

Apresentação Institucional

2T24



Aviso Legal

Esta apresentação contém certas declarações futuras e informações relacionadas à Companhia que refletem as visões atuais e/ou expectativas da Companhia e de sua administração com respeito à sua performance, seus negócios e eventos futuros. Declarações prospectivas incluem, sem limitação, qualquer declaração que possua previsão, indicação ou estimativas e projeções sobre resultados futuros, performance ou objetivos, bem como palavras como "acreditamos", "antecipamos", "esperamos", "estimamos", "projetamos", entre outras palavras com significado semelhante. Referidas declarações prospectivas estão sujeitas a riscos, incertezas e eventos futuros. Advertimos os investidores que diversos fatores importantes fazem com que os resultados efetivos se diferenciem de modo relevante de tais planos, objetivos, expectativas, projeções e intenções expressadas nesta apresentação. Além disso, qualquer informação referente à data posterior ao período fiscal objeto desta apresentação é gerencial, prévia e não-auditada por instituição independente. Em nenhuma circunstância, nem a Companhia, nem suas subsidiárias, conselheiros, diretores, agentes ou funcionários serão responsáveis perante terceiros (incluindo investidores) por qualquer decisão de investimento tomada com base nas informações e declarações presentes nesta apresentação, ou por qualquer dano dela resultante, correspondente ou específico. O mercado e as informações de posição competitiva, incluindo projeções de mercado citadas ao longo desta apresentação, foram obtidas por meio de pesquisas internas, pesquisas de mercado, informações de domínio público e publicações empresariais. Apesar de não termos razão para acreditar que qualquer dessas informações ou relatórios sejam imprecisos em qualquer aspecto relevante, não verificamos independentemente a posição competitiva, posição de mercado, taxa de crescimento ou qualquer outro dado fornecido por terceiros ou outras publicações da indústria. A Companhia, os agentes de colocação e os coordenadores não se responsabilizam pela veracidade de tais informações. Esta apresentação e seu conteúdo são informações de propriedade da Companhia e não podem ser reproduzidas ou circuladas, parcial e ou totalmente, sem o prévio consentimento por escrito da Companhia.



RD Saúde: liderando o setor do varejo farmacêutico no Brasil.

Propósito:
juntos por uma **sociedade mais saudável.**

Nossa Ambição:
nos tornarmos, até 2030, a empresa que mais contribui para uma **sociedade mais saudável** no Brasil.

FARMÁCIAS

3.076

presente em todos
os estados brasileiros

FUNCIONÁRIOS

59,3 MIL

ao término do
2T24

CLIENTES ATIVOS

48,8 MI

nos últimos
12 meses

TICKETS

384 MI

atendimentos
2T24 LTM

RECEITA BRUTA

R\$39,0 BI

(2T24 LTM)
+15% de cresc. A/A

EBITDA AJUSTADO

R\$2,8 BI

(2T24 LTM)
+12% de cresc. A/A

FARMÁCIA

#1

em receita e
nº de lojas no Brasil.

FARMÁCIAS/ANO

280-300

novas farmácias por ano
em 2024-2025 (guidance)

NPS Net Promoter Score

90 FARMÁCIAS

71 APPS

ACESSOS DIGITAIS

147 MI

acessos no app e site
2T24

MARKET SHARE

15,7%

de participação de
mercado no 2T24

RATING PELA FITCH

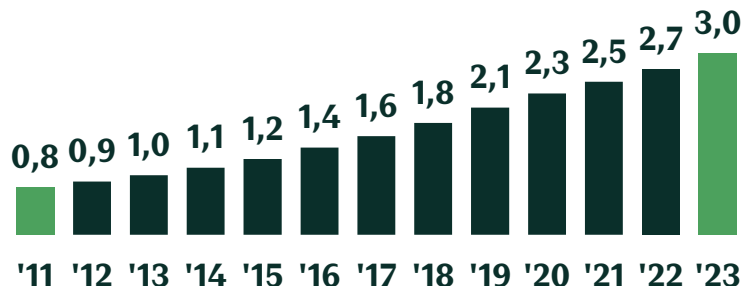
AAA (bra)



Uma década de crescimento consistente em quantidade de farmácias, receita bruta e EBITDA.

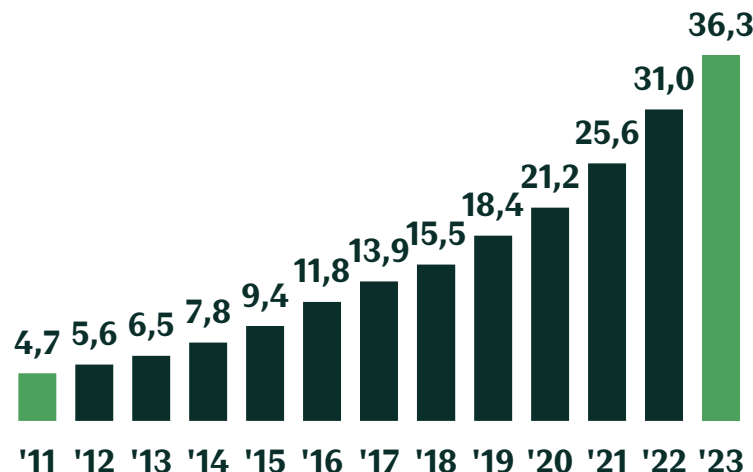
Farmácias

Quantidade, mil



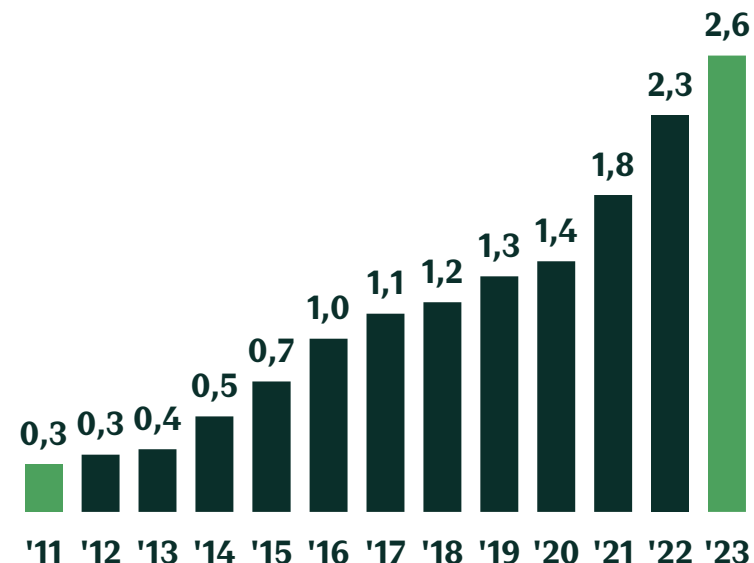
Receita bruta

R\$ bilhões



EBITDA aj.

R\$ bilhões

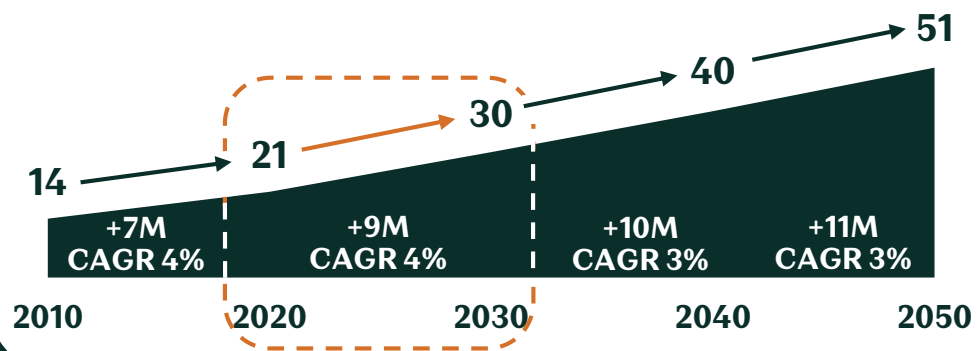




Crescimento da demanda impulsionado pelo envelhecimento da população.

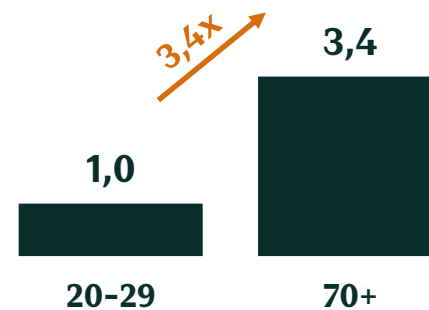
População brasileira acima de 65 anos

Milhões. Fonte: IBGE, 2018.



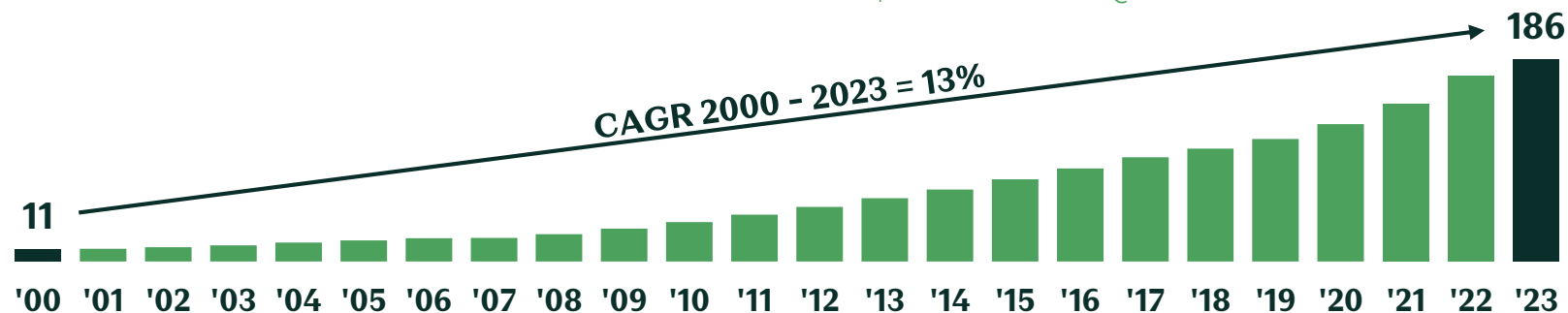
Gasto com medicamentos ao ano

R\$ mil, por faixa etária. Fonte: Hypera e IBGE.



Mercado mantém crescimento acelerado no longo prazo

Mercado farmacêutico brasileiro. R\$ bilhões. Fonte: IQVIA.

