



Relatório de **Sustentabilidade** 2021

SUMÁRIO

03 Destaques

04 Mensagem da administração

07 A Pague Menos

08 Quem somos

12 Presença nacional

14 Nossa história

16 Estratégia de negócios

20 Estratégia ASG

23 Governança corporativa

24 Estrutura de governança

29 Compromisso com a integridade

31 Privacidade e proteção de dados

32 Gestão de riscos

33 Sustentabilidade em pauta

37 Negócios

38 Cenário macroeconômico e setorial

40 Modelo de negócios

41 Desempenho 2021

47 Nosso time

48 Perfil da equipe

52 Diversidade e inclusão

58 Saúde e segurança do trabalho

62 Benefícios e qualidade de vida

63 Treinamento e desenvolvimento

66 Cultura organizacional

67 Gestão do clima

69 Gestão socioambiental

71 Clientes

78 Comunidades

80 Fornecedores

82 Investidores

83 Gestão ambiental

89 Prêmios e reconhecimentos

90 Sobre o relatório



Destques



1.165
LOJAS

PRÓPRIAS LOCALIZADAS EM TODOS OS ESTADOS DO BRASIL. EM 2021, 80 NOVAS FORAM INAUGURADAS.



CERCA DE
900 LOJAS

POSSUEM O CLINIC FARMA, QUE OFERECE ACOMPANHAMENTO DE TRATAMENTOS, PROCEDIMENTOS E APROXIMADAMENTE 60 PROTOCOLOS DE SAÚDE.



100
MILHÕES

DE ATENDIMENTOS REALIZADOS NO ANO, COM UMA BASE DE 15 MILHÕES DE CLIENTES ATIVOS.



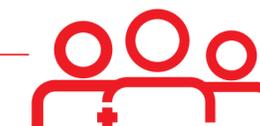
R\$
8,1
BILHÕES

DE RECEITA BRUTA. CRESCIMENTO DE 10,3% EM RELAÇÃO A 2020.



R\$
176,6
MILHÕES

DE LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO. AUMENTO DE 83,9% QUANDO COMPARADO AO ANO ANTERIOR.



21.026
COLABORADORES DIRETOS

59% SÃO MULHERES.



LANÇAMENTO DO **PMENOSLAB**, INICIATIVA DE INOVAÇÃO E TRANSFORMAÇÃO DIGITAL, QUE AUXILIA A PAGUE MENOS NA DISSEMINAÇÃO DE UMA CULTURA ÁGIL.



304,3
MIL

HORAS DE TREINAMENTO DEDICADAS À EQUIPE, MÉDIA DE 14,5 HORAS POR COLABORADOR.

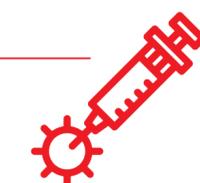


15,3
MW/H

DE ENERGIA GERADA NOS PARQUES SOLARES DA COMPANHIA, EVITANDO A EMISSÃO DE 8,8 MIL TONELADAS DE CO₂ NA ATMOSFERA.



EMISSÃO DA POLÍTICA DE **DIVERSIDADE E INCLUSÃO** DA COMPANHIA E CRIAÇÃO DE CINCO GRUPOS DE AFINIDADES PARA ACOLHER E INCENTIVAR A PLURALIDADE NO AMBIENTE DE TRABALHO.



REALIZAÇÃO DE CERCA DE **1,7 MILHÃO** DE TESTES DE COVID-19.



CONSTRUÇÃO DA **AGENDA ASG DA COMPANHIA**, COM 9 COMPROMISSOS E 32 METAS PARA SEREM ATINGIDOS EM 2022, 2025 E 2030.

Mensagem da Administração

GRI
102-14

HÁ 40 ANOS, O QUE MOVE A PAGUE MENOS É CONTRIBUIR PARA GERAR ACESSO À SAÚDE PARA A POPULAÇÃO BRASILEIRA. EM 2021, SEGUNDO E MAIS INTENSO ANO DE ENFRENTAMENTO DA PANDEMIA DE COVID-19, NOSSO PROPÓSITO NOS GUIOU PARA ATENDER A TODAS AS PESSOAS QUE NOS PROCURARAM, COM A COMERCIALIZAÇÃO DE MEDICAMENTOS, A REALIZAÇÃO DE TESTES E OUTROS SERVIÇOS E TAMBÉM A DISSEMINAÇÃO DE INFORMAÇÕES RELACIONADAS À SAÚDE.

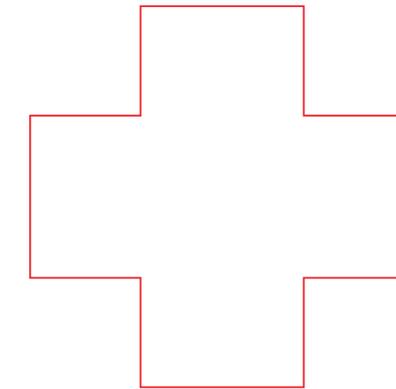
Em parceria com o poder público, abrimos nossas lojas, inclusive, para a vacinação da população e assim contribuir para a redução da curva de contaminação da doença, reafirmando o nosso conceito de *Hub* de Saúde.

Uma das maiores preocupações nesse sentido foi com nossos 21 mil colaboradores, que estiveram na linha de frente e foram incansáveis no combate à pandemia. Por isso, tornamos ainda mais robusto o nosso protocolo de segurança, intensificamos a higienização de nossas lojas e liberamos a testagem para todos com suspeita de contaminação. Também investimos em capacitação e acolhimento, para que todos se sentissem seguros no exercício de suas atividades.

Mesmo diante dos desafios e incertezas, seguimos nosso plano de expansão. Foram 80 lojas inauguradas em 2021, totalizando 1.165 pontos comerciais em 348 municípios, em todos os estados do Brasil. Para 2022, pretendemos abrir outras 120. Anunciamos também a aquisição da Extrafarma, uma das marcas mais tradicionais e fortes do varejo farmacêutico brasileiro, principalmente na Região Norte, com mais 60 anos de existência. Investimos, ainda, na abertura de Clinic Farmas: ao final de 2021, já presentes em quase 900 lojas, com cerca de 60 serviços disponíveis, tais como testes de Covid-19, atendimento via telemedicina, vacinação, exames laboratoriais e acompanhamento de tratamento de diabetes, colesterol, hipertensão, obesidade e tabagismo.

E nosso crescimento não se dá apenas com a abertura de novos pontos e ampliação dos serviços prestados. Estamos inovando em nosso jeito de ser e de vender, com uma presença *omnichannel*, que resultou na expansão considerável de nossos canais digitais - aumento de 85,3% nas vendas em 2021, atingindo 8,8% da receita total ao final do ano.

As iniciativas de transformação são coordenadas pelo pmenosLab, um laboratório de inovação e experimentação com 1,2 mil m² que foi inaugurado em 2021. O pmenosLab promoveu duas importantes iniciativas: o Fast Dating, para conexão com startups, e o Garagem de Ideias, programa



**AQUISIÇÃO DA
EXTRAFARMA,
UMA MARCA COM 60 ANOS
DE HISTÓRIA.**

de empreendedorismo interno que, em 2021, consolidou 164 novas ideias para o negócio.

Atingimos, no ano, R\$ 8 bilhões de receita bruta, com lucro líquido ajustado de R\$ 176,6 milhões, 83,9% superior ao do ano anterior. O sólido resultado de 2021, com expansão de margens, superou as expectativas para o início da negociação de ações da Pague Menos na Bolsa de Valores (B3) e foi alcançado mesmo com cenário macroeconômico consideravelmente mais desafiador do que o originalmente previsto, com agravamento da pandemia, pressão inflacionária em importantes despesas operacionais e forte diminuição do poder de compra das famílias.

Esses resultados são consequências de um profundo *turnaround* realizado ao longo dos últimos anos na Companhia. Atraímos mais talentos, tornamos nossa governança mais robusta e investimos na profissionalização da gestão.

Em 2021, iniciamos o Sou Gigante, projeto de potencialização da cultura Pague Menos, nos tornando cada vez mais

uma empresa inovadora, com uma forte marca empregadora – que se destaca pelo foco nas pessoas. Queremos que nossos colaboradores possam realmente vivenciar nossos valores organizacionais, em um ambiente de alta performance, de resultados sólidos e sustentáveis. Almejamos formar uma liderança inspiradora e cooperativa, em um ambiente com forte senso de pertencimento, que nos impulsionará a grandes conquistas.

Também investimos em nossa universidade corporativa, a UP Farma, com treinamentos voltados aos nossos colaboradores e para a população em geral, tendo como grande objetivo torná-la a maior referência em formação para varejo farmacêutico no Brasil. Como resultado de todo esse trabalho em gestão de pessoas, fomos reconhecidos como um ótimo lugar para se trabalhar pelo GPTW.

A agenda ASG ganhou destaque em nossa gestão, uma vez que já nasceu totalmente integrada com a estratégia da Companhia, pois entendemos esse movimento como fundamental para o avanço em nosso propósito de promover acesso à saúde.

Em 2021, construímos um planejamento baseado na adoção das melhores práticas ASG e em consonância com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), da Organização das Nações Unidas (ONU). A criação dessa agenda nos permitiu, por exemplo, formalizar ações de responsabilidade socioambiental que já faziam parte das iniciativas da Pague Menos, de forma focada e alinhada com a nossa estratégia de negócio. Assumimos nove compromissos e 32 metas a fim de contribuir com a promoção de saúde para as pessoas, para o meio ambiente e para os negócios.

A visão de ser a melhor empresa do varejo farmacêutico do Brasil, reconhecida por oferecer soluções completas em saúde, reduzindo as desigualdades de acesso a uma vida saudável para que mais pessoas vivam plenamente, está pautada em compromissos de curto, médio e longo prazo e nos desafia como empresa, especialmente em meio a um cenário social e econômico que ainda passa por transformações profundas provocadas pela pandemia de Covid-19. Todavia,

**INAUGURAMOS O PMENOSLAB,
UM LABORATÓRIO DE INOVAÇÃO
E EXPERIMENTAÇÃO COM**

**1,2
MIL M².**

AUMENTO DE

**85,3%
NAS VENDAS**

**POR CANAIS DIGITAIS,
EM 2021, ATINGINDO
8,8% DA RECEITA TOTAL
AO FINAL DO ANO.**

um olhar atento revela o surgimento de uma Companhia ainda mais competitiva, inovadora, eficiente e lucrativa.

Estamos prontos e focados em entregar resultados consistentes e regulares com geração de valor para todos os nossos *stakeholders*. Queremos que a nossa Companhia seja a escolha desta e das próximas gerações para trabalhar, comprar e investir – que a história da Pague Menos seja a de uma empresa diversa, inclusiva e cheia de oportunidades para crescer, se desenvolver e impactar positivamente todos ambientes que a envolvem.

ASG não é apenas mais um tema importante na pauta da alta gestão, é a mentalidade que endereça todas as nossas ações e decisões. Seguiremos resilientes, ao construir novos caminhos, descontinuar outros, expandindo nossos negócios, agora como parte de uma agenda colaborativa, que também envolve governo e sociedade civil na construção de uma sociedade mais justa e de um futuro sustentável.

Neste primeiro Relatório de Sustentabilidade da Pague Menos, buscamos mostrar como a Companhia está gerindo esses temas vinculados à agenda ASG e outros assuntos relevantes para a execução de nossa estratégia. Agradecemos a toda a gestão por liderar e incentivar a pauta ASG e tornar a Pague Menos cada vez mais sustentável e inovadora. Estendemos o agradecimento a todos os nossos colaboradores, responsáveis por construir a sustentabilidade de nossa Companhia todos os dias. Essa publicação é fruto do trabalho de todos vocês, equipe de Gigantes que ainda tem muito a conquistar.



Patrícia Maria de Queirós Rodrigues
Presidente do Conselho de Administração da Pague Menos



Mário Henrique Alves de Queirós
Diretor-Presidente da Pague Menos

A PAGUE MENOS

Nosso compromisso com a saúde do Brasil



Quem somos

GRI
102-1
102-2
102-3
102-4
102-5
102-6
102-7
102-16

COM SEDE NA CIDADE DE FORTALEZA (CE), A EMPREENDIMENTOS PAGUE MENOS S.A. (“PAGUE MENOS” OU “COMPANHIA”) É A TERCEIRA MAIOR REDE DE VAREJO FARMACÊUTICO DO BRASIL¹, COM 1.165 LOJAS PRÓPRIAS – DISTRIBUÍDAS EM 348 CIDADES BRASILEIRAS, EM TODAS AS UNIDADES DA FEDERAÇÃO.

Reunindo aproximadamente 21 mil colaboradores, realizamos mais de 100 milhões de atendimentos por ano, com uma base de mais de 15 milhões de clientes ativos.

Temos como foco o cliente da “classe média expandida”, compreendida pelas classes sociais B2, C e D. Somos o único *player* de alcance nacional com foco direcionado para este público, que representa a maior fatia de potencial de consumo em nosso mercado.

Nossas lojas têm a ampla diversificação e variedade de produtos como um grande diferencial. Comercializamos 15,6 mil itens, de 440 fornecedores, com foco no varejo farmacêutico, oferecendo medicamentos de referência e genéricos, produtos polivitamínicos e itens de perfumaria que vão da higiene à beleza.

Possuímos mais de mil produtos exclusivos, ou de marcas próprias, realizamos a venda de medicamentos formulados – produzidos por seis farmácias de manipulação – e comercializamos medicamentos especiais, de alto valor agregado e voltados para tratamentos de alta complexidade, por meio do Atendimento de Medicamentos Especiais (AME).

Além de produtos, oferecemos aos nossos clientes diversos serviços voltados à saúde e bem-estar, como a aplicação de testes rápidos, vacinas e medicamentos injetáveis, acompanhamento de patologias crônicas, *check-ups* laboratoriais, entre outros. Atualmente, contamos com mais de 60 protocolos de saúde ofertados pelo Clinic Farma, nosso consultório farmacêutico instalado em aproximadamente 900 lojas da rede.

Além do portfólio de serviços, reforçamos nossa proposta de promoção de saúde e bem-estar, com a implantação de iniciativas complementares, como o atendimento de SAC farmacêutico, o SAC Farma, e uma plataforma própria de produção de conteúdo de saúde, beleza e hábitos saudáveis, a **Sempre Bem**. Assim, desenvolvemos uma solução abrangente e integrada, a partir da aplicação de um conceito inovador: o *Hub* de Saúde.

Sejam produtos, serviços ou informações, nossas ações estão alinhadas com nosso propósito de assegurar acesso a uma saúde de qualidade, para que mais pessoas vivam plenamente.

TEMOS

21 MIL

COLABORADORES E
REALIZAMOS MAIS DE

100 MILHÕES

DE ATENDIMENTOS POR ANO.



1. Em número de pontos comerciais de acordo com a Associação Brasileira de Redes de Farmácias e Drogarias (Abrafarma).



Unidos por um mesmo propósito:
Viver plenamente

Nossa Visão

Ser a melhor empresa do varejo farmacêutico do Brasil, reconhecida por oferecer soluções completas em saúde, reduzindo as desigualdades de acesso a uma vida saudável para que mais pessoas vivam plenamente.



Valorização humana

Respeitamos a diversidade e a individualidade de cada pessoa, valorizando e cuidando com amor dos nossos colaboradores, da nossa empresa e dos nossos clientes. Acreditamos que a valorização humana é a base para chegar ao nosso propósito de viver plenamente. Cuidar de pessoas é o que nos faz gigantes.



Integridade

Agimos com integridade, ética e lealdade nas relações. Prezamos pelo respeito, cumprimento de leis e regulamentos internos, pela transparência e isonomia no trato com todas as partes interessadas: colaboradores, clientes, parceiros e sociedade. Somos leais à nossa essência e com nossa história.



Foco no cliente

Oferecemos uma experiência encantadora de atendimento aos nossos clientes por meio das nossas pessoas. Priorizamos oferecer soluções completas em saúde, bem-estar, as melhores condições de preço e a excelência na qualidade dos produtos e serviços prestados. Colocamos o cliente no centro das nossas decisões e temos amor por servir.



Superação de resultados

Temos senso de dono. Buscamos constantemente a excelência de resultados no curto, médio e longo prazo e a melhoria contínua dos nossos processos. Superamos nossas metas consistentemente com resultados sólidos e duradouros, garantindo a perenidade de nosso negócio.



Sustentabilidade

Por meio de ações de ASG (que englobam questões ambientais, sociais e de governança), nos aproximamos de uma sociedade melhor e mais justa, proporcionando mais oportunidades e mais saúde para todos, garantindo assim, crescimento sustentável dos negócios – que geram valor à empresa, aos colaboradores, ao meio ambiente e à sociedade.

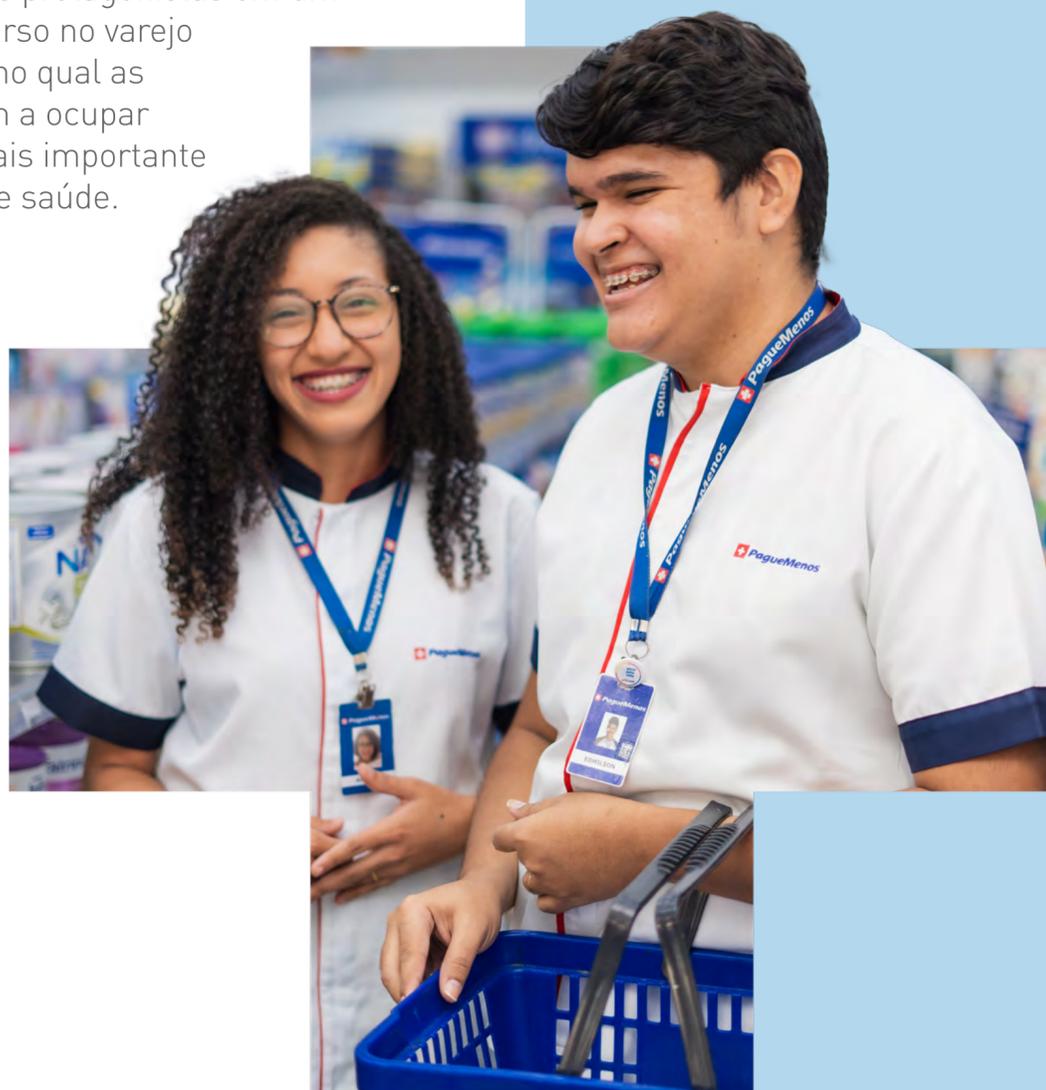


Inovação em soluções

Somos e continuamos a ser pioneiros na entrega das melhores soluções que garantam o acesso à saúde de qualidade para mais pessoas, promovendo o intraempreendedorismo, o desenvolvimento contínuo e a transformação digital dos nossos processos com protagonismo e autonomia dos nossos colaboradores.

Hub de Saúde

Mais do que nos adaptarmos às mudanças, queremos promovê-las. Mantendo nosso compromisso com a inovação, desenvolvemos ao longo dos últimos anos um abrangente *Hub de Saúde*, com diversas iniciativas complementares que envolvem cuidados com a saúde e o bem-estar dos brasileiros. Somos protagonistas em um movimento em curso no varejo farma brasileiro, no qual as farmácias passam a ocupar papel cada vez mais importante no ecossistema de saúde.



SAC Farma

Serviço de atendimento telefônico, composto por uma equipe de profissionais e acadêmicos de farmácia que tiram dúvidas sobre questões relacionadas à saúde e ao uso de medicamentos. Disponível todos os dias do ano, das 06h às 00h, por um 0800.

E-pharma PBM

Somos acionistas minoritários da E-Pharma, maior gestora de Planos de Benefícios de Medicamentos (PBM), uma solução que realiza vendas por meio de uma rede de farmácias credenciadas.

Data analytics

Com uma gestão data driven, analisamos dados para focar nossos negócios em eficiência operacional e rentabilidade.

Convênios e parcerias

Fortalecemos nossa rede de clientes por meio de parcerias com planos de saúde, bem como com os setores público e privado. Em 2021, lançamos o Sempre Bem Saúde, clube de assinatura de serviços de saúde.



Farmácias de manipulação

São mais de 28 anos operando com fórmulas manipuladas, customizadas para cada cliente.

Atendimento de Medicamentos Especiais (AME)

Oferecemos mais de 460 produtos de alto custo, para tratamentos de alta complexidade. Além de acompanhamento dos pacientes atendidos, fornecemos suporte às situações que envolvem demandas judiciais.

Plataforma de Conteúdo Sempre Bem

Disseminamos conteúdo sobre saúde, beleza, bem-estar, por meio de redes sociais, publicação própria (revista) e *website*. Também contamos com um programa de televisão em rede nacional, que vai ao ar semanalmente.

Canais digitais

Nossas lojas físicas são 100% integradas aos canais digitais, oferecendo aos clientes uma jornada de compra fluida e sem atritos. Nossos múltiplos canais de venda (e-commerce, app, aplicativos parceiros, televendas e prateleira infinita) permitem que os clientes comprem como quiserem e recebam onde preferir.

Clinic Farma

Confira na página a seguir.

Clinic Farma

879 clínicas ao redor do país, que oferecem o acompanhamento de tratamentos, procedimentos e aproximadamente 60 protocolos de saúde. Em 2021, passamos a marca de 2,5 milhões de atendimentos, com destaque para a atenção primária à saúde em farmácias.

Consideradas o principal pilar do nosso Hub de Saúde, as clínicas funcionam como postos avançados de atendimento primário, ajudando a aliviar a pressão sobre o sistema de saúde.

- **LIDERANÇA E PIONEIRISMO**
- **EXTENSO PORTFÓLIO DE SERVIÇOS**
- **FIT COM O PÚBLICO**
- **ALAVANCA DE FIDELIZAÇÃO**

Histórico da iniciativa

2016 - 2019

Período de pioneirismo: instalamos consultórios farmacêuticos em larga escala adaptando o layout das lojas. Neste período procedimentos básicos eram gratuitos e o foco era em serviços de baixa complexidade.

2020

As clínicas se tornaram um importante ponto de apoio no combate à pandemia: fomos a primeira rede a realizar testes de Covid-19 em escala nacional. Por meio de parcerias com municípios, realizamos vacinação e ampliamos o portfólio de serviços – aumentando a adesão de clientes.

