

# Apresentação Institucional

# 1T25





## 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

3.301

presente em todos  
os estados brasileiros

## FUNCIONÁRIOS

66,3 MIL

ao término do  
1T25

## CLIENTES ATIVOS

49,7 MI

nos últimos  
12 meses

## TICKETS

411 MI

nos últimos  
12 meses

## RECEITA BRUTA

R\$42,8 BI

(1T25 LTM)  
+14% de cresc. A/A

## EBITDA AJUSTADO

R\$3,0 BI

(1T25 LTM)  
6,9% da receita bruta

## REDE DE FARMÁCIA

#1

em receita e  
nº de lojas no Brasil.

## ABERTURAS

330-350

novas farmácias em 2025  
(guidance)

## NPS Net Promoter Score

90 FARMÁCIAS

78 APPS

## ACESSOS DIGITAIS

182 MI

acessos no app e site  
1T25

## MARKET SHARE

16,6%

no 1T25, +0,4 pp, com  
ganhos em todas as regiões

## RATING PELA MOODY'S

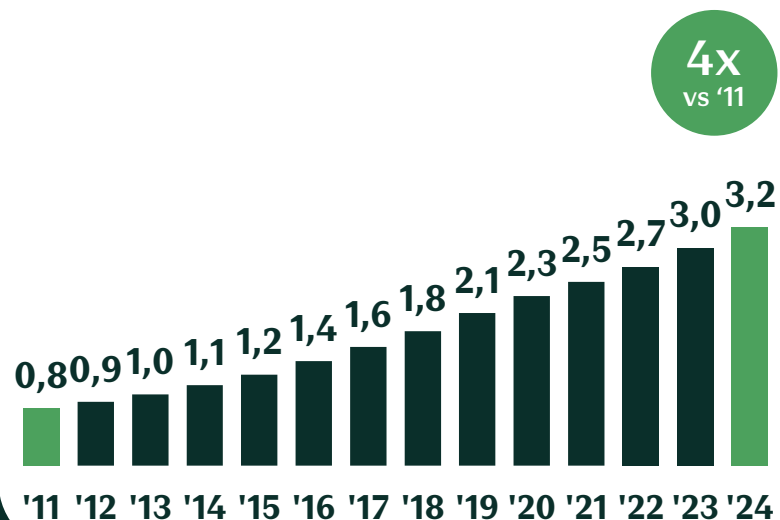
AAA.bra



Registramos 13 anos de crescimento consistente em quantidade de farmácias, receita bruta e EBITDA desde a fusão Raia e Drogasil.

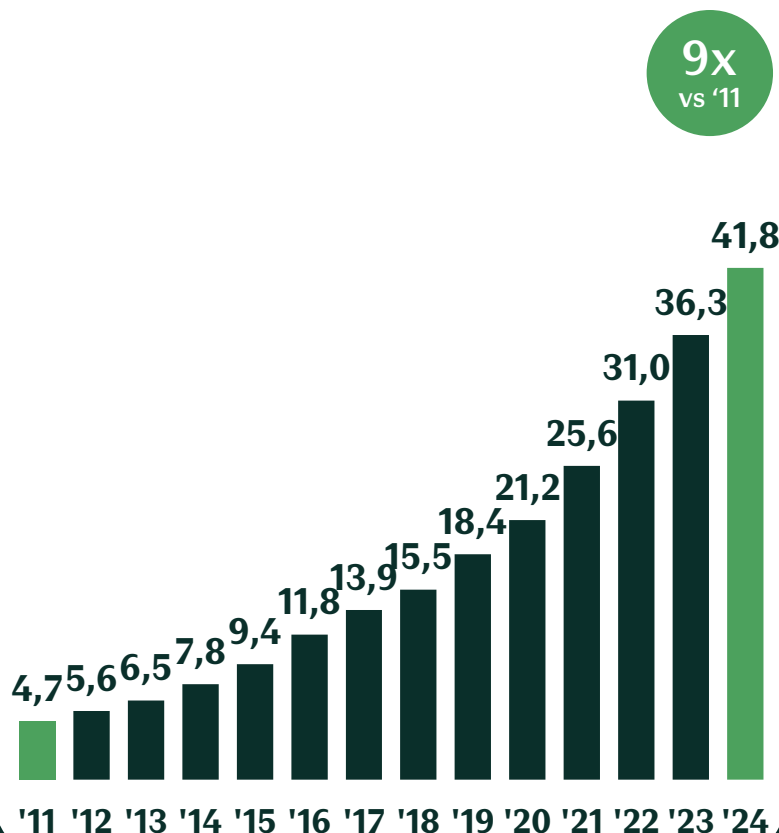
### Farmácias

Quantidade, mil



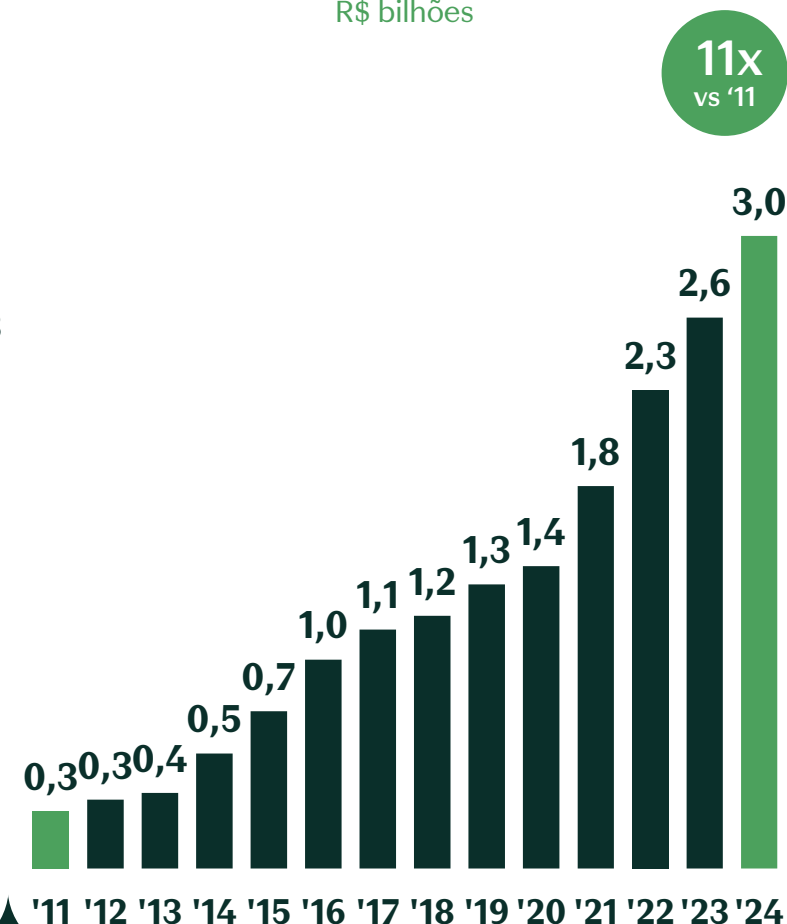
### Receita bruta

R\$ bilhões



### EBITDA aj.

R\$ bilhões

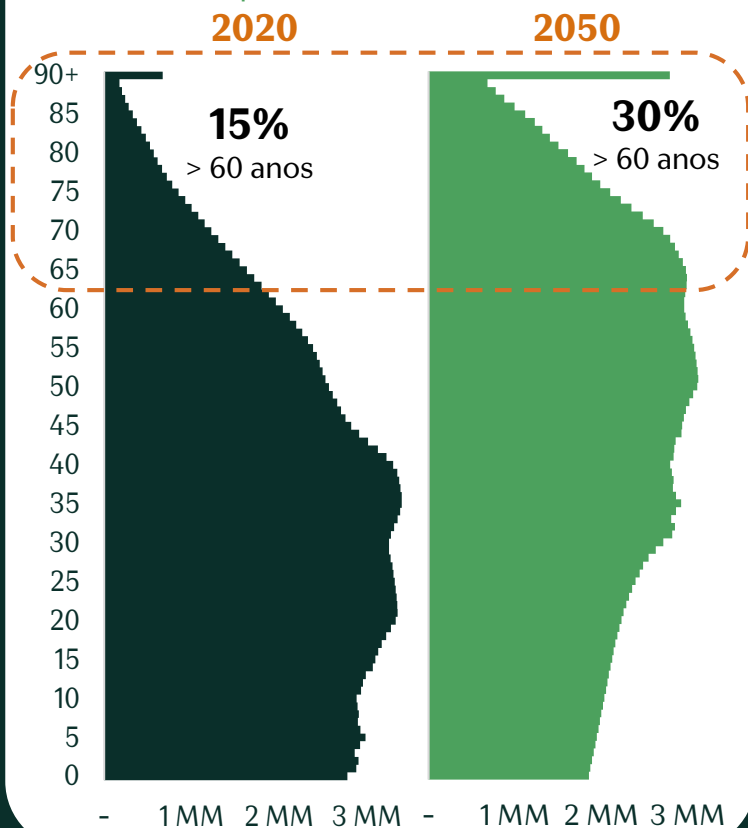




# Crescimento da demanda impulsionado pelo envelhecimento da população.

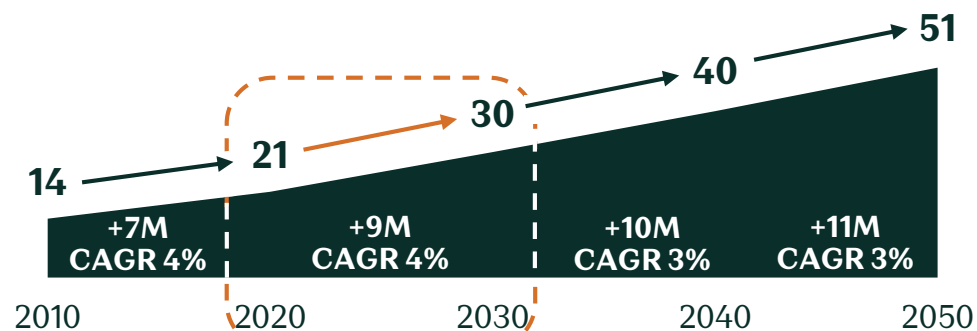
## Pirâmide demográfica

Pessoas por idade. Fonte: IBGE, 2024.



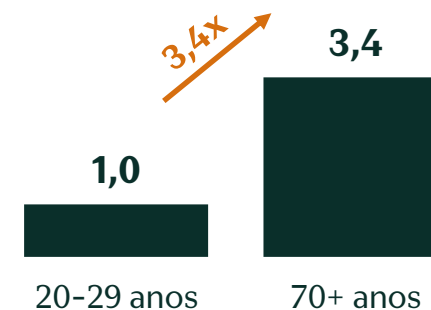
## População brasileira acima de 65 anos

Milhões. Fonte: IBGE, 2024.



## Gasto com medicamentos

R\$ mil, ao ano. Fonte: IBGE, com inflação.



