Apresentação Institucional

Novembro 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 setembro 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$**1,6** bn / **17,6%**
EBITDA LTM[3] / Margem

R$**2,1** bn / **23,5%**
EBITDA Ajustado[4] LTM[3] / Margem

EXPANSÃO

Presença em **22 países**

100%
de cobertura na Am. Latina

INOVAÇÃO

+360 projetos
no pipeline até 2028

R$**441** mm
Despesas de P&D YTD[3]
6,7% da receita líquida

RECONHECIMENTO

19 anos Great Place to Work

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

Eurofarma, Momenta e Supera; (1) Close-up Set/23; (2) IQVIA Set/23; (3) LTM Set/2023; (4) Ajustado pelas despesas com P&D; (5) Guia Exame.

HISTÓRIA ÚNICA E BEM-SUCEDIDA DE CRESCIMENTO E RENTABILIDADE

Mais de 50 anos de história para se tornar uma empresa farmacêutica líder

Fundação

- Billi Farmacêutica é fundada como CMO
- Lançamento do primeiro produto próprio e avanço da estrutura comercial
- Aquisição da unidade de produção Carlo Erba
- Eficiência e melhorias na geração de caixa
- Marcas da Wyeth

Expansão Nacional

- Entrada no mercado genérico e criação de um conceito de qualidade no segmento
- Todas as marcas rebatizadas como Eurofarma
- Início das atividades de exportação
- Criação da unidade de inovação
- Inauguração do complexo de Itapevi
- Foco nos investimentos em instalações e na promoção médica

Expansão Internacional

- Início da expansão internacional e previsão de atingir 90% do mercado farmacêutico da LatAmaté 2015
- Várias aquisições no mercado LatAm, atingindo 100% de cobertura na região
- Supera Farma JV criada com Cristália
- Acquisition of a stake in Melinta Terapeutics and development of other partnerships
- #1 em prescrição no Brasil, #2 em genéricos no Brasil[1], #2 player na América Latina[1]

Key M&As (Including Portfolio, Production Plants, Brands, others)

Momento Atual

- Aumento da capacidade de produção com uma instalação de última geração em Montes Claros
- Certificação pelo FDA (U.S. Food and Drug Administration) para o Complexo de Itapevi
- Entrada no mercado americano com a aquisição da Medimetriks
- Expansão geográfica para América Latina e novas geografias aliada à foco em P&D para inovação incremental
- Investimento em transformação digital

1972 · 1993 · 2008 · 2009 · 2023 · 2027

Evolução da Receita Líquida (R$mm)

(1) Close-up Dez/22

PRINCIPAIS CLASSES TERAPÊUTICAS

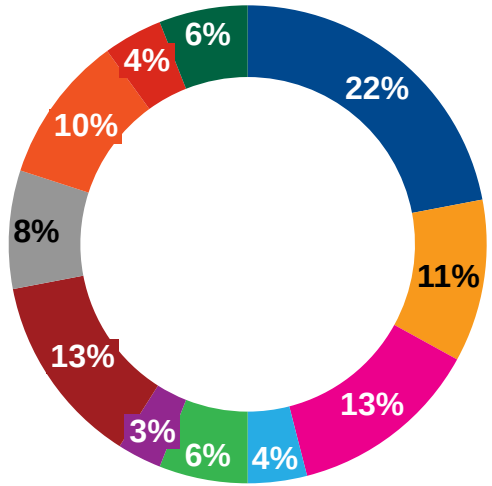
Posição para continuar crescendo

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]

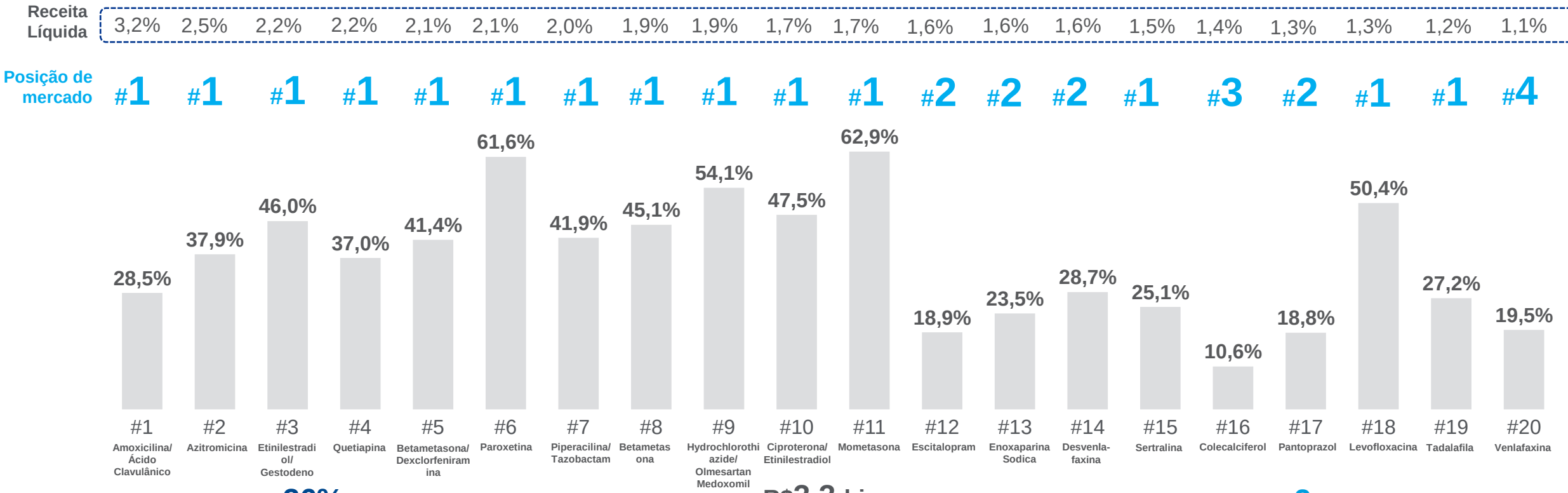


(1) Eurofarma CAGR de Dez/2018 a 2022 comparado ao CAGR do setor; (2) Outros (agentes antineoplásicos e imunomoduladores + soluções hospitalares + produtos antiparasitários, inseticidas e repelentes + diversos); (3) Considerando as classes ATC III em que a Companhia está presente como % do mercado total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

LÍDER NAS PRINCIPAIS CLASSES TERAPÊUTICAS

Portfólio diversificado

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



36%
Top 20 produtos em % de Receita Total

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

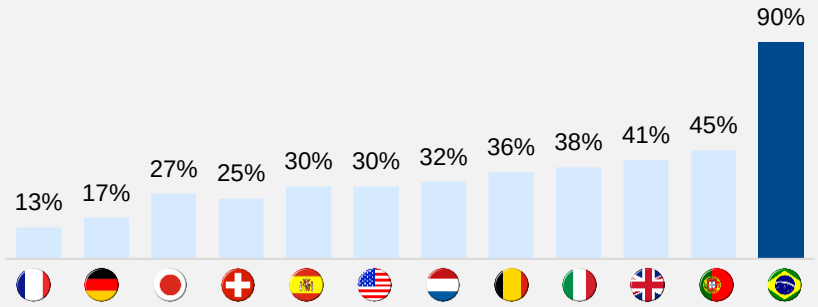
#2
No ranking entre os 20 melhores produtos anti-infecciosos de mercado

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

DEMOGRAFIA FAVORÁVEL E DINÂMICA DE MERCADO PARA SUSENTAR FORTE EXPANSÃO NOS PRÓXIMOS ANOS

% de Gastos Diretos no Mercado de Varejo Farmacêutico

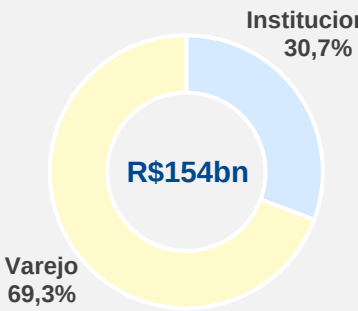
%



Uma parcela relevante dos gastos diretos é menos arrisacada quando comparada a outros mercados globais

