



CIMED

Resultados 2022

CIMED & CO

RELATÓRIO DA ADMINISTRAÇÃO

Mensagem do Conselho de Administração

Na Cimed&CO, nós estamos trabalhando para melhorar a saúde e bem estar dos brasileiros por meio de produtos de alta qualidade com acessibilidade, apoiando os brasileiros em todos os momentos de suas vidas.

2022 foi mais um ano de resultados excepcionais e com o avanço de nossa estratégia, continuamos crescendo nossa receita, lucro líquido e geração de caixa mesmo em um ambiente macroeconômico desafiador e com o *ramp-up* de uma fábrica nova.

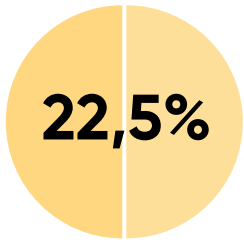
Nossa receita líquida cresceu de forma orgânica 22,5%, 2x mais que o mercado farmacêutico*. Continuamos a liderar o nosso mercado participativo tanto em unidades vendidas como em faturamento junto ao consumidor final, ganhando *share* em 70% dos nossos mercados, conforme auditoria do IQVIA, afirmando o nosso posicionamento - **CIMED É LÍDER. TODOS OS DIAS.**

Iniciamos a operação de nossa nova fábrica e completamos a maior parte da transferência de tecnologia, totalizando em 2022 uma produção total de 80 milhões de unidades, ainda abaixo da capacidade ideal, gerando um impacto temporário de GGF e de *ramp-up* no resultado de R\$ 28 milhões, e ainda assim, crescemos nosso EBITDA superando o nosso orçamento.

Em resumo, nós excedemos todos os nossos *targets* do ano em busca da realização do nosso propósito: **"PROPORCIONAR SAÚDE E QUALIDADE DE VIDA PARA TODOS OS BRASILEIROS".**

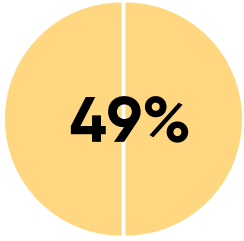
* Consiste no mercado total farmacêutico conforme informado pelo IQVIA ref. DEZ/22

¹ Crescimentos comparados com as demonstrações financeiras de 2021 combinadas e publicadas em 10 de março de 2022



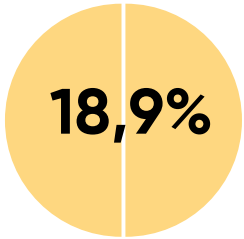
22,5%

Crescimento da receita líquida¹



49%

Crescimento da geração de caixa¹ operacional ajustado



18,9%

Crescimento do EBITDA ajustado¹

Nos últimos 4 anos a empresa adicionou mais de R\$ 1 bilhão na sua receita líquida e R\$ 300 milhões de EBITDA, aumentando em mais de 10 pontos percentuais a margem EBITDA de forma orgânica. Os nossos resultados e o compromisso com a nossa estratégia nos dá confiança de que vamos superar os nossos desafios futuros. Sabemos que 2023 será um ano ainda com obstáculos na cadeia de suprimentos, câmbio, pressões inflacionárias e normalização da demanda de mercado. Para lidar com as incertezas e obstáculos, iremos reforçar a execução da estratégia ACESSO.

Acelerar inovação

Continuaremos com a nossa agenda de transformação digital com projetos que aumentam nossas vantagens competitivas no setor e trazem maior eficiência para nossos processos internos. Além disso, iremos acelerar o lançamento de novas moléculas, extensões de marcas líderes e criação de novas categorias de consumo no canal.

Continuar crescendo 2x o mercado

Seguiremos com o nosso posicionamento - **CIMED É LÍDER. TODOS OS DIAS.** - e continuaremos buscando ganho de share com o foco em nossos mercados estratégicos que nos proporcionou a crescer 2x mais em relação ao mercado nos últimos anos. Nós sabemos como vencer no canal farma, por meio de produtos de alta qualidade, acessibilidade para o consumidor, rentabilidade para o varejo e força de distribuição. A entrega e evolução contínua desses 4 fatores é fundamental para o crescimento acelerado e sustentável do negócio.

Expandir para novos canais

Com foco em explorar mercados já existentes de nossas marcas líderes, iniciamos a expansão para novos canais estratégicos.

Ser protagonista

O nosso maior ativo são as pessoas. Estamos comprometidos em fortalecer cada vez mais a nossa cultura, com o objetivo de empoderar nossa liderança tornando-a cada vez mais dona do nosso propósito, agilizando a tomada de decisão e buscando inclusão e igualdade.

Superar Resultados

Somos inconformados pela busca de melhores resultados e nunca nos limitamos aos *targets* pré definidos. Buscaremos sempre a entrega de superação de todos os indicadores da empresa.

Otimizar eficiência

É necessário aumentar a produtividade da empresa para lidar com os efeitos da cadeia de suprimentos e inflação, investir para fortalecer nossas marcas e vantagens competitivas e impulsionar o crescimento sustentável de nossos resultados, incluindo uma expansão de margem.

