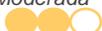


PARECER INDEPENDENTE

sobre o primeiro *sustainability-linked bond* da Eurofarma Laboratórios S.A.¹

Valor da emissão:	R\$ 1.000.000.000,00	Vencimento:	Fevereiro/2028
Alinhamento dos indicadores e calibragem das metas (SLBP 1 e 2)			
	Indicador (KPI) #1	Indicador (KPI) #2	Indicador (KPI) #3
Aspecto	Ambiental	Social	Social
Indicador	a.1 Percentual de Medicamentos + Verdes ² Comercializados sobre o total de medicamentos Eurofarma comercializados no varejo	s.1 Percentual de mulheres contratadas em processos seletivos para a Força de Vendas a nível Brasil	s.2 Número de mulheres em cargos de Gestão da Força de Vendas
Relevância e materialidade para os negócios da empresa	<i>Moderada</i> 	<i>Elevada</i> 	<i>Elevada</i> 
Alinhamento com a estratégia de sustentabilidade da empresa	<i>Elevada</i> 	<i>Elevada</i> 	<i>Elevada</i> 
Mensurabilidade	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>
Verificabilidade	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>
Comparabilidade	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>	<i>Sim</i>
	Meta #1	Meta #2	Meta #3
Metas	a.1 Chegar ao percentual de participação de medicamentos +Verdes comercializados de 10% até 2025, frente o total comercializado pela Eurofarma no varejo	s.1 Ter pelo menos 50% de contratações externas femininas para a Força de Vendas a cada ano até 2027	s.2 Dobrar o número atual de liderança feminina da força de vendas (9), chegando a 18 mulheres na liderança da força de vendas em 2027
Linha de Base ³	5,4% de participação em nov/2021 ⁴	58% de contratações externas femininas para a força de vendas em nov/2021 ⁵	9 mulheres na Gestão da Força de Vendas em nov/2021 ⁶
Desempenho histórico da empresa	<i>Moderada</i> 	<i>Moderada</i> 	<i>Marginal</i> 
Empresas pares/ concorrentes	<i>Elevado</i> 	<i>Inconclusivo</i>	<i>Inconclusivo</i>
Cenários Científicos	<i>Inconclusivo</i>	<i>Moderada</i> 	<i>Marginal</i> 
Nível de ambição da meta⁷	<i>Moderada</i> 	<i>Moderada</i> 	<i>Marginal</i> 
Características da Emissão (SLBP/SLLP 3)			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ A escritura das Debêntures inclui a definição dos indicadores e metas, incluindo a metodologia de cálculo, e a variação potencial das características financeiras da operação; ✓ O custo da dívida poderá elevado em até 25 bps, de CDI+1,40% para CDI+1,65%, a depender do não atingimento das metas; ✓ A empresa não estabeleceu alternativas a serem adotadas caso não consiga cumprir com a estratégia inicialmente prevista para o alcance das metas (mecanismos de back up); ✓ O vencimento antecipado da operação poderá ocorrer a partir do 24º mês após a emissão, em fevereiro/2024. No caso de resgate antecipado, todos os step-up remanescentes, que ainda não tenham sido verificados, serão aplicados. 			
Relato e verificação (SLB/SLLP 4 e 5)			
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Este parecer independente pré-emissão será divulgado de forma pública no website da companhia. ✓ O nível de desempenho dos indicadores e metas estabelecidas pela Eurofarma será objeto de avaliação externa e independente nos meses de abril de 2024, 2026 e 2027. Os três relatórios de verificação serão disponibilizados aos investidores e para o público em geral no website de Relacionamento com Investidores da Eurofarma. 			

¹ Segunda Emissão de Debêntures Simples, Não Conversíveis em Ações, em Série Única, da Espécie Quirografia, para Distribuição Pública com Esforços Restritos, da Eurofarma Laboratórios S.A.

² Medicamentos que podem ter suas embalagens primárias descontaminadas pelos usuários finais com produtos caseiros, e então destinadas a coleta seletiva, e que possuem 30% de material reciclado em sua composição

³ Os dados da linha de base aqui apresentados foram auditados por uma empresa de verificação externa.

⁴ O percentual apresentado representa a comercialização de 12.479.387 embalagens

⁵ O percentual apresentado representa a contratação de 140 mulheres

⁶ O número de mulheres apresentado representa 3% da liderança da força de vendas

⁷ Verificada considerando o desempenho histórico da empresa, e comparações com empresas pares/concorrentes e cenários/referências científicas

Sobre a SITAWI

A SITAWI é uma organização brasileira que mobiliza capital para impacto socioambiental positivo. Desenvolvemos soluções financeiras para impacto social e assessoramos o setor financeiro a incorporar questões socioambientais na estratégia, gestão de riscos e avaliação de investimentos. Somos uma das 5 melhores casas de pesquisa socioambiental para investidores de acordo com o Extel Independent Research in Responsible Investment – IRRRI 2019 e a primeira organização latino-americana a avaliar as credenciais verdes de títulos de dívida.

Sumário

1. Escopo.....	3
Declaração de Responsabilidade.....	4
2. Opinião	5
2.1 Análise da Emissão	5
2.1. a) Aspecto Ambiental.....	5
2.1.b) Aspecto Social.....	13
2.2 Características da Emissão (SLBP 3):.....	23
2.3 Relato e Verificação (SLBP 4 e 5):	24
3. Performance ASG do Emissor e Pesquisa de Controvérsias	26
4. Método.....	35
Anexo I – Medicamentos +Verdes	37
Anexo II – Participação de Mulheres na Força de Vendas	40
Anexo III – Matriz de Materialidade Eurofarma	46
Anexo IV – Sustainability-Linked Bond Independent External Review Form	47

1. Escopo

O objetivo deste Parecer Independente é prover uma opinião sobre o enquadramento como Títulos Vinculados a Desempenho ASG (*Sustainability-Linked Bond*) da Segunda Emissão de Debêntures Simples, Não Conversíveis em Ações, em Série Única, da Espécie Quirografária, para Distribuição Pública com Esforços Restritos, da Eurofarma Laboratórios S.A. (“Emissora”; “Eurofarma”), no montante de R\$ 1.000.000.000,00.

A SITAWI utilizou seu método proprietário de avaliação, que está alinhado aos *Sustainability-Linked Bond Principles (SLBP)*.

A opinião da SITAWI é baseada em:

- Análise dos indicadores-chave de performance (KPIs) e calibragem das metas de desempenho de sustentabilidade (SPTs), características da emissão, e comunicação e verificação externa.
- Análise corporativa da empresa, contemplando pesquisa de controvérsias ASG nas quais a companhia esteve envolvida.

A análise utilizou informações e documentos fornecidos pela Emissora, alguns de caráter confidencial, pesquisa de mesa e entrevistas com equipes responsáveis nas áreas financeira e de sustentabilidade. Esse processo foi realizado entre novembro de 2021 e janeiro de 2022.

O processo de avaliação foi realizado de acordo com princípios gerais relevantes e padrões profissionais de auditoria independente, e em linha com a Norma Internacional sobre Compromissos de Avaliação que não sejam auditorias ou revisões de informações financeiras históricas (ISAE 3000), Norma Internacional em Controle de Qualidade (ISQC 1, 2009) e Código de Ética para Contadores Profissionais do *International Ethic Standards Board for Accountants (IESBA, 2019)*.

A SITAWI teve acesso a todos os documentos e pessoas solicitadas, podendo assim prover uma opinião com nível razoável de assecuração em relação a completude, precisão e confiabilidade.

O emissor pretende obter a classificação de Título Vinculado a Desempenho ASG para sua emissão, em linha com os SLBP, versão de junho de 2020. Essa classificação será confirmada durante a vigência do título, com base em avaliação externa e independente a ser realizada nos meses de abril de 2024, 2026 e 2027.

Declaração de Responsabilidade

A SITAWI não é acionista, investida, cliente ou fornecedora da Emissora ou de suas subsidiárias. A SITAWI declara, desta forma, não possuir conflito de interesse e estar apta a emitir uma opinião independente acerca da emissão.

As análises contidas nesse parecer são baseadas em uma série de documentos, parte destes confidenciais, fornecidos pela Emissora. Não podemos atestar pela completude, exatidão ou até mesmo veracidade destes. Portanto, a SITAWI⁸ não se responsabiliza pelo uso das informações contidas nesse parecer.

Ressaltamos que toda e qualquer estimativa, expectativa, previsão ou termo similar, sempre que mencionado neste Parecer Independente, refere-se a dados utilizados para os fins exclusivos do presente Parecer Independente, unicamente para viabilizar a definição dos KPIs, e não constitui uma promessa de desempenho da Eurofarma ou quaisquer estimativas e perspectivas relativas aos planos operacionais e financeiros da companhia.

ISSO NÃO É UMA RECOMENDAÇÃO

Frisamos que todas as avaliações e opiniões indicadas nesse relatório não constituem uma recomendação de investimento e não devem ser consideradas para atestar a rentabilidade ou liquidez dos papéis.

⁸ A responsável final por esse relatório é a KOAN Finanças Sustentáveis Ltda., que opera sob o nome fantasia de SITAWI Finanças do Bem

2. Opinião

Na opinião da SITAWI a segunda emissão de debêntures simples da Eurofarma está em conformidade, em todos os aspectos materiais, aos SLBP, podendo ser caracterizada como Título Vinculado a Desempenho ASG, com contribuições positivas para o desenvolvimento sustentável.

A Eurofarma selecionou três indicadores (KPIs) para compor a presente operação, associados a quesitos ambientais – a.1. *Percentual de Medicamentos +Verdes Comercializados sobre o total de medicamentos Eurofarma comercializados no varejo* - e sociais – s.1. *Percentual de mulheres contratadas em processos seletivos para a Força de Vendas a nível Brasil* e s.2. *Número de mulheres em cargos de Gestão da Força de Vendas*. O KPI ‘a.1’ possui moderada relevância e materialidade para os negócios da Eurofarma, e os KPIs ‘s.1’ e ‘s.2’ elevada relevância e materialidade para os negócios da empresa.

Em relação ao nível de ambição das metas, os SLBP e SLLP pedem que estas sejam avaliadas em relação a: 1) desempenho histórico, 2) cenários científicos ou benchmarks e 3) em relação a empresas pares/concorrentes do setor do emissor

Na opinião da SITAWI, podemos concluir que a utilização dos três KPIs em conjunto, somada à calibragem das metas, proporciona o alinhamento desta operação com os SLBP, fazendo-a meritória do rótulo de Título Baseado em Desempenho ASG (“*Sustainability-linked Bond*”). Em abril de 2024, 2026 e 2027 serão elaborados relatórios independentes de verificação, que avaliarão a performance da companhia frente às metas estabelecidas.

As informações referentes aos indicadores e metas estabelecidos foram formalizadas pela empresa no ‘Framework para títulos e empréstimos Sustainability-Linked’ da Eurofarma. Esse documento foi fonte de consulta para o presente parecer.

Em relação à análise da Performance ASG da emissora, foram identificadas controvérsias sociais envolvendo a Eurofarma, com nível de severidade médio e alto, que geraram repercussões negativas na mídia e entre seus stakeholders. Os casos e a responsividade da empresa estão descritos na seção [3](#).

2.1 Análise da Emissão

- **Alinhamento dos indicadores e metas (SLBP 1 e 2):**

2.1. a) Aspecto Ambiental

Indicador (KPI)
a.1) Percentual de Medicamentos + Verdes Comercializados sobre o total de medicamentos Eurofarma comercializados no varejo
Escopo: Medicamentos +Verdes têm embalagens primárias que podem ser descontaminadas pelo consumidor final para destinação para a coleta seletiva, a partir de produtos como água sanitária ou água oxigenada, além de contar com embalagem secundária com 30% da composição advinda de materiais recicláveis. Os medicamentos +Verdes também englobam embalagens primárias feitas com polietileno verde ao invés do polietileno convencional. O percentual é considerado sobre o total comercializado no varejo (80,9% do total de medicamentos comercializados pela Eurofarma em 2021), pois para o restante (chamado de institucional), usado em hospitais

e para oncologia, o paciente final não tem acesso a embalagens. A metodologia da iniciativa foi homologada pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa).

Aspecto	Justificativa
<p>Relevância e materialidade para os negócios da empresa</p>  <p>Moderado</p>	<ul style="list-style-type: none"> Regulação do setor farmacêutico sobre logística reversa de medicamentos e embalagens: <p>A geração de resíduos é inerente à comercialização de medicamentos. Quando se tratando de medicamentos sólidos, como comprimidos, estes normalmente vêm em embalagem externa (embalagem secundária), acompanhada de bula e de blister, ou qualquer outra embalagem de direto contato com a medicação (embalagem primária).</p> <p>Nesse sentido, a Política Nacional de Resíduos Sólidos (PNRS - Lei N° 12.305/2010)⁹, que dá diretrizes relativas à gestão integrada e ao gerenciamento de resíduos sólidos, tem como um de seus princípios a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos.</p> <p>Conforme a PNRS, a responsabilidade compartilhada pelo ciclo de vida dos produtos é o “conjunto de atribuições individualizadas e encadeadas dos fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes, dos consumidores e dos titulares dos serviços públicos de limpeza urbana e de manejo dos resíduos sólidos, para minimizar o volume de resíduos sólidos e rejeitos gerados, bem como para reduzir os impactos causados à saúde humana e à qualidade ambiental decorrentes do ciclo de vida dos produtos.”</p> <p>A responsabilidade compartilhada busca, além de incentivar as boas práticas de responsabilidade ambiental, incentivar a utilização de insumos de menor agressividade ao meio ambiente e de maior sustentabilidade. De acordo com esse princípio, os fabricantes, importadores, distribuidores e comerciantes devem investir na colocação no mercado de produtos que sejam aptos, após o uso pelo consumidor, à reutilização, à reciclagem ou a outra forma de destinação ambientalmente adequada. Além disso, as embalagens devem ser fabricadas com materiais que propiciem a reutilização ou a reciclagem.</p> <p>Ainda, de acordo com o Governo Federal, “A realidade sanitária do país ainda apresenta dificuldades com relação aos processos de coleta, tratamento e destinação dos resíduos de natureza biológica e química.”¹⁰ Sob a justificativa de redução de impactos ambientais, contaminação do solo e da água e dados a saúde humana, o Governo Federal regulamentou o descarte de medicamentos e suas embalagens a partir da logística reversa em 2020, determinando que deve haver um ponto fixo de coleta para cada 10 mil habitantes, com prazo de implementação de até 5 anos em todos os municípios com mais de 100 mil habitantes.¹¹</p> <p>Adicionalmente, a Resolução RDC 222¹² da Anvisa determina que blisters de medicamentos devem ter destinação a tratamento, aterros de resíduos perigosos ou como rejeitos¹³, a depender de sua classe farmacêutica. A análise do estabelecido na RDC 22 também permite chegar à conclusão de que a descontaminação de embalagens primárias de medicamentos é necessária para possibilitar sua reciclagem, e para prevenção de poluição de solos e lençóis freáticos.</p>

⁹ http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2010/lei/l12305.htm

¹⁰ <https://sinir.gov.br/component/content/article/63-logistica-reversa/481-logistica-reversa-medicamentos>

¹¹ <https://www.gov.br/mma/pt-br/noticias/governo-federal-regulamenta-correto-descarte-de-medicamentos#:~:text=Governo%20Federal%20regulamenta%20correto%20descarte%20de%20medicamentos,-A%20medida%20busca&text=A%20partir%20de%20agora%2C%20os.outras%20pontos%20definidos%20pelos%20co-merciantes.>

¹² https://bvsm.sau.gov.br/bvs/sau delegis/anvisa/2018/rdc0222_28_03_2018.pdf

¹³ Definidos pela RDC 22 como “resíduos sólidos que, depois de esgotadas todas as possibilidades de tratamento e recuperação por processos tecnológicos disponíveis e economicamente viáveis, não apresente outra possibilidade que não a disposição final ambientalmente adequada”

Farmácias, drogarias e hospitais possuem a obrigação legal de elaborar um Plano de Resíduos de Serviços de Saúde (PGRSS¹⁴). No entanto, embora esses distribuidores de medicamentos devam elaborar um PGRSS, não há a previsão de recolhimento ativo de produtos já vendidos ao consumidor final, acarretando o problema de potencial descarte inadequado por parte da população.^{15 16 17}

• **Impactos do descarte incorreto de medicamentos e embalagens no meio ambiente:**

De acordo com o Panorama dos Resíduos Sólidos no Brasil 2020¹⁸ da Abrelpe, em 2019, 36,2% dos municípios brasileiros deram destinação inadequada a resíduos sólidos de saúde gerados.

De acordo com Lima et al.¹⁹ a presença de fármacos e desreguladores endócrinos tem chamado a atenção da comunidade científica pela exposição de corpos d'água a essas substâncias. Segundo o estudo, apesar de sua baixa concentração ambiental, estes têm o potencial de causar efeitos adversos significativos. Dentre fármacos destacam-se os antibióticos, contraceptivos e outros, e entre os desreguladores endócrinos, hormônios naturais e sintéticos (contidos em pílulas anticoncepcionais), e outros.

Vale mencionar que essas substâncias não estão previstas dentro dos padrões estabelecidos para potabilidade de água nacional e internacionalmente, dado que não há dados conclusivos sobre concentrações máximas a serem permitidas. Porém, o estudo destaca que as substâncias estão em listas prioritárias de observação de agências internacionais, como a da União Europeia.

Dentre os impactos adversos dessas substâncias, o estudo destaca:

- Danos morfológicos, metabólicos e alterações sexuais a fauna aquática;
- Toxicidade biológica, indução da resistência a antibióticos em bactérias patogênicas e genotoxicidade.

Ademais, já existem estudos voltados para a análise de afluentes urbanos e os dados apontam para uma concentração de hormônios derivados de resíduos fármacos capazes de afetar gravemente os rios e lagos de diversas regiões. Segundo os dados levantados em 2010 pela companhia Brasil Health Service (BHS), as estatísticas mostram que 1kg de medicamento descartado via esgoto pode contaminar até 450 mil litros de água.²⁰

De acordo com Sulareviscz et. al.²¹, a composição dos blisters geralmente contém plástico PVC (degradado em 200-600 anos) e alumínio (não degradado naturalmente), que oferecem risco a vida animal e vegetal. Esse tipo de embalagem foi desenvolvido de forma a garantir a estabilidade e qualidade dos medicamentos.

