

Apresentação de Resultados

2T25





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.

RADL
B3 LISTED NM

 **RDsaúde**
 **DROGASIL** |  **Raia**



OPERACIONAL

- ✦ **FARMÁCIAS:** 3.371 unidades em operação (70 aberturas e 0 encerramentos);
- ✦ **TICKETS E NPS:** 110,8 MI de atendimentos no trimestre e NPS 91;
- ✦ **CLIENTES:** 50,3 MI de clientes ativos nos últimos 12 meses.

MERCADO

- ✦ **RECEITA BRUTA:** R\$ 11,7 BI, +12,0% consolidado, +13,1% varejo, com +2,4 pp de ganho real MSSS;
- ✦ **MARKET SHARE:** 16,4% de participação nacional (+0,7 pp), com ganhos em todas as regiões;
- ✦ **DIGITAL:** R\$ 2,6 BI, crescimento de 52% e penetração no varejo de 24,1%;
- ✦ **SERVIÇOS DE SAÚDE:** 38% de market share em vacinas¹ e 2,6 mil salas Mais Saúde.

FINANCEIRO

- ✦ **EBITDA AJUSTADO:** R\$ 885 MI, com margem de 7,6%, contração de 0,3 pp;
- ✦ **LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO²:** R\$ 403 MI, com margem de 3,5%, expansão de 0,1 pp;
- ✦ **FLUXO DE CAIXA LIVRE:** R\$ 36,9 MI, R\$ 357,2 MI de consumo total.

¹ Mercado varejista farmacêutico (IQVIA).

² Inclui os efeitos da tributação das subvenções para investimentos, conforme a Lei 14.789/2023, para casos em que a Companhia não possui liminar favorável. No 2T25, houve reversão de provisões para os casos com liminar.



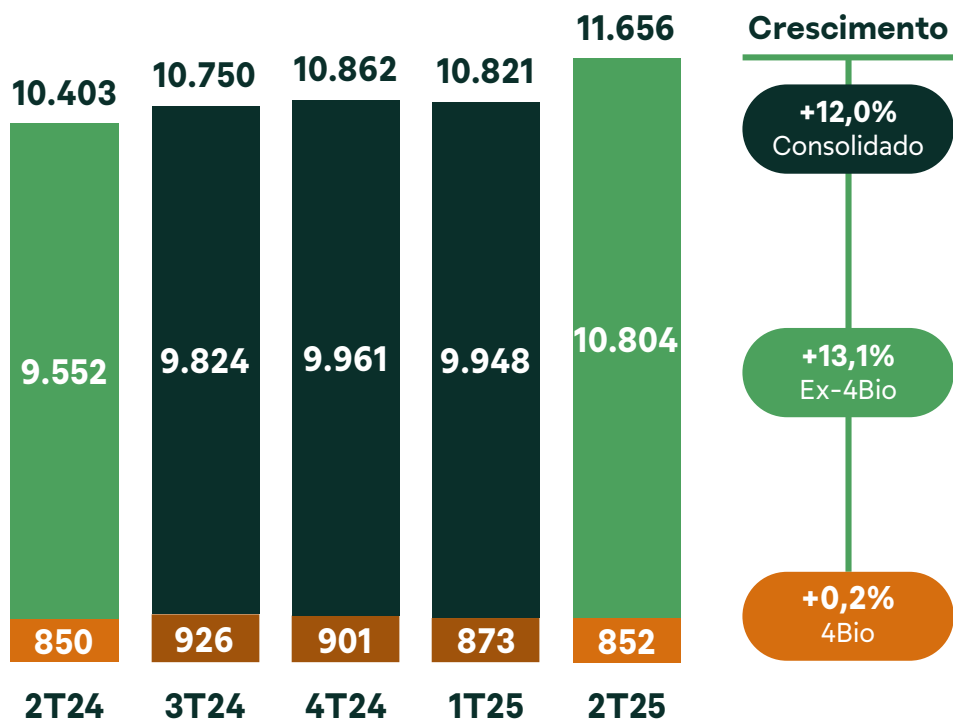
**Destques
do 2T25**
(Pré-IFRS 16)



Receita de R\$ 11,7 BI (+12,0%). Os medicamentos tarjados foram o destaque do trimestre, com Marca +16,6% e Genéricos +17,8%.

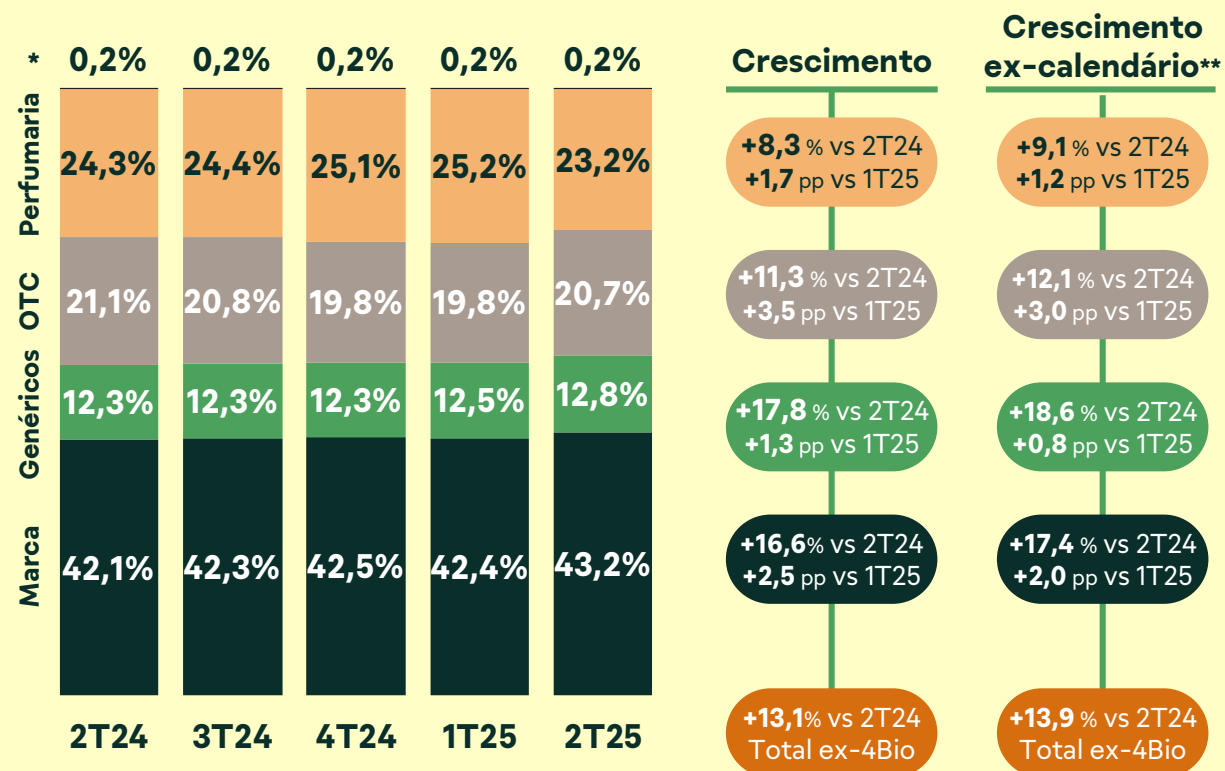
Receita bruta consolidada

R\$ milhões



Mix de vendas

Varejo



* Serviços.

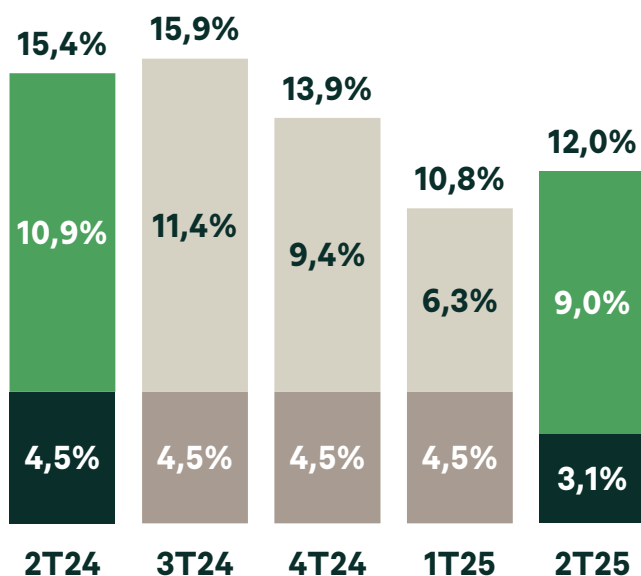
** Efeito calendário de -0,8 pp no 2T25 (-1,3 pp no 1T25).



Crescimento de +5,5% nas lojas maduras, 2,4 pp acima da CMED de 3,1%, com efeito calendário negativo (-0,8 pp). Venda média por loja madura de R\$ 1,13 M¹.

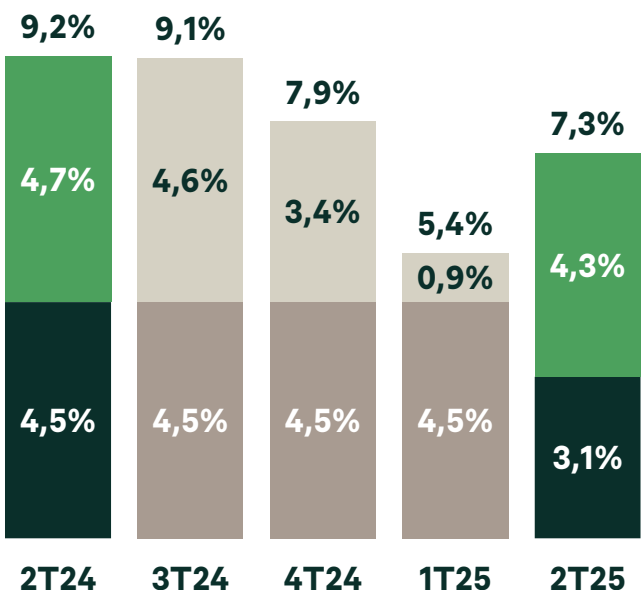
Crescimento vendas

Consolidada



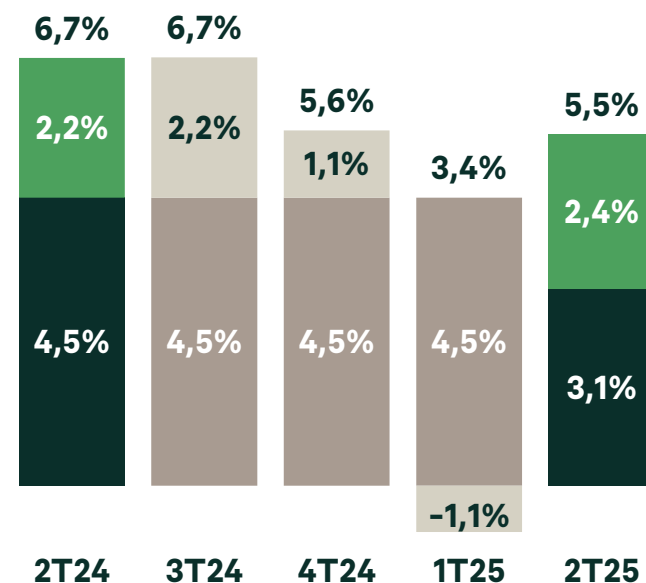
Crescimento mesmas lojas

Varejo



Crescimento lojas maduras

Varejo



■ Reajuste CMED ■ Cresc. real

Obs.: Reajuste médio estimado, com o efeito dos ajustes tributários ("pré baixa").