Nós estamos confiantes na execução da nossa estratégia. Estamos focados nos nossos desafios futuros e continuaremos entregando crescimento orgânico sustentável a longo prazo e crescimento adicional de novas iniciativas. Também iremos melhorar significativamente nossas estruturas de custo e despesas, gerar um forte fluxo de caixa e empregar capital estrategicamente. Além disso, ganha destaque nosso forte compromisso com a contínua evolução de nossos níveis de governança de acordo com práticas de empresas AAA.

Somos orientados pelo nosso propósito com os nossos clientes e consumidores no centro da nossa operação. Essas são as principais razões pelas quais a Cimed&CO obteve e continuará entregando resultados excepcionais. Com o nosso portfólio diversificado de marcas líderes de mercado, verticalização da operação, relacionamento com o pequeno varejo, escala operacional, eficiência em *go-to-market*, cultura do Sangue Amarelo e saúde financeira, temos certeza de que nossa evolução será contínua.

Agradecemos a todos os nossos colaboradores, representantes, fornecedores, parceiros e clientes pelo seu compromisso com nosso propósito, valores e princípios. Estamos confiantes de que vocês irão contribuir para um excelente 2023 .



Nicola Calicchio

Presidente do Conselho de Administração.

DESTAQUES



DESTAQUES

Receita Líquida

R\$ 1.938MM

(+22,5% vs 2021)

EBITDA (ajustado)

R\$ 479MM

(+18,9% vs 2021)

ROCE

(ajustado)

40,7%

Lucro Líquido

(ajustado)

R\$ 268MM

(+4,9% vs 2021)

Geração de caixa

operacional (ajustado)

R\$ 383MM

(+49% vs 2021)

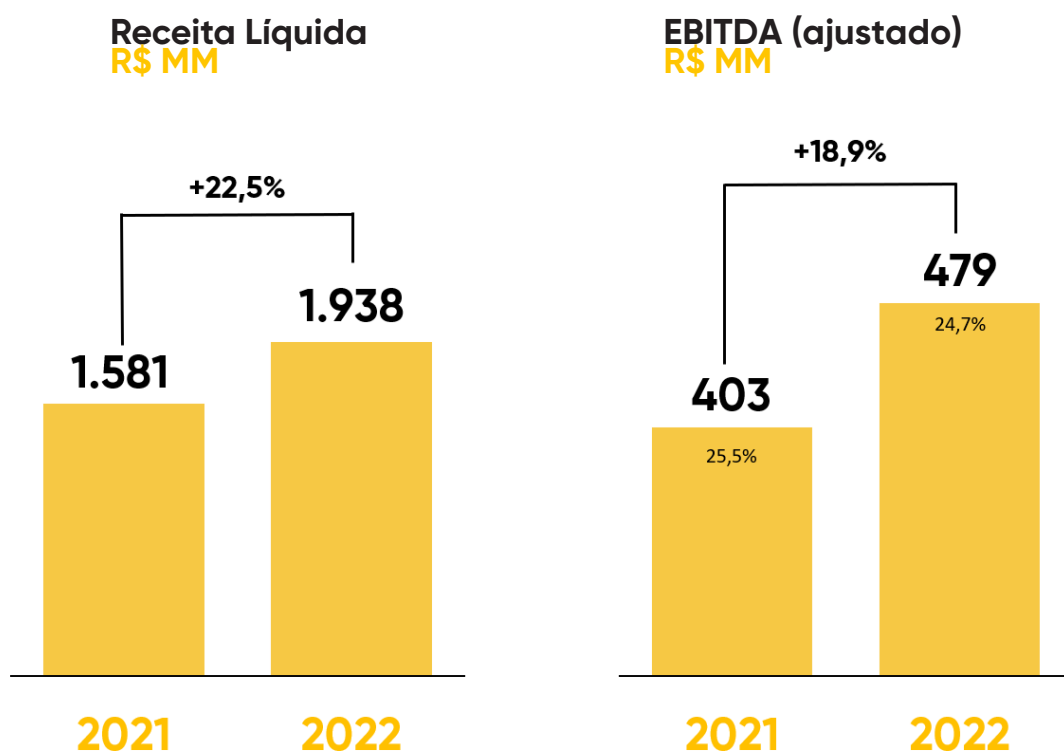
- CD** Evoluímos nossos níveis de governança. Divulgamos o nosso primeiro *rating* de crédito, sendo a primeira farmacêutica brasileira a realizar com a Moodys, recebendo um AA. Trouxemos Nicola Calicchio, nosso primeiro presidente do Conselho de Administração independente. Adicionalmente, Denis Almeida, também passou a integrar o nosso conselho como membro independente;
- CD** Iniciamos a operação da nossa nova unidade fabril em Pouso Alegre e o processo de transferência tecnológica está quase finalizado. Em 2022, produzimos 80MM de unidades na nova unidade;
- CD** Estamos praticamente concluindo o nosso projeto de reorganização societária, que já realizou 25 incorporações de entidades jurídicas e absorções de operações, simplificando nossas estruturas e gerando sinergias para todas as áreas;
- CD** Progredimos com a nossa agenda digital, com o lançamento do CIMED TECH e da nossa nova plataforma de vendas para os nossos representantes, desenvolvida internamente em conjunto com a Salesforce;
- CD** Evoluímos nosso modelo de vendas para o varejo independente, alterando nosso modelo de atendimento, aumentando o nosso número de representantes e trazendo tecnologia para o processo de contratação;
- CD** Redesenhamos os nossos valores culturais de acordo com o planejamento estratégico da companhia e evoluímos com as nossas plataformas de treinamento interno.

