



Eurofarma
Ampliando horizontes

RELATÓRIO
ANUAL
2016
ANO-BASE 2015

INOVAR PARA ENFRENTAR OS
DESAFIOS DO PRESENTE E GARANTIR
O FUTURO PLANEJADO

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO pág. 06

Mensagem do Presidente
Cenário
Destaques 2015

2. PERSPECTIVAS DO NEGÓCIO pág. 07

PERFIL pág. 09

Pioneirismo
Missão, Visão 2020 e Valores
Linha do Tempo
Grupo Eurofarma
Estrutura
Prêmios & Reconhecimentos
Expansão Internacional
Controladas & Joint Ventures

SEMPRE PRESENTE pág. 18

Investimentos para chegar cada vez mais longe
Prescrição Médica | Medicamentos Isentos de Prescrição | Genéricos | Oncologia | Hospitalar | Licitações | Veterinária | Serviços a Terceiros | Exportação | Euroglass

INOVAÇÃO E PESQUISA pág. 23

1º registro de biossimilar da América Latina
Criação do Núcleo de Inovação Radical
Inovação na Eurofarma em números
Acordo de comercialização de droga patenteada

3. GOVERNANÇA CORPORATIVA pág. 25

ÉTICA E TRANSPARÊNCIA pág. 27

Imagem & Reputação
Relação com o poder público e entidades representativas
Integridade Corporativa
Ouvidoria
Conselho Consultivo
Comitês
Relação com clientes
Relação com fornecedores

EXCELÊNCIA OPERACIONAL pág. 32

Foco na eficiência e melhoria em processos
Central de Atendimento
Segurança do Produto
Certificações
Segurança no espaço de trabalho

4. GESTÃO DE PESSOAS pág. 35

RELAÇÃO COM AS PESSOAS pág. 37

Contribuição estratégica para o desenvolvimento
Valorização da meritocracia
Diversidade
Benefícios concedidos aos colaboradores Eurofarma

5. COMPROMISSO COM A SUSTENTABILIDADE pág. 42

SUSTENTABILIDADE pág. 44

Adesão ao Pacto Global

MEIO AMBIENTE pág. 45

Metas do setor farmacêutico e práticas da Eurofarma
Avanços na gestão de recursos hídricos e energéticos
Água | Energia | Efluentes e Resíduos | Emissões

RESPONSABILIDADE SOCIAL pág. 50

Instituto Eurofarma
Educação Complementar
Formação de Jovens
Educação Ambiental
Ações de Responsabilidade Social Corporativa
Indicadores Ethos
Tabela Ibase

DESEMPENHO ECONÔMICO pág. 60

PERSPECTIVAS 2016 pág. 62

INFORMAÇÕES CORPORATIVAS/CRÉDITOS pág. 63

Parâmetros do Relatório
Materialidade
Índices GRI-G4
Relatório Auditoria Independente
Créditos



Eurofarma

1

APRESENTAÇÃO



MENSAGEM DO PRESIDENTE

É POSSÍVEL CRESCER NA CRISE

Em um ano de turbulências políticas e econômicas no Brasil, poucas empresas estiveram alheias às crises que impactaram severamente o setor produtivo. Entretanto, é neste cenário de dificuldades que se pode reconhecer a importância e o diferencial que representam nossos valores e crenças, solidificados ao longo de 43 anos para chegar aqui e ir além.

Como muitas indústrias, a Eurofarma teve dificuldades para fechar os números de 2015. Ainda assim, registrou crescimento de 11% nas vendas com receita bruta de R\$ 2,9 bilhões e margem Ebitda de R\$ 469 milhões, 19% sobre as vendas líquidas. O resultado, quatro pontos percentuais abaixo do ano anterior, foi fortemente impactado pelo aumento do custo de insumos importados, pelas contratações do período e pelo fato de 20% da receita do Grupo vir de operações que estão em desenvolvimento. O crescimento, tímido quando comparado ao nosso histórico, também se justifica em um cenário de desaceleração. E, cabe destacar, foi de dois dígitos e superior ao setor, consequentemente tivemos um ganho de market share em nossas principais divisões.

A contrapartida para um ano difícil é que tivemos grandes conquistas como o registro do 1º biossimilar da América Latina, o Fiprima® (filgrastim). No mundo há apenas 20 biossimilares. Criamos um Núcleo de Inovação Radical e dedicamos 5,3% de nossa receita para P&D. Com 146 projetos no pipeline e 70 em andamento entre genéricos, inovação incremental e radical, os novos produtos são

nossa principal alavanca de crescimento para um desempenho acima do mercado. A compra de uma participação na norte-americana Melinta também contribuiu para avanços, já que a presença no Conselho Científico da startup acelera nossa curva de aprendizado. As apostas da Eurofarma em inovação são reconhecidas pelo mercado que, em 2015, elegeu a empresa como uma das 20 mais inovadoras do Brasil (Prêmio Best Innovator – Época Negócios).

O projeto de internacionalização, prioritário na nossa estratégia, também avançou. As unidades internacionais cresceram 41% e representaram 13% das vendas. O esforço de integrar estas operações tem sido enorme. Mesmo com resultados financeiros ainda ruins, houve melhora significativa e algumas delas já caminham para a autossuficiência econômica. Além dos muitos lançamentos e submissões, firmamos acordo para aquisição de uma planta na Argentina que servirá de plataforma para atender às necessidades locais e abastecer outros países. Em alguns anos, as sinergias decorrentes de sermos uma empresa regional terão enorme valor para a Eurofarma.

Orientados pelo empreendedorismo e convencidos de que é possível crescer na crise, em 2015 aumentamos nossa força de vendas no Brasil com a contratação de 400 colaboradores. Um grande investimento para liderarmos o quadro de propaganda médica do país, expandirmos o painel e ampliarmos nossa cobertura. Trocamos o curto pelo médio e longo prazos. Fruto da

decisão, nossa produtividade salta para 600 mil contatos médicos/mês e já é possível atestar aumento expressivo na prescrição de nossos produtos, segundo auditorias do setor.

Somos a única farmacêutica bicampeã pelo Guia Exame de Sustentabilidade e, em 2015, aderimos formalmente ao Pacto Global da ONU, reafirmando nosso compromisso de atuarmos de forma ética e responsável. Evoluímos também no campo da Integridade Corporativa ao elevarmos ainda mais nosso patamar de compliance. Intensificamos as auditorias internas e tanto o código de ética como o canal de ouvidoria foram estendidos às operações internacionais.

Na rota do crescimento sustentável e fiéis aos nossos valores e princípios, as práticas da Eurofarma são aprovadas pelos colaboradores, como demonstra a Pesquisa de Clima Organizacional. Com 81% de satisfação e alta taxa de retenção de talentos, integramos ainda a lista das melhores empresas para se trabalhar do Great Place to Work. O reconhecimento é fruto de um trabalho focado no desenvolvimento de pessoas e geração de oportunidades. Em 2015, mais de 75% das posições para cargos de liderança foram preenchidas com aproveitamento interno.

Não obstante a um cenário econômico desafiador, ampliamos em 24% os investimentos em Responsabilidade Social.

O valor de R\$ 11,5 milhões, correspondeu a 6% do lucro líquido. O Instituto Eurofarma atendeu mais de 9.200 pessoas diretamente. A manutenção e ampliação dos projetos ratifica o compromisso de compartilharmos parte dos ganhos com a sociedade. Na busca pela ecoeficiência, também demos novos saltos. A implantação do projeto de reúso de água em Ribeirão Preto permitirá a recuperação de 60% do volume descartado na produção de soros e, em Itapevi, entrou em operação a 1ª fase do projeto de energia fotovoltaica em telhados. Ambicioso, visa modificar ao longo do tempo a matriz energética da empresa.

Estas conquistas, e tudo o que estamos semeando, renovam nossa crença no negócio. A ambição de crescer é grande, sempre pensando em perpetuar a empresa. O ano de 2015 abriu um caminho de incertezas. Neste período, buscaremos fazer mais com menos e, se possível, melhor. Inovando em todas as áreas. Nossas metas são desafiadoras em 2016 e para sermos bem-sucedidos em nossas escolhas, contamos mais do que nunca com o profissionalismo e engajamento de todos aqueles que fazem parte do Grupo Eurofarma. Este é o caminho para ampliarmos horizontes.

Muito obrigado aos nossos colaboradores. A motivação deles sempre foi decisiva para nossas conquistas.

Maurizio Billi
Presidente da Eurofarma Laboratórios S.A.

CENÁRIO

O setor industrial brasileiro enfrentou dois grandes desafios em 2015, o aumento de custos por conta da alta da inflação e do câmbio, e o crescimento do desemprego, que afeta essencialmente a indústria farmacêutica, cujo desenvolvimento está amparado na ampliação do acesso a medicamentos. O ponto-chave para o segmento é a prescrição médica, relacionada diretamente às possibilidades de atendimento médico, realizado no país, em grande parte, por meio de planos de saúde corporativos. A perda de postos de trabalhos no mercado formal, portanto, atinge diretamente as prescrições e impacta na indústria.

Em um mercado bastante regulado, com o preço dos medicamentos controlados pelo governo, a indústria conviveu em 2015 com um cenário em que as margens de lucro ficaram menores. Frente à retração da economia, foram necessárias medidas como maior controle de gastos e cautela nos investimentos.

Além da queda na atividade econômica com a retração do PIB (Produto Interno Bruto) em 3,8%, a profunda crise política causou impacto no setor produtivo. O setor farmacêutico registrou 13,60% de evolução em demanda no canal varejo, desempenho 6,34% superior em relação ao mesmo período do ano anterior. Como a maioria das empresas do segmento, a Eurofarma também apresentou significativo crescimento para o exercício e, segundo a mesma auditoria, registrou um crescimento de 19,60%.

Além disso, mantivemos um crescimento de 11% em vendas. Este percentual, contudo, não acompanha o crescimento médio de 18% registrado nos últimos 12 anos pela companhia. Diante de um cenário desfavorável, o resultado pode ser considerado bom e deve-se primordialmente à solidez da companhia, amparada em uma visão de negócios que privilegia o médio e o longo prazos.

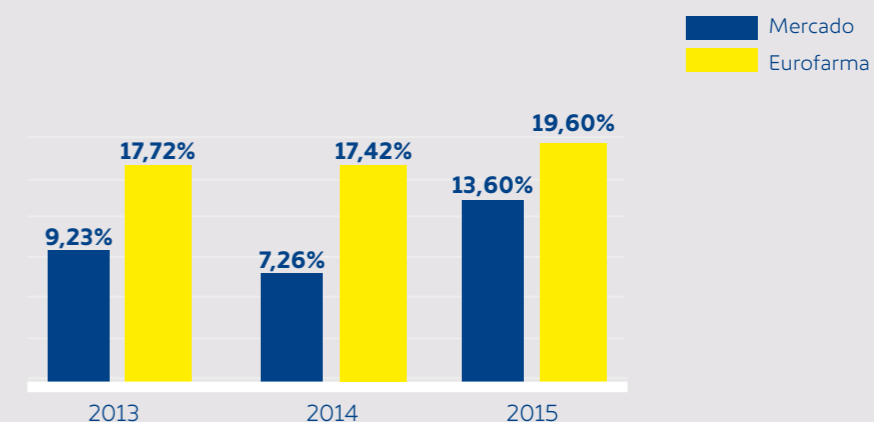
Eurofarma registrou crescimento de **19,60%**

■ Mercado
■ Eurofarma

ÍNDICE DE DESENVOLVIMENTO NO SETOR FARMACÊUTICO



EVOLUÇÃO DE DEMANDA (R\$ - PREÇOS PRATICADOS)



Fonte: IMS Health Jan/2016 – PMB PPP

Anos anteriores podem ser alterados em função de metodologias definidas por órgãos externos (IMS Health)



DESTAQUES 2015

PERSPECTIVAS DO NEGÓCIO



1º Medicamento biossimilar da América Latina



Única farmacêutica Bicampeã pelo Guia Exame de Sustentabilidade

Eleita uma das 20 empresas mais inovadoras do Brasil (*Prêmio Best Innovator - Revista Época Negócios*)



5,3%

das vendas líquidas aplicadas em pesquisa & desenvolvimento



presença em 19 países

mais de 280 produtos



mais de 250 milhões de unidades produzidas

16 Produtos lançados em 2015



146 Produtos em desenvolvimento

GOVERNANÇA CORPORATIVA

Passou a integrar o **The United States-Brazil CEO Forum**



Pesquisa de satisfação com clientes com índice positivo de **92%**



122

auditorias dentro do Programa de Qualidade de Fornecedores

100%

dos colaboradores treinados no Código de Ética, incluindo as operações internacionais

GESTÃO DE PESSOAS



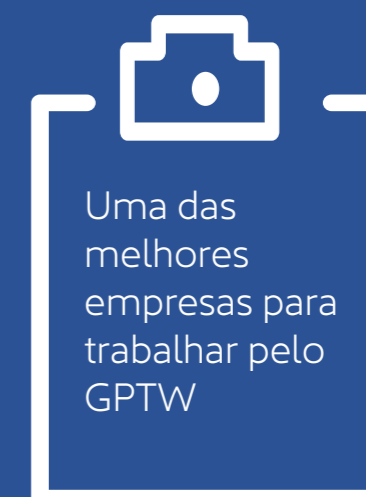
Maior força de vendas do mercado com

2.888

colaboradores

400

novos propagandistas contratados em 2015



Uma das melhores empresas para trabalhar pelo GPTW

COMPROMISSO COM A SUSTENTABILIDADE

93%

de destinação de resíduos perigosos para coprocessamento



R\$ 11,5 milhões

investidos em projetos educacionais

➔ **23,6%** a mais que 2014



Adesão ao Pacto Global da ONU



Reúso de água: implantação do sistema de reúso de água em Ribeirão Preto

9.201

crianças e jovens diariamente beneficiados

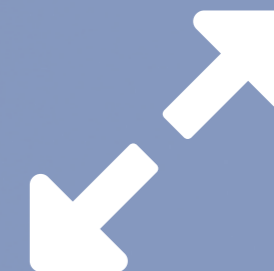
➔ **12%** de crescimento no número de atendimentos

1º lugar em Responsabilidade Socioambiental e Capacidade de Inovar (*Prêmio Época 360º - Revista Época Negócios*)



2

PERSPECTIVAS DO NEGÓCIO



“Temos prazer em estender a parceria com a Eurofarma para as Américas do Sul e Central e México, além do Brasil. Esta é uma ótima oportunidade para a Dong-A exportar sua tecnologia e novas drogas para toda a região, pois a Eurofarma é uma das líderes em prescrição médica e continua expandindo suas vendas na América Latina.”

Chan-il Park, CEO da Dong-AST



Perspectivas do negócio

2 PERFIL

Pioneirismo
Missão, Visão e Valores
Linha do Tempo
Grupo Eurofarma
Estrutura
Expansão Internacional
Controladora, Controladas e Joint Ventures
Prêmios & Reconhecimentos

3 SEMPRE PRESENTE

Investimentos para chegar cada vez mais longe
Prescrição Médica | Medicamentos Isentos de Prescrição |
Genéricos | Oncologia | Hospitalar | Licitações | Veterinária |
Serviços a Terceiros | Exportação | Euroglass

4 INOVAÇÃO E PESQUISA

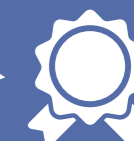
1º registro de biossimilar da América Latina
Criação do Núcleo de Inovação Radical
Inovação na Eurofarma em números
Acordo de comercialização de droga patenteada



1º Medicamento biossimilar da América Latina



Eleita uma das 20 empresas mais inovadoras do Brasil (*Prêmio Best Innovator - Revista Época Negócios*)



Única farmacêutica Bicampeã pelo Guia Exame de Sustentabilidade



146

Produtos em desenvolvimento

5,3%

das vendas líquidas aplicadas em Pesquisa & Desenvolvimento



16 Produtos lançados em 2015

Criação do Núcleo de Inovação Radical



41%

de crescimento nas vendas brutas das operações internacionais



presença em 19 países

mais de 280 produtos



mais de 250 milhões de unidades produzidas



- Pioneirismo
- Missão, Visão e Valores
- Linha do Tempo
- Grupo Eurofarma
- Estrutura
- Expansão Internacional
- Controladora, Controladas e Joint Ventures
- Prêmios & Reconhecimentos

PERFIL

Presença em **19** PAÍSES

5,3% das VENDAS líquidas aplicadas em pesquisa

146 PRODUTOS em desenvolvimento

PIONEIRISMO DESDE A FUNDAÇÃO

Desde a sua fundação, há 43 anos, o Grupo Eurofarma trilha o caminho da inovação e do pioneirismo em todas as suas atividades. A empresa é a única multinacional farmacêutica com capital 100% brasileiro. Depois de 9 anos de estudo, em 2015, os pesquisadores da companhia conquistaram o registro do primeiro medicamento biossimilar da América Latina, o Fiprima® (filgrastim), utilizado para induzir o aumento de células de defesa do organismo em portadores de alguns tipos de câncer. Este é um grande avanço para a indústria farmacêutica nacional, uma vez que existem apenas 20 biossimilares no mundo. A conquista reforça a trajetória da empresa no campo da inovação rumo aos projetos de inovação radical.

Com sede administrativa em São Paulo, o Grupo opera em 11 fábricas na América Latina e atua nos principais segmentos farmacêuticos, com um portfólio de mais de 280 produtos comercializados por meio das unidades de negócios: Prescrição Médica, Medicamentos Isentos de Prescrição, Hospitalar, Genéricos, Licitações, Oncologia, Veterinária, Serviços a Terceiros, Euroglass e Exportação. A produção anual é superior a 250 milhões de unidades. A Eurofarma conta com a maior força de propaganda médica do mercado, com 2.888 colaboradores.

A visão empreendedora orienta a empresa também nas parcerias de negócios nacionais e internacionais, em diferentes modelos de cooperação, como prestação de serviços na área produtiva, licenças, acordos de distribuição, *joint ventures*, codesenvolvimento, entre outros.

O DNA empreendedor da Eurofarma manifesta-se também em sua expansão internacional. Presente na América Latina, a companhia mira mercados globais. Além do Brasil, conta com operações próprias em 14 países – Argentina, Bolívia, Chile, Colômbia, Peru, Uruguai, Guatemala e outros países da América Central, como Belize, Costa Rica, El Salvador, Honduras, Nicarágua, Panamá e República Dominicana – e também com presença marcada em outros 4 escritórios – México, Equador, Paraguai e Venezuela – para submissão de dossiês. A empresa também mantém participação acionária na norte-americana Melinta Therapeutics e acordos comerciais com empresas líderes na Coreia do Sul (Dong-A) e Sri Lanka (Ceyoka).

EUROFARMA EM NÚMEROS

Presença em **19** países

15 operações na América Latina

4 escritórios na América Latina

11 Fábricas, sendo:

- 5** fábricas no Brasil e
- 6** em países da América Latina

COLABORADORES

Grupo Eurofarma: **6.521**

Eurofarma Brasil: **5.190**

Missão

Promover o acesso à saúde e à qualidade de vida com tratamentos a preço justo em operação rentável, que assegure o crescimento sustentável da empresa e o compartilhamento do valor gerado com colaboradores e sociedade.

Visão 2020

Consolidar as operações da América Latina e expandir para os principais mercados globais, buscando o reconhecimento de médicos e comunidades, alavancados pelo lançamento de novos produtos e com rentabilidade que permita o crescimento sustentável da companhia.

Valores

1. AGILIDADE

Dinamismo e simplicidade fazem parte do nosso DNA e, para nos mantermos competitivos, estes atributos devem estar presentes em todas as operações e processos da companhia.

2. COMPROMETIMENTO

A competência e o comprometimento com a empresa propiciam a valorização e o crescimento dos colaboradores. Por isso, sempre que possível, nossos talentos são prestigiados por meio de aproveitamento interno.

3. DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

A boa gestão dos recursos humanos, financeiros e naturais tem como base o desenvolvimento dos colaboradores, solidez financeira, práticas comerciais saudáveis e ações para a preservação do meio ambiente, pontos fundamentais para o equilíbrio de nossas operações.

4. FOCO EM SAÚDE

O nosso modelo de negócios baseia-se na participação em todos os segmentos farmacêuticos, através de UNEG, operações internacionais e coligadas, mantendo permanente o diálogo, a atração e formalização de parcerias estratégicas.

5. EMPREENDEDORISMO

Para nos anteciparmos ao futuro, criamos novas e melhores formas de conduzir a empresa em todas as áreas, indo além da inovação inerente às atividades de P&D, nossas lideranças estão abertas ao "novo" e mantêm o espírito vanguardista da companhia.

6. ÉTICA

Alinhado ao Código da companhia, leis e regulamentações vigentes, o comportamento dos nossos colaboradores é obrigatoriamente pautado pela ética e transparência em todas as ações e operações realizadas na empresa e em nome dela.

7. IGUALDADE (DIVERSIDADE)

Zelamos por um ambiente favorável e imparcial onde impera o respeito. Para isso, estabelecemos compromissos relacionados à diversidade, justiça e igualdade nas relações entre colaboradores e demais públicos.

8. REINVESTIMENTO

Com a crença de que assumir riscos é parte integrante da atividade empresarial dinâmica e bem-sucedida, a geração de resultados positivos promove o crescimento da organização por meio do reinvestimento de recursos no próprio negócio.

9. RESPEITO

Orgulhamo-nos de nossa trajetória, origens e capacidade de superação. Nossa história é construída de forma a refletir o compromisso com o crescimento de nossos colaboradores e com o desenvolvimento dos países em que atuamos, mantendo respeito aos povos e culturas com os quais nos relacionamos.

10. RESULTADO

reconhecemos as diferentes contribuições para o alcance dos nossos objetivos e compartilhamos a riqueza gerada com colaboradores e sociedade, por meio de programas de meritocracia, ampliação do acesso e investimentos sociais.



1972 - Fundação da Billi Farmacêutica

1977 - Terceirização da produção do Laboratório Carlo Erba

1979 - Aquisição da sede da Unidade Campo Belo (SP) e do Laboratório Inaf

DÉCADA DE 70

1982 - Aquisição do ISA, 1º laboratório brasileiro a produzir penicilina

1987 - Aquisição das marcas do laboratório Majer Meyer

DÉCADA DE 80

LINHA DO TEMPO

DÉCADA DE 90

1992 - Aquisição da operação da Stanley Home do Brasil (Unidade Interlagos II/SP)

1993 - Criação da marca Eurofarma

1995 - Conclusão das obras da Unidade Freguesia do Ó/SP e início das atividades da Euroglass

1997 - Aquisição da marca Pearson e suas instalações fabris (RJ)

1998 - Aquisição das marcas da Wyeth (Amplacilina®, Benzetacil®, Pen-ve-Oral®, Wycillin®, Helmiben® e Rehidrat®)

2001 - Entrada no mercado brasileiro de genéricos

2002 - Início das atividades de exportação

2006 - Criação do Núcleo de Inovação e Fundação do Instituto Eurofarma
Criação e início das operações do Magabi Pesquisas Clínicas e Farmacêuticas Ltda

2007 - Inauguração do 1º bloco produtivo do Complexo de Itapevi.
Depósito da 1ª patente Eurofarma. Certificação EMA (*European Medicines Agency*) para a linha de pós-injetáveis cefalosporínicos

2008 - Depósito da 1ª patente internacional. Ingresso em consórcio mundial para a realização de estudos clínicos no país para droga inovadora

2009 - Aquisição da Quesada Farmacêutica e criação da Eurofarma Argentina
Lançamento do 1º anticorpo monoclonal (CIMAher®)

2010 - Aquisição dos Laboratórios Gautier (Eurofarma Uruguay e Eurofarma Bolívia) e Volta e Farminústria (Euromed Chile)

Ingresso no mercado de vacinas contra a febre aftosa (Inova Biotecnologia)

DÉCADA DE 2000

ATÉ 2015

2011 - Criação do Conselho Consultivo. Transformação da razão social para S.A.

Criação da joint venture Supera com o laboratório Cristália

2012 - Criação da Eurofarma Colômbia.

Abertura de escritórios no Paraguai, Equador e México.

Criação da Supera RX e da Orygen
Reestruturação da companhia visando à promoção do crescimento

2013 - Criação da Momenta Farmacêutica.
Entrada da Eurofarma no Peru e Guatemala

2014 - Criação da assinatura da marca "Ampliando Horizontes".

Aquisição de participação acionária na norte-americana Melinta Therapeutics.

Aquisição de 100% das operações no Chile.

Parceria em inovação com a coreana Dong-A

2015 - Registro do primeiro medicamento biossimilar na América Latina.

Acordo para aquisição de fábrica na Argentina.

Ampliação força de vendas da Unidade Prescrição Médica.

Encerramento Visão 2015

GRUPO EUROFARMA

O Grupo Eurofarma abrange a Eurofarma Controladora (Eurofarma Laboratórios S.A.) e a Eurofarma Consolidada, que engloba os diferentes negócios da companhia, como as joint ventures e outras empresas do Grupo.

Eurofarma Controladora



Eurofarma Laboratórios S.A



Eurofarma Consolidada

Eurofarma Laboratórios S. A. |
Unidades Internacionais | Momenta
Farmacêutica | Magabi | Inova |
Supera RX | Orygen



ESTRUTURA

O Complexo Industrial de Itapevi, a cerca de 40 km da cidade de São Paulo, concentra aproximadamente 80% da produção de medicamentos da companhia e é considerado um dos mais avançados parques farmacêuticos da América Latina. Em 2015, a Unidade recebeu duas novas linhas de produção de embalagens de sólidos e deu início à operação de um granulador, que permitirá à empresa dobrar sua capacidade de granulação e trabalhar com lotes maiores de produtos.

Na capital paulista, no bairro do Campo Belo, está situada a sede administrativa e a produção de liofilizados. No bairro de Interlagos está a produção de ampolas e frascos de vidro que abastece as empresas do Grupo e também oferta serviços ao mercado. A planta também sedia a Supera, *joint venture* formada por Eurofarma, Cristália e Merck Sharp & Dohme (MSD). No mesmo bairro, em endereço diferente, está localizada a sede do Instituto Eurofarma. A planta localizada na Freguesia do Ó produz antibióticos, penicilínicos, cefalosporínicos e carbapenêmicos. A fábrica foi o berço da produção da penicilina no Brasil. No local, encontra-se a sede da Momenta Farmacêutica, empresa independente pertencente 100% à Eurofarma.

