneficiários.

As organizações selecionadas estão sediadas em diferentes estados nos quais a RD está presente. A única exceção é a Expedicionários da Saúde, cuja atuação acontece na Região Amazônica. Cada organização receberá R\$ 120 mil mensais por um período de dois anos. O edital Cuidar+ considerou os seguintes critérios: acesso,

viabilidade, relação custo-benefício, excelência na gestão, potencial de mobilização, clareza, relevância e sustentabilidade do projeto.

Em 2019, a meta será realizar um edital com foco na revista Todos, seguindo o mesmo modelo já aplicado, mas com a previsão de selecionar seis organizações beneficiárias.

Como forma de fortalecer a cultura de doação e potencializar as ações de investimento social da RD, está previsto ainda o lançamento de um vídeo, com

← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL

Cuidando das pessoas

# Saúde no centro do negócio

foco na revista *Sorria*, em 2019. O material servirá tanto para apoiar o treinamento dos funcionários, responsáveis por apresentar o projeto aos clientes nas farmácias, quanto para sensibilizar o público em geral e incentivar o hábito de doar.

Em 2018, a *Sorria* doou um total de R\$ 2,5 milhões, e a *Todos*, R\$1,5 milhão às organizações apoiadas.

Para garantir a transparência do projeto toda a prestação de contas sobre os recursos recebidos é apresentada na

própria revista. Relatórios de auditoria estão disponíveis, ainda, na página da editora MOL: [www.mol.com.br](http://www.mol.com.br). Temos como meta, em 2019, disponibilizar também em nossos canais os valores arrecadados e doados no projeto

### **Programa de Arrecadação de Troco**

O Programa de Arrecadação de Troco permite ao cliente doar o seu troco por meio do arredondamento do valor final da compra feita em dinheiro. Em 2018, o programa foi estendido a toda rede Drogasil e Droga Raia.

Para fortalecer sua aplicação no ponto de venda, um treinamento específico foi desenvolvido para os funcionários das lojas. Além de prepará-los para apresentar o projeto com clareza e de forma não invasiva aos clientes, o treinamento reforça a explicação dos aspectos de transparência e segurança das doações, fatores que muitas vezes causam dúvidas na hora de doar.

Os valores arrecadados pela Drogasil são repassados à Associação de Assistência à Criança Deficiente (AACD). Já os recursos arrecadados pela Droga Raia, em 2018,

### Cuidando das pessoas

# Saúde no centro do negócio

especialmente foram doados ao Instituto Ayrton Senna. A escolha foi feita para não prejudicar o planejamento da ONG, que já contava com a entrada dos recursos. Até 2017, o instituto era um dos beneficiários da revista *Sorria*.

Em 2019, a Américas Amigas passará a receber o troco arrecadado na Droga Raia. Alinhada ao perfil de investimento social da RD, a organização promove, em território nacional, atividades que visam reduzir a mortalidade por câncer de mama, beneficiando a população de baixa renda.

A ONG participou do edital Cuidar+ Sorria, em 2018, e foi escolhida por estar entre as mais bem colocadas, embora não selecionada no edital. Foi fator relevante para a escolha, a abrangência da atuação, em território nacional.

Em 2018, a Drogasil arrecadou R\$1,7 milhão de reais e, em apenas meio ano de atuação, a rede Droga Raia arrecadou R\$ 830 mil. A meta para 2019 é aumentar em 10% o total de doações. O repasse para as beneficiárias acontece mensalmente e a destinação dos recursos é acompanhada pela RD.



[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando do negócio

## Perenidade e sucesso no longo prazo

O que tem sido fundamental para a saúde do nosso negócio nos últimos anos? Ao nos perguntarmos sobre isso, identificamos o desenvolvimento de lideranças, o trabalho com fornecedores alinhados aos nossos valores, o diálogo e a geração de valor compartilhado com nossos *stakeholders*, e, mais recentemente, a garantia da preservação de dados de nossos clientes como impulsionadores de um futuro promissor para a RD. A

seguir contamos como temos nos desenvolvido em relação a esses temas, que fundamentam outras quatro diretrizes da nossa agenda de sustentabilidade.

### **DIRETRIZ #4 – ENCORAJAMOS O DIÁLOGO E GERAMOS VALOR DE LONGO PRAZO PARA NOSSOS STAKEHOLDERS**

GRI 102-42 GRI 102-43

Dialogar com pessoas e organizações que compartilham interesses e valor com o nosso negócio é fundamental

para o desenvolvimento da nossa agenda de sustentabilidade, que busca soluções compartilhadas para desafios sociais e ambientais contemporâneos que afetam a todos.

A RD entende que a abertura do diálogo traz como oportunidades um melhor entendimento dos impactos (positivos e negativos) das atividades da empresa e do setor; permite identificar e reduzir riscos no relacionamento e nas práticas de negócio; e contribui para a aproximação entre a companhia e seus *stakeholders*.

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando do negócio

# Perenidade e sucesso no longo prazo

Instalar um processo de diálogo significa ouvir e entender as demandas de diferentes públicos, suas necessidades, prioridades e limitações e, por fim, considerar essas novas perspectivas nas estratégias de nossa organização. Um processo muito rico e desafiador, que fornece material valioso para fundamentar nossos processos de tomada de decisão. Representa, ainda, uma nova proposta de geração de valor no qual as organizações podem desempenhar também o papel de agentes de mudança social.

“O sucesso do nosso negócio vem de uma cultura forte e de ações baseadas em valores. Se a gente cuidar de perto das pessoas, atingiremos o nosso propósito.”

**Marcilio Pousada**, presidente da RD

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando do negócio

## Perenidade e sucesso no longo prazo

### Mapa de Stakeholders

GRI 102-40

GRI 102-42

GRI 102-44

A RD é um sistema vivo integrante de um ecossistema complexo. O negócio e o mercado nos quais vivemos e atuamos é caracterizado por uma forte interdependência entre todos os seus participantes. O mapa de relacionamentos RD, também chamado de mapa de *stakeholders*, mostra nossos diversos públicos e a dinâmica de convivência coexistente entre eles.

Vale ressaltar que, em 2019, a RD atualizará o processo de materialidade, e a relação

entre os principais temas materiais e os *stakeholders* da Companhia será revista. Nossos públicos de relacionamento estão atualmente divididos em cinco grupos:

#### ● **Constroem o Valor da RD**

Pessoas ou organizações ligadas diretamente ao processo de criação de valor, capazes de afetar a qualidade dos nossos produtos, serviços e satisfação dos clientes.

#### ● **Influenciam o Valor da RD**

Pessoas ou organizações que, a partir de suas experiências com a Marca, podem influenciar a opinião de outros públicos.

#### ● **Regulam o Valor da RD**

Entidades que legislam sobre o mercado em que nossa empresa atua.

#### ● **Avaliam o Valor da RD**

Pessoas ou organizações com autoridade em temas relevantes para o nosso negócio, e cujas opiniões avalizam nossa empresa.

#### ● **Defendem interesses diversos**

Pessoas ou organizações que, ao defender interesses próprios ou de terceiros, afetam, de alguma forma, nossa operação.

← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL

## Cuidando do negócio

# Perenidade e sucesso no longo prazo



### Cientes

#### Nossos canais GRI 102-43

Por meio de nossa comunicação, levamos informações relevantes sobre saúde aos nossos clientes. Os conteúdos são distribuídos em nossa página do Facebook que, em 2018, gerou 264 mil interações. Artigos sobre saúde e qualidade de vida são também incluídos em nossos tabloides mensais, que no ano somaram 5,6 milhões, e em nosso newsletter eletrônico que alcançou em média 1,6 milhões de clientes mensalmente.

Em parceria com a Editora MOL, as revistas *Sorria* e *Todos*, vendidas em nossas lojas como parte da estratégia de investimento social, reforçam também a distribuição dos conteúdos. Saiba mais sobre o impacto das revistas na seção anterior, neste relatório.

Outro canal de comunicação com o nosso cliente é o SAC – Serviço de Atendimento ao Consumidor, que recebeu, em média, 30 mil contatos mensais ao longo de 2018. Cada mensagem recebida é tratada com atenção e encaminhada para a área responsável.

← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL

Cuidando do negócio

# Perenidade e sucesso no longo prazo

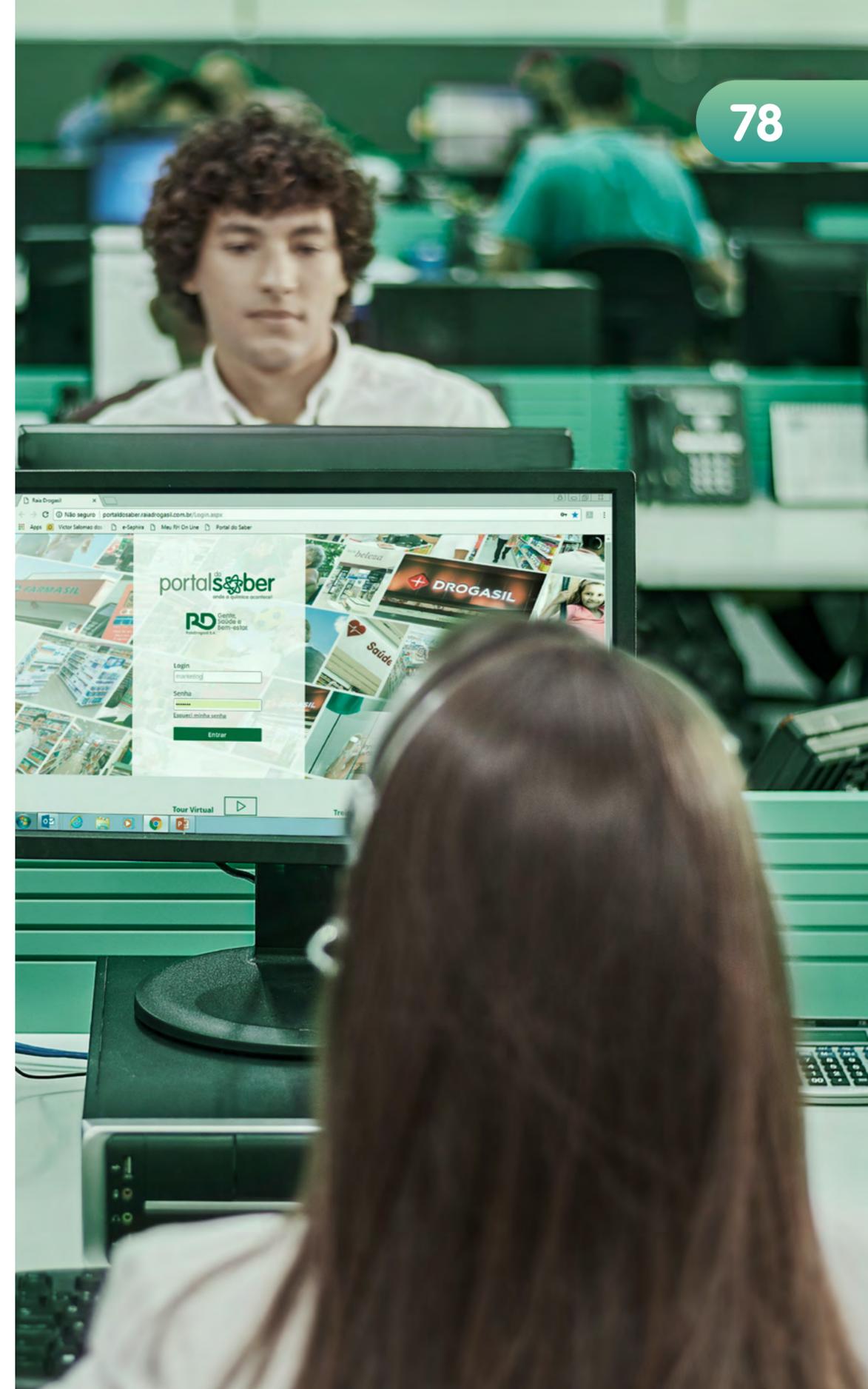
## Funcionários

O diálogo é essencial para o relacionamento humano e ainda mais para a manutenção de um ambiente ético. Por isso, há três anos, lançamos o Conversa Ética, um canal aberto para ouvir nossos funcionários e terceiros sobre possíveis violações às diretrizes de Ética e Compliance da RD, além do envio de perguntas, sugestões e outras denúncias. As questões são levadas para um grupo de lideranças que considera caso a caso e realiza encaminhamentos adequados. O anonimato, o sigilo e a confidencialidade do caso são garantidos, e a RD não aceita qualquer ato de retaliação ou punição

contra funcionário ou terceiro que efetuem chamados. **GRI 102-17**

## Associações setoriais

Participamos ativamente das discussões voltadas para o desenvolvimento do setor que atuamos e de algumas entidades relevantes para o nosso negócio, como: Associação Brasileira das Redes de Drogarias (Abrafarma), o Instituto de Desenvolvimento do Varejo (IDV), a Associação Brasileira das Companhias Abertas (Abrasca), o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC) e a Associação Brasileira de Recursos Humanos (ABRH). **GRI 102-13**



[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando do negócio

# Perenidade e sucesso no longo prazo

## Acionistas

Temos uma agenda ativa que inclui reuniões, participação em eventos, teleconferências e um encontro anual. Realizamos reuniões individuais em nossa sede e por telefone. Participamos de conferências nacionais e internacionais. Em 2018, totalizamos 41 dias de reuniões e conferências, incluindo 16 dias no Brasil e 25 no exterior.

Promovemos teleconferências de resultado em português e em inglês abertas a analistas de mercado e investidores institucionais e

individuais. Realizamos o RD Day, encontro destinado aos analistas e investidores do mercado em que os diretores executivos da empresa apresentam seus principais projetos e, em seguida, abrem espaço para dúvidas e questionamentos da plateia.

Também fazemos anualmente estudos de percepção com nossos acionistas e analistas de mercado que nos permitem identificar lacunas e oportunidades para melhorar a forma como dialogamos com eles.



[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando do negócio

## Perenidade e sucesso no longo prazo

### DIRETRIZ #5 – PROTEGEMOS OS DADOS DOS NOSSOS CLIENTES

Realizamos cerca de 600 mil vendas diariamente e temos mais de 30 milhões de clientes ativos – a maior base do varejo do Brasil – e estamos comprometidos com a proteção e segurança de dados de nossos clientes. Respeitamos a privacidade dos clientes e mantemos em sigilo as informações que lhes dizem respeito.

No período que compreende o ano de 2018, não houve registros de investigação e reclamação

envolvendo a violação de privacidade. Contudo, buscando estar preparado para potenciais riscos, estamos trabalhando para nos adequarmos à Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD - Lei nº 13.709/2018), sancionada em 2018 e que entrará em vigor em agosto de 2020. **GRI 418-1**

Para isso, iniciamos o mapeamento de todos os pontos de contato com clientes (site, app, televendas, lojas-balcão, lojas-PDV, Univers) e a identificação de necessidades de mudanças em sistemas, procedimentos e processos, de acordo com a nova lei.

Entendemos a LGPD também como uma oportunidade. A reorganização da estrutura de informação nos possibilitará planejar ações mais efetivas e personalizadas para nossos clientes de acordo com o desejo e necessidades de cada um.

### DIRETRIZ #6 – TRABALHAMOS COM FORNECEDORES E PRESTADORES DE SERVIÇOS ALINHADOS AOS NOSSOS VALORES **GRI 102-9**

Queremos trabalhar, cada vez mais, com uma cadeia produtiva alinhada com os nossos

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

### Cuidando do negócio

# Perenidade e sucesso no longo prazo

valores e promover o desenvolvimento de nossos fornecedores. Temos mais de 393 fornecedores de produtos (medicamentos e não medicamentos) que, em sua grande maioria, tem operação em nível nacional, além de outros 2 mil fornecedores ativos de serviços, incluindo aquisição de ativos, produtos de uso e consumo, construtoras e prestadores de serviços em geral.

Em 2017, passamos a avaliar o grau de desenvolvimento de nossos fornecedores em quatro categorias: aspectos econômico-financeiros; jurídicos e fiscais (capacidade

de firmar contratos); integridade e *compliance* e flexibilidade (atender a regulações e a boas práticas de mercado). Considerando o grande número de fornecedores com quem nos relacionamos, dividimos o trabalho de avaliação em três fases, iniciando-o pelos 46 fornecedores dos nossos produtos de marca própria, por quem temos mais responsabilidade, devido ao risco reputacional para o nosso negócio. Iniciamos auditorias *in loco* nas fábricas de fornecedores para verificar as condições trabalhistas, de saúde e segurança e de qualidade. Aqueles que não

atendem aos requisitos, recebem um plano de ação e um prazo para se adaptarem às condições estabelecidas. Em 2019, nossa meta é auditar todos os 15 fornecedores nacionais da curva AB (que representam 85% do faturamento com as marcas próprias) e pretendemos, também, incluir critérios socioambientais no sistema de avaliação.

Realizamos também auditorias nas construtoras que reformam e constroem nossas lojas, em relação às práticas trabalhistas destes fornecedores.

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando do negócio

# Perenidade e sucesso no longo prazo

Mantemos um Programa Colaborativo de Gestão da Cadeia de Abastecimento com os principais fornecedores para acompanhar indicadores de desempenho e mapear oportunidades. Participam do programa 33 fornecedores, sendo 17 indústrias farmacêuticas, 14 indústrias de bens de consumo e 2 distribuidores.

Esse programa tem promovido a otimização e agilidade na cadeia de abastecimento em parceria com os fornecedores e contribuído para melhorar o nível de serviço.

## **DIRETRIZ #7 - PROMOVEMOS O DESENVOLVIMENTO PROFISSIONAL E PESSOAL DE NOSSOS FUNCIONÁRIOS, FORMANDO LÍDERES CONTINUADAMENTE.**

A nossa maior geração de valor para a sociedade é o desenvolvimento das pessoas. Apostamos na evolução de nosso público interno e investimos em sua formação profissional para seu crescimento dentro da companhia, em vez de trazer pessoas do mercado. Como exemplo de nosso compromisso com o desenvolvimento de

nossos funcionários, há mais de 20 anos não contratamos gerente de loja via recrutamento externo. Os profissionais entram na empresa e ascendem via plano de carreira. São comuns, na RD, os casos de jovens, da periferia das grandes cidades, que começam como atendente de farmácia e depois de três anos, com investimento feito pela empresa em formação e capacitação, tornam-se gerentes de nossas lojas. As posições nos Centros de Distribuição costumam ser o primeiro emprego de outros tantos jovens. Acreditamos que esse é o jeito certo de conduzir nosso negócio para manter nossa

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

### Cuidando do negócio

# Perenidade e sucesso no longo prazo

cultura e gerar valor para a sociedade. A saúde do nosso negócio depende diretamente da nossa capacidade de formar novos líderes. Mantemos programas de qualificação e desenvolvimento por meio das diferentes academias: Varejo, Liderança, Comercial e Logística para todas as áreas da empresa: lojas, Centros de Distribuição e Corporativo. Acompanhamos a evolução de carreira dos funcionários em loja e reavaliamos continuamente as ações com o objetivo de formar pessoas continuamente para garantir a qualidade da operação das novas lojas e das existentes, alinhado com

a nossa estratégia de expansão orgânica. Nos CDs e no Corporativo, avaliamos e acompanhamos o alinhamento das ações com os objetivos estratégicos, competências e metas das áreas, garantindo a execução do plano de capacitação e desenvolvimento com resultados para curto, médio e longo prazo.