O mesmo estudo realizou, em três cidades do Paraná, uma pesquisa com a população local para diagnosticar a preocupação comunitária com o descarte de blisters. Em duas cidades (Castro e Piraí do Sul), constatou-se que entre 80% e 84% dos entrevistados não realiza o retorno das embalagens às farmácias, enquanto na terceira (Ponta Grossa),

¹⁴ Definição de PGRSS de acordo com a RDC 22: "documento que aponta e descreve todas as ações relativas ao gerenciamento dos resíduos de serviços de saúde, observadas suas características e riscos, contemplando os aspectos referentes à geração, identificação, segregação, acondicionamento, coleta, armazenamento, transporte, destinação e disposição final ambientalmente adequada, bem como as ações de proteção à saúde pública, do trabalhador e do meio ambiente". Disponível em:

https://bvsm.s.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2018/rdc0222_28_03_2018.pdf

¹⁵ <https://ambitojuridico.com.br/cadernos/direito-ambiental/o-descarte-de-medicamentos-no-brasil-um-olhar-socioeconomico-e-ambiental-do-lixo-farmaceutico/>

¹⁶ Atualizada pela RDC 222. Disponível em:

https://bvsm.s.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2004/res0306_07_12_2004.html

https://bvsm.s.saude.gov.br/bvs/saudelegis/anvisa/2018/rdc0222_28_03_2018.pdf

¹⁷ <http://www.siam.mg.gov.br/sla/download.pdf?idNorma=5046>

¹⁸ <https://abrelpe.org.br/download/5692>

¹⁹ <https://www.scielo.br/j/esa/a/d3VdtTVcSScQ8SLm93tPYqR/?format=pdf&lang=pt>

²⁰ <https://www.saude.mg.gov.br/cer/story/9819-descarte-irregular-de-medicamentos-causa-impactos-a-saude-e-ao-meio-ambiente>

²¹ <https://revistas.ufpr.br/academica/article/download/76349/42283>

	<p>77% dos entrevistados afirmaram realizar a devolução. O estudo concluiu que Ponta Grossa figurou melhor pois no município há legislação para estabelecer pontos de coleta nas farmácias, e a população local é orientada a respeito, o que não ocorre nas demais cidades.</p> <p>• Conclusões e lacunas identificadas:</p> <p>Dado esse contexto, a Eurofarma desenvolveu a iniciativa de medicamentos +Verdes, que tem 30% de suas embalagens secundárias feitas de material reciclado, e permitem que o consumidor final realize a descontaminação de embalagens vazias com materiais de limpeza comuns nas residências (água sanitária ou água oxigenada), os tornando inertes. As embalagens dos medicamentos atualmente incluídos na iniciativa trazem as instruções para a descontaminação caseira. Após a descontaminação, a embalagem pode ser direcionado para a coleta seletiva. Mais informações sobre a iniciativa estão no Anexo I.</p> <p>Atualmente, seis linhas de medicamentos estão incluídos na iniciativa, sendo antibióticos e remédios de associação hormonal feminina. Estes foram selecionados por serem medicamentos com mais tempo de mercado (~20 anos), de forma que já têm uma base de consumo amplo, para que a iniciativa chegue a mais pessoas, e pelo potencial contaminante de antibióticos e hormônios.</p> <p>Vale comentar que não foram identificadas iniciativas similares em outras farmacêuticas brasileiras. A comparação da temática com <i>peers</i> é aprofundada na análise da meta associada, apresentada mais adiante.</p> <p>Considerando a impossibilidade da comercialização de medicamentos sem a produção de resíduos, a regulação aplicável, a inovação da iniciativa, o percentual de material reciclado usado nas embalagens, e os potenciais impactos do descarte de embalagens primárias contaminadas, a temática de descontaminação caseira das embalagens por parte dos consumidores finais é considerada material.</p> <p>Porém, tendo em vista que a concretização dos impactos positivos dos Medicamentos +Verdes depende da iniciativa e esforço do consumidor final, e que a empresa não tem controle e monitoramento sobre a efetiva realização da descontaminação e destinação para coleta seletiva, sua materialidade foi considerada como moderada. A SITAWI é da opinião de que o aumento da disponibilidade de embalagens com esse tipo de inovação no mercado pode ser um indutor de mudança de comportamento nos consumidores, e representar um novo padrão para a indústria.</p>
<p>Alinhamento com a estratégia de sustentabilidade da empresa</p> <p> Elevado</p>	<p>Segundo informado pela companhia, a temática do KPI é de grande importância quando avaliados os impactos ambientais de sua operação e os riscos do ponto de vista ambiental e na saúde pública dos resíduos gerados pós consumo. Isso é evidenciado em sua matriz de materialidade, divulgada em seu Relatório Integrado Anual, apresentada no Anexo III.</p> <p>A matriz do relatório de 2021 teve seu processo de materialidade conduzido no segundo semestre de 2019. Para estabelecimento da matriz, são conduzidos questionários com <i>stakeholders</i>, incluindo clientes, distribuidores, colaboradores, médicos, fornecedores, consumidores, membros do Conselho Consultivo e outros. Esse trabalho é repetido a cada dois anos, e visa identificar temas materiais para o setor farmacêutico no mundo, externalidades geradas pela empresa e públicos impactados. A matriz está apresentada no Anexo II. O tema “Redução de geração de resíduos, reuso e reciclagem” foi considerado um dos temas nos quais a Eurofarma tem maior poder de influência.</p> <p>Sobre o tema de resíduos, a empresa tem outras iniciativas internas, como priorização do tratamento de resíduos perigosos por coprocessamento com aproveitamento da energia, que correspondeu ao tratamento de 96% dos resíduos perigosos gerados em 2020, reciclagem interna de resíduos não perigosos, com índice de 65% em 2020, compostagem de resíduos orgânicos, minimização do envio a aterros sanitários (18,3% dos resíduos não perigosos), e outros. Estas iniciativas são descritas na seção 3.</p>

	<p>Sobre iniciativas de logística reversa pós-consumo, a empresa tem o Programa Descarte Correto desde 2009, com 26 pontos de descarte de embalagens primárias, medicamentos vencidos e materiais como agulhas e ampolas em cidades do Rio de Janeiro, São Paulo e Minas Gerais. Em 2020 foram coletadas 49 toneladas pela iniciativa. Em 100% dos produtos comercializados, há instruções para destinação de bulas e embalagens secundárias a coleta seletiva.</p> <p>A empresa tem parceria com 44 escolas públicas do município de Itapevi (SP), onde fica sua maior unidade, para a conscientização e educação ambiental a respeito de separação do lixo e coleta seletiva.</p> <p>Ademais, o Código de Ética²² da empresa estabelece que o padrão da empresa conta com:</p> <ul style="list-style-type: none"> • “Incentivamos o uso responsável de recursos naturais como forma de colaborar com a qualidade de vida, a saúde pública e o meio ambiente”; • “Rejeitamos toda a prática de ações que deterioram o meio ambiente”; • “Visamos a melhoria e a busca pela Ecoeficiência a partir de projetos que recebem aporte financeiro da empresa” 																				
<p>Mensurabilidade</p> <p><input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Sim</p>	<p>Os dados do KPI são provenientes da IQVIA²³, empresa de análise de dados voltada para o setor de saúde. As informações são monitoradas mensalmente, considerando os produtos comercializados que chegaram ao consumidor (e não somente para a distribuidora). Os dados fornecidos pela IQVIA são auditados pela KPMG, que audita dados da Eurofarma.</p>																				
<p>Verificabilidade externa</p> <p><input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Sim</p>	<p>A empresa já reporta em seu Relatório Integrado Anual a quantidade de embalagens +Verdes comercializadas no ano anterior, e passará a reportar o percentual que isso representa em comparação com o total de medicamentos comercializados no varejo, pelo menos até o vencimento da operação. As informações reportadas no relatório são auditadas pela KPMG.</p> <p>Adicionalmente, uma terceira parte irá avaliar a performance da companhia nos indicadores por meio de relatórios de verificação. Os relatórios serão elaborados em abril de 2024, 2026 e 2027.</p>																				
<p>Comparabilidade</p> <p><input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Sim</p>	<p>Considerando o relato a ser realizado pela empresa descrito no item anterior, e que seus relatórios anuais seguem o padrão de relato do <i>Global Reporting Initiative</i> (GRI). Portanto, o KPI poderá ser comparado com indicadores de outras empresas do setor que sigam este padrão de relato e reportem os dados citados.</p>																				
Meta (SPT)																					
Aumentar o percentual de participação de medicamentos +Verdes comercializados, frente o total comercializado pela Eurofarma no varejo em 10% até 2025																					
Linha de base: 5,4% (12.479.387 medicamentos) em novembro de 2021																					
Aspecto	Justificativa																				
<p>Desempenho histórico da empresa</p> <p> Moderada</p>	<p>A iniciativa de embalagens +Verdes teve início em 2018. Assim, a Eurofarma possui um histórico de monitoramento dos medicamentos +Verdes, em conformidade com os Sustainability-Linked Bond Principles.</p> <p>O percentual de medicamentos +Verdes comercializados sobre o total de medicamentos comercializados pela Eurofarma no varejo tem o seguinte histórico (até 2021) e metas (a partir de 2022), apresentados na tabela a seguir.</p> <p><i>Tabela 1 - Medicamentos +Verdes em unidades comercializadas</i></p> <table border="1" data-bbox="435 1798 1423 1942"> <thead> <tr> <th>Ano</th> <th>Medicamentos +Verdes</th> <th>% sobre o total Eurofarma Varejo</th> <th>Observação</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2018</td> <td>7.773.252</td> <td>4,70%</td> <td>Dado auditado</td> </tr> <tr> <td>2019</td> <td>12.223.785</td> <td>6,40%</td> <td>Dado auditado</td> </tr> <tr> <td>2020</td> <td>13.852.726</td> <td>6,40%</td> <td>Dado auditado</td> </tr> <tr> <td>2021*</td> <td>12.479.387</td> <td>5,40%</td> <td>Dado auditado</td> </tr> </tbody> </table>	Ano	Medicamentos +Verdes	% sobre o total Eurofarma Varejo	Observação	2018	7.773.252	4,70%	Dado auditado	2019	12.223.785	6,40%	Dado auditado	2020	13.852.726	6,40%	Dado auditado	2021*	12.479.387	5,40%	Dado auditado
Ano	Medicamentos +Verdes	% sobre o total Eurofarma Varejo	Observação																		
2018	7.773.252	4,70%	Dado auditado																		
2019	12.223.785	6,40%	Dado auditado																		
2020	13.852.726	6,40%	Dado auditado																		
2021*	12.479.387	5,40%	Dado auditado																		

²² <https://eurofarma.com.br/xyz/codigo-de-etica-e-conduta>

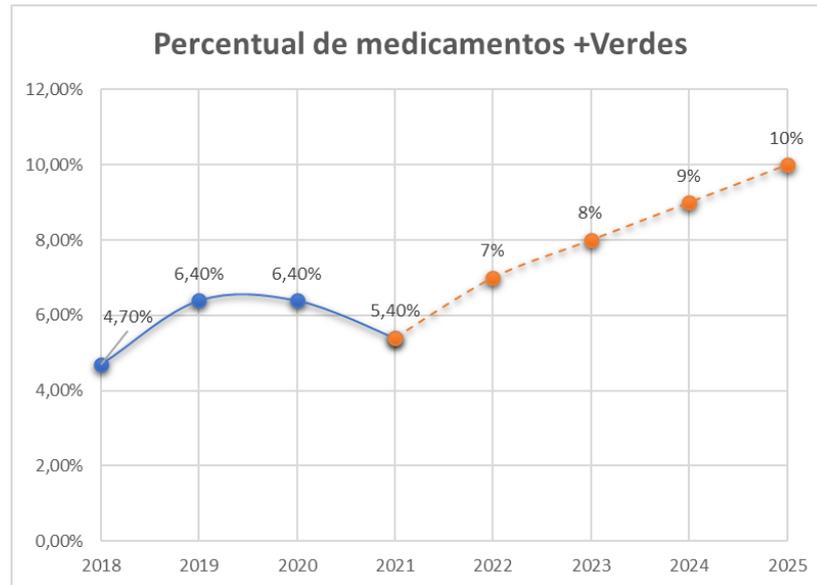
²³ <https://www.iqvia.com/pt-br/locations/brazil>

2022	16.903.944	7%	Meta
2023	20.188.138	8%	Meta
2024	23.620.122	9%	Meta
2025	27.215.629	10%	Meta

Fonte - Elaboração própria a partir de dados Eurofarma. *O dado de 2021 representa o período de janeiro a novembro. Os demais dados representam a informação do período de janeiro a dezembro.

A Eurofarma estabeleceu a meta de aumento da comercialização dos produtos +Verdes tendo como base o portfólio da IQVIA – PMB para novembro de 2021, de acordo com a projeção de vendas dos medicamentos Eurofarma Varejo e Eurofarma +Verdes. Analisando graficamente, tem-se:

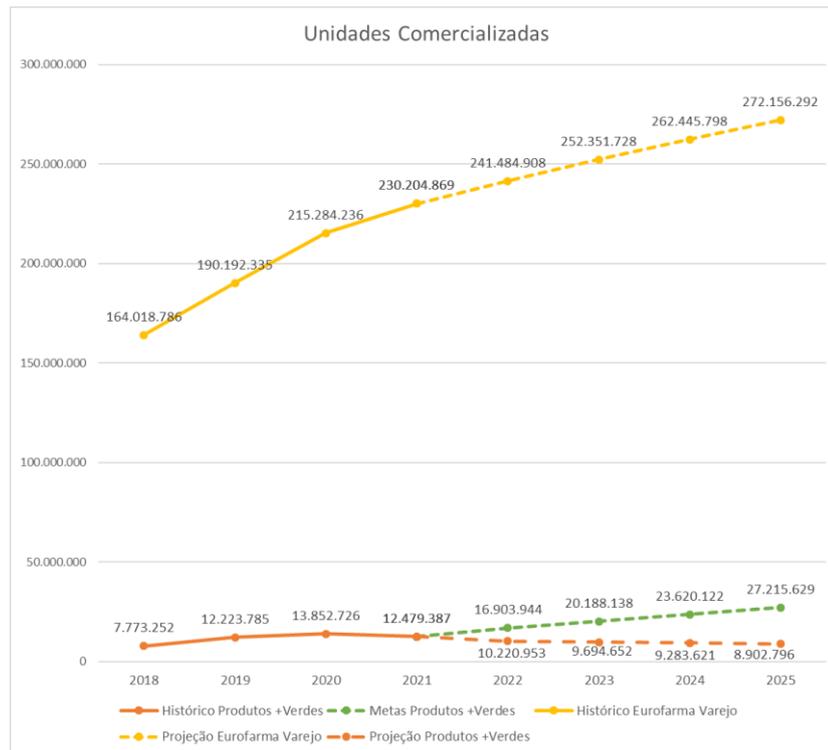
Gráfico 1 – Medicamentos +Verdes comercializados



Fonte - Elaboração própria a partir de dados da Eurofarma. *O dado de 2021 representa o período de janeiro a novembro. Os demais dados representam a informação do período de janeiro a dezembro.

O gráfico 2, a seguir, demonstra o crescimento em unidades de medicamentos comercializados do varejo da empresa e dos medicamentos +Verdes entre 2018 e 2021, assim como as projeções (para o varejo e para as linhas que já são +Verdes) e as metas (para +Verdes em geral, considerando as linhas que já são +Verdes e linhas que serão +Verdes, ainda não definidas) entre 2022 e 2025.

Gráfico 2 - Unidades Comercializadas +Verdes e Varejo Eurofarma



Fonte - Elaboração própria a partir de dados Eurofarma. *Os dados de 2021 representam o período de janeiro a novembro. Os demais dados representam a informação do período de janeiro a dezembro.

Entre 2018 e 2021, enquanto unidades vendidas totais para o varejo da empresa cresceram uma média de 12% ao ano, as unidades de +Verdes cresceram 17,1% ao ano. Entre 2022 e 2025, considerando as projeções e metas, é esperado que o total de unidades comercializadas no varejo cresça 4,3% ao ano, enquanto as unidades comercializadas de +Verdes cresça 21,5% ao ano, em média. O gráfico também mostra a diferença entre a evolução de vendas prevista para as linhas de medicamentos que já são +Verdes, que irão decrescer em uma média de 8,1% ao ano, e as metas para os +Verdes, demonstrando o esforço de inclusão de outras linhas de medicamentos na iniciativa que deverá ocorrer para cumprimento das metas.

Entre 2018 e 2021, a participação de embalagens com a iniciativa frente ao total vendido no varejo pela empresa cresceu em uma média anual de 4,7%. Entre 2021 e 2026, a taxa de crescimento anual proposta é de 17%.

Desafios para a efetivação das metas:

O principal desafio da meta está relacionado ao crescimento expressivo de medicamentos +Verdes em relação ao número de unidades de medicamentos comercializados no canal de varejo.

A estratégia adotada para os produtos +Verdes tem como premissa a escolha dos produtos de maior representatividade em unidades comercializadas pela Eurofarma. Atualmente, a tecnologia está disponível para medicamentos hormonais (anticoncepcionais) e antibióticos, englobando seis dos principais produtos da Eurofarma.

Um desafio da meta é avançar na estratégia de descontaminação de novas classes terapêuticas, que deve utilizar produtos de fácil aquisição e baixo custo, além de ser validada por pesquisadores.