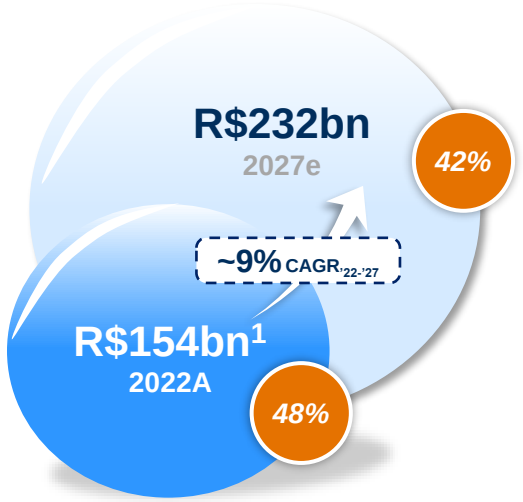
Distribuição de Mercado entre Institucional e Varejo(1)

%



Além disso, a parcela das vendas não realizadas no segmento varejo tem baixo risco, uma vez que a venda é feita diretamente para as instituições

Brasil TAM



% da Total América Latina TAM

Latin America TAM (Ex-Brasil)

Principais impulsionadores de crescimento

- **Demografia/Envelhecimento da População**
- **Maior Alcance Nacional**
- **Ajustes Anuais com Produtos com Tickets Mais Elevados**
- **Alto nível de lançamentos de novos produtos**
- **Maturação do mercado latino-americano**

Fonte: IBGE, ANS, CAGED, OECD

(1) Excluíndo vacinas

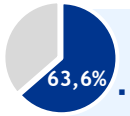
ESTRATÉGIA QUE CONSISTE EM MAXIMIZAR O DESEMPENHO EM TODAS AS ÁREAS

	Prescrição 63,5%	Genéricos 16,2%	Institucional 12.0%	OTC 8,3%
Marcas / Produtos	eurofarma, supera farma, momenta	eurofarma, Genfar	eurofarma	Valda, OAZ
Estratégia de Vendas	Physicians network & Commercial Team	Troca	Time Comercial	Troca
Estratégia	• Esforço para expander o TAM **educando médicos** que não estão acostumados a prescrever medicamentos • Maior **gestão do ciclo de vida dos medicamentos**, com o alongamento da maturidade por meio de **novos lançamentos e tecnologia** • Decisões tomadas considerando **análises micro e macro**	• **Pioneiro no lançamento de produtos** para garantir a liderança • Análise do mercado do produto pela equipe de marketing e inovação para garantir a alocação **ideal de esforços de P&D** para as melhores moléculas • Garantir a posição de **liderança** (P1) em moléculas com posicionamento comercial	• Foco me manter um **portfolio completo** • **Pipeline robusto** para os próximos anos e crescent acesso ao mercado • Atuação em **diferentes canais (público/privado)** para manter a competitividade	• Construíndo o **portfolio alavancado da Valda** • **Impulsionando a marca** com investimentos constantes e assertivos, gerando **demanda do consumidor** versus produtos OTC concorrentes • Bom relacionamento com farmácias para divulgação de produtos e melhor posicionamento das gôndolas
Locais	Brasil + América Latina + América do Norte	Brasil + América Latina	Brasil + América Latina	Brasil + América Latina
Fusões e Aquisições	Takeda, sanofi, Grunenthal, Bayer, Medimetriks	Genfar	Genfar, sanofi	sanofi, Laboratoire Canonne

(1) Eurofarma Corp (Eurofarma+Momenta+Supera)

% da Receita Líquida do 9M23

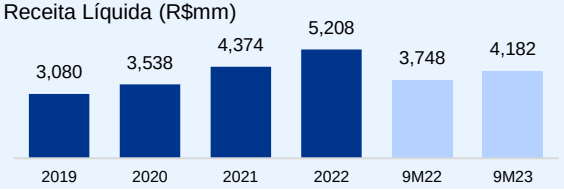
COMPLETE & DIVERSIFIED PORTFOLIO



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

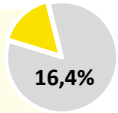
Receita Líquida (R$mm)



1.355
SKUs

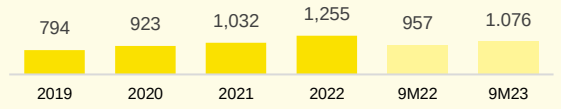
367
SKUs

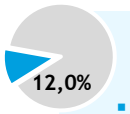
Genéricos



- **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

Receita Líquida (R$mm)

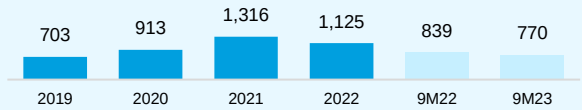




Institucional

- 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**

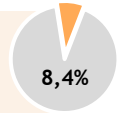
Receita Líquida (R$mm)



285
SKUs

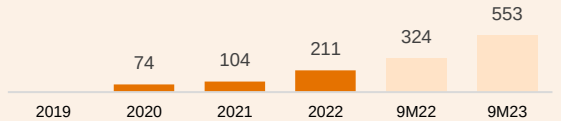
192
SKUs

OTC e Outros[2]



- 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**

Receita Líquida (R$mm)[3]



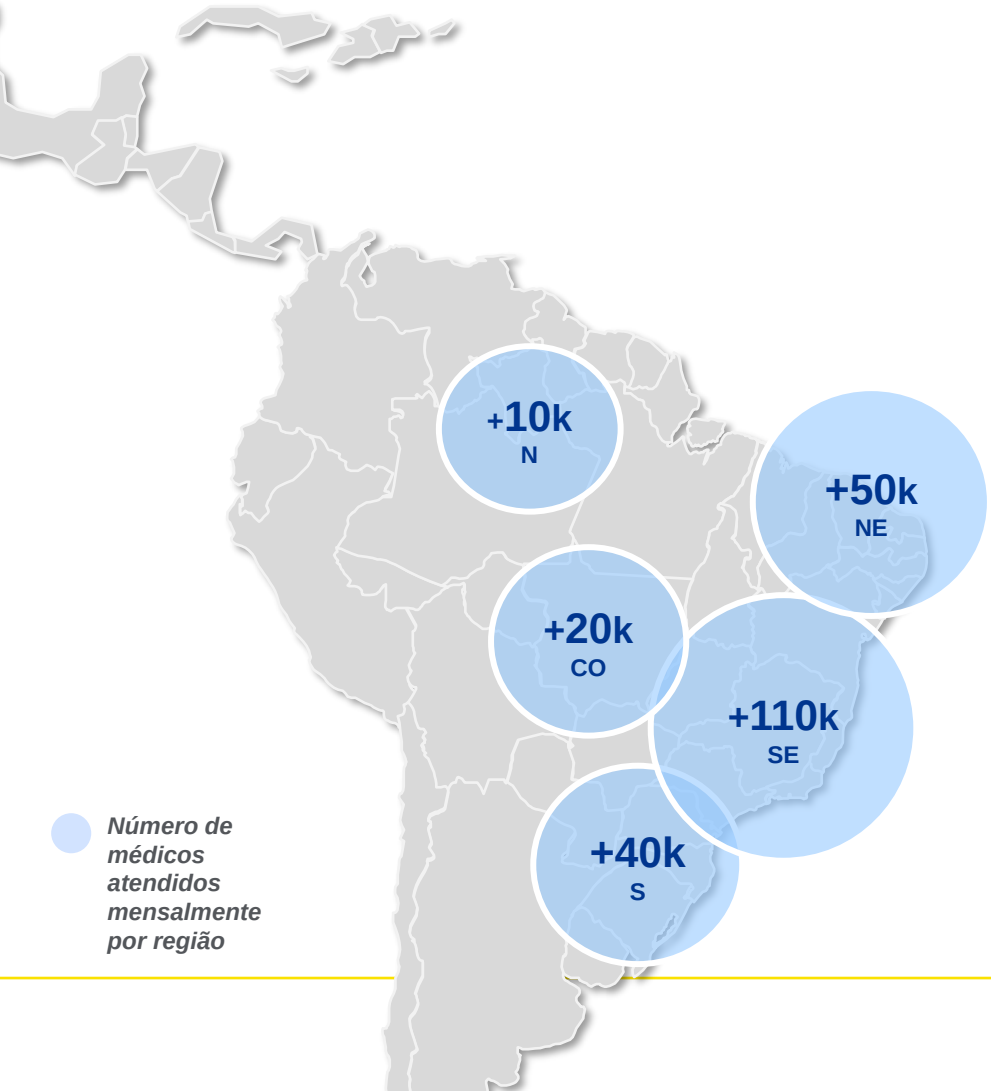
(1) Eurofarma Corp (Eurofarma+Momenta+Supera); (2) Terceirização de Serviços + Exportações; (3) Receitas OTC independentes