Nesse sentido, com intuito de contribuir para a carreira dos nossos funcionários, realizamos anualmente avaliações de desempenho. O processo é baseado em competências comportamentais, e a análise é realizada em ciclos de gestão, que

contemplam: autoavaliação; avaliação de desempenho e validação; *feedback* e plano de desenvolvimento individual. **GRI 404-3**

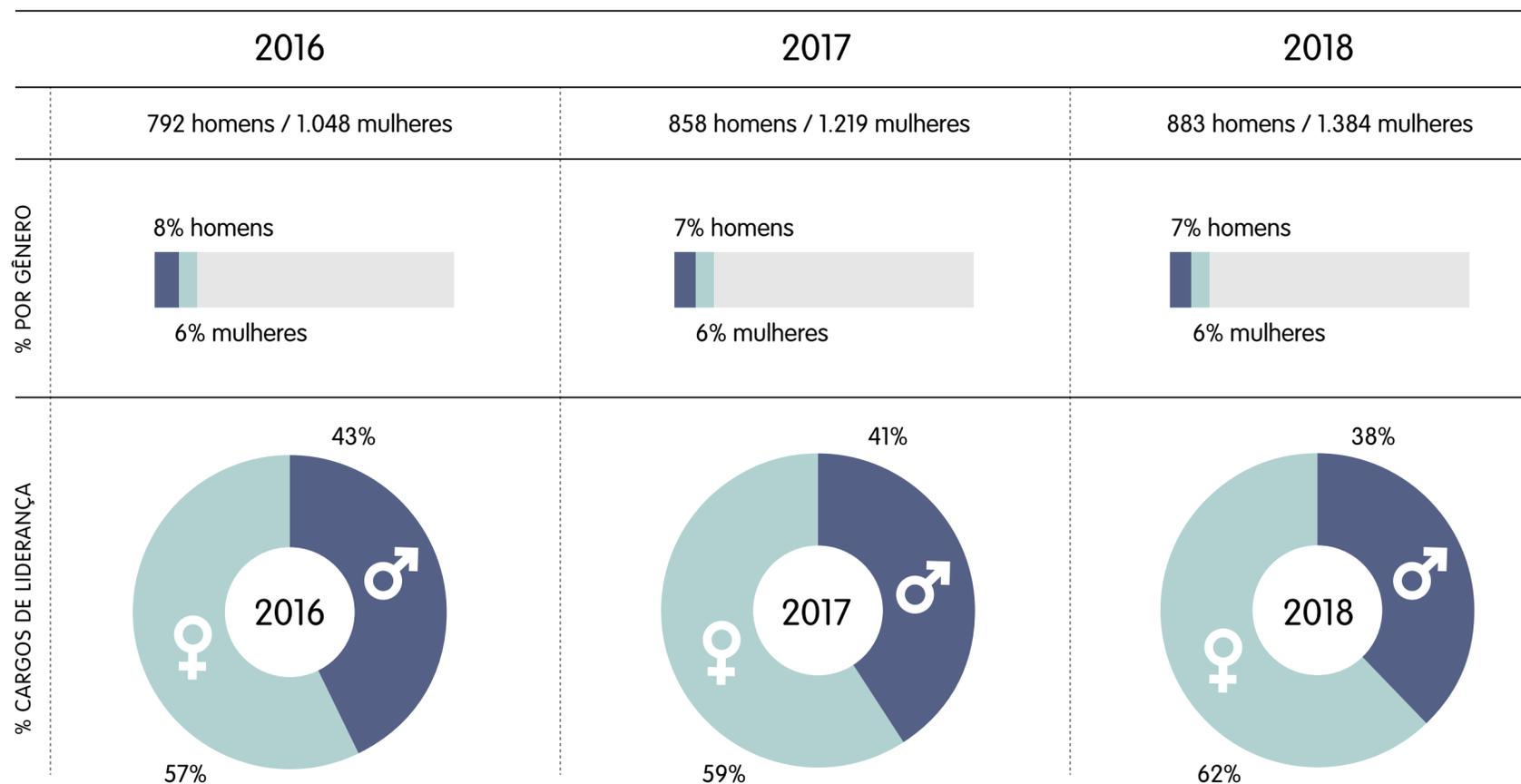
Ampliamos as ações do Portal do Saber, a nossa plataforma de ensino a distância, disponível para todos os funcionários nas lojas, nos centros de distribuição e na matriz. Disponibilizamos novos cursos institucionais, técnicos e comportamentais, em diferentes formatos digitais, com o objetivo de inovar na abordagem e garantir a formação em larga escala. No último ano atingimos mais de 1,8 milhão de cursos concluídos,

← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL

Cuidando do negócio

## Perenidade e sucesso no longo prazo

**GRI 404-3** NÚMERO DE COLABORADORES SUBMETIDOS À ANÁLISE DE DESEMPENHO E DESENVOLVIMENTO DE CARREIRA



com uma média de 1.900 acessos diários no portal. Para apoiar ainda mais nesse objetivo, expandimos o acesso à plataforma pelo aplicativo para todas as lojas e CDs em novembro de 2018, atingindo um total de mais de 27 mil cursos concluídos no *mobile* entre os meses de novembro e dezembro.

Nossas ações contemplam formações *on the job*, presenciais e à distância, e em 2018 impactaram mais de 36 mil funcionários, ultrapassando 950 mil horas de treinamento, um acréscimo de 23% sobre o ano anterior. Nesse mesmo ano,

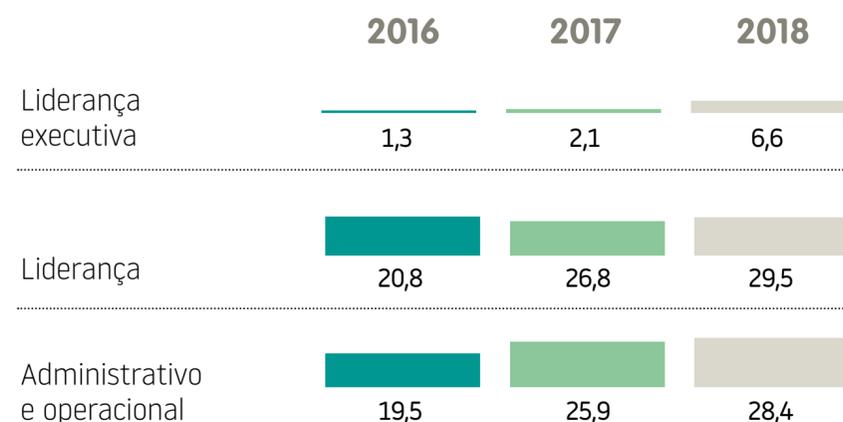
← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL

## Cuidando do negócio

# Perenidade e sucesso no longo prazo

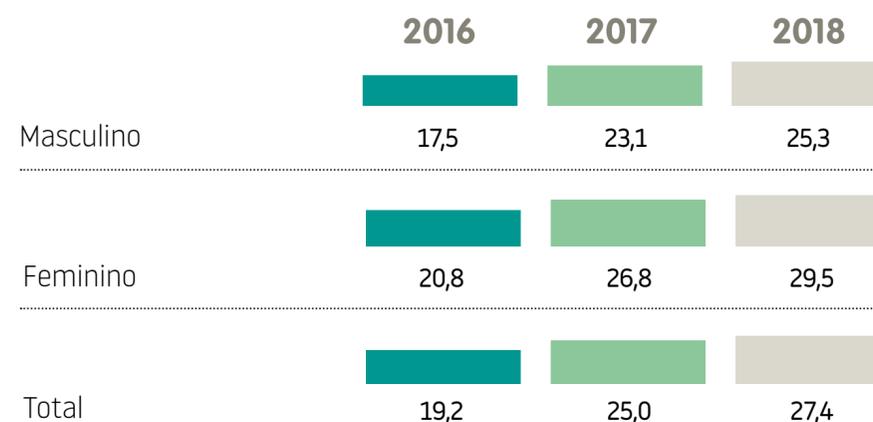
foram mais de 28 mil movimentações (transferências, enquadramentos regionais, méritos e promoções), sendo, dessas, mais de 7 mil promoções. Treinamos ainda 10.664 funcionários sobre fortalecimento de ética

**GRI 404-1 Média de horas de treinamento dos funcionários por cargo**



e conduta, por meio do **Portal do Saber**, nossa plataforma de ensino à distância. E promovemos treinamento presencial sobre Ambiente Corporativo para outros 48 funcionários. **GRI 404-1**

**GRI 404-1 Média de horas de treinamento dos funcionários por gênero**



**GRI 404-2**

| Ano  | Investimento em cursos    | Cursos internos |
|------|---------------------------|-----------------|
| 2016 | Nº. de colaboradores      | 28.844          |
|      | Valor investido (R\$ mil) | 10.411.854      |
| 2017 | Nº. de colaboradores      | 32.057          |
|      | Valor investido (R\$ mil) | 9.585.881,35    |
| 2018 | Nº. de colaboradores      | 36.263          |
|      | Valor investido (R\$ mil) | 10.806.443      |

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando do planeta

# Saúde integral

GRI 102-15

**A proposta de promover a saúde em todas as suas dimensões abrange em seu conceito, também, o cuidado com o nosso planeta. Entendemos que toda atividade econômica gera impactos ao meio ambiente, em diferentes níveis. A criação da nova Diretoria e do Comitê de Sustentabilidade permitirão aperfeiçoar ainda mais a avaliação e a gestão dos nossos impactos, riscos e oportunidades.**

O caminho para atingir esse objetivo inclui um olhar estratégico para o negócio e para as possibilidades de ação que se relacionam às suas características. Por esse motivo, definimos como prioritário, para 2019, aprofundar nossa gestão sobre os resíduos vinculados às nossas operações e ao negócio, tais como o descarte correto de medicamentos e a geração de resíduos nas operações. Aperfeiçoar a gestão e a comunicação do nosso desempenho ambiental também são considerados aspectos prioritários para 2019.