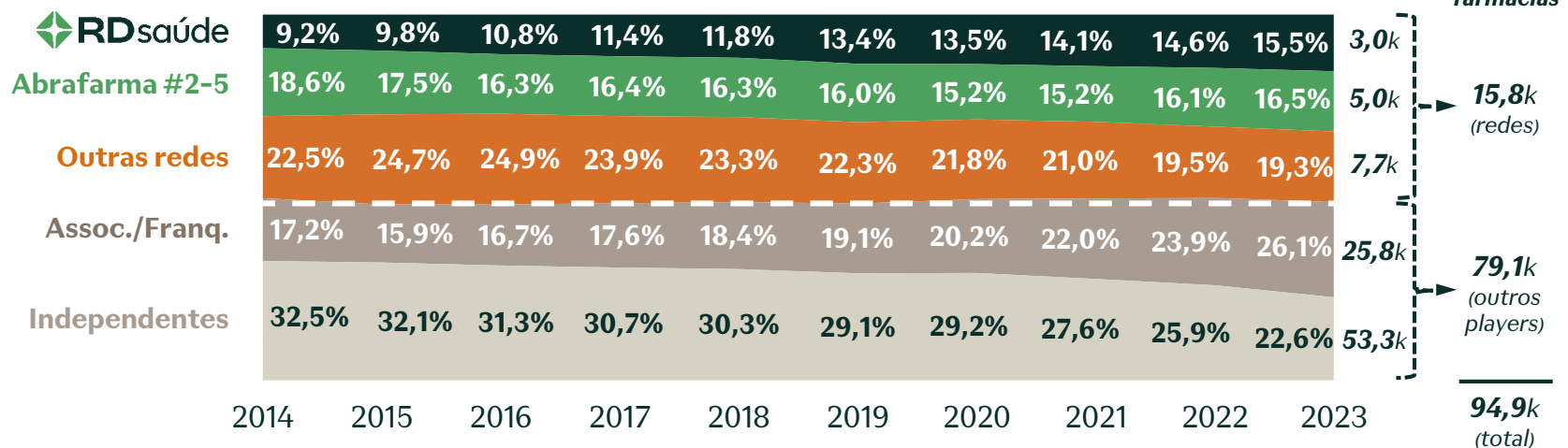




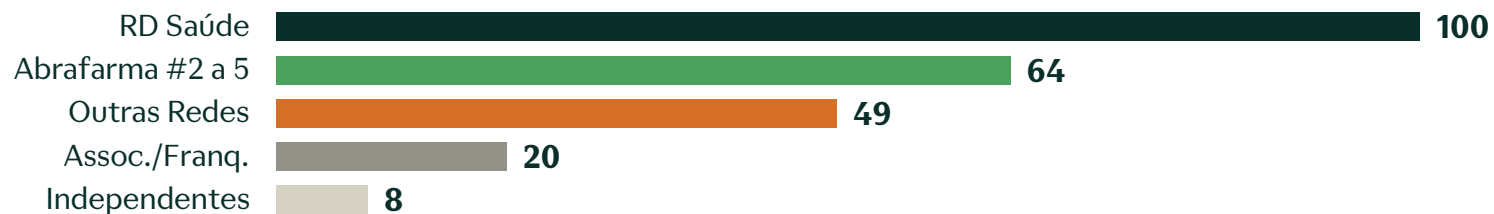
Mercado fragmentado oferece ampla oportunidade de consolidação.



Market share (Participação no varejo a preço fábrica, *sell-out* + *sell-in*)



Venda média anual por PDV em 2023 (RD Saúde = 100)

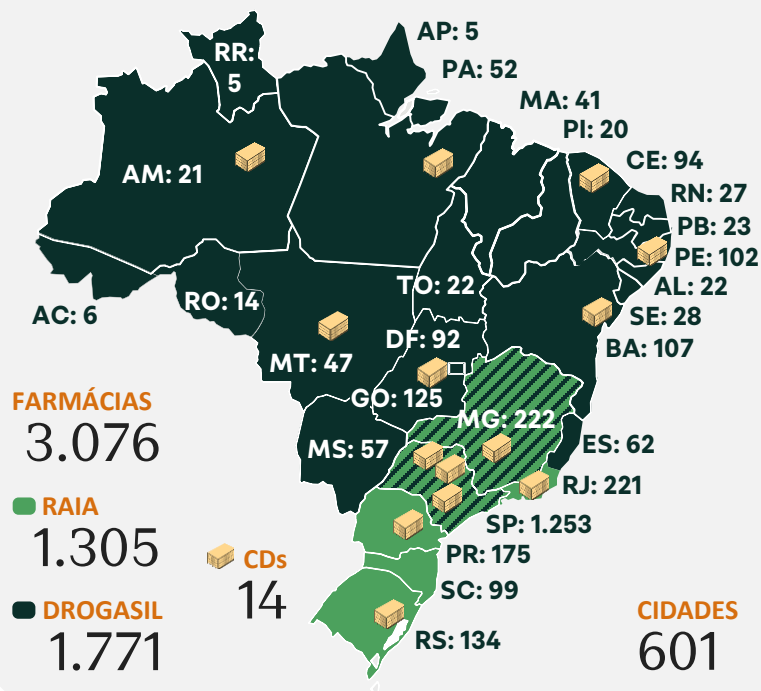


Fonte: IQVIA.



Continuamos a expansão por todo o país com ritmo e diversificação únicos, mantendo TIR real acima de 20% líquida de canibalização.

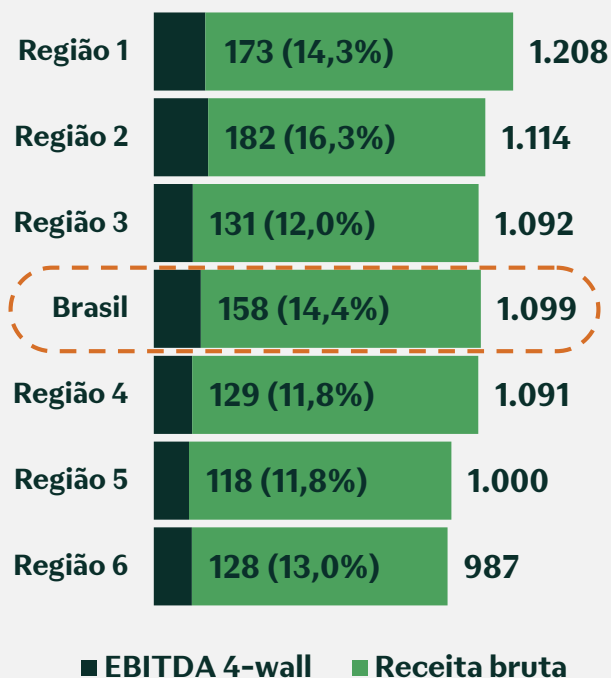
Presença geográfica (2T24)



93% da população de classe A do país em um raio de 1,5 km

Desempenho por região

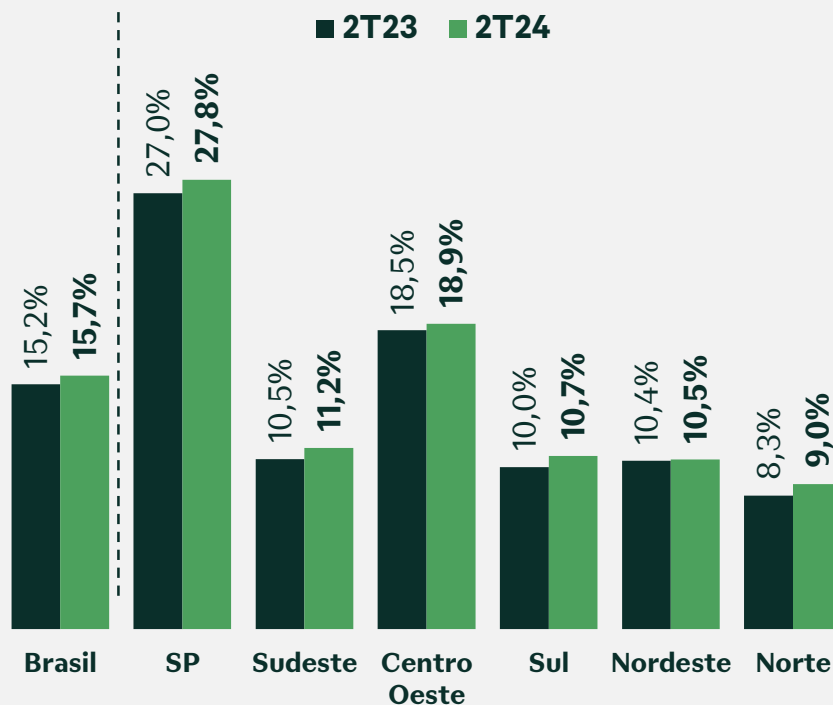
R\$ milhares, 2T24 LTM
Vendas e EBITDA 4-wall* de farmácias maduras



*EBITDA 4-wall das farmácias, sem considerar CDs e despesas regionais.

Participação do mercado

Participação trimestral no varejo a preço fábrica
Sell-out + Sell-in



Fonte: IQVIA. Sudeste exclui SP.



Foco no Cliente e em sua jornada de saúde e bem-estar, oferecendo uma farmácia conectada a uma plataforma de serviços, posicionada na atenção primária.

JUNTOS POR UMA
SOCIEDADE MAIS SAUDÁVEL



PESSOAS + SAUDÁVEIS
Funcionários, Clientes
e Comunidade



NEGÓCIOS + SAUDÁVEIS
Diversidade, Educação
e Valor Compartilhado



PLANETA + SAUDÁVEL
Emissões, Energia
e Resíduos



**Varejo
Farmacêutico**

Promoção da Saúde
Promover, educar e manter
um estilo de vida saudável



Nova Farmácia
Omnichannel + Marketplace
+ Health Hub

Prevenção
Monitorar e tratar
condições crônicas



**Plataforma
de Saúde**

Primeira Atenção
Diagnosticar e tratar condições
agudas de baixa complexidade

Proteção
Proteger a saúde por meio
da vacinação e imunização



**Saúde
Integral**



Nosso maior ativo é o cliente. A experiência na farmácia aumenta o engajamento, enquanto a digitalização potencializa a relação e frequência, melhorando o CLTV.

Engajamento é resultado de toda a jornada do cliente

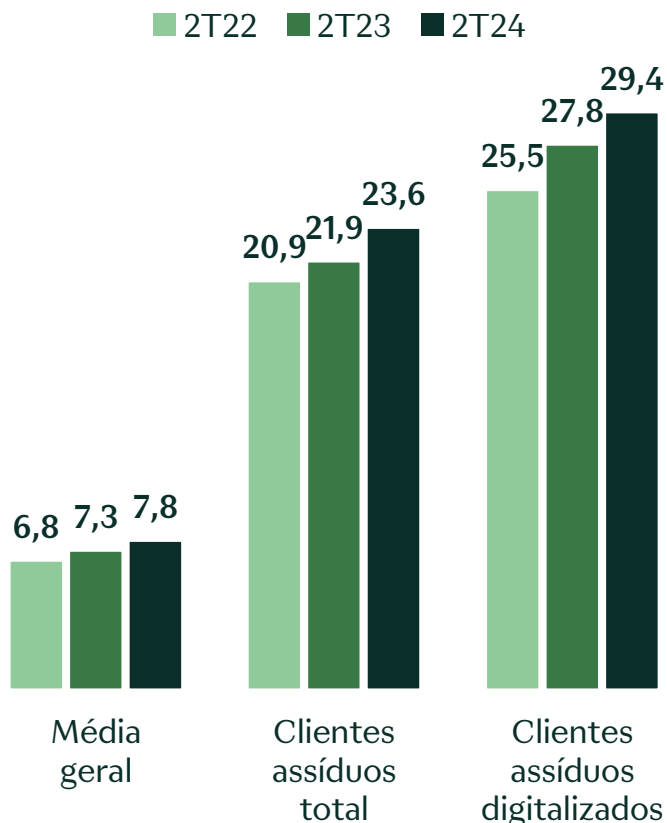


Segmentação por tipo de cliente*

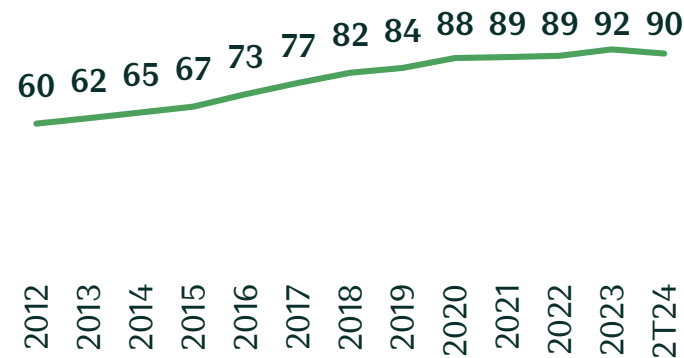


* Milhões de clientes, % receita bruta do varejo LTM.

