

# Valor 1000

VALOR ECONÔMICO



2014

# 1000 MAIORES EMPRESAS

**E AS CAMPEÃS EM 26 SETORES E 5 REGIÕES**



# O DESEMPENHO DAS 26 CAMPEÃS SETORIAIS

**T**em sido nítido nesses últimos três anos o contraste entre o desempenho das campeãs em seus setores e o conjunto das empresas que compõem o ranking das mil maiores. Este ano não seria diferente, exceto pelo fato de a Petrobras integrar o grupo das vencedoras. O peso da maior empresa do país para se estabelecerem as médias faz com que os números tenham um equilíbrio diferente.

Sem a Petrobras, a comparação dos indicadores muda – e deixa mais clara a diferença que separa as empresas campeãs das demais. O exemplo mais evidente é o da rentabilidade patrimonial das 26

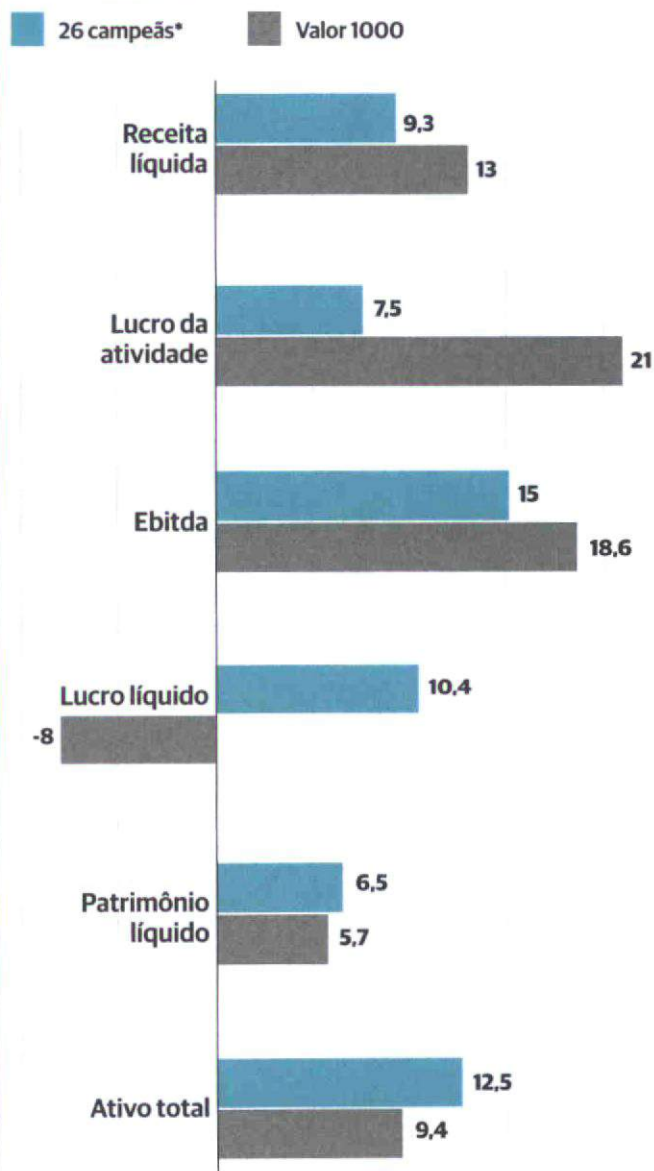
## COMPARAÇÃO COM OS INDICADORES DAS 1.000 MAIORES

campeãs, que salta de 9,3% para 30,8%, quando não se inclui a estatal. As margens, tanto do Ebitda como da atividade, também exibem diferenças acima de dez pontos percentuais. Para que não houvesse tanta diferença seria preciso que o desempenho da Petrobras fosse excepcional, o que, de fato, os números não mostram, sobretudo porque o setor de Petróleo e Gás perdeu fôlego em 2013.

De qualquer forma, é possível observar que as maiores empresas brasileiras não ficaram paralisadas diante do quadro de desaceleração da economia. As variações negativas do Ebitda (10,5%) e do lucro da atividade (23,1%), registradas em 2012, não se repetiram em 2013. A curva se inverteu para as mil maiores. O Ebitda cresceu 18,6% e o lucro da atividade foi 21% maior. O reflexo veio na última linha do balanço. No conjunto, as maiores corporações conseguiram reduzir a variação negativa do lucro líquido de -32,4% em 2012 para -8% em 2013.