*Crescimentos financeiros são resultados do comparativo com as demonstrações financeiras de 2021 combinadas e publicadas em 10 de março de 2022.

PRINCIPAIS INDICADORES

2022 foi mais um ano de excelentes resultados, com a Receita Líquida crescendo 22,5% de forma orgânica quando comparado com 2021, chegando a R\$ 1.938MM, acima do *guidance* da empresa em 7%. Esse desempenho foi impulsionado pela unidade de Medicamentos, com destaque para Genéricos, com crescimento em *sell-out* orgânico em 6,2 pontos percentuais acima do mercado e de OTC com crescimento de faturamento de 49% em comparação com ano anterior, impulsionado pela alta demanda de antigripais e medicamentos para doenças respiratórias. Além disso, tivemos uma excelente performance de nossos produtos de higiene e beleza com crescimento em *sell-out* orgânico superior ao dobro do mercado.

Evoluímos em todos os nossos canais de atuação com destaque para o varejo independente que cresceu 27% em faturamento em comparação com 2021 e para o canal B2C que em 2022 já se tornou rentável.



*Crescimentos financeiros são resultados do comparativo com as demonstrações financeiras de 2021 combinadas e publicadas em 10 de março de 2022. Valores financeiros de 2021 de acordo com as demonstrações financeiras de 2021 combinadas e publicadas em 10 de março de 2022.

O crescimento da nossa receita foi impactado pela nossa capacidade produtiva que foi restrita durante o ano devido à transferência de tecnologia para a fábrica nova, resultando em um volume de vendas 1,8% menor do que o ano anterior. Dessa forma, tivemos um alto volume de demanda reprimida e a necessidade de suspender a venda de alguns SKUs. No entanto, excedemos nosso resultado em função da melhoria de *MIX* e estratégia de precificação, aumentando o nosso preço líquido em 25% quando comparado com o ano anterior.

O EBITDA ajustado cresceu 18,9% em comparação com ano anterior atingindo R\$ 479MM e 24,7% de margem EBITDA com um impacto de R\$ 24MM de custo fixo da nova unidade que produziu uma parcela de sua capacidade totalizando 80MM de unidades. Além disso, houve um impacto de R\$ 28 MM do *ramp-up* da fábrica nova já excluídos do resultado ajustado. Ademais, o resultado foi afetado pela alta de câmbio e pressões inflacionárias, mas continuamos controlando nossos gastos e despesas com austeridade e absorvendo os ganhos de eficiência tributária que geraram +0,5 pontos percentuais de margem EBITDA ajustado. Ademais, a evolução de nosso modelo de atuação no canal independente gerou +1,1 pontos percentuais de margem EBITDA ajustado com ganhos de despesas variáveis.

R\$'MM	2022 ¹	% RL	2021 ²	% RL	Δ (%)
Receita Líquida	1.937,9	100,0%	1.581,4	100,0%	22,5%
Custo de Produtos Vendidos	-922,5	-47,6%	-773,8	-48,9%	19,2%
Lucro Bruto	1.015,4	52,4%	807,6	51,1%	25,7%
Despesas Operacionais	-591,2	-30,5%	-453,4	-28,7%	30,4%
Depreciação e amortização	54,4	2,8%	48,6	3,1%	11,9%
EBITDA ajustado	478,6	24,7%	402,8	25,5%	18,8%
Depreciação e amortização	-54,4	-2,8%	-48,6	-3,1%	11,9%
Resultado financeiro	-128,2	-6,6%	-53,0	-3,4%	141,8%
LAIR ajustado	296,0	15,3%	301,2	19,0%	-1,7%
IR e Contribuição social ajustado	-28,4	-1,5%	-46,1	-2,9%	-38,3%
Lucro Líquido do exercício ajustado	267,6	13,8%	255,1	16,1%	4,9%
Itens extraordinários	-48,8	-2,5%	-12,0	-0,8%	n/a
LAIR	247,2	12,8%	289,2	18,3%	-14,5%
IR e Contribuição social	-23,6	-1,2%	-46,4	-2,9%	n/a
Lucro Líquido do exercício	223,6	11,5%	242,8	15,4%	-7,9%

¹ DRE de acordo com as demonstrações financeiras consolidadas, considerando os efeitos da reorganização societária

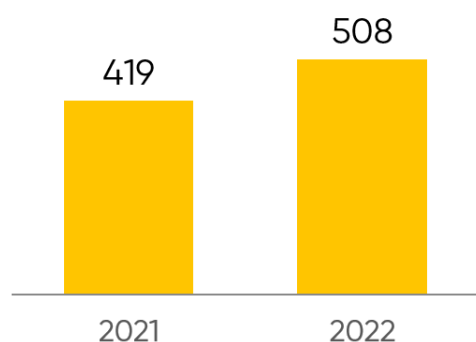
² DRE de acordo com as demonstrações financeiras combinadas e publicadas em 10 de março de 2022

O Lucro Líquido ajustado cresceu 4,9%, representando 13,8% da Receita Líquida. O resultado foi impactado pelo aumento da taxa de juros que afetou diretamente nossas despesas financeiras. Em relação aos riscos financeiros, continuamos com uma gestão da exposição cambial através de uma política efetiva de hedge de fluxo de caixa.

