

HypeDay



HypeDay

Breno Oliveira



Disclaimer

Considerações futuras, se contidas nesse documento, são exclusivamente relacionadas às perspectivas do negócio, estimativas de resultados operacionais e financeiros e às perspectivas de crescimento da Companhia. Estas considerações são apenas projeções e, como tal, baseiam-se exclusivamente nas expectativas da administração da Companhia em relação ao futuro do negócio e seu contínuo acesso a capital para financiar o seu plano de negócios. Tais considerações futuras dependem, substancialmente, das condições de mercado, regras governamentais, do desempenho do setor e da economia brasileira, entre outros fatores, além dos riscos apresentados nos documentos de divulgação arquivados pela Companhia e estão, portanto, sujeitas a mudanças sem aviso prévio.

Informações adicionais não auditadas ou revisadas por auditoria aqui contidas refletem a interpretação da Administração da Companhia sobre informações provindas de suas demonstrações financeiras e seus respectivos ajustes, que foram preparados em conformidade com as práticas de mercado e para fins exclusivos de uma análise mais detalhada e específica dos resultados da Companhia. Dessa forma, tais considerações e dados adicionais devem ser também analisados e interpretados de forma independente pelos acionistas e agentes de mercado que deverão fazer suas próprias análises e conclusões sobre as informações aqui divulgadas. Nenhum dado ou análise interpretativa realizada pela Administração da Companhia deve ser tratado como garantia de desempenho ou de resultado futuro e são meramente ilustrativas da visão da Administração da Companhia sobre os seus resultados.

A Administração da Companhia não se responsabiliza pela conformidade e pela precisão das informações discutidas no presente relatório. Tais informações devem ser consideradas apenas para fins informativos e não de forma a substituir a análise de nossas demonstrações financeiras consolidadas auditadas ou revisadas por auditoria para fins de decisão de investimento em nossas ações, ou para qualquer outra finalidade.

Hypera Pharma Outlook

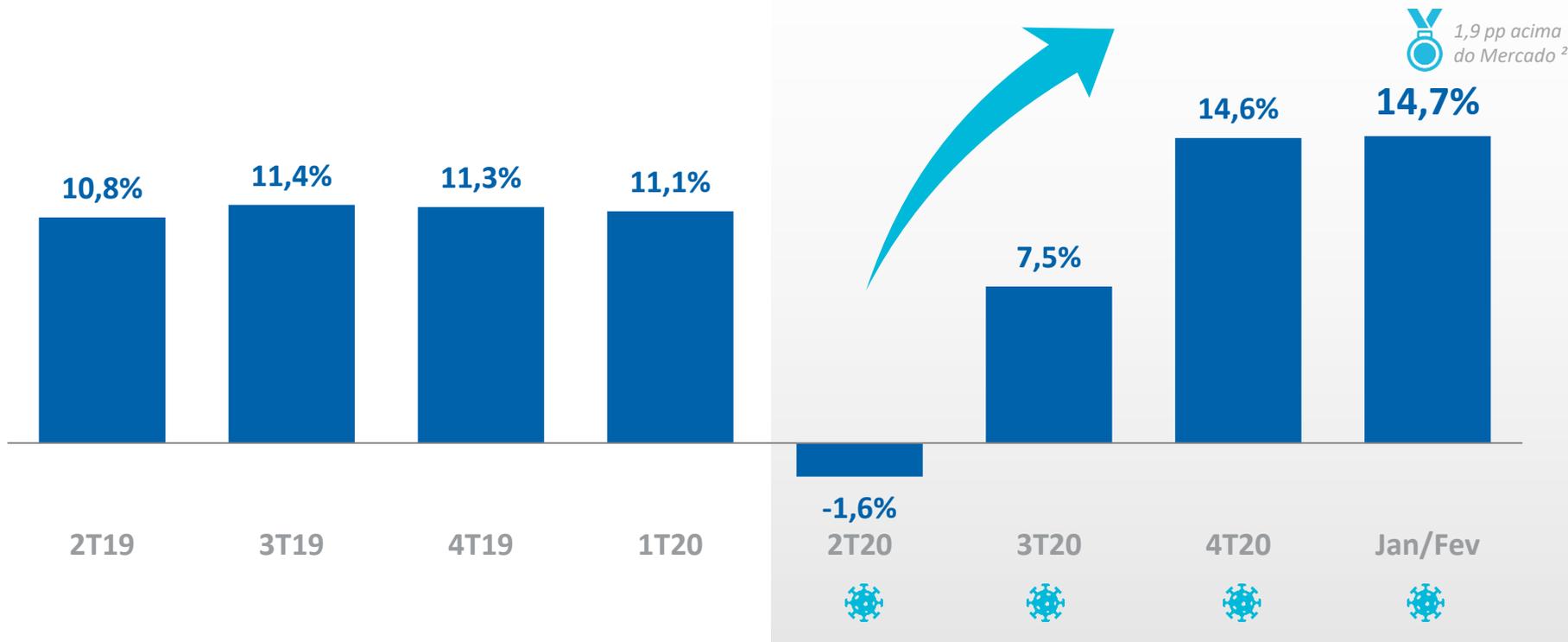
HypeDay



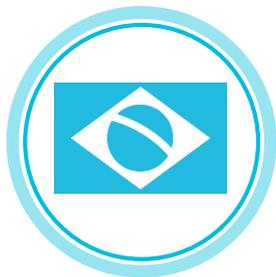
Recuperação relevante do crescimento do *sell-out* a partir do 3T20

Crescimento do *Sell-Out*¹

+8,4% em 2020



Hypera Pharma: entre as principais empresas farmacêuticas do Brasil



Mercado farmacêutico com forte crescimento e resiliência (2021-2023)



Portfólio de marcas não replicável



Modelo de inovação suportado por um moderno centro de inovação



Modelo de negócios integrado de larga escala

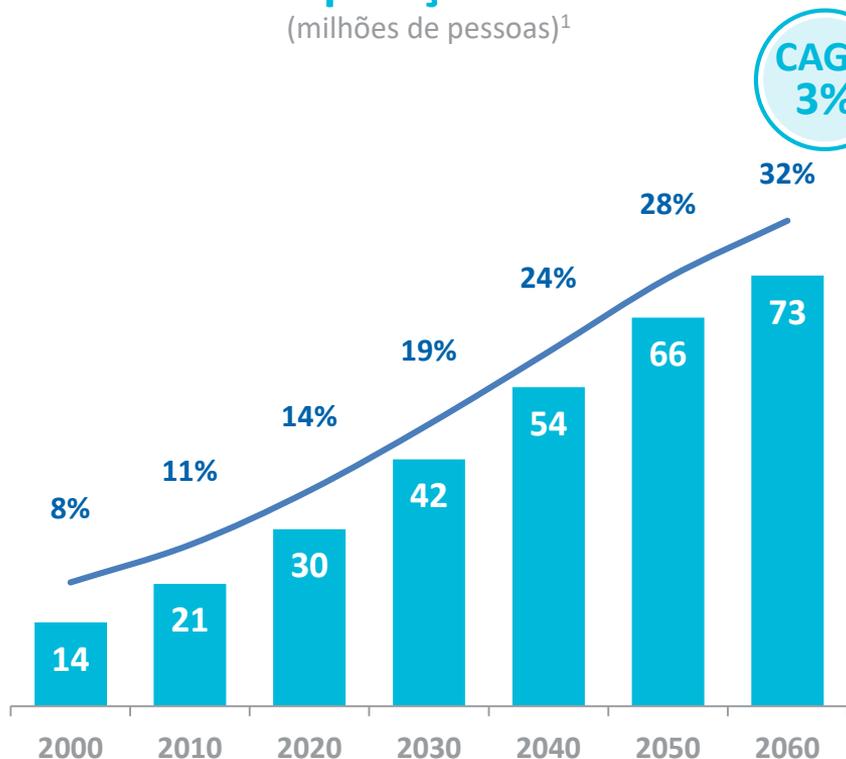
Mercado farma: forte crescimento e resiliência



O envelhecimento rápido dos brasileiros deve impulsionar os gastos com medicamentos no varejo farmacêutico

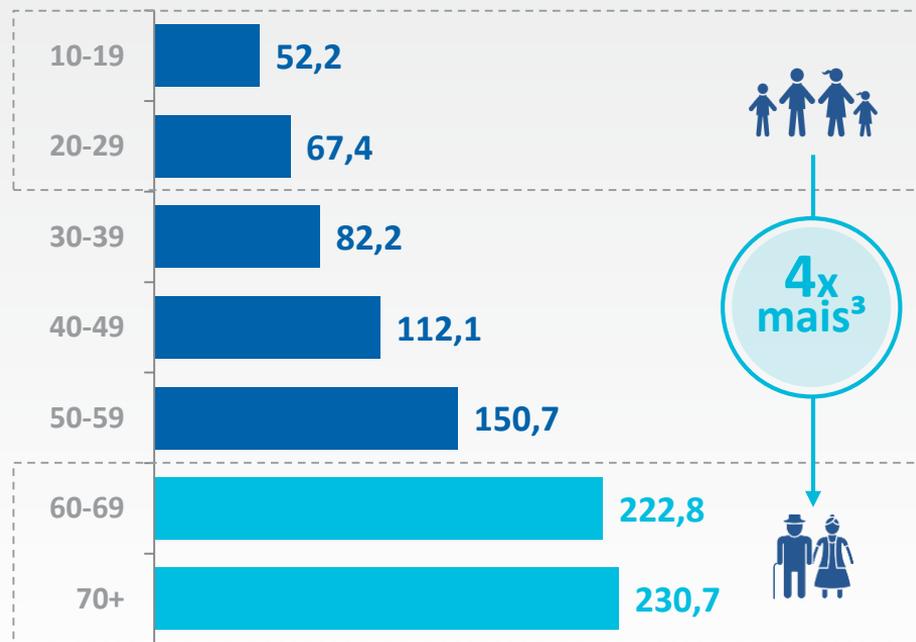
População 60+

(milhões de pessoas)¹



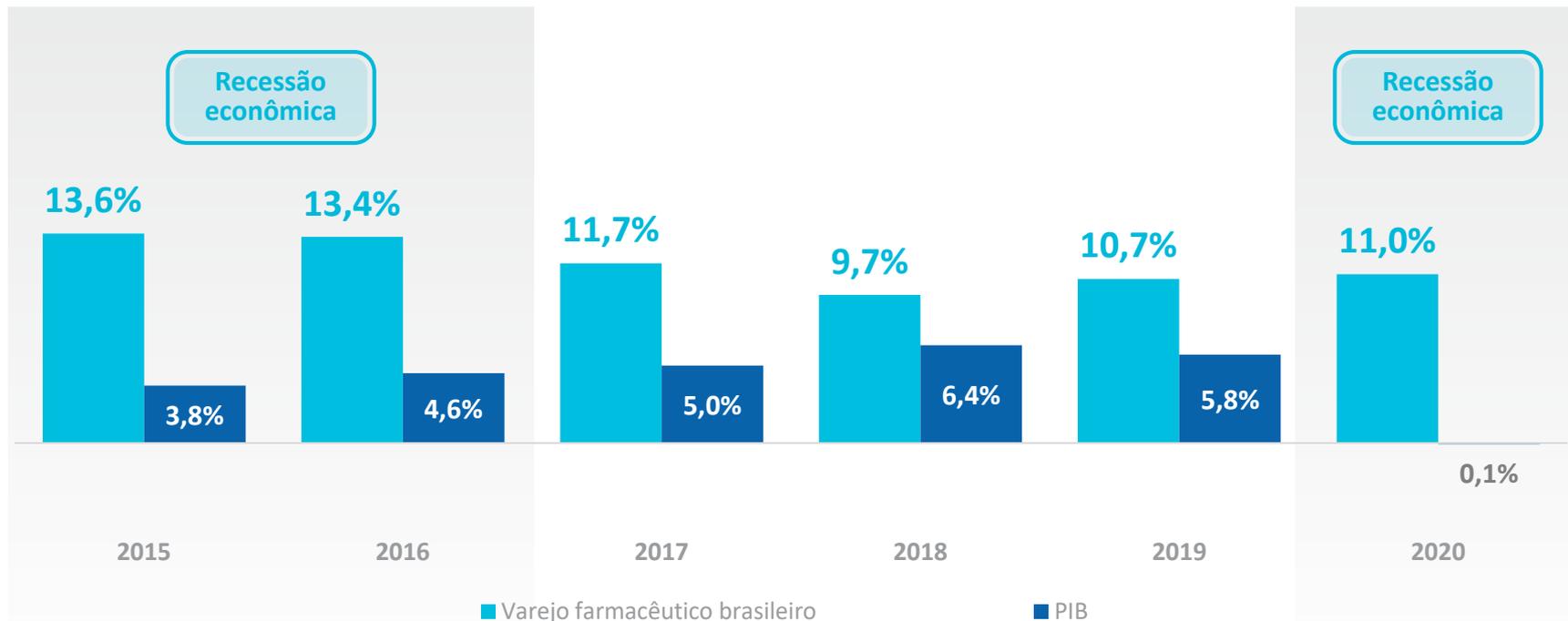
Gastos com Medicamentos Prescritos

(R\$ por mês / família)²



O varejo farmacêutico tem crescido consistentemente acima do PIB¹

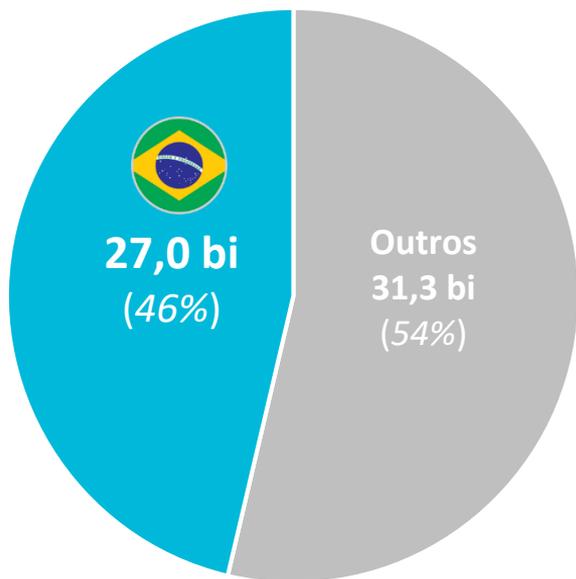
Varejo farmacêutico brasileiro² vs. Crescimento do PIB



O Brasil é o maior mercado farmacêutico da América Latina e deve crescer acima da média dos países emergentes até 2024

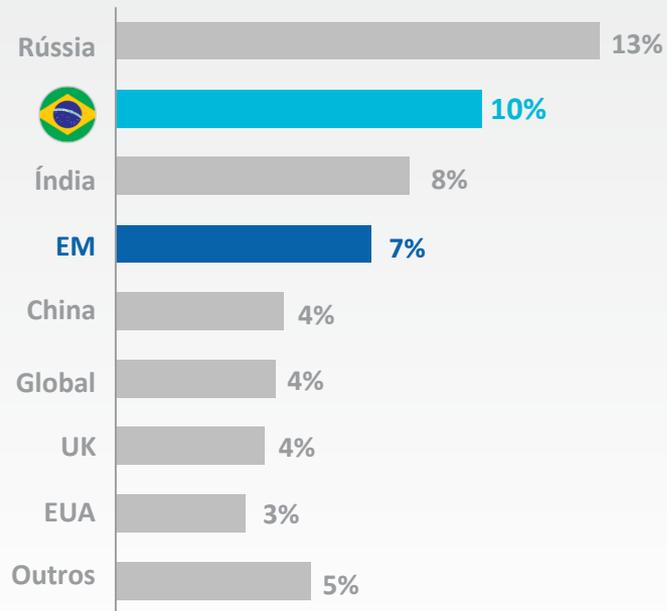
Mercado da América Latina¹

(LC US\$)



CAGR nominal 2020-24²

(LC US\$)



Mercado farma: forte crescimento e resiliência

Portfólio de marcas não replicável



A Hypera Pharma é a única empresa com participação relevante em todos os segmentos do varejo farmacêutico

Única em todos segmentos

	RX	OTC	DERMO	GENÉRICOS	SIMILARES
	✓	✓	✓	✓	✓
	✓	✓	✗	✓	✗
	✓	✗	✗	✓	✓
	✓	✗	✓	✓	✗
	✓	✗	✗	✓	✗
	✓	✗	✗	✓	✗
	✓	✓	✗	✗	✗
	✓	✓	✗	✗	✗

Com as marcas adquiridas, a Hypera Pharma passa a ser uma das maiores empresas farmacêuticas do Brasil