Além dos resíduos, o consumo de recursos, tais como água e, principalmente de energia, são também temas importantes na dimensão socioambiental e são monitorados e controlados. Nosso impacto, nesses aspectos, tem relação principalmente com a operação de nossas lojas e centros de distribuição, onde o consumo de energia é fator fundamental para garantir a qualidade das operações e dos produtos vendidos, muitos dos quais necessitam ser armazenados em temperatura controlada. A estrutura de

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando do planeta

# Saúde integral

sustentabilidade ficará responsável, assim, por implantar novos controles, por acompanhar e consolidar os processos internos de coleta, por monitorar e analisar indicadores ambientais relevantes. Dentre os temas que terão a gestão reforçada pela nova estrutura, estão as emissões de gases de efeito estufa provenientes de nossas atividades e operações, com principal atenção ao nosso processo de distribuição.

Os cuidados com o planeta estão inseridos, por fim, nos produtos que comercializamos.

Em nossas marcas próprias a atenção a saúde inclui, além da escolha criteriosa dos elementos que fazem parte da composição dos produtos, o cuidado com as embalagens. Em nossa linha Needs Vegana, por exemplo, nossos hidratantes, shampoos e condicionadores utilizam embalagens recicladas.

Os principais projetos desenvolvidos para o cuidado do planeta e as metas para 2019, em nossas diretrizes #8, #9 e #10 serão apresentados, a seguir.

## **DIRETRIZ #8 BUSCAMOS REDUZIR OS RESÍDUOS GERADOS PELO NOSSO NEGÓCIO E VIABILIZAMOS SUA DESTINAÇÃO ADEQUADA.**

Definido como prioritário no planejamento estratégico, em 2018, o tema tornou-se uma meta, relacionada à remuneração variável dos executivos, para 2019. O objetivo será construir um Plano de Gestão Integrada de Resíduos.

Temos três categorias principais de geração de resíduos na nossa operação: produtos

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando do planeta

# Saúde integral

avariados ou vencidos nas lojas e centros de distribuição; resíduos de nossas instalações; e medicamentos vencidos ou avariados de clientes. Por isso, organizamos duas grandes frentes de ação: o descarte correto de medicamentos e o aperfeiçoamento da gestão dos resíduos gerados nas lojas, na matriz e nos centros de distribuição.

Nosso Programa de Gestão Integrada de Resíduos permitirá estabelecer as melhores práticas para o tema na operação RD, de forma a reduzir custos operacionais, fortalecer o compliance ambiental, definir e

gerenciar os indicadores de desempenho dos aspectos correlacionados com a geração, gerenciamento, controle e destinação ambientalmente correta dos resíduos sólidos.

A ideia central do projeto é aplicar o conceito de Lixo Zero, por meio da inovação no modelo de gestão, com a meta de zerar o envio de resíduos aos aterros e desenvolver ações que gerem impactos socioambientais positivos. A partir da gestão estratégica de resíduos serão elaborados programas e ações que beneficiem também as comunidades. Nosso objetivo

será gerar renda, emprego digno e contribuir para retirar pessoas em situação de riscos, promovendo a inclusão social.

Para colocar em prática o projeto, em 2019, será realizado um diagnóstico aprofundado sobre a geração de resíduos nas instalações da matriz, localizada na capital paulista, nos centros de distribuição de Embu e Butantã, em quatro lojas a serem definidas pelas bandeiras Droga Raia e Drogasil (localizadas na grande São Paulo, num raio de até 100 quilômetros da capital) e em quatro obras

Cuidando do planeta

# Saúde integral

em curso, a serem definidas pela área de expansão (que estejam sendo realizadas no estado de São Paulo, num raio de até 200 quilômetros da capital).

Os resíduos serão mapeados e classificados de acordo com norma NBR 10.004, que classifica os resíduos sólidos quanto aos seus riscos potenciais ao meio ambiente e à saúde pública, para que possam ser gerenciados adequadamente. A partir da identificação dos volumes gerados periodicamente e dos fluxos internos nas unidades, avaliaremos a

necessidade de ajustes nas infraestruturas de armazenamento e no gerenciamento dos materiais e fluxos. Será analisada, ainda, a disponibilidade e a capacitação de funcionários necessários para operar o programa.

Avaliaremos, também, todos os aspectos legais relacionados ao gerenciamento, revisaremos controles internos e indicadores, definiremos metas de redução e proporemos avanços identificados para a agenda, na RD e no nosso setor.



← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL

Cuidando do planeta

## Saúde integral

### Medescarte GRI 301-3

Além de cuidar dos resíduos que geramos diretamente, buscamos engajar nossos consumidores no descarte correto dos medicamentos. O Programa Descarte Consciente – Medescarte coleta toneladas de medicamentos vencidos ou sem uso, depositados por nossos clientes nos pontos de coletas nas lojas, e envia para o descarte adequado. Assim, contribuímos para evitar a contaminação de bilhões de litros de água.

Finalizamos 2018 com coletores em 509 lojas espalhadas por 86 municípios. Nosso objetivo será fazer o recolhimento em 100% de nossas lojas. Em 2018, coletamos 40 toneladas de medicamentos, que foram enviadas para o descarte correto.

### Volume de medicamentos e embalagens recolhidos (em toneladas)



### Nosso desempenho em 2018 GRI 306-2

O volume de resíduos proveniente do nosso centro de distribuição, destinados para a reciclagem em 2018, foi 8% maior comparado ao ano anterior, o que se deve principalmente ao aumento no transporte de produtos como consequência do crescimento da RD.

### Resíduos reciclados (toneladas mil)

|                        | 2016    | 2017     | 2018     |
|------------------------|---------|----------|----------|
| <b>Papelão</b>         | 2.591,1 | ↑3.201,2 | ↑3.456,3 |
| <b>Plástico</b>        | 41,2    | ↑103,9   | ↑130,5   |
| <b>Madeira</b>         | 3,6     | ↑12,9    | ↓5,4     |
| <b>Sucata de ferro</b> | 2,2     | 2,2      | ↑4,8     |
| <b>TOTAL</b>           | 2.638,1 | 3.320,2  | 3.597,0  |

Cuidando do planeta

# Saúde integral

## **DIRETRIZ #9 MINIMIZAMOS O USO DE RECURSOS NATURAIS E ZELAMOS PELO IMPACTO DA OBRA EM NOSSOS PROJETOS DE LOJA, CDS E ESCRITÓRIOS.**

No total, nossas operações incluem nove centros de distribuição e 1.822 lojas, alocados em 22 estados brasileiros, além de nossos escritórios, sediados na matriz, na capital paulista. Em 2018, abrimos 240 novas lojas. Expandir nosso negócio é um dos principais objetivos reafirmados em nosso planejamento estratégico.

Considerando nossa presença geográfica distribuída e os objetivos de crescimento do negócio, buscar a eficácia no uso de recursos naturais é um fator crítico em nossa agenda de sustentabilidade, assim como a gestão do impacto socioambiental das reformas e da expansão de nossas redes.

Em 2018, consolidamos uma série de processos de gerenciamento na área das obras de modo a criar as bases para a incorporação de soluções digitais que nos permitam aperfeiçoar a gestão e o acompanhamento dos trabalhos, em 2019. Nossa área de operações e engenharia



[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando do planeta

# Saúde integral

passou ainda por uma reestruturação que nos permitiu fortalecer nossa atuação em todo o país.

Consolidamos, também, nossa abordagem e nossas práticas para promover a eficiência energética em nossas operações, incluindo lojas, centros de distribuição (CDs) e escritórios, por meio de três campos de atuação:

- **Substituição de lâmpadas fluorescentes.** Desde 2016, todas as lojas e CDs construídas ou reformadas são equipadas somente com lâmpadas LED, que consomem menos energia.

Nosso objetivo é fazer uma substituição total das lâmpadas, a partir do cronograma permanente de reformas. Todas as lojas e CDs reformados e lâmpadas trocadas já são do novo padrão.

- **Utilização de ar-condicionados do modelo inverter,** muito mais econômicos do que os tradicionais. Da mesma forma que acontece com as lâmpadas, nossas novas lojas e aquelas que passam por reformas ou manutenção passam a utilizar o equipamento. Todos os nossos CDs e frotas são também climatizados e seguem o mesmo modelo das lojas.

- **Adoção do modelo de geração distribuída de energia e de fontes renováveis,** tais como a solar e de pequenas centrais hidrelétricas.

As linhas de ação, acima descritas, foram definidas a partir de um amplo diagnóstico do consumo energético da companhia, realizado com o apoio de empresa externa de consultoria. O projeto analisou as características da arquitetura e da infraestrutura das lojas, diante das condições climáticas locais, a partir do estudo integrado das características das regiões bioclimáticas do Brasil, em suas oito zonas. Para cada uma das oito zonas estudadas,

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando do planeta

# Saúde integral

foram estabelecidos os quatro principais fatores da infraestrutura das lojas que mais influenciam no seu consumo de energia. Como conclusão, percebeu-se que o tipo de lâmpada, o modelo de ar-condicionado e os equipamentos que compõe a fachada da loja, como a presença de um toldo ou de uma marquise de alvenaria, por exemplo, que influenciam na insolação solar, são fatores importantes a serem gerenciados para reduzir o consumo energético.

Em cada região climática, esses elementos têm um peso diferente na análise da eficiência energética da loja, dependendo

das condições locais. O estudo foi feito em 2016, e os planos de ação para sua implementação efetiva foram iniciados em 2017 e 2018 e terão continuidade em 2019.