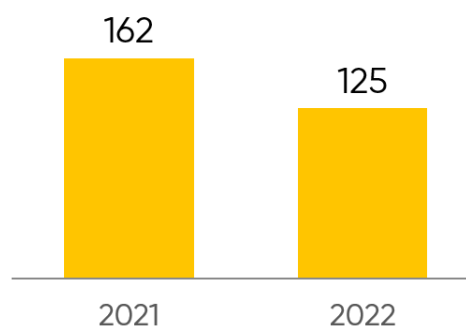
Finalizamos o ano com uma posição de caixa forte reforçando a nossa posição de alta liquidez. O Fluxo de Caixa Livre foi de R\$ 508MM, 21,2% acima do ano passado, resultado de otimizações do Capital de Giro, mesmo com um aumento dos dias de estoque dado políticas para rápida adaptação a demanda de mercado. A Geração de Caixa Operacional foi de R\$ 383MM, 49% acima do resultado em 2021, dado as finalizações dos investimentos na nova unidade fabril. Além disso, mesmo com o aumento da taxa de juros conseguimos manter a nossa alavancagem ligeiramente abaixo de 1x EBITDA.

Continuamos nossas atividades no mercado de capitais, seguindo a nossa primeira emissão de debêntures realizada em 2021, com a segunda emissão no montante de R\$ 100 MM com taxa de CDI + 1,80%, carência de 3 anos para o principal e vencimento em 2027. Os recursos foram captados como reforço de capital de giro, permitindo acelerar nossos investimentos no futuro e alongar dívidas de curto prazo.

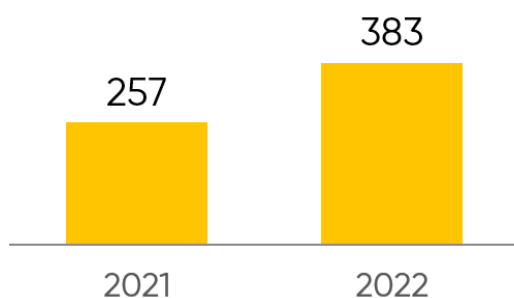
Fluxo de caixa livre¹
R\$'MM



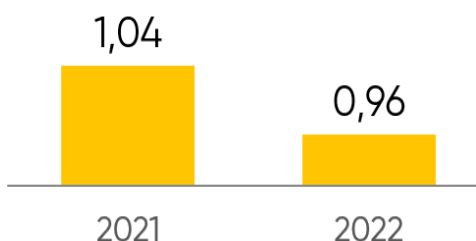
Capex
R\$'MM



Geração de caixa operacional²
R\$'MM



Alavancagem
Dívida Líquida/ EBITDA ajustado



¹Fluxo de caixa livre = EBITDA ajustado - Variação do capital de giro

²Geração de caixa operacional = Fluxo de caixa livre - CAPEX

Valores financeiros de 2021 de acordo com as demonstrações financeiras de 2021 combinadas e publicadas em 10 de março de 2022 e valores de 2022 ajustados

PORTFÓLIO INOVAÇÃO



PORTFÓLIO & INOVAÇÃO



Unidade de Medicamentos: crescimento de 38,5% e 14,9% de índice de inovação. Nós dividimos a unidade de medicamentos em Genéricos, Equivalentes e OTC, ou seja, todas as categorias de produto que podem ser apenas vendidas no varejo farmacêutico.

Genéricos e Equivalentes ultrapassou a marca de R\$ 870MM em faturamento, representando 36% do faturamento e 47% do volume de vendas da empresa. Em 2022, a divisão cresceu 31% com um aumento significativo de preço de 37% e lançamentos representativos.

No ano de 2022, foram lançadas 8 moléculas e 18 apresentações, encerrando o ano com 77 moléculas ativas no portfólio. Atualmente, existem 423 moléculas no mercado de genéricos e com o portfólio atual participamos de 57% do mercado em unidades e 51% do mercado em valor, mesmo assim, em 2022 fomos o 6º maior laboratório de genéricos em valor ao consumidor, dado que somos líderes em nosso mercado participativo com maior crescimento em *sell-out* entre os 10 principais laboratórios.

As principais avenidas de crescimento da categoria são a expansão de nossa capacidade produtiva de sólidos, já endereçada pela nova unidade fabril, e a expansão do portfólio para mercados estratégicos, acelerada por parcerias de novos negócios iniciadas em 2022 e já com previsão de lançamento para 2023 de 4 moléculas.

