

Informe Integrado 2026

Año base 2025



Sumario

01
Mensaje de la Administración..... 4

07
Innovación que mueve el mañana... 35

Innovación disruptiva..... 36
Inteligencia Artificial y Transformación Digital..... 37
EuroON 38
Eurofarma Ventures 38

08
Personas que construyen el futuro39

Cultura sólida 40
Diversidad e inclusión..... 40
Atracción, retención y desarrollo..... 43
Programas de desarrollo 43
Evaluación del desempeño 45
Salud y bienestar 46
Seguridad en el trabajo..... 47

03
El futuro que guía nuestro presente7

Mapa de presencia 9
Modelo de negocio..... 10
Visión 2027:
Tu vida Mueve Eurofarma..... 11

04
Acerca del informe12

Revisión de los temas de doble materialidad.....13

05
Gobernanza con ética e integridad 15

Compliance 19
Canal de Atención Y Denuncias 20
Gestión de riesgos 21
Gestión de proveedores..... 22

06
Nuestra forma de crecer 23

Resultados financieros..... 24
Adquisiciones, alianzas y crecimiento 25
Operaciones Internacionales 27
Sistema de calidad 28
Segmentos de actividad 28
Genéricos 28
Institucional..... 29
OTC (de venta libre..... 30
Pearson 30
Productos de prescripción..... 31
Momenta..... 32
Tercerización..... 33
Relación con los clientes 34

09
Conexiones que generan valor 48

Actuación social 49
Deporte que inspira y transforma 53
Instituto Eurofarma 54
Proyectos del Instituto Eurofarma..... 55
Lactare 57
Relaciones institucionales 58
Afilación a asociaciones 58
Comunicación Estratégica 59
Premios y distinciones 59

10
Un planeta para 207260

Gestión ambiental..... 61
Compromiso con el clima 62
Eficiencia energética..... 62
Emisiones GEI y descarbonización..... 64
Ecoeficiencia operativa..... 66
Eficiencia hídrica..... 66
Gestión de residuos 67
Cartera más sostenible 69
Controladas y coligadas:
actuación ambiental..... 70

11
Anexos 71
Indice de contenidos del GRI..... 83
Indice SASB 88
Créditos 90



Eurofarma publica su informe anual de sostenibilidad desde 2006, y este es el primer año en que la compañía presenta su información bajo el modelo de Informe Integrado. En este documento, la empresa presenta, de manera consolidada, sus resultados de 2025 y la conexión entre la estrategia, el desempeño y la creación de valor.

A lo largo del informe, los capitales y los temas materiales se identificarán mediante los íconos laterales, lo que facilita visualizar cómo cada asunto se conecta con las actividades y resultados de la compañía.

¡Disfrute de la lectura!

Capitales



Capital financiero



Capital manufacturado



Capital intelectual



Capital humano

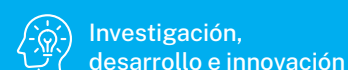


Capital social y de relacionamiento

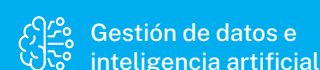


Capital natural

Temas materiales



Investigación, desarrollo e innovación



Gestión de datos e inteligencia artificial



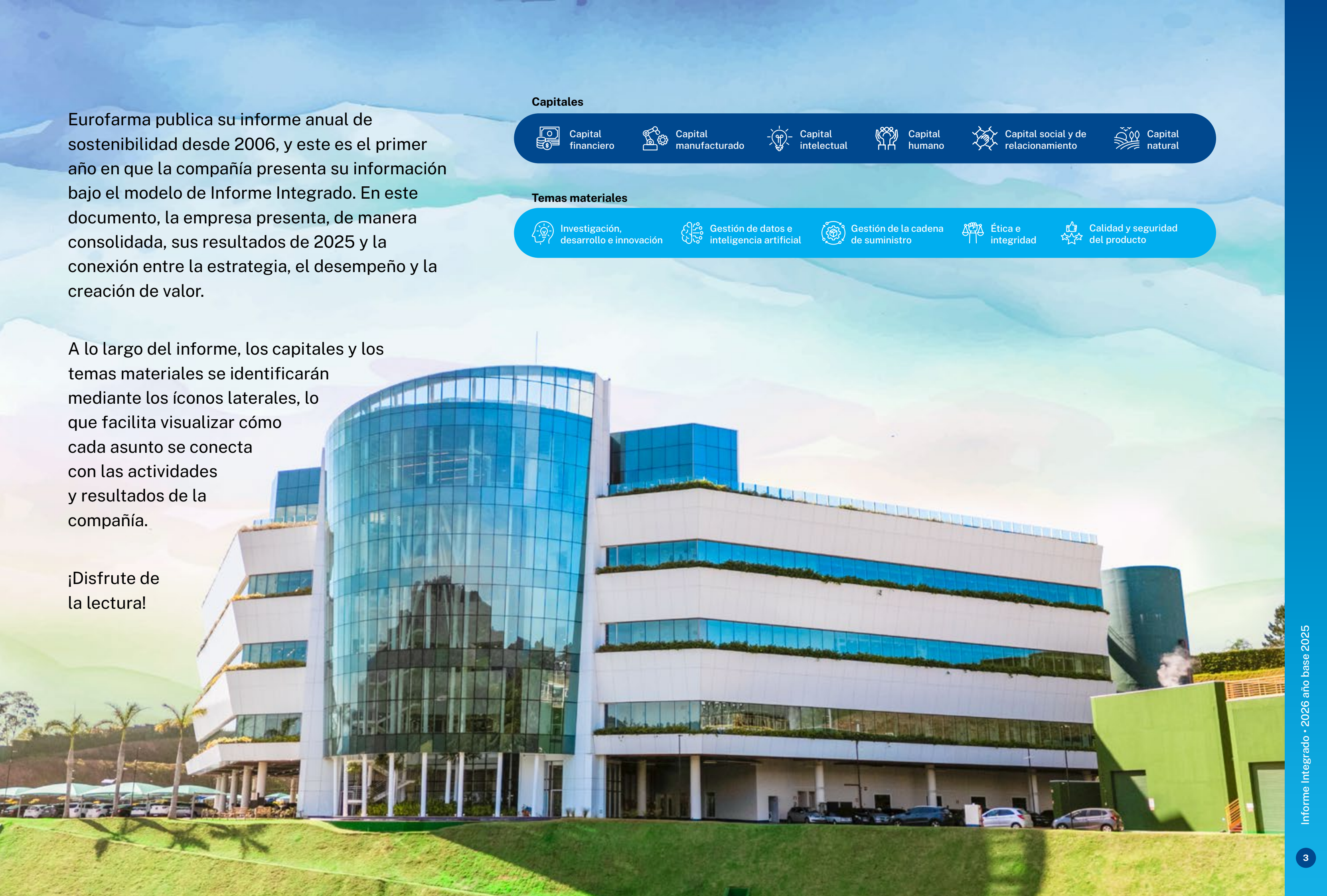
Gestión de la cadena de suministro



Ética e integridad



Calidad y seguridad del producto



01 Consolidación de las bases para el futuro

GRI 2-22

En 2025, Eurofarma alcanzó resultados financieros históricos, logrando el mayor nivel jamás registrado de ingresos netos, utilidad bruta y EBITDA consolidado. Este desempeño refleja el fortalecimiento de nuestra actuación en segmentos en los que ya ocupábamos posiciones de liderazgo, combinado con un crecimiento sostenible impulsado por la expansión hacia nuevos frentes de negocio y la internacionalización. De este modo, cosechamos los frutos de un trabajo consistente, guiado por la Visión 2027 del planeamiento estratégico, al mismo tiempo que avanzamos en la construcción de la Visión 2072 —un plan de largo plazo que orienta nuestras decisiones estratégicas y proyecta el perfil de Eurofarma al cumplir 100 años, en 2072, como una de las mayores industrias farmacéuticas globales.

En octubre de 2025, iniciamos las operaciones del complejo industrial de Montes Claros (MG), un hito decisivo en la trayectoria de la compañía. Diseñada con tecnología de vanguardia, un alto nivel de automatización y estándares globales de eficiencia operativa, la nueva unidad ampliará de forma significativa nuestra capacidad productiva y sustentará el crecimiento de Eurofarma en las próximas décadas, fortaleciendo nuestra estrategia de largo plazo en Brasil y en los mercados internacionales.

A lo largo del año, registramos un fuerte crecimiento orgánico, impulsado por el desempeño del portafolio de genéricos y por los lanzamientos, además de la expansión mediante alianzas estratégicas y adquisiciones orientadas al ingreso en nuevos segmentos. Entre los principales hitos de 2025, se destaca el acuerdo firmado con Novo Nordisk, que amplió el acceso de pacientes y médicos a tratamientos innovadores mediante la distribución exclusiva, en Brasil, de dos marcas de semaglutida biológica original inyectable —las únicas idénticas a los productos innovadores correspondientes—: Extensior®, indicada para el tratamiento de la diabetes tipo 2, y Poviztra®, indicada para la obesidad y el sobrepeso. En el frente de M&A, concluimos la adquisición del 60% de Dermage, una marca de dermocosméticos ampliamente consolidada en el comercio minorista brasileño, confirmando el ingreso de la compañía en un segmento de alto potencial y fuerte crecimiento.

Nuestros ingresos netos alcanzaron R\$ 12,5 mil millones, con un crecimiento del 13,7%, fundamentalmente orgánico en relación con 2024. El EBITDA ajustado, que excluye de la

línea de gastos las inversiones en innovación para fines de comparabilidad con empresas del sector, totalizó R\$ 3,4 mil millones, con un margen del 27,6%. Destacamos nuestro plazo promedio de cobranza en Brasil, de 57,9 días, así como el hecho de mantenernos como una de las farmacéuticas con menor nivel de inventarios en la cadena de distribución, en línea con nuestra demanda. El desempeño financiero demuestra nuestra disciplina, la fuerte generación de caja y la capacidad de desapalancamiento rápido y orgánico de la compañía. En términos de calificación de riesgo, mantuvimos nuestro rating histórico, AAA, otorgado por la agencia Fitch Ratings. En un entorno de mayor volatilidad y tasas de interés elevadas, esta solidez se consolida como una de nuestras principales fortalezas, sin comprometer la visión estratégica de largo plazo, fuertemente sustentada en la jornada de innovación, con inversiones continuas en I+D y en la atracción de licencias.

Como líder en el comercio farmacéutico minorista de América Latina, mantuvimos el protagonismo regional en medicamentos bajo prescripción, con una participación de mercado del 4,7%, además del segundo lugar en genéricos, segmento en el que alcanzamos una participación del 11%. En Brasil —mercado con mayor representatividad en ingresos, donde ocupamos la primera posición en prescripción médica y la segunda en genéricos—, los ingresos netos alcanzaron R\$ 9,4 mil millones. Las operaciones internacionales aportaron R\$ 3,1 mil millones, representando aproximadamente el 25% de los ingresos consolidados en 2025. Las adquisiciones realizadas en los últimos años —incluidas Genfar (Colombia), Medimetriks (EE. UU.), Valda, Dermage y Ocean Drop (Brasil)— ya representan más del 10% de los ingresos globales y han contribuido de manera relevante al crecimiento y a la generación de valor, en línea con nuestra tesis de expansión geográfica y diversificación del portafolio.

La innovación sigue siendo una de las principales dimensiones de nuestra planeación estratégica. En 2025, las inversiones en esta área totalizaron R\$ 712 millones y nuestro pipeline pasó a contar con más de 350 proyectos. El trabajo de 770 científicos y profesionales dedicados al desarrollo de nuevos productos resultó en el lanzamiento de más de 107 nuevos SKUs en Brasil y otros 193 en las operaciones internacionales. Entre los principales hitos, se

destacan la dapagliflozina, indicada para el tratamiento y la prevención de complicaciones en pacientes con diabetes tipo 2, y el avance en el proceso de registro del cenobamato, un tratamiento innovador para la epilepsia farmacorresistente, con lanzamiento previsto para inicios de 2026 en la región.

Asimismo, concluimos la transferencia de nuestra planta de biotecnología, consolidándonos como una de las pocas farmacéuticas del país con la fabricación de biológicos completamente internalizada, desde el inicio hasta el final de la cadena productiva. Atentos a las transformaciones del sector salud y al avance de las soluciones digitales, también inauguramos una joint venture con la empresa surcoreana SK Biopharmaceuticals, que dio origen a Mentis Care, una compañía orientada al desarrollo y la comercialización de soluciones de inteligencia artificial aplicadas a la neurología, fortaleciendo nuestro ecosistema digital.

Los resultados y avances en los distintos frentes reflejan la dedicación de más de 13 mil colaboradores distribuidos en 24 países. Un equipo altamente calificado y comprometido, que eligió a Eurofarma como la mejor empresa farmacéutica para trabajar en América Latina por cuarto año consecutivo, según el ranking de Great Place to Work (GPTW®). La consolidación de nuestra cultura corporativa —la Manera de Ser Eurofarma— se evidencia en el índice de orgullo de los colaboradores, que se mantiene cercano al 90%.

En el ámbito de la gobernanza, avanzamos de manera significativa con la creación de una estructura de clústeres en las operaciones internacionales, promoviendo ganancias de eficiencia mediante sinergias, mayor autonomía y una gestión más cercana a los liderazgos, respaldada por una sólida estructura matricial. Asimismo, reforzamos el equipo corporativo internacional con la incorporación de ejecutivos experimentados en áreas clave, conformando un grupo altamente capacitado y dedicado a los desafíos del nuevo ciclo de nuestra jornada internacional, con foco en crecimiento, innovación y cultura.

Seguimos firmes en nuestro compromiso con la inclusión y la diversidad. En 2025, superamos las metas de contratación de personas negras y pardas, así como de mujeres en las contrataciones externas para las áreas de abastecimiento, logística, operaciones industriales y fuerza de ventas. Ampliamos el porcentaje de personas con discapacidad en

nuestras operaciones y superamos las metas de promoción interna de mujeres a posiciones de liderazgo en las plantas industriales y en el área comercial. La equidad también se refleja en el liderazgo, con un 62% de mujeres en posiciones C-level y un 66% en el área de innovación.

En el ámbito de la sostenibilidad, la compañía invirtió R\$ 156,6 millones en 2025 en una estrategia que integra los pilares ambiental, social y de gobernanza. Estos recursos permitieron ampliar el alcance de iniciativas en educación, salud, ayuda humanitaria, deporte y medio ambiente, beneficiando a personas y comunidades en diversos países de América Latina. Proyectos como la Campaña Oftalmológica trascendieron las fronteras de Brasil, llegando a América Central, Colombia, México y Perú. En el Instituto Eurofarma, las inversiones en educación superaron los R\$ 29,5 millones, con cerca de 23 mil atenciones directas. En el frente humanitario, donamos 838 mil unidades de medicamentos y 184 mil canastas básicas. Lactare se consolidó como el mayor banco de leche de São Paulo en volumen, beneficiando a bebés en unidades de cuidados intensivos neonatales de hospitales públicos.

Reforzamos también nuestro compromiso ambiental, con foco en los tres pilares de la estrategia: ecoeficiencia operativa, portafolio más sostenible y compromiso con el clima. Alcanzamos el 97% del consumo global de energía eléctrica proveniente de fuentes renovables y avanzamos hasta lograr el 93% de neutralización de las emisiones directas en 2025. Las inversiones en medio ambiente totalizaron R\$ 41,8 millones.

Sumamos al compromiso de generar un impacto positivo para las personas, los negocios y el planeta una gestión responsable, sustentada en un sistema de gobernanza sólido. Incluso frente a desafíos macroeconómicos, seguimos guiados por la ética, la disciplina de ejecución y una visión de largo plazo. Reiteramos nuestro compromiso con la transparencia, la excelencia operativa y la generación de valor sostenible para colaboradores, accionistas y demás partes interesadas.

Agradezco a todos los que forman parte de esta trayectoria, en especial a nuestro equipo, que comparte nuestras creencias y ambiciones, y a toda la sociedad por la confianza depositada en nuestro trabajo, productos y servicios.

Maurizio Billi
Presidente del Consejo de Administración



02 Destacados del año

Más de **350 proyectos** en el pipeline de innovación

2.000 moléculas propias protegidas por patentes

Más de **770 científicos** dedicados al desarrollo de nuevos productos

300 nuevos SKUs en 2025 y 1.262 en los últimos tres años

Por quinto año consecutivo, entre las empresas más innovadoras según Valor Inovação (principal medio de prensa de negocios en Brasil)

BRL 712 millones invertidos en innovación e I+D

87 centros de investigación activos y **1.000 pacientes** en estudios clínicos

Innovación

BRL 156,6 millones invertidos en sostenibilidad

Reducción del **56%** em emisiones de carbono de alcance 2

Ambiental

Mejor farmacéutica

en el premio Exame Melhores do ESG

97% de energía eléctrica renovable en todas las operaciones globales

Primera farmacéutica con certificaciones ISO 14001, 50001 y 46001 en la planta de Itapevi

33,6 millones de medicamentos con sello de sostenibilidad +Verde

Incremento del **29%** en la flota de vehículos eléctricos e híbridos

BRL 41,8 millones invertidos en el área ambiental

Calificación B en CDP Clima, con **nota A** en 8 categorías

7.000 paneles fotovoltaicos

Mejor farmacéutica en ESG en las dimensiones Socioambiental y Visión de Futuro de Época Negócios 360°

Más de **BRL 84 millones** invertidos en proyectos sociales y ayuda humanitaria

Más de **36.800 horas** de neuromonitorización cerebral en UCIs neonatales con equipos donados

Calificación AAA otorgada por Fitch Ratings

Crecimiento del 13,7% en los ingresos netos, con un aumento del 42,5% en el EBITDA

Crecimiento medio anual del **16%** en los últimos 15 años

Estructura global de compliance e integridad corporativa

Resultados y Gobernanza

Adquisición de Dermage y **alianza** con Novo Nordisk

BRL 8.200 millones en Distribución del Valor Añadido (DVA) consolidada

10,6% de los ingresos provenientes de adquisiciones realizadas en los últimos años

BRL 12.500 millones en ingresos netos

Más de **13.000** colaboradores en 24 países

Mejor farmacéutica para trabajar en América Latina por cuarto año consecutivo

Social

Lanzamiento del Team Eurofarma: atletas con potencial olímpico y paralímpico

El 89% de los colaboradores se sienten orgullosos de trabajar en Eurofarma

62% de mujeres en el C-level y **66%** en innovación

BRL 30,7 millones en incentivos al deporte

Lactare: el mayor banco de leche humana por volumen en el Estado de São Paulo, Brasil

838.000 medicamentos y **184.000** canastas básicas donadas

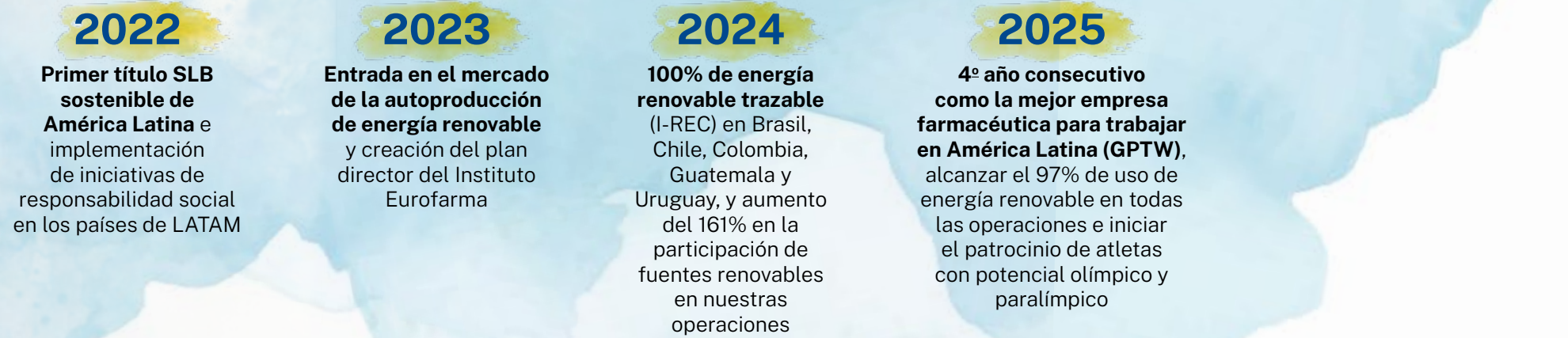
Primera farmacéutica en recibir el **premio BandNews** Mais Admiradas 2025

Más de **5.000 niños** atendidos en el Campaña Oftalmológica

23.000 personas beneficiadas por el Instituto Eurofarma



Nuestra línea de tiempo de sostenibilidad



Como signataria del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, la empresa contribuye directamente a cinco Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) prioritarios, definidos por el Comité ESG. Esta conexión posiciona a Eurofarma como parte de un movimiento internacional que busca soluciones concretas a los principales desafíos sociales, ambientales y económicos actuales, marcando un camino continuo de evolución, guiado por la integridad, la transparencia y el propósito de generar impacto positivo para las personas, los negocios y el planeta

3 SALUD Y BIENESTAR

4 EDUCACIÓN DE CALIDAD

8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

13 ACCIÓN POR EL CLIMA

03

El futuro que guía nuestro presente



Capital financiero



Capital manufacturado



Capital intelectual



Capital humano



Capital social y de relacionamiento



Capital natural



Investigación, desarrollo e innovación



Gestión de datos e inteligencia artificial



Gestión de la cadena de suministro



Ética e integridad



Calidad y seguridad del producto

Desde 1972, Eurofarma desarrolla y comercializa productos y servicios destinados a fomentar la salud y mejorar la calidad de vida. Con capital íntegramente brasileño, la empresa se consolidó como la primera multinacional farmacéutica del país

Presente en toda América Latina, además de operar en Estados Unidos y algunos países de África, Eurofarma se desempeña en diversos rubros de la salud, como Medicamentos de venta bajo prescripción, cuidado personal, Medicamentos de Venta Libre (OTC), Genéricos, Mercado Institucional (Hospitalario, Oncología, Licitaciones), Salud Animal, Exportaciones y Servicios a Terceros.

En Brasil, la empresa mantiene cinco fábricas, ubicadas em Itapevi (Estado de São Paulo), São Paulo (Estado de São Paulo), Ribeirão Preto (Estado de São Paulo), Río de Janeiro (Estado de Río de Janeiro), la recién inaugurada planta de Montes Claros (Estado de Minas Gerais), además de dos centros distribución, en Varginha (Estado de Minas Gerais) y Cajamar (Estado de São Paulo). La sede administrativa se encuentra en la ciudad de São Paulo y la empresa también cuenta con el centro de innovación Eurolab, situado en el complejo industrial de Itapevi.

En América Latina, nuestra operación fabril se extiende a otros países, con parques industriales en Argentina, Chile, Colombia (en Bogotá y Cali), Guatemala y Perú
GRI 2-1



Inversión sostenible

En 2025, entró en operación el nuevo complejo industrial de Montes Claros (Minas Gerais), el más grande construido por Eurofarma hasta la fecha y que representa un hito significativo en la trayectoria de expansión y un aumento de la competitividad.

Diseñada con alta tecnología, automatización y sostenibilidad, la planta contribuye a ampliar la oferta de medicamentos de calidad, a generar empleos y a dinamizar la economía local y regional. Estas inversiones refuerzan la estrategia de crecimiento sostenible de la empresa y su preparación para satisfacer las demandas futuras del mercado. (Más información en el capítulo Nuestra Forma de Crecer)

Estrenando casa

En 2025, Eurofarma inauguró su nueva sede corporativa en el emprendimiento VIVA! Campo Belo, ubicado en el barrio de Santo Amaro, en la ciudad de São Paulo, exactamente en el mismo sitio donde operaba su antigua fábrica. La nueva estructura ocupa 7.898 m² repartidos en las últimas 11 plantas de un edificio catalogado como Triple A (emprendimientos que combinan un alto grado de tecnología y sostenibilidad).

El espacio fue diseñado para promover un entorno moderno y funcional, contando con áreas de trabajo colaborativo, áreas flexibles, recepción, cafetería y unidad médica propia. Pensando en el bienestar y la inclusión, la sede cuenta con una sala de lactancia exclusiva para nuestras empleadas, un auditorio, cafeterías y espacios de trabajo colaborativo



Mapa de presencia

GRI 2-6

1^a
multinacional
farmacéutica
de Brasil

**Líder en el
mercado retail**
en América Latina

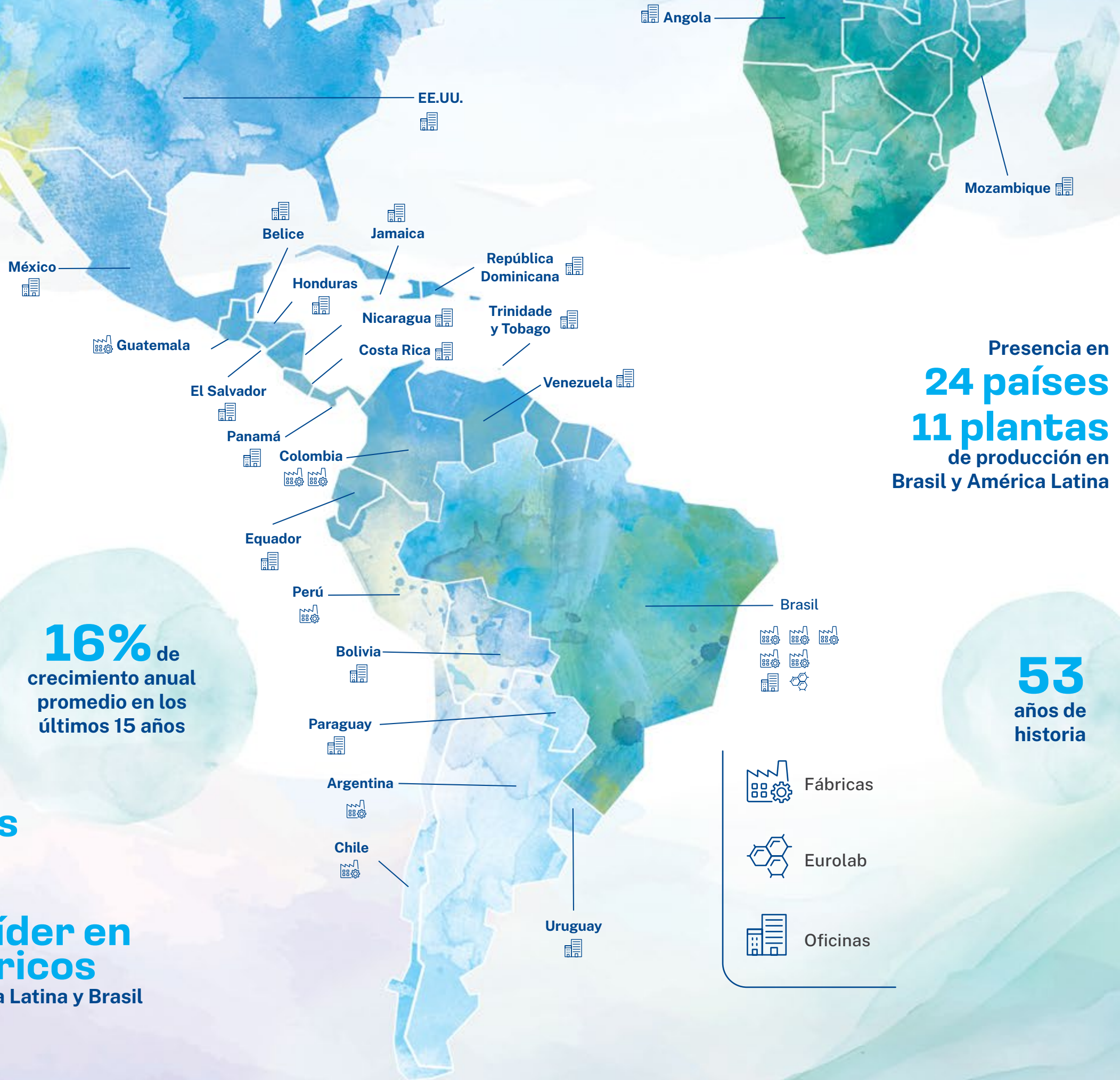
**Líder en
prescripciones
médicas en Brasil**

**Vicelíder en
genéricos**
en América Latina y Brasil

16% de
crecimiento anual
promedio en los
últimos 15 años

Presencia en
24 países
11 plantas
de producción en
Brasil y América Latina

53
años de
historia



- Fábricas
- Eurolab
- Oficinas

Modelo de negocio



Capitales de entrada

(captura de valor)

Capital financiero

- EBITDA ajustado de 3.400 millones BRL

Capital manufacturado

- Operaciones en 24 países con 11 plantas de producción
- Eurolab: centro de innovación más grande de América Latina
- Centro de Excelencia Operativa Latam

Capital intelectual

- 712 millones BRL invertidos en I+D, el 5,7% de los ingresos de 2025
- Lanzamiento del Centro de Excelencia en Inteligencia Artificial

Capital humano

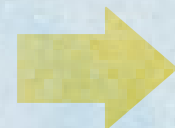
- + 13.000 empleados 24 países

Capital social y relacional

- 156,6 millones BRL invertidos en acciones de ESG
- 11,5 millones de visitas realizadas por la Fuerza de Ventas globalmente, de las cuales 9,5 millones fueron a médicos.
- 20 años de Instituto Eurofarma
- 7 años del proyecto Lactare

Capital natural

- Meta de tener una matriz energética 100% renovable para 2027
- Mapeo de la cadena de valor (screening) para mejorar el inventario de emisiones de GEI e involucrar a los socios de negocio



Vision 2072

En la ruta hacia los 100 Años

Actuando en salud y con presencia global, seremos una de las farmacéuticas más grandes del mundo. Reconocidos por nuestras prácticas ESG, estaremos entre las empresas más deseadas para trabajar. Fieles al propósito de promover acceso a la salud y calidad de vida, nos perpetuaremos con el descubrimiento de nuevos tratamientos y un legado de innovación.

Visión 2027

- ESG
- Innovación
- Internacionalización
- Personas
- Resultados

Nuestros valores

- Agilidad
- Compromiso
- Desarrollo sostenible
- Enfoque en la salud
- Espíritu emprendedor
- Ética
- Igualdad (diversidad)
- Reinversión
- Respeto
- Resultados

Modelo de Actuación

Grupo Eurofarma

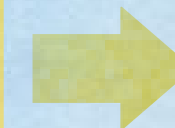
- Eurofarma Brasil y operaciones internacionales
- Genfar
- Orygen Biotecnología
- Pearson Saúde Animal
- Momenta

Controladas

- Supera Farma
- Dermage
- Ocean Drop
- Mentis Care

Segmentos

- OTC
- Productos de prescripción
- Higiene, belleza y alimentos
- Genéricos
- Institucional (Oncología, Hospitalario y Licitaciones)
- Salud animal
- Exportaciones
- Servicios a terceros
- Salud digital
- Start-ups
- Venture Capital
- EurOn



Capitales de salida

(generación de valor)

Capital financiero

- Crecimiento global del 13,7%, superior al desempeño del mercado
- 630 millones de unidades producidas

Capital manufacturado

- 1er lugar en la categoría de medicamentos vendidos bajo receta médica en América Latina
- Inauguración de la fábrica de Montes Claros (Minas Gerais), la más grande de la compañía
- Alianza estratégica con Novo Nordisk

Capital intelectual

- 107 lanzamientos en Brasil y 193 introducciones en las operaciones en los demás países.
- 26 proyectos activos con startups globales
- 30 proyectos de Inteligencia Artificial en marcha
- Capital humano
- 89% en índice de orgullo de los empleados
- + del 70 % de vacantes cubiertas internamente
- 22 años entre las mejores empresas para trabajar

Capital social y relacional

- + de 23.000 personas beneficiadas en iniciativas de educación del Instituto Eurofarma
- + de 4.000 litros de leche recolectados y + de 1.500 bebés beneficiados en el proyecto Lactare

Capital natural

- 97% de energía renovable en todas las operaciones globales
- Expansión del portafolio +Verde, con 34 millones de unidades comercializadas

Visión 2027: tu vida mueve a Eurofarma

En línea con la Visión 2027, etapa estratégica hacia la Visión 2072 y que define las acciones para los próximos años, Eurofarma enfoca su rutina y sus planes de trabajo en cinco dimensiones y 15 grandes objetivos estratégicos que guían a la organización globalmente. Los principales resultados alcanzados en cada uno de estos frentes en 2025 se presentan a continuación:



Innovación

- Ampliar el porcentaje de exclusivos y avanzar con los productos disruptivos
- Desarrollar soluciones tecnológicas sanitarias por medio de la innovación abierta
- Evolucionar la transformación digital

AVANCES EN 2025

- Joint venture con SK Biopharmaceuticals (Corea del Sur) para Mentis Care, una tecnología inédita de inteligencia artificial para la predicción de crisis epilépticas
- 26 proyectos activos con startups globales
- 30 proyectos de Inteligencia Artificial en curso, con enfoque en la adopción transversal de herramientas y en la capacitación de líderes y colaboradores



Resultado

- Enfoque en el crecimiento con rentabilidad sostenible
- Garantizar el retorno de las inversiones estratégicas
- Optimizar la eficiencia operativa y los costos

AVANCES EN 2025

- Ingresos netos de 9.354 millones BRL en Brasil y 3.124 millones BRL en operaciones internacionales (récord histórico)
- Generación de valor en las inversiones estratégicas: Las fusiones y adquisiciones de los últimos cuatro años aportaron el 10% de los ingresos de 2025
- Alianza con Novo Nordisk para la distribución y promoción exclusiva de dos nuevas marcas de productos de semaglutida biológica original inyectable para el tratamiento de la obesidad, el sobrepeso asociado a comorbilidades y la diabetes tipo 2



Internacionalización

- Liderazgo en América Latina
- Ampliar la presencia en Estados Unidos
 - Explotar otras regiones geográficas y modelos de negocio

AVANCES EN 2025

- Liderazgo consolidado en el retail en Latinoamérica, con una evolución relevante en cuota de mercado (+0,31pp.)
- Expansión internacional, con desempeño significativo en Colombia, que alcanzó un récord de ventas, y ampliación de las operaciones de Genfar a aproximadamente 10 países
- Fortalecer la presencia global en nuevas geografías estratégicas, como Estados Unidos, África y las islas del Caribe



Personas y Cultura

- Hacer más global la estructura organizativa
- Atraer, desarrollar y retener los mejores talentos
- Consolidar la “Manera de Ser Eurofarma”

AVANCES EN 2025

- 89%: mantenimiento del alto índice de empleados que afirman sentirse orgullosos de trabajar en Eurofarma
- 22 años estando entre las mejores empresas para trabajar
- Reconocida por 4º año seguido como mejor compañía farmacéutica para trabajar en América Latina (GPTW)



ESG

- Vanguardismo en las prácticas ambientales
- Fortalecimiento de las prácticas de gobernanza
- Avance en los programas de diversidad e inclusión

AVANCES EN 2025

- Anticipación del objetivo del 100% de energía renovable para 2027 en todas las operaciones globales, alcanzando el 97% al cierre de 2025
- Expansión de la cartera de productos +Verde, con crecimiento en el volumen de unidades comercializadas y nuevos productos en el portafolio
- Nuevo portal de Gobierno Corporativo, Atlas Governance, que favorece la transparencia y confidencialidad de la información
- Más de 300 mujeres participaron en EuroAcelera



04 Acerca del informe

GRI 2-3, 2-5

Por 7° año consecutivo, Eurofarma publica su informe anual con datos que corresponden al periodo comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2025 y que abarcan todas las operaciones de la organización en Brasil y en los demás países donde tiene presencia. La elaboración de este reporte sigue los estándares de la Global Reporting Initiative (GRI Standards) e integra también los indicadores SASB (Sustainability Accounting Standards Board) aplicables a la industria de Biotecnología y Farmacéutica, ampliando la comparabilidad de las métricas de desempeño ESG y alineando más la información con las expectativas de los inversores y demás partes interesadas.

Alcance de los datos financieros	Operaciones Brasil e Internacionales (empresas 100% o parcialmente controladas)
Alcance de los indicadores* (excepciones en notas a pie de página)	Operaciones Brasil e Internacionales (empresas 100% o parcialmente controladas)
Estándares y directrices para la presentación de la información	<ul style="list-style-type: none"> • Global Reporting Initiative (GRI) • Estándares SASB (IFRS)* • Directrices del Reporte Integrado (IIRC) y OCPC 09 • Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) • GHG Protocol – Corporate Standard

*Los indicadores SASB no forman parte del alcance del aseguramiento limitado del Reporte Integrado 2025 realizado por KPMG

La consolidación y validación de la información siguen un proceso robusto, en el que participan directamente las áreas responsables del suministro de datos, el área de Comunicación Corporativa, la Vicepresidencia Global de Sostenibilidad y Nuevos Negocios y Comité Ejecutivo ESG, instancia que asesora al Consejo de Administración en la gestión de riesgos y oportunidades relacionados con la agenda de sostenibilidad. Esta estructura refuerza la integridad de los datos puestos a disposición del mercado y cumple con las expectativas de los inversores en cuanto a la fiabilidad y consistencia de la información socioambiental y de gobernanza.

GRI 2-14

A partir de este ciclo, el documento refleja, además, el avance de Eurofarma en la adopción del modelo de Reporte Integrado, fortaleciendo la conexión entre estrategia, gobernanza, creación de valor y desempeño organizacional, alineada a la planificación estratégica guiada por la Visión 2027. Cabe resaltar que esta publicación cumple con todos los requisitos identificados como obligatorios por el marco de referencia, excepto en los casos en que la indisponibilidad de datos confiables o prohibiciones legales impidan su divulgación, o cuando la revelación de información relevante pudiera resultar en un perjuicio competitivo significativo para la compañía

Los indicadores GRI contenidos en este informe contaron con un aseguramiento limitado realizado por KPMG, lo que refuerza el compromiso de Eurofarma con la transparencia, la precisión y la confiabilidad de la información presentada.

GRI 2-5



Revisión de los temas de doble materialidad

GRI 3-1, 3-2

Al cierre de 2025, Eurofarma actualizó sus temas materiales de acuerdo con las directrices de la Global Reporting Initiative (GRI) e integrando nuevamente el concepto de Doble Materialidad — enfoque que evalúa simultáneamente los impactos de la empresa sobre la sociedad y el medio ambiente, así como la influencia de estos factores en el desempeño y en la generación de valor del negocio.

El proceso se llevó a cabo en cuatro etapas: análisis del contexto organizacional, identificación de impactos potenciales y reales, evaluación de la significatividad de dichos impactos y definición de los temas de mayor relevancia para la empresa. Estas etapas se integraron a los procesos continuos de la empresa y contaron con el respaldo de análisis internos, referencias sectoriales y benchmarks internacionales.