Devido ao nosso plano agressivo de expansão das lojas, as informações obtidas com o estudo terão ainda maior relevância no nosso desempenho ambiental total. Somente em 2018, 240 novas lojas foram abertas. Foi identificado, por exemplo, que na Região Nordeste, a instalação de um ar-condicionado terá um impacto maior na redução de consumo de energia do que acontece em uma loja instalada em uma

localidade onde a temperatura é mais amena, como a Região Sul.

Estabelecemos, também, uma classificação para as lojas, a partir de sua eficiência energética – sendo classificadas com “A” as lojas mais eficientes, até as “D”, correspondente a uma loja com pior eficiência. Essa abordagem permite melhorar a gestão do consumo de energia da companhia como um todo, com a adoção de ações focadas nas características locais. Desde o final de 2016, realizamos acompanhamentos trimestrais dos planos de melhoria e

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando do planeta

# Saúde integral

estabelecemos metas para as taxas de conversão das lojas com base nos novos equipamentos, na análise da infraestrutura e na classificação das lojas. O estudo sobre o consumo energético avaliou 100% das lojas RD em operação, no momento de sua realização.

Com o processo de expansão, cada vez mais lojas serão abertas em novas localidades, incluindo regiões ainda não avaliadas no estudo dos bioclimas, realizado em 2016.

Um exemplo é a cidade de Belém, na Região Norte do país. A ampliação do estudo ainda precisará ser realizada.

Além da substituição de equipamentos e lâmpadas durante as reformas e da manutenção realizada de forma cotidiana, existe um projeto para revitalizar ares-condicionados, com verba anual própria. O programa visa trocar diretamente o sistema de 245 lojas. Atingir esta marca é uma meta da área de engenharia e manutenção, com impacto na remuneração variável de técnicos e líderes da diretoria.

Já o processo de migração da geração de energia, do modelo tradicional para a geração distribuída, prevê que a RD

pague pela operação de empresas que geram energia renovável localmente, nos estados onde operamos. A RD recebe um abatimento da conta final e, ao mesmo tempo, estimula um mercado de energia de menor impacto e mais resiliente na produção local.

Para nós, a redução do custo de energia é também um aspecto muito relevante do ponto de vista econômico, considerando que esta é uma das maiores contas pagas pela companhia. Até o final de 2018, 102 lojas já adotavam o modelo de geração distribuída.

Cuidando do planeta

## Saúde integral

São metas de sustentabilidade expandir a geração distribuída para 100% da rede e consumir energia no Mercado Livre em todos os Centros de Distribuição, em 2019 e 2020. Já o projeto de eficiência energética pretende expandir para 300 lojas a substituição direta de lâmpadas, além das novas lojas e das reformas periódicas.

Nossas ações com o objetivo de criar estratégias para reduzir o consumo de energia nas lojas e buscar fontes limpas de energia são acompanhadas pelo Comitê de Eficiência Energética, liderado pelo nosso CEO. O Comitê foi criado em 2017.



← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL

Cuidando do planeta

# Saúde integral

## Como funciona a compra de energia renovável?

A compra de energia renovável no mercado, na prática, é realizada a partir da área de Suprimentos. A área pesquisa e cadastra empresas de energia que operam usinas fotovoltaicas ou pequenas centrais hidrelétricas locais (sempre fontes renováveis de energia), no interior dos estados onde operamos, como Minas Gerais e o Rio de Janeiro. Por meio de contrato, compramos dessas empresas energia renovável produzida por elas e que é lançada para a rede geral. Pagamos pela operação dessas empresas e recebemos um abatimento da conta de energia. A mudança de modelo de contratação de energia é financeiramente benéfica para nós. Em 2019, apenas uma usina fotovoltaica prevista para operar no Rio de Janeiro, gerará energia equivalente ao necessário para abastecer 15 lojas de nossa rede local. Até o final do ano, a meta é ter 1.600 lojas operando com energia fotovoltaica\*.

*\*Energia fotovoltaica é a energia elétrica produzida a partir de luz solar.*



[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

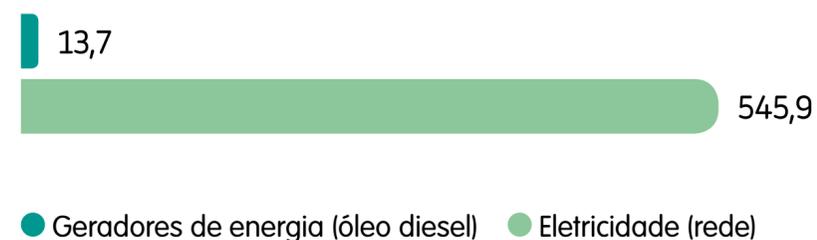
Cuidando do planeta

## Saúde integral

### Nosso desempenho em 2018 GRI 302-1

O consumo de energia da RD em 2018 foi de 559.673 mil GJ. Considerando que a matriz energética brasileira é composta em sua maioria por hidrelétricas e que o consumo de óleo diesel nos geradores representa 2,5% do consumo total de energia da RD, podemos afirmar que aproximadamente 84% da energia consumida pela companhia é proveniente de fonte renovável<sup>1</sup>.

### Consumo total de energia (em mil GJ)<sup>2</sup> em 2018



### Ações para redução do consumo de energia elétrica nas lojas e nos CDs GRI 302-4

A maior parte do consumo de energia é proveniente das 1.822 lojas da RD. Conheça a

seguir as ações que temos desenvolvido para redução do consumo:

- 6 Centros de Distribuição já funcionam exclusivamente com lâmpadas de LED: São José dos Pinhais (PR), Embu (SP), Ribeirão Preto (SP), Contagem (MG), Aparecida de Goiânia (GO), Salvador (BA).
- 836 lojas também já estão equipadas totalmente com lâmpadas LED.

<sup>1</sup> Cálculo realizado considerando média do consumo da matriz energética brasileira – para esse cálculo não foi considerado o percentual de energia solar das lojas RD.

<sup>2</sup> Refere-se ao consumo de energia elétrica e de combustíveis durante o ano de 2018 na sede da RD (em São Paulo), nos centros de distribuição e nas lojas Raia e Drogasil.

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando do planeta

# Saúde integral

- 100% das lojas inauguradas e reformadas em 2018 utilizam somente a tecnologia LED.
- 831 lojas operam com ar-condicionado inverter.
- 100% das lojas inauguradas em 2018 equipadas com ar-condicionado inverter. Toda nova compra para manutenção ou reformas também utiliza o modelo.

### COMO RESULTADO

- A troca de lâmpadas convencionais (fluorescentes) por lâmpadas de LED e a troca das máquinas de ar-condicionado

convencionais por máquinas do tipo inverter geraram uma redução de consumo de energia para esses fins de 16%, em média.

### OUTRAS INICIATIVAS

- Até o final de 2011, 11 lojas, localizadas em Minas Gerais já possuíam painéis fotovoltaicos do tipo rooftop e 24 lojas já são atendidas por energia solar via usina remota de geração distribuída de energia.
- E 69 lojas são atendidas por pequena central hidrelétrica (geração distribuída), também em Minas Gerais.

- 15 lojas são atendidas por energia solar via usina remota, no estado do Rio de Janeiro.

- Nossa geração de energia solar, a partir do modelo de geração distribuída, em 2018, permitiu evitar a emissão de cerca de 23.649 quilos de gás carbônico equivalente, causadores do efeito estufa. Esta quantia é referente a 255.114 kWh de energia economizada e equivaleria ao plantio de 606 árvores.

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando do planeta

# Saúde integral

## Gestão digitalizada

Em 2018, um estudo realizado com o apoio de uma consultoria externa permitiu criar um banco de dados digital que passou a reunir todos os dados de consumo de energia das lojas da empresa no país. Por meio, desse novo sistema será possível analisar e comparar a atividade de lojas com perfis e características semelhantes, identificar desvios de consumo e propor novos planos de ação para melhorar ainda mais a eficiência.

Esta análise minuciosa, que advém da passagem de uma gestão analógica para

um modelo digital, permitirá aprofundar a capacidade de acompanhar, compreender e influenciar os fatores complexos que, em conexão, tornarão as lojas cada vez mais eficientes em seu consumo de energia. O estudo será finalizado em 2019, mas ações já foram implantadas durante o ano de 2018. A meta será avaliar 100% das lojas.

Além dos impactos positivos na gestão das informações, que contribuem para refinar o planejamento e tornar a tomada de decisão mais rápida e assertiva, a digitalização de processos também está reduzindo

drasticamente o uso de papel, antes usado nos processos internos analógicos.

Um exemplo vem do novo modelo de trabalho das equipes de manutenção preventiva das lojas. O trabalho é realizado por empresas terceiras, por meio de contratos de risco. As prestadoras de serviço de manutenção preventivo estão locadas por todo o Brasil e são contratadas regionalmente. O contrato contempla uma visita bimestral de manutenção preventiva, na qual se verifica *in loco* as condições de serviço e atendimento das lojas. Antes da digitalização, todos os

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando do planeta

# Saúde integral

pedidos de pagamento e notas relativas aos processos de reparo e manutenção eram físicas e geradas manualmente, o que correspondia a um volume enorme de papel acumulado e arquivado.

Com a digitalização e a implantação de um sistema integrado de pagamentos e contas, todo esse processo é digital e realizado de forma automatizada, evitando uso de papel e a necessidade de um espaço físico para manter os documentos. Em 2018 a automatização de emissão de pedidos permitiu reduzir a utilização de 24 mil folhas por mês.

A nova forma de gestão digital permite, além da redução de gastos e do ganho em agilidade, a realização de uma série de novas análises de dados, inclusive de produtividade das equipes, durante a realização das obras, seja de manutenção ou construção. Com os dados incluídos no sistema desde o início dos projetos, é possível analisar, por exemplo, o tempo médio para a realização das obras, o tempo para definir o orçamento, o número de alterações de projeto, indicadores financeiros de custo das obras, entre outras informações relevantes que

poderão servir para aperfeiçoar os trabalhos das equipes.