% da Receita Líquida do 9M23[1]

EQUIPE COMERCIAL ORGANIZADA E ROBUSTA

Alcance incomparável apoiado por vários KPIs para apoiar um forte desempenho de vendas

Somente Prescrição



Número de médicos atendidos mensalmente por região

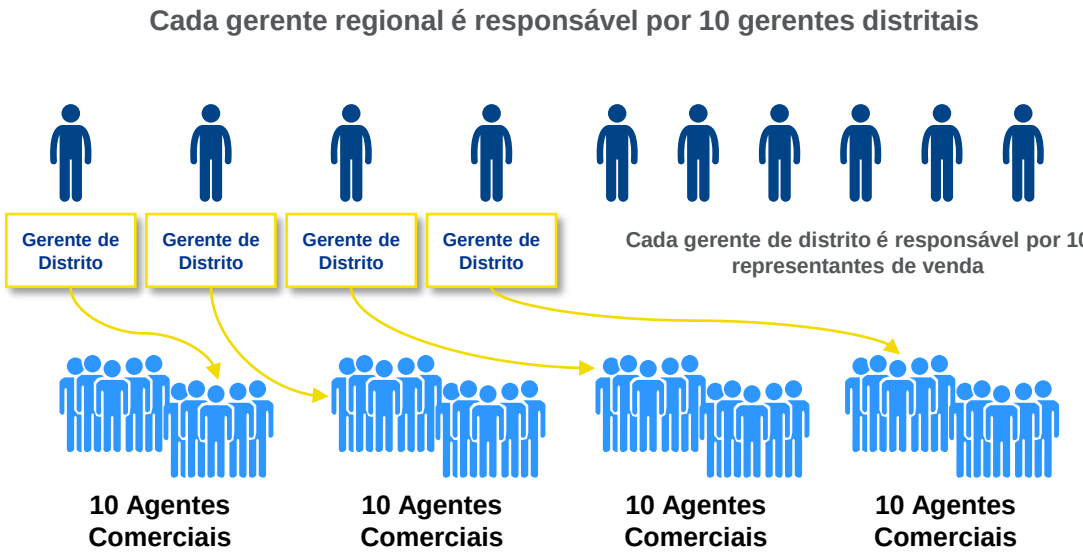
A estrutura e organização da **Eurofarma** permitem à Companhia não só atingir **483 mil** médicos no Brasil, mas também garantir capilaridade para a Companhia.

5 GERENTES NACIONAIS

38 GERENTES REGIONAIS

328 GERENTES DE DISTRITO

3,091 AGENTES



Reuniões periódicas de desempenho em ciclos de trabalho (variando de 20 a 40 dias

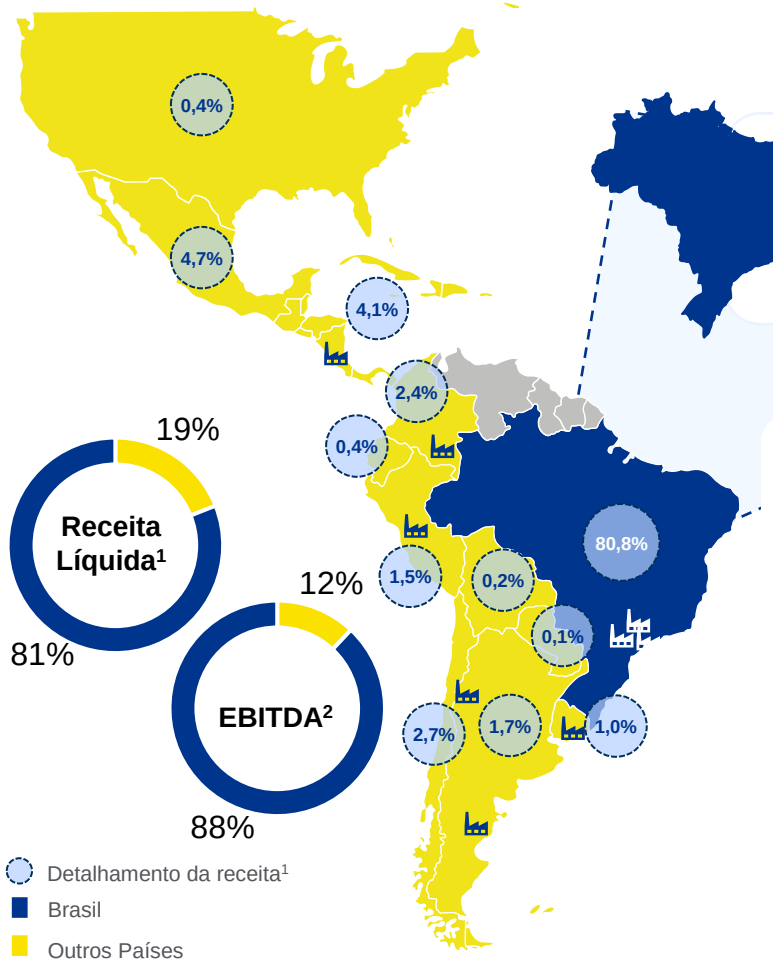
Treinamento mensal envolvendo **gerentes distritais e representantes comerciais**

Metas de vendas globais e individuais para atingir a expectativa da equipe

Autonomia dos agentes comerciais para **garantir uma consulta personalizada para cada médico**

CAPILARIDADE GEOGRÁFICA & ESTRATÉGIA INTERNACIONAL

Pegada robusta apoiada por crescimento orgânico e inorgânico contínuo



Market Share (IQVIA Set/23)

#2	#2	#8	#11
6,3%	12,8%	3,3%	3,0%
Prescrição	Genéricos	Hospitais	OTC

Market Share #Ranking	Set-23	2027e	Crescimento da classificação desde a entrada³
Bolívia	#22 0,9%	#13 1,8%	+6
América Central & Caribe	#17 1,4%	#7 2,9%	+23
Chile	#17 1,8%	#9 2,6%	+45
Colômbia	#28 1,0%	#19 1,3%	+77
México	#29 0,8%	#29 1,3%	+15
Peru	#15 1,7%	#10 1,6%	+15
Uruguai	#7 2,9%	#6 3,9%	+3

2023
Consolidação das operações na LatAm
Genfar

2022
Entrada no mercado norte americano e aumento da atuação no segmento de OTC e alimentos funcionais
MEDIMETRIKS PHARMACEUTICALS, INC.