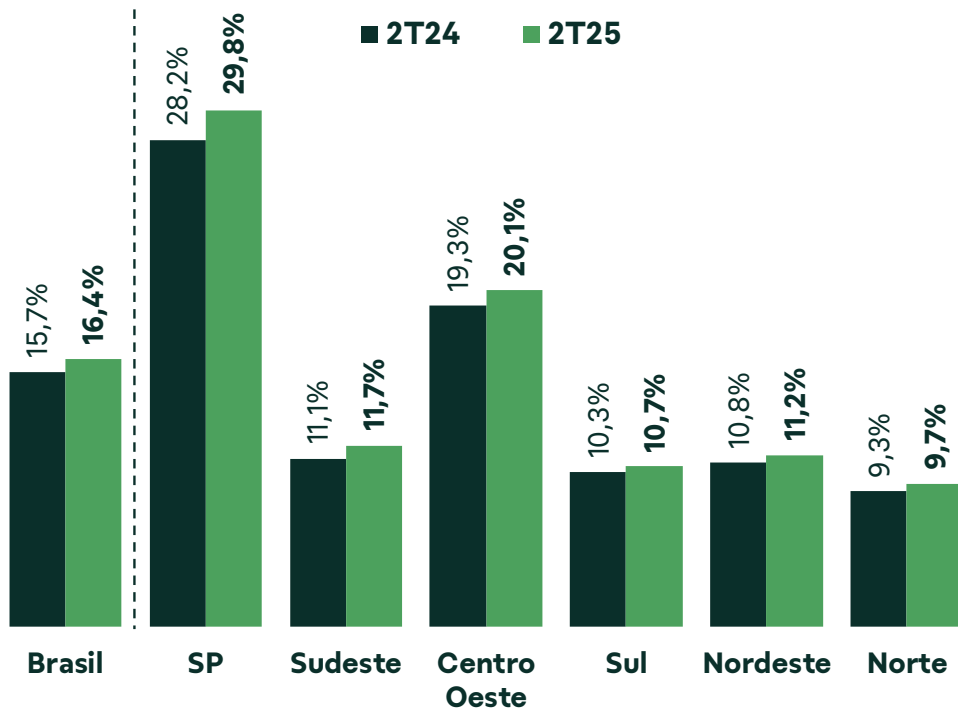
¹ Desempenho das lojas maduras no 2T25 (LTM).



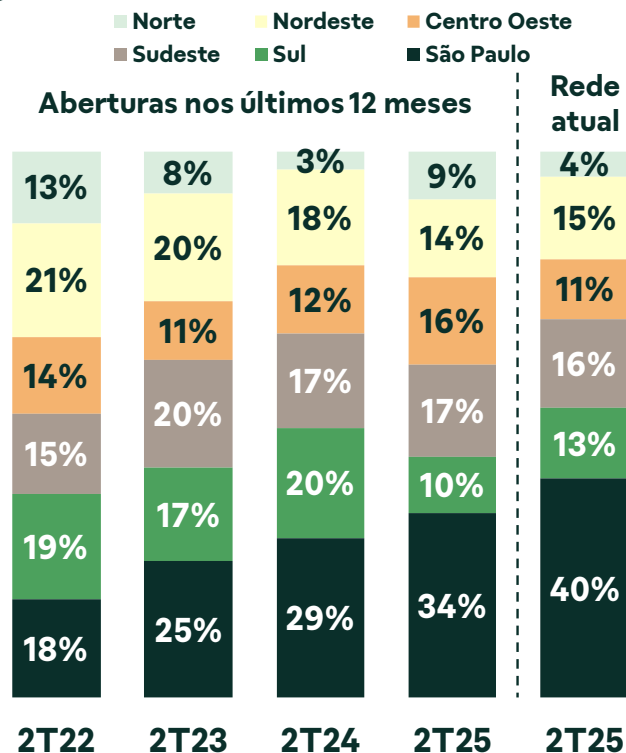
Seguimos capturando market share em todas as regiões do Brasil, com ganho nacional de +0,7 pp, mantendo a diversificação e o guidance de 330-350 lojas.

Participação do mercado

Participação trimestral no varejo, preço fábrica, sell-in + sell-out



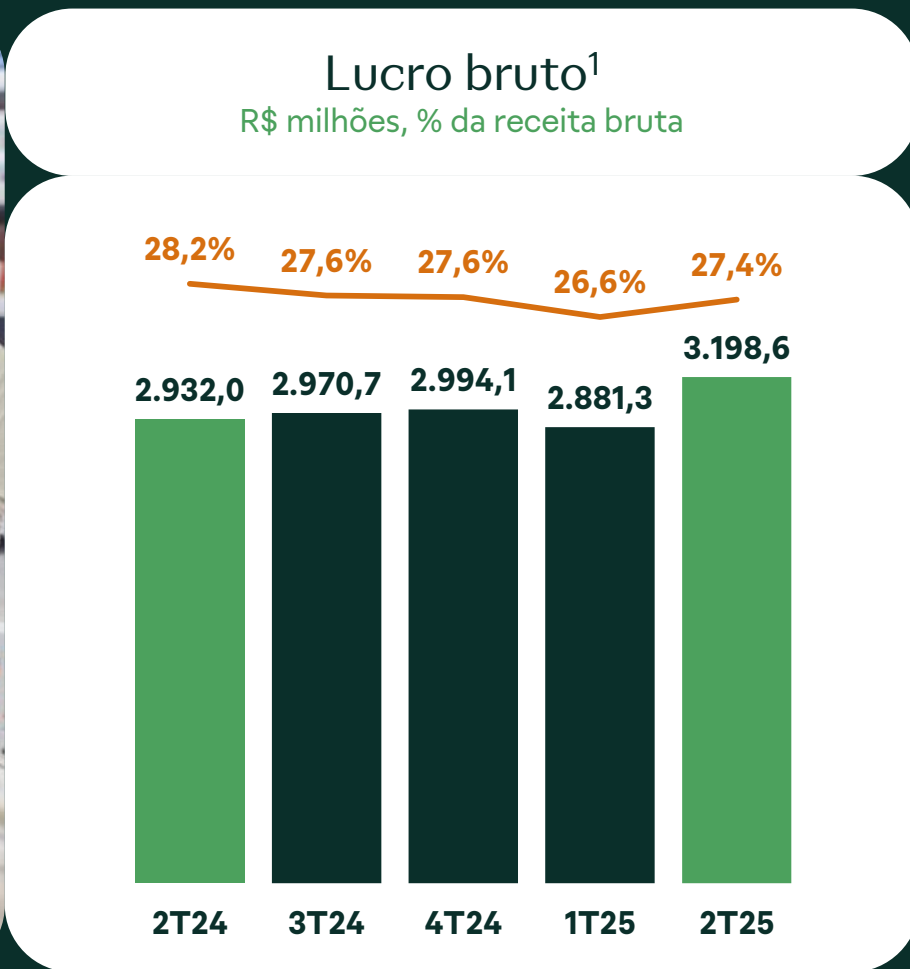
Farmácias por região



Fonte: IQVIA. Sudeste não inclui SP.



Mg. bruta de 27,4% (-0,8 pp) por CMED (-0,4 pp), GLP-1 (-0,4 pp), AVP (+0,2 pp) e outros (-0,2 pp).



¹ Inclui os efeitos da tributação das subvenções para investimentos, conforme a Lei 14.789/2023.

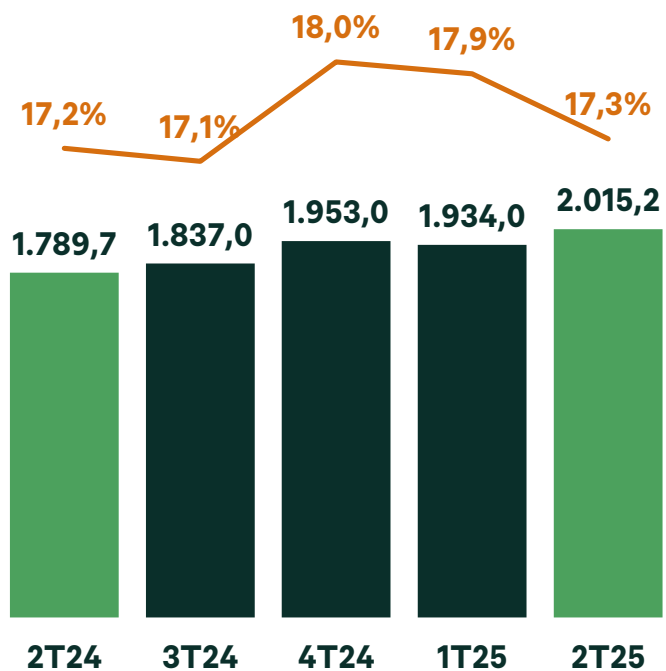


Forte alavancagem operacional com despesas de vendas de 17,3%. G&A de 2,6%, melhora estrutural de 0,5 pp.



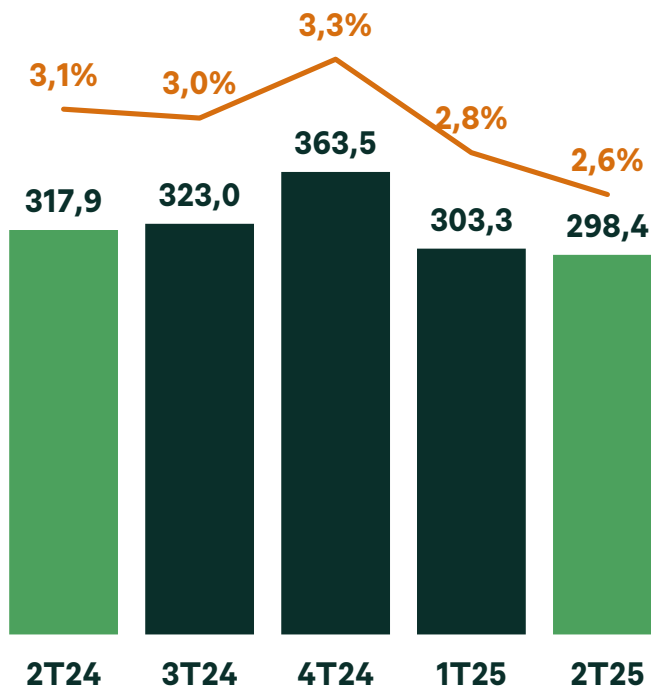
Despesas de vendas

R\$ milhões, % da receita bruta



Despesas gerais & admin.

R\$ milhões, % da receita bruta

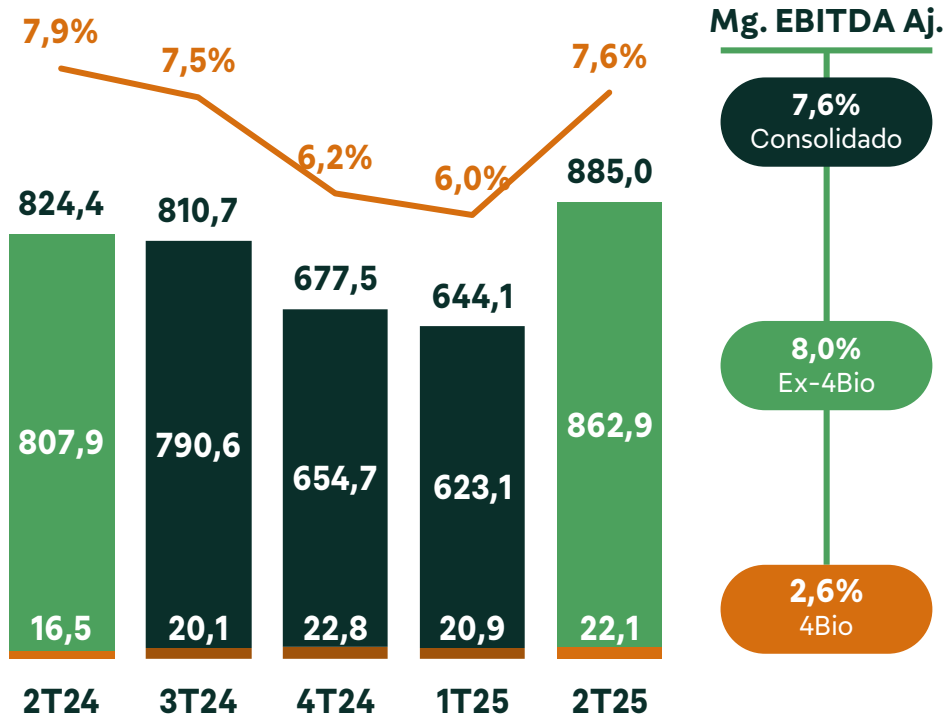




EBITDA de R\$ 885,0 MI e mg. de 7,6% (-0,3 pp), impactos de -0,8 pp pelo lucro bruto compensado por economias de 0,5 pp em SG&A. Ciclo melhorou 5,7 dias.

