

Apresentação Institucional

3T25





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**

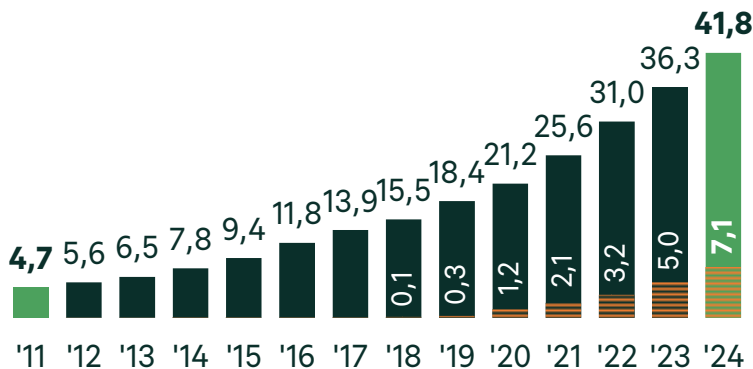


Desde a fusão entre Raia e Drogasil em 2011, uma trajetória consistente de crescimento e liderança no setor.

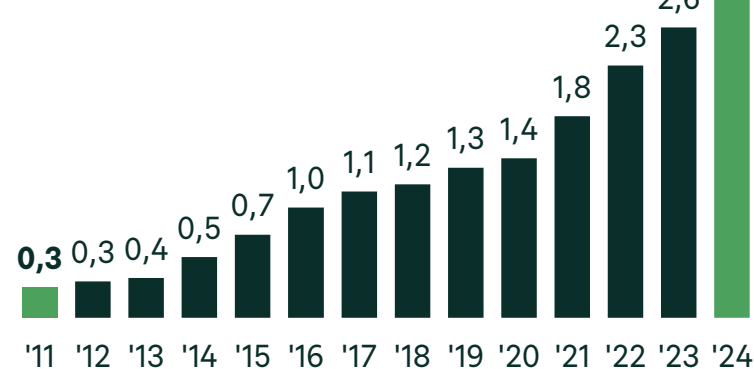
Farmácias Quantidade, mil



Receita bruta total R\$ bilhões, receita digital (R\$ bilhões)



EBITDA aj. R\$ bilhões



FARMÁCIAS

#3.453

presente em todos os estados brasileiros

FUNCIONÁRIOS

69,9 MIL

ao término do 3T25

RECEITA BRUTA

R\$ 45,5 BI

3T25 LTM
+12% YoY

VENDAS DIGITAIS

R\$ 9,8 BI

3T25 LTM, +49% YoY
23% da receita do varejo

EBITDA AJUSTADO

R\$ 3,1 BI

3T25 LTM
7% da receita bruta

MARKET SHARE

16,8%

no 3T25, +0,8 pp, com ganhos em todas as regiões

REDE DE FARMÁCIA

#1

em receita e nº de lojas no Brasil

CLIENTES ATIVOS

51,0 MM

nos últimos 12 meses

TICKETS

429 MM

nos últimos 12 meses

NPS Net Promoter Score

91 FARMÁCIAS
79 APPS

ABERTURAS

330-350

novas farmácias por ano em 2025 e 2026 (guidance)

RATING PELA MOODY'S

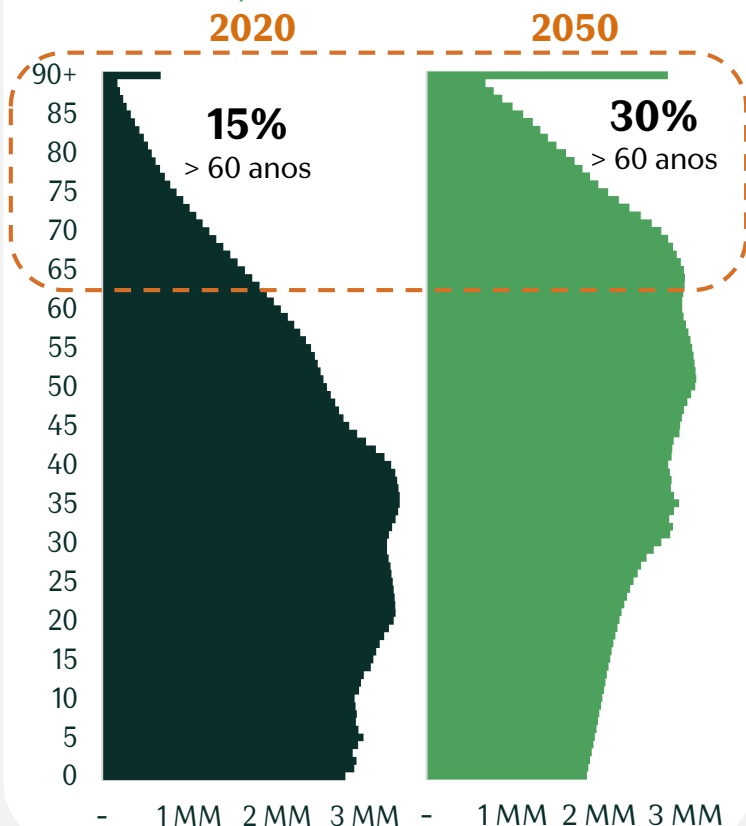
AAA.br



Crescimento da demanda impulsionado pelo envelhecimento da população.

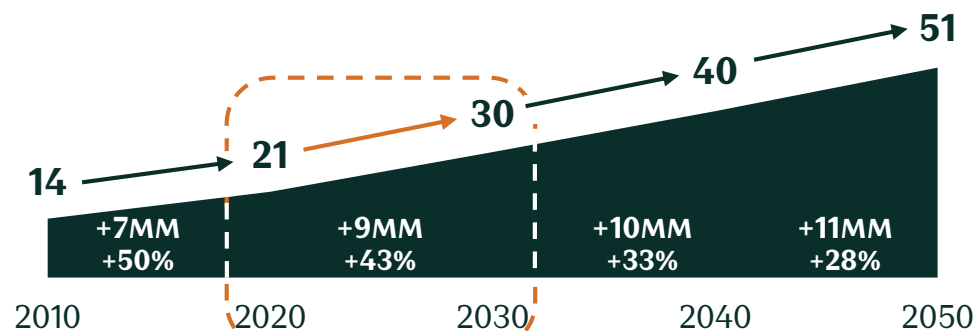
Pirâmide demográfica

Pessoas por idade. Fonte: IBGE, 2024.



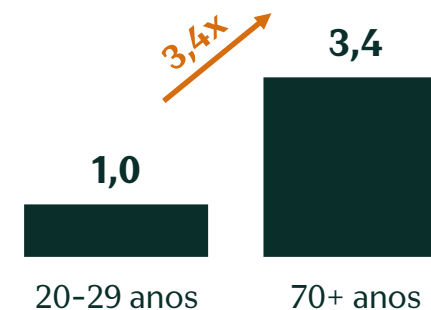
População brasileira acima de 65 anos

Milhões. Fonte: IBGE, 2024.



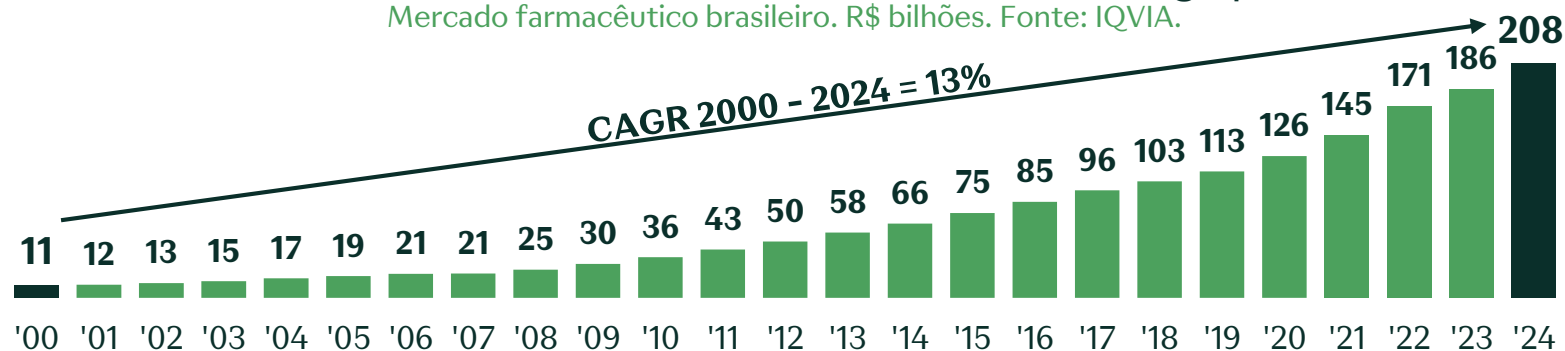
Gasto com medicamentos

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



Mercado mantém crescimento acelerado no longo prazo

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

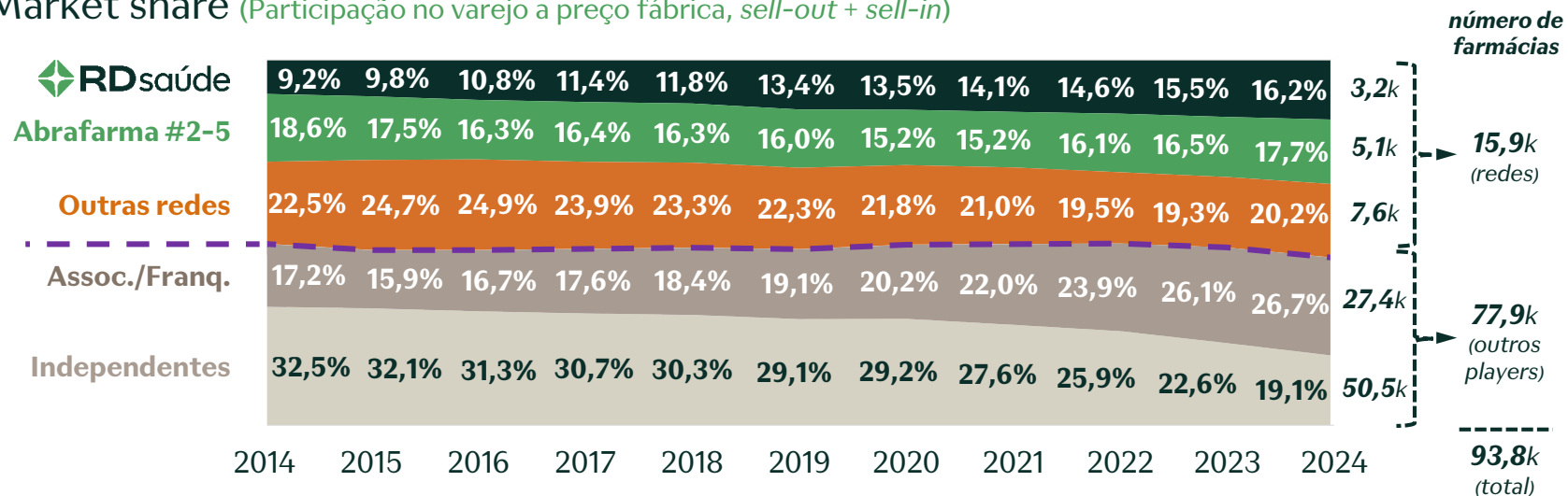




Mercado fragmentado oferece ampla oportunidade de consolidação e crescimento de longo-prazo.