## Mercado mantém crescimento acelerado no longo prazo

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

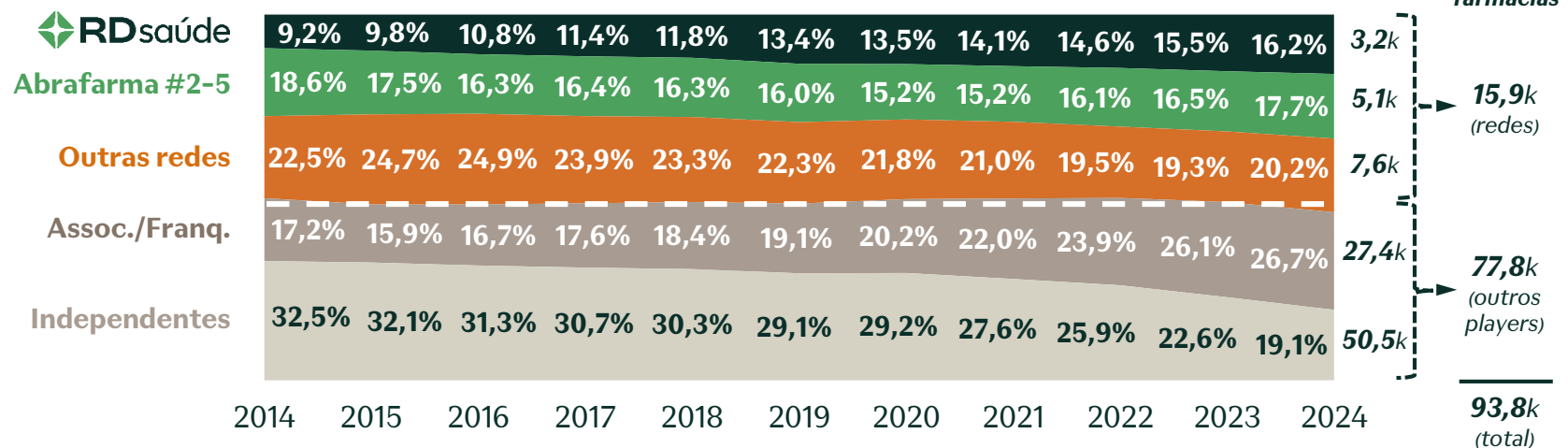




# Mercado fragmentado oferece ampla oportunidade de consolidação e crescimento de longo-prazo.



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



## Venda média anual por PDV em 2024 (RD Saúde = 100)

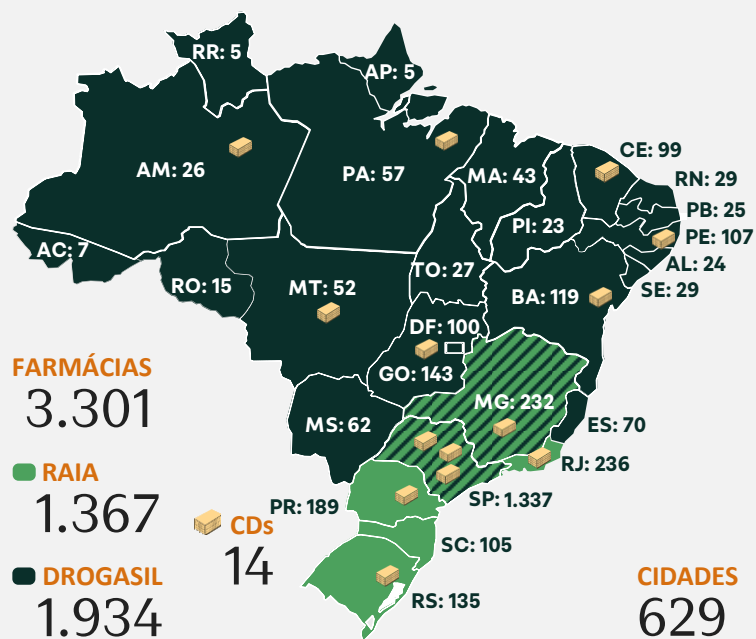


Fonte: IQVIA.



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

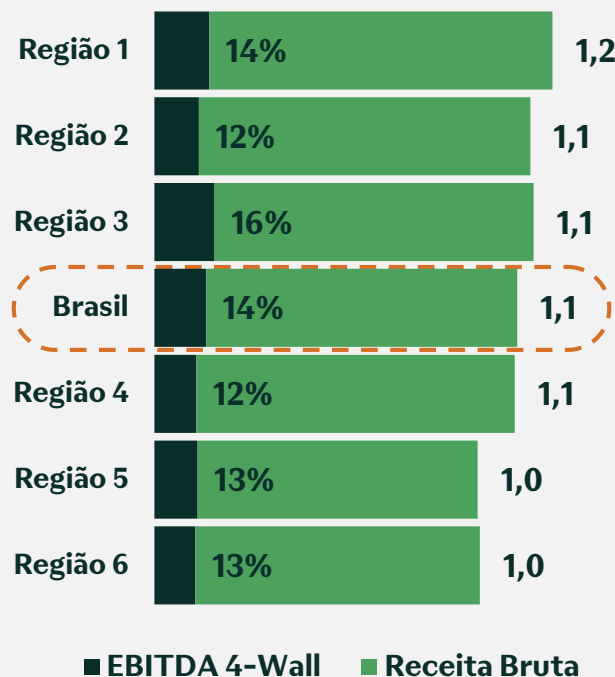
## Presença geográfica (1T25)



**94%** da população de classe A do país em um raio de 1,5 km

## Desempenho por região\*

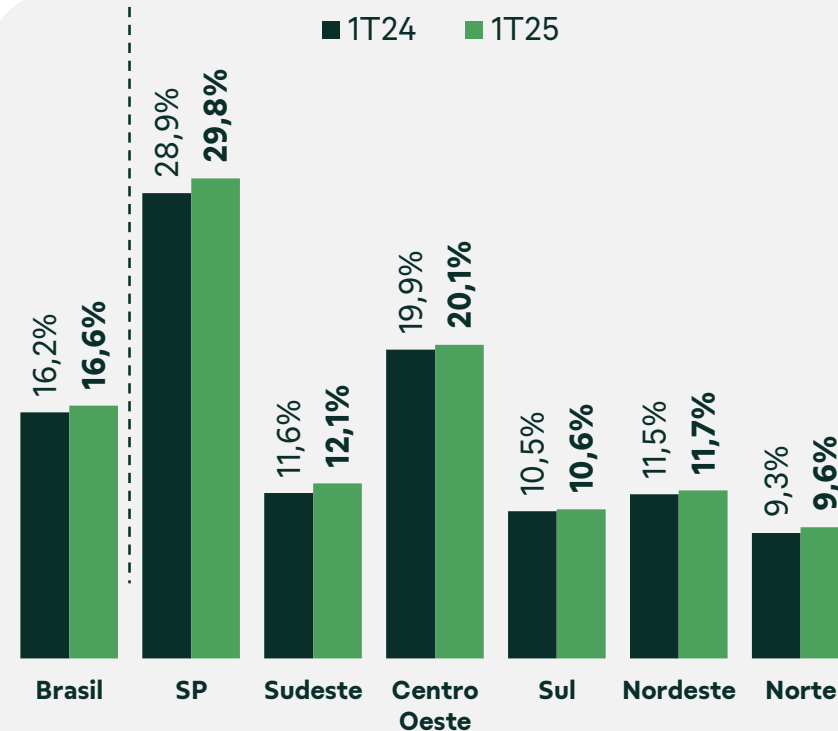
R\$ milhões, 1T25 LTM



\*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

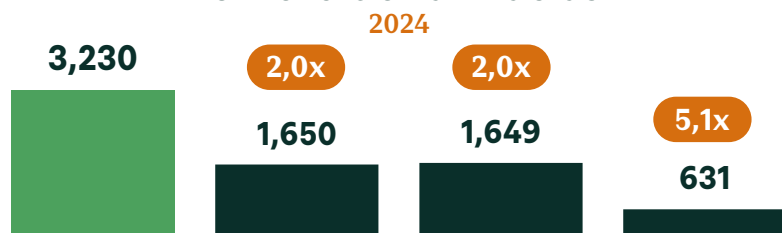


Fonte: IQVIA. Sudeste exclui SP. Ajustado por inconsistências na categoria "Itens nutricionais e dietéticos", que superestima os ganhos de participação de mercado.

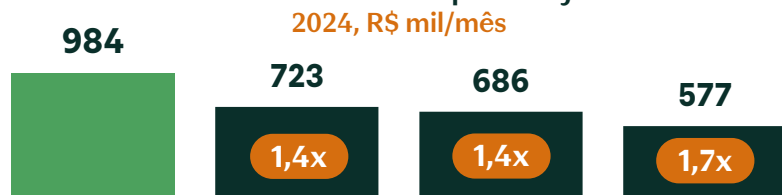


# Seguimos em direção à consolidação do mercado farmacêutico, apoiados em ativos e *skillsets* únicos.

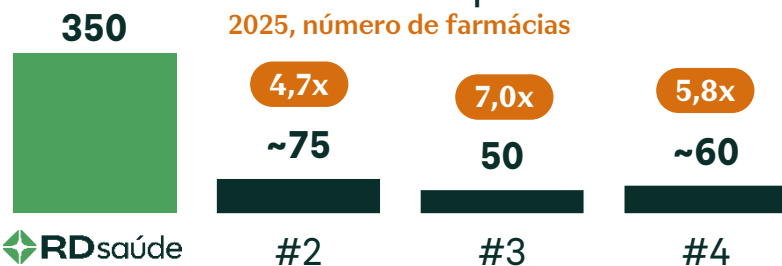
## Número de farmácias\*



## Venda média por loja\*



## Guidance de expansão\*



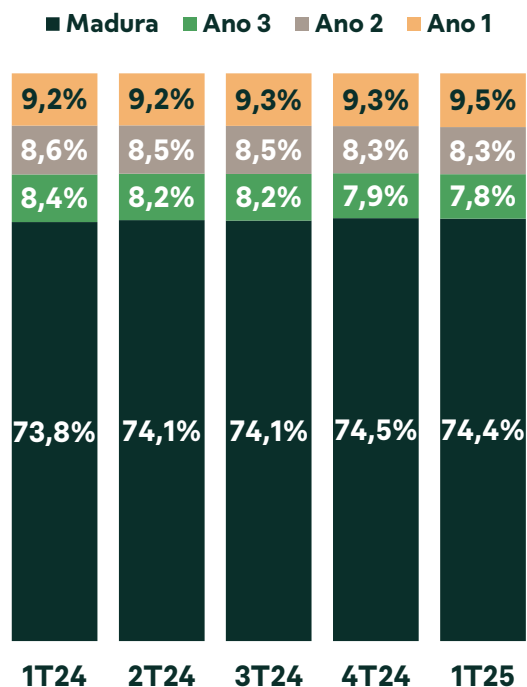
- ◆ **Cultura centenária de cuidado**, com 66 mil funcionários e 13 mil farmacêuticos;
- ◆ **Marcas** com presença e FORÇA NACIONAL;
- ◆ **50 MI** de clientes ativos, **7 MI** de fiéis e um **NPS de 90**;
- ◆ **Proximidade** com o cliente (**70 MI** em 5 minutos), em locais privilegiados;
- ◆ **Jornada digital** proprietária;
- ◆ **Serviços farmacêuticos** em expansão e fortalecimento do vínculo com os clientes.

\* Fonte: Estimativas da RD Saúde baseadas em informações públicas dos concorrentes listados nº 3 e nº 4, e informações divulgadas na imprensa sobre o concorrente não listado nº 2.



# Expandimos nossa rede com diversificação geográfica e demográfica, oferecendo um sortimento completo, promovendo saúde e bem-estar.