Ademais, a inclusão de medicamentos na categoria de Produtos +Verde até então considerou medicamentos que estão há mais de 20 anos no mercado - e, portanto,

	<p>considerados maduros para o setor - e também com maior número absoluto de vendas. É importante destacar que o maior número de vendas não está relacionado ao maior faturamento da empresa com o medicamento, dado a diferença nos preços associados a cada medicamento. Por inovações previstas no mercado de medicamentos, e o lançamento de novas linhas, é prevista a redução nas vendas desses medicamentos (conforme demonstrado no Gráfico 2).</p> <p>Em relação às embalagens dos medicamentos +Verdes, essas devem superar desafios industriais relacionados à sua performance e ausência de impacto na qualidade final do medicamento.</p> <p>Em relação ao histórico do emissor, a ambição da meta em questão para o ano de 2025 foi considerada moderada, devido ao percentual a ser atingido, os esforços e investimentos envolvidos para o seu atingimento, sua velocidade de crescimento além da prevista para a empresa como um todo, e sua importância de atuação dentro dos produtos da Eurofarma no varejo.</p>
<p>Empresas pares/concorrentes</p>  <p>Elevado</p>	<p>A seleção de empresas pares foi feita levando em conta empresas que tivessem atuação no setor farmacêutico, considerando principalmente as de capital nacional, incluindo as listadas na bolsa brasileira e as não listadas, bem como outras empresas internacionais presentes no Brasil. Das 10 empresas pares analisadas, 5 são brasileiras, sendo que duas dessas estão listadas na bolsa brasileira. As 5 outras empresas são internacionais com grande atuação no Brasil.</p> <p>Na pesquisa com as empresas brasileiras e com as empresas internacionais presentes no Brasil não foi possível identificar iniciativas diretamente comparáveis com os Produtos +Verdes da Eurofarma, pois nenhuma das empresas possui iniciativas de descontaminação da embalagem primária do medicamento pelo consumidor (Mais detalhes no Anexo I).</p> <p>Assim, conclui-se que a disparidade nas informações reportadas pelas empresas, tanto as brasileiras quanto as estrangeiras, não permite uma comparação direta entre elas, impossibilitando um diagnóstico conclusivo acerca de desempenho da Eurofarma e seus pares nacionais e internacionais.</p> <p>Ademais, dado que não foram identificadas iniciativas de logística reversa atreladas à descontaminação da embalagem do medicamento pelo próprio consumidor, pode-se inferir que a Eurofarma atua de maneira inovadora frente ao seu <i>peer group</i> no tema.</p>
<p>Cenários Científicos</p> <p>Inconclusivo</p>	<p>As metas propostas estão alinhadas com o ODS 11 ('Cidades e Comunidades Sustentáveis') e 12 ('Consumo e Produção Responsáveis'), mais especificamente com as submetas:</p> <p>11.6 – “Até 2030, reduzir o impacto ambiental negativo per capita das cidades, inclusive prestando especial atenção à qualidade do ar, gestão de resíduos municipais e outros”</p> <p>12.5 – “Até 2030, reduzir substancialmente a geração de resíduos por meio da prevenção, redução, reciclagem e reuso”</p> <p>No âmbito científico, foram identificadas iniciativas ligadas à logística reversa, tais como a disponibilização de caixas específicas em farmácias para a devolução de embalagens e blisters vazios, bem como a utilização de materiais recicláveis nas embalagens de medicamentos, como o polietileno e rótulos feitos de papel reciclado. Ainda, uma pesquisa apontou um método para a separação do PVC, plástico utilizado nos blisters, de acordo com a sua coloração. A metodologia consiste na separação das partículas de PVC da mesma cor, seu processamento em partículas menores e então, agrupamento em um container junto a um líquido para a separação dos componentes do blister.</p> <p>No entanto, nenhuma das soluções encontradas tinham em seu escopo a descontaminação da embalagem do medicamento pelo próprio usuário. Também não foi identificada legislação que tratasse especificamente de obrigatoriedade para reutilização de blisters.</p>

Em vista disso, a comparação com cenários científicos foi considerada inconclusiva.

2.1.b) Aspecto Social

Indicadores (KPI)

s.1) Percentual de mulheres contratadas em processos seletivos para a Força de Vendas a nível Brasil

Escopo: Contratação de mulheres nos processos seletivos externos para as vagas da área de Força de Vendas (Comercial – Campo). Indicador não restrito a liderança, abrange todos os cargos da área com contratações externas.

A Força de Vendas representa os colaboradores vinculados a área Comercial da empresa e que executam suas atividades externamente as dependências da empresa, que compõe a área 'comercial campo'. Esta é composta pelas seguintes unidades de negócio: prescrição médica, hospitalar, momenta, oncologia, genéricos e licitações.

s.2) Número de mulheres em cargos de Gestão da Força de Vendas

Escopo: O número de mulheres considerado é o número absoluto da Força de Vendas da Eurofarma a nível Brasil, desconsiderando a atuação da empresa em outros países da América Latina e possíveis reduções e/ou expansão da Força de Vendas no prazo da operação.

Esse indicador engloba a participação de mulheres em cargos de Gestão da Força de Vendas. Os cargos de Gestão considerados são: Gerente Nacional Vendas, Gerente Regional Vendas, Gerente Distrital e Gerente Contas das Unidades de Negócio Comercial Campo.

Vale ressaltar que as operações da Eurofarma no Brasil são as mais significativas em termos de número de pessoas empregadas. Em 2020, o Brasil possuía 79% (6.005 pessoas) do total de colaboradores (7.633 pessoas), considerando todos os cargos existentes na Eurofarma tanto na operação nacional quanto nas operações internacionais, conforme o Relatório Integrado Anual 2021.

Aspecto	Justificativa
Relevância e materialidade para os negócios da empresa  <i>Elevada</i>	<p>Um estudo divulgado pelo IBGE em 2021, 'Estatísticas de gênero: indicadores sociais das mulheres no Brasil' mostrou que apesar de mulheres terem mais anos de estudo e frequentarem mais a escola, elas ocupavam 37,4% dos cargos gerenciais em 2019, valor inferior aos dados da última pesquisa divulgada em 2018 (com dados de 2016), no qual as mulheres ocupavam 39,1% desses postos de trabalho²⁴.</p> <p>Igualdade de gênero e mulheres em cargos de liderança:</p> <p><u>Um agravante na busca pela igualdade de gênero foi a pandemia do coronavírus.</u> A crise sanitária mundial acrescentou 36 anos ao tempo necessário para reduzir a disparidade de gênero em todo o mundo²⁵, passando para 135,6 anos o período para atingir a paridade de gênero. Isso é o que mostra o 'Global Gender Gap Report', um relatório anual sobre o tema do Fórum Econômico Mundial²⁶ (WEF, na sigla em inglês).</p> <p>O relatório traz ainda dados que mostram que, na retomada da economia, a contratação de mulheres está ocorrendo em um ritmo mais lento e que elas não são as preferidas para a disputa de cargos de liderança. Dentro do escopo do estudo do WEF, as mulheres representam apenas 27% de todas as posições de gestão, indicando a ausência de mulheres em cargos de liderança.</p> <p><u>No ranking geral de disparidade de gênero, o Brasil foi classificado na 93ª posição, de 156 países analisados. Em relação ao tema 'Participação Econômica e Oportunidade', o país ficou na 89ª posição.</u> Hoje, 61,9% das mulheres e 80,1% dos homens compõem a força de trabalho. Nos cargos de liderança, as mulheres representam 39.4% de todos os</p>

²⁴ <https://epocanegocios.globo.com/Economia/noticia/2021/03/fatia-de-mulheres-em-cargos-de-lideranca-cai-no-brasil-e-elas-ainda-ganham-777-do-salario-dos-homens.html>

²⁵ <https://brasil.elpais.com/sociedade/2021-03-31/pandemia-adia-igualdade-de-genero-por-mais-uma-geracao.html>

²⁶ https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2021.pdf

gestores, o que significa que 65,1% da lacuna nesse tema foi preenchida, segundo o relatório.

Analisando a região da América Latina e do Caribe e o ritmo atual de contratação, a disparidade de gênero só será mitigada em cerca de 69 anos²⁷. O Brasil está em penúltimo lugar (25ª posição) no ranking que considera apenas essa região. Em relação ao primeiro país colocado (Nicarágua), a diferença do Brasil é de 12,7 pontos percentuais.

Ainda, em outubro de 2021, um levantamento feito pela bolsa brasileira, a B3, apontou que, de 408 empresas listadas na bolsa: 45% não têm participação feminina no Conselho de Administração (CA) e 25% das empresas possuem apenas uma mulher nos cargos de diretoria²⁸.

Assim, considerando que: as mulheres representam a maioria da população no Brasil (51,8%)²⁹; que apresentam mais horas de estudos; e que a performance do Brasil, no quesito paridade de gênero, está aquém de muitos dos países avaliados pelo 'Global Gender Gap Report', há ainda um longo caminho a ser percorrido para alcançar a igualdade de gênero no país.

- **Benefícios da diversidade no ambiente de trabalho:**

Em uma sociedade composta por homens e mulheres de diversas culturas e crenças, uma organização corporativa que ilustre a pluralidade da sociedade, também cria um ambiente de maior respeito às diferenças culturais, maior tolerância para com opiniões divergentes, e menores índices de discriminação e preconceito não só dentro da organização, mas também, fora dela³⁰.

Essas questões são corroboradas pelo estudo da McKinsey & Company, 'Diversity Wins: How inclusion matters'³¹, o qual menciona, por exemplo, que a diversidade e a inclusão (D&I) estimulam uma maior sensibilidade na comunicação entre os colaboradores, evitando múltiplas formas de microagressões.

Além disso, o estudo enfatiza que um ambiente diverso e inclusivo favorece um ambiente psicologicamente seguro para o colaborador, onde ele se sente confortável para trabalhar em equipe e para ser quem ele é, desenvolvendo também, o sentimento de pertencimento, tanto na empresa quanto na sociedade.

- **Relevância e materialidade para o setor farmacêutico:**

Em 2020, o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC) lançou a Agenda Positiva de Governança³², que sugere medidas a serem implementadas em todos os tipos de organização, independentemente do porte e setor de atuação.

A Agenda é baseada em seis pilares, dentre eles a diversidade e inclusão (D&I). Dentre as medidas sugeridas pelo IBGC estão:

(1) a construção de um ambiente de confiança e segurança psicológica, no qual os colaboradores tenham um diálogo aberto no qual possam divergir entre si, manifestar dúvidas, preocupações e contribuir com os processos; e

²⁷ <https://forbes.com.br/forbesesg/2021/07/contratacao-de-mulheres-em-cargos-de-lideranca-cai-e-a-diferenca-de-genero-no-mercado-se-acentua/>

²⁸ https://www.b3.com.br/pt_br/noticias/estudo-de-diversidade-mostra-que-ainda-faltam-mulheres-em-cargos-de-direcao.htm

²⁹ <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18320-quantidade-de-homens-e-mulheres.html#:~:text=Segundo%20dados%20da%20PNAD%20Cont%C3%ADnu,%C3%A9%20superior%20ao%20de%20homens.&text=Totalizaram%2C%20em%202019%2C%2017%2C,feminina%20da%20mesma%20faixa%20et%C3%A1ria.>

³⁰ <https://www.kenoby.com/blog/diversidade-no-ambiente-de-trabalho>

³¹ <https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/featured%20insights/diversity%20and%20inclusion/diversity%20wins%20how%20inclusion%20matters/diversity-wins-how-inclusion-matters-vf.pdf?shouldIndex=false>

³² <https://www.agendapositivadegovernanca.com/>

(2) a constituição de um programa de diversidade e inclusão com alocação de recursos financeiros e pessoas dedicadas a pôr em prática um plano com ações intencionais para ampliar a diversidade e fomentar a cultura inclusiva na organização, bem como no conselho de administração.

Um levantamento feito pelo Instituto de Pesquisa em Saúde da PwC (Health Research Institute – HRI) analisou os esforços de 32 empresas do setor farmacêutico e de ciências da vida (life sciences) no aspecto ambiental, social e de governança corporativa (ASG, ou ESG, em inglês). De acordo com o estudo, o aspecto social tem sido o foco dessas empresas desde janeiro de 2020. 40% dos executivos do alto escalão (C-level) informaram que pretendem aumentar a diversidade nos cargos de alta liderança³³. Programas de D&I, incluindo treinamento e recrutamento de talentos também são mencionados.

A ‘Pesquisa Global de Diversidade e Inclusão’ da PwC - um estudo plurianual que investiga os programas de D&I das empresas e seu impacto na experiência dos empregados em diferentes indústrias - apontou que para 70% das organizações do setor de saúde (Healthcare), a D&I é uma prioridade³⁴.

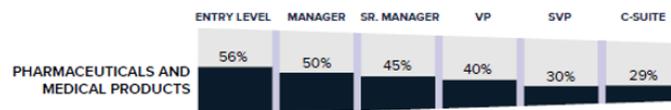
Entretanto, a maior parte das empresas do setor estão no estágio ‘emergente’ ou ‘básico’ de maturidade, o que inclui:

1. o mapeamento do perfil dos colaboradores;
2. construção de uma visão estratégica para o desenvolvimento do tema de diversidade e inclusão na empresa;
3. engajamento de lideranças no tema; e
4. implementação de uma estratégia de D&I em todo o modelo de negócios da companhia.

No que tange aos cargos de liderança, apenas 13% das empresas analisadas no setor de saúde possuem cargos de liderança ocupados por grupos de diversidade, de acordo com a pesquisa da PwC.

Já o estudo ‘Women in the Workplace’³⁵ da McKinsey&Company aponta o funil de aquisição e retenção de mulheres (‘talent pipeline’) em diversos setores³⁶. Na Figura 1 a seguir, tem-se o cenário para indústrias do setor farmacêutico e produtos médicos, onde apesar de as mulheres representarem 56% dos colaboradores no nível de entrada na empresa (‘entry level’), apenas 30% chegam aos níveis de vice-presidência sênior (‘SVP’) e 29% aos cargos de alto escalão (‘C-Suite’). Vale mencionar que os dados abaixo não estão se limitando a força de vendas das empresas.

Figura 1 - Funil de aquisição e retenção de mulheres no setor farmacêutico e de produtos médicos



Fonte - Women in the Workplace 2021, McKinsey & Company

- **Relevância e materialidade segundo referências internacionais:**

³³ <https://www.pwc.com/us/en/industries/health-industries/library/assets/pwc-esg-health-insights-pls.pdf> *O estudo não informa quais companhias foram analisadas.

³⁴ <https://www.pwc.com/gx/en/services/people-organisation/global-diversity-and-inclusion-survey/healthcare-report.pdf>

*O estudo não informa quais companhias foram analisadas.

³⁵ <https://www.mckinsey.com/featured-insights/diversity-and-inclusion/women-in-the-workplace>

³⁶ O estudo ‘Women in the Workplace 2021’ da McKinsey considerou 423 empresas dos Estados Unidos e Canadá. Participaram empresas dos setores público, privado e social. Participaram 21 empresas do setor de farmacêuticas e produtos médicos.

	<p>O guia ‘Bonds to Bridge the Gender Gap: A Practitioner’s Guide to Using Sustainable Debt for Gender Equality’³⁷ elaborado pela ICMA, junto com o IFC e a UN Women, aborda como os títulos temáticos podem contribuir para a equidade de gênero. No caso dos SLBs, um dos indicadores sugeridos pelo Guia são: (1) o número ou a porcentagem de mulheres em todos os níveis de liderança na companhia.</p> <p>Considerando: (i) o cenário da desigualdade de gênero no Brasil e no mundo; e (ii) os impactos positivos que a diversidade e a inclusão trazem para a sociedade como um todo, <u>os indicadores propostos possuem relevância e materialidade elevadas.</u></p>
<p>Alinhamento com a estratégia de sustentabilidade da empresa</p>  <p><i>Elevado</i></p>	<p>Em 2020, a Eurofarma possuía 7,6 mil colaboradores, sendo 6.005 no Brasil e 1.628 nas operações internacionais. Nos últimos 15 anos, o seu crescimento médio anual foi de 16%.</p> <p>A equidade de gênero é um dos aspectos da diversidade que a empresa busca desenvolver, evidenciado pela existência de um <u>Comitê de Diversidade</u>, inserido na vice-presidência de Recursos Humanos, e a presença de mulheres tanto no Conselho Consultivo – duas conselheiras independentes dos 6 membros do conselho – quanto nos cargos de diretoria, com quatro mulheres em seis dos cargos de vice-presidência, o equivalente a 66% da vice-presidência.</p> <p>Ademais, por meio do seu <u>Código de Ética e Conduta</u>, a Eurofarma afirma zelar por um ambiente favorável e imparcial, no qual exista o respeito e o comprometimento com a diversidade, justiça e igualdade nas relações entre colaboradores e demais públicos.</p> <p>A empresa também não admite atos de discriminação de pessoas em função de gênero, etnia, raça, religião ou quaisquer outros atributos físicos ou ideológicos.</p> <p>Ainda em 2020, a empresa iniciou um Programa de Diversidade, no qual a primeira etapa foi a aplicação de um senso de diversidade. Os resultados do censo mostraram que a prioridade era o trabalho com as questões de gênero, incluindo o equilíbrio de gênero nas diversas áreas da empresa.</p> <p>No censo, a área de Força de Vendas apresentou a maior lacuna, tanto em termos de composição do quadro de colaboradores quanto em cargos de liderança.</p> <p>A fim de mitigar essa questão, a Eurofarma definiu como estratégia a contratação de, no mínimo, 50% de mulheres nas novas contratações da Força de Vendas, a partir de 2021. Esse indicador abrange todos os cargos da área comercial campo da Força de Vendas.</p> <p>Quanto aos cargos de liderança, apesar de a Eurofarma possuir 50% de mulheres em posições internas de liderança³⁸, a equipe externa de vendas ainda possui pouca representatividade feminina.</p> <p>Apenas 18% da equipe nos cargos plenos de Força de Vendas é composta por mulheres, e somente 3% ocupam cargos de liderança, conforme levantamento realizado pela empresa em dezembro de 2021 (Ver <u>Anexo II</u>).</p> <p>Ainda, em 2021, foi criado o Grupo de Afinidade de Gênero no qual são conduzidas reuniões frequentes com o objetivo de criar ações para estimular o engajamento dos colaboradores na meta de contratação da Força de Vendas. A Eurofarma também promoveu a Semana de Diversidade, onde foram realizados workshops, rodas de conversa e palestras com consultorias sobre o tema.</p>

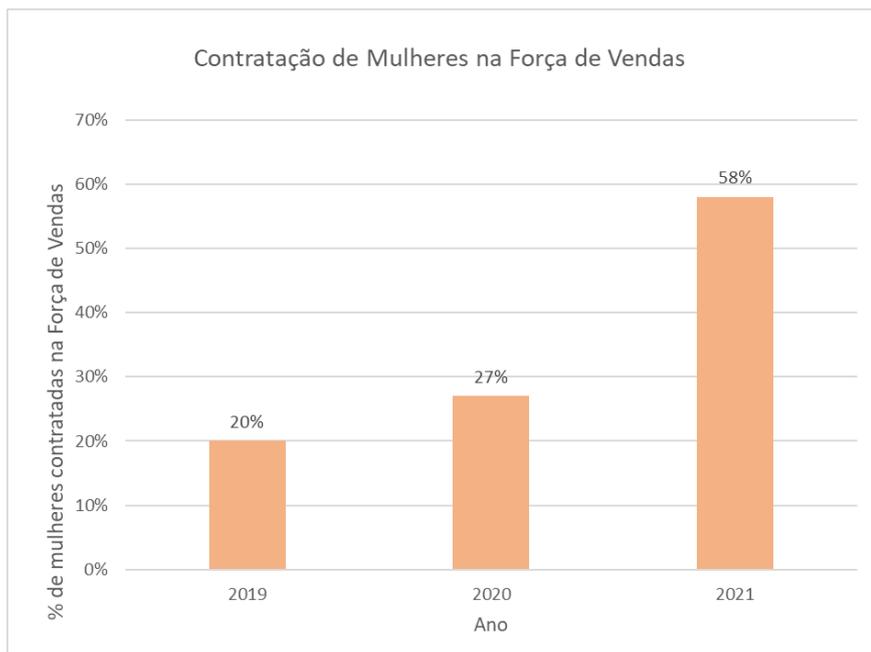
³⁷ https://www.icmagroup.org/assets/documents/Sustainable-finance/ICMAUN-WomenIFC-Bonds-to-Bridge-the-Gender-Gap-A-Practitioners-Guide-to-Using-Sustainable-Debt-for-Gender-Equality-November-2021.pdf?utm_source=ICMA+Total+Subscribes&utm_campaign=77c1152ca5-Bonds+to+Bridge+the+Gender+Gap+November+2021&utm_medium=email&utm_term=0_74a993020a-77c1152ca5-75911838

³⁸ As posições internas de liderança são aquelas que estão ligadas às atividades administrativas da empresa.