No futuro, a expectativa é conseguir avaliar, por meio do mesmo sistema digital, também alguns parâmetros ambientais. A ação poderá auxiliar a reduzir o impacto da operação das lojas, tais como a geração e destinação correta de resíduos, a eficiência energética e o consumo de água.

Digitalização reduz o deslocamento para a fiscalização das obras – Um outro aspecto que vem sendo aperfeiçoado por meio

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando do planeta

# Saúde integral

da gestão digital está relacionado ao deslocamento de equipes, especificamente para a fiscalização e gerenciamento das obras de manutenção e construção. Como a rede de lojas está distribuída por todo o país, o tempo e o custo para a realização das visitas, assim como as emissões geradas ao longo dos deslocamentos representam impactos relevantes desse processo. Um estudo realizado pela área de engenharia e manutenção avaliou que a implantação de um programa de videochamadas, associado ao sistema integrado de dados da obra, reduz o número de visitas presenciais de acompanhamento. O apoio às equipes

locais ficará ainda mais próximo, mas serão reduzidos os custos e os impactos das visitas. Um piloto já foi realizado, e o projeto completo está em fase de implantação. O modelo diminui custos e impactos ambientais.

O novo planejamento estratégico e o projeto de expansão, reforçam os impactos positivos da digitalização da gestão. Novas lojas serão abertas e muitas mais passarão a fazer parte dos cronogramas de manutenção. No total, com a adoção dos formatos digitais, aproximadamente de 170 quilos de papel deixaram de ser utilizados, em 2018.

Para 2019, a expectativa será reduzir em cerca de 60% as viagens do time de obras, com a utilização do software para videoconferências com fornecedores em campo e a utilização das câmeras em lojas para fiscalização das intervenções. No total, a equipe pretende deixar de realizar cerca de 600 viagens anualmente.

### **Impactos das reformas e construção**

Reformas e construção das lojas e centros de distribuição são também impactos socioambientais importantes das nossas operações. Essas atividades são realizadas por empresas terceiras, que seguem padrões e

Cuidando do planeta

# Saúde integral

parâmetros rigorosos para garantir a qualidade em todos os momentos da nossa atuação.

Para acompanhar a gestão desses impactos, o time de auditoria interna realiza visitas surpresa nas obras para avaliação de um *checklist*, que avalia impactos e riscos durante o processo de construção e reforma. São observados itens, tais como a segurança dos trabalhadores, a garantia da manutenção da qualidade dos produtos das lojas (no caso das reformas), formato de contratação da mão de obra terceirizada, disposição correta de resíduos, influência da obra na



operação da loja, garantia de segurança, uso e ocupação do solo (no caso da construção de novas lojas), entre outros itens.

A avaliação é fundamental para garantir que nossa agenda de sustentabilidade seja adotada também por nossos parceiros.

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando do planeta

## Saúde integral

### **DIRETRIZ #10 TRABALHAMOS PARA REDUZIR O IMPACTO SOCIAL E AMBIENTAL DO NOSSO PROCESSO DE DISTRIBUIÇÃO.**

O processo de distribuição é uma peça-chave em nosso modelo de negócio. Devido ao grande volume de vendas em nossas lojas, a distribuição necessita de grande agilidade e velocidade para garantir a regularidade no abastecimento. Quase 80% de todas as nossas 1.822 lojas recebem mercadorias diariamente, de segunda a sábado, sem interrupção.

Nossos nove centros de distribuição (CDs) estão localizados em sete estados, nas regiões Nordeste, Sudeste, Centro-Oeste e Sul. A localização geográfica dos CDs permite descentralizar o processo distributivo, o que reduz custos, facilita o abastecimento das lojas e diminui também os impactos socioambientais de nossa logística.

A partir dos CDs, a distribuição é realizada por uma frota híbrida, composta por 49% de veículos próprios e 51% terceirizados. Devido ao volume de nossas operações, um impacto relevante a ser considerado está relacionado

às emissões de gases poluentes e causadores de efeito estufa, provenientes da queima dos combustíveis usados pelos veículos.

Em 2017, monitoramos nossas emissões de GEE (Gases de Efeito Estufa) provenientes do transporte de cargas da RD, utilizando como referência o modelo proposto pelo GHG Protocol, quantificamos as emissões do processo de distribuição apenas de produtos (do CD até loja). Com a criação da nova diretoria de Sustentabilidade, nossa meta para 2019 será aperfeiçoar nosso processo de inventário e ampliar a avaliação das

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando do planeta

## Saúde integral

emissões para os escopos 1, 2 e 3. Nesse sentido, não reportaremos os indicadores referentes ao tema este ano, com intuito de evoluir na coleta e monitoramento dos dados e definir um plano de ação para a gestão dos impactos da distribuição a partir do aprofundamento do diagnóstico. **GRI 102-48**

Com o intuito de reduzir o impacto da distribuição, realizamos a constante renovação de nossa frota, adquirindo modelos mais modernos de caminhões, com motores menos poluentes. A idade média das frotas própria e terceirizada é sempre menor ou igual a 5 anos. Os contratos realizados entre a RD e

as empresas transportadoras exigem que a idade média da frota terceirizada também não ultrapasse esta idade.

Para os motores a diesel, seguimos as normas do sistema Euro 5, que regulamenta a diminuição de emissão de poluentes dos veículos, e só podem ser abastecidos com combustível com baixo teor de enxofre. Da frota própria da RD, 83% possui motores que seguem este padrão. Nos caminhões das frotas própria e terceirizada utilizamos ainda, o reagente Arla 32 que, em conjunto com o sistema de Redução Catalítica Seletiva (SCR), reduz quimicamente as emissões de óxidos de nitrogênio, presentes nos

gases de escape dos veículos movidos a diesel. Em 2019, serão implantados três novos CDs, na cidade do Rio de Janeiro (RJ), em Guarulhos (SP) e em Fortaleza (CE). A ampliação do número de CDs e sua distribuição geográfica, descentralizada, são fatores que ajudam a reduzir nosso impacto em emissões, pois permitem reduzir a distância entre o centro de armazenamento e as lojas abastecidas. A quilometragem rodada pelo veículo é reduzida sempre que um novo CD é aberto e passa a fazer o abastecimento regional. Esse modelo diminui de forma relevante a nossas emissões de gases de efeito estufa.

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando do planeta

# Saúde integral

Por exigência da legislação vigente, todos os nossos CDs e frota transportadora são climatizados para garantir a temperatura adequada para a segurança dos medicamentos. A cadeia é auditada, desde a compra do produto até a entrega e posterior venda, nas lojas. Essa é mais uma garantia da excelência na qualidade de nosso processo de distribuição.

## Segurança nas estradas

Além dos impactos ambientais, nossos esforços visam, também, reduzir os riscos de segurança relacionados ao tráfego de veículos e promover a conscientização sobre

a importância de combater a exploração e o abuso sexual e infantil. Nossos veículos dispõem de sistema de telemetria que possibilita o monitoramento dos motoristas, por meio de indicadores como velocidade, acelerações e frenagens bruscas e inclinação em curvas, entre outros. Dessa forma, podemos avaliar e identificar riscos, promover melhorias na condução dos veículos, além de perceber se os motoristas estão seguindo as rotas estabelecidas. O controle de indicadores, como a velocidade, e o monitoramento da rota dos caminhões ajuda a reduzir os riscos de acidentes, diminui o consumo de combustíveis, além

de coibir práticas de abuso sexual infantil. O monitoramento está presente em toda a nossa frota própria e é exigido em contrato das empresas parceiras terceirizadas, dentro do programa de excelência, aplicado aos nossos fornecedores de transporte. E 2019, testaremos o uso do bafômetro através de um de nossos parceiros logísticos para aperfeiçoar ainda mais nossos processos de controle e segurança.

Evitar o excesso de trabalho é um outro fator que agrega segurança a atuação dos motoristas. A jornada padrão em nossa frota própria não ultrapassa as oito horas diárias.

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

Cuidando do planeta

# Saúde integral

Ainda assim, dispomos de uma sala própria para o descanso de nossos motoristas, localizadas nos centros de distribuição. Já nas empresas terceirizadas, é respeitada a legislação específica, que define número de horas rodadas pelos motoristas e os períodos determinados para parada e pernoite. Periodicamente, um de nossos funcionários acompanha as viagens dos terceiros para verificar se todos os requisitos de segurança são observados e aplicados.

Lançado em 2017, o *Guia do Motorista* traz, ainda, informações sobre os procedimentos que cada motorista deve seguir para atingir

a excelência na entrega. O documento apresenta normas de segurança, aborda a direção consciente e o respeito ao meio ambiente. Mantemos, também, a parceria com a organização Liberta, que aborda a temática da exploração sexual de crianças e adolescentes nas estradas federais do país, visando a conscientização da sociedade. São fixados em alguns caminhões da nossa frota própria, adesivos informativos sobre o tema.

### **Eficiência nas entregas**

Já para garantir a estabilidade e a regularidade de nosso processo de distribuição, utilizamos em nossos CDs o

sistema de gerenciamento de armazéns mais reconhecido no mercado internacional (Manhattan Active Supply Chain). Em 2018, a versão mais atualizada do sistema foi implantada nos CDs de São José dos Pinhais (SP) e Salvador (BA). Atualizamos, também, os sistemas utilizados nos CDs de Goiânia (GO) e Contagem (MG). Todos os novos CDs da RD já iniciarão suas operações com a versão atualizada instalada.

O sistema é bastante robusto, funciona de maneira integrada e traz ainda mais estabilidade e confiabilidade ao nosso processo de logística. A atualização nos

Cuidando do planeta

# Saúde integral

ajudará a garantir a disponibilidade de produtos nas lojas, aspecto fundamental para manter a qualidade do atendimento aos nossos clientes, mesmo diante de nossa rápida expansão.