2021

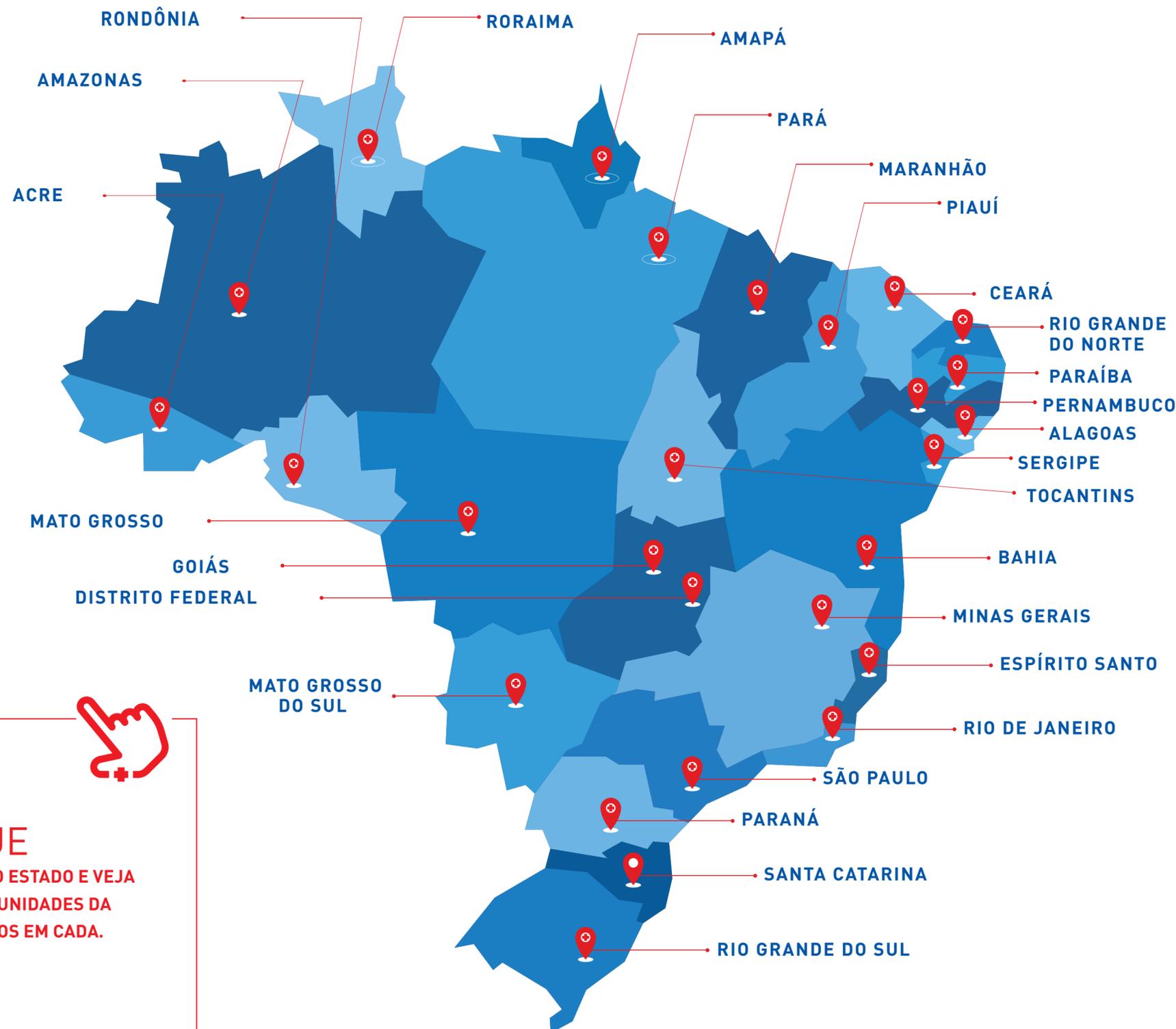
As clínicas passam a ser pontos de acompanhamento de aderência ao tratamento de doenças crônicas. Ampliamos o alcance do serviço por meio de telemedicina assistida (digitalização) e parcerias B2B2C.

Presença nacional

GRI
102-4
102-6

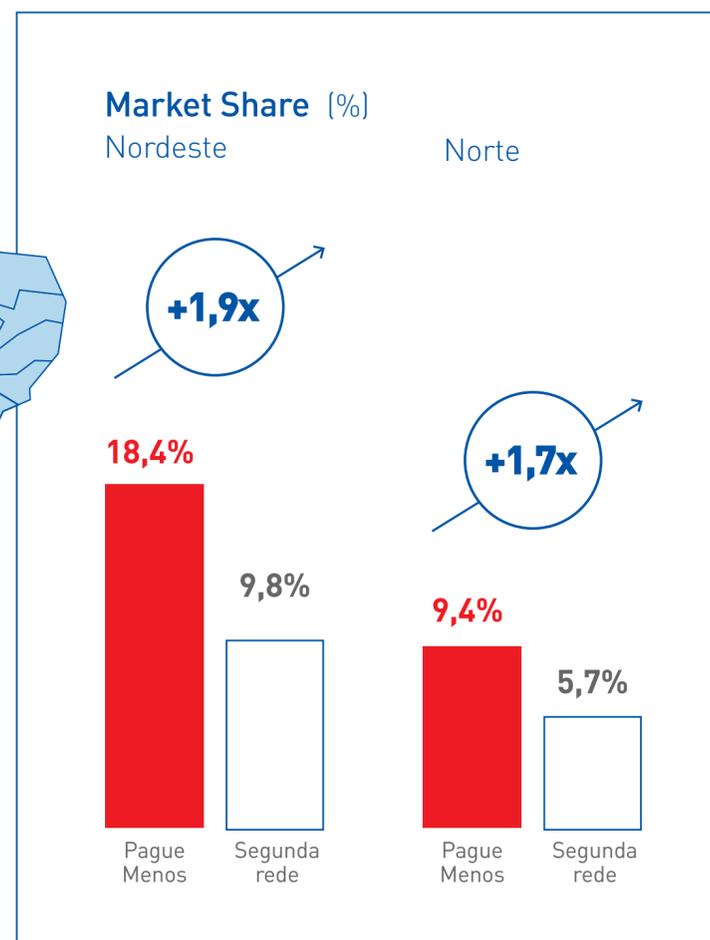
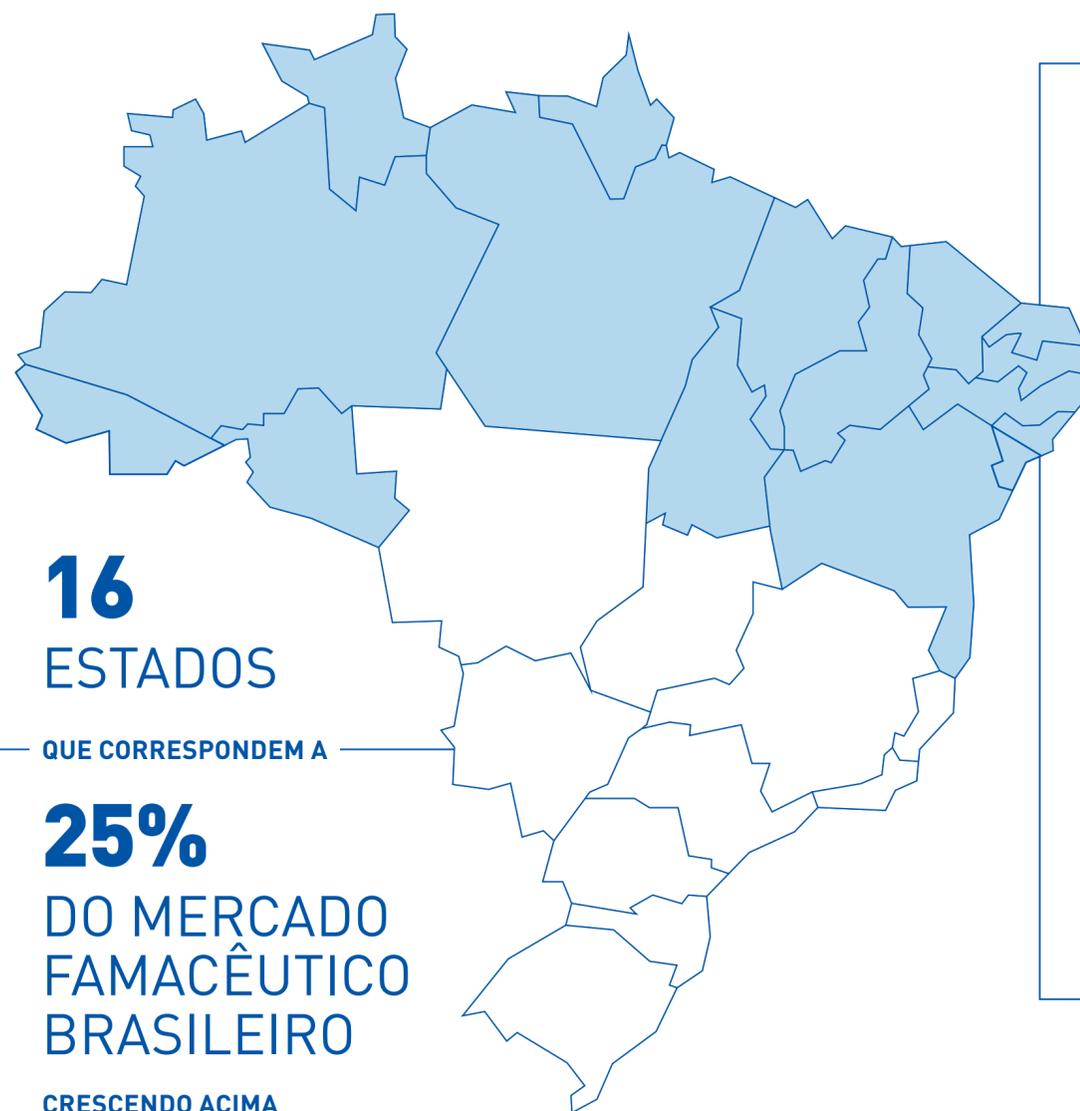
A Pague Menos foi a primeira rede do varejo farmacêutico presente em todas as unidades da federação, além do Distrito Federal, em 348 municípios. No decorrer de 2021, foram abertas 80 lojas e encerradas 20. Finalizamos o ano com 1.165 lojas no total, com Clinic Farma em 879 pontos, e cinco centros de distribuição para o abastecimento de todas as unidades.

Região	Total de unidades
Norte	115
Nordeste	720
Centro-oeste	96
Sudeste	193
Sul	41
Total	1.165



Participação de Mercado

Em 2021, mantivemos a liderança em *market share* (participação de mercado) nas regiões Norte e Nordeste do Brasil.²



Também seguimos como um dos líderes, no segmento de farmácias, quando o assunto é reconhecimento pelo consumidor:

ATINGIMOS
79%
DE BRAND AWARENESS NACIONALMENTE

+ 95%
NA REGIÃO NORDESTE

SOMOS **líderes de mercado** EM PERCEÇÃO DE PREÇO.⁴

35%
DOS ENTREVISTADOS DISSERAM ESTAR HABITUADOS A COMPRAR NAS NOSSAS LOJAS.³

74
É O ÍNDICE DE SATISFAÇÃO ALCANÇADO NO NET PROMOTER SCORE AO FINAL DE 2021.

COMO RESULTADO DESSE TRABALHO, ATINGIMOS:

RECEITA BRUTA DE **R\$ 8,0 bilhões.**
CRESCIMENTO DE 10,3% EM RELAÇÃO A 2020.

LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO DE **R\$ 177 milhões,**
AUMENTO DE 83,9% QUANDO COMPARADO AO ANO ANTERIOR.⁵

2. Fonte: IQVIA

3. Dados da MC15, 2019

4. Bank Of America – Brazil Drugstores, 2020

5. Dados referentes a 2021 considerando IFRS 16

Nossa história

A PRIMEIRA LOJA FOI FUNDADA EM 1981, EM FORTALEZA (CE), POR FRANCISCO DEUSMAR DE QUEIRÓS E, JÁ NO PRIMEIRO ANO, FORAM ABERTAS OUTRAS QUATRO LOJAS.

Mantemos há mais de quatro décadas nosso espírito empreendedor e de inovação, com foco na expansão, aceleração e transformação dos nossos negócios. Ao longo da nossa história, nos destacamos pela visão estratégica, sem perder o foco em nossos clientes.

Fomos pioneiros, quando adotamos – ainda em 1988 – o modelo de *drugstore*, e passamos a comercializar também produtos de conveniência e não medicamentosos fora do balcão, nas gôndolas, otimizando a experiência de compra do cliente. Em 1993, também inovamos ao introduzir a oferta de serviços financeiros, permitindo o pagamento de contas nas lojas.

Sempre buscamos o crescimento contínuo da receita e das vendas das nossas lojas – até 2015 concentramos nosso esforço na nacionalização da marca Pague Menos, crescendo em abrangência de território e em número de lojas.

Esse crescimento territorial resultou no aumento da complexidade das operações, que levou ao aprimoramento contínuo da gestão dos negócios.

Em 2016, após esse período de rápida expansão da marca, impulsionamos nosso crescimento, ao atrair e prospectar investidores estratégicos. Com esse foco, recebemos um investimento minoritário da General Atlantic – fundo de investimento global, com mais de 40 anos de atuação. A partir dessa parceria, passamos por um período de reestruturação de nossa governança, com o aumento da profissionalização do time de gestão, implementação de políticas e boas práticas de governança corporativa, bem como a introdução de membros independentes no Conselho de Administração, que passou a ser assessorado por comitês temáticos.

Esse período, ao qual chamamos de transformação, preparou a Companhia para outro grande passo: a listagem das ações da Pague Menos na Bolsa de Valores (B3), concretizada em 2020. A Oferta Pública de Ações na B3 impulsionou a abertura de lojas, dando início a um novo ciclo de crescimento. Em meio a essa jornada, a Pague Menos se mantém fiel ao seu propósito de viver plenamente e aos valores que marcaram sua história: a valorização humana, a integridade, o foco no cliente, a superação de resultados, a sustentabilidade e a inovação em soluções.



“EU IMAGINAVA QUE A PAGUE MENOS CONQUISTARIA ESSE TAMANHO QUE TEM HOJE DESDE A ABERTURA DA PRIMEIRA LOJA. SEMPRE FOI MUITO FORTE NA PAGUE MENOS A CULTURA DE INOVAÇÃO E DA EXPANSÃO. NÓS NASCEMOS PARA SER GRANDES, PARA SER CONQUISTADORES, NADA DE COADJUVANTE, NÓS SOMOS PROTAGONISTAS E VAMOS CONTINUAR SENDO. E ME ORGULHA MUITO ESSA HISTÓRIA DE SEMPRE ESTAR À FRENTE DO NOSSO TEMPO, MUITO DO QUE OFERECEMOS HOJE FOMOS PIONEIROS DO SETOR A IMPLANTAR NO BRASIL. E, SINCERAMENTE, AINDA ACREDITO QUE SOMOS PEQUENOS, TEMOS MUITO AINDA PARA REALIZAR, UTILIZANDO DE TODO O POTENCIAL DE NOSSO ECOSISTEMA.”

FRANCISCO DEUSMAR DE QUEIRÓS, FUNDADOR DA PAGUE MENOS

Histórico

1981

Início dos negócios, inauguração da primeira loja em Fortaleza (CE)

1988

Primeira farmácia brasileira a adotar o modelo de *drugstore*

1993

Oferta de serviços financeiros, permitindo o pagamento de contas nas lojas

2000

Surgimento do SAC Farma e da primeira farmácia 24 horas

2009

Primeira rede a ter presença em todos os estados brasileiros

2011

Início da plataforma Sempre Bem

2015

Lançamento do Clinic Farma e aquisição de participação na *E-Pharma*

- **1ª fase**
Período de empreendedorismo e inovação
- **2ª fase**
Período de expansão nacional
- **3ª fase**
Período de transformação
- **4ª fase**
Novo ciclo de crescimento

2018

Inauguração da nossa loja número #1000

2017

Otimização do portfólio das lojas e profissionalização da gestão

2016

Investimento da *General Atlantic*

2019

Início da transformação digital

2020

Início da negociação de ações na B3

2021

Abertura de 80 novas lojas, após período de análise e reavaliação

2022

Aquisição da Extrafarma

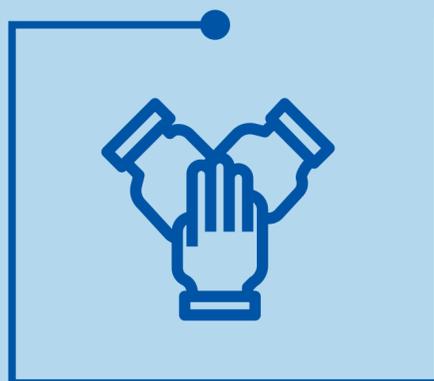
Estratégia de negócios

NOSSA OPERAÇÃO E CRESCIMENTO SÃO ORIENTADOS POR UM PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO, REFORÇADO PELA NOSSA VISÃO, COM HORIZONTE DE 2025. O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO ESTÁ ESTRUTURADO EM CINCO TEMAS E DOIS PILARES E DESTACA O CLIENTE NO CENTRO DE NOSSOS ESFORÇOS E INICIATIVAS.



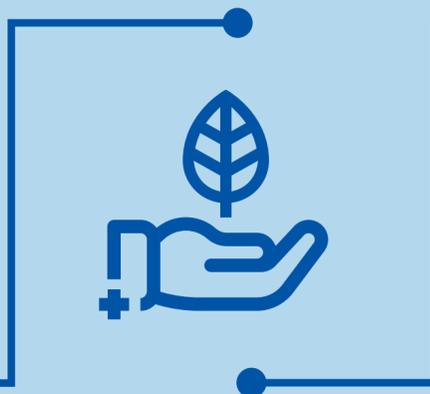
Estratégia digital

Cultura
Omnichannel



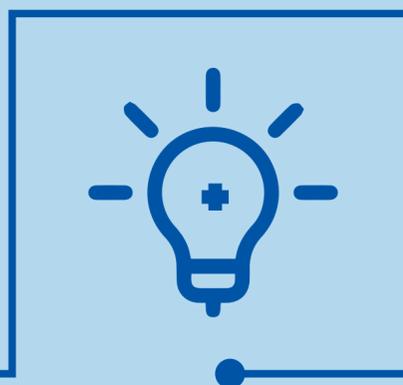
Focada na experiência do cliente, contamos com múltiplos canais: televendas, site e aplicativo, redes sociais, lojas físicas e *marketplace*. Visão única do cliente, independente do canal de compra.

Crescimento
Sustentável



Aumento da participação destes canais, combinando aumento no nível de serviço e saudável nível de rentabilidade.

Impulsionar
a inovação



Televendas

Ferramenta complementar de venda, modernizada e adaptada à realidade do meio digital.

Prateleira infinita

Integração dos estoques que permite o envio de produtos, mesmo quando ausentes na loja física, diretamente para a casa dos consumidores.

Lockers

Tendência no varejo, solução de armazenamento que facilita a entrega de um pedido feito on-line, aumentando as opções de retirada da compra.

Programa de assinatura

Ligada à economia de recorrência, a ferramenta é utilizada para potencializar a rentabilidade dos canais digitais por meio da oferta de produto ou serviços.

Marketplace

Ampliamos nosso alcance e visibilidade de marca oferecendo nossos produtos também através de canais de venda de terceiros.



Expansão física

Desde 2020, diante da pandemia de Covid-19, nosso negócio se tornou ainda mais indispensável: passamos a ser considerados um dos serviços essenciais durante este período. Esse fato se confirmou, particularmente, pelo crescimento do nosso *Hub de Saúde*, em especial com o aumento da demanda e dos serviços ofertados pelo Clinic Farma diante de tais circunstâncias.

Após um período sem a abertura de novas lojas, mas com aumento dos serviços, em 2021 demos continuidade à nossa expansão abrindo 80 novas unidades. Assim, retomamos nosso crescimento orgânico, com a perspectiva de inaugurar outras 120 lojas até o fim de 2022.



Aquisição da Extrafarma

**GRI
102-10**

Em 2021, a rede era a sexta maior do país, com forte presença nas regiões Norte e Nordeste, e 66% das lojas atendendo à classe média expandida. Com mais 60 anos de existência, a Extrafarma é uma das marcas mais tradicionais e fortes do varejo farmacêutico brasileiro, principalmente na região Norte. Presente em 10 estados, com aproximadamente 400 lojas, quatro centros de distribuição (CDS) e mais de 10 milhões de clientes cadastrados em seu programa de fidelidade, a rede conta com ativos complementares aos da Pague Menos.

Dados esses fatores, a transação reflete um movimento estratégico para o nosso crescimento sustentável, já que está em linha com o plano de expansão da Companhia, bem como com a nossa estratégia de negócios, em razão de cinco pontos principais indicados a seguir:



COM
60
ANOS

DE EXISTÊNCIA, A EXTRAFARMA É UMA DAS MARCAS MAIS TRADICIONAIS E FORTES DO VAREJO FARMACÊUTICO BRASILEIRO.

1. Aceleração do crescimento

A aquisição antecipa parte do plano de expansão em andamento, uma vez que contempla lojas em microrregiões estratégicas às operações.

2. Reforço do posicionamento estratégico

A adição dos recursos da Extrafarma fortalece a presença da Pague Menos em regiões fundamentais ao fortalecimento da marca.

3. Expansão do Hub de Saúde

A estrutura da rede adquirida é plataforma para a consolidação de iniciativas estratégicas como o Clinic Farma, nosso *e-commerce* e outros objetivos contemplados no nosso plano de crescimento.

4. Otimização logística

A incorporação de quatro centros de distribuição será complementar à nossa malha logística atual.

5. Potencial de sinergias

Possibilidade de melhorias em receita e margem brutas, logística e distribuição, bem como em despesas diretas.

Com a aprovação de forma definitiva pelo Conselho Administrativo de Defesa Econômica (CADE), e o atendimento das condições previstas no Acordo em Controle de Concentrações (ACC) – que prevê, dentre outras obrigações, o desinvestimento de oito unidades, menos de 3% das lojas adquiridas – a Pague Menos se tornará a segunda maior rede do varejo farmacêutico do Brasil em quantidade de lojas, com aproximadamente 1.600 filiais e R\$ 10 bilhões em vendas.

Estratégia ASG

A RESPONSABILIDADE SOCIAL ESTÁ NO NOSSO DNA: DENTRO OU FORA DA PAGUE MENOS, QUEREMOS SER AGENTES DE MUDANÇAS SIGNIFICATIVAS, COM IMPACTO POSITIVO NA VIDA DAS PESSOAS E DAS COMUNIDADES NAS QUAIS ATUAMOS.

Por isso, entendemos que revolucionar a saúde passa, também, pelo desenvolvimento das nossas pessoas e o fortalecimento da produtividade, bem como da cultura e do clima organizacional da rede. Para além da performance, esse olhar nos move em direção a um negócio que prepara seus colaboradores, ao mesmo tempo em que promove impactos socioambientais positivos nas localidades onde estamos inseridos.

Para além de números, queremos ser agentes de transformações reais e significativas. Para isso, focamos em oferecer soluções completas em saúde, reduzindo as desigualdades de acesso a uma vida saudável para que mais pessoas vivam plenamente. Em 2021, firmamos novos compromissos nesse sentido, como parte de nossa estratégia, com a formalização de uma Agenda ASG 2030, baseada em nosso propósito de assegurar que todos os envolvidos com a Pague Menos vivam plenamente.

A estratégia da Companhia é baseada em três pilares: saúde para pessoas, para o meio ambiente e para os negócios. Inclui, assim, nove compromissos e 32 metas com objetivos de curto, médio e longo prazo – todos atrelados a oito Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, estabelecidos pela Organização das Nações Unidas (ONU).

Elaborada por meio das respostas de mais de 6 mil *stakeholders*, essa estratégia e seus desdobramentos serão detalhados ao longo deste Relatório.

Nossos ODS prioritários



Pilares da Agenda ASG



Saúde para as pessoas

Acreditamos que podemos fazer diferença, especialmente, na vida dos brasileiros que têm menos acesso à saúde e bem-estar, onde quer que eles estejam, levando tratamento, informação, cuidado e prevenção.

- Prevenção de doenças crônicas;
- Adesão ao tratamento;
- Saúde e segurança ocupacional dos colaboradores;
- Impacto social.



Saúde para o meio ambiente

A saúde das pessoas está intrinsecamente relacionada à saúde do meio ambiente, portanto, nos comprometemos a fazer nossa parte.

- Gestão de resíduos;
- Consumo de energia renovável;
- Emissão de gases de efeito estufa.



Saúde para os negócios

Um negócio saudável é aquele pautado por relações de qualidade, que promove oportunidades de desenvolvimento financeiro, intelectual e emocional para todos seus *stakeholders*.

- Ética e transparência nas relações;
- Desenvolvimento dos colaboradores;
- Inclusão de minorias e respeito à diversidade;
- Rastreabilidade.



**CLIQUE
AQUI**

**PARA ACESSAR A NOSSA
AGENDA ASG COMPLETA.**

Sustentabilidade integrada ao negócio



GOVERNANÇA CORPORATIVA

Gestão íntegra e ética



Estrutura de governança

GRI
102-5
102-18

A PAGUE MENOS POSSUI UMA GESTÃO PROFISSIONAL E COM OS MELHORES NÍVEIS DE GOVERNANÇA DO MERCADO.

Desde a abertura de capital, integramos o Novo Mercado da B3, segmento de listagem que contempla padrões e boas práticas de governança superiores aos estabelecidos pela legislação. Para nos prepararmos para as negociações de ações na Bolsa de Valores, passamos por uma grande reestruturação, com a implementação de políticas internas e comitês — incluindo as relacionadas ao tema ética e integridade —, fortalecimento dos órgãos de controle internos, introdução de membros independentes no Conselho de Administração e contratação de executivos experientes nos setores de atuação da Companhia.

Negociação de ações



101 MILHÕES

DE AÇÕES FORAM NEGOCIADAS NA ABERTURA DE CAPITAL COM UMA CAPTAÇÃO DE CERCA DE R\$ 859 MILHÕES.

Em meio à pandemia de Covid-19, no dia 2 de setembro de 2020, a Pague Menos realizou a oferta pública inicial de suas ações em uma cerimônia on-line na B3 S.A - Brasil, Bolsa Balcão (B3), sob o ticker PGMN3. Foram negociadas inicialmente 101 milhões de ações, com uma captação de cerca de R\$ 859 milhões. Os recursos estão sendo utilizados para a expansão da Companhia.