Este desarrollo consideró una amplia consulta a públicos estratégicos en Brasil y en otros mercados donde Eurofarma tiene presencia. Se realizaron 30 entrevistas cualitativas con la alta dirección y grupos de interés externos, complementadas por una encuesta cualitativa en línea con más de 350 personas, incluyendo colaboradores, clientes, bancos e inversores, proveedores, universidades, comunidades, periodistas, asociaciones, reguladores y socios de innovación.

Las respuestas se evaluaron considerando dos dimensiones esenciales: el impacto (severidad y ocurrencia) y la vulnerabilidad (probabilidad de afectar a los grupos de interés). Para asegurar una mayor precisión, se aplicaron diferentes ponderaciones según el nivel de influencia de cada público, garantizando la proporcionalidad y la robustez metodológica.



ETAPAS PRINCIPALES

- Mapeo del contexto de sostenibilidad de Eurofarma
- Benchmarking sectorial con empresas farmacéuticas nacionales y globales.
- Análisis de fuentes secundarias sectoriales (CSA/DJSI (S&P Global), Sustainalytics, SASB, MSCI e ISE B3)
- Consolidación de los temas potencialmente materiales
- Consultas cualitativas (entrevistas en profundidad y encuesta online)
- Consolidación de los datos y convergencia con el planeamiento estratégico y el mapa de riesgos
- Aprobación de temas por parte del Comité Estratégico de Personas & ESG



GRUPOS DE INTERÉS CONSULTADOS

- Alta dirección
- Miembros del Consejo
- Colaboradores
- Clientes y distribuidores
- ONGs y comunidad
- Proveedores
- Asociaciones sectoriales
- Prensa
- Bancos e inversores
- Socios de innovación

Temas de doble materialidad

A partir de la consolidación de las consultas, el análisis mostró una convergencia entre los temas de alta relevancia y los objetivos estratégicos de Eurofarma, además de una asociación directa con los riesgos que la compañía clasificó como prioritarios. Esta integración fortalece la resiliencia del negocio y refuerza la importancia de la doble materialidad como instrumento de gestión.

Tema material	Definición	Objetivo estratégico	Indicadores GRI	Indicadores SASB	ODS
Investigación, desarrollo e innovación	La investigación, el desarrollo y la innovación son pilares estratégicos de la industria farmacéutica, impulsando avances científicos, tecnológicos y sociales.	Innovación	3-3	330a.1	
Gestión de datos e inteligencia artificial	Uso estratégico de datos y tecnologías de IA para optimizar procesos de investigación, producción y regulación, garantizando eficiencia, trazabilidad y cumplimiento con las normas sanitarias, además de impulsar la innovación y la toma de decisiones basada en evidencias.	Innovación	3-3	--	
Gestión de la cadena de suministro	Esencial para garantizar la calidad, implica la seguridad y la trazabilidad de los medicamentos, en cumplimiento con las normas locales y con la legislación sanitaria vigente, además de aspectos sociales y ambientales, compras locales y capacitación.	Resultado	204-1, 308-1, 308-2, 408-1, 409-2, 414-1, 414-2	430a.1	
Ética e integridad	Implica la gestión responsable de las prácticas profesionales, la lucha contra la corrupción y el fraude, el cumplimiento de las leyes anticorrupción y del Código de Conducta, y los canales de denuncia, entre otros.	ESG	205-1, 205-2, 205-3, 206-1, 415-1	270a.1, 270a.2, 510a.1, 510a.2	
Calidad y seguridad del producto	Monitoreo continuo de la calidad y seguridad, desde la fabricación hasta el posconsumo. Comunicación clara y adecuada sobre los productos y sus usos.	Atraviesa todos	416-1, 416-2, 417-1, 417-2, 417-3	210a.1, 210a.2, 210a.3, 250a.1, 250a.2, 250a.3, 250a.4, 250a.5, 260a.1, 260a.2, 260a.3	

Temas importantes

Además de los temas de doble materialidad, el análisis destacó un conjunto de temas clasificados como Importantes, relacionados sobre todo con las dimensiones ambiental y social — como la gestión de residuos, la gestión de recursos naturales, el cambio climático, la cultura organizacional y la privacidad de datos —. Estos temas, aunque no se configuran como de doble materialidad, permanecen relevantes para el avance de los compromisos ESG y serán monitoreados e informados en el Reporte Integrado.



Tema importante	Definición	Objetivo estratégico	Indicadores GRI	Indicadores SASB	ODS
Privacidad de datos	La adopción de controles de seguridad y gobernanza de datos protege la confidencialidad de la información, reduce los riesgos legales y refuerza la confianza y la ética en las relaciones con todos los públicos.	Innovación, Resultados, Personas, ESG	418-1	--	
Relación con clientes y socios de negocio	Estratégias com foco em novos produtos, que conectam marketing e parcerias para o desenvolvimento, lançamento e comercialização de novos produtos, integrando canais digitais, relacionamento e vendas. Busca acelerar a oferta de novos produtos e gerar valor para o negócio e seu ecossistema.	Resultados, Innovación, Internacionalización. Atraviesa todos.	3-3	--	
Gestión de residuos	Evalúa los impactos de la empresa sobre el medio ambiente y las comunidades cercanas, mediante la gestión de residuos químicos, farmacéuticos y sanitarios, además de las obligaciones de logística inversa que afectan a distribuidores, minoristas y consumidores.	ESG	306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5	--	
Gestión de recursos naturales	Analiza cómo el uso del agua (extracción y consumo, presencia de operaciones en zonas con estrés hídrico) y los impactos en la biodiversidad pueden afectar a las comunidades locales, al medio ambiente, a los proveedores y a otros grupos de interés.	ESG	303-1, 303-2, 303-3, 303-4, 303-5	--	
Cambio climático	Monitoreo de emisiones directas (Alcance 1) e indirectas (Alcance 2), además de considerar los impactos logísticos y en la cadena de suministro (Alcance 3). Medidas de adaptación y mitigación asociadas al cambio climático.	ESG	302-1, 302-3, 302-4, 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 305-5	--	
Atracción, desarrollo y retención de talentos	La gestión del capital humano puede influir directamente en la capacidad de innovación del sector, en la calidad del producto para el cliente y en el desarrollo de profesionales que se desempeñarán en la empresa y en los resultados esperados para sus grupos de interés.	Personas, ESG, Resultados, Internacionalización	401-1, 401-2, 401-3, 404-1, 404-2, 404-3	330a.2	
Cultura y compromiso de los empleados	Guiados por la Manera de Ser Eurofarma, el tema aborda aspectos como el compromiso y la cultura corporativa, factores determinantes para atraer y retener profesionales alineados con los valores organizacionales. Una cultura sólida aumenta la satisfacción y contribuye a obtener resultados sostenibles y de largo plazo.	Personas, ESG, Resultados, Internacionalización	3-3	--	

Por último, los temas clasificados como informativos (sin riesgos asociados y ya ampliamente gestionados) se mantendrán en el radar de la empresa y podrán ser divulgados en el Informe Integrado, incluso como temas no materiales, pero destacando posibles iniciativas e indicadores asociados. Estos son: acceso a productos y servicios de salud; salud y seguridad en el trabajo; responsabilidad social y relación con las comunidades; y diversidad, equidad e igualdad de oportunidades.

05

Gobernanza con ética e integridad



Capital humano



Capital social y de relacionamiento



Ética e integridad

GRI 3-3: ética e integridad

La estructura de gobernanza de Eurofarma está compuesta por el Consejo de Administración y la Dirección, responsables de definir las directrices estratégicas y de conducir los negocios. Adicionalmente, los Comités de Auditoría y Compliance, Estratégico de Personas, Organización y ESG, y de Transacciones con Partes Relacionadas también integran la estructura. El Consejo Fiscal de la empresa es no permanente y no fue constituido en el ejercicio social terminado al 31 de diciembre de 2025.

De conformidad con las mejores prácticas del mercado, este modelo se perfecciona continuamente con foco puesto en la transparencia, la inclusión y la diversidad, fortaleciendo la reputación y la credibilidad de la empresa y promoviendo la generación de valor para la organización, sus accionistas, colaboradores, socios de negocios y la sociedad.

El Consejo de Administración es el órgano responsable de la gestión de Eurofarma, estableciendo las políticas generales de sus negocios. Está compuesto por un mínimo de tres y un máximo de 11 miembros, siendo la mayoría de ellos miembros externos y, al menos, un tercio de miembros independientes -estos últimos elegidos conforme a la reglamentación de la CVM y al Artículo 140 de la Ley de las S.A. (sociedades anónimas). Todos los miembros del Consejo son elegidos por la Asamblea de Accionistas para mandatos unificados de dos años, con posibilidad de reelección.

El Consejo de Administración cuenta con un reglamento interno propio, el cual puede ser consultado en los sitios web de [Eurofarma](#) y de la [B3](#).

La Dirección tiene por atribución la representación de Eurofarma, activa y pasivamente, así como la práctica de todos los actos necesarios o convenientes para la administración de los negocios sociales, así como los planes de negocios, los presupuestos operativos y el presupuesto de capital aprobados por los accionistas. Está compuesta por un mínimo de tres y un máximo de seis directores, accionistas o no, residentes en Brasil, pudiendo ser nombrados y destituidos en cualquier momento por el Consejo de Administración, entre los que habrá un Director Presidente y un Director de Relaciones con Inversores, y los demás no tendrán designación específica, con un mandato de tres años, permitiéndose la reelección y la acumulación de cargos. La Dirección cuenta con su propio reglamento interno, el cual puede ser consultado aquí.

Por su parte, el Consejo Fiscal es de carácter no permanente y se constituye mediante deliberación de los accionistas, de conformidad con la ley. Si se constituye, el Consejo se compondrá de tres y, como máximo, cinco miembros e igual número de suplentes, elegidos por la asamblea general, permitiéndose la reelección. A la fecha de este Formulario de Referencia, el Consejo de Vigilancia no está constituido.

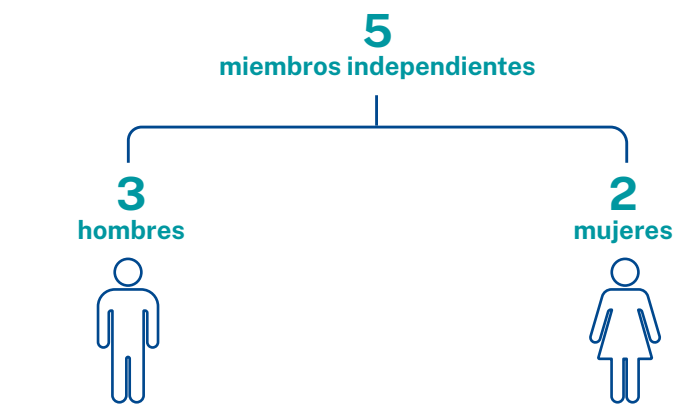
El director presidente de la compañía no es el presidente del Consejo de Administración. Sin embargo, ambos forman parte de la alta dirección de la compañía.

GRI 2-10, 2-11, 2-12

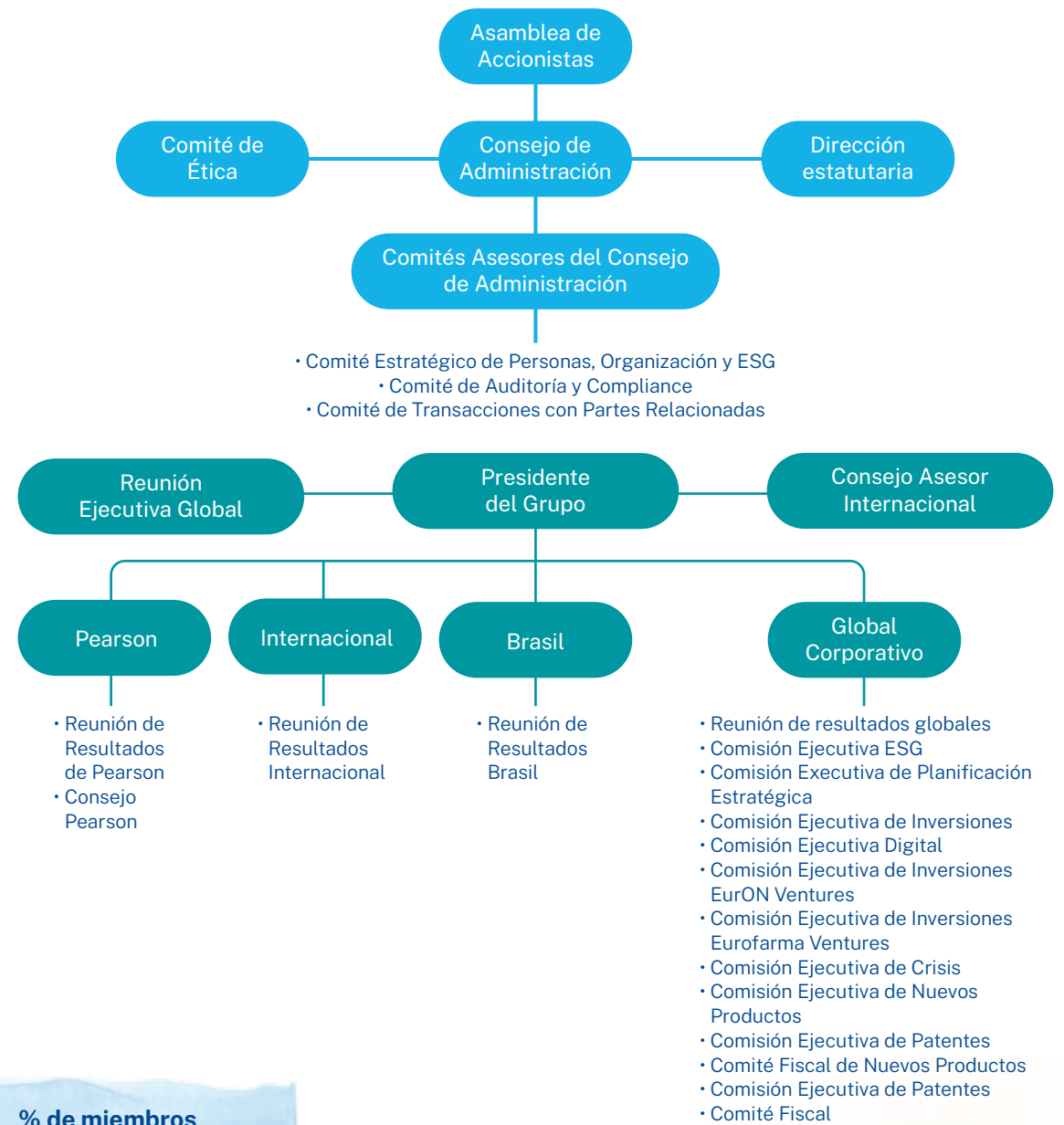


Composición del Consejo Consultivo Internacional

Instancia asesora del área internacional que traslada temas estratégicos al CEO Internacional y al presidente del Grupo.



Estructura de gobernanza corporativa.



	Número de miembros			% de miembros		
	2023	2024	2025	2023	2024	2025
Por género						
Hombres	6	6	6	67%	67%	67%
Mujeres	3	3	3	33%	33%	33%
Por grupo de edad						
Entre 30 y 50 años	3	3	3	33%	33%	33%
Mayores de 50 años	6	6	6	67%	67%	67%

1. Uno de los miembros del Consejo ya trabajó en Eurofarma y, por lo tanto, solo considerado miembro externo.



Procesos de evaluación del desempeño

GRI 2-10, 2-18

Aunque la empresa no cuenta con mecanismos formalmente aprobados para la evaluación del desempeño de cada órgano de Administración y sus miembros, el trabajo de los miembros del Consejo de Administración es evaluado, anualmente, por medio de la asamblea general ordinaria, que es el órgano encargado de elegir, reelegir o destituir (por ejemplo, en caso de desempeño insatisfactorio) a los miembros del Consejo de Administración. De esta forma, la evaluación del desempeño de tales consejeros la realizan los propios accionistas, independientemente de la existencia de un proceso formal de evaluación.

De igual forma son evaluados los miembros de la Dirección y de los comités asesores, con ocasión de sus respectivas elecciones y/o reelecciones, por parte del Consejo de Administración, independientemente de la existencia de un proceso formal de evaluación.

En relación con el Comité de Auditoría y Compliance, se prevé en el artículo 13 de su reglamento interno la realización del proceso de autoevaluación, el cual contempla el proceso de funcionamiento y la evaluación individual de sus miembros, que se llevará a cabo anualmente, con el objetivo de aumentar, continuamente, su efectividad. Los resultados consolidados de las evaluaciones se ponen a disposición de todos los miembros del Comité de Auditoría y Compliance y del Consejo de Administración, mientras que los resultados de las evaluaciones individuales se ponen a disposición de la persona en cuestión, del Coordinador del Comité de Auditoría y Cumplimiento y del presidente del Consejo.

En 2025, el Consejo de Administración aprobó la Política Corporativa de Nominación y Evaluación de Miembros del Consejo de Administración, Comités de Asesoramiento y Dirección Estatutaria. El documento define criterios para la nominación de miembros del Consejo, que puede ser realizada por la Administración o por cualquier accionista, de conformidad con la Ley de Sociedades Anónimas de Brasil.

Esta política también busca una composición diversa del Consejo, considerando diferentes conocimientos, experiencias, perfiles de comportamiento, cultura, grupo de edad, género, orientación sexual, color o raza e inclusión de personas con discapacidad, con enfoque en la promoción de la igualdad de oportunidades. Además, establece que los consejeros deberán disponer del tiempo adecuado para ejercer plenamente sus funciones.



Comunicación al Consejo

Las recomendaciones emanadas de las discusiones de los comités asesores tienen carácter no vinculante y sirven de fundamento para la toma de decisiones del Consejo de Administración de la empresa.

Comité de Auditoría y Compliance: apoya al Consejo en el seguimiento de las auditorías independiente e interna, de la calidad de la información financiera, de los controles internos, de la gestión de riesgos y de las prácticas de cumplimiento. También evalúa las políticas internas, sigue las transacciones con partes relacionadas, recibe información sobre conductas antiéticas y elabora el informe anual de sus actividades. Sus atribuciones y funcionamiento están definidos en un reglamento interno propio, aprobado por el Consejo de Administración.

Comité de Transacciones con Partes Relacionadas: analiza, evalúa y emite recomendaciones al Consejo sobre operaciones que involucran a partes relacionadas, asegurando que se realicen en condiciones de mercado y de conformidad con las políticas y los Estatutos Sociales de la organización. Interviene, además, como instancia de mediación en eventuales divergencias y puede recomendar la renegociación o la interrupción de transacciones cuando identifique condiciones inadecuadas. Dispone de reglamento interno propio.

Comité Estratégico de Personas, Organización y ESG: apoya al Consejo en la definición y el seguimiento de directrices sobre cultura organizacional, gestión de personas, remuneración, sucesión, desempeño ejecutivo y agenda ESG. Contribuye al fortalecimiento de prácticas

alineadas con el propósito, los valores y la sostenibilidad del negocio, realizando el seguimiento de los compromisos ambientales, sociales y de gobernanza, metas, indicadores e iniciativas estratégicas, además de monitorear riesgos, oportunidades y tendencias asociadas a estos temas. Su funcionamiento está regulado por un reglamento interno aprobado por el Consejo de Administración y le corresponde a su coordinador someter al Consejo las principales consideraciones y recomendaciones del grupo. [GRI 2-17](#)

Complementariamente, la empresa cuenta con la Comisión Ejecutiva ESG, un foro bimestral multidisciplinario que realiza el seguimiento del plan de trabajo anual, monitorea indicadores y metas ESG, discute riesgos y oportunidades materiales y prioriza temas críticos, contribuyendo al perfeccionamiento continuo de los procesos, las prácticas y el desempeño en sostenibilidad. Los datos referentes a los indicadores ESG son monitoreados bimestralmente, a partir de los reportes proporcionados por las áreas responsables, y están disponibles para los miembros del grupo en la plataforma PowerBI para su seguimiento y análisis continuo. [GRI 2-17](#)

Eurofarma también cuenta con un Comité de Ética y un Comité de Vigilancia, ambos no estatutarios, que apoyan a la administración en el fortalecimiento de la gobernanza y de la conducta ética.



Haga clic aquí para saber más sobre los Comités, incluidos sus reglamentos internos.



POLÍTICA DE TRANSACCIÓN CON PARTES VINCULADAS

GRI 2-11

Tras su revisión y nueva aprobación en 2025, la Política de Transacciones con Partes Relacionadas reforzó los mecanismos de prevención de conflictos de intereses. Siempre que una transacción exija aprobación societaria e involucre un beneficio particular, el miembro involucrado debe declararse impedido y retirarse de las discusiones y de las resoluciones.

En tales situaciones, su participación en la decisión está prohibida, incluso en las votaciones, admitiéndose únicamente para aclaraciones puntuales, y se retirará antes de la resolución. En caso de que el conflicto no sea declarado, otro integrante del órgano deberá hacerlo, y la omisión se considera una violación a los principios de buena gobernanza, debiendo registrarse en acta o en un documento específico.

Estas directrices también están previstas en los Estatutos Sociales y en el Reglamento Interno del Consejo de Administración, que prohíben la participación de consejeros en decisiones que involucren intereses en conflicto, de conformidad con la Ley de Sociedades Anónimas.





En 2025, Eurofarma finalizó la implementación de Atlas Governance, una plataforma digital especializada en gestión de gobernanza corporativa, con el objetivo de centralizar los flujos de información entre la administración y sus consejos y comités. Esta herramienta sustituyó procesos anteriormente manuales (realizados por correo electrónico), elevando así el estándar de transparencia, agilidad y seguridad de la organización.

Además de agilizar los procesos internos mediante la automatización de los flujos de aprobación y el archivo documental, Atlas le aporta mayor seguridad y trazabilidad a la información tratada entre los más altos niveles de gobierno de la organización.

Cómo funciona la herramienta

- **Gestión de reuniones y órdenes del día:** centraliza el calendario anual, las convocatorias y la organización de los asuntos. Los consejeros y miembros de comités reciben las notificaciones directamente por la plataforma, lo que garantiza que todos tengan acceso a la misma versión de los documentos.
- **Base de conocimiento:** funciona como un repositorio centralizado de documentos, tales como los estatutos sociales, poderes, informes de gobernanza y reglamentos internos.
- **Seguridad y confidencialidad:** uno de los principales diferenciadores es la protección de la información. Todos los materiales reciben automáticamente una marca de agua personalizada con el nombre del usuario. Además, el sistema mantiene una pista de auditoría, lo que permite realizar un seguimiento de quién accedió o vio cada documento.
- **Flujo de firmas electrónicas:** tras la finalización de las actas de reunión, el sistema gestiona la recolección de firmas electrónicas de los miembros. Una vez firmadas, las actas se publican en la plataforma, eliminando de esta forma la necesidad de circulación de archivos físicos o anexos por e-mail.

Política de remuneración

GRI 2-19, 2-20

La política de remuneración de Eurofarma observa la legislación laboral vigente y los convenios colectivos aplicables, siendo revisada anualmente y aprobada por la vicepresidencia global de Personas y Organización.

La empresa adopta una estructura equilibrada de remuneración fija y variable aplicable a los miembros del máximo órgano de gobierno, a la alta dirección y a los empleados. La remuneración fija se define con base en estudios de mercado y en la política interna de remuneración. La variable incluye el Programa de Participación en los Resultados (PPR), negociado por medio de convenio sindical, además de programas de incentivos a largo plazo, de acuerdo con las directrices establecidas en la política interna.

Para la alta dirección, la remuneración variable está vinculada al desempeño financiero, a la participación de mercado y al cumplimiento de metas empresariales, individuales y corporativas, incluyendo objetivos relacionados con operaciones, innovación y temas ambientales, sociales y de gobernanza (ESG). Para el personal operativo, se consideran metas financieras, de participación de mercado y metas colectivas asociadas al área de actividad.

Programas como el PPR (Programa Participación en los Resultados) son validados por el comité ejecutivo, presentados ante las máximas instancias de gobernanza y auditados por una consultoría externa.

Las directrices de los programas se definen con base en estudios realizados por consultorías especializadas, que proporcionan datos de mercado y consideran las contribuciones de los grupos de interés, que son analizadas por el área de remuneración y sometidas a la aprobación de los altos ejecutivos.

La empresa también ofrece planes complementarios de pensión a los empleados elegibles, incluidos los altos ejecutivos, conforme a criterios internos. La información relacionada con la remuneración es gestionada por las áreas responsables mediante sistemas e informes de gestión, asegurando el control, la consistencia y la transparencia de los datos.



Compliance

GRI 2-15, 2-23, 2-24, 2-25
SASB HC-BP-510a2

Reflejados en la Manera de Ser Eurofarma, los comportamientos, decisiones y prácticas de la empresa siguen rigurosamente las directrices de cumplimiento e integridad, con un enfoque en la prevención, la detección y el tratamiento de cualquier tipo de irregularidad. El tema de conflicto de intereses está regulado tanto por el Código de Ética y Conducta como por la Política de Transacciones con Partes Relacionadas, y se encuentra incorporado en diferentes rutinas corporativas.

De este modo, el área de Compliance opera con independencia y autonomía, reportando directamente al Comité de Ética, al Comité de Auditoría y, cuando fuera necesario, al Consejo de Administración. Para asegurar la consistencia de la información y la efectividad de los controles, el equipo trabaja en colaboración con la área de Personas y Organización, integrando los temas de compliance, integridad y conflicto de intereses a los procesos de reclutamiento y selección, contratación, inducción, desvinculación y a las declaraciones periódicas exigidas a los empleados.

Eurofarma forma parte de iniciativas como el Pacto Mundial de la ONU, el Pacto Brasil por la Integridad Empresarial de la Contraloría General y el Pacto Empresarial por la Integridad y Contra la Corrupción del Instituto Ethos.



Todos los empleados y contratistas participan en capacitaciones obligatorias, reciben comunicaciones periódicas y pasan por procesos de verificación y debida diligencia, tanto antes de su contratación como durante la vigencia de la relación.

Las transacciones con partes relacionadas son analizadas por un comité específico, reportadas a la Dirección y al Consejo de Administración, y divulgadas en los estados financieros y al mercado, conforme a lo previsto en la política específica. La empresa mantiene, además, un conjunto robusto de directrices internas, disponible para todos los empleados y contratistas que trabajan en su nombre, asegurando la integración del tema de integridad en las rutinas de gestión de riesgos, comunicación y controles internos.

GRI 2-15

Además, a través del Código de Ética y Conducta, del Código de Ética y Conducta del Proveedor, de las cláusulas en los contratos con terceros, de la Política de Responsabilidad Social y de la Política Ambiental, la compañía garantiza una actuación constante en los frentes de derechos humanos y en temas de diversidad, sostenibilidad, combate al acoso, responsabilidad social, cuidados ambientales y gestión de la cadena de valor. Para rastrear la eficacia de los mecanismos de quejas y de otros procesos de reparación, Eurofarma cuenta con canales de comunicación y denuncias consolidados y ampliamente divulgados. La compañía también realiza el seguimiento de los reportes de sus respectivos indicadores para gestionar posibles mejoras en los procedimientos y en la gestión de la investigación.

GRI 2-23, 2-25

Las acciones de compliance buscan ir más allá del carácter punitivo. En los casos comprobados, la gestión de consecuencias incluye, además de las sanciones correspondientes, la definición de mejoras de procesos, medidas preventivas para evitar que se vuelvan repetir y, cuando sea aplicable, acciones de reequilibrio o remediación. En situaciones confirmadas de acoso o discriminación, por ejemplo, la víctima es derivada al programa de apoyo psicológico de la empresa. En 2025 no se registraron casos significativos incumplimiento.

GRI 2-27



INTERACCIÓN CON PROFESIONALES DE LA SALUD

Eurofarma establece directrices claras para la interacción con profesionales de la salud por medio de su Código de Ética y Conducta y de una política específica, desarrollada en conjunto con la Dirección Médica. Los contratos con estos profesionales incluyen cláusulas que aseguran la preservación de su independencia técnica. Los apoyos y patrocinios se permiten de forma restringida y están exclusivamente orientados a la educación continua o al apoyo médico-científico. El tema se aborda ampliamente en las capacitaciones de Compliance, reforzando la adopción de las mejores prácticas.

SASB HC-BP-510a2

3ª SEMANA DE INTEGRIDAD – ¡LA ÉTICA ES UN VALOR!

En 2025, se llevó a cabo la 3ª Semana de Integridad – ¡La Ética es un Valor!, iniciativa dirigida a fortalecer la cultura de ética, integridad y conducta responsable. La programación reunió a más de 3.000 colaboradores en actividades que abordaron temas como sostenibilidad, diversidad, lucha contra el acoso, liderazgo sostenible, Código de Conducta, prevención de la corrupción, fraude, soborno y conflicto de intereses, con la participación de especialistas externos. El evento contó además con una jornada gamificada, que promovió el aprendizaje de forma interactiva.

En dicha ocasión, también se lanzó la 3ª Encuesta Anual de Percepción de Compliance, que contó con más de 1.000 participantes, lo que representa un crecimiento superior al 300% en relación con 2024. Los resultados servirán como insumo para el plan de mejora continua del área.

2. Caso significativo: todo evento, conducta, omisión o falla de control (real o potencial) que viole leyes, reglamentos, decisiones de órganos reguladores, políticas internas o compromisos contractuales relevantes; y genere (o tenga una probabilidad razonable de generar) un impacto material para la organización (financiero y/o reputacional) o exponga a la empresa a sanciones, litigios relevantes, restricciones operativas o pérdida de confianza de los grupos de interés. En otras palabras: es "significativo" cuando excede el nivel de rutina, deja de ser una desviación puntual y pasa a representar un riesgo relevante para el negocio, para la integridad de la organización, o para la toma de decisiones de gobernanza.

Canal de Atención y Denuncias

GRI 3-3: ética e integridade

Eurofarma pone a disposición un Canal de Atención y Denuncias independiente, accesible las 24 horas, todos los días, para colaboradores, contratistas, clientes y demás públicos. La compañía también adopta una política de diálogo abierto con todas las áreas, reforzada continuamente por medio de sesiones formativas. En 2025 se atendieron 195 consultas internas de diferentes sectores de la empresa para resolver dudas sobre temas de compliance, lo que demuestra cómo el área se ha convertido, cada vez más, en un punto de apoyo y socia del negocio.

GRI 2-26

Los asuntos e inquietudes y más relevantes se informan trimestralmente al Comité de Ética y al Comité de Auditoría y Compliance, y semestralmente al Comité Ejecutivo y al Consejo de Administración, mediante informes periódicos y el informe anual de Compliance, asegurando la transparencia y la supervisión continua.

GRI 2-16

El área de Compliance es responsable del análisis e investigación de las incidencias, de conformidad con las directrices del Comité de Ética, y comunica regularmente los datos sobre denuncias a los órganos competentes.

En 2025 Eurofarma no recibió ninguna denuncia sobre el uso o fuga de datos confidenciales y sigue a rajatabla la Ley General de Protección de Datos (LGPD), estando al corriente de todas las leyes y cuestiones sectoriales. Cabe destacar que la capacitación sobre protección de datos personales se realiza cada dos años. De acuerdo con esta política, el último ciclo de capacitación ocurrió en 2024 con la participación de 4.550 colaboradores (Brasil). Realizada a través de la plataforma Euroaprende, la actualización de estos profesionales se llevará a cabo en 2026.

CLASIFICACIÓN DE LAS DENUNCIAS

GRI 2-16

En 2025 no se registraron casos de incumplimiento. De los casos registrados y comunicados al Consejo de Administración, la distribución fue la siguiente:



ASPECTOS DESTACADOS DE 2025

Sistematización de los procesos de Compliance: implementación de Desk Manager como herramienta oficial del área, centralizando solicitudes de debida diligencia, consultas y peticiones de documentos, políticas y códigos. Esta iniciativa sustituyó el flujo por correo electrónico, incrementando la trazabilidad, el seguimiento de los tickets y el control de los SLA (Service Level Agreement, o Acuerdo de Nivel de Servicio, ANS, en español), logrando una alta adopción por parte de los usuarios.

Programa Pro-Ética: por primera vez, la empresa fue admitida en el Programa Empresa Pro-Ética, iniciativa de la Contraloría General de Brasil (CGU) que reconoce a las organizaciones comprometidas con la integridad, la ética y la prevención de la corrupción. Actualmente, se encuentra en fase de evaluación, y la divulgación del resultado está prevista para los próximos meses de 2026.

Programa Compliance de Puertas Abiertas: lanzamiento de una iniciativa orientada al acercamiento con terceros, mediante la realización de tres encuentros durante el año para presentar el Programa de Compliance y reforzar las expectativas, las directrices éticas y las relaciones con los socios de negocio.

Capacitación presencial de los mandos operativos: realización de sesiones formativas presenciales de Compliance para todos los líderes de Operaciones en las fábricas, fortaleciendo así la cultura de integridad en el entorno industrial.

Fortalecimiento del Compliance en los centros internacionales: realización de capacitaciones online estructuradas en todos los países, con tres sesiones por localidad, divididas por público — fuerza de ventas, líderes y público general —, asegurando la alineación global con las directrices del Programa de Compliance.

Ampliación de las capacitaciones: crecimiento superior al 340% en el número de empleados capacitados en Compliance mediante la plataforma Euroaprende en comparación con el año anterior.



Gestión de riesgos

GRI 2-13, 205-1

La Política de Gestión de Riesgos de Eurofarma tiene como objetivo identificar, controlar y mitigar los riesgos a los que la empresa está expuesta. La responsabilidad de su gestión se reparte entre diferentes áreas:

- **Auditoría Interna:** monitorea los riesgos y evalúa la eficacia de los controles, con reportes periódicos al Comité de Ética
- **Compliance:** promueve la cultura de cumplimiento regulatorio y consolida acciones preventivas, con reportes periódicos al Comité de Ética
- **Unidades de negocio:** identifican, comunican e implantan medidas mitigadoras

El Comité de Ética es responsable de compartir los resultados con la alta gerencia y el Consejo de Administración. La comunicación sobre los riesgos es continua y está integrada en las etapas de la gestión, asegurando la alineación entre las unidades de negocio y las instancias de gobierno.

El Consejo de Administración supervisa el trabajo de los ejecutivos, analizando los resultados y evaluando la adecuación de la gobernanza en la materia. Asimismo, analiza con la dirección ejecutiva y la alta gerencia la efectividad de los controles internos, propone estrategias para mitigar los riesgos para la continuidad del negocio y contribuye a la definición y revisión periódica del apetito de riesgo del Grupo, estableciendo los niveles y límites de autoridad correspondientes.



PRINCIPALES RIESGOS IDENTIFICADOS

Eurofarma y sus controladas están expuestas a riesgos de naturaleza financiera y de mercado que pueden impactar en sus resultados y en la sostenibilidad del negocio. Estos riesgos se monitorean continuamente, considerando su relevancia para la operación y para la toma de decisiones estratégicas.

- **Riesgo de crédito:** relacionado con la posibilidad de que clientes y contrapartes no cumplan con sus obligaciones financieras.
- **Riesgo de liquidez:** asociado a la capacidad de la compañía de mantener fondos suficientes para cumplir con sus compromisos financieros.
- **Riesgos de mercado:** derivados de variaciones en factores económicos, incluyendo:
 - **Riesgo cambiario:** vinculado a las fluctuaciones en los tipos de cambio.
 - **Riesgo cambiario:** derivado de la exposición a operaciones realizadas en diferentes divisas.



Todos los miembros del órgano de gobierno (9), así como los vicepresidentes (9) y miembros de la dirección (32) fueron comunicados y recibieron formación sobre las políticas y procedimientos anticorrupción en 2025

GRI 205-2

El 100% de los empleados fueron comunicados sobre las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización

Riesgos relacionados con la corrupción

GRI 205-1, 205-2

El análisis de los riesgos relacionados con la corrupción considera situaciones que involucran la búsqueda de ventajas indebidas, especialmente en interacciones con cargos o empleados públicos, donaciones, patrocinios y en la relación con profesionales de la salud.

Este estudio abarca las operaciones administrativas y productivas de la organización y se lleva a cabo con base en una metodología definida internamente, considerando la complejidad de las actividades y la operación en diferentes países.

A partir de este diagnóstico, Eurofarma prioriza la evaluación de las áreas con mayor exposición a ese tipo de interacción, como licitaciones, jurídico, regulatorio, relaciones institucionales, fiscal y comercio exterior. Con base en ese análisis, se mapean los principales puntos de contacto con la administración pública y se refuerzan las iniciativas de capacitación y formación dirigidas a esos públicos.

	2024	2025
Cantidad total de operaciones de Eurofarma	22 países	24 países
Cantidad de operaciones evaluadas en función de los riesgos relacionados	22 operaciones	24 operaciones
Porcentaje de operaciones donde se realizaron evaluaciones	100%	100%

Para este indicador, ha de considerarse el siguiente alcance: Sede administrativa -Itapevi y Campo Belo; Centro de Investigación y Desarrollo; Plantas industriales (Brasil y países extranjeros); Centros de distribución

En 2025 no se registraron casos de denuncias relacionadas con la corrupción si se toma en cuenta el contexto literal previsto en el Código Penal de ofrecer o dar una ventaja indebida a un agente público. A efectos del Reporte Integrado, no obstante, consideramos : 44 denuncias de violaciones al Código de Ética y Conducta, 20 de las cuales fueron estimadas. En cuanto a sospechas de fraude, se registró un total de 43 denuncias, con 23 de ellas estimadas — la mayoría involucrando a agentes externos, como sitios web falsos, entre otras circunstancias. Adicionalmente, se recibieron 20 denuncias relacionadas con la discriminación, de las cuales 10 fueron estimadas y sujetas al tratamiento debido (5 despidos y 3 advertencias en las áreas involucradas).

GRI 205-3, 406-1

En el ejercicio de 2025 no hubo registros de corrupción que involucren a cargos o empleados públicos, ni se identificaron casos jurídicos relacionados con Eurofarma o sus colaboradores. Los resultados reflejan la efectividad de las acciones de formación, la amplia difusión del canal de denuncias, el fortalecimiento de la cultura de integridad y la asertividad de las decisiones del Comité de Ética.

GRI 205-3

3. Aprobada por el Consejo de Administración en 2021 y revisada por el Comité de Ética en 2023.

4. Resaltamos que un caso puede dar lugar a más de una medida, que una medida puede estar asociada a diferentes casos, y que la adopción de medidas no se limita a los casos procedentes, considerando que las situaciones inconclusivas también exigen una respuesta cuando representan un riesgo para Eurofarma.