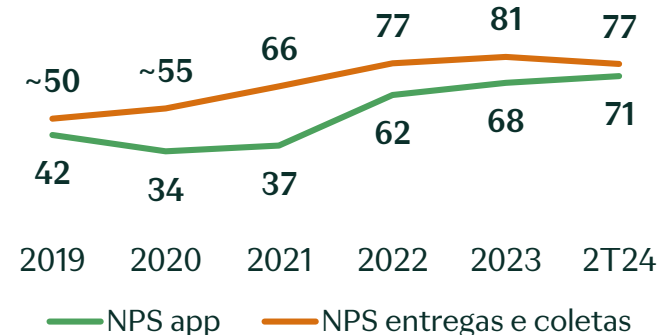
Frequência anual de compras



NPS farmácias



NPS apps e entrega/C&R**



** Critério 2019 e 2020 estimado para a método atual.



Nossa estratégia digital e de saúde visa construir vínculos junto a cada cliente para potencializar o *Customer Annual Value* (CAV) conforme o seu perfil.

CAV = *Customer Annual Value*
R\$ de LB Anual por Cliente

CAV médio
por Cliente

ÍNDICE
100

27

Cliente Casual

277

Cliente Fiel (+10x vs. Casual)

CAV por Perfil

Uso Contínuo	179
Bebê	296
Beleza	254
Vida Saudável	239

X

CAV por Vínculo

EXEMPLOS DE VÍNCULOS DIGITAIS

Multicanal	201
App	206
Marketplace	245
Stix	213

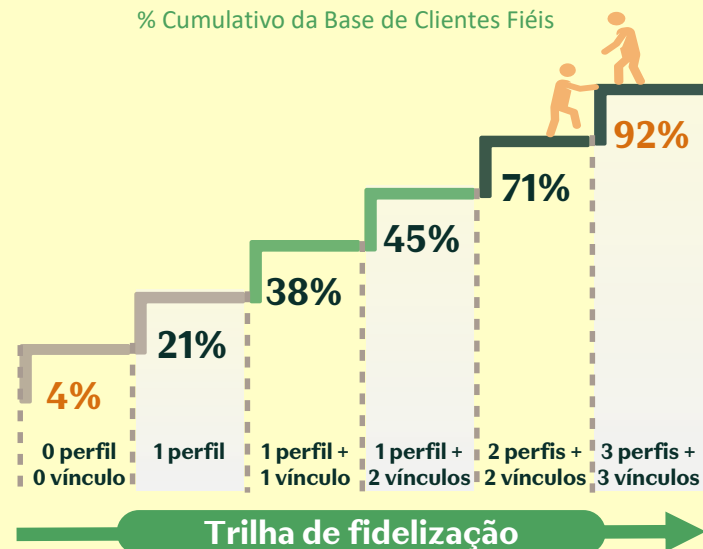
EXEMPLOS DE VÍNCULOS DE SAÚDE

Injetáveis	315
Marca Própria	173
Vacinação	527
Outros Serviços	318

=

Impacto Perfil/Vínculo na Fidelização

% Cumulativo da Base de Clientes Fiéis



* Dado do 1T24.

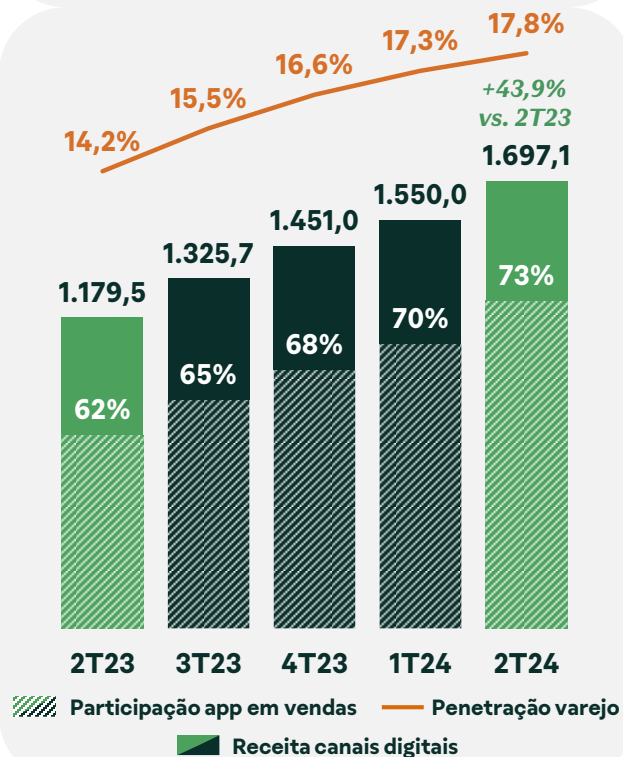


Digital alcança R\$ 1,7 bi (+43,9%) com 17,8% de penetração no varejo.
73% dos pedidos via app e 94% entregues ou coletados em até 60 minutos.

Canais digitais

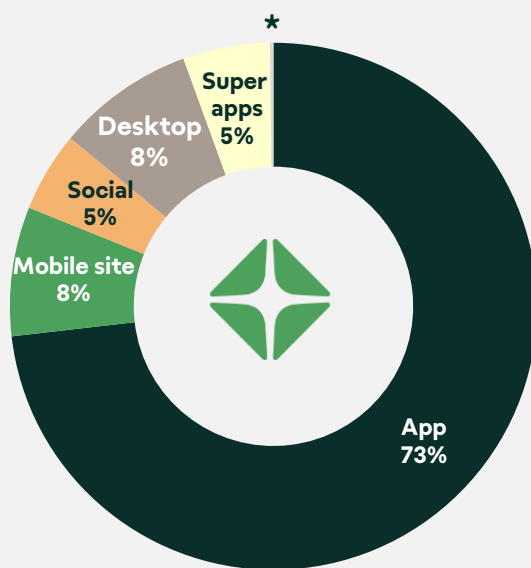
venda e penetração

R\$ milhões, % da receita bruta do varejo



Mix de canais digitais

% da receita digital



94%

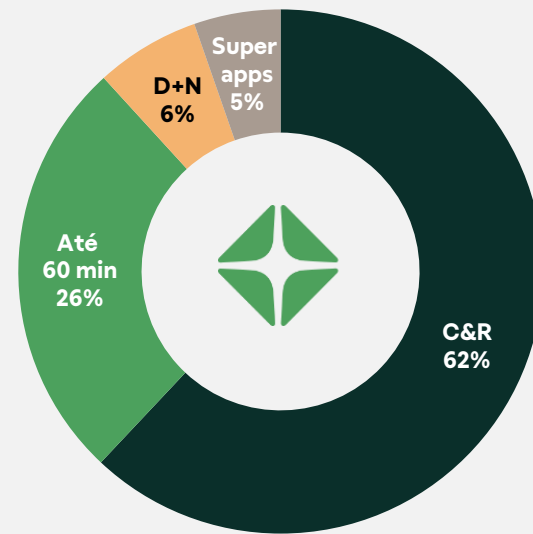
canais modernos e proprietários

86%

canais proprietários e em aparelhos móveis

Mix em entregas

% da receita digital



95%

atendidos por farmácias (incluindo D+N)

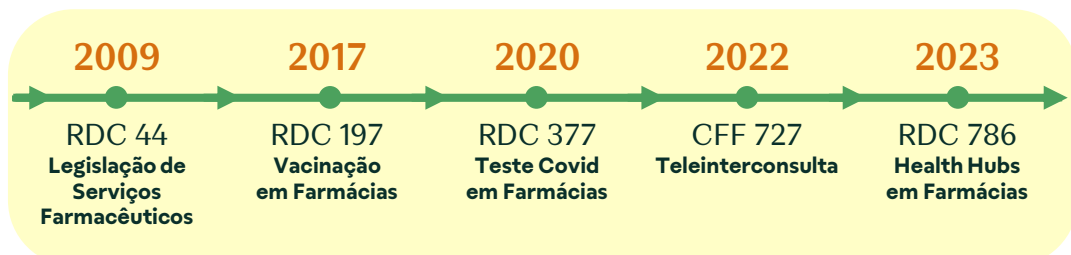
94%

entregues em até 60 minutos

* Call center, representando < 1% do mix de canais digitais.



Evoluímos continuamente nosso posicionamento na saúde primária, participando do sistema de saúde com os serviços oferecidos nas farmácias.



Serviços farmacêuticos (2T24)

◆ NPS (Net Promoter Score)	93
◆ Serviços disponíveis	40
◆ Tipos de vacinas	22
◆ Salas EAC*	1,5k
◆ Health Hubs	2,1k
◆ Salas de Vacina	330
◆ Atendimentos farmacêuticos	1,9 MM

- ◆ Agendamentos e declarações **digitais**;
- ◆ Clientes dos serviços possuem aumento de **2,5x na frequência e engajamento**;
- ◆ **~40% market share no mercado farma** em vacinas como herpes zoster, dengue e HPV (Fonte: IQVIA).



Graduação em Farmácia

- ◆ Projeto customizado e subsidiado pela RD Saúde;
- ◆ Oferecida para funcionários;
- ◆ Carga horária de 4.000h, 5 anos de duração.

* Exames de análises clínicas.

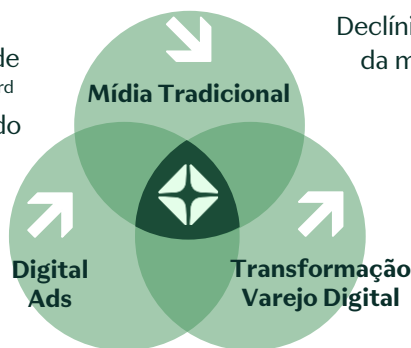


Impulso é o negócio de retail media da RD Saúde, referência em consumer health media, impactando engajamento, monetização e LTV dos clientes.

1st party data é combustível para mídia de varejo

Tendência #2

Descontinuação de identificadores 3rd party e aumento do screen time de dispositivos digitais



Tendência #1

Declínio do screen time da mídia tradicional

Tendência #3

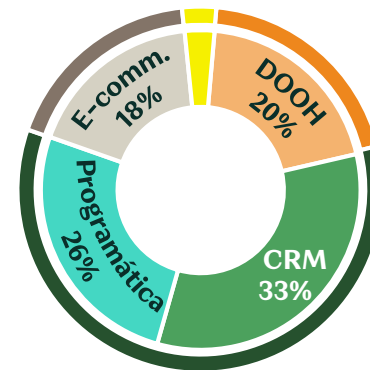
Omnicanal, digitalização da jornada do cliente

Fonte: Aster Capital.

