

 RaiaDrogasil S.A.	Política Corporativa	Código:	VCM-DMK-POL001
		Versão:	001
	Vice-presidência Comercial e Marketing	Público alvo:	Corporativo
		Data da criação:	17/07/2020
	Marketing e Comunicação Responsável	Data da revisão:	17/08/2020
		Páginas:	Page 1 of 5

SUMÁRIO

1.	OBJETIVO.....	2
2.	ABRANGÊNCIA	2
3.	REFERÊNCIAS	2
4.	DEFINIÇÕES.....	2
5.	DIRETRIZES	3
5.1.	RESPEITO AO CIDADÃO	3
5.2.	RESPEITO AO CONSUMIDOR	4
5.3.	RESPEITO AO MEIO AMBIENTE.....	4
6.	CANAL CONVERSA ÉTICA.....	4
7.	RESPONSABILIDADES	5
8.	AUTORIDADE	5
9.	REGISTRO	5

1. OBJETIVO

Essa Política estabelece diretrizes e procedimentos corporativos relacionados às práticas de marketing e comunicação responsável.

2. ABRANGÊNCIA

Este documento possui caráter corporativo e aplica-se a toda companhia e seus *stakeholders*.

3. REFERÊNCIAS

Nossos esforços de marketing estão alinhados com as políticas, declarações e normas da companhia, incluindo os seguintes:

- O Código da Gente: Ética e Conduta na RD
- E-book: O que você precisa saber sobre diversidade
- Política de Privacidade

4. DEFINIÇÕES

- **Stakeholders:** parte interessada, ou seja, qualquer indivíduo ou organização que, de alguma forma, é impactado pelas ações de uma determinada empresa.
- **Diversidade:** conjunto de diferenças e valores compartilhados pelos seres humanos na vida social.
- **Inclusão:** é o conjunto de meios e ações que combatem a exclusão aos benefícios da vida em sociedade, provocada pelas diferenças de classe social, educação, idade, deficiência, gênero, preconceito social ou preconceitos raciais.
- **Acessibilidade:** se refere à possibilidade e condição de alcance para utilização, com segurança e autonomia, de espaços, equipamentos, informação e comunicação, a todas as pessoas.
- **Representatividade:** significa representar os interesses de determinado grupo, classe social ou de um povo.
- **Estereótipo:** é um atributo dirigido a determinadas pessoas e grupos que funciona como uma espécie de carimbo ou rótulo, que retrata um prejulgamento ou viés. As pessoas rotuladas são sempre tratadas e vistas de acordo com o carimbo que recebem em detrimento de suas verdadeiras qualidades.
- **Discriminação:** é toda distinção, exclusão ou restrição imposta, baseada em sexo, gênero, orientação sexual, deficiência, crença, idade, convicção filosófica ou política, raça e origem nacional ou regional.
- **Grupos Vulneráveis:** Idosos, crianças, adolescentes e pessoas com deficiência.
- **Canal Conversa Ética:** mecanismo independente de recebimento de sugestões, elogios, reclamações e denúncias, dotado de independência, imparcialidade e autonomia, gerido por empresa terceirizada contratada pela RD.
- **Homologação de Fornecedores:** procedimento pelo qual o fornecedor é aprovado ou não para fornecer materiais, equipamentos ou prestar serviços, mediante a análise de

requisitos financeiros, comerciais, éticos, reputacionais, de qualidade, entre outros.

5. DIRETRIZES

A RD está comprometida com os mais altos padrões éticos em tudo o que faz, incluindo as interações comerciais e as práticas de marketing e comunicação. Ao comunicar sobre nossos produtos, serviços e negócios, fazemos de maneira honesta e transparente, sempre respeitando a legalidade e a eticidade e priorizando as três esferas apresentadas a seguir: cidadão, consumidor e meio ambiente.

5.1. RESPEITO AO CIDADÃO

Acreditamos que a veiculação de informações por uma companhia pode ter efeitos significativos sobre a sociedade e sobre cada indivíduo. O cuidado com essas informações e o uso ético do poder de influência são presentes e fundamentais no dia a dia da RD. Pensando nisso, agimos da seguinte forma ao informar o público sobre nossos produtos, serviços, negócios e inovações:

a. Diversidade e Inclusão

Cuidamos da saúde e bem-estar das pessoas. Cuidamos de nós mesmos e da nossa gente. Promover a diversidade e inclusão faz parte do nosso jeito de ser.

Isso significa promover o respeito para todos e todas. Com todos livres para serem como realmente são, para se desenvolverem como e onde quiserem, livres de qualquer tipo de discriminação, explícita ou velada. Pensando nisso, seguiremos as seguintes diretrizes:

- Nossas campanhas de publicidade e outras comunicações de marketing devem refletir a pluralidade da nossa sociedade e cumprir os princípios de acessibilidade e representatividade a fim de que todos sejam respeitados;
- Nossas comunicações devem ser livres da reprodução de estereótipos;
- A linguagem de nossas comunicações deve ser clara e assertiva, fugindo de estrangeirismos e terminologias que possam criar barreiras de entendimento, para que seja acessível a todas as pessoas, independente do seu nível de escolaridade;
- É responsabilidade de todos(as) envolvidos(as) com as ações de comunicação (interna e externa) zelar pela produção, validação e divulgação de conteúdos livres de discriminação;

b. Comunicação Responsável

Acreditamos que temos a oportunidade e a responsabilidade de refletir, de forma contínua, sobre as mensagens que enviamos aos nossos clientes e colaboradores e como elas afetam sua saúde e bem-estar. Pensando nisso, nos comprometemos a seguir da seguinte forma:

