Apresentação Institucional

Setembro 2023

AVISO LEGAL

Esta apresentação pode conter informações sobre eventos futuros, tais informações não seriam apenas fatos históricos, mas refletiriam os desejos e as expectativas da direção da Companhia. As palavras "acredita", “espera", “planeja", "prevê", “estima“, "projeta", "almeja" e similares pretendem identificar afirmações que, necessariamente, envolvem riscos conhecidos e desconhecidos.

Riscos conhecidos incluem incertezas, que não são limitadas ao impacto da competitividade dos preços e serviços, aceitação dos serviços no mercado, transações de serviço da companhia e de seus competidores, aprovação regulamentar, flutuação da moeda, mudanças no mix de serviços oferecidos e outros riscos descritos nos relatórios da Companhia.

Esta apresentação inclui dados contábeis e não contábeis. Os dados não contábeis não foram objeto de revisão por parte dos auditores independentes da Companhia.

Certas porcentagens e outros valores incluídos neste documento foram arredondados para facilitar a sua apresentação. As escalas dos gráficos dos resultados podem figurar em proporções diferentes, para otimizar a demonstração. Dessa forma, os números e os gráficos apresentados podem não representar a soma aritmética e a escala adequada dos números que os precedem, e podem diferir daqueles apresentados nas demonstrações financeiras.

Esta apresentação não constitui uma oferta ou solicitação de compra de qualquer ativo imobiliário da Companhia.

Esta apresentação está atualizada até 30 de junho de 2023 e a Companhia não se obriga a atualizá-la mediante novas informações e/ou acontecimentos futuros.

VISÃO GERAL EUROFARMA

Uma das maiores empresas farmacêuticas na América Latina

+50 anos de história

Atuação nas **principais classes** terapêuticas

+12 mil colaboradores

#1 prescrição no **Brasil**[1]

#3 maior na **Am. Latina**[2]

LIDERANÇA

#1 em vendas
+5.000 representantes próprios

#1 CAGR PPP no Brasil
15,9% CAGR PPP no Brasil entre os cinco maiores

COMPETITIVIDADE

R$**1,7** bn / **20,5%**
EBITDA YTD[3] / Margem

R$**2,2** bn / **26,0%**
EBITDA Ajustado[4] YTD[3] / Margem

EXPANSÃO

Presença em **22 países**

100%
de cobertura na Am. Latina

INOVAÇÃO

+360 projetos
no pipeline até 2028

R$**628** mm
Despesas de P&D YTD[3]
7,4% da receita líquida

RECONHECIMENTO

19 anos Great Place to Work

5x Ranking de Sustentabilidade[5] (única empresa farmacêutica)

(1) Eurofarma, Momenta e Supera; Close-up Jun/23; (2) Jun/23 Retail Reais PPP. Farmacêutica regional; (3) YTD Jun/2023; (4) Ajustado pelas despesas com P&D; (5) Guia Exame.

PORTFÓLIO COMPLETO

Perfil de Crescimento

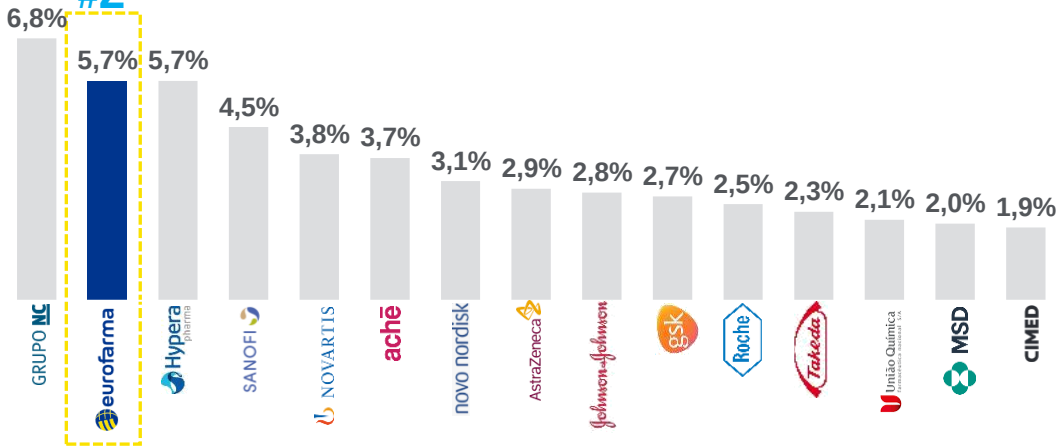
Receita Líquida Consolidada 1S23[1]

R$ 4,3 bi *(+13% vs. 1S22)*

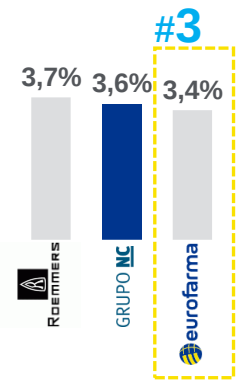
		1S22
Institucional	Prescrição	63,5%	*12,9%*
	Genéricos	16,2%	*11,3%*
	Hospitalar	4,8%	*-29,4%*
	Oncologia	2,7%	*36,5%*
	Licitações	4,4%	*-2,4%*
	OTC	4,5%	*112,9%*
	Outros[2]	3,8%	*56,4%*

YTD Jun-23 Farma Market Share

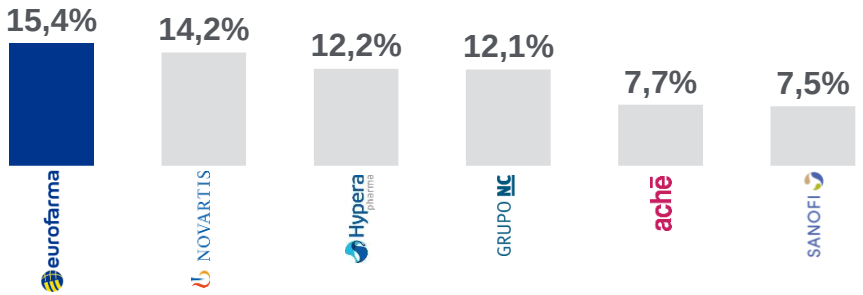
Brasil[3] — #2



Am. Latina[4] — #3



Eurofarma é a empresa que mais cresceu em market share nos últimos 5 anos[5]



(1) Eurofarma Corp (Eurofarma+Momenta+Supera); (2) Serviços terceiros + Exportações; (3) Retail Reais PPP / NRA Reais PP (Mercado farmacêutico total, excluindo vacinas Covid-19); (4) Retail Reais PPP. Farmacêutica regional; (5) CAGR.