2020-2021
Entrada no 2º maior mercado
100% cobertura LatAm
Aquisições no México
Takeda — **12** marcas licensiadas — **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 Mexico e na Colombia da Hypera

2019
Expansão para a América Central
100% cobertura LatAm
STEIN CORP. — Linha de prescrição com +90 products — BUXTON
medipharm — De 45 para 21 no mercado chileno

2012-2013
Expansão adicional a novos mercados e processo de consolidação
64% cobertura LatAm
Instalações da MERCK
25 maior farma local — REFASA

2010
Aquisições de 2 farmacêuticas regionais líderes
52% cobertura LatAm
GAUTIER — Farmaindustria e Volta Laboratorios

2009
Início da expansão LatAm
QUESADA FARMACEUTICA — Aquisição da farmacêutica regional

(1) Detalhamento da receita em Set-2023; (2) Dados Gerenciais (Total EBITDA ajustado por P&D); (3) Crescimento de posição até Set/23

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**

Renata Campos
CEO Brasil
+20 anos de experiência

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

Governança Corporativa & Iniciativas ESG

Great Place to Work

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

1ª farmacêutica brasileira com compromisso de **neutralizar 100% das emissões diretas de CO2**

1ª farmacêutica brasileira com certificação **ISO 50001:2018**

2,4%
Turnover

50%
Liderança feminina

3 de 5
VPs são mulheres

Auditoria Independente
desde 2018

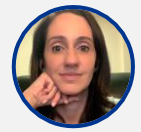
instituto eurofarma

+VERDE

Grupo Eurofarma +DIVERSO

Conselho de Administração

5 de 9
Membros Independentes



Juliana Rozenbaum

Marcelo Martins

Claudio Roberto Ely

Cristina Palmaka

Nelson Mussolini

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

ECOSSISTEMA DE INOVAÇÃO APOIA O LANÇAMENTO DE NOVOS PRODUTOS

Indo além com constantes novas iniciativas em LatAm

EUROLAB | Hub de Inovação

+700 professionais

Centenas de dispositivos de cromatografia e 12 capelas de síntese

6 laboratório de última geração

Planta Piloto Certificada capaz de produzir lotes para exames clínicos

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

Cerca de 2.000 moléculas sintetizadas

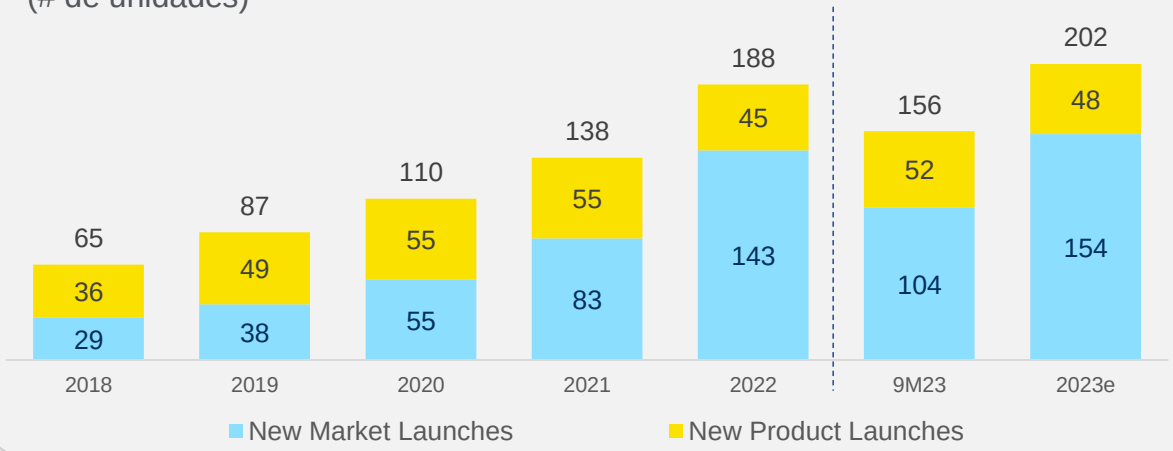
Maior laboratório de síntese orgânica de pequenas moléculas orgânicas **da América Latina**

Principais Iniciativas

- Similares e Genéricos
- Inovação Incremental
- Inovação Radical via Parcerias
- Inovação Radical Própria
- Medicamento para Estágios Inicias

Lançamentos e Colocações de Produtos

(# de unidades)

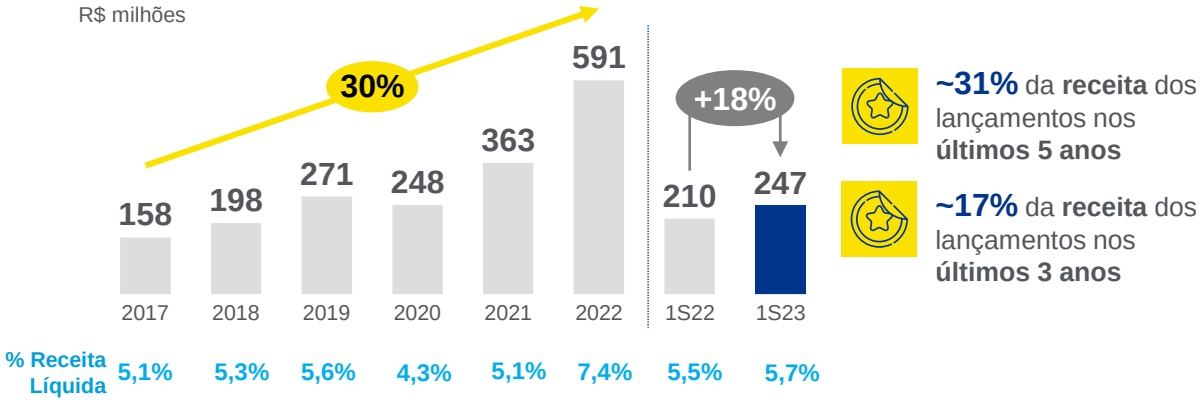


MAIOR EFICIÊNCIA ENTRE PARES

P&D e KPI's Impressionantes

Investimentos em P&D

R$ milhões

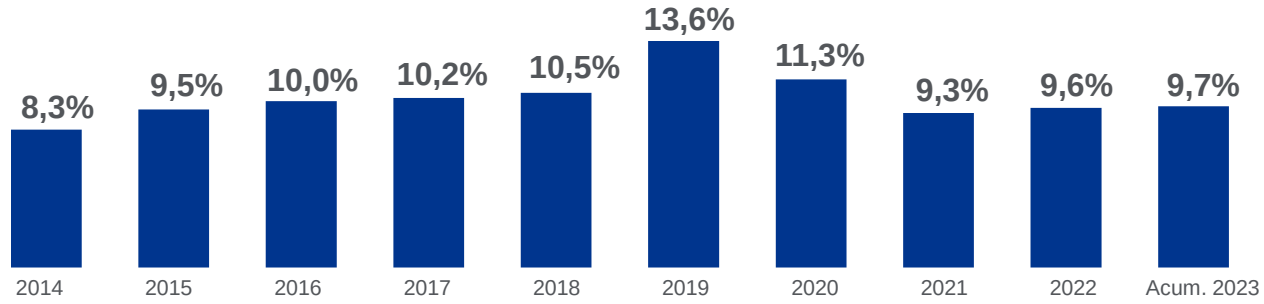


~31% da **receita** dos lançamentos nos **últimos 5 anos**

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

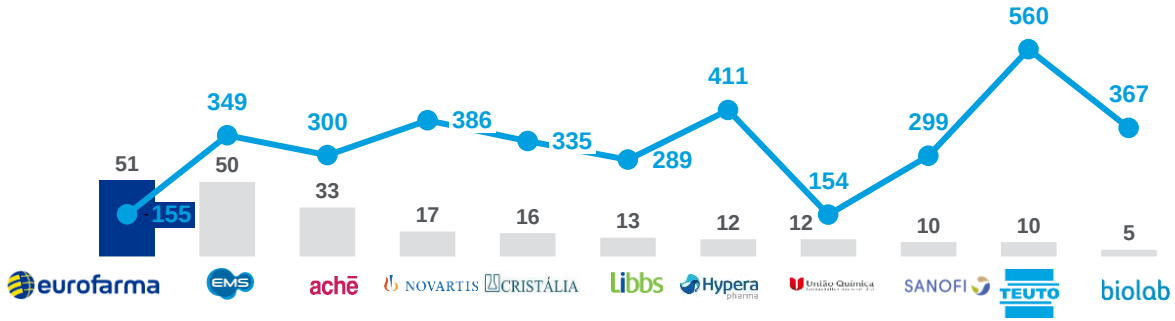
Índice de Renovação de Portfólio da Eurofarma