Forte disputa pela liderança

Sell-out¹

#1	NC FARMA	5,7
#2	SANOFI	4,6
#3	Eurofarma	4,5
#4	Hypera pharma	4,5
#5	achē	4,2

R\$1,7 Bi

Sell-out²

#1	NC FARMA	6,5
#2	Hypera pharma	6,2
#3	Eurofarma	5,0
#4	SANOFI	4,9
#5	achē	4,3

O portfólio adquirido recentemente fortalecerá o posicionamento da Hypera Pharma em duas unidades de negócios

20%
market-share²

Consumer Health

Sell-out¹

Similares & Genéricos

Sell-out¹

Prescription Products

Sell-out¹

#1	 Hypera pharma	1,9	 NC FARMA	4,5	 achē	3,7
#2	 SANOFI	1,2	 Hypera pharma	2,0	 Eurofarma	3,6
#3	 gsk GlaxoSmithKline	1,0	 CIMED	1,7	 Hypera pharma	2,3
#4	 Johnson & Johnson	0,6	 SANOFI	1,5	 SANOFI	2,3
#5	 BAYER	0,4	 Eurofarma	1,4	 NC FARMA	1,9

Nossas 18 *power brands*¹, combinadas com lançamentos, colocam a Hypera Pharma entre os líderes do mercado farmacêutico



 Líder de mercado

Neosaldina[®]

Buscopan[®]
Buscofem

BENEGRIP[®]
diapirina monoidratada, salato de clorfeniramina e cafeína

ZERO·CAL[®]
★★★★★

Epocler[®]

ENGOV

Tamarine

**Mantecorp
Farmasa**


**Mantecorp
skincare**

 Líder de mercado

PredSim[®]
fosfato sódico de prednisolona

AdderaD₃[®]
colecalciferol (vitamina D₃)

Rinosoro[®]
cloreto de sódio

Nesina[®] **episol**[®]

Alivium[®] **Lisador** **Dramin**[®]
ibuprofeno dimenidrinato

**neo
química**

 Líder de mercado

Torsilax **NEOSORO**

46%
Receita Líquida²

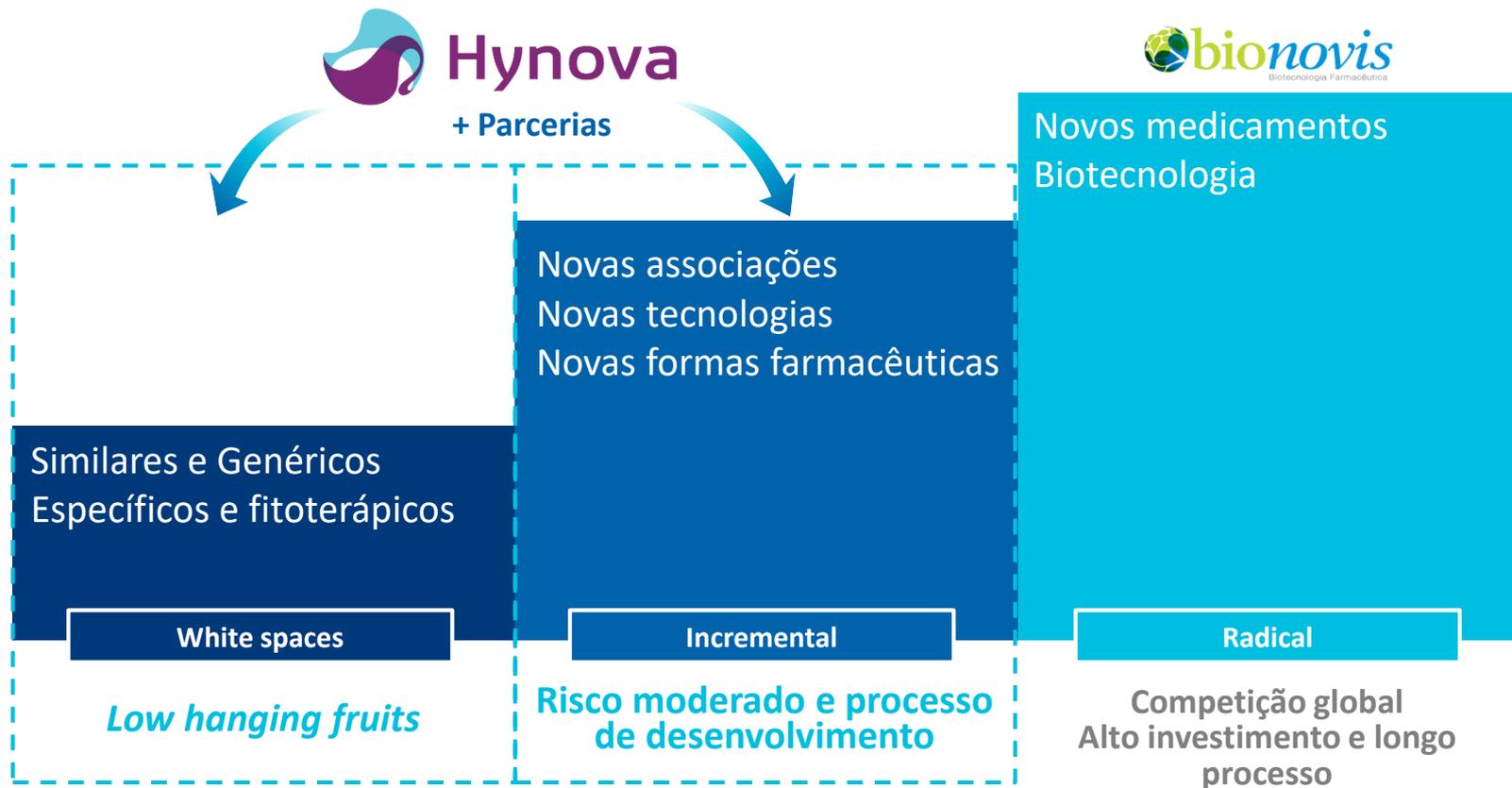
Mercado farma: forte crescimento e resiliência

Portfólio de marcas não replicável

Modelo de inovação



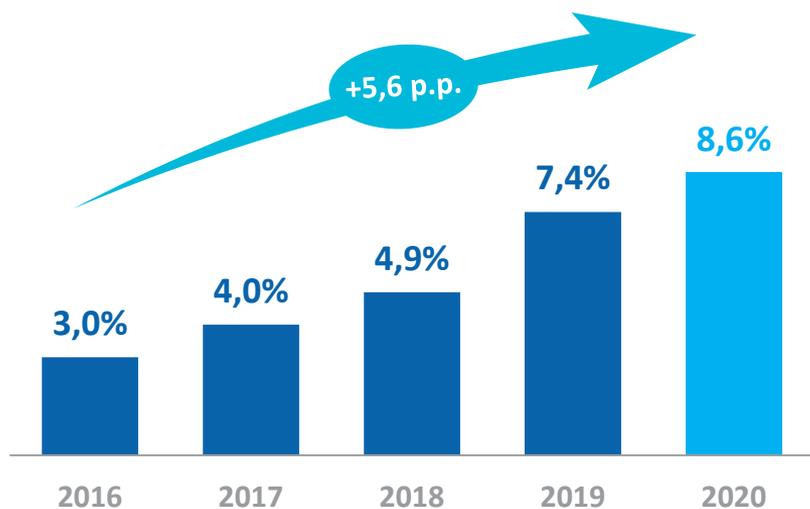
A inovação na Companhia se dá principalmente pelo Hynova, seu moderno centro de inovação, a Bionovis e parcerias



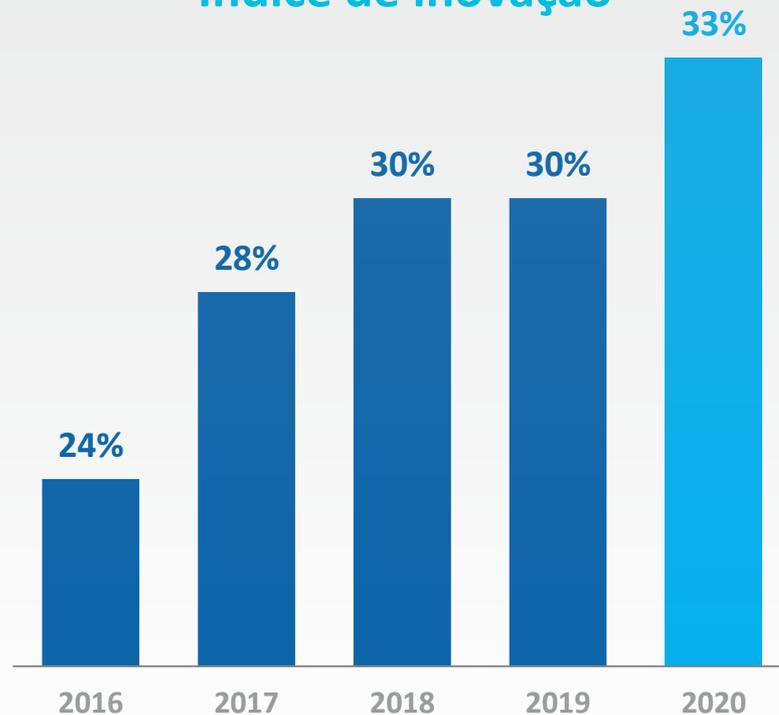
O crescente compromisso da Hypera Pharma com inovação é apoiado por seu robusto balanço patrimonial e fluxo de caixa operacional

Investimentos em P&D¹

(% Receita Líquida)



Índice de inovação²



Mercado farma: forte crescimento e resiliência

Portfólio de marcas não replicável

Modelo de inovação

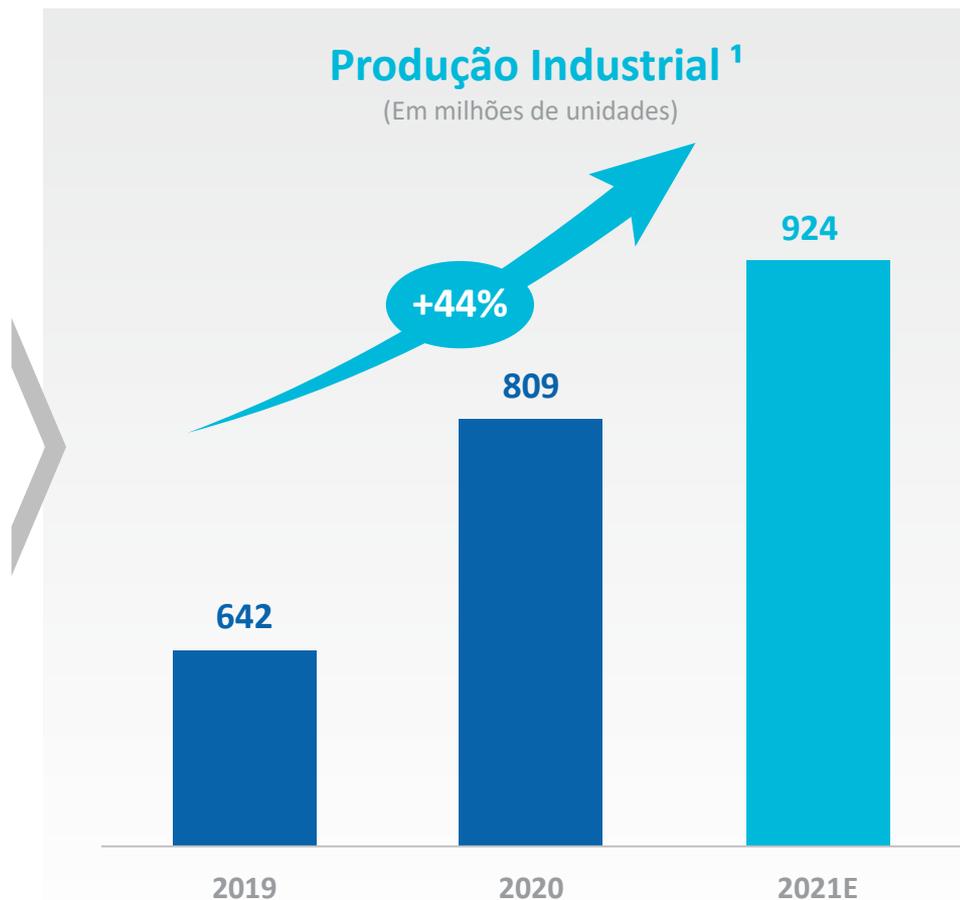
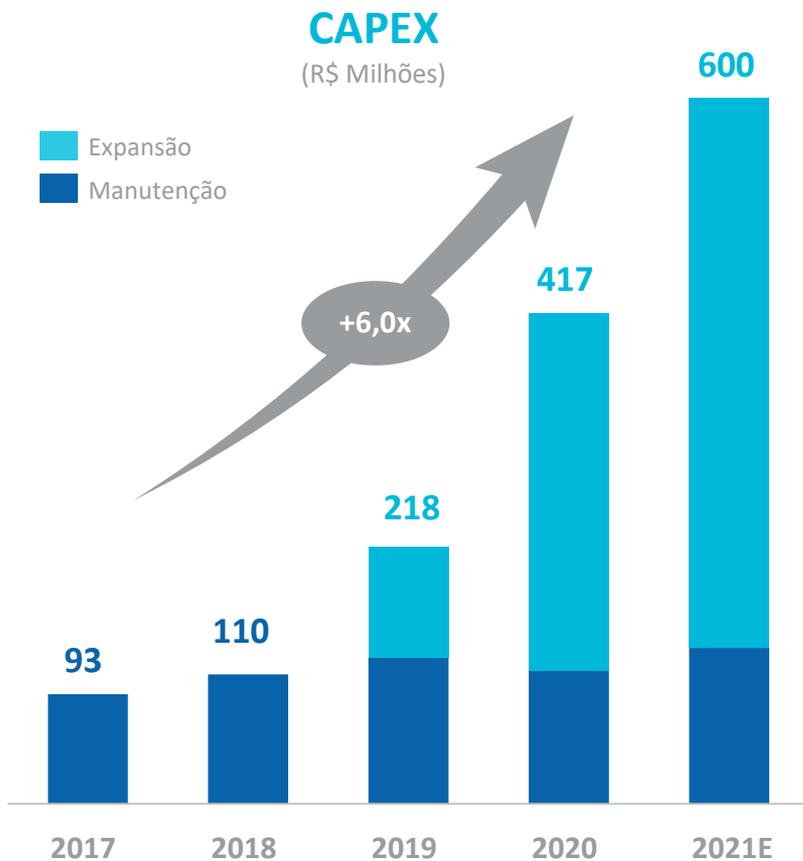
Modelo de negócios integrado de larga escala



Forte capacidade de produção no complexo fabril de Anápolis-GO



Aumento de investimentos para suportar o crescimento sustentável



Complexo Fabril da Hypera Pharma



Novos projetos para aumentar a capacidade de produção nos próximos 3-5 anos

	Conclusão	Aumento de capacidade	
Expansão em Sólidos 	4T20	+75%	
Expansão da fábrica de Vitaminas 	4T20	+11x (900M unidades)	
Nova fábrica de Estéreis 	2T23	+100% (ampolas) +70% (colírios)	
Expansão do Centro de Distribuição 	3T21	+50%	