Composição acionária

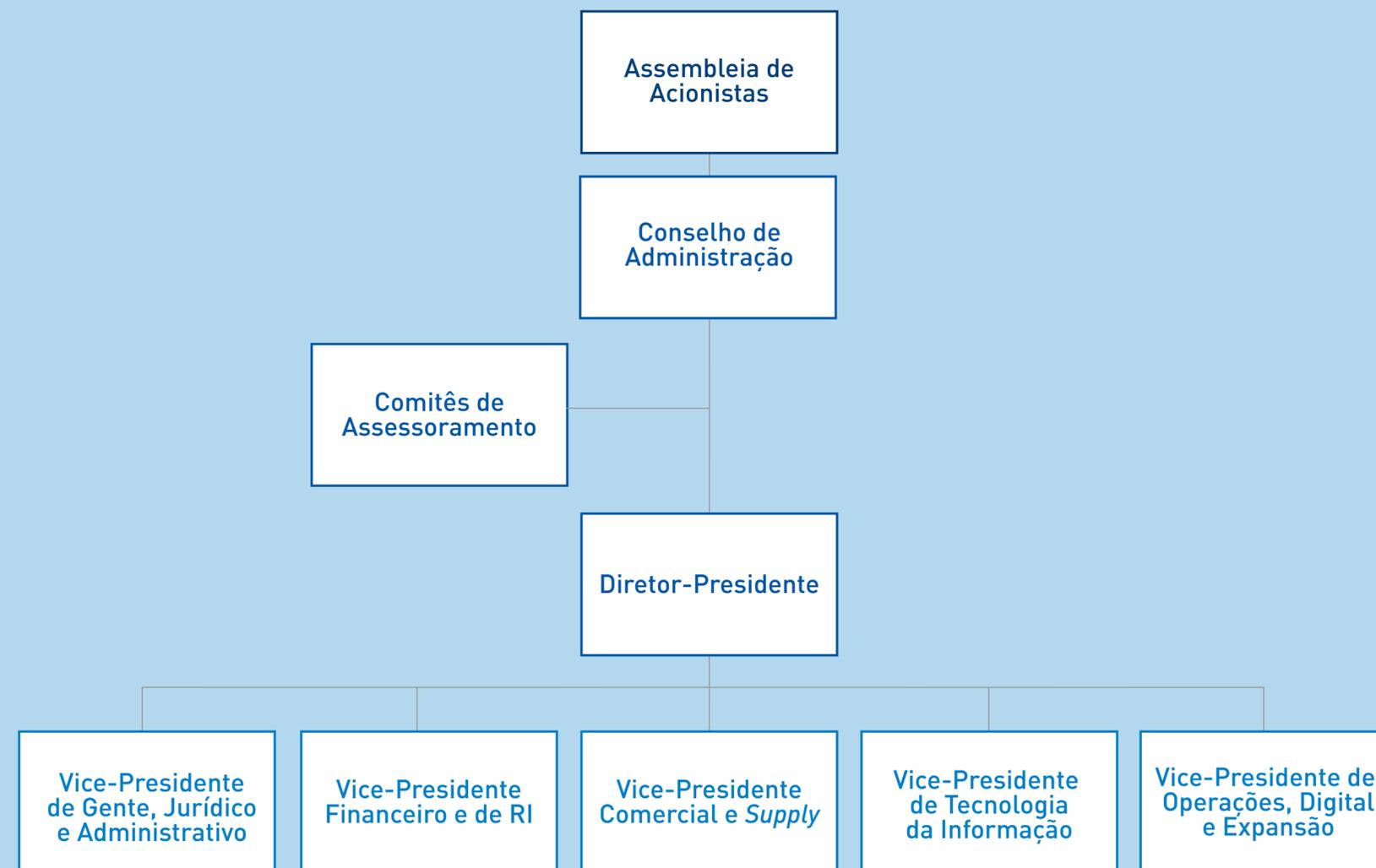
Em 30 de dezembro de 2021, a Companhia possuía cerca de 444 milhões de ações, que valem R\$9,35 cada, acumulando um valor de mercado de cerca de R\$ 4,1 bilhões. Do total de ações, 158 milhões (35%), encontravam-se disponíveis para negociação na B3.



Composição acionária (em 31.12.2021)

Acionistas	Número de Ações	%
Francisco Deusmar de Queirós	196.503.156	44,28%
G.A. Brasil VIII Fundo de Investimento em Participações Multiestratégia	71.708.157	16,16%
Josué Ubiraniilson Alves	28.513.606	6,43%
Maria Auricélia Alves de Queirós	12.000.000	2,70%
Rosilândia Maria Alves de Queirós Lima	12.000.000	2,70%
Carlos Henrique Alves de Queirós	12.010.700	2,71%
Patriciana Maria de Queirós Rodrigues	12.140.000	2,74%
Mário Henrique Alves de Queirós	12.027.863	2,71%
Tesouraria	2.386.170	0,54%
Outros	84.491.410	19,04%
Total	443.781.062	100%

Organograma⁷ (em 31.12.2021)



⁷ Em ato subsequente, o Organograma da Companhia foi alterado. A nova estrutura será reportada no Relatório de Sustentabilidade da Companhia de 2022

Assembleia Geral de Acionistas

O órgão máximo da governança da Pague Menos é a Assembleia Geral de Acionistas, instalada e presidida pela Presidente do Conselho de Administração — com o objetivo de deliberar e votar itens dispostos no artigo 132 da Lei das S.A.. Uma vez ao ano, a Assembleia analisa as Demonstrações Financeiras da Companhia e delibera sobre o destino do lucro líquido e a distribuição de dividendos, entre outras atribuições.



Conselho de Administração

Nosso Conselho de Administração tem como missão proteger e valorizar o patrimônio da Pague Menos, bem como contribuir com orientações que viabilizem sua continuidade. Deve ter pleno conhecimento dos princípios e valores da Companhia, assim como dos interesses dos acionistas, zelando pela adoção e aprimoramento das melhores práticas de governança corporativa.

O Conselho da Pague Menos é responsável, portanto, pelas principais tomadas de decisão da Companhia, como a aprovação de diretrizes corporativas, a eleição e supervisão dos diretores executivos e a validação dos planos estratégicos.

É composto por nove membros efetivos e igual número de membros suplentes, todos eleitos e destituíveis pela Assembleia Geral, para mandatos unificados de dois anos, sendo permitida a reeleição. Assim, é formado por membros da família fundadora, que trazem à mesa o conhecimento sobre o dia a dia das operações e da cultura do negócio; e membros independentes, com profundo conhecimento da indústria do varejo e de processos de transformação.

Do total de nove membros, três são mulheres, sendo uma conselheira independente – um reforço à promoção da equidade de gênero na Companhia, com presença feminina na Alta Gestão. A presidência está a cargo de Patriciana Maria de Queirós Rodrigues, que iniciou sua carreira na Pague Menos em 1995.



Composição do Conselho de Administração⁸ (em 31.12.2021)

Nome	Cargo
Patriciana Maria de Queirós Rodrigues	Presidente do Conselho
Josué Ubiraniilson Alves	Vice-Presidente do Conselho
Francisco Leite Holanda Júnior	Conselheiro
Rosilândia Maria Alves de Queirós Lima	Conselheira
Paulo José Marques Soares	Conselheiro Independente
Manuela Vaz Artigas	Conselheira Independente
Martin Emiliano Escobari Lifchitz	Conselheiro
Carlos Henrique Alves de Queirós	Conselheiro
Pedro Pullen Parente	Conselheiro

⁸Em ato subsequente, a composição do Conselho de Administração da Companhia foi alterada. A nova formação será reportada no Relatório de Sustentabilidade da Companhia de 2022.

FAZEMOS PARTE DO SELETO GRUPO DE EMPRESAS COM TRÊS OU MAIS MULHERES NO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO. SEGUNDO A B3, ESSE NÚMERO NÃO PASSA DE 7% ENTRE AS COMPANHIAS LISTADAS NO NOVO MERCADO.

Comitês de Assessoramento

Como órgãos consultivos para temas essenciais para gestão e bom desempenho da Companhia, nosso Conselho de Administração possui seis comitês estratégicos de assessoramento:

Comitê de Auditoria

Dedica-se a supervisionar a qualidade e integridade dos relatórios financeiros e dos processos relativos à gestão de riscos da Companhia.

Comitê de Partes Relacionadas

Analisa e avalia as transações entre partes relacionadas e a Pague Menos. Além disso, pode propor a renegociação ou descontinuidade de serviços, negócios ou contratos.

Comitê de Conduta e Ética Profissional

Zela pela gestão e aplicação do Código de Conduta Ética da Companhia. Além de apurar denúncias, o grupo acompanha a aplicação de medidas disciplinares e avalia questões éticas não previstas no Código.

Comitê de Estratégia

Responsável pela aprovação do planejamento da Pague Menos, também define algumas metas, KPIs e estratégias corporativas. Entre suas atribuições estão, ainda, o acompanhamento da performance.

Comitê de Real Estate

Diretamente ligado à nossa estratégia de expansão, avalia decisões sobre abertura e fechamento de lojas, centros de distribuição e escritórios. Também está sob sua responsabilidade monitorar licenças e acompanhar a implantação do plano de crescimento.

Comitê de Gente e Cultura

Vinculado às competências de gestão de pessoas, tratando de temas como remuneração, incentivo, desempenho e comunicação com colaboradores. É um comitê bastante propositivo, que apresenta ações dentro dessas esferas de atuação.

CADA COMITÊ POSSUI REGIMENTO INTERNO PRÓPRIO, APROVADO PELO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO.



Diretoria

As posições de Diretoria são ocupadas por profissionais de comprovada experiência e capacitação em suas áreas de atuação. Há os diretores estatutários — eleitos pelo voto dos membros do Conselho de Administração para mandatos de dois anos, com possibilidade de reeleição — e os não estatutários. Fica a cargo desse órgão a gestão operacional dos negócios.

EM CARÁTER NÃO PERMANENTE E A PEDIDO DOS ACIONISTAS, O ESTATUTO SOCIAL DA COMPANHIA PREVÊ A POSSIBILIDADE DE INSTALAÇÃO DE UM CONSELHO FISCAL.



Composição da Diretoria Estatutária⁹ (em 31.12.2021)

Nome	Cargo
Mário Henrique Alves de Queirós	Diretor Presidente
Luiz Renato Novais	Diretor Vice-Presidente Financeiro e de Relações com Investidores
Jorge Alexandre Jubilato Araújo	Diretor Vice-Presidente de Gente, Jurídico e Administrativo
Marcos Ricardo Colares	Diretor Vice-Presidente Comercial e Supply
José Carlos Rafael de Assis Vasquez	Diretor Vice-Presidente de Operações, Digital e Expansão
Joaquim Dias Garcia Neto	Diretor Vice-Presidente de Tecnologia da Informação
Evandro Vieira da Silva	Diretor de Gente e Gestão
Samir Mesquita Inácio	Diretor de Digital
Afro José Campos de Vasconcelos	Diretor de Infraestrutura de Tecnologia
Thiago da Cunha Peixoto Ladeira	Diretor de Operações
Rafael Lima e Silva	Diretor de Expansão
Jadson Antônio Santos de Almeida	Diretor de Aplicações de Tecnologia
Gianni Dias Gill	Diretor de Operações
André Albuquerque Ferreira Pinto Bandeira	Diretor de Operações
Emanuele de Sousa Rodrigues	Diretor de Marketing



Composição da Diretoria (em 31.12.2021)

Nome	Cargo
João Albery Andrade Dias Neto	Diretor de Serviços Farmacêuticos
Anario Carvalho Neto	Diretor de Controladoria
Eduardo David Duarte Dias	Diretor Financeiro
Fernando Silva Alves de Oliveira	Diretor de Prevenção, de Perdas e Patrimônio
Larissa Pinheiro Sousa	Diretor de Compras
Rafael Rossatto	Diretor Marca Própria
Marcelo Regis Miranda	Diretor de CRM
Renan Vieira Barbosa	Diretor Supply Chain
Gilberto Caray de Assis Junior	Diretor de Transformação
Fernanda Basso Nabuco	Diretor Jurídico
Nilton Otavio de Oliveira Gomes	Diretor Administrativo

⁹Em ato subsequente, a composição da Diretoria Estatutária e Não Estatutária da Pague Menos sofreu alterações. A nova formação será reportada no Relatório de Sustentabilidade da Companhia de 2022.

Auditoria interna

Na Pague Menos, a Auditoria Interna se reporta diretamente ao Comitê de Auditoria, garantindo, assim, que haja independência no desempenho de suas atividades. É composta por sete colaboradores, incluindo um gerente. Compete à área aferir a qualidade e a efetividade dos processos de gerenciamento de riscos, controles internos e governança da Companhia.

Compliance

Temos ainda a área de *Compliance*, que também tem autonomia e se reporta diretamente ao Comitê de Ética. O departamento é composto por quatro pessoas – sendo uma delas a gerente – e é responsável por assegurar o cumprimento do Código de Conduta Ética, das leis e normas, internas e externas, para alcançar os objetivos relacionados à integridade e transparência da empresa.

Compromisso com a integridade

GRI
102-16;
102-17;
406-1

VALOR FUNDAMENTAL DA COMPANHIA, A CONDOTA ÉTICA LEVA A PAGUE MENOS A PRÁTICAS TRANSPARENTES, LÍCITAS E EM CONFORMIDADE COM AS NORMAS E LEGISLAÇÕES APLICÁVEIS.

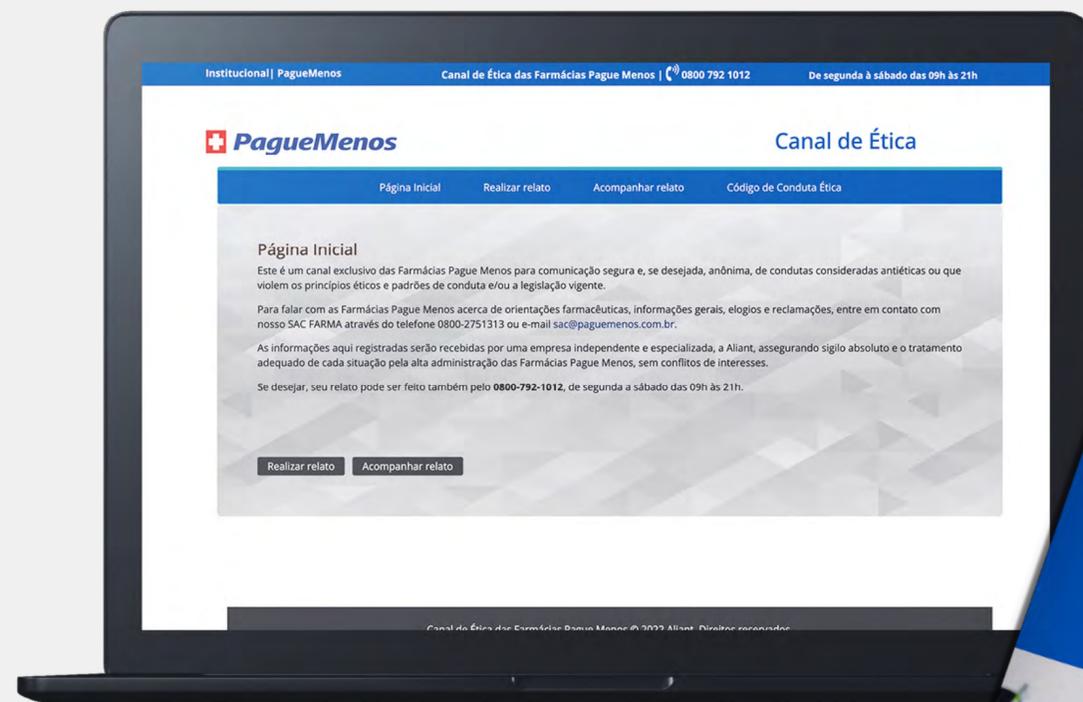
Fortalecendo esse compromisso, desenvolvemos nosso Programa de Integridade, conjunto de regras e diretrizes que se aplica, sem exceção, a todos os colaboradores, em quaisquer níveis hierárquicos, e se estende a fornecedores e prestadores de serviços.

O documento balizador da integridade na Companhia é o **Código de Conduta Ética**, regido por valores e princípios a serem seguidos por nossos colaboradores e parceiros. Temos, ainda, uma **Política Corporativa de Prevenção à Corrupção**, que prevê diretrizes e práticas a fim de manter nossas ações e relacionamentos pautados na ética e na transparência. O Comitê de Conduta e Ética é responsável por zelar pela devida aplicação dessas diretrizes, bem como por outras iniciativas relativas ao tema.

PILARES DO PROGRAMA DE INTEGRIDADE

- 1 **Apoio da alta administração**
Suporte e aval da alta administração, inclusive do Conselho
- 2 **Código de Conduta Ética**
Documento que formaliza as posturas da Companhia
- 3 **Controles Internos**
Área que garante a minimização de riscos e assegura a conformidade dos registros financeiros
- 4 **Auditoria Interna**
Responsável por identificar se os pilares estão funcionando como planejado
- 5 **Avaliação de riscos**
Garante a continuidade dos negócios
- 6 **Canal Confidencial**
Espaço para denúncia de potencial não cumprimento do Código de Conduta Ética
- 7 **Investigações internas**
Apuração imparcial de comportamentos ilícitos ou antiéticos
- 8 **Due diligence**
Avaliação de parceiros, fornecedores, representantes etc. antes da contratação
- 9 **Treinamento e comunicação**
Ferramentas que transmitem ao colaborador seu papel no Programa de Integridade
- 10 **Diversidade e inclusão**
Adoção das melhores práticas para um programa efetivo





**O CANAL CONFIDENCIAL PODE SER
ACESSADO DAS SEGUINTE FORMAS:**



VIA INTERNET

PELO SITE

WWW.CANALDEETICA.COM.BR/PAGUEMENOS;



POR TELEFONE

0800.792.1012,

DE SEGUNDA A SÁBADO, DAS 9H ÀS 21H.



CANAL CONFIDENCIAL

Canal Confidencial

Práticas ou suspeita de práticas contrárias às regras do Código de Conduta Ética e das políticas e procedimentos da Pague Menos devem ser reportadas ao Canal Confidencial, acessível a todos os nossos *stakeholders*.

As informações são recebidas por uma empresa independente e especializada, assegurando sigilo absoluto. Após o recebimento das manifestações, são conduzidas verificações e investigações, para avaliar a procedência — se confirmada, pode resultar em sanções aos responsáveis.

Ao longo de 2021, foram recebidas 21 denúncias relativas à discriminação. Dessas, sete foram consideradas procedentes e resultaram em ações corretivas — as sanções aplicadas dependem da gravidade do caso. A Companhia trabalhou em campanhas internas de sensibilização, divulgando orientações sobre o combate à discriminação.

Privacidade e proteção de dados

GRI 418-1

TEMOS COMPROMISSO COM A SEGURANÇA, SEJAM DE INFORMAÇÕES INTERNAS DA COMPANHIA, OU DADOS PESSOAIS DE COLABORADORES E CLIENTES.

Portanto, aplicamos políticas com diretrizes de segurança e confiabilidade para cada um desses temas. O time de Segurança da Informação, Privacidade e Proteção de Dados é responsável pela gestão desses aspectos e apresentação das metas e resultados alcançados ao Conselho de Administração e à Diretoria.

Contamos com monitoramento contínuo de ameaças cibernéticas, gestão de vulnerabilidades e monitoramento da marca Pague Menos, por meio de diversas ferramentas e práticas. Também focamos no desenvolvimento e atualização de políticas e procedimentos, bem como no treinamento periódico dos colaboradores quanto ao tema. Confira no infográfico ao lado as ações desenvolvidas em 2021.

Há acompanhamento do Comitê de Auditoria e da área de Segurança da Informação, bem como investimento em adequação às melhores práticas de mercado;

Em 2021, foram recebidas 31 queixas procedentes de violação de dados. No período, o nível de maturidade em segurança da informação, privacidade e proteção de dados obteve uma avaliação bastante superior em relação ao ano anterior, segundo auditoria externa.

NÍVEL DE MATURIDADE EM SEGURANÇA DA INFORMAÇÃO (ISO 27001): 0,9 (EM 2020); 2,5 (EM 2021);

NÍVEL DE MATURIDADE EM PRIVACIDADE E PROTEÇÃO DE DADOS (ISO 27701): 1,3 (EM 2020); 3,2 (EM 2021).

1 **Elaboração e atualização de diretrizes**

Foram criadas orientações como *Privacy by Design* (incluindo cartilha e normativo), políticas sobre uso de dispositivos corporativos, segurança da informação, privacidade e proteção de dados e classificação da informação.

2 **Comunicação e sensibilização**

Em workshops e em campanhas de comunicação foram abordados temas relacionados à proteção de dados e boas práticas para proteção de informações sigilosas.

3 **Realização de treinamentos**

Várias áreas participaram de capacitações sobre segurança da informação, até mesmo novos colaboradores durante a integração.

4 **Informes**

Foram inseridos banners com informes sobre segurança da informação e proteção de dados nas telas de bloqueio dos computadores da Companhia, envio de pop-ups via antivírus com notificações importantes sobre segurança e privacidade de dados.

5 **Ativação da criptografia dos discos dos notebooks**

Com o objetivo de proteger contra vazamentos de informações, além de controle de acesso às portas USB.

Proteção de dados

A área de Segurança da Informação da Pague Menos compartilhou com os colaboradores, ao longo de 2021, as melhores práticas para o tratamento dos dados pessoais que circulam na Companhia e uma trilha de conhecimentos sobre Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD) foi criada na UP Farma, nossa universidade corporativa, a fim de ampliar o acesso a essas informações.

Gestão de riscos

**GRI
102-15**

BUSCANDO MONITORAR E MINIMIZAR RISCOS INERENTES ÀS NOSSAS ATIVIDADES, DESENVOLVEMOS E APLICAMOS NOSSA POLÍTICA DE GESTÃO DE RISCOS CORPORATIVOS.

Por meio de identificação, avaliação, tratamento, monitoramento e comunicação de riscos, o documento estabelece diretrizes e práticas sobre o tema.

Aprovada em 2017 pelo nosso Conselho de Administração, e em vigor desde então, vem sendo atualizada sempre que necessário. Além disso, contamos com documentos complementares, que tratam de riscos específicos, tais como a Política de Gestão de Riscos Decorrentes do Mercado Financeiro, o Código de Conduta Ética e a Política Corporativa de Prevenção à Corrupção.

Na Pague Menos, são considerados riscos quaisquer circunstâncias que impactem de forma negativa nossos objetivos e plano estratégicos, categorizadas em:

Riscos estratégicos

Associados à estratégia dos negócios, especialmente no tocante à expansão sustentável das atividades. Podem ser causados por mudanças externas, relacionadas ao cenário político, econômico, social ou outros.

Riscos operacionais

Arelados às falhas na gestão de processos internos, seja diretamente na operação ou em áreas suporte às atividades principais.

Riscos legais

Consideram perdas financeiras ou de reputação, decorrentes de sanções legais ou regulatórias.

Riscos financeiros

Arelados às despesas, rendimentos e receitas. Se subdividem em:

- **Risco de mercado:** alterações de preços, taxas e afins.
- **Risco de liquidez:** possibilidade de perda por incapacidade de realizar uma transação, por motivos diversos (tempo, disponibilidade de recursos, entre outros).

Em termos de estrutura organizacional, a gestão de riscos é abordada em dois níveis. O primeiro, de diretrizes estratégicas, faz referência ao Conselho de Administração; enquanto o segundo, de implementação e fiscalização das diretrizes, está atrelado à Diretoria e ao Comitê de Auditoria.



A Pague Menos possui área de Gestão de Riscos e Controles Internos composta por quatro colaboradores, considerando uma gerente, e cabe a esta equipe atuar de forma preventiva e proativa em ações que mitiguem riscos, aprimorar a inteligência dos processos para obter maior monitoramento e previsibilidade e garantir a cobertura de riscos de controles estruturados.

Sustentabilidade em pauta

EM 2021, DEMOS INÍCIO A UMA ROBUSTA AGENDA ASG, COM PLANOS, METAS E COMPROMISSOS ATÉ 2030, DIVIDIDA EM TRÊS PILARES:

Saúde para as pessoas

Queremos levar tratamento, informação, cuidado e prevenção para todos os brasileiros. Especialmente para aqueles com menos acesso à saúde e bem-estar.

Nossos compromissos com as pessoas

- Auxiliar na prevenção de doenças crônicas e na adesão de tratamento médico, contribuindo com a saúde de clientes e colaboradores;
- Cuidar da saúde física e mental de nossos colaboradores, garantindo saúde e segurança ocupacional;
- Impactar de forma positiva as comunidades nas quais atuamos.

Saúde para o meio ambiente

O conceito de vida plena, que tanto valorizamos, está diretamente ligado à saúde do meio ambiente. Assim, queremos minimizar impactos negativos de nossas atividades e manter práticas que sejam sustentáveis para o nosso entorno.

Nossos compromissos com o meio ambiente

- Reduzir e neutralizar emissões de Gases do Efeito Estufa ao longo da cadeia de operação da rede;
- Diminuir o impacto ambiental das nossas embalagens por meio de uma gestão aprimorada de resíduos.

Saúde para os negócios

Mais do que números e resultados, um negócio saudável promove o desenvolvimento de todos os seus *stakeholders*.

Nossos compromissos com os negócios

- Basear nossos relacionamentos e ações na ética e na transparência;
- Investir no aprimoramento das competências profissionais e socioemocionais de nossos colaboradores;
- Garantir inclusão e respeito de/a grupos minoritários em nossas operações;
- Cobrar de nossos fornecedores que seus processos de produção estejam de acordo com nossas práticas de ASG.

Nossos compromissos e objetivos

PESSOAS

CONTRIBUIR PARA A SAÚDE E BEM-ESTAR DE NOSSOS CLIENTES E COLABORADORES, AJUDANDO-OS NA PREVENÇÃO DE DOENÇAS CRÔNICAS E ADEÇÃO AO TRATAMENTO MÉDICO PRESCRITO.