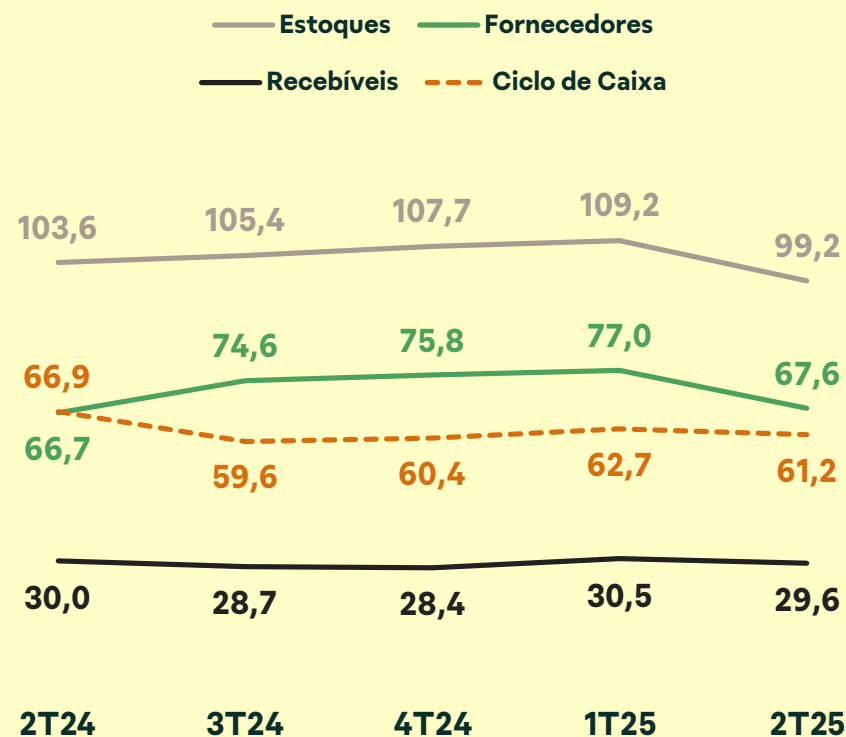
EBITDA ajustado

R\$ milhões, % da receita bruta



Ciclo de caixa¹

Dias de CMV, Dias de receita bruta



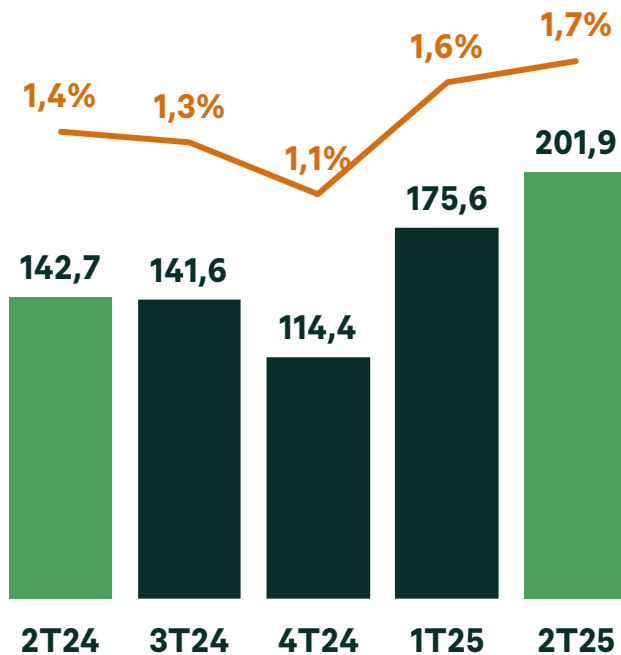
¹ Ajustado para recebíveis descontados e antecipações a fornecedores.



Lucro líq. de R\$ 402,7 MI e mg. líquida de 3,5% (+0,1 pp) com efeitos na despesa financeira e reversão de provisões de subvenções. Alíquota efetiva de 6,3%.

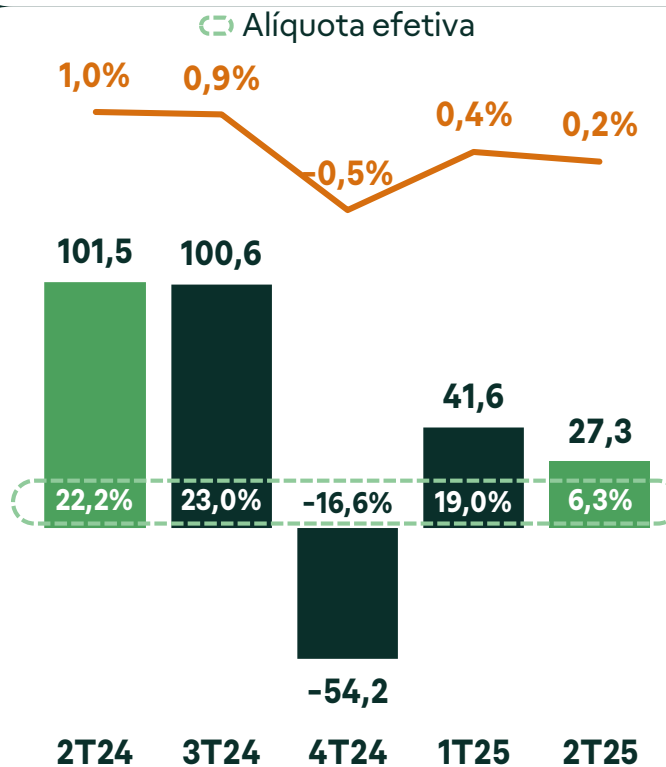
Despesa financeira

R\$ milhões, % da receita bruta



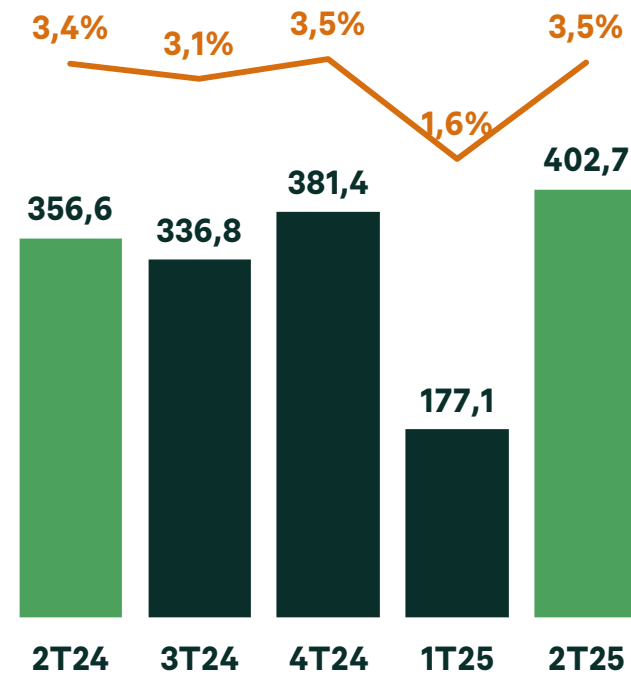
IR e alíquota efetiva*

R\$ milhões, % da receita bruta



Lucro líquido ajustado*

R\$ milhões, % da receita bruta



* Inclui os efeitos da tributação das subvenções para investimentos, conforme a Lei 14.789/2023, para casos em que a Companhia não possui liminar favorável. No 2T25, houve reversão de provisões para os casos com liminar no valor de R\$ 61,8 milhões, sendo R\$ 15,9 milhões referentes ao 2T25.



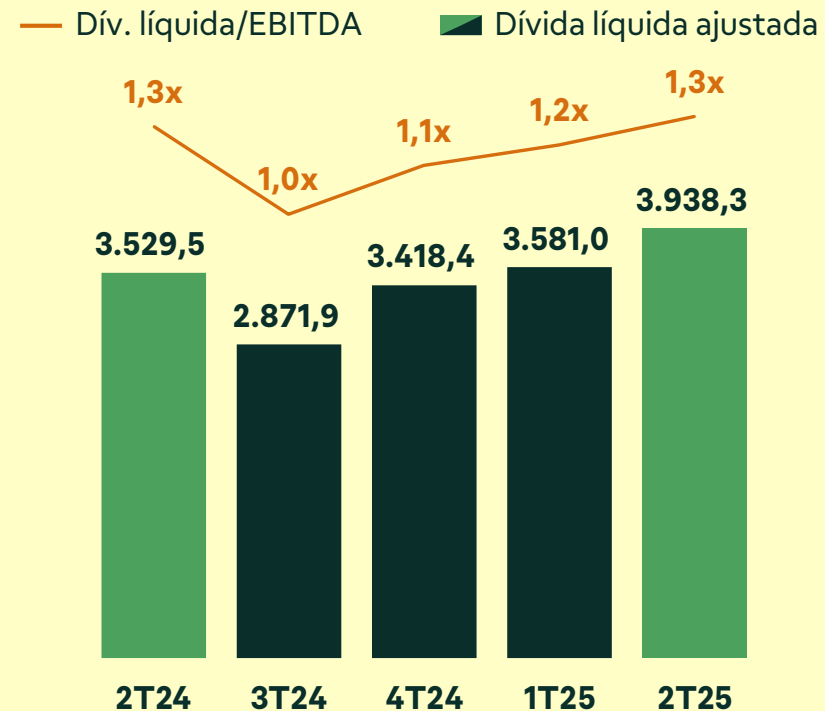
Fluxo de caixa livre de R\$ 36,9 MI, com R\$ 357,2 MI de consumo total. Alavancagem financeira estável em 1,3x.



Fluxo de caixa (R\$ milhões)	2T25	2T24
EBIT ajustado	632,4	601,3
Ajuste a valor presente (AVP)	(63,2)	(37,1)
Despesas não recorrentes	(2,9)	(12,4)
Imposto de renda (34%)	(192,6)	(187,6)
Depreciação	252,4	222,2
Outros ajustes	(32,8)	9,0
Recursos das operações	593,4	595,4
Ciclo de caixa*	(264,1)	(750,5)
Outros ativos (passivos)**	23,3	244,2
Fluxo de caixa operacional	352,5	89,1
Investimentos	(315,6)	(271,6)
Fluxo de caixa livre	36,9	(182,6)
Aquisições e investimentos em coligadas	(20,3)	(117,8)
JSCP e dividendos	(308,3)	(237,4)
IR pago sobre JSCP	(15,4)	(10,3)
Resultado financeiro***	(143,9)	(93,0)
IR (Benef. fiscal s/ result. fin., JSCP e div.)	93,8	57,8
Fluxo de caixa total	(357,2)	(583,2)

Dívida líquida e alavancagem

R\$ milhões, razão sobre EBITDA ajustado LTM



* Inclui ajustes para recebíveis descontados.

** Inclui ajuste de AVP.

*** Exclui ajuste de AVP.

Destques operacionais do trimestre

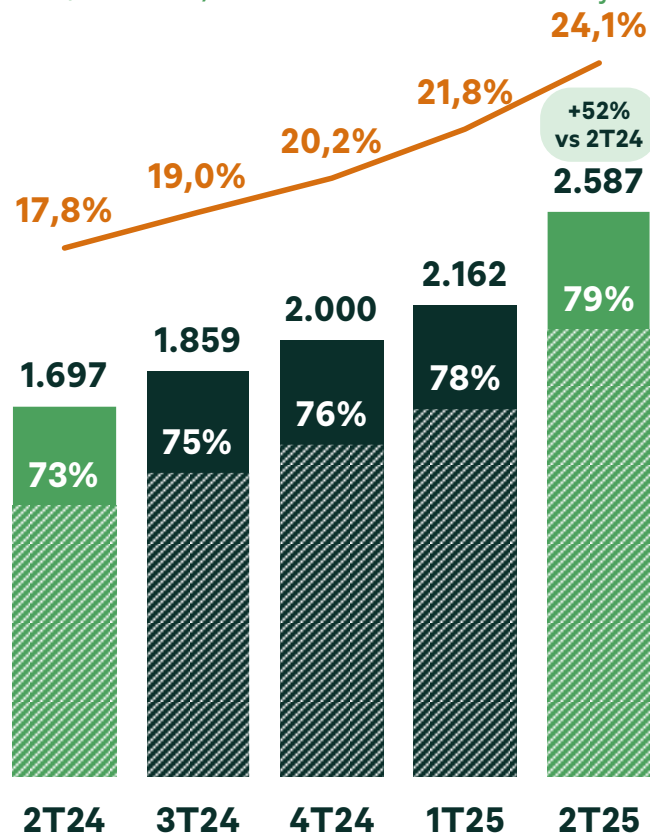




Digital cresceu 52% para R\$ 2,6 BI no 2T25. Penetração de 24,1%, sendo 96% dos pedidos entregues/coletados em até 60 minutos.