<p>Mensurabilidade</p> <p><input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Sim</p>	<p>Os dados de ambos os indicadores são mensalmente acompanhados pela área de RH e informados aos Diretores envolvidos. A área responsável pelo monitoramento dos indicadores é o RH Remuneração e a área responsável pela divulgação é o Planejamento estratégico da empresa.</p> <p>Os dados referentes aos indicadores também são apresentados na reunião mensal de Diretoria com o Comitê Executivo (Presidência, Vice-presidência e Diretores).</p> <p>Dessa forma, os indicadores foram considerados mensuráveis.</p>
<p>Verificabilidade externa</p> <p><input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Sim</p>	<p>Os indicadores são verificáveis a partir de evidências de contratações e do quadro de funcionários da empresa. Os indicadores s.1 e s.2 serão divulgados internamente na Reunião de Diretoria que ocorre trimestralmente.</p> <p>Adicionalmente, uma terceira parte irá avaliar a performance da companhia nos indicadores por meio de relatórios de verificação. Os relatórios serão elaborados em abril de 2024, 2026 e 2027. Os dados podem ser evidenciados através de documentos de recursos humanos da empresa, como folhas de pagamento.</p>
<p>Comparabilidade</p> <p><input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Sim</p>	<p>O Relatório Integrado Anual da Eurofarma segue o padrão de relato do <i>Global Reporting Initiative</i> (GRI)³⁹.</p> <p>Não há no índice GRI um indicador semelhante ao s.1, - percentual de mulheres contratadas em processos seletivos para a Força de Vendas a nível Brasil. Porém, esse indicador é comparável caso outras empresas do ramo farmacêutico divulguem informações relacionadas a esse indicador.</p> <p>No caso do indicador s.2, - número de mulheres em cargos de gestão da Força de Vendas (na área de 'Prescrição Médica Campo') -, ele poderá seguir o índice GRI 405-1 sobre a diversidade do corpo dirigente da empresa e de outros colaboradores. Consequentemente, o indicador s.2 poderá ser comparado com indicadores de outras empresas do setor farmacêutico que sigam este padrão de relato e reportem os dados citados.</p>
Meta (SPT)	
s.1) Contratar no mínimo 50% de mulheres para a Força de Vendas na área Comercial Campo a cada ano, até 2027	
Linha de base: 58% de mulheres contratadas na Força de Vendas em novembro de 2021 (140 contratações femininas)	
Aspecto	Justificativa
<p>Desempenho histórico da empresa</p> <p></p> <p>s.1 Moderada</p>	<p>Como mencionado anteriormente, o indicador s.1, referente à contratação de mulheres na área de Força de Vendas já fazia parte da estratégia da empresa a fim de preencher a lacuna de diversidade da área. O gráfico 3, a seguir, apresenta o histórico da empresa em relação à contratação de mulheres para as vagas da área.</p>

³⁹ <https://www.globalreporting.org/how-to-use-the-gri-standards/gri-standards-english-language/>

Gráfico 3 - Contratação de mulheres na Força de Vendas



Fonte - Elaboração própria a partir de dados da Eurofarma. *Os dados de 2019 e 2020 referem-se ao período de janeiro a dezembro do mesmo ano. Em 2021, o período considerado é de janeiro a novembro.

O salto de 27%, no ano de 2020, para 58% de contratação de mulheres para as vagas abertas na Força de Vendas até novembro de 2021 corrobora a estratégia da empresa de contratar, no mínimo, 50% de mulheres para todas as vagas abertas da área. A longo prazo, essa meta contribuirá para o equilíbrio de gênero da área.

Os desafios associados à meta estão ligados, principalmente, ao recrutamento de mulheres. A Eurofarma citou como riscos para a efetivação da meta a escassez de profissionais qualificadas para as posições oferecidas, bem como o baixo histórico de desligamento (*turnover*) de colaboradores. Vale destacar que não há a previsão de novos investimentos para o alcance da meta s.1.

Eventuais impactos causados por aquisições e fusões, bem como a alteração no modelo de negócios, como a redução da Força de Vendas também são alguns dos eventos que podem vir a ocorrer e impactar negativamente o atingimento da meta s.1. Caso ocorram eventos extremos que possam prejudicar o atingimento da meta, a empresa irá revisar as métricas de apuração do indicador, excluindo esses eventos.

A fim de verificar a ambição da meta 's.1' e o seu impacto na Força de Vendas, a SITAWI elaborou um estudo de cenários considerando a variação das taxas de crescimento e turnover dos colaboradores da área. Os cenários projetados podem ser consultados no [Anexo II](#), item 'Impacto das metas 's.1' e 's.2' na Força de Vendas'.

Dessa forma, considerando que a meta s.1 já estava no planejamento estratégico da empresa; que a área de Força de Vendas é composta majoritariamente por homens e, por conta disso, haverá esforços por parte da emissora em contratar e reter mulheres na Força de Vendas, e que as hipóteses levantadas no [Anexo II](#) demonstraram que, considerando a manutenção dos índices de turnover dos últimos anos, e considerando crescimentos pequenos e razoáveis para o quadro da força de vendas, em 2027 haveria entre 21% e 36% de mulheres na força de vendas, a ambição da meta s.1 é considerada **moderada** (Mais detalhes no [Anexo II](#)).

Empresas pares/concorrentes

Inconclusiva

A seleção de empresas pares foi feita considerando empresas que tivessem atuação no setor farmacêutico, empresas de capital nacional, incluindo as listadas na bolsa brasileira e as não listadas, bem como outras empresas internacionais que atuam no Brasil. Das 10

empresas pares analisadas, 5 são brasileiras, sendo que duas dessas estão listadas na bolsa brasileira. As 5 outras empresas são internacionais com grande atuação no Brasil.

Vale ressaltar que as empresas analisadas neste item são as mesmas do indicador a.1.

Quanto à divulgação dos dados de composição do quadro de colaboradores, não há uma padronização da informação. Em alguns relatórios é apresentado o percentual de mulheres no quadro de colaboradores e em outros o número absoluto, mas sem especificar se são considerados também trabalhadores terceirizados e se os turnos considerados são de meio período ou integral. As informações são apresentadas geralmente por meio de um relatório anual, mas também há a divulgação da informação por meio de notícias de mídia ou em seções específicas nos sites das empresas.

Das 10 empresas pesquisadas, apenas a GSK apresentou dados de composição da Força de Vendas. De acordo com seu Relatório Anual⁴⁰, em 2020, mais da metade de sua Força de Vendas era composta por mulheres. A comparação da Força de Vendas da GSK com a Eurofarma é apresentada a seguir.

Tabela 2 - Força de Vendas Eurofarma e Empresa Par

Força de Vendas em 2020	Homens	Mulheres	Total	% mulheres
Eurofarma	2379	404	2783	15%
GSK	306	340	646	53%

Fonte - Elaboração própria

A GSK, no entanto, não apresentou dados ou metas de contratações externas na Força de Vendas.

Os dados das demais empresas pares consultadas não eram limitados à força de vendas e, conseqüentemente, não eram diretamente comparáveis à meta da presente emissão. Os resultados da pesquisa são apresentados no [Anexo II](#).

Metas: Das empresas brasileiras avaliadas, não foram encontradas metas ou compromissos públicos referente à contratação de mulheres, considerando tanto um cenário geral quanto para cargos similares aos de propagandistas. Em relação às empresas estrangeiras avaliadas, não foram encontradas metas específicas relacionadas a cargos similares aos de propagandistas.

Dessa forma, considerando que as empresas pares não apresentaram metas referentes à contratação de mulheres, tanto no quadro geral de colaboradores quanto na Força de Vendas, não se pode comparar diretamente a meta s.1. estabelecida pela Eurofarma. Logo, no âmbito de empresas pares/concorrentes, a pesquisa de benchmark foi **Inconclusiva**.

Cenários Científicos



s.1 Moderada

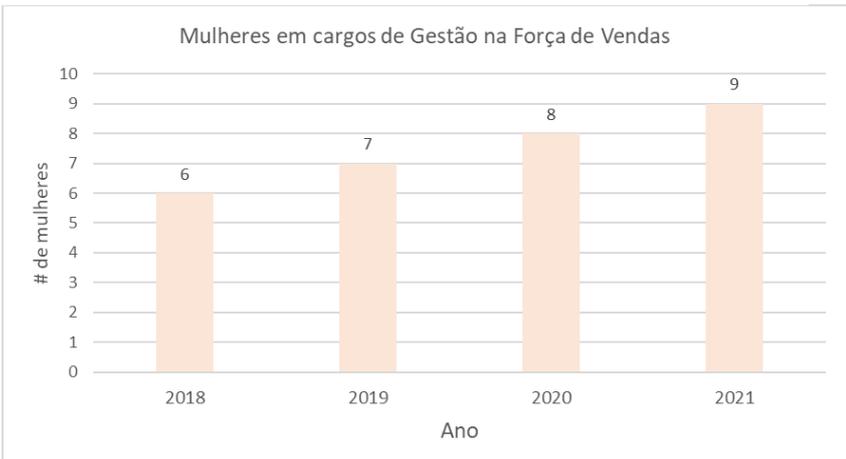
Segundo dados da Pesquisa Nacional de Saúde (PNS) do IBGE⁴¹, em 2019, a população feminina correspondia a 52,2% dos residentes no Brasil, o equivalente a 109,4 milhões de pessoas.

Embora as mulheres representassem a maioria da população no país, a *Taxa de Participação*, - que mede a parcela da população em idade de trabalhar (PIT) que está na força de trabalho, ou seja, trabalhando ou procurando trabalho e disponível para trabalhar -, aponta a maior dificuldade de inserção das mulheres no mercado de trabalho⁴².

⁴⁰ <https://br.gsk.com/media/6917/relatorio-de-sustentabilidade-gsk-brasil-2020-v2.pdf>

⁴¹ <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101846.pdf>

⁴² https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101784_informativo.pdf

	<p>Em 2019, a <i>Taxa de Participação</i> das mulheres com 15 anos ou mais de idade foi de 54,5% e a dos homens foi de 73,7%, de acordo com a publicação do IBGE⁴³ ‘Os indicadores sociais das mulheres no Brasil’.</p> <p>De todas as empresas do setor de saúde (<i>Healthcare</i>) avaliadas na Pesquisa Global de Diversidade e Inclusão da PwC⁴⁴, mencionada anteriormente, 37% não adotam nenhum tipo de métrica para analisar dos resultados de diversidade e inclusão (D&I).</p> <p>Ainda, o Guia da ICMA ‘Bonds to Bridge the Gender Gap: A Practitioner’s Guide to Using Sustainable Debt for Gender Equality’ traz como ilustração de meta a fim de reduzir a desigualdade de gênero nas empresas, o seguinte exemplo: ‘<i>umentar a diversidade de gênero com uma porcentagem específica em um período definido</i>’.</p> <p>A meta s.1. proposta pela Eurofarma contribuirá para um maior número de mulheres empregadas, lacuna apontada pelo estudo do IBGE. Ainda, diferentemente de 37% das empresas de Healthcare analisadas na Pesquisa Global de D&I da PwC, a Eurofarma já possuía uma estratégia para ampliar a diversidade no ambiente de trabalho. Em vista disso, da diferença dos índices e números estabelecidos com a população geral e população feminina economicamente ativa, e dos cenários trazidos no Anexo II, a ambição da meta s.1. em comparação com cenários científicos foi classificada como moderada.</p>
Meta (SPT)	
s.2) Dobrar o número atual de liderança feminina da força de vendas (9), chegando a 18 mulheres na liderança da força de vendas em 2027	
Linha de base: 9 mulheres em cargos de Gestão na Força de Vendas em novembro de 2021	
Aspecto	Justificativa
<p>Desempenho histórico da empresa</p>  <p>s.2 Marginal</p>	<p>Segundo informado pela Eurofarma, faz parte de sua política interna a valorização de talentos, incluindo a promoção a níveis mais altos de cargos para aqueles profissionais que possuem um tempo maior de casa. Dessa forma, usualmente, não há contratações externas para cargos de liderança na força de vendas, e sim promoções internas baseadas em diversos critérios, incluindo desempenho. A contratação externa, embora não seja comum, pode ocorrer em alguns casos específicos.</p> <p>O gráfico a seguir apresenta o histórico do número de mulheres em cargos de gestão na Força de Vendas.</p> <p style="text-align: center;"><i>Gráfico 4 - Mulheres em Cargos de Gestão na Força de Vendas</i></p>  <p style="text-align: center;"><i>Fonte - Elaboração própria a partir de dados Eurofarma. *O ano de 2021 considera o período de janeiro e novembro.</i></p>

⁴³ <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/multidominio/genero/20163-estatisticas-de-genero-indicadores-sociais-das-mulheres-no-brasil.html?=&t=o-que-e>

⁴⁴ <https://www.pwc.com/gx/en/services/people-organisation/global-diversity-and-inclusion-survey/healthcare-report.pdf>

**O estudo não informa quais companhias foram analisadas.

No caso da Força de Vendas, além de possuir histórico de baixo turnover (média de 6,3% entre 2020 e 2021), a área é composta majoritariamente por homens. Dos colaboradores com mais de 10 anos de empresa, 85% dos cargos de propagandista vendedor e 76% dos cargos de vendedor promotor são compostos por homens. Importante salientar que ambos os cargos de propagandista e vendedor promotor são da área comercial externa. No entanto, o propagandista atua na linha de prescrição médica e o vendedor, na linha de genéricos.

Esse desequilíbrio de gênero na Força de Vendas é um dos fatores que contribui para a desigualdade de cargos de gestão da área, como demonstrado na tabela a seguir. Vale ressaltar que no total da força de vendas há 2.856 cargos, sendo 308 de liderança (11%).

Tabela 3 - Cargos de Gestão da Força de Vendas por gênero em novembro/2021

Área	Mulheres (em número e %)	Homens (em número e %)
Comercial Campo	9 (3%)	299 (97%)
TOTAL	308	

Fonte - Elaboração própria a partir de dados da Eurofarma

Muito embora a meta s.1 integresse a estratégia da empresa desde 2021, no planejamento de curto prazo da companhia, a meta s.2 não estava no escopo de sua estratégia.

Os desafios associados à meta s.2 estão ligados ao recrutamento e retenção de mulheres para as posições de gestão, bem como o desenvolvimento de novas lideranças a partir de promoções internas. A companhia também listou como desafio para efetivação da meta a baixa saída voluntária de atuais líderes e, eventualmente, a redução na quantidade de cargos de liderança na área.

Eventuais impactos causados por aquisições e fusões, bem como a alteração no modelo de negócios também são alguns dos eventos que podem vir a ocorrer e impactar negativamente o atingimento da meta s.2. A empresa informou que irá revisar as métricas de apuração dos indicadores caso haja eventos extremos que possam prejudicar o atingimento da meta.

Buscando desenvolver e preparar os colaboradores para assumir novas posições na Eurofarma, a empresa investe na capacitação e desenvolvimento contínuo do pessoal, independentemente do gênero. Em seu Relatório Integrado Anual 2021, a Eurofarma apresentou os indicadores de capacitação e desenvolvimento profissional, reproduzidos na tabela a seguir.

Tabela 4 - Indicador social interno de capacitação e desenvolvimento profissional

Capacitação e desenvolvimento profissional	2018		2019		2020	
	Valor (mil)	% Receita Líquida (RL)	Valor (mil)	% Receita Líquida (RL)	Valor (mil)	% Receita Líquida (RL)
	4.247	0,14	5.527	0,16	3.693	0,09

Fonte - Elaboração própria a partir de dados da Eurofarma (Fonte: Relatório Integrado Anual 2021)

Ademais, no escopo de seus Indicadores Balanceados de Desempenho (BSC – Balanced Scorecard, em inglês) a empresa possui uma meta de 70% de aproveitamento interno de colaboradores para cargos de liderança. Em 2020, 74% das vagas de liderança gerais foram preenchidas por aproveitamento interno.

A fim de verificar a ambição da meta 's.2' e o seu impacto na Força de Vendas, a SITAWI elaborou um estudo de cenários considerando a variação das taxas de crescimento e turnover dos colaboradores da área. Os cenários projetados podem ser consultados no [Anexo II](#), item 'Impacto das metas 's.1' e 's.2' na Força de Vendas'.