Equipe de representantes médicos treinada e eficiente

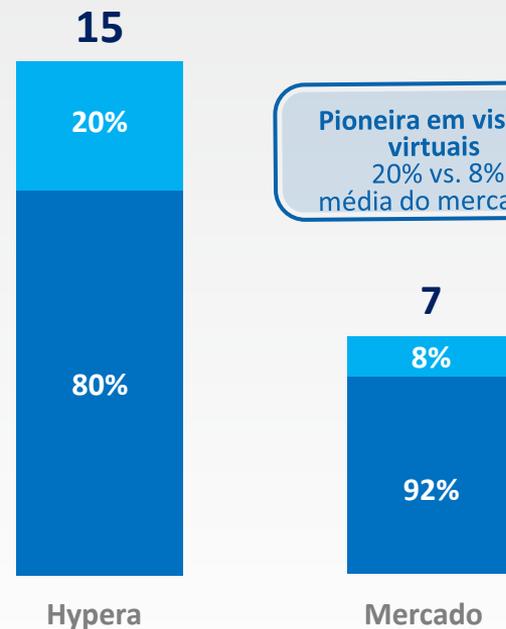


Aprox. 1.000 representantes²



+15% de aumento de visitas em 2020

Média visitas/dia/rep¹



Virtual

Pessoalmente

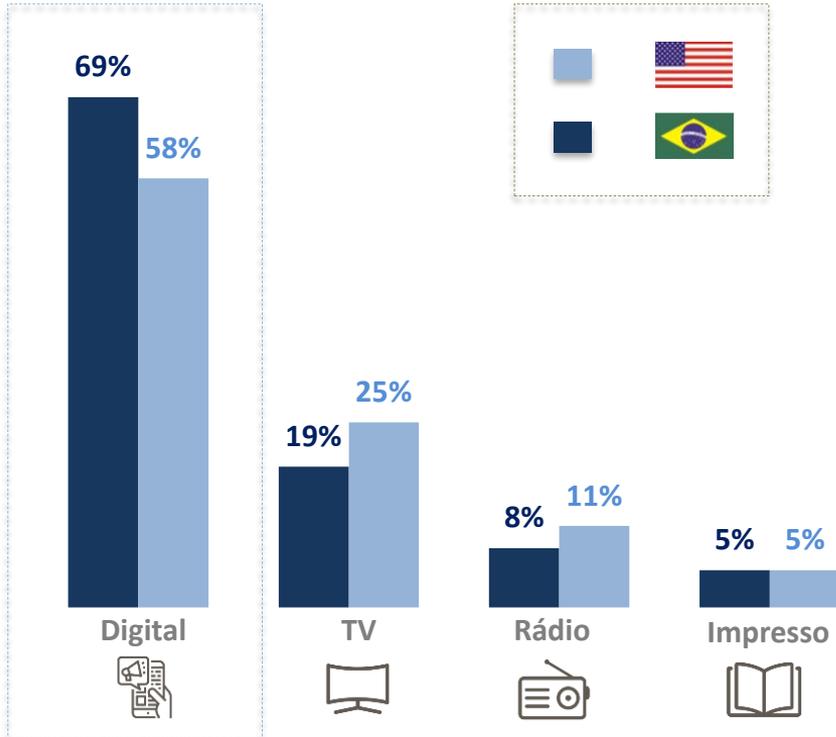
HypeDay

Go-to-Market: a Hypera Pharma tem a maior cobertura de pontos de vendas do Brasil

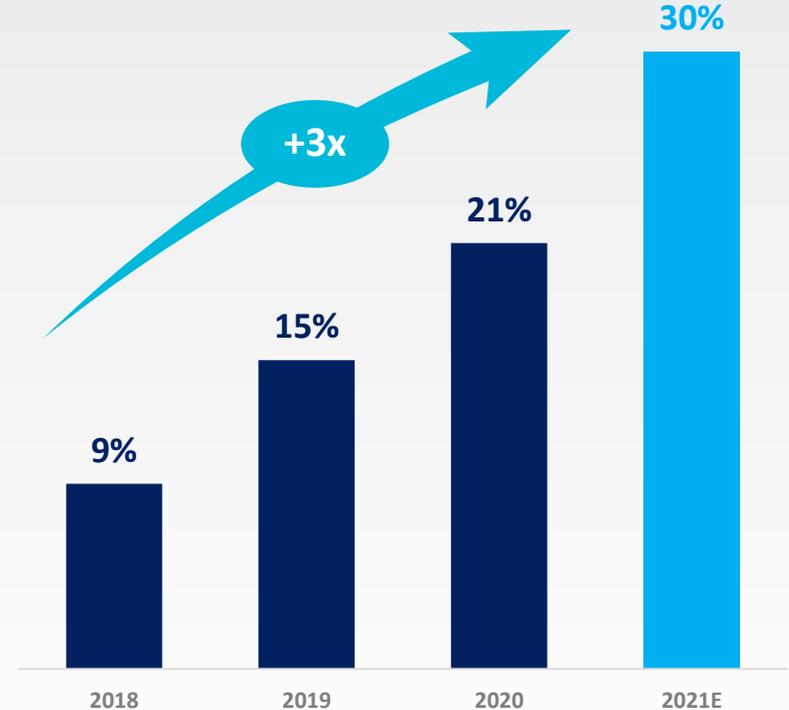


A aceleração digital é um reflexo do novo comportamento do consumidor

Tempo gasto em mídia



% de investimentos digitais em relação ao total



A Neo Química Arena já demonstra alta exposição de marca em 4 meses (set - dez)



+30M
torcedores

Tempo de
exposição
+17 horas



Valor de mídia
(mídia qualificada)
R\$ 50M

10X
Mais que o
investimento
pro-rata



Programa de
fidelização:

- Balconistas
- Farmacêuticos
- Médicos
- Clientes
- Consumidores

Discurso do Edison Tamascia



Avenidas de Crescimento



Portfólio

HypeDay





Um pipeline de 350 projetos nas principais categorias do varejo deve impulsionar o crescimento

RX/OTX

47

Extensões de linha

OTC

Projetos**

Respiratório
R\$6bi*



18

Cardio
R\$10bi*



20

SNC
R\$12bi*



44

Projetos**

GI
R\$4bi*



20

Dor
R\$5bi*



36

VMS
R\$7bi*



43

Portfólio

M&A



M&A: importante *driver* de crescimento da Hypera Pharma



celamina™ Ultra

DERMOTIL^{fusid}
furato de mometasona 0,1% + ácido fusídico 2%

Halobex®

Derivamicro
adapaleno 1mg/g em microesferas

Adacne adapaleno 0,1%

Tacroz

25%

Crescimento do Sell-out 4T20¹



Fechamento da
aquisição no 3T20

+14%

Crescimento do Sell-out 4T20¹



Fechamento da
aquisição das marcas
da Takeda no 1T21

Neosaldina®

Nesina®

Dramin®

Eparema

ALEKTOS

NEBACETIN®

ALBOCRESIL®

AD-TIL®

Simple Organic



Portfólio

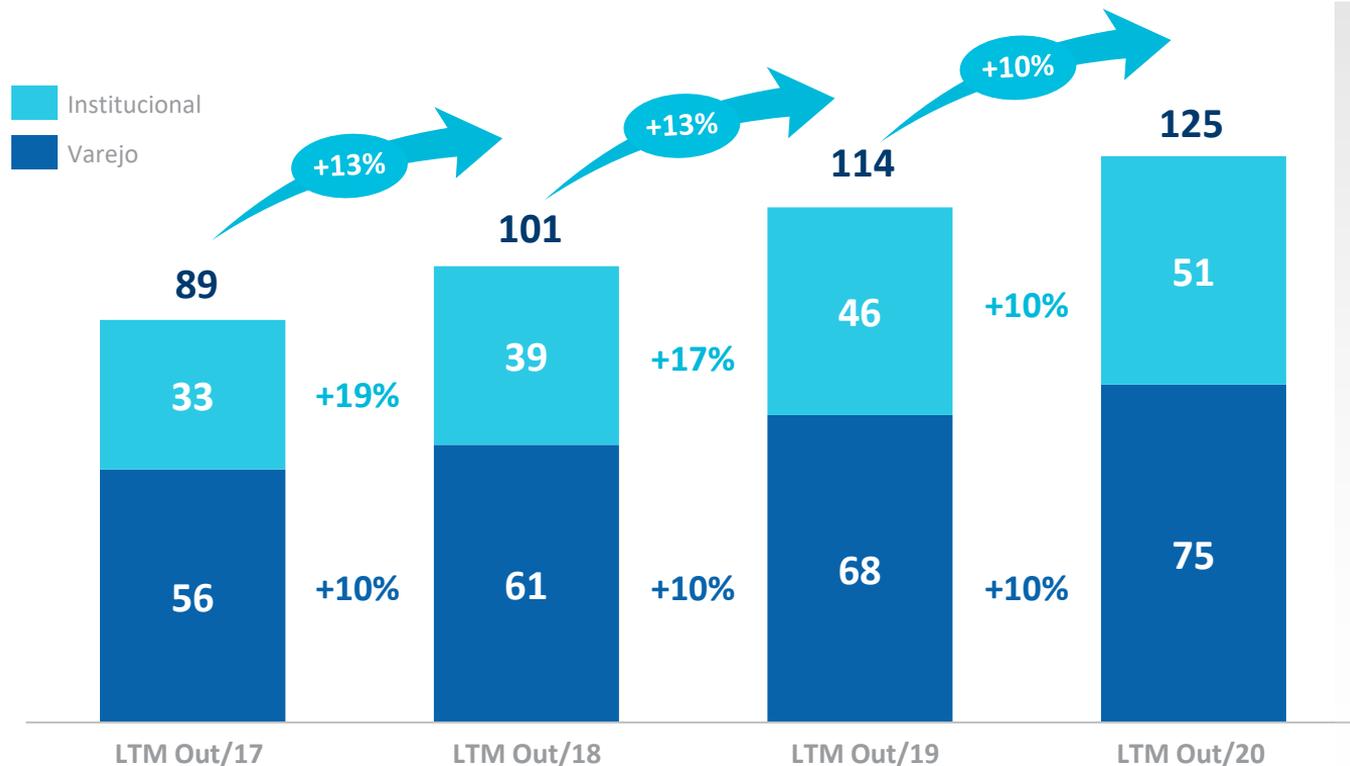
M&A Growth

Mercado Institucional



Mercado Institucional representa 40% do mercado total com crescimento acima do mercado de varejo

Mercado Farmacêutico Brasileiro – R\$ Bilhões



CAGR 2017-20

Institucional: 15%



Varejo: 10%



Total
12%

Portfólio

M&A Growth

Mercado Institucional

Investimentos em Tecnologia



Technology and new growth opportunities



Crescimento contínuo em investimentos em mídia digital



Modelo híbrido de visitação médica



Oportunidades de e-commerce em plataforma própria e dos clientes



Plataforma B2B Omnichannel



Hypera Hub e Hypera Ventures

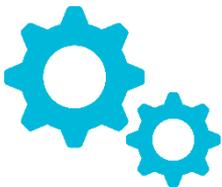
*Governança Corporativa e
Melhores Práticas*



Governança corporativa



Pilares do Programa de Ética e *Compliance* da Companhia



Estrutura 100% dedicada e independente

“Fazer a coisa certa sempre funciona”

Hotline



www.hyperescuta.com.br
0800-772-0891



Compromisso e suporte do Top management

Engajamento dos **órgãos de governança** da Companhia com o Programa de Ética e *Compliance*



Gestão de Risco Corporativo

Processo estruturado que **avalia e identifica** riscos com base nas características do negócio



Políticas e procedimentos

Diretrizes alinhadas com as **leis atuais** e **melhores práticas**



Comunicação e treinamentos

Engajamento de todas as partes (Dia do *Compliance*, programas de treinamento para funcionários e fornecedores)

Governança corporativa

Bem-estar dos Stakeholders e iniciativas ambientais



A Companhia conta com programas sociais que beneficiam seus funcionários e as comunidades

PROGRAMA PARA DOAÇÃO DE MEDICAMENTOS



+480 mil

medicamentos e produtos doados em 2020

INÍCIO DO PROGRAMA PARA PATROCÍNIO DO PROJETO “INSTITUTO HORAS DA VIDA”



Médicos que dedicam horas de atendimento gratuito à população de baixa renda

PROGRAMA DE VOLUNTARIADO DA HYPERA PHARMA



17mil
pessoas impactadas

25
ONGs e outras instituições de saúde beneficiadas

Principais iniciativas da Companhia durante a pandemia de Covid-19 para amparar os colaboradores e a comunidade

Para colaboradores

- Comitê de Saúde e Crise
- Licença remunerada para o grupo de risco
- Serviço de telemedicina e testes Covid-19 para os funcionários e suas famílias

+30mil

Consultas online

100%

Colaboradores testados

~R\$28M

Investidos no bem estar dos stakeholders

Para a comunidade

- Assistência psicológica gratuita para profissionais que trabalham em farmácias
- R\$2 milhões doados à Organização de Voluntários de Goiás
- Doações para a cidade de Anápolis:
 - 20 ventiladores pulmonares
 - 1.000 PCR-RT testes de Covid-19
 - 23 leitos de UTI

+60mil

Produtos de prevenção doados

Hypera Pharma conta com uma série de programas que impactam positivamente seus *stakeholders* e o meio ambiente



Ações com a comunidade envolvendo hortaliças orgânicas e alimentação saudável



Ações para redução do desperdício e uso racional da água, incentivando o reaproveitamento nas unidades industriais



Implantar ações que proporcionem o controle das nossas emissões Industriais



Ação que engloba todo o cuidado e o controle da fauna e flora



Incentivar a educação e conscientização sobre o consumo consciente e o combate ao desperdício de energia elétrica



Conscientizar os colaboradores com intuito de despertar a preocupação para as questões que impactam em uma vida sustentável



Ações de controle e conscientização sobre o gerenciamento dos resíduos sólidos



Assegurar o controle ambiental das atividades com produtos químicos, resíduos e efluentes

Os resultados recentes reforçam o compromisso da Companhia com a sustentabilidade e o bem-estar de seus *stakeholders*

+ 3mil

Colaboradores treinados nas ações de educação ambiental



~125mil

Mudas de hortaliças doadas para comunidade e colaboradores



2mil

Árvores plantadas



+81mil

Famílias impactadas com ações na comunidade



Compostagem de resíduos orgânicos desde 2019



Reutilização de **87M** de litros de água no processo produtivo entre 2017 e 2020



16% De redução no consumo de energia elétrica em Anápolis¹ 2020 vs.2019



44% Redução de resíduos sólidos em Anápolis² 2020 vs.2019



A Companhia faz parte do Pacto Global da ONU e conta com 2 projetos relevantes que reforçam seu compromisso ambiental

ASSINATURA DO PACTO GLOBAL DA ONU



O Pacto Global é uma chamada para as empresas alinharem suas estratégias e operações a 10 princípios universais

PLANO DE ÁGUAS



Projeto para aumentar a reutilização e armazenamento de água com novos poços de água e tanques de armazenamento

Aumento de aprox. 2,5x no reaproveitamento de água até o final de 2021, chegando a mais de 90 milhões de litros a serem reaproveitados

NOVA ESTAÇÃO DE GERAÇÃO DE ENERGIA



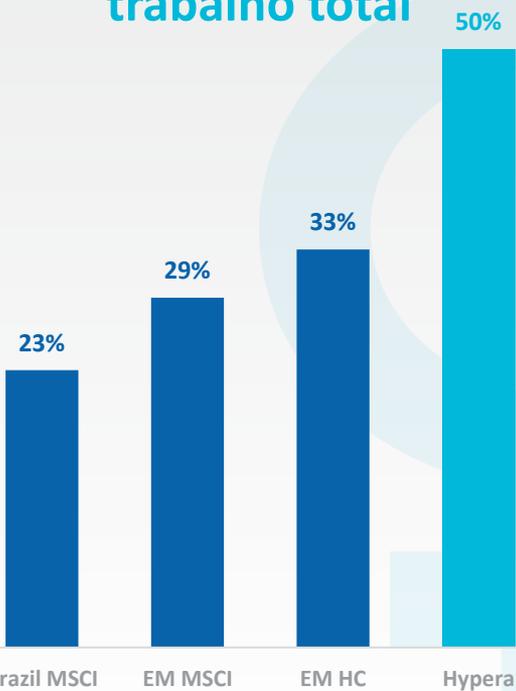
Nova central elétrica de alta tensão para eliminar o uso de geradores de energia e o consumo de diesel.

Redução inicial de emissões de CO2 de 10% esperada até 2022

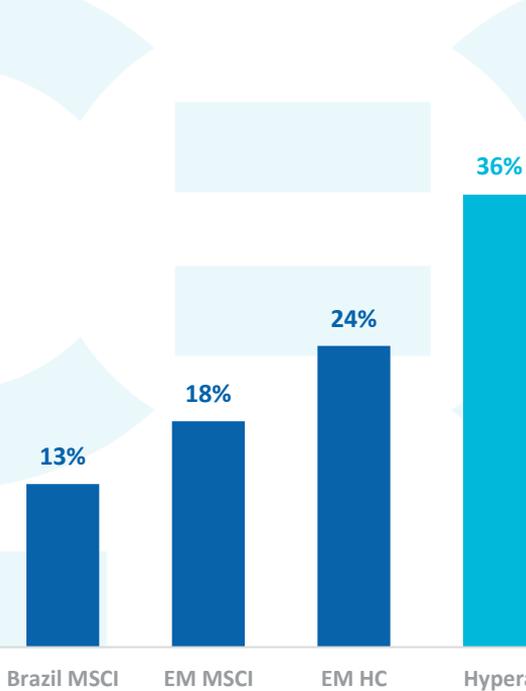
+R\$25M
Investidos

Equidade de gênero

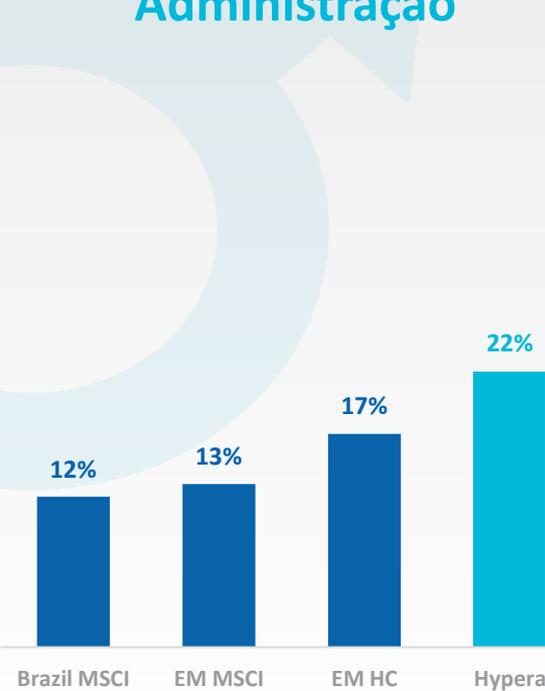
% participação das mulheres na força de trabalho total



% participação das mulheres em alta liderança



% participação das mulheres no Conselho de Administração



Wrap-up

- Nosso desempenho recente mostra recuperação acelerada em meio ao cenário desafiador da pandemia;
- Continuamos acreditando no potencial do mercado farmacêutico brasileiro no médio e longo prazo;
- Temos grandes vantagens competitivas em relação aos nossos concorrentes;
- Continuamos investindo em novas avenidas de crescimento para a Companhia;
- Buscamos crescimento sustentável, pensando no bem estar dos nossos colaboradores e das comunidades que estamos inseridos.