Gestión de proveedores

GRI 2-6, 308-1, 414-1, 414-2
 GRI 3-3: gestão da cadeia de fornecimento

A Eurofarma atua em conjunto com sua cadeia de suprimentos, promovendo a sustentabilidade e a melhoria contínua de produtos e serviços. A gestão desses parceiros comerciais está alinhada ao Código de Ética e Conduta da empresa, incorporando requisitos legais, sociais e ambientais aos contratos.

A organização mantém processos estruturados e documentados para a qualificação de fornecedores, estabelecendo requisitos técnicos específicos para a avaliação preliminar de serviços e produtos a serem contratados. Para parceiros considerados críticos, são adotados instrumentos contratuais específicos, com cláusulas voltadas à sustentabilidade e à ética, em conformidade com as diretrizes ESG.



Durante el año, de los 1.266 nuevos proveedores registrados, se realizaron 243 auditorías (100%) a proveedores directos, es decir, aquellos que tienen relación directa con los productos de la compañía. En total, se realizaron 111 evaluaciones presenciales y 132 documentales. Todos estos proveedores fueron calificados, con 121 contratados efectivamente en 2025. No se identificaron casos de trabajo infantil u obligatorio, ni casos de impactos ambientales y sociales potenciales y reales⁵.
[GRI 308-2, 414-2](#)

- Comité, con los objetivos compartidos de:
- Construir una matriz de indicadores estratégicos para ofrecer apoyo y realizar un mapeo de proveedores respecto a su madurez climática, fortaleciendo la transparencia de las emisiones (Alcance 3) y apoyando el avance de la sostenibilidad y la descarbonización en la cadena de valor.
 - Definir etapas más estrictas para el análisis de la base de proveedores, integrando temas ESG en la política de compras y en los procesos de toma de decisiones, categorizando proveedores por riesgo, asegurando el monitoreo continuo de datos y fomentando el engagement de estos socios en la materia.

Como resultado de este trabajo, los proveedores pasarán por un proceso de evaluación adicional y recibirán una puntuación que reflejará su situación actual. Esta evaluación permitirá situarlos en una matriz de clasificación que posibilita identificar diferentes niveles de madurez y orientar acciones de desarrollo.

Importante ressaltar que todos os fornecedores de insumos produtivos, incluindo matérias-primas e embalagens, passam por um processo rigoroso de qualificação conduzido pela área de Qualidade, em atendimento a normas específicas, boas práticas produtivas e exigências regulatórias. Esse processo se inicia ainda na fase de desenvolvimento de novos produtos e contempla avaliações periódicas, auditorias e revisões de desempenho, com apoio de consultorias especializadas sempre que necessário.
[SASB HC-BP-430a1](#)

Estrategia y gobernanza en la cadena de suministro

En 2025, el área de Suministros amplió el alcance del Comité ESG, creado en 2024 para discutir y estructurar la estrategia dentro de la Cadena de Valor, integrando temas ambientales, sociales y de gobernanza. El área de Logística también se unió al

Proporção de gastos com fornecedores locais

		2024	2025
Directos	59	Relacionados con gastos de materias primas y materiales de empaques.	56% Relacionados con gastos de materias primas, materiales de empaques y productos terminados (licencia)
Indirectos	94	Relacionados con gastos de Ingeniería/ Mantenimiento, Instalaciones, Control de Calidad, Innovación, Logística y Marketing.	79% Relacionados con gastos de Ingeniería/ Mantenimiento, Instalaciones, Control de Calidad, Innovación, Logística y Marketing.

Todas las unidades operativas en Brasil son consideradas significativas.
[GRI 204-1](#)

Cabe destacar que, aunque el Comité está introduciendo novedades para 2026, en 2025 el 84% de los contratos con proveedores ya incluía una cláusula específica de ESG. Esta cláusula exige el cumplimiento de todos los requisitos legales relativos a la preservación del medio ambiente, la prohibición del trabajo infantil (excepto en la condición de aprendiz) y el no uso de prácticas de trabajo forzoso
[GRI 408-1, 409-1](#)

Gastos en proveedores locales

[GRI 204-1](#)

La industria farmacéutica brasileña todavía depende de la cadena farmoquímica internacional. Si bien este escenario está influenciado por las acciones de los fabricantes asiáticos y europeos, Eurofarma mantiene la priorización de los proveedores nacionales siempre que sea posible.

A pesar del avance reciente del sector de packaging en Brasil y de los incentivos al desarrollo de la cadena de suministro local, una parte relevante de los proveedores nacionales opera como distribuidora de materiales importados. Para reducir esta dependencia, Eurofarma

participa en iniciativas encabezadas por entidades sectoriales dirigidas al fortalecimiento de la producción farmoquímica en Brasil.

Actualmente, la empresa desarrolla, junto a fabricantes nacionales, algunos principios activos que aún se adquieren de proveedores internacionales, como el cilostazol, el carbonato de litio, la espirolactona y determinados excipientes.

Proveedor	Categoría	Representatividad
Importado	Embalaje	16%
	Materia prima	78%
	Producto terminado	6%
Local	Embalaje	39%
	Materia prima	45%
	Producto terminado	16%

Proveedor	Categoría	Representatividad
Importado	241	44%
Local	309	56%
Total	550	100%

5. En cuanto a los nuevos proveedores registrados, ninguno fue rechazado ni presentó puntos críticos para su contratación. Todos los contratos y órdenes de compra de la empresa con sus proveedores prevén una minuta que hace referencia al cumplimiento de todos los requisitos previstos en el Código de Ética y Conducta del Proveedor, incluyendo la no realización de trabajo infantil u obligatorio.



06

Nuestra forma de crecer



Capital financiero



Capital manufacturado



Investigación, desarrollo e innovación



Calidad y seguridad del producto

Resultados financieros⁶

El mercado farmacéutico en América Latina se caracteriza por una elevada fragmentación, donde las empresas de capital regional cobran cada vez más relevancia en sus respectivos países. Con un valor estimado en 66.000 millones USD (que representa cerca del 5% del mercado mundial), la región presenta un crecimiento de aproximadamente el 12% anual.

Brasil figura actualmente como el principal motor de desempeño, representando el 40% del mercado total latinoamericano, seguido por México (20%) y Argentina (13%) — resultados significativos si se comparan con mercados maduros, como el estadounidense, que crece cerca del 2% al año.

En 2025, Eurofarma consolidó su liderazgo regional y se mantiene en el primer lugar en la categoría de medicamentos vendidos bajo receta en América Latina, con un 4,7% de cuota de mercado (frente al 4,5% en 2024), además de ocupar la segunda posición en Genéricos, con un 11,3% de cuota de mercado (frente al 9,9% en 2024). Este desempeño refleja el fortalecimiento de la fuerza de ventas, ampliada en 2023, el reconocimiento de la marca institucional y sus atributos, como calidad, seguridad e innovación de los productos, por parte de los profesionales de la salud y los consumidores.

Los principales impulsores de este resultado fueron:

- **Genéricos:** el segmento tuvo un desempeño récord, creciendo un 26%, el doble que el promedio del mercado nacional (13%). Los medicamentos que más incrementaron la facturación fueron la dapagliflozina, el tadalafilo y la lisdexanfetamina.
- **Nuevas Terapias (Inhibidores de GLP-1):** el mercado de medicamentos análogos de GLP-1 tuvo un profundo impacto, generando 10.500 millones BRL en Brasil en los últimos 12 meses. Eurofarma fortaleció su área de prescripción médica por medio de una alianza estratégica para la comercialización de estos productos.
- **OTC (Medicamentos de Venta Libre):** la línea de protección solar OAZ ha ido ganando protagonismo, llegando a liderar las ventas en determinados meses del año.

En 2025, Eurofarma mantuvo su trayectoria de crecimiento sostenible, registrando los niveles más altos de ingresos netos, utilidad bruta y EBITDA consolidado de su historia. Los ingresos netos en Brasil ascendieron a 9.354 millones BRL en 2025, impulsados principalmente por el sólido desempeño orgánico y de lanzamientos. En las operaciones internacionales, esta cifra ascendió a 3.124 millones BRL, donde sobresale Genfar, la marca de genéricos para América Latina (excepto Brasil), con el mejor desempeño desde el inicio del plan de internacionalización.

En el acumulado de 2025, los ingresos netos ascendieron a 12.478 millones BRL, un aumento del 13,7% en relación con 2024. Por su parte, la utilidad bruta ascendió a 8.177 millones BRL, un aumento del 13,4% frente a 2024, con un margen bruto del 65,5%, una ligera reducción de 0,2 p.p. en relación con 2024, debido principalmente al cambio en la mezcla de productos, con aumento de la participación de la unidad de Genéricos.

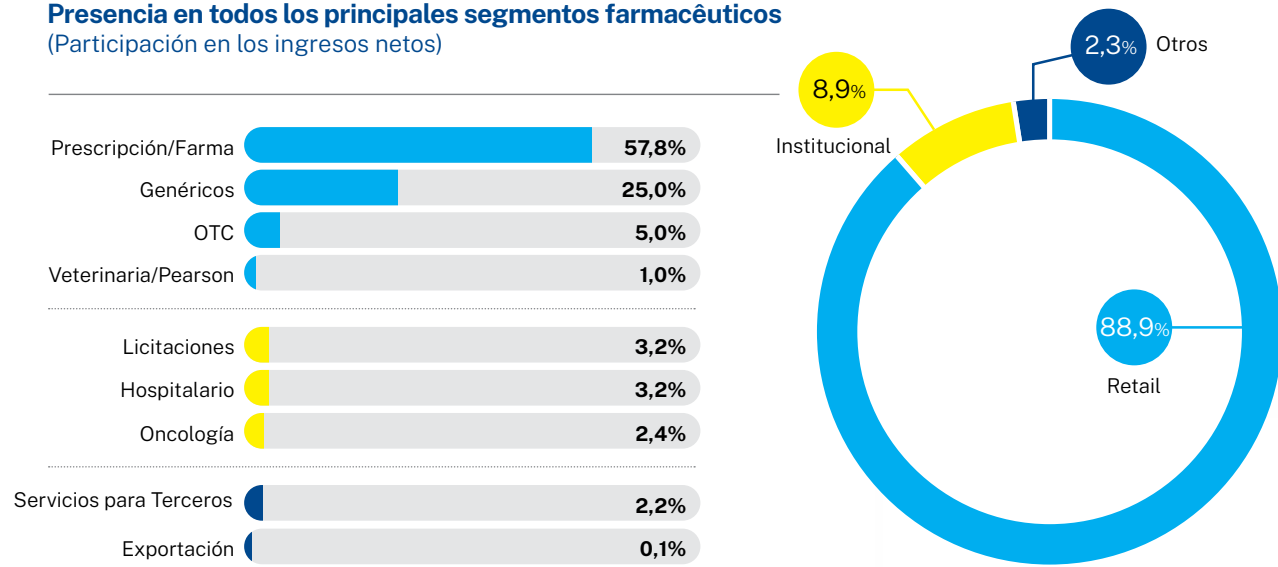
En el año, el EBITDA ajustado por los gastos de I+D ascendió a 954 millones BRL, un crecimiento del 17% en relación con el 4T24 y con un margen del 27,3% (-0,1 p.p. frente al 4T24). En el acumulado de 2025, el EBITDA ajustado ascendió a 3.438 millones BRL, un crecimiento del 36,2% en relación con 2024 y con un margen del 27,6% (4,5 p.p. frente a 2024).

La relación deuda neta/EBITDA retrocedió a 2,97x (frente a 3,97x en diciembre de 2024), lo que evidencia el desapalancamiento de la empresa, impulsado por el fuerte crecimiento del ebitda, incluso ante inversiones relevantes para sustentar la estrategia de largo plazo.

6. Fuente: Inteligencia de Mercado Eurofarma



Presencia en todos los principales segmentos farmacéuticos
(Participación en los ingresos netos)



Valor económico directo generado (millones de reales)

	2025
Valor Económico Direto Gerado	
Ingresos	14.065.306
Bienes y servicios adquiridos del exterior	5.772.838
Valor añadido bruto	8.292.468
Gastos de amortización/depreciación	588.792
Valor añadido neto producido por la entidad	7.703.676
Valor recibido en transferencia	476.165
Valor añadido total a distribuir	8.179.841
Valor económico distribuido	
Costos operacionales	
Salarios y beneficios para los empleados	3.429.114
Remuneración al capital propio	593.544
Remuneración al capital ajeno	1.936.869
Impuestos, tasas y contribuciones	2.220.314
Inversiones en la comunidad	0
Valor económico retenido	8.179.841

GRI 201-1

7. Medicamentos utilizados en el tratamiento de la Diabetes Tipo 2 y la obesidad, generando una pérdida de peso expresiva y protección cardiovascular.

Adquisiciones, alianzas y crecimiento

En 2025, Eurofarma avanzó en su estrategia de crecimiento inorgánico por medio de adquisiciones y alianzas que ampliaron su portafolio. Entre ellas, se encuentran la opción de compra en Ocean Drop, consolidando el control de la empresa y ampliando su presencia en nutrición y salud preventiva, y la conclusión de la adquisición del 60% de Dermage, lo que supone su entrada en el mercado dermocosmético a través de una de las marcas más reconocidas del segmento en Brasil.

Durante el año, también realizó su primera adquisición en Paraguay con la incorporación de la marca BUCALEX®, reforzando su presencia local en el mercado de medicamentos sin receta, y concluyó la joint venture con la surcoreana SK Biopharmaceuticals, que culminó en la creación de Mentis Care, empresa enfocada en el desarrollo y la comercialización de soluciones de inteligencia artificial aplicadas a la neurología y en la construcción de un ecosistema de salud digital, lo que refuerza su posicionamiento a la vanguardia de la innovación en salud y amplía su actividad en tecnologías digitales con potencial de impacto en Brasil y América Latina.

Las adquisiciones realizadas en los últimos cuatro años (Genfar, Medimetriks, Valda, Dermage y Ocean Drop) representaron más del 10% de los ingresos de 2025, lo que demuestra la sólida generación de valor de las inversiones estratégicas efectuadas.

Mercados estratégicos

Esta expansión se vio impulsada además por una alianza estratégica con Novo Nordisk y por el lanzamiento de dos nuevas marcas originales de semaglutida biológica original inyectable, que abarca la comercialización por parte de Eurofarma de las marcas Poviztra® y Extensior® (análogos de GLP-1), productos dirigidos al tratamiento de la obesidad y el sobrepeso asociados a comorbilidades y diabetes tipo 2.

Esta iniciativa combina la excelencia científica de Novo Nordisk con la capacidad comercial, logística y de ejecución de Eurofarma en todo el territorio nacional, ampliando el acceso a diferentes regiones de Brasil y entre especialidades médicas — un modelo inédito de alianza que ya ha superado las proyecciones iniciales y prevé la exclusividad para la empresa en la distribución de la semaglutida biológica original.



Puesta en marcha de la Planta Industrial Montes Claros (Minas Gerais)

En 2025, Eurofarma dio inicio a la operación parcial de la planta industrial Montes Claros (estado brasileño de Minas Gerais), consolidando una inversión estratégica orientada a la expansión geográfica de la empresa y a la ampliación de su capacidad productiva.

Con 515.000 m² de superficie total y aproximadamente 250.000 m² de superficie construida, la planta inició sus actividades en octubre de 2025 con la producción de envases de sólidos orales y recibió la aprobación de la Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria brasileña para el inicio de las operaciones de fabricación de medicamentos.

Concebida bajo un modelo modular, la planta incorpora tecnología de punta en el manejo de materiales y productos, con una integración automatizada entre el almacén y la producción, lo que asegura una mayor agilidad operativa y elevados estándares de calidad e innovación — iniciativas diseñadas para operar con procesos menos intensivos en recursos naturales, contribuyendo positivamente a los indicadores de ecoeficiencia.

Montes Claros nace en sintonía con los planes de crecimiento y los compromisos socioambientales de Eurofarma. Aparte de las ganancias operativas, la planta provoca impactos positivos para el desarrollo local que van más allá de la generación de empleos y la formación de mano de obra. Incluso antes de la inauguración de la nueva planta, el Instituto Eurofarma formó a 35 nuevos técnicos de enfermería, con un segundo grupo ya en curso. Los colaboradores también cuentan con una guardería en las instalaciones y diversas iniciativas de bienestar implantadas en los demás centros de la compañía

La planta cuenta además con soluciones sostenibles e industriales, como una caldera de astillas, un centro de mecanizado para la fabricación interna de piezas y una subestación de media tensión, energizada en noviembre de 2024, que garantiza el suministro eléctrico de la operación. La transferencia gradual de las operaciones de Río de Janeiro a Montes Claros ampliará la capacidad productiva de la empresa.



Cuando esté en plena operación, la planta de Montes Claros generará más de **2.000** empleos directos y **1.000** indirectos.



Operaciones internacionales

En 2025, Eurofarma consolidó su estrategia poniendo el foco en la madurez operativa y en un proceso de reestructuración estratégica que sustentará su crecimiento global.

Uno de los hitos de esta consolidación fue la transición hacia una estructura de gobernanza enfocada en agrupaciones de países (clústeres), diseñada para unificar la cultura organizacional y difundir estrategias de forma ágil y cohesiva en todos los países donde opera. Este movimiento estuvo respaldado por una fuerte inversión en capital humano, priorizando la retención de talentos.

Durante el año, la organización promovió el intercambio de profesionales, trasladando talentos de Brasil a ubicaciones internacionales e incorporando expertos de filiales al equipo corporativo. Esta circulación de conocimiento no solo unificó la filosofía del grupo, sino que también fomentó el desarrollo de líderes locales con visión global, preparando el terreno para la implementación del futuro Centro de Excelencia Comercial. Con ello, la actuación internacional adoptó un enfoque dinámico, basado en la prospección continua de socios estratégicos y en la adaptación rigurosa a las diferentes exigencias regulatorias.

Unidad Farma Internacional

La eficacia de esta nueva estructura se reflejó en un pipeline robusto, con el lanzamiento de 35 productos en 16 países de América Latina y dos países de África. Estos fueron algunos de los logros más destacados:

- Perú: lanzamiento de Cefdinir® suspensión, convirtiendo a Eurofarma en la única en el país en ofrecer este antibiótico de tercera generación.
- Chile: introducción del apixabán, posicionando a la compañía como una de las primeras en lanzar la versión genérica de esta molécula en el mercado chileno.
- Argentina: lanzamiento de la empagliflozina, fortaleciendo la línea de diabetes con la oferta del genérico de esta importante molécula.
- América Central: introducción del Bupropión XR® en Costa Rica, El Salvador y Honduras, siendo el primer genérico de liberación controlada disponible en estos países.
- Venezuela: incluso ante las adversidades del mercado, la operación demostró resiliencia al lanzar cuatro nuevos productos.
- África: consolidación de las operaciones con el lanzamiento de seis productos en Angola y cuatro productos en Mozambique.

Oncología internacional

Lanzamiento de siete moléculas en 10 países, ampliando el acceso a terapias oncológicas estratégicas en la región. El principal hito es GOVOLYX® (goserelina), un implante subcutáneo de liberación prolongada indicado para el tratamiento del cáncer de próstata hormonodependiente. Las ventajas competitivas de este producto estratégico del portafolio incluyen eficacia clínica comprobada, comodidad posológica y relevancia terapéutica en una indicación de alta prevalencia, lo que sustenta su buen desempeño en los mercados donde se ha lanzado.



En 2025, Genfar, la marca de genéricos del Grupo Eurofarma en América Latina (con excepción del mercado brasileño), avanzó de forma consistente en su estrategia de crecimiento regional, fortalecimiento operativo y generación de impacto social positivo.

La compañía amplió su operación logística con la implementación de entregas certificadas, ya en funcionamiento en países como Colombia, integrando todos los eslabones de la cadena en un modelo de extremo a extremo más ágil, seguro y eficiente. Esta iniciativa contribuyó a reducir plazos de entrega, a optimizar costos, a disminuir desperfectos y a elevar el estándar de calidad del servicio, reforzando la confianza de clientes y socios y alineándose con la estrategia del Grupo Eurofarma de ampliar el acceso a la salud con calidad y eficiencia.

En el campo de la expansión geográfica, Genfar proyectó nuevos avances para 2025 con la ampliación de su portafolio — que ya supera las 170 moléculas y 810 SKUs —, el lanzamiento de productos y planes de expansión. La marca también avanzó en su estrategia de internacionalización al iniciar operaciones en Chile y Bolivia en 2025, tras su llegada a países de América Central en los años anteriores. La incursión en estos nuevos mercados vino acompañada de la formación de un equipo local, la implementación del sistema SAP y la alineación con los procesos corporativos del Grupo Eurofarma, fortaleciendo el liderazgo regional de Genfar en América Latina.

Actualmente, la empresa tiene presencia en 11 países de la región y su proceso de expansión seguirá consolidándose los próximos años.

Segmento Hospitalario Internacional

Fortalecimiento de la oferta de soluciones para el entorno hospitalario con el lanzamiento de 11 moléculas en nueve países. Destaca REBRIVE® (sugammadex), indicado para la reversión del bloqueo neuromuscular inducido por rocuronio o vecuronio en procedimientos quirúrgicos, contribuyendo a una mayor seguridad y eficiencia en el periodo posoperatorio, ya que proporciona una mayor previsibilidad de reversión y soporte al flujo asistencial hospitalario.

OTC Internacional

2025 marcó un año de importantes logros para la unidad OTC Internacional. La combinación de marcas en crecimiento sostenible y movimientos estratégicos de expansión reforzó la evolución de la línea durante el periodo. En un mercado colombiano de analgésicos que mantiene una trayectoria de crecimiento, la operación siguió capturando oportunidades y fortaleciendo activos relevantes del portafolio.

Entre ellos, Calmidol® Colombia destaca como una adquisición que viene desempeñándose por encima del mercado, con un crecimiento sostenible del 1,02% en cuota de mercado. Por su parte, Pax, la principal marca de la operación colombiana, mantuvo su trayectoria positiva, alcanzando el 10% de market share y posicionándose como la cuarta marca con mayor venta unitaria de antigripales en el país.

Otro hito del año fue la alianza con Biocodex® para la comercialización de Floratil, la principal adquisición de 2025 para la línea.

Proyectos globales

Además, Eurofarma avanzó en proyectos globales de lanzamientos simultáneos, como el premarketing del cenobamato (XCOPRI®), para la epilepsia, y la consolidación regional de Suganon® (evogliptina), una terapia innovadora para pacientes con diabetes tipo 2. Esta forma de actuación garantiza que los proyectos nazcan con una estructura global desde su concepción, asegurando lanzamientos en tiempo y forma para marcar la diferencia en todas las localidades donde Eurofarma está presente.

Sistema de Calidad

GRI 3-3: Calidad y seguridad del producto

Fundamentada en el modelo ICH Q10, directriz internacional que define un modelo de Sistema de Calidad Farmacéutica (PQS) robusto para todo el ciclo de vida del medicamento (desde el desarrollo hasta la fabricación), Eurofarma asegura la excelencia en la fabricación y distribución de sus productos farmacéuticos, veterinarios, cosméticos y alimenticios. El objetivo es garantizar que todos los artículos correspondan a la finalidad prevista y cumplan rigurosamente los requisitos de registro y las autorizaciones regulatorias.

Esta gestión abarca desde la recepción de insumos hasta la liberación para su comercialización. Por medio de la incorporación de las Buenas Prácticas de Fabricación (BPF) y de las Buenas Prácticas de Laboratorio (BPL), la empresa monitorea procesos y controles para mantener un estado de cumplimiento continuo. Para ello, los empleados reciben capacitaciones constantes en los procedimientos internos para asegurar la entrega de servicios y productos regidos por la seguridad y eficacia.



CONTROL Y TRAZABILIDAD

- **Calificación de Proveedores:** proceso estructurado de selección, calificación, aprobación y mantenimiento de socios comerciales.
- **Identificación de Materiales:** sistema de identificación para cada material (componentes, materias primas y productos terminados) presente en todas las etapas de producción.
- **Trazabilidad por Lote:** cada producto fabricado recibe un número de lote exclusivo. El acondicionamiento final muestra obligatoriamente este número, el código correspondiente, la fecha de fabricación y la caducidad.
- **Distribución estandarizada:** logística definida y organizada para mantener la calidad y la integridad del producto hasta la entrega final al cliente.



Segmentos de actividad

GRI 2-6

Genéricos

El segmento de Genéricos cerró el año con ingresos un 12% por encima del presupuesto proyectado y un crecimiento del 22% en comparación con el año anterior. La participación de mercado (market share) de la compañía alcanzó el 15,7%, consolidando su posición como vicelíder del sector.

La unidad también mantuvo el liderazgo en importantes áreas terapéuticas, como Sistema Nervioso Central (SNC) y Disfunción Eréctil, y presentó un sólido desempeño en la línea Cardiovascular, gracias a una de las características diferenciales de la empresa, que es su capacidad de estar presente y operar de forma distribuida en diferentes regiones y canales, alcanzando un gran número de puntos de venta en Brasil.

Los genéricos de Eurofarma gozan de una reputación de calidad y confianza en toda su cartera. En un estudio conducido por Sindusfarma en colaboración con el instituto IPSOS, los genéricos de Eurofarma destacaron como los de mayor calidad en la percepción de médicos de diversas especialidades.

Portafolio y lanzamientos

Entre los 16 lanzamientos más recientes, se destacan:

- **Dapagliflozina:** considerada la mayor victoria del año, su lanzamiento se anticipó gracias al desarrollo de una formulación propia que no infringía la patente del medicamento, convirtiéndose en uno de los primeros laboratorios con registro propio en ingresar a este mercado. El producto alcanzó volúmenes de ventas significativos, cerrando 2025 con más de 1 millón de unidades vendidas y generando una facturación superior a los 114 millones BRL. Este medicamento está indicado para el tratamiento de la diabetes mellitus tipo 2, además de ser utilizado en programas como Farmácia Popular.
- **Lisdexanfetamina:** el producto se consolidó en 2025 entre los tres de mejor desempeño, encabezando la demanda en el mercado de genéricos. La molécula se destina al tratamiento del Trastorno por Déficit de Atención con Hiperactividad (TDAH), integrada en la línea de Sistema Nervioso Central, en la cual la organización ostenta el liderazgo de mercado.

Hoy, la empresa cuenta con el segundo mayor portafolio de genéricos del país y lidera el denominado "mercado montado" — análisis que compara el desempeño entre moléculas idénticas de la competencia. Esta diversidad de productos facilita la presencia en las grandes cadenas de farmacias, responsables de cerca del 50% de las ventas en Brasil.



Eurofarma mantuvo la estabilidad de sus márgenes netos, incluso en un entorno de alta competencia y presión de precios.

Institucional

Con el objetivo de ofrecer más agilidad y una mejor experiencia a los clientes, en 2025 Eurofarma avanzó en la consolidación de una nueva estructura que integró las áreas de Oncología, Hospitalaria y Licitaciones bajo una única dirección: la Unidad de Negocios Institucional.

Este cambio partió de un principio simple y esencial: mostrarse al mercado como una sola empresa, respondiendo de forma más eficiente a las necesidades de hospitales, clínicas y gestores públicos. Dicha integración también permitió capturar oportunidades que antes se perdían debido a una actuación fragmentada.

Hoy, la nueva estructura, integrada por un equipo de casi 100 personas, se divide en:

- **Canal Privado:** atiende los segmentos Hospitalario y Oncología en hospitales y clínicas privadas.
- **Canal Público:** atiende los segmentos Hospitalario y Oncología (además de todo el portafolio de marcas y genéricos de Eurofarma) por medio de licitaciones públicas.

Resultados

En 2025, el área de Oncología conquistó el liderazgo de mercado con la fluorouracilo (comercializada como Flusan®), un medicamento quimioterápico inyectable indicado para el tratamiento paliativo de diversos tumores sólidos, incluyendo cáncer de colon, recto, mama, estómago, páncreas, hígado, útero, ovario y vejiga

También se lanzaron dos nuevos productos - Karbo® (carboplatino) y Fiprima® vial (filgrastim) -, ampliando las posibilidades dentro de la línea. Hoy, el área cuenta con 25 proyectos de desarrollo interno y otros 26 proyectos de licenciamiento en evaluación para ampliar su cartera de productos actual.

El segmento Hospitalario mantuvo una posición sólida y, con la reestructuración del área institucional, buscó optimizar sinergias y estandarizar su comunicación con el mercado, enfocándose en su fuerza de ventas directa, la cual representó el 72% de las ventas realizadas en el último año. Uno de los principales hitos del periodo fue liderar el mercado de la heparina, con la marca Heptar®, una molécula con 50 años de existencia que resulta fundamental para cirugías cardíacas y hemodiálisis.

En términos de innovación, el lanzamiento del Antara IV® representó un avance significativo para la calidad de vida de los pacientes con epilepsia, al ofrecer la primera opción de tratamiento inyectable para las crisis, cubriendo una necesidad que antes solo se atendía por vía oral. En la actualidad, la empresa cuenta con 17 proyectos de desarrollo interno que se suman a los 20 proyectos de licenciamiento para el crecimiento del portafolio de la unidad.



FORTALECIMIENTO DE LA CADENA DE VALOR

La cualificación técnica y la transparencia en los procesos son temas esenciales para Eurofarma. En este sentido, el GAFO (Grupo de Evaluación de Proveedores), compuesto por 34 instituciones de salud, alcanzó su sexta edición en 2025, consolidando a la compañía como un referente técnico para farmacéuticos de diversas instituciones de salud del país. Su objetivo es capacitar a estos profesionales para que comprendan y auditen los rigurosos estándares de calidad exigidos a un proveedor de excelencia, garantizando mayor seguridad en toda la cadena de suministro hospitalaria.

El proyecto está estructurado bajo un modelo híbrido de aprendizaje, comenzando con clases teóricas impartidas de forma online por especialistas internos de áreas como Control de Calidad, Farmacovigilancia y Formación. En 2025, 21 instituciones y 52 farmacéuticos participaron en la capacitación.

Eurofarma también recibió 10 certificaciones de excelencia como proveedor hospitalario en 2025, concedidas por instituciones como Unimed Varginha, Hospital Felício Rocho, Hospital Home, Unimed Leste Paulista, Hospital Lago Sul, Hospital de Caridade de Erechim, Hospital Evangélico de Londrina y Unimed Jau.

Estas evaluaciones consideran criterios esenciales para la operación hospitalaria, tales como la calidad del servicio de la Fuerza de Ventas, el cumplimiento de plazos, las condiciones de entrega, la eficiencia en la posventa, el abastecimiento continuo, la ausencia de desviaciones y la observancia de precios.

OTC (venta libre)

En 2025, el ramo de OTC presentó un crecimiento en la demanda del 14,32% (CPP)⁸, superando el promedio del mercado del 8,8%. Por primera vez se superó la barrera de los 400 millones BRL en facturación (PPP)⁹, consolidando una evolución continua (CAGR) del 18% anual en los últimos cinco años. Este resultado refleja las iniciativas centradas en la marca, la expansión de canales y la innovación digital.

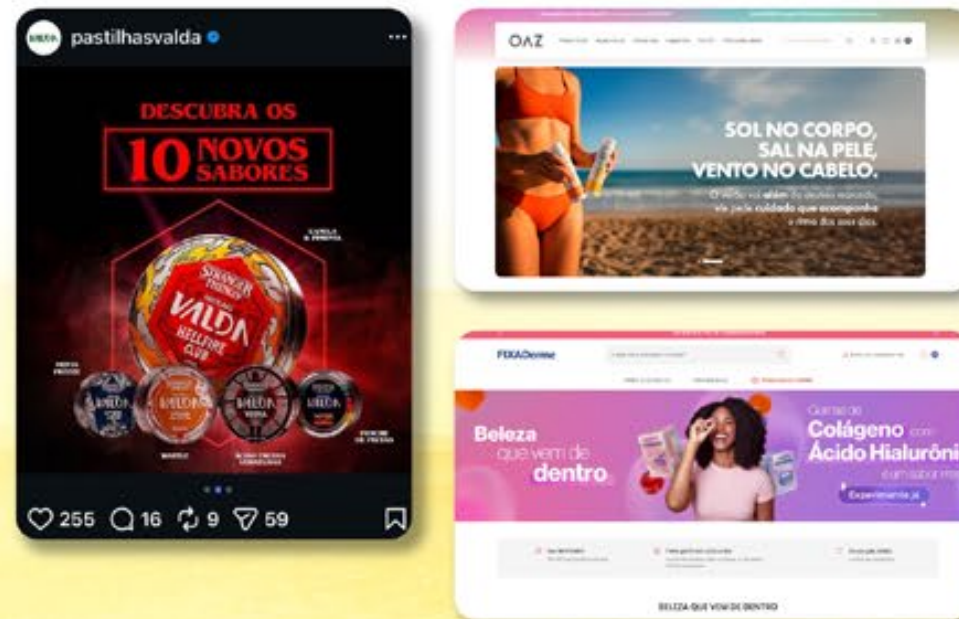
El año estuvo marcado por el rebranding estratégico de la marca Valda®, con el lanzamiento de nuevas presentaciones y sabores, además del regreso de las tradicionales latas metálicas, que facilitan el proceso de reciclaje. Además, un estudio demostró que entre el 60% y el 70% de los consumidores asocian a Valda con un beneficio para la salud, lo que impulsó el lanzamiento de los primeros medicamentos de la línea: Valda V-Tosse® y Valda V-Jet®. La estrategia de marketing apostó además por el público joven mediante alianzas de alto engagement como con la serie Stranger Things, la cual explotó el carácter coleccionable del producto y generó una fuerte repercusión.

La marca OAZ® también registró un desempeño expresivo al encabezar las ventas de protectores solares unitarios en farmacias en diciembre de 2025, liderazgo que se mantuvo al inicio de 2026. El resultado se vio impulsado por estrategias de marketing de guerrilla, campañas 100% digitales y activaciones de alto impacto, como la colaboración con Bob Esponja y las acciones durante el Carnaval en Sao Paulo.



CANALES DIGITALES Y E-COMMERCE

La empresa realizó el primer live commerce B2B de su historia durante el lanzamiento vinculado a la campaña Stranger Things. En el mismo período, se activaron los e-commerces propios de las marcas OAZ®, inaugurando un nuevo frente de ventas directas al consumidor. Aunque todavía representan alrededor del 0,5% de los ingresos totales, estos canales tienen un potencial de crecimiento relevante.



INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA) Y ESTUDIO ÁGIL

En colaboración con la start-up Maggu, que desarrolla iniciativas de gamificación para dependientes y dependientas con el fin de acelerar la demanda en el punto de venta, Eurofarma creó pruebas de concepto de producto basadas en inteligencia artificial, reduciendo el tradicional tiempo de 90 días de estudio a hasta cuatro semanas.

A finales de año, Eurofarma anunció el lanzamiento de Rehidrat®, su nueva línea de bebidas isotónicas de alto rendimiento, formuladas para brindar una hidratación rápida, eficaz y adecuada para los diferentes momentos de consumo. Con una combinación exclusiva de electrolitos, el producto contiene glucosa en lugar de azúcar refinada, tiene la mejor composición de sales del mercado y además es completamente estéril, garantizando mayor seguridad y calidad. La llegada de Rehidrat® refuerza la estrategia de la compañía de ampliar su presencia en el mercado de productos OTC (Over The Counter) y consolidar su portafolio en categorías con gran potencial de crecimiento.

Pearson

Para la unidad de salud animal de Eurofarma, 2025 se caracterizó por ser un período de ajuste de ruta y reposicionamiento de portafolio. Luego de un excelente desempeño en 2024, impulsado por ventanas de oportunidad en el mercado, la unidad se enfocó en la cualificación de sus activos y en la expansión de fronteras.

La principal directriz estratégica es la transposición del rigor técnico y la calidad de la industria farmacéutica humana al sector veterinario. En este sentido, un hito histórico fue la concesión de licencias de los bloques 5, 7 y 9 del complejo industrial de Itapevi (Sao Paulo) ante el Ministerio de la Agricultura brasileño para la producción de la línea veterinaria. Este movimiento otorga a Pearson una agilidad sin precedentes en Investigación y Desarrollo (I+D), permitiendo aprovechar formulaciones estables y plantas ya certificadas por organismos como Anvisa y la FDA para el mercado de salud animal.

La estrategia se dividió entre fortalecer la línea de Animales de Producción y la expansión agresiva en el segmento de Animales de Compañía (Pet):

- **Línea Pet (animales de compañía):** enfoque en la creación de un portafolio robusto, con énfasis en la gama analgésica completa (Algiprofen® y Ducox®) y en el rediseño de la marca de suplementos Nutricore®. La línea pasó por un proceso de reformulación técnica, adoptando presentaciones en comprimidos palatables para asegurar mayor adherencia al tratamiento y facilidad para los dueños.
- **Línea de Producción:** avance en el protocolo de tratamiento del ganado lechero con la ampliación de la familia NewMast®, enfocada en la lucha contra la mastitis. Se lanzaron el NewMast VS® (sellador para vacas en el periodo seco) y, a inicios de 2026, el NewMast Vaca Lactante®. En el segmento de nutrición, el producto destacado fue Inosell®, un inoculante para ensilaje desarrollado para aumentar la estabilidad y eficiencia en la alimentación animal.

Pearson actualmente mantiene un pipeline con más de 60 proyectos mapeados, 25 de los cuales están en la fase activa de desarrollo. La innovación se ve potenciada por alianzas estratégicas con startups y universidades de vanguardia en Brasil. Fuera del país, la unidad implementó un área de exportación propia, iniciando operaciones en América del Sur (Colombia, Argentina, Uruguay, Paraguay y Perú) y prospectando mercados en México, Nigeria y Medio Oriente.

Pearson trabaja para estar entre las cinco mayores empresas farmacéuticas veterinarias de Brasil en los próximos diez años, siempre guiada por la ciencia, la innovación y el compromiso con el bienestar animal.



Creolina®

El producto icónico de la unidad, la Creolina®, sigue siendo uno de los pilares de facturación e iniciará un proceso de certificación ante la Anvisa para elevar aún más su estándar de calidad.

8. Pharmacy Price Point, métrica de mercado que representa el precio al cual la farmacia compra el producto de la industria o del distribuidor.
9. Compound Annual Growth Rate, evolución continua o la tasa media de crecimiento anual.

Productos de prescripción

En 2025, Eurofarma consolidó su liderazgo en este segmento, manteniéndose entre los laboratorios con mayor prescripción médica en Brasil. El año presentó desafíos relevantes, con una contracción del mercado de marcas maduras y un crecimiento concentrado principalmente en medicamentos genéricos y en los lanzamientos de análogos de GLP-1¹⁰.