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



Venda média anual por farmácia em 2024 (RD Saúde = índice 100)



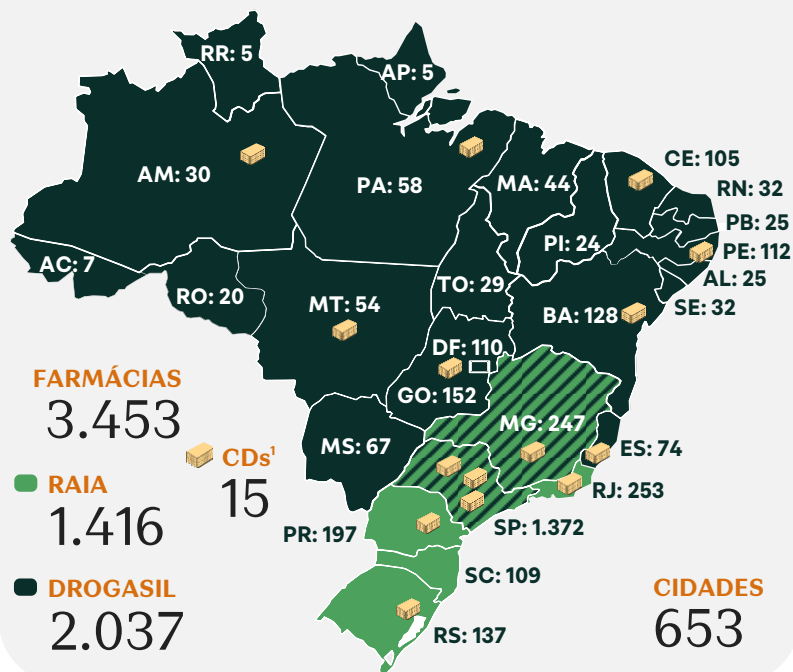
Fonte: IQVIA.



Expansão nacional marcada por ritmo e diversificação únicos com *guidance* de 330-350 farmácias para 2026. TIR real acima de 20%, líquida de canibalização.

Presença geográfica

3T25

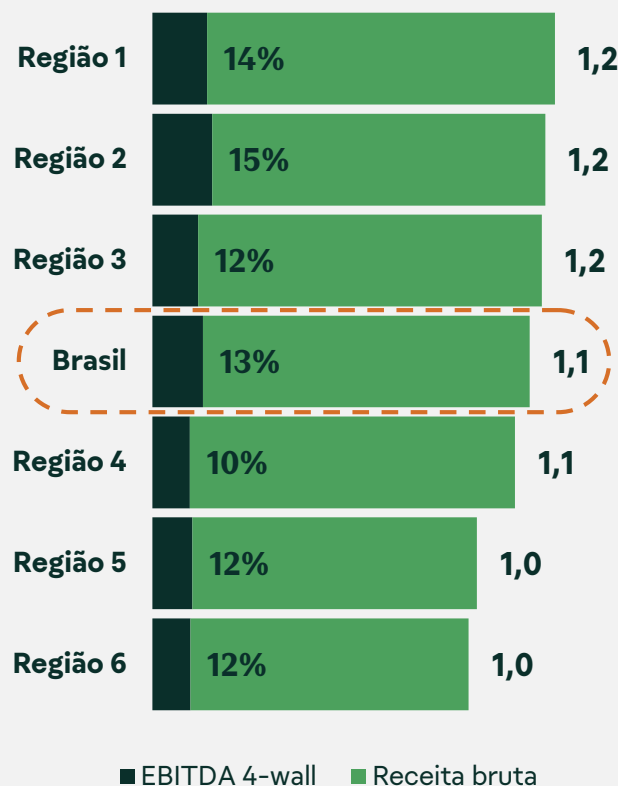


95% da população de classe A do país em um raio de 1,5 km

¹ O Centro de Distribuição em Viana/ES começou a operar em novembro de 2025.

Desempenho por região*

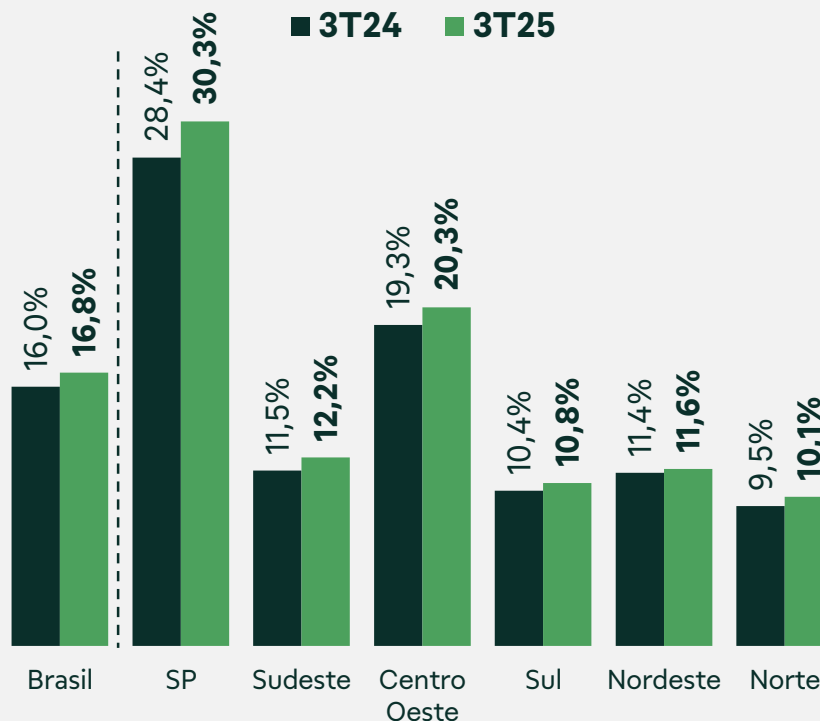
R\$ milhões, 3T25 LTM



* Lojas maduras. EBITDA 4-wall não considera CDs e despesas regionais.

Participação do mercado

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



Fonte: IQVIA. Sudeste exclui SP.



Nossa estratégia de Saúde e Bem-Estar se baseia em seis temas prioritários, integrados em toda a organização para impulsionar a excelência operacional.





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

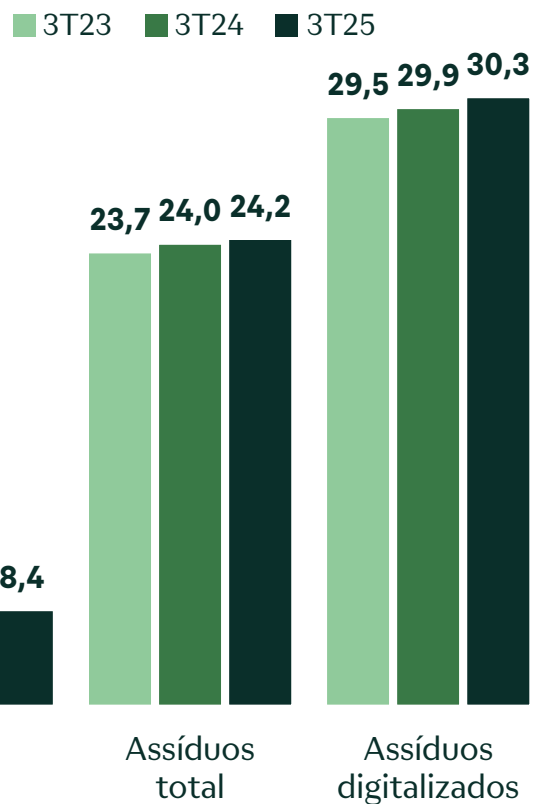
Total de clientes ativos

Milhões, LTM



Frequência dos clientes

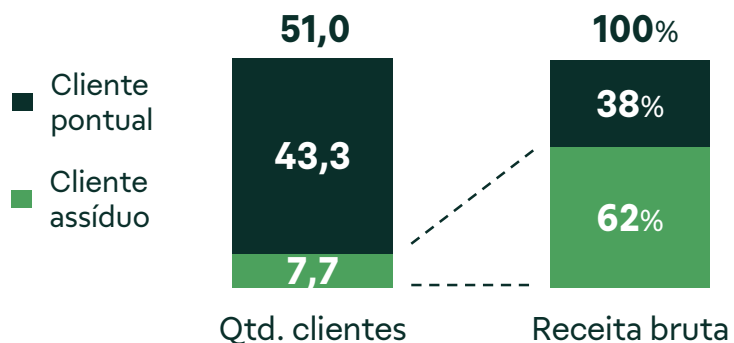
Quantidade anual de compras



Cliente médio vs. Multicanal

	Qtd.	Freq.	Gasto	Lucro bruto
Média geral	51,0 MM	8x ano	100%	100%
Cliente multicanal	10,9 MM	21x ano	174%	151%

Segmentação por tipo de cliente¹



¹ Milhões de clientes, % receita bruta do varejo LTM.





Perfis e vínculos: nossa audiência/base de 51 MM de clientes ativos é crescente e qualificada, com oportunidades únicas de segmentação no varejo omni.

211 MM brasileiros

População 65+ anos (IBGE)

2020: 21 MM
2050: 51 MM
+1 MM por ano

51 MM clientes ativos

97% compras identificadas
8 compras por ano
778 MM acessos digitais LTM

8 MM clientes assíduos

24 compras por ano
9x gasto do cliente pontual
9x lucro bruto (CAV*)

Gestão do ciclo do cliente

Aquisição

Atração de novos clientes

Ativação

Engajamento e rentabilização do cliente na RD Saúde

Fidelização

Criar relacionamento e relevância

Retenção e Recuperação

Reengajar clientes com comportamento de abandono

Perfis

CAV* (média = 100)

Uso Contínuo	161
Perfil B	224
Perfil C	236
Perfil D	264

Vínculos (exemplos)

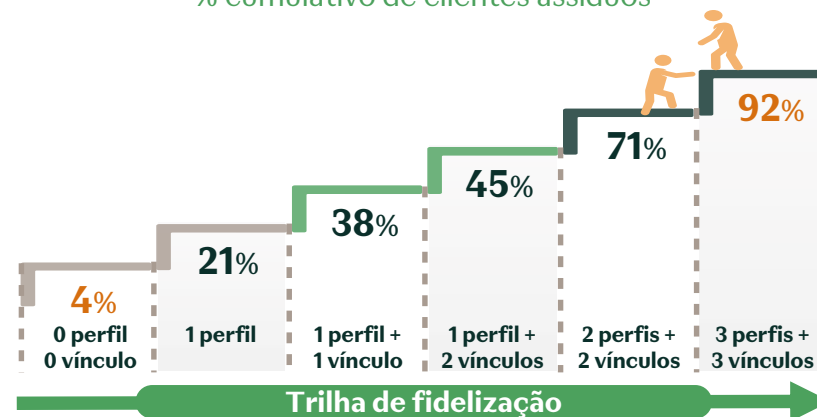
DIGITAIS

SAÚDE

App	173	Entrega 1h	180
Stix	182	Serv. saúde	208
Vínculo A	165	Vínculo C	129
Vínculo B	188	Vínculo D	238

Impacto perfil/vínculo na fidelização

% cumulativo de clientes assíduos



* CAV = Customer Annual Value (lucro bruto LTM).