Na cidade de Ribeirão Preto, no interior paulista, está localizada a fábrica para produção de SPGV (Soluções Parenterais de Grande Volume), sendo a planta com maior capacidade nominal do país, suportando 11 milhões de unidades por mês. Situada estrategicamente na região do aquífero Guarani, possibilita o acesso à água de qualidade para a produção de soros. Ao final de 2015, a planta começou a produção de dois novos produtos de uso hospitalar – cloridrato de moxifloxacino e linezolida.

Boa parte da produção da área veterinária está concentrada na unidade do Rio de Janeiro. Já a fabricação de vacina para febre aftosa conta com uma planta 100% dedicada localizada no município de Juatuba, Minas Gerais.

Plantas Eurofarma no Brasil:

Campo Belo

Itapevi

Interlagos

Ribeirão Preto

Rio de Janeiro



PRÊMIOS E RECONHECIMENTOS EM 2015

- **Guia Exame de Sustentabilidade:** Única farmacêutica bicampeã.
- **Best Innovator – Época Negócios:** Uma das 20 empresas mais inovadoras do país
- **Empresas Mais Estadão:** 2º lugar na categoria Farmacêutica no ranking das 1.500
- **Época Negócios 360º:** subiu 23 posições no ranking e conquistou a 20ª colocação, dentre mais de 1.000 empresas. 1º lugar nas categorias Responsabilidade Social e Capacidade de Inovar.
- **As Melhores da Dinheiro:** 3º lugar na categoria Farmacêutica, Higiene e Limpeza.
- **Top Of Mind de RH:** Uma das 5 empresas com melhores práticas em benefícios corporativos.

2º ano consecutivo no ranking das 50 melhores empresas para se trabalhar pelo GPTW

EXPANSÃO INTERNACIONAL

Em 2015, a Eurofarma firmou acordo de aquisição de planta na Argentina, pertencente ao laboratório Sanofi e que se manterá sob sua gestão até que as atividades pré-operacionais de integração e transferência sejam concluídas. A companhia está presente em 83,29% do mercado latino-americano considerando a ponderação feita no mercado da Venezuela (impactado pela grande variação da moeda). A meta de cobrir 90% da região latino-americana foi revista e, devido à grave crise econômica no Brasil e forte desvalorização do Real, os planos de aquisição no México foram postergados. Paralelamente às atividades de M&A, a empresa também avançou no modelo de greenfield, em países como Paraguai, Equador e Venezuela.

A companhia ampliou a parceria com o laboratório sul-coreano Dong-A, para o desenvolvimento clínico e comercialização de medicamentos inovadores para diabetes e disfunção erétil (Zydena®), que agora abrange, além do Brasil, mais outros 17 países da América Latina. Estabeleceu também acordo exclusivo com a Ceyoka, empresa líder na distribuição de medicamentos no Sri Lanka, que passará a importar e comercializar produtos oncológicos da Eurofarma. Esta é a primeira incursão de uma farmacêutica brasileira naquele país.

No México e em Moçambique os processos legais para registro da empresa foram finalizados e, ao longo de 2016, a Eurofarma deverá submeter dossiês junto aos órgãos reguladores locais. Nos Estados Unidos, a Eurofarma

presente em **83,29%** do mercado latino americano

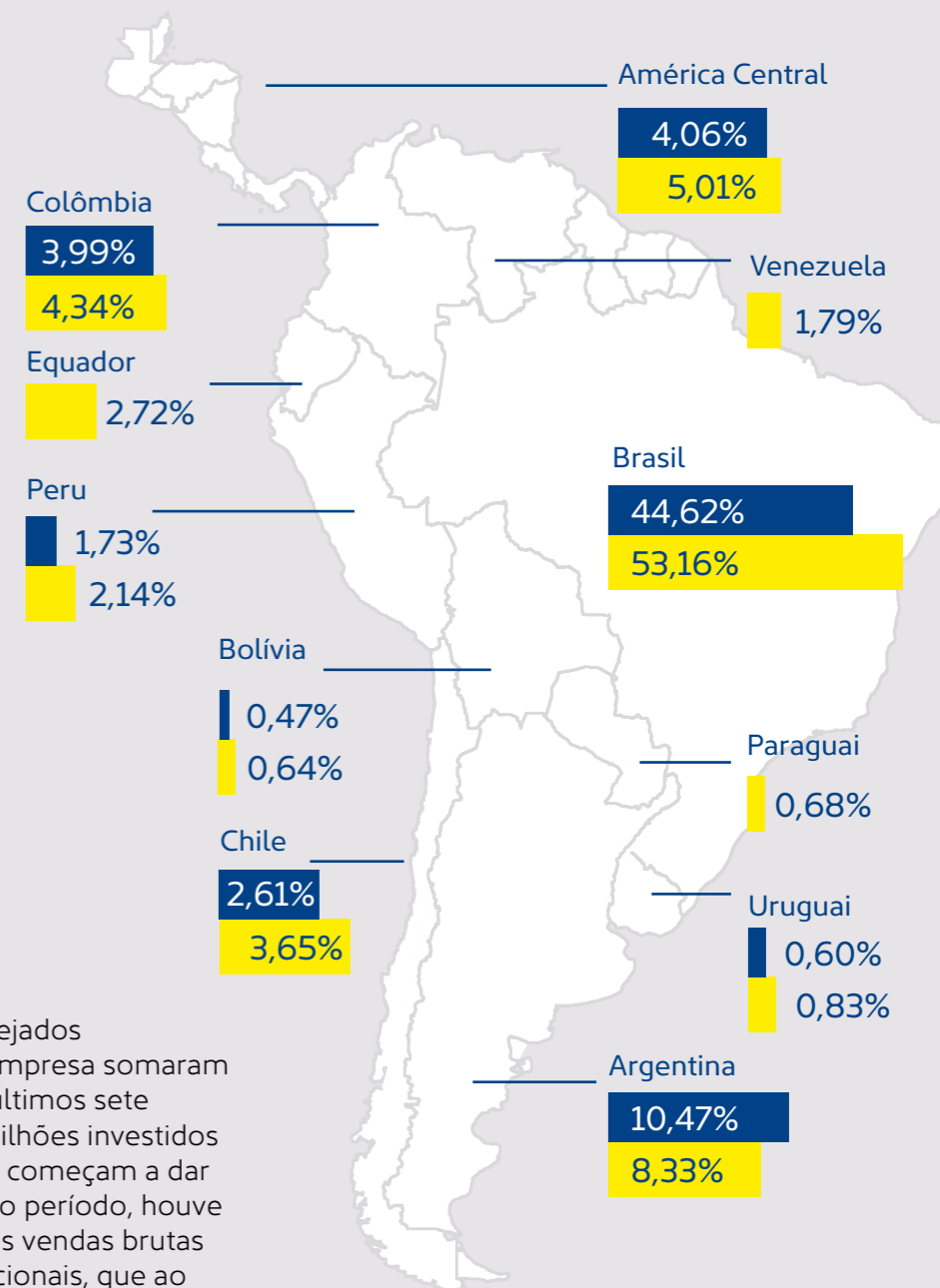


mantém participação acionária na Melinta Therapeutics, com licença para comercializar medicamento inovador no Brasil.

O período também foi de consolidação das operações internacionais, com a implantação dos *guidelines* de Comunicação, Patrocínios e Eventos e Responsabilidade Social em todas as operações, bem como a padronização dos processos, definição das competências e treinamento dos colaboradores no Código de Ética. As plantas também passaram por modernizações estruturais e investimentos em recursos humanos, com contratação de mão-de-obra, transferências de colaboradores do Brasil para diversos países, aumento da frota para a força de vendas, entre outras melhorias. Os avanços se refletiram em aumento de vendas e market share em boa parte das operações. O crescimento do Grupo foi maior na área internacional quando comparado às operações locais.

COBERTURA DE MERCADO LATINO-AMERICANO

2014
2015



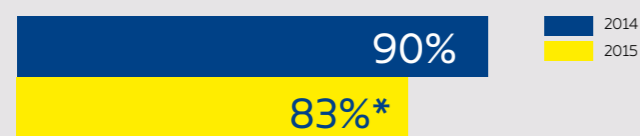
Os investimentos planejados criteriosamente pela empresa somaram R\$ 315,7 milhões nos últimos sete anos, sendo R\$ 34,9 milhões investidos somente em 2015, e já começam a dar resultados positivos. No período, houve crescimento de 41% nas vendas brutas das operações internacionais, que ao final de 2015 representaram 13% do faturamento da Eurofarma, ante 10% em 2014. A partir de 2016, as operações já deverão suportar suas despesas e investimentos, sem necessitar de remessas de capital da matriz.

Este movimento de internacionalização da companhia é singular no mercado – em apenas seis anos a Eurofarma está presente em 19 países.

Presença Internacional em 2015:

Argentina, Belize, Bolívia, Chile, Colômbia, Costa Rica, El Salvador, Equador, Guatemala, Honduras, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, República Dominicana, Uruguai e Venezuela.

META DE COBERTURA DO MERCADO LATINO-AMERICANO



*Decisão estratégica de não ingressar com operação própria no México.

PRODUÇÃO ANUAL DE MEDICAMENTOS



PARTICIPAÇÃO NAS VENDAS DO GRUPO EUROFARMA		
País	2014	2015
Brasil	89,8%	87,0%
Eurofarma	84,2%	81,5%
Momenta	5,6%	5,5%
América Latina	10,2%	13,0%
Chile	2,8%	3,5%
Colômbia	1,8%	2,6%
Peru	1,6%	1,9%
Argentina	1,5%	1,8%
Uruguai	1,2%	1,4%
América Central	1,0%	1,5%
Bolívia	0,1%	0,3%



DESTAQUES DAS OPERAÇÕES NA AMÉRICA LATINA

ARGENTINA	2013	2014	2015
Nº de Colaboradores	99	102	92
Força de vendas	44	42	42
Portfólio – nº de SKUs	65	66	75
Faturamento bruto (R\$)	31,6 milhões	38,6 milhões	50,5 milhões
Unidades comercializadas	1.880.310	2.395.797	2.089.780
Market Share (em receita)	0,26%	0,25%	0,32%
Market Share (%)	0,2%	0,24%	0,29%
Posição no ranking de receita	49	47	45
Posição no ranking geral	63	55	53

Os três principais produtos da operação foram:

Esomax®
Urzac®
Cartan®

A operação comercializa produtos para as especialidades de Cardiologia, Clínica Geral, Gastroenterologia e Psiquiatria.

BOLÍVIA	2013	2014	2015
Nº de Colaboradores	22	32	37
Força de vendas	12	20	22
Portfólio – nº de SKUs	50	75	76
Faturamento bruto (R\$)	3,0 milhões	3,4 milhões	7,4 milhões
Unidades comercializadas	140.063	156.702	247.404
Market Share (em receita)	0,39%	0,44%	0,60%
Market Share (%)	0,43%	0,5%	0,63%
Posição no ranking de receita	31	29	26
Posição no ranking geral	46	40	33

Os três principais produtos da operação foram:

Betistin®
Biperid®
Snif®

A operação comercializa produtos para as especialidades de Cardiologia, Cirurgia, Clínica Geral, Endocrinologia, Gastroenterologia, Ginecologia, Neurologia, Ortopedia, Otorrinolaringologia, Pediatria, Psiquiatria e Urologia.

DESTAQUES DAS OPERAÇÕES NA AMÉRICA LATINA

CHILE	2013	2014	2015
Nº de Colaboradores	318	361	334
Força de vendas	23	28	28
Portfólio – nº de SKUs	213	526	678
Faturamento bruto (R\$)	73,7 milhões	71,9 milhões	97,4 milhões
Unidades comercializadas	20.378.697	18.892.565	20.509.541
Market Share (em receitaário)	0,46%	0,55%	0,75%
Market Share (%)	0,1%	0,1%	0,24%
Posição no ranking de receitaário	36	36	33
Posição no ranking geral	77	80	66

Os três principais produtos da operação foram:
Femiplus®
Clavam Duo®
Bisopril®

A operação comercializa produtos para as especialidades de Cardiologia, Clínica Geral, Dermatologia, Ginecologia, Neurologia, Otorrinolaringologia, Pediatria, Psiquiatria e Medicina do Trabalho.

COLÔMBIA	2013	2014	2015
Nº de Colaboradores	111	159	213
Força de vendas	-	35	45
Portfólio – nº de SKUs	129	20	189
Faturamento bruto (R\$)	36,3 milhões	46,3 milhões	71,3 milhões
Unidades comercializadas	16.468.198	13.981.057	13.152.458
Market Share (em receitaário)	-	0,2%	0,51%
Market Share (%)	-	0,32%	0,34%
Posição no ranking de receitaário	-	59	40
Posição no ranking geral	-	93	61

Os três principais produtos da operação foram:
Triderm®
Diprogenta®
Alnex®

A operação comercializa produtos para as especialidades de Clínica Geral, Dermatologia, Ginecologia, Otorrinolaringologia, Pediatria, Psiquiatria, Gastroenterologia, Ginecologia, Cardiologia, Odontologia, Ortopedia, Neurologia e Internistas.

AMÉRICA CENTRAL/ GUATEMALA	2013	2014	2015
Nº de Colaboradores	274	284	304
Força de vendas	98	85	95
Portfólio – nº de SKUs	106	112	144
Faturamento bruto (R\$)	13,1 milhões	25,8 milhões	42,4 milhões
Unidades comercializadas	2.300.694	2.003.369	2.262.136
Market Share (em receitaário)	2,8%	2,97%	3,18%
Market Share (%)	1,87%	1,9%	2,04%
Posição no ranking de receitaário	7	6	4
Posição no ranking geral	18	17	16

Os três principais produtos da operação foram:
Metion H-Pylori®
Hlstoprin®
Neumonil®

A operação comercializa produtos para as especialidades de Cardiologia, Clínica Geral, Gastroenterologia, Ginecologia, Neurologia, Ortopedia e Traumatologia, Otorrinolaringologia, Pediatria, Psiquiatria e Medicina do Trabalho.

PERU	2013	2014	2015
Nº de Colaboradores	255	214	202
Força de vendas	59	55	61
Portfólio – nº de SKUs	221	172	111
Faturamento bruto (R\$)	54,1 milhões	40,3 milhões	53,8 milhões
Unidades comercializadas	4.337.105	3.630.801	2.700.189
Market Share (em receitaário)	0,89%	0,89%	1,03%
Market Share (%)	1,06%	1,04%	1,04%
Posição no ranking de receitaário	22	27	21
Posição no ranking geral	27	30	29

Os três principais produtos da operação foram:
Cefalogen®
Transamin®
Sulconar®

A operação comercializa produtos para as especialidades de Cirurgia, Clínica Geral, Ginecologia, Medicina Estética, Neurologia, Oftalmologia, Otorrinolaringologia, Pediatria, Pneumologia, Psiquiatria, Medicina do Trabalho e Urologia.

DESTAQUES DAS OPERAÇÕES NA AMÉRICA LATINA

URUGUAI	2013	2014	2015
Nº de Colaboradores	176	166	175
Força de vendas	30	23	30
Portfólio – nº de SKUs	162	168	171
Faturamento bruto (R\$)	31,0 milhões	31,6 milhões	39,8 milhões
Unidades comercializadas	3.181.925	2.979.148	3.147.960
Market Share (em receita)	3,22%	3,32%	3,19%
Market Share (%)	2,93%	3,28%	3,15%
Posição no ranking de receita	8	10	10
Posição no ranking geral	11	7	9

Os três principais produtos da operação foram: **Valsacor®**, **Talis®** e **Acf®**

A operação comercializa produtos para as especialidades de Cardiologia, Clínica Geral, Gastroenterologia, Geriatria/Familiar, Ginecologia, Neurologia, Odontologia, Otorrinolaringologia, Psiquiatria, Pediatria, Reumatologia e Urologia.



CONTROLADAS & JOINT VENTURES

Momenta

Criada em 2013, a Momenta Farmacêutica é uma operação independente, pertencente 100% à Eurofarma. Dedicada à produção e comercialização de produtos de marca, com foco na área de prescrição médica, destaca-se na promoção de medicamentos voltados às especialidades de Psiquiatria, Ginecologia e Sistema Respiratório. Presta serviços de produção para a Eurofarma e também para outros laboratórios, sendo responsável por toda a linha de antibióticos da empresa (penicilínicos, cefalosporínicos e carbapenêmicos).

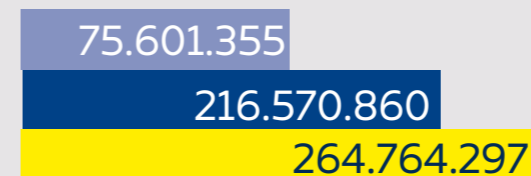
Em 2015, a Momenta lançou

dois importantes produtos em grandes classes terapêuticas – o antibiótico Atak Clav (amoxicilina e clavulanato de potássio) e o Gázia (pantoprazol), focado no segmento dos inibidores da bomba ácida. Os lançamentos ampliaram significativamente o espectro médico na Pediatria, Otorrinolaringologia e Gastroenterologia. Outros destaques foram o Matrice (peptídeos de colágeno) e a versão de mix de fibras Regulare Six. A Momenta Farmacêutica também consolidou o portal médico Momenta Evidência, com a marca de 6 mil médicos cadastrados e ativos para consultas na base de dados Ebsco e Medline.

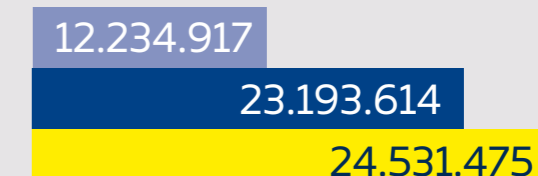
MOMENTA



FATURAMENTO ANUAL (R\$)



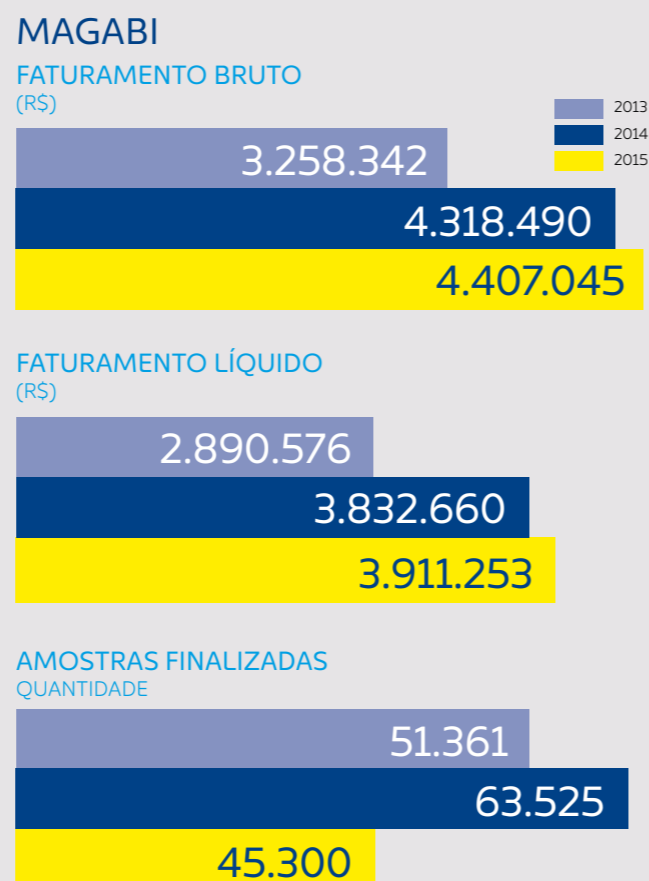
UNIDADES PRODUZIDAS QUANTIDADE



CONTROLADAS & JOINT VENTURES

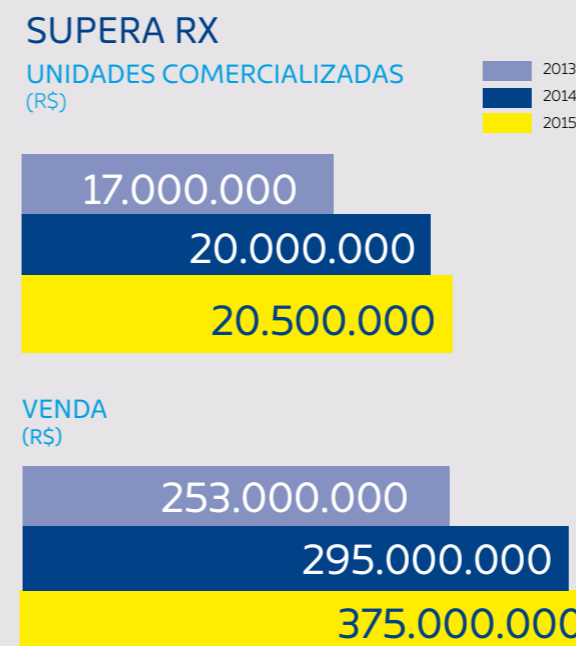
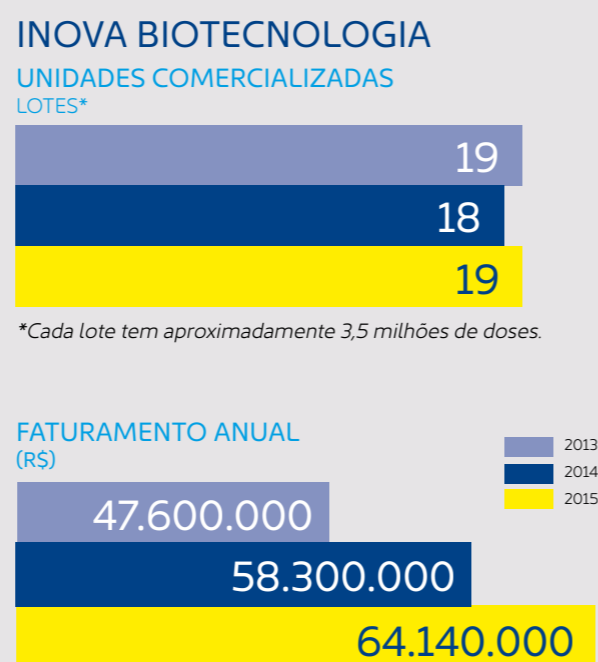
Magabi

O Magabi Pesquisas Clínicas e Farmacêuticas é responsável pela análise de amostras para estudos de biodisponibilidade relativa e bioequivalência, obrigatórios para obtenção de registro de medicamentos junto à Anvisa (Agência Nacional de Vigilância Sanitária), além de realizar testes de validação de limpeza residual e estudos de estabilidade. Em 2015, o Magabi ampliou seu escopo de atuação para tornar-se também um Centro de Pesquisa. A empresa obteve um faturamento de R\$ 4,4 milhões e 45,3 mil amostras finalizadas



Inova

Localizada em Juatuba (MG), a Inova Biotecnologia é uma joint venture entre a Eurofarma, que detém 50% da companhia, e o grupo Hertape Saúde Animal, para a produção de vacinas contra febre aftosa. A Inova concentra-se nas atividades de produção e controle de qualidade, enquanto a comercialização das vacinas é feita diretamente pela força de vendas das empresas acionistas. Em 2015, a Inova ampliou as vendas no mercado externo, com incremento nas exportações para o Uruguai, Bolívia e Venezuela.



Supera RX

A Supera RX é resultado de uma joint venture formada em 2012 pela Eurofarma, Cristália e Merck Sharp & Dohme (MSD). A parceria é responsável pela promoção e distribuição de produtos de Prescrição Médica. Em 2015, a Supera Rx intensificou o ritmo de lançamentos e adicionou seis novas marcas ao portfólio, além de incorporar dois medicamentos da MSD, considerados novos no país, fatos que proporcionaram uma evolução de 27% nas vendas em relação ao ano anterior.

Orygen

A Orygen Biotecnologia é uma joint venture da Eurofarma, que detém 50% do capital da empresa, com o laboratório Biolab. Atua no desenvolvimento e produção de medicamentos biossimilares. A empresa ainda não comercializa produtos. A expectativa é que os primeiros biossimilares cheguem ao mercado brasileiro nos próximos anos.





Investimentos para chegar cada vez mais longe

Prescrição Médica | Medicamentos Isentos de Prescrição | Hospitalar | Genéricos | Licitações | Oncologia | Veterinária | Serviços a Terceiros | Euroglass | Exportação

SEMPRE PRESENTE



Maior força de vendas do mercado com **2.888** colaboradores

mais de **280** produtos

mais de **250** milhões de unidades produzidas



16 PRODUTOS LANÇADOS EM 2015

Grupo Eurofarma

INVESTIMENTOS PARA CHEGAR CADA VEZ MAIS LONGE

A estratégia da Eurofarma sempre baseou-se em ampliar o acesso da população aos medicamentos, levando produtos até os locais mais distantes, nos países em que atua. Com o crescente número de profissionais médicos na última década, fez-se necessário um olhar mais próximo e voltado a esse novo público a ser atingido para apresentação do portfólio da empresa.

O Grupo Eurofarma conta com 2.888 colaboradores dedicados em ampliar a capilaridade da promoção dos produtos, realizando cerca de 600 mil contatos médicos por mês.

A empresa conta com a maior força de propaganda médica do Brasil. Em 2015, mesmo diante da forte retração econômica que limitou o crescimento, investiu na contratação de 400 novos

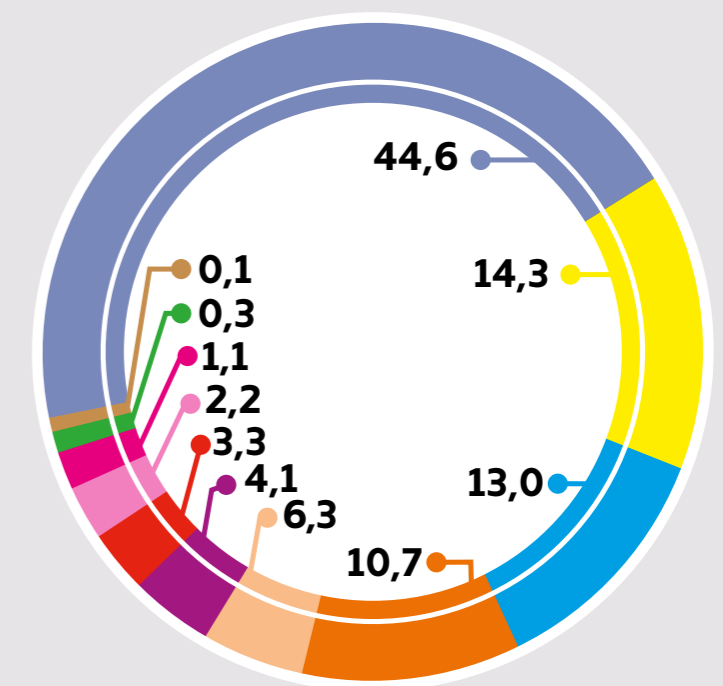
propagandistas, um incremento de 30% na força de vendas da área de Prescrição Médica.