A categoria de OTC representou 31% do faturamento e 30% das unidades vendidas em 2022 e foi extremamente impactada pelas ondas de doenças respiratórias, provocando um crescimento de 56% do faturamento em relação a 2021. Mesmo assim, perdemos *market share* dado a nossa restrição de capacidade produtiva com o processo de transferência de tecnologia e validação necessário para iniciar a operação da fábrica nova. Contudo, continuamos sendo líderes em nosso mercado participativo em valor ao consumidor e 3º maior laboratório do mercado total de OTC.

*Valores de mercado de acordo com auditoria do varejo do mercado farmacêutico brasileiro em CPP e UNID informados pelo IQVIA ref. MAT dez/22

Medicamentos



Consumo

Nosso portfólio é composto por 36 mercados, nos quais somos líderes de 6 mercados e entre os top 3 em 15 mercados. Cimegripe é nossa principal marca da categoria e líder do mercado de antigripal com 25,7% de market share em valor, seguida de Loratamed, líder do mercado de loratadina com 71% de *market share* em valor. O portfólio também é composto por outras marcas líderes ou vice líderes de mercado como Nevralgex, Ambroxmel, Ciflogex, Kuramed e Babymed.

Além de fortalecer nossas marcas através da força de distribuição e estratégias de marketing, lançamos novas marcas em novas categorias como foi o caso do Pralívio, marca de ibuprofeno em cápsulas em gel, adentrando um mercado de R\$ 338MM das concentrações lançadas, mas iniciando uma marca em um mercado de ibuprofeno de R\$ 950MM.

Em OTC, vamos continuar fortalecendo nossas marcas já estabelecidas, entrar de forma mais intensa em mercados ainda não aproveitados e expandir para novos mercados através da expansão da capacidade produtiva, velocidade de P&D e força de nossa distribuição com investimentos em marketing e trade estratégicos em marcas selecionadas.

*Valores de mercado de acordo com auditoria do varejo do mercado farmacêutico brasileiro em CPP e UNID informados pelo IQVIA ref. MAT dez/22

Unidade de Consumo: queda de 12% de faturamento com 11,1% de índice de inovação. A unidade de Consumo é composta pelas categorias que podemos vender fora do varejo farmacêutico – Higiene e Beleza (HB) e Vitaminas.

A unidade de consumo foi muito impactada pela desaceleração de Vitaminas. Em 2019, o mercado de vitaminas crescia à 6% ao ano em valor ao consumidor, no entanto durante os anos de 2019 a 2021 o mercado apresentou um CAGR de 23% dado o efeito da pandemia. Com a normalização da situação, a demanda em valor ao consumidor teve uma queda de 14% em 2022, ajustando o CAGR dos últimos 5 anos para 8% similar ao período pré pandemia. Nesse cenário, o faturamento de vitaminas da companhia caiu 30% em comparação à 2021, com uma queda de apenas 6% do preço médio de vendas, dado os esforços de posicionamento da marca.

Lavitan continua sendo a marca líder do mercado de vitaminas e terá um novo posicionamento de marca para retomar seu crescimento e a penetração do mercado de vitaminas no Brasil. Lavitan será posicionada como uma *superbrand* de bem-estar, com uma extensão de linha para suplementos alimentares e produtos do universo de saúde. Além de uma campanha de investimento em marca iniciada na copa do mundo através do patrocínio oficial da seleção brasileira. Apenas no período da Copa do Mundo, as nossas redes sociais tiveram um alcance de 125 MM de impressões. A campanha continua em 2023, com o patrocínio ao programa da Rede Globo apresentado pelo Luciano Hulk, *The Wall*, no horário mais nobre da televisão brasileira e uma forte campanha digital.

E em 2022, Aceviten conquistou o primeiro lugar no ranking de vitamina C, mercado de R\$ 819MM, através da estratégia de distribuição e extensões de linha, como foi o caso de Aceviten Gotas e Aceviten Comprimido Mastigável.

*Valores de mercado de acordo com auditoria do varejo do mercado farmacêutico brasileiro em CPP e UNID informados pelo IQVIA ref. MAT dez/22

Em Higiene e Beleza continuamos o trabalho de consolidar e criar marcas líderes e em 2022 crescemos o *sell-out* orgânico mais do que o dobro do crescimento do mercado participativo, ganhando uma posição no *ranking* nós estabelecendo como o segundo maior laboratório do nosso mercado participativo, projetando assumir a liderança em 2023.

O nosso portfólio atual é composto por 11 mercados, sendo que estamos no top 3 de 7 mercados. Alguns destaques da categoria são Calamed, marca líder do mercado de pós sol com 70,5% de *market share* em valor e crescendo mais do que três vezes o crescimento do mercado. K-Med, marca de lubrificante íntimo com 47% de *market share* em valor crescendo acima do mercado. Dermafeme, marca de sabonete íntimo, que com a estratégia assertiva de comunicação de 2022, cresceu seu *sell-out* em 17%, enquanto o mercado cresceu 4,9% e já assume a liderança do mercado em valor no último trimestre do ano. Acnezil com crescimento de 22,3% de *sell-out*, enquanto mercado cai 11,2%. Nossa marca de Acne ainda é a sétima no *ranking* em *sell-out* ao consumidor, mas já ocupa o segundo lugar em unidades e logo assumirá o mercado em volume. Outro destaque é o Xô Inseto, marca de repelente de insetos, que cresceu mais do que duas vezes o mercado e também logo assumirá a liderança de mercado.