Aun así, la unidad registró un crecimiento cercano al 11% en facturación (ventas internas), en línea con la expansión de la demanda en el canal retail, que aumentó un 11,36%, ambos resultados por encima del promedio del mercado. Este desempeño se tradujo en un aumento de la cuota de mercado en un entorno altamente competitivo y permitió alcanzar el hito histórico de 4.500 millones BRL en demanda (IQVIA Real PPP).

Amplia presencia en 12 clases terapéuticas (Nivel 1), lo que refuerza la capacidad del segmento para cubrir múltiples segmentos

El portafolio terapéutico mantuvo un enfoque en la innovación y el crecimiento sostenible, en el que sobresale la línea de Sistema Nervioso Central (SNC), la más representativa de la unidad, que creció por encima del mercado de marcas y representó alrededor del 27% de la demanda total de la unidad. El medicamento Bup XL[®] se destacó con un aumento del 44% en su demanda, convirtiéndose en la segunda marca más relevante de la franquicia y manteniendo el liderazgo de la molécula.

Otra vertiente estratégica relevante fue la clase de Digestivo/Metabolismo, que presentó un CAGR del 24% durante los últimos cinco años, impulsada por el desempeño de marcas como Bedoze[®] y Suganon[®] (con un crecimiento anual aproximado del 20%). Complementariamente, la unidad amplió su portafolio a lo largo del año, con el lanzamiento de 12 marcas, y avanzó en la diversificación de negocios con la adquisición del 60% de Dermage, fortaleciendo así su presencia en el mercado de dermocosmética.



EUROFARMA Y NOVO NORDISK

Un hito estratégico en 2025 fue la alianza firmada con Novo Nordisk, líder mundial en tratamientos para la diabetes y la obesidad. A través de este acuerdo — el primero de esta naturaleza realizado por la multinacional danesa en el mundo — Eurofarma empezó a comercializar los medicamentos Poviztra[®] y Extensior[®].



Suganon[®]

Antidiabético oral indicado para el tratamiento de la diabetes mellitus tipo 2, Suganon es un producto innovador de Eurofarma por ser un inhibidor de la enzima DPP-4 de última generación, no existiendo en el mercado un producto similar con el mismo principio activo.

Bedoze[®]

Primera vitamina B12 inyectable lanzada para atender a un público específico (enfermedad de Andrade), demostrando un crecimiento significativo en un año.

Terza[®]

Antibiótico de amplio espectro indicado para el tratamiento de diversas infecciones bacterianas sensibles, comercializado bajo la marca Momenta.

Bup XL[®]

Indicado para el tratamiento de episodios depresivos mayores y para ayudar a dejar de fumar.



Relación e innovación digital

La Unidad de Productos de Prescripción también reforzó su papel estratégico mediante iniciativas dirigidas a la relación con la comunidad médica, la educación continua y la innovación digital. Para fortalecer su relación con los médicos, Eurofarma amplió su presencia en los principales congresos de la especialidad y amplió la difusión de contenidos científicos en encuentros realizados en diferentes regiones del país.

El área también consolidó el uso de herramientas digitales para apoyar la labor de la fuerza de campo, con la implementación de Veeva CRM y Veeva MyInsights, que permiten la toma de decisiones basada en datos, aumentando la efectividad de las visitas médicas.

También se ha avanzado en el uso estratégico de la tecnología aplicada a la gestión del negocio de productos de prescripción. Uno de los aspectos más destacados fue el lanzamiento de GenIA, una solución de inteligencia artificial orientada al análisis ágil de datos de mercado. La herramienta permite responder, en tiempo real, a preguntas sobre desempeño de los productos, tendencias e indicadores del sector, respaldando decisiones estratégicas con mayor velocidad y profundidad analítica.

Además, la empresa aprobó un proyecto pionero para el desarrollo de la primera terapia digital para el TDAH aprobada por la Anvisa, destinada a adultos y niños.

10. Del inglés Glucagon-Like Peptide-1 (GLP-1): es una clase terapéutica de medicamentos cuyos análogos se utilizan en el tratamiento de afecciones como la diabetes y la obesidad.
11. Enfermedad genética rara, hereditaria y degenerativa, caracterizada por el depósito de proteínas anormales (amiloides) en los nervios y órganos, que afecta principalmente a la sensibilidad y a la fuerza de los miembros inferiores, pudiendo ser fatal si no se trata.

Iniciativas destacadas

Amigo Residente

Proyecto de apoyo a la residencia médica que integra visitas médicas presenciales y una plataforma digital, ofreciendo contenidos científicos, simulaciones de casos clínicos y materiales de apoyo a los que se accede a través de EurON | Pro. Creada en 2015, esta iniciativa ha evolucionado a lo largo de los años y cobró aún más relevancia durante la pandemia (2020-2021), con la ampliación de los contenidos digitales, garantizando la continuidad del apoyo educativo a los residentes en un período de restricciones al contacto presencial.

En 2025, Amigo Residente cumplió 10 años, consolidándose así como una plataforma estratégica y ampliando su alcance mediante las alianzas con Medway y Patient 360. El programa impacta a cerca de 11.500 médicos residentes de diferentes especialidades, universo en el que Eurofarma encabeza los productos farmacéuticos de prescripción, con aproximadamente el 10% de participación.

Amarillo el año entero

Este proyecto es una iniciativa de sensibilización continua sobre la prevención del suicidio y el cuidado de la salud mental, extendiendo el alcance de la campaña de septiembre a todos los meses. Su objetivo es erradicar el estigma, fomentar una cultura de acogida, el diálogo abierto sobre los sentimientos y el apoyo continuo para quienes necesitan ayuda, transformando la prevención en una práctica diaria.

Visita a la fábrica

En 2025, la visita de más de 90 médicos a la fábrica de Eurofarma fue un gran éxito y un hito importante para la empresa. Esta iniciativa fortaleció la relación con la comunidad médica, fomentó la transparencia en los procesos y reforzó el compromiso de la empresa con la calidad, la seguridad y la innovación.

Máquina de Muestras

En 2025, este proyecto logró avances significativos, ampliando el acceso de médicos y pacientes a inicios de tratamiento seguros y de acuerdo con las normas regulatorias. El parque de máquinas instaladas creció un 88% — de 17 a 32 unidades —, con expansión de las operaciones en Sao Paulo, en los tres estados del sur del país y en Brasilia. A lo largo del año, más de 1.700 médicos utilizaron el sistema, que dispensó alrededor de 35.000 muestras, lo que garantizó un acceso rápido y de calidad a miles de pacientes y reforzó el impacto social y el carácter innovador de la iniciativa.

Para 2026 se prevé la instalación de 13 nuevas máquinas y la ampliación de la tecnología embarcada, con mejoras encaminadas a optimizar aún más la experiencia de los médicos. La expansión también incluirá clínicas y hospitales de mayor relevancia para el segmento de productos de prescripción, fortaleciendo el alcance y la efectividad del proyecto.

Reconocimientos

En 2025, el desempeño de la unidad de Prescripción de Eurofarma fue distinguida con importantes galardones del sector farmacéutico. Por segundo año consecutivo, la Unidad Farma fue elegida Mejor Fabricante de Medicamentos de Marca en el premio Parceiros do Ano [Socios del Año], promovido por la ABRAFARMA, principal asociación que reúne a las principales cadenas de farmacias y droguerías de Brasil. La distinción evalúa criterios como el desempeño comercial, la calidad de las alianzas con el sector minorista y el impacto en el mercado, considerándose un indicador de excelencia y relevancia estratégica en la industria farmacéutica nacional.

Además de este reconocimiento institucional, Eurofarma también se destacó en el área de marketing, con varios proyectos y productos finalistas en los premios Lupa de Ouro en diferentes categorías. Campañas y marcas como Dexfer®, Bup XL® y Prysma® se destacaron en Desempeño de Marketing, reforzando la solidez de la estrategia de comunicación y el fortalecimiento de las marcas ante el mercado y los profesionales de la salud.

Incremento del
88%
en el parque
de máquinas
instaladas



MOMENTA

El año de Momena, unidad de negocio del Grupo Eurofarma enfocada en el segmento de prescripción, con productos para diversas especialidades médicas, además de productos OTX y suplementos dietéticos, estuvo marcado por la expansión estratégica de su portafolio. Entre los principales avances se destaca el lanzamiento de una línea publicitaria dedicada a la marca Densis®, para el tratamiento de la osteoporosis, que cerró el año como uno de los mayores aumentos de facturación de la unidad.

Sobresalieron también el MEC 12®, una opción asequible en el mercado para tratar y prevenir la deficiencia de vitamina B12, y el Tercen®, antibiótico exclusivo del Grupo Eurofarma indicado para infecciones bacterianas sensibles y que trata la neumonía, la bronquitis, la faringitis y las infecciones de la piel en adultos y niños.



Además, Momena intensificó su presencia institucional y médica a lo largo del año, con participación en congresos de ortopedia, reumatología, urología y una fuerte labor técnica, con clases médicas, participaciones en jornadas y presencia en congresos académicos.

Servicios a terceros

El modelo de negocio del segmento de Tercerización (CMO) es responsable de la producción de medicamentos que son distribuidos y vendidos por otros laboratorios. Con más de 50 años de experiencia en este frente, la unidad se consolidó en 2025 como un pilar estratégico para incrementar la rentabilidad y reducir los costos operativos de la compañía, registrando un crecimiento real de entre un 8% y un 10% respecto al año anterior.

En 2025, el desempeño en Brasil superó las expectativas. En los mercados internacionales, los ingresos fueron impulsados por ventas récord en Argentina. Más allá del crecimiento de los ingresos, la unidad de negocios entregó una mayor rentabilidad que en 2024, sustentada por una rigurosa optimización de costos y mejoras en la eficiencia operativa.



Relación con los clientes

GRI 2-6, 416-1, 417-1

SASB HC-BP-240a.1, HC-BP-260a.1, HC-BP-260a.2

GRI 3-3: qualidade e segurança do produto

Todas las operaciones de Eurofarma cumplen con las Buenas Prácticas de Fabricación (BPF), de acuerdo con las normas sanitarias de los países donde la empresa está presente¹⁴. Para garantizar el control continuo de los procesos y la trazabilidad total de la cadena de insumos y de la distribución final, se utilizan sistemas y herramientas integrados de monitoreo de la calidad.

La calidad y la seguridad de los productos Eurofarma están aseguradas durante todo el ciclo de vida, desde la recepción de los insumos hasta la aprobación final de su comercialización. Todos los productos y servicios pasan por procedimientos internos estructurados, que evalúan contexto, riesgos, oportunidades y cumplimiento, siguiendo las directrices de las normas internacionales ISO 14001 e ISO 50001, para las cuales la empresa está certificada y sometida a auditorías independientes y periódicas, además cumplir rigurosamente los requisitos de la Anvisa.

GRI 417-1

A cada lote de producto fabricado se le asigna un número único y su acondicionamiento muestra claramente información crucial — como marca, molécula, número de lote, código correspondiente, fecha de fabricación (cuando proceda) y la fecha de vencimiento —, manteniendo toda la trazabilidad de cada producto dentro del sistema y cumpliendo íntegramente con las normativas de etiquetado y trazabilidad vigentes y aplicables.

Para garantizar la integridad de los productos y prevenir fraudes, se implantan medidas de seguridad en todas las unidades de venta. Los acondicionamientos secundarios están dotados de mecanismos de cierre irreversibles en caso de apertura (etiqueta de seguridad personalizada con el logo de la empresa o pegamento específico utilizado en los equipos de acondicionamiento secundario), que permiten detectar cualquier intento de manipulación.

En 2025 no hubo ningún caso de incumplimiento relativo a los impactos de las categorías de productos y servicios en la salud y la seguridad.

GRI 416-2

Cabe mencionar que los elementos que componen los empaques de los medicamentos incorporan información relevante, como el número de registro en la Agencia Brasileña de Vigilancia Sanitaria (Anvisa)/ Ministerio de Salud, el nombre del farmacéutico responsable y su registro en el Consejo Regional de Farmacia (CRF), así como como el teléfono de Atención al Cliente (SAC) para resolver cualquier duda y la presencia de tinta reactiva y/o serialización que garantiza la autenticidad del producto.

GRI 417-1

Dado que están exentos de prospectos físicos, la información de los productos clasificados como alimentos y veterinarios se pone a disposición mediante un código QR. Eurofarma también cuenta con un sitio web de apoyo para facilitar la consulta de prospectos de todos sus productos. [Haga clic](#) aquí para acceder.

La compañía también invierte en el mantenimiento de una relación estrecha y continua con farmacias, distribuidores, profesionales de la salud y pacientes, trabajando permanentemente para mejorar sus canales de comunicación y atención. Uno de los principales ejemplos es la Central de Atención de Eurofarma (CAE), compuesta por farmacéuticos especializados y dedicada a responder a las consultas de los profesionales sanitarios y de los consumidores finales con agilidad, calidad técnica y fiabilidad.

Además, los clientes pueden contactar con la Central de Atención de Eurofarma (CAE) a través de cualquiera de los canales oficiales de Eurofarma para reportar sospechas de falsificación de productos. Durante la atención, se lleva a cabo una evaluación detallada basada en los principales elementos de autenticidad, tales como: número de lote, etiqueta de seguridad y código DataMatrix (cuando corresponda).

En caso de identificarse cualquier divergencia, se instruye al cliente a que suspenda inmediatamente el uso del producto, el cual es recolectado y enviado para su análisis. Ante la sospecha de falsificación, la CAE notifica al área de Garantía de Calidad – Reclamación de Mercado, así como a Farmacovigilancia, para que se inicien las investigaciones. Al finalizar los análisis, la CAE coordina con Farmacovigilancia la necesidad de incluir alguna observación del área en la respuesta al cliente.

SASB HC-BP-260a.2

Todos los etiquetados contienen la información requerida por la normativa de los organismos responsables de cada país para garantizar el uso seguro de los productos.
GRI 417-2



CENTRAL DE ATENCIÓN DE EUROFARMA (CAE)

Atención: de lunes a viernes, de 8:00 a 17:00 h.

0800-704-3876

euroatende@eurofarma.com

eurofarma.com.br/fale-conosco



Acciones e iniciativas para promover el acceso a productos de salud SASB HC-BP-240a.1

En 2026, Eurofarma consolidó su papel como referente en la ampliación del acceso a tratamientos esenciales al convertirse en la primera compañía farmacéutica nacional autorizada para producir la versión genérica de la dapagliflozina — indicada para diabetes tipo 2, insuficiencia cardíaca y enfermedad renal crónica — en cumplimiento con la legislación de patentes. Posteriormente, amplió su portafolio con el lanzamiento del similar de la marca Glif, fortaleciendo así la oferta de alternativas terapéuticas de calidad.

Como parte de su estrategia para democratizar el acceso, la empresa trabajó para incluir ambos medicamentos en el programa Aqui Tem Farmácia Popular del Gobierno de Brasil. Esta medida permitió el acceso gratuito al tratamiento de pacientes con diabetes mellitus tipo 2, de 65 años o más, atendidos por el SUS (sistema público de salud brasileño).

La iniciativa promueve una expansión rápida y sostenible de la disponibilidad del tratamiento, generando un impacto directo en la equidad y en la adherencia terapéutica. Entre los beneficios más relevantes para el sistema público de salud, destacan los siguientes:

- Ampliación de la oferta en el SUS: la producción nacional fortalece la disponibilidad del medicamento, reduce la dependencia de las importaciones y mitiga los riesgos de desabastecimiento.
- Sostenibilidad del sistema: la introducción de las versiones genérica y similar optimiza los recursos públicos, permitiendo aumentar el número de pacientes atendidos.

Las acciones de Eurofarma contribuyen a fortalecer el acceso equitativo, garantizar la continuidad del tratamiento y promover la sostenibilidad de los cuidados a pacientes con diabetes tipo 2 en el sistema público de salud, reforzando el compromiso de la empresa con el impacto social y la eficiencia en salud.

14. Regulaciones actualmente vigentes en Brasil y supervisadas por la Agencia Nacional de Vigilancia Sanitaria (ANVISA), además de regulaciones específicas de otros organismos reguladores, como: Digemid, Invima, FDA, Cofepri y EMA, entre otros.



07

Innovación que mueve el mañana

GRI 3-3

 Capital intelectual  Capital humano

 Investigación, desarrollo e innovación  Gestión de datos e inteligencia artificial

La innovación es uno de los pilares estratégicos de Eurofarma y está directamente conectada con su crecimiento sostenible en Brasil y en el exterior. En 2025, la empresa invirtió 712 millones BRL en proyectos de I+D, equivalente al 5,7% de sus ingresos netos, manteniéndose en un nivel consistente con la estrategia de priorizar la innovación como pilar esencial para el camino de innovación y expansión del portafolio.

Para seguir avanzando en su camino de innovación, Eurofarma trabaja sobre la base de una planificación sólida. La empresa opera con base en una sólida planificación de Investigación y Desarrollo (I+D) orientada a ampliar continuamente el portafolio y ofrecer productos de alta calidad, alineados con las necesidades de los mercados en los que está presente.

El camino de innovación de la empresa se organiza en cuatro pilares complementarios:

- 1. Desarrollo de similares y genéricos:** con lanzamientos de marcas y primeros genéricos
- 2. Innovación incremental:** enfocada a satisfacer demandas aún no cubiertas por el mercado por medio de nuevas asociaciones, concentraciones y formas farmacéuticas.
- 3. Innovación disruptiva mediante asociaciones:** basada en licencias y codesarrollo con empresas globales de biotecnología para introducir moléculas novedosas en América Latina.
- 4. Innovación disruptiva propia:** dirigida al desarrollo de moléculas y soluciones farmacéuticas propias.

En 2025, estas iniciativas se tradujeron en 107 lanzamientos en Brasil y 193 introducciones en las operaciones en los demás países. Actualmente, todo este trabajo lo lleva a cabo un equipo de más de 770 científicos y está respaldado por la infraestructura del Eurolab, el parque de innovación farmacéutica más grande de América Latina. Ubicado en la planta de Itapevi (São Paulo), este complejo de 21.000 m² reúne una estructura tecnológica avanzada y un ecosistema integrado de investigación, desarrollo e innovación, que sitúa a Eurofarma como referente en el sector.

DESTAQUES DE 2025

9 estudios clínicos con innovaciones incrementales

Más de 1.000 pacientes en estudios clínicos

87 centros de investigación activos dirigiendo estudios clínicos

+ 770 científicos y profesionales dedicados al desarrollo de nuevos productos

712 millones BRL invertidos en proyectos de I+D

+350 proyectos en pipeline, un 26% de ellos referentes a productos innovadores

2.000 moléculas propias protegidas por patentes

Innovación disruptiva

La sólida inversión en innovación acerca a Eurofarma a su principal objetivo estratégico: desarrollar una innovación disruptiva propia, un hito sin precedentes para la industria farmacéutica de capital regional. Este esfuerzo está respaldado por un portafolio estructurado de proyectos orientados a la creación de nuevos fármacos, un proceso complejo que comprende, en términos generales, cinco grandes fases de estudio que pueden durar hasta 15 años (ver recuadro).



INCENTIVO A LA FORMACIÓN CIENTÍFICA

SASB HC-BP-330a.1

Eurofarma mantiene un acuerdo de colaboración con la Universidad de São Paulo (USP), por medio del Instituto de Ciencias Biomédicas (ICB) y de la Facultad de Ciencias Farmacéuticas (FCF), para ofrecer el Programa de Maestría Profesional en Innovación en Diagnóstico y Desarrollo de Fármacos y Medicamentos.

La iniciativa, enfocada en el codesarrollo de soluciones en salud digital y biotecnología, amplía la formación académica de los empleados, fortaleciendo habilidades técnicas y científicas alineadas con las necesidades de la empresa, al tiempo que contribuye al desarrollo y a la retención de talentos.

El Programa Posdoctoral en Innovación Disruptiva es otra iniciativa central para fortalecer el ecosistema de investigación de la compañía. Con el objetivo de integrar investigadores altamente cualificados en diferentes áreas del conocimiento, el programa cuenta actualmente con diez investigadores posdoctorales dedicados a la identificación y desarrollo de nuevos fármacos. Estos profesionales trabajan de forma colaborativa, ubicados tanto en el centro de investigación Eurolab como en universidades asociadas, reforzando la conexión estratégica entre Eurofarma y la academia para acelerar la innovación.



CÓMO NACE UN NUEVO MEDICAMENTO

- 1. Descubrimiento previo**
- 2. Drug Discovery**
- 3. Fase preclínica**
- 4. Fase clínica**
- 5. Evaluación por parte de agencia de regulación**

Inteligencia artificial y transformación digital

GRI 3-3: Gestão de Dados e inteligência artificial

En 2025, la cultura de innovación en Eurofarma se consolidó como un proceso estructurado e integrado en todas las áreas de la organización. Al dejar de ser una iniciativa aislada, se convirtió en parte del día a día de las áreas, respaldada por una gobernanza clara y métricas que permiten monitorear el impacto de las nuevas tecnologías en el negocio.

El objetivo central es capacitar a los empleados para que utilicen herramientas avanzadas con el fin de aumentar la productividad y solucionar desafíos complejos de manera ágil. Así, durante el año, Eurofarma aceleró su proceso de transformación digital, consolidando el uso de tecnologías emergentes para optimizar procesos internos y mejorar la relación con el ecosistema de salud.

La estrategia estuvo marcada por la integración de la Inteligencia Artificial (IA) en varios frentes de negocio y por la maduración de plataformas propias. El uso de la Inteligencia Artificial Generativa se expandió a toda la organización a través de itinerarios formativos para los empleados, capacitando a los equipos para el uso consciente y estratégico de estas herramientas.

Durante el año, la compañía también creó una política interna de seguridad enfocada en la concienciación sobre el buen uso y los riesgos de la inteligencia artificial. Este documento permite que todos los colaboradores estén conectados con los avances de la compañía y con las mejores prácticas relacionadas con la materia.

El nuevo momento de Eurofarma en un escenario en el que la inteligencia artificial adquiere cada vez más relevancia en el mundo y en el sector farmacéutico ya indica aumentos sustanciales de productividad en proyectos estratégicos, los cuales generaron retornos financieros significativos.

En el área comercial, el aspecto destacado fue la evolución de Veeva, plataforma implementada en 2024 y actualizada en 2025 mediante el uso de Inteligencia Artificial para:

- **Ruteo Inteligente:** optimización de las rutas de visita los visitantes médicos, lo que resulta en una mayor cobertura del panel y en un aumento de la productividad en campo.
- **Módulo de recomendación:** apoyo en la toma de decisiones de los representantes, sugiriendo los mejores enfoques y contenidos basados en datos de desempeño e historial de visitas.
- **GenIA:** herramienta de IA orientada al análisis de datos de mercado, que permite respuestas rápidas sobre tendencias y desempeño de productos para asistir a la alta gerencia.

Además, en 2025 Eurofarma lanzó también infoDoctor, un asistente virtual con inteligencia artificial desarrollado para ayudar a médicos y profesionales de la salud con información rápida, segura y actualizada sobre los medicamentos del grupo. Disponible las 24 horas del día, esta herramienta fortalece la relación con la profesión médica al brindar nuevos servicios que combinan la innovación tecnológica con la atención sanitaria.

La digitalización de procesos aumentó la eficiencia y permitió una visión más centrada en el cliente.



CENTRO DE EXCELENCIA EN INTELIGENCIA ARTIFICIAL

En junio de 2025, Eurofarma lanzó el Centro de Excelencia en Inteligencia Artificial (CoE IA), compuesto por un equipo multidisciplinario de líderes de las áreas de Emprendimiento Digital, Tecnología de la Información, Personas y Organización, Comunicación y Jurídico, con el objetivo central de democratizar y difundir el uso de la tecnología en la organización.

Pilares del CoE IA

Cultura y formación	Desarrollar una cultura impulsada por la IA, con equipos empoderados y una mentalidad digital.
Gobernanza y ética	Garantizar la adopción ética, segura y transparente de la IA en toda la organización.
Integración con el negocio	Conectar las iniciativas de IA con las prioridades estratégicas y operativas de la empresa.
Tecnología y arquitectura	Establecer una base tecnológica sólida, escalable e interoperable para la IA.
Valor e impacto	Medir, comunicar y maximizar el valor generado por las soluciones de IA implantadas.



Para difundir esta iniciativa y los pilares del CoE IA, se creó Excelenc.IA, una campaña estratégica para involucrar, capacitar y estimular el uso seguro de la Inteligencia Artificial (IA) en todas las áreas de la compañía. Estas son algunas de las principales acciones:

- **Encuesta de madurez:** mapeo de la familiaridad y el interés de los empleados con relación a la IA, sirviendo como base para dirigir futuros itinerarios formativos.
- **Comunidad de Práctica:** creación de espacios de interacción en Viva Engage (Yammer), Teams y WhatsApp para el intercambio continuo de novedades, capacitaciones y mejores prácticas entre los equipos.
- **Desafío de Eficiencia:** programa de incentivo en el portal Clic para el envío de ideas prácticas sobre cómo aplicar la IA para optimizar la rutina y los procesos corporativos.
- **Seminarios web y debates:** Realización de la charla “GenAI sin humo: lo que realmente importa hoy”, que promovió discusiones sobre tendencias y aplicaciones reales de la IA Generativa.
- **Academia de Líderes:** integración de contenidos exclusivos sobre IA en la formación de líderes de Eurofarma dentro del proyecto de Desarrollo Organizacional 2025.

EurON

Desde 2023, EurON reúne las plataformas digitales de Eurofarma con el objetivo de estimular sinergias e impulsar la innovación en salud en cinco frentes estratégicos (ver recuadro). La marca cuenta con un comité digital multidisciplinario, responsable de coordinar los avances tecnológicos e identificar nuevas oportunidades para la compañía, a partir de metas y proyectos predefinidos, guiados por tres pilares: comercial, operaciones e inteligencia de datos.



FRENTES ESTRATÉGICOS DE EurON

- **EurON Open Innovation:** facilita la conexión con startups y ecosistemas de innovación en América Latina, creando un flujo continuo para el EurON Ventures.
- **EurON Ventures:** fondo de inversión dirigido a HealthTechs en etapa inicial, centrándose en la resolución de desafíos del sector de la salud.
- **EurON Digital Health:** unidad de negocios global dedicada al desarrollo de soluciones digitales enfocada en la generación de ingresos.
- **EurON Data:** inteligencia de mercado basada en datos, proporcionando insights estratégicos para la toma de decisiones.
- **EurON Six Sigma:** programa de intraemprendedurismo que incentiva a los empleados a desarrollar soluciones innovadoras, optimizando procesos y modelos de negocio.
- **EurON Hub:** espacio colaborativo centrado en la experimentación y en el desarrollo de soluciones, que se encuentra en fase de implementación en la planta de Itapevi.
- **EurON New Business:** nuevo frente de EurON que contempla la joint venture Mentis Care y la estrategia de crear nuevas líneas de ingresos a través de nuevas tecnologías.

MENTIS CARE

En 2025, Eurofarma estableció una joint venture con la surcoreana SK Biopharmaceuticals. Esta alianza estratégica dio lugar a la creación de Mentis Care, una empresa con sede en Canadá enfocada en el desarrollo y la comercialización de soluciones de inteligencia artificial para la detección y predicción de crisis epilépticas, permitiendo una gestión de las convulsiones más segura e independiente mediante el monitoreo y pronóstico impulsado por IA.

NUEVAS ALIANZAS ESTRATÉGICAS

En 2025, Eurofarma invirtió, a través de EurON — un fondo de venture capital creado para respaldar proyectos tecnológicos con potencial de transformar el sector de la salud — en la startup Ziel, una empresa de belleza limpia (clean beauty) enfocada en soluciones sostenibles para el mercado del cuidado personal. Su gran diferenciador estratégico es la producción de cosméticos sólidos, un modelo que elimina o reduce drásticamente el uso de envases de plástico y el consumo de agua en la formulación.

Otra startup que forma parte de este modelo es Ocean Drop, empresa especializada en productos de suplementación alimenticia basados en nutrientes marinos y naturales. Tras un primer aporte realizado por EurON, en 2025 la empresa efectuó una inversión complementaria y asumió el control de Ocean Drop como movimiento estratégico para explotar los mercados de suplementación y bienestar, y en la actualidad posee más del 80% de la empresa.

Los recursos se destinarán a fortalecer la presencia de la startup en el e-commerce y a expandir las ventas en canales físicos, incluidas tiendas de alimentos naturales y farmacias. La startup sigue siendo dirigida de forma independiente por sus fundadores, lo que le permite a Eurofarma trabajar en la búsqueda de sinergias para acelerar el crecimiento sin comprometer la agilidad característica del negocio.

Eurofarma Ventures

Lanzado en 2023 para impulsar las actividades de la empresa en innovación disruptiva, Eurofarma Ventures es un fondo corporativo orientado a inversiones en biotecnología en frentes como: tratamiento de enfermedades autoinmunes y cáncer, terapias celulares, inmunológicas e inflamatorias, y enfermedades renales, entre otras. Después de invertir en seis empresas durante los últimos años, con enfoque en startups en fase inicial de descubrimiento y desarrollo, en 2025, el fondo revisó su estrategia y, para los próximos años, prevé adoptar un modelo operativo híbrido, con un mayor enfoque en alianzas de negocios.

Personas que construyen el futuro



Capital humano

Cultura sólida

La Manera de Ser Eurofarma expresa la cultura organizacional de la empresa y refleja el modo en que personas de diferentes orígenes, razas, lenguas y creencias trabajan de manera integrada en torno a un propósito común, apoyado en valores compartidos y una manera única de hacer las cosas.

Esta cultura se estructura en tres pilares fundamentales que, de forma integrada, refuerzan el compromiso de la compañía con la construcción de un entorno inclusivo, innovador y alineado con su propósito de generar transformación con impacto positivo:

Inspiración:
estimula a las personas a vivir los valores de la empresa

Reconocimiento:
valora las contribuciones individuales y colectivas

Pertenencia:
fortalece el sentido de responsabilidad, protagonismo e identificación con los principios de Eurofarma.

La consolidación de la Manera de Ser y el refuerzo continuo del sentido de pertenencia de los profesionales son fundamentales para mantener el alto índice de orgullo de los empleados por trabajar en Eurofarma, que en 2025 alcanzó el 89%. Además, desde hace más de 20 años la empresa se encuentra entre las mejores empresas para trabajar, en los últimos años siempre según el ranking Great Place to Work (GPTW), y fue reconocida por 4º año consecutivo como la mejor compañía farmacéutica para trabajar en América Latina, también por GPTW.

Diversidad e inclusión

Eurofarma es una empresa multicultural, en la que la diversidad de experiencias y perspectivas amplía la forma de pensar y actuar, contribuyendo a iniciativas que van más allá de la oferta de medicamentos y abarcan temas como salud integral, educación, medio ambiente y desarrollo social. Al construir equipos cada vez más diversos y representativos, la organización prioriza la inclusión de grupos minorizados y lleva a cabo acciones innovadoras para ampliar su participación en los diferentes frentes del negocio.

Hoy, Eurofarma es un referente en igualdad de género en la alta dirección, con un 62% de mujeres ocupando los niveles ejecutivos más altos de la organización (C-level). En el área de Innovación, una de las más estratégicas de la compañía, también se destacan las mujeres, con una mayoría de empleadas del sexo femenino.



Farmacodiversa

Iniciativa en colaboración con la red Pretas na Ciência realizada por segundo año consecutivo con el objetivo de fortalecer la participación de las mujeres negras en las áreas de Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas (STEM). En 2025, el encuentro reunió a 70 profesionales y promovió la conexión de talentos y el debate sobre innovación y desarrollo de fármacos en Brasil, con el objetivo de incentivar, ampliar y poner en valor la presencia de mujeres negras en dichas áreas estratégicas.

62%
de mujeres
en el C-Level

66%
de mujeres en el
área de innovación



Retrato de la diversidad

La diversidad cultural, racial y geográfica garantiza el respeto a las características de cada país con la Forma Eurofarma de Ser



Ratio entre el salario básico y la remuneración de mujeres y de hombres por categoría laboral*

Brasil	2023		2024		2025	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Presidencia (CEO)	100%	0%	100%	0%	100%	0%
Vicepresidencia	99%	100%	115%	96%	119%	84%
Dirección	104%	96%	101%	98%	95%	105%
Gerencia	97%	112%	96%	111%	96%	105%
Coordinación	99%	101%	98%	102%	101%	99%
Administrativos	106%	96%	106%	93%	107%	95%
Operativa	113%	80%	114%	80%	121%	82%
Pasantía	99%	100%	100%	100%	101%	99%

*Se utilizó el salario promedio de los niveles analizados y se comparó con la remuneración promedio de quienes ocupan los puestos. La ausencia de mujeres en el puesto de Presidencia permanece constante entre los años, lo que limita el análisis comparativo a este nivel. Para los demás niveles, las variaciones se deben a la antigüedad y al benchmarking de mercado de los cargos. En general, no hubo un número significativo de diferencias salariales.

GRI 405-2

Internacional	2023		2024		2025	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
Presidencia (CEO)	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Vicepresidencia	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Dirección	100%	0%	100%	0%	100%	0%
Gerencia	105%	94%	117%	81%	107%	93%
Coordinación	101%	99%	99%	101%	100%	100%
Administrativos	103%	98%	102%	99%	99%	101%
Operativa	106%	91%	108%	88%	115%	87%
Pasantía	104%	93%	107%	98%	76%	132%

*Se utilizó el salario promedio de los niveles analizados y se comparó con la remuneración promedio de quienes ocupan los puestos.

GRI 405-2

Metas corporativas

Ampliar la representatividad interna forma parte de las metas corporativas con el objetivo de reforzar la importancia de contar con un equipo cada vez más diverso. El comité de Diversidad e Inclusión reúne a líderes de la empresa para discutir, proponer y validar acciones, siguiendo sus progresos.

Estos resultados son monitoreados continuamente y presentados a las instancias estratégicas, incluido el Consejo de Administración, lo que refuerza la responsabilidad compartida y la importancia de este tema en la agenda sustentable.

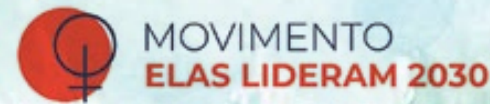
Indicador	Objetivo	Logrado
Contratación externa de personas negras o mestizas en Brasil	25%	55%
Contratación externa de mujeres en Cadena de Suministro y Logística en Brasil	30%	33%
Contratación externa de mujeres en Ingeniería en Brasil	30%	28%
Contratación externa de mujeres para la Fuerza de Ventas en Brasil	50%	63%
Contratación externa de mujeres en Operaciones en Brasil	50%	52%
Promoción interna de mujeres a puestos de liderazgo en la Fuerza de Ventas en Brasil	50%	52%
Promoción interna de mujeres a puestos de liderazgo en Operaciones en Brasil	50%	56%
Porcentaje de personas con discapacidad (PCD) empleadas en Brasil	5%	6%
A nivel internacional, porcentaje de PCD en la fuerza laboral total de los países	3%	2,6%

Grupos de Afinidad en frentes prioritarios

El programa de diversidad +Diverso está estructurado para poner en práctica acciones dentro de la empresa que fomenten la inclusión de grupos y busquen la concienciación. En total, son cinco grupos de afinidad que cuentan con la participación de 140 colaboradores, y se prevé expandir el proyecto también a los centros internacionales de la compañía.



En 2025 logramos la recertificación Age Friendly Employer (CAFE), resultado que demuestra que nuestras prácticas se mantuvieron durante los dos años de certificación y que hubo un incremento en las acciones que nos garantizaron esta nueva conquista.



Desde el censo de 2020 realizado por la empresa, en el que contábamos con un 15% de mujeres en nuestro equipo de visitantes médicos en el área Comercial, hemos tenido un aumento importante, llegando al 38% de representación femenina. También tenemos un compromiso público, formalizado por medio de la Carta Compromiso del movimiento Elas Lideram 2030, de alcanzar al menos un 30% de mujeres en puestos de alto mando para 2025, resultado que ya viene reflejándose en la compañía. Considerando nuestro público de personas con discapacidad, nuestra plantilla actualmente supera lo exigido por la legislación.



Alcance internacional

Eurofarma es la primera compañía farmacéutica en firmar un acuerdo con la Red de Empresas Inclusivas (Innovación CEO por la inclusión) en Argentina y Uruguay. Esta iniciativa refuerza el sólido avance en inclusión y diversidad en el mercado local. Además, a lo largo del año se realizaron varias capacitaciones con los equipos locales en toda Latinoamérica.

Atracción, retención y desarrollo

GRI 404-2

El desarrollo de profesionales es una prioridad para Eurofarma. La Política de Reclutamiento prioriza el reconocimiento del talento interno, con la divulgación inicial de las vacantes a los empleados, y se complementa con un mapeo anual de sucesión de puestos ejecutivos y estratégicos a escala global. Esta práctica fortalece la formación de dirigentes alineados con la cultura organizacional y contribuye a la continuidad de cargos críticos.

La empresa también invierte continuamente en la formación de sus profesionales, por medio de programas internos y alianzas externas. Los contenidos de los programas corporativos se revisan anualmente y están en línea con la planificación estratégica, con las tendencias del mercado, con los resultados de las evaluaciones de competencias y con las encuestas de clima y compromiso.



Porcentaje de vacantes cubiertas internamente superior al 70%



Programas de desarrollo

Puestos de liderazgo

Academia de Líderes: programa de desarrollo de habilidades de liderazgo, rediseñado en 2025, con mayor número de encuentros y diversidad de temas. Sus ejes son Innovación y Liderazgo Movilizador, tratando contenidos como el uso de la IA en el día a día, la diversidad, el clima organizacional y la cultura de la innovación, con alcance global, clases presenciales y transmisiones en vivo.

Gestores en el foco: dirigido a los nuevos líderes y a los desafíos del primer liderazgo, enfocado en temas técnicos y conductuales de gestión de personas. En 2025 se dio continuidad a un grupo y se abrió otro nuevo, con la participación de conferencistas internos y alcance global.

MBA In Company: destinado a especialistas, supervisores, coordinadores, gerentes y líderes con alto potencial o desempeño diferenciado. En 2025 se graduó la quinta promoción.

Líderes Globales: programa enfocado a preparar gestores para trabajar en nuevos mercados y estrategias de negocios, sin nuevos grupos en 2025.



Un 96% de los puestos de liderazgo con sucesión mapeada





Administrativo y técnico

Ruta de desarrollo: programa dirigido a empleados de niveles administrativo y técnico, desde puestos auxiliares hasta de especialistas, con contenidos definidos en base a la Evaluación de Competencias. En 2025, los temas tratados fueron Comunicación Asertiva y Lifelong Learning.