## Farmácias por maturação



## ASSERTIVIDADE

98%<sup>LTM<sup>1</sup></sup>

## GUIDANCE

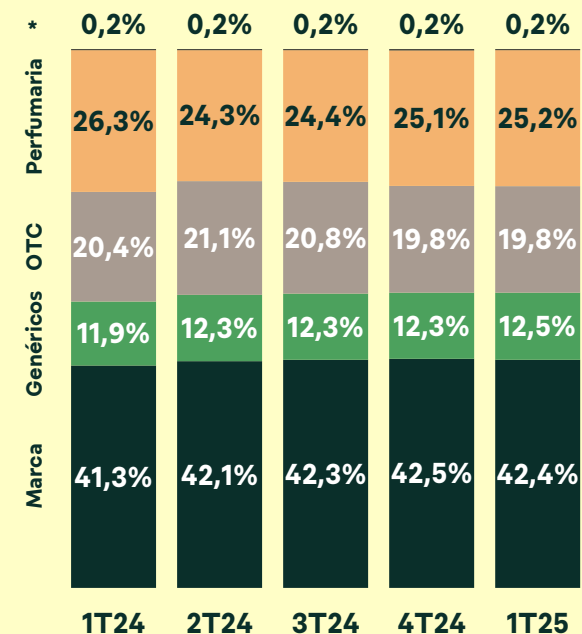
330-350

aberturas brutas em 2025.

## RAMP-UP

Três anos completos para maturação das farmácias.

## Mix de vendas do varejo



\*Serviços

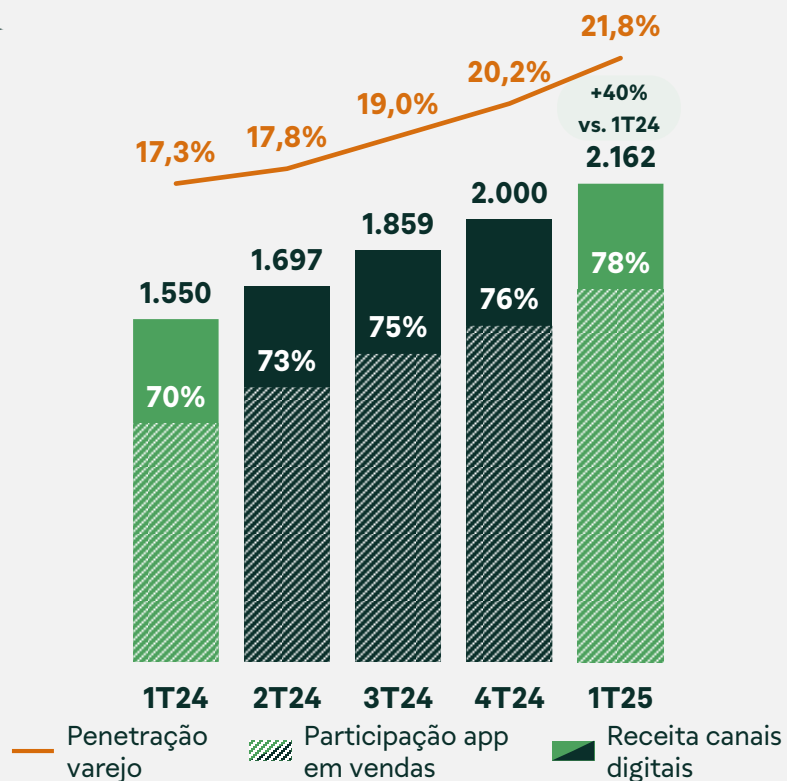
<sup>1</sup> Considera o % de filiais encerradas ainda em maturação, que correspondem a erros de abertura, sobre o total de farmácias abertas nos últimos 12 meses.



Digital cresceu 40%, atingindo R\$ 2,2 bi no 1T25. Penetração de 21,8%, sendo 78% via apps e 96% entregues em menos de 60 minutos.

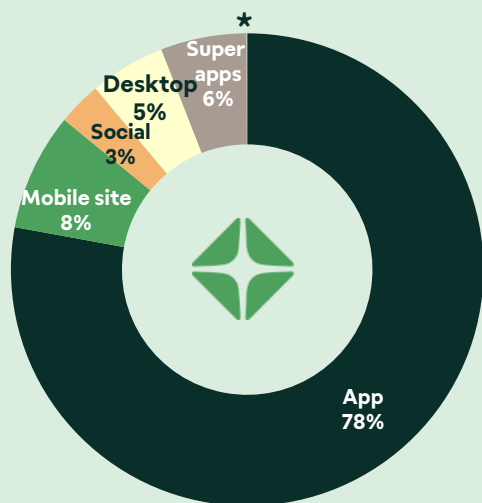
## Canais digitais

R\$ milhões, % da receita bruta do varejo



## Mix de canais digitais

% da receita digital, 1T25



94%

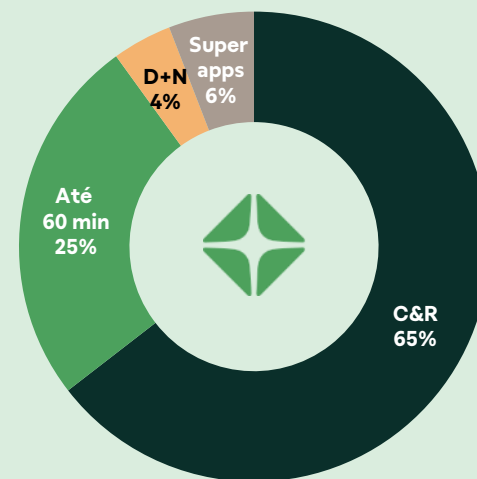
canais modernos e proprietários

89%

canais proprietários e em aparelhos móveis

## Mix de entregas

% da receita digital, 1T25



98%

atendidos por farmácias (incluindo D+N)

96%

entregues em até 60 minutos

\* Call center representa < 1% dos canais digitais.



# 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



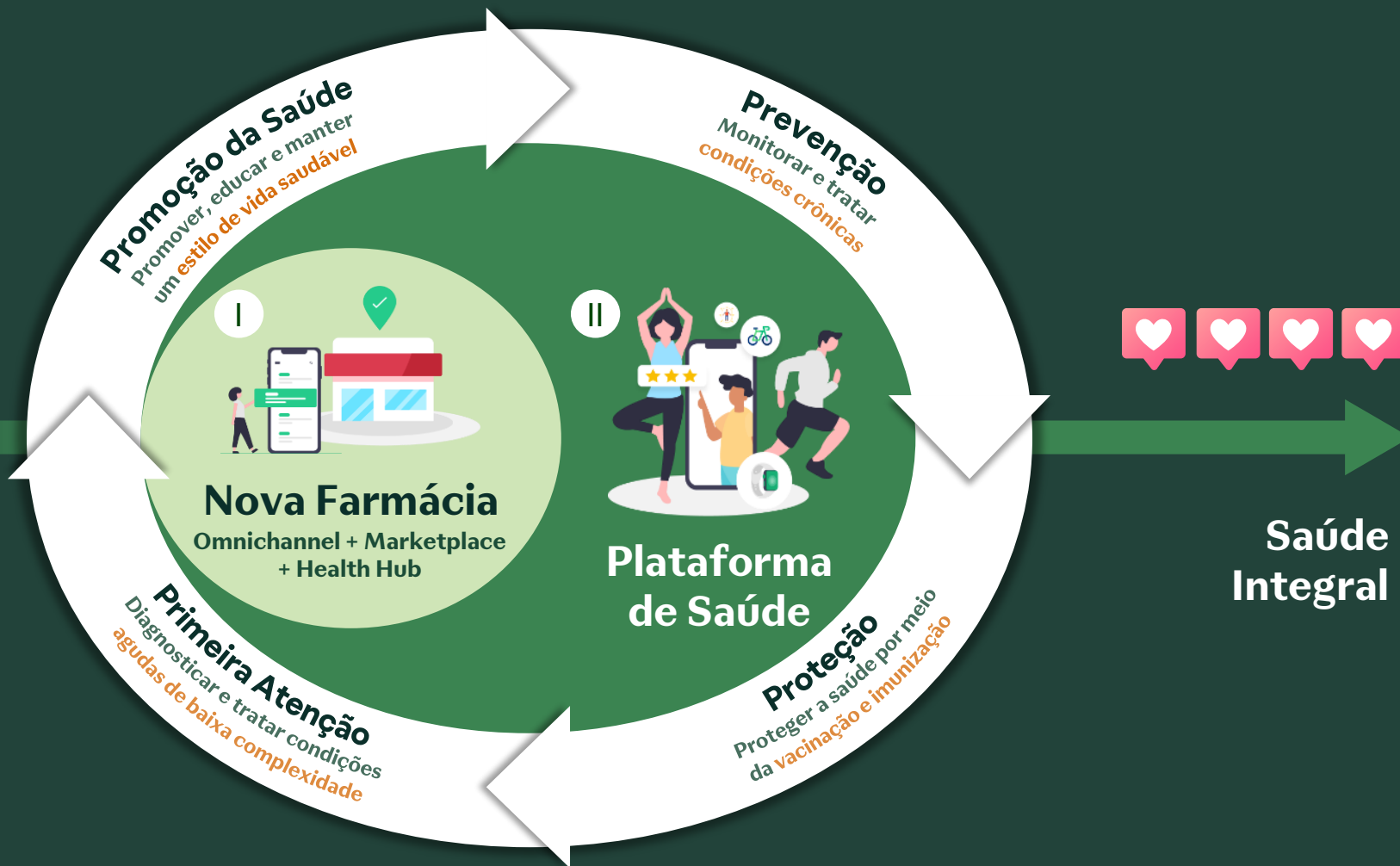
NEGÓCIOS + SAUDÁVEIS  
Diversidade, Educação  
e Valor Compartilhado



PLANETA + SAUDÁVEL  
Emissões, Energia  
e Resíduos



Varejo  
Farmacêutico



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

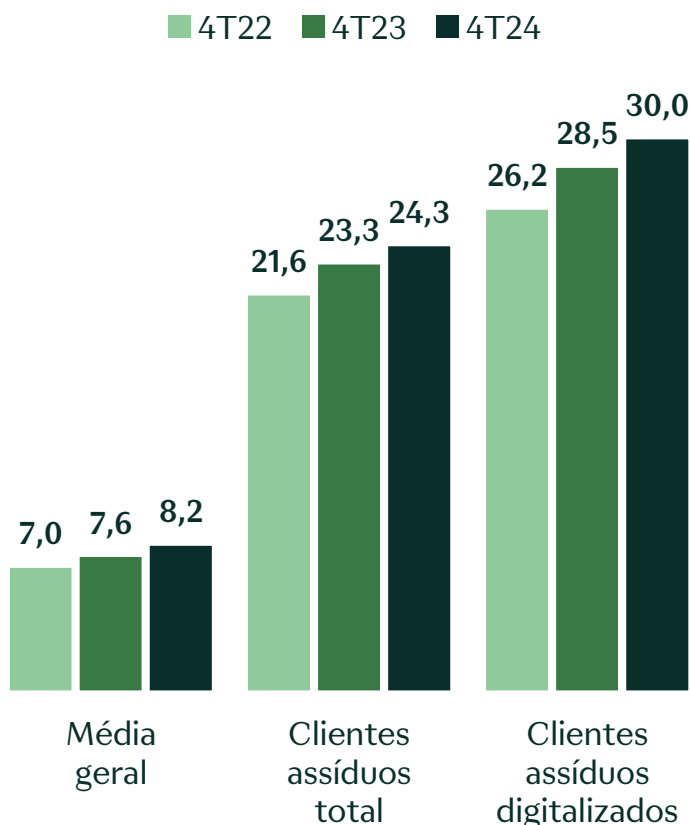


Segmentação por tipo de cliente\*

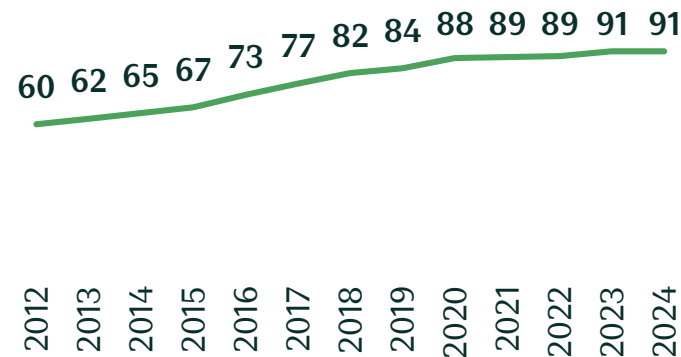


\* Milhões de clientes, % receita bruta do varejo LTM.