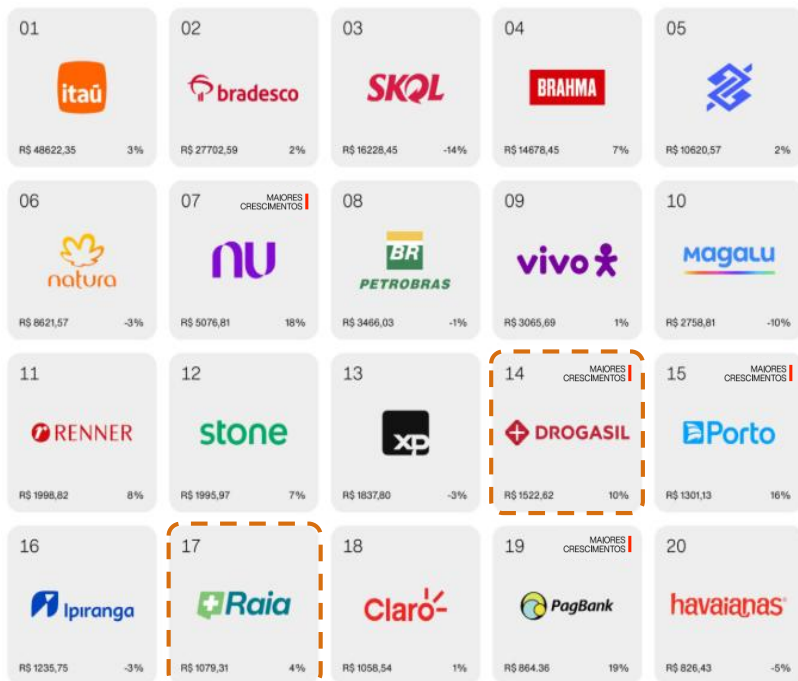


Crescimento sustentado por marcas reconhecidas pelo país (Raia e Drogasil), com amplo sortimento para a promoção da saúde e bem-estar dos clientes.

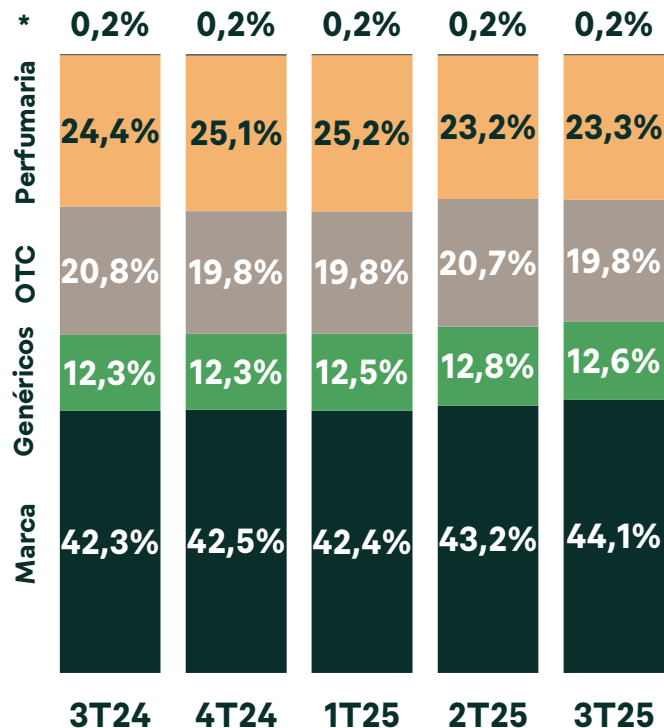
Marcas brasileiras mais valiosas

Fonte: Interbrand MBMV 24/25

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

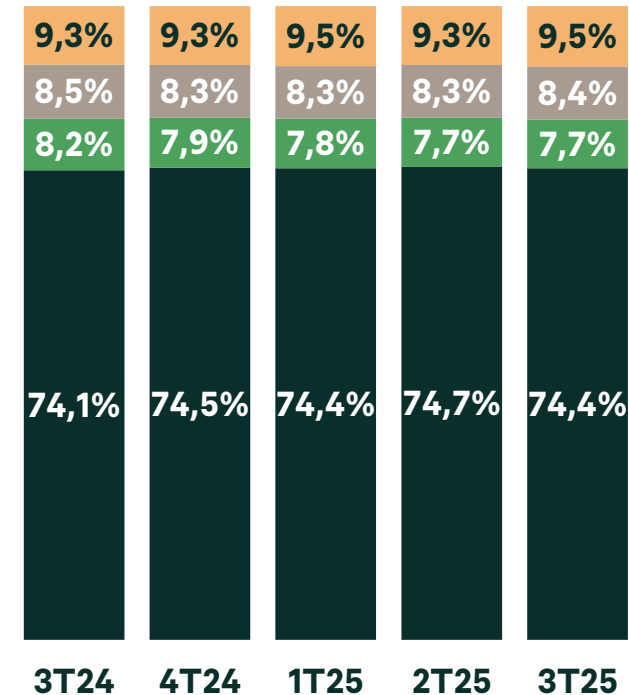


Mix de vendas do varejo



Farmácias por maturação

■ Madura ■ Ano 3 ■ Ano 2 ■ Ano 1



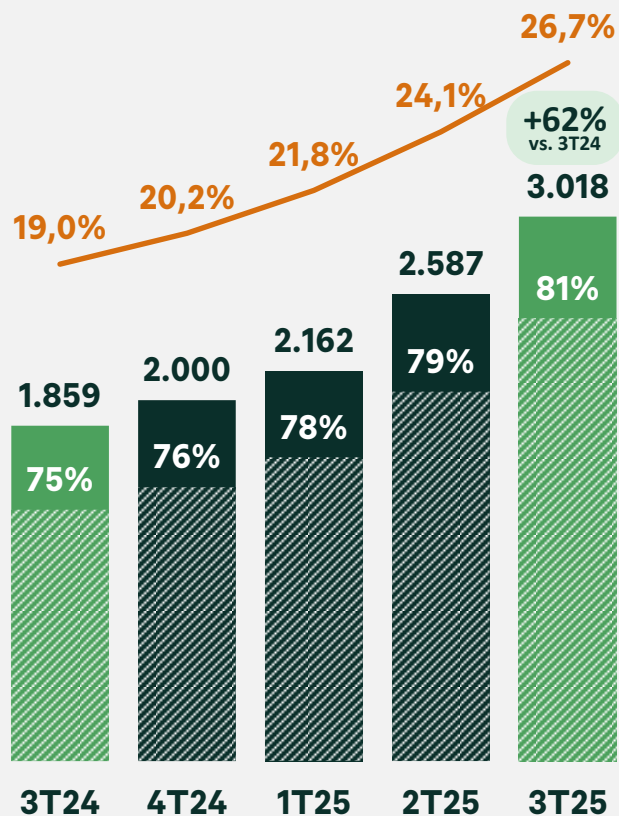
* Serviços.



Digital cresceu 62%, atingindo R\$ 3,0 BI no 3T25. Participação de 26,7% na receita bruta, sendo 81% via apps e 97% entregues/coletados em até 60 minutos.

Canais digitais

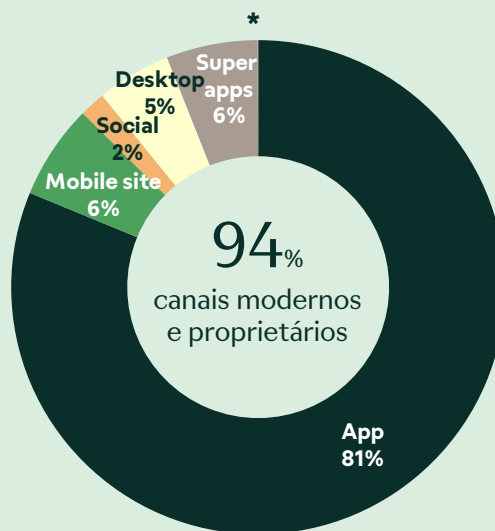
R\$ milhões, % da receita bruta do varejo