HypeDay

Adalmario Couto



Inovação + M&A = Liderança



*2ª maior marca de OTC do Brasil
e líder absoluta no mercado de cólicas abdominais;*



*Aquisição de diversas marcas **relevantes** no varejo brasileiro;*

Neosaldina®

Nesina®

Dramin®



ALEKTOS

NEBACETIN®



*Aquisição do portfólio de produtos dermatológicos
da Glenmark no Brasil.*

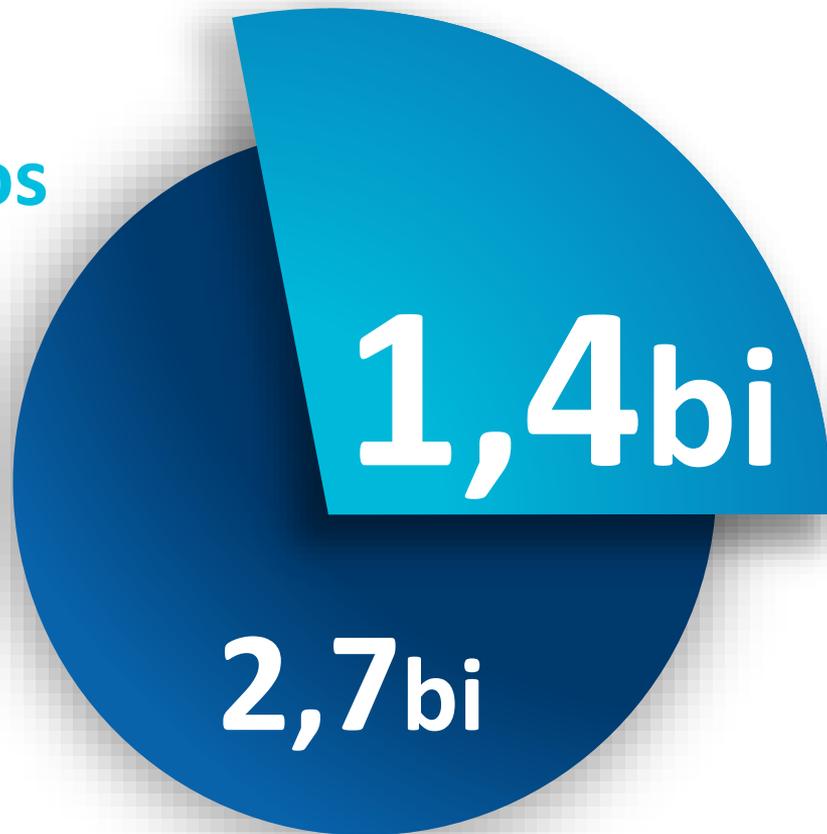
Hypera Pharma: Uma gigante do varejo farmacêutico brasileiro

HypeDay



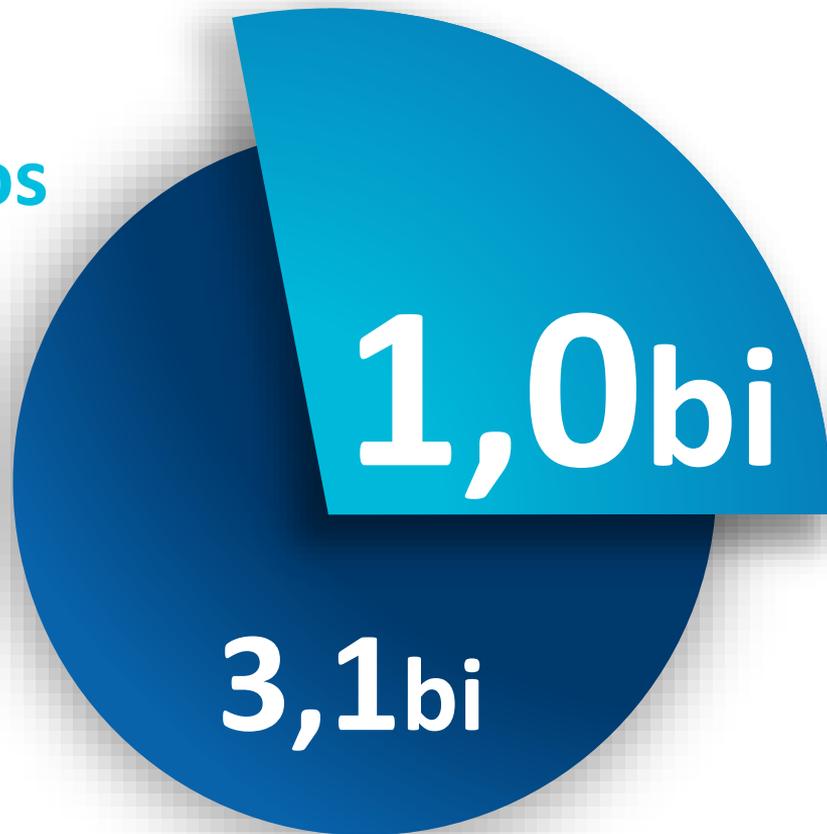
Por que a inovação é importante para a Hypera Pharma?

Receita Líquida
2020 – 5 anos



Por que a inovação é importante para a Hypera Pharma?

Receita Líquida
2020 – 3 anos



Como inovamos?

ORIGINAÇÃO

ESTRATÉGIA
DE
INOVAÇÃO

VALIDAÇÃO

COMITÊ
TÉCNICO

IMPLEMENTAÇÃO



Tendências no segmento de Saúde



Expectativa de vida da população



Prevenção e bem-estar



Saúde Virtual/Digital



Novos hábitos



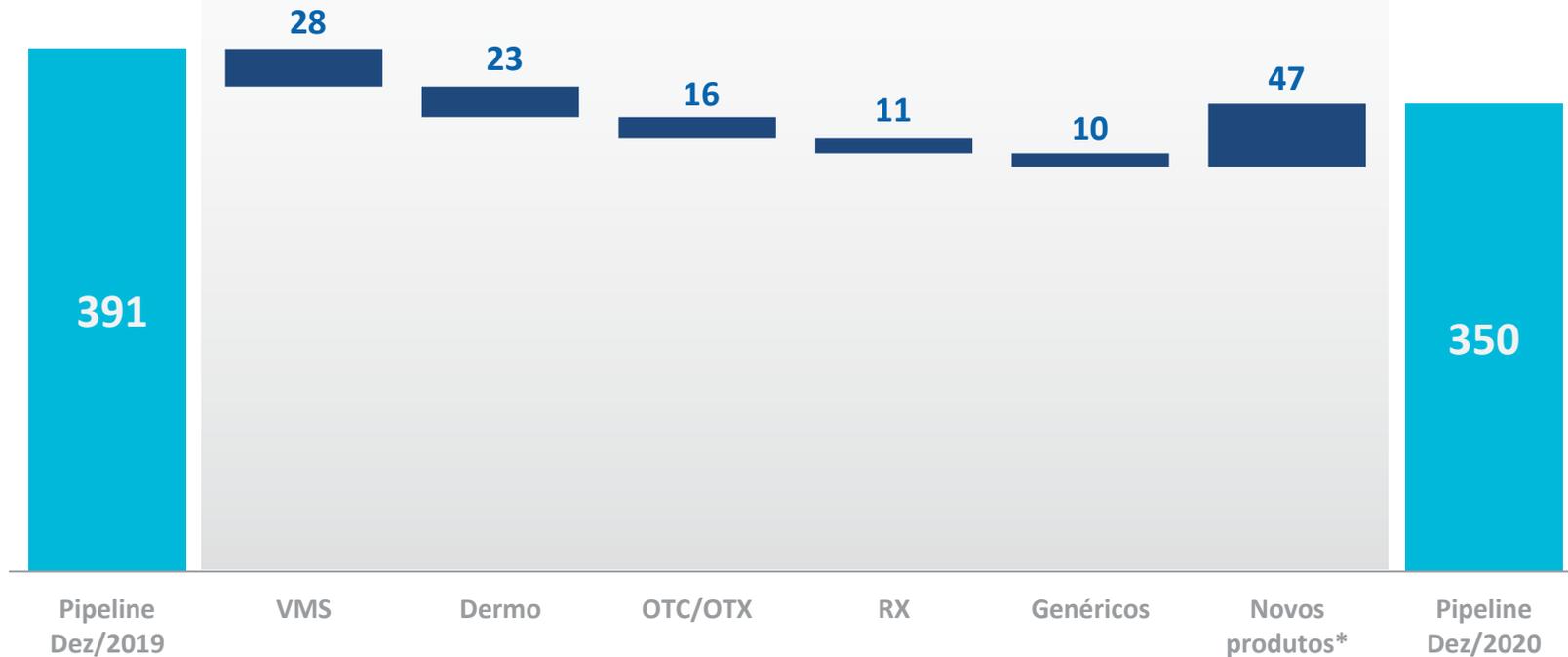
Fonte dos insumos/produtos



Pipeline de Inovação

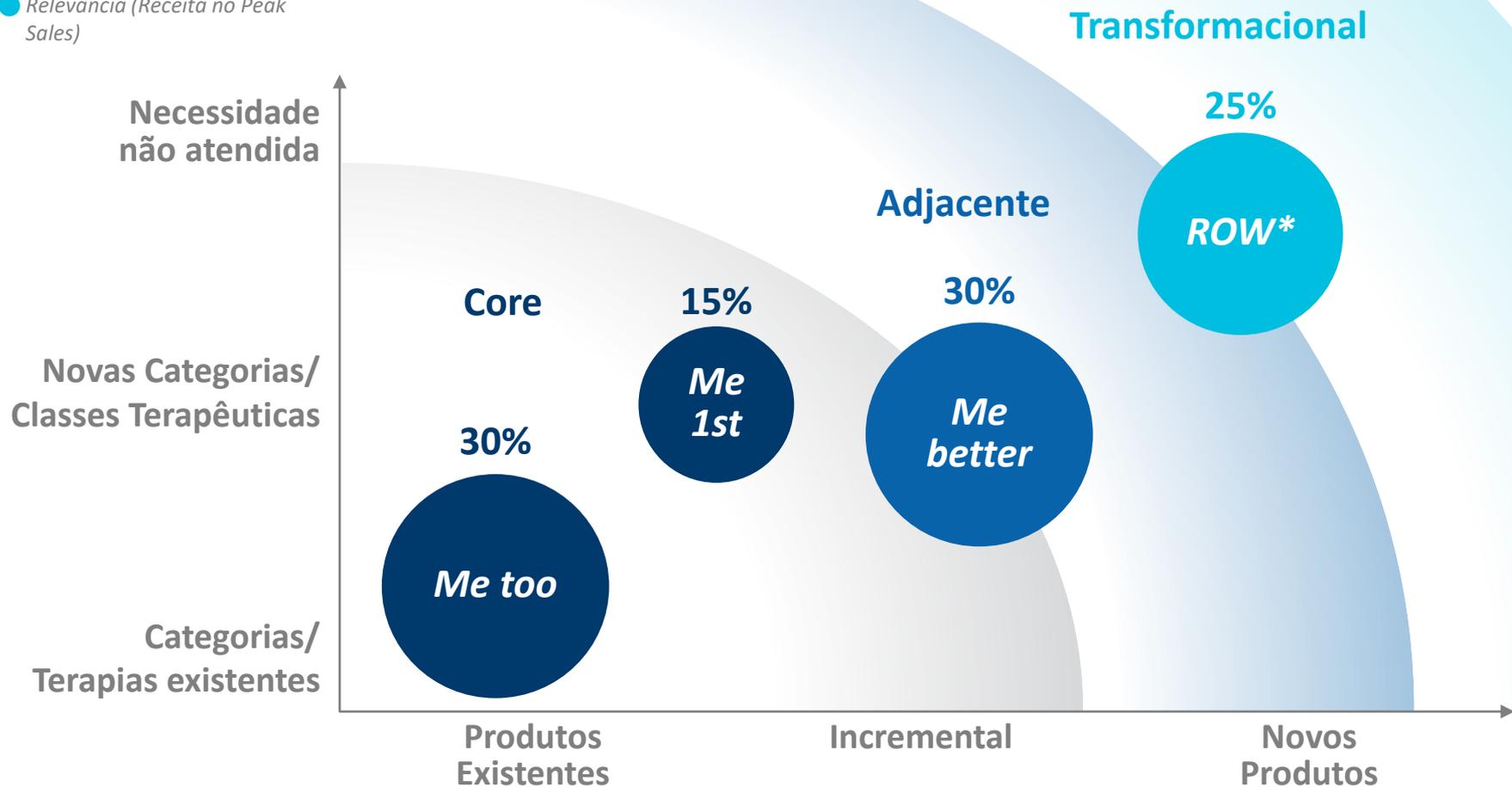
Pipeline

de produtos

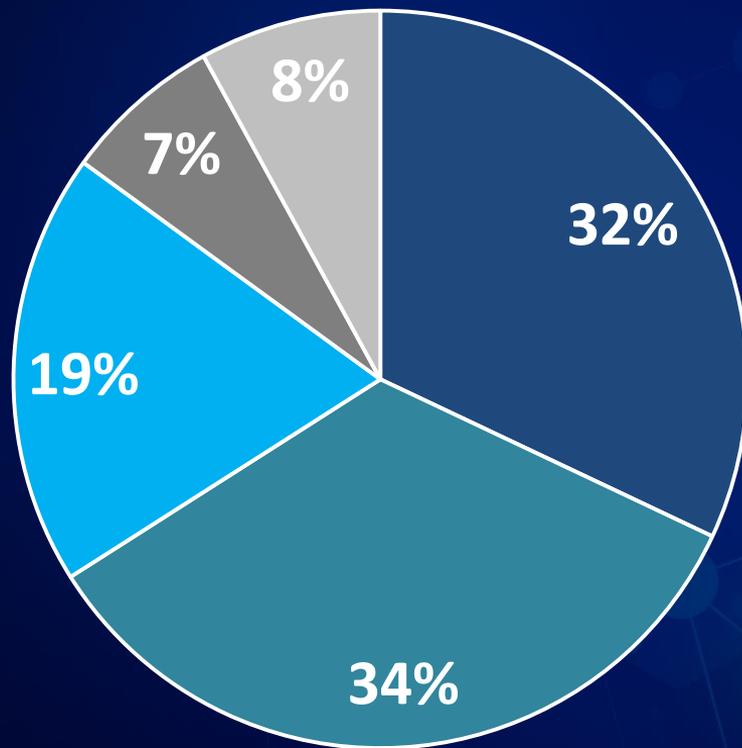


Matriz de Inovação

● Relevância (Receita no Peak Sales)



Pipeline (% no peak sales)



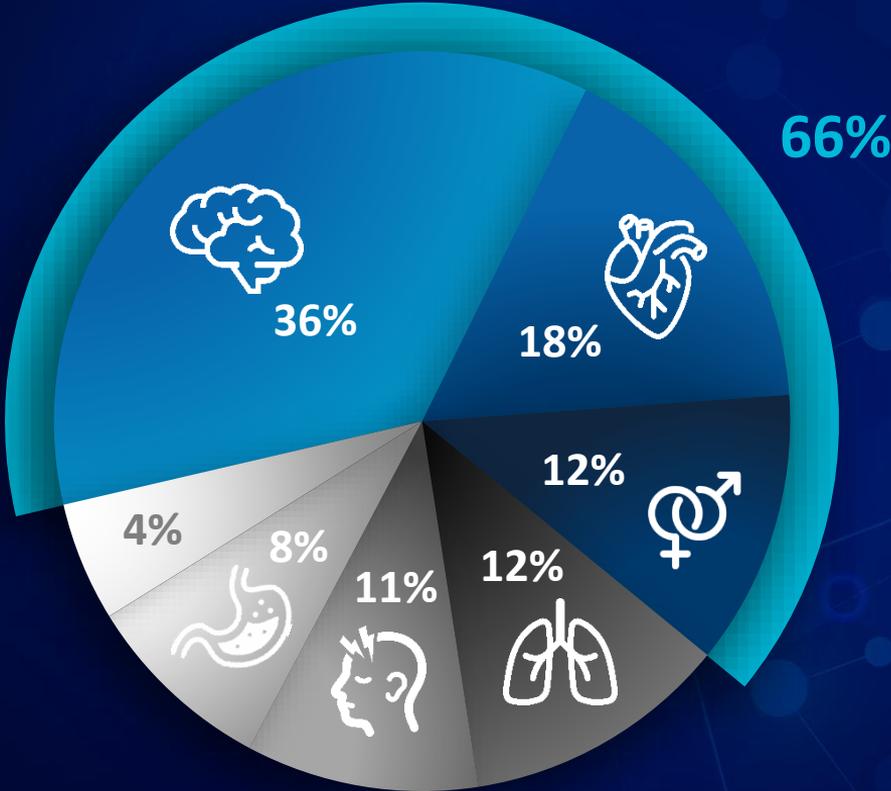
■ RX ■ OTC/OTX ■ Genéricos ■ VMS ■ Dermo



ESTRATÉGIA EM RX:

FOCO EM PRODUTOS CRÔNICOS E EXCLUSIVOS

Pipeline de RX por segmento



- SNC
- Cardiovascular
- Gastrointestinal
- Dor
- Respiratório
- Saúde Feminina e Masculina

ALEKTOS[®] PED

bilastina 2,5 mg/mL



O anti-histamínico ideal
Chegou agora
na Pediatria!