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



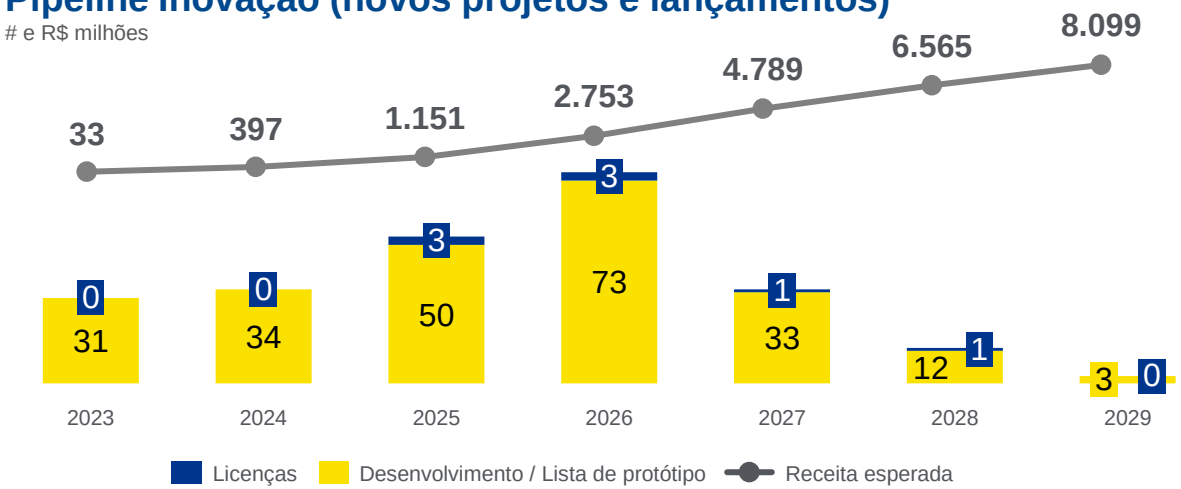
Maior eficiência no desenvolvimento e lançamento

produtos lançados entre 2018-2022



Pipeline Inovação (novos projetos e lançamentos)

e R$ milhões



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.

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

EXCELÊNCIA OPERACIONAL COM INSTALAÇÕES DE ÚLTIMA GERAÇÃO

Complexo Industrial Itapevi
Um dos parques farmacêuticos e centros de inovação mais avançados da América Latina

Projetado para apoiar os planos de expansão da empresa nos próximos anos

Formatos Produzidos

+80 linhas de produção ativa

Comprimido	Tablete
Pílulas	Pomada
Comprimido revestido	Pó
Hidratante	Pós Liofilizados
Elixires	Soluções
Emulsões	Soluções com aerossol
Gel	Suspensões
Grânulos Efervescentes	Xarope

300k m²
Área Total

109k m²
Área Construída

521mm
Unidades / ano de capacidade instalada

+2.000
Funcionários na área fabril

+600
Cientistas & Profissionais dedicados

Certificações

ANVISA Agência Nacional de Vigilância Sanitária · anmat · DIGEMID Dirección General de Medicamentos Insumos y Drogas · FDA

Planta Adicional em construção em Montes Claros/MG

Expansão estratégica para um estado diferente com benefícios fiscais esperados

300k m²
Área Total

109k m²
Área Construída

120mm
Unidades / ano de capacidade instalada

R$2.2bn
Investimento total esperado

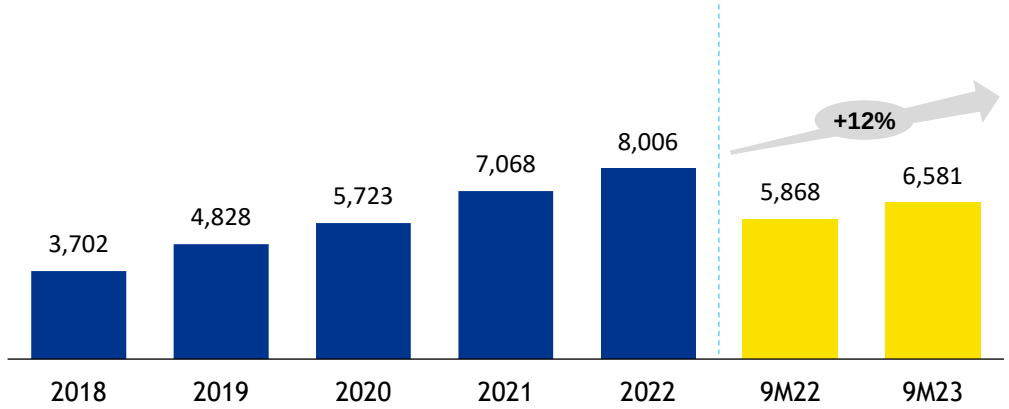
+7 certificação potencial
a ser obtido em diferentes agências de saúde em todo o mundo[1]

Fonte: Companhia | (1) Incluí EUA, EU, Brasil, México, Peru, Argentina e Colômbia