— Particip. varejo ▨ Particip. do app ■ Receita digital

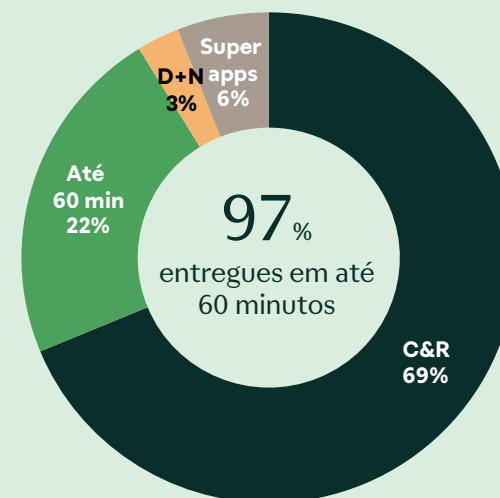
Mix canais digitais

% da receita digital, 3T25

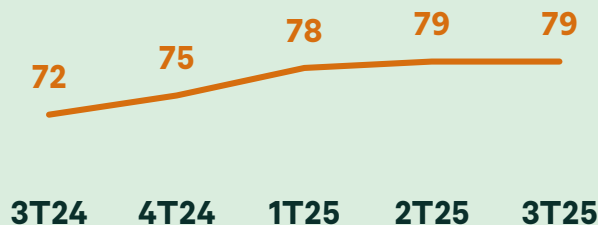


Mix entregas

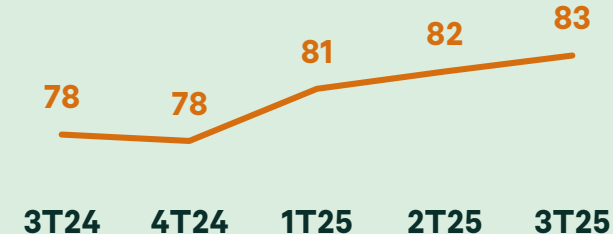
% da receita digital, 3T25



NPS App



NPS Delivery e C&R

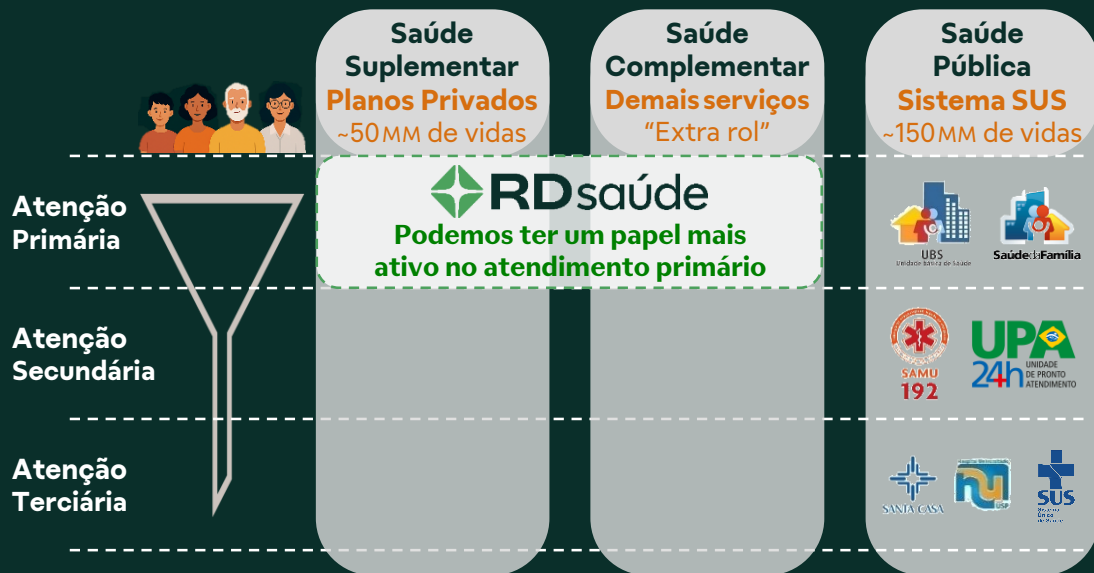


*Call center < 1% do mix de canais.

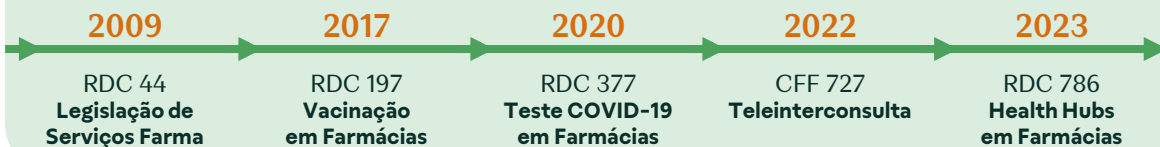


A proximidade com os clientes, viabilizada pela capilaridade de Raia e Drogasil, permite explorar oportunidades na atenção primária de baixa complexidade.

Níveis de atenção em saúde no Brasil

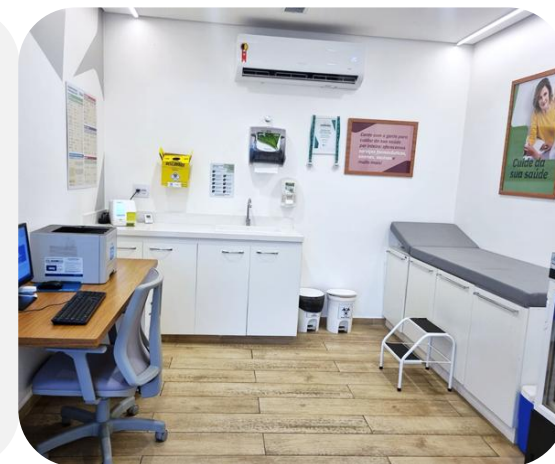


Evolução da legislação de serviços em farmácias



Serviços farmacêuticos (3T25)

◆ NPS (Net Promoter Score)	95
◆ Serviços disponíveis	40
◆ Health Hubs	2,7 mil
◆ Salas de Vacina	417
◆ Atendimentos farmacêuticos	1,1 MM



- ◆ Clientes dos serviços aumentam **2,5x** a frequência e engajamento
- ◆ **~40% de share¹** em vacinas como herpes zoster, dengue e HPV



Graduação interna em Farmácia

- ◆ Customizada e subsidiada pela RD Saúde
- ◆ Carga de 4 mil horas (5 anos de duração)

¹ Participação de mercado no varejo farmacêutico (Fonte: IQVIA).



Marcas exclusivas que promovem saúde e bem-estar reforçam o compromisso com o cliente e a perenidade do negócio.

Evolução

R\$ milhões, % vendas autosserviço

Mg. Bruta marcas próprias
+13,8 pp vs. autosserviço

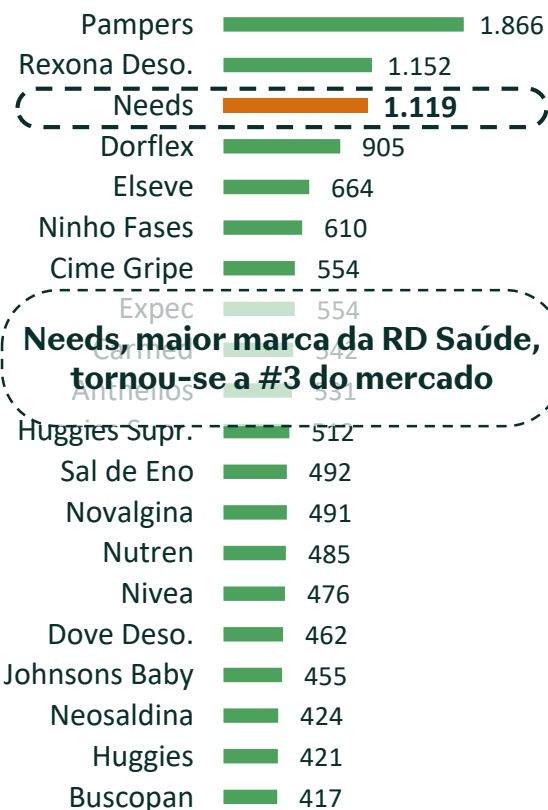


Needs é destaque em diversas categorias



Top 20 marcas

IQVIA MAT jun/25, CPP¹, R\$ milhões



Needs, maior marca da RD Saúde, tornou-se a #3 do mercado



¹ CPP = Consumer Purchase Price.

A empresa vem acelerando sua agenda de transformação tecnológica com o uso extensivo de inteligência artificial no desenvolvimento de novos processos.

Hackathons

10h de capacitação

3 dias para desenvolvimento

15% das soluções são **plug-and-play**; o restante, implantável em até 10 semanas.

No “modelo tradicional de TI”, os projetos teriam prazo de ~ **6 meses**, ao custo de ~ **R\$ 1,5 MM**.

#1 Automações baseadas em IA

 **96** participantes

 **44** projetos

 **31** mentores

 **20** diretorias

Ferramenta utilizada



Exemplos de soluções:

- ◆ Monitorar preços da concorrência
- ◆ Automação de minutas no jurídico
- ◆ Automação do encantômetro da Matriz

#2 Aplicações com Vibe Coding

 **90** participantes

 **45** projetos

 **42** mentores

 **30** diretorias

Ferramenta utilizada



Exemplos de soluções:

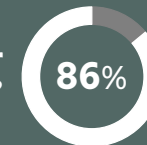
- ◆ Calculadora de PPR e variável
- ◆ Simulador de perdas
- ◆ Gestão de chamados de manutenção

Impacto Cultural

O evento fortaleceu a cultura da RD Saúde?



Sente-se apto a colocar em prática o conteúdo?



Percepção sobre a RD Saúde melhorou?





Sustentabilidade em ação: pessoas e planeta no centro da estratégia.

◆ Sobre a RD Saúde



Desde 1905, gestão próxima das famílias fundadoras



~75% de *free float*, com o restante detido pelos acionistas controladores



Acordo de Acionistas vigente até 2031

◆ Pessoas e Negócios + Saudáveis



65% da liderança operacional formada por mulheres



100% das lideranças de farmácia desenvolvidas na RD Saúde



100h de treinamento e **2k** profissionais em graduação/pós

◆ Planeta + Saudável



100% das operações abastecidas por fontes renováveis



100% das farmácias com coletores para descarte



Saúde: vacinas, serviços farma e análises clínicas



Redução de **emissões** escopos 1-2 e agenda para escopo 3



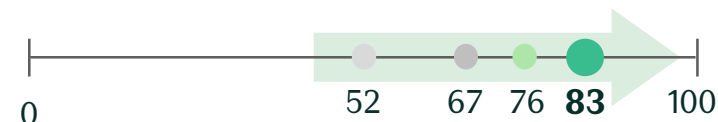
Roteirização, ocupação eficiente de veículos e eletrificação da **frota**



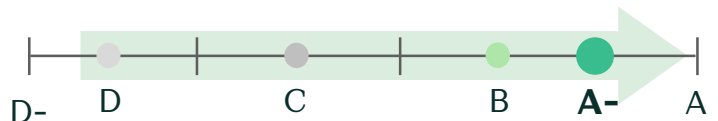
Certificação ISO 14.001, ISO 45.001 e LEED para CDs

Reconhecimento das iniciativas ESG

ISE B3



CDP



MSCI



2020

2021

2022

2023/2024

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 e **privacidade/LGPD** em Canais Digitais (App e Website) e Univers PBM.

Institutional Presentation

3Q25





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

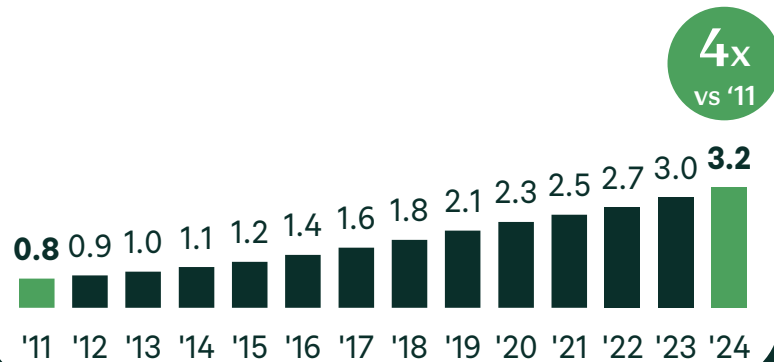




Since the merger of Raia and Drogasil in 2011, the company has built a consistent track record of growth and leadership in the sector.