A criação da Unidade de Medicamentos Isentos de Prescrição em 2014 ocasionou alterações no portfólio a partir deste período. Em 2015, também houve a transferência de alguns produtos para as operações da Momenta e Supera RX.

O setor farmacêutico registrou 13,60% de evolução em demanda no canal varejo, desempenho 6,34% superior em relação ao mesmo período do ano anterior. A Eurofarma também apresentou significativo crescimento para o ano e, segundo a mesma auditoria, registrou um crescimento de 19,60%. Apresentou ainda ganho de participação de mercado nas Unidades de Prescrição Médica, Isentos de Prescrição, Genéricos e Oncologia.

% SOBRE AS VENDAS BRUTAS CONSOLIDADAS

- Prescrição
- Hospitalar
- Internacionais
- Genérico
- Medicamentos Isentos De Prescrição
- Licitações
- Oncologia
- Veterinária
- Serviços A Terceiros
- Euroglass
- Exportação



PRESCRIÇÃO MÉDICA

Principal Unidade de Negócios da Eurofarma e responsável por 44,6% do faturamento da empresa controladora. Em 2015, comercializou 59,5 milhões de unidades, totalizando R\$ 1,2 bilhão em vendas, crescimento de 6,3% em relação ao ano anterior.

Destaques

Tâmisa®
(contraceptivo)

Selene®
(antiacnéico)

Pondera®
(antidepressivo)

Lançamentos em 2015

Molieri 20

Pietra ED

Quet XR

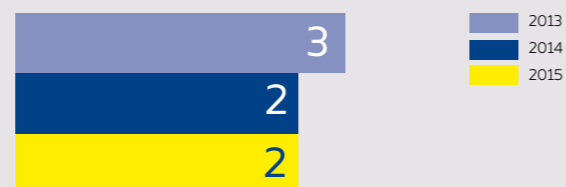
Tada

Tada Diário

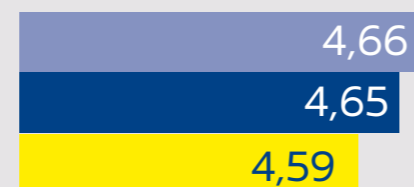
Tuntá

Zydena

POSIÇÃO NO RANKING DE LABORATÓRIOS



MARKET SHARE (%)



Fonte: Close-Up Jan/2016

GENÉRICOS

A Eurofarma ocupa a 3ª posição no ranking de genéricos, com 6 medicamentos lançados no ano. Em 2015 comercializou 60,5 milhões de unidades, totalizando R\$ 299,5 milhões em vendas, crescimento de 10,4% acima do registrado em 2014.

Destaques

Cilostazol
(antiagregante plaquetário)

Losartana Potássica
(anti-hipertensivo)

Amoxicilina + Clavulanato
(anti-infeccioso)

Lançamentos em 2015

Azitomicina
Suspensão (antibiótico)

Tadalafila
(disfunção erétil)

Dienogest
(hormônio)

Cloridrato de Propofenona
(A/Arritmico cardíaco)

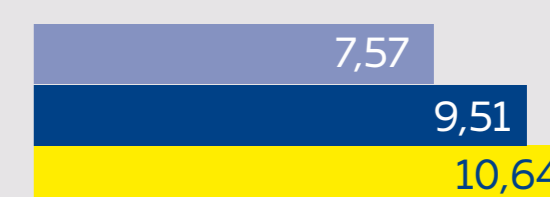
Quetiapina
(antipsicótico)

Cloridrato de Fluoxetina
(antidepressivo e estabilizador de humor)

POSIÇÃO NO RANKING DE GENÉRICOS



MARKET SHARE (%)



Fonte: IMS Health Jan/2016 – PMB PPP

MEDICAMENTOS ISENTOS DE PRESCRIÇÃO

No primeiro ano de atuação, a Unidade de Medicamentos Isentos de Prescrição, comercializou 5,9 milhões de unidades, somando R\$ 175,7 milhões em vendas. A divisão reúne os medicamentos isentos de prescrição, cosméticos e alimentos que a empresa disponibiliza ao mercado e que podem ser adquiridos sem a formalização da receita médica.

Destaque

Proso®
suplemento vitamínico-mineral (cálcio + vitamina D3)

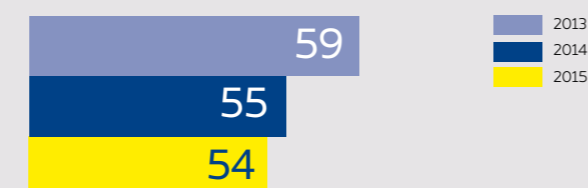
Lançamentos em 2015

Moviment C
(peptídeos de colágeno)

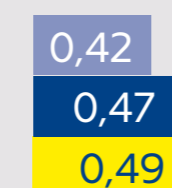
Um Bi / 20 Bi (probióticos)

Cispac (cramberry)

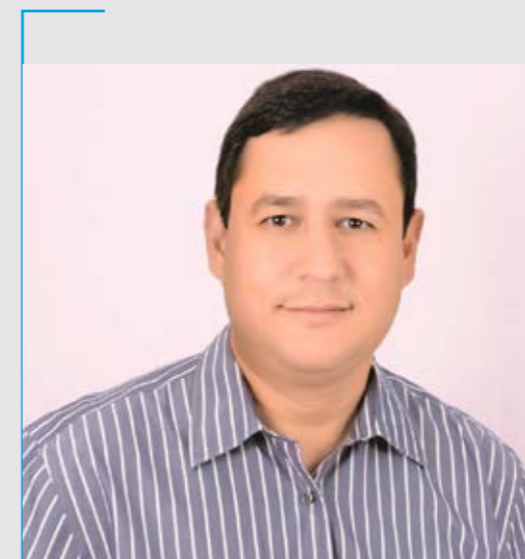
POSIÇÃO NO RANKING NACIONAL DE MEDICAMENTOS POPULARES DE MARCA



MARKET SHARE (%)



Fonte: IMS Health Dez/2015 – PMB PPP



“Estou há um ano na Eurofarma e já deu para perceber que, quando o assunto é promoção médica, a empresa tem um posicionamento diferente de outros laboratórios. A orientação é para apresentar os benefícios dos produtos, respaldados por estudos científicos que são entregues aos médicos. Oferecer ao médico algo em troca para que prescreva determinado produto é impensável. Se o médico decide optar por nosso produto é porque ele confia na força da marca, na qualidade. Essa postura, baseada na ética, facilita nosso trabalho e nos mantém motivados”.

Alessandro Souza Rocha, propagandista da Unidade de Medicamentos Isentos de Prescrição

ONCOLOGIA

O portfólio oncológico é amplo e diversificado. As vendas da Unidade totalizaram R\$ 92,9 milhões em 2015, crescimento de 10% em relação ao ano anterior, com 644 mil unidades comercializadas. **Desenvolvido em 2015 pela Eurofarma, o Fiprima® - primeiro medicamento biossimilar da América Latina** - é indicado para pacientes em tratamento quimioterápico, atuando para aumentar as células de defesa do organismo. O medicamento deve estar disponível à população no primeiro trimestre de 2016.

Destaques

Mesilato de Imatinibe
(inibidor de tirosina quinase)

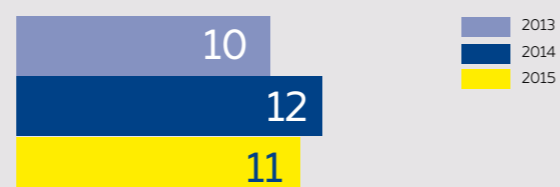
Anastrozol
(citostáticos antagonistas hormonais)

Ácido Zoledrônico
(bisfosfonatos, reguladores do cálcio ósseo)

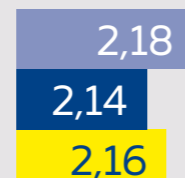
Lançamentos em 2015

Seletiv (fulvestranto)

POSIÇÃO NO RANKING NACIONAL DE VENDAS INSTITUCIONAIS



MARKET SHARE DE VENDAS INSTITUCIONAIS (%)



Fonte: IMS Health Dez/2015 – Non Retail



HOSPITALAR

A Unidade comercializa medicamentos e soluções parenterais de grande volume, sendo uma das líderes neste setor, com uma carteira ativa de clientes que soma 1.495 hospitais e distribuidores ativos em todo o país. Em 2015, a Unidade lançou no mercado dois medicamentos voltados para o tratamento de infecção hospitalar grave – os antibióticos Linezolida e Cloridrato de Moxifloxacino. Os produtos do portfólio foram comercializados em mais de 1.800 estabelecimentos, com faturamento de R\$ 397,9 milhões, volume 0,7% menor em

comparação ao ano anterior. O número de unidades comercializadas somaram 5,3 milhões de unidades. Com a retração econômica e com o aumento dos custos, a Unidade se viu obrigada a rever sua política comercial, o que justifica em parte o impacto nos volumes vendidos principalmente no 1º semestre. Com a adequação na estratégia, a Unidade apresentou melhor resultado no segundo período, reduzindo a perda, mantendo a margem planejada e os valores de vendas próximos ao registrado no ano anterior.

Destaques

Piperacilina + Tazobactam
(penicilinas de amplo espectro)*
* Produto mais vendido pela Eurofarma em 2015.

Soro Fisiológico Polimixina
(antimicrobiano)

Lançamentos em 2015

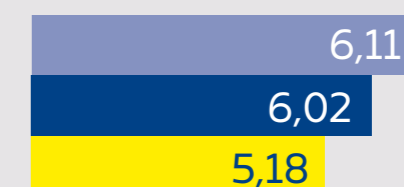
Linezolida
(antibiótico)

Cloridrato de Moxifloxacino
(antibiótico)

POSIÇÃO NO RANKING NACIONAL DE VENDAS INSTITUCIONAIS



MARKET SHARE DE VENDAS INSTITUCIONAIS (%)



Fonte: IMS Health Dez/2015 – Non Retail

LICITAÇÕES

A Unidade é voltada para o atendimento das instituições públicas de saúde, atuando com toda a linha de produtos da Eurofarma. As vendas em 2015 somaram R\$ 113,2 milhões, crescimento de 22,7% em relação ao ano anterior.

O volume de unidades comercializadas foi de 10 milhões, aumento de 8% em relação a 2014.

Destaques

Cilostazol
(antiagregante plaquetário)

Losartana Potássica
(anti-hipertensivo)

Amoxicilina + Clavulanato
(anti-infeccioso)

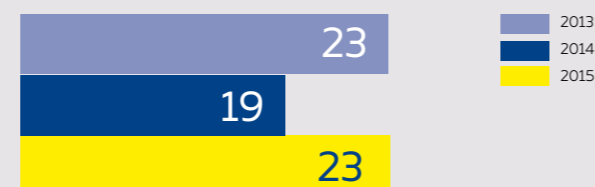
Lançamentos em 2015

Poliximina
(antimicrobiano)

Noex
(antialérgico)

Benzetacil
(antibiótico)

POSIÇÃO NO RANKING NACIONAL DE VENDAS INSTITUCIONAIS



MARKET SHARE DE VENDAS INSTITUCIONAIS (%)

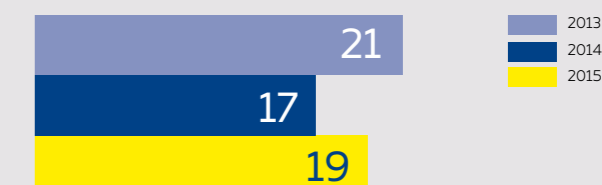


Fonte: IMS Health Dez/2015 – Non Retail

VETERINÁRIA

A Unidade atua na área de animais de grande porte e mantém equipe própria de vendas que realiza, no segmento veterinário, trabalho semelhante ao da Unidade de Prescrição, para a geração de demanda. O trabalho de apresentação do portfólio é feito junto aos pecuaristas e também distribuidores e pontos de venda. Chuvas em excesso e fora de época em algumas regiões e estiagem em outras, em 2015, afetaram diretamente o manejo do rebanho e, conseqüentemente, a comercialização de produtos e insumos de uso veterinário. Mesmo diante deste cenário, a Unidade conquistou um bom resultado, com faturamento de R\$ 60 milhões. Uma evolução de 4% quando comparado ao ano de 2014.

POSIÇÃO NO RANKING NACIONAL DE LABORATÓRIOS



MARKET SHARE (%)



Fonte: IMS Health Dez/2015 – SINDAN

Destaques

Creolina®
(desinfetante)

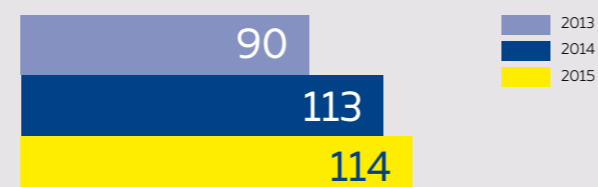
Newmast
(antimicrobiano/antimastítico)

Aminofort
(estimulador hormonal natural)

SERVIÇOS A TERCEIROS

A Unidade, que deu início às atividades o Grupo Eurofarma em 1972, produz para terceiros - laboratórios nacionais e internacionais-, disponibilizando a estes clientes sua capacidade produtiva. Com faturamento de R\$ 32,1 milhões em 2015, a Unidade registrou crescimento expressivo de 43,4% em relação ao período anterior, com 46,1 milhões de unidades produzidas.

QUANTIDADE DE APRESENTAÇÕES COMERCIALIZADAS



TOTAL DE LABORATÓRIOS PARA OS QUAIS A EUROFARMA COMERCIALIZA



Fonte: Relatório Interno Eurofarma - SAP



EXPORTAÇÃO

A Unidade é responsável por coordenar as vendas internacionais do portfólio, incluindo as exportações para atender as operações internacionais. Em 2015, a Eurofarma fechou acordo inédito e exclusivo com a Ceyoka, empresa líder na área de medicamentos no Sri Lanka, para comercialização de medicamentos na área de oncologia naquele país. Iniciou operações comerciais com clientes em Moçambique e Equador, e também fechou sete novos contratos de fornecimento no Oriente Médio (Irã e Iêmen) e América Latina (Paraguai, Peru e Costa Rica). Em razão da priorização de produtos para abastecimento interno e alguns atrasos decorrentes de processos regulatórios, o resultado comercial da unidade em 2015 ficou abaixo da expectativa.

Destaques

Omeprazol

(antiulceroso)

Ceftriaxona

(cefalosporinos injetáveis)

Versa

(antitrombótico)

EXPORTAÇÃO	2013	2014	2015
Atingimento de meta	-	5% acima da meta	63,71%
Desempenho em vendas (R\$)	2.324 mil	2.728 mil	2.014 mil
Países para os quais os produtos foram exportados	-	-	Costa Rica, Equador, Paraguai, Paquistão, Bolívia, Vietnã e Moçambique

Fonte: Relatório Interno Eurofarma - SAP

EUROGLASS

Atende a Eurofarma e outros laboratórios na produção de frascos e ampolas de vidro. Em 2015, a Unidade contabilizou vendas abaixo do programado em virtude da suspensão temporária e planejada do processo por alguns grandes clientes, que neste ano realizaram paradas temporárias e planejadas do processo de produção para a modernização de suas fábricas.

EUROGLASS	2013	2014	2015
Total de laboratórios para os quais comercializa	26	21	22
Vendas (R\$)	8,6 milhões	10,2 milhões	8,7 milhões
Crescimento em relação ao ano anterior	-	19%	-14,7%

Fonte: Relatório Interno Eurofarma - SAP





4

1º registro de biossimilar da América Latina
 Criação do Núcleo de Inovação Radical
 Inovação na Eurofarma em números
 Acordo de comercialização de droga patenteada

INOVAÇÃO E PESQUISA



CRIAÇÃO DO NÚCLEO DE INOVAÇÃO RADICAL

R\$ 132
 milhões investidos em P&D



1º MEDICAMENTO BIOSSIMILAR DA AMÉRICA LATINA

Grupo Eurofarma



MOMENTO HISTÓRICO COM O 1ª BIOSSIMILAR DA AMÉRICA LATINA

O compromisso e a busca por inovação norteiam marcos importantes na trajetória da empresa, como o lançamento do primeiro produto genérico de uso oncológico no país, no início dos anos 2000 e, pouco tempo depois, de genéricos contraceptivos orais e injetáveis, à frente da concorrência. Em 2015, veio a conquista de destaque internacional - a empresa desenvolveu e obteve o registro do primeiro medicamento biossimilar da

América Latina, o Fiprima® (filgrastim). Em todo o mundo existem apenas 20 biossimilares, sendo 19 na Europa e 1 nos Estados Unidos.

A conquista é um marco para a indústria farmacêutica nacional, uma vez que a tecnologia aplicada ao produto foi desenvolvida internamente. O projeto teve início em 2006 e foram executadas todas as etapas científicas, desde o desenvolvimento

do clone até a metodologia analítica. Até 2015 já foram investidos cerca de R\$ 40 milhões na plataforma de biotecnológicos. Sua produção é bastante complexa, uma vez que envolve a modificação de DNA de um organismo vivo, necessitando de processos completamente distintos aos de um produto sintético, o que demandou da companhia o esforço em capital intelectual, recurso financeiro e maior tempo de desenvolvimento. A Eurofarma investiu mais de R\$ 25 milhões no desenvolvimento do Fiprima®.

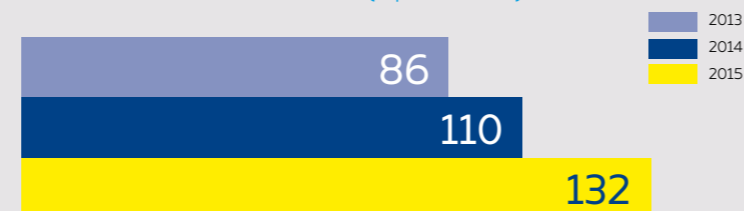
O Fiprima® é um medicamento biotecnológico utilizado para induzir o aumento de células de defesa do organismo em portadores de alguns tipos de câncer, como mama e leucemia, evitando o surgimento de doenças infecciosas oportunistas. O envelhecimento da população está gerando uma aumento na incidência de doenças como Câncer e Alzheimer, e o uso de medicamentos biológicos para combater essas patologias é uma tendência mundial.

Além de atender o mercado privado, cuja expectativa é de buscar uma participação de 50% nas vendas, a Eurofarma tem em andamento um acordo com o Instituto Bio-Manguinhos/Fiocruz, via Parceria para o Desenvolvimento Produtivo (PDP), para fornecer o medicamento ao mercado público, mediante transferência de tecnologia. Fiprima® deverá estar disponível para vendas a partir do primeiro trimestre de 2016.

CRIAÇÃO DO NÚCLEO DE INOVAÇÃO RADICAL

O desenvolvimento com sucesso do primeiro medicamento biossimilar da América Latina, com tecnologia própria, fortaleceu os alicerces da Eurofarma para o pioneirismo do futuro: a empresa ambiciona ter sua primeira molécula nova em 2025. Para trilhar esse caminho, a empresa concebeu o Núcleo de Inovação Radical, com a contratação de renomados cientistas que atuarão com foco nesta meta. A busca pela inovação radical através da descoberta de moléculas novas, exigirá da empresa uma evolução nos investimentos em projetos de inovação incremental e na definição de um pipeline que possa resultar em produtos patenteados. Passo fundamental para diferenciar a empresa no médio e longo prazo.

INVESTIMENTOS EM P&D (R\$ MILHÕES)



1º medicamento biossimilar da América Latina

Marco histórico em 2015, com o registro do Fiprima® (filgrastim). Investimento de R\$ 40 milhões na plataforma de biotecnológicos

INOVAÇÃO NA EUROFARMA EM NÚMEROS

146 produtos em pipeline, entre cópias, inovação incremental e radical.

Farmacêutica com maior número de registros na Anvisa – **29** em 2015 – e o mais baixo índice de indeferimentos.

331 registros submetidos às autoridades sanitárias de **17** países, com **153** aprovações no ano.

5,3% das vendas líquidas foram destinadas à área de P&D.

16 produtos lançados em 2015

Meta para **2020**: lançamento de **20** produtos por ano

ACORDO DE LICENÇA PARA MEDICAMENTO PATENTEADO

Em março de 2015, a Eurofarma ampliou a parceria estabelecida ao final de 2014 com o laboratório sul-coreano Dong-A Pharmaceutical, para comercializar com exclusividade para outros 17 países da América Latina, além do Brasil, o medicamento oral patenteado Zydena®. Indicado para tratamento da disfunção erétil, o produto é comercializado por outras companhias em países como Rússia, Malásia, Filipinas, Turquia e Índia, e está em fase final de aprovação nos Estados Unidos pela FDA (Food and Drug Administration).





3

GOVERNANÇA CORPORATIVA



"A percepção de todos os colaboradores na Colômbia é que a Eurofarma é uma companhia que não se enfoca somente nos resultados, mas também se preocupa com as pessoas e com um bom ambiente para se trabalhar. A disseminação do Código de Ética e Conduta e a implantação da Ouvidoria corroboraram para que todos tenham a tranquilidade e o orgulho de que estamos em uma empresa ética e transparente."

*Pedro Rivera, gerente geral
da Eurofarma Colômbia*

Governança Corporativa

5 ÉTICA E TRANSPARÊNCIA

Imagem & Reputação
Relação com o poder público e entidades representativas
Integridade Corporativa
Ouvidoria
Conselho Consultivo
Comitês
Relação com clientes
Relação com fornecedores

6 EXCELÊNCIA OPERACIONAL

Eficiência em processos
Central de Atendimento
Segurança no Trabalho
Segurança do Produto
Certificações & Licenças

Passou a integrar o
The United States-Brazil CEO Forum



Revisão do Código de Ética com proibição de doações para fins eleitorais

311 reuniões institucionais, sendo **33%** encontros internacionais

100%

dos colaboradores treinados no Código de Ética, incluindo as operações internacionais



122

auditorias dentro do Programa de Monitoramento de Fornecedores

10 Comitês Internos para auxiliar nas decisões da companhia



Treinamento da nova Lei Anticorrupção junto a colaboradores e parceiros comerciais



ÉTICA E TRANSPARÊNCIA

- Imagem & Reputação
- Relação com o poder público e entidades representativas
- Integridade Corporativa
- Ouvidoria
- Conselho Consultivo
- Comitês
- Relação com clientes
- Relação com fornecedores

Passou a integrar o **The United States-Brazil CEO Forum**



100%

dos colaboradores treinados no Código de Ética, incluindo as operações internacionais



122

auditorias dentro do Programa de Qualidade de Fornecedores

Grupo Eurofarma

IMAGEM & REPUTAÇÃO

2020 começa hoje com as ações orientadas pelo nosso planejamento e Visão para os próximos 5 anos: "Consolidar as operações da América Latina e expandir para os principais mercados globais buscando o reconhecimento de médicos e comunidades, alavancados pelo lançamento de novos produtos, com rentabilidade que permita o crescimento sustentável da companhia".

Em linha com esses objetivos, a área de Relações Institucionais, que concluiu seu primeiro ano de existência, cumpriu a meta de fortalecer a interlocução com instituições dos diversos setores que compõem o cenário de atuação da Eurofarma, e também identificou oportunidades de negócios para a companhia em mercados globais.

A projeção e distinção da empresa como um dos principais players regionais foi confirmada também pelo convite recebido, em 2015, para integrar o *The United States-Brazil CEO Forum*, seletivo encontro realizado entre líderes dos dois governos e presidentes de apenas 12 empresas norte-americanas e

brasileiras, para a promoção de intercâmbios tecnológicos e desenvolvimento de parcerias.

Para a estratégia de internacionalização, a área focou suas atividades na análise e prospecção de oportunidades em novos continentes e exerceu participação ativa nas entidades representativas do setor farmacêutico, contribuindo com conhecimento técnico para os debates e decisões de temas relevantes para o setor, como as questões relacionadas à exigência do receituário na venda de medicamentos, tributos para inovação, projeto de rastreabilidade, entre outros.

Outros avanços importantes foram a consolidação da cultura e valores, do Código de Ética e Conduta da empresa e da Ouvidoria independente, que foram estendidos a todos os colaboradores das operações internacionais.

O ano também foi marcado pelo 3º Treinamento sobre a Lei Anticorrupção para todas as áreas internas e distribuidores que trabalham no segmento de licitações.



RELAÇÃO COM O PODER PÚBLICO E ENTIDADES REPRESENTATIVAS

A Eurofarma mantém constante interlocução com diversas esferas do poder público, como Anvisa, Ministérios e Secretarias, a fim de garantir seus direitos, solucionar problemas e contribuir com conhecimento. As principais interfaces com órgãos governamentais vinculados à administração pública no Brasil são com:

- **Ministérios:** Saúde; Ciência, Tecnologia e Inovação; Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior; Relações Exteriores; Agricultura, Pecuária e Abastecimento
- **Anvisa**
- **Finep**
- **BNDES**
- **Apex**
- **ABDI**
- **Governo do Estado de SP e suas secretarias**
- **Cetesb**
- **Sabesp**
- **Fapesp**
- **Prefeitura do Município de SP e suas secretarias**
- **Prefeitura do Município de Itapevi e suas secretarias**

O relacionamento institucional também estende-se às associações e entidades representativas do setor, sendo as principais:

- **Sindusfarma** (Sindicato da Indústria de Produtos Farmacêuticos no Estado de São Paulo)
- **Grupo Farma Brasil**
- **PróGenéricos** (Associação Brasileira das Indústrias de Medicamentos Genéricos)
- **Abiquifi** (Associação Brasileira da Indústria Farmoquímica e de Insumos Farmacêuticos)
- **Abifina** (Associação Brasileira das Indústrias de Química Fina, Biotecnologia e suas Especialidades)
- **Abimip** (Associação Brasileira da Indústria de Medicamentos Isentos de Prescrição)
- **Abrasp** (Associação Brasileira de Produtores de Soluções Parenterais)
- **Sindan** (Sindicato Nacional da Indústria de Produtos para Saúde Animal)
- **Abiad** (Associação Brasileira da Indústria de Alimentos para Fins Especiais e Congêneres)
- **CNI** (Confederação Nacional da Indústria)

Nos países onde mantém operações, a Eurofarma também realiza contatos com entidades reguladoras sanitárias, ministérios, embaixadas e outras instituições locais, bem como associações e entidades representativas do setor.