CHEGOU

Amome

furoato de mometasona



A MOMETASONA
COM A QUALIDADE
MANTECORP FARMASA.

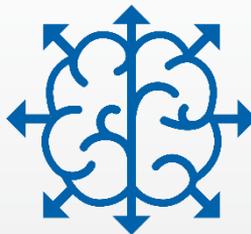
Top-5 do Pipeline de RX



Controle do Sono



Náuseas e Vômitos



Déficit de Atenção

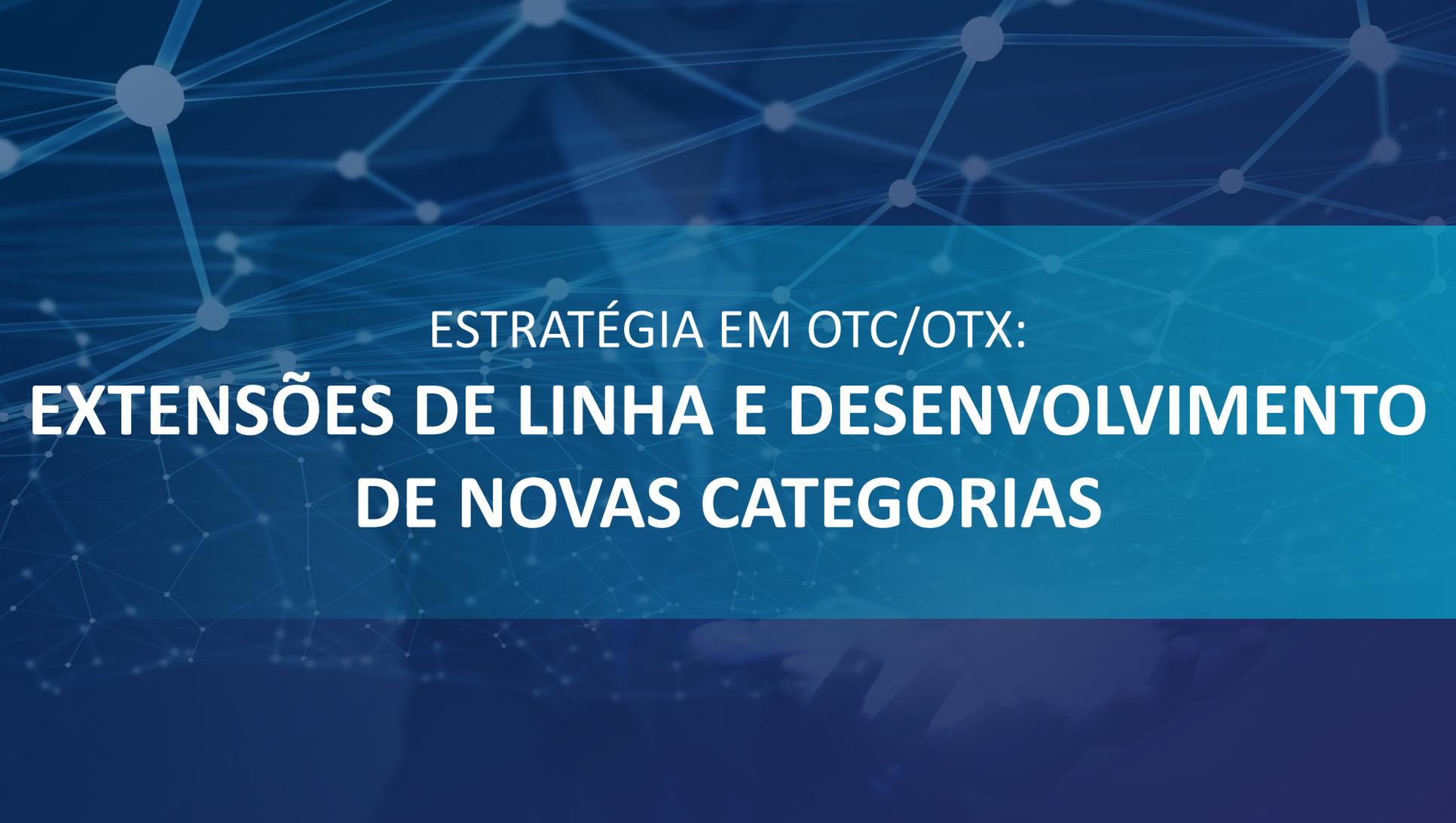


Saúde Feminina



Cardiovascular

R\$500_{mi}
de faturamento bruto no 5º ano



ESTRATÉGIA EM OTC/OTX:
**EXTENSÕES DE LINHA E DESENVOLVIMENTO
DE NOVAS CATEGORIAS**

Blumel, é natural cuidar dos pequenos assim



TOSSE

Blumel Hedera Xarope



CONGESTÃO

Blusoro Jet



SEM
ADIÇÃO DE
AÇÚCARES

SEM
AROMAS
ARTIFICIAIS

SEM
CORANTES

Blumel

IMUNIDADE

Blumel Imune Kids



1ª linha de naturais completa para tratamento e prevenção da gripe

Bifilac GeFlora

O legítimo LGG®, o probiótico mais estudado do mundo.



Top-5 do Pipeline de OTC/OTX



Analgésico



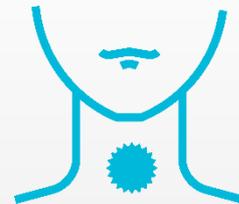
Analgésico



Probiótico



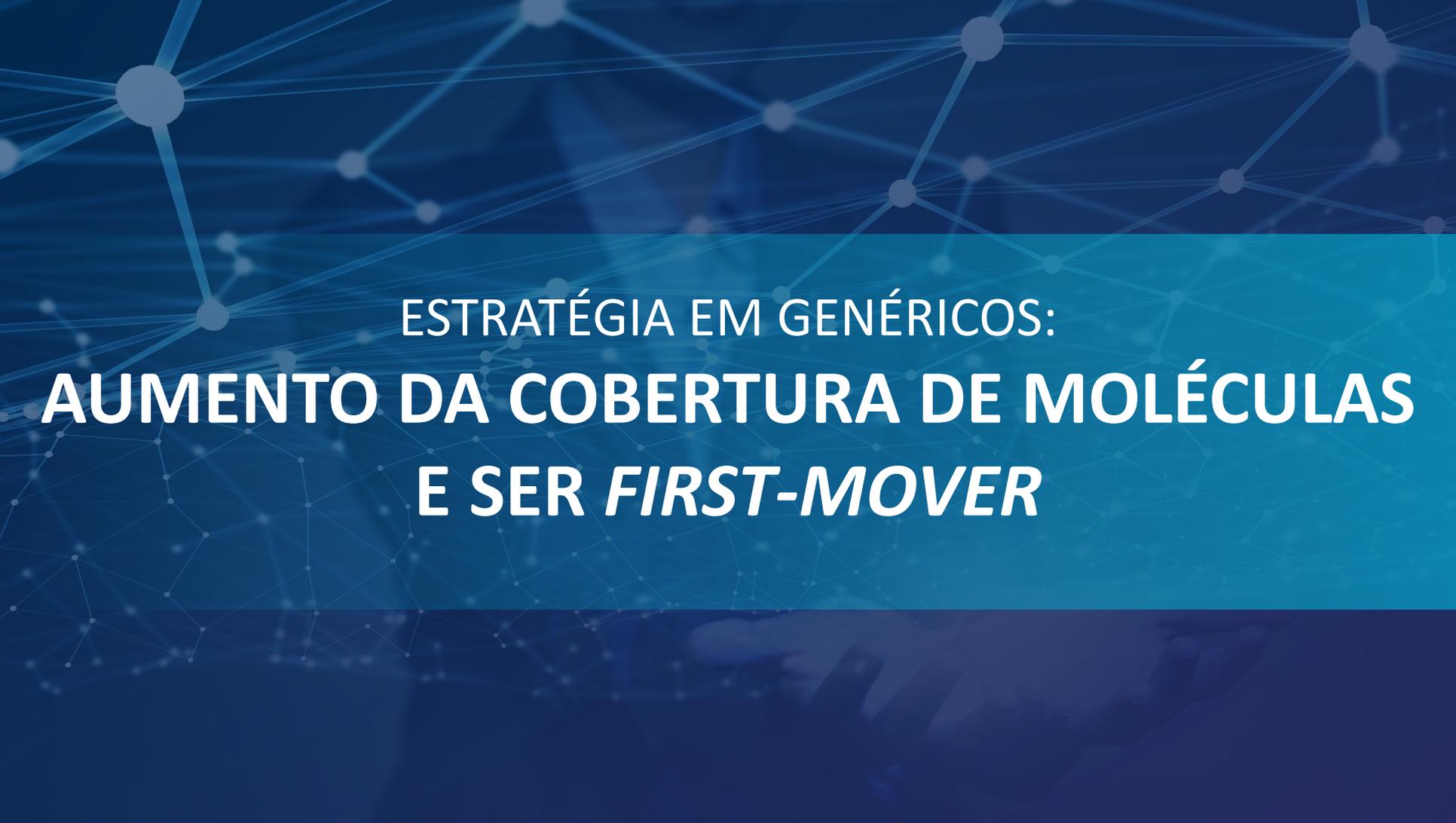
Analgésico



Garganta

R\$370_{mi}

de faturamento bruto no 5º ano



ESTRATÉGIA EM GENÉRICOS:
AUMENTO DA COBERTURA DE MOLÉCULAS
E SER *FIRST-MOVER*

Patent Cliff relevantes nos próximos anos

CLASSES TERAPÊUTICAS	PERÍODO	# MOLÉCULAS RELEVANTES	VALOR DE MERCADO ATUAL (R\$)*
 ENDOCRINOLOGIA	2024-2029	20	3,8 Bi
 CARDIOVASCULAR	2022-2028	7	1,4 Bi
 OUTROS	2022-2029	18	1,3 Bi
		45	6,5 Bi

Nota: * Em R\$ PPP

Principais lançamentos de 2021

ZOLPIDEM SL



TRAZODONA IR



DONEPEZILA



Top-5 do Pipeline de Genéricos

17 NOVAS MOLÉCULAS EM 2021



Cardiovascular



Sistema Nervoso Central



Diabetes



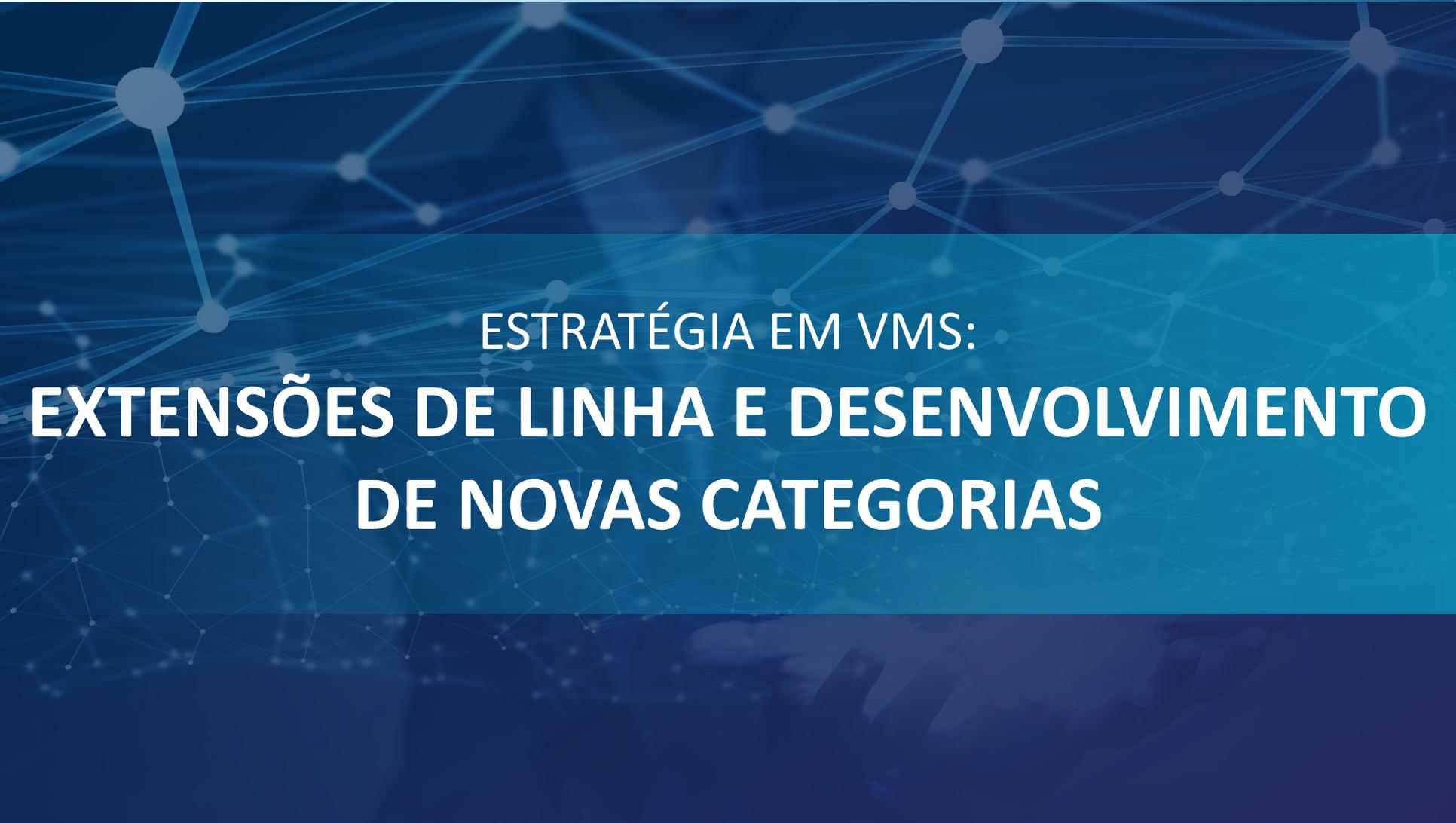
Cardiovascular



Sistema Nervoso Central

R\$185mi

de faturamento bruto no 5º ano



ESTRATÉGIA EM VMS:
**EXTENSÕES DE LINHA E DESENVOLVIMENTO
DE NOVAS CATEGORIAS**

vitaminas neo química

Suas aliadas no auxílio ao sistema imunológico



Addera



D+ benefícios para o seu paciente.