Continuamos inovando na categoria e lançamos o produto de Higiene e Beleza mais comentando no mercado, o Puzzy, a primeira deo-colônia íntima do Brasil, em conjunto com a cantora Anitta, com mais de 320 matérias e um alcance de 27MM de pessoas nas redes sociais. Nos primeiros 6 meses de lançamento foram vendidas mais de 340 mil unidades o equivalente a aproximadamente R\$ 27 MM ao preço consumidor. Este foi o primeiro lançamento da empresa no digital e as vendas online representaram 9% do total vendido. Além disso, foi o primeiro lançamento internacional da companhia, iniciando suas vendas nos Estados Unidos em Novembro e com um plano de expansão para outros continentes.

Continuamos investindo na construção da força da marca Cimed. Em 2022, realizamos o maior evento de vendas e empreendedorismo do Brasil com mais de 6 mil pessoas e 12 horas de conteúdo. Investimos em nossa estratégia de redes sociais, alavancada pela figura do João Adibe e da Karla, somando mais de 4MM de seguidores em nossas principais redes e mais de 222MM de impressões. Evoluímos o nosso canal B2C e finalizamos 2022 com mais de 250 mil clientes em nosso site e mais de 3MM de visitas.

*Valores de mercado de acordo com auditoria do varejo do mercado farmacêutico brasileiro em CPP e UNID informados pelo IQVIA ref. MAT dez/22

GOVERNANÇA CORPORATIVA

Governança corporativa é uma prioridade estratégica para nós e evoluímos de forma significativa em 2022:

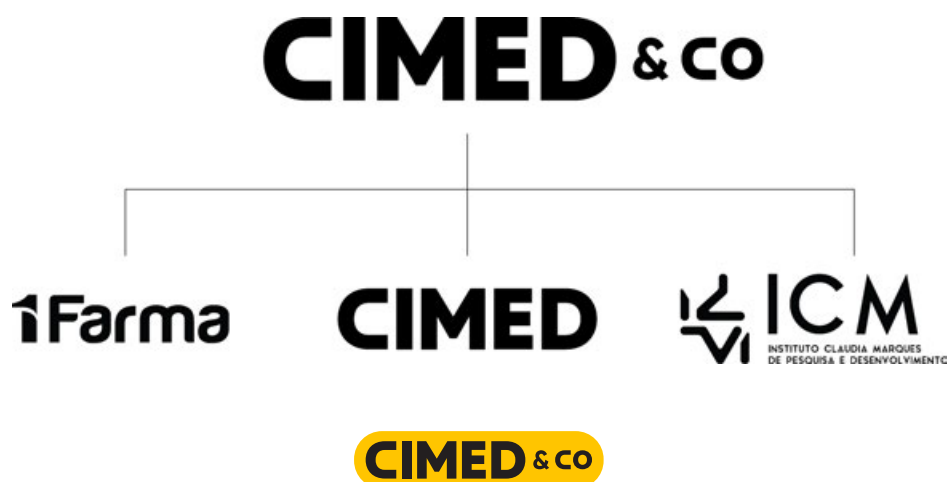
-  Estamos próximos da conclusão do nosso projeto de reorganização societária que concentrou mais de 30 CNPJs em apenas 4 CNPJs com objetivos específicos, viabilizando a adoção de modelo de negócio aderente ao nosso propósito e transformou a empresa em uma Sociedade Anônima de Capital Fechado resultando na criação da Cimed&Co;
-  Trouxemos um presidente independente para o Conselho de Administração, Nicola Calicchio, que possui ampla experiência com uma longa carreira na McKinsey, sendo o brasileiro a ocupar os cargos mais seniores na história da empresa;
-  Adicionamos mais um membro independente ao Conselho de Administração, Denis Caldeira de Almeida, com conhecimento do setor de tecnologia e ESG com experiências como executivo sênior no Google, Facebook, QuintoAndar e Addi;
-  Redesenhamos nossos comitês, alinhados com a nossa estratégia futura, estabelecendo o comitê de GRC, comitê de ESG, comitê Financeiro, comitê de estratégia, comitê de pessoas e comitê de tecnologia;
-  Criamos a cadeira de Chief Technology Officer e a cadeira de Chief People Officer, estabelecendo ainda mais nosso compromisso com a agenda de transformação digital e de cuidados com as pessoas;
-  Atualizamos o nosso código de conduta e revisamos todas as nossas políticas de acordo com as melhores práticas do mercado;
-  Reestruturamos nosso canal de denúncias internas com novos fluxos e melhores práticas de anonimidade;
-  Evoluímos nossa área de Riscos para constituir uma área de GRC (Governance, Risk and Compliance) com um report direto ao Presidente do Conselho de Administração;

-  Criamos nossos objetivos de sustentabilidade com planos de ação para os próximos 5 anos, em linha com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e indicadores alinhados com instituições globais e publicamos o nosso primeiro relatório de sustentabilidade de acordo com padrões Global Reporting Initiative (GRI) e Sustainability Accounting Standards Board (SASB);
-  Revisamos a nossa cultura, redesenhando nossos valores de acordo com a nossa estratégia de crescimento futura;
-  Reestruturamos os indicadores de bônus da companhia incluindo metas estratégicas definidas pelo conselho de administração e metas de retenção de pessoas para toda a liderança, reforçando a nossa agenda de capital humano.