As 26 campeãs, por sua vez, exibiram um desempenho operacional melhor do que em 2012. O lucro da atividade cresceu 7,5% ante 4,6% no exercício anterior. Sem a Petrobras, a variação é de 10,4%. O Ebitda cresceu 15%, ante 7,6% em 2012. Excluindo-se a estatal, a variação é de 12,4%. Pressionadas por aumentos nos custos e pelas despesas financeiras, as 26 campeãs registram uma variação menor no lucro líquido, que cresceu 10,4%, ante 12,6% em 2012. Mesmo sem a Petrobras, a variação (11,5%) é menor.

**Variações %**  
2013 sobre 2012

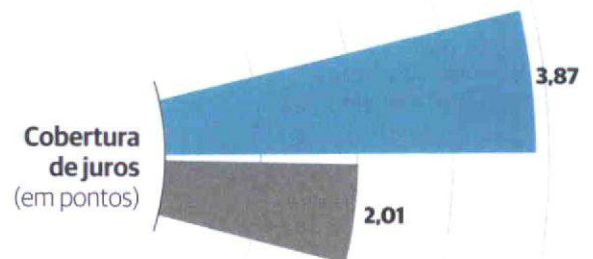
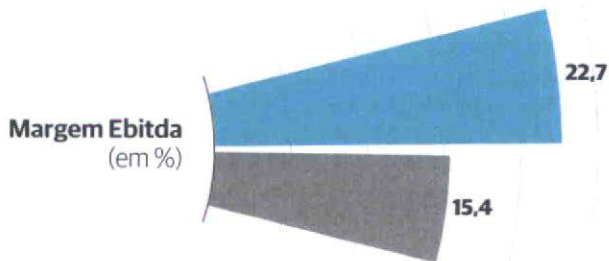
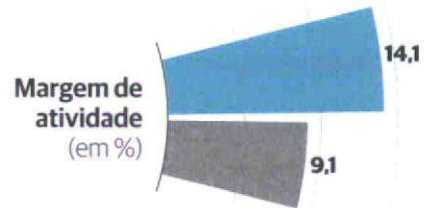
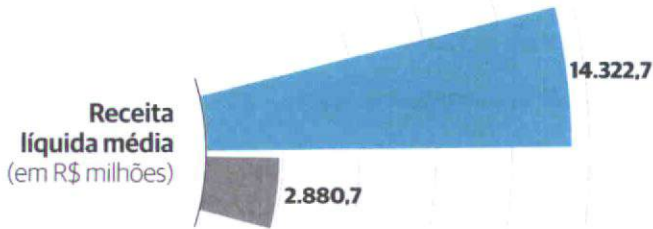


Fonte: anuário Valor 1000 (edição 2014). Elaboração: Valor Data.  
\*Empresa com a maior pontuação em oito quesitos em cada um dos 26 setores premiados na publicação

**Rubricas e indicadores**

Em 2013

■ 26 campeãs\*    ■ Valor 1000



# Investimento em pesquisa e parcerias

A EMS mantém 40 projetos em desenvolvimento por ano em três frentes de inovação Por Inaldo Cristoni

**A** receita da EMS para sustentar o crescimento de dois dígitos nos seus negócios e para manter-se no topo no ranking nacional do setor farmacêutico inclui a ampliação do escopo de investimentos em pesquisa e desenvolvimento, a instalação de novas unidades fabris e a busca de parcerias estratégicas com laboratórios multinacionais.

Alicerçada nestes três pilares, a estratégia da companhia tem por objetivo aumentar sua participação no mercado – fechou 2013 com uma fatia de 12,4% em faturamento e de 13,4% em unidades comercializadas – e consolidar a posição de liderança conquistada nos últimos anos. O balanço do ano passado apontou um desempenho 20% superior ao registrado no exercício 2012 e a empresa projeta um incremento de 25% na sua operação em 2014.