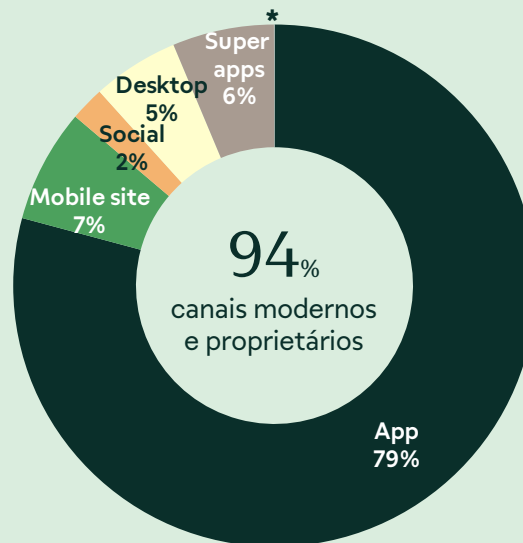
Canais digitais

R\$ milhões, % da receita bruta do varejo



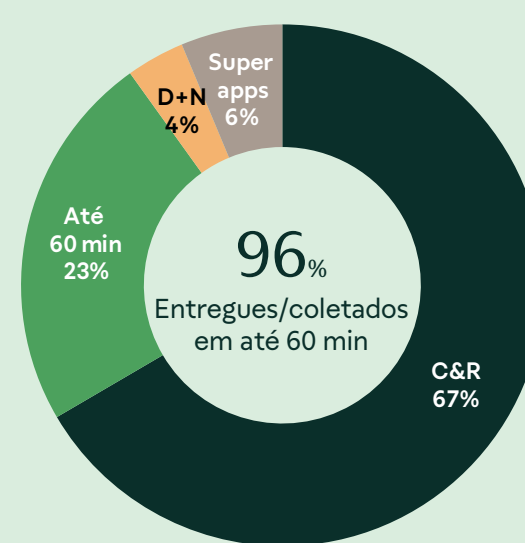
Mix canais digitais

% da receita digital, 2T25

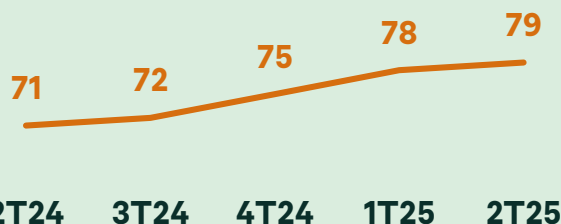


Mix canais digitais

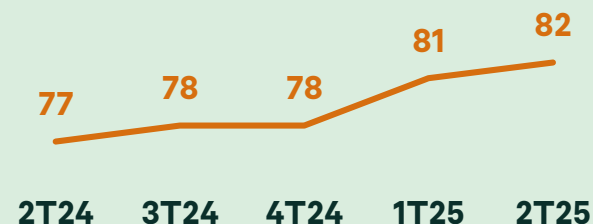
% da receita digital, 2T25



NPS App



NPS Delivery e C&R



*Call center < 1% do mix de canais.



Avanços na jornada digital com maior personalização do app e melhorias contínuas na jornada de medicamentos.

Personalização do canal digital, evoluções de experiência de busca e checkout

Lembretes

- ◆ Primeiro caso de uso com 3% de CTR.

Atalhos personalizados

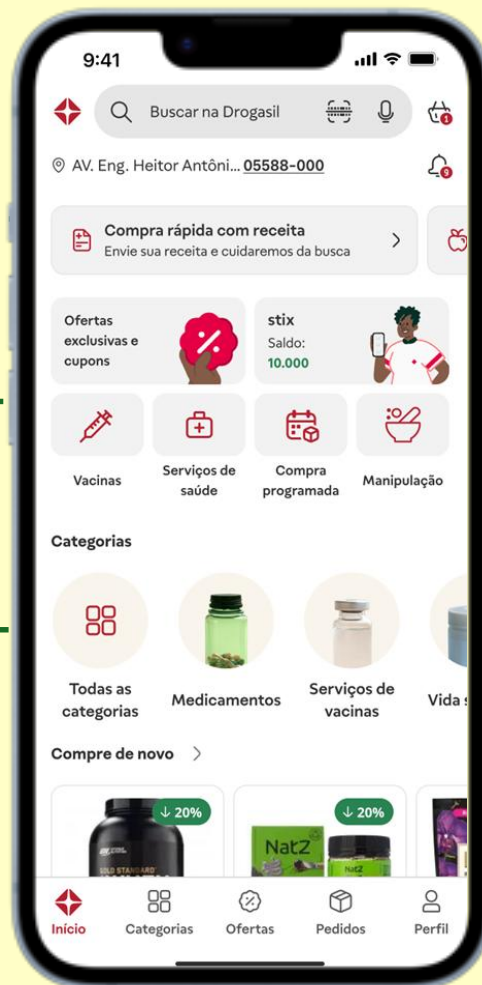
- ◆ +9% de CTR vs. experiência anterior;
- ◆ Regionalização: Manipulação e Clube.

Nova exibição categorias

- ◆ +66% de CTR vs. experiência anterior.

Vitrine Home Personalizada

- ◆ 3x performance jun/25 vs. mar/25, agenda segue no 3T25.



Melhorias contínuas na jornada de medicamentos

Leitura de receitas

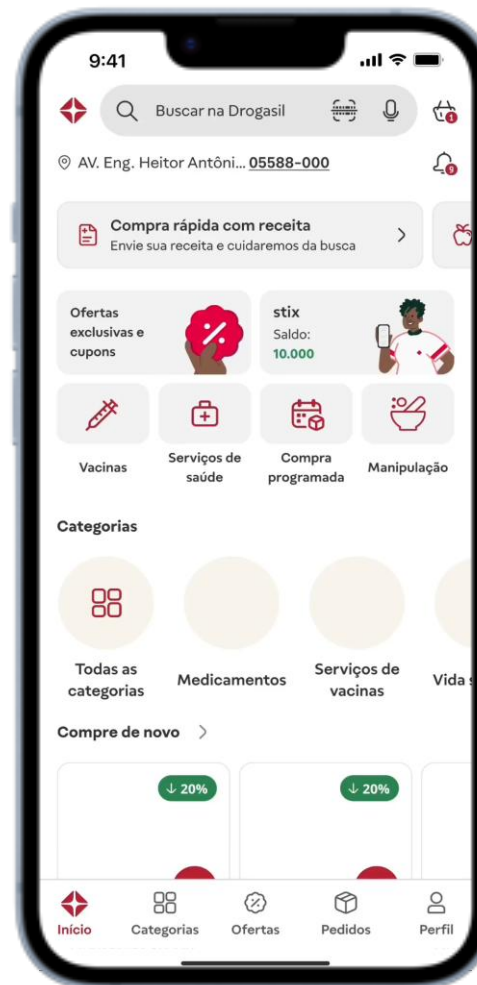
- ◆ Cesta gerada automaticamente com foto da prescrição.

Customização da cesta

- ◆ Escolha das quantidades e inclusão de itens adicionais.

Conveniência

- ◆ Envio de medicamentos controlados com receita digital.





Chegamos à Drogasil número 2.000: 90 anos de história e a maior rede de farmácias do Brasil em receita e número de lojas.





A RD Saúde se consolida como marca líder no setor ao colocar a saúde no centro da jornada do cliente, com ênfase no atendimento humanizado.

Marcas brasileiras mais valiosas

Fonte: Interbrand MBMV 24/25

01 R\$ 48622,35 3%	02 R\$ 27702,59 2%	03 R\$ 16228,45 -14%	04 R\$ 14678,45 7%	05 R\$ 10620,57 2%
06 R\$ 8621,57 -3%	07 MAIORES CRESCIMENTOS R\$ 5076,81 18%	08 R\$ 3466,03 -1%	09 R\$ 3065,69 1%	10 R\$ 2758,81 -10%
11 R\$ 1998,82 8%	12 R\$ 1995,97 7%	13 R\$ 1837,80 -3%	14 MAIORES CRESCIMENTOS R\$ 1522,62 10%	15 MAIORES CRESCIMENTOS R\$ 1301,13 16%
16 R\$ 1235,75 -3%	17 R\$ 1079,31 4%	18 R\$ 1058,54 1%	19 MAIORES CRESCIMENTOS R\$ 864,36 19%	20 R\$ 826,43 -5%

Valores em milhões



- ◆ **Raia:** uma das 5 que subiram no ranking em valor (Top 20 YoY);
- ◆ **Drogasil:** uma das 4 com maior crescimento (YoY).



Demos sequência ao plano de ação anunciado no 1T25, com busca contínua por Performance, Eficiência e Produtividade.

REACELERAÇÃO DAS VENDAS

- ✦ Maior **promocionalidade** e **competitividade**;
- ✦ Evolução da **experiência digital**;
- ✦ Início do reforço do **quadro de farmácias**.

RENTABILIZAÇÃO

- ✦ Redução de **estoque** e **ciclo de caixa**;
- ✦ **G&A** mais **enxuto**;
- ✦ **Rentabilização** das Investidas.

... e continuaremos reforçando ...

- ✦ **Plano de ação** em **perdas de estoque**;
- ✦ **Investimentos** na **equipe operacional** e nas **despesas de vendas**.



Apresentação
de Resultados
2T25



Perguntas
e respostas



Obrigado!

Earnings Presentation

2Q25





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





2Q25 Highlights

(Pre IFRS 16)

OPERATIONAL

- ✦ **PHARMACIES:** 3,371 units in operation (70 openings and 0 closures);
- ✦ **TICKETS & NPS:** 110.8 MM tickets in the quarter with an NPS of 91;
- ✦ **CLIENTES:** 50.3 MM active customers in the last 12 months.

MARKET

- ✦ **GROSS REVENUE:** R\$ 11.7 B, +12.0% consolidated, +13.1% in retail, with a +2.4 pp real MSSS gain;
- ✦ **MARKET SHARE:** 16.4% national market share (+0.7 pp), with gains across all regions;
- ✦ **DIGITAL:** R\$ 2.6 B, an increase of 52% and a 24.1% retail penetration;
- ✦ **HEALTH SERVICES:** 38% market share in vaccines¹ and 2.6 thousand health hubs.

FINANCIALS

- ✦ **ADJUSTED EBITDA:** R\$ 885 MM, with a margin of 7.6%, a contraction of 0.3 pp;
- ✦ **ADJUSTED NET INCOME²:** R\$ 403 MM, with a margin of 3.5%, a 0.1 pp increase;
- ✦ **FREE CASH FLOW:** R\$ 36.9 MM, R\$ 357.2 MM total consumption.

¹ Pharmaceutical retail market (IQVIA).