Considerando que a área de Força de Vendas é composta majoritariamente por homens e, por conta disso, haverá esforços por parte da emissora em contratar e reter mulheres

	<p>na Força de Vendas, bem como realizar treinamentos e capacitações para que elas possam assumir posições de liderança, que as hipóteses levantadas no Anexo II demonstraram que seriam necessários baixos índices de promoção de mulheres para atingimento da meta s.2 em diversos cenários, e que, considerando o número atual de funcionários, a meta levaria a um percentual de 6% de mulheres em cargos de liderança, que é inferior aos atuais 18% de mulheres na força de vendas, a ambição da meta s.2 é marginal (Mais detalhes no Anexo II).</p>
<p>Empresas pares/concorrentes</p> <p><i>Inconclusiva</i></p>	<p>A seleção de empresas pares foi feita considerando empresas que tivessem atuação no setor farmacêutico, empresas de capital nacional, incluindo as listadas na bolsa brasileira e as não listadas, bem como outras empresas internacionais que atuam no Brasil. Das 10 empresas pares analisadas, 5 são brasileiras, sendo que duas dessas estão listadas na bolsa brasileira. As 5 outras empresas são internacionais com grande atuação no Brasil.</p> <p>Ressalta-se que as empresas analisadas neste item são as mesmas do indicador 'a.1' e 's.1'.</p> <p>Quanto à divulgação dos dados de mulheres em cargos de gestão, não há uma padronização da informação apresentada. As informações são apresentadas geralmente por meio de um relatório anual, mas também há a divulgação da informação por meio de notícias de mídia ou em seções específicas nos sites das empresas.</p> <p>Como mencionado no item 'Empresas pares/concorrentes' da 'meta s.1', das 10 empresas pesquisadas, apenas a GSK apresentou dados de composição da Força de Vendas. No entanto, ela não divulgou metas de mulheres em cargos de gestão dentro da Força de Vendas.</p> <p>As informações das demais empresas pares consultadas não eram limitadas à força de vendas e, conseqüentemente, não eram comparáveis à meta s.2 da presente emissão. Os resultados da pesquisa são apresentados no Anexo II.</p> <p>Metas: Das empresas brasileiras avaliadas, não foram encontradas metas ou compromissos públicos referente à promoção de mulheres em cargos de liderança, considerando tanto um cenário geral quanto para cargos similares aos de propagandistas. Em relação às empresas estrangeiras avaliadas, não foram encontradas metas específicas relacionadas a cargos similares aos de propagandistas.</p> <p>Tendo em vista que as metas das empresas pares referentes a mulheres em cargos de gestão divergiam quanto aos cargos e níveis de liderança, além de considerarem um número percentual ao invés de absoluto, – sendo que nenhuma era voltada para a área de Força de Vendas -, não se pode comparar diretamente a meta s.2. estabelecida pela Eurofarma no âmbito de empresas pares/concorrentes. Dessa forma, a pesquisa de benchmark foi Inconclusiva.</p>
<p>Cenários Científicos</p>  <p>s.2 Marginal</p>	<p>A Rede Brasil do Pacto Global das Nações Unidas incentiva que as empresas signatárias estabeleçam como meta ter ao menos 30% de mulheres ocupando cargos de liderança até 2025⁴⁵, conforme a iniciativa <i>Target Gender Equality</i>. Essa proporção também é adotada pelo 30% Club⁴⁶, campanha global mobilizada por conselheiros e CEOs para aumentar a presença de mulheres em conselhos e posições de liderança executiva.</p> <p>A nível regulatório, diversos países vão além, estabelecendo 40% como proporção mínima para presença de mulheres em conselhos⁴⁷. A Islândia, país referência em equidade de gênero, regulamentou em 2010⁴⁸ que companhias com mais de 50 colaboradores, cujo conselho possua ao menos 3 pessoas, devem respeitar a proporção mínima de 40% de mulheres no conselho. Desde 2008, a Noruega adota uma cota mínima obrigatória de 40% de mulheres no conselho de empresas que se configurem</p>

⁴⁵ <https://www.pactoglobal.org.br/pg/equidade-e-prioridade-genero>

⁴⁶ <https://30percentclub.org>

⁴⁷ https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---act_emp/documents/briefingnote/wcms_754631.pdf

⁴⁸ "Law on cooperatives" (No. 22/1991), "Law on public limited companies" (No. 2/1995), "Law on private limited companies" (No. 138/1994), e "Law on partnerships" (50/2007). Disponível em: <https://www.government.is/topics/human-rights-and-equality/equality/legislation/>

	<p>como sociedades anônimas, sob pena de liquidação forçada. Em 2011, a França estabeleceu a proporção mínima obrigatória de 40% de mulheres em conselhos de empresas listadas e não listadas, com receita maior que EUR 50 milhões ou mais de 500 colaboradores. Diferente desses países (que estabeleceram a obrigatoriedade do parâmetro), a Espanha definiu em 2007 um incentivo para empresas abertas e fechadas que possuíssem ao menos 40% de mulheres em seus conselhos, que passaram a ter preferência em processos de licitação.</p> <p>Embora seja uma boa prática, tal parâmetro regulatório (40%) ainda se distancia da proporção de mulheres na população brasileira (52,2%), e, portanto, de um cenário de equidade de gênero efetiva.</p> <p>Vale mencionar também a publicação do IBGE⁴⁹ ‘<i>Os indicadores sociais das mulheres no Brasil</i>’. De acordo com o estudo, em 2019 a <i>Participação das mulheres nos cargos Gerenciais</i> – que mede a inserção das mulheres em posições de liderança tanto no setor público (por exemplo, diretoras de órgãos governamentais), quanto no setor privado (como em cargos de diretoria ou gerenciais de empresas privadas) – era de 37,4% enquanto os homens ocupavam 62,6% dos cargos gerenciais⁵⁰.</p> <p>As metas s.1 e s.2 propostas pela Eurofarma também estão alinhadas com o ODS 5 da ONU (‘Igualdade de Gênero’), mais especificamente com a submeta:</p> <p>5.5: “<i>Garantir a participação plena e efetiva das mulheres e a igualdade de oportunidades para a liderança em todos os níveis de tomada de decisão na vida política, econômica e pública</i>”.</p> <p>Ainda que distante das referências internacionais e parâmetros nacionais, a meta s.2 proposta pela Eurofarma contribuirá para um maior número de mulheres em cargos de gestão. Em vista disso, da comparação dos índices e números estabelecidos com a população geral, e dos cenários trazidos no Anexo II, a ambição da meta s.2 em comparação com cenários científicos foi considerada marginal.</p>
--	--

2.2 Características da Emissão (SLBP 3):

A Escritura das debêntures inclui a definição dos indicadores e metas, incluindo a metodologia de cálculo dos indicadores, datas de verificação e consequências do não atingimento das metas. A operação tem prazo de vigência de seis anos, com vencimento em fevereiro de 2028.

O atingimento das metas não afetará as características da emissão. Porém, em caso de não atingimento das metas, o custo da dívida será elevado de CDI+1,40% para CDI+1,65%, de acordo com o prazo para verificação do atingimento das metas, como elucidado a seguir.

Tabela 5 – Atingimento das metas e impacto na emissão

Indicadores	Metas que impactarão na remuneração das debêntures	Step-up
Indicador a.1) Percentual de Medicamentos + Verdes Comercializados sobre o total de medicamentos	- Meta parcial: atingir 8% de comercialização de +Verdes frente aos medicamentos Eurofarma varejo em 31/12/2023	- Meta parcial: 5 bps no caso de não atingimento da meta parcial (apuração em abril/24, afetando a operação a partir da data de pagamento de agosto/24); E

⁴⁹ <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/multidominio/genero/20163-estatisticas-de-genero-indicadores-sociais-das-mulheres-no-brasil.html?=&t=o-que-e>

⁵⁰ A publicação do IBGE ressalta que no setor público, muitos dos cargos gerenciais são providos sem concurso público ou seleção interna, mas com discricionariedade pela administração pública. Os cargos gerenciais considerados foram todos aqueles classificados no Grupo 1 – membros superiores do poder público, dirigentes de organizações de interesse público e de empresas, gerentes – da Classificação Brasileira de Ocupações Domiciliar - CBO-Domiciliar.

Eurofarma comercializados no varejo	- Meta final: atingir 10% de comercialização de +Verdes frente aos medicamentos Eurofarma varejo em 31/12/2025	- Meta final: 5 bps no caso de não atingimento da meta final (apuração em abril/26, afetando a operação a partir da data de pagamento de agosto/26).
Indicador s.1) Percentual de mulheres contratadas em processos seletivos para a Força de Vendas a nível Brasil	- Meta anual: Contratação de, no mínimo, 50% de mulheres para a Força de Vendas na área Comercial Campo a cada ano até 2027	- Verificação parcial: 5 bps em agosto/24, caso não cumpra a apuração de abril/23 e/ou abril/24; E - Verificação final: 5 bps em agosto/27, caso não cumpra a apuração de abril/25 e/ou abril/26 e/ou abril/27.
Indicador s.2) Número de mulheres em cargos de Gestão da Força de Vendas	- Meta final: 18 mulheres em Cargos de Gestão na Força de Vendas em 31/12/2026	- Verificação parcial: não haverá; - Verificação final: 5 bps em agosto/27 no caso de não atingimento da meta final (apuração em abril/27).

Fonte - Elaboração própria a partir de dados da Eurofarma

Vale destacar que as metas associadas à emissão serão avaliadas externamente dentro dos respectivos prazos para alteração da taxa de juros da operação (step-up). Frisa-se que o step-up da remuneração é irreversível, independente de cumprimento posterior das metas pela emissora e não poderá ser aplicado de forma retroativa.

Além disso, o resgate antecipado da operação poderá ocorrer a partir de fevereiro de 2024, ou seja, no 24º mês após a emissão. De acordo com a escritura, caso a companhia o faça, haverá acréscimo no prêmio de resgate em valor equivalente ao step-up restante, caso a companhia não tenha cumprido qualquer dos KPIs ou caso qualquer KPI ainda não tenha sido verificado. Vale mencionar que a operação tem datas de pagamento semestrais, em fevereiro e em agosto.

A emissora não definiu mecanismos de back up, ou seja, alternativas que adotará caso não consiga cumprir com a estratégia inicialmente prevista para alcançar a meta. No entanto, a Eurofarma informou que nas reuniões de Planejamento Estratégico da Companhia, nas Reuniões de Diretoria e Resultados serão discutidas eventuais reavaliações dos indicadores, metas e eventos excepcionais que podem vir a impactar negativamente o atingimento das metas, bem como os fatores que contribuíram para o atingimento delas.

2.3 Relato e Verificação (SLBP 4 e 5):

Os indicadores serão apurados internamente pela emissora de acordo com a periodicidade das respectivas metas, conforme detalhado a seguir:

Tabela 6 – Apuração e verificação interna das metas

Metas	Período da verificação interna do atingimento da meta
a.1) Aumentar o percentual de participação de medicamentos +Verdes comercializados, frente o total comercializado pela Eurofarma no varejo em 10% até 2025	Ocorrerá em dois períodos: 1) Abril/2024: verificação do resultado acumulado de janeiro a dezembro/2023: 2) Abril/2026: verificação do resultado acumulado de janeiro a dezembro/2025:

<p>s.1) Contratar, no mínimo, 50% de mulheres para a Força de Vendas na área Comercial Campo a cada ano até 2027</p>	<p>Verificação anual nos meses de abril, referente aos anos anteriores.</p> <p>Sendo a primeira verificação em abril/2023, referente ao período de janeiro a dezembro/2022, e a última em abril/2027, referente ao período de janeiro a dezembro/2026.</p>
<p>s.2) Dobrar o número atual de liderança feminina da força de vendas (9), chegando a 18 mulheres na liderança da força de vendas em 2027</p>	<p>Verificação final em abril/2027 referente ao período de janeiro a dezembro/2026.</p>

Fonte - Elaboração própria a partir de dados Eurofarma

A avaliação independente de pós-emissão, que verificará o atingimento das metas, será disponibilizada para investidores e para o público em geral no website de Relacionamento com Investidores da Eurofarma⁵¹. Essa avaliação ocorrerá a partir dos meses de abril de 2024, 2026 e 2027.

Equipe técnica responsável



Serena Canjani
Analista
scanjani@sitawi.net



Isabela Coutinho
Consultora ESG
icoutinho@sitawi.net



Cristóvão Alves
Avaliador Líder
calves@sitawi.net

Rio de Janeiro, 19/01/2022

⁵¹ <https://ri.eurofarma.com.br/>

3. Performance ASG do Emissor e Pesquisa de Controvérsias

A Eurofarma iniciou suas atividades em 1972 e é a primeira multinacional do segmento farmacêutico no Brasil e de capital 100% brasileiro. A empresa atua em 20 países na América Latina, com medicamentos de prescrição e isentos de prescrição médica, genéricos, medicamentos voltados ao ramo hospitalar, oncologia, veterinária, além de possuir contratos de licitações e prestar serviços a terceiros.

A Sede Administrativa da Eurofarma está localizada na cidade de São Paulo - SP, no Brasil e a unidade estratégica da empresa está em Itapevi – SP. A Figura 2, a seguir, apresenta as unidades fabris e a atuação da empresa na América Latina.

Figura 2 - Localização Eurofarma – América Latina.



Fonte - Relatório Anual 2021 Eurofarma

As licitações, que representam atualmente 2,9% do total das atividades da empresa, atendem a instituições públicas de saúde, atuando com toda a linha de produtos da Eurofarma. Outro serviço que vem crescendo desde 2019 é a prestação de serviços a terceiros, com um aumento de 1,8% em relação a 2019 para 2020. No último ano, foram 21 laboratórios contratantes que usufruíram da capacidade produtiva da Eurofarma, tanto na área de cosméticos quanto na área de medicamentos.

A Eurofarma é a única farmacêutica tetracampeã pelo Guia Exame de Sustentabilidade, premiação que analisa as empresas que buscam avançar nas metas de

desenvolvimento sustentável. A empresa aderiu ao Pacto Global da ONU em 2015, visando seguir os 10 princípios universais, baseados em valores éticos e responsáveis com o meio ambiente, direitos humanos, relações de trabalho e combate à corrupção, em suas atividades.

A seguir, são apresentados os principais aspectos relacionados à performance ASG da Eurofarma.

- **Aspecto Ambiental**

Através da sua **Cartilha Ambiental**, a Eurofarma estabelece um compromisso com a sociedade e a sustentabilidade, alinhado com os 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), definindo como objetivos prioritários para a empresa os seguintes: ODS 3 - Saúde de Qualidade; ODS 4 - Educação de Qualidade; ODS 8 - Trabalho Digno e Crescimento Econômico e ODS 12 - Produção e Consumo Responsáveis.

Dentro da visão de sustentabilidade da empresa, existe o compromisso com a ecoeficiência, estando o equilíbrio ambiental diretamente ligado à excelência operacional. O **Sistema de Gestão Ambiental** das principais operações da empresa é certificado pela ISO 14.001:2015. Além dessa certificação, em 2019 a empresa conquistou a Certificação 50.001:2018, do Sistema de Gestão de Energia, na unidade Itapevi – SP.

A **Gestão de Resíduos** inclui a separação dos resíduos perigosos dos não perigosos, realizando o tratamento prioritário dos resíduos perigosos através do coprocessamento, reaproveitando energia ao utilizar fornos de cimento para o processo de queima. Quanto aos resíduos não perigosos, todo resíduo reciclável nas dependências da empresa é reutilizado. O dinheiro arrecadado através da venda dos resíduos recicláveis é utilizado para investir em projetos socioambientais.

Para incentivar a educação ambiental e a reciclagem, nas unidades de Itapevi – SP e Ribeirão Preto - SP, a Eurofarma implementou a **Horta de Manejo Orgânico**, programa em que os colaboradores podem trocar materiais recicláveis por hortaliças cultivadas sem a aplicação de agrodefensivos. Em 2020, o programa recebeu 453kg de materiais recicláveis dos colaboradores e distribuiu 15,5 mil hortaliças orgânicas.

A fim de diminuir a quantidade de resíduos enviada para tratamento externo e reduzir as emissões atmosféricas decorrentes do transporte desses resíduos, desde 2018 a Eurofarma aderiu ao programa “**Aterro Zero**”, implementando a compostagem dos resíduos orgânicos. A destinação dos resíduos pode ser vista a seguir:

Tabela 7 - Resíduos gerados pela Eurofarma de 2018 a 2020

Destinação dos resíduos (toneladas)	2018		2019		2020	
	Perigoso	Não perigoso	Perigoso	Não perigoso	Perigoso	Não perigoso
Compostagem	-	318,0	-	512,7	-	407,7
Reutilização / Recuperação	31,4	0,4	58,7	0,6	60,1	0,00
Reciclagem	-	2.214,3	-	2.532,0	-	2.514,69
Recuperação energética	930,9	71,1	1.047,7	334,8	1.399,6	245,4
Aterro sanitário	-	742,0	-	565,3	-	709,0
Incineração	60,3	-	47,0	-	71,4	-

Fonte - Relatório Anual 2021 Eurofarma. Elaboração própria

Uma iniciativa importante para a gestão de resíduos fora do ambiente fabril são os **Produtos +Verde**, medicamentos com a possibilidade de descontaminação de suas embalagens pelo próprio consumidor, possibilitando o direcionamento para a coleta seletiva. Mais informações a respeito estão no [Anexo I](#).

O **Inventário de Gases do Efeito Estufa – GEE** segue a metodologia GHG Protocol, que estabelece um framework padrão de medição das emissões atmosféricas para o setor público e privado. Esses levantamentos servem de indicativos para a adesão de práticas que influenciam diretamente na redução das emissões, como o programa Aterro Zero, bem como a utilização de energias provenientes de fontes renováveis.

Tabela 8 - Emissões geradas pela Eurofarma de 2018 a 2020

Emissões	2018		2019		2020	
	tCO2e	% das emissões	tCO2e	% das emissões	tCO2e	% das emissões
Escopo 1	11.904,00	51%	12.594,00	54%	14.527,47	58%
Escopo 2	5.007,00	21%	4.611,00	20%	4.994,20	20%
Escopo 3	6.600,00	28%	6.146,00	26%	5.594,55	22%
TOTAL	23.511,00	-	23.351,00	-	25.118,22	-

Fonte - Relatório Anual Eurofarma 2021. Elaboração própria

Dentre os macro-objetivos da empresa está a **Eficiência Hídrica**, com foco na redução da quantidade da água utilizada e melhores práticas de uso a serem implementadas. Uma das melhorias instaladas, na unidade de Itapevi, foi a inclusão da filtragem por osmose reversa no tratamento de efluentes, que consiste em uma membrana fina e semipermeável que captura moléculas maiores, como impurezas e bactérias, ao mesmo tempo em que permite a passagem da água. O efluente da osmose reversa é uma água de reuso que pode ser utilizada em substituição à água potável nas torres de resfriamento, equipamentos responsáveis por manter a temperatura adequada nos edifícios para o correto funcionamento das fábricas.

Dado que a água é um insumo primordial no processo de produção da empresa, a Eurofarma vem investindo em tecnologias para a sua reutilização. Em 2020, a quantidade de água reutilizada atingiu cerca de 54.299 m³. Na unidade de Ribeirão Preto, por exemplo, onde há a produção da água WFI, tipo de água específico para injeção, havia o descarte de aproximadamente 30% a 35% de água no processo de produção. A fim de reutilizar a água desse descarte, a Eurofarma adquiriu um equipamento onde esse efluente descartado é tratado e reintegrado à cadeia produtiva. Assim, a empresa consegue reutilizar cerca de 90% da água descartada do primeiro processo.