Com um amplo portfólio de medicamentos, que somam mais de 2,6 mil produtos, o laboratório tem uma estrutura operacional consolidada em cinco divisões. As mais representativas delas são a EMS Genéricos e a EMS Prescrição Médica, que, juntas, geram 70% do volume de negócios. Os 30% resultantes estão pulverizados entre as divisões EMS Marcas, EMS Hospitalar e EMS OTC (sigla em inglês de medicamentos isentos de prescrição), revela Marcus Sanchez, vice-presidente de marketing institucional da EMS.

A companhia mudou a sua aborda-

gem na área de P&D, para a qual destina 6% do faturamento anualmente. Antes muito dedicada ao desenvolvimento de similares de fármacos de referência com patentes expiradas, passou a atuar fortemente também em outras duas frentes. Uma delas é a de inovação incremental, cujos produtos são resultantes de novas associações e incorporação de tecnologias exclusivas no mercado brasileiro. A outra diz respeito à inovação radical, que tem como foco o investimento em empresas que desenvolvem medicamentos inovadores. Para tanto, foi criada no ano passado a Brace Pharma, com sede nos Estados Unidos. E desde 2006 a EMS mantém um acordo técnico-científico com o MonteResearch, da Itália, para o intercâmbio de conhecimento e tecnologia.

A meta da EMS é contar com 40 projetos ao ano em processo de desenvolvimento nas três frentes de pesquisa e desenvolvimento. Segundo Sanchez, uma vez protocolados na Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa), os registros dos produtos podem ser obtidos em 24 meses, em média. “No momento temos diversos protocolos de produtos de inovação incremental e de associação com registros concedidos, dos quais três já estão com registros concedidos”, acrescenta.

O executivo faz referência aos medicamentos Patz SL e Toragesic, que já estão em comercialização no mercado brasileiro, e ao Esogastro IBP, para tratamento da H-Pylori – bactéria bas-

tante comum que acomete o aparelho digestivo –, previsto para ser lançado no mercado brasileiro no mês de agosto. Na avaliação de Sanchez, a inovação incremental vai suportar o crescimento de dois dígitos da companhia nos próximos anos. Lançado em 2012, o Patz SL é utilizado no tratamento de insônia. Já o Toragesic é um analgésico de formulação exclusiva desenvolvida pela EMS e patenteado na Europa, Estados Unidos, México, Argentina e Brasil.

Com a Brace Pharma, a intenção é investir em pesquisas de novas moléculas e desenvolver produtos que seriam comercializados inicialmente nos Estados Unidos e, depois, no Brasil. “Escolhemos os Estados Unidos porque têm o mercado de inovação maduro e mais regulamentado”, explica Sanchez. Desde a sua criação, a Brace Pharma atua como importante veículo de intercâmbio técnico-científico, já que o fluxo de informações entre os integrantes do centro de P&D da EMS e universidades e cientistas norte-americanos tem sido intenso.

Mesmo com a liderança conquistada nos últimos anos, a EMS mantém uma postura agressiva de abocanhar uma fatia ainda maior do mercado. Um dos vetores para atingir esse objetivo é a expansão do complexo fabril. Com unidades ativas nos municípios paulistas de São Bernardo do Campo e Hortolândia, a companhia está investindo o equivalente a R\$ 600 milhões na construção de três novas unidades industriais em



Pesquisador na cabine de reator de alta potência, em São Paulo: investimento de R\$ 600 milhões para construir três novas fábricas

Jaguariúna (SP), na Zona Franca de Manaus e em Brasília.

Quando estas plantas estiverem em operação, até 2016, a EMS irá dobrar a sua capacidade de produção, que atualmente é de 55 milhões de caixas de comprimidos por mês. A unidade de Manaus terá capacidade para produzir 1,5 bilhão de comprimidos por mês. O laboratório de Jaguariúna concentrará alguns produtos do portfólio de cefalosporínicos, enquanto na unidade de Brasília serão produzidos antibióticos e hormônios.