PRINCIPAIS CLASSES TERAPÊUTICAS

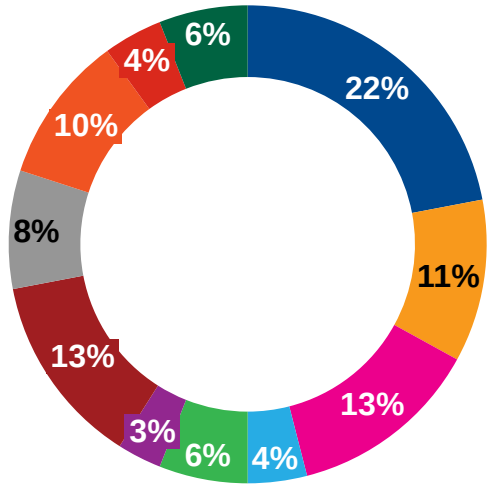
Posição para continuar crescendo

Market Share por ATC Nível I (Brasil) - Dez/22

	Sistema Genitourinário	Sistema Anti-Infeccioso	Sistema Nervoso	Sistema Hormonal	Sistema músculo-esquelético	Sistema Sanguíneo	Sistema Respiratório	Sistema Cardiovascular	Aparelho digestivo e metabolismo	Dermatológicos	Outros[2]
Tamanho do mercado (R$ bi)	8,0	11,3	21,4	4,1	8,3	6,5	12,1	12,6	26,3	10,4	28,3
Crescimento x Mercado[1]	+1,8%	+10,3%	+2,8%	+14,7%	+15,3%	(0,2%)	(4,4%)	+12,4%	+4,7%	(5,7%)	(8,3%)
Posição de Mercado	#1	#2	#2	#3	#4	#5	#5	#5	#6	#11	
Market share	12,3%	11,4%	9,8%	10,3%	7,0%	5,6%	5,7%	6,2%	4,2%	3,3%	4,2%

Mercado Endereçável Total
R$ 149,4 bi

Mercado Terapêutico da Eurofarma I Portfólio[3]



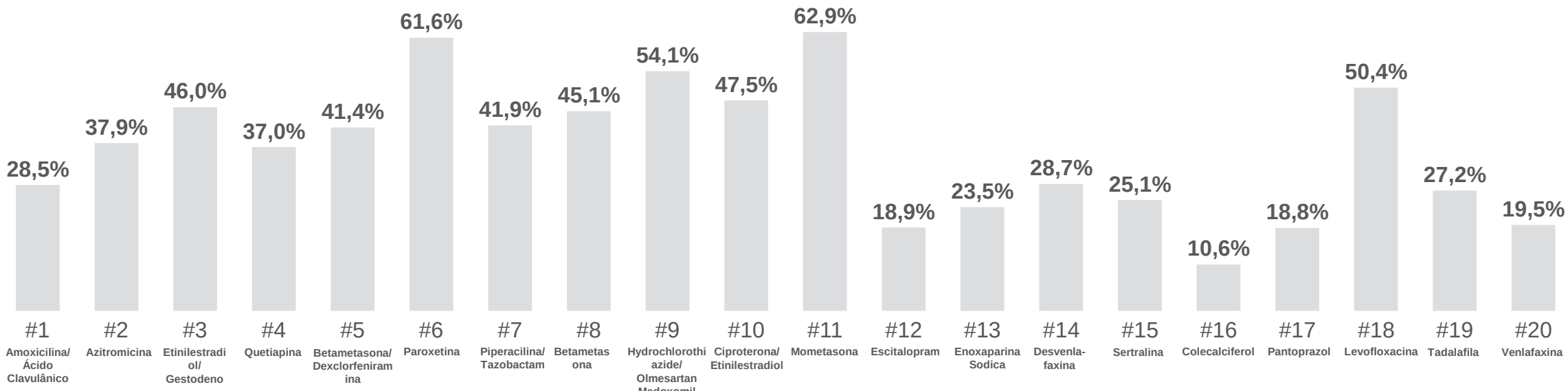
(1) Eurofarma CAGR de Dez/2018 a 2022 comparado ao CAGR do setor; (2) Outros (agentes antineoplásicos e imunomoduladores + soluções hospitalares + produtos antiparasitários, inseticidas e repelentes + diversos); (3) Considerando as classes ATC III em que a Companhia está presente como % do mercado total endereçável.

LÍDER NAS PRINCIPAIS CLASSES TERAPÊUTICAS

Portfólio diversificado

Market Share por ATC Nível I (Brasil) - Dez/22

	#1	#2	#3	#4	#5	#6	#7	#8	#9	#10	#11	#12	#13	#14	#15	#16	#17	#18	#19	#20
Receita Líquida	3,2%	2,5%	2,2%	2,2%	2,1%	2,1%	2,0%	1,9%	1,9%	1,7%	1,7%	1,6%	1,6%	1,6%	1,5%	1,4%	1,3%	1,3%	1,2%	1,1%
Posição de mercado	#1	#1	#1	#1	#1	#1	#1	#1	#1	#1	#1	#2	#2	#2	#1	#3	#2	#1	#1	#4



36%
Top 20 produtos em % de Receita Total

R$3,3 bi
Receita total combinada dos top 20 produtos

#2
No ranking entre os 20 melhores produtos anti-infecciosos de mercado

Fonte: Canais de vendas Retail and non-retail em R$ PPP, Dez/22 | Eurofarma Corp.

ESTRATÉGIA PARA MAXIMIZAR A PERFORMANCE EM TODOS OS CAMPOS

Prescrição

- **Equipe comercial robusta** e extensiva
- Esforço para **expandir TAM, educando médicos gerais** que não estão acostumados a prescrever medicação
- Maior **gestão do ciclo de vida de medicações,** com o **alongamento da maturidade** por meio de novos lançamentos e tecnologias
- **Decisões tomadas considerando a análise micro e macro** de dados

Genéricos

- **Movimento pioneiro** no **lançamento de produtos** para garantir a **liderança da Empresa**
- Análise de mercado do produto pela equipe de marketing e inovação para garantir a alocação ideal dos esforços de **P&D nas melhores moléculas**
- Garantir **posição de liderança (P1)** em moléculas com **posicionamento comercial**
- **Esforço de pós-venda como principal diferencial** e gerador de receita da Eurofarma

Institucional

- Foco em manter um **portfólio completo**
- **Pipeline robusto** para os próximos anos e **maior acesso ao mercado**
- Atuação em **diferentes canais** (público/privado) para **manter a competitividade**

OTC

- Estratégia para garantir um **bom relacionamento com as farmácias** para divulgar os produtos e melhorar o posicionamento nas gôndolas
- Construindo o **portfólio alavancado da Valda**
- **Impulsionando a marca**, com investimentos constantes e assertivos, **gerando demanda de consumidor vs. produtos OTC concorrentes**

PRESCRIÇÃO

Estratégia de Vendas Bem Sucedida com Liderança em Promoção Médica

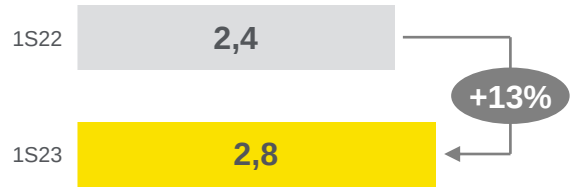
#1 **9,4%** **market share[1]** (Close-up)