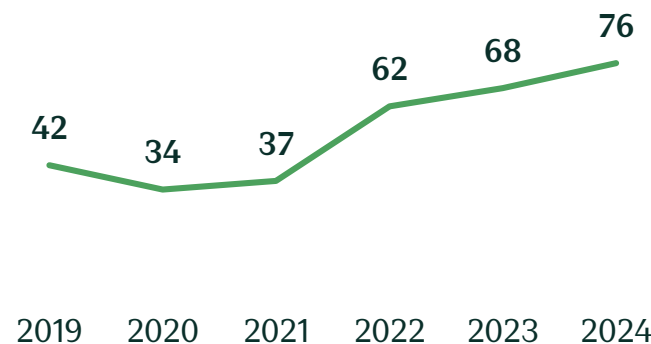
Frequência anual de compras



NPS farmácias



NPS App\*\*



\*\* 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

20

Cliente Casual

206

Cliente Fiel (+10x vs. Casual)

## CAV por Perfil

|              |     |
|--------------|-----|
| Uso Contínuo | 159 |
| Perfil B     | 225 |
| Perfil C     | 234 |
| Perfil D     | 265 |

X

## CAV por Vínculo

### EXEMPLOS DE VÍNCULOS DIGITAIS

|           |     |
|-----------|-----|
| Vínculo X | 164 |
| App       | 176 |
| Vínculo Y | 193 |
| Stix      | 193 |

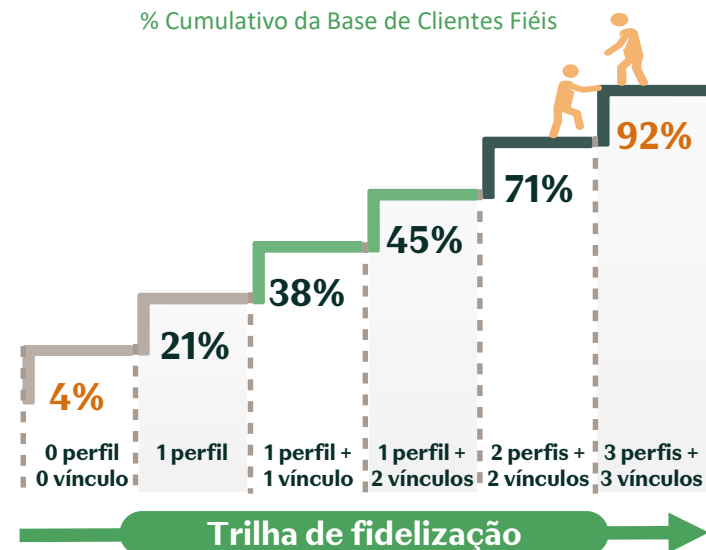
### EXEMPLOS DE VÍNCULOS DE SAÚDE

|                |     |
|----------------|-----|
| Entrega Rápida | 173 |
| Vínculo W      | 150 |
| Serviços Saúde | 214 |
| Vínculo Z      | 232 |

=

## Impacto Perfil/Vínculo na Fidelização

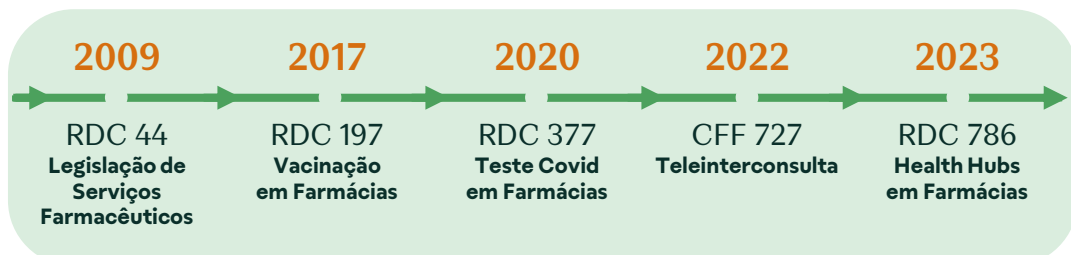
% Cumulativo da Base de Clientes Fiéis



\* Visão 12 meses (mês base: set/24).



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



## Serviços farmacêuticos (1T25)

|                              |               |
|------------------------------|---------------|
| ◆ NPS (Net Promoter Score)   | <b>93</b>     |
| ◆ Serviços disponíveis       | <b>40</b>     |
| ◆ Tipos de vacinas           | <b>23</b>     |
| ◆ Health Hubs                | <b>2,5k</b>   |
| ◆ Salas de Vacina            | <b>385</b>    |
| ◆ Atendimentos farmacêuticos | <b>2,1 MI</b> |

- ◆ 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;
- ◆ Carga horária de 4.000h, 5 anos de duração.

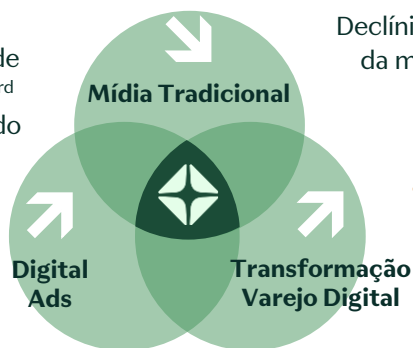


# Impulso é o negócio de retail media da RD Saúde, referência em consumer health media, impactando engajamento, interesse e LTV dos clientes.

1<sup>st</sup> *party data* é vital para mídia de varejo

## Tendência #2

Descontinuação de identificadores 3<sup>rd</sup> party e aumento do screen time de dispositivos digitais



## Tendência #1

Declínio do screen time da mídia tradicional

## Tendência #3

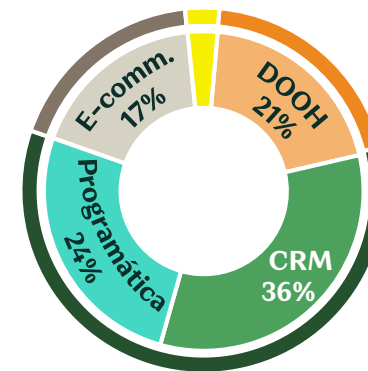
Omnicanal, digitalização da jornada do cliente

Fonte: Aster Capital.

RD Ads  
agora é  
**impulso**  
soluções de mídia RDsaúde

Impulso, quebra de receita no 3T24:

- Offsite; 60%
- Instore; 21%
- Onsite; 17%
- Outros; 3%



Os melhores clientes e a melhor experiência

- ◆ 49,7 milhões de clientes
- ◆ 97% de vendas identificadas
- ◆ 411 milhões de transações (2024)
- ◆ NPS 90 nas farmácias

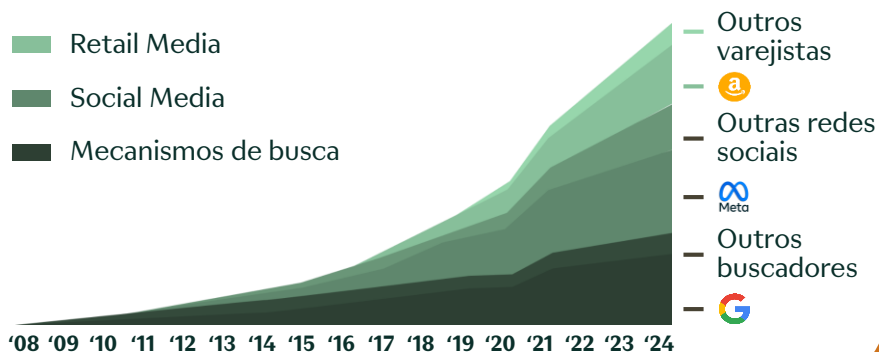
Presença física e digital

- ◆ 629 cidades e 3,3 mil farmácias
- ◆ 94% da classe A em um raio de 1,5 km
- ◆ 5 km distante de 70% 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.



Estamos construindo nosso ecossistema com oportunidades em Saúde, Manipulados, Medicina Especializada, Ads, e outros.



Soluções de Varejo

Soluções de Saúde





# 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;
- **50 MM** clientes ativos com alta frequência, 600 mil serviços farma/mês;
- Acesso próximo: **70%** da população em um raio de 5 km.

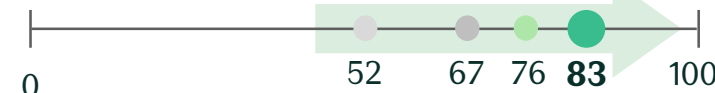
funcionário  
cliente

E

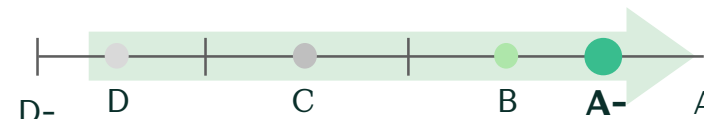
- **100%** das farmácias com coletores para descarte de medicamentos vencidos ou em desuso (389 ton. em 2024), prevenindo a contaminação;
- **100%** da operação abastecida com energia renovável;
- Clima: redução escopos 1 e 2, monitoramento escopo 3, e inventário GEE;
- Certificações: ISO 14001, ISO 45001 e LEED.

## Improving recognition of our ESG efforts

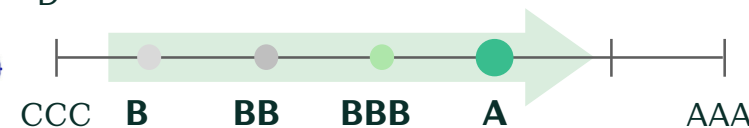
ISE B3



CDP



MSCI



2020

2021

2022

2023

IDIVERSA B3

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

ISO / IEC 27001 : 2022 (BSI)

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

# Institutional Presentation

1Q25





## 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

3,301

across every Brazilian state

### EMPLOYEES

66.3<sub>K</sub>

at the end of the 1Q25

### ACTIVE CUSTOMERS

49.7<sub>MM</sub>

in the last 12 months

### TICKETS

411<sub>MM</sub>

in the last 12 months

### GROSS REVENUE

R\$42.8<sub>B</sub>

(1Q25 LTM)  
+14% Y/Y growth

### ADJUSTED EBITDA

R\$3.0<sub>B</sub>

(1Q25 LTM)  
6.9% of gross revenue

### PHARMACY CHAIN

#1

in Brazil, in revenue and pharmacy count

### OPENINGS

330-350

new pharmacies in 2025 (guidance)

### NPS Net Promoter Score

90<sub>PHARMACIES</sub>

78<sub>APPS</sub>

### DIGITAL SESSIONS

182<sub>MM</sub>

visits to our apps and websites in the 1Q25

### MARKET SHARE

16.6%

in the 1Q25, +0.4 pp, with gains in every region

### RATING BY MOODY'S

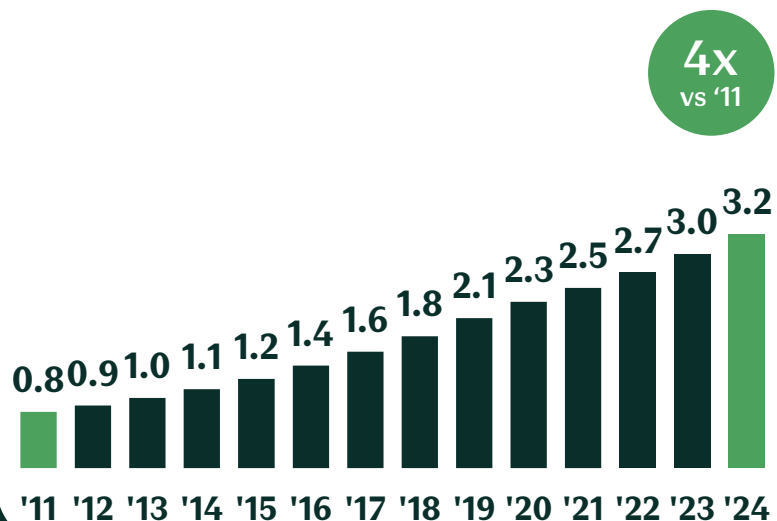
AAA.br



We recorded 13 years of consistent high growth in pharmacy count, gross revenue and adj. EBITDA since the merger of Raia and Drogasil.