Além disso, desde 2012, a unidade de Itapevi da Eurofarma mantém uma parceria com instituições públicas e privadas, como a prefeitura municipal e o aterro Estre, para doar a água tratada que não é consumida. O efluente tratado que não é destinado para a doação é também utilizado em atividades como jardinagem, limpeza de construção e nas descargas sanitárias dos prédios da unidade.

Tabela 9 - Gestão hídrica da Eurofarma de 2018 a 2020

Gestão Hídrica (megalitros)	2018	2019	2020
Volume total de água reutilizada	64,1	72,9	54,5
Descarte total de água	58	62,6	69
Consumo de água	394,6	483,5	452,9

Doação de água	14,2	7,2	8,9
Retirada de água subterrânea	260,4	286,3	215,8
Abastecimento público de água	170,1	223,5	264,8

Fonte - Relatório Anual 2021 Eurofarma. Elaboração própria

Com a participação de 29% de fontes renováveis na matriz energética da empresa, a **Eficiência Energética** está entre os macro-objetivos da Eurofarma. A partir da Certificação 50.001:2018, foram estabelecidas algumas diretrizes para a redução de despesas com energia e o aumento da sua eficiência, tornando possível a melhora na matriz energética da empresa e nos resultados de sustentabilidade.

Outras iniciativas adotadas pela empresa, visando a diminuição das emissões atmosféricas, incluem a **Política Corporativa para Consumo de Combustíveis**, que estabelece a razão de 75% etanol e 25% gasolina para o abastecimento dos veículos utilizados na área administrativa e também, pelos vendedores externos, chamados de propagandistas ou “Força de Vendas” pela Eurofarma. Essa Política auxiliou na diminuição de 57% das emissões de gás carbônico da frota. Além da preocupação com as emissões diretas, a empresa mantém um programa de proteção e recuperação ambiental, conservando fauna e flora nos biomas onde está inserida.

- **Aspecto Social**

Em 2020, a Eurofarma foi classificada na 37ª posição entre as Melhores Empresas para Trabalhar do Great Place to Work (GPTW) no Brasil. No mesmo ano, na América Central, a empresa conquistou a 11ª posição no ranking geral do GPTW e a 1ª posição no setor farmacêutico.

Segundo o **Relatório Anual**, a área de **Segurança do Trabalho** é responsável pelos treinamentos periódicos dos colaboradores, a fim de prevenir e educar os trabalhadores quanto aos riscos e doenças relativos à saúde e segurança do ambiente de trabalho, seguindo as diretrizes estabelecidas pelos órgãos públicos e tratados internacionais.

Segundo sua **Política Ambiental e Energética, Saúde e Segurança do Trabalho**, o Sistema de Gestão de Saúde e Segurança Ocupacional da Eurofarma segue como diretriz a **Norma NBR ISO 45.001:2018**, que tem como um dos objetivos prevenir lesões e problemas de saúde relacionados as condições do ambiente de trabalho, bem como minimizar os riscos de saúde e segurança ocupacional. Os acidentes de trabalho da Eurofarma nos últimos três anos são apresentados na tabela a seguir.

Tabela 10 - Acidentes de trabalho Eurofarma, no período de 2018 a 2020

Acidentes de trabalho	2018	2019	2020
Total de acidentes	18,00	31,00	31,00
Taxa de lesões	2,74	3,54	3,73
Total de dias perdidos	100	536	611
Taxa de absenteísmo	0,03	0,04	0,12
Óbitos	0	0	0

Fonte - Relatório Anual 2021 Eurofarma. Elaboração própria

Em fevereiro de 2020, a Eurofarma teve um acidente grave com uma funcionária, o que gerou 1 ano de afastamento. Além disso, a partir de 2020, os acidentes com contratados

fixos também passaram a ser monitorados e divulgados, o que explica o aumento dos indicadores de acidentes.

Em 2021, a Eurofarma foi uma das empresas premiadas no **11º Prêmio Excelência em Gestão da Saúde e Segurança do Trabalho**, promovido pelo Sindicato da Indústria de Produtos Farmacêuticos⁵². A companhia venceu em duas categorias, sendo elas a de Projetos Segurança no Trabalho e na categoria Projetos para Força de Vendas, ao implementar um aplicativo Gestão Integrada de Segurança e Saúde, com finalidade de comunicação para acidentes de trabalho.

Segundo a **Norma Ambiental e Energética para Competência, Treinamento e Conscientização** da Eurofarma, cabe à área de Recursos Humanos o mapeamento das necessidades de integração dos colaboradores internos, bem como o registro e monitoramento de tais integrações. Segundo seu **Guia Prático de Diversidade e Inclusão**, a Eurofarma busca se tornar uma empresa mais inclusiva e diversa através da **cultura inclusiva**, onde são desenvolvidas atividades para reforçar o valor do respeito e do tratamento não discriminatório.

Cabe citar ainda que o Grupo **possui parceria com o Instituto Ethos**⁵³ para manter um programa de sustentabilidade na cadeia de valor. Esse programa compreende a avaliação, baseada em indicadores, das boas práticas dos fornecedores e constata a existência de cláusulas de responsabilidade socioambiental presente em todos os contratos firmados com os 4.207 fornecedores do Brasil e 400 do exterior.

Ademais, a Eurofarma realiza **auditorias na cadeia de fornecedores** e monitoramentos técnicos em prol da qualificação e qualidade dos produtos oferecidos. De acordo com o Relatório Anual, foram realizadas 118 auditorias e 368 monitoramentos em 2020.

No que se refere à relação com a sociedade, o Grupo Eurofarma realiza e apoia uma série de projetos socioambientais. De acordo com a Cartilha Ambiental e o Relatório Anual da empresa, a gestão e o fomento de iniciativas direcionadas à sociedade são compartilhadas pela área de Responsabilidade Corporativa e Eventos e pelos Comitês de Responsabilidade Social. Para realização deste apoio e fomento, o Grupo faz aportes financeiros diretos ou repasse de recursos oriundos das leis de incentivo fiscal para projetos sociais, culturais e esportivos.

Em 2020, aportaram mais de 3,5 milhões por meio de repasses de recursos de leis de incentivo fiscal, os quais foram destinados a projetos de ONGs e instituições sociais, além de R\$10,9 milhões de recursos próprios investidos em esportes. Outros projetos e ações sociais realizados pelo Grupo e seus respectivos impactos são elucidados na tabela a seguir:

Tabela 11 - Recorte de ações e projetos sociais do Grupo Eurofarma

Projeto	Objetivo	Resultados
Ajuda Humanitária	Minimizar impactos da Covid-19	Destinação de mais de R\$ 31 milhões em doações de medicamentos e alimentos, itens de proteção individual (EPIs), construção de leitos de UTI e manutenção de atendimento/tratamento aos pacientes.

⁵² <https://sindusfarma.org.br/noticias/indice/exibir/16059-melhores-empresas-em-saude-do-trabalho-recebem-premio-excelencia-em-gst>

⁵³ [Instituto Ethos - Empresas e Responsabilidade Social](#)

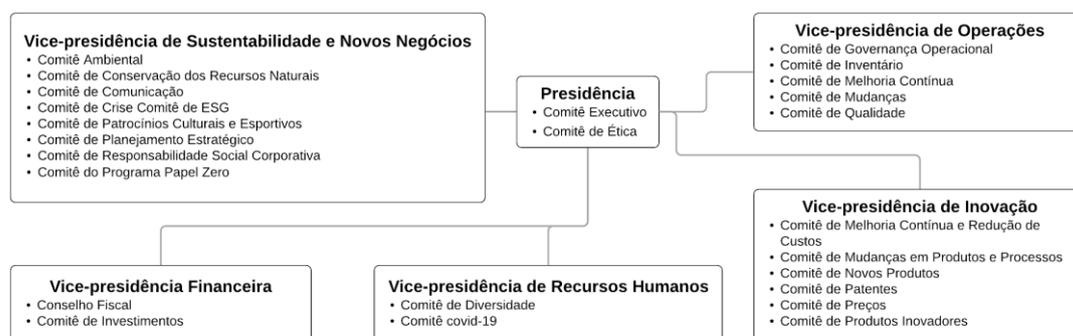
Banco de Leite Lactare	Promover o aleitamento materno e salvar vidas, por meio de doação do leite coletado a	Em 2020, foram 378 bebês atendidos com 1,1 mil litros de leite materno.
Mutirão Oftalmológico	Mapear a visão de crianças entre 4 a 14 anos ao identificar deficiências de visão que impactem no desempenho escolar	A ação foi realizada em Itapevi e atendeu a 2,3 mil alunos, em 12 escolas públicas. Foram confeccionados óculos para a correção dos problemas identificados pelo diagnóstico de oftalmologistas capacitados.

Fonte - Relatório Anual e Cartilha Sustentável Eurofarma. Elaboração própria

• Aspecto de Governança Corporativa

O Grupo Eurofarma possui um **Sistema de Governança Corporativa**, que conta com um sistema de gestão auxiliado por comitês. A estrutura da empresa, apresentada no organograma abaixo, tem por objetivo promover integração dos aspectos ESG e transparência nas tomadas de decisões.

Figura 3 - Organograma Estrutural da Empresa



Fonte - Adaptado da Cartilha Ambiental Eurofarma. Elaboração própria

O sistema de Governança Corporativa do Grupo Eurofarma foi aprimorado em 2020, com a criação e implementação dos seguintes comitês: Comitê de ESG, Comitê Covid, Comitês de Auditoria Interna e a Diretoria Jurídica e Integridade Corporativa. A **área de Integridade Corporativa** é responsável por orientar e monitorar as práticas de governança e auxiliar na elaboração de políticas e incorporação das regras estabelecidas pelo **Código de Ética e Conduta**; além de ser responsável pelas auditorias internas e investigações relacionadas ao **Canal de Ouvidoria**.

O **Código de Ética e Conduta**⁵⁴ da Eurofarma apresenta procedimentos e diretrizes aplicáveis aos colaboradores, administradores, profissionais de saúde, acionistas, parceiros comerciais e consumidores e é disseminado para todos seus colaboradores por meio de treinamentos. Vale ressaltar que o documento abrange temáticas de direitos humanos - como proibição de mão de obra escrava, infantil ou análoga à escravidão -, inclui tratativas sobre práticas de corrupção, fomenta o respeito e a diversidade, além de exprimir o *compliance* operacional.

Para além do Código de Ética, o Grupo também possui, disponível em seu site, o **Código de Ética e Conduta do Fornecedor**⁵⁵, o qual apresenta um guia das práticas e relações comerciais alinhadas às diretrizes da organização. O Código abrange

⁵⁴ [Código de Ética e Conduta- Grupo Eurofarma](#)

⁵⁵ [Código de Ética e Conduta do Fornecedor](#)

aspectos de Direito Trabalhista, Segurança do Trabalho e Saúde, Responsabilidade Ambiental, Integridades nos Negócios, Confidencialidade à Propriedade Intelectual, Ouvidoria e Sistema de Gestão. Esse código também conta com um **termo de adesão e compromisso** para assinatura de seus fornecedores e parceiros comerciais.

De acordo com o **Relatório Anual**, 100% dos colaboradores e terceiros são orientados por treinamentos e políticas anticorrupção, e a companhia se encontra regular de acordo com a Lei Anticorrupção brasileira, Lei 12.846⁵⁶, não havendo nenhum indício de descumprimento ou violação desta.

Além disso, o Relatório Anual também apresenta o **Canal de Ouvidoria Independente** do Grupo Eurofarma, disponível 24h por dia via site⁵⁷, telefone ou aplicativo. Ainda, os relatos também podem ser endereçados ao e-mail de *compliance* da empresa ou diretamente ao gerente de Integridade Corporativa por telefone. O canal é gerenciado por empresa externa e independente e o processo de análise e investigação é conduzido pela área de Integridade Corporativa, que se reporta ao Comitê de Ética, vinculado diretamente à Presidência. Assim, o Canal de Ouvidoria estabelece um canal de comunicação direta para denúncias e relatos de fatos e condutas que não estejam em acordo com os princípios do Código de Ética e Conduta.

Ainda, de acordo com o **Relatório Anual**, o Grupo Eurofarma possui um **Conselho Consultivo**, que existe há 10 anos. São realizadas reuniões mensais, com a participação do **Comitê Executivo** e acionistas, para promover debate e avaliação de oportunidades e desafios no mercado farmacêutico. Vale ressaltar que o CEO da Eurofarma é independente e, a empresa também conta com um **Conselho Fiscal**, responsável por monitorar as decisões administrativas e aprimorar mecanismos de controle.

- **Pesquisa de Controvérsias ASG**

Foi realizada uma pesquisa de controvérsias que tenham gerado repercussão negativa na mídia, e concluímos que a Eurofarma esteve envolvida em casos pontuais. As controvérsias são apresentadas a seguir.

Tabela 12: Pesquisa de controvérsias ASG envolvendo a Eurofarma.

Social	Nível de Severidade	Responsividade
2021: Acidente de trânsito devido efeito colateral ao remédio cloridrato de ciclobenzaprina 10 mg	Médio: Consumidor alega ter tomado um comprimido do remédio cloridrato de ciclobenzaprina 10 mg na noite de 25 de abril de 2021, com receita médica e, no dia 26 de abril de 2021, dirigindo pela BR116 no horário da tarde, dormiu ao volante e acordou após colidir com a traseira de outro veículo. Vale ressaltar que o consumidor alega ter dormido normalmente e, segundo a bula, o remédio é conhecido por causar sonolência ao usuário, tanto que sua indicação de uso é a noite. O	Remediativa: A Eurofarma respondeu ao consumidor quanto ao reembolso pelos danos causados ao carro, se sensibilizando com o ocorrido, porém informando que não faz parte da política da empresa esse reembolso, visto que o acidente foi causado por um efeito colateral listado na bula. A empresa se comprometeu a ressarcir-lo pelo valor do medicamento, mas o consumidor se demonstrou insatisfeito e informou que procuraria apoio jurídico para o ocorrido. Não foram

⁵⁶ [Lei 12.846 - Lei Anticorrupção \(planalto.gov.br\)](http://planalto.gov.br)

⁵⁷ [Grupo Eurofarma - Canal de Denúncia \(contatoseguro.com.br\)](http://contatoseguro.com.br)

	<p>efeito do medicamento, porém, teria perdurado durante o dia seguinte.</p>	<p>fornecidas informações adicionais a respeito do andamento do caso.</p> <p>A Eurofarma informou via e-mail que não houve nenhum desdobramento judicial.</p>
<p>2020 e 2021: Eurofarma foi condenada pelo Tribunal Superior do Trabalho, por “obrigar funcionários a degustar remédios” de marcar concorrentes.</p>	<p>Alto: Em ambos os anos a empresa foi processada por obrigar funcionários a degustarem medicamentos de outras marcas, com a finalidade de avaliar o sabor, textura e coloração, comparando seus produtos com os demais concorrentes. No ocorrido de 2020, foram apresentadas evidências de e-mails que partiram da gerência, convocando colaboradores a reuniões onde ocorreram os testes em forma de rodízio, exigido pelo gerente. Essa prática ocasionou, para os funcionários, um consumo de medicamentos acima do valor indicado pela bula. A ação foi ajuizada pelo Ministério Público do Trabalho após recebimento de três denúncias. O TST condenou a empresa a pagar R\$ 1 milhão aos três funcionários.</p>	<p>Defensiva: A empresa confirmou que houve a condenação pelo tribunal e o valor já foi pago aos funcionários. Ademais, a Eurofarma informou que fez um trabalho de comunicação interna para reforçar que não deve haver a ingestão de medicamentos sem prescrição médica.</p>
<p>2017: Impasse na Eurofarma quanto a decisão de adesão, ou não, à política de banco de horas.</p>	<p>Médio: Relatos indicam práticas de coação da empresa para que funcionários aceitassem a implementação de banco de horas em conversas individuais ou em pequenos grupos, após votação ter resultado em uma maioria contra a prática.</p>	<p>Defensiva: A empresa alegou que os relatos identificados refletem a posição do Sindicato, o qual não concordou com a proposta de acordo coletivo para implementar o banco de horas. Até o presente momento, o regime de banco de horas na Eurofarma ocorre por meio de acordos individuais, com a ciência do Sindicato, e vem bem sucedido.</p> <p>Em janeiro de 2022, a Eurofarma informou, via e-mail, que desde outubro/2021 não houve atualizações do processo. Dessa forma, a Eurofarma segue aguardando o sindicato dos funcionários envolvidos se manifestar a respeito do cumprimento das obrigações pela Companhia, bem como a indicação do saldo</p>

remanescente que a empresa
deve quitar.

4. Método

Legendas

Nível da Asseguração

Níveis de Asseguração.

Níveis de asseguração	
Razoável	Uma avaliação na qual o risco de asseguração é aceitavelmente baixo dentro das circunstâncias do engajamento realizado. A conclusão é expressa de uma forma que transmite a opinião do profissional sobre o resultado da avaliação em relação aos critérios observados.
Limitado	Uma avaliação na qual o risco de asseguração do engajamento realizado é maior do que para um nível de asseguração razoável, porém ainda assim capaz de embasar os principais argumentos utilizados na análise.

Classificação de dimensões dos KPIs

Níveis de Classificação.

Níveis de classificação	
Elevada	O KPI avaliado é diretamente associado ao desempenho do emissor em um tema altamente alinhado com as atividades e práticas da companhia, com seus impactos gerados ou com sua estratégia ASG.
Moderada	O KPI avaliado é diretamente associado ao desempenho do emissor em um tema parcialmente alinhado com as atividades e práticas da companhia, com seus impactos gerados ou com sua estratégia ASG.
Marginal	O KPI avaliado não é diretamente associado ao desempenho do emissor em temas alinhados com as atividades e práticas da companhia, com seus impactos gerados ou com sua estratégia ASG.
Insuficiente	O KPI avaliado não guarda qualquer relação com o desempenho do emissor em temas relevantes para as atividades e práticas da companhia, com seus principais impactos gerados ou com sua estratégia ASG.

Classificação de dimensões das SPTs

Níveis de Classificação.