Doação partidária

Em 2015, a empresa tomou a decisão de não mais efetuar doações e contribuições para campanhas eleitorais. Sem preferências político-partidárias, a Eurofarma vinha apoiando candidatos com propostas na área de saúde, em especial voltadas ao bem-estar social e o desenvolvimento sustentável da sociedade.



INTEGRIDADE CORPORATIVA

Compliance, Gestão de Risco e Auditoria Interna

Criada ao final de 2014, a área de Integridade Corporativa engloba Compliance, Gestão de Risco e Auditoria Interna. Reporta-se diretamente ao Comitê de Integridade e Ética, que responde diretamente à Presidência da Eurofarma. Em seu primeiro ano de atuação, a área solucionou ocorrências recebidas pela Ouvidoria e ampliou a disponibilidade do canal para atendimento às operações internacionais.

Em 2015, 100% dos colaboradores participaram de treinamento específico sobre o Código de Conduta e Ética, incluindo as operações internacionais. A atividade foi realizada pelos agentes de Integridade Corporativa, função criada no último ano para atuar como ponto de apoio nas operações internacionais.

A equipe de Integridade Corporativa realizou o terceiro treinamento sobre a Lei Anticorrupção, em conjunto com um escritório de advocacia, para todas as áreas internas e distribuidores que trabalham no segmento de licitações.

O Código de Conduta e Ética da Eurofarma está disponível em www.eurofarma.com.br

OUVIDORIA

A Ouvidoria é um canal direto, independente e confidencial de comunicação, em que colaboradores, clientes ou fornecedores podem relatar suspeitas de ocorrência, fatos e condutas que não estejam de acordo com o Código de Ética da companhia. Os contatos podem ser feitos por telefone e internet, possibilitando o anonimato. Cada denúncia recebida gera um número de registro sequencial, com o qual o denunciante pode acompanhar o andamento do processo. O relato é apresentado e discutido no Comitê de Ética pela área de Integridade Corporativa, que tem 30 dias para avaliação, investigação e retorno, podendo ser postergado por igual período caso necessário.

Ouvidoria Brasil: 0800-6021834
Ouvidoria nas Operações Internacionais: www.contatoseguro.com.br

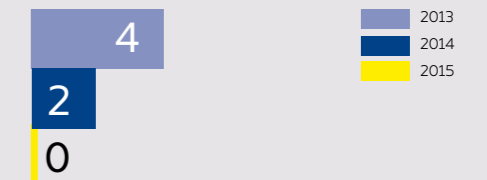
NÚMERO DE CASOS PROCEDENTES DE VIOLAÇÃO



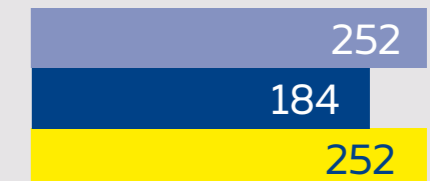
NÚMERO DE CASOS DE EMPREGADOS DEDITADOS POR VIOLAÇÃO AO CÓDIGO



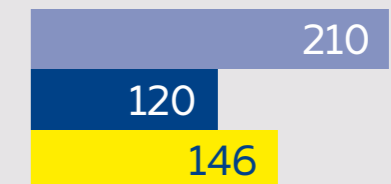
NÚMERO DE CASOS DE RESCISÃO DE CONTRATOS COMERCIAIS EM DECORRÊNCIA DE VIOLAÇÕES RELACIONADAS AO CÓDIGO E/OU POLÍTICA VIGENTES



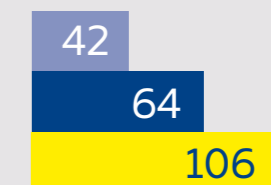
OUVIDORIA NÚMERO DE OCORRÊNCIAS



NÚMERO DE OCORRÊNCIAS APLICADAS NO CANAL



NÚMERO DE OCORRÊNCIAS NÃO APLICADAS NO CANAL



CONSELHO CONSULTIVO

Tem o objetivo de apoiar e avaliar as decisões estratégicas da empresa. É composto por 5 membros independentes, que se reúnem mensalmente:

Claudio Roberto Ely

É Engenheiro Civil formado pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul, com mais de 40 anos de experiência na liderança de grandes organizações. Esteve à frente de empresas nos ramos hidrelétrico e financeiro. Acumula ampla experiência no setor varejista farmacêutico.

Deborah Patricia Wright

Formada em Administração de Empresas pela EAESP-FGV, com especialização em Marketing e Finanças, acumulou sólida experiência em Marketing, Vendas e Planejamento Estratégico durante uma vivência de mais de 25 anos na indústria de bens de consumo, varejo eletrônico e comunicação.

Sua experiência profissional também se estende à participação em conselhos, sendo atualmente membro de conselhos de instituições ligadas à saúde e à sustentabilidade.

Ernesto Pousada

Formado em Engenharia Mecânica, com especialização em Administração de Negócios (USP), atuou por 15 anos no setor químico na área internacional. Ocupou vários cargos executivos no Brasil, Estados Unidos e Europa. Atualmente é responsável pelas áreas industriais e de operações em uma importante empresa no ramo de papel e celulose.

Nelson Mussolini

Advogado, com mais de 30 anos de experiência na indústria farmacêutica. Sua experiência vai além da área jurídica, incluindo finanças e RH. Já participou de processos de fusão e sempre manteve a atividade junto às associações de classe. Atualmente é presidente executivo do Sindusfarma- Sindicato da Indústria de Produtos Farmacêuticos no Estado de São Paulo.

Plínio Villares Musetti

Formado em Engenharia Civil e Administração de Empresas, esteve à frente de companhias nos ramos de elevadores e embalagens. Atualmente, é membro de conselhos consultivos e administrativos nas áreas de elevadores, revestimentos cerâmicos e cosméticos.

COMITÊS

Criados há 10 anos, os Comitês Internos auxiliam os processos de decisão da companhia:

- Comitê Executivo
- Comitê de Inovação Radical
- Comitê de Novas Tecnologias
- Comitê de Patrocínios Culturais e Esportivos
- Comitê de Responsabilidade Social Corporativa
- Comitê de Investimentos
- Comitê de Planejamento Estratégico
- Comitê de Conservação de Recursos Naturais
- Comitê de Ética
- Comitê de Governança de Tecnologia da Informação

RELAÇÃO COM CLIENTES

A empresa adota uma política comercial transparente, de forma a promover a concorrência honesta e saudável, estabelecendo uma relação sustentável com toda a cadeia produtiva. Não promove promoções agressivas nem fomenta estoques elevados nos clientes, contribuindo para a manutenção de uma operação equilibrada e adequada à geração de demanda. Todas as iniciativas estão alinhadas com a missão da companhia de ampliar o acesso da população a medicamentos com preços justos.



RELAÇÃO COM FORNECEDORES

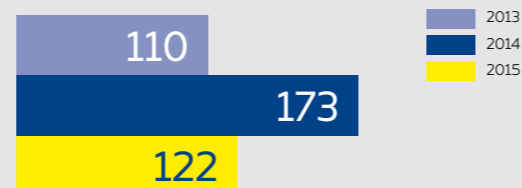
Desde 2011, a Eurofarma conta com uma Política para Fornecedores, que estabelece padrões para as relações entre a empresa e os parceiros comerciais. Confeccionado em três idiomas (português, espanhol e inglês), o documento está alinhado com o Código de Ética e Conduta da companhia e com as legislações pertinentes. Além das cláusulas obrigatórias de comprometimento com a exclusão de trabalho escravo ou análogo e infantil, e qualquer tipo de discriminação (racial, social, sexual ou religiosa), os fornecedores que assinam contrato com a empresa comprometem-se também em estar alinhados com os temas de desenvolvimento sustentável, segurança do trabalho e responsabilidade socioambiental. Os fornecedores de matérias-primas, insumos e embalagens são auditados, periodicamente, pela área de Qualidade da companhia.

Por conta das atividades que executa, a Eurofarma é uma grande consumidora de materiais, bens e serviços, realizando negócios mundialmente, com as mais diversas nacionalidades e culturas. Desta forma, a empresa investe na construção de parcerias de longo prazo, moderadas pela ética e compartilhamento de valores de respeito ao ambiente socioeconômico.

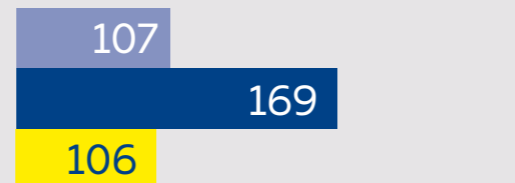
Programa de Monitoramento de Fornecedores

Uma equipe multidisciplinar, envolvendo colaboradores das áreas de Responsabilidade Social e Suprimentos, realiza auditorias presenciais em centenas de fornecedores, nacionais e internacionais. O objetivo é constatar in loco o seguimento das práticas estabelecidas na Política de Fornecedores. Em 2015, a cadeia envolvida no processo de monitoramento foi composta por 289 fornecedores, sendo 92 internacionais (32%) e 197 nacionais (68%).

FORNECEDORES AUDITORIAS REALIZADAS



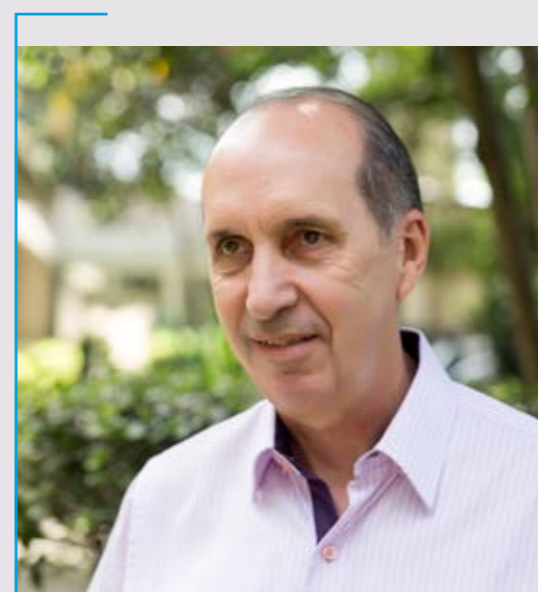
FORNECEDORES QUALIFICADOS



FORNECEDORES DESQUALIFICADOS



FORNECEDORES EUROFARMA						
	NACIONAL			INTERNACIONAL		
	2013	2014	2015	2013	2014	2015
Ativos (com movimentação de compra no último ano)	3.364	3.424	3.598	186	165	226
Ativos produtivos (matérias-primas que constam em listas técnicas)	197	200	209	156	167	152
Total Geral	3.561	3.624	3.807	342	332	378
% de gastos com fornecedores locais e importados		DIRETOS		INDIRETOS / SERVIÇOS		
Local	36,97	37,35	36,82	89,40	91,45	90,43
Importação	63,03	62,65	63,18	10,60	8,55	9,57
Total geral (%)	100	100	100	100	100	100
		NACIONAL			INTERNACIONAL	
Consumo de insumos (em milhões de reais)	52,3	77	177,6	345,9	412	544,6
Consumo de embalagens em unidades (em milhões de unidades)	764,7	861,6	841,2			
Consumo de embalagens de alumínio (em mil kg)	254,7	294	303			



“A parceria com a Eurofarma já dura 27 anos ininterruptos, sendo um dos relacionamentos mais antigos que mantemos. Acreditamos que isso se deve, em grande parte, ao alinhamento entre os valores e as práticas adotadas pelas duas empresas. Além disso, existe uma abertura para a troca de informações e experiências importante para ambos os lados. O aprendizado é constante. Recentemente, colaboradores da Eurofarma auditaram nossas instalações para checar algumas de nossas práticas na área socioambiental, apontando sugestões de melhorias, e consideramos isso muito salutar. O relacionamento com a Eurofarma vai além dos números e contratos, e esperamos que dure muitos anos.”

Maury Antonio Sestini, gerente técnico da Orbis Gráfica, que fornece embalagens para a Eurofarma



EXCELÊNCIA OPERACIONAL

- Eficiência em processos
- Central de Atendimento
- Segurança no Trabalho
- Segurança do Produto
- Certificações & Licenças



Ampliação do escopo de produção na Unidade Ribeirão Preto

Pesquisa de satisfação com clientes com índice positivo de **92%**

10 Comitês para auxiliar nas decisões da companhia

Grupo Eurofarma

FOCO NA EFICIÊNCIA E MELHORIA EM PROCESSOS

Após período de extensa reestruturação nos processos de planejamento e controle de produção, a área Operacional começa a colher os frutos das ações, com melhoria dos indicadores, crescimento de produtividade e aumento na eficiência dos processos internos e linhas de produção. Um exemplo é a Unidade Ribeirão Preto que, em novembro de 2015, passou a produzir dois novos medicamentos – cloridrato de moxifloxacino e linezolida. Até então, a operação era dedicada exclusivamente à produção de SPGV (Soluções Parenterais de Grande Volume).

As áreas operacionais ganharam mais visibilidade e passaram a atuar de maneira mais sinérgica, tendo como objetivo resultados mais sustentáveis e alinhados com a proposta de formar e fortalecer uma cadeia de suprimentos integrada. O ano de 2015 foi marcado por auditorias importantes, todas com resultados positivos para a companhia, com destaque para a de Boas Práticas de Produção, realizada pela Anvisa.

Com a implantação do Sistema de Apoio Crítico, a área atuou para melhorar a qualidade de manutenção geral das linhas de produção, dimensionando as novas realidades das fábricas, de forma a assegurar um volume de produção adequado à demanda, visando um estoque balanceado para os próximos períodos e que melhore o índice de falta de produtos.

A área também aposta no desenvolvimento e implantação de dois projetos importantes, o Cumbre e o Bulk. O Cumbre atua na expansão do portfólio da Eurofarma nos países da América Latina, por meio de transferência de produção de forma a otimizar seu parque fabril. Já o Bulk, que teve início em 2014 e fortaleceu-se em 2015, prevê, entre outras coisas, que os medicamentos sólidos possam ser enviados a granel para serem embalados nas unidades internacionais, gerando maior flexibilização e dinamismo nas operações. A mudança envolve estudos de estabilidade e aprovações das autoridades sanitárias dos países nos quais a empresa opera.



CENTRAL DE ATENDIMENTO

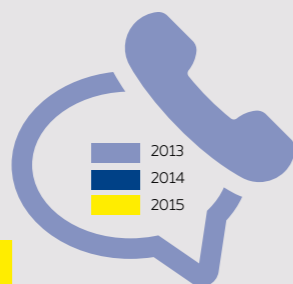
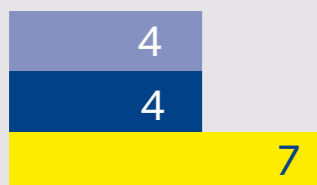
Entre os mecanismos de diálogo com clientes e profissionais de saúde está a Central de Atendimento Eurofarma (CAE), que atua respeitando a privacidade do consumidor. Muitas dúvidas estão relacionadas ao uso e indicação de medicamentos. Os analistas ajudam sem interferir na conduta médica e levam em consideração também os aspectos emocionais envolvidos no contato. As notificações recebidas pela CAE são avaliadas, inseridas em banco de dados e, periodicamente, encaminhadas à Vigilância Sanitária. Essas informações contribuem para o monitoramento da segurança dos produtos.

Em 2015, a pesquisa de satisfação com os clientes (respondida por 1.953 pessoas entre pacientes e clientes comerciais) teve índice positivo de 92%.

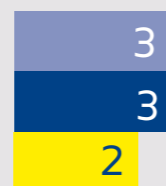
Em casos de relatos de eventos adversos, a área de Farmacovigilância é acionada e, conforme a situação, há um acompanhamento mais próximo junto ao consumidor. No caso de comunicações feitas por médicos, pode-se encaminhar literatura adicional e referências bibliográficas sobre o produto, uma prestação de serviços e um pós-venda que vão além das exigências legais.

DESEMPENHO CAE – CONTATOS TELEFÔNICOS, E-MAIL E CHAT

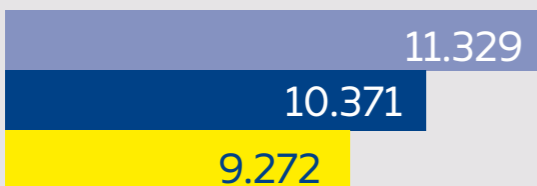
TEMPO MÉDIO DE ESPERA (SEGUNDOS)



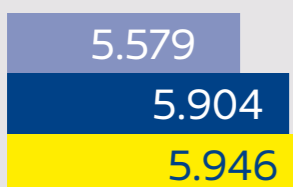
CHAMADAS ABANDONADAS (%)



MÉDIA MENSAL DE CONTATOS POR TELEFONE 0800



MÉDIA MENSAL DE CONTATOS POR E-MAIL E CHAT



MÉDIA TOTAL DE CONTATOS (inclui aqueles que não geram novas ocorrências)



SEGURANÇA DO PRODUTO

O processo interno de controle em saúde e segurança avaliou 34,2% dos produtos. O sistema SAP, plataforma tecnológica de gestão da empresa, garante a rastreabilidade e a segurança das informações do processo produtivo, conforme resolução da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (RDC no 17/2010) e o sistema de Gestão Eletrônica de Documentos (GED), implantado em 2013, é o principal recurso para gerenciamento dos sistemas de qualidade, abrangendo: Desvios de Qualidade, Controle de Mudança e Auditorias Internas de Qualidade.

Em termos de segurança e rastreabilidade, além de todos os resultados analíticos do laboratório de controle de qualidade, a companhia tem implantado um dos sistemas mais robustos de gerenciamento de dados: Sistema LIMS (Laboratory Intelligence Management System), no qual se rastreiam todas as etapas, desde matérias-primas até produtos acabados, passando pelo gerenciamento de especificações, planos de amostragem e metodologias analíticas. A empresa também conta com um procedimento de qualidade que atende aos requerimentos da RDC 17, garantindo a rastreabilidade dos processos críticos de qualidade.



CERTIFICAÇÕES

Em todos os segmentos industriais em que atua, a Eurofarma mantém rígido cumprimento às normas de GMP, baseadas nas regulamentações vigentes no Brasil, estabelecidas e fiscalizadas pela Anvisa. Também conta com laboratório próprio, certificado pela rede Reblas, e trabalha com sistemas e processos que atendem à legislação vigente e vão além.

A proposta da companhia, que já trabalha com muitas certificações internacionais, é preparar suas plantas e operações para atender aos requisitos dos órgãos mais exigentes do mundo, como U.S Food and Drug Administration (FDA) e European Medicines Agency (EMA).

O objetivo é antecipar-se a futuras regulamentações e estar apta a produzir e exportar para novos países e mercados estabelecidos.

Certificações de Qualidade:

- Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) – Brasil
- Rede Brasileira de Laboratórios Analíticos de Saúde (Reblas) – Brasil
- Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas (Digemid) – Peru
- Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos (Invima) – Colômbia
- Administración Nacional de Medicamentos, Alimentos y Tecnología Médica (Anmat) – Argentina
- Pré-qualificação da Organização Pan-Americana de Saúde (Opas)

SEGURANÇA NO ESPAÇO DE TRABALHO

Redução de
26%
no índice
de acidentes

Em 2015, houve grandes avanços em Segurança do Trabalho, com redução de 26% no índice de acidentes com e sem afastamento, comparado ao ano anterior. Todas as áreas foram mapeadas para levantamento de perigos e riscos. Os investimentos em treinamentos e melhorias nos processos ajudaram a estabelecer um novo patamar de Segurança, cada vez mais presente na cultura de prevenção de riscos e no comportamento seguro dos colaboradores dentro da empresa. Com isso, a avaliação dos temas relacionados à Segurança de Trabalho tiveram melhora significativa segundo a Pesquisa de Clima Organizacional (75% de favorabilidade), realizada no último ano.

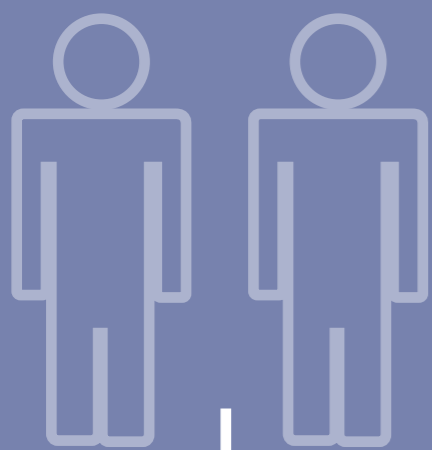
Regularmente, a equipe de Segurança do Trabalho, inserida na Vice-Presidência de Operações, identifica situações de risco e atua para eliminar ou minimizar os desvios, com base nas normas técnicas estabelecidas pelo Ministério do Trabalho e também de acordo com a própria Política de Segurança do Trabalho da companhia. Em 2015, a Sipat (Semana Interna de Prevenção de Acidentes de Trabalho) trabalhou na campanha "Preserve seus sentidos e sua vida terá sentido", que envolveu mais de 1.700 colaboradores.

A empresa também investe em conscientização e programas que incentivam o comportamento seguro. Em 2015, implantou o Programa de Segurança Baseado em Comportamento (PSBC), com o objetivo de identificar, por meio de uma metodologia de pontuação, desvios comportamentais e atitudes dos colaboradores que sugerem um plano de melhoria. Segundo a métrica utilizada, há um potencial elevado de melhorias que ainda podem ser implantadas na organização com foco no comportamento seguro. O objetivo é evoluir constantemente nas auditorias do PSBC.



ACIDENTES DO TRABALHO

	Campo Belo		Euroglass		Biotecnologia		Rio de Janeiro		Itapevi		Ribeirão Preto		Total	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Colaboradores (dezembro)	444	457	98	93	17	17	32	33	3,118	3,592	513	526	4,222	4,718
Doenças ocupacionais	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1
Dias perdidos devido a doenças	0	0	0	7	0	0	0	0	46	0	0	0	46	7
Acidentes com afastamento	6	3	3	2	0	0	2	0	14	13	9	7	34	25
Acidentes sem afastamento	1	1	0	0	0	0	0	0	7	7	4	1	12	9
Total de acidentes	7	4	3	2	0	0	2	0	21	20	13	8	46	34
Dias perdidos devido a acidentes	140	133	67	44	0	0	20	0	173	578	98	86	498	841
Total de horas trabalhadas	680,508	679,591	114,380	124,261	28,255	29,411	59,746	58,029	5,232,947	5,013,931	820,439	808,691	6,936,275	6,713,914
Total de ausências de qualquer natureza	63,858	39,513	8,001	12,092	860	1,050	2,689	1,689	180,494	151,703	95,052	67,830	350,954	273,878
TL - Total de lesões	8	6	26	16	0	0	33	0	2	4	10	10	79	35
TDO - Total de doenças	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Número de óbitos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0



4

GESTÃO DE PESSOAS



"A Eurofarma é uma empresa de portas abertas a quem tem determinação e vontade de aprender. Há mais de 20 anos, quando comecei a trabalhar na Unidade Euroglass, como auxiliar de limpeza, não esperava chegar tão longe. Em pouco tempo fui promovido como auxiliar de Produção, o que me estimulou a voltar a estudar, concluindo o ensino médio técnico. Recebi várias promoções e decidi fazer um curso superior. Consegui me formar em Engenharia Elétrica e hoje sou líder de Produção."

Ednaldo Furtado, líder de Produção na Unidade Itapevi

Gestão de pessoas

7 RELAÇÃO COM AS PESSOAS

Desenvolvimento estratégico
Valorização da meritocracia
Diversidade
Políticas & benefícios


6.521
Total de colaboradores



Maior força de vendas do mercado com
2.888
colaboradores



Treinamentos com foco no desenvolvimento de competências

81%
dos colaboradores consideram a Eurofarma um ótimo lugar para trabalhar


Uma das melhores empresas para trabalhar pelo GPTW

400
novos propagandistas contratados em 2015


77%
de vagas de liderança preenchidas com recursos internos


80%
dos cargos gerenciais e diretorias internas são ocupados por mulheres



Grupo Eurofarma

CONTRIBUIÇÃO ESTRATÉGICA PARA O DESENVOLVIMENTO

A área de Recursos Humanos atua estrategicamente para o desenvolvimento da empresa, assessorando todos os demais setores da companhia. Dentro desta missão, a gestão do capital humano é particularmente importante em tempos de crise econômica. A retenção de talentos e o desenvolvimento de competências adequadas fazem diferença na obtenção de resultados no curto, médio e longo prazos. A companhia prioriza o desenvolvimento das pessoas para assegurar a sustentabilidade do negócio.

Garantir um bom clima é uma das metas da área, sendo o nível medido por meio da Pesquisa de Clima Organizacional, com dados coletados confidencialmente. Em 2015, o levantamento mostrou que 81% dos colaboradores consideram a Eurofarma um ótimo lugar para se trabalhar. A pesquisa também foi aplicada nas operações internacionais, e novamente o índice de favorabilidade foi alto, 85% em média. Entre os temas mais bem avaliados está o orgulho de se trabalhar na empresa; confiança na liderança; credibilidade e remuneração & benefícios. Atualmente, 90% das práticas de Recursos Humanos adotadas pela empresa no Brasil estão disponíveis nos países da América Latina onde mantém operações próprias.

Outro importante reconhecimento das políticas de gestão de pessoas adotadas pela Eurofarma é a inclusão, pelo segundo ano consecutivo, no ranking das 50 melhores empresas para trabalhar

no Brasil, de acordo com a metodologia do GPTW (Great Place to Work). Em 2015, a companhia ganhou quatro posições em relação ao ano anterior. Em um ano recorde de inscrições, a Eurofarma ocupou a 39ª colocação entre as mais de 1.400 empresas participantes.

Para garantir o futuro da companhia, em 2015 a área finalizou o plano de desenvolvimento para cargos-chave (Plano Sucessório), identificando e treinando profissionais com potencial para ocupar cargos de liderança. Os treinamentos foram realizados com foco nas 10 competências fundamentais para a empresa. As preparações também se estenderam para os colaboradores recém-promovidos (PCO – Programa de Capacitação Promocional) e para os que atuam nas áreas operacionais. Para este último público, o programa contou com o apoio do Senai e levou para dentro da Unidade Itapevi maquinários de última geração para treinamento industrial, atribuindo o mesmo nível de importância para o aprimoramento da base e dos gestores.

Dentre todas as vagas de liderança abertas dentro da organização, 77% foram preenchidas com aproveitamento interno, oferecendo aos colaboradores maior oportunidade de carreira, inclusive em outros países. No último ano, 15 colaboradores brasileiros foram transferidos para as operações internacionais.