#2 **6,2%** **market share[1]** (IQVIA)

0,9% **market share LatAm** (ex-BZ) (IQVIA)

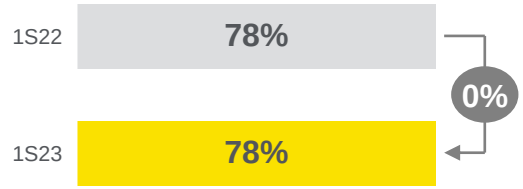
1.355 SKU's no Portfólio

Receita Líquida (R$ bi)



63% da receita líquida consolidada

Margem Bruta[2]



Genéricos de marca

Portfólio Completo

- Presença em todas as classes terapêuticas
- P&D com um nível constante de novos lançamentos

Plataforma de vendas forte e altamente qualificada

- Maior força de vendas do setor com +5 mil representantes com alto engajamento

Fortes estratégias de marketing e reconhecimento da marca

01 **#1 Prescrição Médica**

- Maior cobertura: +82% de Médicos Prescritores no Brasil

02

03 **Capilaridade Nacional de Distribuição Incomparável**

- 91% das cidades (Brasil)
- 99% das farmácias

04

05 **Liderança de engajamento**

- 6,2 mm visitas médicas em 2022; +21% em relação a 2021

06

(1) YTD Jun/2023; (2) Dados gerenciais e ajustados

GENÉRICOS

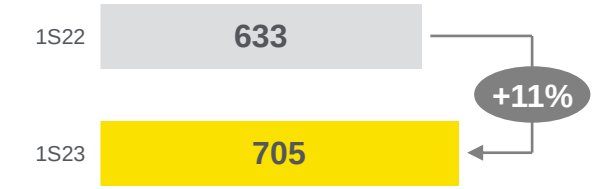
Receita continua crescendo

#2 **13,2%** **market share**[1] (IQVIA)

0,4% **market share LatAm** (ex BZ) (IQVIA)

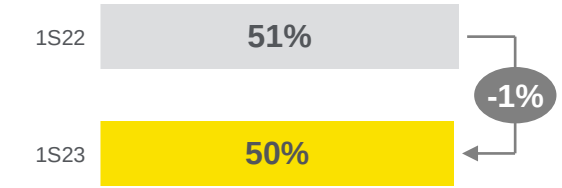
367
SKU's no Portfólio

Receita Líquida (R$ milhões)



16% da receita líquida consolidada

Margem Bruta[2]



(1) YTD Jun/2023; (2) Dados gerenciais e ajustados

OVER THE COUNTER

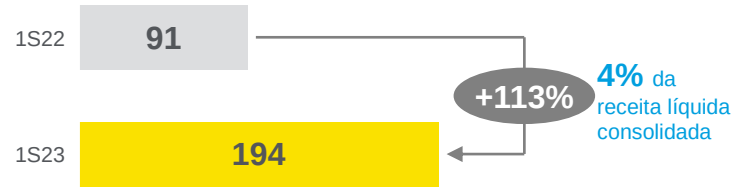
Integração do portfolio da Valda

#38 **0,7%** **OTC's market share[1]** (IQVIA)

0,6% **market share LatAm** (ex BZ) (IQVIA)

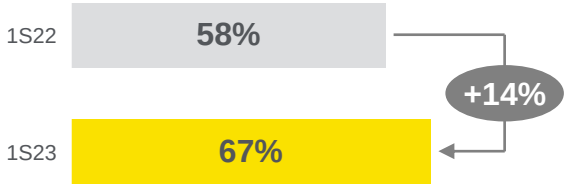
192 SKU's no Portfólio

Receita Líquida (R$ milhões)



4% da receita líquida consolidada

Margem Bruta[2]



(1) YTD Jun/2023; (2) Dados gerenciais e ajustados

INSTITUCIONAL

Hospitais, Oncológicos e Licitações

Hospitais

#5 **3,8%** **market share[1]** (IQVIA) **#1**[2]

Oncológicos

#11 **2,3%** **market share[1]** (IQVIA) **#2**[2]

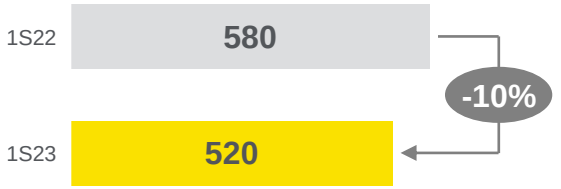
Licitações

#19 **1,2%** **market share[1]** (IQVIA)

0,3% **market share Latam** (ex BZ) (IQVIA)

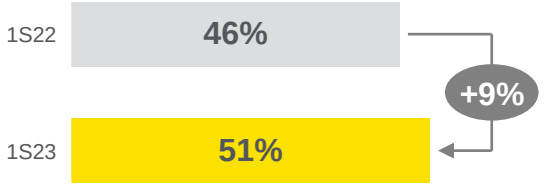
285
Marcas do Portfólio

Receita Líquida (R$ milhões)



12% da receita líquida consolidada

Margem Bruta[3]



(1) YTD Jun/2023; (2) Excluindo empresas multinacionais não sediadas na Am. Latina; (3) Dados gerenciais e ajustados

ESTRATÉGIA DE INTERNACIONALIZAÇÃO

M&As Contínuos

Início da expansão na LatAm

2009

QUESADA FARMACEUTICA

Aquisição de farmacêutica regional

Aquisições de 2 farmacêuticas regionais líderes
52% cobertura LatAm

2010

Farmaindustria e Volta Laboratorios

GAUTIER

Expansão adicional a novos mercados e processo de consolidação
64% cobertura LatAm

2012-2013

Intalações da MERCK INVENTING FOR LIFE

25 maior farma local

REFASA

Expansão para América Central
100% cobertura LatAm

2019

STEIN CORP.
Linha de prescrição com +100 produtos

BUXTON

medipharm LABORATORIO
De 45 para 21 no mercado chileno

Entrada no 2° maior mercado
100% cobertura LatAm

2020-2021

Aquisições no México

Takeda
12 marcas licenciadas
US$161mm aquisição

Lilly
#1 antibiótico prescrito
US$30mm aquisição

Aquisição de produto da Craveri Lab

Aquisição de produto da Bayer Lab

sanofi
Aquisição de produtos no México e Colômbia da Hypera

Entrada no mercado norte-americano e aumento da atuação no segmento de OTC e alimentos funcionais

2022

MEDIMETRIKS PHARMACEUTICALS, INC.

