

RAIA DROGASIL S.A.
CNPJ/ME n.º 61.585.865/0001-51
NIRE: 35.300.035.844
Companhia Aberta

COMUNICADO AO MERCADO

Fazemos referência ao Ofício nº 134/2021/CVM/SEP/GEA-2, transcrito abaixo, para esclarecer o quanto segue:

1. Reportamo-nos à notícia veiculada na página do jornal Valor Econômico na rede mundial de computadores em 07/10/2021, intitulada "Raia Drogasil amplia venda on-line e pode atingir 3,5 mil lojas em 2025", com o seguinte teor:

Raia Drogasil amplia venda on-line e pode atingir 3,5 mil lojas em 2025
Grupo estuda oferecer produtos de lojistas de seu shopping virtual nos pontos físicos
Por Cristian Favaro e Adriana Mattos — De São Paulo
07/10/2021 05h01

A RaiaDrogasil acredita que há espaço para abertura de 240 lojas ao ano nos próximos quatro ou cinco anos, disse ontem o presidente da varejista, Marcilio Pousada, durante a Live do Valor. Se mantiver esse patamar, o grupo deve chegar a cerca de 3,5 mil farmácias no fim de 2025, ainda liderando o segmento. Atualmente, são cerca de 2,4 mil lojas no país.

"Não vejo nada hoje que impeça isso [manter o atual nível de cerca de 240 inaugurações, em média, ao ano]. Temos visto oportunidades em novos municípios pelo país que antes não eram exploradas". Até o fim de novembro, a empresa abrirá quatro lojas no Acre, Amapá e Roraima, completando a presença em todos os Estados brasileiros.

A empresa ainda estuda implementar a venda, em suas lojas, de produtos dos lojistas de seu "marketplace" (shopping virtual) até o fim de 2022. O cliente poderá encomendar, por meio de terminais nas unidades, o produto vendido na plataforma, para entrega em casa. Hoje, o grupo tem cerca de 60 mil produtos disponíveis em seu marketplace e 200 vendedores.

Segundo o executivo, o marketplace não pode ser uma estratégia isolada na empresa. "Ele tem de estar ligado a nossas farmácias. Vamos atuar apenas em saúde, bem-estar e beleza. Não vamos entrar em outro negócio". O grupo ainda estuda a possibilidade de vender produtos de outros lojistas que não sejam apenas complementares a sua plataforma, mas também de concorrentes, se considerar que a proposta faz sentido ao cliente.

"O Mundo Verde quer vender com a gente, então, é tudo uma questão de fazer sentido, dentro da nossa proposta, e que esteja dentro das nossas áreas fortes".

Questionado se o grupo tem plano de entrar em outros marketplaces, como Mercado Livre, Magazine Luiza e Americanas, para vender os seus produtos, Pousada disse que toda

oportunidade é levada em consideração, mas não sinalizou um movimento claro nessa direção agora.

A rival Drogaria São Paulo está no Mercado Livre. O cliente faz o pedido, e retira nas lojas (ainda não há entrega pela plataforma).

“Não digo que é impossível, mas eu já tenho quase 2,5 mil lojas que fazem entregas, então eu já tenho o ‘last mile’ [etapa final da entrega ao cliente]. E vamos lembrar que nós vendemos medicamentos, e há questões regulatórias e de responsabilidade nessa entrega”. Na visão do comando do grupo, a força logística da rede, especialmente a sua base de mais de 2 mil lojas (que funcionam como mini centros de distribuição), é uma oportunidade que estaria fora dos cálculos de analistas. “O mercado financeiro não está entendendo o que nós temos. Em abril de 2018, eram 1,9 mil lojas, e todas operando com o serviço ‘compre e retire’. Hoje temos ‘players’ digitais falando que têm 150 lojas que fazem isso. Nossa revolução foi acreditar que o digital depende das lojas”.

De todos os produtos vendidos digitalmente, 80% das entregas ao consumidor são feitas pelas lojas do grupo. Segundo o executivo, 9% do faturamento total hoje vem do on-line, e essa taxa vem se mantendo, mesmo com a maior circulação de pessoas. Entre 2018 e 2019, representava 1,5% das vendas.

Pousada ainda disse na “Live do Valor” que as vendas estão “normais” nos últimos meses, apesar do cenário de desaceleração do varejo, pelo fato de o setor de farmácias ser mais resiliente às crises. Ontem, a XP publicou relatório em que destaca o setor como mais preparado para o período de volatilidade.

Para analistas, a expansão do comércio eletrônico pesa na rentabilidade do grupo — já que o on-line tende a ter margens menores — e há ainda o efeito do próprio aumento da competição em praças onde a rede vem tentando crescer. No Nordeste, por exemplo, a Pague Menos retomou crescimento e estaria com ações mais agressivas.

Pousada entende que há concorrentes “acertando também” e mais capitalizados, mas a empresa não se norteia por isso. Sobre margens mais pressionadas, ele prefere não detalhar números atuais, mas diz que eventuais efeitos são reflexo da construção de um plano de ecossistema digital voltado para o longo prazo.