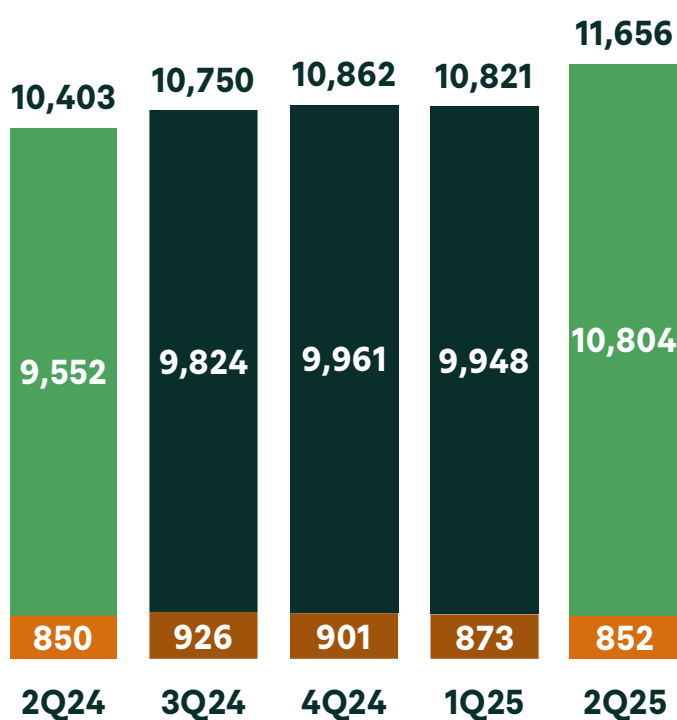
² Includes the effects of taxation on investment subsidies, in accordance with the Law 14,789/2023, for cases in which the Company does not have a favorable injunction. In the 2Q25, provisions were reversed for the cases with a favorable injunction.



Revenue of R\$ 11.7 B (+12.0%). Prescription medicines were the highlight of the quarter, with Branded Rx +16.6% and Generics +17.8%.

Consolidated gross revenues

R\$ millions



Growth

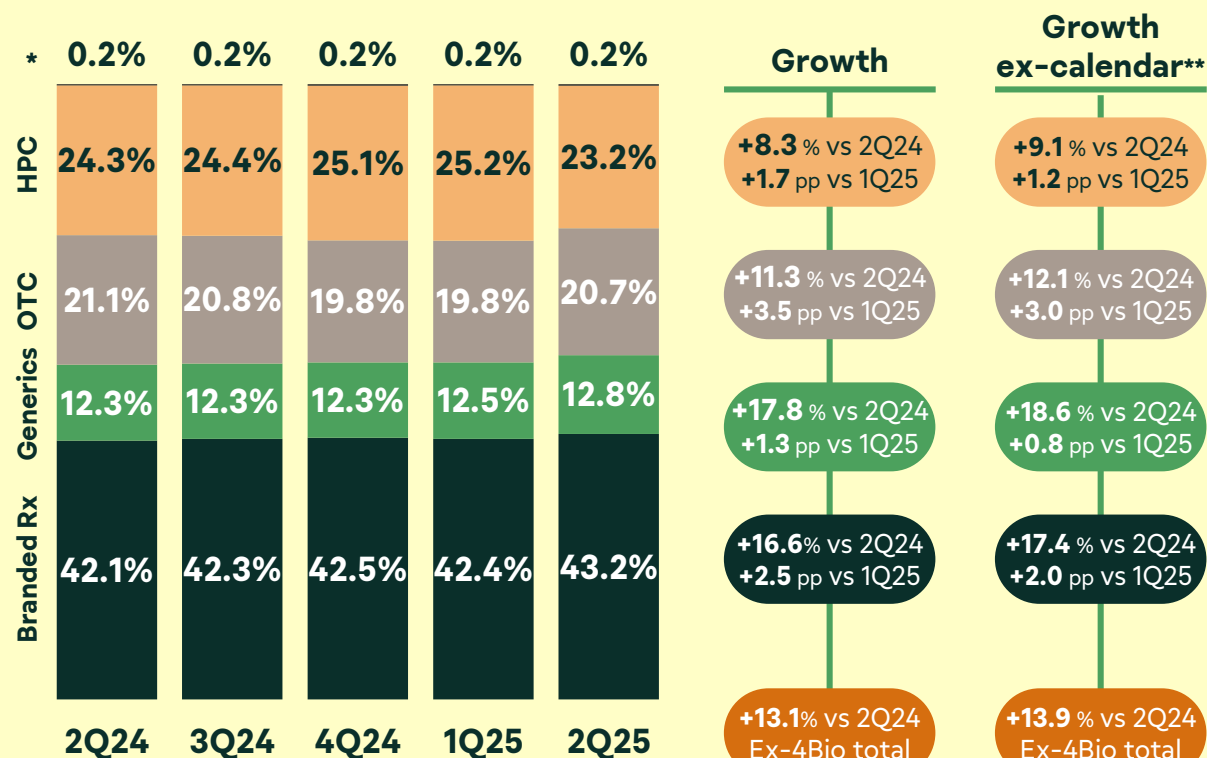
+12.0%
Consolidated

+13.1%
Ex-4Bio

+0.2%
4Bio

Sales mix

Retail



* Services.

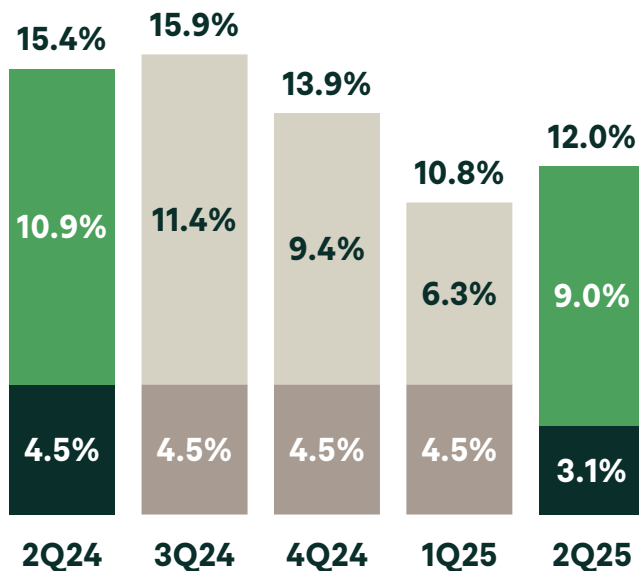
** Calendar effect of -0.8 pp in the 2Q25 (-1.3 pp in the 1Q25).



Growth of +5.5% in mature stores, 2.4 pp above the CMED de 3,1%, with a negative calendar effect (-0.8 pp). Average sales per mature store of R\$ 1.13 MM¹.

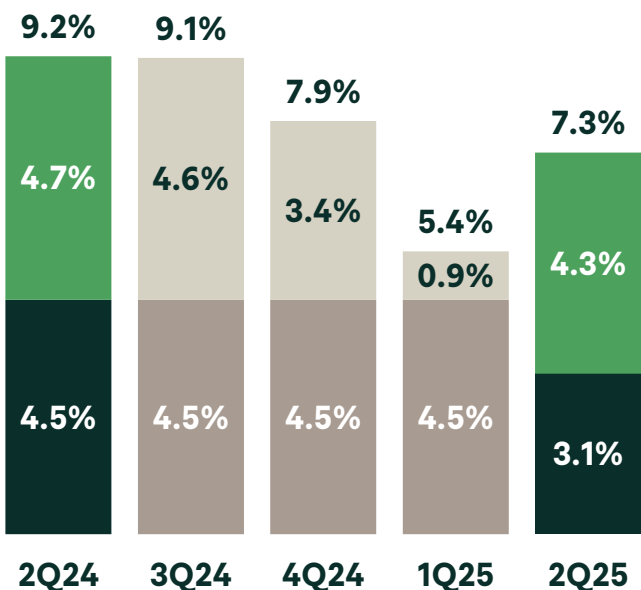
Revenue growth

Consolidated



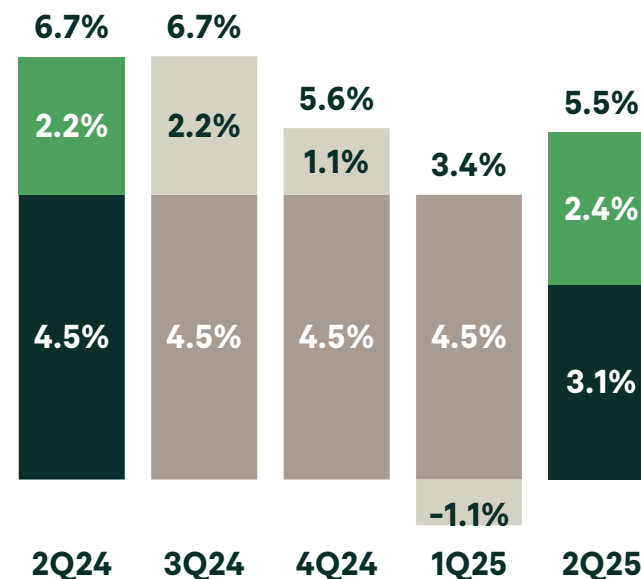
Same-Store sales growth

Retail



Mature-Store sales growth

Retail



■ CMED price adjustment ■ Real growth

Note: Estimated average price adjustment, including the tax adjustments applied by CMED.

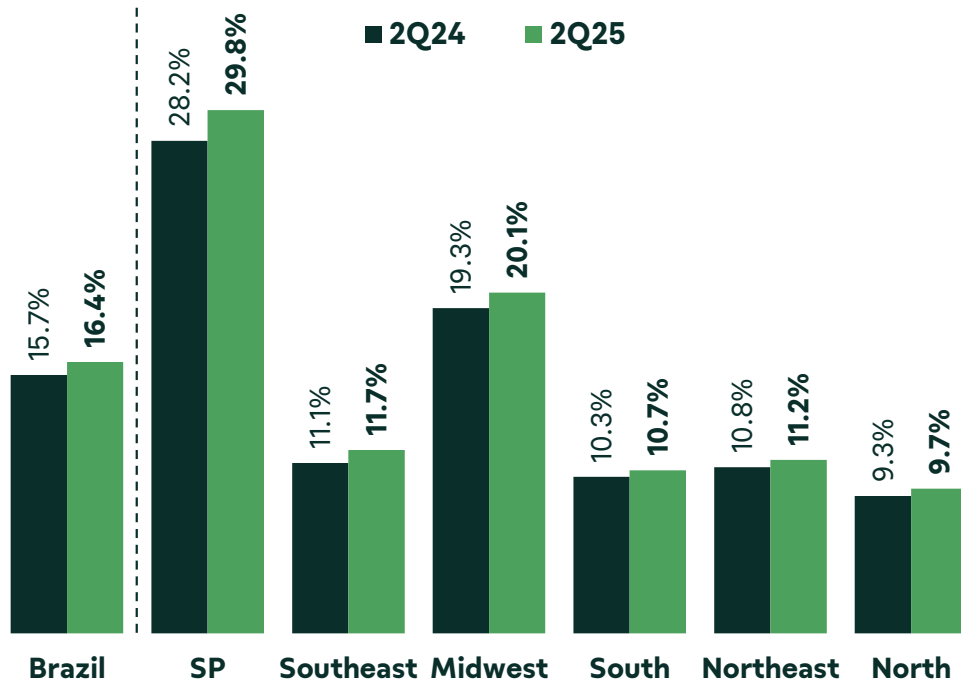
¹ Mature store performance in 2Q25 (LTM).



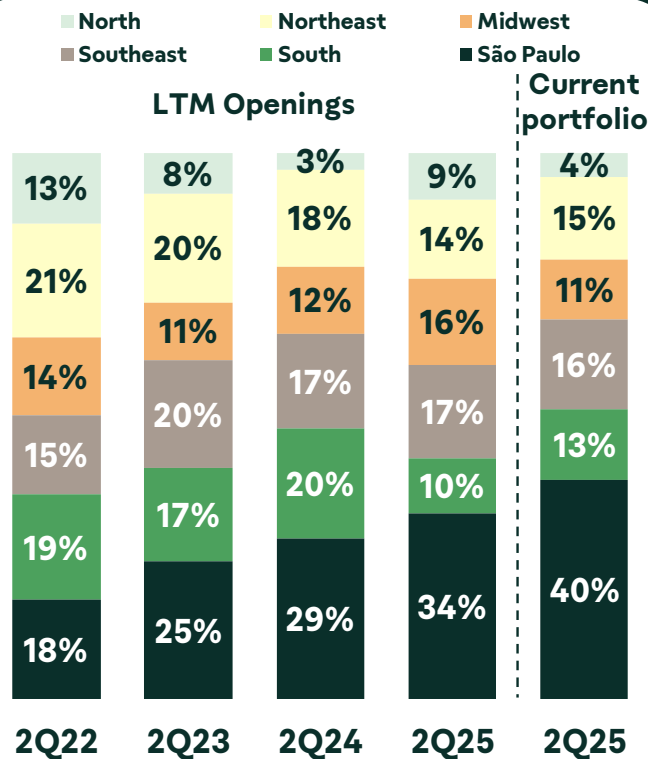
We continue to capture market share in all regions of Brazil, with a national gain of +0.7 pp, maintaining the diversification and guidance of 330-350 stores.