Top-5 do Pipeline de VMS

Colflex
Peptídeos de colágeno



VITASAY
50+

Colflex
Peptídeos de colágeno

vitaminas
neo
química

R\$150_{mi}
de faturamento bruto no 5º ano



ESTRATÉGIA EM DERMO:

**MÁQUINA DE LANÇAMENTOS COM FOCO
EM MEDICAMENTOS DERMATOLÓGICOS**

Mantecorp Skincare: Há 50 anos cuidando da pele brasileira



Top-5 do Pipeline de Dermo



Proteção Solar



Cabelos



Proteção Solar



Rejuvenescimento



Rejuvenescimento

R\$120_{mi}

de faturamento bruto no 5º ano



ESTRATÉGIA NO MERCADO INSTITUCIONAL:
AUMENTO DA COBERTURA DE MOLÉCULAS
PARA GANHO DE *MARKET-SHARE*

Mercado Institucional

28 MOLÉCULAS PARA LANÇAMENTO ATÉ 2026



Antibiótico



Sistema Nervoso Central



Cardiovascular



Anticorpos



Hormônios

R\$330_{mi}

*de faturamento bruto no 5º ano após o
lançamento das 28 moléculas*

Bionovis: investimentos em biofármacos de alta complexidade

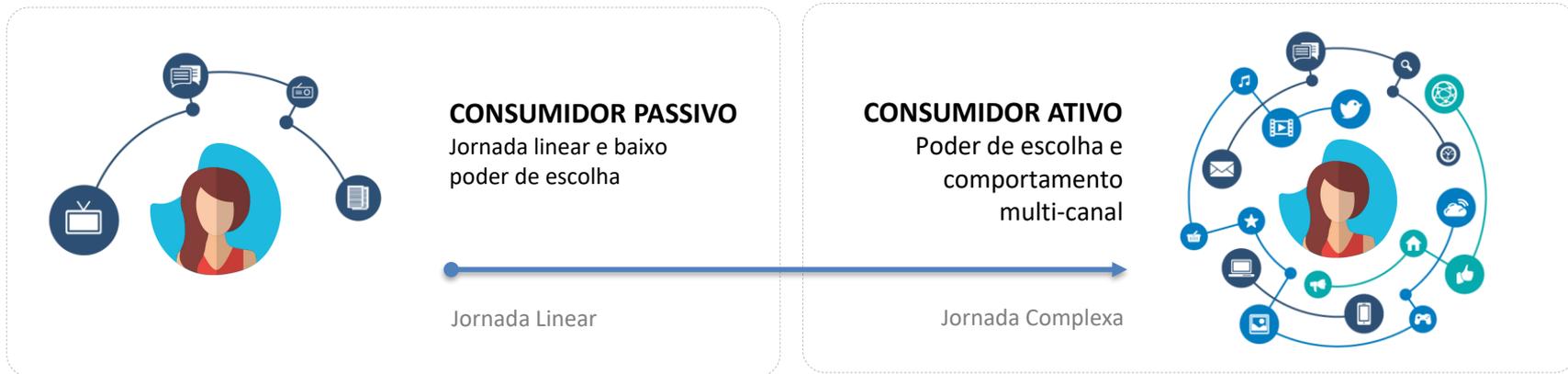


HypeDay

Luiz Clavis



O consumidor mudou! A transformação digital está impulsionando diversas mudanças na forma como consumimos



Consumidor no Centro: *Novas avenidas de crescimento para a Hypera*



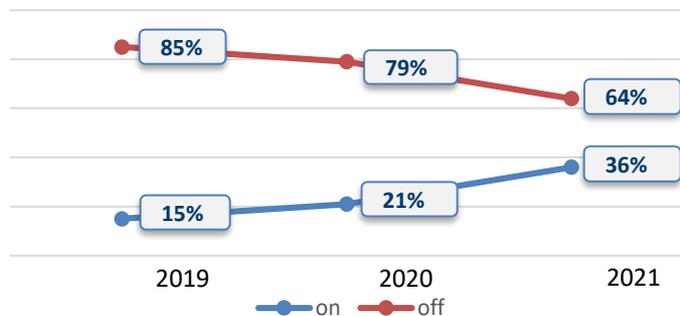
Novas Conexões

Orientada por jornadas, inspirada em dados e *digital first*.

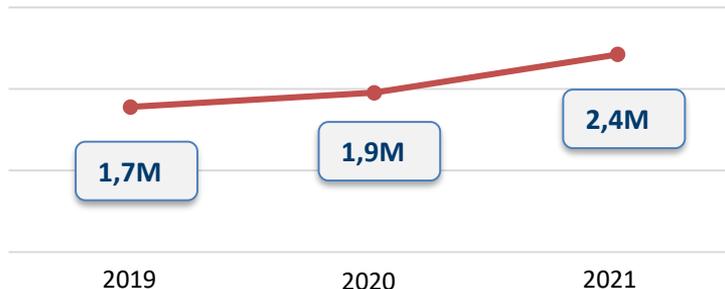


Aceleração e investimento no digital acompanha a nova jornada do consumidor

Aumento de aprox. 160% em mídia digital em 2021



Aumento significativo na intenção e interesse nas nossas marcas. Média de 2,4 milhões de visualizações de páginas por mês nos sites das marcas



5 Hubs de conteúdo técnico e informativo

Hubs focados nas categorias: VMS, dermo, antigripais, prevenção e gastro



A aceleração nos investimentos no digital significa também mais engajamento nas diversas redes sociais

De 2 Marcas em 2020...

... para 20 Marcas em 2021

COM CONTEÚDO *ALWAYS ON* + *SOCIAL COMMERCE*



Digital

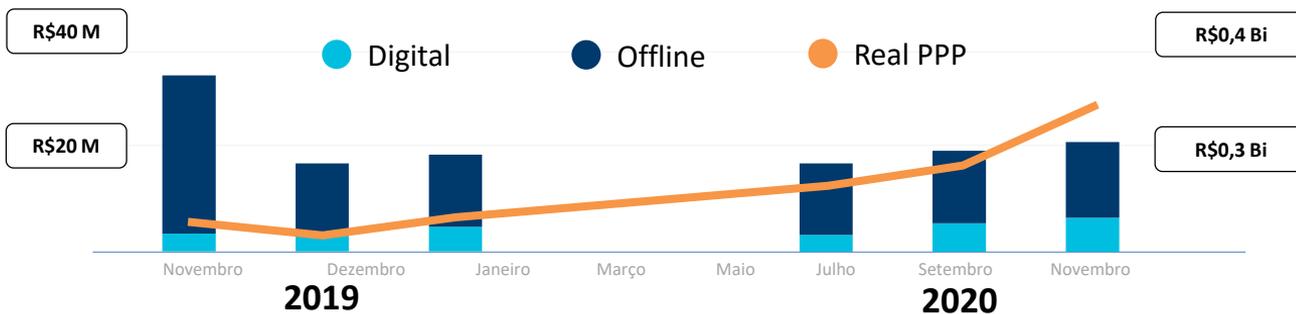
HypeDay



Investimento digital no 4T20 impactou o *sell out*

Receita R\$ PPP x Investimento de Mídia – todas as marcas Hypera Pharma que tiveram investimento

Investimento no digital e real PPP



+35,9%

Aumento em
investimento no digital

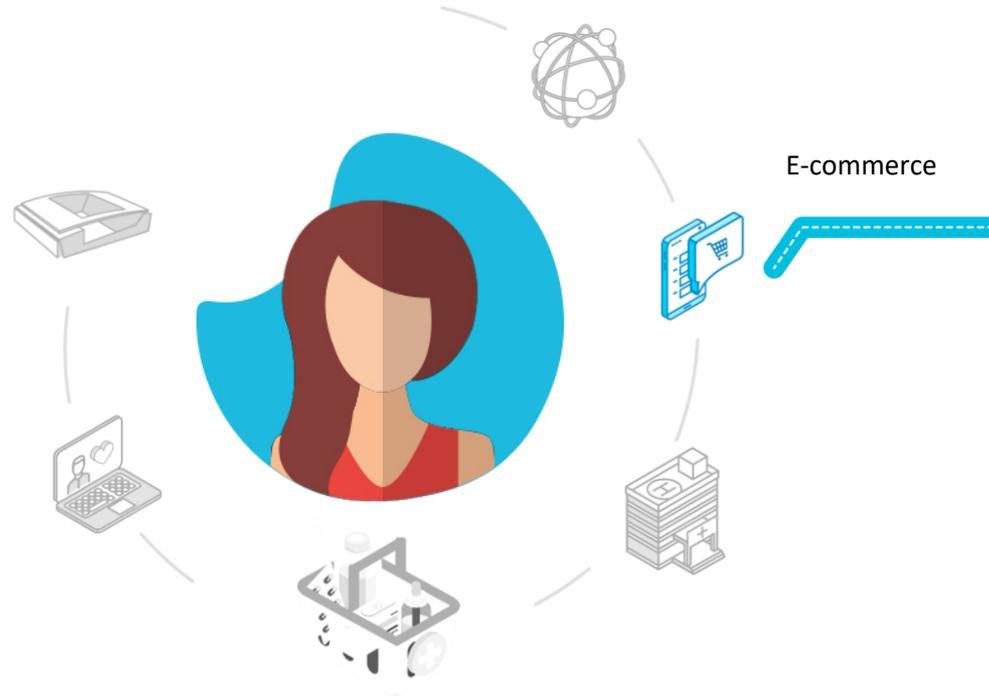
+16,8%

Aumento sell out PPP

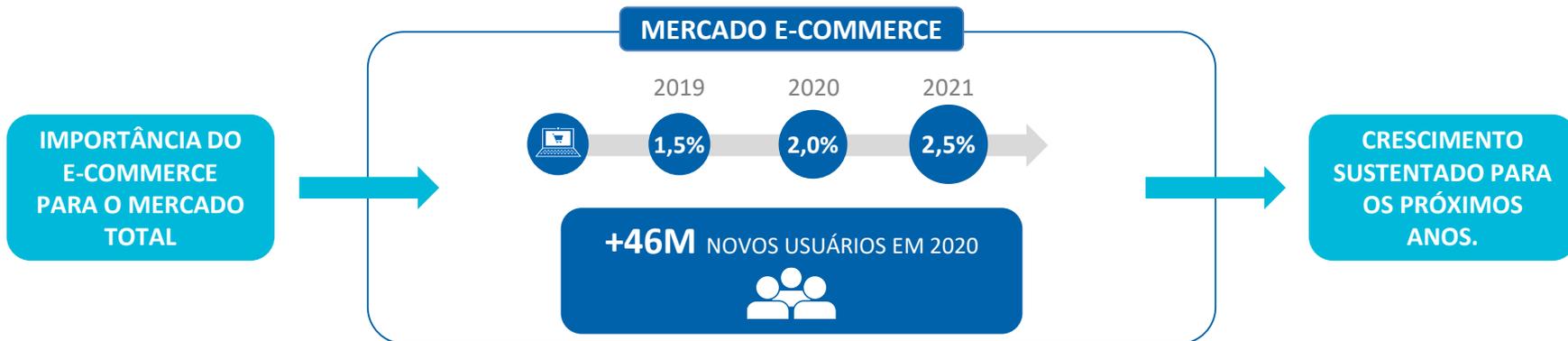
+65,6%

Aumento ROAS

Novos canais de compra surgiram: digitalização do varejo



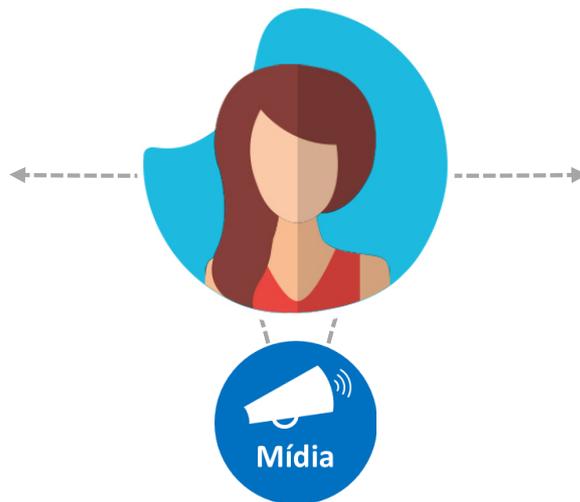
Além de melhores experiências, mais possibilidade de compra no ambiente digital



iHypera.com.br



E-Trade



Além de melhores experiências, mais possibilidade de compra no ambiente digital

iHypera.com.br

DESENVOLVIMENTO

- ✓ E-commerce próprio com foco B2C e B2E
- ✓ B2E: parceria com empresas de grande porte
- ✓ B2C: presença em mais de 10 *market places*



EXPERIÊNCIA PERSONALIZADA

- ✓ Maior investimento em mídia para impacto no digital
- ✓ Atuação com CRM para abordagens mais eficientes
- ✓ Comunicação direta com o cliente e geração de insights e entendimento do comportamento.

Vendas



2,5M
DE VISUALIZAÇÕES

1,5M
DE VISITAS



E-Trade

ESTRUTURA DEDICADA

- ✓ Time dedicado para as principais redes do mercado desde início de 2020
- ✓ Atendimento de *Pure Players*
- ✓ Foco nas 3 unidades de negócio



INTEGRAÇÃO DE CAMPANHAS

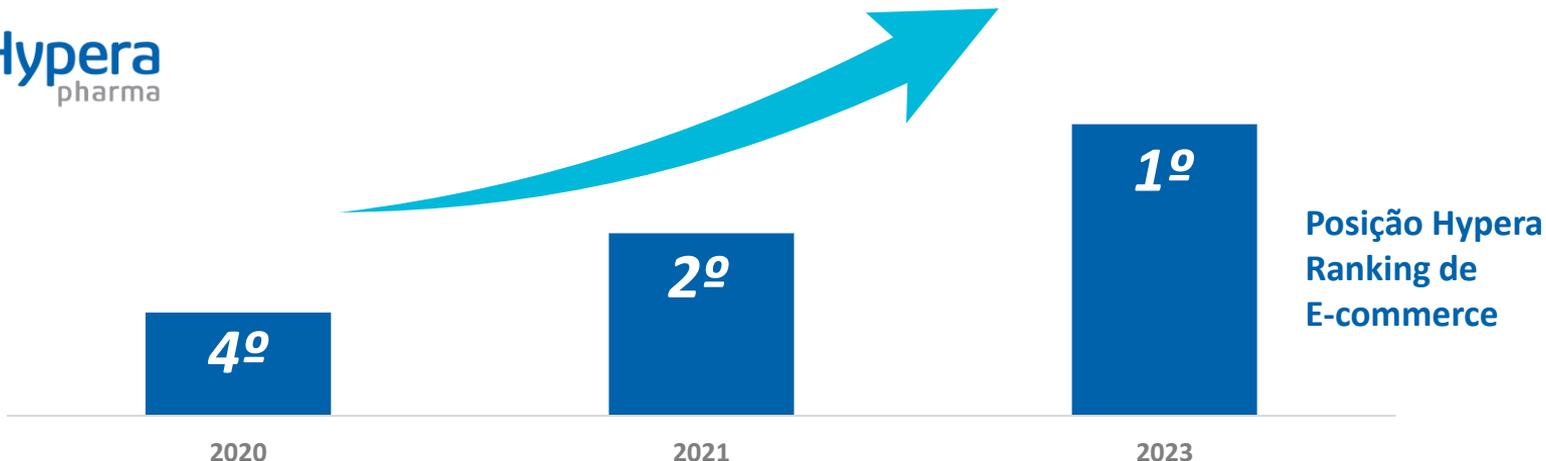
- ✓ Atuação junto a mídia para levar links de conversão aos parceiros em campanhas
- ✓ Análises e personalização das campanhas para direcionamento e efetividade de ações.

R\$72M
EM SELL OUT*
EM 2020

*Preço De Compra Farmácia.