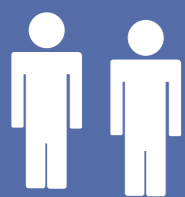
RELAÇÃO COM AS PESSOAS

Desenvolvimento estratégico

Valorização da meritocracia

Diversidade

Políticas & Benefícios



6.521

Total de colaboradores

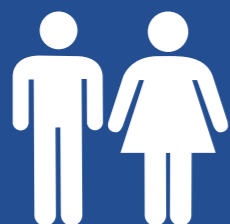


Treinamento mais de **118** horas

77% de aproveitamento interno nas vagas de liderança

PERFIL DOS COLABORADORES

6.521 mil colaboradores no Brasil e na América Latina



60% dos cargos de vice-presidente ocupados por mulheres

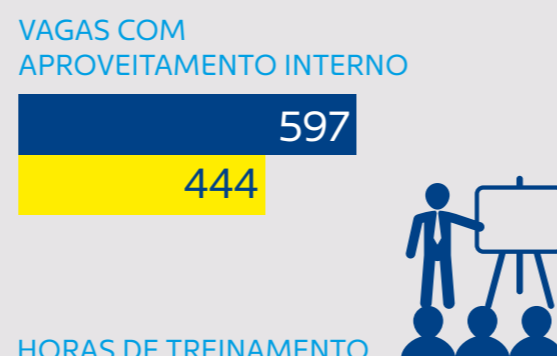
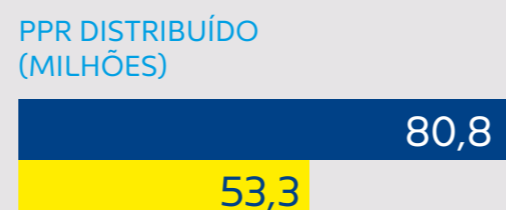
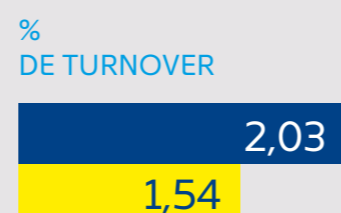
50% dos cargos de chefia interno são ocupados por mulheres



50% de mulheres integram o Comitê Executivo

10% de novas contratações em todas as regiões do Brasil

80% dos cargos gerenciais e diretorias são ocupados por mulheres



PERFIL DO PÚBLICO INTERNO - BRASIL

	2014			2015		
	Eurofarma	Momenta	Total	Eurofarma	Momenta	Total
Efetivo (CLT)	4.213	459	4.672	4.684	505	5.189
Estagiário interno	41	11	52	36	8	44
Expatriado	0	0	0	0	0	0
Temporário	45	1	46	14	0	14
Total geral	4.299	471	4.770	4.734	513	5.247

Eurofarma - Colaboradores contemplados em acordo representam 99% do quadro
Momenta - Colaboradores contemplados em acordo representam 98% do quadro

DISTRIBUIÇÃO DOS COLABORADORES POR CATEGORIA FUNCIONAL

	2013	2014	2015	EVOLUÇÃO %
Administrativo	767	793	929	17%
Diretoria	23	24	21	-13%
Estagiários	32	52	40	-23%
Força de vendas	1768	1768	2092	18%
Gerência	351	356	401	13%
Produção	1442	1546	1537	-1
Supervisor/Coordenador	155	173	168	-3%
Técnico	63	58	59	2%
Total	4.601	4.770	5.247	10%

Inclui também os Estagiários e Temporários

PERFIL DOS COLABORADORES

DISTRIBUIÇÃO DOS COLABORADORES POR REGIÃO				
	2013	2014	2015	EVOLUÇÃO (%)
Centro-Oeste	131	140	157	12%
Nordeste	355	401	443	10%
Norte	90	104	112	7%
Sudeste	3699	3757	4107	9%
Sul	326	368	428	16%
Total	4.601	4.770	5.247	10%

Inclui também os estagiários e temporários

COLABORADORES POR REGIÃO E GÊNERO						
	2014			2015		
	FEMININO	MASCULINO	TOTAL	FEMININO	MASCULINO	TOTAL
Centro-Oeste	14	126	140	14	143	157
Nordeste	52	349	401	57	386	443
Norte	17	87	104	17	95	112
Sudeste	1505	2252	3757	1551	2556	4107
Sul	38	330	368	33	395	428
Total	1626	3144	4770	1672	3575	5247

Inclui também os estagiários e temporários

DIVISÃO DOS COLABORADORES DA EUROFARMA BRASIL POR RAÇA E CATEGORIA FUNCIONAL										
	2014					2015				
	AMARELOS	BRANCOS	PARDOS	NEGROS	TOTAL	AMARELOS	BRANCOS	PARDOS	NEGROS	TOTAL
Administrativo	11	665	87	23	786	12	763	115	29	919
Diretoria	1	22	0	1	24	1	19	0	1	21
Estagiários	1	46	3	1	51	0	33	7	0	40
Força de vendas	2	1650	96	18	1766	3	1909	151	25	2088
Gerência	1	340	13	1	355	0	383	16	2	401
Produção	5	969	354	180	1508	5	979	346	186	1516
Supervisor/Coordenador	3	151	16	3	173	3	144	17	4	168
Técnico	0	42	7	9	58	0	44	7	8	59
Total	24	3885	576	236	4721	24	4274	659	255	5212

Inclui também os estagiários e temporários. Indígenas (2) e colaboradores cuja raça não foi informada (33)

PERFIL DOS COLABORADORES

DIVISÃO DOS COLABORADORES DA EUROFARMA BRASIL
POR GÊNERO E CATEGORIA FUNCIONAL (%)

	FEMININO	MASCULINO	TOTAL
Administrativo	10,22%	7,49%	17,71%
Diretoria	0,17%	0,23%	0,40%
Estagiários	0,53%	0,23%	0,76%
Força de vendas	5,76%	34,11%	39,87%
Gerência	1,32%	6,33%	7,64%
Produção	11,47%	17,82%	29,29%
Supervisor/Coordenador	1,75%	1,45%	3,20%
Técnico	0,23%	0,90%	1,12%
Total	31,87%	68,13%	100%


DESPESAS COM RH - VALORES EM R\$ (MIL)

	2014	2015	EVOLUÇÃO (%)
Salários	285.922	356.901	25%
Gratificações	1.177	968	-18%
13º Salário	33.289	40.820	23%
Férias	39.234	57.308	46%
Indenizações e avisos prévios	4.768	9.445	98%
Prêmios a funcionários	74.736	87.848	18%
Participação nos resultados	68.352	64.850	-5%
Abonos compulsórios	1.830	2.351	28%
Auxílios-doença	252	537	113%
Adicional de insalubridade	68	677	896%
Salário maternidade	2.414	1.118	-54%
Contribuição sindical	673	2.014	199%
Total	512.715	624.837	22%

VALORIZAÇÃO DA
MERITOCRACIA

A cultura da valorização com base na meritocracia orienta a rotina dos colaboradores da empresa. A identificação do mérito é feita por meio de ferramentas como a avaliação de desempenho, realizada anualmente. O primeiro passo é uma autoavaliação feita pelo colaborador, seguido pela avaliação do gestor e por um processo consensual a partir do qual é feita a elaboração do Plano de Desenvolvimento Individual (PDIs), sessões de feedback com gestores e, conseqüente, definição de metas para o próximo período.

Em 2015, o processo que contribuiu na identificação de profissionais que reúnam as competências necessárias para ocupar posições-chave também foi aprimorado e contou com suporte tecnológico. Em um mesmo sistema estão informações sobre apuração de metas e dados de avaliação, eliminando a subjetividade e facilitando a identificação das competências e comportamentos que merecem ser aprimorados, de forma que a equipe se torna cada dia mais competente e consciente de eventuais gaps.

60% 
dos cargos de
Vice-Presidente
ocupados
por mulheres

DIVERSIDADE

A Eurofarma conduz programa de absorção de portadores de necessidades especiais, que atualmente contempla 175 integrantes. A empresa valoriza a diversidade em todos os níveis hierárquicos, em 2015, 60% dos cargos de vice-presidente foram ocupados por mulheres.



“Acredito que na Eurofarma homens e mulheres têm oportunidades iguais. Uma das maiores provas é o fato da empresa contar com três vice-presidentes do sexo feminino, e dois do masculino. Juntar qualidades e peculiaridades de homens e mulheres faz a diferença em qualquer equipe de sucesso e, conseqüentemente, para o crescimento da empresa”.

*Daniela Castanho,
vice-presidente de Operações*

DIVISÃO DOS COLABORADORES DA EUROFARMA BRASIL POR GÊNERO E CATEGORIA FUNCIONAL (%)									
	2013			2014			2015		
	menos de 30 anos	entre 30 e 50 anos	acima de 50 anos	menos de 30 anos	entre 30 e 50 anos	acima de 50 anos	menos de 30 anos	entre 30 e 50 anos	acima de 50 anos
Administrativo	30%	13%	10%	31%	13%	10%	33%	14%	10%
Diretoria	0%	0%	3%	0%	0%	3%	0%	0%	3%
Estagiários	3%	0%	0%	5%	0%	0%	4%	0%	0%
Força de vendas	31%	42%	23%	28%	41%	24%	32%	43%	24%
Gerência	1%	9%	11%	0%	9%	10%	0%	9%	10%
Produção	31%	30%	47%	32%	31%	47%	29%	28%	47%
Supervisor/ Coordenador	2%	4%	5%	2%	4%	5%	1%	4%	5%
Técnico	2%	1%	1%	2%	1%	1%	2%	1%	1%
Total	1005	3276	320	967	3444	359	1055	3865	327
%	21,8%	71,2%	6,9%	20,3%	72,2%	7,5%	20,1%	73,7%	6,2%

Inclui também os estagiários e temporários.



BENEFÍCIOS CONCEDIDOS AOS COLABORADORES EUROFARMA

Além de manter todos os benefícios tradicionalmente ofertados por grandes empresas no mercado, a Eurofarma criou o Programa Viver Bem, que oferece diversos cuidados para os colaboradores e também familiares. O programa se sustenta em três pilares: Saúde, Vida e Trabalho, abrangendo diferentes ações que vão desde a realização de exames de imagem na própria empresa até a promoção de palestras focando temas de interesse.

Em 2015, a empresa passou a conceder 10 dias de licença-paternidade para os colaboradores (para as mães são seis meses), que também têm direito à vaga na creche para seus filhos.

- Academia
- Alimentação fracionada (gestantes)
- Ampliação da licença-maternidade
- Ampliação da licença-paternidade
- Aparelho de ultrassonografia + médico ginecologista (Unidade Itapevi)
- Assistência funeral
- Assistência odontológica
- Benefício para farmácia
- Campanha contra o desperdício de alimentos
- Convênio com parques
- Creche
- Empréstimos
- Encontro de gestantes
- Espaço Ecumênico (Unidade Itapevi)
- Estacionamento
- Fisioterapia (Unidade Itapevi)
- Horário flexível
- Nutrição Sabor & Saúde
- Pilates (Unidades Campo Belo e Itapevi)
- Programa para os diabéticos
- Plano de saúde
- Previdência privada
- Proafa (Programa de acompanhamento aos colaboradores afastados por doença/acidente de trabalho)
- Programa de Apoio à Amamentação
- Programa Olhar Materno
- Programa Vida Nova, Nova Vida
- Quick Massage (Unidade Campo Belo e Itapevi)
- Reembolso de material escolar
- Restaurante
- Saídas antecipadas às sextas-feiras
- Sala de jogos (Unidade Itapevi)
- Salão de beleza
- Seguro de vida
- Reembolso-creche
- Vale-alimentação



5

COMPROMISSO COM A SUSTENTABILIDADE



Em 10 anos do projeto “Educar para Reciclar”, fruto da parceria entre a Secretaria Municipal de Educação de Itapevi e o Instituto Eurofarma, foi possível promover a formação em educação ambiental de mais de 370 educadores e coordenadores da rede pública. Com esta troca e disseminação da informação, todos saem ganhando porque a fé e a vontade de ter uma educação com qualidade não fica a cargo de um futuro distante, nos dando a certeza de que o futuro é agora.”

Lilian Braga Vieira, Secretária Municipal de Educação de Itapevi.



Compromisso com a Sustentabilidade

8 SUSTENTABILIDADE

Adesão ao Pacto Global

9 MEIO AMBIENTE

Desafios do setor e práticas Eurofarma
Gestão de Recursos Hídricos e Energéticos
Sustentabilidade: Água | Energia | Efluentes e Resíduos | Emissões

10 RESPONSABILIDADE SOCIAL

Instituto Eurofarma
Educação Complementar
Formação de Jovens
Educação Ambiental
Ações de Responsabilidade Social Corporativa
Indicadores Ethos
Tabela Ibase

11 DESEMPENHO ECONÔMICO

12 PERSPECTIVAS 2016

13 INFORMAÇÕES CORPORATIVAS

93% de
destinação
de resíduos
perigosos para
coprocessamento



Implantação do sistema
de reúso de água em
Ribeirão Preto

9.201 crianças e jovens
diariamente
beneficiados

12% de crescimento no
número de atendimentos



Crescimento de
11% nas vendas
em 2015



Adesão
Pacto Global
da ONU

R\$ 11,5 milhões
investidos
em projetos
educacionais **23,6%**
a mais
que 2014

1º lugar em
Responsabilidade
Socioambiental
e Capacidade
de Inovar
(Prêmio Época 360º
- Revista Época Negócios)



Geração de energia
fotovoltaica em
operação na
Unidade Itapevi



Adesão ao Pacto Global

SUSTENTABILIDADE



1º lugar em Responsabilidade Socioambiental e Capacidade de Inovar (Prêmio Época 360º - Revista Época Negócios)



Adesão Pacto Global da ONU

Eurofarma Laboratórios

ADESÃO AO PACTO GLOBAL

Há dez anos, a Eurofarma criou seu primeiro Plano Diretor de Sustentabilidade, que estabeleceu objetivos até 2015. Neste ciclo concluído no último ano, a empresa alcançou todas as metas estipuladas, incluindo o complexo processo de reproduzir o modelo de sustentabilidade em todos os 14 países nos quais mantém operações.

Como consequência natural das ações e compromissos assumidos no cotidiano corporativo durante a última década, a Eurofarma aderiu, em agosto de 2015, ao Pacto Global. A iniciativa é conduzida pela Organização das Nações Unidas (ONU) para mobilizar empresas na adoção de práticas de negócios baseadas em valores éticos e responsáveis nas áreas de meio

ambiente e também direitos humanos, relações de trabalho e combate à corrupção. Com a adesão, a empresa comprometeu-se voluntariamente a seguir os 10 princípios do Pacto em suas atividades.

Anualmente, comunicará os avanços internos nas diretrizes do Pacto no relatório Comunicação de Progresso (COP), publicado no site oficial (www.pactoglobal.org.br). Os dados são avaliados e as empresas signatárias classificadas de acordo com o nível de implantação, sendo mais uma ferramenta importante para medir desempenho diante de questões relevantes para a companhia. O Pacto Global foi criado pela ONU em 2000 e, no momento, conta com mais de 8.300 empresas signatárias, em cerca de 160 países.





MEIO AMBIENTE

Desafios do setor e práticas Eurofarma

Gestão de Recursos Hídricos e Energéticos

Sustentabilidade: Água | Energia Efluentes e Resíduos | Emissões



Reúso de água: implantação do sistema de reúso de água em Ribeirão Preto

93% de destinação de resíduos perigosos para coprocessamento



Geração de energia fotovoltaica em operação na Unidade Itapevi

Eurofarma Laboratórios

METAS DO SETOR FARMACÊUTICO E PRÁTICAS DA EUROFARMA

A jornada em busca das melhores práticas, ao longo da primeira etapa do Plano Diretor de Sustentabilidade, demonstrou que a Eurofarma muitas vezes se antecipou às legislações e sempre atuou à frente das metas estabelecidas para o setor, conforme o documento "Compromisso e demandas para a construção do futuro que queremos", organizado pelo Instituto Ethos durante a realização da Rio+20, do qual a empresa é signatária. Somente em 2015 foram investidos mais de R\$ 8,7 milhões em projetos de Gestão Ambiental.

Água

Metas do setor

Reciclagem de efluentes líquidos e redução de desperdícios.

Práticas Eurofarma

Implantação de Sistema de Reúso nas plantas industriais. Doação de água tratada excedente para o município de Itapevi.

Energia

Metas do setor

Ampliar o sistema de energia fotovoltaica para aumentar a contribuição de fontes renováveis em nossa matriz energética.

Práticas Eurofarma

Utilização de 39,4% de energia renovável. Início do uso de energia fotovoltaica na Unidade Itapevi. Subestação de energia do Complexo industrial em Itapevi, disponibilizando energia para outras indústrias. Certificação Lee – Green Building, com a substituição gradativa das lâmpadas fluorescentes por lâmpadas Led.

Resíduos

Metas do setor

Usar tecnologias mais eficientes. Melhorar o aproveitamento dos resíduos. Uso de matérias-primas mais seletivas, para a redução de resíduos.

Práticas Eurofarma

Sistema informatizado de controles de resíduos no SAP. Coprocessamento de 93% dos resíduos perigosos. Programa Descarte Correto de Medicamentos para o consumidor final. Programa de incentivo à reciclagem (Educar para Reciclar). Programa de monitoramento de fornecedores.

AVANÇOS NA GESTÃO DE RECURSOS HÍDRICOS E ENERGÉTICOS

Os Estados de São Paulo e Rio de Janeiro, além de outras regiões do país, enfrentaram em 2015 uma grave crise de abastecimento. O problema, contudo, é hoje uma realidade global. Estudo da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) prevê que o mundo enfrentará um déficit de água de 40% em 2030. Neste cenário, o uso responsável dos recursos hídricos e energéticos passa a não ser suficiente para garantir a perenidade dos negócios. É preciso inovar e investir em tecnologias para gerar energias renováveis e, ainda, reutilizar um insumo tão fundamental como a água. A Eurofarma está ciente desses desafios e sabe que as demandas relacionadas à sustentabilidade são móveis, atualizando-se constantemente e, por isso, investe em projetos hídricos e energéticos de vanguarda e também na adoção de

novos hábitos, tornando-se referência em responsabilidade socioambiental.

Em 2015, a empresa revisou todos os parâmetros da estação de efluentes da Unidade Itapevi e, com isso, conseguiu melhorar a qualidade do tratamento da água do sistema de reúso, com a ampliação da utilização também para processos industriais indiretos. Em dezembro, o sistema de reúso da Unidade Ribeirão Preto entrou em funcionamento.

Um dos mais complexos projetos na área ambiental da empresa também entrou em operação em 2015 – a geração de energia fotovoltaica na Unidade Itapevi. A Eurofarma também fez um novo mapeamento de sua matriz energética e estabeleceu metas para ampliar a contribuição das fontes renováveis.



Nova Matriz Energética

FONTES NÃO RENOVÁVEIS DE ENERGIA (%)		2014	2015
Direta	Gás natural	0,07	0,06
	Derivados de petróleo	0,04	0,04
Indireta	Eletricidade (concessionária)	60,53	60,50
Subtotal		60,64	60,60

FONTES RENOVÁVEIS DE ENERGIA (%)		2014	2015
Indireta	Eletricidade (Concessionária)	39,36	39,34
	Aerogerador	-	-
	Energia Fotovoltaica	-	0,06
Direta	n/a	-	-
Subtotal		39,36	39,40

CONSUMO DE ENERGIA		
	2014	2015
Consumo anual – GJ	199.572	241.511
GJ/1.000 UP	0,8	0,9

Continuamente são implantadas melhorias no processo industrial para manter as premissas de qualidade estabelecidas pela Anvisa, o que impacta no aumento do consumo de energia nas principais operações.

Ações de recuperação ambiental

Em 2015, também se iniciou um trabalho de recuperação ambiental em área próxima à barragem de Taiacupeba, em Mogi das Cruzes. Parte de um TCRA – Termo de Compromisso para Recuperação Ambiental – firmado pela empresa junto à Cetesb, o termo prevê o plantio de 48.026 árvores nativas da Mata Atlântica em área de preservação permanente. Até o momento, 25 mil mudas já foram plantadas.

Área protegida (m²):
57.298



Total de área protegida e recuperada (m²):
227.858

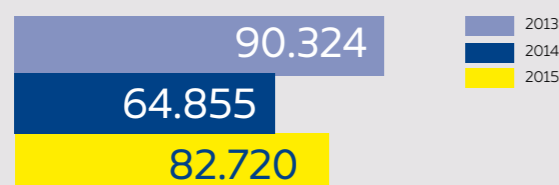
Área recuperada Mogi das Cruzes (m²):
170.560

ÁGUA

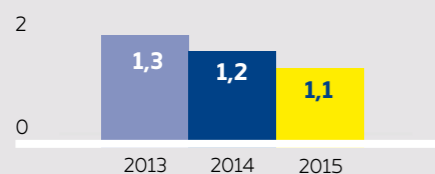
A Estação de Tratamento de Efluentes (ETE) da Unidade Itapevi trata 100% dos efluentes (esgoto e industrial) gerados pela planta. Parte da água tratada, que é limpa mas não pode ser utilizada para consumo, é destinada para limpeza e abastecimento sanitário. O restante é doado para a Prefeitura, que utiliza a água recebida principalmente para a limpeza das vias públicas. Em 2015, a Eurofarma aumentou em 520% o volume cedido ao governo local e demais parceiros (3.114 m³), além de ampliar o número de empresas beneficiadas, mesmo diante de um problema técnico que deixou o sistema de reúso inoperante por alguns meses.

Deste contratempo nasceu a oportunidade para a empresa revisar todos os parâmetros da ETE e melhorar a qualidade do tratamento para a água na Unidade. Com o plano de ação em curso para as melhorias, a água tratada deverá atender padrões mais elevados de exigência e será avaliado seu reúso em processos industriais indiretos, como nas torres de resfriamento, que consomem grande volume.

DESCARTE DE ÁGUA TOTAL (m³)

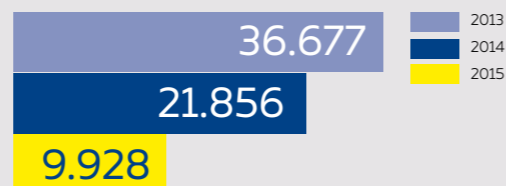


CONSUMO DE ÁGUA A CADA 1.000 UNIDADES PRODUZIDAS (m³/100 UP)



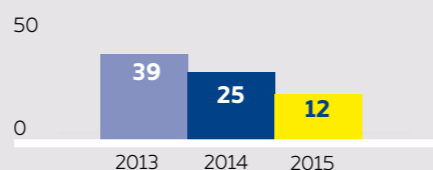
Na Unidade Ribeirão Preto, o novo sistema de reúso deve possibilitar a recuperação de aproximadamente 60% da água descartada durante o processo de fabricação de soros. O novo sistema permitirá o reaproveitamento do insumo no próprio processo industrial, para isso a empresa investiu aproximadamente R\$ 1 milhão no sistema de osmose reversa que deve entrar em operação no início de 2016.

VOLUME DE ÁGUA REUTILIZADA TOTAL (m³)

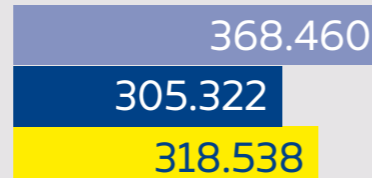


O desafio para 2016 será melhorar a performance de reúso para retomar a utilização deste recurso para fins industriais e, em paralelo, ampliar o volume doado pela Eurofarma para parceiros públicos e privados.

EM RELAÇÃO AO TOTAL TRATADO (%)



CONSUMO DE ÁGUA TOTAL (m³)



	RETIRADA DE ÁGUA POR FONTE (m ³)		
	2013	2014	2015
Água subterrânea	323.096	291.197	281.399
Abastecimento público	45.364	14.125	37.139
Total	368.460	305.322	318.538



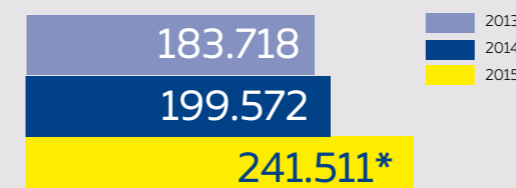
ENERGIA

Em 2015, a 1ª fase do projeto de energia fotovoltaica na Unidade Itapevi entrou em operação, com a geração de 180 KW de energia limpa obtida diretamente a partir da radiação solar. Esta fonte de energia renovável é considerada a melhor opção disponível hoje no mundo. Desde 2013, funciona na Unidade uma subestação de energia, responsável por dobrar a capacidade energética do complexo industrial, disponibilizando energia também para várias indústrias da região de Itapevi, contribuindo para o desenvolvimento econômico local. Em 2014, a Eurofarma

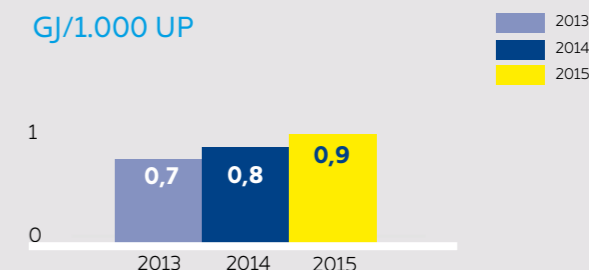
também deu início à substituição de lâmpadas fluorescentes por iluminação Led, o que garante a redução do consumo de energia e da geração e descarte de resíduos perigosos.

* Continuamente são implantadas melhorias no processo industrial para manter as premissas de qualidade estabelecidas pela Anvisa, o que impacta no aumento do consumo de energia nas principais operações.

CONSUMO DE ENERGIA CONSUMO ANUAL - GJ



GJ/1.000 UP



EFLUENTES E RESÍDUOS

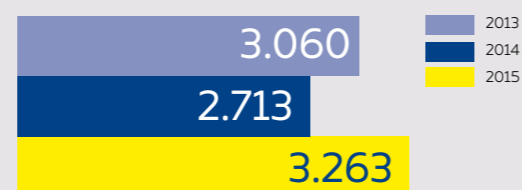
A Eurofarma utiliza um sistema informatizado de controle de resíduos no SAP, possibilitando maior confiabilidade nos controles operacionais e rastreabilidade dos resíduos descartados pelos processos industriais, além de identificar oportunidades para redução, desafio constante nas operações da empresa. Em 2015, a empresa inaugurou uma nova Central de Resíduos no Complexo de Itapevi, contemplando áreas distintas para o armazenamento de resíduos orgânicos, recicláveis e perigosos (sólidos, líquidos e infectantes), de forma a melhorar sua gestão operacional.