Market share

Quarterly retail share at Factory Prices, sell-in + sell-out



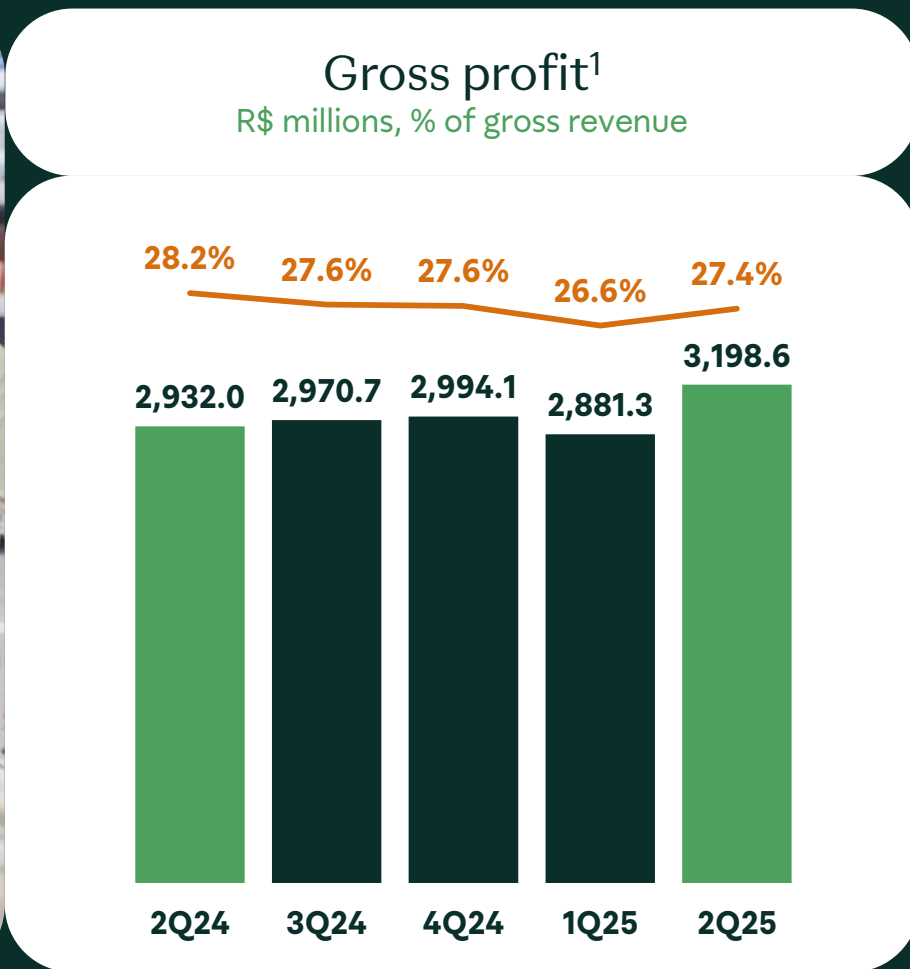
Pharmacies by region



Source: IQVIA. Southeast excludes SP.



Gross mg. of 27.4% (-0.8 pp) due to CMED (-0.4 pp), GLP-1 (-0.4 pp), NPV (+0.2 pp), and others (-0.2 pp).



¹ Includes the effects of taxation on investment subsidies, in accordance with Law 14,789/2023.

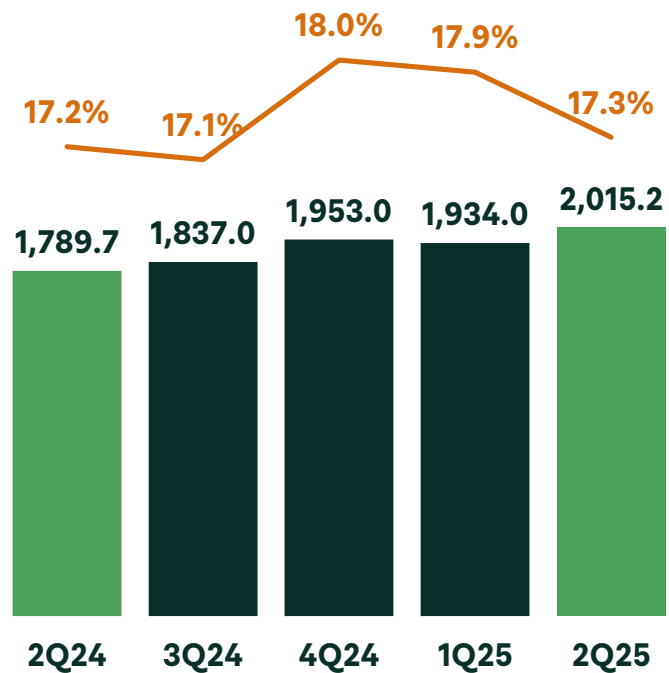


**Strong operating leverage, with selling expenses at 17.3%.
G&A at 2.6%, structural improvement of 0.5 pp.**



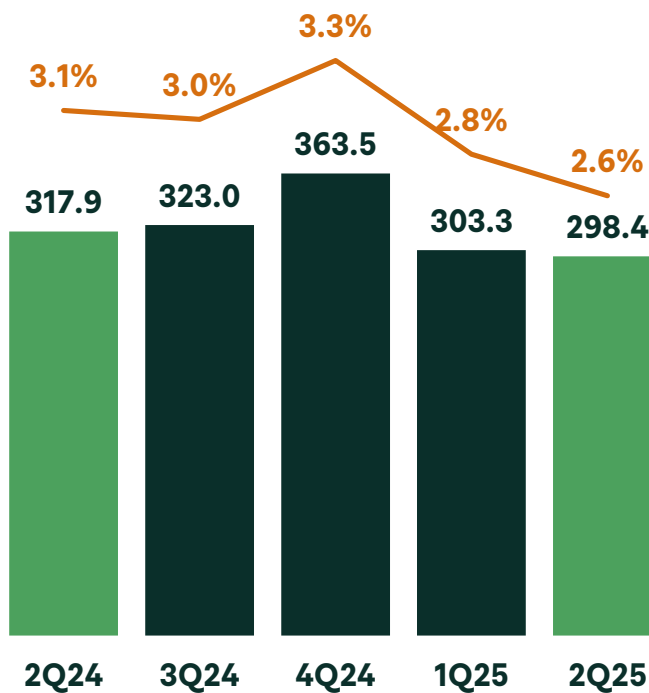
Selling expenses

R\$ millions, % of gross revenue



General and administrative expenses

R\$ millions, % of gross revenue

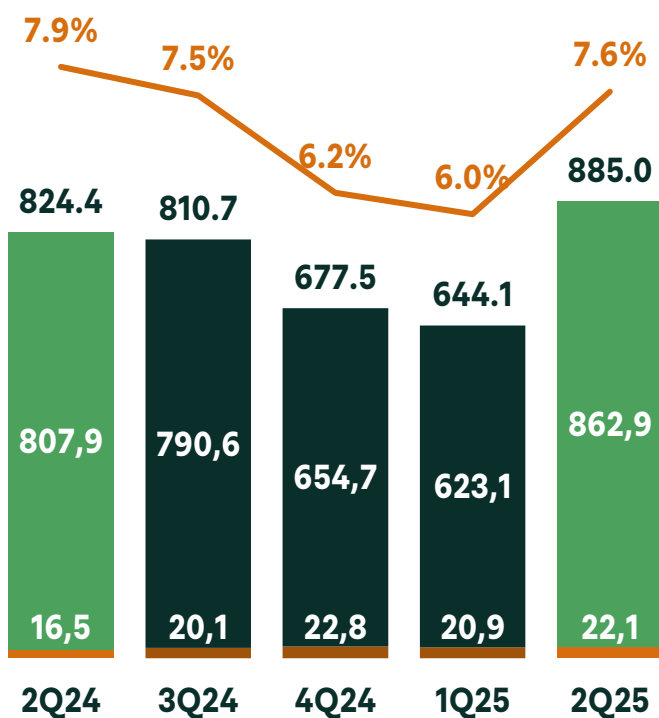




EBITDA of R\$ 885.0 MM and margin of 7.6% (-0.3 pp), with impacts of -0.8 pp from gross profit offset by savings of 0.5 pp in SG&A. Cycle improved 5.7 days.

Adjusted EBITDA

R\$ millions, % of gross revenue



Adj. EBITDA Mg.

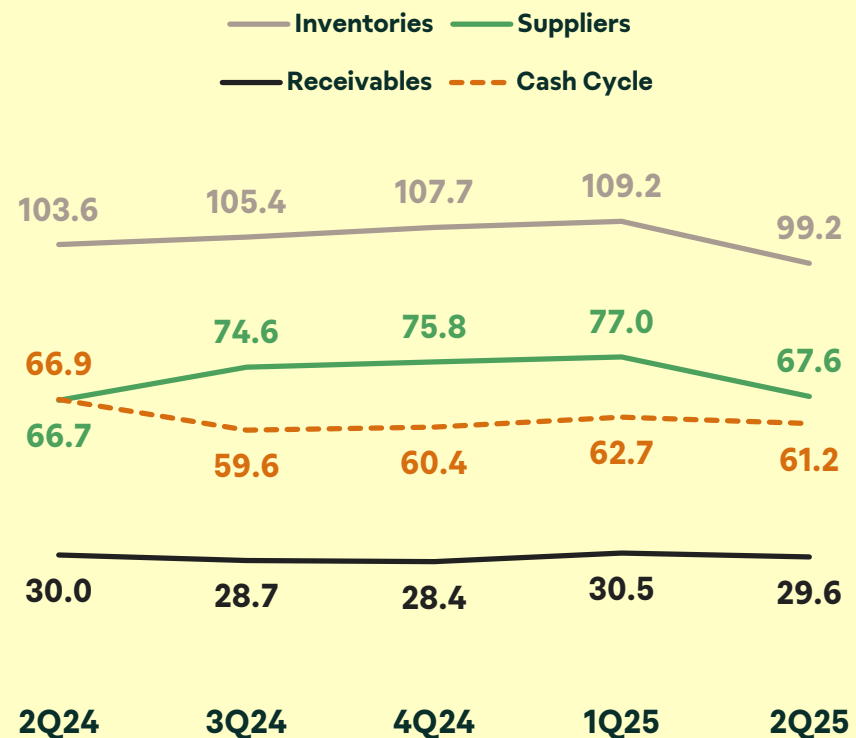
7.6%
Consolidated

8.0%
Ex-4Bio

2.6%
4Bio

Cash cycle¹

COGS days, Gross revenue days



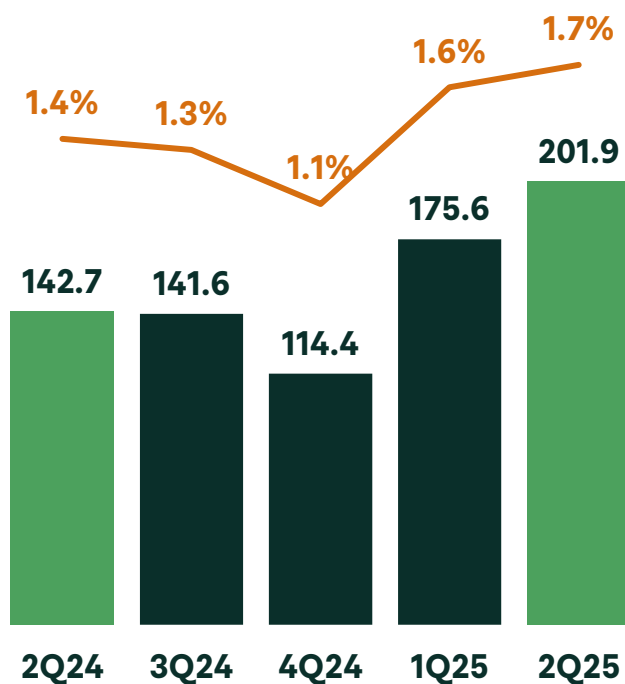
¹ Adjusted for discounted receivables & advanced payments to suppliers.