RD Ads
agora é
impulso
soluções de mídia RDsaúde

Impulso, quebra de receita no 2T24:

- Offsite; 59%
- Instore; 20%
- Onsite; 18%
- Outros; 3%



Os melhores clientes e a melhor experiência

- ◆ **48,8** milhões de clientes
- ◆ **97%** de vendas identificadas
- ◆ **384** milhões de transações (2T24 LTM)

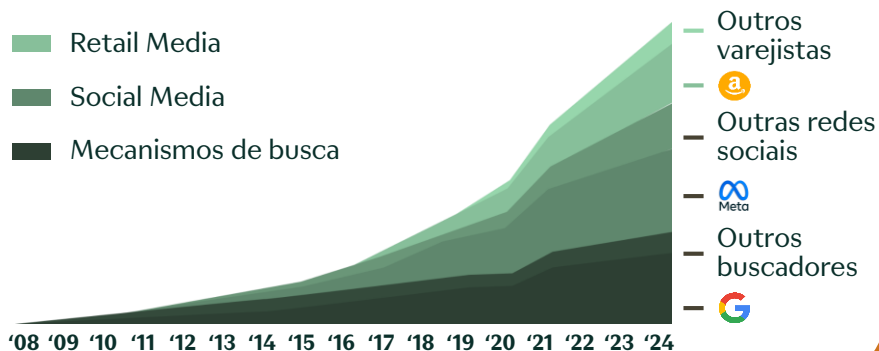
Presença física e digital

- ◆ **601** cidades e **3,1 mil** farmácias
- ◆ **1,5 km** de distância de 93% da classe A do país
- ◆ **5 km** distante de 59% da população
- ◆ **Top 10 canal digital** (audiência de varejo Brasil)

Maior relevância com parceiros

- ◆ **~500** fornecedores 1P
- ◆ **25** dos Top 50 anunciantes do Brasil
- ◆ Domínio de Gestão de Categoria e comportamento de compra

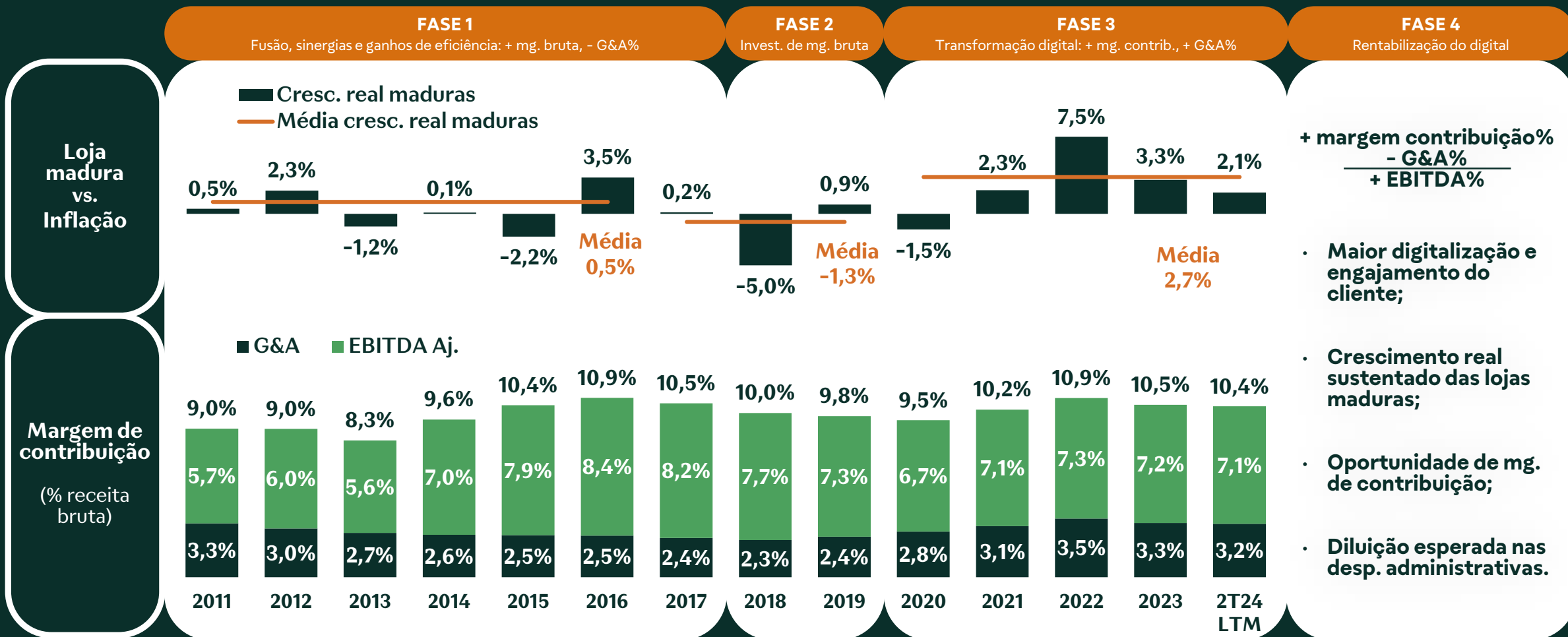
Receita líquida*, anúncios nos EUA:



* Fonte: eMarketer, outubro de 2021.



A digitalização proporcionou um aumento no crescimento de lojas maduras e margem de contribuição, financiando investimentos necessários em G&A.

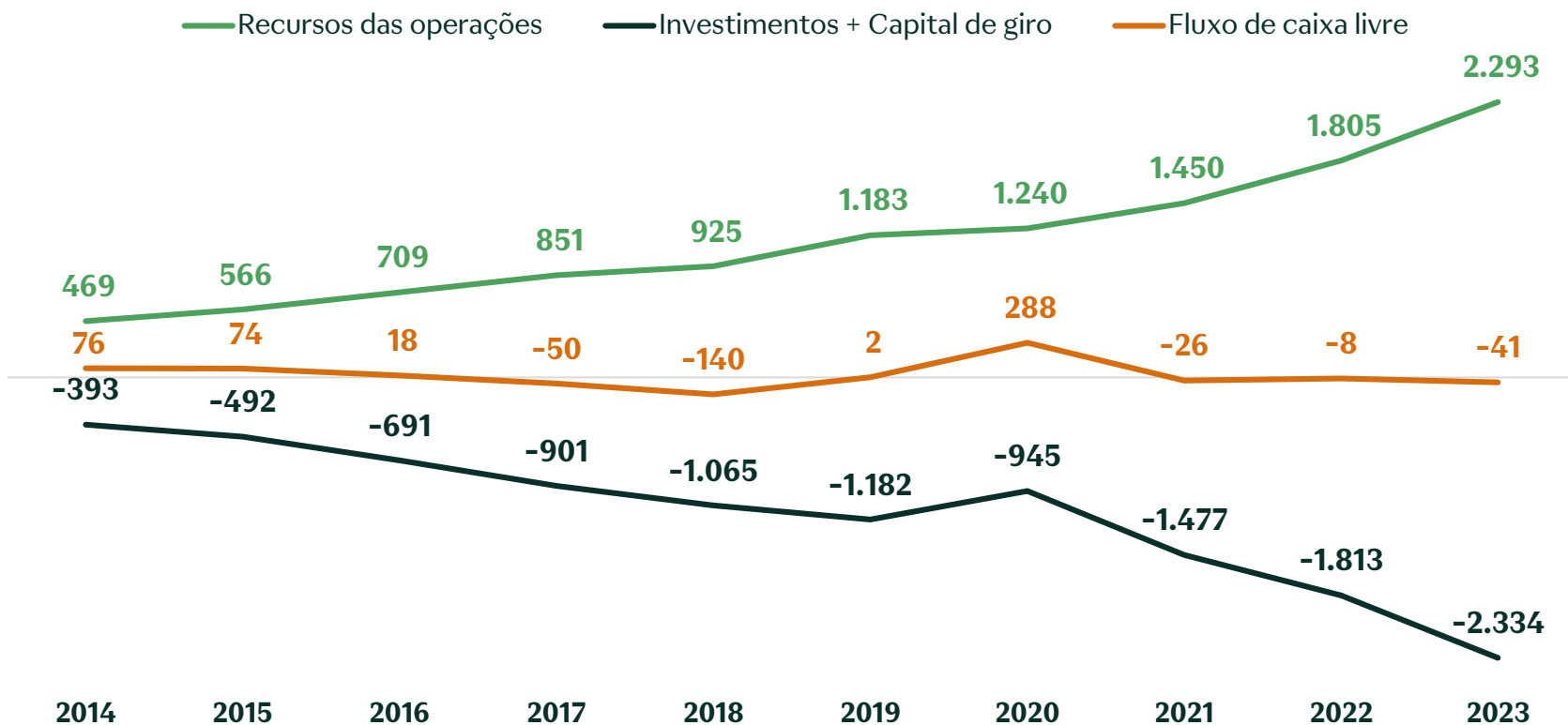




Nossa operação é autossuficiente em caixa, com uma geração de recursos que equilibra consumo e sustenta o forte crescimento da empresa.

Fluxo de caixa

R\$ milhões



Dívida líquida

R\$ 2.718 MI
(2023)

EBITDA ajustado

R\$ 2.603 MI
(2023)

Alavancagem

1,1x
(Dívida Líquida / EBITDA)



Junto da Estratégia de Negócios vem nossa jornada de Sustentabilidade em direção às metas estabelecidas para 2030.

G

- **Gestão** próxima das famílias fundadoras desde **1905**;
- Acordo de Acionistas com vigência até **2031**;
- Membros independentes do Conselho com **habilidades complementares**;
- Comitês de assessoramento: Estratégia e Saúde, Pessoas, Auditoria, Sustentabilidade e Finanças;
- Política de remuneração: variável baseada na **performance** e em **objetivos de sustentabilidade**; vesting de até 4 anos.

S

- **67%** da liderança operacional formada por mulheres;
- **100%** das lideranças de farmácia cresceram na RD;
- **Baixo turnover** comparado com o setor;
- Programas de **diversidade e inclusão**;
- **Saúde integral**: programas de acompanhamento físico, mental, social & ambiental;
- **48 MM** clientes ativos com alta frequência, 700 mil serviços farma/mês;
- Acesso próximo: **59%** da população em um raio de 5 km.

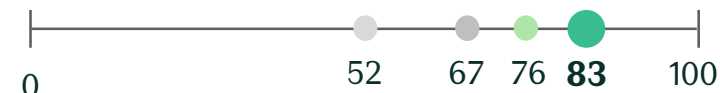
funcionário
cliente

E

- **100%** das farmácias com coletores para descarte de medicamentos vencidos ou em desuso (284 ton. em 2023), prevenindo a contaminação;
- **72%** da operação abastecida com energia renovável;
- Clima: redução escopos 1 e 2, monitoramento escopo 3, e inventário GEE;
- Certificações: ISO 14001, ISO 45001 e LEED.

Improving recognition of our ESG efforts

ISE B3



CDP



MSCI



2020

2021

2022

2023

IDIVERSA B3

Lançado em ago/23, reconhece as empresas que mais se destacam em diversidade.

Certificação GPTW®

Destaque no ranking de práticas saudáveis do GPTW.



ISO / IEC 27001 : 2022 (BSI)

Certificação de Segurança da Informação em Canais Digitais (App e Website) e Univers PBM.