Com o objetivo de aumentar a sinergia nos processos de distribuição, a partir de outubro de 2018, criamos a diretoria de Supply chain, com a integração dos processos de gestão de fornecedores, abastecimento e logística em uma mesma área. Com a nova estrutura, os

processos de compra, armazenamento e distribuição passaram a estar concentrados em uma mesma área, ampliando a nossa capacidade de criar e implantar soluções integradas para o processo de distribuição.

Consolidamos também em 2018, o novo sistema de gestão dos CDs, implantado no ano anterior. A evolução da capacidade gerencial dos nossos líderes locais foi um dos grandes destaques desse processo, no período.





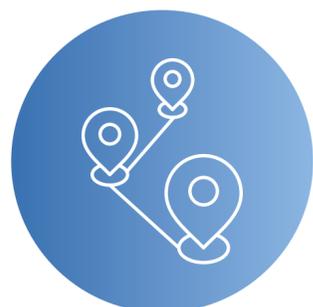
[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

## Destques de 2018

GRI 102-7

GRI 102-10

GRI 201-1



### LOJAS

**1.825** unidades em operação (abertura de **240** lojas e **25** encerramentos)



### PARTICIPAÇÃO DE MERCADO

**12,9%** no Brasil, um ganho de **0,9** ponto percentual



### RECEITA BRUTA

**R\$ 15,5 bilhões**, um crescimento de **12,0%**



### MARGEM BRUTA

**28,6%** da receita bruta



### EBITDA

**R\$ 1.195,2 milhões**, um crescimento de **5,7%**



### LUCRO LÍQUIDO

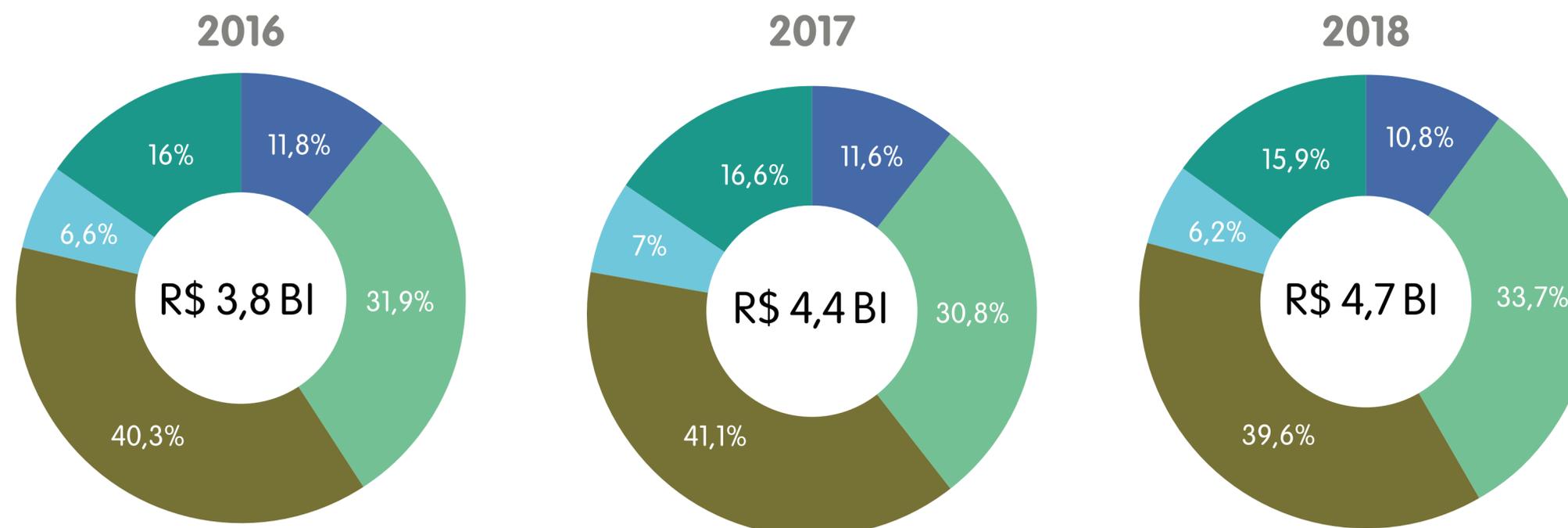
**R\$ 548,6 milhões**, um crescimento de **7,0%**

← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL

## DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO

GRI 201-1

Em 2018, a RD gerou R\$ 4,7 bilhões de valor adicionado, um incremento de 7,1% quando comparado ao ano de 2017. Desse montante, 39,6% foram pagos para o governo na forma de impostos, taxas e contribuições, 33,7% foram pagos para nossos colaboradores como remuneração, benefícios e encargos, 15,9% remuneraram terceiros na forma de juros e aluguéis e 10,8% foram pagos para nossos acionistas.



- ACIONISTAS (REMUNERAÇÃO DE CAPITAL PRÓPRIO)
- COLABORADORES (REMUNERAÇÃO, BENEFÍCIOS E ENCARGOS PARA EMPREGADOS)
- GOVERNO (IMPOSTOS, TAXAS E CONTRIBUIÇÕES)
- LUCRO RETIDO/PREJUÍZO DO EXERCÍCIO
- JUROS E ALUGUÉIS (REMUNERAÇÃO DE CAPITAL DE TERCEIROS)

Para mais informações sobre o desempenho econômico da RD, acesse: <https://www.rd.com.br/>

# Sumário de Conteúdo GRI



[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

| GRI 102-55                   | INDICADOR     | DESCRIÇÃO   | PÁGINA | ODS |
|------------------------------|---------------|---|--------|-----|
| <b>Perfil Organizacional</b> | <b>102-1</b>  | Relate o nome da organização.   | 3      |     |
|                              | <b>102-2</b>  | Relate as principais marcas, produtos e serviços.   | 16, 65 |     |
|                              | <b>102-3</b>  | Relate a localização da sede da organização.  | 9      |     |
|                              | <b>102-4</b>  | Relate o número de países nos quais a organização opera e nome dos países nos quais a suas principais operações estão localizadas ou que são especificamente relevantes para os tópicos de sustentabilidade abordados no relatório. | 9, 16  |     |
|                              | <b>102-5</b>  | Relate a natureza da propriedade e forma jurídica da organização.   | 9      |     |
|                              | <b>102-6</b>  | Relate os mercados em que a organização atua (com discriminação geográfica, setores cobertos e tipos de clientes e beneficiários).  | 16     |     |
|                              | <b>102-7</b>  | Porte da organização: número total de trabalhadores e de operações, vendas líquidas, capitalização e quantidade de produtos ou serviços prestados.  | 9, 109 |     |
|                              | <b>102-8</b>  | Total de trabalhadores, por tipo de emprego, contrato de trabalho e região, discriminados por gênero.   | 60, 61 | 8   |
|                              | <b>102-9</b>  | Descreva a cadeia de fornecedores da organização, incluindo suas principais características, em relação às atividades da organização, principais marcas, produtos e serviços.   | 80     |     |
|                              | <b>102-10</b> | Relate quaisquer mudanças significativas ocorridas no decorrer do período coberto pelo relatório em relação ao porte, estrutura, participação acionária ou cadeia de fornecedores da organização.                                   | 109    |     |
|                              | <b>102-11</b> | Relate como a organização adota a abordagem ou princípio da precaução.  | 18, 66 |     |
|                              | <b>102-12</b> | Liste as cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter econômico, ambiental e social que a organização subscreve ou endossa.   | 18     |     |
|                              | <b>102-13</b> | Liste as principais participações em associações (p. ex.: associações setoriais) e/ou organizações nacionais ou internacionais de defesa.   | 78     |     |

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

| GRI 102-55                  | INDICADOR   | DESCRIÇÃO  | PÁGINA              | ODS |
|-----------------------------|---|--|---------------------|-----|
| <b>Estratégia e análise</b> | <b>102-14</b>   | Apresente uma declaração do decisor mais graduado da organização (p. ex.: seu diretor-presidente, presidente do conselho de administração ou cargo equivalente) sobre a relevância da sustentabilidade para a organização e sua estratégia de sustentabilidade.  | 4-7                 | 12  |
|                             | <b>102-15</b>   | Apresente uma descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades. ma descrição dos principais impactos, riscos e oportunidades.   | 4-7, 17-18, 30 e 86 |     |
| <b>Ética e Integridade</b>  | <b>102-16</b>   | Descreva os valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização, como códigos de conduta e de ética.   | 10, 22              | 16  |
|                             | <b>102-17</b>   | Relate os mecanismos internos e externos adotados pela organização para solicitar orientações sobre comportamentos éticos e em conformidade com a legislação e para comunicar preocupações em torno de comportamentos não éticos ou incompatíveis com a legislação e questões relacionadas à integridade organizacional. | 22, 78              | 16  |
| <b>Governança</b>           | <b>102-18</b>   | Relate a estrutura de governança da organização, incluindo os comitês do mais alto órgão de governança.  | 23                  | 16  |
|                             | <b>102-20</b>   | Relate se a organização designou um ou mais cargos e funções de nível executivo como responsável pelos tópicos econômicos, ambientais e sociais e se esses responsáveis se reportam diretamente ao mais alto órgão de governança.  | 17                  |     |
|                             | <b>102-21</b>   | Relate os processos de consulta usados entre os stakeholders e o mais alto órgão de governança em relação aos tópicos econômicos, ambientais e sociais.  | 17                  | 16  |
|                             | <b>102-22</b>   | Relate a composição do mais alto órgão de governança e dos seus comitês.   | 26-28               | 16  |
|                             | <b>102-23</b>   | Relate se o presidente do mais alto órgão de governança é também um diretor executivo.   | 25, 26              | 16  |
|                             | <b>102-26</b>   | Relate os papéis desempenhados pelo mais alto órgão de governança e pelos executivos seniores.   | 25, 26              |     |
| <b>102-28</b>               | Relate os processos de avaliação do desempenho do mais alto órgão de governança no que diz respeito à governança de tópicos econômicos, ambientais e sociais. | 25, 26   |                     |     |