GARANTIR A SAÚDE E SEGURANÇA OCUPACIONAL DE NOSSOS COLABORADORES E CONTRIBUIR PARA A SUA SAÚDE FÍSICA E MENTAL.

IMPACTAR POSITIVAMENTE AS COMUNIDADES DO ENTORNO DAS NOSSAS OPERAÇÕES.

- 30% dos colaboradores dedicando um dia do ano ao trabalho voluntário para impactar as comunidades do entorno.

- 10% dos colaboradores de lojas provenientes de cursos de desenvolvimento profissional oferecidos pela Pague Menos às comunidades do entorno.
- 0.5% do lucro líquido investido em projetos de promoção da saúde integral.

- 80% dos colaboradores reconhecerem como saudável e seguro o ambiente de trabalho.
- Conquistar as certificações ISO45001 e SA 8000 sobre ambiente de trabalho saudável físico e emocional.

MEIO AMBIENTE

CONTRIBUIR PARA EVITAR O AUMENTO DA TEMPERATURA GLOBAL, REDUZINDO E NEUTRALIZANDO AS EMISSÕES DE GEE DA OPERAÇÃO E CADEIA DE VALOR DA PAGUE MENOS.

APRIMORAR A GESTÃO DE NOSSOS RESÍDUOS E REDUZIR O IMPACTO AMBIENTAL DE NOSSAS EMBALAGENS

- 100% das unidades da Pague Menos abastecidas com energia renovável, em até 2 anos da sua abertura ou aquisição.
- Inventário das emissões de GEE - escopo 1 e 2 concluídos e metas de redução definidas.

- Primeira Loja Verde da Pague Menos.

- 120% das emissões de GEE anuais compensadas - escopo 1 e 2.

- 100% dos materiais obsoletos e inservíveis (móveis, eletroeletrônicos e sucata de plástico/papelão, sacolas plásticas e embalagens) anualmente destinados para reciclagem, reutilização ou descarte ambientalmente correto.
- Inventário de resíduos e metas de redução e reciclagem definidas.
- Pontos de coleta de medicamentos vencidos e pilhas implementados em 30% das lojas da Pague Menos.
- 100% dos medicamentos e não medicamentos impróprios destinados para a reciclagem, coprocessamento ou descarte ambientalmente correto.

NEGÓCIOS

PAUTAR TODAS AS NOSSAS ATITUDES E RELACIONAMENTOS NA ÉTICA E TRANSPARÊNCIA.

CONTRIBUIR PARA O APRIMORAMENTO CONTÍNUO DAS COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS E “SOCIOEMOCIONAIS” DOS NOSSOS COLABORADORES.

INCLUIR EM NOSSAS OPERAÇÕES “GRUPOS MINORIZADOS” E RESPEITAR A DIVERSIDADE DE OPINIÃO, RAÇA, GÊNERO, ORIENTAÇÃO SEXUAL, RELIGIÃO, ENTRE OUTRAS.

GARANTIR QUE OS PRODUTOS COMERCIALIZADOS SEJAM PRODUZIDOS DE ACORDO COM AS MESMAS PRÁTICAS ASG QUE ADOTAMOS EM NOSSAS OPERAÇÕES.

- Mínimo de 11 horas de treinamento efetivo por HC por ano.

- Ser certificada pela ISO 31000 – Governança em Gestão de Riscos.
- Pesquisa de Satisfação de Investidores e Fornecedores, atingindo uma nota mínima de 7.

- Bolsas de incentivo, com até 60% de desconto, disponibilizadas para 100% dos colaboradores e dependentes.
- Bolsas de estudo integrais, de graduação e pós-graduação, disponibilizadas para 10% da liderança.

- 10% do quadro total de colaboradores com mais de 50 anos.
- 15% dos cargos de liderança (a partir de gerente de lojas para operações e a partir de coordenador para matriz e CDs) ocupados por pretos.
- 50% dos cargos executivos (a partir de gerente regional para operações e a partir de gerente de área para matriz e CDs) ocupados por mulheres.

- 6% dos funcionários PCDs.
- 30% dos cargos de liderança (a partir de gerente de lojas para operações e a partir de coordenador para matriz e CDs) ocupados por pretos.

- 100% dos produtos de Marcas Próprias sem ingredientes controversos.
- 90% dos fornecedores em conformidade com os pré-requisitos ASG definidos.

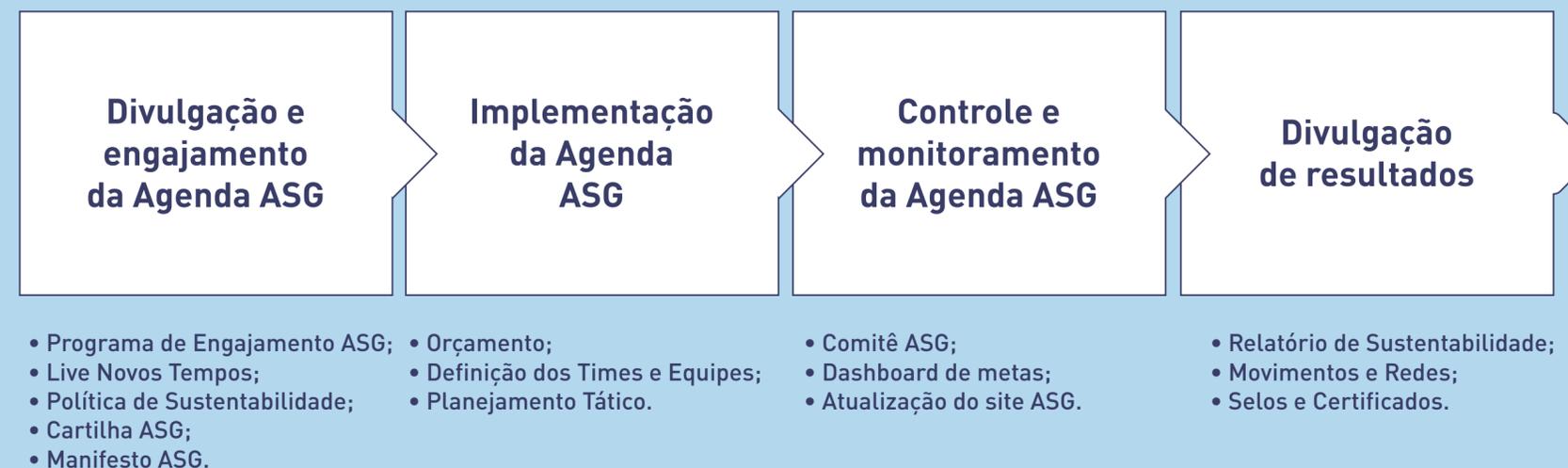
2022

2025

2030

Acompanhamento da Agenda ASG

Na implementação e monitoramento da agenda da Agenda ASG Pague Menos, há uma coordenação dedicada. Os compromissos listados em cada uma das dimensões se desdobram em objetos e metas, que permeiam transversalmente diversas áreas da Companhia.



Implementação da Agenda ASG

A implementação da agenda se dá por meio da estruturação de times e equipes, responsáveis pelos planos estratégicos e táticos. Confira ao lado.

Coordenação de Sustentabilidade

Responsável por acompanhar todos os times e equipes envolvidos na Agenda ASG. É corresponsável pelas metas definidas.

Times

Formados por pessoas estratégicas de cada pilar da Agenda: Time de Pessoas, Time de Negócios e Time de Meio Ambiente. Responsáveis por planejar e acompanhar os Planos Táticos de suas equipes. **Total:** três times.

Equipes

Compostas por pessoas táticas e operacionais responsáveis por executar as atividades atreladas a cada compromisso da Agenda ASG. Responsáveis por executar os planos táticos. **Total:** nove equipes.

COORDENAÇÃO ASG

Time de Pessoas	Time de Meio Ambiente	Time de Negócios
Equipe Compromisso 1	Equipe Compromisso 1	Equipe Compromisso 1
Equipe Compromisso 2	Equipe Compromisso 2	Equipe Compromisso 2
Equipe Compromisso 3		Equipe Compromisso 3
		Equipe Compromisso 4



Monitoramento

O acompanhamento do andamento das atividades da Agenda ASG é realizado com as seguintes estruturas organizacionais e ferramentas:

Comitê ASG

Grupo de trabalho de caráter deliberativo com o objetivo de implementar, controlar e monitorar a Agenda ASG da Companhia até 2030.

Dashboard

Dashboard com toda a Agenda ASG, de responsabilidade da Coordenação ASG, que deve ser atualizada mensalmente a partir de dados fornecidos pelos times e equipes.

Atualização do Site ASG

Atualização do site ASG realizada pela área de Comunicação a partir dos dados fornecidos pela Coordenação de ASG.



CLIQUE AQUI
E ACESSE O
CONTEÚDO ASG.

NEGÓCIOS

Consistência nos resultados



Cenário macroeconômico e setorial

APÓS QUEDA DE 3,9% DO PRODUTO INTERNO BRUTO (PIB) EM 2020, A ECONOMIA BRASILEIRA DEU SINAIS DE RECUPERAÇÃO, CRESCENDO 4,6% EM 2021, SEGUNDO DADOS DO INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA (IBGE).

Porém, o poder de compra da população brasileira foi bastante afetado, com a forte inflação registrada no ano, alta de 10,1% do Índice de Preços ao Consumidor Amplo (IPCA), a maior taxa registrada desde 2015.

O varejo farmacêutico manteve-se resiliente: o setor foi protagonista na pandemia, tornando-se um centro primário de atenção à saúde, com a venda de medicamentos e prestação de serviços, como a realização de testes de Covid-19. Em 2021, o mercado brasileiro cresceu em 10,8%, de acordo com dados divulgados pela empresa de pesquisa IQVIA, passando de R\$ 137,3 bilhões em faturamento em 2020 para R\$ 152,1 bilhões no ano seguinte.

Principais índices econômicos em 2021

4,9%
DE ALTA
DO PIB BRASILEIRO.

10,1%
CRESCIMENTO
DO IPCA.

7%
DE AUMENTO
EM EMPREGOS FORMAIS.

10,8%
DE ALTA
NO VAREJO FARMACÊUTICO.

Redes farmacêuticas

As varejistas vinculadas à Associação Brasileira de Redes de Farmácias e Drogarias (Abrafarma) – 26 no total, entre elas a Pague Menos – encerraram o ano passado com faturamento de R\$ 67,5 bilhões, um aumento de 16,04% em relação a 2020. Segundo a instituição, foi o maior crescimento registrado nos últimos 10 anos.

A alta foi alavancada pela comercialização de medicamentos isentos de prescrição – crescimento de 22,9% ante o ano 2020, com receita de R\$ 13 bilhões. Remédios responderam por 68% do total das vendas e não medicamentos por 14%.

O grande destaque do ano foram as vendas por *delivery* e *e-commerce*, com R\$ 2,8 bilhões em vendas, um crescimento de 56,8%, puxado pelo isolamento das famílias em mais um ano de altos índices pandêmicos.

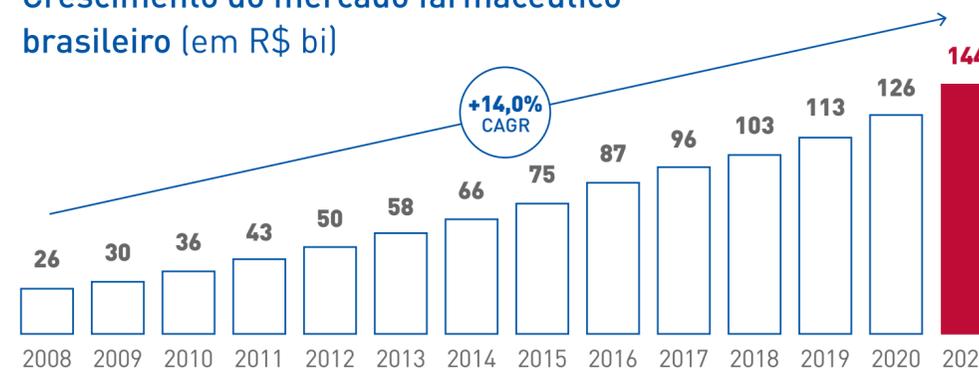
Desempenho do setor ao longo dos anos

Entre os anos de 2008 a 2021, o mercado farmacêutico cresceu cerca de 14% ao ano no Brasil. A performance de vendas do setor não está diretamente ligada a fatores socioeconômicos e sim a questões estruturais – sendo que a principal delas é o envelhecimento da população.

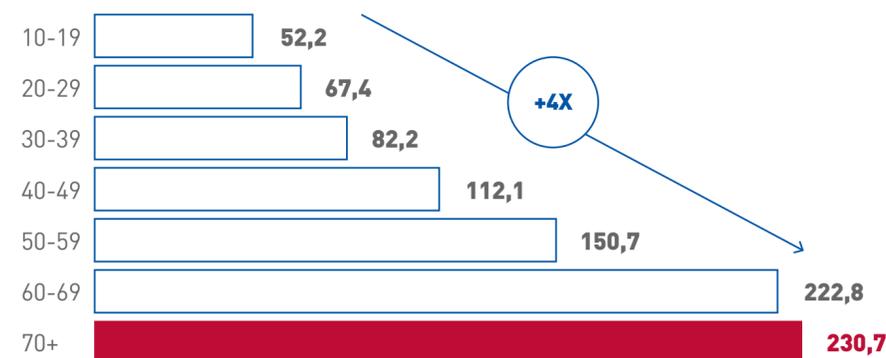
No início dos anos 2000, a estimativa é que o país tinha 6% da população de idosos acima de 65 anos, de acordo com o IBGE. Em 2020, esse número era de cerca de 10%. Para 2030, a projeção é o índice chegue a 14%. Isso representa um aumento de quase 10 milhões de pessoas na faixa etária acima de 65 anos.

E, quanto maior a idade média da população, maiores são as despesas com medicamentos. Em média, pessoas acima dos 60 anos consomem quatro vezes mais remédios (em R\$) do que jovens, conforme dados a seguir.

Crescimento do mercado farmacêutico brasileiro (em R\$ bi)

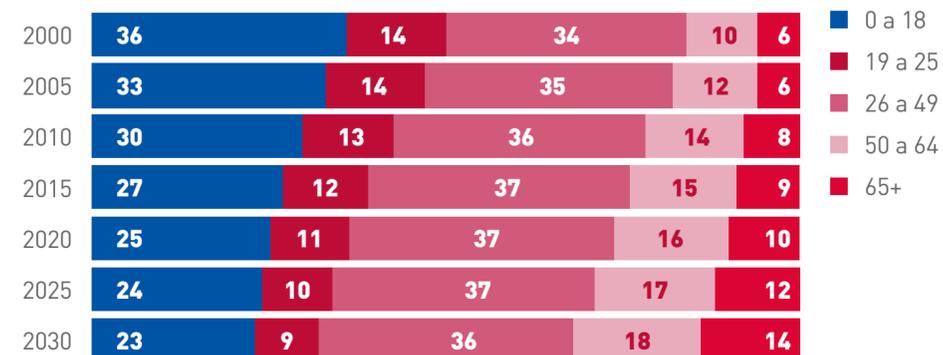


Gasto médio familiar em medicamentos (em R\$)



Fonte: IQVIA

Perfil de idade da população brasileira (em %)



Modelo de negócios

A PAGUE MENOS ADOTOU UM MODELO DE NEGÓCIO ESTRUTURADO EM PILARES, QUE SUSTENTAM SEU DESENVOLVIMENTO, ENTRE ELES ESTÃO ALAVANCAS DE CRESCIMENTO, DE EXPANSÃO DE MARGEM, AUMENTO DO NÍVEL DE SERVIÇO – QUE PASSA POR GESTÃO DE PESSOAS, PRODUTIVIDADE E SATISFAÇÃO DE CLIENTES.

A Companhia também está focada na expansão orgânica, com abertura de novas lojas e entrada em novos mercados, e na inorgânica, com captura de sinergia nas aquisições, em especial da Extrafarma, e ampliação do conceito de *Hub* de Saúde. Confira ao lado.

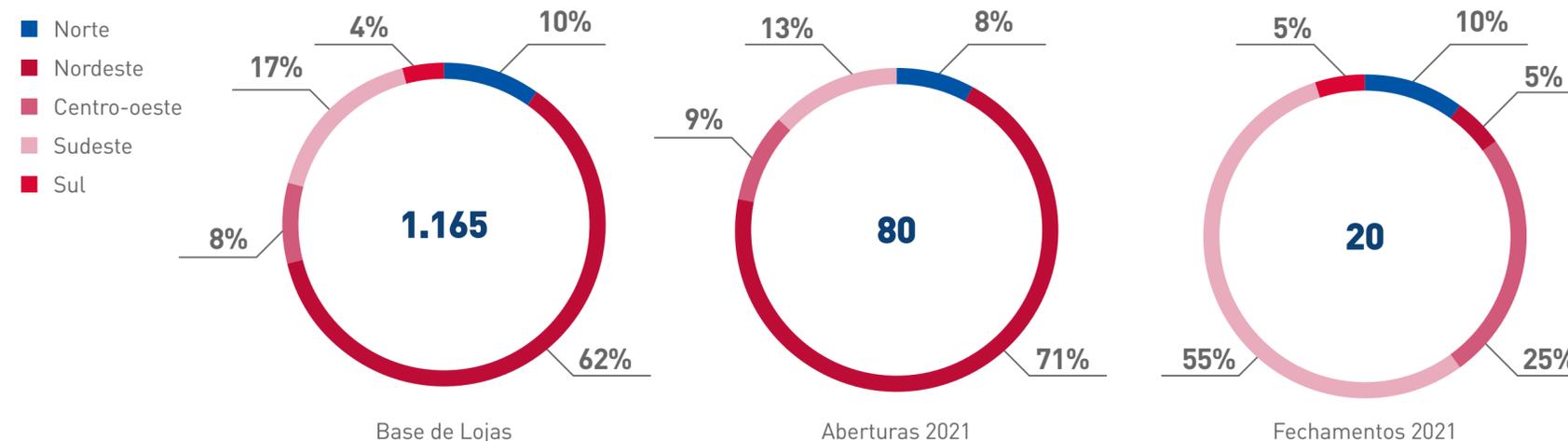


Desempenho 2021

Rede de lojas

Para fazer frente ao planejamento estratégico e modelo de negócios, em 2021, inauguramos 80 lojas e encerramos 20. Finalizamos o ano com 1.165 pontos em todas as regiões do Brasil, sendo que 62% delas estão localizadas no Nordeste do Brasil.

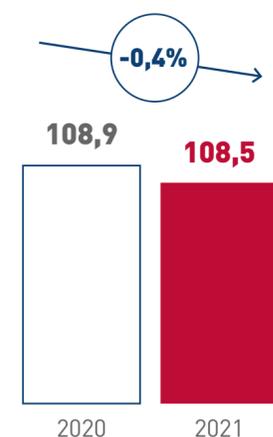
Lojas por Região (em %)



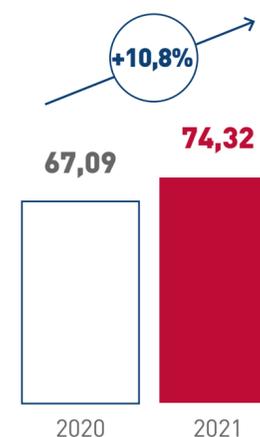
Atendimento e ticket médio

Nossas lojas realizaram cerca de 108,5 milhões de atendimentos e vendas, ligeiramente abaixo do registrado em 2020 – primeiro ano de pandemia – com ticket médio de R\$ 74,32 por cliente, um incremento de 10,8% em relação ao ano anterior.

Atendimento (em milhões)



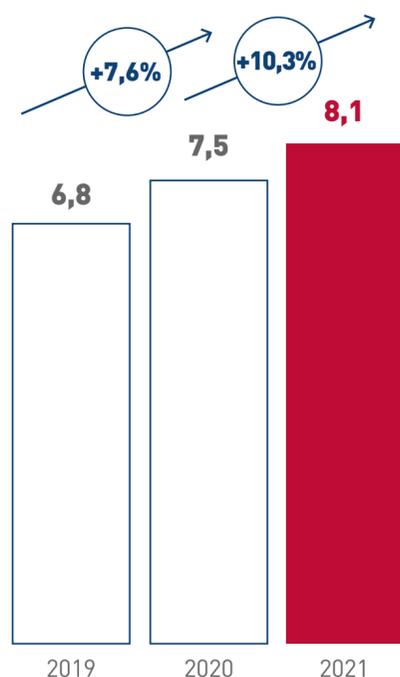
Ticket médio (em R\$)



Receita bruta

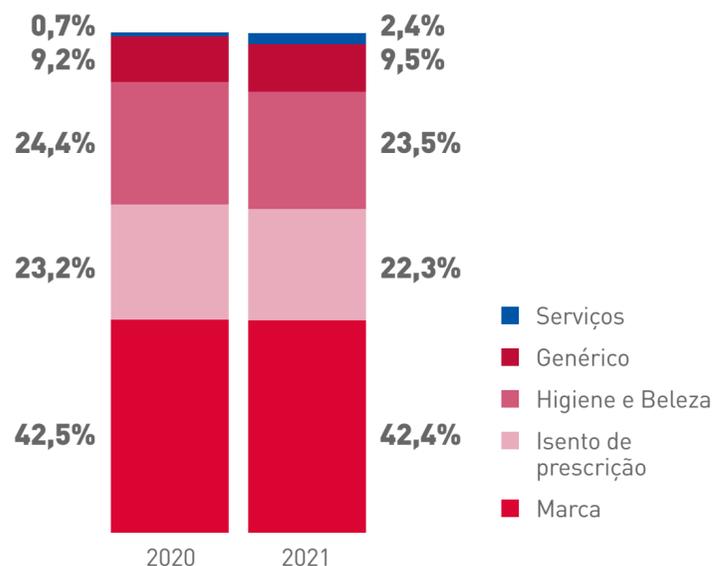
No ano de 2021, atingimos R\$ 8,1 bilhões em vendas, um crescimento de receita bruta na ordem de 10,3% em relação ao ano anterior.

Receita bruta (em bilhões)



Mix de vendas

O mix de vendas em 2021 evoluiu com categorias estratégicas ganhando representatividade em vendas, casos de medicamentos genéricos e serviços. O crescimento reflete os esforços em ampliação de sortimento, precificação e ações promocionais direcionadas para essas categorias.



R\$ 8,1 BILHÕES
EM VENDAS.

9,5%
DAS VENDAS FORAM DE GENÉRICOS EM 2021.

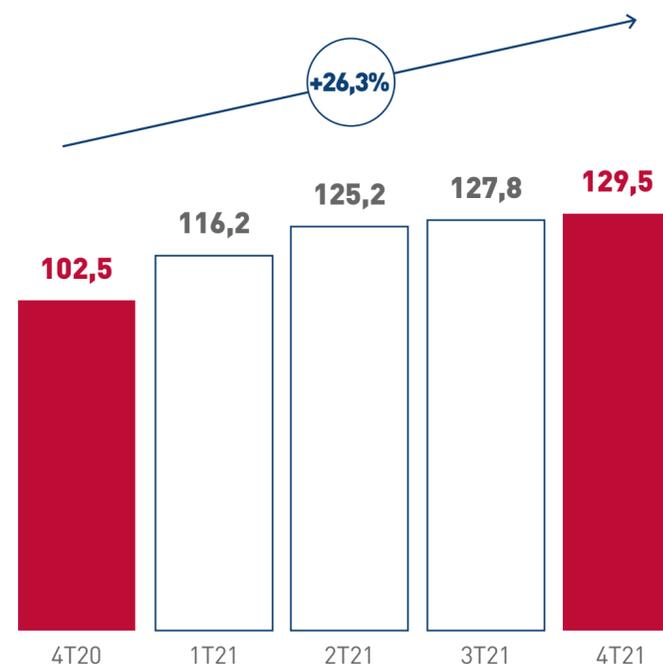




Marcas próprias

Em 2021, produtos de nossas marcas próprias totalizaram R\$ 498,7 milhões em vendas, contra R\$ 406,6 milhões no ano anterior – alta de 22,6%. As marcas próprias representaram 6,2% de nossas vendas totais. O desempenho é resultado, principalmente, do lançamento de novos produtos e categorias, diversificando a nossa exposição em parcela cada vez maior do portfólio.

Vendas Marcas Próprias (em milhões de R\$)

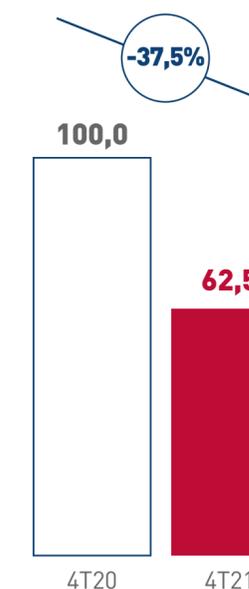


Sortimento

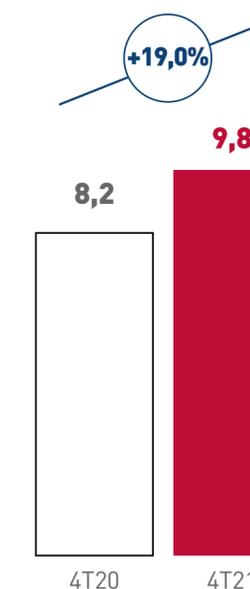
Investimos, nos últimos anos, em uma estratégia de gerenciamento de categorias de produtos. A melhoria na disponibilidade de produtos em loja é uma equação que envolve quantidade de produtos (sortimento), ruptura, índice de perdas e capital de giro. Encerramos 2021 com uma média de 9,8 mil produtos ativos, alta de 19% em relação ao final de 2020. Reduzimos também o nível de ruptura e índice de perdas, mantendo o ciclo de caixa em patamar controlado.