Institutional Presentation

2Q24





Legal Warning

The material that follows is a presentation of general background information about Raia Drogasil S.A. (the “Company”) as of the date of the presentation. It is information in summary form and does not purport to be complete. It is not intended to be relied upon as advice to potential investors. This presentation is strictly confidential and may not be disclosed to any other person. No representation or warranty, express or implied, is made concerning, and no reliance should be placed on, the accuracy, fairness, or completeness of the information presented herein. This presentation contains statements that are forward-looking within the meaning of Section 27A of the Securities Act of 1933 (the “Securities Act”) and Section 21E of the Exchange Act of 1934. Such forward-looking statements are only predictions and are not guarantees of future performance. Investors are cautioned that any such forward-looking statements are and will be, as the case may be, subject to many risks, uncertainties and factors relating to the operations and business environments of the Company that may cause the actual results of the companies to be materially different from any future results expressed or implied in such forward-looking statements. Although the Company believes that the expectations and assumptions reflected in the forward-looking statements are reasonable based on information currently available to the Company’s management, the Company cannot guarantee future results or events. The Company expressly disclaims a duty to update any of the forward looking-statements. Our securities have not been and will not be registered under the Securities Act or under any state securities laws in the United States, and are being offered under exemptions from registration under the Securities Act. Securities may not be offered or sold in the United States unless they are registered or exempt from registration under the Securities Act. Any offering to be made in the United States will be made by means of an offering circular that may be obtained from the agents. This presentation does not constitute an offer, or invitation, or solicitation of an offer, to subscribe for or purchase any securities. Neither this presentation nor anything contained herein shall form the basis of any contract or commitment whatsoever.

RADL
B3 LISTED NM

 **RDsaúde**
for a healthier society.



RD Saúde snapshot: Leading the pharma retailing industry in Brazil.

Our Purpose:

Together for a healthier society.

Our Ambition:

To become, by 2030, the group that contributes the most towards a healthier society in Brazil.

PHARMACIES

3,076

across every Brazilian state

EMPLOYEES

59.3_K

at the end of the 2Q24

ACTIVE CUSTOMERS

48.8_{MM}

in the last 12 months

TICKETS

384_{MM}

2Q24 LTM

GROSS REVENUE

R\$39.0_B

(2Q24 LTM)
+15% Y/Y growth

ADJUSTED EBITDA

R\$2.8_B

(2Q24 LTM)
+12% Y/Y growth

PHARMACY

#1

chain in Brazil in revenue and pharmacy count

OPENINGS

280-300

new pharmacies per year in 2024-2025 (guidance)

NPS *Net Promoter Score*

90_{PHARMACIES}

71_{APPS}

DIGITAL SESSIONS

147_{MM}

visits to our apps and websites in the 2Q24

MARKET SHARE

15.7%

2Q24

RATING BY FITCH

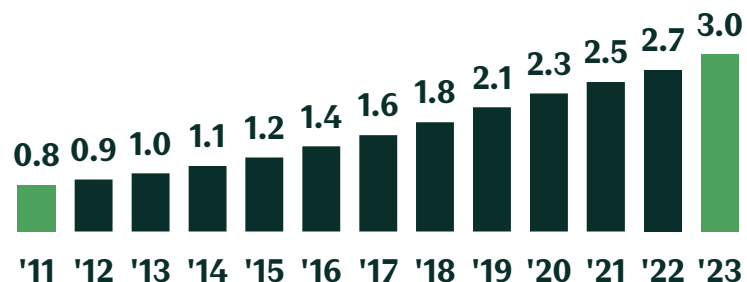
AAA (bra)



A decade of consistent high growth in pharmacy count, gross revenue and adj. EBITDA.

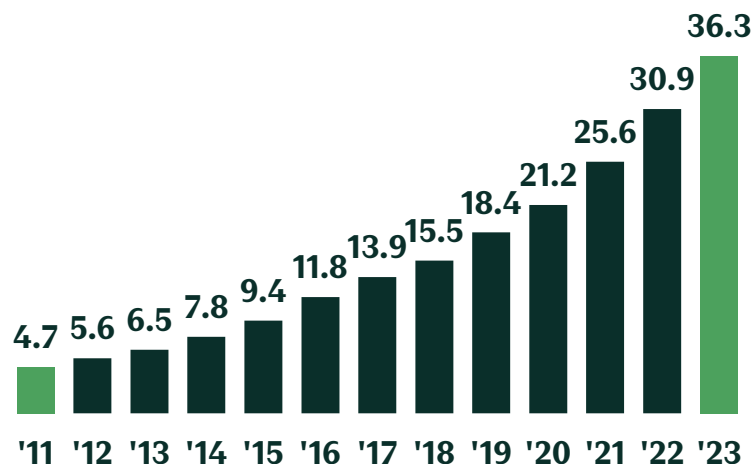
Pharmacies

Store count, thousands



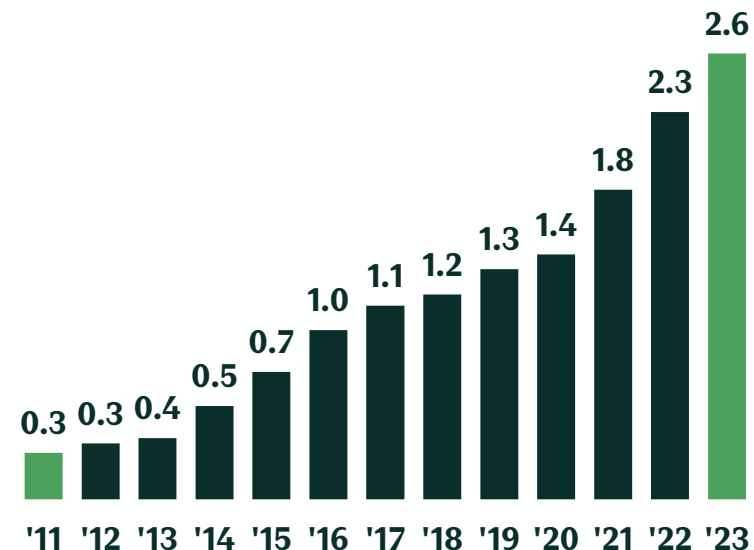
Gross revenue

R\$ billions



Adjusted EBITDA

R\$ billions

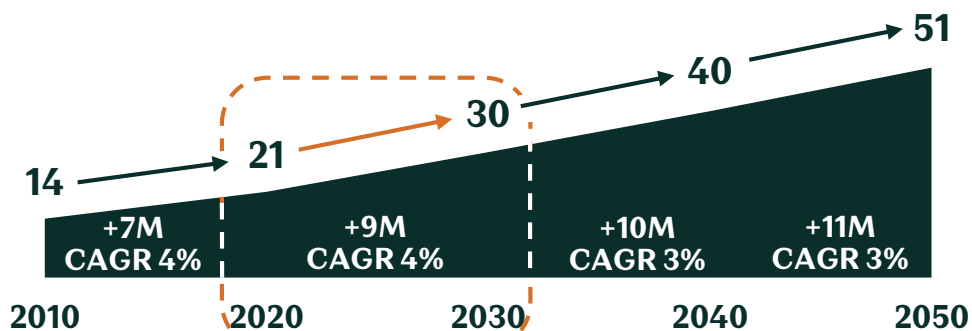




Demand growth due to the ageing of the population.

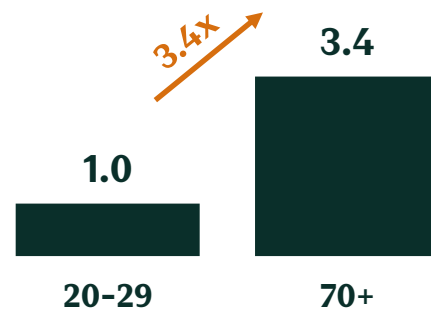
Brazilian population over 65 years of age

Millions of people. Source: IBGE, 2024.



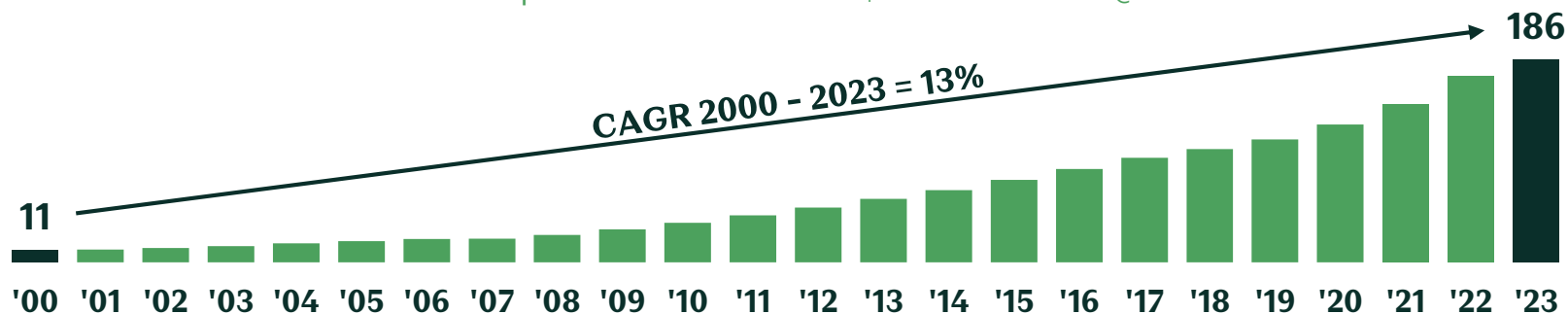
Average drug spending

R\$ thousand, by age group. Source: Hypera & IBGE.



Pharma market maintains an accelerated long-term growth

Brazilian pharmaceutical market. R\$ billions. Source: IQVIA.

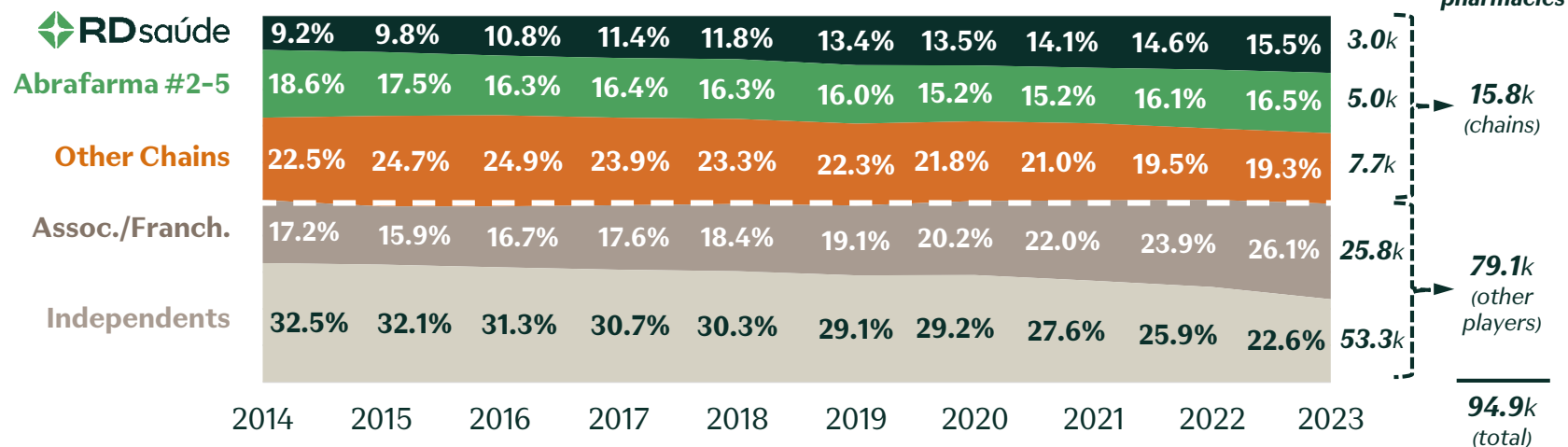




Fragmented market offers ample opportunity for consolidation.