Em 2015, a parceria pioneira entre a Eurofarma e o Grupo Pão de Açúcar para impulsionar o descarte correto de medicamentos por parte dos consumidores completou cinco anos, tendo arrecadado aproximadamente 20 toneladas de embalagens em pontos de coletas pelas drogarias do Grupo. A parceria envolve ainda a Secretaria de Serviços de São Paulo e de outros municípios no interior paulista, cabendo aos órgãos públicos a coleta nos pontos e a destinação final dos resíduos (incineração). A empresa também dispõe, em 100% de seus produtos, orientações ao consumidor sobre como direcionar para reciclagem embalagens que não tiveram contato direto com o medicamento (bulas e cartuchos).

Há três anos, a Unidade de Genéricos substituiu a entrega de sacolas plásticas promocionais por sacos de papel, menos prejudiciais ao meio ambiente. Com a medida, cerca de 29 milhões de sacolas plásticas deixaram de ser distribuídas anualmente.

A destinação dos resíduos oriundos das atividades internas na empresa é primordialmente para o coprocessamento. O método utiliza fornos de cimento para o processo da queima dos resíduos, com o aproveitamento da energia liberada, minimizando o impacto ambiental e reduzindo custos. Em 2015, 723 toneladas de resíduos foram coprocessadas e outras 52 toneladas destinadas à incineração.

PESO TOTAL DE RESÍDUOS TONELADAS



RESÍDUOS POR MÉTODO DE DISPOSIÇÃO (t)							
	NÃO PERIGOSOS			PERIGOSOS			
	2013	2014	2015	2013	2014	2015	
Reciclagem	1.683	1.537	1.677	Incineração	210	48	52
Aterro sanitário	515	619	873	Coprocessamento	544	509	723
Total	2.198	2.156	2.550	Total	754	557	775



EMISSÕES

Desde 2008 um inventário sobre as emissões de gases de efeito estufa é realizado com o objetivo de reduzir a emissão de poluentes. Também foi estabelecida uma Política Corporativa para Consumo de Combustíveis*, que determina a priorização do uso de combustível renovável, o etanol, para o abastecimento de todos os veículos, medida fundamental, uma vez que a empresa é uma das maiores frotistas do país. Em 2015, o consumo de combustível renovável representou 73% da frota. A substituição da gasolina pelo etanol gera redução direta da emissão de dióxido de carbono, poluente que é um dos causadores do efeito estufa. Com a medida, a redução na emissão de CO₂ pela frota foi de 45%, no período de 2009 a 2015.

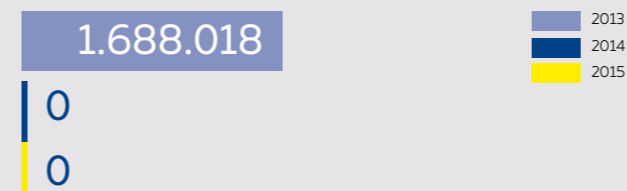
A Eurofarma é uma das únicas farmacêuticas no país a desenvolver inventário sobre as emissões de gases de efeito estufa na área industrial, com estudo realizado conforme a metodologia GHG Protocol. Pelo método chega-se ao volume estimado de emissões diretas e indiretas relacionadas ao processo produtivo. Os resultados dos inventários orientam as decisões da área de Gestão Ambiental para ações que possam reduzir a emissão dos gases de efeito estufa, seja por meio da substituição por outros de menor impacto ambiental ou com a utilização de energias renováveis.

O gás natural (GN) é o mais limpo entre os combustíveis fósseis e a Eurofarma conta com uma rede para abastecimento de GN para alimentar as caldeiras da Unidade Itapevi e Momenta Farmacêutica.

EMISSÕES DE GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE) – INDUSTRIAL (tCO₂e)

COMBUSTÕES ESTACIONÁRIAS – ESCOPO 1

CONSUMO DE GLP



CONSUMO DE GN



CONSUMO DE ÓLEO DIESEL



ENERGIA ELÉTRICA – ESCOPO 2

CONSUMO DE ENERGIA ELÉTRICA



OUTRAS EMISSÕES – ESCOPO 3

DISPOSIÇÃO NO ATERRO

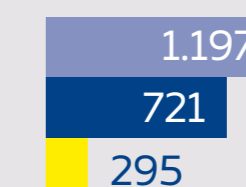


TOTAL DE EMISSÕES

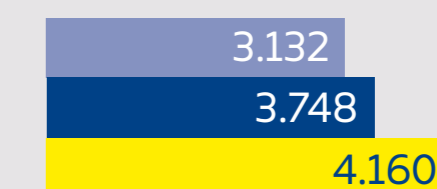


*O acréscimo no consumo de energia em 2015 foi pela Anvisa.

TRATAMENTO EM INCINERAÇÃO



TRATAMENTO EM COPROCESSAMENTO



EMISSÕES DE GASES DE EFEITO ESTUFA (GEE) – FORÇA DE VENDAS - (tCO ₂ e)						
	2013		2014		2015	
	ÁLCOOL	GASOLINA	ÁLCOOL	GASOLINA	ÁLCOOL	GASOLINA
Prescrição	76%	24%	74%	26%	72%	28%
Genéricos	82%	18%	81%	19%	82%	18%
Hospitalar	79%	21%	73%	27%	72%	28%
Oncologia	81%	19%	82%	18%	76%	24%
Quadra	93%	7%	89%	11%	70%	30%
Veterinária	84%	16%	79%	21%	80%	20%
% de consumo por tipo de combustível	75%	25%	70%	30%	73%	27%
Emissões totais – toneladas CO ₂ eq/ano	3.055		3.957		2.663	
Redução da emissão com a política*	5.062		6.287		4.029	

*Política Corporativa para Consumo de Combustíveis estabelecida em 2008.



RESPONSABILIDADE SOCIAL

Instituto Eurofarma
Educação Complementar
Formação de Jovens
Educação Ambiental
Ações de Responsabilidade Social Corporativa
Indicadores Ethos
Tabela Ibase



9.201 crianças e jovens diretamente beneficiados
12% de crescimento no número de atendimentos

R\$ 11,5 milhões investidos em projetos educacionais
23,6% a mais que 2014

INSTITUTO EUROFARMA

“O curso que auxilia estudantes a vencerem a difícil fase do vestibular é muito importante. Uma gama de oportunidades é oferecida, restando a cada um usá-la da melhor forma possível como suporte para alcançar a almejada vaga na universidade e também levar ensinamentos para a vida. Consegui conquistar meu sonho: entrar em uma universidade pública e hoje curso Ciência e Tecnologia na Universidade Federal do ABC.”

Tawany Oliveira Santos, aluna do projeto “De Olho no Enem” do Instituto Eurofarma

Criado para aprimorar os resultados dos investimentos sociais da empresa, o Instituto Eurofarma já beneficiou diretamente mais de 43 mil pessoas, prioritariamente com ações nas áreas de educação complementar, ambiental e formação de jovens, conduzidas em sua sede no bairro de Interlagos, em São Paulo, e também em Itapevi. Em 2015, os projetos desenvolvidos auxiliaram 9.201 crianças e jovens, crescimento de 12% no número de atendimentos em relação a 2014. Mesmo diante de um cenário nacional de grande crise econômica, os investimentos em projetos educacionais tiveram aumento de 22% em comparação com o período anterior, totalizando R\$ 10,2 milhões.

Para fortalecer o projeto de educação complementar, o Matéria-Prima, o Instituto Eurofarma fez avanços importantes que possibilitarão à equipe interna assumir a autogestão do programa, até então terceirizado. Profissionais internos foram treinados e capacitados para gerir os cursos já a partir de 2016.

Entre os destaques também está o projeto “De Olho no Enem”, curso preparatório com metodologia totalmente desenvolvida pelo próprio Instituto, com foco nas disciplinas de matemática e língua portuguesa para jovens do 3º ano do Ensino Médio. No último ano, 100% dos estudantes conseguiram notas altas no Exame Nacional, ultrapassando a média nacional e nota mínima exigida pelo governo; e 69% conquistaram vagas em universidades públicas ou faculdades privadas com bolsas de estudo.

Em 2015, foi concluída a criação de uma nova marca, composta por um símbolo e logotipo que reforçam o ser humano como sua razão de existência e foco. Adicionalmente foram criadas três submarcas que abrigam os segmentos de atuação: Educação Complementar, Formação de Jovens e Educação Ambiental. A nova identidade será amplamente divulgada aos stakeholders em 2016, por ocasião do aniversário de 10 anos de atuação do Instituto Eurofarma.

NÚMEROS DO INSTITUTO EUROFAMA

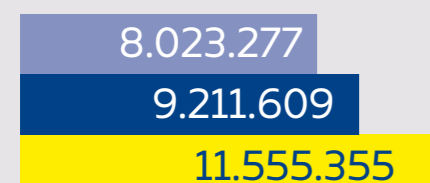
INVESTIMENTO* (R\$) E ATENDIMENTO

PESSOAS ATENDIDAS

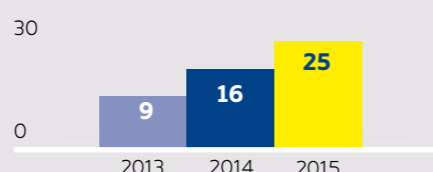


*Os investimentos do Instituto Eurofarma fazem parte do orçamento da área de Responsabilidade Social Corporativa.

INVESTIMENTO EM RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA (RSC)

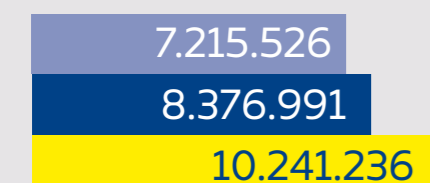


AUMENTO PERCENTUAL DO INVESTIMENTO EM RSC (%)

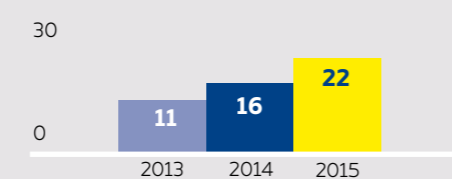


*Os investimentos do Instituto Eurofarma fazem parte do orçamento da área de Responsabilidade Social Corporativa.

INVESTIMENTO TOTAL NO INSTITUTO EUROFARMA



AUMENTO DO INVESTIMENTO NO INSTITUTO EUROFARMA EM RELAÇÃO AO ANO ANTERIOR (%)



EVOLUÇÃO DO INVESTIMENTO DO INSTITUTO EUROFARMA



*Nos anos 2006 - 2007 houve aumento do investimento devido ao início do projeto "Matéria-Prima Itapevi", nos anos de 2009 - 2010 devido aos projetos "Matéria-Prima São Paulo" e "Ateliê Escola" e, nos anos de 2010-2011, devido à inclusão da gestão e despesas da Unidade Educacional de São Paulo.

NÚMERO DE PESSOAS ATENDIDAS DIRETAMENTE

	2006	2007	2008	2009*	2010*	2011	2012	2013	2014	2015
Custo per capita/ano	—	2.981	4.592	3.116	1.079	907	871	887	901	987
Atendidos nos projetos	0	619	452	888	3.861	5.686	6.832	7.330	8.215	9.201
Aumento do número de pessoas atendidas em relação ao ano anterior	—	—	-27%	96%	335%	47%	20%	7%	12%	12%

* Nos anos 2009 - 2010 houve aumento significativo nos atendimentos devido aos projetos "Matéria-Prima São Paulo" e "Ateliê Escola"

PROJETOS

EDUCAÇÃO COMPLEMENTAR



CRIANÇAS

Matéria-Prima

O programa atende no contraturno escolar 360 alunos com idades entre 7 e 13 anos, matriculadas no Ensino Fundamental de escolas públicas em São Paulo (240 crianças) e Itapevi (120 crianças). As oficinas abordam temas como arte, música, dança, informática, meio ambiente e cidadania, e os estudantes recebem, gratuitamente, alimentação (almoço e lanche), uniformes e transporte para as atividades culturais. Em 2015, o destaque foi a implantação da Avaliação de Impacto do programa, com foco no resultado das oficinas de reforço escolar que priorizam as disciplinas de português e matemática.

Ateliê-Escola

Direcionado para estudantes do Ensino Fundamental das escolas públicas situadas na região de Santo Amaro, na capital paulista, o programa visa a melhorar a aprendizagem por meio do desenvolvimento da oralidade, escrita e raciocínio lógico. As oficinas são aplicadas nas próprias instituições de ensino. Em 2015, o projeto atendeu 3.053 estudantes, e contou com a parceria de oito escolas para realização das atividades.

EDUCADORES

Matéria-Prima Capacitação

Oferece aos professores da rede municipal de ensino de Itapevi oficinas e cursos livres para contar histórias, a fim de utilizarem o conhecimento adquirido em suas práticas pedagógicas, replicando a metodologia nas escolas onde atuam. Em 2015, 166 professores foram capacitados.

Parceiros da Educação

Concluído em 2015, o projeto promoveu a parceria entre empresas, ONGs e escolas públicas. A instituição beneficiada no período foi a Escola Estadual Milton da Silva Rodrigues, na região da Freguesia do Ó, em São Paulo.



FORMAÇÃO DE JOVENS



Matéria-Prima Segunda Geração

Voltado para o desenvolvimento pessoal e formação profissional de jovens, oferece conteúdos como empreendedorismo juvenil, revisão da língua portuguesa e matemática, comunicação e Metodologia PEI (Programa de Enriquecimento Instrumental). Após a conclusão do curso, os estudantes são encaminhados para inserção no mercado de trabalho, por meio do programa Jovem Aprendiz. Em 2015, 10% dos jovens que integraram o grupo de formandos de 2014 foram contratados pela Eurofarma. A alta demanda fez com que o Instituto ampliasse o número de vagas, e o número de jovens atendidos neste programa dobrou em 2015, com 69 jovens atendidos.

Conect@ (Informática)

Com foco em informática, capacita estudantes de escolas públicas, com idades entre 14 e 16 anos, para a utilização de ferramentas importantes no universo corporativo, como o pacote Office (Word, Excel e PowerPoint). Além do Instituto Eurofarma, o curso é realizado em Itapevi, na sede da escola pública parceira, com duração de cinco meses. Em 2015, 213 alunos participaram do Conect@.

Cursos Preparatórios: De Olho no Enem e Etec

Ministrado por equipe própria, oferecendo reforço nas disciplinas de língua portuguesa e matemática para jovens no 3º ano do Ensino Médio ou já formados, com foco no Enem ("De olho no Enem"), e para estudantes do 2º ano do Ensino Médio, para o vestibulinho da Etec ("De olho no Etec"). Em 2015, o projeto "De Olho no Enem" teve resultados expressivos, com 69% dos alunos aprovados em universidades públicas ou em faculdades privadas com bolsas de estudo. No geral, o grupo teve média de 538 pontos, ultrapassando em 12% a média nacional e em 19% a nota mínima exigida pelo governo (450 pontos). Ao todo 320 alunos foram atendidos pelos dois cursos em 2015.



Idiomas

O Curso de Idiomas é um dos programas de maior procura no Instituto, com 100 vagas oferecidas gratuitamente para jovens de escolas públicas, com idades entre 14 e 21 anos. Em 2015, o curso anual de inglês, com carga horária de 160 horas e com foco em conversação, teve mais de 500 candidatos. Realizado na sede do Instituto Eurofarma e ministrado pelo Centro Britânico de São Paulo, conta com metodologia validada e material didático individual.

Centro Eurofarma de Enfermagem

Voltado para jovens com idades entre 17 e 29 anos que tenham concluído o Ensino Médio em escolas públicas, promove a formação profissionalizante de técnicos de enfermagem e sua inclusão no mercado de trabalho. Em 2015, o Instituto formou a 11ª turma do curso técnico, com 164 alunos, e a taxa de empregabilidade foi de 85% já no primeiro ano de formação.

Auxiliar de Escritório

Com ênfase nas áreas financeira, informática e recursos humanos, apresenta ao jovem as rotinas administrativas de uma empresa. O curso é ministrado no Instituto Eurofarma para estudantes de escolas públicas, com idades entre 14 e 16 anos, e tem duração de cinco meses, totalizando 160 horas.



“Hoje, sem falsa modéstia, sou convicto de minha qualificação profissional em tudo o que faço. Porém, muito mais do que meu ensino técnico, o que me faz querido e admirado em meu trabalho, e em tudo mais o que faço, é o que adquiri na sala de aula do curso de Enfermagem do Instituto Eurofarma. Somente eu e Deus sabemos a condição em que entrei naquele curso. Eu não sabia sequer ler, mal sabia escrever, nunca havia lido um livro, não sabia me expressar e vivia em uma realidade demasiadamente pobre. Somente alguns dias após o início do curso eu consegui uma doação de um sapato para ir estudar. Mesmo minhas notas sendo baixas, os professores me disseram que acreditavam em mim e me fizeram acreditar que eu podia ser melhor. Hoje, trabalho como técnico de Enfermagem em um centro cirúrgico em São Paulo, onde conquistei meu espaço, ganhei o respeito e a admiração de todos. Também faço parte de uma associação que pratica caridade. Talvez ninguém saiba da minha história deste jeito, mas sou eternamente grato porque eu superei o meu nada, superei minha miséria e superei minha ignorância.”

Jefferson Araújo, ex-aluno do curso de Enfermagem do Instituto Eurofarma

Técnicas Administrativas

Apresenta o universo corporativo aos alunos, destacando as rotinas administrativas das principais áreas de negócios. O curso tem duração de cinco meses, totalizando 111 horas, e é direcionado a estudantes de escolas públicas com idades entre 14 e 16 anos.

CURSOS CRIADOS EM 2015

Tecnologia Digital

Ensina como fazer tratamento, edição, ajustes e retoques de imagens digitais por meio de programas específicos, como Photoshop e CorelDraw, além de contemplar a manipulação de arquivos vetoriais e redesenho de logotipos. Com carga horária de 120 horas, tem duração de cinco meses e atendeu 140 alunos.

Empreendedorismo

Desenvolvido para formar profissionais capazes de elaborar planos de negócios para empreendimentos de geração de trabalho e renda, inclui conceitos de desenvolvimento sustentável. Tem duração de cinco meses, com 160 horas, e atendeu 30 alunos.

Marketing & Comunicação

Voltado para o desenvolvimento de competências relativas à correta aplicação dos conceitos de comunicação interpessoal e marketing empresarial no cotidiano corporativo, reuniu em 2015 um grupo de 70 alunos. Foram 102 horas de aula durante cinco meses.

Administração Financeira & Excel

Criado para capacitar jovens na análise e aplicação dos conhecimentos básicos de finanças e contabilidade, contempla ainda conteúdos para a compreensão da estrutura e gestão financeira nos negócios, utilizando ferramentas do programa Excel. Com duração de cinco meses e carga horária de 102 horas, beneficiou 70 alunos em 2015.

EDUCAÇÃO AMBIENTAL



PROFESSORES

Educar para Reciclar

Em 2015, o projeto que visa à capacitação de professores em educação ambiental completou 10 anos, celebrados com um concurso cultural realizado com escolas da rede municipal de Itapevi. Ao todo, 43 projetos com iniciativas ambientais foram apresentados ao Instituto Eurofarma, que premiou os três melhores com Ipad. Mais de mil alunos das escolas foram impactados e envolvidos com a ação. Atualmente o programa é aplicado em 39 escolas públicas municipais de Itapevi.

AÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

A área de Responsabilidade Social desenvolve projetos e ações com todos os públicos com os quais se relaciona, principalmente colaboradores, fornecedores e sociedade, estabelecendo uma relação transparente baseada na ética.

PÚBLICO INTERNO

De Mãos Dadas com a Escola

Por meio do programa, os filhos de colaboradores e terceiros, com idades entre 4 e 14 anos, recebem kits escolares e reembolsos de livros e apostilas. Todo recurso investido é proveniente da venda de materiais reciclados em todas as unidades da Eurofarma. Desta forma, o colaborador, que destina corretamente os resíduos, também auxilia para o crescimento da iniciativa. Em 2015, o valor total do investimento foi de R\$ 340,4 mil.

Matéria-Prima Especial

Durante o período de recesso escolar, em janeiro e julho e na semana do Dia das Crianças, o projeto realiza atividades educativas para os filhos dos colaboradores das unidades do Campo Belo, Itapevi, Momenta, Euroglass e Biotecnologia. São realizadas oficinas de arte, comunicação, visitas a museus e parques, entre outras atividades, para crianças e jovens com idades entre 7 e 15 anos. Para as saídas externas, os participantes contam com transporte, alimentação e acompanhamento integral de educadores e monitores.

Voluntariado Corporativo

Envolve ações para incentivar a participação dos colaboradores em atividades de voluntariado. Entre os projetos está o "Voluntários Profissionais", no qual executivos da empresa compartilham experiências profissionais com os alunos do Instituto Eurofarma. Em 2015, 10 áreas da empresa participaram, com a realização de 17 palestras para cerca de 600 jovens.

O "Corrente do Bem" oferece apoio financeiro para instituições filantrópicas, entidades ou ONGs nas quais os colaboradores atuam como voluntários. Os colaboradores inscrevem seus projetos no Programa e o Comitê de Responsabilidade Social, em conjunto com um membro independente do Centro de Voluntariado de São Paulo, faz a seleção das ações que receberão apoio. Em 2015, 27 projetos foram inscritos e 6 selecionados.

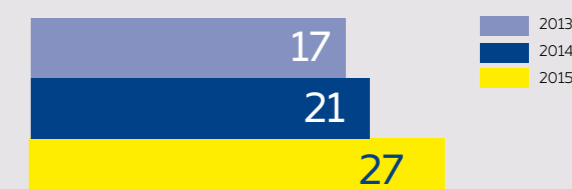


"Nos primeiros meses de trabalho na Eurofarma, fui convidado a conversar com os alunos do Instituto Eurofarma sobre minha carreira. Fiquei muito bem impressionado com as ações que a companhia faz no Instituto e ao ver o interesse dos jovens na busca da sua profissionalização. Claramente, todos os que estavam na palestra querem melhores oportunidades na vida. Atuar como voluntário me permite mostrar aos jovens que seus horizontes não têm limite e que será necessário estudo, coragem, dedicação e postura ética como caminho digno para as suas realizações."

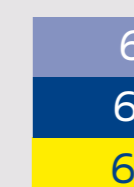
Vulmeron Borges Marçal Neto, gerente de Marketing na área de Prescrição Médica da Eurofarma

VOLUNTARIADO CORPORATIVO

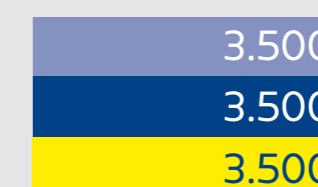
NÚMERO DE PROJETOS INSCRITOS



NÚMERO DE PROJETOS SELECIONADOS



VALOR DESTINADO ÀS ORGANIZAÇÕES (R\$ MIL)



SOCIEDADE

Programa Doação de Medicamentos

Iniciativa estruturada para promover a ampliação do acesso aos medicamentos e evitar desperdícios, envolvendo o enjamento de diferentes áreas da companhia no processo. Os impostos dos produtos destinados à doação são pagos integralmente e toda a logística envolvida para a distribuição dos produtos, e eventual recolhimento caso não seja utilizado, é responsabilidade da Eurofarma. Para viabilizar o programa, os remédios com prazo de validade igual ou inferior a 120 dias são destinados a organizações não governamentais e entidades de saúde que atuam com populações de baixa renda, evitando que produtos necessários a esses pacientes e em perfeitas condições de uso sejam destruídos.

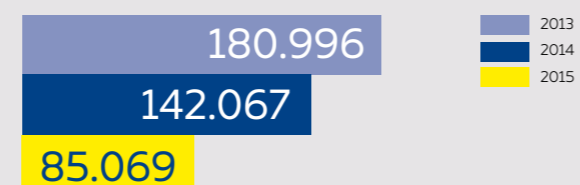
A destinação segue critérios rigorosos, e as entidades beneficiadas precisam comprovar que têm espaço adequado para armazenamento e autorização sanitária da Anvisa ou outro órgão responsável, bem como a presença no local de um profissional habilitado para fazer a prescrição, como médicos e cirurgiões-dentistas. Qualquer medicamento fabricado pela Eurofarma, nas condições descritas anteriormente pode ser doado, como antitérmicos, anti-inflamatórios ou mesmo de uso controlado.

Atualmente, mais de 30 entidades fazem parte do cadastro, como Amigos do Bem, Lar São Camilo de Lellis, Voluntários do

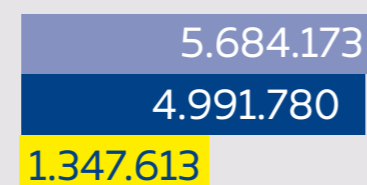
Sertão e Associação Humanita Brasilis.

No último ano, a Eurofarma conduziu um amplo processo de reorganização das plantas produtivas, a fim de promover um controle mais equilibrado e ajustado entre a produção de medicamentos e a demanda de vendas. O trabalho resultou em um número menor de medicamentos disponibilizados para doação.

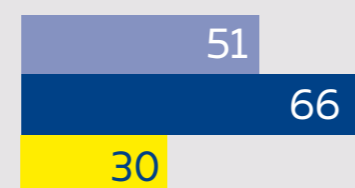
UNIDADES DE MEDICAMENTOS DOADOS



VALOR TOTAL DOADO (VALOR - NF)



NÚMERO DE ORGANIZAÇÕES APOIADAS



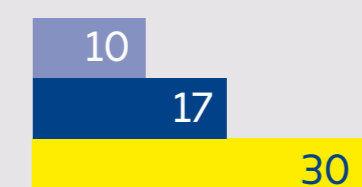
Doações financeiras e doações de ativos e equipamentos

A empresa realiza doações financeiras com objetivo de ajudar no desenvolvimento de organizações sociais que atuam em diversos setores. Equipamentos e ativos da empresa que serão substituídos também são destinados à doação para instituições que atendem população de baixa renda, localizadas próximas das unidades ou para cooperativas de reciclagem. Entre os materiais doados regularmente estão itens como mesas, cadeiras e outros mobiliários.