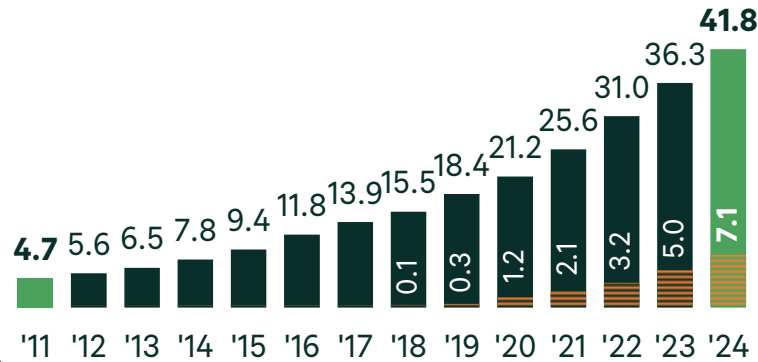
Pharmacies

Store count, thousands



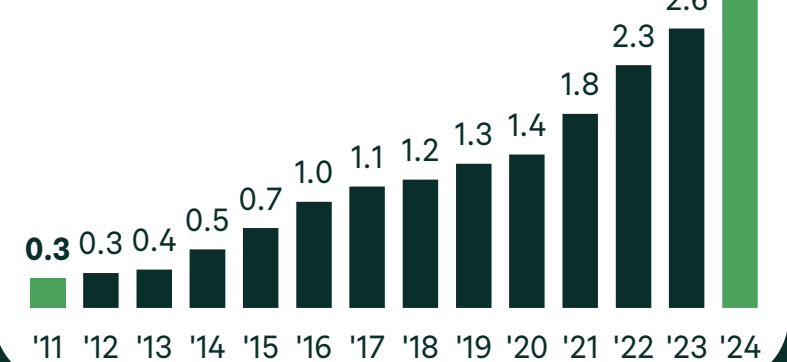
Total gross revenue

R\$ billions, digital revenue (R\$ billions)



Adjusted EBITDA

R\$ billions



PHARMACIES

#3,453

across every Brazilian state

EMPLOYEES

69.9_K

at the end of the 3Q25

GROSS REVENUE

R\$ 45.5_B

3Q25 LTM
+12% YoY

DIGITAL REVENUE

R\$ 9.8_B

3Q25 LTM, +49% YoY
23% of retail gross revenue

ADJUSTED EBITDA

R\$ 3.1_B

3Q25 LTM
7% of gross revenue

MARKET SHARE

16.8%

in the 3Q25, +0.8 pp,
with gains in every region

PHARMACY CHAIN

#1

in Brazil, in revenue and
pharmacy count

ACTIVE CUSTOMERS

51.0_{MM}

in the last
12 months

TICKETS

429_{MM}

in the last
12 months

NPS Net Promoter Score

91_{PHARMACIES}

79_{APPS}

OPENINGS

330-350

new pharmacies per year
in 2025 and 2026 (guidance)

RATING BY MOODY'S

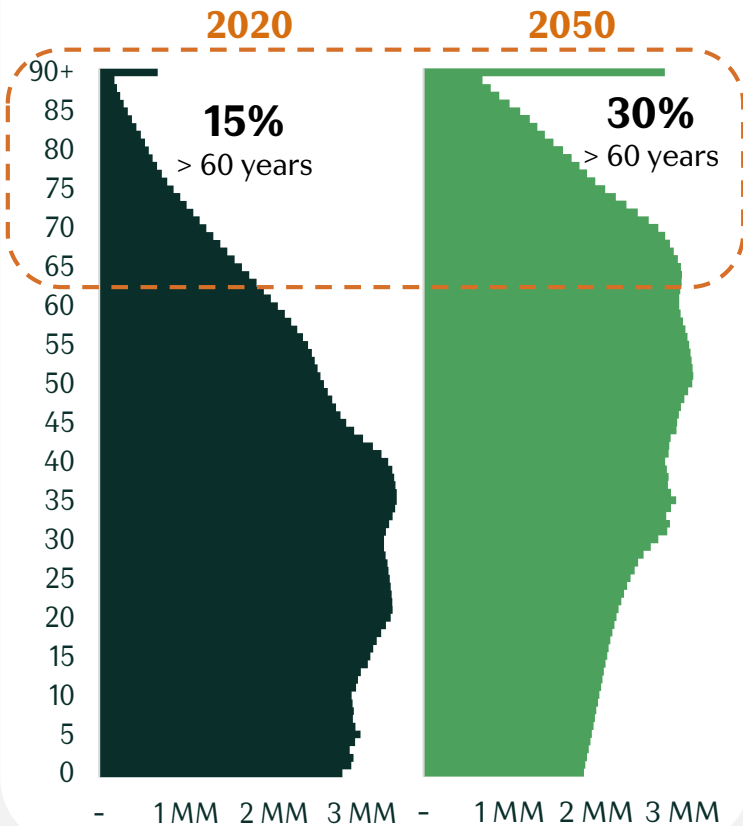
AAA.br



Demand growth has been driven by an aging population.

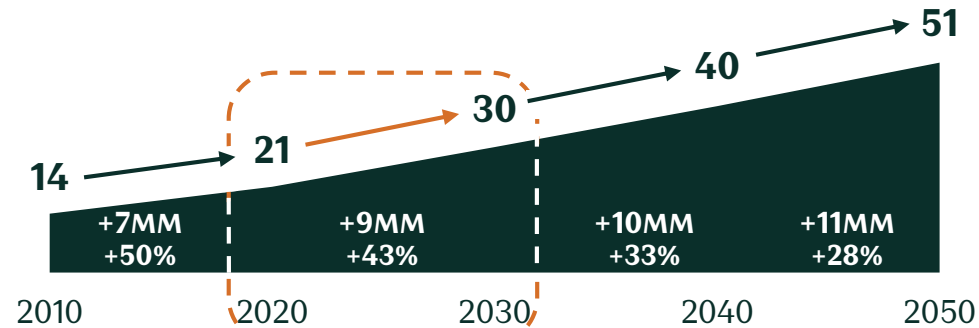
Population by age

Source: IBGE, 2024.



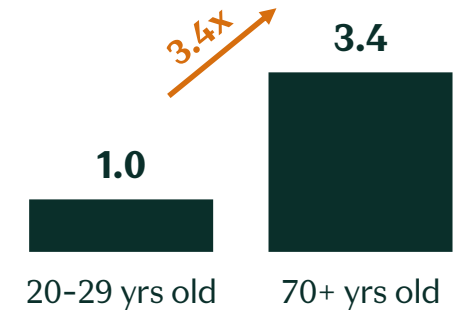
Brazilian population over 65 years of age

Millions of people. Source: IBGE, 2024.



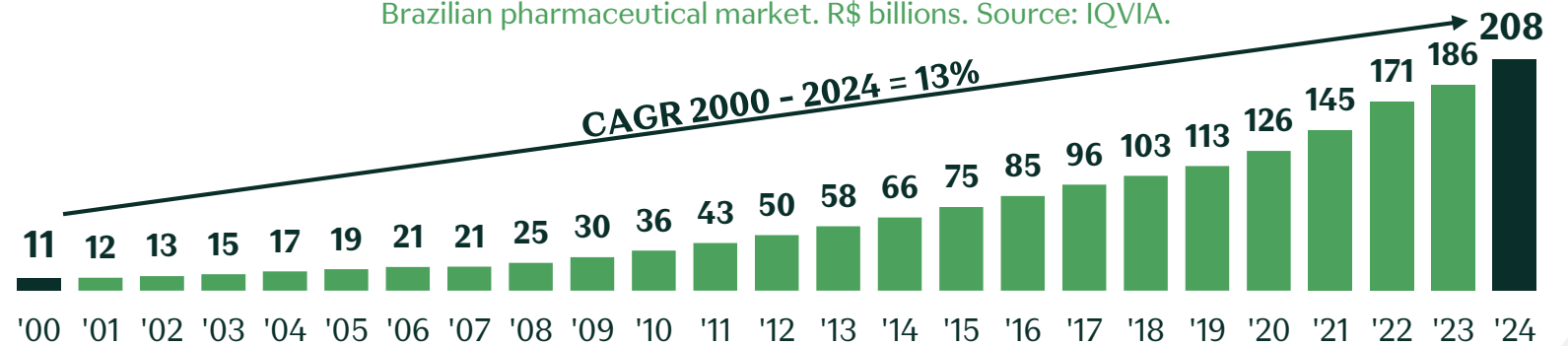
Average drug spending

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



Pharma market maintains an accelerated long-term growth

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

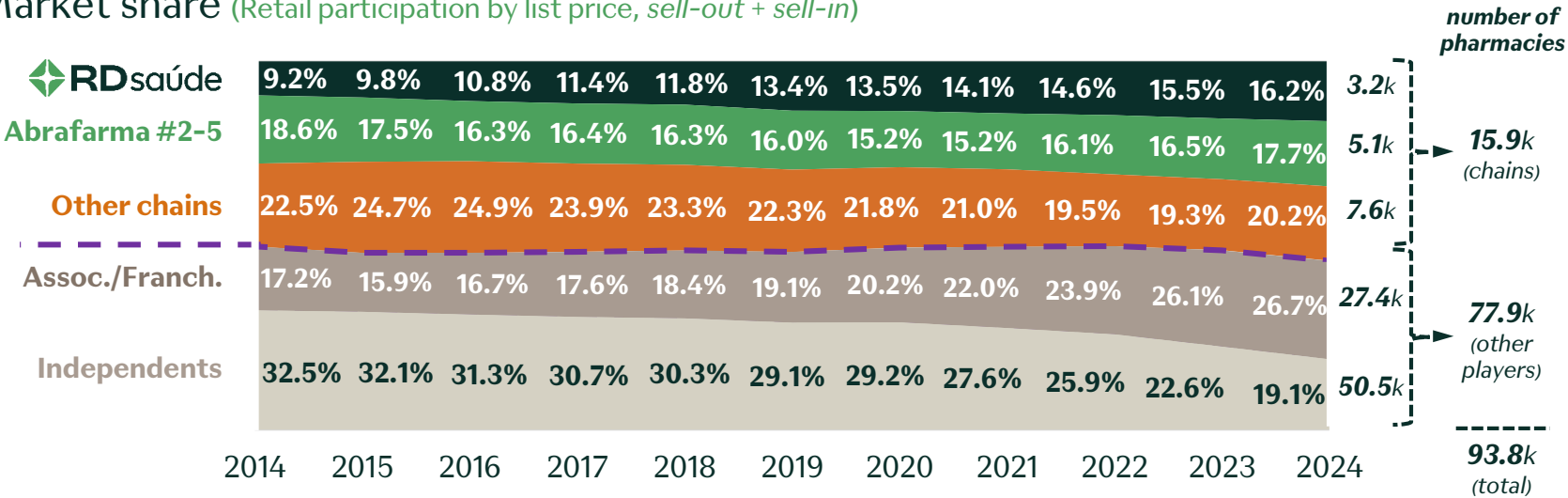




A fragmented market offers significant opportunities for long-term consolidation and expansion.