Programa Nuestra Forma: evaluación anual de competencias, que experimentó mejoras en el ciclo 2025/2026, con simplificación de etapas, inclusión de autoevaluación, PDI más flexible e integración con la Evaluación de Metas, ofreciendo una visión más completa del desempeño y del desarrollo.

300
empleados
capacitados

EuroAcelera: impulso para liderar

Programa creado para romper paradigmas y ampliar la representación dentro y fuera de la empresa. En tres años ya ha desarrollado a más de 300 colaboradores en habilidades de liderazgo, en el área Comercial (Fuerza de Ventas), en el área de Operaciones y en otras áreas de la empresa.

En 2025, el programa garantizó el reconocimiento de más del 55% de los profesionales en el equipo Comercial y del 16,5% en Operaciones — considerando los movimientos totales por mérito y ascensos —. La iniciativa fue un importante catalizador para el cambio de mentalidad en las áreas y, actualmente, el área de Personas y Organización es aún más activa en los procesos de promoción y selección, fortaleciendo la meritocracia y la transparencia.

Un de **55%** mujeres
ascendidas a roles de
liderazgo en el área Comercial

Públicos específicos

Programa de pasantías: Iniciativa orientada a la formación de estudiantes universitarios en prácticas, con foco en construir un pipeline de talentos para futuros puestos. El programa aborda temas como autoconocimiento, inteligencia emocional, feedback, comunicación, eficiencia y trabajo en equipo, con actividades preparatorias y de consolidación de lo aprendido.

Joven Aprendiz: En 2025, el programa propició encuentros con deportistas del Team Eurofarma, abordando temas como disciplina, enfoque y propósito, ampliando el repertorio y el desarrollo de competencias de los participantes.

Euroday

En 2025, Eurofarma realizó dos ediciones del Euroday, evento para promover la interacción entre profesionales y jóvenes talentos en el Complejo de Itapevi (Sao Paulo). Con ocasión del evento, se anunció el programa de pasantías de Eurofarma para 2026, que recibió más de 540 postulaciones hasta el cierre de 2025.



25
estudiantes
participaron en
el Euroday



Todos los colaboradores

EuroAprende: plataforma de educación online con contenidos obligatorios y optativos destinados al desarrollo de las competencias Eurofarma, con divulgación quincenal de itinerarios dirigidos.

LinkedIn Learning: plataforma global de formación online con más de 20.000 cursos, integrada a la estrategia de Academia de Líderes y ampliada a otros públicos, como especialistas y analistas.

Becas de estudio e idiomas: política de ayuda financiera de hasta el 80% para grados, posgrados y cursos de idiomas, apoyando el desarrollo profesional.

Ayudas a la formación técnica y comportamental: apoyo integral para capacitaciones específicas del puesto o vinculadas al Plan de Desarrollo Individual.

Política de Coaching: ayudas para procesos de coaching individual o grupal, con apoyo externo especializado, dirigidos al desarrollo de habilidades.

Política de Job Rotation: iniciativa para desarrollar y retener talentos de alto potencial y desempeño, con planes estructurados, metas claras y seguimiento de resultados.

Política de excedencias voluntarias: ofrece permisos temporales de hasta cinco meses para desarrollarse en el extranjero, tomar cursos de idiomas o para situaciones personales específicas.

Programa Vivir Más y Mejor +45

Iniciativa dirigida a empleados de 45 años o más, con el foco puesto en apoyar la transición profesional y poner en valor la experiencia profesional. El programa promueve reflexiones y lecciones sobre calidad de vida, planificación del futuro y gestión de la trayectoria profesional, ofreciendo herramientas prácticas para ayudar a la toma de decisiones en esta etapa de la carrera.



Maturidad

El evento dedicado a discutir temas de edadismo con foco en oportunidades en la industria farmacéutica reunió a 50 profesionales en 2025, reforzando el compromiso con la inclusión de un público estratégico.

Evaluación del desempeño¹⁵

GRI 404-3

Las evaluaciones por competencias se realizan anualmente y cubren a todos los empleados de las áreas administrativas, operativas y a toda la fuerza de ventas (desde 2024), en todos los países. La compañía adopta el modelo de evaluación 180°, con la inclusión de la autoevaluación a partir del ciclo de 2025. Desde 2024, reforzamos la integración de la evaluación por competencias y objetivos, para que los empleados puedan tener siempre una visión global de su desempeño, incluyendo el “qué” y el “cómo”, además de guiar a los gestores para que realicen reuniones estructuradas de feedback para que puedan, junto con sus subordinados, definir las metas de desarrollo.

Los promedios de estas evaluaciones se utilizan junto con la evaluación de potencial para mapear e indicar posiciones en el mapa de sucesión, desde los puestos de gerencia ejecutiva hasta los C-level.

BRASIL

Porcentaje de colaboradores que recibieron evaluaciones periódicas de su desempeño y del desarrollo de su carrera en Brasil.

Por género	2023	2024	2025
Hombres	44%	93%	95%
Mujeres	49%	90%	93%

Por categoría laboral	2023	2024	2025
Altos directivos (Vicepresidencias y Direcciones)	90%	40%	52%
Directivos de nivel intermedio (Gerencia y Coordinación)	65%	91%	88%
Administrativos	81%	88%	86%
Otros (operativo y fuerza de ventas)	33%	95%	98%

INTERNACIONAL

Porcentaje de empleados que recibieron evaluaciones periódicas de desempeño y desarrollo profesional en otros países.

Por género	2023	2024	2025
Hombres	57%	44%	61%
Mujeres	54%	47%	62%

Por categoría laboral	2023	2024	2025
Altos directivos (Vicepresidencias y Direcciones)	66%	0%	0%
Directivos de nivel intermedio (Gerencia y Coordinación)	50%	47%	55%
Administrativos	64%	51%	60%
Otros (operativo y fuerza de ventas)	53%	43%	65%



¹⁵ Los resultados de la Evaluación de Competencias de 2025 se consideraron como base para recopilar, analizar y consolidar los datos del indicador.

Salud y bienestar

GRI 403-3, 403-6

Eurofarma ofrece un amplio conjunto de programas y servicios orientados a fomentar la salud, prevenir enfermedades y brindar cuidado integral para el bienestar de sus empleados y dependientes. Entre ellas destacan la Política de Salud y Calidad de Vida, la Política de Bajas Laborales (que garantiza un apoyo y un seguimiento adecuado en situaciones de baja laboral), la Política de Salud Global (alineada con las mejores prácticas internacionales

de salud corporativa) y la Política de Subsidio y Donación de Medicamentos, reforzando el compromiso social y el acceso a la salud.

Las iniciativas combinan atención médica asistencial, beneficios de salud y programas de seguimiento continuo, centrándose en la calidad de vida y la atención preventiva en las diferentes fases de la vida.



- **Consultorios médicos ambulatorios:** ofrecen soporte de enfermería, consultas con médico de familia, médico del trabajo y ginecólogo, toma de muestras para análisis laboratoriales, exámenes de diagnóstico por imágenes y fisioterapia, así como atención nutricional y odontológica.
- **Asistencia Médica:** seguro médico de cobertura nacional, con derecho a habitación privada en el hospital, disponible para los empleados y sus dependientes.
- **Asistencia odontológica:** para empleados y dependientes, complementada por consultorios propios para emergencias y tratamientos. Los empleados de la fuerza de ventas y sus dependientes disponen de cobertura nacional por medio de una red externa acreditada.
- **Telemedicina:** consultas médicas a distancia, ampliando el acceso a la asistencia sanitaria de forma práctica y ágil.

- **Dispensario de Medicamentos y Beneficio de Farmacia:** ayuda que permite la retirada de medicamentos subvencionados, extendido a colaboradores internos, dependientes, padres y madres.
- **Puestos de Atención de Gestión de la Salud:** apoyo a empleados y dependientes en su relación con los seguros médicos, incluyendo orientación sobre hospitalizaciones, segunda opinión médica, consulta de coberturas e interfaz con las aseguradoras.
- **Campañas y Acciones de Salud:** iniciativas periódicas encaminadas a fomentar hábitos saludables, a la salud y seguridad en el trabajo, a la calidad de vida y a la realización de campañas anuales de vacunación.
- **Programa Amor Mayor:** seguimiento de las mujeres embarazadas, centrándose en la salud materna y el cuidado durante el embarazo.

- **Programa Más Vida:** apoyo continuo a empleados con enfermedades crónicas, contribuyendo al control clínico y a la mejora de la calidad de vida.
- **Soporte a la hospitalización:** apoyo a colaboradores y dependientes en casos de ingresos clínicos o quirúrgicos, con orientación médica, segunda opinión y apoyo en autorizaciones especiales. En los últimos 12 meses se registraron alrededor de 1.400 hospitalizaciones.
- **Euro a la Medida:** programa de apoyo nutricional dirigido a la adopción de hábitos alimentarios más saludables.
- **Programa EuroLevel:** ayuda a los colaboradores en la lucha contra la Obesidad, con seguimiento médico y medicamentos subvencionados.
- **Programa Basta un Paso:** dirigido a personas que quieren dejar de fumar, con ayuda médica, psicológica y subvenciones en medicamentos. En 2025 se inscribieron 20 personas.
- **Programa de Ortopedia y Segunda Opinión Médica:** atención especializada combinada con servicios de fisioterapia, ampliando la evaluación clínica y el cuidado preventivo en casos ortopédicos.
- **Programa de Soporte Emocional:** seguimiento psicológico y psiquiátrico, orientado al cuidado de la salud mental y emocional de los empleados.
- **Salud Emocional:** programa estructurado con acciones orientadas a la psicoeducación (informar sobre el tema a todos los colaboradores); sensibilidad de los líderes (informar a los puestos de liderazgo sobre el tema y sobre cómo gestionar situaciones de padecimiento, prevención y seguridad psicológica) y soporte terapéutico, que brinda apoyo a personas que sufren problemas y que requieren psicoterapia y consultas psiquiátricas. Alrededor de 300 pacientes tratados el último año.
- **Programa Lado a Lado:** seguimiento de colaboradores que se encuentran de baja, ofreciendo apoyo durante el periodo de recuperación y regreso al trabajo.

- **Programa de Apoyo al Colaborador:** servicio de respaldo jurídico, psicológico, financiero y social, ampliando el cuidado con el bienestar integral.
- **Programa NeurodiverGENTE:** apoya a padres y madres atípicas con reembolsos diferenciados y subsidio de medicamentos para pacientes con TEA (Trastorno del Espectro Autista) y TDAH)

Todos los proveedores de servicios de salud pasan por un proceso formal de licitación y evaluación técnica, seguido de un análisis de documentos y de su contratación. Los trabajadores están debidamente registrados en sus entidades profesionales, cuentan con las especializaciones exigidas y llevan a cabo sus actividades de conformidad con los permisos de la vigilancia sanitaria, las licencias de funcionamiento, el Registro Nacional de Establecimientos Sanitarios (CNES, por sus siglas en portugués), los estándares regulatorios y las directrices de la Agencia Nacional de Salud Suplementaria (ANS).



Privacidad con los datos de salud

La información relacionada con la salud de los colaboradores y sus dependientes es manejada exclusivamente por el equipo médico de la compañía y se utiliza únicamente para apoyar la gestión de la salud, incluyendo la asistencia médica, el uso de medicamentos, el control prenatal y otras iniciativas orientadas a promover la salud y el bienestar

Seguridad en el trabajo

GRI 403-1, 403-2, 403-7

El compromiso de Eurofarma con la mejora continua en seguridad y salud ocupacional está respaldado por indicadores de desempeño y auditorías internas y externas realizadas en todas las operaciones. Además de cumplir con las exigencias legales, la compañía fomenta la participación activa de los empleados en acciones de prevención de accidentes, por medio de iniciativas como el Programa Cero Accidentes (PAZ, por sus siglas en portugués), la Comisión Interna de Prevención de Accidentes (CIPA) y el Comité de Seguridad.

Para monitorear los riesgos laborales y fomentar la salud de los trabajadores, Eurofarma adopta la Gestión Integrada de Salud y Seguridad (GISS). Alineado con los requisitos de la norma ISO 45001, este sistema se implantó para garantizar entornos de trabajo

seguros, mitigar riesgos laborales y fortalecer la gestión de la seguridad y la salud. Abarca colaboradores y contratistas y contribuye a la gestión de socios comerciales mediante el seguimiento documental y el control de cumplimiento, asegurando la observancia de las exigencias legales aplicables. La organización también cuenta con una estructura específica, compuesta por un gerente, coordinador, ingenieros y técnicos en seguridad laboral, que trabajan para promover entornos de trabajo seguros. **GRI 403-4**

La GISS cuenta con una historia clínica electrónica del trabajador, de acuerdo con las exigencias del Consejo Federal de Medicina (CFM) y la Ley General de Protección de Datos (LGPD), garantizando la confidencialidad de la información personal. El sistema también incorpora herramientas estructuradas, como el Índice de Prevención de Accidentes (IPA), que apoyan las actividades diarias de prevención y control de riesgos.

El área de Seguridad en el Trabajo dirige el Programa de Gestión de Riesgos (PGR), con análisis técnicos para identificar, evaluar y clasificar los riesgos laborales por actividad y entorno. El proceso incluye el mapeo de condiciones peligrosas, revisiones periódicas y la implantación de medidas de control, priorizando la eliminación de los riesgos y la adopción de Equipos de Protección Colectiva (EPC) y Equipos de Protección Personal (EPP), con el apoyo de las áreas de Salud Ocupacional y Medicina del Trabajo en la evaluación de factores ocupacionales, ergonómicos y de seguridad. El área también gestiona una matriz de capacitación estructurada, que comprende sesiones formativas obligatorias y complementarias, basada en las Normas Regulatorias (NR). **GRI 403-5**

Gobernanza en Salud y Seguridad en el Trabajo

La gobernanza de la Salud y Seguridad en el Trabajo se apoya en comités y foros estructurados, con participación en diferentes niveles de la organización. Destacan el comité con participación de la Dirección, que se realiza trimestralmente, y el comité de Gestores, bimestralmente, en el que se analizan indicadores de desempeño, se monitorean planes de acción y se definen decisiones estratégicas.

La cultura de prevención está reforzada por capacitaciones periódicas y canales ampliamente divulgados para denunciar actos o condiciones inseguras, con protección garantizada contra cualquier forma de represalia. Los accidentes e incidentes son comunicados inmediatamente al equipo de seguridad, que informa a las áreas involucradas, comparte las lecciones aprendidas con otros centros nacionales e internacionales y realiza investigaciones basadas en la Técnica de Análisis Sistemático de Causas (TASC), con el objetivo de evitar que se vuelvan a repetir y mejorar continuamente los procesos.



09

Conexiones que crean valor



Capital social y de relacionamiento



Impacto social

En 2025, Eurofarma continuó y fortaleció sus campañas y acciones de apoyo a la comunidad, con énfasis en la ampliación e internacionalización de los proyectos en los países donde opera. Esta expansión reforzó el compromiso de la compañía con la integración entre las operaciones y con el crecimiento conjunto, alineado con sus valores y con sus actividades globales.

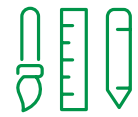
Inversiones sociales



34,7 millones BRL
en ayuda humanitaria



30,7 millones BRL
en fomento al deporte



29,5 millones BRL
en educación



19,9 millones BRL
en acciones sociales

Indicadores Ethos

La estrategia de negocio de Eurofarma también está alineada con el Pacto Empresarial por la Integridad y Contra la Corrupción del Instituto Ethos, un compromiso voluntario firmado por empresas públicas y privadas para promover un mercado más íntegro y ético, reduciendo diferentes prácticas de corrupción.

Por eso, cada dos años la empresa aplica los Indicadores Ethos de Responsabilidad Social, herramienta que evalúa el desempeño de las empresas en diferentes aspectos, orientando las acciones de mejora dirigidas por el Comité de Responsabilidad Corporativa.

Resultados medidos en 2025

Ambiental	Nota Eurofarma	Promedio del mercado
Aspectos e impactos ambientales	7,0	4,8
Gestión Ambiental	7,3	5,5

Social	Nota Eurofarma	Promedio del mercado
Cadena de valor	7,4	4,8
Sociedad y Comunidad	7,5	5,3
Trabajadores	9,1	6,4

Gobernanza	Nota Eurofarma	Promedio del mercado
Estrategia	7,7	5,7
Gobernanza organizativa	7,7	5,8
Prácticas de gestión	8,1	6,1

Neuromonitoreo cerebral

Este proyecto, creado en 2021 en colaboración con la healthtech brasileña Protecting Brains & Saving Futures (PBSF), tiene como objetivo ayudar al monitoreo cerebral en unidades de cuidados intensivos neonatales mediante la donación de equipos especializados. La iniciativa contribuye a la protección neurológica de los recién nacidos, aumentando de esta forma la seguridad clínica en las decisiones médicas y reduciendo el uso de anticonvulsivos.

Los equipos se destinaron a seis instituciones asociadas: Hospital Regional de Cotia, Hospital Maternidade Interlagos, Hospital Geral de Itapeverica da Serra, Hospital Maternidade Leonor Mendes de Barros, Santa Casa de Montes Claros y Hospital Geral de Itapevi, ampliando así el alcance de la iniciativa y su impacto en la salud neonatal.

5,4 millones BRL
invertidos desde el inicio del proyecto

+ de 107.000 horas
de neuromonitoreo en UCI neonatales desde el inicio del proyecto

1.700
recién nacidos monitoreados desde el inicio del proyecto

1,7 millones BRL
invertidos en 2025



591
recién nacidos monitoreados en 2025

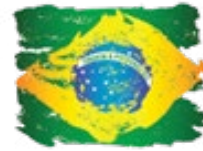
+ de 36.800 horas
de neuromonitoreo en UCI neonatales en 2025

6
hospitales servidos



Campaña oftalmológica solidaria

Iniciativa anual de Eurofarma destinada a evaluar la salud visual de niños, niñas y adolescentes de entre 4 y 14 años de escuelas públicas de Itapevi y de centros del Instituto Eurofarma. Esta acción identifica posibles dificultades de visión que podrían afectar el rendimiento escolar. De ser necesario, a los participantes se les deriva para un examen de la vista y reciben anteojos correctores de forma gratuita, contribuyendo así a su desarrollo educativo y bienestar. En 2025 el programa se amplió a México.



Brasil	2023	2024	2025
Escuelas públicas y centros del Instituto Eurofarma	17	17	17
Número de niños y niñas mapeados	6.443	7.446	4.807
Cantidad de gafas confeccionadas	824	1.204	823
Colaboradores voluntarios	30	26	27



Colombia	2025
Colaboradores voluntarios	11
Número de niños y niñas mapeados	150
Cantidad de gafas confeccionadas	87



Guatemala	2025
Colaboradores voluntarios	15
Número de niños y niñas mapeados	140
Cantidad de gafas confeccionadas	119



México	2025
Colaboradores voluntarios	7
Número de niños y niñas mapeados	159
Cantidad de gafas confeccionadas	72



Perú	2025
Colaboradores voluntarios	15
Número de niños y niñas mapeados	50
Cantidad de gafas confeccionadas	50



+ de 5.000
estudiantes beneficiados en 2025

+ de 1.100
gafas graduadas donadas

De la mano con la escuela

Proyecto que apoya la educación de hijos de colaboradores y de los proveedores de servicios, mediante la distribución de kits escolares y el reembolso de libros y materiales didácticos para niños y niñas de 4 a 14 años del sistema educativo formal.

En algunos países, la iniciativa se financia con fondos provenientes de la venta de materiales reciclables de Eurofarma. Por primera vez, el programa también benefició a los hijos de los colaboradores de Genfar, la empresa de genéricos del Grupo Eurofarma en América Latina (excepto Brasil). Anualmente, la empresa mapea el público beneficiado y realiza un seguimiento de su matriculación escolar, lo que refuerza su compromiso con la educación y la inclusión.

+ de 5.700
kits distribuidos

+ de 4.200
en Brasil y

+ de 1.500
en los demás países

Brasil	2023	2024	2025
Kits distribuidos	3.999	4.257	4.257
Inversión en kits escolares (en BRL)	599.399	653.450	616.781
Reembolso de libros y materiales didácticos (en BRL)	451.855	525.633	542.343
Monto total de la inversión (en BRL)	1.051.255	1.179.084	1.159.123

Latam	Eurofarma	Genfar
Kits distribuidos	1.253	273
Inversión en kits escolares (en BRL)	306.963	73.459
Monto total de la inversión (en BRL)	380.422	





Espacio Infantil

Iniciativa ubicada en el Complejo Industrial de Itapevi, destinada a los hijos de colaboradores con edades comprendidas entre los 4 meses y los 5 años y 11 meses. La estructura se ha ido ampliando los últimos años para aumentar su alcance, que pasó de 168 a 310 niños a finales de 2025. El espacio lo dirige un equipo multidisciplinario y adopta una práctica pedagógica alineada con las recomendaciones de la ley de educación brasileña y los presupuestos teóricos de Emmi Pikler y Reggio Emilia, con enfoques que reconocen a los niños como protagonistas de su propio desarrollo.

Programa de Mentoring

Creada por el Área de Responsabilidad Social Empresarial y el Instituto Eurofarma, esta iniciativa conecta ejecutivos voluntarios con jóvenes atendidos por el Instituto en Brasil, fomentando el desarrollo personal y profesional. En su 4ª edición, realizada en 2025, el programa tuvo una duración de dos meses y ayudó a los participantes en la construcción de planes de vida y en la definición de metas y trayectorias profesionales, fortaleciendo la formación de talentos y ampliando el impacto social por medio del intercambio de experiencias y conocimientos.



Supervoluntarios

A lo largo de dos ediciones en 2025, el programa congregó a colaboradores de diferentes áreas de Eurofarma para compartir sus trayectorias con estudiantes del Instituto Eurofarma de Sao Paulo e Itapevi.



1.600 jóvenes participaron en las charlas dirigidas por 56 voluntarios



Corrente do Bem [Cadena benéfica]

Estimula a los colaboradores de Eurofarma a proponer organizaciones sociales de las áreas de educación, salud, deporte, asistencia social, medio ambiente y lucha contra el hambre que trabajan en sus comunidades para que reciban apoyo financiero. Los proyectos sugeridos son evaluados y seleccionados por el Comité de Responsabilidad Social. En 2025, se seleccionaron 15 instituciones para recibir ayudas de la Cadena Benéfica: 12 en países de Latam y tres de Genfar.

Navidad solidaria

Iniciativa que moviliza a los empleados administrativos, de producción y de la fuerza de ventas de Eurofarma para apadrinar cartas escritas por niños atendidos por instituciones colaboradoras que trabajan con públicos en situación de vulnerabilidad social, en diferentes países de la operación en América Latina. En 2025, la acción contó con la participación de 28 jóvenes aprendices en Brasil, que voluntariamente dedicaron más de 200 horas a organizar y clasificar los regalos, asegurando que cada donación llegara a su destino con cuidado y cariño.



+ de 4.100 cartas apadrinadas en la Navidad Solidaria mundialmente



29 ejecutivos voluntarios



29 jóvenes beneficiados



Campaña fotográfica “Raíces que inspiran”

La campaña fotográfica Raíces que Inspiran es una iniciativa del equipo de Responsabilidad Social y Eventos que amplió el propósito del Proyecto Raíces, creado para homenajear a los empleados con 15 años de antigüedad en Eurofarma. La acción se centró en poner en valor la historia de la empresa y en acercar a las diferentes generaciones.

En 2025, participaron en la campaña 95 jóvenes aprendices en Itapevi y cuatro pasantes en Montes Claros, quienes registraron, a través de fotografías, la evolución de los árboles plantados a lo largo de los años, símbolos de legado, dedicación y crecimiento colectivo. En total, la iniciativa sumó aproximadamente 400 horas de trabajo voluntario, incluidas las etapas de captura, selección y organización de las instantáneas.



Donación de medicamentos

Con el propósito de ampliar el acceso a medicamentos de calidad y a la salud, se donaron medicamentos de diferentes clases terapéuticas a instituciones de salud sin fines de lucro que ayudan a poblaciones socialmente vulnerables y oenegés de salud animal.

+ de 838.000 unidades de medicamentos donadas
28,6 millones BRL invertidos

Donación de activos

Iniciativa que destina equipos y mobiliario que Eurofarma no utiliza a organizaciones de la sociedad civil. En 2025, con el traslado de la sede de la empresa a Sao Paulo, se donó un volumen adicional de artículos de oficina, lo que refuerza el compromiso de ampliar el ciclo de vida de los materiales y los principios de la economía circular, incluyendo a los países de América Latina (excepto Genfar).

+ de 4.000 artículos donados a instituciones

29 instituciones y cooperativas de reciclaje beneficiadas

+ de 184.000 canastas básicas de alimentos enviadas a instituciones asociadas en Brasil

+ de 11,2 millones BRL invertidos en 2025



McDía Feliz

Eurofarma apoya el McDía Feliz desde hace 22 años, en colaboración con el Instituto Ronald McDonald, reforzando su compromiso con la causa del cáncer infantil y juvenil. En 2025, la empresa distribuyó más de 28.000 tickets anticipados de Big Mac a colaboradores, a los hijos de estos (de entre 4 y 14 años), a estudiantes del Instituto Eurofarma, a estudiantes de colegios públicos y a proveedores de servicios.

Los fondos recaudados se destinaron al Graacc (Grupo de Apoyo a Adolescentes y Niños con Cáncer) y a Tucca (Asociación para Niños y Adolescentes con Cáncer), contribuyendo así al tratamiento y al cuidado de niños, niñas y adolescentes con cáncer. En América Latina, la campaña se llevó a cabo en colaboración con la Fundación Casa Ronald McDonald, una organización dedicada a ayudar a niños y familias en situación de vulnerabilidad.



+30 mil tickets distribuidos em el Mc Dia Feliz

Campaña del Abrigo

Esta acción recolecta y entrega mantas y calcetines a personas en situación de vulnerabilidad social, especialmente durante los meses más fríos del año. En 2025 se recolectaron 4.700 prendas, que se donarían a diversas instituciones sociales en Brasil y América Latina.





Deporte que inspira y transforma



Team Eurofarma

Programa que reconoce el deporte como un importante agente de desarrollo humano y social. Lanzado en 2025, apoya a deportistas con potencial olímpico y paralímpico de distintas modalidades, en un proyecto multideportivo enfocado en el ciclo de los Juegos de Los Angeles 2028.

La iniciativa ofrece ayuda financiera, seguimiento psicológico y asesoramiento de reconocidos mentores del mundo del deporte, como el entrenador de voleibol Bernardinho y el exmaratonista Vanderlei Cordeiro de Lima. A lo largo del año, los atletas beneficiados lograron excelentes resultados, incluidos títulos mundiales y nacionales, además de varios podios.

30,7 millones BRL anuales en fondos propios para apoyar el deporte

+ de 60 millones BRL destinados desde 2006 a proyectos deportivos y culturales en Brasil por medio de las leyes de fomento

56 títulos ganados por el Team Eurofarma en 2025



Campeonato por equipos (Eurofarma-RC, 13° título de la historia, consolidándose como el más laureado de la historia de la categoría)



+ de 3.300 colaboradores y familiares presenciaron las carreras en los circuitos de Sao Paulo y Montes Claros.



Campeonato individual (Felipe Fraga) en el Stock Car 2025

Eurofarma RC

Desde hace más de 20 años, Eurofarma está presente en la principal categoría del automovilismo brasileño por medio del Eurofarma-RC, una de las escuderías más victoriosas de la historia del Stock Car.

En 2025, esta trayectoria se vio reforzada con nuevas conquistas en las pistas y con el fortalecimiento de la participación de los empleados y de la visibilidad de la marca, congregando a miles de empleados y familiares en los circuitos de todo Brasil — incluyendo, por primera vez, la etapa de Montes Claros.

El Stock Car también sirvió de plataforma para acciones de concienciación, como la campaña de lactancia materna en el Agosto Dorado, y para ampliar el escaparate institucional y de productos, con énfasis en el lanzamiento de la línea de bebidas isotónicas Rehidrat.



Instituto Eurofarma

El Instituto Eurofarma es una organización sin fines de lucro dedicada a promover la transformación social a través de la educación. Desde su creación en 2006, ha beneficiado a más de 193.000 personas e invertido más de 220 millones BRL en iniciativas educativas.

Con el foco puesto en la formación de niños, niñas, jóvenes y profesores del sistema público, el Instituto interviene en las comunidades en las que está presente desarrollando programas de educación complementarios, cursos de iniciación profesional y acciones de preparación para el ingreso a la educación superior. En colaboración con docentes y gestores de escuelas públicas aledañas, también promueve proyectos de formación continua, contribuyendo al fortalecimiento de las prácticas pedagógicas y al desarrollo educativo de las comunidades.

Desde 2023, su gestión se rige por el Plan Director 2023-2027, estructurado en tres pilares estratégicos que guían la expansión de los proyectos y sientan las bases para el fortalecimiento y la ampliación de las actividades, incluso en el ámbito internacional:

- Ser un referente en educación complementaria para niños, niñas y adolescentes.
- Crear oportunidades para preparar a los jóvenes para el mercado laboral.
- Optimizar los procesos que sustentan el crecimiento institucional.

Además de los programas educativos, el Instituto Eurofarma opera a través de una estructura educativa ampliada, que integra acciones pedagógicas, apoyo social y cuidados de salud para promover el desarrollo integral de los estudiantes y fortalecer los vínculos con sus familias. Este trabajo lo realizan nuestros propios equipos multidisciplinares, asegurando el alineamiento institucional y el seguimiento continuo a lo largo de la trayectoria educativa.

Retención de talentos
En 2026, el Instituto Eurofarma alcanzó un hito significativo en su trayectoria: la internalización de parte de su equipo pedagógico y de apoyo. Esta decisión estratégica, planificada a lo largo de 2025, muestra la madurez de las operaciones y el compromiso de la empresa con la calidad de sus labores sociales. En total, 34 profesionales del área pedagógica — entre educadores, pasantes y auxiliares de coordinación — forman ahora parte del equipo del Instituto.

EuroElas (EuroEllas)

Realizado en colaboración con el área comercial de Eurofarma, el proyecto se enfoca en la promoción de mujeres a puestos de liderazgo. En este trabajo con el Instituto, el enfoque fue adaptado para unas 20 madres de alumnos de la unidad de Materia-Prima de Itapevi. El objetivo fue aumentar la autoestima y mostrar posibilidades de generación de ingresos y reincorporación al mercado laboral, respetando la realidad de las mujeres que a menudo viven en contextos de vulnerabilidad y sobrecarga doméstica.

En 2025, el Instituto también amplió sus iniciativas dirigidas al cuidado emocional y a la protección social, con acciones de psicoterapia, asesoramiento a las familias y campañas educativas en temas como salud mental, prevención y bienestar. La Unidad Educativa expandió sus servicios, aumentando el número de atenciones, incluso los sábados, y diversificando su oferta formativa, que incorpora mentorías, acciones con voluntarios, conferencias, asesoría de imagen y la Feria de Empleabilidad, que este año reunió a más de 500 participantes, conectando a los jóvenes con empresas y oportunidades de primer empleo formal.

De manera complementaria, se avanzó en el uso de soluciones digitales y proyectos piloto en formatos híbridos, ampliando el alcance de las actividades educativas y sentando las bases para la expansión territorial de los programas, en línea con el Plan Director 2023–2027.

En 2025



29,5 millones BRL
invertidos



Más de **23.000**
estudiantes
impactados por medio
de proyectos enfocados
a la educación, la
formación profesional y
la inclusión social



Proyectos del Instituto Eurofarma

Materia Prima

Iniciativa de educación complementaria dirigida a niños de entre 6 y 13 años con el objetivo de ampliar las oportunidades de aprendizaje y desarrollo integral. Ofrece talleres en las áreas de arte, música, juegos y recreación, tecnología, medio ambiente y ciudadanía, con actividades diseñadas para respetar diferentes ritmos de aprendizaje, estimular la autonomía y fortalecer el protagonismo y la colaboración entre los estudiantes.

Además de la propuesta pedagógica, el proyecto ofrece una alimentación equilibrada que incluye desayuno, almuerzo y merienda, así como uniformes y apoyo especializado. Los participantes también cuentan con atención en las áreas de trabajo social, enfermería, nutrición, salud emocional, odontología y oftalmología, reforzando el cuidado integral y el bienestar de los niños.



Oportunidades para los jóvenes

El Instituto Eurofarma ofrece cursos de iniciación y cualificación profesional para jóvenes de 14 a 29 años, integrando formación técnica y desarrollo personal por medio de mentorías, charlas y orientación profesional.

En 2025, alrededor de 2.300 estudiantes de escuelas públicas participaron en estas iniciativas, entre las que se incluyen cursos preparatorios para los exámenes de ingreso a la universidad, que beneficiaron a 349 estudiantes. Para la Educación Secundaria, el Instituto mantiene un programa de becas completas para alumnos de bajos ingresos en colegios privados de la zona sur de Sao Paulo, que en 2025 pasó a beneficiar a 180 estudiantes y graduó a su primera promoción de 103 alumnos.



- **Acceso ampliado.** Los cursos de iniciación profesional también se ofrecen en horario nocturno y los sábados, lo que garantiza una mayor flexibilidad a los participantes
- **Educación secundaria.** 103 becados terminaron 3° de Secundaria. Otorgamiento de 75 nuevas becas
- **Nuevos cursos.** Lanzamiento del curso de Auxiliar de Producción Farmacéutica en Itapevi, en colaboración con el SENAI [Servicio Nacional de Aprendizaje Industrial], ampliando así las oportunidades de empleo y formando talentos locales para la industria farmacéutica
- **Aprobados en universidades.** Récord de 21 jóvenes aprobados en universidades públicas, entre ellas USP, UNIFESP, FATEC e IFSP, además de 14 estudiantes que obtuvieron becas completas en instituciones privadas
- **Feria de Empleabilidad.** Más de 500 jóvenes participaron en un evento dedicado a la orientación profesional y al acceso a oportunidades laborales

Proyectos del Instituto Eurofarma

Centro Eurofarma de Enfermería

Creado en 2004, el Centro Eurofarma de Enfermería forma técnicos altamente cualificados, con una elevada tasa de empleabilidad. En 2025, el proyecto celebró la graduación de la primera promoción en Montes Claros (Minas Gerais), donde ya está en marcha una segunda promoción, mientras que las actividades en Sao Paulo continúan con una nueva promoción prevista para 2026.



35 profesionales graduados en Montes Claros en 2025

144 alumnos beneficiados en 2025



Formación de profesores

El Instituto Eurofarma también trabaja para fortalecer la educación pública por medio de iniciativas de formación de profesores y gestores escolares. En 2025, las acciones de capacitación contribuyeron a ampliar el alcance y la calidad de las prácticas educativas en las escuelas públicas beneficiadas.



+ de 1.100 participantes en iniciativas para impulsar la educación pública

Instituto Eurofarma en las escuelas

El Instituto Eurofarma lleva a las escuelas públicas programas que complementan el plan de estudios y fortalecen el desarrollo integral de niños, adolescentes y jóvenes. Las acciones para los niños y niñas incluyen actividades pedagógicas y lúdicas (como artes, juegos y ejercicios de cooperación, resolución de problemas, ciudadanía y convivencia) que estimulan el desarrollo físico, social y emocional, especialmente durante periodos como las vacaciones escolares.

Se fortaleció el trabajo en el sector educativo público a través de proyectos y acciones en proyectos de vida y salud, abordando temas como higiene, prevención de ITS y embarazos en la adolescencia, además de iniciativas en juegos, actividades lúdicas y educación ambiental. En la formación de educadores, se destacan la formación de 1.500 educadores en Itapevi en materia de diversidad étnico-racial y las acciones internas de formación del equipo pedagógico.



+ de 135.000 niños y niñas participaron en Agenda Aberta (Abierta), Recreo nas Férias y Educar para Reciclar

+ de 5.000 adolescentes y jóvenes participaron en Agenda Saúde (Salud) y Jornada POP



EDUCACIÓN A DISTANCIA

En 2025, el Instituto Eurofarma puso en marcha un proyecto piloto para utilizar la EAD (educación a distancia) para llevar sus contenidos educativos a otras localidades de Brasil donde la empresa opera. El formato ya existe en el curso preparatorio del examen de ingreso a la universidad ENEM y, luego de realizar pruebas y clases piloto para ajustar la metodología, el Instituto pretende estructurar para 2026 una plataforma digital organizada para ofrecer cursos en línea.



Lactare

Creado en 2019, Lactare es el primer banco de leche materna concebido por una compañía farmacéutica y acreditado por la Red Brasileña de Bancos de Leche de la Fundación Fiocruz. Con un equipo de 26 profesionales, la iniciativa beneficia a miles de bebés prematuros en UCI neonatales públicas, al promover la retirada de leche humana a domicilio, incentivar la lactancia materna y ampliar su alcance mediante una asesoría online de amamantamiento, lo que permite que madres de otros estados brasileños tengan acceso a una consultoría especializada.

En 2025, el Lactare amplió sus alianzas con hospitales públicos y aumentó su presencia, incorporando vehículos eléctricos a sus operaciones, en consonancia con las mejores prácticas de sostenibilidad. Durante el mismo año, se inauguró el Centro de Referencia Lactare, en Itapevi, con servicios integrados de pediatría, odontopediatría, enfermería y nutrición, fortaleciendo la atención a lo largo de las etapas pre y posnatal.



+ de 4.000
litros recolectados
en 2025 (+ de

18.000 en seis
años de proyecto)

+ de 1.500
bebés prematuros
beneficiados

+ de 4.000
hogares visitados

+ de 3.000
donantes inscritas

11 hospitales
públicos asociados

+ de 9.000
personas en los
encuentros de
embarzadas

Certificado por el
Programa de Certificación
de Fiocruz de Bancos de
Leche (PCFio)

Implantación del
servicio online, con
desenlace clínico
positivo en el 60%
de los casos.

8 estudiantes de
medicina recibidos
semanalmente para
impartir formación
sobre la lactancia



Apoyo remoto

Para ampliar el apoyo a las familias, el Lactare consolidó su servicio de consultoría online por vídeo en 2025. Esta iniciativa permite al Centro de Referencia ofrecer apoyo especializado a madres de diferentes regiones de Brasil que enfrentan dificultades para amamantar. A través de videollamadas, la enfermera puede

ver en tiempo real el “agarre al pecho” y la posición del bebé, corrigiendo técnicas que pueden provocar dolor o un destete precoz. Durante el año se realizaron 179 consultas online entre marzo y diciembre, y el 60% de los casos se solucionó sin necesidad de intervención presencial.