No quarto trimestre de 2021, registramos índice de ruptura 37,5% menor do que no mesmo período do ano anterior.

Ruptura de estoque (base 100)



Sortimento médio por loja (SKUs ativos, em milhares)



Hub de Saúde

Expandimos ainda a quantidade de unidades com Clinic Farma de 809, em 2020, para 879 ao final de 2021 – e o portfólio de serviços de 31 para 57, o que posiciona nossos consultórios farmacêuticos como uma solução prática e conveniente para o atendimento primário de problemas de saúde, tanto agudos como crônicos. Assim, contribuem diretamente para a saúde e bem-estar de nossos clientes. Veja mais sobre o *Hub de Saúde* no capítulo A Companhia, página 10.

Atendimento e adesão ao Clinic Farma

A quantidade de consultas realizadas pelo Clinic Farma praticamente triplicou durante o ano e dá indícios de se tornar uma linha de receita relevante. O crescimento foi impulsionado pela demanda de testes de Covid-19 e também pelo início da mudança de hábito da população, que começa a reconhecer nossos consultórios farmacêuticos como uma solução prática e conveniente para o atendimento primário de problemas de saúde, tanto agudos como crônicos, contribuindo diretamente para a saúde e o bem-estar da população.

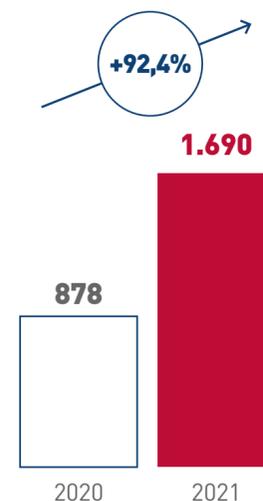
Venda por convênios e parcerias

Receitas provenientes de convênios e parcerias firmadas com operadoras de saúde e empresas atingiram um novo recorde ao final de 2021, alcançando 26,7% das vendas totais. Apenas em 2021, mais de 200 novos contratos foram firmados, incorporando 20,5 milhões de vidas ao nosso ecossistema. Esses clientes, com gasto médio e grau de fidelização acima da média, são impactados com uma estratégia promocional mais agressiva.

Atendimento e adesão ao Clinic Farma (em milhares)



Venda por convênios e parcerias (em R\$ milhões)



O AME, NOSSO CANAL DE MEDICAMENTOS ESPECIAIS, CONTINUA SE DESENVOLVENDO EM RITMO ACELERADO. EM 2021, ESSE CANAL APRESENTOU CRESCIMENTO DE 171%, ALAVANCADO POR UMA ESTRATÉGIA DE AMPLIAÇÃO DO PORTFÓLIO, VISITAÇÃO MÉDICA E O DESENVOLVIMENTO DO PROGRAMA DE SUPORTE AO PACIENTE (PSP), QUE FECHOU COM ANO COM MAIS DE 5 MIL CLIENTES ATENDIDOS.

Principais números do *Hub de Saúde*

2,5 MILHÕES

DE ATENDIMENTOS
(196% VS. 2020)

5,5%

DE ADESÃO DA BASE DE CLIENTES
(+3,9P.P. VS. 2020)

879

UNIDADES DO CLINIC FARMA
(+8,7% VS. 2020)

57

PROTOCOLOS DE SAÚDE
(83,4% VS 2020)

+ 171%

DE CRESCIMENTO EM
MEDICAMENTOS ESPECIAIS (AME)

26,7%

DE VENDAS TOTAIS VIA
CONVÊNIOS E PARCERIAS

Importantes parcerias B2B2C

(HAPVIDA, BANCO PAN, DASA)

CERCA DE 1,7 MILHÃO

DE TESTES DE COVID-19 REALIZADOS

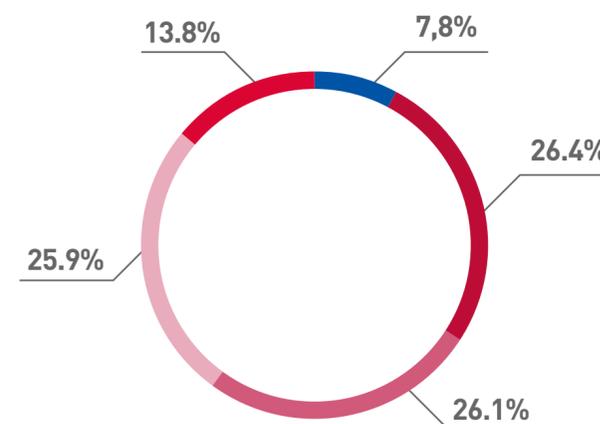
Crescimento digital

O ano de 2021 foi especialmente importante em nossa estratégia digital, com a evolução de nossa plataforma *omnichannel*. Cada vez mais centrada no cliente, ela permite uma jornada de compra integrada, fluida e conveniente.

As vendas originadas em nossos canais digitais totalizaram R\$ 623,4 milhões em 2021, registrando crescimento de 85,3% na comparação com o ano anterior, bem acima do crescimento do mercado digital do varejo farmacêutico.

Venda por canal digital

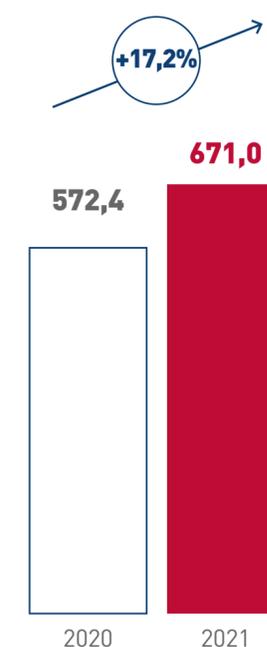
- Prateleira Infinita
- eCommerce Clique & Retire
- Televendas
- eCommerce Ship from Store
- Superapps



EBITDA ajustado

No ano de 2021, o EBITDA ajustado totalizou R\$ 671,0 milhões, crescimento de 17,2% em relação ao ano de 2020. A margem EBITDA ajustada alcançou 8,3% da receita bruta, expandindo 0,5p.p. sobre o ano anterior. A expansão de margem reflete nosso compromisso com o incremento de rentabilidade, balanceando o novo ciclo de expansão com as múltiplas alavancas de geração de valor em curso.

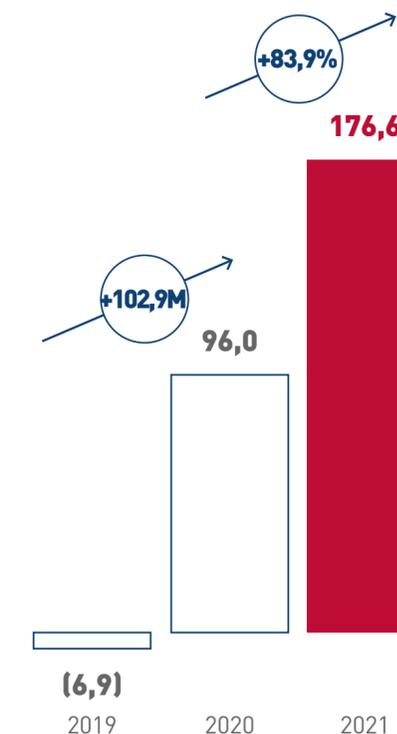
EBITDA Ajustado (em R\$ milhões)



Resultado líquido

Concluimos 2021 com lucro líquido ajustado de R\$ 176,6 milhões, alta de 83,9% em relação ao ano anterior. O crescimento significativo do lucro anual é resultado da combinação entre crescimento de vendas, novo ciclo de expansão e desalavancagem financeira.

Lucro líquido ajustado (em R\$ milhões)



**GRI
201-1**

Investimentos

Em 2021, aportamos R\$ 241,5 milhões, direcionados principalmente à expansão orgânica e reformas do parque de lojas. Também foram investidos R\$ 25,5 milhões em tecnologia e na infraestrutura de lojas,

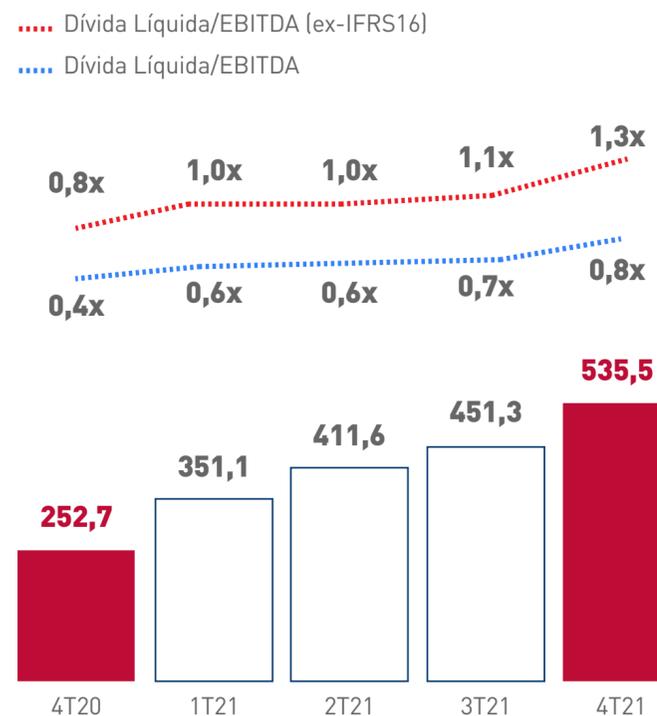
Capex (R\$ milhões)	2020	%	2021	%
Expansão	1.7	4%	116.3	48%
Reforma de Lojas	19.3	42%	69.1	29%
Tecnologia	15	33%	25.4	11%
Infraestrutura de Lojas, CDs e Escritórios	10	22%	30.7	13%
Total	45.9	100%	241.5	100%

Dívida líquida

Como múltiplo do EBITDA ex-IFRS16, a dívida líquida encerrou o ano em 1,3 vezes. A dívida líquida totalizou R\$ 549,4 milhões, crescimento de R\$ 296,6 milhões em relação ao final de 2020.

O aumento no nível de endividamento observado ao longo do ano é resultado, principalmente, da retomada dos investimentos em expansão orgânica e investimentos estratégicos em estoques (sortimento e redução nos níveis de rupturas), que estão contribuindo de forma significativa com o crescimento em vendas da Companhia.

Dívida líquida (em R\$ milhões e múltiplo do Ebitda)



Valor Econômico Gerado e Distribuído (em milhares)

Valor econômico gerado	
Receitas	R\$ 7.981.799,00
Valor econômico distribuído	
Custos operacionais	R\$ 5.757.622,00
Salários e benefícios dos empregados	R\$ 917.165,00
Pagamentos ao governo	R\$ 924.989,00
Pagamentos a provedores de capital	R\$ 217.566,00
Total	R\$ 7.817.342,00
Valor econômico retido [calculado como "valor econômico direto gerado" menos "valor econômico distribuído"]	
Total	R\$ 164.457,00



NOSSO TIME

Um excelente lugar para se trabalhar

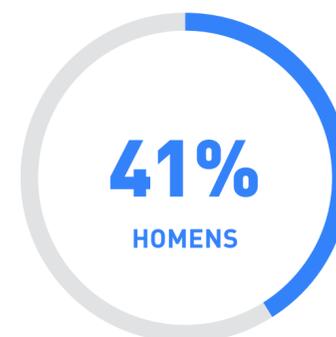
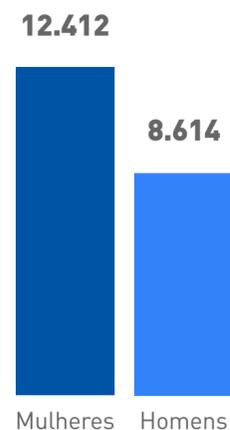
Perfil da equipe

GRI
102-8
102-41
401-1
405-1
404-3

NAS 348 CIDADES BRASILEIRAS ONDE ATUAMOS, CONTAMOS COM UM TIME DE 21.026 COLABORADORES QUEM TÊM O CUIDADO PELAS PESSOAS COMO O MAIOR PROPÓSITO DE SEU TRABALHO. EM SUA MAIORIA, NOSSA EQUIPE É FORMADA POR MULHERES, QUE REPRESENTAM 59% DE NOSSA FORÇA DE TRABALHO. CERCA DE 80% DE NOSSO TIME ESTÁ CONCENTRADO NAS REGIÕES NORDESTE E SUDESTE DO PAÍS. POSSUÍMOS TAMBÉM CERCA DE 1,2 MIL COLABORADORES INDIRETOS.

Em 2021, foram 6.107 admissões em nosso time, *versus* 4.769 demissões – com especial destaque para o nosso *turnover* anual, que está estabilizado em torno de 20% ao ano. Todos (100%) os colaboradores estão cobertos por acordo ou negociação coletiva.

Número de colaboradores diretos, por gênero



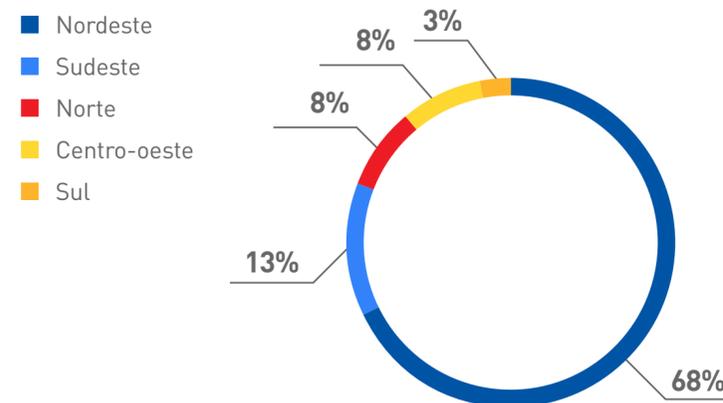
Colaboradores, por faixa etária	Mulheres	Homens
Até 29 anos	5.493	4.288
Entre 30 e 50 anos	6.472	3.927
Mais de 50 anos	447	399
Total	12.412	8.614



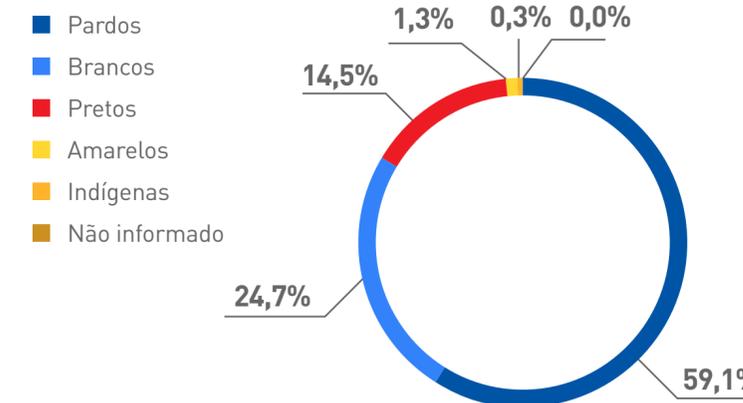
DO TOTAL DE COLABORADORES, 931 PESSOAS TÊM ALGUM TIPO DE DEFICIÊNCIA.

EM CARGOS DE LIDERANÇA AS MULHERES TAMBÉM SE DESTACAM, OCUPANDO 58% DAS POSIÇÕES DE GESTÃO.

Colaboradores por região



Percentual de colaboradores por raça/etnia



Colaboradores diretos, por categoria funcional

Categorias funcionais	Mulheres	Homens
Diretor	1	21
Diretoria ampla	2	10
Gerência	74	104
Gerência de loja	759	434
Gerência executiva	8	34
Coordenador	61	61
Técnico	2.434	1.003
Administrativo	358	475
Manutenção	1	18
Operacional	8.129	6.082
Aprendizes	435	299
Estagiários	150	73
Total	12.412	8.614

Admissões e demissões

Embora 2021 tenha sido um ano desafiador, conseguimos manter nosso crescimento orgânico e gerar 1.338 novos postos de trabalho.

Ao todo, foram 6.107 admissões, *versus* 4.769 demissões, conforme dados a seguir.

Número de admissões, por gênero



Número de demissões, por gênero



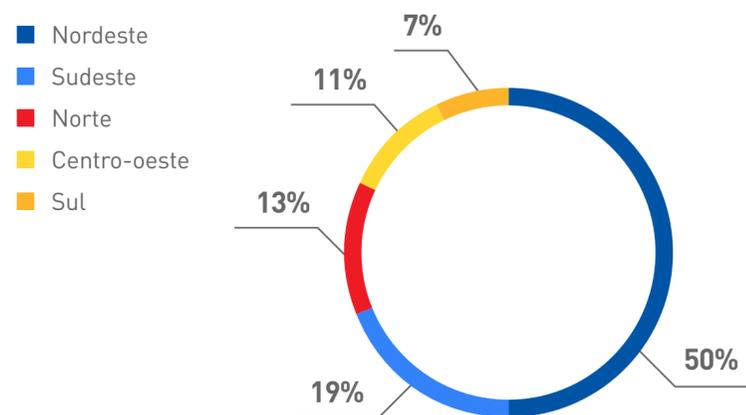
NÚMERO DE ADMISSÕES, POR FAIXA ETÁRIA



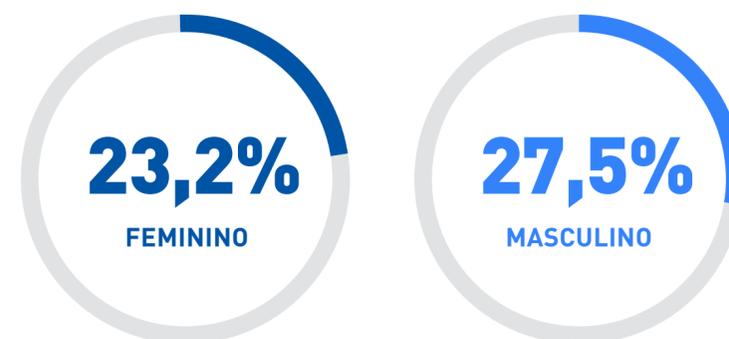
NÚMERO DE DEMISSÕES, POR FAIXA ETÁRIA



Percentual de admissões por região



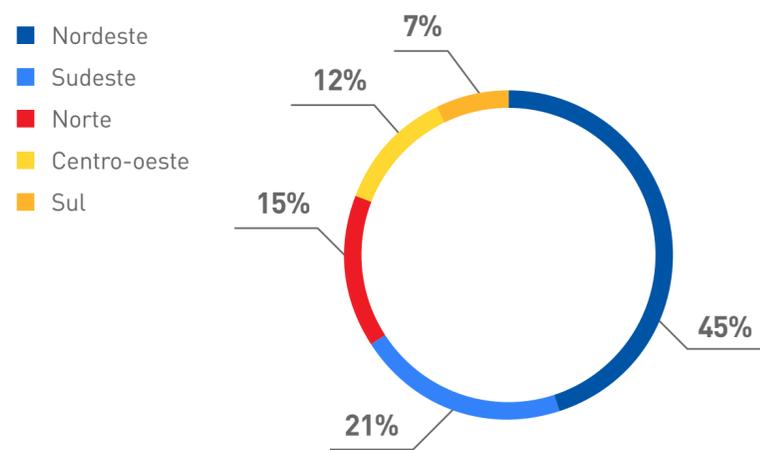
Rotatividade por gênero



ROTATIVIDADE, POR FAIXA ETÁRIA



Percentual de demissões por região



Acompanhamos de perto os indicadores de admissão e demissão da Companhia, com o propósito de assegurar e manter um *turnover* inferior ao do mercado farmacêutico varejista.

A gestão de pessoas é uma de nossas prioridades e um dos principais eixos estratégicos do nosso negócio. Exemplo disso são os Grupos de Desenvolvimento (GDs): quando identificamos colaboradores com menor performance em lojas, implementamos um plano de desenvolvimento com foco em competências técnicas e comportamentais. Assim, esses colaboradores têm a chance de aprimorar suas habilidades, melhorando – por consequência – seu desempenho e produtividade. Veja mais sobre desenvolvimento dos colaboradores na página 63.

Escala de trabalho inteligente

Em outubro, adotamos a jornada de “Escala de Trabalho Inteligente” em todas as lojas da rede de atendimento, com o controle dos horários de maior fluxo de clientes e ajustes nos turnos dos colaboradores. Com isso, conseguimos organizar e otimizar a gestão de escala dos operadores em loja, atender a demanda de cada unidade de acordo com sua realidade, garantindo um atendimento ainda melhor ao cliente e proporcionando mais qualidade de vida aos colaboradores.

Diversidade e inclusão

GRI
102-8
405-1

SOMOS UMA EMPRESA PLURAL, COM PRESENÇA EM TODOS OS ESTADOS BRASILEIROS. POR ISSO, PREZAMOS POR UM AMBIENTE DE TRABALHO DIVERSO, INCLUSIVO, SEGURO E SAUDÁVEL.

Trabalhamos todos os dias por uma empresa que dê cada vez mais oportunidades de desenvolvimento pessoal e profissional, sem qualquer forma de distinção ou discriminação.

Em 2021, com a criação da nossa Coordenação de Diversidade e Inclusão, fortalecemos nosso compromisso com o tema. Como consequência, realizamos o Diagnóstico Diversidade e Inclusão, parte do primeiro Perfil Social realizado na Companhia – que contou com adesão de 86% dos colaboradores. Além disso, passamos a fazer o acompanhamento de indicadores estratégicos de inclusão e iniciamos a sensibilização de toda a equipe (com foco nas lideranças) sobre o tema.

Esse trabalho resultou na definição das nossas cinco frentes prioritárias bem como na definição da forma como iríamos atuar:

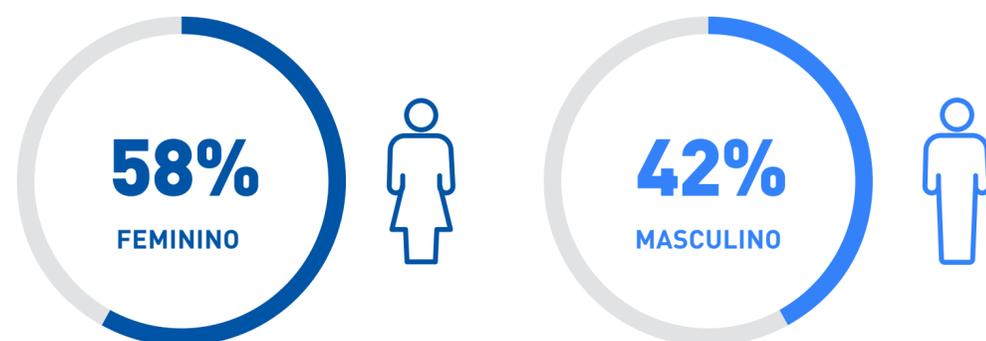
- 1. Equidade de Gênero**
Empoderamento e promoção de um ambiente seguro, saudável e acolhedor.
- 2. Inclusão de Pessoas com Deficiência**
Acessibilidade, adequação aos princípios do desenho universal.
- 3. Equidade Racial**
Respeito e representatividade.
- 4. Integração de Diferentes Gerações**
Valorização e integração.
- 5. Igualdade de Oportunidades LGBTQIAP+**
Oportunidades para todos.



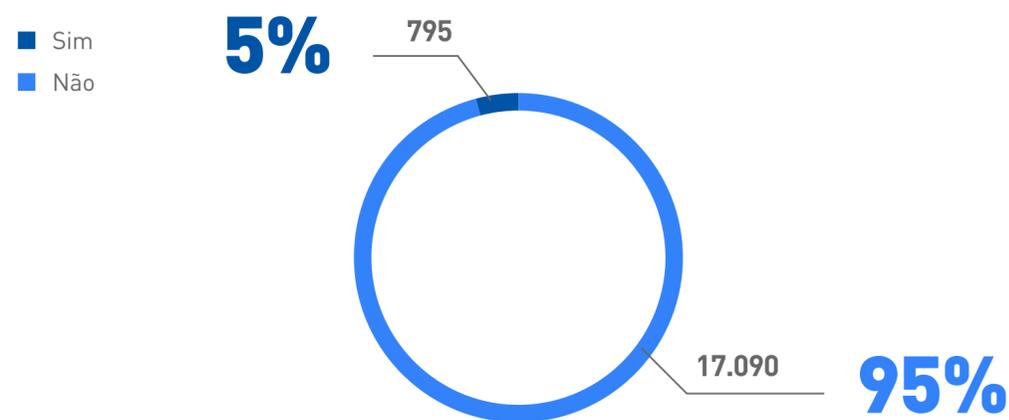
Diagnóstico da Diversidade

EM 2021, REALIZAMOS O PRIMEIRO LEVANTAMENTO DE PERFIL SOCIAL DA COMPANHIA. A PESQUISA CONTOU COM 86% DE ADESÃO DOS NOSSOS COLABORADORES. CONFIRA O RESULTADO NOS GRÁFICOS A SEGUIR.