+80%
DE CRESCIMENTO
VS 2019

2021: Construção sólida e crescimento robusto para os próximos anos



Foco em Dermo com fortalecimento da “Umbrella Brand”



Crescimento desproporcional para o portfólio de VMS



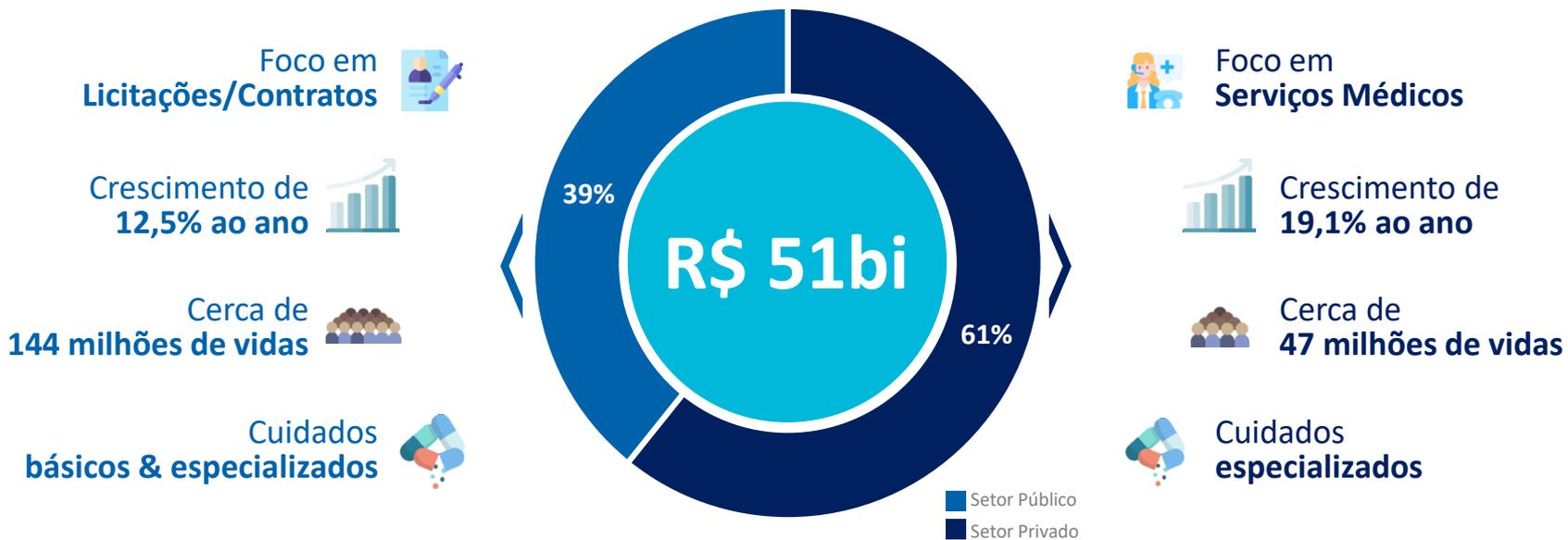
Atuação efetiva em Crônicos com Quick-Wins

Canal Institucional



O Canal Institucional em 2020

O mercado institucional é composto por hospitais, postos de saúde, clínicas e planos de saúde de natureza pública e privada



Atualmente, o portfólio Hypera Pharma concentra-se em medicamentos sólidos orais de cuidados básicos, atendendo principalmente o Setor Público.

Estratégia do Pipeline da Hypera Pharma – 5 anos



Injetáveis e de uso **crônico**, com foco em **cuidados especializados**



Doenças Respiratórias



Doenças Cardiovasculares

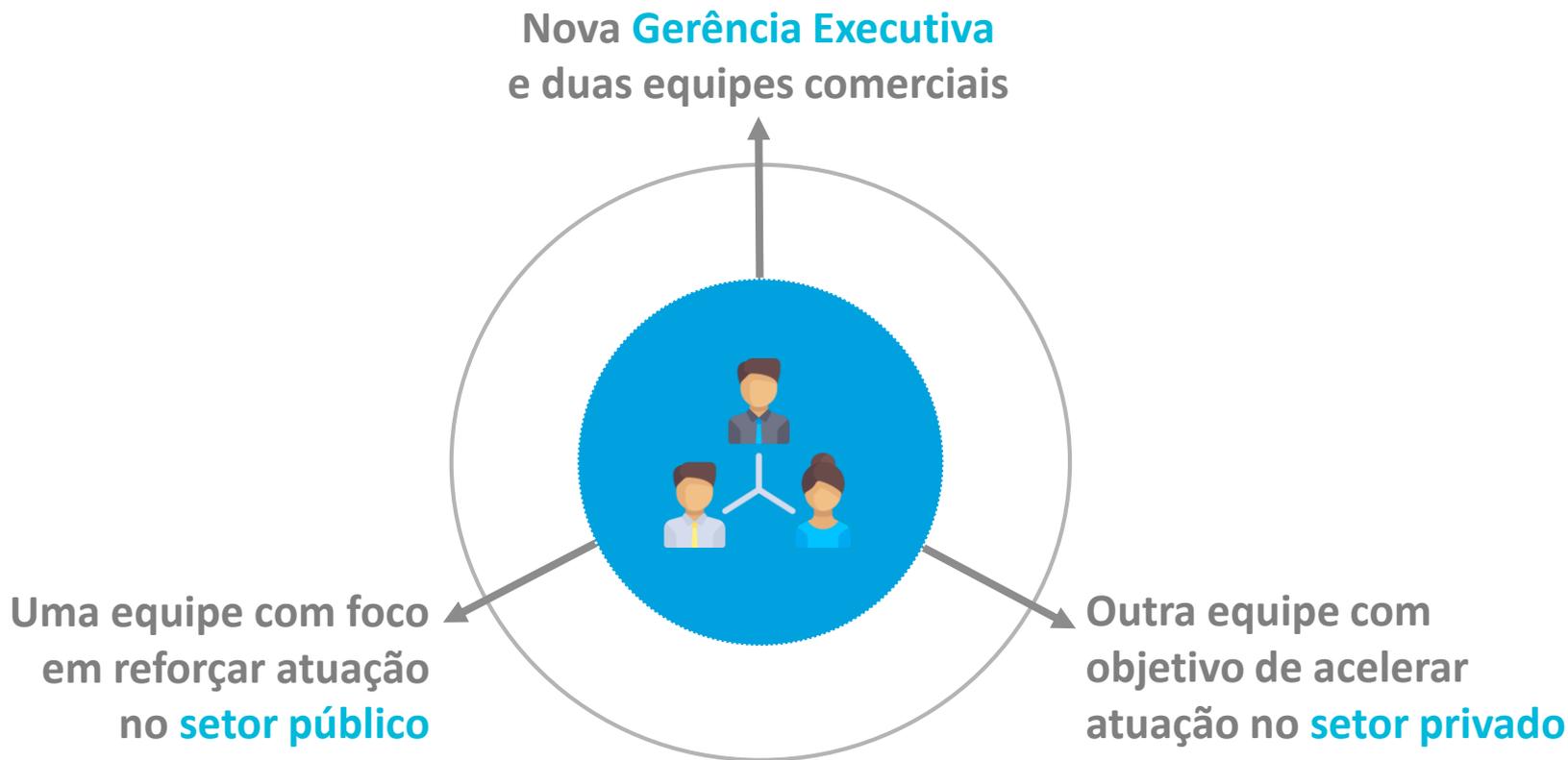


Sistema Nervoso Central



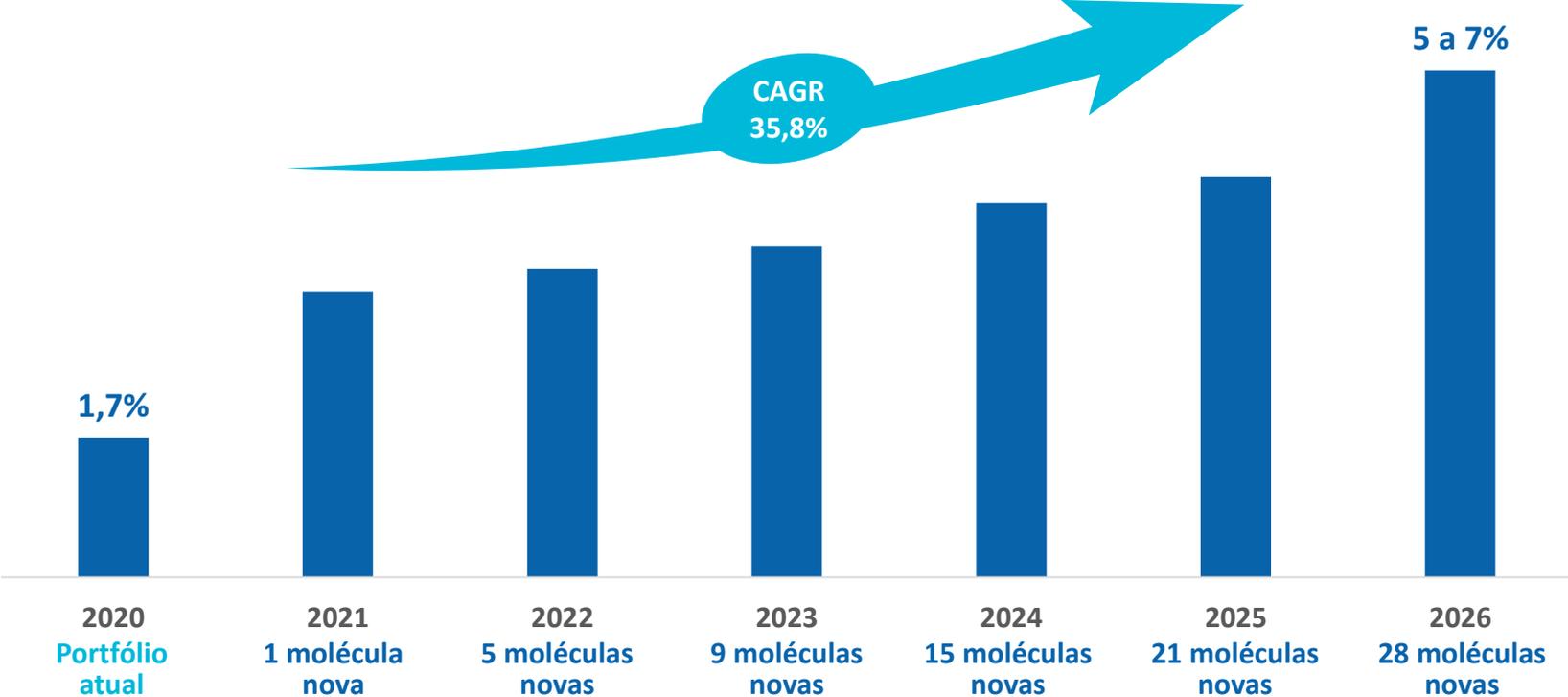
28 novas moléculas, com foco em cuidados especializados e formas injetáveis, aumentando relevância no canal privado

Novo Modelo de Atuação

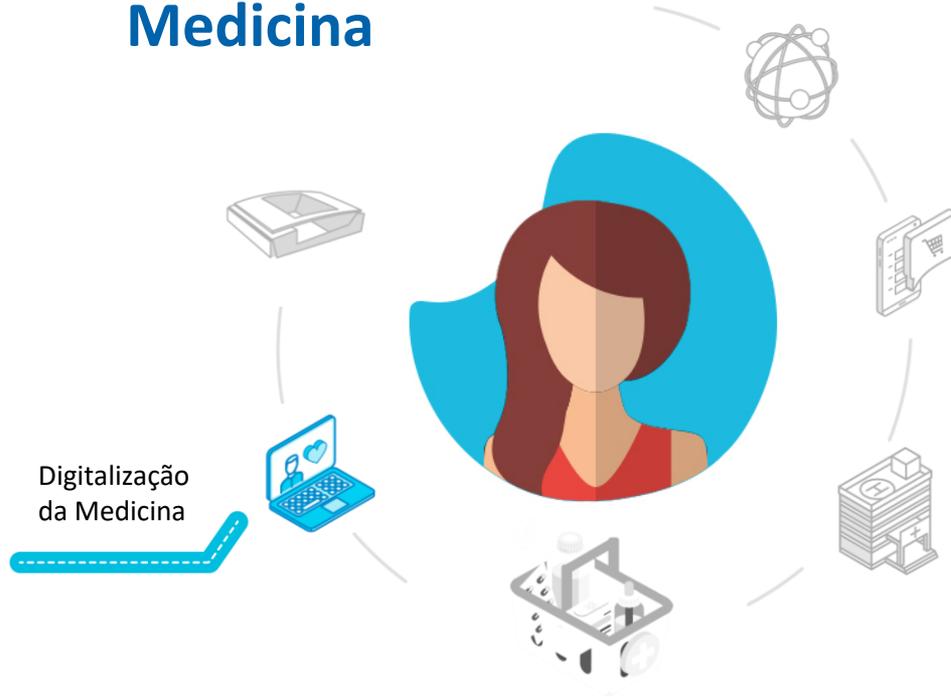


Futuro da Hypera no mercado institucional

% Relevância do Canal Institucional no total de Vendas Hypera (sell-in)

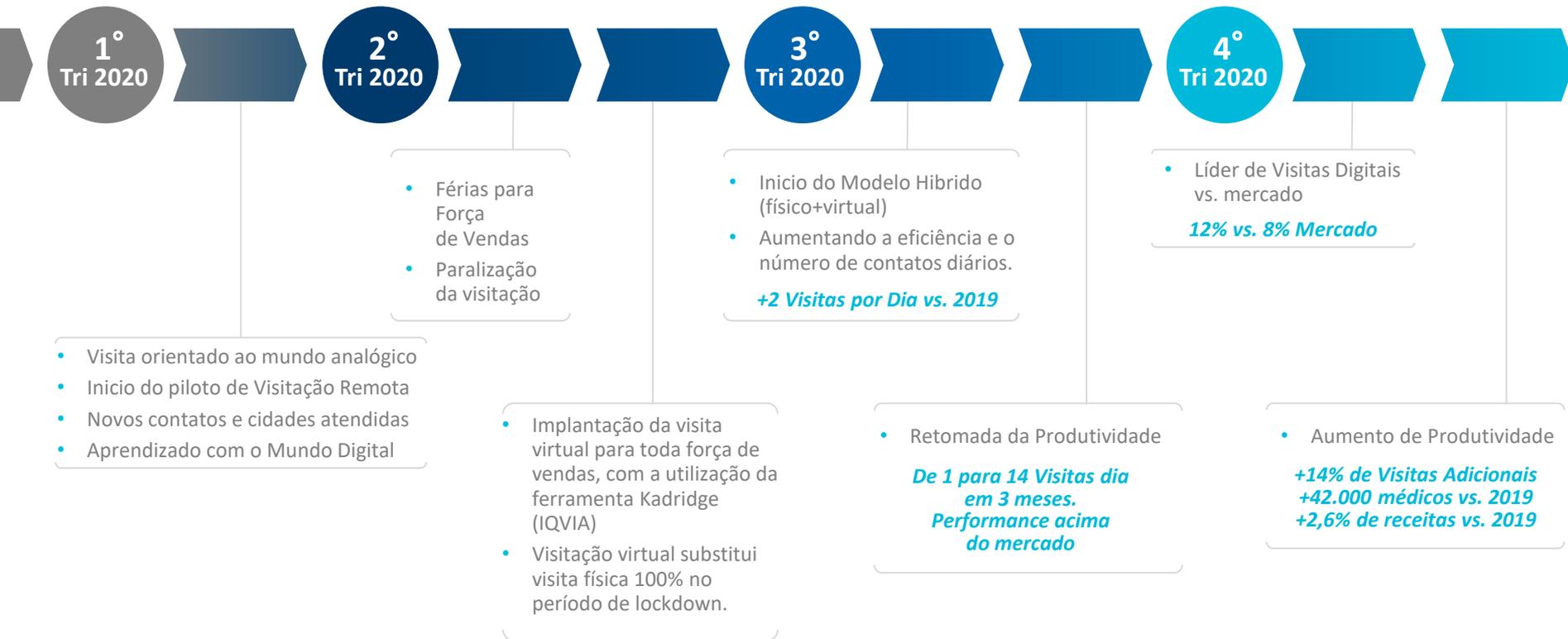


Digitalização da Medicina



Digitalização
da Medicina

Da Crise à Oportunidade... Timeline 2020



Impacto Promocional... Visitação Médica



160 Mil

médicos impactados



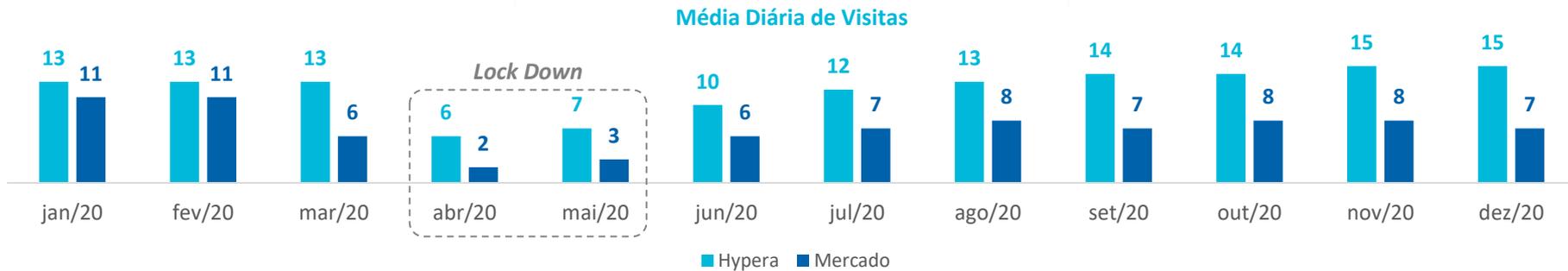
15%

de crescimento no número
de contatos 2020 vs. 2019



R\$ 3,8Mi

receitas Hypera em 2020
(+2,6% vs. 2019)



E seguimos na jornada... o que vem pela frente...