Lactare en la televisión

Durante el invierno de 2025 había una escasez de reservas de leche humana y todos los bancos de leche se enfrentaban al reto de atraer más donantes para bebés prematuros. En este contexto, el programa de televisión Fantástico, de la TV Globo, realizó un reportaje especial en el que se mostraba todo el recorrido de la leche humana y destacaba la importancia de la donación para salvar vidas. El impacto fue inmediato: el Lactare registró un aumento del 32% en la demanda de donaciones, lo que refuerza el poder transformador de la información.



Relaciones institucionales

GRI-2-29

El compromiso institucional de Eurofarma es gestionado por el área de Relaciones Institucionales, que trabaja de manera estructurada con el sector público, entidades representativas del sector y cámaras de comercio, tanto en Brasil como en América Latina. Esta relación tiene como objetivo contribuir a la mejora del sistema sanitario, del entorno regulatorio, de la innovación y del desarrollo empresarial, incluyendo temas como la internacionalización y la competitividad.

Las interacciones se producen directamente — con ministerios, agencias reguladoras, gobiernos y líderes del sector — e indirectamente, mediante asociaciones y cámaras que ejercen un papel de interlocución institucional. La compañía participa activamente en estas instancias con el involucramiento de sus ejecutivos de primer nivel, incluido el CEO y los directivos del área, quienes forman parte de consejos y foros estratégicos.

Propósito del compromiso



Sector público: mantener un canal permanente de diálogo para el envío de peticiones, sugerencias e información que contribuyan al perfeccionamiento del sistema sanitario, del entorno empresarial y de la innovación, así como al desarrollo y mejora de normas y regulaciones.

Organizaciones representativas del sector farmacéutico, químico y de la industria: fortalecer la interlocución con autoridades, expertos y la sociedad en la defensa de agendas comunes, encaminadas a perfeccionar el sistema de salud, el entorno empresarial y la innovación y a desarrollar normas y regulaciones.

Cámaras de comercio: ampliar los vínculos con empresas, instituciones y autoridades en regiones estratégicas, promoviendo oportunidades de negocios, exportaciones y la internacionalización de tecnologías, por medio de la participación continua en eventos, misiones y delegaciones.

Afiliación a asociaciones GRI 2-28

Brasil

- Academia de Ciências Farmacêuticas do Brasil (ACFB)
- ACI MOC – Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Montes Claros
- AfroChamber – Câmara de Comércio Afro-Brasileira
- Alanac – Associação dos Laboratórios Farmacêuticos Nacionais
- ABPI – Associação Brasileira da Propriedade Intelectual
- Aberje – Associação Brasileira de Comunicação Empresarial
- Abiad – Associação Brasileira da Indústria de Alimentos para Fins Especiais e Congêneres
- Abifina – Associação Brasileira das Indústrias de Química Fina, Biotecnologia e suas Especialidades
- Abiquifi – Associação Brasileira da Indústria Farmoquímica e de Insumos Farmacêuticos
- Abrasp – Associação Brasileira da Indústria de Soluções Parenterais
- Amcham – Câmara Americana de Comércio
- ASPI – Associação Paulista de Propriedade Industrial
- Câmara de Comércio Árabe-Brasileira
- Câmara de Comercio Mercosur Asean (MACC)
- CNI – Confederação Nacional da Indústria
- FIESP – Federação das Indústrias do Estado de São Paulo
- FIEMG – Federação das Indústrias do Estado de Minas Gerais
- Grupo FarmaBrasil
- ICOS – Instituto Coalizão Saúde
- PróGenéricos – Associação Brasileira das Indústrias de Medicamentos Genéricos e Biossimilares
- Quifarmo – Sindicato Intermunicipal das Indústrias Químicas e Farmacêuticas de Montes Claros
- SINDUSFARQ – Sindicato das Indústrias de Produtos Farmacêuticos e Químicos para Fins Industriais no Estado de Minas Gerais
- Sindusfarma – Sindicato da Indústria de Produtos Farmacêuticos

Latam

- A.L.N – Asociación de Laboratorios Nacionales
- Alafar – Asociación de Laboratorios Farmacéuticos
- Alafal – Asociación de Laboratorios Farmacéuticos en Latinoamérica
- Andi – Asociación Nacional de Empresarios de Colombia
- Ascif – Asociación Colombiana de la Industria Farmacéutica
- Asilfa – Asociación Industrial de Laboratorios Farmacéuticos
- Asinfargua – Industria Farmacéutica Guatemalteca Asociada
- Asinfar – Asociación de Industrias Farmacéuticas en Colombia
- Asofar – Asociación de Importadores y Distribuidores de Medicamentos Reconocidos por Ley de Bolivia
- CAMBRAS – Cámara de Comercio, Industria y Servicios Argentino Brasileña de la República Argentina
- Cámara Colombo-Brasilera
- Cámara Colombo-Venezolana
- Cámara de Comercio de Lima
- Cámara de Comercio Uruguay-Brasil (CCUB)
- Canamega – Cámara Nacional De Medicamentos Genéricos
- Canifarma – Cámara Nacional de la Industria Farmacéutica
- Cilfa – Cámara Industrial de Laboratorios Farmacéuticos Argentinos
- Cripfa – Cámara de Representantes e Importadores de Productos Farmacéuticos, Tocador, Domisanitarios y Afines
- Grupo Brasil – Asociación de empresas Argentino-Brasileñas
- La Gremial

Comunicación estratégica

Eurofarma comunica de forma transparente sus conquistas, compromisos y visión de futuro a colaboradores, socios comerciales, sociedad y prensa, manteniendo una sólida reputación para una marca institucional reconocida internacionalmente.

En 2025, uno de los mayores logros de la empresa fue el premio BandNews Marcas Más Admiradas, en la categoría Industria Farmacéutica, con más de 60.000 participantes en la última etapa de votación popular, además de importantes reconocimientos relacionados con la sostenibilidad.

Durante el año, Eurofarma continuó con su labor constante de relación con la prensa, comunicando avances en negocios, sostenibilidad, gestión de personas y otros temas. Acciones como la visita de profesionales de la prensa a nuestras fábricas de Bogotá y de Genfar, en Cali (Colombia), fortalecieron este vínculo, al igual que la visita de medios de comunicación y profesionales de Montes Claros, en Minas Gerais.

Con el mismo esmero por preservar nuestro pasado e inspirar el futuro, se llevó a cabo la ampliación del Centro Histórico del Complejo de Itapevi. El nuevo espacio, pensado para recibir visitantes, ofrece ahora una experiencia más interactiva, con un videowall que muestra la producción en tiempo real, una pantalla gigante para contenidos institucionales, un área de presentaciones con gradas y la exhibición de los premios más recientes.



98% de positividad en los medios



160.000 seguidores en Instagram Brasil



Lanzamiento del perfil exclusivo en español en Instagram, con más de 17.000 seguidores en 2025



24 sitios web de comunicación institucional y contenidos enfocados a la prevención y fomento de la salud

1,6 millones de seguidores en LinkedIn a finales de 2025



40 campañas internas e integradas de comunicación en Brasil y demás países de América Latina, tratando temas como innovación, cultura, personas, sostenibilidad, impacto social y fomento de la salud



Premios y reconocimientos

En 2025, Eurofarma acumuló premios y distinciones en áreas que van desde la reputación corporativa y la gestión de personas hasta la sostenibilidad y el rendimiento deportivo.

Reputación Corporativa y Sectorial

- Marca Más Admirada: Reconocidos por BandNews como la marca más admirada de Brasil en el rubro farmacéutico.
- Liderazgo Socioambiental: nombrada líder del sector farmacéutico por Época Negócios 360 en las categorías de Socioambiental y Visión de Futuro.
- Mejor empresa farmacéutica en los premios Exame Melhores do ESG.
- Premio Abrafarma: Por segundo año consecutivo, destacada como Fabricante de Marca del Año.
- Premio Lupa de Ouro (Sindusfarma): La empresa fue finalista en varias categorías de estos galardones.

Gestión de Personas y Cultura

- GPTW América Latina: Elegida, por 4º año seguido, mejor compañía farmacéutica para trabajar en América Latina por Great Place to Work (GPTW)
- GPTW Brasil: Se mantiene en la lista de las mejores empresas para trabajar desde hace más 20 años.
- Certificación Age Friendly: Recibió la renovación de la certificación de Age Friendly Employer durante el evento Maturiday 2025.

Ética, Gobernanza y Sostenibilidad

- Programa Pro-Ética: Eurofarma fue admitida por primera vez en el Programa Empresa Pro-Ética de la Contraloría General de Brasil (CGU), que reconoce el compromiso con la integridad y la prevención de la corrupción.
- Instituto Ethos: Desde hace más de una década, la empresa forma parte del grupo de referencia del instituto, figurando entre las 10 empresas con mejor desempeño.
- Certificaciones ISO: Consolidó su liderazgo ambiental al ser la única compañía farmacéutica global en poseer simultáneamente las certificaciones ISO 14001, 50001 y 46001 (gestión ambiental, energética e hídrica).

Marketing, Salud y Deportes

- PPA de Globo: La campaña publicitaria de la marca Valda ganó el Premio Profesionales del Año (PPA) de la cadena de televisión Globo.
- Stock Car 2025: la escudería Eurofarma-RC conquistó los títulos de piloto y de equipo en la temporada 2025.
- Compromiso Social: Recibió el reconocimiento nacional por su participación en campañas de donación de sangre.

10

Un planeta para 2072



Gestión ambiental

Eurofarma consolida la gestión eficiente y sostenible de sus operaciones como un frente central de su estrategia de crecimiento. Para ello, la gobernanza ambiental de la compañía se estructura en torno a la mitigación de los riesgos ambientales y climáticos y la maximización de los impactos positivos a través de tres pilares estratégicos, con metas vinculadas a la Visión 2027.

De esta manera, Eurofarma busca consolidar aún más su posición como referente en el sector farmacéutico, impulsada por prácticas de sostenibilidad líderes y el reconocimiento del mercado a sus compromisos, con operaciones diseñadas para crear y compartir valor con la sociedad, integrando la eficiencia operativa con la preservación de los recursos.



Compromiso con el clima

- Reducir las emisiones directas y las que no se pueden evitar. Compensar mediante bonos de carbono
- Todas las operaciones utilizando 100% energía eléctrica renovable

Ecoeficiencia operativa

- Operaciones y procesos más sostenibles.
- Reducir el consumo de recursos naturales, generar menos residuos y ampliar las prácticas de economía circular

Portafolio más sostenible

- Utilización de materiales sostenibles e innovadores en el envasado de medicamentos con sello +Verde

Inversión ambiental de **41,8 millones BRL** durante el año



COP30 Y EL COMPROMISO INSTITUCIONAL CON EL CLIMA

Durante la COP30 celebrada en 2025 en Belém (Estado de Pará), Eurofarma se reunió con médicos locales para discutir los impactos del cambio climático en la salud, poniendo el foco en la preparación y el fortalecimiento de los sistemas de salud ante eventos climáticos más frecuentes y severos.

Las iniciativas de la empresa también fueron reconocidas en un documento publicado por la CNI – Sustainable Business COP30 –Health: complementary theme document, que destacó proyectos dirigidos a la adaptación climática, la ecoeficiencia y la preservación del agua. Además, algunas acciones de Eurofarma fueron divulgadas por la Amcham en el marco de la iniciativa Brasil pelo Meio Ambiente.

Compromiso con el clima

Eficiencia energética

GRI 302-1

En 2025, Eurofarma avanzó de manera consistente en su agenda de eficiencia energética y reducción de emisiones. Durante el periodo, el consumo de combustibles no renovables ascendió a 286.048 GJ, un 6,7% menos respecto al año anterior. Mención especial para el gas natural, principal combustible fósil utilizado por la organización, que registró una reducción del 6,2%, hasta situarse en 242.118 GJ. También hubo descensos en el uso de diésel, gasolina y GLP, lo que refleja el trabajo continuo en la optimización operativa y la adopción de tecnologías más eficientes.

Al mismo tiempo, el consumo de fuentes renovables se mantuvo elevado, totalizando 200.159,8 GJ. El etanol representó la mayor parte (194.169 GJ), lo que refuerza su posición como biocombustible prioritario en la estrategia de descarbonización. La generación de energía fotovoltaica también avanzó, alcanzando los 5.991 GJ, impulsada por la operación de 6.998 paneles solares instalados en ubicaciones estratégicas de la compañía, como Guatemala, Genfar (Colombia) e Itapevi (Brasil).

Eurofarma sigue trabajando para alcanzar la meta de utilizar energía eléctrica 100% renovable en todas sus operaciones globales para 2027, quedando solo las instalaciones de Argentina para completar el proceso de transición. Actualmente la ubicación cuenta con un 50% de uso exclusivo de energía eléctrica renovable.



97%
de energía eléctrica renovable en las operaciones globales en 2025

El consumo total de electricidad en 2025 alcanzó los 463.711 GJ, de los cuales el 97% provino de energía certificada vía I-REC. Este resultado reafirma la consolidación de la estrategia de transición energética de la organización, asegurando la trazabilidad, el alineamiento con los estándares internacionales y la reducción efectiva de las emisiones asociadas a las operaciones globales.

En Brasil, la Política de Combustibles siguió siendo un vector importante de mitigación de carbono. La directriz prioriza el repostaje con etanol en la flota de la fuerza de ventas y cuenta con mecanismos de control que restringen el uso de gasolina, permitida solo en situaciones excepcionales (cuando no hay etanol disponible en la región).

En 2025, esta medida tuvo como resultado el empleo de un 98,6% de etanol en el

consumo total de combustibles líquidos de la flota, lo que demuestra la alta acogida interna y un impacto directo en la reducción de las emisiones operativas. La política también fomenta el uso de vehículos híbridos y otras tecnologías más eficientes, ampliando los efectos medioambientales positivos y reforzando la estrategia de bajas emisiones en toda la cadena.

Ecoeficiencia operativa

En Itapevi (Sao Paulo), se implantó un sistema de gestión energética del sistema de aire comprimido, garantizando mayor precisión operativa y eliminando desperdicios. Además, en la misma planta se integró el monitoreo energético con la solución inteligente de gestión del agua, potenciando el análisis integrado de datos y permitiendo un control predictivo de la demanda.

En 2025, el Complejo Itapevi recibió la recertificación de la norma ISO 50001, norma internacional enfocada a la optimización del desempeño energético.

Por su parte, la planta de Genfar implementó una plataforma especializada para la medición de la eficiencia del consumo energético y del sistema fotovoltaico, que permite realizar diagnósticos en tiempo real y mitigar inmediatamente las desviaciones, asegurando el máximo rendimiento de la matriz renovable, además de contribuir a la identificación de oportunidades enfocadas en reducir el consumo y en mejorar la eficiencia.

Consumo total de combustibles dentro de la organización (en GJ)

GRI 302-1

Fuentes no renovables	2023	2024	2025
Diésel*	3.745	2.748	2.107,00
Gas Natural (GN)	218.869	258.144	242.118
GLP	680	605	490
Gasolina	47.620	45.299	41.333
Total	270.914	306.796	286.048

*(Diésel generadores + Diésel plataforma + Diésel Vehículos)

Fuentes renovables	2023	2024	2025
Número de paneles fotovoltaicos	8.892	8.892	8.892
Energía fotovoltaica generada (GJ)	1.254	4.813	5.991
Etanol (GJ)	192.747	201.727	194.169
Total	194.001	206.540	200.160

* Valor sumado diferente puesto que los años anteriores los paneles fotovoltaicos estaban incluidos en el consumo energético GRI 2-4

Consumo energético	2023	2024	2025
Electricidad	436.303	459.184	463.711
Electricidad (con I-REC)*	142.754	412.679	450.626
Electricidad (fotovoltaica)*	1.254	4.813	5.991

*De los 463.711 electricidad, 450.626 cuentan con certificación fotovoltaica y 5.991 corresponden a electricidad autogenerada. Para calcular el consumo de energía, consideramos los volúmenes anuales consumidos de cada fuente, realizando la conversión indicada: 1 L de diésel -> 0,035 GJ, 1 kg de GLP -> 0,049 GJ, 1 m³ de NG -> 10,9 kWh, 1 kWh -> 0,0036 GJ, 1 L de gasolina -> 0,0342 GJ, 1 L de etanol -> 0,0213 GJ

	2023*	2024	2025
	0,74	0,77	0,79

*Datos globales. Tasa: GJ/1000UP
La tasa utilizada corresponde a la energía consumida dentro de la organización (electricidad).
GRI 302-3

Reducción del consumo energético

GRI 302-4

En 2025, se registraron reducciones significativas en el consumo de energía, resultado directo de iniciativas de conservación, optimizaciones de eficiencia y mejoras operativas implementadas a lo largo del año. En total, las reducciones sumaron 8.175,8 GJ, destacando la disminución en el uso de gas natural, gasolina y GLP, lo que refleja el progreso continuo de la compañía en la gestión energética.

En cuanto al GLP, la reducción estuvo asociada a la optimización de procesos, incluyendo ajustes operativos y el envío de una carretilla elevadora eléctrica a la planta de Momenta, en Sao Paulo, además de mejoras en las rutinas de mantenimiento. Por su parte, el descenso en el consumo de gas natural se debió a la modernización y sustitución de equipos en algunas instalaciones, sumado al ajuste de la demanda energética al volumen de producción en otras operaciones.

Gasolina / Etanol – Flota corporativa
La Política de Combustibles mantuvo el repostaje prioritario con etanol, restringiendo el uso de gasolina a situaciones excepcionales. Esta estrategia contribuyó a reducir el consumo total de combustible y aumentó la proporción de etanol hasta el 98,6% del volumen utilizado por la flota. Los resultados refuerzan los logros en eficiencia operativa y la reducción de las emisiones de Alcance 1.

GLP – Carretillas elevadoras
El consumo de GLP mostró una reducción, impulsada por mejoras operativas y la modernización de equipos. La incorporación de una carretilla elevadora eléctrica adicional en la planta de Momenta (Sao Paulo) contribuyó a disminuir la dependencia de GLP. Los ajustes en los procesos de mantenimiento complementaron la caída del consumo.

Gas natural
El consumo de gas natural disminuyó en 2025, producto de la sustitución y modernización de equipos en algunas plantas. En otras localidades, la reducción estuvo asociada a la adecuación de la demanda de energía al volumen de producción. El movimiento consolidó avances en la eficiencia de los procesos productivos y en la gestión energética de la empresa.

Reducción del consumo energético

GRI 302-4

	2025 (GJ)
Combustible (gasolina)	1.712,8
Combustible (GLP para carretillas elevadoras)	67,0
Combustible (gas natural para generación de vapor)	6.396,0
Electricidad	NA



Emisiones de GEI y descarbonización

GRI 305-1, 305-2, 305-3, 305-4

El Inventario de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero de Eurofarma se elabora de acuerdo con las metodologías del IPCC y la ISO 14064 1⁷, además del GHG Protocol –Corporate Standard¹⁸. La gestión de los datos y el proceso de recopilación se realiza por medio de una plataforma especializada¹⁹, con datos que mensualmente ingresan todos los países en los que Eurofarma tiene operaciones. Luego de consolidar datos, este inventario también es verificado externamente por una empresa independiente, con seguridad razonable, garantizando la consistencia de la información reportada.

En 2025, las emisiones directas de GEI (Alcance 1) ascendieron a 18.752 tCO₂e, lo que representa una reducción de aproximadamente el 12,6% respecto a 2024 (21.450 tCO₂e). Este resultado refleja, principalmente, la reducción de emisiones fugitivas (-48%) y de la combustión estacionaria (-6%), asociadas a mejoras operativas, mayor eficiencia energética y sustitución gradual de combustibles fósiles por alternativas de menor intensidad de carbono.

GRI 2-4

Las emisiones provenientes de la combustión móvil mostraron un aumento moderado, compatible con el perfil operativo de la empresa, mientras que las emisiones de efluentes siguen siendo poco representativas del total.

Las emisiones de Alcance 2 alcanzaron las 51.537 tCO₂e. Este desempeño está directamente vinculado al mayor uso de energía eléctrica certificada con I-REC, la generación fotovoltaica in situ y la estrategia de la compañía para descarbonizar su matriz eléctrica, reduciendo al mismo tiempo la exposición a los riesgos regulatorios y a la fijación de precios del carbono.

Como reflejo de estos avances, la intensidad de las emisiones de los Alcances 1 y 2 cayó hasta las 0,035 tCO₂e por cada mil unidades producidas, el valor más bajo de la serie histórica, lo que indica mejoras estructurales en eficiencia y competitividad ambiental. Desde el punto de vista financiero, la reducción del consumo de combustibles fósiles y el

aumento de la proporción de fuentes renovables contribuyen a lograr unos ahorros operativos recurrentes, una mayor previsibilidad de los costes energéticos y una potencial reducción de gastos futuros con compensaciones de carbono.

En 2025 concluyó el proceso de identificación y evaluación de las fuentes de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) que se producen a lo largo de la cadena de valor de la empresa (alcance 3), con el mapeo de todas las categorías aplicables a Eurofarma. Como resultado, hubo un aumento en las emisiones reportadas para algunas categorías debido al avance y a la ampliación del análisis de datos. Los viajes de negocios, por ejemplo, ahora incluyen los traslados en taxi y autos de aplicación, además de los viajes aéreos ya mapeados. Las categorías de transporte aguas arriba y aguas abajo²⁰ también experimentaron una evolución en el análisis.

- 16. Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático
- 17. La ISO 14064-1:2018 especifica principios y requisitos organizativos para la cuantificación y el informe de emisiones y remociones de gases de efecto invernadero (GEI).
- 18. GHG Protocol: iniciativa para la estandarización global de las emisiones de gases de efecto invernadero, con el objetivo de que las empresas midan, cuantifiquen e informen sus propios niveles de emisión.
- 19. Arca ESG
- 20. Transporte aguas arriba: distribución de los productos vendidos por la empresa. Transporte aguas abajo: materias primas, insumos o productos adquiridos a proveedores en las instalaciones de la empresa.



Emisiones de GEI (tCO₂e)

GRI 305-1, 305-2, 305-3, 305-4, 2-4

	2023	2024	2025
Alcance 1	16.992	21.630	18.752
Combustión estacionaria	12.098	13.813	12.860
Combustión móvil	3.058	2.708	3.140
Efluentes	29	90	161
Emisiones fugitivas	1.807	5.018	2.590
Alcance 2	7.827	3.847	1.888
Consumo total de electricidad	7.827	3.847	1.888
Intensidad de las emisiones alcance 1+2 (tCO ₂ /1000UP)	0,042	0,043	0,035
Alcance 3	16.785	709.313	971.773
Residuos sólidos generados en las operaciones	2.265	5.000	4.333
Viajes de negocios	4.455	3.615	51.537
Desplazamientos al trabajo de los empleados	2.738	7.651	3.690
Transporte aguas arriba	7.327	1.395	15.400
Transporte aguas abajo	NA	21.744	29.279
Actividades relacionadas con combustibles y energía	NA	7.794	7.526
Bienes de capital	NA	18.785	224.419
Inversiones	NA	1.014	2.616
Tratamiento al final de la vida útil de los productos de soldadura	NA	4.099	4.331
Artículos y servicios comprados	NA	625.657	628.642
TOTAL	41.604	734.790	992.413
Unidades producidas	589.539	593.376	585.043

Gases incluidos en los cálculos: CO₂;CH₄, N₂O, HFCs.

Fuente de los factores de emisión e índices de potencial de calentamiento global (GWP) utilizados o una referencia a la fuente de GWP: IPCC e ISO14064

Los datos consideran todas las fábricas de Brasil (Itapevi, Rio de Janeiro, Ribeirão Preto, Sao Paulo, Montes Claros) + CDs (Cajamar y Varginha) + fábricas de América Latina (Argentina, Perú, Chile, Bogotá, Cali, Uruguay y Guatemala) + Oficinas Brasil (Brooklin, Itaporanga, Viva), Bolivia, Ecuador, México, Mozambique, Paraguay y Estados Unidos.

Siguiendo el proceso de los últimos años, divulgamos el año de elaboración del informe, año en el que se produjeron las emisiones (2025) Alcance 1: reducción del 13% en relación con el año 2024. Principal factor: reducción del 6% (-887 tCO₂e) en las emisiones estacionarias y del 48% (-2.428 tCO₂e) en las fugitivas.

Alcance 2: reducción del 51% respecto al año 2024. Saldo residual de Argentina y de las oficinas de Latam que aún no utilizan energía eléctrica 100% renovable.

Alcance 3: en 2025, realizamos el mapeo del 100% de las categorías del alcance 3, incluyendo las categorías: "1-Bienes y Servicios Comprados"; "2-Bienes de Capital"; "12-Tratamiento de Fin de Vida de los Productos Vendidos"; "15-Inversiones". El aumento se debe a la evolución del mapeo de nuevas categorías e inclusión de MOC en el inventario.

2-4: resultados de 2024 ajustados debido a los resultados de la auditoría de inventario de emisiones.

Los factores de emisión utilizados en este inventario tienen como referencia principal las directrices del IPCC, reconocidas y aplicadas internacionalmente. Cabe destacar que la norma ISO 14064 no proporciona factores de emisión, sino que establece directrices y requisitos para la cuantificación, monitoreo y verificación de las emisiones de gases de efecto invernadero, cuyas premisas fueron adoptadas en la elaboración de los datos.

Reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) (tCO₂e)

En 2025, Eurofarma redujo sus emisiones combinadas de Alcances 1 y 2 en 5.411 tCO₂, una disminución de alrededor del 21% en comparación con 2024. Las emisiones directas (Alcance 1) bajaron un 12,7%, debido principalmente a la reducción de las emisiones fugitivas y de la combustión estacionaria. Las emisiones de Alcance 2 se redujeron en aproximadamente un 62%, lo que refleja el avance en la descarbonización de la matriz eléctrica de la compañía.

En Brasil, la electricidad utilizada en las fábricas proviene de la autogeneración de un parque eólico ubicado en Assuruá (Bahia), complementada con la adquisición de energía certificada vía I-REC para las demás operaciones industriales y centros de distribución. Como resultado, la intensidad de las emisiones de Alcance 1 y 2 alcanzó las 0,035 tCO₂e por cada mil unidades producidas, el valor más bajo de la serie histórica.

Reducción de las emisiones de GEI (tCO₂e)

2023	2024	2025
5.556	3.971	5.411

Gases incluidos en los cálculos: CO₂, CH₄, N₂O, HFCs

GRI 305-5



Plan de descarbonización

En 2025, Eurofarma avanzó en su plan de descarbonización al mapear la cadena de valor según las directrices del GHG Protocol. El mapeo global identificó la Categoría 1 (artículos y servicios comprados) como la principal fuente de emisiones en la cadena. El diagnóstico, aplicado a todas las operaciones, aumentó la precisión del Inventario de Emisiones de GEI y guía el compromiso con los socios de negocio a lo largo del ciclo de valor.

CDP Clima

El año también estuvo marcado por la homologación de la cuantificación de las emisiones de la cadena de valor y reforzó la expectativa de evolución en la evaluación del CDP (Carbon Disclosure Project), cuya divulgación tuvo lugar en diciembre. La compañía mantuvo la calificación B en su ciclo de presentación de informe de 2025, resultado que demuestra un nivel de gestión activa de los impactos y riesgos climáticos. Se registraron avances en el 63% de las categorías evaluadas, alcanzando la máxima puntuación (calificación A) en los ámbitos relacionados con:

- Alcance 3 (emisiones)
- Riesgos y oportunidades del proceso
- Políticas medioambientales
- Iniciativas de reducción de emisiones
- Producto bajo en carbono
- Oportunidad de divulgación, contexto, gobernanza y verificación



Evaluación de riesgos y oportunidades climáticos

En 2025, Eurofarma avanzó en la madurez de su Evaluación de Riesgos Climáticos al integrar datos técnicos de las plataformas Adapta Clima y Adapta Brasil en la herramienta de análisis desarrollada por una institución académica de referencia.

Esta integración permitió ampliar la matriz de evaluación, incorporando riesgos físicos, riesgos de transición y oportunidades, lo que contribuye a mejorar del plan estratégico de adaptación y mitigación de riesgos. El proyecto también avanzó en la valoración financiera de los riesgos con el apoyo del área de Planificación y Presupuesto.

Para ello, se consideraron los riesgos de paralización operativa en caso de eventos climáticos extremos y se elaboró una planilla de apoyo identificando el número estimado de días de inactividad para cada tipo de evento (lluvias, sequía, deslizamientos, cortes de energía). Este enfoque permite medir las pérdidas directas asociadas a cada riesgo, considerando que los gastos fijos se mantienen incluso durante la paralización.

Escenario de riesgos y oportunidades en las operaciones en Brasil

Clasificación de riesgo	Amenaza	Riesgo	Impacto
Riesgos físicos	Sequía	Reducción de la disponibilidad de agua Aumento de la tarifa del agua	Operaciones propias
	Inundaciones Deslizamientos	Restricción de acceso a las vías públicas	Operaciones propias y cadena de valor
	Disponibilidad de energía	Aumento de la tarifa energética	Operaciones propias

Clasificación de riesgo	Amenaza	Riesgo	Impacto
Riesgos de transición	Regulación	Fijación del precio del carbono	Operaciones propias

Evento climático	Factor de oportunidad	Oportunidad	Impacto
Cambio climático	Mercado Disponibilidad de productos para empresas emergentes	Acceso a líneas de crédito y financiación a menores costes para empresas "sostenibles"	Operaciones propias
	Productos	Disponibilidad de productos para empresas emergentes Desarrollo de nuevos productos	Operaciones propias y cadena de valor Operaciones propias y cadena de valor

Ecoeficiencia operativa

Eficiencia hídrica

GRI 303-1, 303-2

Eurofarma interactúa con el agua de manera transversal en sus operaciones, desde la extracción hasta el vertido, adoptando prácticas orientadas a la eficiencia y al cumplimiento ambiental. El uso se da tanto en actividades administrativas como en operaciones industriales, donde el agua se utiliza en la producción de agua purificada, generación de vapor, refrigeración, limpieza y, en algunos procesos, en la incorporación en el producto final.

Después de su uso, las instalaciones que cuentan con plantas de tratamiento de efluentes tratan el agua y la vierten en masas de agua, mientras que las que no disponen de ellas la vierten directamente en las redes públicas de alcantarillado, siempre cumpliendo con la legislación aplicable y los estándares internos de calidad. En 2025 no se registró ningún incumplimiento.

El alcance de las evaluaciones incluye el seguimiento del volumen total de agua extraída, el consumo específico de agua (m³ por 1.000 unidades producidas) y el porcentaje de reutilización, lo que permite evaluar la intensidad hídrica de las operaciones e identificar oportunidades de mejora.

Estos indicadores se consolidan y analizan mensualmente, y los resultados se discuten en reuniones de Revisión y en el Comité ESG, foros responsables de orientar la definición de objetivos, la priorización de proyectos y la toma de decisiones estratégicas.

En 2025, la planta de Itapevi obtuvo la certificación ISO 46001²¹, lo que refuerza la estructura de gestión de la eficiencia hídrica e impulsa la ampliación de los sistemas de reutilización, la modernización de equipos (como torres adiabáticas) y el monitoreo inteligente en tiempo real. Estas soluciones se están expandiendo a otras instalaciones de la empresa.

La evaluación de riesgos hídricos utiliza herramientas internacionales, como el Aqueduct Water Risk Atlas, que ayuda en la identificación de áreas críticas y guía las decisiones estratégicas relacionadas con el uso del agua y la planificación operativa. Por lo que respecta a la colaboración con los grupos de interés, esta se produce por medio de asociaciones con actores locales, como ayuntamientos y proveedores de servicios ambientales, además de la divulgación transparente de las prácticas en materiales institucionales e informes de sostenibilidad. La organización también fomenta iniciativas de reutilización y buenas prácticas en toda la cadena de valor, promoviendo la gestión responsable del agua con proveedores y clientes con impactos relevantes.

Pioneros mundiales en gestión hídrica

Eurofarma obtuvo la ISO 46001 en Itapevi (Sao Paulo), convirtiéndose en la única empresa farmacéutica del mundo con la triple certificación: ISO 14001 (Sistemas de Gestión Ambiental), ISO 50001 (Sistemas de Gestión de la Energía) e ISO 46001 (Sistemas de Gestión de la Eficiencia del Agua).

En los centros de Itapevi, Sao Paulo y Río de Janeiro, la empresa implementó tecnología de monitoreo inteligente del consumo de agua en colaboración con una startup brasileña, lo que permite el seguimiento en tiempo real y la identificación de oportunidades de reutilización. El modelo ya se está expandiendo a otras ubicaciones.

Las iniciativas de reaprovechamiento de agua han reducido el consumo y ampliado las prácticas de reutilización, especialmente en los sistemas de recuperación del concentrado del sistema de ósmosis inversa, permitiendo su reúso en este proceso, además de otros reúsos en actividades internas de consumo de agua no potable.

En los últimos tres años se ha producido un aumento gradual en la extracción total de agua entre 2023 y 2024, seguido de una ligera reducción en 2025. La mayor parte del volumen utilizado por Eurofarma proviene de proveedores externos y de aguas subterráneas. En zonas con estrés hídrico extremo, como Perú y Chile, la extracción totalizó 46 megalitros, realizada exclusivamente mediante terceros. Estos resultados indican la dependencia de fuentes externas y refuerzan la priorización de estrategias de diversificación y eficiencia en el uso del agua.

Extracción de agua	2023	2024	2025
Extracción total de agua	610	688	643
Agua subterránea	109	180	189
Agua reutilizada	61	37	72
Agua de terceros (empresas de saneamiento ambiental)	440	471	336
Extracción en zonas con estrés hídrico			
Agua de terceros (empresas de saneamiento ambiental)	NA	NA	46

GRI 303-3

Consumo de agua	2023	2024	2025
Consumo total en megalitros	163	188	203
Consumo en zonas con estrés hídrico	0	0	0,56

GRI 303-5

Vertido de agua	Água doce		Outros tipos de água	
	2024	2025	2024	2025
Aguas superficiales (aguas pluviales)	227	144	0	0
Aguas subterráneas	0	0	0	0
Aguas marinas	0	0	0	0
Agua producida	0	0	0	0
Agua de terceros	236	278	0	0
Total	436	422	0	0

Las sustancias prioritarias se definieron con base en la legislación ambiental local aplicable en cada país de operación. Los límites de vertido se establecen de acuerdo con los parámetros legales vigentes para efluentes líquidos, considerando las características de la actividad y el cuerpo receptor. En 2025, no se registraron incumplimientos de los límites de vertido para estas sustancias.

Vertidos en áreas con estrés hídrico: i-Agua dulce 2025: 45 megalitros (Chile y Perú). El vertido se calcula como la extracción total menos el agua incorporada al producto. La identificación de las zonas con estrés hídrico se realizó con base en el Aqueduct Water Risk Atlas (WRI), utilizando el indicador Baseline Water Stress. Para efectos de los reportes GRI/CDP, solo se consideraron bajo estrés hídrico las ubicaciones clasificadas como Alto o Extremadamente Alto. Estas evaluaciones consideran la ubicación geográfica de las unidades, reflejando las condiciones promedio a largo plazo, y no contemplan variaciones estacionales

GRI 303-4

21. ISO46001: establece requisitos para los Sistemas de Gestión de la Eficiencia del Agua (SGEA), enfocándose en reducir el consumo de agua y optimizar su uso mediante el monitoreo, metas y reutilización.

Gestión de residuos

GRI 306-1, 306-2

La gestión de residuos de Eurofarma se basa en la reducción, reutilización, reciclaje y depósito adecuado. Todas las instalaciones reportan mensualmente los volúmenes generados en un sistema centralizado.

Entre 2024 y 2025, los costos de depósito de residuos aumentaron un 41%: de 4,7 millones BRL a 6,6 millones BRL. Este crecimiento está asociado al reajuste de contratos y al mayor uso de tecnologías como el coprocesamiento, que reduce el traslado de residuos a vertederos. En el mismo periodo, el compostaje aumentó de 423 toneladas a 686 toneladas, acompañado de un aumento de los residuos destinados a otras formas de valorización.

La valorización de materiales reciclables generó unos ingresos de 1,4 millones BRL en 2025, frente a 1 millón BRL en 2024, monto íntegramente destinado al proyecto social De la mano con la Escuela (ver recuadro). Además de acciones internas, la empresa integra programas de logística inversa en Brasil, Colombia y Chile.

Cabe mencionar que la gestión realizada por terceros sigue criterios técnicos y legales, incluyendo licencias ambientales, autorizaciones de transporte y verificación periódica de documentación. La información de depósito se registra mediante facturas, manifiestos y certificados de depósito final.