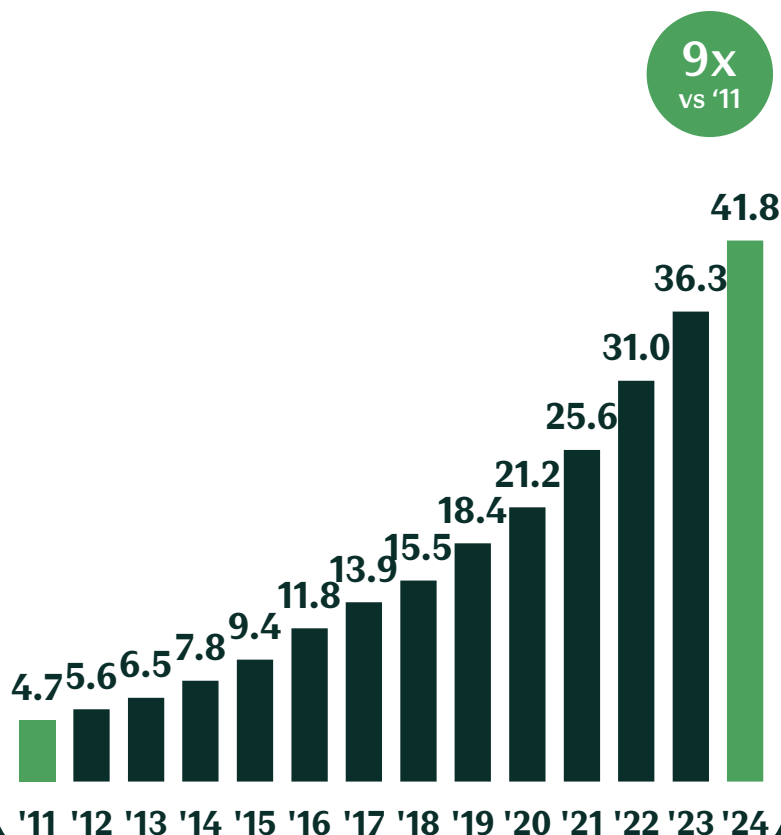
### Pharmacies

Store count, thousands



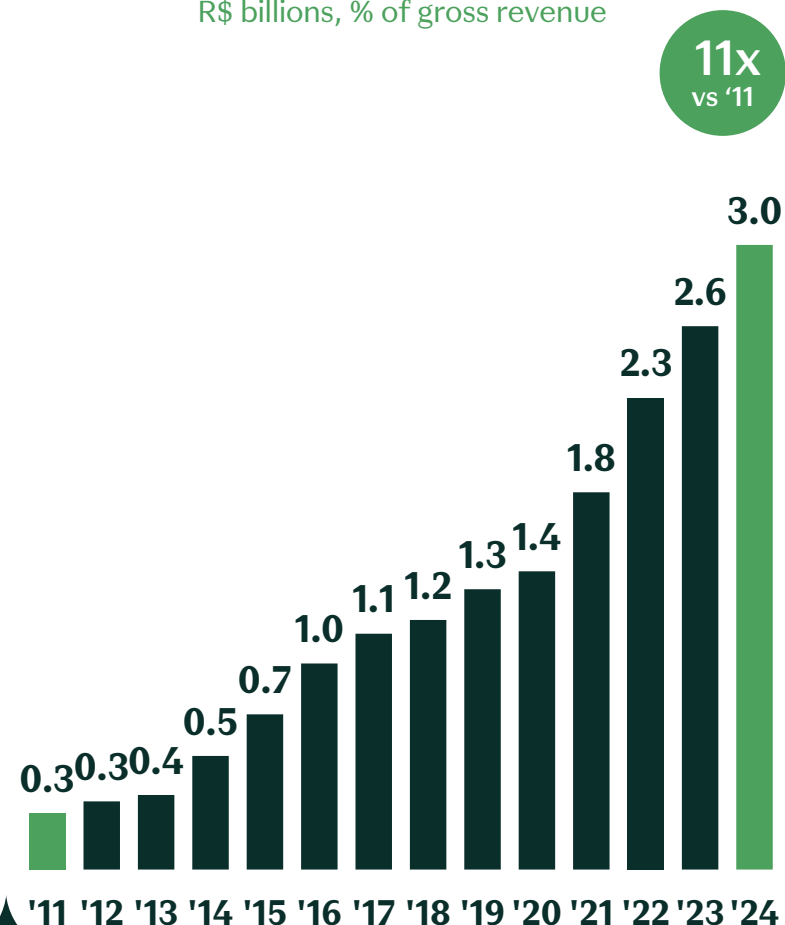
### Gross revenue

R\$ billions



### Adjusted EBITDA

R\$ billions, % of gross revenue

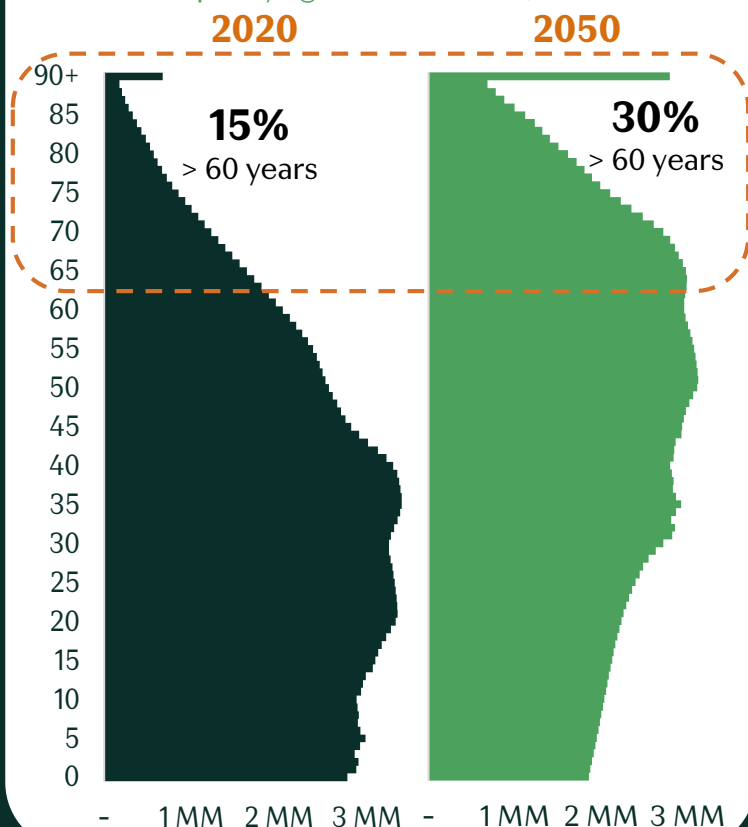




# The long-term aging of the population sustains robust demand growth of the pharmaceutical market in Brazil.

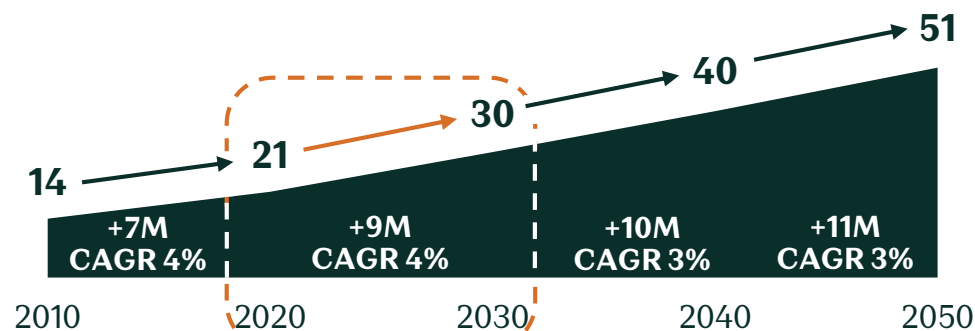
## Population pyramid

People by age. Source: IBGE, 2024.



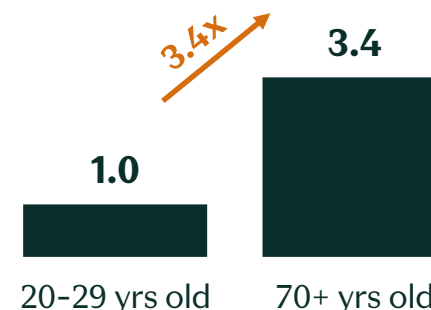
## Brazilian population over 65 years of age

Millions of people. Source: IBGE, 2024.



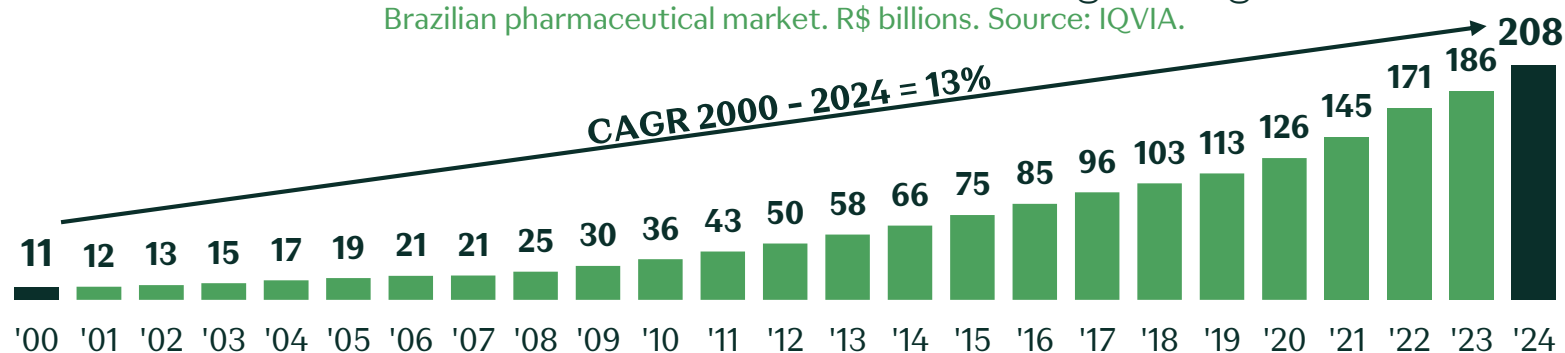
## Average drug spending

R\$ thousands/yr. Source: IBGE w/ inflation.