RESILIÊNCIA, CRESCIMENTO & RENTABILIDADE

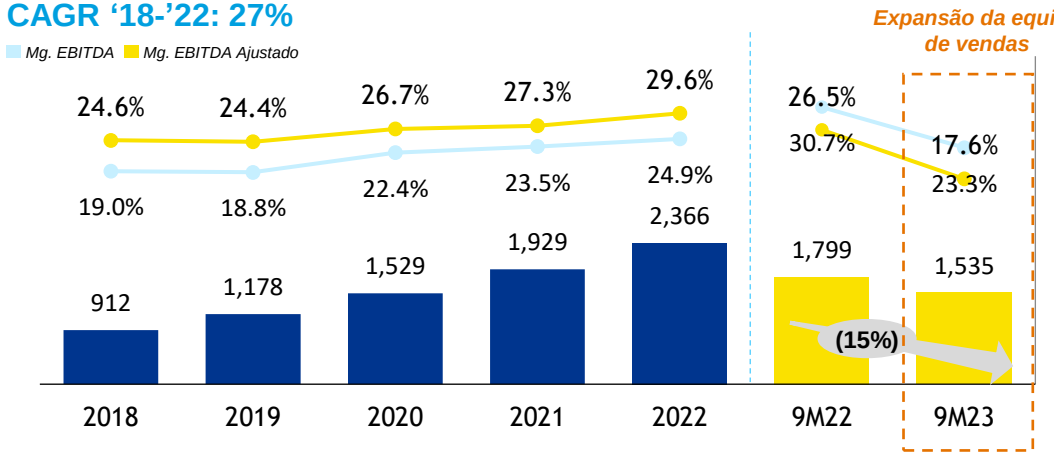
Evolução da Receita Líquida| R$mm

CAGR ‘18-’22: 21%



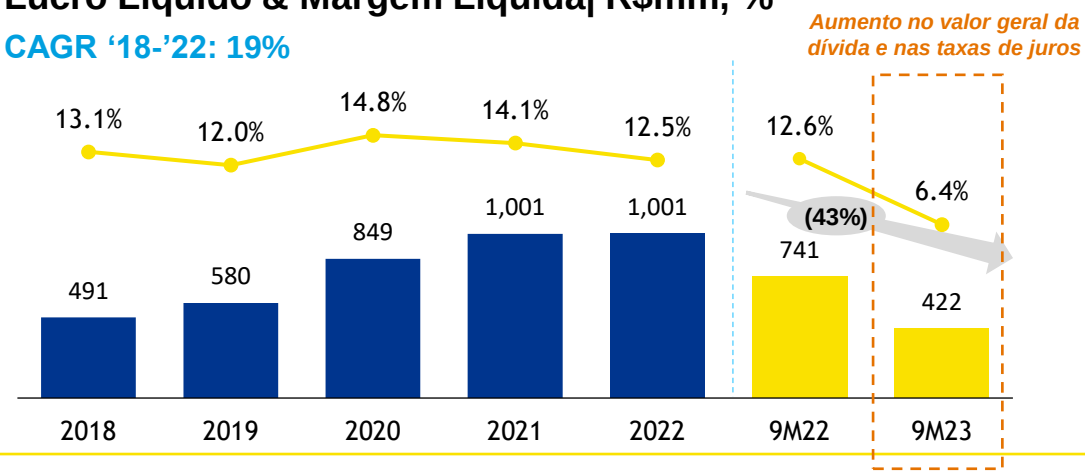
EBITDA Ajustado & Margem| R$mm, %

CAGR ‘18-’22: 27%

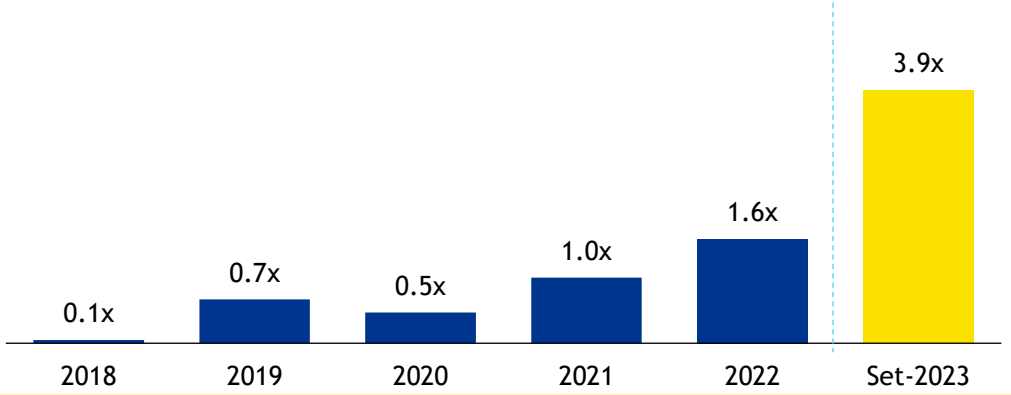


Lucro Líquido & Margem Líquida| R$mm, %

CAGR ‘18-’22: 19%



Dívida Líquida / EBITDA | x



PLANO DE CRESCIMENTO PROJETADO PARA SUSTENTAR O CRESCIMENTO NOS PRÓXIMOS 50 ANOS

O plano estratégico da Eurofarma segue um conjunto de capacidades que mitiga o risco de execução

ESTRATÉGIA ORGÂNICA

Seja o melhor player em Genéricos e Genéricos de Marca

- Estratégia comercial para promoção médica
- P&D eficaz em genéricos e produtos similares
- Portfólio complete de produtos
- Construção da nova unidade de Montes Claros

Expansão geográfica com portfólio complete para América Latina e outras regiões

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

Foco em 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

Inovação radical em mercados desenvolvidos

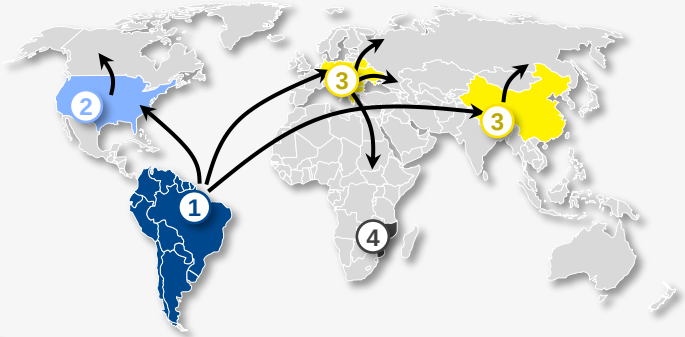
- Relacionamentos mais próximos com CROs[1]
- Processo de patente em mercados desenvolvidos em segmentos testados
- Venda de conceito com medicos referentes
- Lançamento de produtos protegidos em mercados desenvolvidos e na América Latina

M&A

Fusões e aquisições estratégicas com foco em novas regiões e aprimoramento de portfólio

- Potenciais fusões e aquisições acretivas em todo o mundo
- Oportunidades de parcerias ganha-ganha para entrar em novas regiões e consolidar ainda mais o posicionamento do mercado
- Buscar ativamente oportunidades para fortalecer seus segmentos líderes e/ou entrar em novo segmento

Mercado global e posicionamento de longo prazo



1
- **Liderança** na **América Latina** com o **aumento** de **M&As** 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** no **mercado pouco penetrado** da **saúde da mulher**, **dermatologia** e **antiinfecciosos**
- **Entender** como o **marcado funciona** e **consolidar**

3
- **Expansão** para os **mercados asiáticos** e **europeus**; dada a **semelhança** desse 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 da Companhia
- Quanto **mais inovação radical** a Companhia realizar e **quanto mais produtos desenvolver,** mais **fácil** será **penetrar nos mercados globais**

(1) Organização de pesquisa contratada

Apêndice

PRESCRIÇÃO

Estratégia de vendas bem-sucedida com liderança em promoção médica

#1 **4,5%** **market share LatAm[1]** (Close-up)

#1 **10%** **market share[1]** (Close-up)

#2 **6,3%** **market share[1]** (IQVIA)

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

1.355
SKU's no Portfólio

#1 Prescrição Médica
- Maior cobertura: **+82% de Médicos Prescritores** no Brasil

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

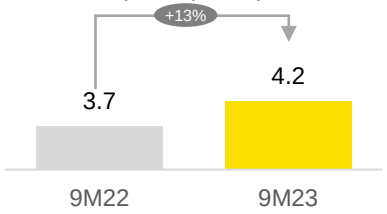
Capilaridade Nacional de Distribuição Incomparável
- **91% das cidades** (Brasil)
- **99% das farmácias**

Plataforma de vendas forte e altamente qualificada
- Maior força de vendas do setor com **+5 mil representantes** com alto engajamento

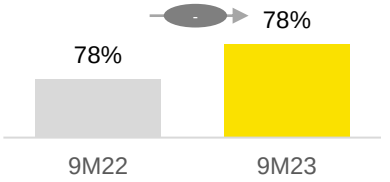
Liderança de engajamento
- **6,2 mm visitas médicas** em 2022, +21% em relação a 2021

Fortes estratégias de marketing e reconhecimento de marca

Receita Líquida (R$ bi)