No destinados a eliminación (en toneladas)

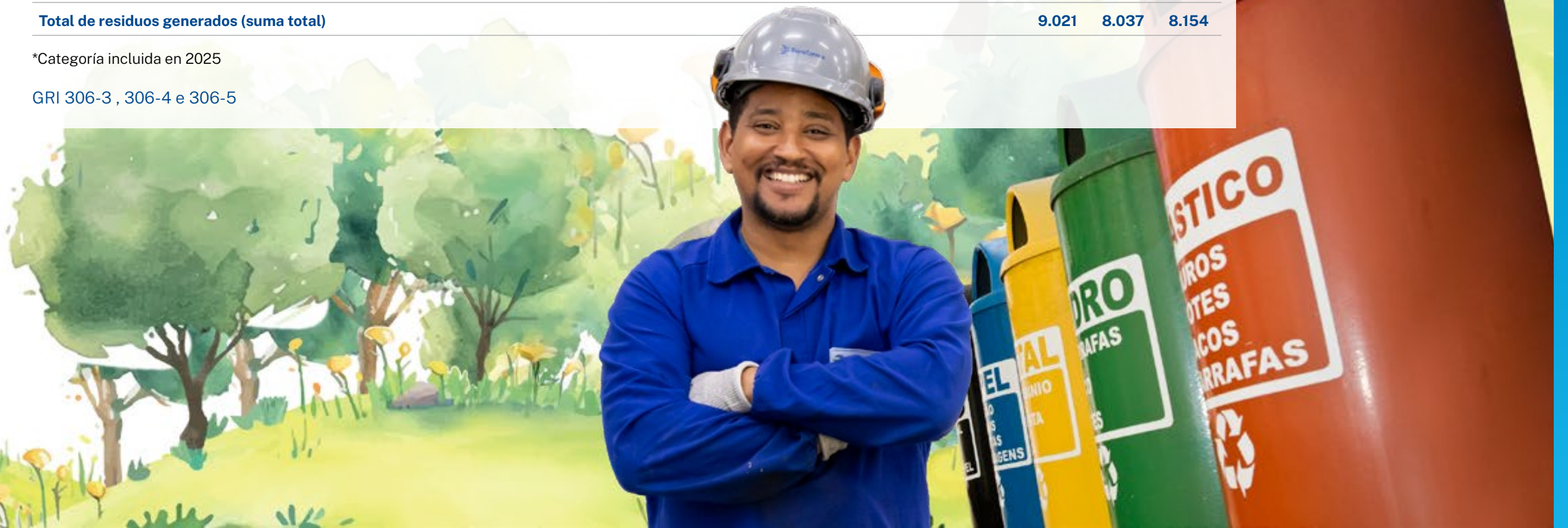
Clase	Tipo de residuos	Método de eliminación	2023	2024	2025
No peligrosos	Residuos orgánicos y podas	Otras operaciones de valorización (compostaje interno)	268	279	327
	Residuos orgánicos y podas	Otras operaciones de valorización (compostaje externo)	308	144	359
	Aceite de cocina / Madera	Preparación para la recuperación energética	0	360	407
	Papel, plástico, cartón, vidrio, metal blíster y escombros reciclable	Reciclaje	5.278	3.804	3.320
	Residuos industriales clase II*	Preparación para la recuperación energética*	0	0	151
Peligrosos	Residuos industriales, chatarra electrónica, lámparas, pilas, aceite lubricante, bidones de plástico y bidones de hierro	Preparación para la reutilización	1.665	1.499	1.816
	Efluentes	Otras operaciones de valorización (residuos líquidos destinados al tratamiento de efluentes)	0	150	151
Total			7.519	6.236	6.531

Destinados a eliminación (en toneladas)

No peligrosos	No reciclable, lodo, podas y escombros	Vertedero	1.193	1.417	1.123
	Residuos de servicios de salud	Autoclave/Vertedero clase II	17	27	43
	Residuos industriales	Vertedero clase I	NA	40	19
Peligrosos	Residuos industriales + residuos con recuperación de impuestos	Incineración (sin recuperación energética)	292	136	170
	Residuos industriales	Incineración (con recuperación energética)	0	181	268
Total			1.502	1.801	1.623
Total de residuos generados (suma total)			9.021	8.037	8.154

*Categoría incluida en 2025

GRI 306-3 , 306-4 e 306-5



Para cada operación de valorización o eliminación (2025)

No destinados a eliminación		En las instalaciones	Fuera de las instalaciones	
No peligrosos	Residuos orgánicos y podas	Otras operaciones de valorización (compostaje interno)	327,0	0,0
	Residuos orgánicos y podas	Otras operaciones de valorización (compostaje externo)	0,0	359,0
	Aceite de cocina / Madera	Preparación para la recuperación energética	0,0	407,0
	Papel, plástico, cartón, vidrio, metal blíster y escombros reciclable	Reciclaje	0,0	3.320,0
	Residuos industriales clase II*	Preparación para la recuperación energética*	0,0	151,0
Peligrosos	Residuos industriales, chatarra electrónica, lámparas, pilas, aceite lubricante, bidones de plástico y bidones de hierro	Preparación para la reutilización	0,0	1.816,0
	Efluentes	Otras operaciones de valorización (residuos líquidos destinados al tratamiento de efluentes)	0,0	151,0
Total			327,0	6.204,0

Destinados a eliminación		En las instalaciones	Fuera de las instalaciones	
No peligrosos	No reciclable, lodo, podas y escombros	Vertedero	0,0	1.123,0
	Residuos de servicios de salud	Autoclave/Vertedero clase II	0,0	43,0
	Residuos industriales	Vertedero clase I	0,0	19,0
Peligrosos	Residuos industriales + residuos con recuperación de impuestos	Incineración (sin recuperación energética)	0,0	170,0
	Residuos industriales	Incineración (con recuperación energética)	0,0	268,0
Total			0,0	1.623,0

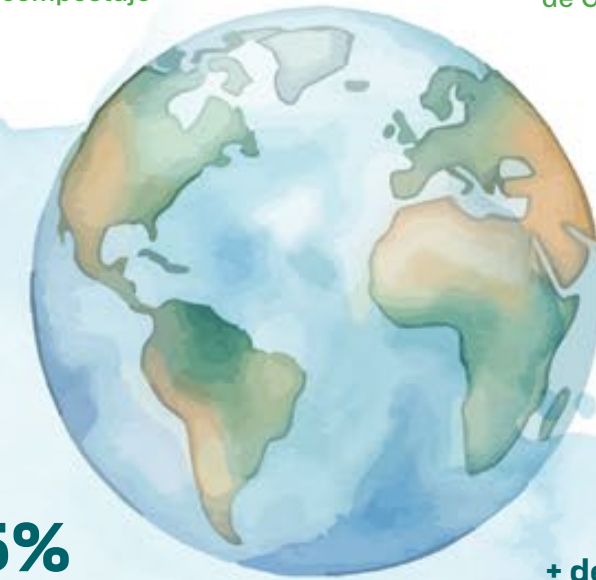
Vertedero cero

En 2025, la empresa avanzó significativamente en su estrategia de Vertedero Cero a partir de dos iniciativas:

- **Expansión del Compostaje:** aumento del procesamiento de residuos orgánicos y vegetales en Brasil, además de la implementación de este proceso en Argentina, evitando su depósito en vertederos sanitarios.
- **Valorización energética de no reciclables:** en Brasil se implementó la gestión de residuos para valorización energética, considerando el sistema conocido como CDRU (Combustible Derivado de Residuos Urbanos).

+ del **76%** en la gestión de residuos destinados a compostaje

- del **53%** de los residuos peligrosos destinados a vertederos de seguridad por parte de Genfar



+ del **15%** en la gestión de residuos destinados a la reutilización

+ del **3%** en el envío de residuos peligrosos para valorización energética por parte de Genfar

Portafolio más sostenible

Eurofarma integra principios de economía circular en sus productos mediante iniciativas de innovación y el uso de tecnología, con el foco puesto en reducir el consumo de recursos naturales, incorporar materiales más sostenibles en los empaques y ampliar la reciclabilidad posconsumo. Una de estas iniciativas es la utilización del interior de las cajas de medicamentos para orientar a los consumidores sobre la disposición adecuada de los empaques, contribuyendo a la concientización ambiental después de su uso.



Hace ocho años, Eurofarma lanzó al mercado los primeros productos con el sello Empaque +Verde, que identifica medicamentos con soluciones orientadas a reducir los impactos en la cadena y el posconsumo.

Disponibles en Brasil, Angola y Mozambique, los productos que llevan este sello utilizan materiales más sostenibles, como estuches con un 35% de material reciclado y polietileno verde en el acondicionamiento primario. El modelo también incluye una metodología desarrollada por un centro de investigación independiente y sometida previamente a la Anvisa, que permite la descontaminación de los acondicionamientos primarios en el hogar y su disposición en la recolección selectiva.

	2023	2024	2025
% + VERDE del portafolio de Eurofarma	10%	10%	10%
N.º absoluto de productos + VERDE	26 millones	30,8 millones	33,6 millones
Lanzamiento de productos	6	20	21



Valda sostenible

En 2025, el portafolio de la marca de pastillas Valda también amplió el uso de materiales más sostenibles, con el regreso de los envases metálicos y la sustitución del plástico de polipropileno (PP), utilizado desde 2001.

Las nuevas latas ofrecen mayor resistencia y permiten un mejor aprovechamiento del espacio de apilamiento, lo que optimiza la logística. Además, presentan una ventaja significativa en términos de reciclabilidad, con una tasa de reciclaje del 47,7%²², mientras que los envases de plástico registran un 24,4%²³.

22. Prolata - Abeaço
23. Abiplast

Controladas y afiliadas: actuación medioambiental



Dermage es una marca brasileña pionera en dermocosméticos, fundada en 1990, reconocida por desarrollar y comercializar productos de alta calidad y eficacia. En 2025, pasó a formar parte del Grupo Eurofarma mediante una participación mayoritaria, manteniendo una gestión independiente y reforzando la presencia del grupo en el segmento de dermatología y belleza con perfil prescriptivo junto a la clase médica. La marca ya tiene la mirada puesta en una gestión sostenible y, a partir de este año, cuenta con algunos indicadores recogidos en el Manual de Sostenibilidad.

Ingresos netos R\$ 133,4 millones	Total de empleados 329
Total de empleadas mujeres 267	Total de empleados hombres 62

Sustentabilidad Operacional	2025
Consumo de Agua (m³)	798
Consumo de Energía Anual (GJ)	619,812
Unidades Producidas	86.650
Combustión Móvil (Litros)	58.104
Descarte de residuos (Sólidos +Líquidos) (t)	1,83



Ocean Drop, fundada en 2016, se especializa en suplementos alimenticios veganos basados en nutrientes marinos y naturales. Nació como una empresa nativa digital y forma parte de la estrategia de innovación de Eurofarma, que ahora posee casi el 90% de la participación de la marca. Al igual que Dermage, Ocean también gestiona indicadores ambientales importantes en sus operaciones.

Ingresos netos R\$ 41,4 millones	Total de empleados 89
Total de empleadas mujeres 53	Total de empleados hombres 36

Sostenibilidad operativa	2025
Consumo energético anual (GJ)	74,106
Unidades producidas	2.133.983
Residuos destinados al reciclaje (t)	5,72



Supera RX es socio estratégico de Eurofarma en la promoción y distribución de productos de prescripción médica (Rx) en Brasil, fruto de la colaboración sectorial con otra empresa farmacéutica que refuerza la actuación del grupo en prescripciones junto a la clase médica y al comercio minorista farmacéutico. La asociación se destaca en la cartera institucional de marcas controladas y afiliadas de Eurofarma. Desde hace muchos años, Supera controla sus indicadores ESG, incluidos los ambientales.

Ingresos netos R\$ 1.050 millones	Total de empleados 890
Total de empleadas mujeres 277	Total de empleados hombres 613

Sostenibilidad operativa - Agua	2025
Suministro a terceros (megalitros)	4,9
Consumo de agua (megalitros)	1,47
Indicador m³ /1.000 (unidad producida)	0,67

Sostenibilidad operativa - Residuos	2025
Residuos peligrosos (t)	
Residuos generados	158,49
Residuos no destinados a la eliminación final	155,31
Preparación para reutilización	155,31
Residuos destinados a la eliminación final	3,18
Incineración (sin recuperación de energía)	2,78
Otras operaciones de eliminación (residuos de servicios sanitarios)	0,4

Residuos no peligrosos (t)	
Residuos generados	93,9
Residuos no destinados a la eliminación final	53,1
Preparación para reutilización (compostaje externo)	5,8
Reciclaje	47,4
Otras operaciones de recuperación (compostaje interno)	0,0
Residuos destinados a la eliminación final	40,8
Confinamiento en vertedero	40,8

Sostenibilidad operativa - Energía	2025
Consumo anual – GJ Valor total (renovable + no renovable)	9.607
Gj/1.000 up	1,30
Número de paneles utilizados en (Pouso Alegre + Extrema)	455

Este es el primer informe publicado por Eurofarma que incluye datos ambientales de sus empresas controladas/afiliadas. Estos datos no han sido auditados por KPMG y no forman parte de los resultados consolidados del Grupo que se presentan en este documento. El objetivo de la compañía es iniciar el seguimiento a lo largo de 2026 para evaluar su incorporación a los resultados completos de la compañía para los próximos años, siempre de acuerdo con los estándares GRI.





11

Anexos

2-7: Empleados (Brasil e internacionales)

Las fluctuaciones a lo largo del periodo se deben a nuevas contrataciones, bajas voluntarias y ajustes de personal previamente planificados, manteniéndose dentro de los niveles previstos. El método de cálculo consistió en la extracción de datos de los informes SAP, a partir de la fecha base del 31 de diciembre de 2025.

Los datos internacionales se compilan mensualmente para el informe de headcount de la compañía. La empresa no cuenta con una nómina global y utiliza Excel para realizar el seguimiento de la información de las unidades internacionales. Cabe destacar que, en 2025, este indicador ya contempla a los profesionales de Genfar.

GRI 2-4

Por género - Brasil	Femenino	Masculino	Otro*	No informado	Total
Número de empleados	3.785	4.758	0	0	8.543
Número de empleados permanentes	3.775	4.754	0	0	8.529
Número de empleados temporario	10	4	0	0	14
Número de empleados sin horario laboral garantizado.	418	740	0	0	1.158
Número de empleados a tiempo completo	3.366	4.016	0	0	7.382
Número de empleados a tiempo parcial	1	2	0	0	3

*Género según lo especificado por los propios empleados.

Por región - Brasil	Centro Oeste	Noreste	Norte	Sudeste	Sur
Número de empleados	306	1.388	211	5.875	763
Número de empleados permanentes	306	1.387	211	5.862	763
Número de empleados temporario	0	1	0	13	0
Número de empleados sin horario laboral garantizado.	38	116	14	884	106
Número de empleados a tiempo completo	268	1272	197	4.988	657
Número de empleados a tiempo parcial	0	0	0	3	0

Por género - Internacional	Femenino	Masculino	Otro*	No informado	Total
Número de empleados	1.600	1.415	0	0	3.015
Número de empleados permanentes	1.578	1.381	0	0	2.959
Número de empleados temporario	22	34	0	0	56
Número de empleados sin horario laboral garantizado.	276	269	0	0	545
Número de empleados a tiempo completo	1.600	1.415	0	0	3.015
Número de empleados a tiempo parcial	0	0	0	0	0

*Género según lo especificado por los propios empleados.

Por país - Internacional	América Central		Angola		Argentina		Bolivia		Chile	
	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
Número de empleados	216	227	0	1	105	139	31	20	193	142
Número de empleados permanentes	216	226	0	1	105	139	31	20	187	133
Número de empleados temporario	0	1	0	0	0	0	0	0	6	9
Número de empleados sin horario laboral garantizado.	27	44	0	0	21	21	2	6	26	31
Número de empleados a tiempo completo	216	227	0	1	105	139	31	20	193	142
Número de empleados a tiempo parcial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Por país - Internacional	Colombia		Ecuador		Estados Unidos		México	
	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
Número de empleados	585	519	39	41	21	10	170	133
Número de empleados permanentes	573	501	39	41	20	9	167	132
Número de empleados temporario	12	18	0	0	1	1	3	1
Número de empleados sin horario laboral garantizado.	114	84	9	11	6	4	27	24
Número de empleados a tiempo completo	585	519	39	41	21	10	170	133
Número de empleados a tiempo parcial	0	0	0	0	0	0	0	0

Por país - Internacional	Mozambique		Paraguay		Perú		Uruguay		Venezuela	
	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino	Femenino	Masculino
Número de empleados	8	8	25	22	154	121	40	26	13	6
Número de empleados permanentes	8	8	25	20	154	119	40	26	13	6
Número de empleados temporario	0	0	0	2	0	2	0	0	0	0
Número de empleados sin horario laboral garantizado.	2	1	3	7	29	24	6	10	4	2
Número de empleados a tiempo completo	8	8	25	22	154	121	40	26	13	6
Número de empleados a tiempo parcial	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

2-8: Trabajadores que no son empleados

Brasil

La base de datos se extrae del sistema SAP para aprendices y pasantes, mientras que la información sobre empleados subcontratados la proporcionan las áreas que utilizan este tipo de personal dentro de la Vicepresidencia de Personas y Organización.

Actualmente, el equipo externo está compuesto por 289 aprendices, 165 pasantes, 386 profesionales de limpieza y mantenimiento, 24 empleados de seguridad y recepción, 21 personas en el gimnasio y 79 en la guardería. Este indicador considera a los trabajadores hasta el 31 de diciembre de 2025.

Durante el período analizado, el número de empleados mostró variaciones ocasionales, pero controladas, que reflejan principalmente movimientos naturales en las operaciones con terceros y decisiones estratégicas de gestión de recursos humanos.

Internacional

El control se ejerce mediante un informe interno elaborado por los departamentos locales de Recursos Humanos. Todos los países envían los datos al área de Recursos Humanos Internacionales, responsable de su consolidación. Actualmente, las operaciones internacionales (incluida Genfar) cuentan con 298 contratistas externos, distribuidos entre servicios de limpieza, informática, restauración, servicios médicos, seguridad y jardinería. Este indicador abarca datos hasta el 31 de diciembre de 2025.

2-19: Políticas de remuneración

La política de remuneración de Eurofarma se compone de elementos fijos y variables. La remuneración fija se gestiona en función de estudios de mercado y la política interna de compensación. La remuneración variable para la alta dirección está vinculada a los objetivos financieros y de cuota de mercado de la empresa, así como a posibles objetivos individuales y corporativos relacionados con cuestiones medioambientales, sociales y empresariales.

Para los miembros del máximo órgano de gobierno y los altos ejecutivos, las políticas aplicadas son:

- I. Remuneración fija, según estudios de mercado y política interna de compensación. Remuneración variable, a través del Programa de Participación en Beneficios negociado mediante Convenio Colectivo y el incentivo a largo plazo gestionado por Política Interna.
- II. Bonificaciones por atracción o pagos de incentivos por reclutamiento: no aplicable
- III. Indemnizaciones por terminación de contrato, de conformidad con la legislación laboral y el convenio colectivo.
- IV. Devolución de bonificaciones e incentivos (recuperación): no aplicable

En lo que respecta a las prestaciones de jubilación, Eurofarma ofrece un plan de pensiones complementario a los empleados que cumplan los requisitos, incluidos los altos directivos, según criterios internos.

2-20 Proceso para determinar la remuneración

La política de compensación se revisa y actualiza anualmente. Otros programas, como el Programa de Participación en Resultados (PPR), son validados por un comité y presentados al más alto nivel de Gobernanza y auditados por consultores externos.

La opinión de las partes interesadas se considera mediante la presentación y el análisis de estudios. Con base en esto, se definen las premisas y directrices para el desarrollo de programas y políticas de compensación. La determinación de los programas de compensación implica la participación de consultoras externas y especializadas que proporcionan datos de mercado y, tras el análisis por parte del área de compensación, se presentan estudios para su aprobación por la alta dirección. Todos los datos relacionados con el tema son gestionados por las áreas responsables a través de sistemas o informes de gestión.

205-2: Comunicación y capacitación sobre políticas y procedimientos anticorrupción

Número total y porcentaje de empleados capacitados en los procedimientos y políticas anticorrupción adoptados por la organización.

	Cantidad	%
Brasil	3.798	100%

24. Incluye a todos y cada uno de los tipos de socios que prestan servicios a Eurofarma.

205-2: Comunicación y capacitación sobre políticas y procedimientos anticorrupción

Número total y porcentaje de empleados capacitados en los procedimientos y políticas anticorrupción adoptados por la organización.

Se utilizaron los registros e informes de compliance exportados de la herramienta oficial de aprendizaje electrónico de Eurofarma (Euroaprende). Sin embargo, el informe extraído de Euroaprende no clasifica a los colaboradores por niveles de gestión, coordinación, administración, operaciones o fuerza de ventas, ni especifica el número de personas capacitadas por región del país. Es importante señalar que, en 2025, este indicador ya considera a los profesionales de Genfar. GRI 2-4

Regiones	Número total de empleados	Número de empleados capacitados	Porcentaje de empleados capacitados
Brasil	8.543	5.373	63%
Otros países*			
Argentina	244	230	94%
América Central	443	418	94%
Bolivia	51	61	100%
Chile	335	224	67%
Colombia	1.104	563	51%
Ecuador	80	53	66%
México	303	251	83%
Paraguay	47	49	100%
Perú	275	253	92%
Uruguay	66	66	100%
Total	2.948	2.156	73%

*Los países con un número mayor de personas capacitadas que de colaboradores se justifican por la salida de colaboradores que no fueron reemplazados en el año base. El número total de colaboradores no suma 3.015 porque no hubo sesiones de capacitación en Estados Unidos, Angola y Mozambique (no incluidos en la tabla). Las cifras de colaboradores en Venezuela se consideran para América Central.

401-1: Contratación de nuevos empleados y rotación de personal

Brasil

Las variaciones se deben a la rotación natural del personal, incluidas las bajas voluntarias y los ajustes organizativos ocasionales, manteniéndose dentro de los niveles previstos. Los datos se recopilaron a partir de los registros de admisión y baja extraídos mensualmente del sistema SAP, lo que garantiza la trazabilidad de la información.

Número total y tasa de nuevas contrataciones de empleados, desglosados por grupo de edad, género y región.

	Número		Tasa	
	2024	2025	2024	2025
Por grupo de edad				
Menores de 30 años	466	310	37%	29%
De 30 a 50 años	745	738	59%	65%
Más de 50 años	61	59	5%	6%
Por género				
Hombres	515	544	40%	52%
Mujer	757	563	60%	48%
Por región				
Centro Oeste	46	36	4%	3%
Noreste	66	125	5%	10%
Norte	28	27	2%	2%
Sudeste	1.074	880	84%	81%
Sur	58	39	5%	4%

Número total de despidos y tasa de rotación de personal, desglosados por grupo de edad, género y región.

	Número		Tasa	
	2024	2025	2024	2025
Por grupo de edad				
Menores de 30 años	317	132	29%	14%
De 30 a 50 años	679	887	10%	14%
Más de 50 años	85	119	9%	11%
Por género				
Hombres	527	619	11%	13%
Mujer	554	519	15%	14%
Por región				
Centro Oeste	45	47	13%	14%
Noreste	56	168	6%	12%
Norte	25	28	12%	13%
Sudeste	895	800	14%	14%
Sur	60	95	8%	12%

401-1: Contratación de nuevos empleados y rotación de personal**Internacional**

La alta rotación de personal en 2025 se debe a los despidos derivados de decisiones estratégicas de la empresa: el cierre de la fábrica en Uruguay y una nueva estructura internacional que divide sus operaciones en clústeres (aprovechando las sinergias y optimizando los recursos).

En 2025, también se decidió congelar las nuevas contrataciones, lo que resultó en una disminución de las mismas respecto al periodo anterior. La gestión es realizada por la estructura de Recursos Humanos local, siendo Recursos Humanos Internacional el responsable de compilar y consolidar las informaciones.

Número total y tasa de nuevas contrataciones de empleados, desglosados por grupo de edad, género y región.

	Número		Tasa	
	2024	2025	2024	2025
Por grupo de edad				
Menores de 30 años	116	41	23,15%	17,79%
De 30 a 50 años	347	163	69,26%	71,15%
Más de 50 años	38	26	7,58%	11,06%
Por género				
Hombres	216	103	43,11%	42%
Mujer	285	127	56,89%	58%
Por región				
América Central	76	9	15,17%	10,58%
Angola	4	1	0,80%	0,48%
Argentina	33	39	6,59%	16,35%
Bolivia	16	13	3,19%	5,29%
Chile	47	13	9,38%	6,25%
Colombia	83	42	16,57%	17,31%
Ecuador	19	10	3,79%	4,33%
Estados Unidos	2	3	0,40%	1,44%
México	136	49	27,15%	22,60%
Mozambique	5	5	1,00%	2,40%
Paraguay	14	3	2,79%	1,44%
Perú	27	14	5,39%	6,25%
Uruguay	11	12	2,20%	5,29%
Venezuela	28	0	5,59%	0,00%

Número total de despidos y tasa de rotación de personal, desglosados por grupo de edad, género y región.

	Número		Tasa	
	2024	2025	2024	2025
Por grupo de edad				
Menos de 30 años	48	35	17,8%	18,8%
De 30 a 50 años	268	261	15,6%	16,3%
Acima de 50 años	59	73	14,0%	18,2%
Por género				
Hombres	172	174	15,4%	17,5%
Mujer	203	195	15,7%	16,3%
Por región				
América Central	54	64	11,6%	15,0%
Angola	1	4	25,0%	80,0%
Argentina	31	35	12,7%	14,0%
Bolivia	12	16	21,8%	33,0%
Chile	59	53	16,8%	18,0%
Colombia	43	48	9,5%	11,0%
Ecuador	21	7	38,2%	13,0%
Estados Unidos	3	9	8,1%	31,0%
México	100	45	34,1%	15,0%
Mozambique	2	2	16,7%	13,0%
Paraguay	11	3	24,4%	7,0%
Perú	28	21	11,0%	9,0%
Uruguay	9	59	7,8%	89,0%
Venezuela	1	11	3,3%	61,0%

GRI 401-2: Beneficios ofrecidos a los empleados a tiempo completo

Restaurantes internos, además de vales de alimentación y vales de comida, seguro de vida con asistencia funeraria, pensión privada, préstamo de nómina, estacionamiento, horario flexible, reembolso de libros y materiales de estudio, kit escolar, salida anticipada los viernes, convenios con parques, transporte corporativo, ferias con socios externos y servicios como salón de belleza. También se ponen a disposición, cuando es necesario, sillas de ruedas y aparatos auditivos.

Programa de Apoyo al Empleado (PAE): ofrece orientación psicológica, legal, financiera y social.

Beneficios de salud: clínica médica con medicina del trabajo, atención de urgencias con médico general, medicina familiar, ginecólogo, nutricionista, fisioterapeuta, técnico de ultrasonido (unidad Itapevi). Otras unidades tienen una clínica de medicina del trabajo y programas de salud como Amor Maior (Mujeres Embarazadas), Enfermedades Crónicas, Cesación Tabáquica, Euro na Medida (reeduación nutricional), Lado a Lado (licencia INSS) y DiverGENTE (apoyo de reembolso diferenciado para dependientes atípicos). Planes de salud y dentales, clínicas internas y consultoría de salud para apoyar a todos los colaboradores y dependientes. Apoyo en solicitudes a operadores para reembolsos, exámenes, autorizaciones de procedimientos, fisioterapia (unidades Itapevi y Campo Belo); nutricionista en las unidades Campo Belo, Freguesia/Momenta e Itapevi presencialmente (otras unidades en formato online). Provisión de sillas de ruedas y audífonos, campañas de vacunación y beneficio de farmacia/dispensario de medicamentos.

Beneficios del programa Amor Maior: licencia de maternidad prolongada (180 días), licencia de paternidad (30 días), y

apoyo a las futuras madres durante todo el embarazo por profesionales especializados y nutricionista clínica (beneficio extendido a la esposa embarazada del empleado). Regalo de bienvenida para futuras madres y regalo después del nacimiento del bebé, comidas fraccionadas para mujeres embarazadas, reuniones para mujeres embarazadas para compartir temas relacionados con el embarazo y el primer año de vida del niño, visitas a domicilio de un profesional especializado para guiar a las madres en cuestiones prácticas de su vida diaria y con su bebé. Programa de lactancia materna con una sala de lactancia dedicada e instalaciones para la extracción de leche materna, y préstamo de un sacaleches. Lactare: el primer banco privado de leche materna.

En las operaciones internacionales, los beneficios no siguen un estándar único y se definen según el tamaño de la unidad y la legislación local. Los empleados temporales tienen derecho a estacionamiento, horario flexible, salida anticipada los viernes, servicio de transporte de la empresa y restaurante en las instalaciones. Eurofarma no cuenta con un plan de adquisición de acciones. Para este indicador, todas las operaciones en Brasil y en el extranjero se definen como unidades operativas importantes.

401-3: Licencia por maternidad / paternidad

Solo se informa el número de colaboradores que han completado 12 meses desde su regreso de la licencia de paternidad / maternidad. Los demás permanecen activos, pero aún no han alcanzado los 12 meses requeridos por el indicador. Las variaciones están relacionadas con la licencia de maternidad o paternidad, manteniéndose dentro de los niveles esperados. De los colaboradores que tomaron licencia, tres solicitaron marcharse a principios de 2026. La gestión internacional corre a cargo del departamento de RR.HH. local de cada país. La gestión de datos se realiza a través del sistema SAP

Brasil - Número total y tasa de reincorporación al trabajo tras finalizar la licencia*

	2023		2024		2025	
	Total	Tasa de retorno	Total	Tasa de retorno	Total	Tasa de retorno
Número total de empleados que regresaron al trabajo después de finalizar su licencia.						
Hombres	22	92,0%	211	99,5%	194	99,5%
Mujer	19	61,0%	169	99,4%	142	98,6%
Número total de empleados que regresaron al trabajo después del final de la licencia por maternidad / paternidad y permanecieron empleados durante doce meses después de reincorporarse al trabajo.						
Hombres	22	92,0%	204	96,2%	10	5,4%
Mujer	19	61,0%	161	94,7%	9	6,8%

*Considera únicamente colaboradores CLT (Consolidación de las Leyes Laborales) brasileños y las licencias por maternidad y paternidad desde enero hasta diciembre de 2025.

Brasil - Licencia por maternidad / paternidad *

	2023	2024	2025
Número total de empleados con derecho a licencia por maternidad / paternidad.			
Hombres	1.018	4.827	4.754
Mujer	1.146	3.730	3.775
Número total de empleados que tomaron licencia por maternidad / paternidad.			
Hombres	24	212	196
Mujer	31	170	143

*Considera únicamente colaboradores CLT (Consolidación de las Leyes Laborales) brasileños y las licencias por maternidad y paternidad desde enero hasta diciembre de 2025.

Internacional - Número total y tasa de reincorporación al trabajo tras la finalización de la licencia.

	2024		2025	
	Total	Tasa de retorno	Total	Tasa de retorno
Número total de empleados que regresaron al trabajo después de finalizar su licencia.				
Hombres	25	96,0%	22	100,0%
Mujer	25	86,0%	44	100,0%
Número total de empleados que regresaron al trabajo después del final de la licencia por maternidad / paternidad y permanecieron empleados durante doce meses después de reincorporarse al trabajo.				
Hombres	25	100,0%	21	95,0%
Mujer	25	100,0%	38	86,0%

Licencia internacional maternidad / paternidad

	2024	2025
Número total de empleados con derecho a baja por maternidad/paternidad.		
Hombres	1.132	1.063
Mujer	1.322	1.243
Número total de empleados que tomaron licencia por maternidad/paternidad.		
Hombres	26	22
Mujer	29	44

403-8: Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo

La empresa cuenta con un Sistema Integrado de Gestión de Seguridad y Salud (SGSS), que comprende procedimientos, políticas ambientales y energéticas, políticas de seguridad y salud ocupacional, y plataformas contratadas para la gestión de personal (terceros y colaboradores: MD Safety, RS Data, IUS Natura). En las unidades internacionales, las prácticas de seguridad ocupacional siguen principios y directrices alineados con Brasil, respetando la legislación, las normas reglamentarias y los procedimientos aplicables en cada país. Todas las operaciones cumplen con los requisitos legales locales, así como con los estándares corporativos del Grupo Eurofarma.

La empresa realiza una evaluación de riesgos laborales y de seguridad en todas sus actividades, consolidando esta información en una matriz de gestión de riesgos integrada con los programas locales de salud y seguridad en el trabajo de cada país. La evaluación de riesgos se lleva a cabo tanto cualitativa como cuantitativamente, lo que permite definir las medidas de control adecuadas para prevenir accidentes

laborales y enfermedades profesionales.

Se celebran reuniones mensuales de forma sistemática para presentar y analizar los resultados, evaluando los indicadores de seguridad, los incidentes registrados, las tendencias y las oportunidades de mejora. Estos análisis permiten tomar medidas preventivas y proactivas, fortaleciendo la toma de decisiones y la implementación de medidas correctivas y preventivas.

Los principales riesgos identificados en las unidades internacionales están relacionados con cortes y esguinces, así como con superficies y áreas de tránsito.

Como parte de la estrategia de prevención, se promueve la capacitación continua en buenas prácticas, acciones de seguridad conductual y campañas educativas, reforzando la cultura de seguridad en las unidades. Las medidas de control priorizan la eliminación y neutralización de riesgos, mediante la aplicación de controles de ingeniería, mejoras de procesos y análisis de viabilidad para la eliminación definitiva de los peligros identificados.

	2023		2024		2025	
	%	número	%	número	%	número
Empleados y trabajadores no empleados cuyo trabajo y / o lugar de trabajo está controlado por la organización y que están cubiertos por el sistema.	100	Colab: 8.624 Emp. Terc.: 928 Total: 9.552	100	Colab: 8.808 Emp. Terc.: 905 Total: 9.713	100	Colab: 8.773 Emp. Terc.: 722 Total: 9.495
Empleados y no empleados cuyo trabajo y / o lugar de trabajo esté controlado por la organización, que estén cubiertos por el sistema y hayan sido auditados internamente.	100	Colab: 3.708 Emp. Terc.: 859 Total: 4.567	100	Colab: 8.808 Emp. Terc.: 905 Total: 9.713	100	Colab: 8.773 Emp. Terc.: 722 Total: 9.495
Empleados y trabajadores que no son empleados pero cuyo trabajo y / o lugar de trabajo está controlado por la organización, que están cubiertos por este sistema y que han sido auditados internamente o certificados por una entidad externa.	100	Colab: 3.708 Emp. Terc.: 859 Total: 4.567	100	Colab: 8.808 Emp. Terc.: 905 Total: 9.713	100	Colab: 8.773 Emp. Terc.: 722 Total: 9.495

403-9: Lesiones relacionadas con el trabajo

La maquinaria y los equipos contribuyeron a la mayor gravedad de los accidentes. Para eliminar los peligros y minimizar los riesgos, se implementaron medidas de ingeniería para los nuevos equipos y procesos, además del desarrollo de proyectos ergonómicos (PROERGO), identificando y corrigiendo cualquier factor de riesgo ergonómico que pudiera causar trastornos musculoesqueléticos relacionados con el trabajo (TMERT), así como dolor o molestias, cumpliendo con todos los requisitos de seguridad exigidos por la empresa. Eurofarma también realiza formación operativa continua —de acuerdo con procedimientos y estándares— para aumentar la concienciación de los colaboradores y prevenir cualquier tipo de accidente laboral. La empresa aún no gestiona estos datos para los empleados subcontratados en operaciones internacionales.

Accidentes laborales (Brasil)

Empleados	Número			Índice		
	2023	2024	2025	2023	2024	2025
Fallecimientos resultantes de accidentes laborales	0	0	0	0	0	0
Accidentes laborales con graves consecuencias (excepto fallecimientos)	1	1	0	0,01	0,00	0,00
Accidentes laborales que deben ser notificados	72	50	68	0,97	0,70	0,95
Número de horas trabajadas	14.879.240,83	14.346.726,67	14.447.062,34			

* Comunicación obligatoria 2025: con permiso 48, sin permiso 20
 * Comunicación obligatoria 2024: con permiso 43, sin permiso 7
 * Notificación obligatoria 2023: con licencia 40, sin licencia 32

Terceros*	Número			Índice		
	2023	2024	2025	2023	2024	2025
Fallecimientos resultantes de accidentes laborales	-	0	0	0	0	0
Accidentes laborales con graves consecuencias (excepto fallecimientos)	-	0	14	0	0	0
Accidentes laborales que deben ser notificados	-	0	0	0	0	0
Número de horas trabajadas	-	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

*Trabajadores que no son empleados

Accidentes laborales (Brasil)

Empleados*	Número			Índice		
	2023	2024	2025	2023	2024	2025
Fallecimientos resultantes de accidentes laborales	0	0	0	0	0	0
Accidentes laborales con graves consecuencias (excepto fallecimientos)	6	3	4	2,66	1,17	0,37
Accidentes laborales que deben ser notificados	18	21	16	0,89	1,12	0,49
Número de horas trabajadas	2.254.951,62	2.567.188,98	10.706.381,45			

*Genfar fue considerada en la recopilación de datos.

403-10: Enfermedad relacionada con el trabajo

En 2025 no se registraron casos de enfermedades profesionales. Independientemente de si se notifica o no un caso, tanto la Medicina del Trabajo como la Seguridad Laboral garantizan buenas prácticas en la trazabilidad de riesgos y la prevención de enfermedades mediante el seguimiento periódico de la salud de los colaboradores y el cumplimiento de todas las normas y requisitos de seguridad.

Brasil

Empleados	2023	2024	2025
Fallecimientos resultantes de enfermedades profesionales	0	0	0
Enfermedades profesionales de declaración obligatoria	0	0	0

Terceros	2023	2024	2025
Fallecimientos resultantes de enfermedades profesionales	0	0	0
Enfermedades profesionales de declaración obligatoria	0	0	0

404-1: Promedio de horas de capacitación por año por empleado

Los resultados del indicador reflejan el perfil de los colaboradores contratados en 2025, teniendo en cuenta los niveles y categorías laborales seleccionados, así como las horas de formación completadas durante ese período.

La variación con respecto al año anterior se asocia principalmente a cambios en el volumen de admisiones, el perfil de los puestos cubiertos y la estrategia de formación adoptada durante el periodo, con mayor énfasis en la formación interna y los contenidos ofrecidos por la plataforma Euroaprende.

Durante el periodo analizado, se observó un incremento en los niveles de gestión intermedia y administración, y una reducción en el nivel operativo, lo que refleja el perfil de las admisiones realizadas y las necesidades estratégicas de la organización, que impactaron directamente en la distribución de los datos considerados en el indicador.

Eurofarma gestiona estos datos mediante sistemas corporativos integrados que permiten el registro, almacenamiento, consolidación y análisis de la información de admisiones y formación. Los datos se obtienen de la nómina de admisiones, la plataforma Euroaprende y los controles internos de formación, como las listas de asistencia, y solo son accesibles para perfiles autorizados.

Brasil

Horas de formación	Horas totales			Número promedio de horas		
	2023	2024	2025	2023	2024	2025
Por género						
Hombres	-	-	151.788	-	-	31
Mujer	-	-	101.213	-	-	25
Por categoría funcional						
Alta dirección (vicepresidencias y direcciones generales)	-	-	251	-	-	6
Mandos intermedios (Gestión y coordinación)	48.820	46.083	36.625	45,57	40,02	35
Administrativo	33.236	17.459	24.341	22,38	10,18	10
Otros (Operaciones y Fuerza de Ventas)	290.329	231.713	191.783	88,82	79	35

*Los datos no están estratificados por género porque la empresa no realiza un seguimiento de esta información.

Internacional

Horas de formación	Horas totales			Número promedio de horas		
	2023	2024	2025	2023	2024	2025
Por género						
Hombres	-	-	-	-	-	-
Mujer	-	-	-	-	-	-
Por categoría funcional						
Alta dirección (vicepresidencias y direcciones generales)	-	-	-	-	-	-
Mandos intermedios (Gestión y coordinación)	19.445	45.565	41.703	597	112,5	8,8
Administrativo	75.596	18.688	10.410	538	52,94	4,0
Otros (Operaciones y Fuerza de Ventas)	-	-	144.911	-	87,08	13,4

*Los datos no están estratificados por género porque la empresa no realiza un seguimiento de esta información.