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



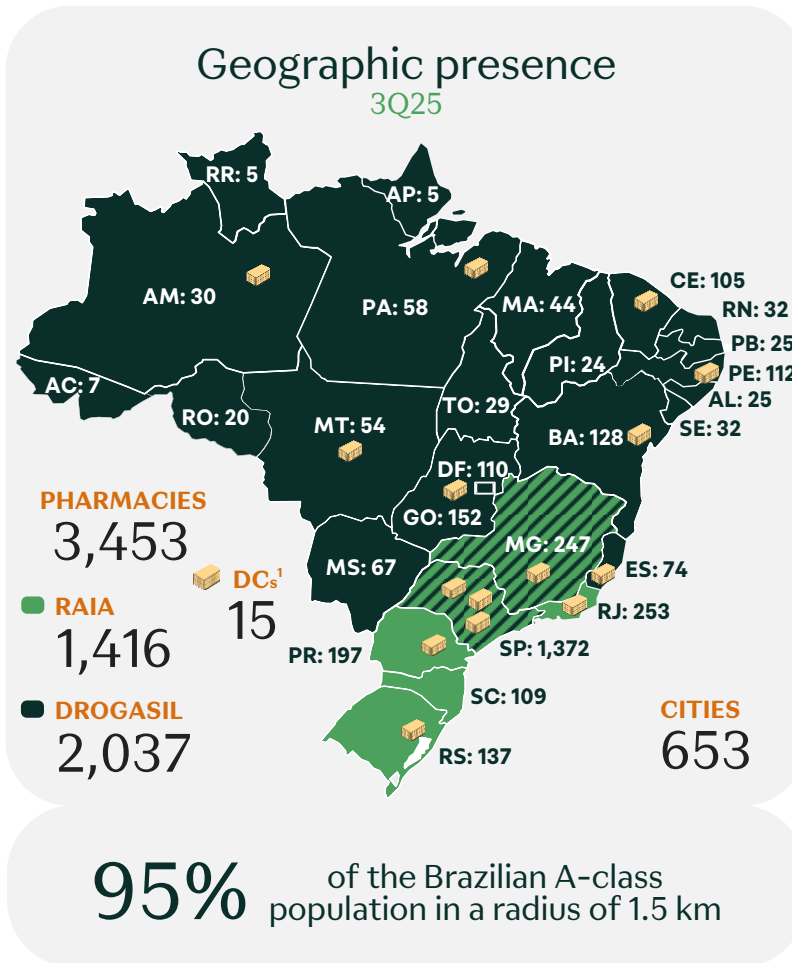
Average annual sale per pharmacy in 2024 (RD Saúde = 100 index)



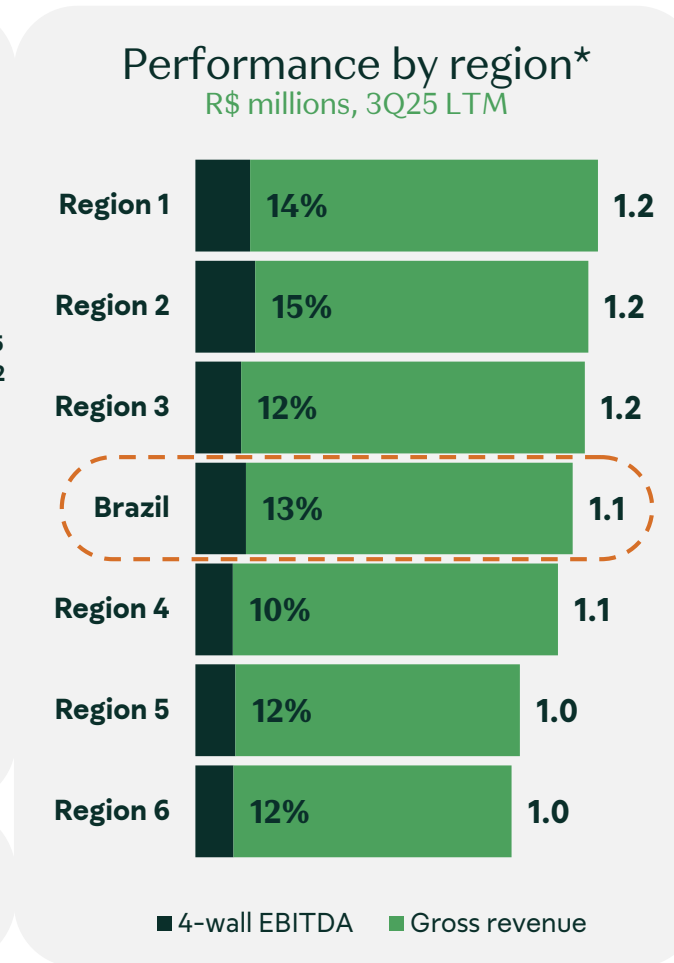
Source: IQVIA.



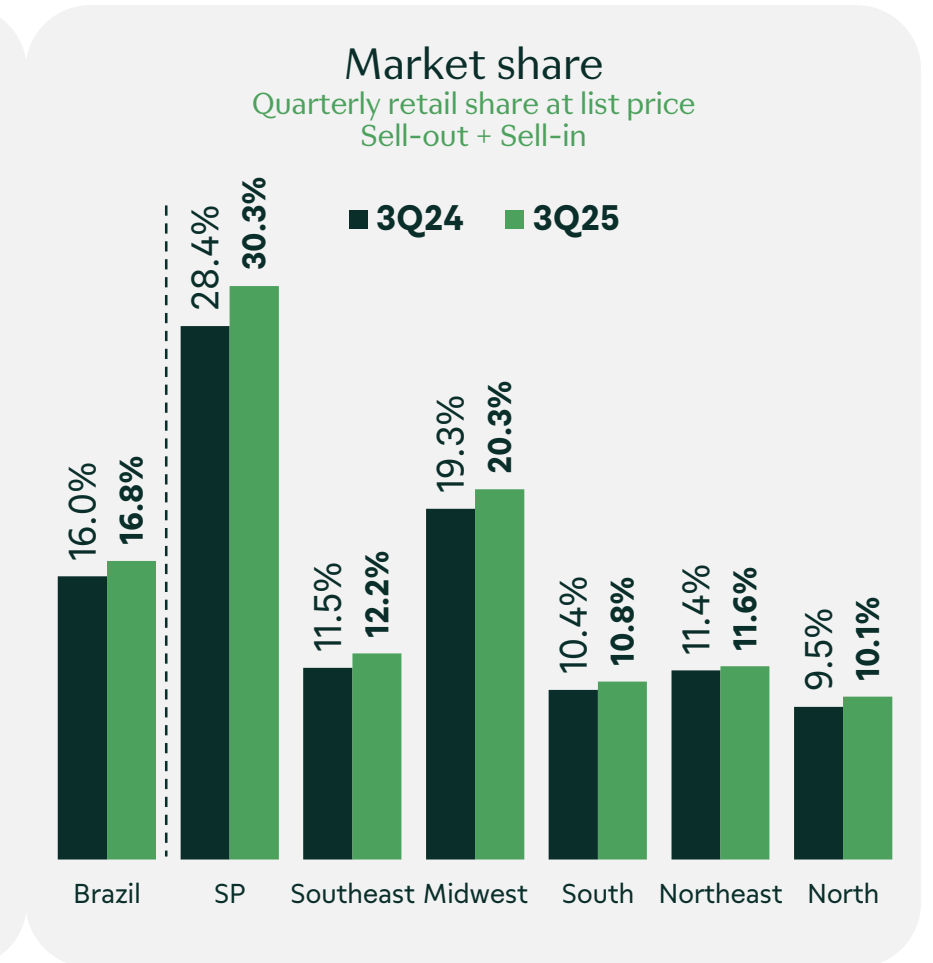
National growth marked by a unique pace and diversification, with guidance of 330–350 new pharmacies in 2026. Real IRR above 20%, net of cannibalization.



¹ The Distribution Center in Viana/ES began operations in November 2025.



* Mature stores. 4-wall EBITDA excludes distribution centers and regional expenses.



Source: IQVIA. Southeast excludes SP.



Our Health and Wellness strategy is built on six priority themes, integrated across the organization to drive operational excellence.

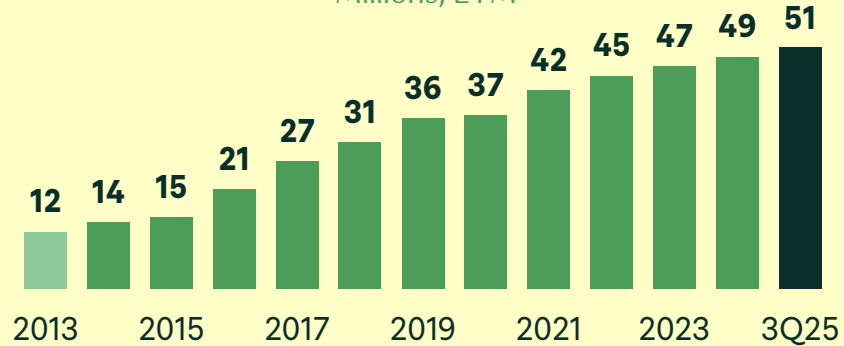




Our greatest asset is the customer. In-store experience increases engagement, while digitalization strengthens relationships and frequency, enhancing LTV.

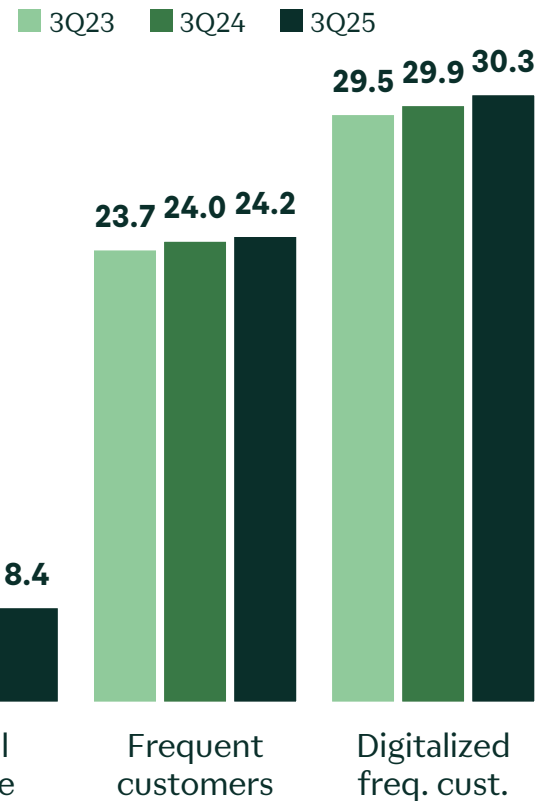
Total active customers

Millions, LTM



Purchasing frequency

Annual purchase quantity



Average vs. Omnichannel customer

	Qty.	Freq.	Spending	Gross profit
Overall average	51.0 MM	8x /year	100%	100%
Omnichannel customer	10.9 MM	21x /year	174%	151%

Customer segmentation¹



¹ Millions of customers, % LTM retail gross revenue.





Profiles and relationships: our audience of 51 MM active customers is expanding and highly qualified, offering unique segmentation opportunities in omni retail.