Níveis de classificação	
Elevada	A ambição da SPT coloca ou mantém a empresa como liderança em relação ao peer group, representa uma melhora significativa em relação histórico da empresa ou está alinhada a cenários científicos/ <i>best-available-technology</i> (ex. meta alinhada a cenário de mudanças climáticas 1,5°C).
Moderada	A ambição da SPT está alinhada a melhores peers do mercado, representa uma melhoria representativa no histórico da companhia ou aproximação a cenários científicos e benchmarks (ex. meta alinhada a cenário de mudanças climáticas 2°C).
Marginal	O SPT não representa uma melhoria do histórico da companhia, está alinhado com cenários regulatórios ou não posiciona a empresa entre os melhores peers do mercado.
Insuficiente	O SPT representa uma piora ou estagnação em relação ao peer group e histórico da companhia ou não atingem cenários regulatórios.

Controvérsias

Níveis de Severidade e Responsividade relacionado a controvérsias.

Níveis de Severidade	
Baixo	Descumpre a lei e/ou afeta negativamente os <i>stakeholders</i> , mas não causa danos ou causa dano mínimo que não necessitam de remediação.
Médio	Descumpre a lei e/ou afeta negativamente os <i>stakeholders</i> , sendo o nível de dificuldade e custo de remediação medianos.
Alto	Descumpre a lei e afeta negativamente os <i>stakeholders</i> , sendo os danos irremediáveis ou com remediação difícil ou custosa.

Níveis de Responsividade	
Proativa	Além da empresa agir de maneira remediativa diante de uma controvérsia, ela adota medidas que vão além da sua obrigação. Adicionalmente, a empresa realiza procedimentos sistemáticos para evitar que o problema ocorrido se repita.
Remediativa	A empresa realiza as ações necessárias para correção dos danos e se comunica adequadamente com os <i>stakeholders</i> impactados.
Defensiva	A empresa realiza ações insuficientes para correção dos danos ou emite comunicado sem realização de ações corretivas.
Não-responsiva	Não há qualquer ação ou comunicação da empresa em relação à controvérsia.

Anexo I – Medicamentos +Verdes

A Eurofarma, em parceria com o Instituto Senai de Inovação, desenvolveu uma metodologia que permite a descontaminação de embalagens primárias - aquelas que tiveram contato com o medicamento - utilizando substâncias de fácil alcance, como água sanitária (hipoclorito de sódio) e água oxigenada (peróxido de hidrogênio).⁵⁸

O estudo desenvolvido permite que embalagens primárias se tornem inertes, minimizando o impacto ao meio ambiente, e possam ser encaminhadas para a coleta seletiva. A descontaminação também permite o reaproveitamento de materiais nobres, como alumínio, PVC e PVDC, que antes eram inutilizados.

Os produtos que possuem essa tecnologia são chamados de Produtos +Verde, e possuem um selo indicativo na embalagem, bem como as instruções para descontaminação pelo próprio consumidor final na parte interna do cartucho, como ilustrado a seguir.

Figura 4 - Cartucho dos produtos +Verdes



Fonte: <https://eurofarma.com.br/mais-verde>

A empresa considera que a iniciativa dos Produtos +Verdes também está alinhada aos princípios da Política Nacional de Resíduos Sólidos de responsabilidade compartilhada, ao mitigar impactos decorrentes do ciclo de vida dos produtos. Atualmente, a tecnologia de descontaminação da embalagem primária está disponível para dois tipos de medicamentos, hormonais (anticoncepcionais) e antibióticos. A linha de Produtos +Verdes engloba seis dos principais produtos da Eurofarma: Astro®, Tamiram® (antibióticos), Selene®, Tamisa®, Primera (associação hormonal feminina), e genérico Azitromicina (antibiótico).

A inclusão de medicamentos na categoria de Produtos +Verde considera medicamentos que estão há mais de 20 anos no mercado - e, portanto, considerados maduros para o setor - e também com maior número absoluto de vendas. É importante destacar que o maior número de vendas não está relacionado ao maior faturamento da empresa com o medicamento. Ou seja, o fato de um produto ser +Verde não implica que ele também seja um dos mais caros do portfólio de medicamentos de farmácia da Eurofarma.

Além da tecnologia que permite a descontaminação da embalagem primária, os cartuchos dos produtos +Verde (embalagens secundárias) possuem 30% de sua

⁵⁸ <https://eurofarma.com.br/mais-verde>

composição com material reciclado. Alguns dos medicamentos também utilizam o polietileno verde em suas embalagens, ou seja, um polietileno de baixa emissão de carbono, como o Minilax. Esse último, porém, utiliza apenas o cartucho reciclável e o polietileno verde.

Segundo a empresa, dentre os desafios de manter o alcance de vendas dos Produtos + Verde está a própria inovação do mercado, uma vez que, com o tempo, novos produtos vão surgindo e atraindo novos clientes. Outro desafio está relacionado à inclusão de novos produtos na linha dos +Verdes. Isso porque, as pesquisas foram realizadas com medicamentos hormonais e antibióticos. Para outros tipos de medicamentos, porém, como anti-inflamatórios e analgésicos, ainda não há estudos que abordem metodologias eficazes para a descontaminação da embalagem primária.

Avaliação do indicador ‘a.1’ e meta proposta frente a empresas pares/concorrentes:

O escopo da avaliação do indicador e meta inclui a comparação das iniciativas da emissora frente às suas empresas pares, como mencionado no [item 2.1.a](#), no subitem ‘Empresas pares/concorrentes’ deste relatório. A pesquisa realizada é brevemente apresentada a seguir.

- **Empresas brasileiras:**

Das 5 empresas brasileiras avaliadas, somente em algumas foram identificadas ações relacionadas à logística reversa dos medicamentos. Porém, nenhuma possui a iniciativa de descontaminação da embalagem primária do produto pelo próprio usuário, ou seja, aquela embalagem que está em contato direto com o medicamento. Dado que as iniciativas não são diretamente comparáveis, a avaliação com as empresas pares brasileiras foi considerada inconclusiva.

Tabela 13 - Produtos + Verdes: Empresas pares brasileiras

Companhia	Iniciativas de logística reversa e/ou descontaminação de produtos
Hypera Pharma⁵⁹	Possui um Programa de Logística Reversa por meio do qual se compromete a destinar o equivalente a 22% de todo volume dos materiais de embalagens de dermocosméticos e alimentos anualmente para a reciclagem. Porém, por conta da natureza dos produtos (dermocosméticos e alimentos), não é comparável à iniciativa da Eurofarma.
E.M.S⁶⁰	Em parceria com uma rede de farmácias, instalou 60 pontos de coleta para receber e destinar corretamente os medicamentos.
Libbs⁶¹	Nada encontrado
Aché⁶²	Possui pontos de coleta para receber e destinar corretamente os medicamentos e participa de associações do setor farmacêutico que atuam para a construção de sistemas de logística reversa. Também utiliza em parte de suas embalagens de medicamentos, como cartuchos e bulas, madeira de reflorestamento certificada.
Blau⁶³	A empresa participa de um fórum de logística reversa com outras 16 entidades da área, incluindo o Sindicato da Indústria de Produtos Farmacêuticos no Estado de São Paulo (Sindusfarma). No entanto, em seu relatório de sustentabilidade não são apresentadas ações relacionadas a logística reversa dos produtos da empresa.

Fonte - Elaboração própria

⁵⁹ <https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/4be66703-ecd7-4134-a39e-224ce462b371/2f7cb17a-e3db-e0bc-b027-f89b6b6262f3?origin=1>

⁶⁰ <https://www.ems.com.br/responsabilidade-ambiental-ems-farmaceutica.html>

⁶¹ <https://www.libbs.com.br/>

⁶² https://www.ache.com.br/relatorioanual-2020/dist/files/ACH01_RA_WEB.pdf

⁶³ <https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/2015ded1-d33a-4aad-b3e5-9673efb0e7ac/af741ac6-c932-c49c-b993-8134c8230c51?origin=1>

- **Empresas estrangeiras com atuação no Brasil:**

Assim como na pesquisa com as empresas brasileiras, também não foi possível identificar iniciativas diretamente comparáveis de empresas estrangeiras com atuação no Brasil. Nenhuma das empresas possui iniciativas de descontaminação da embalagem primária do medicamento pelo consumidor.

Tabela 14 - Produtos +Verdes: empresas estrangeiras

Companhia	Iniciativas de logística reversa e/ou descontaminação de produtos
Novartis ⁶⁴	Iniciou a implementação do plano de logística reversa de medicamentos vencidos ou em desuso com 11 pontos de coleta no estado de São Paulo. A empresa tem a meta de atingir 280 pontos de coleta distribuídos pelo Brasil até 2025. Ainda, até 2025, pretendem eliminar o cloreto de polivinil (PVC) nas embalagens (embalagens secundárias e terciárias) e reduzir a disposição de resíduos pela metade em relação aos níveis de 2016. Até 2030, buscam ser completamente neutros em termos de plástico, com todos os novos produtos atendendo aos princípios de embalagem sustentável.
Sanofi ⁶⁵	Inclusão do símbolo de embalagem reciclável em cartuchos e blisters.
Bayer ⁶⁶	Em uma das plantas industriais da empresa há um coletor para medicamentos vencidos ou em desuso. O dado mais recente para o volume de medicamentos coletados vencidos ou em desuso, no entanto, estava desatualizado (230kg de medicamentos vencidos ou em desuso foram depositados no coletor em 2017.)
GSK ⁶⁷	Nada encontrado.
Pfizer ⁶⁸	Nada encontrado.

Fonte - Elaboração própria

⁶⁴ <https://www.novartis.com.br/sobre-novartis/logistica-reversa>

⁶⁵ <https://www.novartis.com.br/sociedade/sustentabilidade-e-meio-ambiente#ui-id-1=2>

⁶⁶ <https://www.sanofi.com.br/-/media/Project/One-Sanofi-Web/Websites/Latin-America/Sanofi-BR/Home/pt/rc2020/Relatorio-Responsabilidade-Corporativa-Sanofi-2018-e-2019.pdf>

⁶⁷ https://www.bayer.com.br/sites/bayer_com_br/files/relatorio-responsabilidade-socioambiental-2017.pdf

⁶⁸ <https://br.gsk.com/media/6917/relatorio-de-sustentabilidade-gsk-brasil-2020-v2.pdf>

⁶⁹ <https://www.pfizer.com.br/noticias/ultimas-noticias/descarte-correto-de-medicamentos-tambem-salva-vidas>

Anexo II – Participação de Mulheres na Força de Vendas

Em 2020, a Eurofarma deu início ao seu Programa de Diversidade. A primeira etapa do programa incluiu a aplicação de um senso de diversidade - mencionado no [item 2.1.b](#) deste relatório, subitem 'Alinhamento com a estratégia de sustentabilidade da empresa'. Por meio desse senso foi mapeado o equilíbrio de gênero nas diversas áreas da empresa.

A tabela a seguir, apresenta o número absoluto e relativo de mulheres e homens em cargos de gestão nas diferentes áreas da empresa, de acordo com novo levantamento realizado pela Eurofarma em dezembro de 2021.

Tabela 15 - Cargos de Gestão em áreas internas e externas da Eurofarma em dezembro/21

Área	Mulheres	Homens	Total	% Mulheres	% Homens
Comercial interno	27	30	57	47%	53%
Conte Capital	1		1	100%	0%
Diretoria Executiva CSC	1	6	7	14%	86%
Diretoria Empreendedorismo e Digital	4	7	11	36%	64%
Diretoria Executiva Internacional	11	5	16	69%	31%
Diretoria Executiva Operações Internacionais	3	5	8	38%	63%
Diretoria Executiva Relações Institucionais	1	2	3	33%	67%
VP Financeira	11	5	16	69%	31%
VP Inovação	56	25	81	69%	31%
VP Operações	91	129	220	41%	59%
VP Recursos Humanos	8	5	13	62%	38%
VP Sustentabilidade Novos Negócios	14	8	22	64%	36%
Pearson	3	8	11	27%	73%
Total Geral (Interno)	231	235	466	50%	50%
Comercial Campo (Força de Vendas)	9	299	308	3%	97%

Fonte - Elaboração própria a partir de dados Eurofarma

Nota-se que a área Comercial Campo, que representa a Força de Vendas, apresenta a maior lacuna em relação ao número de mulheres em cargos de liderança, incluindo líderes, supervisores, coordenadores, gerentes e diretores.

Quando analisados os demais cargos da Força de Vendas, incluindo os de gestão, o cenário de disparidade de gênero se mantém:

Tabela 16 - Headcount Comercial Campo

Ano	2018			2019			2020			2021*		
	Homem	Mulher	% mulher									
Gerente Regional de Vendas	37	1	3%	36	1	3%	37	1	3%	37	1	3%

Gerente Distrital	249	4	2%	230	5	2%	247	6	2%	245	7	3%
Gerente Contas	16	1	6%	15	1	6%	16	1	6%	16	1	6%
Propagandista Vendedor Pleno	1498	237	14%	1636	262	14%	1690	267	14%	1783	316	15%
Propagandista Vendedor Júnior	475	99	17%	195	39	17%	272	103	27%	113	142	56%
Propagandista Assistente	4	1	20%	5	1	17%	5	0	-	0	0	-
Vendedor Promotor Pleno	98	23	19%	99	25	20%	103	25	20%	104	25	19%
Vendedor Promotor Júnior	12	3	20%	10	3	23%	9	1	10%	6	5	45%
TOTAL	2389	369	13%	2226	337	13%	2379	404	15%	2304	497	18%

Fonte - Elaboração própria a partir de dados Eurofarma. *Considera os meses de dezembro de cada ano, exceto em 2021, onde os dados são de novembro.

Como visto nas tabelas acima, a Força de Vendas é a área da empresa com maior disparidade de gênero em cargos de gestão, além de possuir baixa representatividade feminina em seus diferentes níveis. Justamente por esse desequilíbrio em comparação com o quadro geral da empresa e dentro da própria área é que os indicadores s.1 e s.2 propostos são focados em contratações e promoções femininas dentro da Força de Vendas.

Avaliação dos indicadores 's.1' e 's.2' e metas propostas frente a empresas pares/concorrentes:

O escopo da avaliação dos indicadores e metas inclui a comparação das iniciativas da emissora frente às suas empresas pares, como mencionado no [item 2.1.b](#), no subitem 'Empresas pares/concorrentes' deste relatório. A pesquisa realizada é brevemente apresentada a seguir. Vale destacar que as empresas pares analisadas nos indicadores s.1 e s.2 foram as mesmas do indicador a.1

- **Empresas brasileiras:**

Os dados encontrados nos relatórios de sustentabilidade ou em outros documentos são apresentados a seguir.

Tabela 17 - Participação de mulheres no quadro de colaboradores e liderança: empresas brasileiras

Companhia	Número de mulheres no quadro de colaboradores	Contratação de mulheres	Mulheres em cargos de liderança
Eurofarma	557 na Força de Vendas	58% (ou 140 mulheres) em novembro de 2021 (Força de Vendas)	9 em novembro de 2021 na Força de Vendas
Hypera Pharma ⁷⁰	4450 mulheres (49,6% do total de colaboradores)	50,04% mulheres dentre os colaboradores que ingressaram em 2020 na empresa.	Apenas essa empresa apresentou o percentual de mulheres em cargos de liderança segregados por tipo de cargo, onde as mulheres ocupam: a) 37,48% dos cargos de gestão; b) 37,35% dos cargos de gestão Júnior;

⁷⁰ <https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/4be66703-ecd7-4134-a39e-224ce462b371/2f7cb17a-e3db-e0bc-b027-f89b6b6262f3?origin=1>

			<p>c) 39,13% dos cargos de alta gestão;</p> <p>d) 49,2% das funções de geração de receitas;</p> <p>e) 36,09% das posições relacionadas à ciência, tecnologia, engenharia e matemática;</p> <p>f) 20% da Diretoria Estatutária, equivalente a 1 mulher do total de 5 membros;</p> <p>g) 22% do Conselho de Administração, equivalente a 2 mulheres do total de 9 membros.</p>
E.M.S⁷¹ , Libbs⁷²⁷³	Não informado 44% mulheres no corpo de trabalho, mas não apresentou o número total de colaboradores.	Não informado Não informado	Não informado Dados somente para o Conselho de Administração, o qual é composto por 3 pessoas, todas do sexo masculino
Aché⁷⁴	Dados divergentes em páginas diferentes do próprio relatório anual da empresa, de maneira que foram desconsiderados para o benchmark	Não informado	A mulheres ocupam 45% das posições de gestão, mas não especificou os níveis dos cargos. Nessa mesma empresa, o conselho de administração é formado somente por homens.
Blau⁷⁵	53,9% do quadro de colaboradores	Informou que aumentou em 28% a contratação de mulheres em 2020, mas não informou a linha de base do cálculo.	As mulheres ocupam 33%, ou 2 dos 6 cargos da Diretoria Estatutária e 29%, ou 2 dos 7 cargos do Conselho de Administração

- **Empresas estrangeiras com atuação no Brasil:**

Tabela 18 - Participação de mulheres no quadro de colaboradores e liderança: empresas estrangeiras

Companhia	Número de mulheres no quadro de colaboradores	Contratação de mulheres	Mulheres em cargos de liderança
Novartis⁷⁶⁷⁷	Não informado	Apresentou o histórico de contratação por gênero a nível global, o qual foi de 53% de mulheres em 2019 e 52% em 2018.	Informou que possui 51% de mulheres na liderança, mas não especificou os níveis dos cargos.