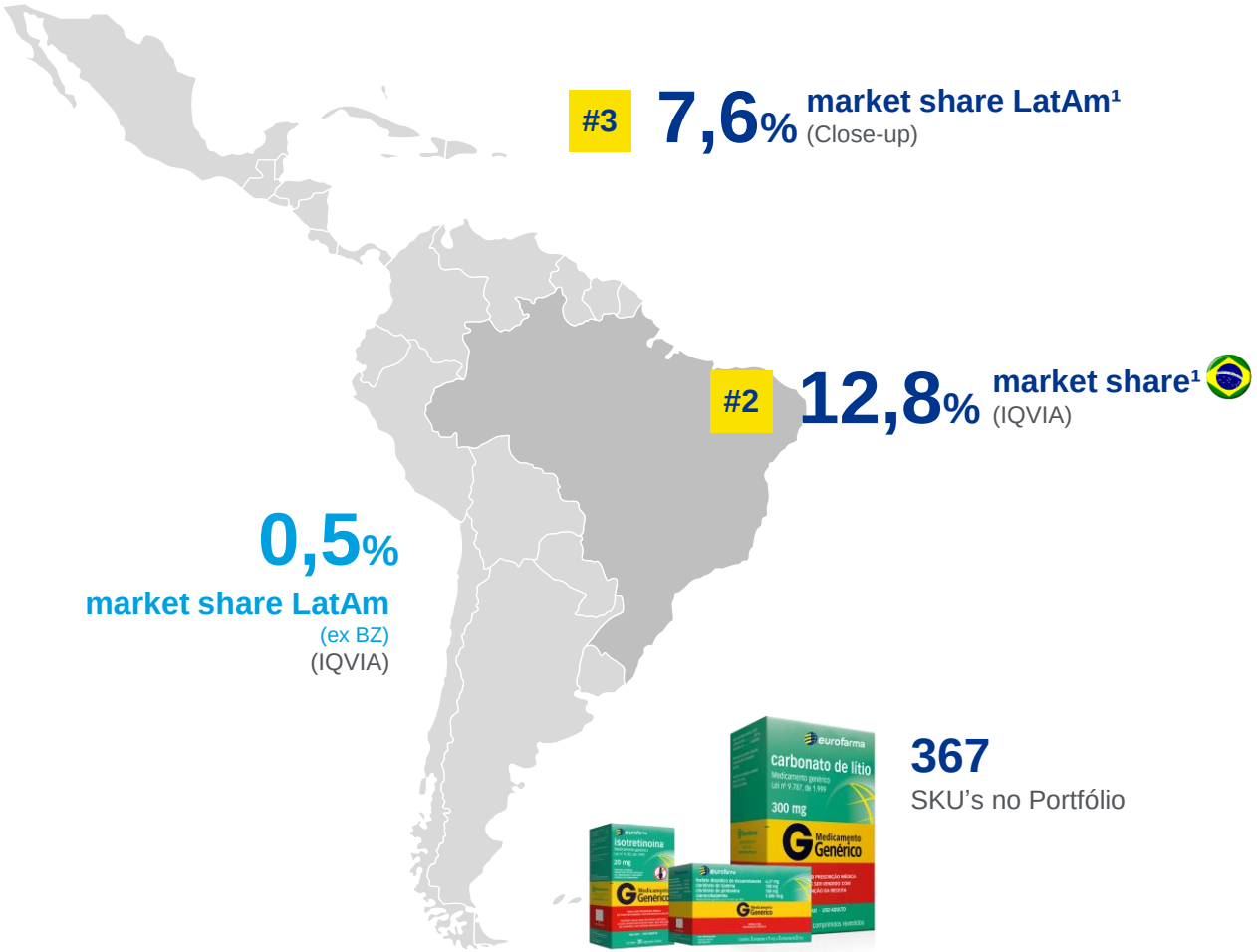
Margem Bruta[2]



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

GENÉRICOS

Receita continua crescendo



#3 **7,6%** **market share LatAm¹** (Close-up)

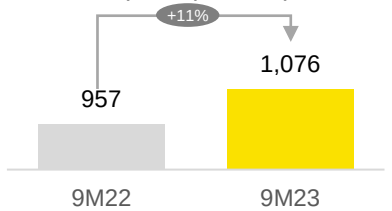
#2 **12,8%** **market share¹** (IQVIA)

0,5%
market share LatAm
(ex BZ)
(IQVIA)

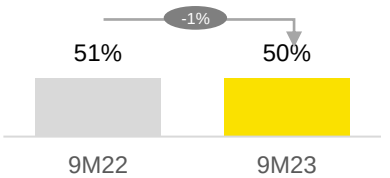
367
SKU's no Portfólio

- **Movimento pioneiro** no **lançamento de produtos** para garantir a liderença da empresa
- Análise do 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 liderença** (P1**) em moléculas com posicionamento commercial**
- **Esforço de pós-venda** como principal diferencial e gerador de receita da Eurofarma

Receita Líquida (R$ mm)



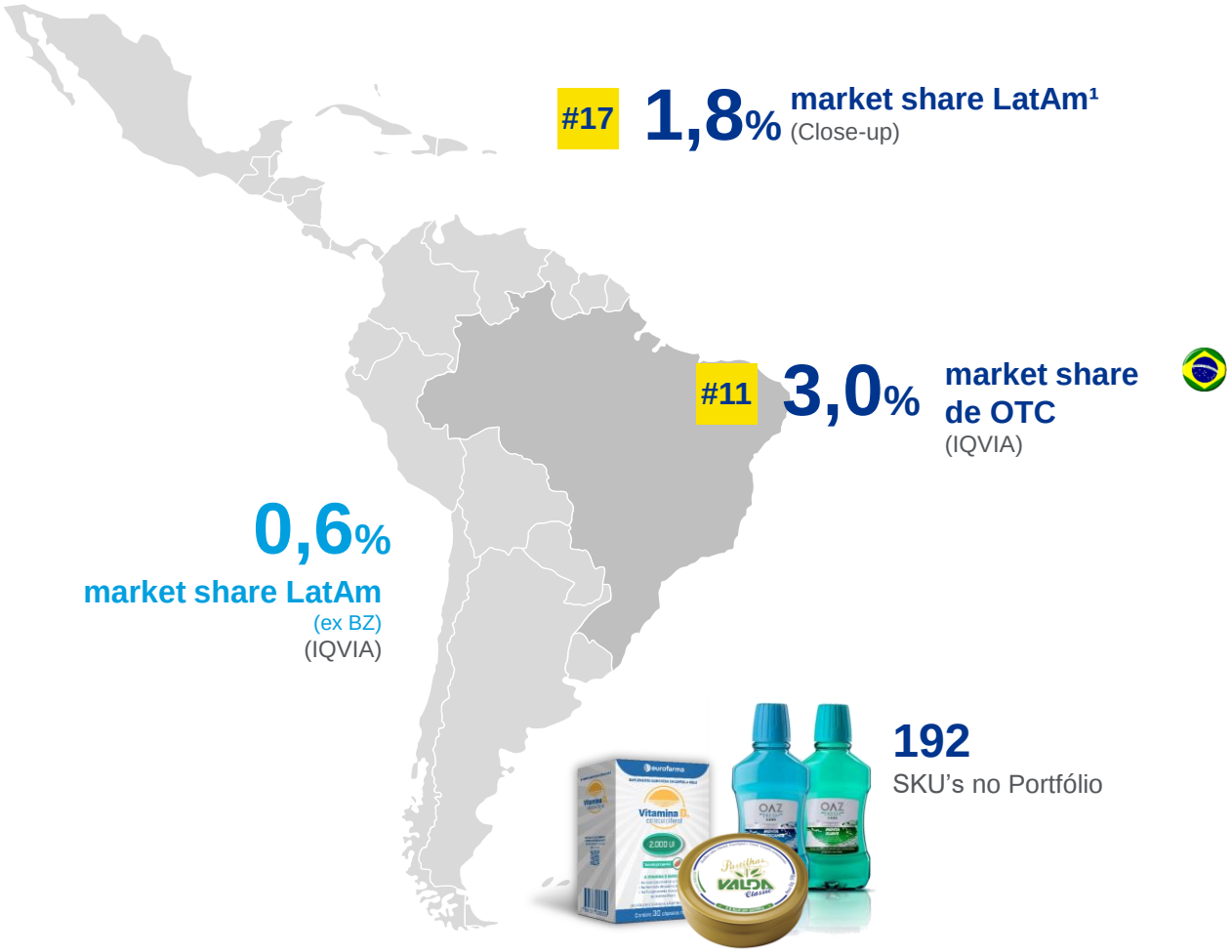
Margem Bruta[2]