LABORATOIRE canonne DEPUIS 1902

VALDA

Consolidação das operações na LatAm. O fechamento da Transação está sujeito a aprovações regulatórias

2023

Genfar®

Farma Total Market

R$ bi (Retail + Non-retail)

321

LatAm (ex-Brasil) Brasil

Receita Líquida 1S23

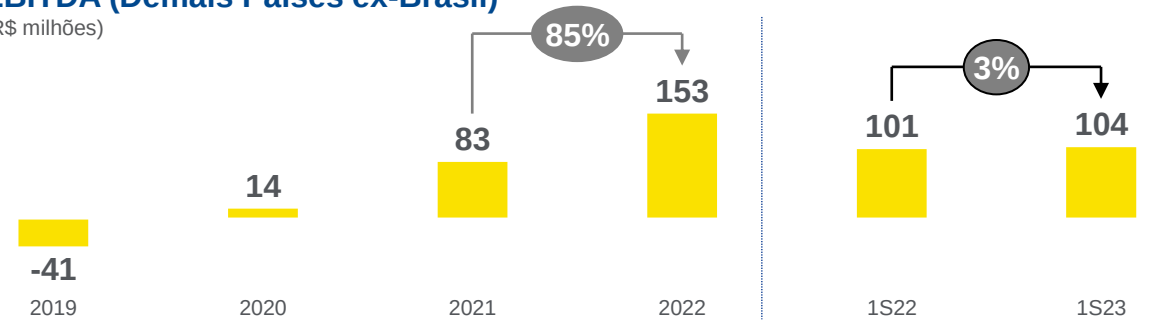
R$ bi

4.3

Outros Países Brasil

EBITDA (Demais Países ex-Brasil)[2]

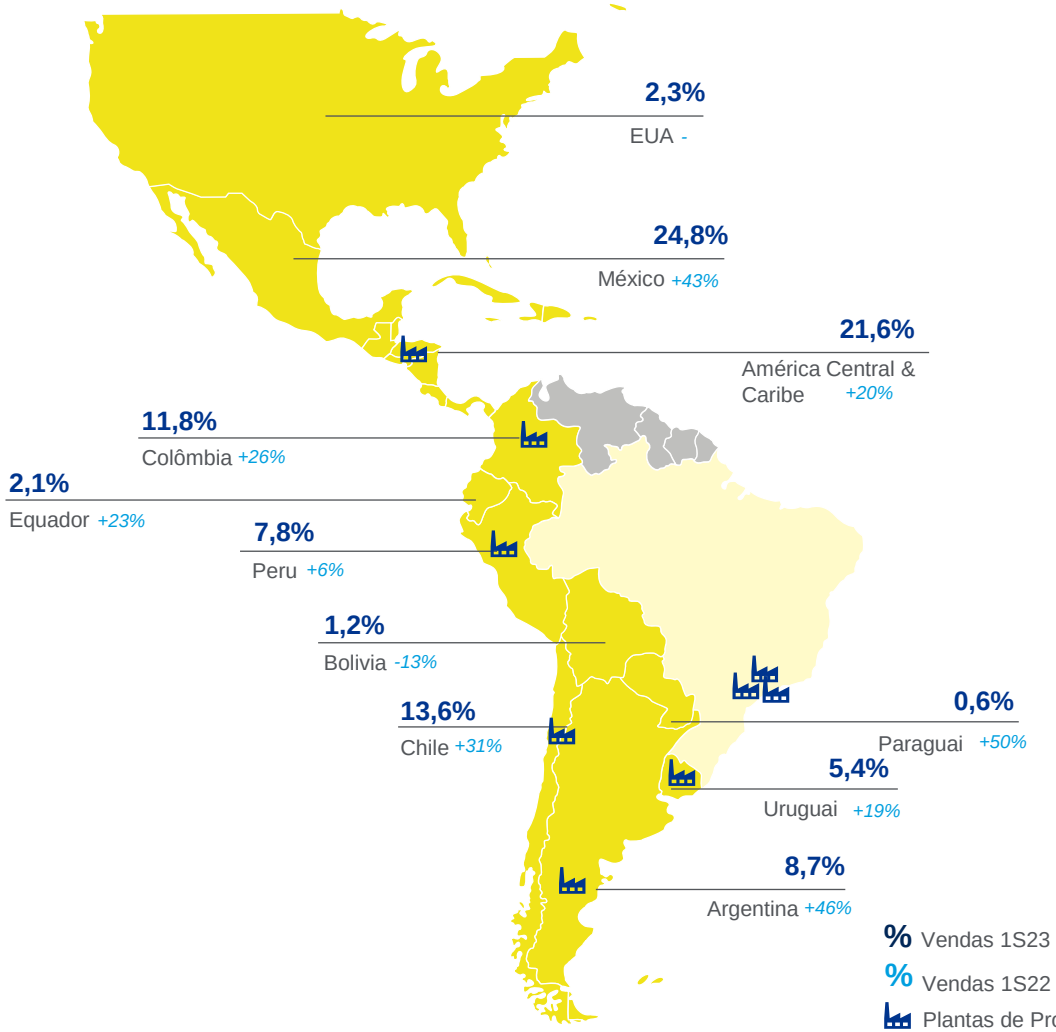
(R$ milhões)



	2019	2020	2021	2022	1S22	1S23
Margem EBITDA	-7,6%	1,9%	7,3%	11,8%	16,0%	12,5%

(1) Dados gerenciais

CAPILARIDADE GEOGRÁFICA



Market Share e Ranking

	2016	2021	2022	Jun-23	2027e	# Crescimento Ranking[1]
Bolivia	#28 0,8%	#18 1,0%	#18 1,1%	#22 1,0%	#13 1,8%	+6
América Central & Caribe	#40 0,6%	#17 1,4%	#17 1,4%	#17 1,4%	#7 2,9%	+23
Chile	#62 0,3%	#18 1,6%	#15 1,8%	#17 1,8%	#9 2,6%	+45
Colômbia	#105 0,1%	#34 0,6%	#28 0,8%	#28 1,0%	#19 1,3%	+77
México		#44 0,6%	#40 0,7%	#29 0,9%	#29 1,3%	+15
Peru	#30 1,0%	#14 1,7%	#16 1,6%	#15 1,7%	#10 1,6%	+15
Uruguai	#10 2,9%	#12 2,6%	#8 2,8%	#7 2,8%	#6 3,9%	+3