405-1: Diversidad de órganos de gobierno y empleados

Brasil

Empleados por categoría laboral y género	2023					2024					2025				
	Hombres	Mujer	Total	% Hombres	% Mujer	Hombres	Mujer	Total	% Hombres	% Mujer	Hombres	Mujer	Total	% Hombres	% Mujer
Presidencia (CEO)	1	0	1	100,0%	0,0%	1	0	1	100,0%	0,0%	1	0	1	100,0%	0,0%
Vicepresidencia	2	4	6	33,0%	67,0%	2	7	9	22,0%	78,0%	3	6	9	33,0%	67,0%
Dirección	17	18	35	49,0%	51,0%	18	15	33	55,0%	45,0%	16	16	32	50,0%	50,0%
Gestión	510	138	648	79,0%	21,0%	504	164	668	75,0%	25,0%	492	174	666	74,0%	26,0%
Coordinación	106	113	219	48,0%	52,0%	225	242	467	48,0%	52,0%	191	191	382	50,0%	50,0%
Administrativo	693	1.182	1.875	37,0%	63,0%	2.794	2.409	5.203	54,0%	46,0%	2.665	2.407	5.072	53,0%	47,0%
Operacional	1.318	885	2.203	60,0%	40,0%	1.311	932	2.243	58,0%	42,0%	1.386	981	2.367	59,0%	41,0%
Pasantía	50	123	173	29,0%	71,0%	54	130	184	29,0%	71,0%	53	112	165	32,0%	68,0%
Total	2.697	2.463	5.160	52,0%	48,0%	4.909	3.899	8.808	56,0%	44,0%	4.807	3.887	8.694	55,0%	45,0%

Empleados por categoría laboral y grupo de edad	2023 (total)				2023 (%)			2024 (total)				2024 (%)			2025 (total)				2025 (%)		
	-30	30/50	50+	Total	-30	30/50	50+	-30	30/50	50+	Total	-30	30/50	50+	-30	30/50	50+	Total	-30	30/50	50+
Presidencia (CEO)	0	0	1	1	0,0%	0,0%	100,0%	0	0	1	1	0,0%	0,0%	100,0%	0	0	1	1	0,0%	0,0%	100,0%
Vicepresidencia	0	4	2	6	0,0%	67,0%	33,0%	0	6	3	9	0,0%	67,0%	33,0%	0	7	2	9	0,0%	78,0%	22,0%
Dirección	0	21	14	35	0,0%	60,0%	40,0%	0	15	18	33	0,0%	45,0%	55,0%	0	16	16	32	0,0%	50,0%	50,0%
Gestión	4	554	90	648	1,0%	85,0%	14,0%	4	539	125	668	1,0%	81,0%	19,0%	1	548	117	666	0,0%	82,0%	18,0%
Coordinación	7	204	8	219	3,0%	93,0%	4,0%	25	393	49	467	5,0%	84,0%	10,0%	31	313	38	382	8,0%	82,0%	10,0%
Administrativo	535	1.243	97	1.875	29,0%	66,0%	5,0%	774	3.994	435	5.203	15,0%	77,0%	8,0%	720	3.941	411	5.072	14,0%	78,0%	8,0%
Operacional	328	1.528	347	2.203	15,0%	69,0%	16,0%	309	1.468	466	2.243	14,0%	65,0%	21,0%	309	1.598	460	2.367	13,0%	68,0%	19,0%
Pasantía	164	9	0	173	95,0%	5,0%	0,0%	171	13	0	184	93,0%	7,0%	0,0%	154	11	0	165	93,0%	7,0%	0,0%
Total	1.038	3.563	559	5.160	20,0%	69,0%	11,0%	1.283	6.428	1.097	8.808	15,0%	73,0%	12,0%	1.215	6.434	1.045	8.694	14,0%	74,0%	12,0%

Internacional*

Empleados por categoría laboral y género	2024					2025				
	Hombres	Mujer	Total	% Hombres	% Mujer	Hombres	Mujer	Total	% Hombres	% Mujer
Por categoría funcional										
Presidencia (CEO)	0	0	0	0,0%	0,0%	0	0	0	0,0%	0,0%
Vicepresidencia	0	0	0	0,0%	0,0%	0	0	0	0,0%	0,0%
Dirección	1	0	1	100,0%	0,0%	2	0	2	100,0%	0,0%
Gerencia	115	100	215	53,0%	47,0%	99	82	181	55,0%	45,0%
Coordinación	106	101	207	51,0%	49,0%	100	95	195	51,0%	49,0%
Administrativo	585	895	1.480	40,0%	60,0%	570	862	1.432	40,0%	60,0%
Operacional	325	226	551	59,0%	41,0%	292	204	496	59,0%	41,0%
Pasantía	2	7	9	22,0%	78,0%	3	5	8	38,0%	63,0%
Total	1134	1329	2463	46,0%	54,0%	1066	1248	2314	46,0%	54,0%

Empleados por categoría funcional e faixa etária	2024 (total)				2024 (%)			2025 (total)				2025 (%)		
	-30	30/50	50+	Total	-30	30/50	50+	-30	30/50	50+	Total	-30	30/50	50+
Por categoría funcional														
Presidencia (CEO)	0	0	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0	0	0	0	0,0%	0,0%	0,0%
Vicepresidencia	0	0	0	0	0,0%	0,0%	0,0%	0	0	0	0	0,0%	0,0%	0,0%
Dirección	0	0	1	1	0,0%	0,0%	0,0%	0	1	1	2	0,0%	50,0%	50,0%
Gerencia	3	149	63	215	1,0%	69,0%	29,0%	2	124	55	181	1,0%	69,0%	30,0%
Coordinación	6	158	43	207	3,0%	76,0%	21,0%	5	150	40	195	3,0%	77,0%	21,0%
Administrativo	200	1.107	173	1.480	14,0%	75,0%	12,0%	154	1.087	191	1.432	11,0%	76,0%	13,0%
Operacional	70	339	142	551	13,0%	62,0%	26,0%	63	305	128	496	13,0%	61,0%	25,0%
Pasantía	9	0	0	9	100,0%	0,0%	0,0%	8	0	0	8	100,0%	0,0%	0,0%
Total	288	1753	422	2463	12%	71%	17%	232	1667	415	2314	10%	72%	18%

Brasil*

Raza	2024		2025	
	Total	Porcentaje	Total	Porcentaje
Blanco	5.817	67,45%	5.110	59,82%
Marrón	2.094	24,28%	2.631	30,80%
Negro	550	6,38%	604	7,07%
Amarillo	117	1,36%	147	1,72%
No informado	38	0,44%	37	0,42%
Indígena	8	0,09%	14	0,16%
Total general	8.624		8.543	

*Inclui CLT e temporários

Internacional*

Raza	2024		2025	
	Total	Porcentaje	Total	Porcentaje
Mestizo	1.078	43,93%	1.044	45,12%
Blanco	564	22,98%	529	22,86%
No declarado	788	32,11%	719	31,07%
Negro	15	0,61%	15	0,65%
Indígena	3	0,12%	2	0,09%
Moreno	2	0,08%	2	0,09%
Amarillo	1	0,04%	1	0,04%
Montubio	1	0,04%	1	0,04%
Raíz	1	0,04%	0	0,00%
Trigueña	1	0,04%	1	0,04%
Total general	2.454		2.314	

*Incluye trabajadores contratados mediante la legislación laboral brasileña (CLT) y temporales.

415-1: Contribuciones políticas

Eurofarma mantiene una política estricta de no realizar contribuciones financieras a campañas políticas, tanto en Brasil como en todos los demás países donde tiene presencia. Esta decisión se basa en el principio de acatar la legislación del país más restrictivo, en este caso Brasil, donde dichas contribuciones no están permitidas por ley. Esta política se aplica de manera consistente en todos los demás países donde opera la empresa.

Al alinearse con las leyes más estrictas, Eurofarma garantiza que sus prácticas cumplan con los estándares éticos y legales. Además, al adoptar este enfoque, la empresa elimina la posibilidad de limitaciones en la presentación de reportes y asegura que no existan omisiones relacionadas con este tema. Esta postura refuerza el compromiso de la empresa

SASB HC-BP-330a.2: Rotación voluntaria e involuntaria de ejecutivos/alta gerencia, gerencia media, profesionales y otros niveles funcionales.

Tasa de rotación (Brasil)	Voluntario			Involuntario		
	2023	2024	2025	2023	2024	2025
Alta dirección (vicepresidencias y direcciones generales)	2,0%	11,0%	2,0%	5,0%	0,0%	12,0%
Mandos intermedios (Gestión y coordinación)	3,0%	2,0%	2,0%	7,0%	7,0%	11,0%
Administrativo	5,0%	5,0%	7,0%	6,0%	20,0%	8,0%
Otros (Operaciones y Fuerza de Ventas)	2,0%	1,0%	2,0%	7,0%	9,0%	15,0%

Tasa de rotación (internacional)	Voluntaria			Involuntaria		
	2023	2024	2025	2023	2024	2025
Alta dirección (vicepresidencias y direcciones generales)						
Mandos intermedios (Gestión y coordinación)	6,0%	6,9%	9,9%	8,0%	9,1%	18,4%
Administrativo	8,0%	7,8%	6,7%	11,0%	8,3%	7,8%
Otros (Operaciones y Fuerza de Ventas)	6,0%	6,9%	5,5%	8,0%	8,3%	9,2%

con la transparencia y el cumplimiento normativo en todos los mercados en los que opera.

417-3: Incidentes de incumplimiento en materia de comunicaciones de marketing

No hubo ninguna. Los aspectos de marketing, publicidad y promoción de productos cumplen con los requisitos legales, se gestionan mediante políticas internas y se controlan a través de una plataforma donde se cargan todos los materiales producidos. Antes de su aprobación, se someten a análisis por diferentes áreas: comunicación, marketing, médica, regulatoria, legal y compliance. Eurofarma tiene acciones relacionadas con los derechos de propiedad de marca que se reflejan en las acciones publicitarias, pero estas están en discusión, sin una decisión final e inapelable.

SASB HC-BP-240b3: Variación porcentual en: (1) el precio de lista y (2) el precio neto del producto con el mayor incremento en comparación con el año anterior

Considerando que el 97% de las ventas en Brasil son de medicamentos que tienen controles de precios según la Cámara para la Regulación del Mercado de Medicamentos (CMED), hubo una variación del 3,74% en el precio de lista. El producto con el mayor aumento en el precio de lista es un medicamento de venta libre (OTC), con un incremento del 16,7% en el valor neto, debido principalmente al aumento de los costos de nuestro proveedor. Los precios de los productos vendidos se definen con base en el análisis de mercado en las diferentes unidades de negocio, centrándose en mantener la competitividad, el acceso y la rentabilidad. Los ajustes para la gran mayoría de la cartera siguen los criterios regulatorios de la CMED y Anvisa para medicamentos. En las operaciones internacionales, los artículos con receta representaron el 41% de las ventas en 2025. La cartera registró una variación de precio promedio del 3,3% en comparación con 2024, con el precio unitario promedio evolucionando de USD 8,85 a USD 9,14.

SASB HC-BP-210a.1: Análisis, por regiones del mundo, del proceso de gestión para garantizar la calidad y la seguridad del paciente durante los ensayos clínicos

La calidad de la realización de los ensayos clínicos y la seguridad de los sujetos de investigación se garantizan mediante la selección de investigadores cualificados que llevan a cabo ensayos clínicos y de bioequivalencia en instalaciones apropiadas y homologadas por el patrocinador. Estos centros, si no se encuentran dentro de un entorno hospitalario, tienen convenios con hospitales de respaldo para atender emergencias. Todo ensayo clínico y de bioequivalencia requiere una monitorización continua durante su desarrollo. Los centros deben notificar los eventos adversos graves al patrocinador en un plazo de 24 horas desde que tengan conocimiento del evento, y los monitores son responsables de verificar que los informes se realicen de forma satisfactoria y estén debidamente documentados. El patrocinador (Eurofarma) realiza visitas de evaluación del desempeño con los monitores. La empresa no

realiza auditorías de forma rutinaria. Un ensayo clínico de Eurofarma fue inspeccionado por ANVISA en 2025, donde no se identificó ninguna situación que afectara a la seguridad o la calidad de los pacientes. realizando el estudio.

Los ensayos clínicos que actualmente realiza Eurofarma se limitan a centros ubicados en territorio brasileño. Los centros de investigación se seleccionan en función de su experiencia en la realización de ensayos clínicos, profesionales cualificados, infraestructura adecuada para la investigación y potencial para la captación de pacientes. La gestión se lleva a cabo mediante recursos externos (monitores y gestores de proyectos contratados por una Organización de Investigación Clínica), así como a través del equipo interno de Investigación Clínica de Eurofarma. Los costes de los ensayos clínicos patrocinados por Eurofarma se cubren con los presupuestos de inversión asignados a I+D. La remuneración de los centros de investigación y los proveedores de servicios de investigación contratados para realizar los ensayos clínicos se rige por los términos contractuales y se les paga por el servicio efectivamente prestado. El valor atribuido por paciente incluido se establece según el número de procedimientos y consultas previstos en el protocolo del estudio, con base en los valores de mercado. El coste base se negocia centro por centro, teniendo en cuenta la variabilidad regional y los gastos generales establecidos por cada institución.

El proceso de obtención del consentimiento informado de los participantes en ensayos clínicos lo lleva a cabo el investigador o una persona designada por cada centro de investigación, antes de realizar cualquier procedimiento relacionado con el protocolo del ensayo clínico. Se explican al participante el estudio, sus procedimientos y el tratamiento, y este puede llevarse una copia del formulario de consentimiento informado.

Se requiere la aprobación previa del Comité de Ética de la Investigación para leer y considerar cuidadosamente la decisión de participar o no. Si se toma una decisión durante la explicación de los procedimientos del estudio, tanto el participante como el investigador o la persona designada deberán firmar el formulario de consentimiento por duplicado: una copia para archivar en el centro de investigación y la otra para entregar al participante.

SASB HC-BP-250a.3: Número de avisos de retirado de mercado emitidos, total de unidades retiradas

Considerando todas las plantas y operaciones del Grupo Eurofarma, se llevaron a cabo cuatro procesos de recall / retiro de mercado de productos (tres en Brasil y uno en Latinoamérica). Cabe destacar que, de estos cuatro procesos, dos se encuentran actualmente en curso, y el número de unidades afectadas podría variar según las unidades que se retiren en 2026.

Cuando el área de Control de Calidad identifica la necesidad de retirar un producto del mercado, activa el Comité de Crisis de la empresa. Este comité, con la participación de representantes de las áreas Médica, Industrial, Legal, de Gestión Técnica, Control de Calidad, Comunicación, Regulatoria y Comercial, evalúa el riesgo del caso, asigna un nivel de clasificación y define las medidas que se tomarán si se decide retirarlo.

Se notifica a la autoridad reguladora, así como a los clientes que adquirieron el producto afectado, y se lleva a cabo el proceso de retiro con rapidez. Se emiten informes periódicos para supervisar el progreso del proceso.

Donación de medicamentos - consolidada Brasil

	dic/24	dic/25	Variación (%)
Volumen donado	1.138.213	545.887	-52%
Valor (CPV)	19.367.223	4.635.095	-76%
Impuesto	7.792.606	4.047.682	-48%
Total R\$ (CPV)	27.159.828	8.682.777	-68%

Donación de medicamentos: información consolidada por país.

País	Unidades donadas	CPV en moneda local	Costo de los bienes vendidos en BRL	Ingresos en moneda local	Ingresos según factura en BRL	Ingresos, incluidos los impuestos, en moneda local	Ingresos, incluidos los impuestos, en BRL.	Paridad local en dólares	Paridad local y reales	Costo de envío en moneda local	Costo de envío en reales brasileños	Número de organizaciones beneficiadas
Ecuador	5.331	35.552	185.188	35.552	185.188	35.552	185.188	1,00	0,18	1.866	9.720	4
Venezuela	4.192	424.564	39.049	264.349	11.530	264.349	11.530	298,14	53,50	4.626	126	1
Argentina	14.513	20.404.122	186.669	0	0	0	0	1.450,50	267,50	99.141	907	2
Guatemala	47.894	2.163.914	1.545.873	2.474.070	1.767.445	218.471	156.073	7,66	1,40	0	0	4
Colombia	5.003	33.869.158	43.425	33.869.158	43.425	33.869.158	43.425	3.757,08	665,13	637.216	817	2
Paraguay	3.184	355.643.703	235.988	373.425.888	312.174	373.425.888	312.174	6.575.71	1.196,21	N/A	N/A	2
Genfar Colombia	83.067	608.969.214	824.826	878.820.323	1.248.769	878.820.323	1.248.769	3.757,08	665,13	3.592.270	4.634	2
Genfar Perú	124.484	805.185	1.218.342	887.589	1.411.729	887.589	1.411.729	3,37	0,61	2.897	4.138	2
Genfar Ecuador	3.949	3.795	21.461	24.443	132.131	24.443	132.131	1,00	0,18	304	1.600	1
Genfar Guatemala	1.490	12.730	9.046	11.330	7.969	11.330	7.969	7,66	1,40	403	276	1
Total	293.107		4.309.867		5.120.360		3.508.988				22.218	21

Índice de Contenido de GRI

Declaración de uso

Eurofarma ha presentado informes de conformidad con las Normas GRI para el período comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre de 2025.

GRI 1 usado

GRI 1: Fundación 2021

Estándar GRI	Divulgación	Respuesta / Ubicación	Omisión		
			Requisito(s) omitido(s)	Razón	Explicación
Información general					
	2-1 Detalles de la organización	Eurofarma Laboratórios SA es una sociedad anónima privada, propiedad al 100% del Grupo Eurofarma. La empresa tiene su sede legal en Itapevi y opera en Angola, Argentina, Belice, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, República Dominicana, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Jamaica, México, Mozambique, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Trinidad y Tobago, Estados Unidos, Uruguay y Venezuela. 8			
	2-2 Entidades incluidas en los informes de sostenibilidad de la organización	Este informe abarca todas las operaciones de Eurofarma en Brasil y sus filiales, lo que representa una presencia total en 24 países. Los resultados y los datos complementarios de las empresas adquiridas en los últimos años y de otras que ya formaban parte del Grupo Eurofarma — como Genfar y las controladas Dermage, Supera y Ocean Drop — se incluyen en los estados financieros y en el número total de empleados que figura en el Informe de Gestión. Los indicadores 2-7 y 2-8, así como todos los indicadores relacionados con Ética e Integridad y Seguridad Laboral, también incluyen datos de Genfar, pero excluyen las filiales que no son propiedad al 100% de Eurofarma, como Supera, Dermage y Ocean Drop. Todas las excepciones al alcance que involucran datos de estas empresas se indican en el índice de contenido GRI.			
	2-3 Periodo de notificación, frecuencia y punto de contacto	Del 1 de enero al 31 de diciembre de 2025. Este periodo coincide con el considerado en los estados financieros. Informe publicado el 30 de abril de 2025. 12			
	2-4 Reformulaciones de la información	Las reformulaciones en la consolidación de datos se destacan en los indicadores correspondientes. 62, 64, 72			
	2-5 Aseguramiento externo	12			
	2-6 Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	9, 22, 28, 34			
	2-7 Empleados	72			
	2-8 Trabajadores que no son empleados	73			
	2-9 Estructura y composición de la gobernanza	El Consejo de Administración está integrado por miembros seleccionados según criterios técnicos y experiencia profesional relevante para la estrategia y el impacto de la organización. El Presidente del Consejo es accionista y desempeña funciones ejecutivas dentro de la empresa. La diversidad de género se considera en la composición del Consejo, que actualmente incluye a tres mujeres. No existe representación formal de grupos sociales o partes interesadas subrepresentadas en el Consejo. Los consejeros pueden ocupar otros cargos externos o tener compromisos adicionales; la lista, cantidad y naturaleza de estos se declaran individualmente, la empresa los evalúa periódicamente y se divulgan de forma consolidada en una tabla específica dentro de este informe para garantizar una dedicación adecuada y mitigar posibles conflictos de interés. Haz clic para obtener más información.			
	2-10 Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	16, 17			
	2-11 Presidente del máximo órgano de gobierno	16, 17			
	2-12 Papel del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	16			
	2-13 Delegación de responsabilidad para la gestión de impactos	21			
	2-14 Papel del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	Toda la información presentada es conocida y aprobada por el comité ejecutivo durante las reuniones mensuales. El informe es aprobado por el vicepresidente de Sostenibilidad y Nuevos Negocios. 12			
	2-15 Conflictos de interés	El tema del conflicto de intereses se aborda a través del Código de Conducta, la Política de Partes Vinculadas y las iniciativas periódicas de capacitación y comunicación, todas ellas integradas en la Matriz de Riesgos de Compliance. Los directores y empleados presentan una declaración anual sobre posibles conflictos, incluyendo participaciones cruzadas y relaciones corporativas con proveedores, clientes o socios comerciales. La empresa evalúa estas declaraciones para identificar y mitigar los riesgos potenciales. 19			
	2-16 Comunicación de preocupaciones críticas	20			
	2-17 Conocimiento colectivo del máximo órgano de gobierno	17			
	2-18 Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	La empresa aún no cuenta con mecanismos formales de evaluación del desempeño para sus órganos de gobierno y sus miembros. 17			

GRI 2:
Información general 2021

Sumário de Conteúdo da GRI

Estándar GRI	Divulgación	Respuesta / Ubicación	Omisión		
			Requisito(s) omitido(s)	Razón	Explicación
	2-19 Políticas de remuneración	18, 73			
	2-20 Proceso para determinar la compensación	18, 73			
	2-21 Índice de compensación total anual		a, b e c	Restricciones de confidencialidad	No se informa para proteger la privacidad personal y financiera de los empleados.
	2-22 Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	4			
	2-23 Compromisos políticos	Eurofarma formaliza su compromiso con la ética y la integridad a través de su Código de Conducta y sus políticas corporativas, que están alineadas con estándares internacionales reconocidos, incluida la Declaración Universal de los Derechos Humanos, los Convenios Fundamentales de la OIT (Organización Internacional del Trabajo) y las Directrices de la OCDE para las Empresas Multinacionales. 19			
	2-24 Integración de los compromisos políticos	19			
GRI 2: Conteúdos Gerais 2021	2-25 Procesos para remediar los impactos negativos	Los mecanismos de denuncia y reclamación de Eurofarma están diseñados para garantizar la accesibilidad, la confidencialidad y la protección contra represalias, y se mejoran continuamente a partir del análisis de los registros y los casos gestionados. Hasta la fecha, no existe una participación formalizada de los usuarios finales en el diseño, la revisión ni la gestión de estos canales. 19			
	2-26 Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	20			
	2-27 Cumplimiento de leyes y reglamentos	19			
	2-28 Asociaciones de miembros	58			
	2-29 Enfoque para la participación de las partes interesadas	58			
	2-30 Acuerdos de negociación colectiva	En Brasil, el 100% de los colaboradores están cubiertos por acuerdos de negociación colectiva. Para las operaciones internacionales, la empresa cumple con la legislación laboral de cada país. Por consiguiente, el 28% de los empleados en estas operaciones están cubiertos por dichos acuerdos. Para aquellos que no están cubiertos por acuerdos colectivos, la organización define las condiciones laborales y los términos de empleo de acuerdo con la legislación laboral local y las políticas internas globales de la empresa.			
Temas materiales					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-1 Proceso para determinar los temas materiales	13			
	3-2 Lista de temas materiales	13			
Investigación, desarrollo e innovación					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	35			
Gestión de datos e inteligencia artificial					
GRI 3: Temas de materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	37			
Gestión de la cadena de suministro					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	22			
GRI 204: Prácticas de Compras 2016	204-1 Proporción del gasto en proveedores locales	22			

Sumário de Conteúdo da GRI

Estándar GRI	Divulgación	Respuesta / Ubicación	Omisión		
			Requisito(s) omitido(s)	Razón	Explicación
GRI 308: Evaluación ambiental de proveedores 2016	308-1 Nuevos proveedores que fueron evaluados utilizando criterios ambientales	22			
	308-2 Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas adoptadas	<p>El Código de Ética y Conducta para Proveedores de Eurofarma establece directrices claras sobre las responsabilidades ambientales de los proveedores. Para sus proveedores directos contratados — identificados como los socios más estratégicos con mayor influencia en la calidad y seguridad del producto —, Eurofarma incluye una cláusula obligatoria en todos los contratos que exige el cumplimiento total del Código de Ética y Conducta.</p> <p>Para optimizar el proceso de selección de terceros, a partir del año base 2026, Eurofarma ha iniciado una evaluación más rigurosa de sus proveedores estratégicos solicitando información específica sobre ESG (criterios ambientales, sociales y de gobernanza). El objetivo es evaluar la madurez de la cadena de valor de la empresa y establecer planes de acción personalizados para cada categoría definida. 22</p>			
GRI 408: Trabajo infantil 2016	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de incidentes de trabajo infantil	Durante el último año, no hemos identificado ningún proveedor que presente riesgos relacionados con el trabajo infantil o impactos sociales en ninguna de las operaciones dentro de los países en los que operamos. 22			
GRI 409: Trabajo forzoso u obligatorio 2016	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de incidentes de trabajo forzoso u obligatorio	Nuestros contratos incluyen cláusulas específicas para el compromiso y la formalización de nuestras políticas con los proveedores, además de las auditorías realizadas en las instalaciones de todos nuestros proveedores de materia prima directa. No identificamos ningún proveedor que presentara alguno de los riesgos mencionados en esta investigación durante el año 2025. 22			
GRI 414: Evaluación social de proveedores 2016	414-1 Nuevos proveedores que fueron evaluados utilizando criterios sociales	22			
	414-2 Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas adoptadas	22			
Ética e integridad					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	16, 20			
GRI 205: Lucha contra la corrupción 2016	205-1 Operaciones evaluadas en cuanto a riesgos relacionados con la corrupción.	21			
	205-2 Comunicación y capacitación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	21, 74			
	205-3 Incidentes confirmados de corrupción y medidas adoptadas	21			
GRI 206: Conducta anticompetitiva 2016	206-1 Acciones legales por conducta anticompetitiva, prácticas antimonopolio y monopolísticas	En los últimos tres años, Eurofarma no ha sido objeto de ninguna acción legal relacionada con comportamientos anticompetitivos, prácticas antimonopolio o monopolios en sus operaciones en Brasil o en cualquier otro país donde opera.			
GRI 415: Políticas Públicas 2016	415-1 Contribuciones políticas	81			
Calidad y seguridad del producto					
GRI 3: Temas materiales 2021	3-3 Gestión de los temas materiales	28, 34			
GRI 416: Salud y seguridad del consumidor 2016	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y la seguridad de las categorías de productos y servicios	34			
	416-2 Incidentes de incumplimiento relacionados con los impactos en la salud y la seguridad de los productos y servicios.	34			
GRI 417: Marketing y rotulación 2016	417-1 Requisitos para la información y el rotulación de productos y servicios	34			
	417-2 Incidentes de incumplimiento relacionados con la información y el rotulación de productos y servicios	34			
	417-3 Incidentes de incumplimiento en materia de comunicaciones de marketing	81			

Sumário de Conteúdo da GRI

Estándar GRI	Divulgación	Respuesta / Ubicación	Omisión		
			Requisito(s) omitido(s)	Razón	Explicación
Indicadores de seguimiento					
Desempeño económico					
GRI 201: Desempeño económico 2016	201-1 Valor económico directo generado y distribuido	25			
Energía					
	302-1 Consumo de energía dentro de la organización	62			
GRI 302: Energía 2016	302-2 Intensidad energética	62			
	302-4 Reducción del consumo de energía	63			
Agua y efluentes					
	303-1 Interacciones con el agua como recurso compartido	66			
	303-2 Gestión de los impactos relacionados con las descargas de agua	66			
GRI 303: Agua y efluentes 2018	303-3 Extracción de agua	66			
	303-4 Descarga de agua	66			
	303-5 Consumo de agua	66			
Emissões					
	305-1 Emisiones directas (Alcance 1) de gases de efecto invernadero (GEI)	64			
	305-2 Emisiones Indirectas (Alcance 2) de gases de efecto invernadero (GEI)	64			
GRI 305: Emisiones 2016	305-3 Otras emisiones indirectas (Alcance 3) de gases de efecto invernadero (GEI)	64			
	305-4 Intensidad de las emisiones de GEI	64			
	305-5 Reducción de las emisiones de GEI	65			
Resíduos					
	306-1 Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	67			
	306-2 Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	67			
GRI 306: Resíduos 2020	306-3 Resíduos generados	67, 68			
	306-4 Resíduos no destinados a disposición final	67, 68			
	306-5 Resíduos destinados a disposición final	67, 68			

Sumário de Conteúdo da GRI

Estándar GRI	Divulgación	Respuesta / Ubicación	Omisión		
			Requisito(s) omitido(s)	Razón	Explicación
Empleo					
GRI 401: Empleo 2016	401-1 Contratación de nuevos empleados y rotación de personal	74, 75			
	401-2 Beneficios ofrecidos a los empleados de tiempo integral y que no se ofrecen a los empleados temporales o jornada a tiempo parcial	76			
	401-3 Licencia por maternidad / paternidad	76			
Salud y seguridad en el trabajo					
GRI 403: Salud y seguridad en el trabajo 2018	403-1 Sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo	47			
	403-2 Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	47			
	403-3 Servicios de salud ocupacional	46			
	403-4 Participación, consulta y comunicación de los trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	47			
	403-5 Capacitación de los trabajadores en materia de salud y seguridad en el trabajo	47			
	403-6 Promoción de la salud de los trabajadores	46			
	403-7 Prevención y mitigación de los impactos en la salud y seguridad ocupacional directamente vinculados por las relaciones comerciales.	47			
	403-8 Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo	77			
	403-9 Lesiones relacionadas con el trabajo	77			
	403-10 Enfermedad relacionada con el trabajo	78			
Formación y educación					
GRI 404: Formación y Educación 2016	404-1 Promedio de horas de capacitación por año por empleado	78			
	404-2 Programas para la mejora de las habilidades de los empleados y programas de asistencia para la transición laboral.	43			
	404-3 Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas de desempeño y desarrollo profesional.	45			
Diversidad e igualdad de oportunidades					
GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades 2016	405-1 Diversidad de órganos de gobierno y empleados	79, 80			
	405-2 Relación entre el salario base y la remuneración de las mujeres y los hombres.	41			
No discriminación					
GRI 406: No discriminación 2016	406-1 Casos de discriminación y medidas correctivas adoptadas.	21			
Privacidad del cliente					
GRI 418: Privacidad del cliente 2016	418-1 Quejas fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdidas de datos del cliente.	Durante el período que abarca este informe, no se registraron quejas fundamentadas sobre violaciones de la privacidad de los clientes ni pérdidas de datos de clientes en nuestras operaciones en Brasil ni en ninguno de los otros países donde opera Eurofarma.			

SASB Biotecnología y Productos Farmacéuticos

Divulgación	Divulgación	Respuesta	Página
HC-BP-210a.1	Análisis, por regiones del mundo, del proceso de gestión para garantizar la calidad y la seguridad del paciente durante los ensayos clínicos.		81
SASB HC-BP-210a.2	Número de inspecciones de patrocinadores de la FDA relacionadas con la gestión de ensayos clínicos y farmacovigilancia que dieron como resultado: (1) Acción voluntaria indicada (VAI) y (2) Acción oficial indicada (OAI)	La sede de Farmacovigilancia (ubicada en Brasil) no recibió ninguna inspección de la FDA durante el año 2025.	
SASB HC-BP-210a.3	Monto total de pérdidas monetarias como resultado de procedimientos legales asociados con ensayos clínicos en países en desarrollo.	En 2025, no se registraron pérdidas monetarias relacionadas con procedimientos legales vinculados a ensayos clínicos.	
SASB HC-BP-240a.1	Descripción de acciones y iniciativas para promover el acceso a productos sanitarios para enfermedades prioritarias y en países prioritarios, según lo define el Índice de Acceso a los Medicamentos.		34, 81
SASB HC-BP-240a.2	Lista de productos incluidos en la Lista de Medicamentos Precalificados de la OMS, en el marco de su Programa de Precalificación de Medicamentos (PQP).	Eurofarma no figura en la lista de medicamentos precalificados de la OMS.	
SASB HC-BP-240b.1	Número de acuerdos extrajudiciales en litigios de Solicitudes Abreviadas de Nuevos Medicamentos (ANDA) que implicaron pagos y/o disposiciones para retrasar la comercialización de un producto genérico autorizado durante un período de tiempo definido.	No aplica.	
SASB HC-BP-240b.2	Variación porcentual en: (1) el precio de lista promedio y (2) el precio neto promedio en toda la cartera de productos de EE. UU. en comparación con el año anterior.	Los indicadores de variación de precios para el mercado estadounidense no se consideran relevantes para el perfil actual de las operaciones de Eurofarma en la región, que son gestionadas por Medmetriks. La cartera actual de la compañía consta de un número limitado de productos, cuyos modelos de comercialización y precios podrían no reflejar las fluctuaciones de mercado a gran escala que capta este indicador.	
SASB HC-BP-240b.3	Variación porcentual en: (1) el precio de lista y (2) el precio neto del producto con el mayor incremento en comparación con el año anterior.		81
SASB HC-BP-250a.1	Lista de productos incluidos en la base de datos de alertas de seguridad MedWatch para productos médicos de uso humano de la Administración de Alimentos y Medicamentos (FDA).	En 2025, ningún producto de Eurofarma Laboratórios figuraba en la base de datos MedWatch Safety Alerts for Human Medical Products de la FDA.	
SASB HC-BP-250a.2	Número de fallecimientos asociados a productos, según lo informado en el Sistema de Notificación de Eventos Adversos de la FDA.	No se registraron fallecimientos asociados a productos de Eurofarma Laboratórios, según consta en el Sistema de Notificación de Eventos Adversos (FAERS) de la FDA en 2025. Durante ese mismo año, se presentaron a Anvisa 16 informes de eventos adversos con desenlace fatal (muerte). Sin embargo, en ninguno de estos casos fue posible confirmar una relación causal definitiva que vinculara el fallecimiento con el uso del producto.	
SASB HC-BP-250a.3	Número de avisos de retiro de productos emitidos, total de unidades retiradas		82
SASB HC-BP-250a.4	Cantidad total de producto aceptado para devolución, reutilización o eliminación.	La política de devolución de productos se basa en las solicitudes de los clientes e involucra a diversos eslabones de la cadena de suministro: distribuidores, hospitales y farmacias. Las unidades devueltas se envían al departamento de Calidad de Eurofarma. Tras una evaluación rigurosa y estandarizada, estos productos se reincorporan al inventario o se destruyen, según el análisis y el cumplimiento de las políticas de calidad y las normas sanitarias. En 2025, se retiraron aproximadamente 2028 unidades de producto.	
SASB HC-BP-250a.5	Número de medidas coercitivas adoptadas por la FDA en respuesta a infracciones de las Buenas Prácticas de Fabricación actuales (cGMP), por tipo.	En lo que respecta al Complejo Industrial de Itapevi, una unidad ubicada en Brasil y certificada por la FDA, la última auditoría de certificación de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) de la planta se realizó en septiembre de 2022. Hasta la fecha, no se ha comercializado ningún producto en mercados regulados por la FDA y, por consiguiente, no hay registro de acciones coercitivas durante este período.	
SASB HC-BP-260a.1	Descripción de los métodos y tecnologías utilizados para mantener la trazabilidad de los productos a lo largo de la cadena de suministro y prevenir la falsificación.		34

SASB Biotecnología y Productos Farmacéuticos

Disclosure	Título do disclosure	Resposta	Página
SASB HC-BP-260a.2	Discusión sobre el proceso para alertar a los clientes y socios comerciales sobre los riesgos potenciales o conocidos asociados con los productos falsificados.		34
SASB HC-BP-260a.3	Número de acciones que derivaron en redadas, incautaciones, arrestos y/o presentación de cargos penales relacionados con productos falsificados.	No aplica.	
SASB HC-BP-270a.1	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos legales relacionados con afirmaciones de marketing falsas.	En los procedimientos judiciales no existen pérdidas legales relacionadas con acusaciones de publicidad engañosa.	
SASB HC-BP-270a.2	Descripción del código de ética que rige la promoción del uso de productos fuera de las indicaciones autorizadas.	Para abordar este tema, las políticas del área regulatoria lo cubren de manera más directa. Sin embargo, indirectamente, el Código aborda el cumplimiento absoluto de las normas que afectan su actividad, incluidas las normas regulatorias.	
SASB HC-BP-330a.1	Debate sobre las estrategias de captación y retención de talento para científicos y personal de investigación y desarrollo.		36
SASB HC-BP-330a.2	(1) Tasa de rotación voluntaria y (2) involuntaria para: (a) ejecutivos/gerentes sénior, (b) gerentes de nivel medio, (c) profesionales y (d) todos los demás.		81
SASB HC-BP-430a.1	Porcentaje de (1) instalaciones de la entidad y (2) instalaciones de proveedores de nivel 1 que participan en el programa de auditoría del Consorcio Internacional de la Cadena de Suministro Farmacéutico Rx-360 o programas de auditoría de terceros equivalentes para la integridad de la cadena de suministro y los ingredientes.		22
SASB HC-BP-510a.1	Monto total de pérdidas monetarias como resultado de procedimientos legales relacionados con la corrupción y el soborno.	No existen procedimientos legales relacionados con la corrupción y el soborno.	
SASB HC-BP-510a.2	Descripción del código de ética que rige las interacciones con los profesionales de la salud.		19

Responsabilidade da Governança e Processo de Elaboração

Los líderes de gobernanza de la compañía, representados por el Comité Estratégico de Personas y ESG, que asesora al Consejo de Administración en la gestión de riesgos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad, participaron activamente en la elaboración de este Informe Integrado, garantizando la implicación de las áreas estratégicas y la aplicación de un enfoque integrado en la gestión del capital.

Este comité reconoce su responsabilidad en la supervisión de este documento y en la aplicación del pensamiento colectivo del liderazgo en el desarrollo y la presentación de la estrategia de creación de valor de la compañía. La compañía está implementando controles internos adicionales y mejorando sus procesos de recopilación y verificación de indicadores no financieros, de acuerdo con el marco de Informes Integrados, para el próximo ciclo de presentación de informes.

Créditos

Vicepresidente de Sostenibilidad y
Nuevos Negocios

María del Pilar Muñoz

Gerente Global de Comunicación
Corporativa y Marketing Institucional

Andrea Lie Iwamizu Cepollina

Coordinador de Comunicación Externa

Fabio Crunfli Martín

Consultoría GRI, redacción y edición

Ability Sustentabilidade e Comunicação

Proyecto gráfico y diagramación

Azul Publicidade

Fotografía

**Acervo Eurofarma, Gladstone Campos,
Luana Luizetto y RN Imagem**

www.eurofarma.com.br

Para preguntas y consultas relacionadas

con el Informe Anual de Sostenibilidad

comunicacao@eurofarma.com