Do *Multi-channel* ao *Omni-channel* – como seguiremos inovadores e competitivos...

Ontem

Single Channel

100% analógico = Presencial

O único elo é o representante comercial como ponto chave de relacionamento.



Hoje

Multi channel

Digital & Presencial

Continuamos presentes no cliente, mas nem tudo ainda é integrado.

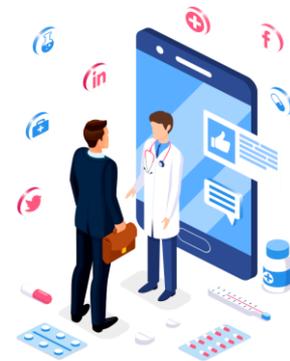


Amanhã

Omni Channel

Orquestração

Convergência dos canais utilizados de contato. O nosso médico não vê mais a diferença entre online e off-line.



Experiência e entretenimento como pilares cruciais para mais engajamento e customização

Experiência e
Entretenimento



Neo Química Arena traduz o propósito e a ambição da Neo Química

neo
química
arena 7



R\$49,3 milhões

Valor de Mídia Qualificada em 4 meses
(Set-Dez)

Maior marca da Hypera Pharma com
faturamento de R\$2 Bilhões

96% de distribuição
nas farmácias do Brasil

Categoria SG: Maior crescimento
no setor de saúde no Brasil

neo
química

30 milhões de Corinthianos

Acesso customizado no
engajamento com a torcida

Espaço de saúde e lazer
para a população brasileira



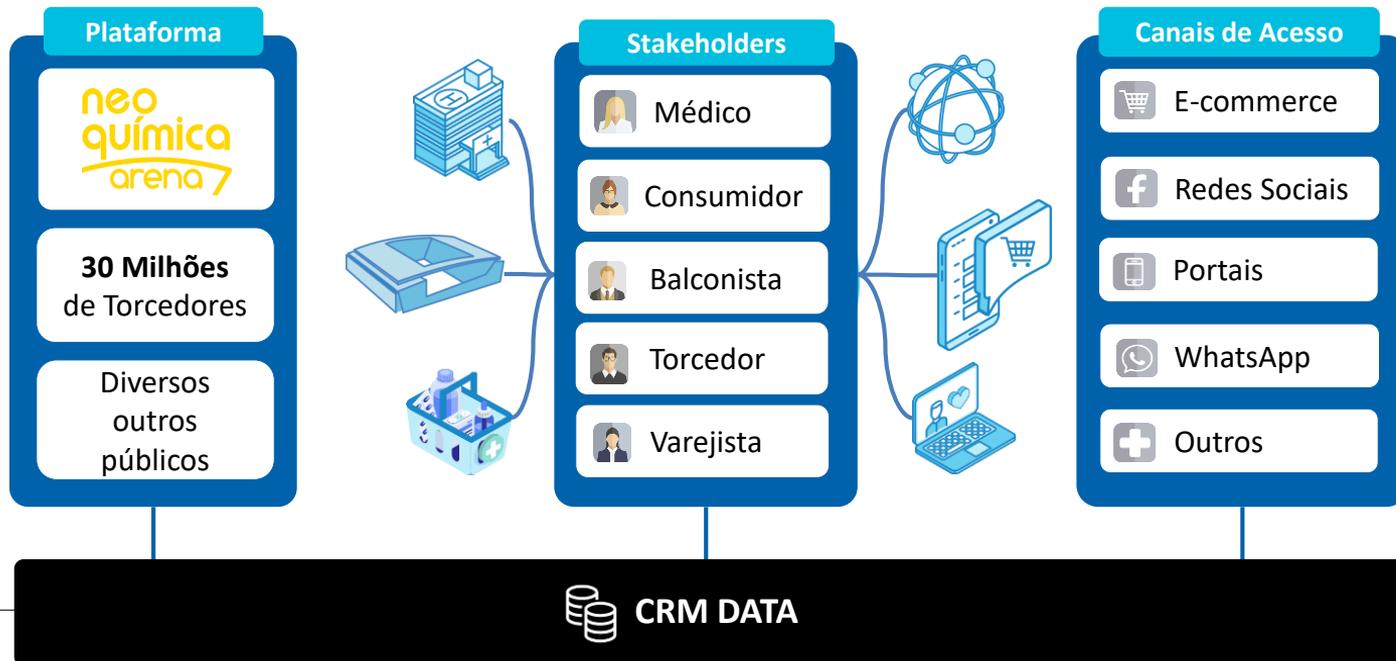
Experience and Entertainment

HypeDay



Criando conexões personalizadas com torcedores e consumidores: *1st party data & data lake* Hypera Pharma

Consumidor no centro: gestão 360º de vendas, marketing, atendimento e todos os pontos de contato com o consumidor



Consumidor no Centro: *Novas avenidas de crescimento para Hypera*



Ponto de Venda



PDV – Parceiro Hypera

HypeDay

Vivian Angiolucci



Pilares da Estratégia Digital da Hypera

**Reforçar
o negócio
atual**

*“Tornar a organização
mais eficiente e eficaz”*

Hypera Hub

**Renovar
o negócio
atual**

*“Ampliar atuação nos mercados
existentes, colocando o cliente
no centro das decisões”*

**Plataforma Parceiro
Hypera**

**Criar
novos
negócios**

*“Ser protagonista na disrupção
do nosso modelo de negócio”*

Hypera Ventures

Pilares da Estratégia Digital da Hypera

**Reforçar
o negócio
atual**

*“Tornar a organização
mais eficiente e eficaz”*

Hypera Hub

Renovar
o negócio
atual

*“Ampliar atuação nos mercados
existentes, colocando o cliente
no centro das decisões”*

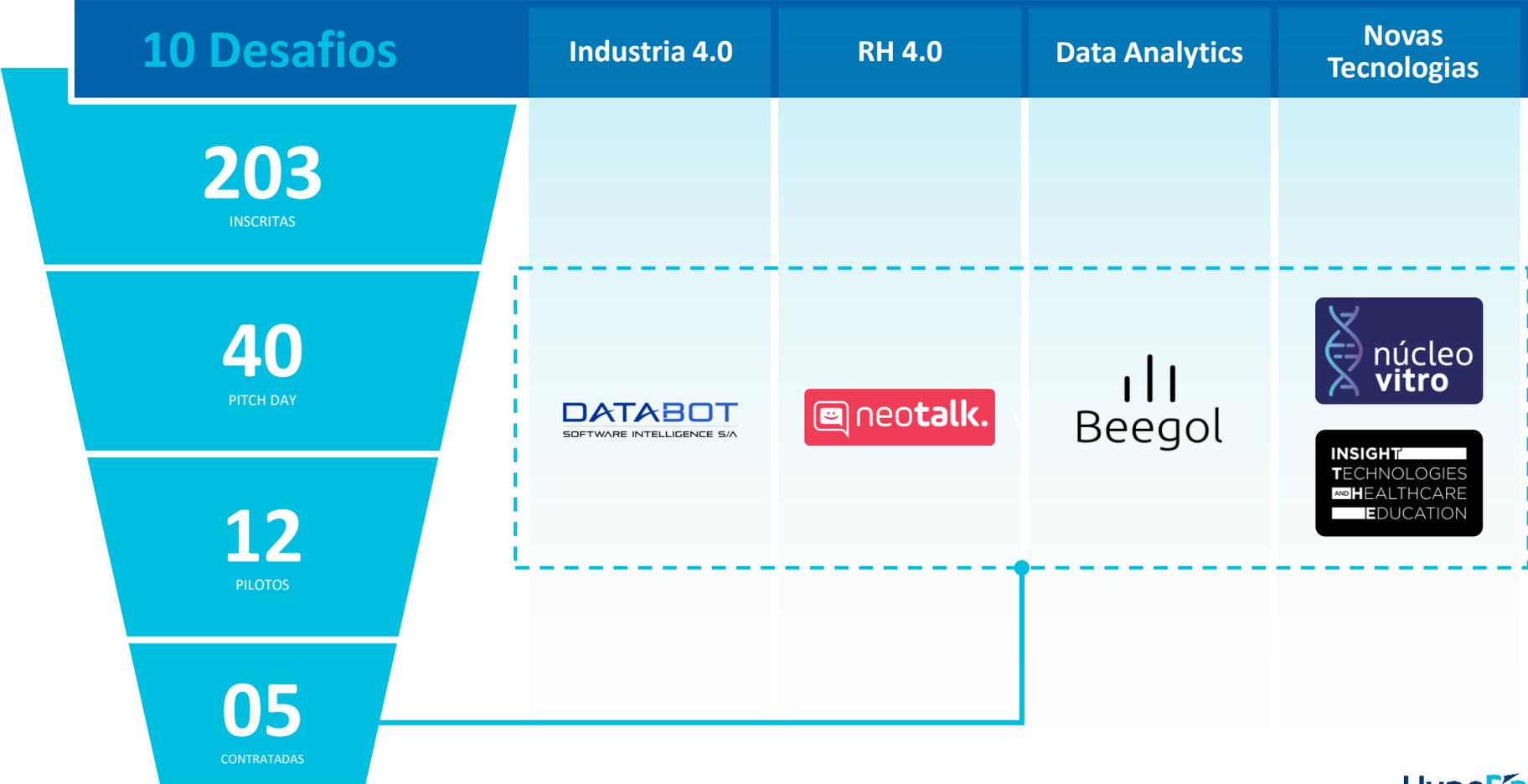
Plataforma Parceiro
Hypera

Criar
novos
negócios

*“Ser protagonista na disrupção
do nosso modelo de negócio”*

Hypera Ventures

Resultados do Hypera Hub I



Principais projetos do Hypera Hub



Beegol

Desafio:

Aumentar o *share* da Hypera no pequeno varejo através de sugestão de pedido customizada

Resultado:

Através de *machine learning*, +5% de receita

Status:

Roll-out para 50% da equipe



núcleo vitro

Desafio:

Acelerar P&D de dermo

Resultado:

Através de pele artificial:

- melhores ativos e concentrações definidos
- menor custo e tempo de P&D
- maior potencial de patentes

Status:

Em uso



DATABOT
SOFTWARE INTELLIGENCE S/A

Desafio:

Aperfeiçoar e tornar mais célere as análises de capacidade fabril, e automatizar o sistema puxado

Resultado:

- Tomada de decisão mais ágil e completa
- Maior controle da execução

Status:

Em integração/roll-out

A proximidade com o ecossistema vai além do Hypera Hub



REFINARIA DE DADOS

Melhorando a assertividade na abordagem aos médicos



ilegra

Melhorando a experiência do usuários nos diferentes canais



FERCIEN
INOVAÇÃO E GESTÃO DE ATIVOS

Aperfeiçoando a gestão de ativos e minimizando perdas



PowerOfData

Transformando dados em informação



AUTOMATION ANYWHERE

Robotizando processos e focando no que realmente importa



HSL
TECNOLOGIA

Otimização dos processos de remuneração Variável

inbenta

Chatbot para SAC



amigo
connecting healthcare

Evoluindo os serviços prestados aos médicos



salesforce

Fortalecendo a interação com nossos clientes

Hypera Hub I

HypeDay



HyperaHub 2

O programa de **conexão com Startups** da Hypera

Mais desafios

Maior proximidade com o ecossistema de inovação

Mais impacto para a Hypera e seus Parceiros

Parceria com

inno<science

Abertura das Inscrições em 9/4.

Pilares da Estratégia Digital da Hypera

Reforçar
o negócio
atual

*“Tornar a organização
mais eficiente e eficaz”*

Hypera Hub

**Renovar
o negócio
atual**

*“Ampliar atuação nos mercados
existentes, colocando o cliente
no centro das decisões”*

**Plataforma Parceiro
Hypera**

Criar
novos
negócios

*“Ser protagonista na disrupção
do nosso modelo de negócio”*

Hypera Ventures

O que é a Plataforma Parceiro Hypera?

Propósito

Fazer com que o varejo prospere e cresça cumprindo seu papel social de levar saúde a todo o Brasil

O que vamos entregar?

- Presença 24x7
- Customização da oferta
- Fomento do desenvolvimento e competitividade do pequeno varejo
- Mais do que produto!

Resultado esperado para Hypera



Novas fontes de receita



Maior *share*



Mais vendas

Quem é o varejo independente?



Fernando, 40-50 anos, Relacional

Possui uma das principais farmácias da região. Oferece portfólio completo para atender seus clientes

- Aprecia a visita dos representantes
- Espera troca constante com a indústria
- Quer acesso a vantagens e descontos
- Esta aberto a lançamentos



Roberta, 35 anos, Focada em Preço

Possui pequeno varejo focado no menor preço para seus clientes, com maior sortimento de Similares e Genéricos.

- Principal driver de compra é o preço
- Prefere comprar digitalmente
- Por ser uma farmácia de menor porte, dificilmente faz grandes compras
- Pouco fiel a qualquer marca

Jornada de desenvolvimento do Parceiro Hypera



E-commerce B2B



Em piloto

Em piloto

Plataforma de Relacionamento Multicanal



1S21

1S21

Marketplace B2B



2S21

2S21

E-commerce

HypeDay



Pilares da Estratégia Digital da Hypera

Reforçar
o negócio
atual

*“Tornar a organização
mais eficiente e eficaz”*

Hypera Hub

Renovar
o negócio
atual

*“Ampliar atuação nos mercados
existentes, colocando o cliente
no centro das decisões”*

Plataforma Parceiro
Hypera

**Criar
novos
negócios**

*“Ser protagonista na disrupção
do nosso modelo de negócio”*

Hypera Ventures

Benefícios do *Corporate Venture Capital*



Trazer novas capacidades



Desafiar o status quo



Testar novos modelos sem impactar o core



Acelerar projetos internos



Gerar parcerias de negócio

Estratégia do Hypera Ventures

Objetivo



- Complementar nossa atuação em modelos que irão disruptar o Mercado de Saúde;
- Agregar capacidades estratégicas que alavancem o negócio da Hypera (know-how, canais, produtos, serviços).

Característica dos Investimentos



- Empresas operacionais e com modelos de negócio comprovados;
- Negócios que possam se beneficiar dos ativos da Hypera;
- Investimentos na fase de Seed ou Series A.

Modelo de atuação



- Manter as empresas independentes;
- Atuar de forma próxima para acelerar o crescimento:
 - Acesso aos nossos principais ativos;
 - Troca de experiências.



Racional de Simple Organic

Mercado Atrativo

- Mercado de cosméticos grande e resiliente
- O segmento de produtos naturais, orgânicos e veganos é uma das principais tendências do setor

Diferencial Claro da Simple Organic

- Marca líder no segmento
- Portfólio robusto e de alta performance;
- Presença forte no digital

Sinergias com a Hypera

- Acelera entrada no segmento de produtos naturais, veganos e orgânicos (vs. interno)
- Complementariedade de canais
- Acesso aos *millenials*

Simple Organic

HypeDay



O que esperar da Estratégia Digital da Hypera em 2021

**Reforçar
o negócio
atual**

- Acelerar a captura de resultados
- Gerar novas oportunidades

**Renovar
o negócio
atual**

- Ampliar o share nos clientes atuais
- Alcançar diretamente novos clientes
- Criar novas fontes de receita

**Criar
novos
negócios**

- Acelerar os negócios investidos
- Novos investimentos estratégicos

Closing Remarks

HypeDay



Prioridades estratégicas para os próximos 3 anos



Crescimento

- *Sell-out* significativamente acima do mercado
- Lançamentos e novas oportunidades de canal de distribuição
- *Bolt-on M&As*



Lucratividade

- Recuperação dos níveis históricos de lucratividade
- Otimização de OPEX e CAPEX



Geração de caixa

- Foco no retorno de caixa para os acionistas
- Desalavancagem de curto prazo após M&As

Guidances 2021

➤ **RECEITA LÍQUIDA**
R\$ 5.900 MILHÕES

➤ **EBITDA AJUSTADO¹**
R\$ 2.000 MILHÕES

➤ **LUCRO LÍQUIDO DAS OP. CONTINUADAS**
R\$ 1.550 MILHÕES



HypeDay