(1) Crescimento de posição até Jun/23

LANÇAMENTOS

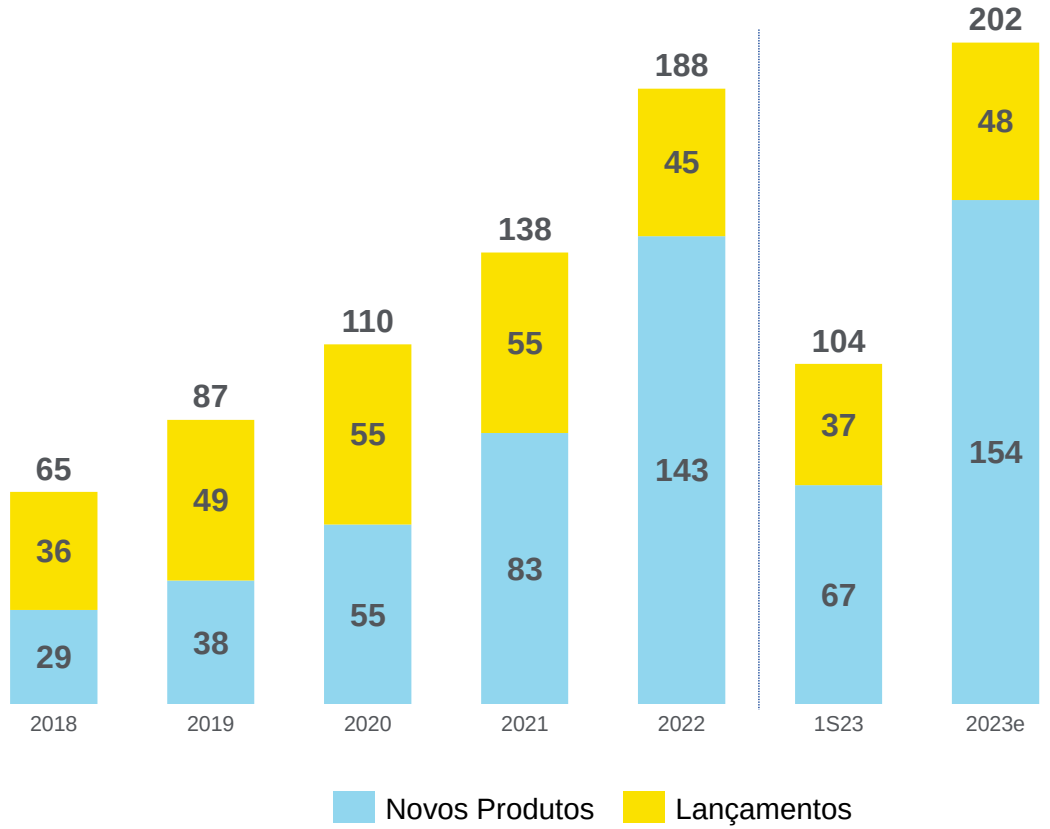
Portfólio da Eurofarma inserido na América Latina

1º Lançamento

Colocação de Produtos

Lançamentos e Colocações de Produtos

(# Brasil e LatAm)

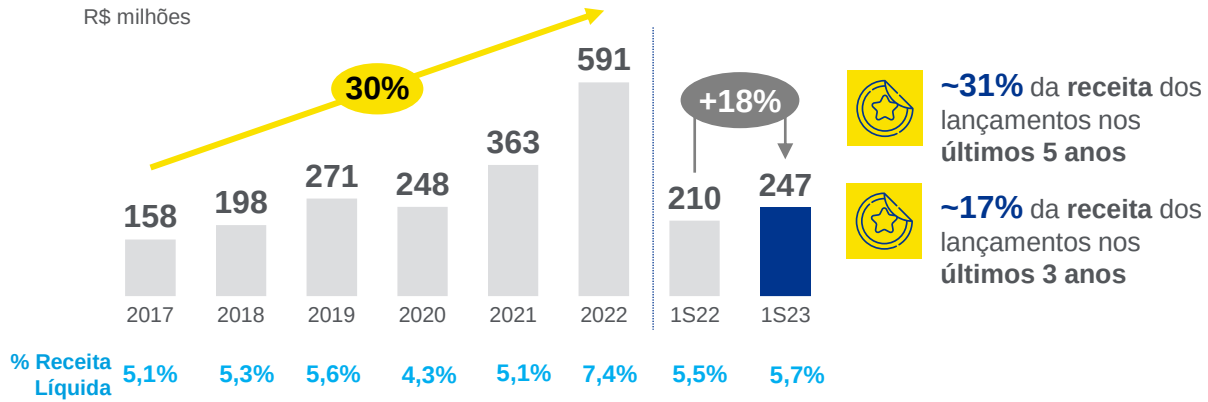


MAIOR EFICIÊNCIA ENTRE PARES

P&D e KPI's Impressionantes

Investimentos em P&D

R$ milhões

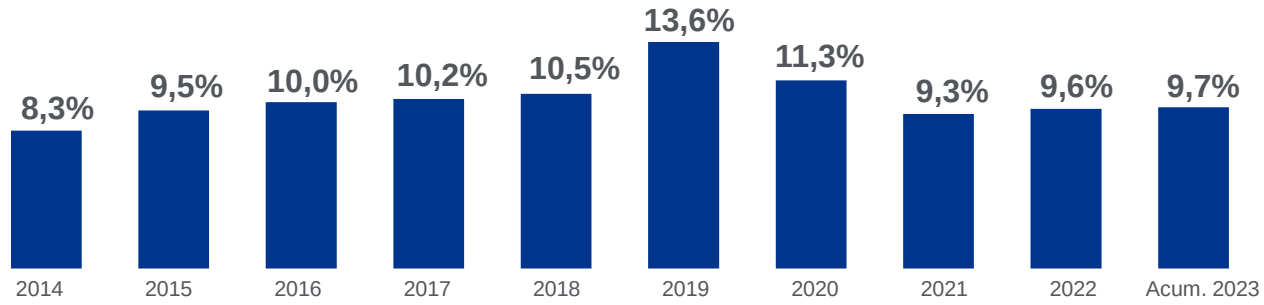


~31% da **receita** dos lançamentos nos **últimos 5 anos**

~17% da **receita** dos lançamentos nos **últimos 3 anos**

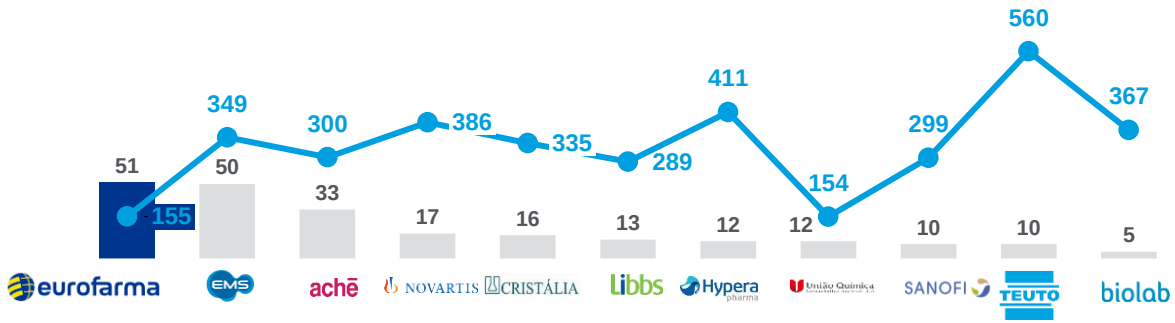
Índice de Renovação de Portfólio da Eurofarma