## Pharma market maintains an accelerated long-term growth

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

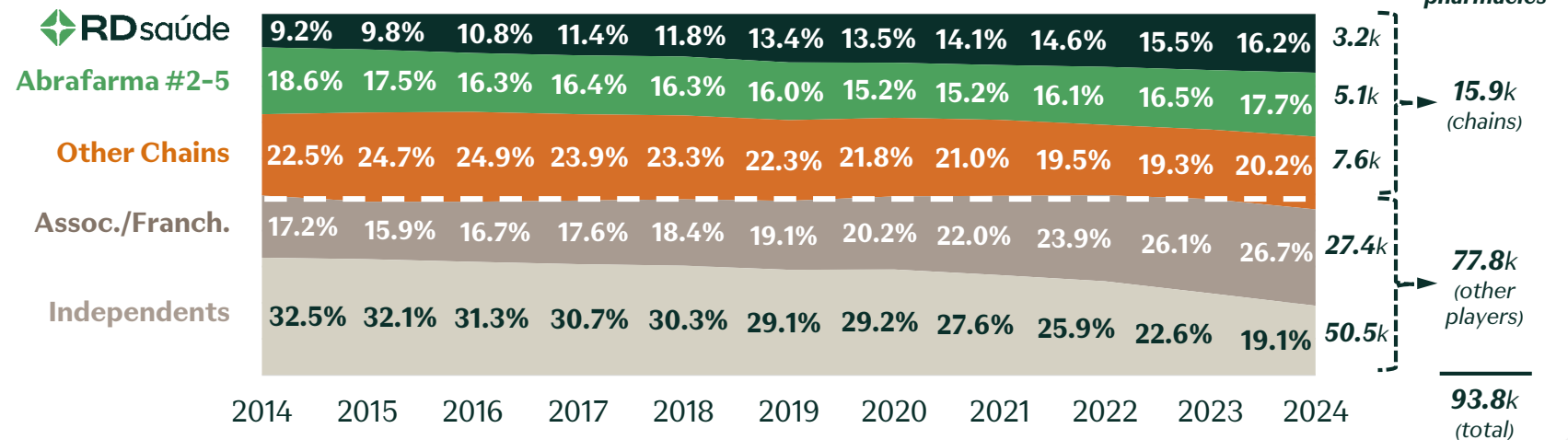




# The fragmented pharmacy market offers ample opportunity for consolidation and long-term growth.



Market share (Retail participation by list price, sell-out + sell-in)



Average annual sale per pharmacy in 2024 (RD Saúde = 100 index)

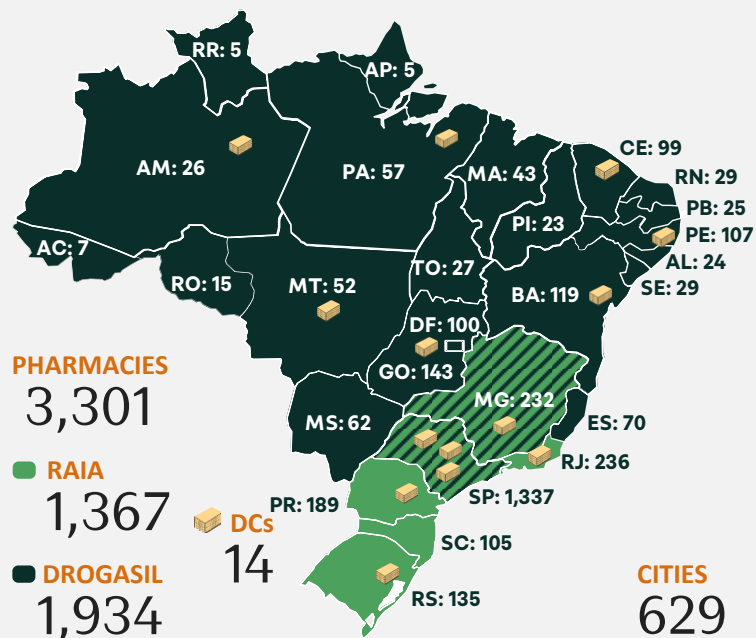


Source: IQVIA.



# We continue to expand nationally with unique pace, solid unit economics and diversification while sustaining real IRRs above 20% net of cannibalization.

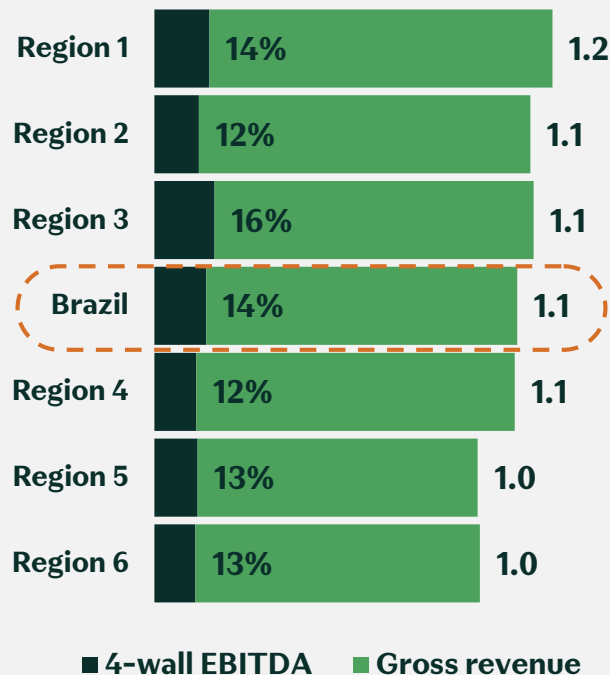
## Geographic presence (1Q25)



**94%** of the Brazilian A-class population in a radius of 1.5 km

## Performance by region\*

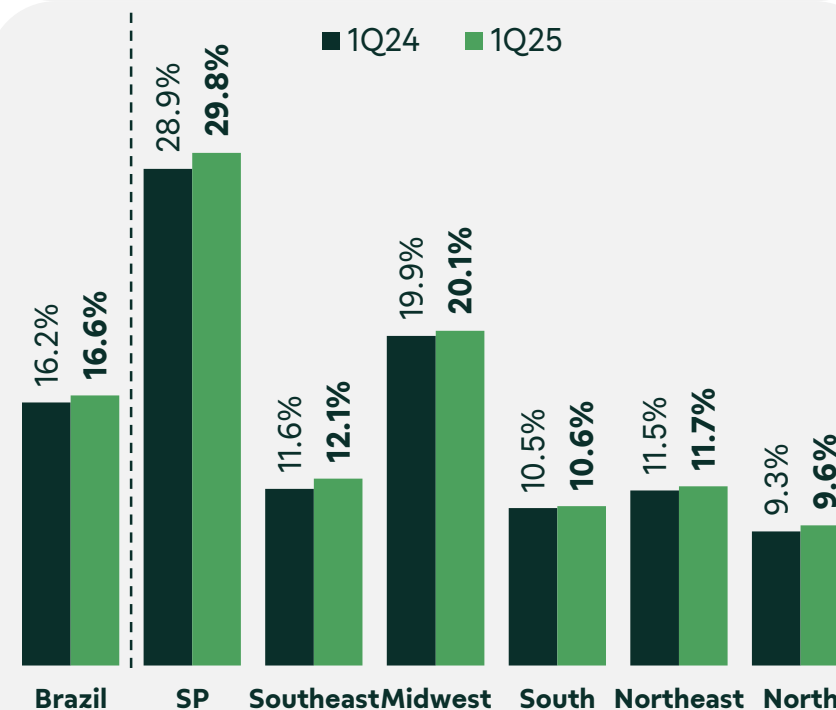
R\$ millions, 1Q25 LTM



\* 4-wall EBITDA of mature stores. Excludes distribution centers and regional expenses.

## Market share

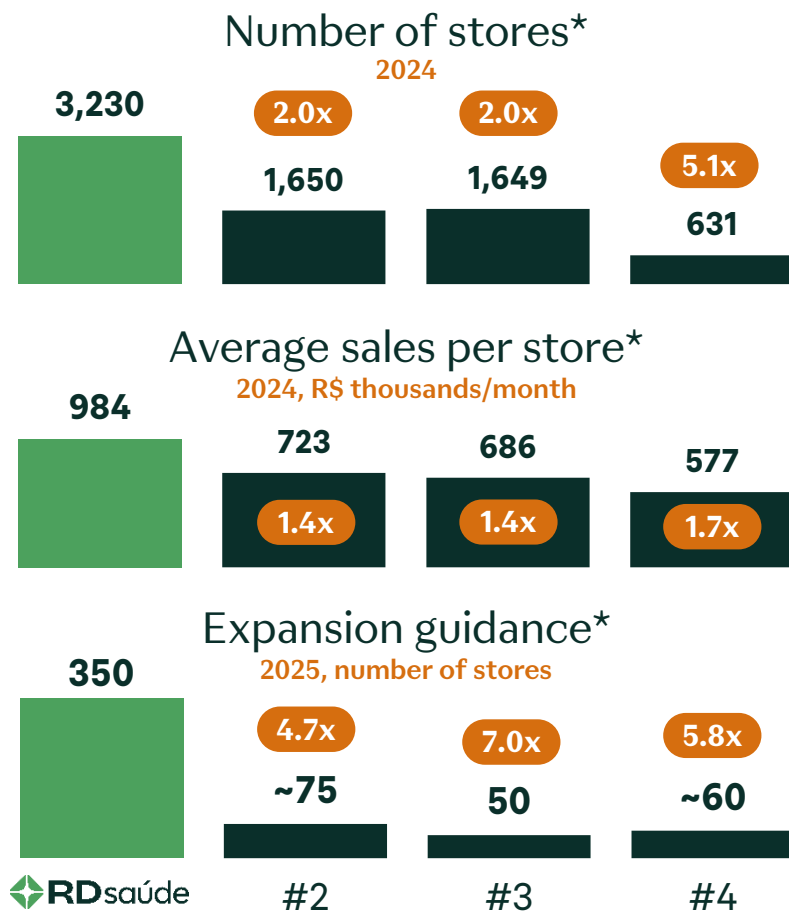
Quarterly retail share at list price, sell-out + sell-in



Source: IQVIA. Southeast excludes SP. Adjusted for inconsistencies in the category "Nutritional & Diet items" which overestimates market share gains.



# We continue to build upon unique assets and skillsets towards the consolidation of the pharmaceutical market.



- ◆ A **centennial culture of caring**, with 66k employees and 13k pharmacists;
- ◆ **Brands** with NATIONAL presence and STRENGTH;
- ◆ **50 MM** active customers, **7 MM** loyal and an **NPS of 90**;
- ◆ Customer **proximity** (70 MM in 5 minutes), at prime locations;
- ◆ Proprietary **digital journey** with accelerated adoption;
- ◆ **Pharmaceutical services** scaling up and strengthening customer bonds.

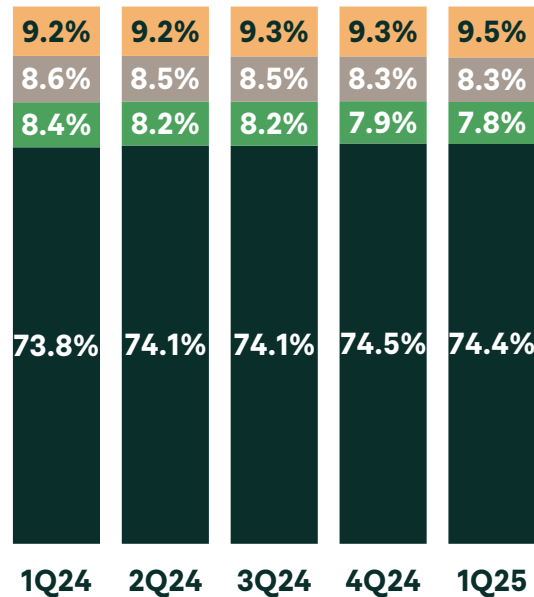
\* Source: RD Saúde estimates based on public information from listed competitors #3 and #4, and information released in the press for unlisted competitor #2.