Net income of R\$ 402.7 MM and net income of 3.5% (+0.1 pp) with effects on financial expenses and reversal of subsidy provisions. Effective tax rate of 6.3%.

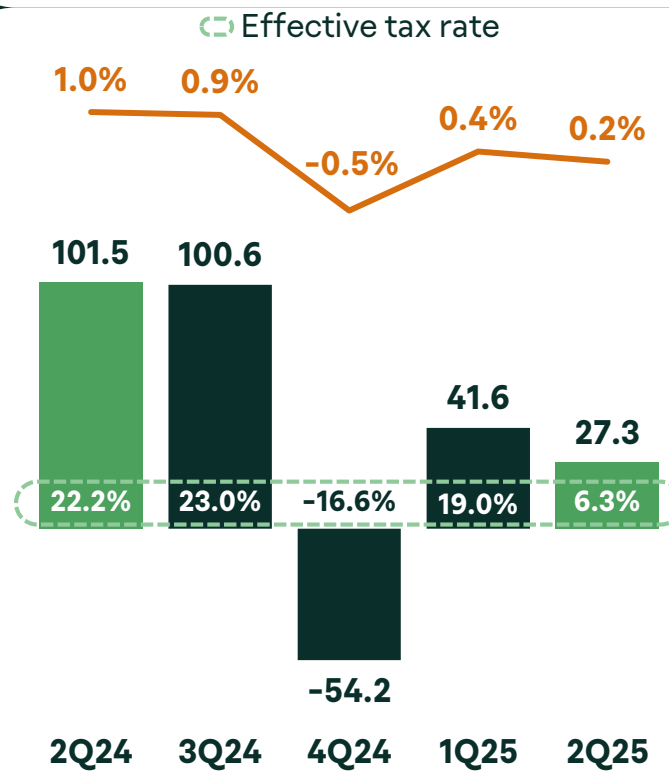
Financial expenses

R\$ millions, % of gross revenue



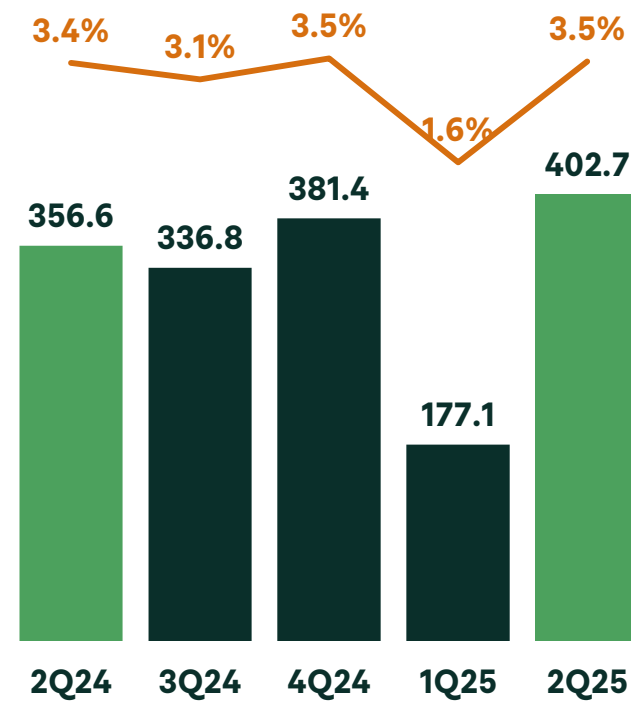
Effective tax rates*

R\$ millions, % of gross revenue



Adjusted net income*

R\$ millions, % of gross revenue



* Includes the effects of taxation on investment subsidies, in accordance with the Law 14,789/2023, for cases in which the Company does not have a favorable injunction. In the 2Q25, provisions were reversed for the cases with a favorable injunction, totaling R\$ 61.8 million, of which R\$ 15.9 million refer to the 2Q25.



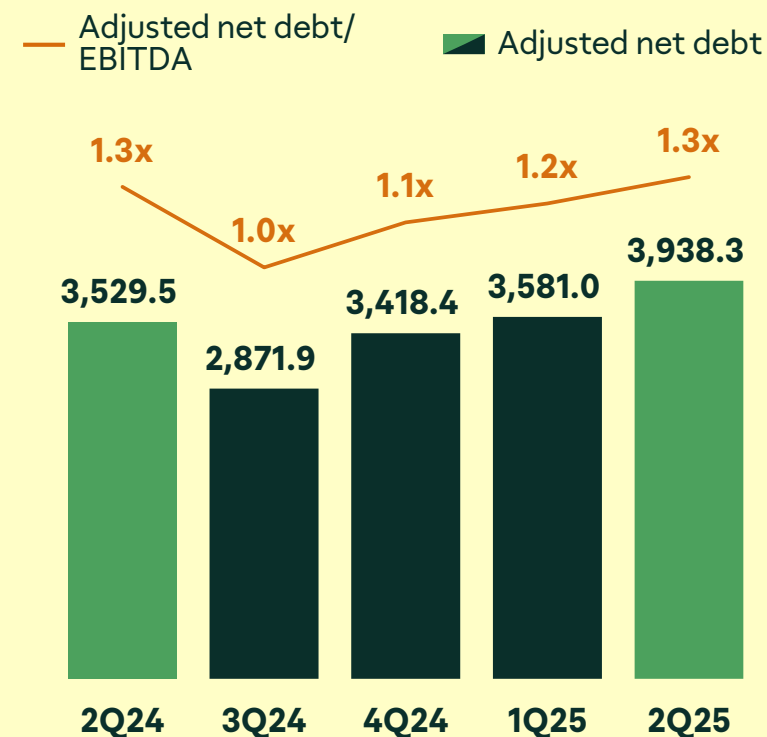
Free cash flow of R\$ 36.9 MM, with R\$ 357.2 MM in total consumption. Stable financial leverage at 1.3x.



Cash flow (R\$ millions)	2Q25	2Q24
Adjusted EBIT	632.4	601.3
NPV adjustment	(63.2)	(37.1)
Non-recurring expenses	(2.9)	(12.4)
Income tax (34%)	(192.6)	(187.6)
Depreciation	252.4	222.2
Others	(32.8)	9.0
Resources from operations	593.4	595.4
Cash cycle*	(264.1)	(750.5)
Other assets (liabilities)**	23.3	244.2
Operating cash flow	352.5	89.1
Investments	(315.6)	(271.6)
Free cash flow	36.9	(182.6)
M&A and other investments	(20.3)	(117.8)
Interest on equity and dividends	(308.3)	(237.4)
Income tax paid over interest on equity	(15.4)	(10.3)
Net financial expenses***	(143.9)	(93.0)
Tax benefit (fin. exp., IoE, dividends)	93.8	57.8
Total Cash Flow	(357.2)	(583.2)

Net debt and financial leverage

R\$ millions, as a ratio of LTM adjusted EBITDA



* Includes adjustments to discounted receivables. ** Includes NPV adjustments. *** Excludes NPV adjustments.

Operational highlights of the quarter

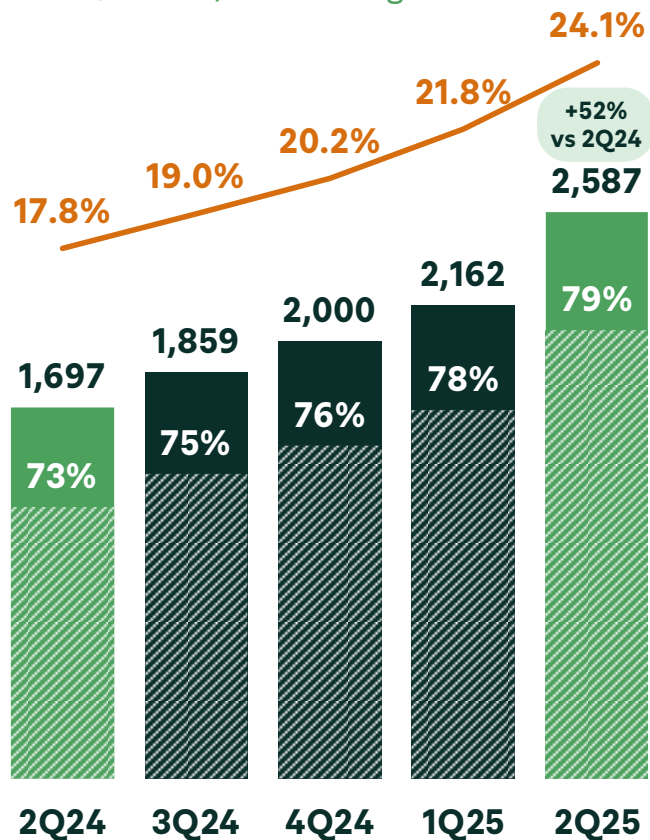




Digital grew 52% to R\$ 2.6 B in the 2Q25. Penetration reached 24.1%, 96% of orders delivered or collected within 60 minutes.

Digital sales

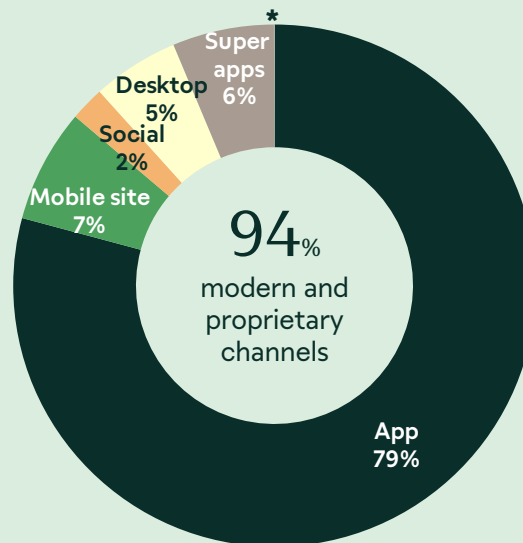
R\$ million, % of retail gross revenue



— Retail penetration App participation Digital revenue

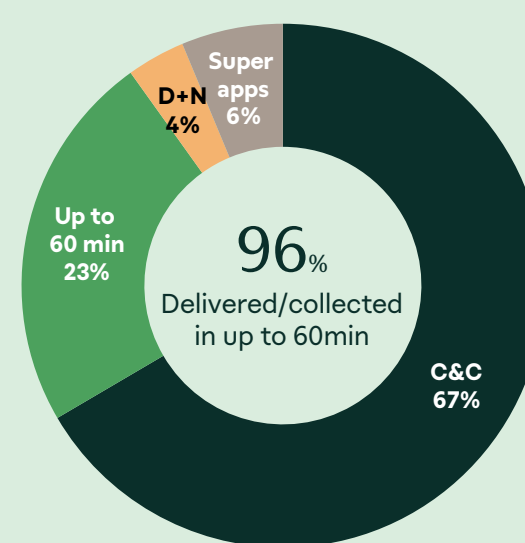
Digital channel mix

% of digital sales, 2Q25

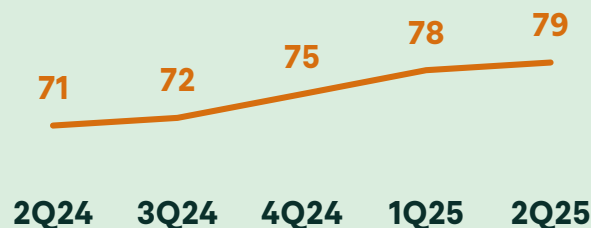


Delivery mix

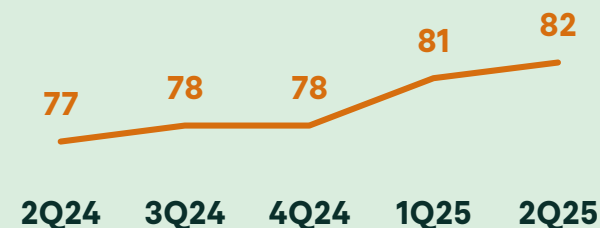
% of digital sales, 2Q25



NPS App



NPS Delivery e C&R



*Call center < 1% of the channel mix.