As parcerias com laboratórios multinacionais são fundamentais na estratégia de expansão delineada pela EMS. O objetivo é formalizar acordos internacionais que resultem no licenciamento e comercialização de produtos exclusivos no Brasil. Ações nesse sentido já foram concretizadas neste ano a partir de uma aliança com o laboratório francês BioAlliance Pharma, especializado no desenvolvimento de fármacos para doenças oncológicas órfãs. O acordo resultou na oferta de um medicamento chamado Sitavig, voltado ao tratamento de herpes labial recorrente. Outra



Marcus Sanchez, VP de marketing da EMS

parceria foi firmada com o laboratório Iroko Pharmaceuticals Inc., dos Estados Unidos, para a comercialização do Zorvolex em cápsulas, que é indicado para o tratamento de dor aguda, de leve a moderada, em adultos. O objetivo da EMS é fechar por ano cinco parcerias desse tipo nos próximos três anos.

A companhia também pretende aumentar as suas exportações nos próximos anos. Concentradas principalmente na linha de Ciclosporina Microemulsão, um medicamento utilizado para combater a rejeição de órgãos transplantados, as vendas externas têm como destino mais de 40 países, mas ainda são pouco representativas para os negócios da EMS, representando não mais do que 2% do seu faturamento. Os planos são aumentar a taxa para 20% no período de dez anos. "Estamos analisando em quais países poderemos ter maior penetração, seja diretamente ou complementando o portfólio de laboratórios locais", informa Sanchez. Na mira estão os vizinhos da América do Sul e alguns países da Europa. Atualmente, a EMS está presente em Portugal, através de uma joint venture com a Germed.

### CLASSIFICAÇÃO FINAL

Pontuação obtida pelas empresas nos oito critérios

1	EMS *	58
2	Apsen Farmacêutica	58
3	Aché *	56
4	Cálamo *	44
5	Natura *	43
6	Roche	37
7	Hypermarcas *	37
8	Teuto	30
9	Prati-Donaduzzi *	22
10	Merck	22
Média das 10 primeiras		41

### Receita líquida

Classificação no setor por vendas líquidas anuais - em R\$ milhões

1	Unilever	11.757,1
2	Natura *	7.010,3
3	Hypermarcas *	4.258,7
4	Procter & Gamble do Brasil S.A.	3.938,8
5	Pfizer	3.150,6
6	Cálamo *	2.664,1
7	Novartis Biociências *	2.641,4
8	Roche	2.400,2
9	EMS *	2.047,2
10	Eurofarma *	1.876,5
Média setorial		2.122,6

### Margem Ebitda

Ebitda sobre receita líquida - em %

1	Apsen Farmacêutica	37,0
2	Aché *	32,4
3	EMS *	31,0
4	Teuto	28,4
5	Cálamo *	23,8
6	Hypermarcas *	23,5
7	Natura *	23,0
8	Eurofarma *	19,6
9	Prati-Donaduzzi *	18,0
10	Ouro Fino *	17,8
Média setorial		17,3

### Crescimento sustentável

Varição da receita líquida sobre variação do PL ajustado - em pontos

1	Novartis Biociências *	0,9805
2	Eurofarma *	1,0210
3	Roche	0,9759
4	Prati-Donaduzzi *	1,0312
5	Aché *	1,0462
6	Merck	0,9410
7	Hypermarcas *	1,0668
8	Procter & Gamble do Brasil S.A.	1,0825
9	Teuto	1,1166
10	B. Braun	0,8773
Média setorial		1,0127

### Rentabilidade

Lucro líquido sobre patrimônio líquido - em %

1	Cálamo *	92,6
2	Natura *	72,6
3	EMS *	55,1
4	Apsen Farmacêutica	46,6
5	Aché *	31,9
6	Merck	31,9
7	Prati-Donaduzzi *	31,4
8	Teuto	25,5
9	Novartis Biociências *	21,2
10	Lafepe	20,2
Média setorial		14,5

### Margem da atividade

Lucro da atividade sobre receita líquida - em %

1	Apsen Farmacêutica	32,2
2	Aché *	31,2
3	EMS *	30,0
4	Teuto	24,3
5	Cálamo *	22,7
6	Hypermarcas *	21,1
7	Natura *	20,1
8	Ouro Fino *	15,3
9	Eurofarma *	15,0
10	Prati-Donaduzzi *	13,8
Média setorial		14,6