We expanded our chain with geographic and demographic diversification, offering a complete assortment, promoting health and well-being.

## Pharmacy portfolio

■ Mature ■ Year 3 ■ Year 2 ■ Year 1



## ASSERTIVENESS

98%<sup>LTM<sup>1</sup></sup>

## GUIDANCE

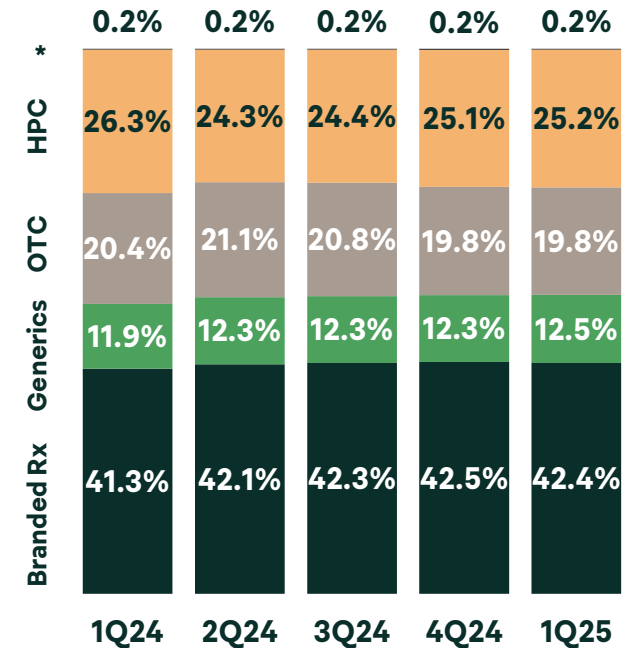
330-350

gross openings  
in 2025.

## RAMP-UP

Store maturation  
after three  
full years.

## Retail sales mix



<sup>1</sup> Considers the % of store closures within the maturation process, which correspond to expansion mistakes, divided by the LTM openings.

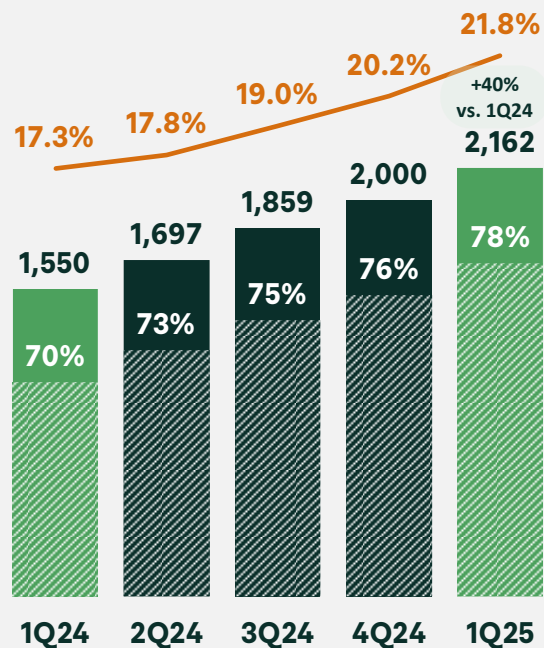
\*Services



Digital grew 40% to R\$ 2.2 billion in the 1Q25. Penetration of 21.8%, with 78% via apps and 96% delivered in under 60 minutes.

## Digital sales

R\$ million, % of retail gross revenue



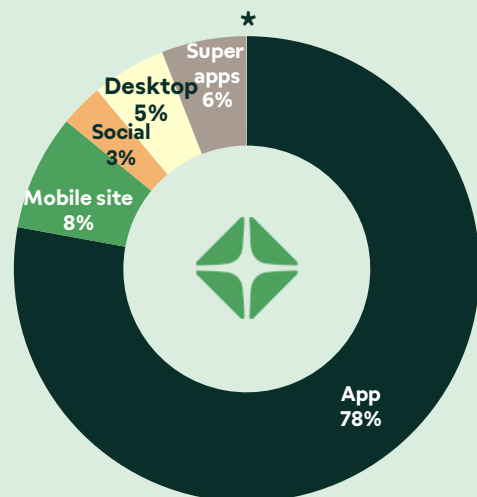
Retail penetration

App participation in sales

Revenue of digital channels

## Digital channel mix

% of digital sales, 1Q25



94%

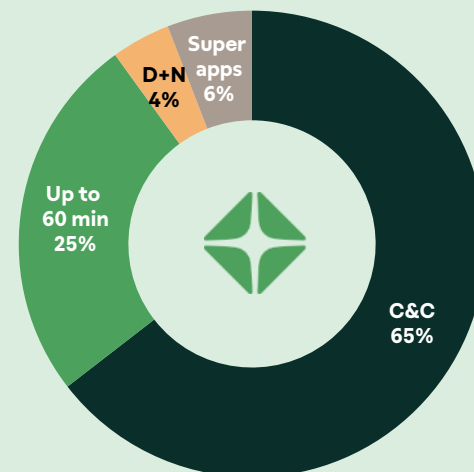
modern and proprietary channels

89%

proprietary channels through mobile devices

## Delivery mix

% of digital sales, 1Q25



98%

fulfilled by pharmacies (incl. D+N)

96%

delivered in under 60 minutes

\* Call center represents < 1% of digital channels.



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



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

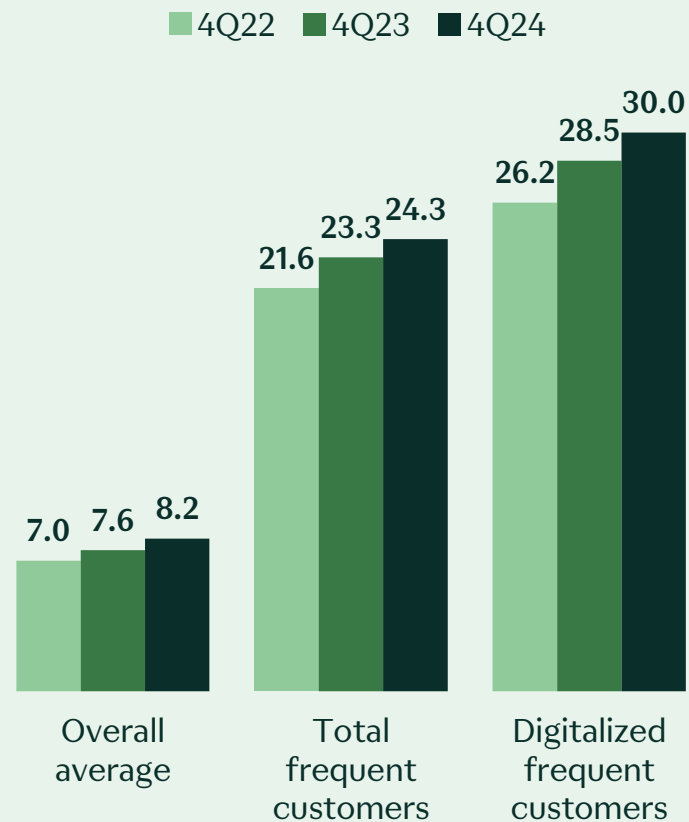


2024 Customer segmentation\*

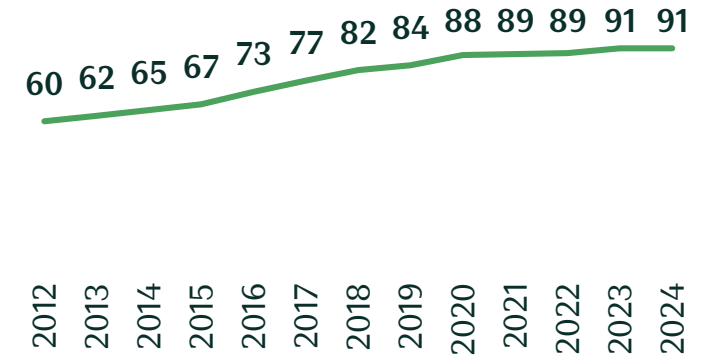


\* Millions of customers, % LTM retail gross revenue.

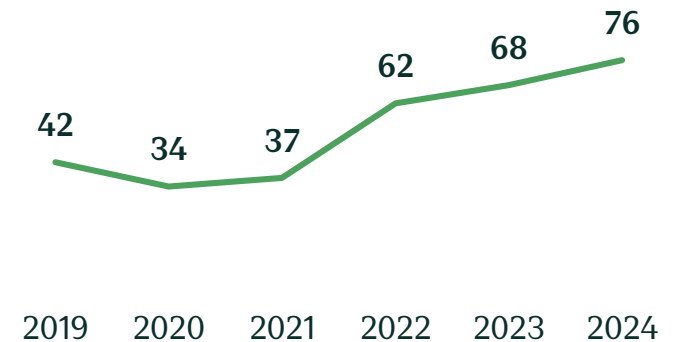
Annual purchasing frequency



Pharmacy NPS



App 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 gross profit (R\$) per customer

Average CAV <sup>INDEX</sup> per customer **100**

20

Casual customer

206

Frequent customer (10x vs. Casual)

## CAV by profile

|             |     |
|-------------|-----|
| Chronic Use | 159 |
| Profile B   | 225 |
| Profile C   | 234 |
| Profile D   | 265 |

X

## CAV by bond

### EXAMPLES OF DIGITAL BONDS

|        |     |
|--------|-----|
| Bond X | 164 |
| App    | 176 |
| Bond Y | 193 |
| Stix   | 193 |

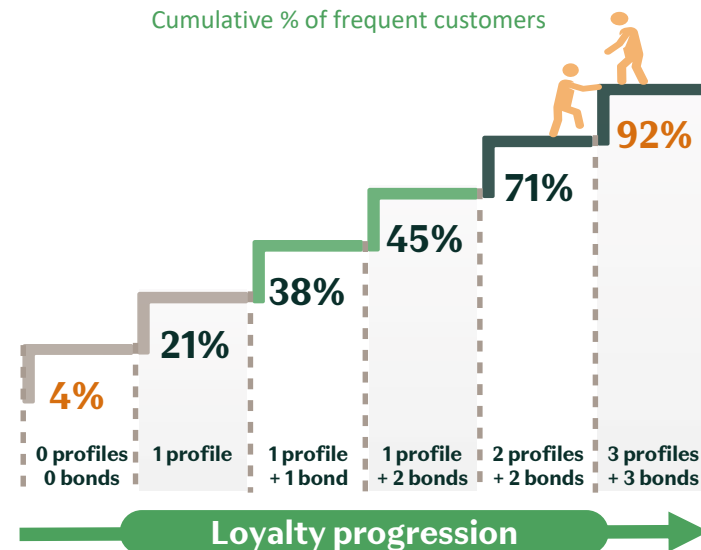
### EXAMPLES OF HEALTH BONDS

|                 |     |
|-----------------|-----|
| Rapid delivery  | 173 |
| Bond W          | 150 |
| Health Services | 214 |
| Bond Z          | 232 |