Market share (Retail participation by industry pricing, sell-out + sell-in)



Average annual sale per POS in 2023 (RD Saúde = 100 index)

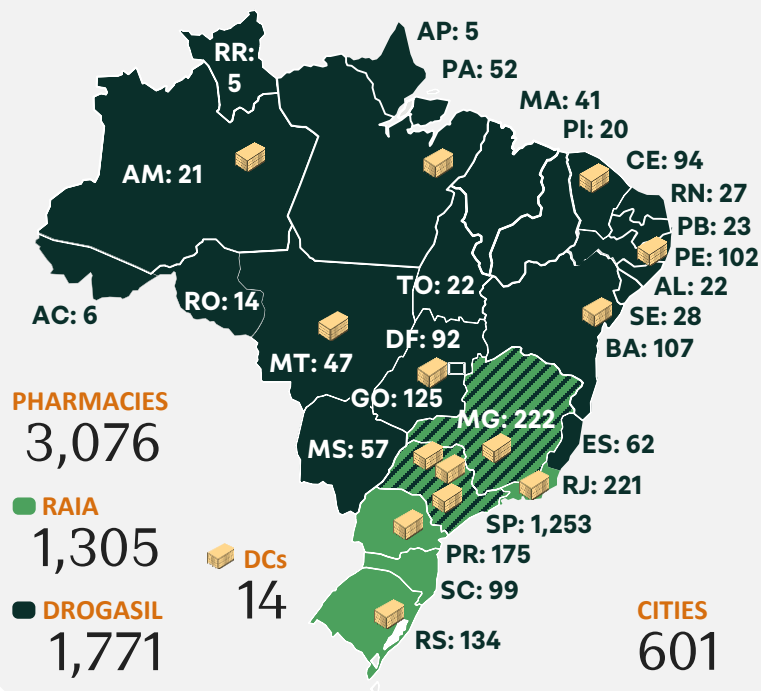


Source: IQVIA.



We continue to expand nationwide with unique pace and diversification while sustaining real IRRs above 20% net of cannibalization.

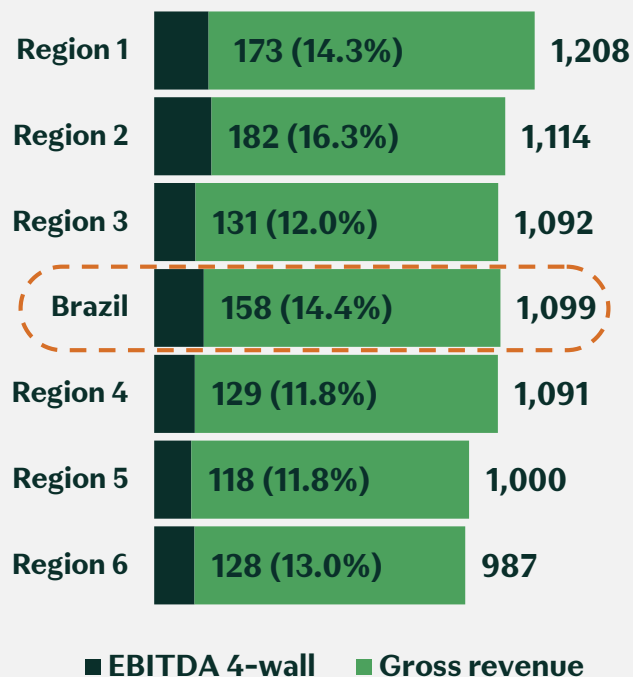
Geographic presence (2Q24)



93% of Brazilian A class population in a radius of 1.5 km

Performance by region

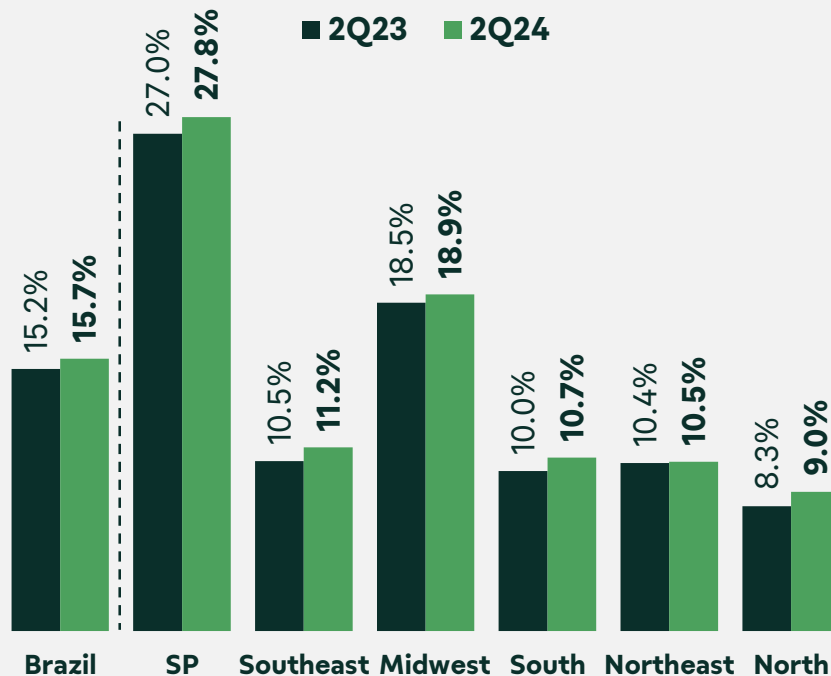
R\$ thousands, 2Q24 LTM
Sales and EBITDA* per mature store



* 4-wall EBITDA (stores), not including Distribution Centers and regional expenses.

Market share

Quarterly retail share at Factory Prices
Sell-out + Sell-in



Source: IQVIA. Southeast excludes SP.



Our Health and Wellness strategy is focused on the Customer journey, offering a pharmacy connected to a service platform, positioned in primary care.

TOGETHER FOR A HEALTHIER SOCIETY



HEALTHIER PEOPLE

Employees, Customers, Community



HEALTHIER BUSINESSES

Diversity, Education, Shared Value



HEALTHIER PLANET

Emissions, Energy, Waste



Pharmaceutical Retail

Health promotion
Promote, educate and maintain a healthy lifestyle



New Pharmacy
Omnichannel + Marketplace + Health Hub

Prevention
Monitor and treat chronic conditions



Healthcare Platform

Protection
Protect health through vaccination and immunization

Primary care
Diagnose and treat acute, low-complexity conditions



Integral Health



Our customers are our greatest asset. In-store experience increases engagement while digitalization drives loyalty and frequency, resulting in an increased CLTV.

Engagement is the result of the entire customer journey

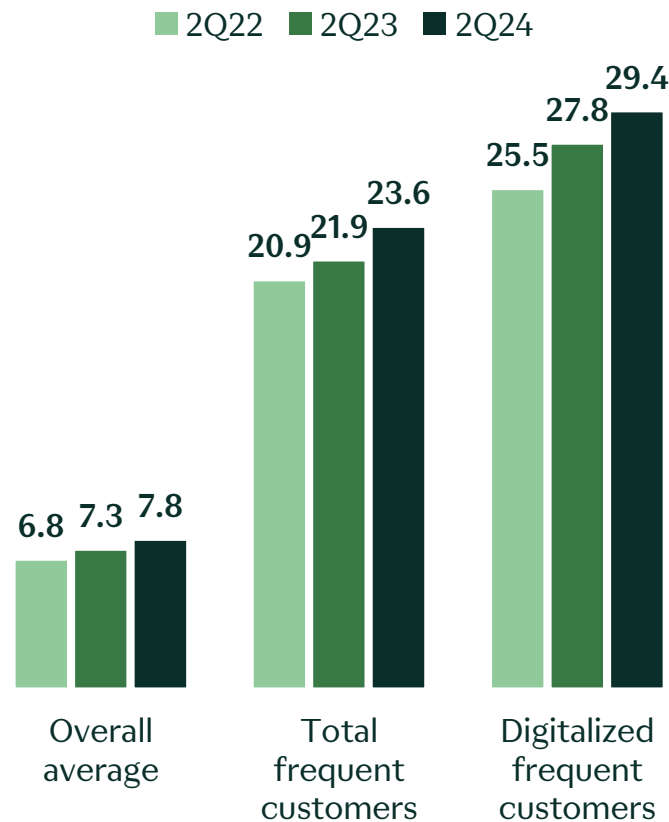


Customer segmentation*

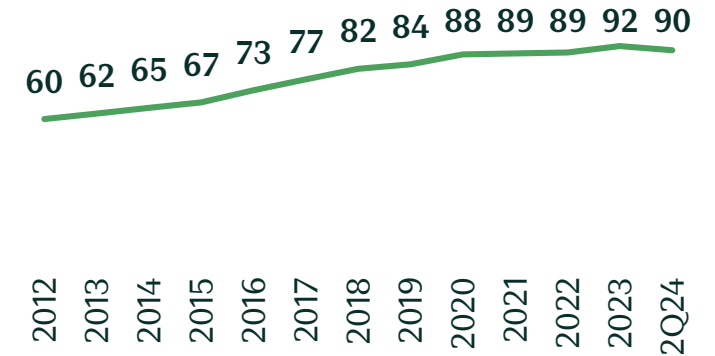


* Millions, % LTM retail gross revenue LTM.

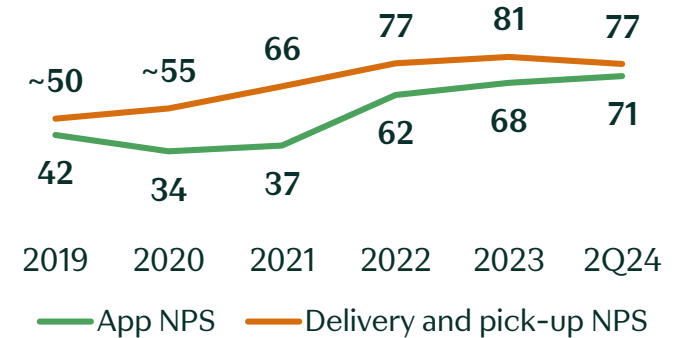
Annual purchasing frequency



Pharmacy NPS



App NPS and Delivery/C&C NPS**



** Estimated 2019 and 2020 criteria for current methodology.



Our digital and health strategy aims to build bonds with each customer to enhance Customer Annual Value (CAV) according to their profile.