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

| GRI 102-55                         | INDICADOR     | DESCRIÇÃO   | PÁGINA  | ODS |
|------------------------------------|---------------|---|---------|-----|
| <b>Governança</b>                  | <b>102-29</b> | Relate o papel desempenhado pelo mais alto órgão de governança na identificação e gestão de impactos, riscos e oportunidades derivados de questões econômicas, ambientais e sociais.  | 25, 26  | 16  |
|                                    | <b>102-32</b> | Relate o órgão ou o cargo de mais alto nível que analisa e aprova formalmente o relatório de sustentabilidade da organização  | 3       | 12  |
|                                    | <b>102-35</b> | Relate as políticas de remuneração aplicadas ao mais alto órgão de governança e a executivos seniores   | 30      |     |
|                                    | <b>102-36</b> | Relate o processo adotado para a determinação da remuneração.   | 30, 43  |     |
| <b>Engajamento de Stakeholders</b> | <b>102-40</b> | Apresente uma lista de grupos de <i>stakeholders</i> engajados pela organização.  | 76      |     |
|                                    | <b>102-41</b> | Relate o percentual do total de empregados cobertos por acordos de negociação coletiva.   | 60      | 8   |
|                                    | <b>102-42</b> | Relate a base usada para a identificação e seleção de <i>stakeholders</i> para engajamento.   | 74, 76  |     |
|                                    | <b>102-43</b> | Relate a abordagem adotada pela organização para envolver os <i>stakeholders</i> , inclusive a frequência do seu engajamento discriminada por tipo e grupo, com uma indicação de que algum engajamento foi especificamente promovido como parte do processo de preparação do relatório. | 74, 77  |     |
|                                    | <b>102-44</b> | Relate os principais tópicos e preocupações levantadas durante o engajamento de <i>stakeholders</i> e as medidas adotadas pela organização para abordar esses tópicos e preocupações, inclusive no processo de relatá-las.  | 76      |     |
| <b>Práticas de Reporte</b>         | <b>102-45</b> | Liste todas as entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas ou documentos equivalentes da organização.  | 11-16   |     |
|                                    | <b>102-46</b> | Explique o processo adotado para definir o conteúdo do relatório e os limites dos aspectos.   | 3, 38   |     |
|                                    | <b>102-47</b> | Liste todos os tópicos materiais identificados no processo de definição do conteúdo do relatório.   | 38      |     |
|                                    | <b>102-48</b> | Relate o efeito de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores e as razões para essas reformulações.   | 38, 104 |     |

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

| GRI 102-55                           | INDICADOR     | DESCRIÇÃO  | PÁGINA       | ODS             |
|--------------------------------------|---------------|--|--------------|-----------------|
| <b>Práticas de Reporte</b>           | <b>102-49</b> | Relate alterações significativas nos períodos cobertos por relatórios anteriores com relação aos tópicos materiais e limites dos tópicos.  | 38           |                 |
|                                      | <b>102-50</b> | Período coberto pelo relatório (p. ex.: ano fiscal ou civil) para as informações apresentadas.   | 3            |                 |
|                                      | <b>102-51</b> | Data do relatório anterior mais recente (se houver).   | 3            |                 |
|                                      | <b>102-52</b> | Ciclo de emissão de relatórios (anual, bienal, etc.).  | 3            |                 |
|                                      | <b>102-53</b> | Informe o ponto de contato para perguntas sobre o relatório ou seu conteúdo.   | 3            |                 |
|                                      | <b>102-54</b> | Relate a opção escolhida pela organização de acordo com as opções do GRI Standards.  | 3            |                 |
|                                      | <b>102-55</b> | Relate o Sumário de Conteúdo da GRI para a opção escolhida.  | 112-116      |                 |
|                                      | <b>102-56</b> | Relate a política e prática corrente adotadas pela organização para submeter o relatório a uma verificação externa.  | 3            |                 |
| <b>Abordagem de gestão</b>           | <b>103-1</b>  | Relate o motivo pelo qual o tópico é material.   | 38-42        | 3,4,5,7,8,11,12 |
|                                      | <b>103-2</b>  | Para cada tópico material, informe como a organização gerencia os tópicos materiais  | 38-42        | 3,4,5,7,8,11,12 |
|                                      | <b>103-3</b>  | Relate como a organização administra o tópico material ou seus impactos e como a abordagem de gestão é avaliada.   | 38-42        | 3,4,5,7,8,11,12 |
| <b>Desempenho Econômico</b>          | <b>201-1</b>  | Valor econômico direto gerado e distribuído, incluindo receitas, custos operacionais, remuneração, doações e outros investimentos na comunidade, lucros acumulados e pagamentos para provedores de capital e governos. | 12, 109, 110 | 8, 9            |
| <b>Impactos Econômicos Indiretos</b> | <b>203-1</b>  | Desenvolvimento e impacto de investimentos em infraestrutura e serviços oferecidos, principalmente para benefício público, por meio de engajamento comercial, em produtos ou serviços ou atividade <i>pro bono</i> .   | 68           | 3,10,11,12      |

[← VOLTAR PARA A PÁGINA PRINCIPAL](#)

| <b>GRI 102-55</b>                               | <b>INDICADOR</b> | <b>DESCRIÇÃO</b>  | <b>PÁGINA</b> | <b>ODS</b>          |
|---|------------------|---|---------------|---------------------|
| <b>Produtos e Serviços</b>                      | <b>301-3</b>     | Percentual de produtos e suas embalagens recuperados em relação ao total de produtos vendidos, por categoria de produtos  | <b>90</b>     | <b>3,12</b>         |
| <b>Energia</b>                                  | <b>302-1</b>     | Consumo de energia dentro da organização  | <b>97</b>     | <b>7, 12, 13</b>    |
|   | <b>302-4</b>     | Redução do consumo de energia   | <b>97</b>     | <b>7, 8, 12, 13</b> |
| <b>Efluentes e Resíduos</b>                     | <b>306-2</b>     | Peso total de resíduos, discriminado por tipo e método de disposição  | <b>90</b>     | <b>12</b>           |
| <b>Emprego</b>                                  | <b>401-1</b>     | Número total e taxas de novas contratações de empregados e rotatividade de empregados por faixa etária, gênero e região   | <b>60, 61</b> | <b>5,8</b>          |
|   | <b>401-2</b>     | Benefícios concedidos a empregados de tempo integral que não são oferecidos a empregados temporários ou em regime de meio período, discriminados por unidades operacionais importantes da organização | <b>53</b>     | <b>5,8</b>          |
|   | <b>401-3</b>     | Taxas de retorno ao trabalho e retenção após uma licença maternidade/paternidade, discriminadas por gênero  | <b>54</b>     | <b>5,8</b>          |
| <b>Treinamento e Educação</b>                   | <b>404-1</b>     | Média de horas de treinamento por ano, por funcionário, por gênero, discriminadas por categoria funcional.  | <b>85</b>     | <b>4,5,8</b>        |
|   | <b>404-2</b>     | Programas para gestão de competências e aprendizagem contínua que apóiam a continuidade da empregabilidade dos funcionários e para gerenciar o fim de carreira  | <b>85</b>     | <b>8</b>            |
|   | <b>404-3</b>     | Percentual de empregados que recebem regularmente análises de desempenho e de desenvolvimento de carreira, discriminado por gênero  | <b>83, 84</b> | <b>5,8</b>          |
| <b>Diversidade e Igualdade de Oportunidades</b> | <b>405-1</b>     | Composição dos grupos responsáveis pela governança corporativa e discriminação de empregados por categoria funcional, de acordo com gênero, faixa etária e outros indicadores de diversidade          | <b>55</b>     | <b>5,8</b>          |
| <b>Saúde e Segurança do Cliente</b>             | <b>416-1</b>     | Percentual de categorias de produtos e serviços significativas para as quais são avaliados impactos na saúde e segurança buscando melhorias   | <b>66</b>     | <b>12</b>           |
| <b>Privacidade do Cliente</b>                   | <b>418-1</b>     | Número total de queixas comprovadas relativas à violação de privacidade e perda de dados de clientes  | <b>80</b>     | <b>9,12,16</b>      |

# Expediente

## **Coordenação e supervisão**

Società Consultoria

## **Projeto gráfico e diagramação**

Marcio Penna

## **Revisão geral**

Kátia Shimabukuro

## **Revisão final**

Cristiana Almeida Pipponzi

Marcílio Pousada

## **Diretoria de Sustentabilidade**

João Carlos Redondo

## **Relações com Investidores**

Eugênio De Zagottis

Gabriel Bouzada Rozenberg

Aron Bernardo

# Agradecimentos

*Agradecemos a toda diretoria, membros do Conselho e demais profissionais da RD que contribuíram para a elaboração deste Relatório e compartilhamos com eles o êxito da publicação.*



**RD - Raia Drogasil S.A.**

Av. Corifeu de Azevedo Marques, 3.097 -  
Butantã 05339-000 - São Paulo/SP  
Tel.: + 55 (11) 3769-5717 [www.rd.com.br](http://www.rd.com.br)

**Atendimento ao consumidor**

Droga Raia: [rac@drogaraia.com.br](mailto:rac@drogaraia.com.br)  
Drogasil: [atendimento@drogasil.com.br](mailto:atendimento@drogasil.com.br)

**Relações com Investidores**

Tel.: + 55 (11) 3769-7159 [www.rd.com.br](http://www.rd.com.br)