QUANTIDADE DE EQUIPAMENTOS DOADOS



NÚMERO DE INSTITUIÇÕES BENEFICIADAS



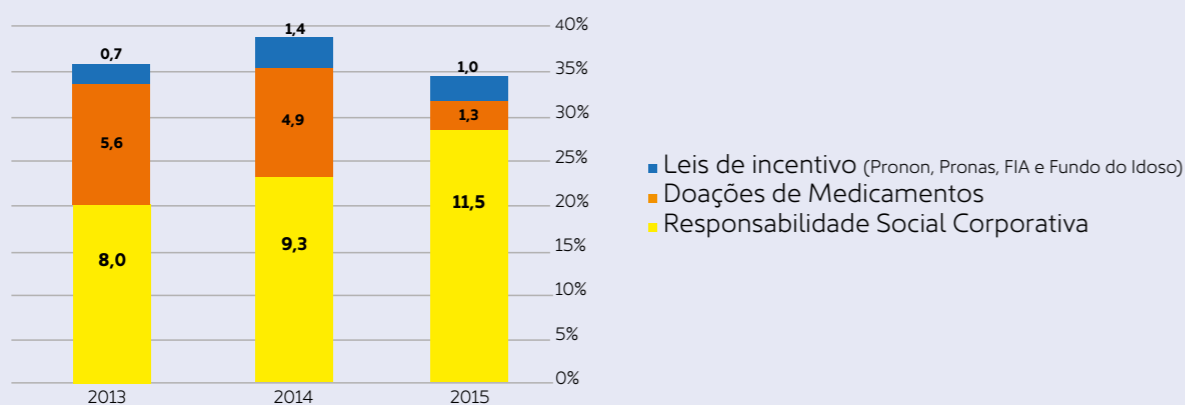
DOAÇÕES PARA ORGANIZAÇÕES SOCIAIS (R\$)

	2013	2014	2015
Casa de Apoio ao Hospital do Câncer de Barretos	R\$ 11.334	R\$ 13.285	R\$ 13.629
Centro Comunitário Jardim Autódromo	R\$ 18.000	R\$ 18.957	R\$ 20.187
Compra e doação de hand bike	-	R\$ 25.650	-
Fundação Abrinq	R\$ 24.597	R\$ 26.075	R\$ 30.656
Graacc - Mc Dia Feliz	R\$ 262.200	R\$ 327.600	R\$ 353.600
Instituto Ethos - Associativa	-	R\$ 15.000	R\$ 9.972
Instituto Ingo Hoffmann	R\$ 18.000	R\$ 38.400	R\$ 40.800
Prefeitura de Itapevi (iluminação e decoração de Natal)	-	R\$ 8.661	R\$ 8.724
AACD	-	-	R\$ 9.500

Renúncia Fiscal em Responsabilidade Social Corporativa

A área de Responsabilidade Social faz a gestão e utiliza quatro Leis de Incentivo para apoio a projetos sociais por meio de renúncia fiscal: Fumcad/FIA, Pronon, Pronas e Fundo do Idoso.

INVESTIMENTO SOCIAL PRIVADO (EM MILHÕES)



INVESTIMENTO SOCIAL POR MEIO DE LEIS DE INCENTIVO

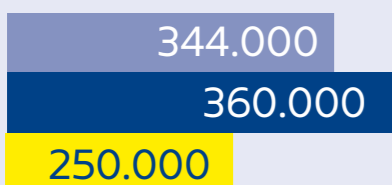
FIA



PRONAS



PRONON



FUNDO DO IDOSO



Patrocínios e Eventos

Por meio do Comitê de Patrocínios Culturais e Esportivos, a Eurofarma seleciona e apoia projetos em todo o país, seguindo critérios de relevância e abrangência, e com o enfoque de aplicar 100% dos recursos provenientes de leis de incentivos fiscais, como Lei Rouanet, Proac, PIE e a Lei Federal de Incentivo ao Esporte (LIE).

A empresa instituiu concorrência por meio de editais para ampliar a transparência no processo seletivo. Nas duas áreas, já apoiou mais de 110 projetos e tem patrocínio com recursos próprios de longo tempo com uma equipe da Stock Car, além da Copa São Paulo de Futebol Jr.

Em 2015, o valor total destinado aos projetos incentivados foi de R\$ 3,1 milhões, além de R\$ 8,7 milhões para projetos apoiados com recursos próprios.

A empresa investiu cerca de R\$ 1,9 milhão em cultura, beneficiando 7 projetos por meio de aporte das Leis Rouanet e Proac: *Festival Risadaria*, os espetáculos teatrais *Mulheres à Beira de um Ataque de Nervos*, *Meu Amigo Charlie Brown*, *220 Volts*, *Forever Young*, *Corpo do Som* e *O Quebra Nozes*. Na área esportiva, além da Stock Car, a Eurofarma apoia a Liga de Basquete Feminino, o projeto de inclusão social por meio do Judô de Tiago Camilo, Centro de Formação de Taekwondo e atividades esportivas para crianças carentes em São Paulo e em Ribeirão Preto, interior paulista.

CULTURA

INVESTIMENTO (R\$)

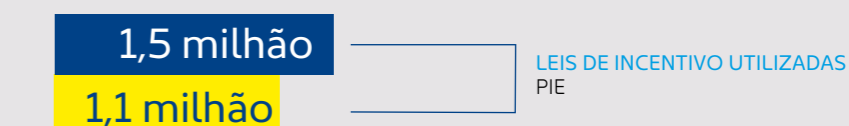


PROJETOS

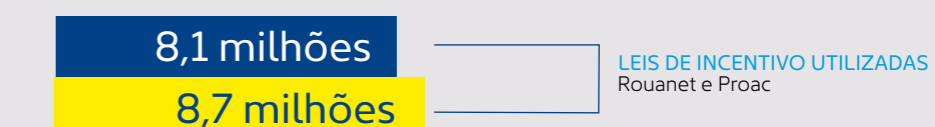


ESPORTE

INVESTIMENTO LEIS DE INCENTIVO (R\$)



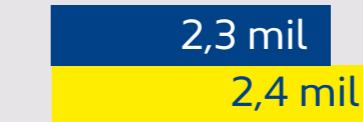
INVESTIMENTO COM RECURSOS PRÓPRIOS (R\$)



PROJETOS



BENEFICIADOS (CRIANÇAS E JOVENS)



INDICADORES GRI

INDICADORES GRI		
ESTRATÉGIA E ANÁLISE		PÁGINA
G4-1	Apresente uma declaração do principal tomador de decisão da organização (p. ex.: diretor-presidente, presidente do conselho de administração ou cargo equivalente) sobre a relevância da sustentabilidade para a organização e sua estratégia de sustentabilidade.	4
PERFIL ORGANIZACIONAL		PÁGINA
G4-3	Relate o nome da organização.	12
G4-4	Relate as principais marcas, produtos e serviços.	12
G4-5	Relate a localização da sede da organização.	12
G4-6	Relate o número de países nos quais a organização opera e nome dos países nos quais as suas principais operações estão localizadas ou que são especialmente relevantes para os tópicos de sustentabilidade abordados no relatório.	13
G4-7	Relate a natureza da propriedade e forma jurídica da organização.	9
G4-8	Relate os mercados em que a organização atua (com discriminação geográfica, setores abrangidos e tipos de clientes e beneficiários).	13
G4-9	Relate o porte da organização:	6
	Número total de empregados	
	Número total de operações	
	Vendas líquidas (para organizações do setor privado) ou receita líquida (para organizações do setor público)	
	Capitalização total discriminada em termos de dívida e patrimônio líquido (para organizações do setor privado)	
	Quantidade de produtos ou serviços prestados	
G4-10	Relate o número total de empregados, discriminados por contrato de trabalho e gênero. Relate o número total de empregados próprios, discriminados por tipo de emprego e gênero. Relate a força de trabalho total, discriminada por região e gênero.	39
G4-11	Relate o percentual do total de empregados cobertos por acordos de negociação coletiva.	38
G4-12	Descreva a cadeia de fornecedores da organização.	31
G4-13	Relate quaisquer mudanças significativas ocorridas no decorrer do período coberto pelo relatório em relação ao porte, estrutura, participação acionária ou cadeia de fornecedores da organização, inclusive: Mudanças na localização ou nas operações da organização, como abertura, fechamento ou ampliação de instalações Mudanças na estrutura do capital social e de outras atividades de formação, manutenção ou alteração de capital (para organizações do setor privado) Mudanças na localização de fornecedores, na estrutura da cadeia de fornecedores ou nas relações com fornecedores, inclusive no seu processo de seleção e exclusão	Não houve
G4-14	Relate se e como a organização adota a abordagem ou princípio da precaução.	46
G4-15	Liste as cartas, princípios ou outras iniciativas desenvolvidas externamente de caráter econômico, ambiental e social que a organização subscreve ou endossa.	44
G4-16	Liste a participação em associações (p. ex.: associações setoriais) e organizações nacionais ou internacionais de defesa em que a organização:	28
ASPECTOS MATERIAIS E LIMITES		PÁGINA
G4-17	Liste todas as entidades incluídas nas demonstrações financeiras consolidadas ou documentos equivalentes da organização.	61
G4-18	Explique o processo adotado para definir o conteúdo do relatório e os limites dos Aspectos.	63
G4-19	Liste todos os Aspectos materiais identificados no processo de definição do conteúdo do relatório.	64
G4-20	Para cada Aspecto material, relate o Limite do Aspecto dentro da organização.	64

ENGAJAMENTO DOS STAKEHOLDERS		PÁGINA
G4-21	Para cada aspecto material, relate seu limite fora da organização, da seguinte maneira:	64
G4-22	Relate o efeito de quaisquer reformulações de informações fornecidas em relatórios anteriores e as razões para essas reformulações.	Não Houve
G4-23	Relate alterações significativas em relação a períodos cobertos por relatórios anteriores em Escopo e Limites de aspecto	Não Houve
G4-24	Apresente uma lista de grupos de <i>stakeholders</i> engajados pela organização.	64
G4-25	Relate a base usada para a identificação e seleção de <i>stakeholders</i> para engajamento.	64
G4-26	Relate a abordagem adotada pela organização para engajar <i>stakeholders</i> , inclusive a frequência do seu engajamento discriminada por tipo e grupo, com uma indicação de que algum engajamento foi especificamente promovido como parte do processo de preparação do relatório.	64
G4-27	Relate os principais tópicos e preocupações levantadas durante o engajamento de <i>stakeholders</i> e as medidas adotadas pela organização para abordar esses tópicos e preocupações, inclusive no processo de relató-los. Relate os grupos de <i>stakeholders</i> que levantaram cada uma das questões e preocupações mencionadas.	64
PERFIL DO RELATÓRIO		PÁGINA
G4-28	Período coberto pelo relatório (p. ex.: ano fiscal ou civil) para as informações apresentadas.	63
G4-29	Data do relatório anterior mais recente (se houver).	63
G4-30	Ciclo de emissão de relatórios (anual, bienal, etc.).	63
G4-31	Informe o ponto de contato para perguntas sobre o relatório ou seu conteúdo.	63
G4-32	Relate a opção "de acordo" escolhida pela organização.	63
G4-33	Relate a política e prática corrente adotadas pela organização para submeter o relatório a uma verificação externa.	63
GOVERNANÇA		PÁGINA
ESTRUTURA DE GOVERNANÇA E SUA COMPOSIÇÃO		
G4-34	Relate a estrutura de governança da organização, incluindo os comitês do mais alto órgão de governança. Identifique quaisquer comitês responsáveis pelo assessoramento do conselho na tomada de decisões que possuam impactos econômicos, ambientais e sociais.	30
ÉTICA E INTEGRIDADE		PÁGINA
G4-56	Descreva os valores, princípios, padrões e normas de comportamento da organização, como códigos de conduta e de ética.	10

ÍNDICE DE PADRÕES ESPECÍFICOS	
Aspectos Materiais	Página
Desempenho Econômico	60
Participação no Mercado	60
Materiais	31
Energia	46
Água	47
Saúde e Segurança no Trabalho	34
Saúde e Segurança do Cliente	33
Segurança do Produto	33

INDICADOR GRI	Página
G4-EC1	60
G4-EC4	61
G4-EN1	31
G4-EC9	31
G4-EN3	46
G4-EN8	47
G4-EN10	47
G4-EN15	49
G4-EN16	49
G4-EN17	49
G4-EN22	47
G4-EN23	48
G4-LA2	41
G4-LA6	34
G4-LA9	38
G4-LA12	39
G4-SO1	50
G4-SO5	29
G4-SO6	28
G4-PR1	34
G4-PR5	33

1 - Base de Cálculo		2013 (R\$ mil)		2014 (R\$ mil)		2015 (R\$ mil)				
Receita líquida (RL)		1.681.750		1.950.775		2.067.407				
Resultado operacional (RO)		241.755		257.968		262.056				
Folha de pagamento bruta (FPB)		545.836		615.936		642.668				
2 - Indicadores Sociais Internos		(R\$ mil)	% sobre FPB	% sobre RL	(R\$ mil)	% sobre FPB	% sobre RL	(R\$ mil)	% sobre FPB	% sobre RL
Alimentação *1		20.667	3,79%	1,23%	23.320	3,79%	1,20%	11.127	1,73%	0,54%
Encargos sociais compulsórios		86.984	15,94%	5,17%	111.379	18,08%	5,71%	123.296	19,18%	5,96%
Previdência privada		2.277	0,42%	0,14%	3.544	0,58%	0,18%	5.087	0,79%	0,25%
Saúde		30.018	5,50%	1,78%	35.740	5,80%	1,83%	38.927	6,06%	1,88%
Segurança e saúde no trabalho *2		3.168	0,58%	0,19%	1.986	0,32%	0,10%	3.895	0,61%	0,19%
Educação		497	0,09%	0,03%	734	0,12%	0,04%	708	0,11%	0,03%
Cultura		0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%	0	0,00%	0,00%
Capacitação e desenvolvimento profissional		4.712	0,86%	0,28%	4.729	0,77%	0,24%	6.218	0,97%	0,30%
Creches ou auxílio-creche		468	0,09%	0,03%	605	0,10%	0,03%	786	0,12%	0,04%
Participação nos lucros ou resultados		67.501	12,37%	4,01%	80.789	13,12%	4,14%	47.939	7,46%	2,32%
Outros *3		3.850	0,71%	0,23%	8.432	1,37%	0,43%	8.924	1,39%	0,43%
Total - Indicadores sociais internos		220.142	40,33%	0,13	271.258	44,04%	13,91%	246.907	38,42%	11,94%
3 - Indicadores Sociais Externos		(R\$ mil)	% sobre RO	% sobre RL	(R\$ mil)	% sobre RO	% sobre RL	(R\$ mil)	% sobre FPB	% sobre RL
Educação		6.818	2,82%	0,41%	7.920	3,07%	0,41%	9.725	3,71%	0,47%
Cultura		2.690	1,11%	0,16%	2.748	1,07%	0,14%	1.957	0,75%	0,09%
Saúde e saneamento		1.091	0,45%	0,06%	1.841	0,71%	0,09%	1.276	0,49%	0,06%
Esporte		10.186	4,21%	0,61%	9.235	3,58%	0,47%	9.876	3,77%	0,48%
Combate à fome e segurança alimentar		28	0,01%	0,00%	19	0,01%	0,00%	8	0,00%	0,00%
Outros		44	0,02%	0,00%	45	0,02%	0,00%	69	0,03%	0,00%
Total das contribuições para a sociedade		20.857	8,63%	1,24%	21.808	8,45%	1,12%	22.911	8,74%	1,11%
Tributos (excluídos encargos sociais)		372.205	153,96%	22,13%	404.890	156,95%	20,76%	417.327	159,25%	20,19%
Total - Indicadores sociais externos		-351.348	-145,33%	-20,89%	-383.082	-148,50%	-19,64%	-394.416	-150,51%	-19,08%
4 - Indicadores Ambientais		(R\$ mil)	% sobre RO	% sobre RL	(R\$ mil)	% sobre RO	% sobre RL	(R\$ mil)	% sobre FPB	% sobre RL
Investimentos relacionados com a produção/ operação da empresa		3.266	1,35%	0,19%	3.949	1,53%	0,20%	7.194	2,75%	0,35%
Investimentos em programas e/ou projetos externos		79	0,03%	0,00%	1.014	0,39%	0,05%	139	0,05%	0,01%
Total dos investimentos em meio ambiente		3.345	1,38%	0,20%	4.963	1,92%	0,25%	7.333	2,80%	0,35%
Quanto ao estabelecimento de "metas anuais" para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa:		() cumpre de 0 a 50% () cumpre de 76 a 100%	() não possui metas (X) cumpre de 51 a 75%	() cumpre de 0 a 50% () cumpre de 76 a 100%	() não possui metas (X) cumpre de 51 a 75%	() cumpre de 0 a 50% (X) cumpre de 76 a 100%	() não possui metas () cumpre de 51 a 75%			

5 - Indicadores do Corpo Funcional	2013			2014			2015		
Nº de empregados(as) ao final do período	4.601			4.770			4.734		
Nº de admissões durante o período	702			762			1.041		
Nº de empregados(as) terceirizados(as)	407			435			476		
Nº de estagiários(as)	32			52			36		
Nº de empregados(as) acima de 45 anos	699			772			742		
Nº de mulheres que trabalham na empresa (interno)	1183			1266			1153		
Nº de mulheres que trabalham na empresa (externo)	339			331			338		
% de cargos de chefia ocupados por mulheres (interno)	49,65%			51,61%			54,83%		
% de cargos de chefia ocupados por mulheres (externo)	1,65%			1,65%			0,80%		
Nº de negros(as) que trabalham na empresa	823			732			777		
% de cargos de chefia ocupados por negros(as)	6,04%			6,15%			6,84%		
Nº de pessoas com deficiência ou necessidades especiais	175			180			175		
6 - Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial	2013			2014			2015		
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa	76,2			75,3			75,6		
Número total de acidentes de trabalho	53			46			34		
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por:	<input type="checkbox"/> direção	<input checked="" type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input checked="" type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input checked="" type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por:	<input checked="" type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> todos(as) + Cipa	<input checked="" type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> todos(as) + Cipa	<input checked="" type="checkbox"/> direção e gerências	<input type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> todos(as) + Cipa
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos(as) trabalhadores(as), a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input checked="" type="checkbox"/> segue as normas da OIT	<input type="checkbox"/> incentiva e segue a OIT	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input checked="" type="checkbox"/> segue as normas da OIT	<input type="checkbox"/> incentiva e segue a OIT	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input checked="" type="checkbox"/> segue as normas da OIT	<input type="checkbox"/> incentiva e segue a OIT
A previdência privada contempla:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input checked="" type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input checked="" type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input checked="" type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
A participação nos lucros ou resultados contempla:	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input checked="" type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input checked="" type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)	<input type="checkbox"/> direção	<input type="checkbox"/> direção e gerências	<input checked="" type="checkbox"/> todos(as) empregados(as)
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:	<input type="checkbox"/> não são considerados	<input checked="" type="checkbox"/> são sugeridos	<input type="checkbox"/> são exigidos	<input type="checkbox"/> não são considerados	<input checked="" type="checkbox"/> são sugeridos	<input type="checkbox"/> são exigidos	<input type="checkbox"/> não são considerados	<input checked="" type="checkbox"/> são sugeridos	<input type="checkbox"/> são exigidos
Quanto à participação de empregados(as) em programas de trabalho voluntário, a empresa:	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> apoia	<input checked="" type="checkbox"/> organizará e incentivará	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> apoia	<input checked="" type="checkbox"/> organizará e incentivará	<input type="checkbox"/> não se envolve	<input type="checkbox"/> apoia	<input checked="" type="checkbox"/> organizará e incentivará
Número total de reclamações e críticas de consumidores(as):	Na empresa 5.676	no Procon 0	na Justiça 2	Na empresa: 5.442	no Procon: 1	na Justiça: 7	Na empresa: 4.688	no Procon: 0	na Justiça: 9
% de reclamações e críticas atendidas ou solucionadas:	Na empresa 99,9%	no Procon 0%	na Justiça 0%	Na empresa: 99,2%	no Procon: 1%	na Justiça: 0%	Na empresa: 97,5%	no Procon: 0%	no Procon: 0%
Valor adicionado total a distribuir (R\$ mil):	Em 2013: 1.254.218			Em 2014: 1.365.950			Em 2015: 1.471.342		
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	34% governo /43% colaboradores /3% acionistas/ 10% terceiros / 10% retido			35% governo /44% colaboradores/ 3% acionistas /8% terceiros/10% retido			34% governo/44% colaboradores/ 3% acionistas/9% terceiros/10% retido		
7 - Outras Informações*	<p>1. No campo "Alimentação" foi estimado um valor reembolsado para os colaboradores que atuam externamente, considerando a política vigente de reembolso, multiplicado pelo número de colaboradores que atuam no campo e pelo número de dias úteis trabalhados, exceto o período de férias.</p> <p>2. Investimentos em segurança e saúde do trabalho; levamos em consideração os custos com os equipamentos de proteção individual e a rede de incêndio – Itapevi.</p> <p>3. Os números se referem à soma dos valores dedicados a estacionamento, seguro de vida, vale-transporte, combustível, despesas de confraternização.</p> <p>4. Os investimentos incluem folha de pagamento da área de Gestão Ambiental</p> <p>5. 20% do valor total dos investimentos corresponde ao Projeto de Reúso de Água de Itapevi e foi desembolsado em 2009 e 2010. Como o Projeto foi inaugurado em 2011, a empresa optou por relatar tal investimento neste relatório.</p> <p>6. Considera negros e pardos.</p>								

DESEMPENHO ECONÔMICO

Eurofarma Laboratórios

PARTICIPAÇÃO DA EUROFARMA LABORATÓRIOS (% DO MERCADO TOTAL BRASILEIRO)

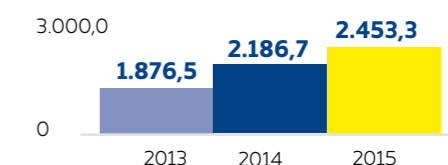
		2015	2014	2013	
	RANKING	% PARTICIPAÇÃO	% PENETRAÇÃO	% PARTICIPAÇÃO	% PENETRAÇÃO
Receituário	2	4,59%	-0,06	4,65%	4,66%
Mercado de marca	4	3,62%	0,13	3,49%	3,33%
Mercado de genéricos	3	10,64%	1,13	9,51%	7,57%
Veterinária	19	1,19%	-0,10	1,30%	1,02%
Hospitalar	6	5,18%	-0,84	6,02%	6,11%
Oncologia	11	2,16%	0,01	2,14%	2,18%
Licitações	23	0,98%	-0,06	1,04%	0,85%

A métrica utilizada como base é o de Preço Praticado (PPP). Anos anteriores podem ser alterados em função de metodologias definidas por órgãos externos (IMS Health)

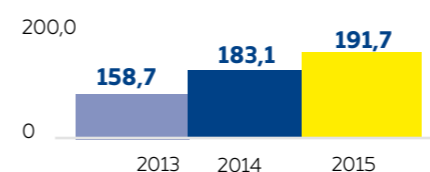
Grupo Eurofarma

Em 2015 atingimos a receita bruta de R\$ 2,9 bilhões (11% superior ao ano anterior) e as vendas líquidas totalizaram R\$ 2,5 bilhões.

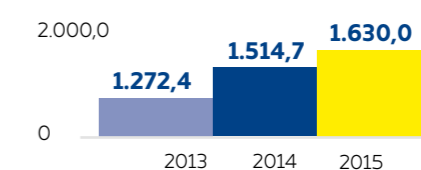
RECEITA LÍQUIDA (R\$ MILHÕES) CARG 14%



LUCRO LÍQUIDO (R\$ MILHÕES) CARG 10%

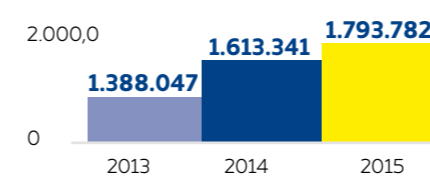


LUCRO BRUTO (R\$ MILHÕES) CARG 13%

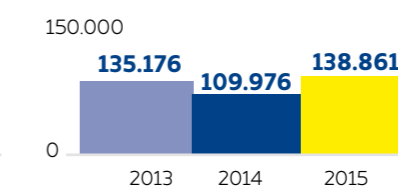


EUROFARMA LABORATÓRIOS S.A.