Nova estrutura organizacional



Nova estrutura societária



GESTÃO PESSOAS



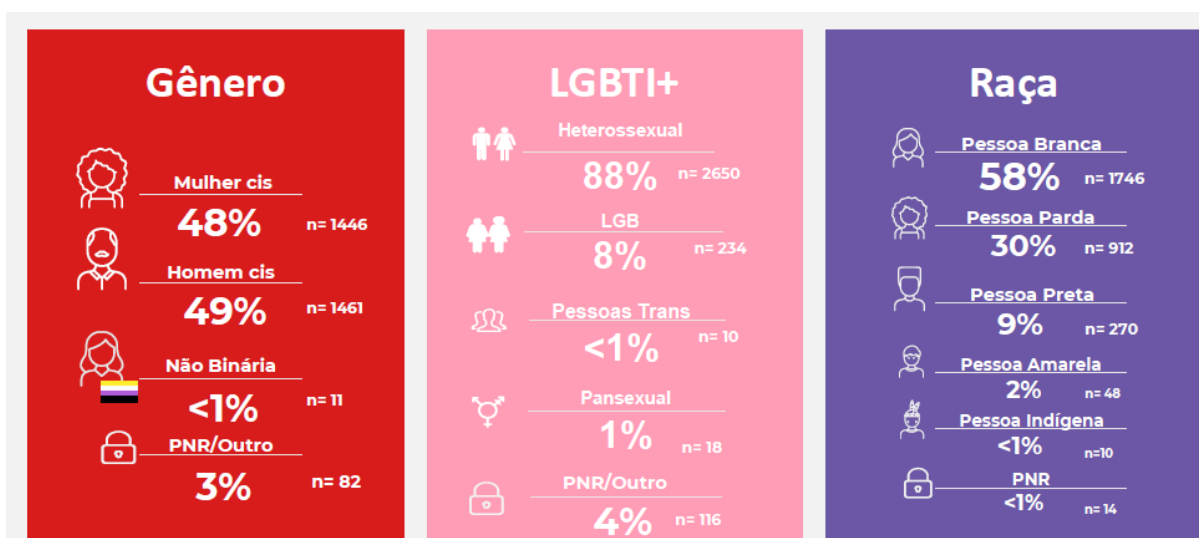
GESTÃO DE PESSOAS

Pessoas são nosso maior ativo e através delas tornamos nosso propósito realidade. Fechamos o ano de 2022 com 4,2 mil colaboradores e 938 representantes em nossa equipe comercial. 48% dos nossos colaboradores são mulheres e 34% no nível de liderança, valores que buscamos crescer todos os anos, refletindo o nosso compromisso pela busca de igualdade de gênero. 18% dos nossos colaboradores possuem mais de 7,5 anos de casa, 35% entre 2,5 anos até 7,5 anos e 47% até 2,5 anos de casa. Por consequência, focamos nos últimos tempos em reforçar a nossa cultura e redesenhamos os nossos valores de acordo com nosso plano estratégico futuro.

Nossos Valores:



Demografia de colaboradores CIMED:



PROPÓSITO E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Sabemos do papel e responsabilidade que temos com a nossa comunidade e pela primeira vez estruturamos nossos objetivos, métricas e planos de ação para os próximos 5 anos de nossa agenda ESG, de acordo com uma matriz de materialidade construída em conjunto com os nossos stakeholders. Para mais informações, você pode ler nosso Relatório de Sustentabilidade de 2022 que será publicado em março. Esses são temas prioritários para a empresa e os principais acontecimentos em 2022:

Acessibilidade de medicamento:

- CD 70 moléculas genéricas no portfólio.** Somos a única indústria farmacêutica das 10 maiores do país* a não possuir propaganda médica. Nós lançamos apenas genéricos no mercado, pois acreditamos que a população brasileira merece o tratamento mais acessível;
- CD Verticalização para gerar acessibilidade.** Buscamos internalizar processos e etapas da cadeia que dão margem para terceiros para colocar produtos 3-10x mais acessíveis para o consumidor.
- CD Cultura guiada pelo nosso propósito.** Respiramos nosso propósito todos os dias e todos colaboradores trabalham para transformá-lo em realidade.

*Conforme ranking do varejo do mercado farmacêutico brasileiro em valores vendidos ao consumidor informados pelo IQVIA ref. dez/22

PROPÓSITO E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Diversidade e igualdade:

- CD** **48% de nossos colaboradores são mulheres**, 34% de nossa liderança e 29% do nosso conselho de administração é feminina. Estamos comprometidos com aumento dessas taxas para o futuro;
- CD** **Claudia Marques Primeiros Passos** é uma creche para os nossos colaboradores em Pouso Alegre, que atende aproximadamente 150 alunos e apoia nossas colaboradoras a voltarem da maternidade com maior facilidade;
- CD** **Realizamos o nosso primeiro censo de diversidade** com o objetivo de mapear nossas oportunidades de melhoria e começar a trabalhar o aumento de nossa diversidade geracional, de orientação afetivo-sexual, de pessoas com deficiência e racial.