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

OVER THE COUNTER

Integração do portfólio da Valda



#17 **1,8%** **market share LatAm[1]** (Close-up)

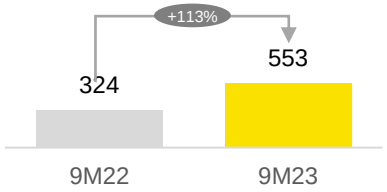
#11 **3,0%** **market share de OTC** (IQVIA)

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

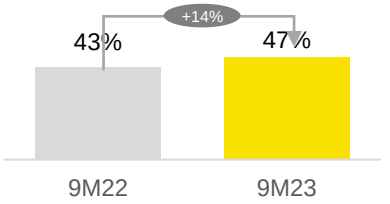
192 SKU's no Portfólio

- Estratégia para garantir um **bom relacionamento com as farmácias** para divulgar seus produtos e **melhorar o posicionamento nas gondolas**
- **Construíndo o portfólio alavancado da Valda**
- **Impulsionando a marca,** com investimentos constantes e assertivos, **gerando demanda do consumidor** versus produtos OTC concorrentes

Receita Líquida (R$ mm)



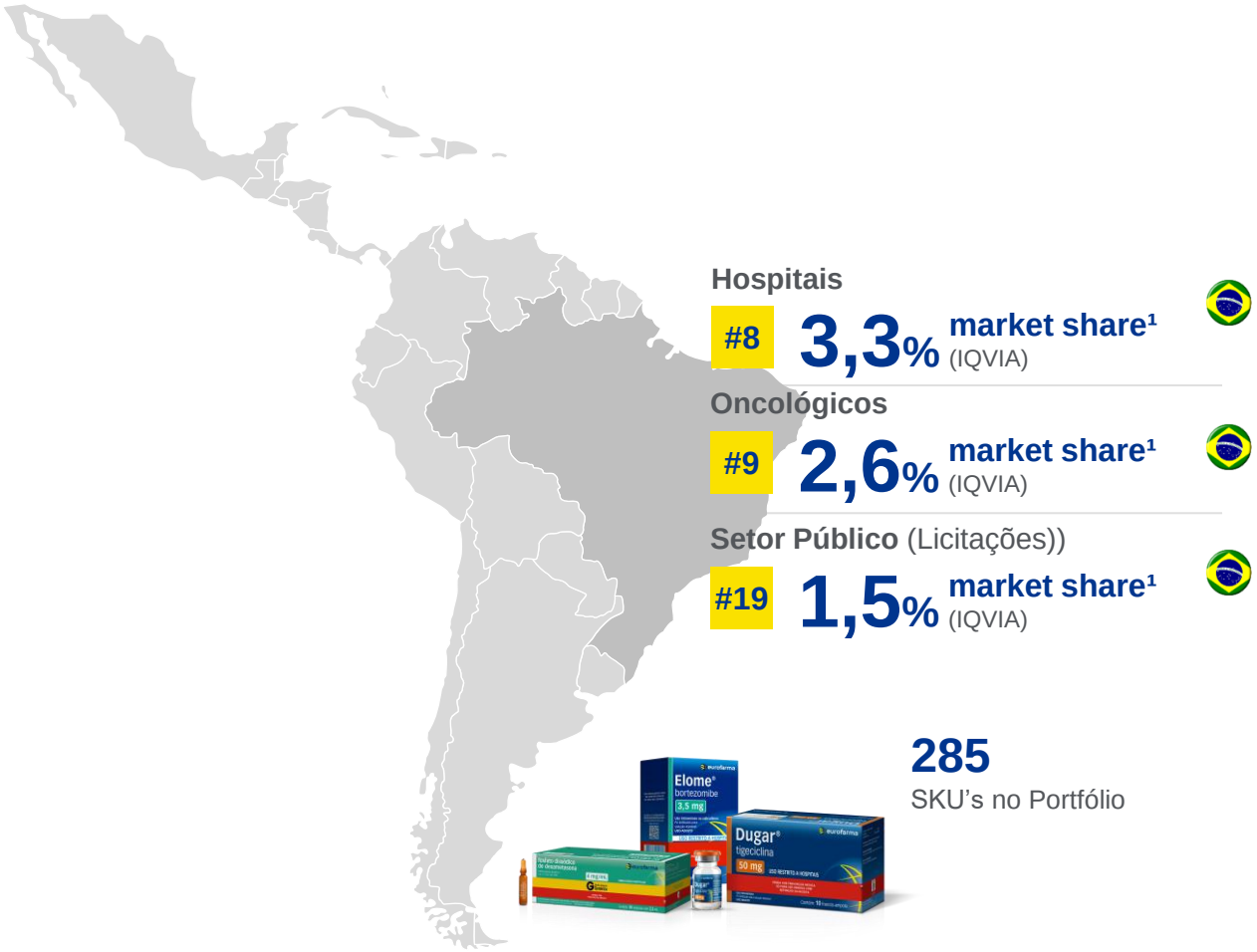
Margem Bruta[2]



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

INSTITUCIONAL

Hospitaiss, Oncológicos e Setor Público



Hospitais

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

Oncológicos

#9 **2,6%** **market share**[1] (IQVIA)

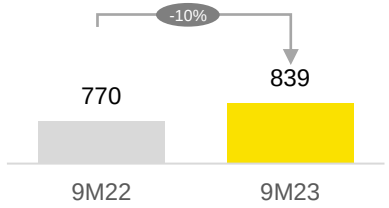
Setor Público (Licitações))

#19 **1,5%** **market share**[1] (IQVIA)

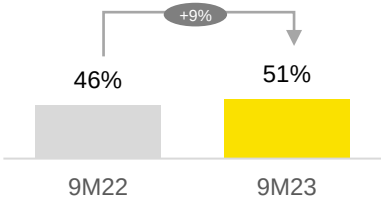
285
SKU's no Portfólio

- Foco em manter o **portfolio complete**
- **Pipeline robusto** para os próximos anos e crescente acesso ao mercado
- Atuação em **diferentes canais** (público/privado) para manter a competitividade

Receita Líquida (R$ mm)



Margem Bruta[2]



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

PRINCIPAIS CLASSIFICAÇÕES DE MEDICAMENTOS EUROFARMA

	Medicamento de Referência	Prescrição (Genérico de Marca)	Similar	INN Genérico
Exemplo de Produto				
Proteção de Patentes[1]	Venceu em 24/12/2002	Não	Não	Não
Bioequivalência	N/A	Mandatório no Brasil desde 2014	Mandatório no Brasil desde 2014	Mandatório no Brasil desde 2014
Promoção	Limited efforts by originator after patent expiration	Detalhamento intensivo para médicos por equipe de vendas especializada	No PDV pela equipe de vendas	Esforço mais limitados da equipe de vendas no PDV
Preços	Premium to Prescription, Similares and Generics	Premium para Similares e INN Genéricos, disco para Referência	Premium para Similares disco para Referência e Prescrição	Desconto obrigatório de 30% para referência

(1) Brasil e a maior parte de países LatAm são signatários do Acordo TRIPS da OMC

eurofarma

sua vida move a nossa

www.eurofarma.com.br

Relações com Investidores

ri.eurofarma.com.br

ri@eurofarma.com