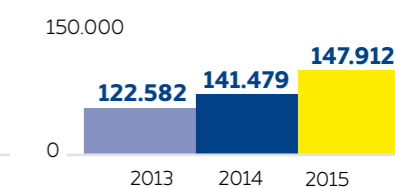
VALOR ECONÔMICO GERADO E DISTRIBUÍDO



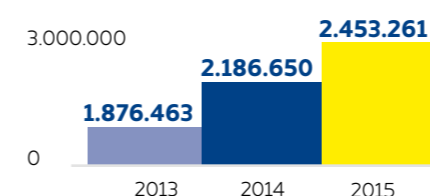
JUROS / ALUGUÉIS



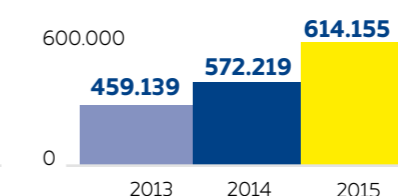
RETENÇÃO



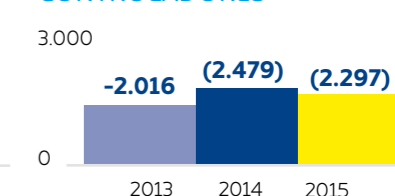
RECEITA



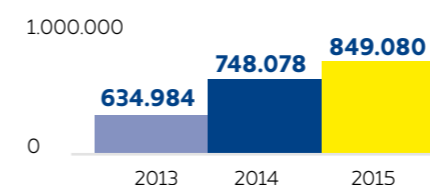
IMPOSTOS



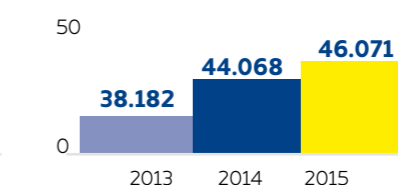
PARTICIPAÇÃO DE NÃO CONTROLADORES



RECURSOS HUMANOS



DIVIDENDOS



DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS

EUROFARMA LABORATÓRIOS S.A. – CNPJ/MF nº 61.190.096/0001-92

BALANÇOS PATRIMONIAIS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2015 E 2014 (EM MILHARES DE REAIS)

Ativo	Controladora		Consolidado		Passivo	Controladora		Consolidado	
	31/12/2015	31/12/2014	31/12/2015	31/12/2014		31/12/2015	31/12/2014	31/12/2015	31/12/2014
Circulante					Circulante				
Caixa e equivalentes de caixa	23.280	87.453	41.601	109.354	Fornecedores	104.536	67.801	148.661	94.495
Contas a receber de clientes	276.419	215.249	343.342	276.773	Empréstimos e financiamentos	329.806	230.776	396.070	270.366
Estoques	351.809	266.557	457.069	338.221	Arrendamento mercantil	21.499	18.709	28.236	21.831
Instrumentos financeiros	43.142	29.007	43.142	29.007	Salários, provisões e contribuições sociais	73.979	61.331	92.463	74.213
Ativo fiscal corrente	56.761	33.285	78.998	47.117	Impostos e contribuições a recolher	21.973	14.331	43.574	24.547
Adiantamento para futuro aumento de capital	28.212	28.387	2.321	4.091	Parcelamento Especial - PAES	1.238	1.142	1.238	1.142
Outras contas a receber	24.767	21.082	37.559	23.453	Participação dos colaboradores nos resultados	48.068	74.368	61.095	83.593
Total do ativo circulante	804.390	681.020	1.004.032	828.016	Dividendos a pagar	79.282	47.796	79.284	47.803
					Antecipação de dividendos de Controladas	19.759	-	19.759	-
Não circulante					Outras contas a pagar	35.784	76.438	34.104	73.988
Ativo fiscal corrente	8.084	6.309	8.218	8.795	Total do passivo circulante	735.924	592.692	904.484	691.978
Depósitos para recursos	13.849	12.924	13.916	12.950					
Depósitos em Garantia ("escrow")	6.764	4.400	6.846	4.501	Não circulante				
Outras contas a receber	-	-	1.754	781	Empréstimos e financiamentos	147.322	242.183	204.266	273.747
Total do ativo não circulante	28.697	23.633	30.734	27.027	Arrendamento mercantil	11.503	11.557	18.183	16.281
					Passivo fiscal diferido	30.337	55.230	21.389	52.805
Investimentos	581.255	513.024	70.972	26.041	Parcelamento Especial - PAES	3.507	4.378	3.507	4.378
Imobilizado	757.198	743.825	901.883	852.782	Provisão para contingências	44.634	60.733	44.908	61.558
Intangível	42.746	48.942	422.550	409.400	Contas a pagar investimento	46	46	4.165	2.516
Total do ativo	2.214.286	2.010.444	2.430.171	2.143.266	Provisão para Passivo a descoberto	30.812	26.969	20.141	23.866
					Total do passivo não circulante	268.161	401.096	316.559	435.151
					Patrimônio líquido				
					Capital social	844.007	844.007	844.007	844.007
					Reserva de lucros	319.290	171.378	319.290	171.378
					Ajustes acumulados de conversão	55.502	9.869	55.502	9.869
					Reserva de capital	(8.598)	(8.598)	(8.598)	(8.598)
					Patrimônio líquido atribuível aos controladores	1.210.201	1.016.656	1.210.201	1.016.656
					Participação de não controladores	-	-	(1.073)	(519)
					Total do patrimônio líquido	1.210.201	1.016.656	1.209.128	1.016.137
					Total do passivo e patrimônio líquido	2.214.286	2.010.444	2.430.171	2.143.266

DEMONSTRAÇÕES DE RESULTADOS PARA OS EXERCÍCIOS FINDOS EM 31 DE DEZEMBRO DE 2015 E DE 2014 (Em milhares de Reais)

	Controladora		Consolidado	
	31/12/2015	31/12/2014	31/12/2015	31/12/2014
Receita	2.067.407	1.950.775	2.453.261	2.186.650
Custo dos produtos vendidos	(708.235)	(653.463)	(823.232)	(671.946)
Lucro bruto	1.359.172	1.297.312	1.630.029	1.514.704
Despesas de vendas	(723.472)	(634.304)	(930.489)	(776.797)
Despesas administrativas	(270.699)	(244.157)	(346.749)	(304.276)
Participação dos colaboradores nos resultados	(41.224)	(63.726)	(49.508)	(70.583)
Outras receitas	79.979	31.887	82.015	32.996
Outras despesas	(57.697)	(68.818)	(62.957)	(69.196)
Resultado de equivalência patrimonial	(36.480)	(1.777)	18.806	11.467
Resultado antes das receitas (despesas) financeiras líquidas e impostos	309.579	316.417	341.147	338.315
Receitas financeiras	68.961	13.133	69.725	13.919
Despesas financeiras	(34.935)	(43.357)	(53.500)	(52.734)
Variações monetárias e cambiais, líquidas	(81.549)	(28.225)	(91.654)	(33.098)
Despesas financeiras, líquidas	(47.523)	(58.449)	(75.429)	(71.913)
Lucro antes do imposto de renda e contribuição social	262.056	257.968	265.718	266.402
Imposto de renda e contribuição social corrente	(92.966)	(70.869)	(105.448)	(80.214)
Imposto de renda e contribuição social diferido	24.893	(1.552)	31.416	(3.120)
Lucro líquido do exercício	193.983	185.547	191.686	183.068
Resultado atribuído para				
Acionistas controladores	193.983	185.547	193.983	185.547
Acionistas não controladores	-	-	(2.297)	(2.479)

As empresas incluídas nas Demonstrações Financeiras são as seguintes:

EMPRESAS CONTROLADAS

- Eurofarma Argentina S.A.
- Eurofarma Colômbia S.A.S
- Eurofarma de México S de RL de CV
- Eurofarma Equador
- Eurofarma Paraguay S.A
- Eurofarma Peru (Refasa, Publimed, Carrión)
- Eurofarma Uruguay S.A.
- Eurofarma Venezuela Casa Representacion C.A.
- Incrementa PD&I Pesquisa, Desenvolvimento e Inovação de Fármacos e Medicamentos Ltda.
- Laboratório Laprin S.A
- Laboratórios Eurofarma Bolívia S.A.
- Laboratórios Euromed Chile S.A
- Momenta Farmacêutica Ltda.
- Themaxis Limitada – Colômbia
- Shanghai Ouyu Trading Ltda.
- Eurofarma Moçambique Ltda.

CONTROLADAS EM CONJUNTO

- Inova Biotecnologia Saúde Animal Ltda.
- Supera Farma Laboratórios S.A.
- Orygen Biotecnologia S.A.
- Eurofarma-Edol Produtos Farmacêuticos Ltda.

OUTROS INVESTIMENTOS

- Melinta Therapeutics Inc.

Glaucia Cristina Sartori Coliath – Contador CRC 1SP 159.824/O-1

As Demonstrações Financeiras completas encontram-se disponíveis na sede da Eurofarma Laboratórios S.A.

PERSPECTIVAS 2016

ATENTA À REALIDADE, MAS COM A VISÃO PARA O FUTURO

Lançamento de

20 

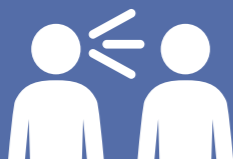
novos produtos/ano

50% 

de crescimento
nas vendas
das operações
internacionais

+600

mil visitas/mês a
médicos de todo
o Brasil



A condução dos negócios em 2016 na Eurofarma, como para todos os setores produtivos no país, será repleta de desafios, impostos com a perspectiva de crescimento das taxas de desemprego e inflação, acentuação da crise política e permanência da retração econômica. Para atuar nesse cenário, o orçamento para o ano foi revisado, com foco em reestruturações operacionais, redução das despesas e estoques. A orientação para todas as áreas é ter um olhar crítico para os gastos, melhoria de produtos e processos.

Apesar de todas as dificuldades previstas para o período, os investimentos nos projetos sociais conduzidos pelo Instituto Eurofarma não serão reduzidos, ao contrário, a perspectiva é aumentar o número direto de beneficiados. Não há mágica na conquista, trata-se do resultado da iniciativa realizada em 2015 para a autogestão, em 2016, do principal programa: Matéria-Prima. Uma boa notícia no momento em que o Instituto comemora seus 10 anos.

A exemplo das medidas adotadas no Instituto, em 2016 será preciso inovar para continuar na trilha do desenvolvimento. Outro destaque na área socioambiental é o projeto inédito para descontaminação das embalagens de medicamentos, por meio de pesquisa realizada em parceria com a Universidade de São Paulo (USP).

Fortalecer o Núcleo de Inovação Radical é outro objetivo, principalmente com parcerias para o desenvolvimento de pesquisas computacionais. A área de Inovação mantém a meta de lançar 20 produtos ao longo do ano.

Na área Operacional, os investimentos e esforços serão na integração maior da cadeia de suprimentos, com o dimensionamento e ajustes das fábricas para a realidade presente. Um laboratório de Biotecnologia para controle de qualidade será implantado em Itapevi, de forma a dar suporte para o lançamento do primeiro produto biossimilar fabricado na Eurofarma.

Na Euroglass uma nova linha de produção entrará em funcionamento, para atendimento de serviços a terceiros. As obras para expansão do bloco 7, na Unidade Itapevi, também seguirão ao longo do ano, com perspectiva para inauguração em 2017. Em 2016, a atenção da área estará em assegurar um nível de estoque balanceado e reduzir a falta de produtos.

Um dos alicerces estratégicos da companhia, a expansão internacional seguirá com a prospecção de novos mercados. Este ano será um marco para muitas operações internacionais,

que devem se tornar autossuficientes financeiramente, com perspectiva de crescimento das vendas em torno de 50%. Durante o ano, o projeto de desenvolver produtos nos próprios países, de acordo com interesses locais e regionais, será impulsionado.

Entre as medidas adotadas no final de 2015, e que devem trazer resultados financeiros para a companhia, está o aumento das vendas e do receituário com a ampliação da equipe de propagandistas, com 400 novos colaboradores. É esperada uma evolução na Unidade de Genéricos que, no último ano, apresentou o melhor desempenho do mercado entre os top 5 do ranking.

As propostas de reduções de custos em todas as áreas, e o contingenciamento de grandes investimentos, também fazem parte de um conjunto de medidas que devem possibilitar que a Eurofarma permaneça na sua trajetória de crescimento mesmo em um cenário adverso.

Sem comprometer a visão de apostar em inovação radical e expansão global para garantir a perenidade dos negócios, e diferenciar-se em um mercado altamente competitivo, a empresa mantém-se saudável e otimista.

INFORMAÇÕES CORPORATIVAS

Riscos e oportunidades para a sustentabilidade de todas as organizações

Riscos e oportunidades para a sustentabilidade do setor farmacêutico

Análise dos impactos frente à sustentabilidade

Mapeamento e engajamento dos stakeholders

Matriz de Materialidade Eurofarma

PARÂMETROS DO RELATÓRIO

O Relatório de Sustentabilidade da Eurofarma é elaborado anualmente (G4-30), sendo desenvolvido de acordo com as diretrizes da GRI—G4. O período coberto por este relatório de sustentabilidade é o de 1 de janeiro a 31 de dezembro de 2015 (G4-28). O relatório de 2014 foi lançado em maio de 2015 (G4-29), e utilizou o modelo GRI-G4, com verificação externa realizada pela KPMG.

Em 2015, novamente foi utilizada a diretriz GRI-G4, nível Essencial (G4-32).

Um método de cinco passos foi estabelecido para a identificação dos temas relevantes de Sustentabilidade da Eurofarma, conforme a figura acima (G4-18).

ETAPA 1

Riscos e oportunidades para a sustentabilidade de todas as organizações:

Nesta etapa foi considerado todos os temas levantados pela Global Reporting Initiative (GRI), na diretriz G4.

ETAPA 2

Riscos e oportunidades para a sustentabilidade do setor farmacêutico

Houve identificação de todos os temas que foram discutidos no setor em 2013, e assim foram considerados os estudos da SASB* (Pharmaceuticals), GRI (Pharmaceuticals, Biotechnology and Life Science).**

*A SASB é uma organização sem fins lucrativos americana que fornece padrões de divulgação de questões de sustentabilidade para empresas de capital aberto nos EUA. Em 2013 realizou um trabalho sobre materialidade na saúde identificando os principais temas de sustentabilidade apontados pelos stakeholders no setor Farmacêutico.
**GRI((Pharmaceuticals, Biotechnology and Life Science) foi uma pesquisa mundial realizada pela GRI onde foi apresentado os principais temas de sustentabilidade apontados pelos stakeholders no setor.

ETAPA 3

Análise dos impactos frente à sustentabilidade

A partir desse universo, o próximo passo foi extrair as questões de sustentabilidade que são mais importantes para avaliar o desempenho da Eurofarma:

O teste inclui quatro categorias:

- **Riscos**
Questões que podem ter um impacto relevante ou podem representar um risco para a Eurofarma, no médio ou longo prazo;
- **Legislação | Regulamentação**
Questões que estão sendo moldadas ou em desenvolvimento com potencial de regulamentação;
- **Setor de atuação**
Questões discutidas no setor de atuação;
- **Oportunidade e inovação**
Temas em que existe o potencial para explorar as oportunidades e soluções inovadoras.

ETAPA 4

MAPEAMENTO E ENGAJAMENTO DOS STAKEHOLDERS

O processo de mapeamento e engajamento dos stakeholders, assim como a matriz de materialidade, foi feito em conjunto com uma consultoria especializada em relatórios de sustentabilidade GRI na saúde.

O levantamento dos stakeholders é feito anualmente (G4-26) e é sempre elaborado em conjunto com o Comitê Executivo.

O engajamento de 2015 levou em consideração os dados históricos do engajamento de 2014, que é revisado, para uma nova avaliação e inclusão de stakeholders (G4-25).

Neste processo foi identificado os seguintes grupos de stakeholders (G4-24):

Colaborador, Parceiro, Fornecedor de Serviço, Fornecedor de Produto, Governo e Agências Reguladoras, Clientes, Comunidade, Universidade, Mídia e Terceiro setor.

O tipo de engajamento utilizado foi o de pesquisa eletrônica com todos os grupos de stakeholders, totalizando 367 pesquisas respondidas (G4-26).

Os principais temas mencionados pelo stakeholders foram (G4-27):

- **Clientes:**

Desempenho econômico, efluentes e resíduos, saúde e segurança no trabalho, treinamento e educação, não discriminação, trabalho infantil, práticas de segurança, corrupção e concorrência desleal, saúde e segurança do cliente.

- **Colaborador:**

Desempenho econômico, participação no mercado, água, efluentes e resíduos, relação entre trabalhadores e governança, saúde e segurança no trabalho, treinamento e educação, diversidade e igualdade de oportunidades, práticas de segurança, comunidades locais, corrupção, saúde e segurança do cliente, segurança do produto e normas éticas.

- **Parceiro:**

Desempenho econômico, participação no mercado, energia, água, saúde e segurança no trabalho, treinamento e educação, trabalho infantil, corrupção, saúde e segurança do cliente, conformidade do produto e segurança do produto.

- **Governo:**

Participação no mercado, práticas de compras, energia, água, biodiversidade, produtos e seus impactos ambientais, geração de emprego, treinamento e educação, critérios de direitos humanos no processo de compra, práticas de segurança, corrupção, políticas públicas, concorrência desleal, saúde e segurança do paciente, comunicações de marketing, normas éticas, medicamentos similares e medicamentos falsificados.

- **Fornecedor:**

Desempenho econômico, participação no mercado, energia, água, materiais, efluentes e resíduos, saúde e segurança no trabalho, concorrência desleal, corrupção, saúde e segurança do cliente, segurança do produto e normas éticas.

- **Comunidade:**

Participação no mercado, materiais, energia, água, efluentes e resíduos, conformidade ambiental, saúde e segurança no trabalho, não discriminação, corrupção, segurança do produto e normas éticas.

- **Universidade:**

Desempenho econômico, participação no mercado, prática de compra, materiais, saúde e segurança no trabalho, treinamento e educação, corrupção, saúde e segurança do cliente.

- **Mídia:**

Desempenho econômico, energia, água, efluentes e resíduos, saúde e segurança no trabalho, avaliação de práticas trabalhistas do fornecedor, trabalho infantil, trabalho forçado, comunidades, corrupção, saúde e segurança do cliente.

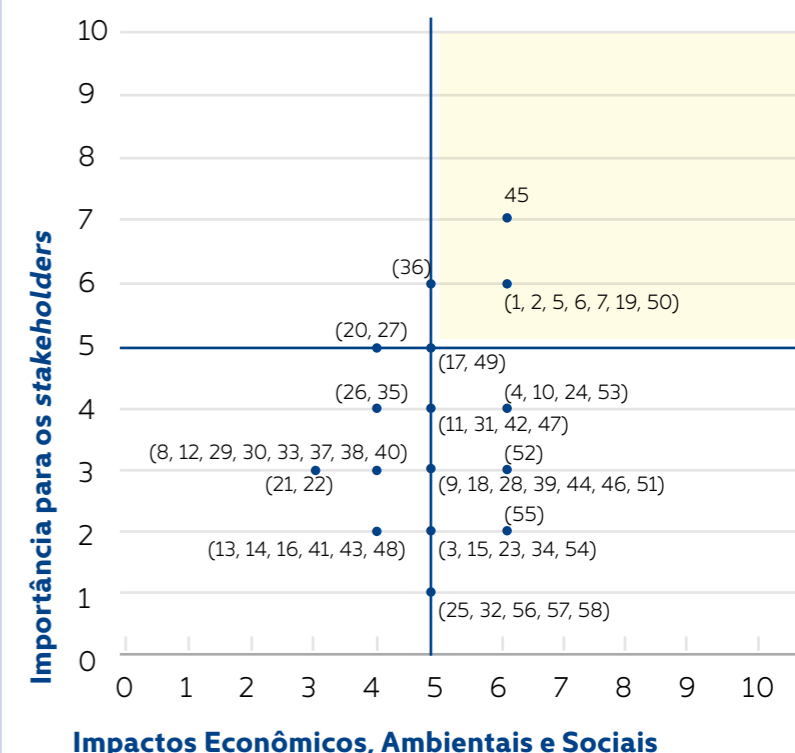
- **Terceiro Setor:**

Desempenho econômico, participação no mercado, material, água, energia, emissões, efluentes e resíduos, avaliação ambiental do fornecedor, empregos, saúde e segurança no trabalho, treinamento e educação, critérios de direitos humanos no processo de compra, não discriminação, trabalho infantil, trabalho forçado ou análogo ao escravo, práticas de segurança, corrupção, saúde e segurança do cliente, normas éticas, medicamentos similares.

ETAPA 5

MATERIALIDADE

Considerando os resultados dos impactos de sustentabilidade identificados *versus* o resultado de engajamento, elaboramos a matriz de materialidade a seguir:



Os temas materiais identificados se refere a todas as unidades de negócio da Eurofarma no Brasil (G4-20) (G4-21) são: (G4-19)

- 1 Desempenho econômico
- 2 Participação no mercado
- 5 Materiais (origem e uso)
- 6 Energia
- 7 Água
- 19 Saúde e segurança no trabalho
- 45 Saúde e segurança do cliente
- 50 Segurança do produto

RELATÓRIO DE ASSEGURAÇÃO LIMITADA DOS AUDITORES INDEPENDENTES

Aos Diretores da Eurofarma Laboratórios S.A. São Paulo - SP

Introdução

Fomos contratados pela Eurofarma Laboratórios S.A ("Companhia") com o objetivo de aplicar procedimentos de asseguarção limitada sobre as informações de sustentabilidade divulgadas no Relatório de Sustentabilidade 2015 da Eurofarma Laboratórios S.A, relativas ao ano findo em 31 de dezembro de 2015.

Responsabilidades da administração da Companhia

A Administração da Eurofarma Laboratórios é responsável pela elaboração e apresentação de forma adequada das informações de sustentabilidade divulgadas no Relatório de Sustentabilidade 2015 de acordo com as Diretrizes para Relato de Sustentabilidade da Global Reporting Initiative - GRI (GRI-G4) e com os controles internos que ela determinou como necessários para permitir a elaboração dessas informações livres de distorção relevante, independentemente se causada por fraude ou erro.

Responsabilidade dos auditores independentes

Nossa responsabilidade é expressar conclusão sobre as informações divulgadas no Relatório de Sustentabilidade 2015, com base no trabalho de asseguarção limitada conduzido de acordo com o Comunicado Técnico (CT) 07/2012, aprovado pelo Conselho Federal de Contabilidade e elaborado tomando por base a NBC TO 3000 (Trabalhos de Asseguarção Diferente de Auditoria e Revisão), emitida pelo Conselho Federal de Contabilidade - CFC, que é equivalente à norma internacional ISAE 3000, emitida pela Federação Internacional de Contadores, aplicáveis às informações não financeiras históricas. Essas normas requerem o cumprimento de exigências éticas, incluindo requisitos de independência e que o trabalho seja executado com o objetivo de obter segurança limitada de que as informações divulgadas no Relatório de Sustentabilidade 2015, tomadas em conjunto, estão livres de distorções relevantes.

Um trabalho de asseguarção limitada conduzido de acordo com a NBC TO 3000 (ISAE 3000) consiste

principalmente de indagações à Administração da Eurofarma Laboratórios e outros profissionais da Companhia que estão envolvidos na elaboração das informações constantes no Relatório de Sustentabilidade 2015, assim como pela aplicação de procedimentos analíticos para obter evidências que nos possibilitem concluir na forma de asseguarção limitada sobre as informações de sustentabilidade tomadas em conjunto. Um trabalho de asseguarção limitada requer, também, a execução de procedimentos adicionais, quando o auditor independente toma conhecimento de assuntos que o levem a acreditar que as informações divulgadas no Relatório de Sustentabilidade 2015, tomadas em conjunto, podem apresentar distorções relevantes.

Os procedimentos selecionados basearam-se na nossa compreensão dos aspectos relativos à compilação, materialidade e apresentação das informações constantes no Relatório de Sustentabilidade 2015 e de outras circunstâncias do trabalho e da nossa consideração sobre áreas e sobre os processos associados às informações materiais de sustentabilidade divulgadas no Relatório de Sustentabilidade 2015, em que distorções relevantes poderiam existir. Os procedimentos compreenderam:

(a) Planejamento dos trabalhos: consideração da materialidade dos aspectos para as atividades da Eurofarma Laboratórios, da relevância das informações divulgadas, do volume de informações quantitativas e qualitativas e dos sistemas operacionais e de controles internos que serviram de base para a elaboração do Relatório de Sustentabilidade 2015 da Eurofarma Laboratórios. Esta análise definiu os indicadores a serem testados em detalhe;

(b) Entendimento e análise das informações divulgadas em relação à forma de gestão dos aspectos materiais;

(c) Análise dos processos para a elaboração do Relatório de Sustentabilidade 2015 e da sua estrutura e conteúdo, com base nos Princípios de Conteúdo e Qualidade das Diretrizes para Relato de Sustentabilidade da Global Reporting Initiative - GRI (GRI-G4);

(d) Avaliação dos indicadores não-financeiros amostrados:

- Entendimento da metodologia de cálculos e dos procedimentos para a compilação dos indicadores por meio de entrevistas com os gestores responsáveis pela elaboração das informações;
- Aplicação de procedimentos analíticos sobre as informações quantitativas e indagações sobre as informações qualitativas e sua correlação com os indicadores divulgados no Relatório de Sustentabilidade 2015;
- Análise de evidências que suportam as informações divulgadas;
- Visitas aos escritórios da Eurofarma Laboratórios para aplicação destes procedimentos, assim como dos itens (b) e (c);

(e) Análise da razoabilidade das justificativas das omissões de indicadores de desempenho associados a aspectos e tópicos apontados como materiais na análise de materialidade da Companhia;

(f) Confronto dos indicadores de natureza financeira com as demonstrações financeiras e/ ou registros contábeis.

Acreditamos que as informações, as evidências e os resultados obtidos em nosso trabalho são suficientes e apropriados para fundamentar nossa conclusão na forma limitada.

Alcance e limitações

Os procedimentos aplicados em um trabalho de asseguarção limitada são substancialmente menos extensos do que aqueles aplicados em um trabalho de asseguarção razoável. Consequentemente, não nos possibilitam obter segurança de que tomamos conhecimento de todos os assuntos que seriam identificados em um trabalho de asseguarção razoável, que tem por objetivo emitir uma opinião. Caso tivéssemos executado um trabalho de asseguarção razoável, poderíamos ter identificado outros assuntos e eventuais distorções que podem existir nas informações constantes no Relatório de Sustentabilidade 2015. Dessa forma, não expressamos uma opinião sobre essas informações.

Os dados não financeiros estão sujeitos a mais limitações inerentes do que os dados financeiros, dada a natureza e a diversidade dos métodos utilizados para determinar, calcular ou estimar esses dados. Interpretações qualitativas de materialidade, relevância e precisão dos dados estão sujeitos a pressupostos individuais e a julgamentos. Adicionalmente, não realizamos qualquer trabalho em dados informados para os períodos anteriores, para a avaliação da adequação das suas políticas, práticas e desempenho em sustentabilidade, nem em relação a projeções futuras.

Conclusão

Com base nos procedimentos realizados, descritos neste relatório, nada chegou ao nosso conhecimento que nos leve a acreditar que as informações constantes no Relatório de Sustentabilidade 2015 da Eurofarma Laboratórios, não foram compiladas, em todos os aspectos relevantes, de acordo com as Diretrizes para Relato de Sustentabilidade da Global Reporting Initiative - GRI (GRI-G4) e com os registros e arquivos que serviram de base para a sua preparação.

São Paulo, 7 de abril de 2016

KPMG Auditores Independentes
CRC 2SP014428/O-6

Wagner Bottino

Contador CRC 1SP196907/O-7



CRÉDITOS

Conselho Editorial

Maurizio Billi - Presidente
Maria Del Pilar Muñoz - *Diretora de Sustentabilidade & Novos Negócios*
Sílvia Marconato - *Gerente de Comunicação Corporativa*

Coordenação do Projeto

Michele Gennaro

Consultoria de Sustentabilidade

Lanakaná

Produção, criação e revisão

KF Comunicação: Claudia Cezaro Zanuso e Monica Deliberato Baptista (Atendimento e Execução), Sheila Train (Redação).

Fotografia

Acervo Eurofarma: Márcia Alves, Marcelo Soubhia, Duda Bairro, Gustavo Ferri e Luana Luizetto

Veiculação

www.eurofarma.com.br

Fale Conosco

0800-704-3876 - euroatende@eurofarma.com.br
AME (Atendimento Médico Eurofarma) - 0800-701-2263
Pearson-Veterinária - 0800-709-1999
Clientes Comerciais - 0800-704-1993

Para críticas e sugestões sobre este Relatório

comcorp@eurofarma.com.br

