

RD-RaiaDrogasil incentiva parceiros do marketplace a serem mais sustentáveis

Estímulo à incorporação de atitudes sustentáveis na rotina dos parceiros integra a estratégia de ESG da marca; meta é ser a empresa que mais contribui para uma sociedade saudável no Brasil

Apresentada em 2020, a estratégia ESG da RaiaDrogasil se divide em oito objetivos, 35 compromissos e três pilares principais: Pessoas, Negócios e Planeta mais Saudáveis. Para que a meta de contribuir para uma sociedade saudável no Brasil se materializasse em um objetivo possível, a RD olha para seus processos internos na mesma medida em que incentiva a sustentabilidade também entre seus parceiros, o que inclui os *sellers* do *marketplace*.

“As práticas sustentáveis estão muito mais próximas do nosso dia a dia do que se pensa. Adotar práticas sustentáveis e envolver toda a cadeia neste ecossistema é fundamental para a compreensão dos desafios socioambientais, transformando estilos de vida atuais e futuros, para que todos sejam, de fato, agentes de transformação para hábitos e atitudes saudáveis”, explica Humberto Coelho, diretor de Marketplace da RD-RaiaDrogasil.

O executivo ressalta que adotar práticas sustentáveis pode ser um processo simples e integrado ao dia a dia das empresas. Vai desde a adoção de medidas para redução do consumo de luz e água na operação, passa por incentivos à redução de descartáveis, e se estende às estratégias de melhor operação logística, por exemplo. Considerando aspectos específicos do comércio eletrônico, uma das estratégias que podem ser adotadas é a redução do volume de embalagens.

Entre as dicas compartilhadas pelo time do RD Marketplace estão: selecionar fornecedores que trabalhem com materiais de fácil decomposição; reaproveitar materiais que seriam descartados, como papelões; reavaliar os materiais utilizados; e preferir, sempre que possível, embalagens mais sustentáveis como papel cartonado ao invés do plástico.

Para apoiar os *sellers* parceiros, o RD Marketplace produziu um vídeo, disponível em suas redes sociais, com orientações sobre como embalar produtos que são maiores que as caixas, com opções simples de corte e dobra do papelão. O vídeo pode ser consultado na página do [Instagram](#) da companhia.

“A embalagem é a primeira imagem da marca que o consumidor tem. Além de esteticamente bem produzida, ela pode e deve trazer aspectos de sustentabilidade para reforçar a conexão com o consumidor e transmitir a mensagem de preocupação com o meio ambiente da marca”, completa Humberto Coelho.

Sobre a RD-RaiaDrogasil – A RD – Gente, Saúde e Bem-Estar foi formada em 2011, por meio da fusão entre a Droga Raia e a Drogasil, que combinam mais de 200 anos de história no varejo farmacêutico brasileiro. Com o propósito de “cuidar de perto da saúde e do bem-estar das pessoas em todos os momentos da vida”, o grupo tem acelerado, desde 2020, sua estratégia de saúde, com aquisições de startups e o lançamento da Vitat, ecossistema de saúde integral que promove serviços e programas focados em alimentação saudável, exercícios, sono, saúde mental e promoção da saúde. O grupo também possui as marcas próprias Needs, Vegan by Needs, Nutrigood, Triss e Caretech. Com presença em todos os Estados, a empresa conta com 2.500 farmácias distribuídas pelo País e prevê a abertura de 260 farmácias em 2022. Em sua estratégia de ESG (ambiental, social e governança), a RD tem como meta ser a empresa que mais

contribui para uma sociedade saudável no Brasil, com ações divididas em três pilares principais: Pessoas, Negócios e Planeta mais Saudáveis. A RD ainda é signatária da ONU Mulheres (e dos Sete Princípios de Empoderamento Feminino); membro fundador da Rede Empresarial de Inclusão Social (Reis); membro do Movimento pela Equidade Racial (Mover); do Fórum de Empresas e Direitos LGBTI+; e do Women on Board.

Atendimento à imprensa RD – RaiaDrogasil

RPMA Comunicação

rd@rpmacomunicacao.com.br

www.rpmacomunicacao.com.br