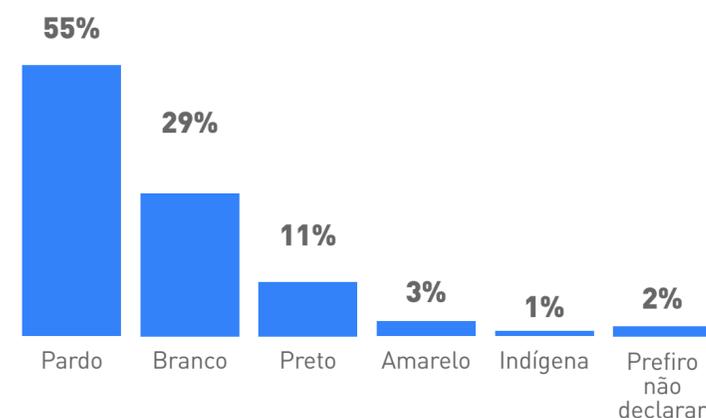
Sexo Biológico



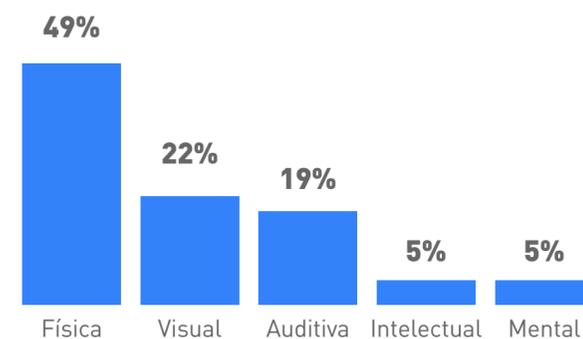
Possui algum tipo de deficiência?



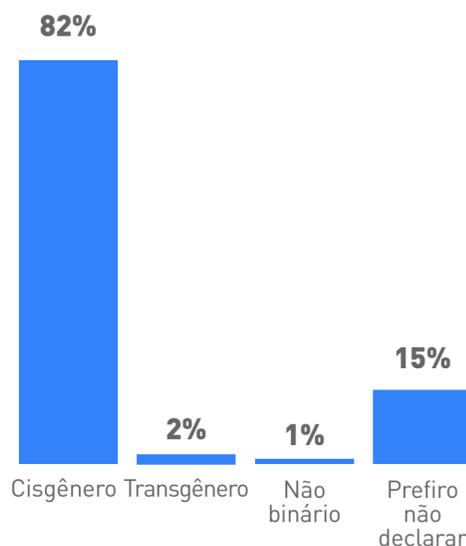
Etnia



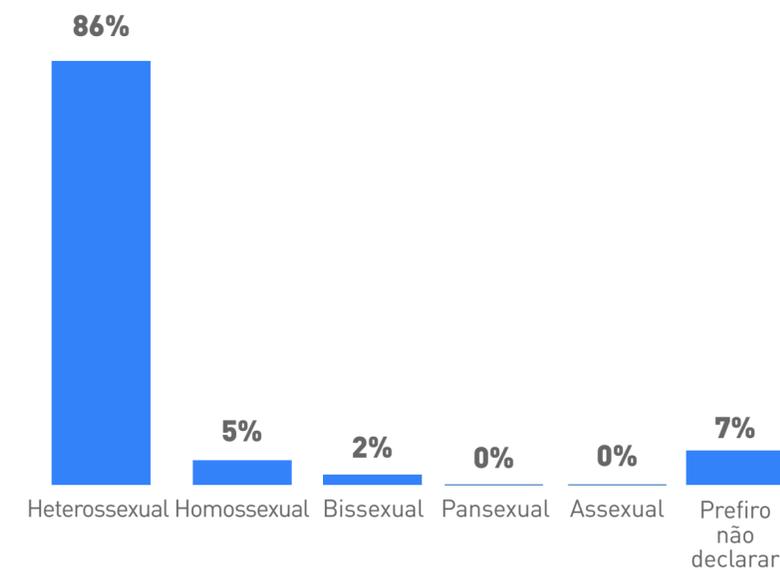
Deficiência



Identidade de Gênero



Orientação Sexual



Em complemento a esse trabalho, estruturamos nossa **Política de Diversidade e Inclusão**, formalizando-a para todos os *stakeholders*, estabelecendo os seguintes compromissos:

Compromissos da Política de Diversidade

1

Construir um ambiente respeitoso e acolhedor em todas as nossas unidades de negócio;

2

Combater todo e qualquer tipo de discriminação e vieses inconscientes;

3

Ter um ambiente corporativo diverso e representativo em todos os nossos níveis de gestão, por meio dos processos de contratação e encarreiramento, como foco nas frentes de equidade de gênero e racial;

4

Promover um ambiente inclusivo para todos os nossos colaboradores seguindo os princípios do desenho universal;

5

Formar, sensibilizar e conscientizar todos os nossos colaboradores, em todas as nossas unidades de negócio sobre as temáticas de equidade de gênero, raça, orientação sexual, identidade de gênero, inclusão de pessoas com deficiência e de diferentes gerações;

6

Formalizar e reconhecer nossa jornada de Diversidade e Inclusão, em cada uma das nossas frentes de trabalho, por meio da adesão de selos, movimentos e redes relacionadas a essa causa;

7

Realizar processos seletivos totalmente inclusivos, por meio da capacitação de todo o time de Recursos Humanos, lideranças e demais responsáveis diretos deste processo, quanto à temática da Diversidade e Inclusão, vieses inconscientes e ações afirmativas;

8

Dar ampla publicidade ao Manifesto de Diversidade e Inclusão da Pague Menos, nosso posicionamento oficial quanto à Diversidade e Inclusão, junto a todos os nossos *stakeholders*; e

9

Dar ampla publicidade a essa Política de Diversidade e Inclusão em todas as nossas unidades de negócio e para todos os nossos *stakeholders*, especialmente colaboradores, fornecedores e investidores.

Compromisso em cuidar

Nossos materiais de comunicação desenvolvidos ao longo de 2021 apresentaram e disseminaram os compromissos assumidos em nossa Política de Diversidade e Inclusão, bem como promovem a sensibilização e conscientização dos nossos *stakeholders* sobre o tema, a fim de engajar todas as pessoas na construção de uma sociedade mais inclusiva.



**CLIQUE
AQUI**
PARA ACESSAR O
VÍDEO MANIFESTO.



GRI
102-12

Selos e movimentos

Buscando reafirmar nosso posicionamento em cada frente de Diversidade e Inclusão, aderimos e passamos a integrar, em 2021, com os seguintes movimentos e compromissos empresariais:



Selo WOB

Recebemos o selo Women on Board (WOB), pela presença de três mulheres em nosso Conselho de Administração.



ONU Mulheres

Aderimos ao movimento em defesa dos direitos humanos das mulheres.



Coalizão Empresarial para Equidade Racial e de Gênero

Fazemos parte da união de diversas empresas pela promoção e incentivo da equidade, liderado pelo Instituto Ethos.



Rede Empresarial de Inclusão Social pela Empregabilidade das Pessoas com Deficiência (REIS)

Integramos a REIS, rede de empresas que busca promover a inclusão de pessoas com deficiência no mercado de trabalho por meio de qualificação, contratação e retenção.



Selo Engaja Sênior

Reconhece organizações que possuem 5% ou mais do quadro total de colaboradores composto por pessoas com mais de 50 anos, bem como estão comprometidas com a integração desse público.

Programas de Diversidade

Em 2021, iniciamos cinco programas que tem como objetivo acelerar a inclusão da diversidade na Companhia. Confira a seguir:



PROGRAMA DE REPRESENTATIVIDADE: composto pela nossa Comissão de Diversidade e Inclusão e os nossos cinco Grupos de Afinidade (um para cada frente prioritária);



PROGRAMA DE PDI ACELERADO: metodologia e jornadas de desenvolvimento mais robustas e aceleradas para pessoas das nossas frentes de Diversidade e Inclusão;



PROGRAMA TRAINEE OPERAÇÕES: seleção afirmativa para os nossos talentos internos, buscando aumentar os percentuais de inclusão em cargos de gerência, especialmente na parte de loja;



PROGRAMA DE ATRAÇÃO E SELEÇÃO INCLUSIVAS: estruturação de um processo seletivo mais inclusivo, desde a divulgação e descrição da vaga até a devolutiva e o feedback pós-contratação; e



PROGRAMA DE ACESSIBILIDADE: adaptação da estrutura psicossocial da Pague Menos aos princípios do desenho universal.



Saúde e segurança do trabalho

GRI
403-1
403-2
403-3
403-4
403-5
403-6
403-9

O BEM-ESTAR E INTEGRIDADE FÍSICA DE NOSSOS COLABORADORES SÃO NOSSAS PRIORIDADES, ALINHADAS AO PROPÓSITO DE PROMOVER UMA VIDA MAIS PLENA PARA TODOS. ASSIM, DESENVOLVEMOS UMA SÉRIE DE CUIDADOS E PROCEDIMENTOS PARA PREVENIR ACIDENTES E MANTER CONDIÇÕES ADEQUADAS DE SAÚDE E SEGURANÇA EM NOSSOS AMBIENTES DE TRABALHO.

Dispomos de equipes especializadas, compostas por médicos, enfermeiros e técnicos de enfermagem que auxiliam na implementação do Programa de Controle Médico de Saúde Ocupacional (PCMSO), monitorando e supervisionando as atividades desenvolvidas.

A Comissão Interna de Prevenção de Acidentes (CIPA) tem importante papel na identificação e minimização de riscos. Essa estrutura é apoiada pelo Comitê de Saúde e Segurança, responsável por elaborar o mapa de risco, organizar a Semana Interna de Prevenção de Acidentes no Trabalho (SIPAT) e verificar as condições de trabalho, entre outras atribuições.

O Serviço Especializado em Engenharia de Segurança e em Medicina do Trabalho (SESMT) atua em todas as áreas da Companhia, nas mais diversas localidades: da admissão dos colaboradores, passando pela realização dos exames ocupacionais, treinamentos obrigatórios e integrações.

Nosso objetivo é identificar, prevenir e diminuir riscos e perigos, como acidentes a caminho do trabalho ou em loja – com objetos perfurocortantes, quedas e torções. Nossos processos de identificação de riscos e perigos acontece por meio de:

Visitas técnicas

Programadas e agendas em cada unidade;

Coleta de dados

Sobre fatores de riscos e perigos, por meio de lista de verificação;

Avaliação de dados

Categorizados por frequência, gravidade, nível de riscos, medidas de controle e efeitos da exposição conforme parâmetros do sistema de gestão integrado de Saúde e Segurança Ocupacional (SOC); e

Calibração do sistema integrado de gestão

Com os dados considerados relevantes.

INDICADORES DE SAÚDE E SEGURANÇA



4.620.000
NÚMERO DE HORAS
TRABALHADAS



456 NÚMERO DE DIAS
PERDIDOS - ACIDENTES DE
TRABALHO COM AFASTAMENTO



47 NÚMERO
TOTAL DE ACIDENTES
(TÍPICO E DE TRAJETO)

Acidentes	Com afastamento	Sem afastamento	Total
Número de acidentes de trabalho (típico)	22	1	23
Número de acidentes de trajeto	23	1	24



Os principais tipos de acidente identificados são:

De trajeto:

a caminho do trabalho, envolvendo motos;

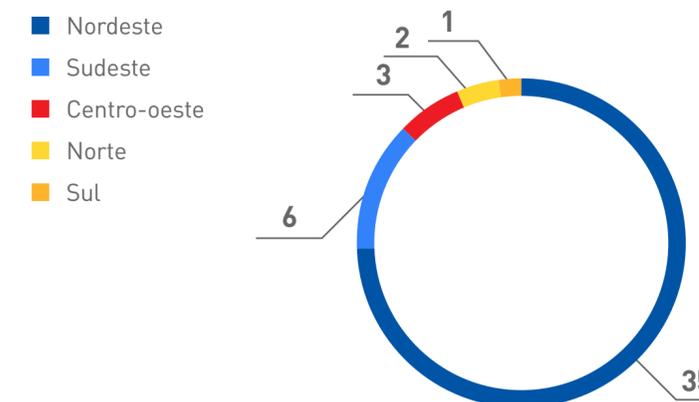
Típicos:

em loja, relacionado a perfurocortantes, quedas e torções.

Algumas das medidas tomadas para eliminar ou minimizar riscos envolvem:

- 1 Implantação de lista de verificação para auditoria interna e procedimentos operacionais padrão (POP);
- 2 Visitas técnicas às lojas, com relatórios e laudos (PGR, PCMSO, LTCAT e AET) buscando resolver possíveis não conformidades;
- 3 Contratação de empresa especializada para gerir a Segurança e Saúde no Trabalho;
- 4 Treinamento de todos os membros da CIPA;
- 5 Vistorias anuais em todas as filiais;
- 6 Encontros mensais falando sobre formas seguras de exercer tarefas e evitar acidentes.

Números de acidentes, por região



Taxa de frequência e de gravidade de acidentes	2021
Taxa de Frequência (TF) ⁹ de empregados próprios	10,17
Taxa de Gravidade (TG) ¹⁰ de empregados próprios	197,40

⁹ TF = nº. acidentes X 1.000.000 / HHT

¹⁰ TG= (nº. de dias de dias perdidos + dias debitados) X 1.000.000 / HHT

Melhorias adotadas com base nas avaliações de Saúde e Segurança

- Mudança para mobiliário mais ergonômico.
- Disponibilização em nossa Universidade Corporativa de diversos conteúdos sobre Saúde e Segurança para os nossos colaboradores.
- Realização de treinamentos de capacitação.
- Início da construção de uma estrutura de ambulatório no Centro de Distribuição da Bahia.



Covid-19: cuidados com nossa gente

A pandemia de Covid-19 potencializou o zelo com a saúde e a segurança de nosso time, especialmente dos que estiveram na linha de frente de combate à pandemia, atendendo diretamente nossos clientes.

Para assegurar a proteção de todos, elaboramos um **Manual de Procedimentos, prevenção e protocolo para Covid-19**: um compilado com orientações sobre protocolos e boas práticas para o varejo farmacêutico.

Em 2021, quando o Brasil enfrentou a fase mais aguda da pandemia, os cuidados foram intensificados, com campanhas de comunicação frequentes sobre ações para evitar o contágio pelo novo Coronavírus e, também, sobre formas de aliviar o estresse, com foco na promoção da saúde mental.



Benefícios e qualidade de vida

GRI
401-2
403-6

ALÉM DAS OBRIGAÇÕES LEGAIS, OFERECEMOS BENEFÍCIOS COMPLEMENTARES, A FIM DE PROPORCIONAR MAIS SEGURANÇA E CONFORTO AOS COLABORADORES QUANTO À SAÚDE E AOS CUIDADOS COM A FAMÍLIA.

- Assistência médica;
- Assistência odontológica;
- Auxílio funeral e cobertura para incapacidade/invalidez ;
- Convênio com academias/Gympass por adesão;
- Remuneração variável;
- Seguro de Vida em grupo;
- Empréstimo consignado;
- Sempre Bem Saúde, cartão de saúde por adesão;
- E-pharma, programa de crédito para compras na rede;
- Descontos em medicamentos e serviços da Clinic Farma, além de uma aferição de pressão e um teste de glicemia semanal gratuitos.

Em virtude das adaptações advindas da pandemia da Covid-19 e com um olhar humano para nossa equipe, implementamos, em 2021, um departamento dedicado à qualidade de vida dos colaboradores. A equipe analisou dados coletados do Perfil Social, índices internos de absenteísmo, sinistros de plano de saúde assim como informações do diagnóstico da pesquisa de clima para traçar sua estratégia de atuação. A área tem como prioridade três pilares . Confira ao lado.

01 Programa Viver Bem

55% dos nossos colaboradores identificaram no Perfil Social sua qualidade de vida como “boa”, o que indica um espaço e uma demanda para aprimoramento dentro da Pague Menos. Assim, esse pilar atua em cinco eixos:

- Saúde mental
- Saúde física
- Saúde financeira
- Saúde social
- Educação em saúde

Iniciamos, em 2021, a implementação com duas importantes iniciativas: nosso Programa de Gestantes para acompanhamento durante o período gestacional e pós-parto, com cobertura para 100% das nossas colaboradoras e previsão de extensão para dependentes. E campanhas robustas de Educação em Saúde sobre o autocuidado e a prevenção de doenças.

02 Assistência social

Desenvolvido com suporte da área de Recursos Humanos, com direcionamento e atendimento de demandas específicas dos colaboradores, tais como afastamento de colaboradores por motivos de saúde, acompanhamento de familiares para acionar o seguro de vida e atendimentos em situações de catástrofes, como enchentes e outros.

03 Voluntariado

Nosso levantamento social revelou que 68% dos nossos colaboradores se interessam em participar de ações voluntárias. Um programa de voluntariado está sendo estruturado e passará a ser mais desenvolvido a partir de 2022. Em 2021, contou com as seguintes iniciativas:

a) Natal Solidário

Como uma das primeiras iniciativas, o programa mobilizou os colaboradores para contribuir com roupas, sapatos e brinquedos em uma ação natalina. Cerca de 800 crianças, de nove instituições em oito cidades brasileiras, foram beneficiadas.

b) Campanhas de Doação

Os voluntários também aderiram a uma campanha de doação de sangue e cadastro para doação de medula óssea. Cerca de 80 colaboradores da matriz, em Fortaleza (CE), participaram.

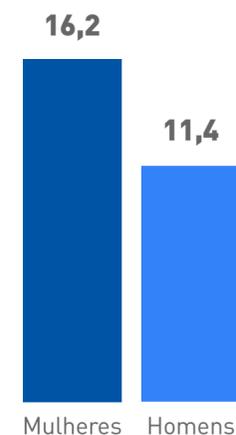
Treinamento e desenvolvimento

GRI
404-1;
404-2

NOSSO FOCO É CAPACITAR OS COLABORADORES EM TODOS OS NÍVEIS DE ATUAÇÃO, POR MEIO DE PROGRAMAS DE TREINAMENTOS, POIS ACREDITAMOS QUE O DESENVOLVIMENTO E O CONHECIMENTO TRANSFORMAM AS PESSOAS E OS NEGÓCIOS.

Em 2021, contabilizamos 304,3 mil horas de treinamentos: 202,9 mil dedicadas às mulheres e 101,4 aos homens.

Média de horas de treinamento, por gênero



Cerca de 42% dos nossos colaboradores têm Ensino Médio Completo, enquanto 20% são graduados e 14% chegaram à pós-graduação (mestrado, doutorado ou especialização).

Em 2019, capacitamos mais de 18 mil colaboradores com o nosso Método de Atendimento em Vendas e investimos em nossa liderança, por meio de programas excelência e gestão. Mais recentemente, em 2020, evoluímos e lançamos a UP Farma, nossa universidade corporativa, um braço educacional do nosso pilar de desenvolvimento.

Contamos com trilhas de desenvolvimento, que incluem – além do nosso Método de Atendimento em Vendas, treinamento sobre as Marcas Próprias da Pague Menos, processos, integração, sistemas e outros.



UP Farma



A universidade corporativa da Pague Menos oferece formação para colaboradores de todas as áreas operacionais. A iniciativa conta com formações virtuais e presenciais, estrutura de campus e lojas-escolas, que auxiliam na disseminação do conhecimento e na jornada de desenvolvimento de nossos colaboradores.

A iniciativa reduz o tempo da curva de aprendizado, com o objetivo de assegurar mais segurança técnica e qualidade operacional. Além disso, o projeto torna nosso processo de integração dos novos colaboradores mais estruturado e encantador.

EM APENAS QUATRO MESES, IMPLANTAMOS 67 POLOS DE LOJAS-ESCOLAS EM TODO O TERRITÓRIO NACIONAL.

A UP Farma promove treinamento e capacitação por meio de seis escolas de formação:

Escola de líderes

Trabalha competências técnicas e comportamentais e dissemina a cultura da Companhia.

Educafarma

Trata de temas farmacológicos e regulatórios, focada em capacitação clínica para nossos farmacêuticos.

Escola de excelência em atendimento

Treina e desenvolve nossas equipes dentro dos padrões de atendimento da Pague Menos, com foco na experiência do cliente.

Escola de excelência operacional

Com foco em produtividade, promove conhecimentos técnicos e cria processos mais eficientes.

Escola de tecnologia

Busca soluções inovadoras para aprimorar e modernizar a nossa rotina no varejo.

Escola de varejo do futuro

Promove práticas de inclusão, diversidade e sustentabilidade.

Além de unir teoria e prática, a UP Farma também desenvolve projetos de Responsabilidade Social, com o intuito de formar mão de obra qualificada para o varejo, investindo na carreira da nossa gente e do Brasil.

Atualmente, o projeto já conta com alguns cursos abertos à sociedade, permitindo o desenvolvimento também das comunidades nas quais estamos inseridos.

QUEREMOS SER A MAIOR REFERÊNCIA EM FORMAÇÃO PARA VAJERO FARMACÊUTICO DO BRASIL.

Desenvolver e evoluir

Por meio do patrocínio e de parcerias com outras marcas, conseguimos viabilizar o desenvolvimento e a formação dos nossos colaboradores. Só em 2021, atingimos importantes marcos:

RECORDE DE

103 MIL

CERTIFICADOS EMITIDOS E 301 MIL HORAS DE FORMAÇÃO

POR MEIO DE NOSSA PARCERIA COM O GRUPO KROTON, OFERECEMOS DESCONTOS

DE ATÉ **60%**

NAS MENSALIDADES DE VÁRIAS FACULDADES PELO PAÍS

FORNECEMOS MAIS DE

230 BOLSAS

DE ESTUDO PARA AS NOSSAS LIDERANÇAS

LANÇAMOS NOSSO PROGRAMA DE FORMAÇÃO DE DESENVOLVEDORES, PARA ATUAR NA ÁREA DE TECNOLOGIA DA COMPANHIA



GRI 404-3

Avaliação de desempenho

Também foi ao longo de 2021 que implementamos nossa área de Desempenho, Carreira e Sucessão. Nosso processo de avaliação está estruturado com base no fluxo de:



O processo é feito por meio de uma plataforma referência em avaliação de desempenho e conta com práticas consagradas no mercado, como feedback, definição de Planos de Desenvolvimento Individuais (PDI), mapeamento de talentos e plano de sucessão para cargos-chave.

Só no ano de implantação, 3.640 colaboradores tiveram seu desempenho avaliado, entre diretoria, gerência, coordenação, corpo técnico, administrativo e operacional.

Cultura organizacional

TEMOS MAIS DE 40 ANOS DE HISTÓRIA E UM FUTURO BASTANTE PRÓSPERO. RECENTEMENTE, ESTRUTURAMOS UM PLANO DE EXPANSÃO QUE CONTRIBUIRÁ PARA A RÁPIDA AMPLIAÇÃO DA EMPRESA.

Com os compromissos assumidos nas frentes ASG, e com foco em inovação para impulsionar esse crescimento, teremos grandes e importantes desafios à frente. Por isso, entendemos ser preciso cuidar e potencializar a nossa cultura organizacional, o alicerce que nos mantém há quatro décadas promovendo a saúde para todos os brasileiros.

Em 2021, iniciamos o Sou Gigante, Projeto de Potencialização da Cultura Pague Menos. Por meio de um diagnóstico completo, que contou com apoio de consultoria, pesquisas e a participação de mais de 50% do nosso time, ouvimos a opinião dos nossos colaboradores sobre diferentes aspectos da nossa Companhia.

Nossos colaboradores mostraram suas visões sobre o dia a dia da empresa, processos, sistemas e comportamentos percebidos que são potenciais oportunidades de melhoria. O resultado do diagnóstico foi desenvolvido a partir de 70 grupos focais, entrevistas individuais com toda a alta gestão e cruzamento com os dados coletados a partir da pesquisa Great Place to Work (GPTW).

Após essa imersão, direcionamos nosso olhar para o futuro, priorizando para 2022, seis frentes de atuação:



Cultura desejada Pague Menos

Queremos potencializar as forças da nossa cultura, nos tornando cada vez mais uma empresa inovadora, com uma forte marca empregadora – cujo foco sejam as pessoas. Também queremos que nossos colaboradores possam realmente vivenciar nossos valores organizacionais, em um ambiente de alta performance, de resultados sólidos e sustentáveis. Almejamos formar uma liderança inspiradora e cooperativa, em um ambiente em que todos sintam um grande senso de pertencimento, que nos impulsionará a grandes conquistas.

Gestão do clima

NOSSO CRESCIMENTO E RESULTADO ESTÃO ATRELADOS TAMBÉM À SATISFAÇÃO DOS NOSSOS COLABORADORES.

Nosso principal indicador em relação ao clima é a pesquisa Great Place to Work (GPTW), que reconhece as melhores empresas para se trabalhar conforme as melhores práticas de gestão de pessoas do mercado.



19.591
CONVIDADOS



6.572
QUESTIONÁRIOS
RESPONDIDOS



10.606
COMENTÁRIOS

Destaques do Clima

Segundo a pesquisa GPTW de 2021, os colaboradores da Pague Menos são motivados, em sua grande maioria, pela oportunidade de crescimento.

Em 2021, no ranking nacional, ficamos entre as 10 melhores empresas do varejo na categoria “Super Grande”. Somado a esse importante reconhecimento, somos GPTW também na região Norte e no Rio Grande do Norte e ganhamos o recém-criado selo IGPTW-B3, carteira teórica de ativos, elaborada de acordo com as empresas certificadas e as melhores empresas para trabalhar.



55%
OPORTUNIDADE
DE CRESCIMENTO



20%
QUALIDADE
DE VIDA



10%
REMUNERAÇÃO
E BENEFÍCIOS



9%
ALINHAMENTO
DE VALORES



4%
ESTABILIDADE



Referência em Excelência em Gestão de Pessoas

Estamos entre as 10 empresas mais bem avaliadas no Índice de Investimento em Capital Humano (ICH) pelo segundo ano consecutivo, de acordo com a pesquisa da revista *Gestão RH*, realizada com apoio da Fundação Getúlio Vargas (FGV) *in Company*.