Produtos lançados nos últimos 24 meses em relação a % do portfólio total



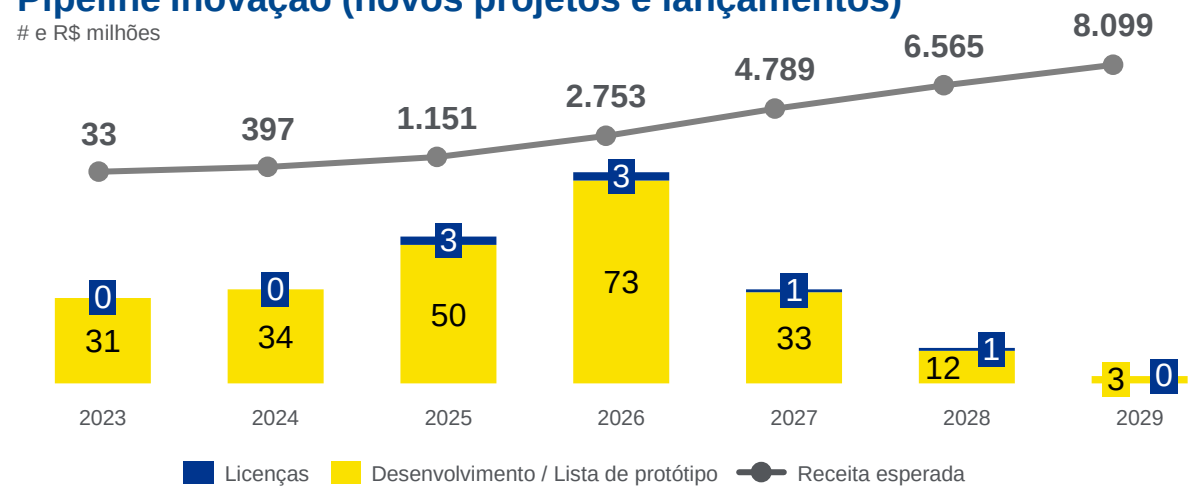
Maior eficiência no desenvolvimento e lançamento

produtos lançados entre 2018-2022



Pipeline Inovação (novos projetos e lançamentos)

e R$ milhões



ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO

Indo além com novas iniciativas

EUROLAB | Hub de Inovação

+700 profissionais

Centenas de dispositivos de cromatografia e **12** capelas de síntese

6 laboratórios de última geração

Planta Piloto Certificada capaz de produzir lotes para exames clínicos

Infraestrutura de primeira linha dedicada ao desenvolvimento de fórmulas e metodologias analíticas

Cerca de **2.000 moléculas sintetizadas**

Maior laboratório de síntese orgânica de pequenas moléculas orgânicas **da América Latina**

ESTRATÉGIA INOVADORA COM NOVAS INICIATIVAS

Euron: Plataforma focada em oferecer novas soluções para empresas que utilizam tecnologia e dados

EURON

CVC e Inovação Aberta

- Investimentos em startups
- Aumentar a eficiência e desenvolver novos negócios através de diferentes canais e plataformas
- Transformações digitais

- CVC Neuron Fund (R$45 milhões)
- Investiu em 10 startups
- +15 projetos anuais com startups

Healthcare Digital

- Assistência médica digital, oferecendo soluções
- Novos canais e tecnologia para impulsionar o marketing
- Força de vendas garante visibilidade de medicamentos e produtos

- Lançamento do aplicativo de Scrolling Therapy
- Propaganda médica totalmente digitalizada para nutricionistas e pediatras

Dados

- Utilização de dados de mercado e da empresa
- Auxiliar na estratégia dos principais drivers de negócios
- Identificar as oportunidades para obter receita e participação de mercado

- Informações de mercado
- CRM
- Dados de Governança e Cultura

Six Sigma

- Ajudar a entregar soluções e projetos de sucesso
- Projetos para aumentar a eficiência operacional
- Cultura ágil e empreendedora

- 100+ idéias em loja (ano)
- Patrocinando pesquisas acadêmicas
- Programa “Entrepreneuring Scientist”

Transformação Digital

- Desenvolvimento para medicos, pacientes, hospitais, pontos de venda, entre outros
- Investimentos e aquisições estratégicas
- Parcerias para desenvolvimento de novas soluções digitais

- Novos Negócios Digitais
- E-commerce
- Ações Digitais

DNA INOVADOR VAI ALÉM DE NOVAS INICIATIVAS

Euro Ventures fund: etapa crucial no processo de inovação da empresa

Tratamentos
- Neurodegenerativo
- Autoimune
- Doenças Raras
- Oncologia

Meta de investir em ~25 startups e mais de US$ 100mm (5+anos + ~80% EUA)

Abertura de Propostas de Investimentos

Foco Diferente
- Medicina precisa
- Modificação genética
- Inteligência artificial

Oportunidades não acessíveis através de licenciamento ou P&D próprio

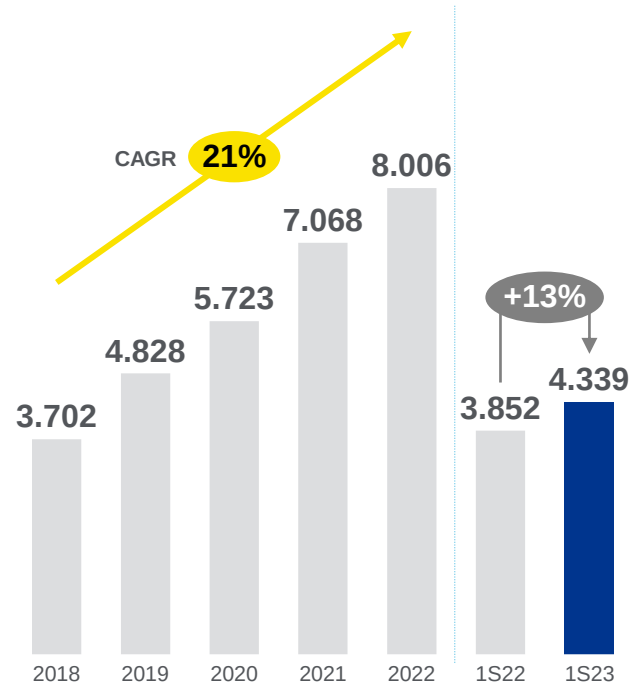
Foco no estágio inicial de inovação que é transformacional e disruptiva (pesquisa, pré-clínica, fase 1)

O fundo representa um primeiro passo importante para a Eurofarma construir uma plataforma própria e inovadora com um olhar para o futuro.