211 MM Brazilians

Population aged 65+ (IBGE)

2020: 21 MM
2050: 51 MM
+1 MM per year

51 MM active customers

97% identified purchases
8 purchases per year
778 MM digital visits LTM

8 MM frequent customers

24 purchases per year
9x spending of casual customers
9x gross profit (CAV*)

Customer Lifecycle Management

Acquisition

Attracting new customers

Activation

Engaging and increasing customer profitability within RD

Loyalty

Building relationships and relevance

Retention and Recovery

Re-engaging customers showing signs of churn

Profiles

CAV* (average = 100)

Chronic	161
Profile B	224
Profile C	236
Profile D	264

Bonds (examples)

DIGITAL

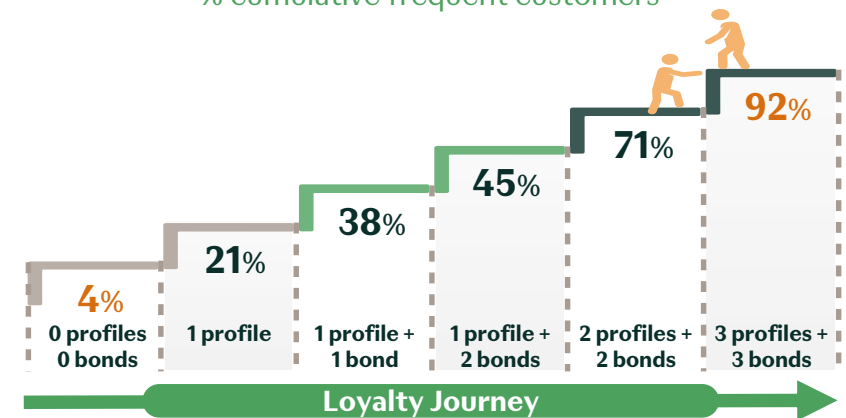
HEALTH

App	173	Rapid delivery	180
Stix	182	Health Services	208
Bond A	165	Bond C	129
Bond B	188	Bond D	238

X

Profile and bond impacts on loyalty

% cumulative frequent customers



* CAV = Customer Annual Value (gross profit LTM).

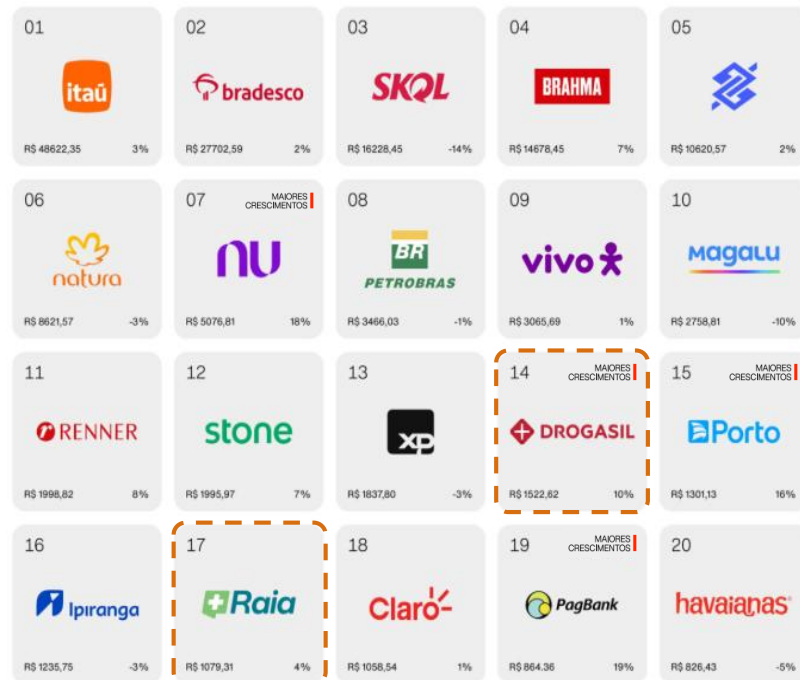


Growth is sustained by brands recognized across Brazil (Raia and Drogasil), offering a broad assortment that promotes customer health and well-being.

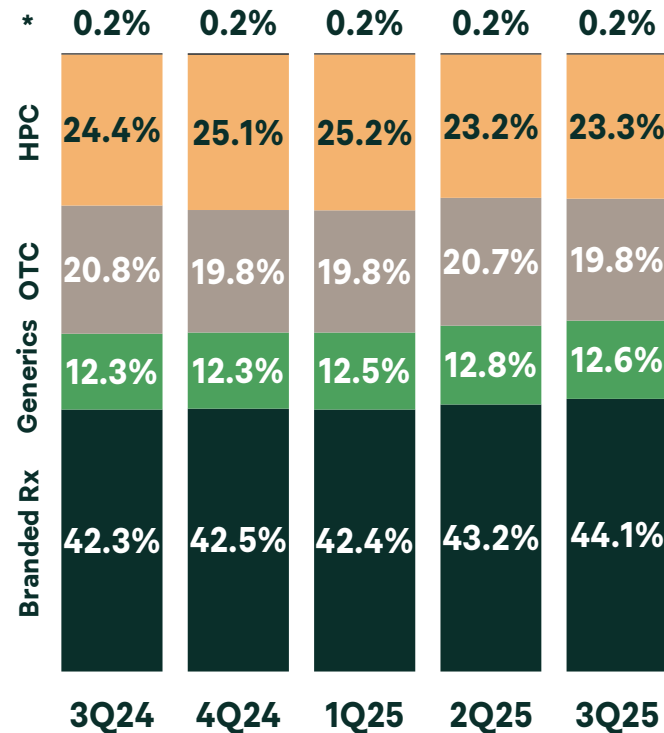
Most Valuable Brazilian Brands

Source: Interbrand MBMV 24/25

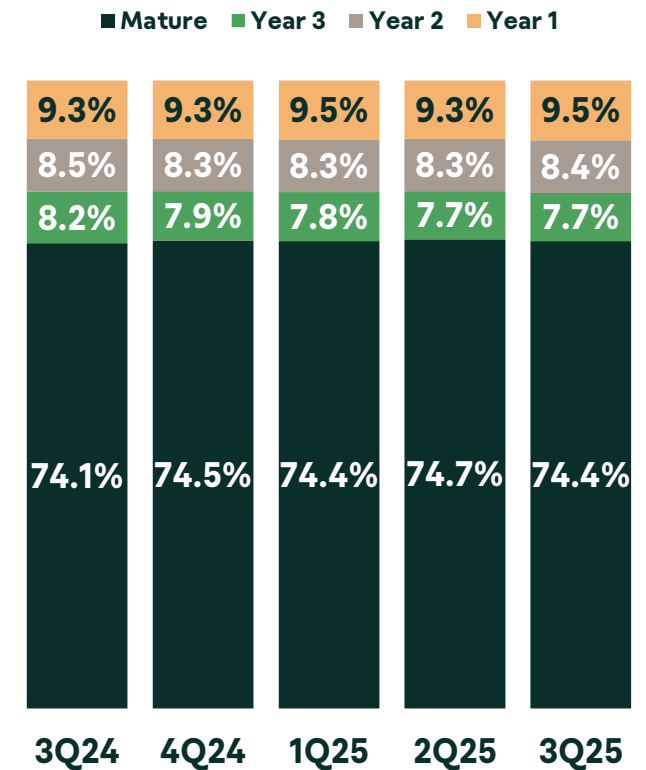
- ◆ **Raia**: among the five brand ranking increases (Top 20 YoY);
- ◆ **Drogasil**: among the four fastest-growing brands (YoY).



Sales mix



Pharmacy portfolio



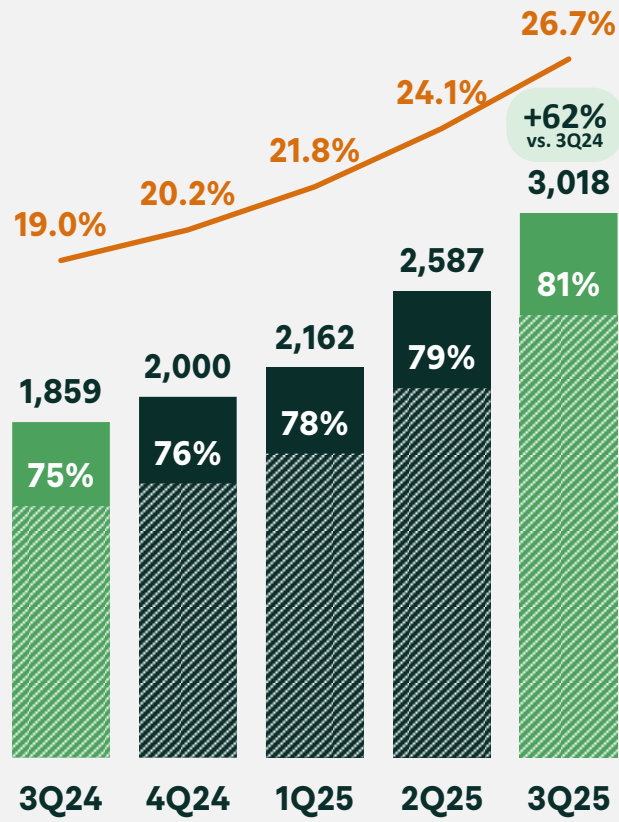
* Services.



Digital sales grew 62%, reaching R\$ 3.0 B in the 3Q25, representing 26.7% of gross revenue, with 81% through apps and 97% delivered/picked up within 60 minutes.