Comprometimento com a comunidade:

- CD** **Somos a maior empregadora de Pouso Alegre**, cidade sede das nossas duas plantas industriais. Estamos comprometidos com a melhoria da comunidade da cidade, sendo assim, mantemos o suporte financeiro à Associação de Promoção do Menor que acolhe e educa cerca de 500 jovens em situação vulnerável e de baixa renda.
- CD** **Projeto Conservatório Tom Music** existe desde 2020 e apoia cerca de 200 crianças, que possuem aulas semanais de instrumentos musicais e de canto. Sem idade mínima ou máxima para participar da iniciativa, o projeto tem como objetivo expandir os horizontes das crianças de Pouso Alegre colocando-as em contato com o universo musical.

PROPÓSITO E RESPONSABILIDADE SOCIAL

Responsabilidade ambiental:

- CD Rumo ao Aterro Zero.** Atualmente, 87% dos nossos resíduos são reciclados ou reutilizados, apenas 0,74% dos nossos resíduos são aterrados e estamos caminhando para zerar esse valor. Em 2022, deixamos de enviar 766 toneladas de resíduos para aterros.
- CD Tratamento em média 190 mil litros de efluentes por dia** retirando 91% dos resíduos químicos.
- CD 100% da energia elétrica consumida nas fábricas é renovável.**
- CD Recebemos o recertificado da ISO 14.001** que obtemos desde 2013 e continuamos otimizando nossos processos e melhorando nossos controles para minimizar os impactos ambientais da nossa operação.

Transformando nossas marcas para impactar as comunidades

- CD Dermafeme encarou a luta da pobreza menstrual no Brasil.** Investimos mais de R\$ 500 mil por meio da ONG Plan para auxiliar com o fim da pobreza menstrual e criamos campanhas digitais com influenciadoras que somam mais de 100MM de seguidores para divulgar a causa.
- CD Lavitan buscou incentivar hábitos saudáveis.** A marca número 1 de vitaminas do Brasil, criou campanhas digitais para promover hábitos saudáveis com alcance de 20MM de pessoas. Criamos iniciativas para promover a saúde de nossos colaboradores como o Lavitan Run Club, grupo de estímulo a corrida, e acesso à telemedicina com nutricionistas e terapeutas.



INVESTIMENTOS



CIMED

CIMED & co

INVESTIMENTOS

Em 2022, finalizamos os investimentos em nossa fábrica nova contabilizando, nos últimos 3 anos, mais de R\$ 300MM em sua construção, sendo que apenas em 2022 foram gastos R\$ 79MM para finalizar a obra e comprar novos equipamentos. A nova unidade fabril já está produzindo e em 2023 produzirá mais de 230MM de unidades. Ademais, embarcamos novas tecnologias em nossos Centros de Distribuição gerando maiores eficiências de picking.

Além disso, evoluímos com nossa transformação digital. Finalizamos a implementação do CRM da Salesforce e lançamos nossa plataforma de vendas própria com *squads* internos, garantindo a constante evolução de nossa interface direta com os nossos representantes e clientes. Também fizemos investimentos significativos em segurança da informação, mitigando e eliminando riscos de ataques cibernéticos.

Continuamos nossos investimentos em P&D com mais de 400 projetos abertos a serem lançados nos próximos anos, com objetivo de aumentar o nosso mercado participativo que atualmente é menor do que 30% do mercado farmacêutico.



Nova fábrica de sólidos em Pouso Alegre - MG

NOSSO FUTURO

Nós sabemos como vencer no varejo do mercado farmacêutico. Construimos nossos diferenciais competitivos e vamos nos apoiar e evolui-los com tecnologia para continuar crescendo organicamente em ritmo acelerado.

Nossos pilares estratégicos continuam sendo:

-  Ser líder em nosso portfólio, com foco em categorias de produtos de alto potencial dentro das nossas unidades de negócios de Medicamentos e Consumo;
-  Gerir nosso portfólio acelerando a inclusão de novas moléculas e lançamentos de produtos de consumo;
-  Avançar em transformação digital em 4 frentes; automação industrial, eficiência e produtividade do *backoffice*, logística e distribuição otimizada e estratégia *omnichannel* com foco em nosso cliente;
-  Inovar em todos os nossos processos:
 - Aumentar a nossa eficiência e reduzir nossa estrutura de custos com substancial escala operacional no nosso modelo de verticalização;
 - Fortalecer todos os nossos canais de vendas, especialmente o independente, aprimorando o *social selling* com apoio de tecnologia e treinamento contínuo dos nossos representantes;
-  Cuidar das nossas pessoas e fortalecer a nossa cultura empreendedora atingindo resultados desafiadores e fazendo a

"Cimed líder. Todos os dias".