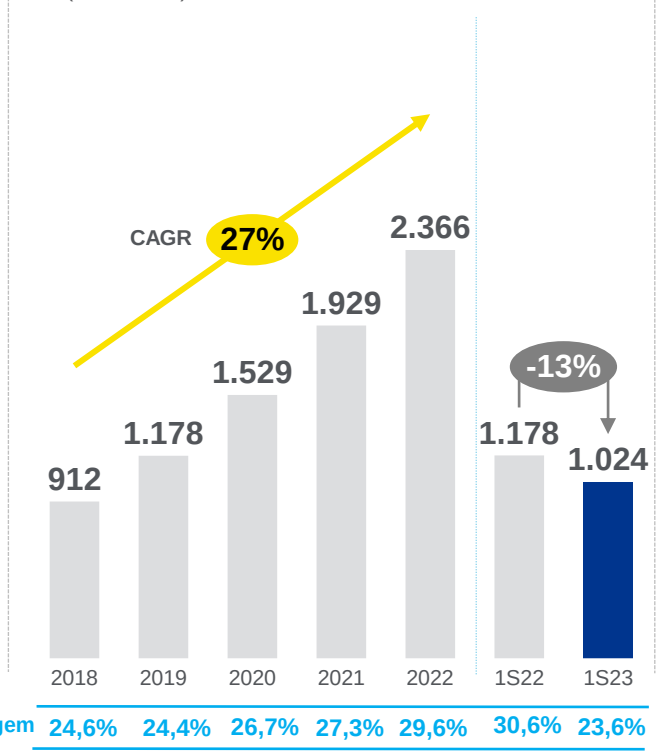
RESULTADOS FINANCEIROS

Histórico

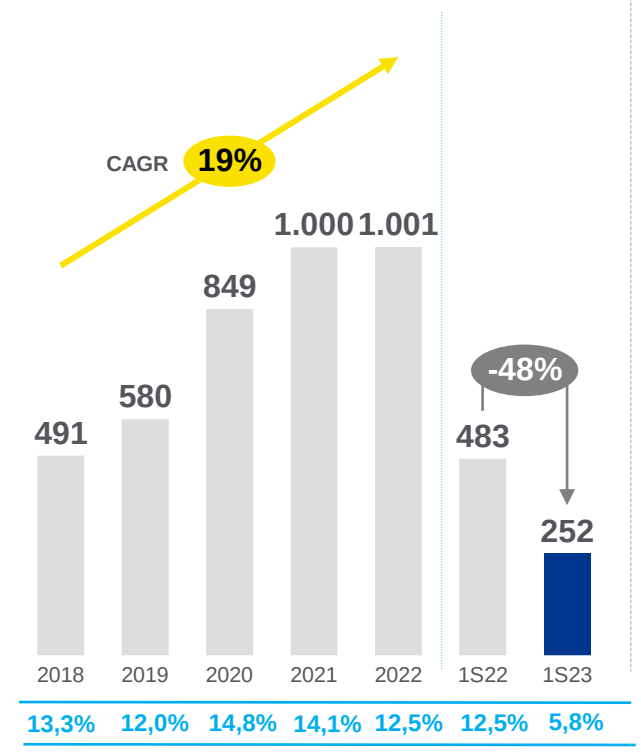
Receita Líquida
(R$ milhões)



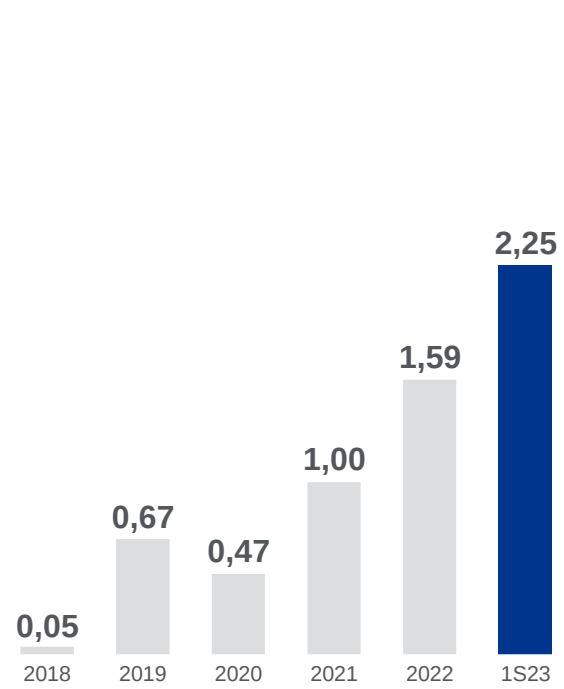
EBITDA Ajustado[1]
(R$ milhões)



Lucro Líquido
(R$ milhões)



Dívida Líquida / EBITDA
(x)



1- Ajustado pelas despesas de P&D

ASG

Governança Corporativa

Maurizio Billi
CEO Global
+40 anos de experiência

- **Unidade de Captura de Valor (Negócio Atual)**
- **Frentes de valor para o futuro**
- **Funções corporativas que geram valor**

CEO Brasil
A ser anunciado

Marco Billi
CEO Internacional
+11 anos de experiência

Alexandre Palhares
CFO Global
+15 anos de experiência

Maria Del Pilar
Novos Negocios Global
+30 anos de experiência

Martha Penna
Inovação Global
+30 anos de experiência

Roberta Rezende
Operações Global
+29 anos de experiência

Daniela Panagassi
Diretora de RH Global
+20 anos de experiência

Maira Billi
Diretora de Saúde Animal
+12 anos de experiência

Great Place to Work

19 anos
consecutivamente como um dos melhores lugares para se trabalhar no Brasil, na América Latina e no Caribe.

2,4%
Turnover

3 de 5
VPs são mulheres

50%
liderança feminina

ASG

Princípios e Práticas que Permeiam e Orientam a Eurofarma Desde a sua Criação

Ambiental

1ª farmacêutica brasileira com o compromisso de **neutralizar 100% de emissões diretas de CO_2**

Eficiência energética

- 1ª farmacêutica brasileira com a certificação **ISO 50001:2018**
- Acordo com a Omega Energia, contratação de 15,6 MWm, tornando a matriz energética da **Companhia 100% renovável até 2024**

Eficiência hídrica

- **Aumento do reuso** em processos de utilidades em 61% (66,616 m^3)
- **Redução de 4% no consumo total de água**, ponderado pelo volume produzido, totalizando 434.518 m^3

Economia Circular

+VERDE Descontaminação das embalagens primárias pelos consumidores e com soluções caseiras

- **100% das embalagens** de medicamentos contém orientações sobre o descarte correto
- **30% de material reciclado** nas embalagens secundárias
- **23,5 milhões de unidades** comercializadas em 2022, +91% vs. 2021

Social

Instituto Eurofarma

- Com sedes nas cidades de Itapevi e São Paulo, o Instituto Eurofarma (IE) ampliou suas atividades em 2022, com o início das suas operações em Montes Claros (MG)
- Desde sua fundação, o IE trabalha de forma contínua para oferecer uma educação transformadora com +130 mil atendimentos
- Em 2022, o investimento no Instituto foi de R$ 17 milhões com cerca de 14 mil beneficiários diretos.

Lactare

- Primeiro banco de leite privado do Brasil
- Desde 2019 promove o aleitamento materno e ajuda a salvar vidas
- Desde sua criação tem ampliado seu alcance entre mães doadoras e bebês internados em Unidades de Terapia Intensiva (UTI) neonatal de vários hospitais públicos, localizados nas regiões de Itapevi e grande São Paulo.
- Em 2022, recebeu a certificação ISO: 9001 NBR que atesta a qualidade do sistema de gestão.