### Liquidez corrente

Ativo circulante sobre passivo circulante - em pontos

1	DSM Produtos Nutricionais *	3,43
2	Aché *	3,29
3	EMS *	2,51
4	União Química *	2,50
5	Apsen Farmacêutica	2,37
6	Roche	2,27
7	B. Braun	2,26
8	Merck	2,11
9	Hypermarcas *	1,97
10	Teuto	1,81
Média setorial		1,59

### Giro do ativo

Receita líquida sobre ativo total - em pontos

1	Roche	1,74
2	Merck	1,73
3	EMS *	1,36
4	Bristol-Myers Squibb	1,31
5	Prati-Donaduzzi *	1,28
6	Apsen Farmacêutica	1,23
7	Cálamo *	1,22
8	Natura *	1,12
9	Novartis Biociências *	1,12
10	Aché *	0,94
Média setorial		0,79

### Cobertura de juros

Ebitda sobre despesas financeiras - em pontos

1	Apsen Farmacêutica	97,39
2	Lafepe	39,78
3	Roche	22,26
4	Aché *	15,09
5	EMS *	14,94
6	DSM Produtos Nutricionais *	5,39
7	União Química *	3,37
8	Teuto	3,26
9	Cálamo *	3,18
10	Natura *	3,08
Média setorial		2,99

Peso na pontuação - 2 para receita líquida e margem ebitda; 1 para os demais critérios. Classificação em crescimento sustentável, quanto mais perto de 1, melhor. \*Demonstrações contábeis consolidadas

# Mercado brasileiro reduz o ritmo, mas estará entre os maiores do mundo

A indústria farmacêutica no Brasil começa a identificar barreiras que podem reduzir o ritmo de crescimento dos últimos anos. De 2009 a 2013, as vendas de medicamentos no varejo saltaram de R\$ 24,9 bilhões para R\$ 37,8 bilhões, segundo dados da IMS Health. Mas, a exemplo do que ocorre com outros ramos da atividade econômica, o setor se depara com fatores críticos que levam a uma perda de sustentabilidade dessa expansão.

Um deles diz respeito às limitações orçamentárias nas três esferas do governo, que responde por 20% a 22% das compras de medicamentos no país, ressalta Antonio Britto, presidente-executivo da Associação da Indústria Far-

macêutica de Pesquisa (Interfarma). “A dificuldade geral de financiamento da saúde estabelece um limite à destinação de recursos públicos para compra de medicamentos”, observa.

Outros pontos críticos são a elevada carga tributária, que representa de 32% a 34% do preço praticado no mercado, e a mudança do perfil de doenças, cada vez mais crônicas e com grau de complexidade maior – o que provoca um desembolso maior para medicamentos. Para Eliane Kihara, da consultoria PwC, as empresas do setor terão o desafio de manter-se rentáveis em um cenário que combina forte concorrência, avanço dos genéricos e controle de preços pela Câmara de Regulação do Mercado de

Medicamentos (CMED). Mesmo com as dificuldades que este quadro apresenta, o consenso é de que o mercado brasileiro continua atraente para os grandes laboratórios multinacionais. O setor ganhou relevância mundial, passando da décima posição em 2003 para a sexta colocação em 2011. A estimativa é de que, em 2016, o país esteja entre os quatro maiores mercados do mundo.

O setor de higiene pessoal, perfumaria e cosméticos deve crescer 11,8% em 2014 e atingir um faturamento, sem impostos, de R\$ 42,6 bilhões. Dos R\$ 14 bilhões de investimentos previstos para este ano, as empresas destinarão R\$ 1,6 bilhão para pesquisa e desenvolvimento e R\$ 9 bilhões para sustentação de marca.

## DESEMPENHO DO SETOR E DAS 1.000 MAIORES

■ Farmacêutica e Cosméticos  
■ Empresas do ranking das 1.000

### Crescimento sustentável (em pontos)\*



### Liquidez corrente (em pontos)



### Receita líquida média (em R\$ milhões)



### Rentabilidade patrimonial (em %)



### Giro do ativo (em pontos)



### Margem Ebitda (em %)



### Margem da atividade (em %)



### Cobertura de juros (em pontos)



Fonte: Valor 1000. Elaboração: Valor Data. \*Classificação em crescimento sustentável: quanto mais perto de 1, melhor