O mapeamento avaliou as práticas em gestão de pessoas e o grau de investimento em capital humano, bem como identificou estratégias e tendências ao correlacionar as práticas de gerência de colaboradores, grau de engajamento

dos empregados e desempenho das empresas, detectando as corporações com melhor gestão de RH.

Ao todo, cerca de 250 Companhias foram avaliadas nas seguintes dimensões: desenvolvimento humano e organizacional, cidadania corporativa, práticas de gestão de pessoas e ambiente psicologicamente saudável. As práticas de gestão da Pague Menos foram muito bem avaliadas, totalizando 872 pontos.



GESTÃO SOCIOAMBIENTAL

Saúde para todos e para o planeta



Como parte do setor de produtos farmacêuticos, com ampla capilaridade em todo o país, a **Pague Menos** mantém **relacionamento** com diversos públicos. Além dos clientes e demais integrantes das **comunidades** onde estamos inseridos, buscamos manter **conexões sólidas**, pautadas por ética e cooperação, com fornecedores, investidores e agentes públicos, entre outros.

Outro importante pilar da nossa estratégia ASG, a saúde do planeta, ganha atenção especial da gestão da Companhia.



Clientes

GRI
103-1
103-2
103-3

NOSSA PRINCIPAL PREOCUPAÇÃO É FORNECER PRODUTOS E SERVIÇOS DE QUALIDADE E SEGURANÇA, QUE ESTEJAM DENTRO DAS EXIGÊNCIAS LEGAIS, REGULATÓRIAS E INTERNAS (COMO AS EXIGIDAS POR AUDITORIAS REALIZADAS PELA PRÓPRIA PAGUE MENOS). ASSIM, GARANTIMOS ABSOLUTO RESPEITO AOS NOSSOS CLIENTES, QUE ESTÃO NO CENTRO DOS NOSSOS NEGÓCIOS.

Focamos na classe média expandida, que engloba as classes sociais B2, C e D. Nesse universo, nosso principal cliente é a pessoa acima dos 55 anos, que realiza em média uma compra ao mês.

Além de oferecer qualidade, queremos que nossos consumidores vivam plenamente, tendo suas necessidades atendidas quando, como e da forma que precisam. Por isso, em 2021 seguimos nosso plano de incrementar a gestão de estoque, buscando garantir que nossos clientes encontrassem os produtos que procuravam.

Ao longo do ano, também investimos em ações promocionais personalizadas para os mais de 32 milhões de participantes do nosso Programa de Fidelidade Sempre, demonstrando que realmente conhecemos nossa base de clientes.

Saúde para todos

Como forma de garantir acesso a medicamento à população de baixa renda, a Pague Menos participa do programa Aqui Tem Farmácia Popular, do Governo Federal. Assim, nossos clientes encontram os melhores descontos – de até 90% - em anticoncepcionais, medicações para rinite, osteoporose, Parkinson e outras condições médicas, e remédio gratuito para diabetes, hipertensão e asma. Para garantir o benefício, é preciso apresentar apenas a receita, o número do CPF e um documento original com foto. Em 2021, 890.723 pessoas foram atendidas pelo Programa em nossas lojas.



CONFIRA NESTE VÍDEO AS INICIATIVAS DA PAGUE MENOS PARA GARANTIR SEMPRE O MELHOR PREÇO A NOSSOS CLIENTES.

Programa de Fidelidade Sempre

Há duas categorias de adesão ao programa, cada uma com benefícios especiais e descontos exclusivos. A mudança de categoria acontece por meio do acúmulo no valor em compras, a partir de R\$ 1,2 mil durante um semestre, o cliente se torna Ouro.

Cliente Azul

- Preços diferenciados;
- Ofertas exclusivas através do Desconto Só Meu;
- Comunicações personalizadas.

Cliente Ouro

- Atendimentos mensais gratuitos e descontos nos demais serviços do Clinic Farma;
- Descontos em medicamentos de uso contínuo;
- Cupom de desconto exclusivo para uso no site;
- Atendimento preferencial no SAC Farma;
- Frete grátis em compras pelo site e televendas, válido para quatro entregas mensais;
- Ofertas exclusivas em produtos das Marcas Próprias Pague Menos.

No segundo semestre de 2021, fortalecemos nossa atuação com o Plano de Aderência ao Tratamento – lembrando nossos clientes dos cuidados com sua saúde, por meio de lembretes sobre medicações que precisam ser recompradas mensalmente.

Outra frente importante de relacionamento com esse público são os canais digitais, que complementam as vendas em loja. Nossa plataforma *omnichannel* possibilita uma melhor experiência de compra de produtos e serviços para os clientes, que podem escolher o canal de compra e a forma de entrega.

Satisfação

Para mensurar a satisfação de nossos clientes, monitoramos nosso *Net Promoter Score* (NPS). Obtivemos, ao longo do ano, um *score* médio de 74 – um patamar de excelência.

No Reclame Aqui, site que mensura a reputação de empresas, atingimos 8,5 pontos – índice considerado Ótimo, garantindo a manutenção do selo RA 1000 (entregue às Companhias que se destacam pelo excelente índice de atendimento).

Marcas Próprias

Não queremos apenas fidelizar nossos clientes, mas também trazer mais acessibilidade aos produtos que ofertamos. Nossa linha de Marcas Próprias é parte importante dessa ação: produtos da própria Pague Menos têm um custo entre 10 e 15% mais baixo do que de fornecedores parceiros.

As marcas Dauf, Amorável, Power Vita, Pague Menos, Ativday, Choices Beauty e Moringa Brasil oferecem produtos cosméticos, de higiene pessoal, perfumaria, primeiros socorros e suplementos com a qualidade que nossos clientes já conhecem e preços mais acessíveis.



74
DE NET PROMOTER SCORE.

8,5
PONTOS NO RECLAME AQUI, GARANTINDO A MANUTENÇÃO DO SELO RA 1000.



	<p>Oferece uma gama de produtos cosméticos e de higiene, que vão de hidratantes e desodorantes, até protetor solar, cremes e mesmo pastilhas de gengibre e testes de gravidez.</p>
	<p>Linha de produtos dedicada às mães e bebês, com itens para cuidados com as gestantes e crianças, do desenvolvimento à higiene. Em 2021, lançamos as fraldas infantis da marca.</p>
	<p>Marca de vitamínicos e suplementos que buscam trazer mais qualidade de vida para consumidores de diferentes idades.</p>
	<p>Oferece itens para tratamentos de saúde, como equipamentos de inalação, balanças e termômetros e para primeiros socorros, como gases e outros.</p>
	<p>Marca que oferece tecnologia em nutrição, são vitaminas e minerais produzidos com foco na suplementação, seja para o dia a dia, ou para atividades esportivas.</p>
	<p>Linha mais cosmética, com itens que vão desde shampoos e condicionadores até acessórios para cabelos.</p>
	<p>Mais nova marca, oferece opções naturais de cuidado com a beleza, trabalhando produtos com óleos e extratos, por exemplo.</p>
	<p>Marca de produtos sustentáveis, veja mais a seguir.</p>

ECO Pague Menos

Contamos ainda com uma marca voltada para produtos sustentáveis, alinhados ao nosso compromisso com o meio ambiente. São itens veganos, não testados em animais e com embalagens recicláveis. Há canudo, copos, garrafas, *ecobags*, shampoo e condicionador em barra e escovas de bambu.



O grande destaque de 2021 foi o lançamento dos produtos em barra para cuidar dos cabelos, com grande aceitação e repercussão positiva entre nossos clientes.

Com a linha ECO, apoiamos a ONG Eco Museu Natural do Mangue da Sabiaguaba (EcoMuNaM), que promove educação ambiental e contribui com a recuperação de florestas de manguezais. Parte do lucro obtido com a venda dos produtos é destinado à instituição, localizada no Ceará, mas com a atuação em todo o Brasil.

Kit Hidratante corporal + Sabonete líquido veganos

Creme formulado com emoliente vegetal da cana de açúcar e sabonete feito com glicerina vegetal. Livres de petrolatos, silicones, parabenos e conservantes.

Hastes flexíveis

Esta versão da haste flexível Pague Menos é produzida totalmente em papel, por isso tem o tempo de decomposição reduzido de uma média de 450 anos, quando comparada com as feitas de plástico, para menos de 1 ano, evitando que o produto seja descartado em rios, oceanos ou aterros sanitários. Uma escolha consciente e que protege o meio-ambiente.

Sacola ecológica

Um produto ecológico, retornável, reutilizável, reciclável, extremamente resistente. Tem um acabamento bem reforçado o que a torna bastante robusta e bonita, com um excelente custo benefício.



Canudos biodegradáveis

Feitos de papel, são completamente inodoros e insípidos, com alta durabilidade para uso em qualquer tipo de bebida. Eles possuem certificados de qualidade e atoxidade que atendem aos critérios estabelecidos pelas agências reguladoras.

Kit de canudos inox

Composto por um modelo reto, um curvado, uma esponja de limpeza e um acessório para guardá-los. Esses produtos contribuem para a substituição do canudo de plástico, que hoje representa 4% de todo o lixo desse tipo de material no mundo.

Inovação

PARTE DO NOSSO DNA, A INOVAÇÃO VEM SE TORNANDO UMA FRENTE CADA VEZ MAIS IMPORTANTE PARA A MELHORIA CONTÍNUA DO RELACIONAMENTO COM CLIENTES. ENTENDEMOS QUE A TECNOLOGIA PODE — E DEVE — SER USADA A FAVOR DA SAÚDE.

Na Pague Menos, a inovação nos ajuda a encantar nosso público, oferecendo uma visão única de cada pessoa que compra ou faz uso dos nossos produtos e serviços – conforme demonstra o infográfico a seguir:



Garantimos que nossos clientes tenham uma experiência integrada e uniforme em todos os nossos canais.

- + 170 mil agendamentos on-line
- Times dedicados a produtos *omnichannel*
- + 7% das vendas provenientes de canais digitais



Queremos oferecer um ambiente de trabalho engajador, focado em resultado e que tenha a agilidade como pilar central de sua cultura.



Tecnologia como acelerador. Nossa área de TI é parceira dos negócios, está presente em tudo o que fazemos e é nosso diferencial competitivo.

pmenosLab

É uma iniciativa de inovação e transformação digital, que foi criada para auxiliar a Pague Menos na disseminação de uma cultura ágil.

O pmenosLab conta com espaço próprio em Fortaleza para abrigar o time dedicado à área, em um ambiente aberto, que incentiva o trabalho colaborativo e o desenvolvimento de soluções inovadoras.



**ASSISTA AO
VÍDEO SOBRE O
PMENOSLAB.**



Em 2021, o pmenosLab foi berço de duas iniciativas com foco em inovação:

• **Fast Dating**

Programa de conexão com startups, por meio de parcerias. Em 2021, firmamos acordos e passamos a implementar internamente soluções de 19 startups, 17 delas dentro do conceito de *Hub* de Saúde, uma na parte administrativa, e outra para nossas lojas. Independente da área, o objetivo é otimizar as atividades da rede.

• **Garagem de Ideias**

Programa de intraempreendedorismo que funciona como um repositório e curadoria de ideias. Só em 2021, 20 mil colaboradores foram envolvidos em um processo que resultou na consolidação de 164 sugestões. Todas receberam mentorias, nas quais os idealizadores foram desenvolvidos e capacitados para apresentar as vantagens e pontos fortes delas, e como defendê-las.

Ao final, foram eleitas as três melhores propostas, as quais vão receber investimento direto da Companhia. A vencedora foi a Loja Sustentável, iniciativa alinhada com uma das nossas metas da Agenda ASG, que é a construção da nossa primeira loja 100% sustentável até 2025.

Para manter o protagonismo e autonomia dos colaboradores responsáveis pelas propostas escolhidas, o objetivo final do projeto foi transformá-los em empreendedores das próprias ideias.

Esse movimento resultou no nosso reconhecimento como Top 10 empresas mais inovadoras do Startup Awards 2021, prêmio da Associação Brasileira de Startups (Abstartups).

DIGITALIZAÇÃO DO HUB DE SAÚDE

Em 2021, lançamos o Portal de Serviços em nosso *e-commerce*, com relevantes melhorias na jornada do cliente. Pelo site, eles conhecem o amplo portfólio de serviços ofertados no Clinic Farma de cada região, podem agendar a aplicação de vacinas, testes rápidos, procedimentos farmacêuticos, solicitar

orçamentos de medicamentos especiais e fórmulas manipuladas, além de ter opções de *marketplace* de teleconsultas. Tudo isso integrado à plataforma de conteúdo Sempre Bem, que oferece dicas sobre saúde e bem-estar geradas por especialistas das mais diversas áreas médicas.



Novo aplicativo

Lançado em modo teste em 2021, nosso novo aplicativo permite uma experiência muito mais personalizada para nossos clientes. É possível favoritizar produtos, consultar quais lojas possuem os itens desejados e agendar exames na Clinic Farma. Além disso, o novo app traz mais integração entre os canais de compra, uma vez que aquisições realizadas em loja também passam a compor a vitrine digital.



Atendimento virtual Vida

Também em 2021 lançamos uma inteligência artificial de atendimento ao cliente que aumenta a eficiência do sistema de televendas e dos nossos canais digitais. Além de fazer agendamentos, nossos clientes conseguem informações sobre os serviços solicitados e ainda podem identificar qual é a unidade mais próxima para realizar procedimentos.

O atendimento, centrado especialmente nos testes de Covid-19, é o primeiro no setor do varejo farmacêutico a usar como base a tecnologia da Alexa, assistente virtual da Amazon. O desenvolvimento da solução foi feito pelo pmenosLab. Ao ser habilitado no dispositivo é simples de ser usado, basta dizer "Alexa, iniciar Pague Menos".

Comunidades

GRI
103-1
413-1

QUEREMOS RETRIBUIR O ENGAJAMENTO DA SOCIEDADE, REINVESTINDO NAS COMUNIDADES MAIS VULNERÁVEIS NAS QUAIS ATUAMOS. NOSSO BRAÇO DE RESPONSABILIDADE SOCIAL É BASTANTE AMPLO E REALIZA DESDE AÇÕES VOLTADAS À SAÚDE E AO BEM-ESTAR DAS POPULAÇÕES, ATÉ INICIATIVAS DE EDUCAÇÃO E DESENVOLVIMENTO — COMO A NOSSA UNIVERSIDADE CORPORATIVA, A UP FARMA.

UP Code

Nosso programa de Formação de Desenvolvedores de Sistemas com foco no processo de aceleração digital da nossa rede. A primeira turma contou com 26 jovens selecionados, sendo um terço deles em situação de vulnerabilidade social de Fortaleza (CE).

A proposta do programa é promover desenvolvimento profissional, não apenas para mão de obra interna da Companhia, mas para capacitar outras pessoas para o mercado de trabalho. São seis meses de treinamento e, ao fim, metade da turma teve acesso a um bolsa integral para graduação em tecnólogo de sistemas/desenvolvedor na UP Farma. Além da bolsa auxílio, os participantes recebem vale-alimentação, vale-refeição e convênio médico ao longo do curso.

O *UP Code* conta com uma proposta de longo prazo, com uma jornada que se iniciou em 2021 com a oferta de cursos de graduação por meio de uma parceria com a Kroton. Após o processo seletivo, os participantes realizam uma ampla jornada de estudos teóricos e práticos, que será finalizada em 2022 com a apresentação de um projeto final (TCC).

Para a próxima turma, teremos vagas afirmativas para as frentes prioritárias de diversidade e inclusão, entre eles pessoas pretas, com deficiência, mais de 50 anos, mulheres e o público LGBTQIAP+. A ideia é alinhar ainda mais o programa aos compromissos da Agenda ASG da Pague Menos.

Curso de Formação Continuada em Operador de Varejo (CFC)

Por meio de um curso totalmente on-line, promovemos a formação de profissionais para o atendimento de clientes no varejo. Voltado à parcela mais vulnerável da população, foram 100 alunos selecionados em 2021, a maioria de jovens entre 16 e 24 anos, autodeclarados pardos, com apenas o Ensino Médio completo.

Em 2022, todos os estudantes receberão um certificado. Além das aulas, o curso conta com avaliações presenciais de cada disciplina, tutorias e a elaboração de um Trabalho de Conclusão de Curso.



Parceria com o Instituto Coca-Cola

Em 2021, nos tornamos parceiros do Instituto Coca-Cola, um dos maiores programas de empregabilidade do Brasil. Por meio dessa parceria, asseguramos o alcance de nossas vagas para jovens em situação de vulnerabilidade social, com foco também em aumentar a participação das nossas frentes prioritárias de Diversidade e Inclusão.

Conheça outras iniciativas e eventos tradicionais da Companhia que envolvem a comunidade, não realizados em 2021 por conta da pandemia de Covid-19:

Circuito de Corridas Farmácias Pague Menos

Evento já passou por 18 cidades e contou com a participação de mais de 320 mil corredores. Além das corridas, realizamos ações culturais, sociais, ecológicas e de promoção à saúde.

Doação de cadeiras de rodas

Milhares de brasileiros com deficiência e mobilidade reduzida ganham uma vida mais plena por meio das doações, que garantem o exercício do direito de ir e vir.

Concurso literário Pague Menos

Publicação de 100 poesias em uma coletânea especial que premia os cinco melhores autores.

Concurso Nossa Gente Nossa Arte

Evento cultural, em sua última edição contou com mais de 3 mil pinturas, colagens e gravuras inscritas. Promove premiação em dinheiro e exposição virtual das obras selecionadas.

Doação de ambulâncias Pague Menos

Mobilizou 3,5 milhões de clientes e 20 mil instituições.

Encontro de mulheres Pague Menos

Quatro dias de imersão em cursos, *workshops*, palestras e uma megafeira de saúde e beleza que reúne cerca de 20 mil mulheres por dia a cada edição.

Cidade Verde

Projeto promove o plantio de mudas por meio da destinação de parte do lucro das vendas de produtos participantes para este fim.

Bichinhos do Brasil

Iniciativa que garante recursos para projetos de preservação da fauna brasileira.

Em 2021, também foi iniciado o Programa de Voluntariado dos colaboradores Pague Menos, confira mais informações na página 62 do capítulo Nosso Time.

Fornecedores

GRI
102-9
308-1
414-1

PARA DESENVOLVER NOSSAS OPERAÇÕES, FAZEMOS AQUISIÇÃO DE DIVERSOS PRODUTOS, ENTRE ELES MEDICAMENTOS SIMILARES E GENÉRICOS; MEDICAMENTOS ISENTOS DE PRESCRIÇÃO; FRALDAS; PRODUTOS INFANTIS, DE HIGIENE E BELEZA; DERMOCOSMÉTICOS; PRODUTOS PARA SAÚDE E ALIMENTOS. TODOS ESSES ITENS SÃO FORNECIDOS POR PARCEIROS FUNDAMENTAIS, DE DIFERENTES REGIÕES DO PAÍS, PORTES E SETORES.

Nossos contratos seguem o Código de Conduta Ética e as políticas e compromissos da Pague Menos. Por isso, todos os nossos fornecedores devem cumprir com os termos firmados na formalização das parcerias.

Além disso, contamos com um processo de seleção bem definido, composto de auditoria econômica, financeira, de viabilidade e técnica de fábrica. Em 2021, iniciamos o processo para contemplar, também, questões de ASG, em algumas vistorias.

Exigimos uma série de documentos, como alvarás, certificações e autorizações de funcionamento, em conformidade com as autoridades regulatórias. Em 2021, implantamos ainda a auditoria fabril em todos os fornecedores e incluímos um processo de devolução e coleta, integrado

ao nosso Portal do Fornecedor. Apenas neste ano, foram 47 novos cadastros – 28 fornecedores para marcas próprias e 19 relacionados ao restante dos insumos –, totalizando 1.189 parceiros cadastrados em nosso sistema.

Ademais, entendemos que o interesse de fornecedores em vincularem seus produtos à Pague Menos se dá pelo seu potencial de distribuição e vendas. Assim, realizamos ações voltadas a este público:

- **Planejamento de Marketing**
Apresentamos o detalhamento das ações a serem realizadas no ano seguinte, permitindo que os parceiros participem de promoções e vendas.
- **Prêmio Novas Conquistas**
Reconhecimento conferido aos fornecedores

que mais se empenharam e se destacaram na geração de novos negócios, contribuindo para o crescimento da rede.

Ao longo da parceria, mantemos uma relação próxima com os fornecedores, fazendo reuniões periódicas para o acompanhamento de indicadores, metas e objetivos.

Em relação às Marcas Próprias, nossa cadeia se concentra na aquisição de produtos nacionais, sendo eles máscaras descartáveis, multivitamínicos, aparelhos de saúde, itens de cuidado corporal, higiene infantil e capilar, primeiros socorros, incontinência e proteção solar. O processo de auditoria destes itens é mais rígido, uma vez que estamos falando de uma produção atrelada diretamente à marca da Pague Menos.



Tecnologia aplicada à **avaliação de fornecedores**

Em 2021, iniciamos a implementação de um *software* que torna o nosso processo de seleção de fornecedores ainda mais estruturado e eficaz. Por meio da ferramenta, realizamos a auditoria econômica, financeira, de viabilidade e técnica de fábrica, bem como analisamos critérios e padrões ASG, levando em consideração as dimensões: social, ambiental e de governança dos parceiros.

Nosso próximo passo é expandir a implementação do *software* para todos os nossos fornecedores, aprimorando a nossa avaliação ambiental e social e fortalecendo nossos compromissos com estes pilares da Agenda ASG.



Investidores

A PAGUE MENOS FEZ SUA OFERTA PÚBLICA NA B3 EM 2020 E TEM CERCA DE 36% DAS SUAS AÇÕES NEGOCIADAS NA BOLSA (*FREE FLOAT*). AO FINAL DE 2021, SUA BASE ACIONÁRIA CONTAVA COM MAIS DE 20 MIL INVESTIDORES PESSOAS FÍSICAS, ALÉM DE MAIS DE 150 INVESTIDORES INSTITUCIONAIS.

A maior parte dos investimentos é nacional, estando 52% das ações da Pague Menos nas mãos de veículos de investimento brasileiros.

Investor Day

Realizamos nosso primeiro Investor Day em 2 de setembro de 2021, a fim de transmitir aos acionistas e investidores informações transparentes sobre nossas atividades, estratégias e desempenho.

Ao longo do evento virtual, chamado de “Pague Menos Day”, nossos executivos falaram sobre o andamento das nossas principais ações estratégicas e quais os próximos passos da Companhia.

NESSA PRIMEIRA EDIÇÃO, FOCAMOS EM TRÊS MENSAGENS:

NOSSO **plano de expansão** ORGÂNICO, QUE SEGUE COM FOCO NAS REGIÕES NORTE E NORDESTE.

A AQUISIÇÃO DA **Extrafama**.

O INVESTIMENTO **no Hub de Saúde** E EM INICIATIVAS OMNICHANNEL PARA AUMENTO DAS VENDAS E FIDELIZAÇÃO DE CLIENTES.



CLIQUE AQUI

PARA FINS DE TRANSPARÊNCIA, TAMBÉM CONTAMOS COM UM SITE DEDICADO ÀS RELAÇÕES COM INVESTIDORES, COM DIVERSOS CONTEÚDOS SOBRE A PAGUE MENOS.

Gestão Ambiental

GRI
102-11
103-1
103-2
302-1
303-3
306-1
305-1
305-2

UM DOS TRÊS EIXOS PRINCIPAIS DA AGENDA DE SUSTENTABILIDADE DA PAGUE MENOS É A GESTÃO AMBIENTAL, POIS RECONHECEMOS QUE A SAÚDE DAS PESSOAS ESTÁ INTRINSECAMENTE RELACIONADA À SAÚDE DO MEIO AMBIENTE. PORTANTO, NOS COMPROMETEMOS A MINIMIZAR IMPACTOS E PROMOVER PRÁTICAS SUSTENTÁVEIS.

Em 2021, a Companhia estruturou a área de Sustentabilidade, com criação de uma gerência e coordenação, para acompanhar, entre outros temas, a gestão dos aspectos ambientais relacionados a todas as nossas atividades. Assim, a Pague Menos segue empenhada na evolução contínua de suas políticas e práticas voltadas à conservação do meio ambiente.

Energia

O consumo de energia de forma racional e sustentável está entre as prioridades da agenda ambiental da Companhia, que combina monitoramento contínuo ao uso crescente de energia renovável – refletindo, também, nosso compromisso em combater as mudanças climáticas. Por meio de painéis de dados sobre o consumo de nossa rede, a partir de um sistema que compila informações originadas nas faturas de energia de todas as unidades,

acompanhamos ativamente nosso desempenho em energia – entrando em contato com as lojas quando identificados desvios, para conscientizar quanto à melhoria na gestão do recurso.

Em 2021, foram consumidos 303205,2 GJ de energia em nossas lojas, matriz e centros de distribuição. Desse total 96% corresponde à eletricidade utilizada nas nossas operações.

Consumo de combustíveis não renováveis		
	Litros	GJ
Diesel	311.371,9	11.053,7
Gasolina	229,1	7,4
Consumo de combustível renovável		
Etanol	1.853,3	39,6
Consumo de eletricidade		
	KWh	GJ
Energia Solar	15.275.839	54.993
Eletricidade da rede	68.947.834	248.212,2
Total de eletricidade consumida	84.223.673	303.205,2



Parques solares

Priorizamos em nossa estratégia o uso de energia limpa, de fonte renovável, em especial a solar. Por isso, desde 2015, investimos no desenvolvimento de parques solares para atender a demanda de energia em nossas lojas e centros de distribuição.