=

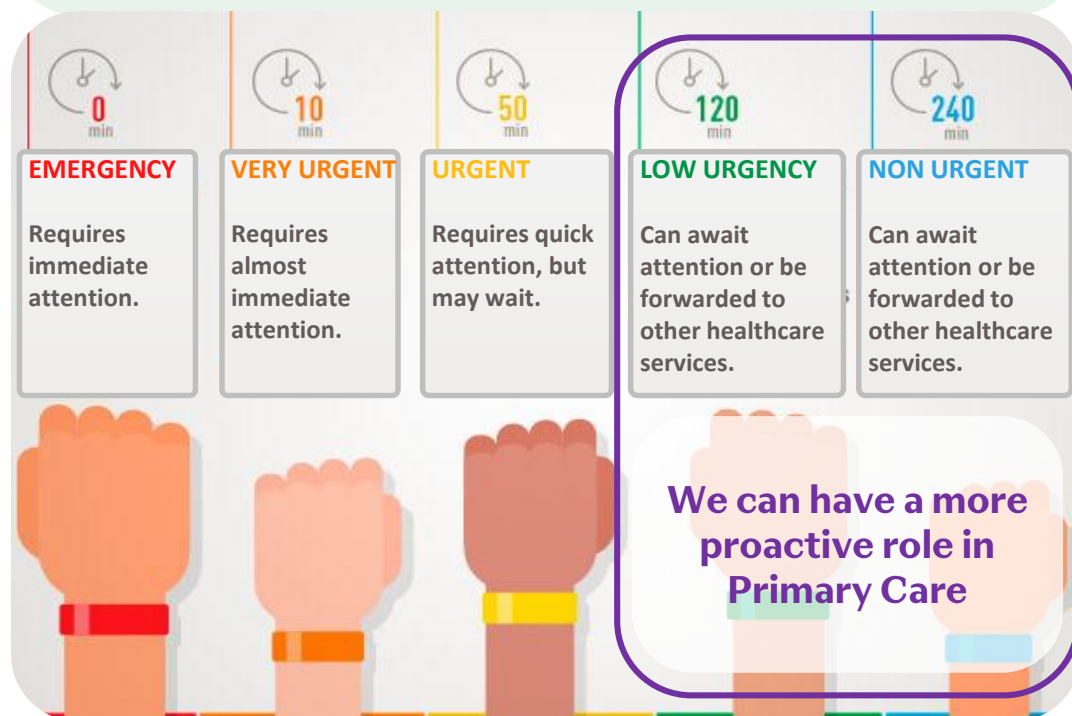
## Profile and bond impact on loyalty

Cumulative % of frequent customers





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



## Main achievements (1Q25)

|                            |               |
|----------------------------|---------------|
| ◆ NPS (Net Promoter Score) | <b>93</b>     |
| ◆ Available services       | <b>40</b>     |
| ◆ Types of vaccines        | <b>23</b>     |
| ◆ Health Hubs              | <b>2.5k</b>   |
| ◆ Vaccination rooms        | <b>385</b>    |
| ◆ Pharmaceutical services  | <b>2.1 MM</b> |

- ◆ **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).



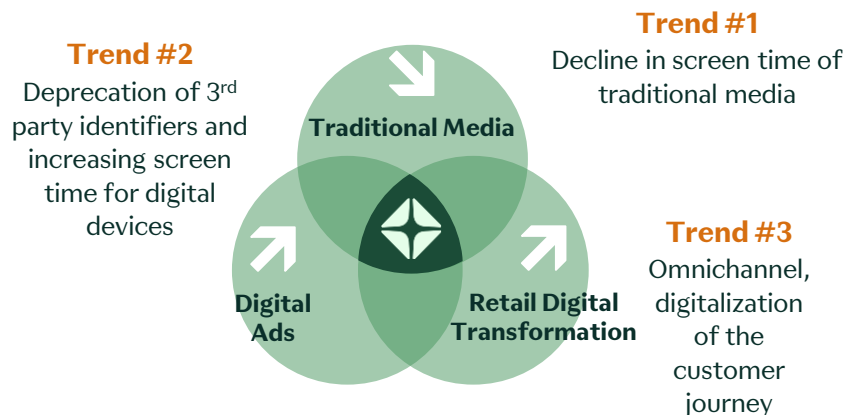
## Pharmacy Degree provided for employees

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



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

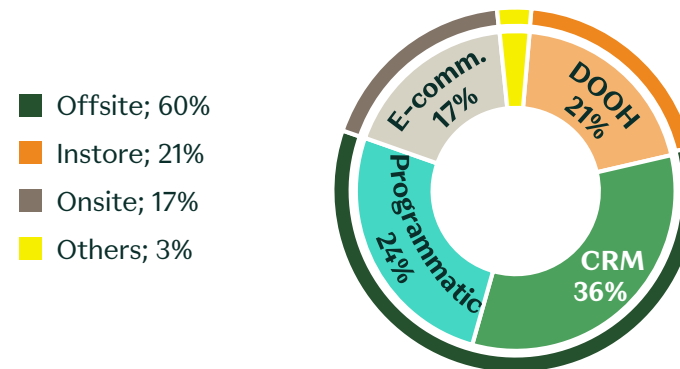
## 1<sup>st</sup> party data is key for retail media growth



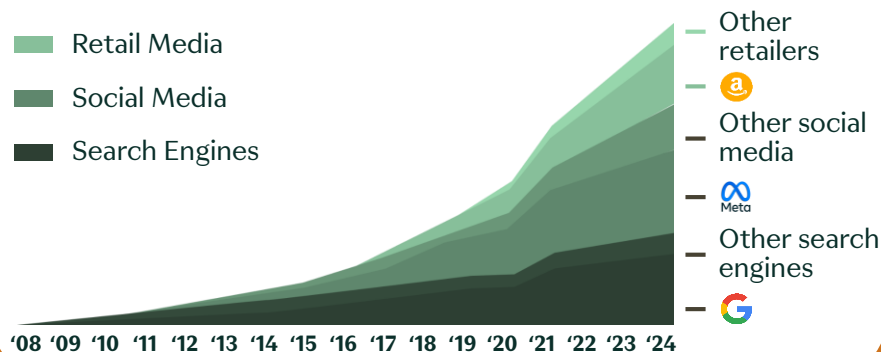
Source: Aster Capital.

**RD Ads**  
is now  
**impulso**  
soluções de mídia RDsaúde

## Impulso, revenue breakdown (3Q24):



## USA ad net revenue\*:



## The best customers and experience

- ◆ **49.7** million customers
- ◆ **97%** identified sales
- ◆ **411** million transactions (1Q25 LTM)
- ◆ **NPS of 90** at pharmacies

## Physical and digital presence

- ◆ **629** cities and **3.3 k** pharmacies
- ◆ **94%** of A-class within a 1.5 km radius from our stores
- ◆ **5 min** away from 70% of the population
- ◆ **Top 10** digital audience in Brazilian retail

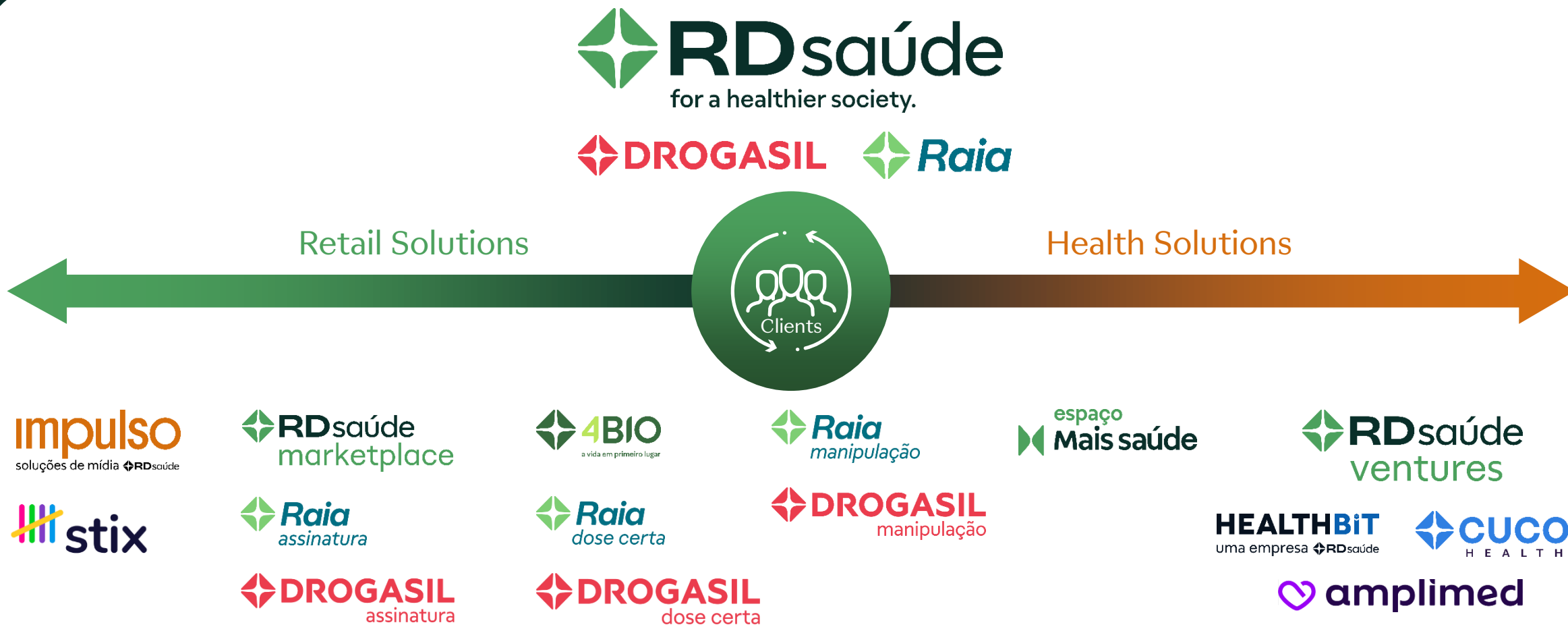
## Increased relevance with partners

- ◆ **~500** 1P suppliers
- ◆ **25** of the Top 50 advertisers in Brazil
- ◆ Proficiency in category management and purchase behavior

\* Source: eMarketer, October 2021.



We are constructing our ecosystem with opportunities in Health, Compounded Medicine, Specialty Medicine, Ads, among others.





# 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 years 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;
- **50 MM** active customers w/ high freq. and 2.1 MM services/quarter;
- Access to health: **70%** of the pop. within 5 minutes of our pharmacies.

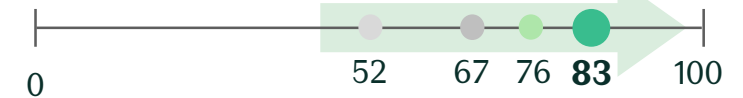
employees  
customer

E

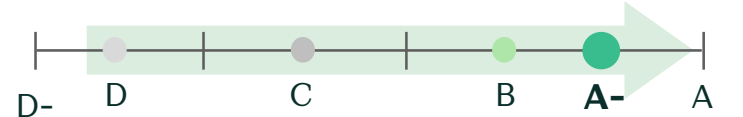
- **100%** of pharmacies collecting expired and unused medicines (389 tons in 2024) preventing contamination;
- **100%** of the operation supplied with renewable energy;
- Climate: reducing scopes 1 and 2, monitoring scope 3, and GHG inventory;
- Certifications: ISO 14001, ISO 45001 and LEED.

## Improving recognition of our ESG efforts

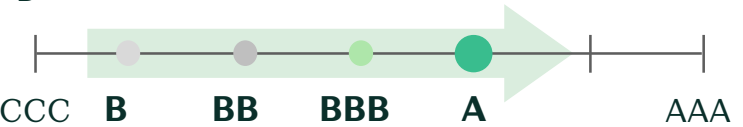
ISE B3



CDP



MSCI



2020

2021

2022

2023

IDIVERSA B3

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

ISO / IEC 27001 : 2022 (BSI)

Information Security Certification on Digital Channels (Apps and Websites) and Univers PBM.