Digital sales

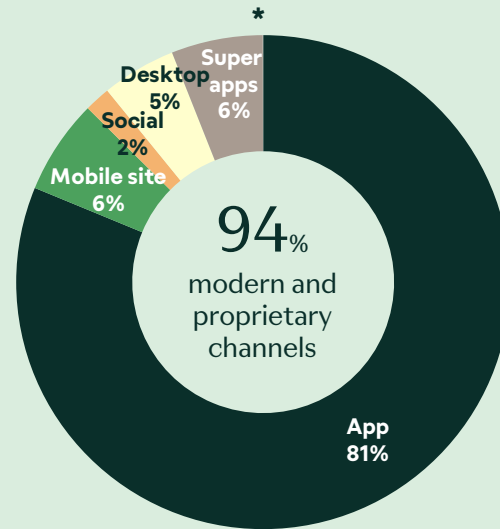
R\$ million, % of retail gross revenue



— Retail penetration ▨ App participation ■ Digital revenue

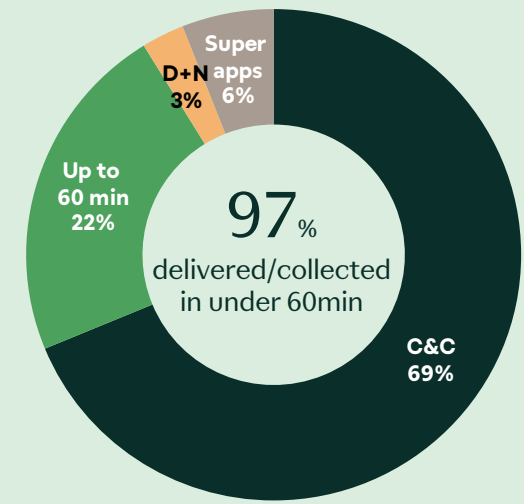
Digital channel mix

% of digital sales, 3Q25

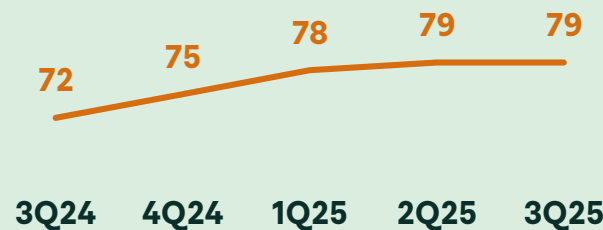


Delivery mix

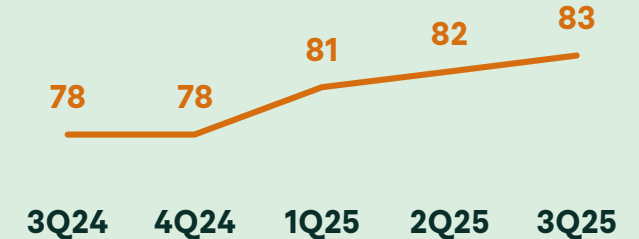
% of digital sales, 3Q25



App NPS



Delivery + C&C NPS

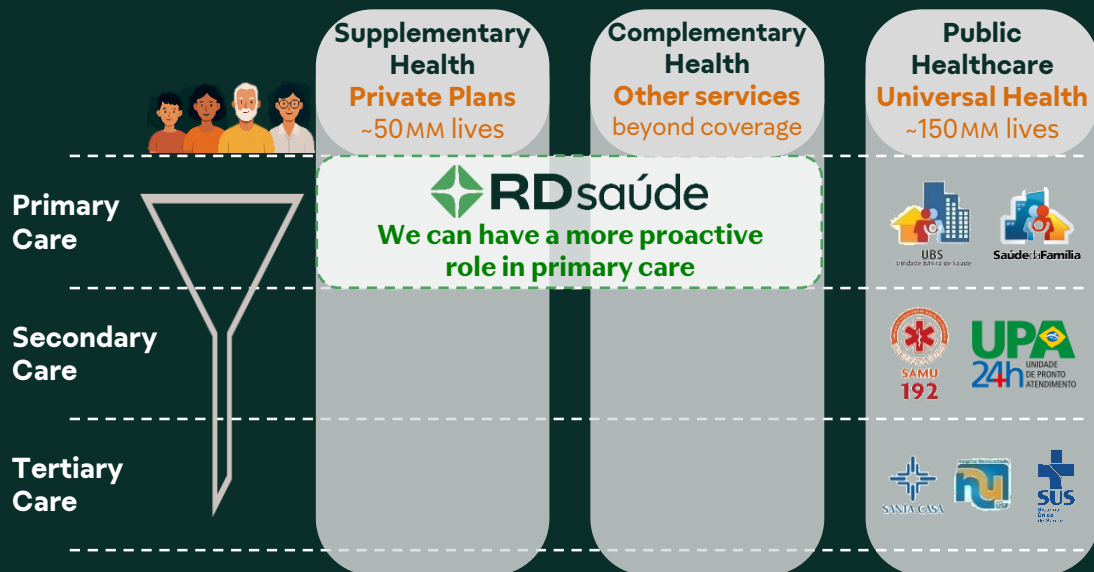


*Call center < 1% of the channel mix.



Proximity to customers, enabled by Raia and Drogasil's extensive footprint, enables opportunities in low-complexity primary care.

Levels of healthcare in Brazil

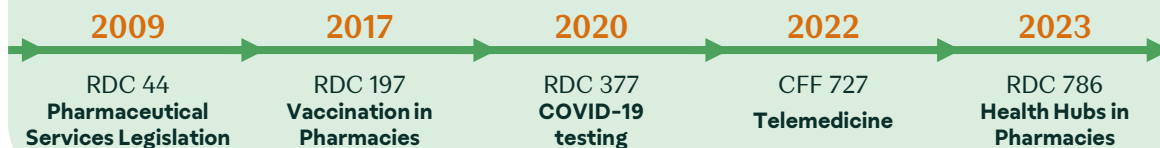


Main achievements (3Q25)

◆ NPS (Net Promoter Score)	95
◆ Services portfolio	40
◆ Health Hubs	2.7 K
◆ Vaccination rooms	417
◆ Services performed	1.1 MM



Evolution of pharmacy service legislation



- ◆ Service customers have **2.5x** higher frequency and spending
- ◆ **~40% share¹** in vaccines such as herpes zoster, dengue and HPV

Pharmacy Degree for employees

- ◆ Customized and subsidized by RD Saúde
- ◆ 4,000 h course (5-year duration)

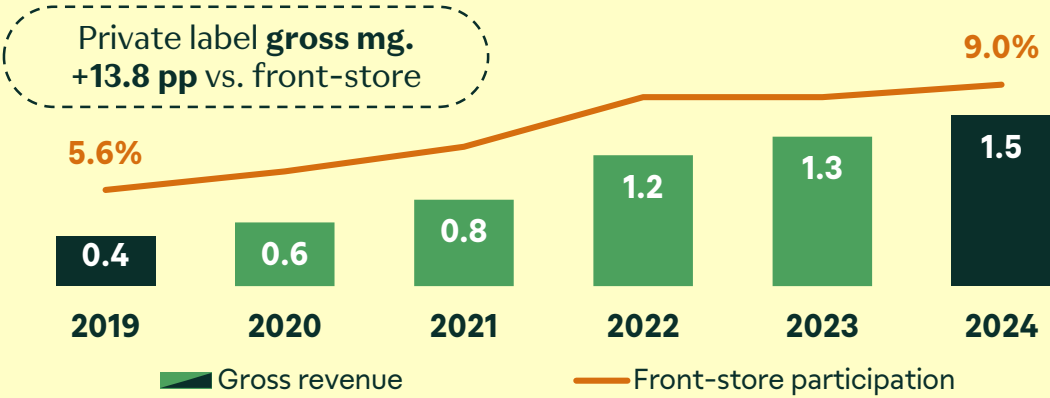
¹ Pharmacy market share (Source: IQVIA).



Exclusive brands that promote health and well-being reinforce the company's commitment to customers and the business's sustainability.

Evolution

R\$ millions, % front-store sales



Needs stands out across multiple categories

#1 Solar



#1 First Aid



#2 Massive Skincare

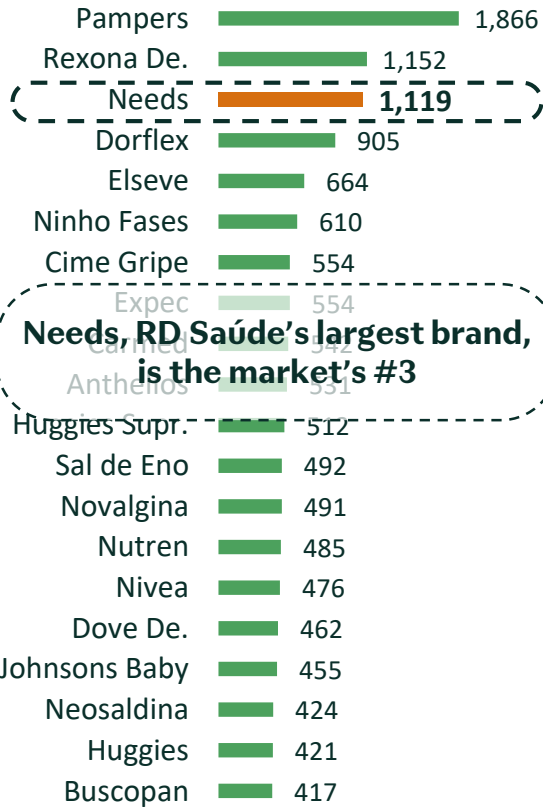


#3 Diapers



Top 20 brands

IQVIA MAT Jun/25, CPP¹, R\$ millions



Needs, RD Saúde's largest brand, is the market's #3



¹ CPP = Consumer Purchase Price.

The company has been accelerating its technological transformation agenda with the ever growing use of AI in the development of new routines.

Hackathons

10h of training

3 days of development

15% of the solutions are **plug-and-play**; the rest can be implemented within 10 weeks.

Under the “traditional IT model”, projects would take ~ **6 months**, at a cost of ~ **R\$ 1,5 MM.**

#1 AI-powered automations

 **96** participants

 **44** projects

 **31** mentors

 **20** departments

Tool/Technology used



Examples of solutions:

- ◆ Monitoring competitor prices
- ◆ Automating legal drafts
- ◆ NPS back office automation

#2 Apps built with Vibe Coding

 **90** participants

 **45** projects

 **42** mentors

 **30** departments

Tool/Technology used



Examples of solutions:

- ◆ Variable compensation calculator
- ◆ Shrinkage simulator
- ◆ SSC request management

Cultural Impact

Did the event strengthen RD's culture?



Do you feel prepared to apply the content?



Has your perception of RD Saúde improved?





Sustainability in action: people and the planet at the core of the strategy.

◆ About RD Saúde



Since 1905,
stewardship of
founding families



~75% free float, with
the remainder held by
controlling shareholders



**Shareholder
agreement**
until 2031

◆ Healthier People and Businesses



65% of operational
leadership positions
held by women



100% of pharmacy
leaders developed
within RD Saúde



100h of training and
2k employees enrolled
in grad/postgrad

◆ Healthier Planet



100% of operations
supplied by renewable
sources



100% of pharmacies
equipped with medicine
disposal bins



Healthcare: vaccines,
services and rapid
diagnostic tests



Emissions reduction
scopes 1-2 and
agenda for scope 3



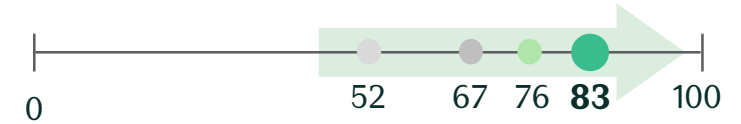
Route planning, efficient
vehicle utilization, and
fleet electrification



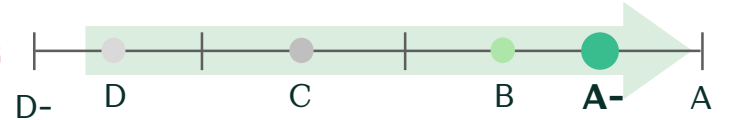
Certification ISO
14001, ISO 45001 and
LEED for DCs

Improving recognition of our ESG efforts

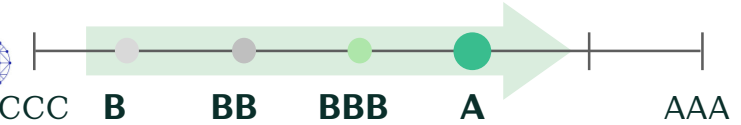
ISE B3



CDP



MSCI



2020

2021

2022

2023/2024

IDIVERSA B3

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



**ISO / IEC 27001
2022 (BSI)**



Information Security and
Privacy/LGPD Certification in
Digital Channels (App and
Website) and Univers PBM