Grupo Eurofarma +DIVERSO

Programa que atua em 4 frentes prioritárias **(Gênero, Raça, Pessoas com Deficiência e LGBTQIA+)**, conta com a participação direta de 150 colaboradores nos grupos de afinidade

Governança

- Auditor independente desde 2018
- Conselho composto por 9 membros, 4 independentes
- Listada e Tipo 2 registrada na CVM[1]

Estutura de Comitês

- Comitê de Auditoria e Compliance (CAC)
- Comitê de Pessoal e Organização (CPO)
- Comitê de ASG (ASG)
- Comitê de Transações com Partes Relacionadas

Conselho de Administração qualificado e com experiência composto por:

- Claudio Roberto Ely
- Juliana Rozenbaum
- Cristina Palmaka
- Marcelo Martins
- Nelson Mussolini
- Julio Cesar Gagliari

PLANO DA EUROFARMA ESTÁ DESENHADO PARA SUSTENTAR O CRESCIMENTO NOS PRÓXIMOS 50 ANOS

O plano estratégico respeita uma sequência lógica de competências que mitiga o risco de execução

1 Melhor player em Genéricos e Genéricos de Marca

- Estratégia Comercial para Promoção Médica
- P&D eficaz em genéricos e produtos similares
- Portfólio completo de produtos
- Construção da nova unidade de Montes Claros

2 Expansão geográfica com portfólio completo para América Latina e outras regiões

- Expansão do mercado endereçável
- Posicionamento único para atuar em parcerias
- Maior competência regulatória

3 Foco de P&D em inovação incremental e licenciamento de produtos internacionais

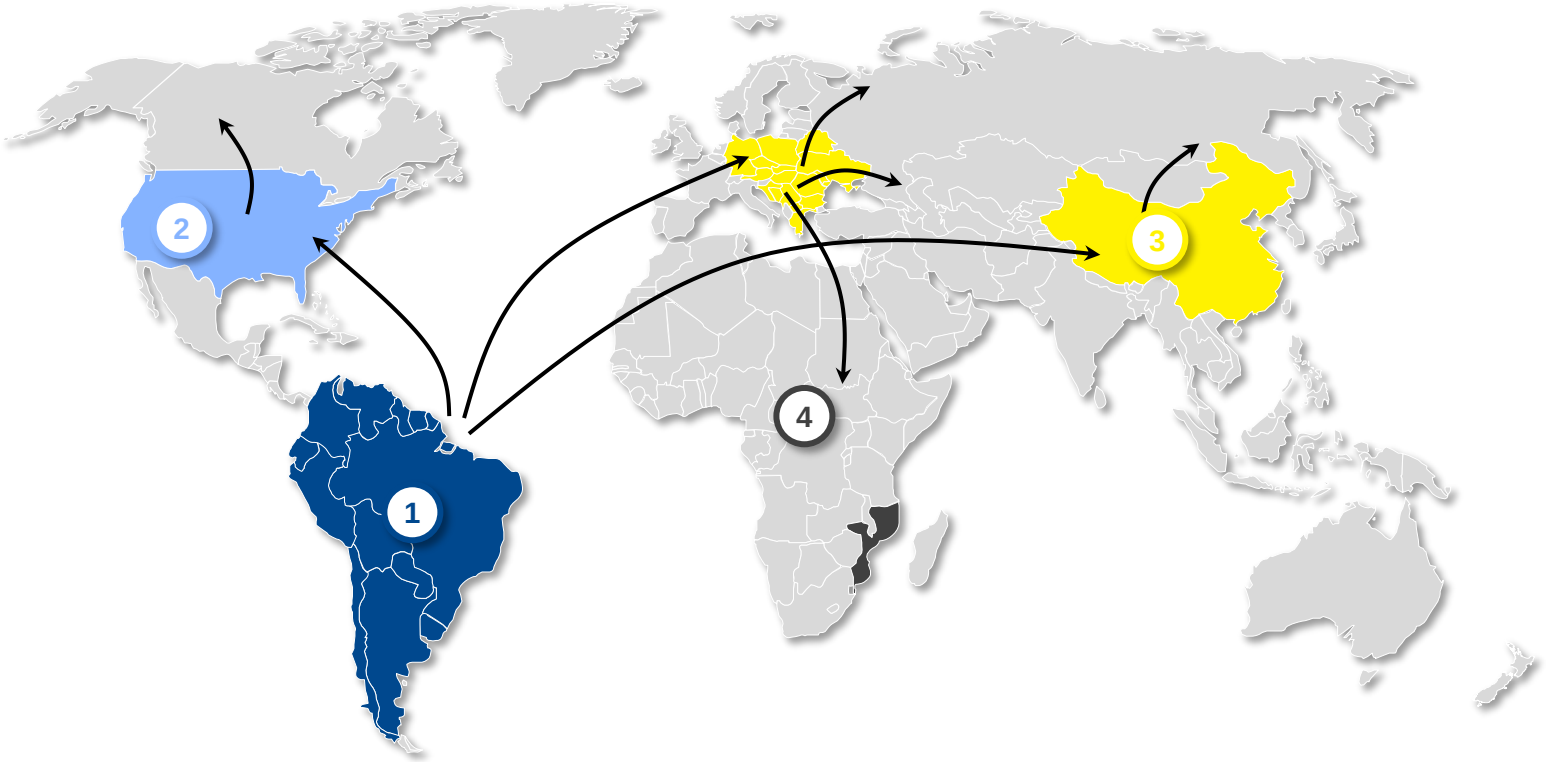
- Licenciamento internacional de produtos, fornecendo experiência regulatória e de comercialização
- P&D muda o foco para maior inovação incremental
- Atendendo às necessidades médicas não atendidas

4 Inovação radical em mercados desenvolvidos

- Relacionamentos mais próximos com CROs[1]
- Processo de patente em mercados desenvolvidos em segmentos testados
- Venda de conceito com médicos referentes
- Lançamento de produtos protegidos em mercados desenvolvidos e na América Latina

(1) Contract Research Organization

MERCADO GLOBAL E POSICIONAMENTO DE LONGO PRAZO



Strategy

1

- Liderança na América Latina com o aumento de M&A's e com a colocação de produtos da Eurofarma
- Crescimento orgânico em todas as geografias

2

- Penetração no mercado dos EUA
- Aumentar a presença da Eurofarma entrando nos mercados pouco penetrados de saúde feminina, dermatologia e anti-infecciosos
- Entender como o mercado funciona e consolidar com a própria estrutura

3

- Expansão para os mercado asiáticos e europeus: Dada a semelhança deste mercado com o Brasil, o Leste Europeu é uma oportunidade para estabelecer rapidamente uma posição nessa região
- Aquisições na China, com foco em empresas inovadoras para fortalecer o desenvolvimento de novos produtos

4

- Entrada em novos mercados que ainda não fazem parte do mapa de oportunidades
- Quanto mais radical a inovação realizada, e o maior número de produtos que for gerado, mais fácil será penetrar nos mercados globais

eurofarma

sua vida move a nossa

www.eurofarma.com.br

Relações com Investidores

ri.eurofarma.com.br

ri@eurofarma.com