CAV = Customer Annual Value
Annual R\$ Gross Margin per Customer

Average CAV
per Customer

INDEX
100

27

Casual

277

Frequent (+10x vs. Casual)

CAV by Profile

Chronic Use	179
Child Care	296
Beauty	254
Healthy Lifestyle	239

X

CAV by Bond

EXAMPLES OF DIGITAL BONDS

Omnichannel	201
App	206
Marketplace	245
Stix	213

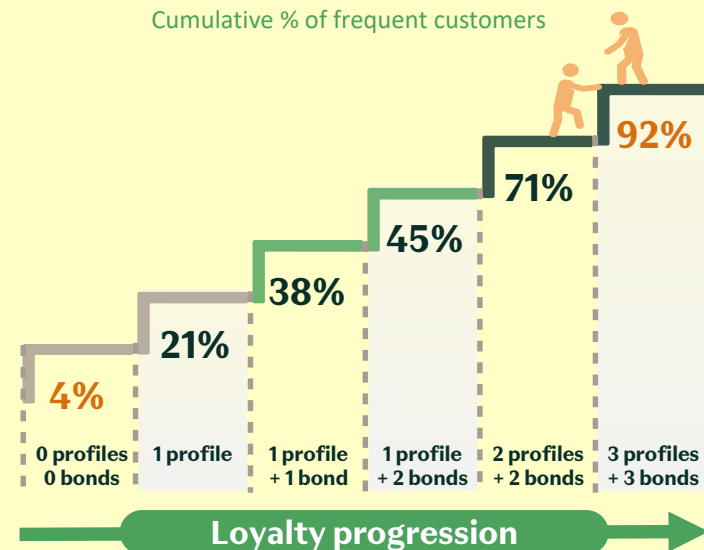
EXAMPLES OF HEALTH BONDS

Injections	315
Private Label	173
Vaccination	527
Other Services	318

=

Profile and bond impact on loyalty

Cumulative % of frequent customers



* Data for 1Q24.

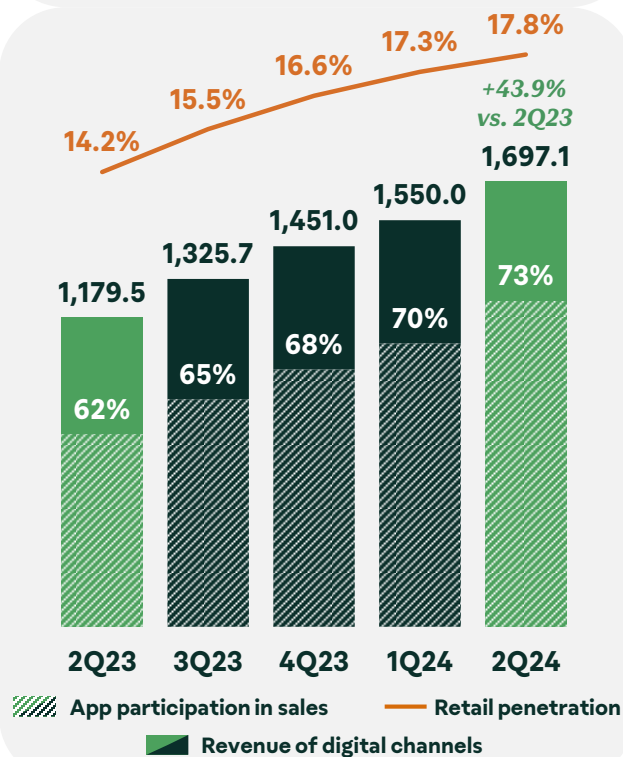


Digital sales of R\$ 1.7 billion, with 43.9% of growth and 17.8% of retail penetration. 73% via app and 94% delivered or collected within 60 minutes.

Digital channel

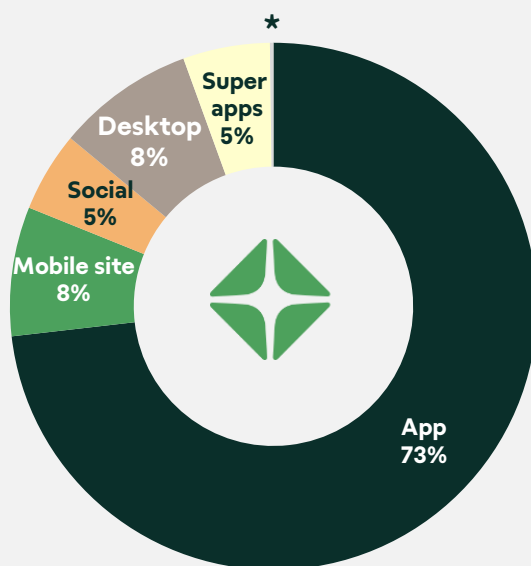
sales and penetration

R\$ millions, % of retail gross revenue



Digital channel mix

% of digital sales



94%

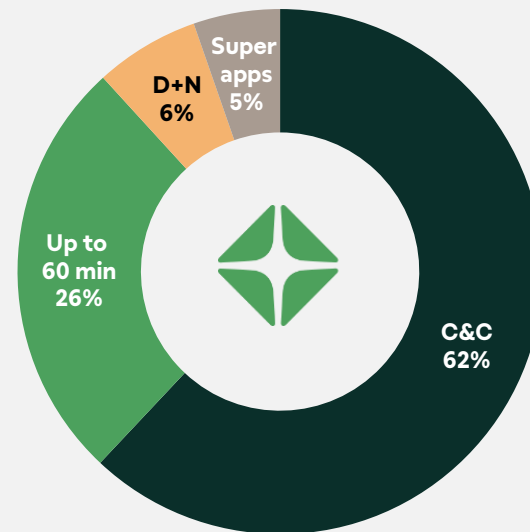
modern and proprietary channels

86%

proprietary channels through mobile devices

Delivery mix

% of digital sales



95%

fulfilled by pharmacies (incl. D+N)

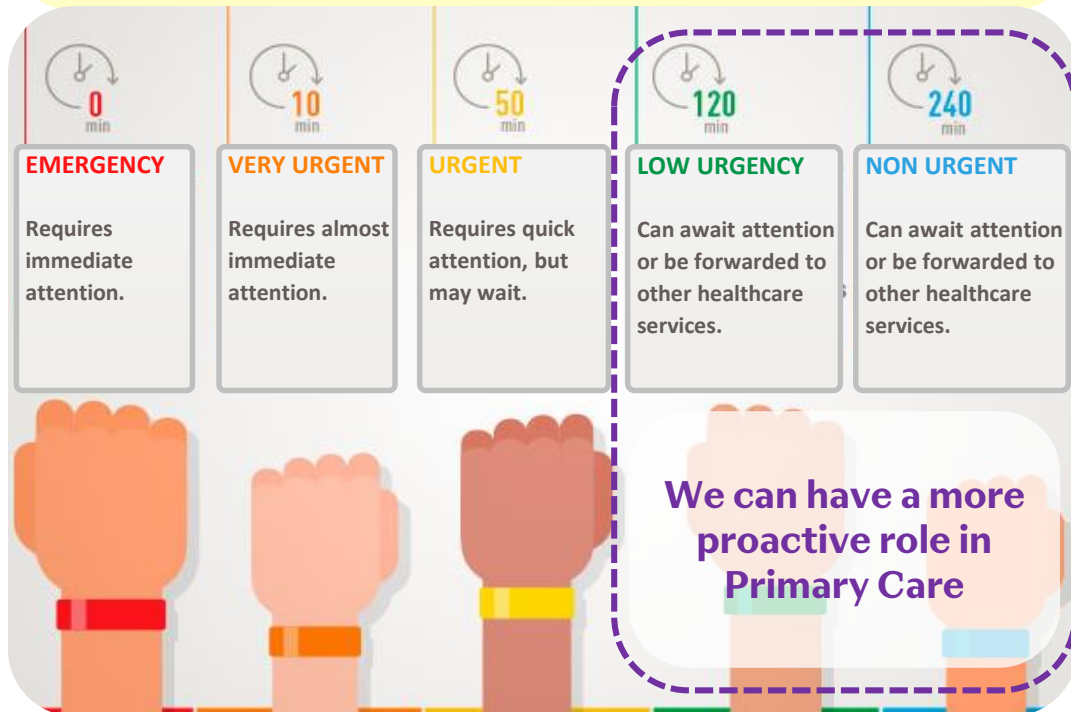
94%

delivered in up to 60 minutes

* Call center represents < 1% of digital channels.



We are continually evolving our positioning in primary healthcare, participating in the healthcare system with services offered in pharmacies.



* Clinical Analysis Exams.

Main achievements (2Q24)

◆ NPS (Net Promoter Score)	93
◆ Available services	40
◆ Types of vaccines	22
◆ EAC* rooms	1.5k
◆ Health Hubs	2.1k
◆ Vaccination rooms	330
◆ Pharmaceutical services	1.9 MM

- ◆ **Digital** scheduling and declaration;
- ◆ Service customers have **2.5x higher frequency and spending**;
- ◆ **~40% share in the pharmaceutical market** in vaccines such as herpes zoster, dengue and HPV (Source: IQVIA).



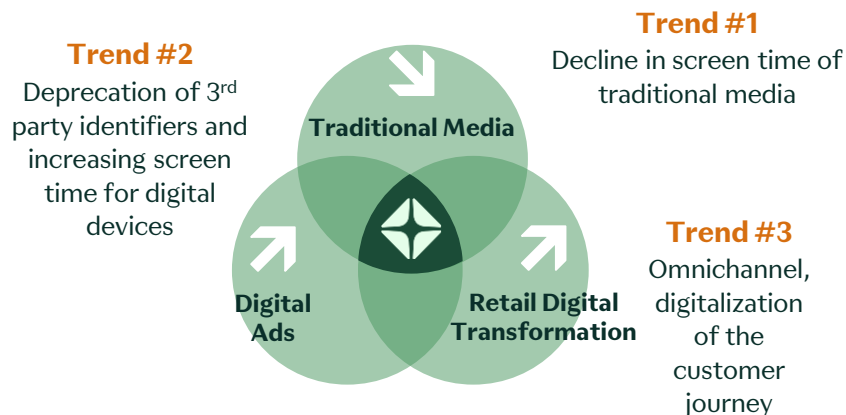
Pharmacy Degree provided for employees

- ◆ Customized course subsidized by RD Saúde;
- ◆ 4,000 hours of workload, 5 years duration.



Impulso is the retail media business of RD Saúde, a reference in consumer health media, impacting customer engagement, monetization and LTV.

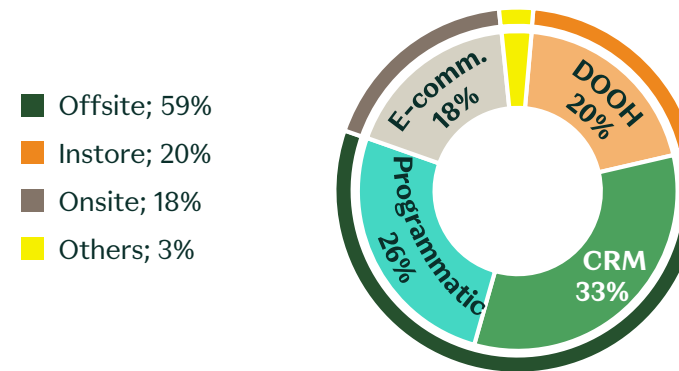
1st party data is the fuel for retail media growth



Source: Aster Capital.