- Todas as informações transmitidas em nossas campanhas e comunicações são legais, decentes, honestas e verdadeiras;
- Reconhecemos a importância e a legitimidade dos Direitos Humanos e não toleramos a produção ou associação de comunicação que incita a violência, propaga a desinformação, explora o medo ou tira proveito da fragilidade de grupos vulneráveis;
- Monitoramos a veiculação de nossas publicidades de forma contínua, bloqueando canais que não estão alinhados como valores da companhia;
- Respeitamos as regulamentações e legislações relacionadas à comercialização e publicidade de alimentos para lactantes e crianças de primeira infância e também a

de produtos de puericultura correlatos;

- Respeitamos as regulamentações e legislações relacionadas à comercialização e publicidade de medicamentos, não estimulando ou induzindo a prática da automedicação e do uso incorreto;
- Buscando garantir o compliance das informações geradas e compartilhadas na RD, a elaboração de todo e qualquer comunicado, antes de sua publicação/divulgação, deve ser validada pelo líder imediato e/ou Diretor da área responsável pelo conteúdo da informação.

5.2 RESPEITO AO CONSUMIDOR

O propósito de cuidar de perto da saúde e bem-estar das pessoas em todos os momentos da vida tem sido a linha condutora das escolhas e forma de fazer negócio da RD. Por conta disso, nosso consumidor está sempre no centro das decisões.

a. Privacidade do Consumidor

Diariamente nos empenhamos em construir relações de confiança. Ao colher informações em interações comerciais e práticas de marketing e comunicação, acreditamos que a transparência é extremamente importante. Nossa Política de Privacidade garante que nossos clientes saibam quando coletamos informações deles, quais informações estão sendo coletadas e todas as maneiras pelas quais essas informações podem e não podem ser usadas.

b. Comunicação com o Consumidor

- Disponibilizamos informações claras de nossos produtos, serviços e negócios de forma acessível, respeitando o direito básico do consumidor à informação;
- Além de informações sobre nosso negócio, também somos comprometidos a levar conteúdo relevante sobre saúde e bem-estar aos clientes através de nossas redes sociais, tabloides mensais e comunicações digitais, com o intuito de promover hábitos e estilo de vida mais saudáveis;
- Disponibilizamos canais de atendimento e diálogo preparados para ouvir com atenção as sugestões, queixas e elogios de nossos clientes.

5.3 RESPEITO AO MEIO AMBIENTE

Um dos três eixos de ação da nossa agenda de sustentabilidade é cuidar da saúde do planeta. Pensando nisso, essas são as diretrizes dentro da Política de Marketing e Comunicação Responsável que visam o respeito ao meio ambiente:

- Ao realizar campanhas publicitárias, respeitamos os espaços públicos, levando em conta a legislação e regulamentação de cada localidade;
- Realizamos busca contínua por melhores soluções para materiais de marketing que respeitem os valores ambientais com o intuito de reduzir nosso impacto no meio ambiente;
- Promovemos iniciativas que influenciam a adoção de práticas que estimulam a consciência ambiental e contribuem com o desenvolvimento sustentável;

6. CANAL CONVERSA ÉTICA

Conscientes de que a legislação e os marcos regulatórios não abrangem todas as questões éticas (dilemas, conflitos etc.) presentes em nossas atividades, negócios e operações, analisamos –

rotineiramente e antes de as praticarmos – como nossas ações e decisões poderiam beneficiar ou prejudicar os stakeholders, a sociedade e o meio ambiente.

Acreditamos que o diálogo é essencial para o relacionamento humano e ainda mais para a manutenção de um ambiente ético. Por isso, mantemos um canal aberto para ouvir nossos funcionários e terceiros sobre possíveis violações às diretrizes de Ética e Compliance da RD e devem ser comunicadas através dos meios:

Canal Conversa Ética

Telefone: 0800 778 9009

E-mail: contato@conversaetica.com.br

Site: <http://www.conversaetica.com.br>

O anonimato, o sigilo e a confidencialidade do caso são garantidos e a RD não aceita qualquer ato de retaliação ou punição contra funcionário ou terceiro que efetuem chamados.

7. RESPONSABILIDADES

- a. Todos os administradores e funcionários da RD devem conhecer, seguir e disseminar o conteúdo desta Política e demais diretrizes a ela relacionadas;
- b. A Política de Marketing e Comunicação Responsável deverá ser usada como uma referência da empresa para todas as comunicações comerciais e será considerada como o padrão mínimo exigido.

8. AUTORIDADE

Ato / Motivo	Responsável	Aprovação
Política de Marketing e Comunicação Responsável	Diretoria de Marketing	Vice-presidência Comercial e Marketing Diretoria Executiva

9. REGISTRO

Número da versão	Data da criação / modificação	Data da aprovação	Acesso	Manutenção e atualização	Armazenamento
001	17/07/2020	29/07/2020	Corporativo	Diretoria de Marketing	Conexão RD