Em 2021, 734 unidades consumidoras eram abastecidas com energia solar, o que corresponde a 65,2% do total das unidades – não estão cobertas a matriz (sede) e os centros de distribuição. Ao longo do ano, foram gerados 15,3 MW/h, o que trouxe

uma economia de R\$ 14,1 milhões e evitou a emissão de 8,8 mil toneladas de CO₂ na atmosfera.

Ao longo do ano, foram gerados 15,3 MW/h, o que trouxe uma economia de R\$ 14,1 milhões e evitou a emissão de 8,8 mil toneladas de CO₂ na atmosfera.

Até o final de 2022, a empresa tem como meta que 100% das lojas da Pague Menos, com até dois anos de operação ou aquisição, sejam abastecidas por energias renováveis.

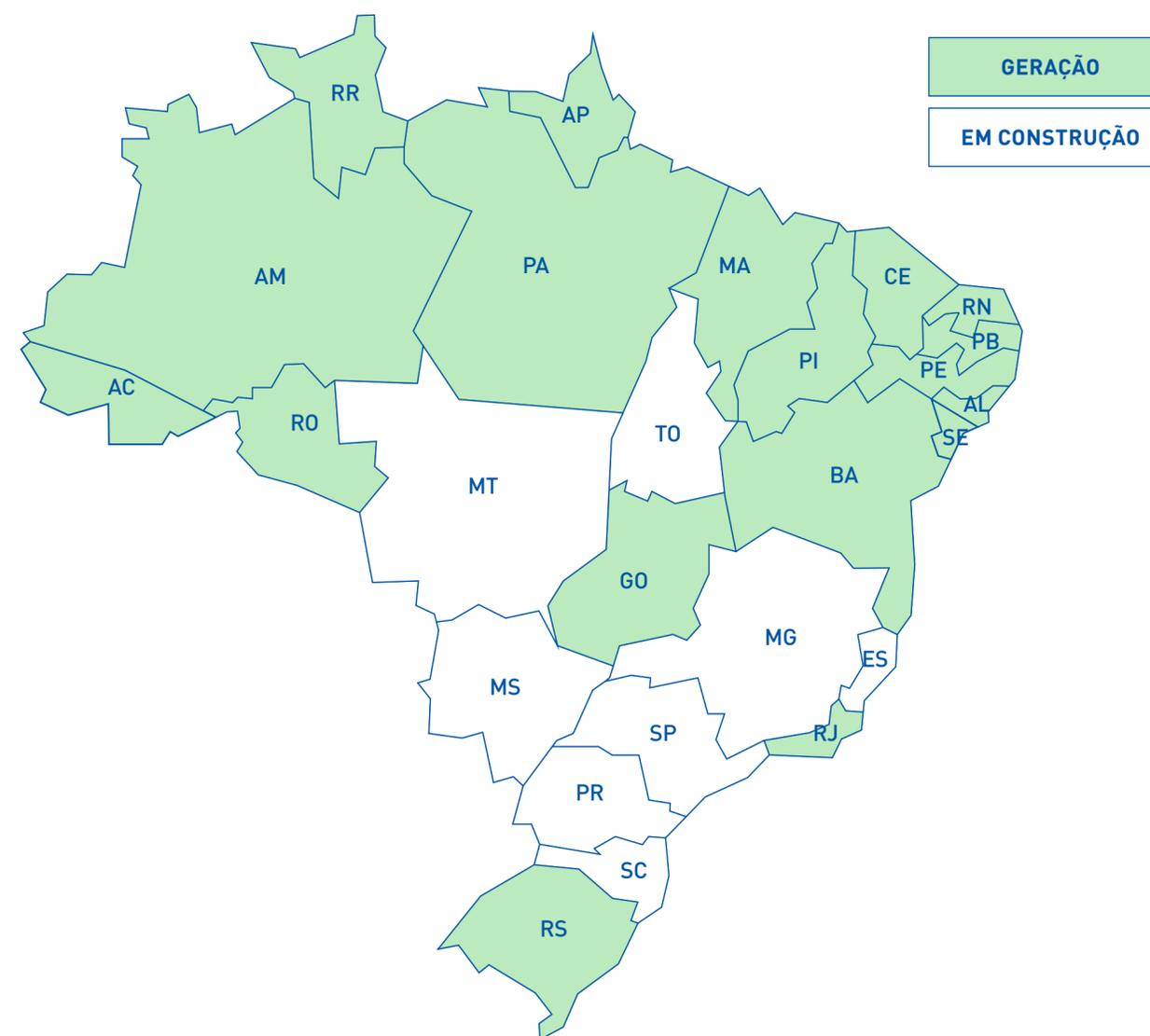
15,3
MW/h

GERADOS NOS PARQUES SOLARES DA COMPANHIA.

Unidades consumidoras de geração solar e cobertura

734 (QUE REPRESENTAM 65,2%) JÁ POSSUEM GERAÇÃO SOLAR

IMPLANTAÇÃO POR UF



Eficiência energética

Ao longo de 2021, apostamos no treinamento de nossas equipes para atuar de forma mais consciente na gestão dos recursos. Como parte desse trabalho, desenvolvemos uma Cartilha de Eficiência Energética, que orienta os colaboradores a adotarem práticas responsáveis em seu dia a dia. Para 2022, deverá ser publicada uma Política de Eficiência Energética.



Água

Em 2021, avançamos na gestão do tema, com implementação de um sistema de captura e leitura do consumo de água da Companhia, com o objetivo de acompanhar, com efetividade, os principais indicadores e estar atentos a possíveis desvios.

Ao todo, ao longo do ano, foram consumidos 134.413 m³ de água na matriz, centros de distribuição e em nossas lojas.

Resíduos

A gestão de resíduos ocupa lugar de destaque em nosso mapeamento de aspectos e impactos ambientais, dado o perfil do negócio, que movimenta volume significativo de materiais recicláveis, além de contaminantes e perfurocortantes. Assim, a Pague Menos tem se empenhado para assegurar a segregação e a destinação correta dos resíduos gerados nas operações.

Entre esses resíduos, destacam-se as caixas de papelão e plásticos, utilizadas no recebimento de medicamentos e demais produtos em nossos Centros de Distribuição (CDs) para posterior envio às lojas. Nos CDs, comercializamos esses recicláveis para parceiros interessados no material, incentivando a economia circular. Periodicamente, esses parceiros fazem o recolhimento do resíduo, pesam e nos remuneram, reciclando ou reutilizando a caixa desmontada.

Além disso, no Clinic Farma geramos uma série de resíduos de saúde, por conta dos cerca de 60 serviços oferecidos, em especial testes de Covid-19 realizados ao longo do ano e também aplicação de vacinas. A coleta e devido descarte/incineração desses materiais contaminantes e perfurocortantes se dá por meio de empresas terceiras contratadas, em cada região, as quais possuem as devidas licenças para executar o serviço.



Logística reversa de medicamentos

Adotamos processos rigorosos para controle e descarte de medicamentos, que envolvem demanda do consumidor – para que tenhamos estoque na medida certa – e negociação com fornecedores, para compensar os custos envolvidos na operação do descarte correto. Cerca de seis meses antes do vencimento, os medicamentos são retirados das lojas, retornando para nossos Centros de Distribuição, onde são encaminhados à incineração. O valor do volume descartado pela Pague Menos é negociado com a indústria em prazos e descontos.

Quanto ao resíduo produzido pelo cliente, ou seja, aquele medicamento que o consumidor deixou de tomar, quebrou, ou venceu, algumas de nossas lojas estão aptas a recebe-los, para dar destinação adequada. Ao final de 2021, havia 122 pontos de coleta disponíveis para essa finalidade. Esses medicamentos são coletados pelas transportadoras, junto com o resíduo perigoso dos nossos serviços farmacêuticos e descartados corretamente.



Emissões atmosféricas

Comprometidos em identificar o impacto de nossas atividades, realizamos o primeiro Inventário de Emissões da Pague Menos relativo ao período de 2021. O inventário, apurado por consultoria especializada, consolida informações da matriz, das lojas e dos centros de distribuição em todos os estados nos quais atuamos.

A contabilização e quantificação das emissões têm base nos conceitos e diretrizes estabelecidos pelo *Intergovernmental Panel on Climate Change* (IPCC) e por documentos de referência sobre o tema, especialmente o *The Greenhouse Gas Protocol – a Corporate Accounting and Reporting Standard*.

Para o inventário, foram considerados os cinco gases e as duas famílias de gases internacionalmente reconhecidos como causadores do efeito estufa, conforme apresentado no Protocolo de Quioto:

- ✓ Dióxido de carbono (CO₂)
- ✓ Metano (CH₄)
- ✓ Óxido nitroso (N₂O)
- ✓ Hexafluoreto de enxofre (SF₆)
- ✓ Trifluoreto de nitrogênio (NF₃)
- ✓ Hidrofluorcarbonetos (HFCs)
- ✓ Perfluorocarbonetos (PFCs)

GEE	Em toneladas de gás		Em toneladas de métricas de CO ₂ equivalente (tCO ₂ e)	
	Escopo 1	Escopo 2 - Abordagem localização	Escopo 1	Escopo 2 - Abordagem localização
CO ₂ – Dióxido de carbono	22.655,4	8.716,1	22.655,4	8.716,1
CH ₄ – Metano	2,7	-	76,6	-
N ₂ O – Óxido nitroso	0,9	-	255,1	-
HFC – Hidrofluorcarbonetos	0,0	-	138,3	-
Total	22.659,1	8.716,1	23.125,6	8.716,1

COM OS PARQUES SOLARES DA COMPANHIA, EVITAMOS A EMISSÃO DE 8,8 MIL TONELADAS DE CO₂ NA ATMOSFERA EM 2021.

Emissões de Escopo 1, por categoria			
Categoria	Emissões de tCO ₂ e	Emissões de CO ₂ biogênico	Remoções de CO ₂ biogênico
Combustão móvel	22.920,3	1.465,3	-
Combustão estacionária	15,0	1,2	-
Processos industriais	-	-	-
Resíduos sólidos e efluentes líquidos	48,3	-	-
Fugitivas	138,4	-	-
Mudança no uso do solo	3,4	-	3,1
Total de emissões Escopo 1	23.125,6	1.466,5	3,1

Emissões de Escopo 2, por categoria			
Abordagem baseada na localização	Emissões de tCO ₂ e	Emissões de CO ₂ biogênico	Remoções de CO ₂ biogênico
Aquisição de energia elétrica	8.716,155	-	-
Aquisição de energia térmica	-	-	-
Perdas por transmissão e distribuição	-	-	-
Total de emissões Escopo 2 (localização)	8.716,155	-	-

Educação ambiental

Em 2021, investimos em uma série de campanhas e comunicados com foco em educação ambiental em nossas unidades, como lojas, CDs e matriz da Pague Menos. O objetivo é que os colaboradores adotem, dentro e fora da Companhia, hábitos sustentáveis em seu dia a dia, como o bom uso de itens como ar condicionado, torneiras, energia elétrica e correto descarte dos materiais.

Na Up Farma, nossa Universidade Corporativa, oferecemos um curso específico sobre ASG e gestão ambiental e lançamos o e-book “Qual a importância dos ODS para as organizações?”.

Ainda, no dia do Consumo Consciente, celebrado em 15 de outubro, realizamos uma ação na nossa matriz, *call center* e *pmenosLab* para descontinuar o uso de copos plásticos. Entregamos para dos nossos colaboradores 1,4 mil canecas e garrafas da marca própria Pague Menos Eco, que tem recursos revertidos para o ECOMUSEU do Mangue – entidade que atua na cidade de Fortaleza, trabalhando na foz do Rio Cocó nos bairros Caça e Pesca e Sabiaguaba.



Prêmios e reconhecimentos



5º PRÊMIO

BLACK FRIDAY DE VERDADE, DA PROXY MEDIA.



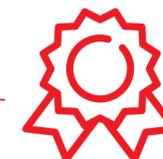
19ª EDIÇÃO

DO PRÊMIO TOP NATAL MARCAS MAIS LEMBRADAS, NA CATEGORIA FARMÁCIA/ DROGARIA, EM NATAL (RIO GRANDE DO NORTE).



GTPW 2021

ENTRE AS MELHORES DO VAREJO PARA SE TRABALHAR, CATEGORIA SUPER GRANDE, E A MELHOR DO RIO GRANDE DO NORTE E REGIÃO NORTE DO PAÍS. TAMBÉM ESTAMOS NA CARTEIRA DO IGPTW DA B3.

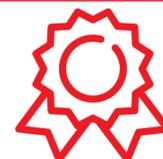


PRÊMIO ABRAPPE 2021.



10ª EDIÇÃO

DO ANUÁRIO ÉPOCA NEGÓCIOS 360º - 118ª POSIÇÃO NO RANKING DE 500 MELHORES EMPRESAS, CATEGORIA DESEMPENHO FINANCEIRO, GOVERNANÇA CORPORATIVA, SUSTENTABILIDADE, INOVAÇÃO, PESSOAS E VISÃO DE FUTURO.



MEDALHA

BOTICÁRIO FERREIRA, DA CÂMARA MUNICIPAL DE FORTALEZA, EM RECONHECIMENTO A MÁRIO QUEIRÓS.



SELO RA1000, DO RECLAME AQUI.



STARTUP AWARDS 2021

DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE STARTUPS (ABSTARTUPS).



RHs

MAIS ADMIRADOS DO BRASIL.

Sobre o Relatório

GRI
102-45
102-46
102-50
102-51
102-52
102-53
102-54

ESTA É A PRIMEIRA EDIÇÃO DO RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE DA PAGUE MENOS, DOCUMENTO QUE TEM POR OBJETIVO INFORMAR NOSSOS *STAKEHOLDERS* SOBRE A GESTÃO E O DESEMPENHO DE NOSSOS NEGÓCIOS, COM FOCO ESPECIAL NO GERENCIAMENTO DE RISCOS E OPORTUNIDADES RELACIONADOS AOS ASPECTOS AMBIENTAIS, SOCIAIS E DE GOVERNANÇA (ASG).

Assim, a publicação reforça o compromisso da Companhia com a transparência e a evolução contínua de suas práticas de comunicação junto aos diferentes públicos com os quais nos relacionamos.

Nesse sentido, este reporte se alinha às recomendações da *Global Reporting Initiative* (GRI), uma das principais organizações internacionais a estabelecer padrões e requisitos para a divulgação de informações sobre sustentabilidade.

Considerando a abrangência do conteúdo, a publicação segue as orientações para a opção “Essencial” de reporte.

A partir dessas diretrizes, este Relatório apresenta informações relativas ao período compreendido entre 1 de janeiro e 31 de dezembro de 2021, abrangendo a Empreendimentos Pague Menos S.A., mesmo escopo das Demonstrações Financeiras da Companhia referentes ao ano de 2021.



DÚVIDAS, SUGESTÕES E COMENTÁRIOS SOBRE O CONTEÚDO DESTES RELATÓRIO PODEM SER ENVIADOS PELO E-MAIL:

RI@PMENOS.COM.BR

Temas Materiais

GRI
102-40
102-42
102-43
102-44
102-47

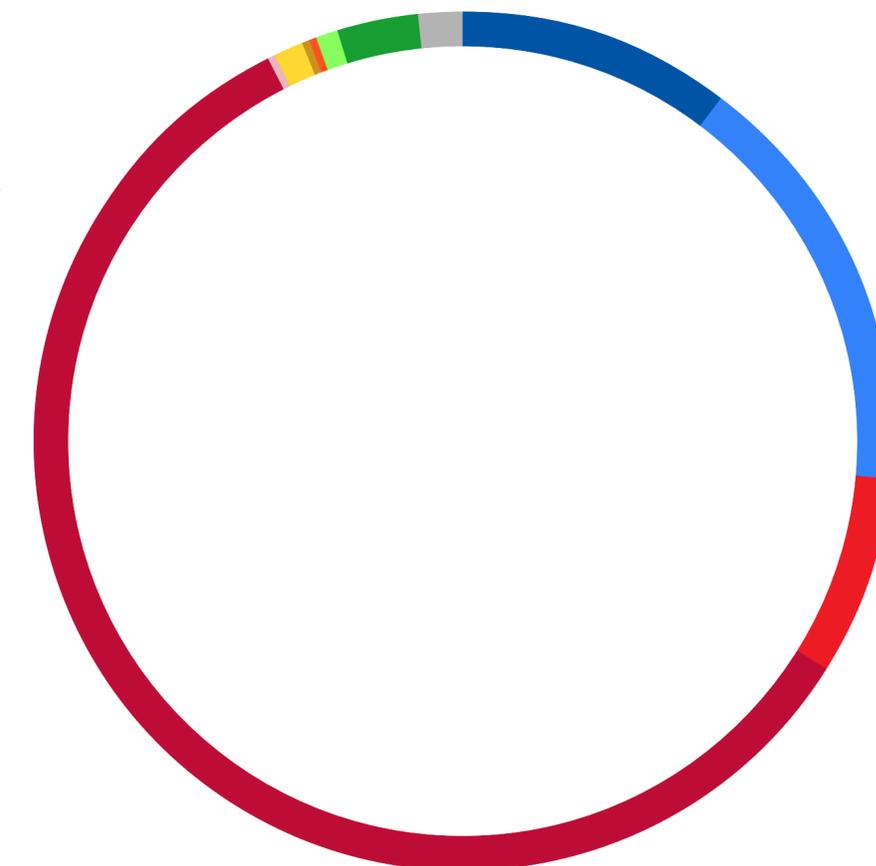
No início de 2021, realizamos um profundo estudo de materialidade, que envolveu diagnóstico setorial, consulta a *stakeholders* — via pesquisa on-line e conversas estruturadas — para posterior priorização dos temas mais importantes a serem tratados pela gestão da Companhia bem como abordados no Relatório de Sustentabilidade.

A primeira etapa foi a análise setorial e do ambiente de negócios da Pague Menos, para seleção de temas a serem consultados. Além da metodologia recomendada pela GRI, foram identificados tópicos sugeridos pelas principais instituições relacionadas à sustentabilidade e seus respectivos *frameworks*, tais como *Globe Scan Radar*, *RobecoSam: Sustainability Yearbook 2020 – Varejo*, *SASB – Drug Retailers/Health Care Delivery* e *SDG Industry matrix – Healthcare & Life*.

Após a seleção dos temas, convidamos cerca de 6 mil pessoas para responder a uma pesquisa on-line, a fim de engajar representantes de nossos *stakeholders* na definição de materialidade. A amostra da pesquisa era composta por clientes, colaboradores, investidores, fornecedores e agências reguladoras, entre outros públicos de interesse da Companhia. Ao todo, 5,7 mil pessoas responderam à pesquisa, com participação expressiva de nossa equipe e de clientes, conforme detalha o infográfico ao lado.

A partir do resultado, foram entrevistados 12 membros da Alta Gestão da Companhia, além de fontes externas com grande experiência no setor. Esse processo levou à consolidação dos temas ASG a serem priorizados, conforme apresenta a Matriz de Materialidade a seguir.

- 0,1% Conselheiros e Membros de comitês
- 10,4% Clientes 55+
- 15,9% Demais clientes
- 7,5% Fornecedores e prestadores de serviços
- 58,7% Colaboradores
- 0,2% Investidor Institucional
- 1,1% Investidor pessoa física
- 0,1% Analista Research
- 0,2% Banco
- 0,2% Agências reguladoras
- 1,0% Associações de classe
- 3,0% Médicos
- 0,2% Parcerias e convênios
- 0,1% Seguradoras
- 1,5% Sindicatos
- 0,1% Outros



5,7
MIL

PESSOAS RESPONDERAM
À PESQUISA.

Matriz de Materialidade



A seguir, no Sumário de Conteúdo GRI, apresentamos os indicadores selecionados por tópico, com base nos temas relevantes elencados, compondo, assim, os indicadores de desempenho a serem monitorados e reportados pela Companhia.

GRI
102-55

Sumário de conteúdo GRI

Indicador	Descrição	Página	Justificativa
GRI 102: Temas gerais 2016 - Perfil Organizacional			
102-1	Nome da organização	8	
102-2	Atividades, marcas, produtos e serviços	8	
102-3	Localização da sede	8	
102-4	Localização das operações	8 e 12	
102-5	Propriedade e natureza jurídica	8 e 24	
102-6	Mercados atendidos	8 e 12	
102-7	Porte da organização	8	
102-8	Informações sobre funcionários e outros trabalhadores	48 e 52	
102-9	Cadeia de fornecedores	80	
102-10	Mudanças significativas na organização e na sua cadeia de fornecedores	19	
102-11	Adoção da abordagem ou princípio da precaução	83	
102-12	Iniciativas externas	56	
GRI 102: Temas gerais 2016 - Estratégia			
102-14	Declaração do executivo com o maior poder de decisão na organização	4	
102-15	Principais impactos, riscos e oportunidades	32	
GRI 102: Temas gerais 2016 - Ética e integridade			
102-16	Valores, princípios, padrões e normas de comportamento	8 e 29	
102-17	Mecanismos de aconselhamento e comunicação sobre questões de ética	29	
GRI 102: Temas gerais 2016 - Governança			
102-18	Estrutura de governança	24	
GRI 102: Temas gerais 2016 - Engajamento de stakeholders			
102-40	Lista dos grupos de stakeholders	91	
102-41	Funcionários cobertos por acordos de negociação coletiva	48	
102-42	Identificação e seleção de stakeholders	91	
102-43	Abordagem para engajar os stakeholders	91	
102-44	Temas e preocupações levantados pelos stakeholders	91	
GRI 102: Temas gerais 2016 - Práticas de relato			

Indicador	Descrição	Página	Justificativa
102-45	Entidades incluídas nas demonstrações financeiras	90	
102-46	Definição do conteúdo e limites dos temas materiais	90	
102-47	Lista dos temas materiais	91	
102-48	“Explicação das conseqüências de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores”	-	Não se aplica por ser o primeiro relatório publicado pela Companhia.
102-49	“Mudanças significativas em comparação com anos anteriores no que se refere à listade tópicos materiais, limite dos tópicos abordados”	-	Não se aplica por ser o primeiro relatório publicado pela Companhia.
102-50	Período coberto pelo relatório	90	
102-51	Data do relatório mais recente	90	
102-52	Ciclo de reporte	90	
102-53	Contato para perguntas sobre o relatório	90	
102-54	Premissas de relato em acordo com os Standards GRI	90	
102-55	Sumário de conteúdo da GRI	93	
102-56	Verificação externa	-	O relatório não foi verificado por terceira parte independente.
GRI 103: Forma de Gestão 2016			
103-1	Explicação dos temas materiais e seus limites	71, 78 e 83	
103-2	Gestão sobre o tema material	71 e 83	
103-3	Evolução da gestão	71	
GRI 201: Desempenho Econômico 2016			
201-1	Valor econômico gerado e distribuído	56	
GRI 205: Combate à Corrupção 2016			
205-2	Comunicação e capacitação em políticas e procedimentos de combate à corrupção	-	
GRI 302: Energia 2016			
302-1	Consumo de energia dentro da organização	83	
GRI 303: Água e Efluentes 2018			
303-3	Retirada de água, por fonte	83	
GRI 305: Emissões 2016			
305-1	Emissões diretas de Gases do Efeito Estufa (GEE) (Escopo 1)	83	
305-2	Emissões indiretas de Gases do Efeito Estufa (GEE) provenientes da aquisição de energia (Escopo 2)	83	
GRI 306: Resíduos 2020			
306-1	Geração de resíduos e impactos significativos relacionados a resíduos	83	
GRI 308: Avaliação Ambiental de Fornecedores 2016			
308-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios ambientais	80	
GRI 401: Emprego 2016			

Indicador	Descrição	Página	Justificativa
401-1	Novas contratações e rotatividade de funcionários	48	
401-2	Benefícios oferecidos a empregados	62	
GRI 403: Saúde e Segurança do Trabalho 2018			
403-1	Sistema de gestão de saúde e segurança do trabalho	58	
403-2	Identificação de periculosidade, avaliação de riscos e investigação de incidentes	58	
403-3	Serviços de saúde do trabalho	58	
403-4	Participação dos trabalhadores, consulta e comunicação aos trabalhadores referentes a saúde e segurança do trabalho	58	
403-6	Promoção da saúde do trabalhador	58	
403-9	Acidentes de trabalho	58	
GRI 404: Capacitação e Educação 2016			
404-1	Número médio de horas de treinamento por funcionários	63	
404-2	Programas para o aperfeiçoamento de competências dos empregados e de assistência para transição de carreira	63	
404-3	Percentual de empregados que recebem avaliações regulares de desempenho e de desenvolvimento de carreira	48 e 65	
GRI 405: Diversidade e Igualdade de Oportunidades 2016			
405-1	Diversidade dos órgãos de governança e dos funcionários	48 e 52	
405-2	Proporção entre o salário-base e a remuneração recebidos pelas mulheres e aqueles recebidos pelos homens		
GRI 406: Não Discriminação 2016			
406-1	Casos de discriminação e medidas corretivas adotadas	29	
GRI 413: Comunidades Locais 2016			
413-1	Operações com programas de engajamento da comunidade local, avaliação de impactos e desenvolvimento local	78	
GRI 414: Avaliação Social de Fornecedores 2016			
414-1	Novos fornecedores selecionados com base em critérios sociais	80	
GRI 418: Privacidade do Cliente 2016			
418-1	Queixas comprovadas relativas à violação da privacidade e perda de dados de clientes	31	

**RELATÓRIO DE SUSTENTABILIDADE
PAGUE MENOS 2021**

Coordenação Geral

Gerência de Comunicação, Cultura,
Clima e ASG da Pague Menos

Consultoria GRI

We Sustentabilidade

Projeto editorial

Mar Comunica

Imagens

Banco de imagens Pague Menos

Tradução

Companhia das Traduções