RD Ads
is now
impulso
soluções de mídia RDsaúde

Impulso, revenue breakdown (2Q24):



The best customers and experience

- ♦ **48.8** million customers
- ♦ **97%** sales identification
- ♦ **384** million transactions (2Q24 LTM)

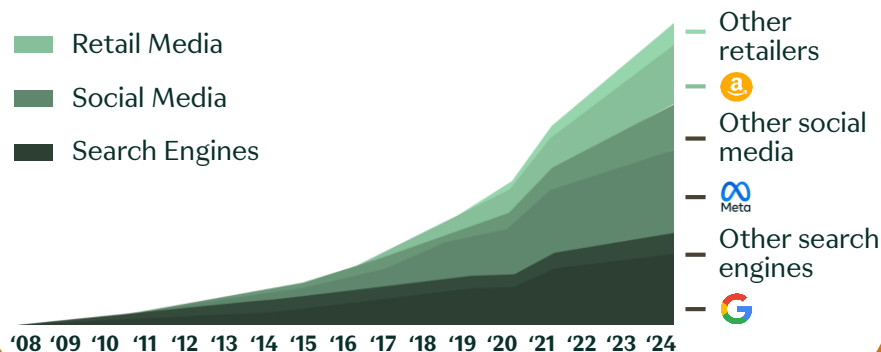
Physical and digital presence

- ♦ **601** cities and **3.1 thousand** pharmacies
- ♦ **1.5 km** distant from 93% of the A-class population
- ♦ **5 km** away from 59% of the population
- ♦ **Top 10 digital channel** (retail audience in Brazil)

Increased relevance with partners

- ♦ **~500** 1P suppliers
- ♦ **25** of the Top 50 advertisers in Brazil
- ♦ Domain of Category Management and purchase behavior

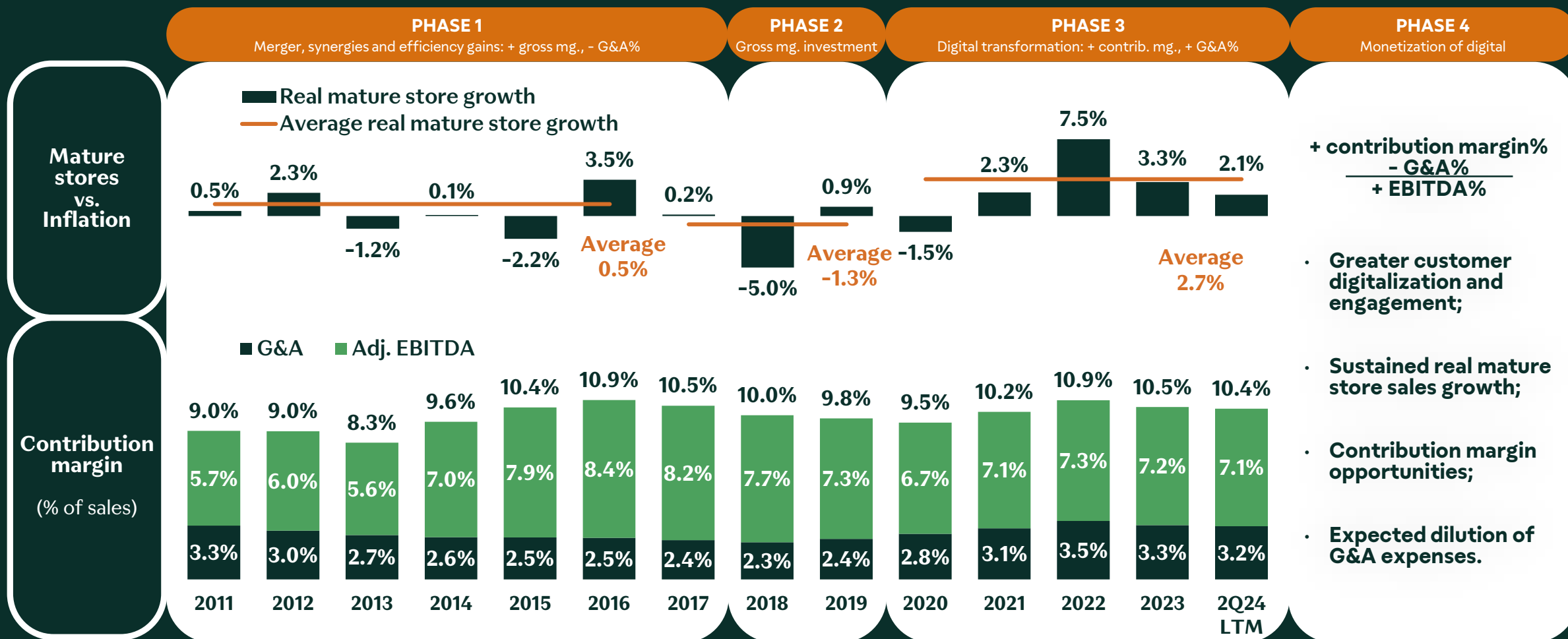
USA ad net revenue*:



* Source: eMarketer, October 2021.



The digitalization of the company delivered an increase in our mature store growth and contribution margin, financing the required G&A investments.

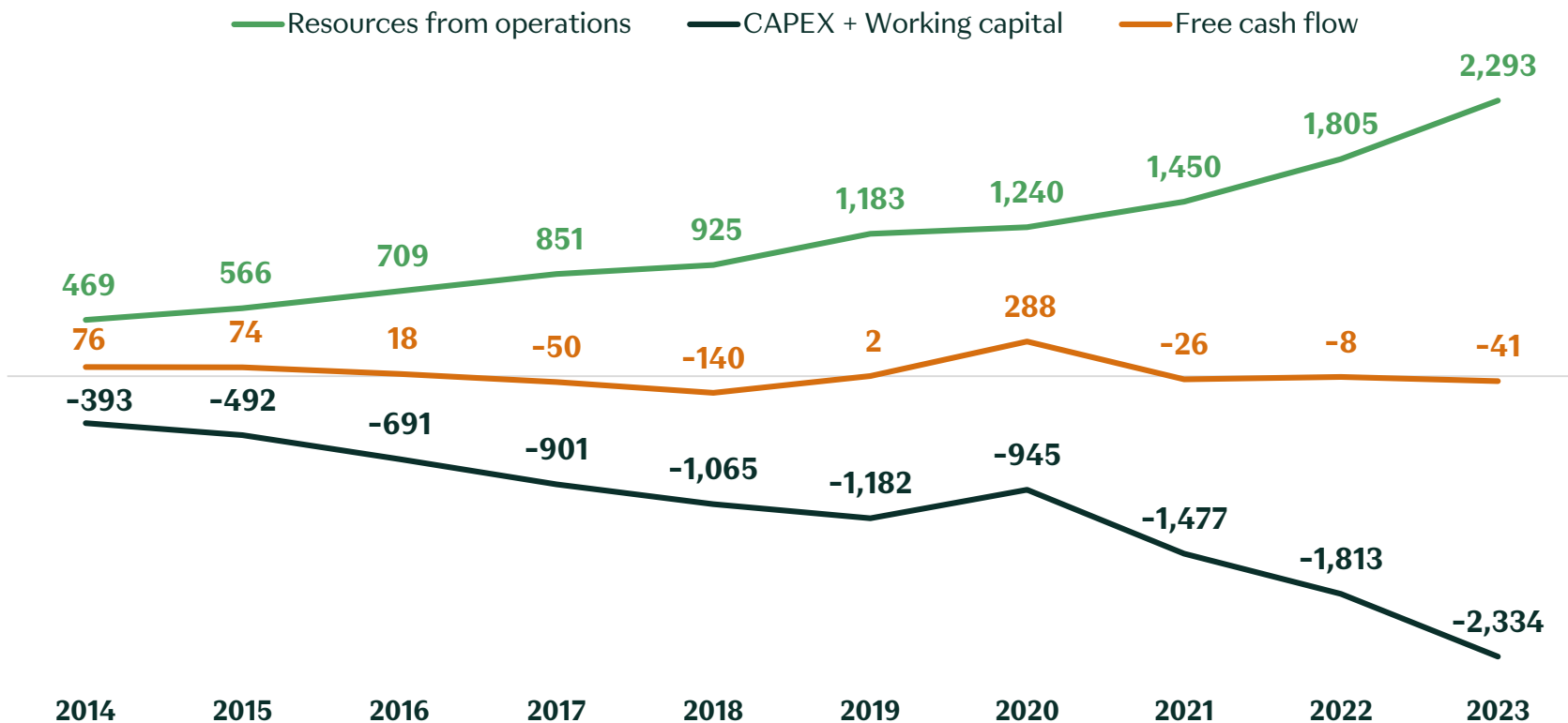




Our operation is self-sufficient in cash, with a generation of resources that balances consumption, supporting a strong growth with low leverage.

Cash flow

R\$ millions



Adj. net debt

R\$ 2,718 MM
(2023)

Adj. EBITDA

R\$ 2,603 MM
(2023)

Leverage

1.1x
(Net Debt / EBITDA)



Together with our Business Strategy comes our Sustainability journey towards the goals established for 2030.

G

- **Stewardship** of founding families since **1905**;
- Shareholder agreement until **2031**;
- Independent board members with **complementary skillsets**;
- Advisory committees for: Health & Strategy, Nomination & Remuneration, Audit, Sustainability and Finance;
- Compensation Policies: variable compensation based on **performance** and **sustainability goals** with up to 4 year vesting.

S

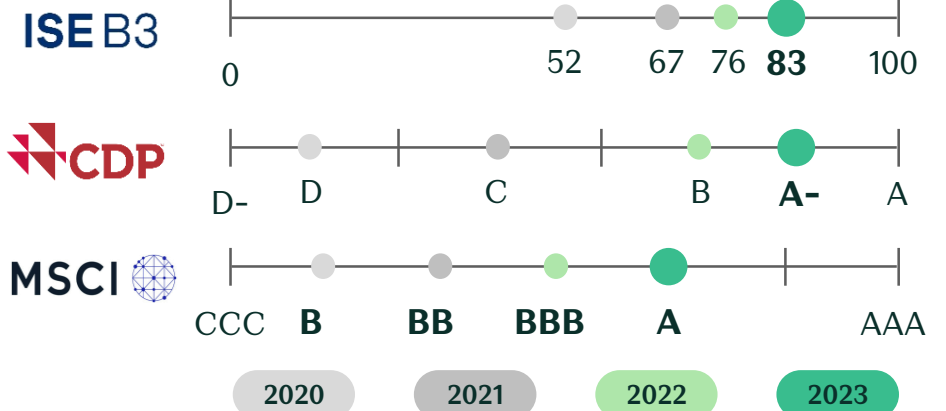
- **67%** of women in operational leadership;
- **100%** in-house developed pharmacy leadership;
- **Low turnover** compared to the sector;
- **Inclusion and diversity** programs;
- **Integral health**: physical, mental, social & environmental support programs;
- **48 MM** active customers w/ high freq. and 700k health services/month;
- Access: **59%** of the pop. within a 5km radius.

employees
customer

E

- **100%** of pharmacies collecting expired and unused medicines (284 tons in 2023) preventing contamination;
- **72%** of the operation supplied with renewable energy;
- Climate: reducing scopes 1 and 2, monitoring scope 3, and GHG inventory;
- Certifications: ISO 14001, ISO 45001 and LEED.

Improving recognition of our ESG efforts



IDIVERSA B3

Launched in Aug/23, highlighting companies that stand out in terms of diversity.

GPTW® certification

Highlighted in the GPTW ranking of healthy practices.



ISO / IEC 27001 : 2022 (BSI)

Information Security Certification on Digital Channels (App and Website) and Univers PBM.