⁷¹ <https://www.ems.com.br/nossa-gente-ems-farmaceutica.html>

⁷² <https://www.libbs.com.br/sobre-nos/quem-somos/>

⁷³ <https://www.libbs.com.br/junte-se-a-nos/diversidade/>

⁷⁴ https://www.ache.com.br/relatorioanual-2020/dist/files/ACH01_RA_WEB.pdf

⁷⁵ <https://api.mziq.com/mzfilemanager/v2/d/2015ded1-d33a-4aad-b3e5-9673efb0e7ac/af741ac6-c932-c49c-b993-8134c8230c51?origin=1>

⁷⁶ <https://www.novartis.com.br/talentos/diversidade-e-inclusao>

⁷⁷ <https://www.novartis.com/sites/novartiscom/files/novartis-in-society-report-2019.pdf>

			META: Ter o quadro de liderança equilibrado entre homens e mulheres globalmente até 2023. No Brasil, a companhia afirmou que essa meta já foi atingida.
Sanofi ⁷⁸	Em 2019 a empresa contava com 1792 mulheres entre seus colaboradores, representando 49% do total.	Não informado	Dados de mulheres na liderança no Brasil em 2019: - Diretoria: 35 mulheres ou 40%; - Gerência: 292 mulheres ou 47%; - Coordenação: 97 mulheres ou 57%;
Bayer ⁷⁹	Não informado	Não informado	Mulheres na alta liderança: 50%. Considerando todas as posições de liderança: 37%. META: As metas identificadas foram a nível global, onde a empresa se comprometeu a alcançar o equilíbrio de gênero (50/50) em toda a baixa e média liderança até 2025 e, no alto escalão a meta de 33% de mulheres também até 2025. Quanto aos cargos de gerência, a empresa estabeleceu a meta de atingir a paridade de gênero entre a baixa, média e alta gerência até 2030.
GSK ⁸⁰	No quadro de colaboradores a nível Brasil para o ano de 2020, as mulheres representavam 51% (ou 1025 mulheres) do total de colaboradores. Em relação à Força de Vendas, em 2020 a área era composta por 646 colaboradores, sendo 340 (52,6%) mulheres.	Não informado	Apresentou os dados de cargos a nível Brasil, onde as mulheres compõem 32% dos cargos de diretoria (ou 17 mulheres); 47% dos cargos de gerência (167 mulheres) e 59% dos cargos de coordenação e supervisão (74 mulheres).
Pfizer ⁸¹	Não informado	Não informado	Apresentou os dados globais de 2020, em que as mulheres eram: a) 33% do conselho de administração; b) 38.1% dos cargos de vice-presidência e cargos superiores; c) 42.4% dos cargos de diretoria sênior;

⁷⁸ <https://www.sanofi.com.br/-/media/Project/One-Sanofi-Web/Websites/Latin-America/Sanofi-BR/Home/pt/rc2020/Relatorio-Responsabilidade-Corporativa-Sanofi-2018-e-2019.pdf>

⁷⁹ <https://www.bayer.com.br/pt/midia/bayer-se-compromete-globalmente-a-ter-a-mesma-quantidade-de-mulheres-e-homens-em-cargos-de>

⁸⁰ <https://br.gsk.com/media/6917/relatorio-de-sustentabilidade-gsk-brasil-2020-v2.pdf>

⁸¹ https://s28.q4cdn.com/781576035/files/doc_downloads/Pfizer-ESG-Report-2020_2021-03-10.pdf

		<p>d) 49.7% de diretoria; e) 50.7% gerente sênior e gerente;</p> <p>e) 47.3% dos cargos de analista e inferiores.</p>
		<p>META: Meta global de alcançar 47% de mulheres em posições de liderança, considerando vice-presidência e acima, até 2025.</p>

Impacto das metas 's.1' e 's.2' na Força de Vendas

A fim de avaliar ambição das metas 's.1' e 's.2' propostas pela Eurofarma, bem como o impacto delas para o equilíbrio de gênero na Força de Vendas, a SITAWI realizou um estudo de cenários levando em consideração o desligamento dos colaboradores (*turnover*) e o crescimento da área. As projeções são apresentadas a seguir.

1) Cenário das contratações externas de mulheres sobre a força de vendas (meta 's.1')

Considerando que existem em cargos júniores na Força de Vendas em dez/2021:

- i) 166 mulheres;
- ii) 309 funcionários totais (homens e mulheres);
- iii) E assumindo que a taxa de desligamento (*turnover*) de colaboradores será o mesmo para homens e mulheres.

Importante destacar que, para fins de simplificação, foi considerado que o turnover de homens e mulheres é igual, o que não necessariamente irá ocorrer.

Tabela 19 - Cenários de atingimento da meta s.1

Cenário	Novas vagas por ano a partir de desligamentos em todos os níveis da força de vendas (# pessoas)*	Crescimento da Força de Vendas por ano (%)	% de contratação de mulheres (%)	Mulheres em cargos júniores e mulheres que entraram via cargos júniores até 2027	% de mulheres na força de vendas 2027	Taxa de Turnover
1	179	2,5%	50%	634	30%	Turnover: média 2020 e 2021
2	179	5%	50%	656	28%	
3	179	10%	50%	708	23%	
4	179	0%	50%	614	34%	
5	179	-1,0%	50%	606	35%	
6	179	-1,5%	50%	602	36%	
7	200,5	2,5%	50%	688	32%	Turnover: média 2017-2021 sem 2019 (ano atípico pois passaram por reestruturação)
8	200,5	5%	50%	710	29%	
9	200,5	10%	50%	762	24%	
10	200,5	0%	50%	667	36%	
11	200,5	-1,0%	50%	660	37%	
12	200,5	-1,5%	50%	656	38%	
13	140	2,5%	50%	536	27%	

14	140	5%	50%	559	25%	Turnover abaixo da média
15	140	10%	50%	610	21%	
16	140	0%	50%	516	30%	
17	140	-1,0%	50%	508	32%	
18	140	-1,5%	50%	505	32%	

Fonte 1 - Elaboração própria. *Considera desligamentos desde cargos júniores a alta liderança.

A partir da projeção de cenários foi possível observar que, mesmo em situações onde ocorra a diminuição do quadro de funcionários na Força de Vendas, a meta s.1 - de contratação anual de, no mínimo, 50% de mulheres nas vagas abertas para a Força de Vendas até 2027 - permitirá o crescimento da participação de mulheres na área. A longo prazo, isso significa que a meta contribui para o equilíbrio de gênero na área. Dessa forma, a ambição da meta foi considerada **moderada**.

2) Cenário de promoção interna de mulheres para preenchimento de vagas (meta 's.2')

Considerando que existem nos cargos de liderança da Força de Vendas, em novembro de 2021:

- i) 9 mulheres;
- ii) 309 funcionários totais (homens e mulheres)

Tabela 20 - Cenários de atingimento da meta s.2

Cenário	Novas vagas na baixa gestão por ano a partir de desligamentos (# pessoas)	Crescimento da Força de Vendas por ano (%)	Taxa de promoção de mulheres (%)	Mulheres na liderança 2027	% de mulheres na liderança da força de vendas	Taxa de Turnover
1	6,5	2,5%	11%	18	5,1%	Turnover: média 2020 e 2021
2	6,5	5%	7%	18	4,6%	
3	6,5	10%	4%	18	3,6%	
4	6,5	0%	25%	18	5,8%	
5	6,5	-1,0%	46%	18	6,1%	
6	6,5	-1,5%	80%	18	6,3%	Turnover: média 2017-2021 sem 2019 (ano atípico pois passaram por reestruturação)
7	10,25	2,5%	9%	18	5,1%	
8	10,25	5%	6%	18	4,6%	
9	10,25	10%	3%	18	3,6%	
10	10,25	0%	16%	18	5,9%	
11	10,25	-1,0%	22%	18	6,1%	Turnover abaixo da média
12	10,25	-1,5%	28%	18	6,3%	
13	4	2,5%	13%	18	5,1%	
14	4	5%	8%	18	4,7%	
15	4	10%	4%	18	3,7%	
16	4	0%	40%	18	5,8%	

Fonte - Elaboração própria

A partir da projeção de cenários foi possível observar que, mesmo em situações onde ocorra a diminuição do quadro de funcionários na Força de Vendas, a meta s.2 - dobrar o número de mulheres em cargos de gestão da Força de Vendas até 2027 – possibilitará a maior participação feminina na liderança da área em comparação com o cenário de novembro de 2021, no qual há apenas 9 mulheres na liderança, equivalente a 3% dos cargos de liderança da Força de Vendas.

No entanto, dado que mesmo com o atingimento da 'meta s.2', o percentual de mulheres em cargos de gestão na Força de Vendas ainda não será compatível com um cenário de equidade de gênero dos cargos de liderança na área, a ambição da meta foi considerada **marginal**.

Anexo III – Matriz de Materialidade Eurofarma

A seguir, é apresentada a Matriz de Materialidade da Eurofarma. O estudo de materialidade da empresa é realizado a cada dois anos e tem como objetivo identificar os temas prioritários para o futuro e sustentabilidade da companhia.

Figura 5 - Matriz de Materialidade Eurofarma

Priorização do temas



Fonte: Relatório Integrado Anual 2021. Disponível em: <https://eurofarma.com.br/relatorio-anual>

Anexo IV – Sustainability-Linked Bond Independent External Review Form

The Guidelines for External Reviews recommend the public disclosure of external reviews either in summary format through a recommended template and/or in its entirety. This contributes to market transparency and clarifies issuers' alignment with the Principles.

Section 1. Basic Information

Issuer name: Eurofarma Laboratórios S.A.

Sustainability-Linked Bond ISIN: TBC

Independent External Review provider's name for second party opinion pre-issuance (sections 2 & 3): KOAN Finanças Sustentáveis Ltda.

Completion date of second party opinion pre-issuance: 19/Jan/2022

Independent External Review provider's name for post-issuance verification (section 4): KOAN Finanças Sustentáveis Ltda.

Completion date of post issuance verification: April 2027

At the launch of the bond, the structure is:

- a step-up structure a variable redemption structure

Section 2. Pre-Issuance Review

2-1 SCOPE OF REVIEW

The following may be used or adapted, where appropriate, to summarise the scope of the review.

The review:

- assessed all the following elements (complete review) only some of them (partial review):

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Selection of Key Performance Indicators (KPIs) | <input type="checkbox"/> Bond characteristics (<i>acknowledgment of</i>) |
| <input type="checkbox"/> Calibration of Sustainability Performance Targets (SPTs) | <input type="checkbox"/> Reporting |
| <input type="checkbox"/> Verification | |

- and confirmed their alignment with the SLBP.

2-2 ROLE(S) OF INDEPENDENT EXTERNAL REVIEW PROVIDER

- | | |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Second Party Opinion | <input type="checkbox"/> Certification |
| <input type="checkbox"/> Verification | <input type="checkbox"/> Scoring/Rating |

Note: In case of multiple reviews / different providers, please provide separate forms for each review.

2-3 EXECUTIVE SUMMARY OF REVIEW and/or LINK TO FULL REVIEW *(if applicable)*

The review concluded that Eurofarma's debenture is aligned with the Sustainability Linked Bond Principles. The issuer established three KPIs, from two themes: residues and diversity. The KPI associates with the residues theme was the participation (in %) of the company's +Verde initiative considering all the medication sold in retail. The associated SPT was to reach 10% +Verde participation in 2025. +Verde are pharmaceutical products with recyclable packaging and 30% of external package made of recycled materials. The first KPI associated with diversity was the percentage of female workers hired in the company's sales force, and the second diversity KPI was the number of women in leadership positions in the company's sales force. The associated SPTs were to have at least 50% female external hires for the sales force, and to reach 18 women in sales force leadership positions until 2027.

The KPIs and associated targets were considered material and ambitious to sustain the label of sustainability-linked-bond.

Section 3. Detailed pre-issuance review

Reviewers are encouraged to provide the information below to the extent possible and use the comment section to explain the scope of their review.

3-1 SELECTION OF KEY PERFORMANCE INDICATORS (KPIs)

Overall comment on the section *(if applicable):*

KPI 1: Participation of +Verde medications in the company's retail sales.

Packaging in direct contact with the medication itself is considered to be a dangerous waste. With this in mind, the initiative makes it possible for consumers to decontaminate medicine packaging at home. Considering that the positive impacts of the initiative depends on the initiative and effort of the end consumers, and that the company has no control and monitoring of the effective implementation of decontamination and adequate disposal, the KPI's materiality was considered as moderate.

SITAWI's considers that such initiative might induce a change in consumer behavior and represent a new standard for the industry.

The KPI is measurable, externally verifiable, and comparable. The KPI's materiality was considered moderate and the alignment with the issuer's strategy was considered to be high.

KPI 2: Percentage of female workers hired to the company's sales force

The KPI consists of the hiring women externally in the Sales Force area. The Sales Force represents the professionals, also called sales representatives, responsible for visiting, marketing, and advertising drugs, medical and surgical equipment and other pharmaceutical products in medical clinics, doctor's offices, hospitals, among others. The KPI is measurable, externally verifiable, and comparable. Considering gender inequality

in Brazil and in the world and the positive impacts that diversity and inclusion bring to society as a whole, the proposed indicator was considered of high relevance and material. It is also highly aligned with the company's diversity strategy, established through formal documents, such as its ethics code and materiality map.

KPI 3: Number of women in leadership positions in the company's sales force

The number of women considered is the absolute number of Eurofarma's Sales Force female leadership in Brazil (where 79% of the company's employees are located), disregarding the company's performance in other Latin American countries and possible reductions and/or expansion of the Sales Force team.

The KPI is measurable, externally verifiable, and comparable. Considering gender inequality in Brazil and in the world and the positive impacts that diversity and inclusion bring to society as a whole, the proposed indicator was considered highly relevant and material. It is also highly aligned with the company's diversity strategy, established through formal documents, such as its ethics code and materiality map.

List of selected KPIs:

- ✓ Participation of +Verde medications in the company's retail sales
- ✓ Percentage of female workers hired to the company's sales force
- ✓ Number of women in leadership positions in the company's sales force

Definition, Scope, and parameters

- Clear definition of each selected KPIs
- Clear calculation methodology
- Other (*please specify*):

Relevance, robustness, and reliability of the selected KPIs

- Credentials that the selected KPIs are relevant, core and material to the issuer's sustainability and business strategy.
- Evidence that the KPIs are externally verifiable
- Credentials that the KPIs are measurable or quantifiable on a consistent methodological basis
- Evidence that the KPIs can be benchmarked
- Other (*please specify*):

3-2 CALIBRATION OF SUSTAINABILITY PERFORMANCE TARGETS (SPTs)

Overall comment on the section (*if applicable*):

SPT 1: +Verde shall represent 10% of sales in the retail market until 2025, in comparison to the total sales by Eurofarma in the retail market, considering a 5.4% baseline in November/2021.

Between 2018 and 2021, while total retail units sold for the company grew an average of 12% per year, +Verde units grew 17.1% per year. Between 2022 and 2025, considering projections and targets, total retail units sold are expected to grow by 4.3% per year, while +Verde units are expected to grow by an average of 21.5% per year. To

reach the target, the company will need to invest into bringing new medication into the initiative.

The comparison with peers and with other scientific references did not identify similar initiatives, in which the decontamination is performed by the end user. Considering the necessary efforts and investments, the company's history, peer, and scientific comparisons, the SPT was considered moderately ambitious.

SPT 2: Hire at least 50% of women to sales force annually up to 2027. In November 2021, 58% women were hired in the sales force (140 women).

The target was already a part of the company's strategy in 2021. Currently, the company's sales force has 18% of women, and there are only external hires for junior positions. For senior/leadership positions, the company prioritizes the promotion of current employees.

Considering that the target was already in the company's strategy; that the Sales Force area is mostly composed by men and, therefore, there will be efforts by the issuer to hire and retain women, as well as to provide training and qualification so that they may assume leadership positions, the target was considered moderately ambitious.

SPT 3: Double the current number of women at leadership positions in the sales force leaders (9), reaching 18 women sales force leaders by 2027.

Currently, only 3% of the sales force leadership is occupied by women. SITAWI conducted some theoretical scenarios analyses, considering different turnover and company growth rates. The scenarios showed that the ambition of achieving 6% of women in leadership is marginal.

Rationale and level of ambition

- | | |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Evidence that the SPTs represent a material improvement | <input checked="" type="checkbox"/> Credentials on the relevance and reliability of selected benchmarks and baselines |
| <input checked="" type="checkbox"/> Evidence that SPTs are consistent with the issuer's sustainability and business strategy | <input checked="" type="checkbox"/> Credentials that the SPTs are determined on a predefined timeline |
| | <input type="checkbox"/> Other (<i>please specify</i>): |

Benchmarking approach

- | | |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> Issuer own performance | <input type="checkbox"/> Issuer's peers |
| <input checked="" type="checkbox"/> reference to the science | <input type="checkbox"/> Other (<i>please specify</i>): |

Additional disclosure

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> potential recalculations or adjustments description | <input checked="" type="checkbox"/> issuer's strategy to achieve description |
| <input checked="" type="checkbox"/> identification of key factors that may affect the achievement of the SPTs | <input type="checkbox"/> Other (<i>please specify</i>): |

3-3 BOND CHARACTERISTICS

Overall comment on the section (*if applicable*):

The Debentures indenture includes the definition of indicators and targets, including the methodology for calculating the indicators, verification dates and consequences of non-compliance with the targets.

The achievement of the targets will not affect the characteristics of the issue. However, in the event of non-compliance with the targets, the cost of the debt will be increased from CDI+1.40% to CDI+1.65%, according to the period for verification of compliance with the targets.

It should be noted that the targets associated to the issuance will be evaluated externally within the respective deadlines for alteration of the operation's interest rate (step-up). Consequently, there will be no delays in the step-up of the associated targets.

Besides this, the early redemption of the operation may occur as of February 2024, that is, in the 24th month after the issuance. If the company decides to do so, all the remaining step-up indexes will be applied. It is worth mentioning that the operation has semi-annual payment dates, in February and August.

The issuer has not defined back up mechanisms, i.e., alternatives it will adopt in case it is unable to comply with the strategy initially planned to achieve the target.

Financial impact:

- variation of the coupon
- ...
- Other (*please specify*):

Structural characteristic:

- ...
- ...
- Other (*please specify*): NA

3-4 REPORTING

Overall comment on the section (*if applicable*):

The company will assess the progress of the targets annually. This information will not be disclosed to investors and won't be publicly disclosed.

The post issuance verification will occur in April 2024 and April 2026 for SPT1, April 2024 and April 2027 for SPT2 and April 2027 for SPT3. The post-issuance verification reports will be available to investors and will determine the need to apply the step up mechanisms. They will also be publicly disclosed in the company's website.

Information reported:

- performance of the selected KPIs
- verification assurance report
- level of ambition of the SPTs
- Other (*please specify*): NA

Frequency:

- Annual
- Semi-annual

- Other (please specify): April 2024, 2026 and 2027

Means of Disclosure

- Information published in financial report Information published in sustainability report
- Information published in ad hoc documents Other (please specify): NA
- Reporting reviewed (if yes, please specify which parts of the reporting are subject to external review):

Where appropriate, please specify name and date of publication in the “useful links” section.

Level of Assurance on Reporting

- limited assurance reasonable assurance
- Other (please specify): NA

USEFUL LINKS (e.g. to review provider methodology or credentials, to issuer’s documentation, etc.)

<https://eurofarma.com.br/>

Section 4. Post-issuance verification

Overall comment on the section (if applicable):

Information reported:

- limited assurance reasonable assurance
- Other (please specify):

Frequency:

- Annual Semi-annual
- Other (please specify):

Material change:

- Perimeter KPI methodology
- SPTs calibration