Advances in the digital journey with improved app personalization and continuous improvements in the medicine purchasing journey.

Digital channel personalization, improvements in search experience and checkout enhancements

Reminders

- ◆ First use case with a 3% CTR.

Personalized shortcuts

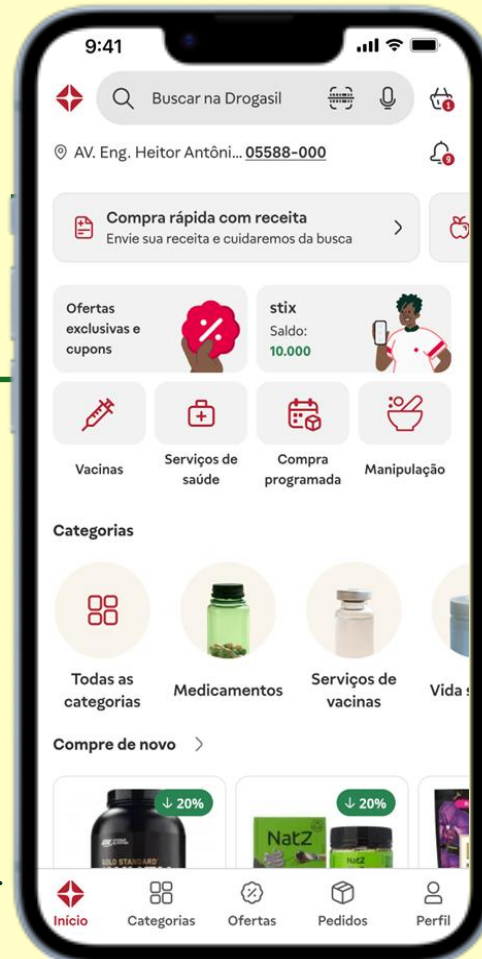
- ◆ +9% CTR vs. previous versions;
- ◆ Regionalization: Compounding and Club.

New category display

- ◆ +66% CTR vs. previous versions.

Personalized Home Layout

- ◆ 3x performance Jun/25 vs. Mar/25, improvements continue in the 3Q25.



Continuous improvements in the medicine purchasing journey

Prescription Autofill

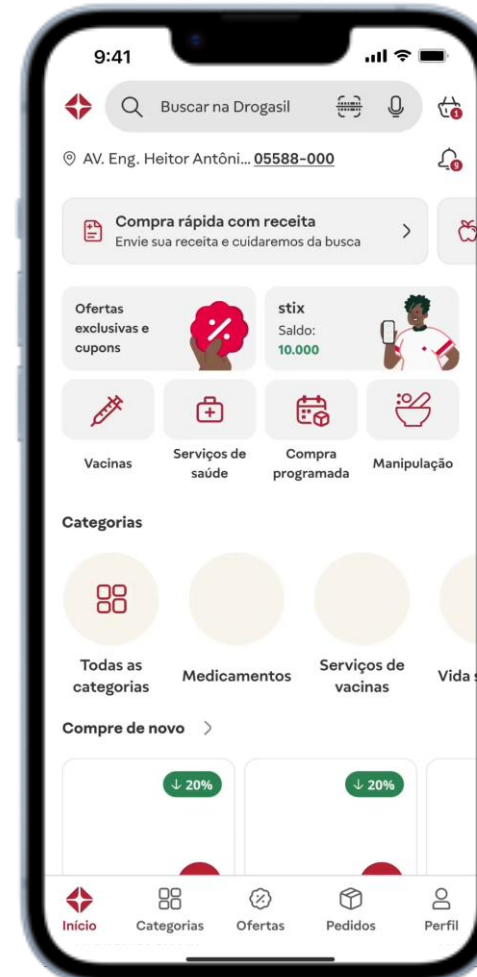
- ◆ Automatic basket based on prescription photo.

Basket Customization

- ◆ Choice of quantities and inclusion of additional items.

Convenience

- ◆ Delivery of controlled medications with a digital prescription.





We've reached Drogasil number 2,000: 90 years of history and the largest pharmacy chain in Brazil in both revenues and number of stores.

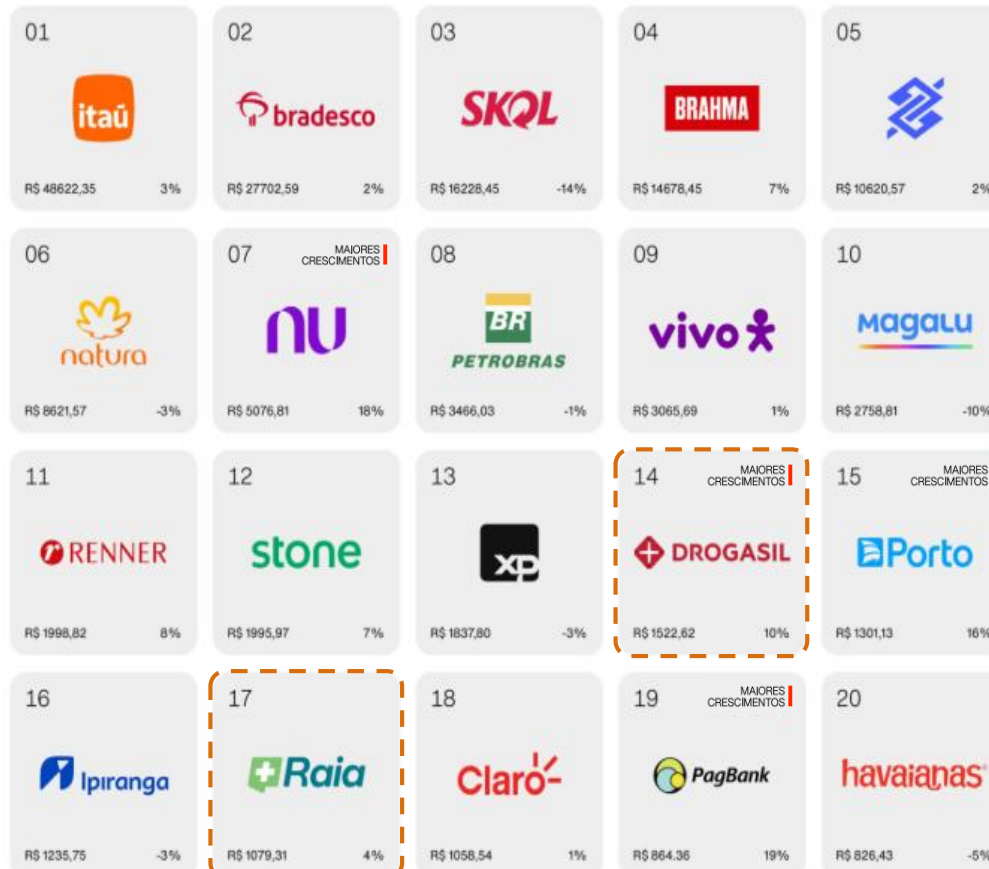




RD Saúde consolidates itself as the leading brand in the sector by placing health at the center of the customer's journey, with an emphasis on humanized service.

Most Valuable Brazilian Brands

Source: Interbrand MBMV 24/25



Values in R\$ MM



- ◆ **Raia:** one of the five brands that increased value in the ranking (Top 20 YoY);
- ◆ **Drogasil:** among the four fastest-growing brands (YoY).



We are following the action plan announced in 1Q25, constantly seeking Performance, Efficiency and Productivity.

REACCELERATION OF SALES

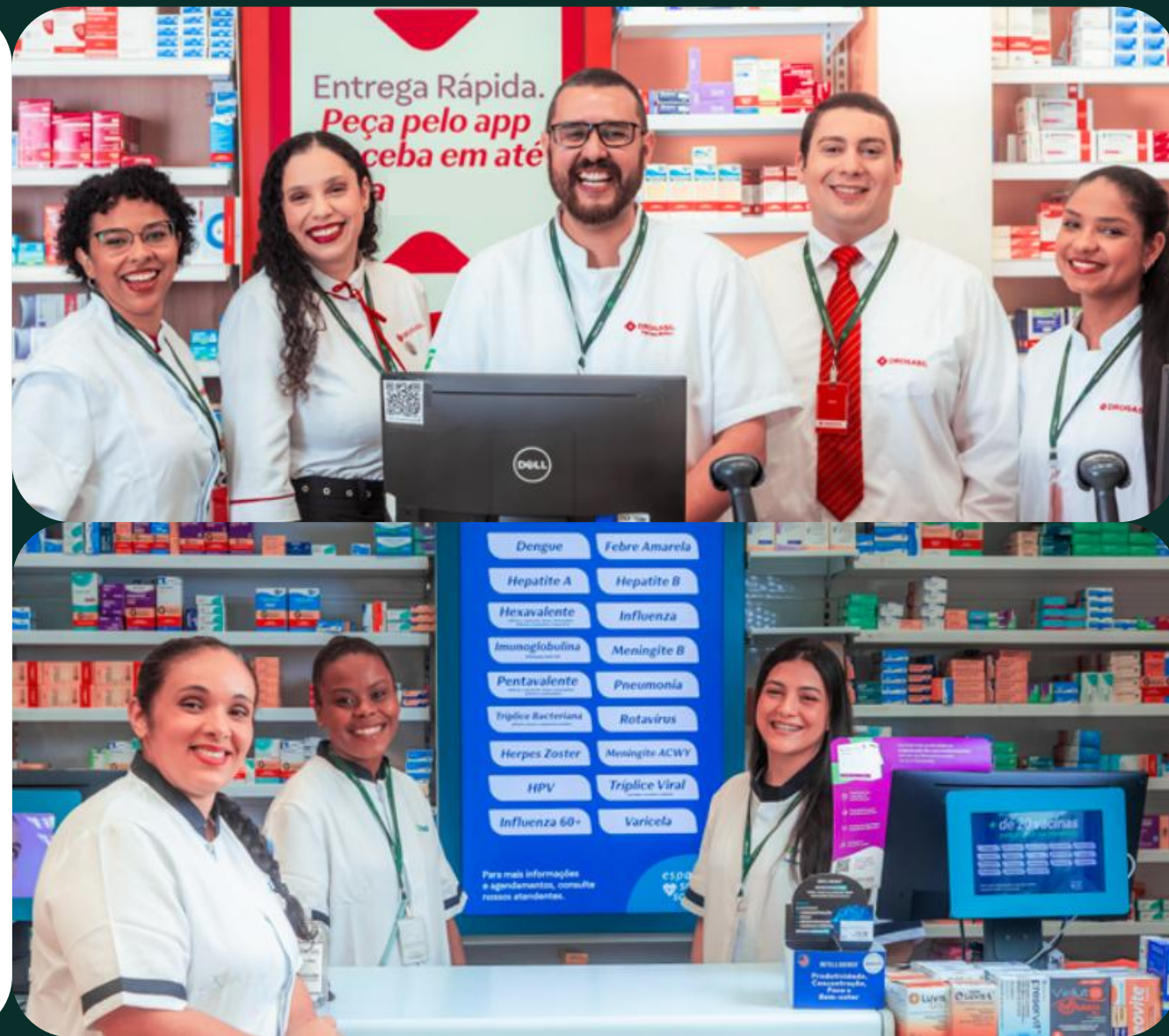
- ❖ Greater promotionalization and competitiveness;
- ❖ Digital experience improvement;
- ❖ Initial pharmacy staff recomposition.

PROFITABILITY

- ❖ Reduction of inventory and cash cycle;
- ❖ Leaner G&A;
- ❖ Profitability of Investees.

... and we will continue to reinforce ...

- ❖ Action plan for inventory losses;
- ❖ Investments in the operational team and in sales expenses.



Earnings Presentation 2Q25



Questions & Answers



Thank you!