2. A propósito dos trechos em destaque, requeremos a manifestação de V.S^a sobre a veracidade das informações prestadas na notícia, e, caso afirmativo, solicitamos esclarecimentos adicionais a respeito do assunto, bem como informar os motivos pelos quais entendeu não se tratar o assunto de Fato Relevante, nos termos da Resolução CVM nº 44/21, em especial o disposto no inciso XXI do parágrafo único do artigo 2º, considerando que a Companhia já divulga projeções a respeito da abertura de novas lojas até 2022. Solicitamos, ainda, que a Companhia informe em que documentos arquivados no Módulo IPE do Sistema Empresas.NET constam as informações prestadas na matéria.

3. Tal manifestação deverá incluir cópia deste Ofício e ser encaminhada por meio do Sistema Empresas.NET, categoria “Comunicado ao Mercado”, tipo “Esclarecimentos sobre questionamentos da CVM/B3”. O atendimento à presente solicitação de manifestação por meio de Comunicado ao Mercado não exime a eventual apuração de responsabilidade pela não divulgação tempestiva de Fato Relevante, nos termos da Resolução CVM nº 44/21.

4. Ressaltamos que, nos termos do artigo 3º da Resolução CVM nº 44/21, cumpre ao Diretor de Relações com Investidores divulgar e comunicar à CVM e, se for o caso, à bolsa de valores e entidade do mercado de balcão organizado em que os valores mobiliários de emissão da companhia sejam admitidos à negociação, qualquer ato ou fato relevante ocorrido ou relacionado aos seus negócios, bem como zelar por sua ampla e imediata disseminação, simultaneamente em todos os mercados em que tais valores mobiliários sejam admitidos à negociação.

5. Além disso, cumpre-nos lembrar que o Formulário de Referência (Item 11. Projeções) deve ser atualizado em até 7 (sete) dias úteis contados da alteração ou divulgação de novas projeções ou estimativas (inciso IX do § 3º ou inciso V do § 4º do artigo 24 da Instrução CVM nº 480/09).

6. Lembramos também que, caso projeções e estimativas sejam divulgadas, o emissor deve, trimestralmente, no campo apropriado do Formulário de Informações Trimestrais – ITR e no Formulário de Demonstrações Financeiras Padronizadas – DFP, confrontar as projeções divulgadas no Formulário de Referência e os resultados efetivamente obtidos no trimestre, indicando as razões para eventuais diferenças (§ 4º do artigo 20 da Instrução CVM nº 480/09).

7. De ordem da Superintendência de Relações com Empresas, alertamos que caberá a esta autoridade administrativa, no uso de suas atribuições legais e, com fundamento no inciso II, do art. 9º, da Lei nº 6.385/76, e no art. 7º, combinado com o art. 8º, da Instrução CVM nº 608/19, determinar a aplicação de multa cominatória, sem prejuízo de outras sanções administrativas, no valor de R\$ 1.000,00 (mil reais), pelo não cumprimento das exigências formuladas, até o dia

8 de outubro de 2021.

A Raia Drogasil S.A. (“Companhia”) esclarece que tem como prática a divulgação de projeção para a abertura de novas lojas para o ano seguinte ou, no máximo, para os dois anos que seguem, conforme consta nos Comentários Sobre o Comportamento das Projeções Empresariais nas Informações Trimestrais do 2º trimestre de 2021: “As projeções para 2016 e 2017 foram divulgadas ao mercado em 28 de julho de 2016, as projeções para 2018 e 2019 foram divulgadas em 9 de novembro de 2017, a projeção para 2020 foi divulgada no dia 3 de outubro de 2019 e as projeções para 2021 e 2022 foram divulgadas em 29 de setembro de 2020.”

Para os exercícios de 2021 e 2022, por exemplo, a Companhia projetou (conforme informado em fato relevante divulgado em 29 de setembro de 2020) a abertura de 240 novas lojas por ano, e até o final do primeiro trimestre de 2021 já tinha aberto 40 lojas, conforme informado no item 11.1 ‘d’ do seu Formulário de Referência.

Não há, portanto, fatos novos mencionados na notícia em questão. O número de novas lojas referido na matéria corresponde, basicamente, ao número projetado e informado pela Companhia, na forma da regulamentação em vigor, para a abertura anual de lojas, historicamente, desde, pelo menos, 2018. Em linha com o crescimento histórico e consistente dos negócios e com sua estratégia de crescimento voltada para a expansão da rede, com abertura de novos pontos de farmácia, a Companhia apenas afirmou que buscará manter tal patamar de abertura de lojas historicamente realizado.

Sendo o que lhe cumpria informar no momento, a Companhia permanece à disposição da CVM para quaisquer esclarecimentos adicionais que se façam necessários.

Eugênio De Zagottis
Diretor Vice-Presidente de Relações com Investidores