

Apresentação de Resultados – 2T16



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 diferenciem-se de modo relevante de tais planos, objetivos, expectativas, projeções e intenções expressadas nesta apresentação. 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.



- **Lojas:** 1.330 lojas em operação (abertura de 58 lojas e dois fechamentos)
- **Receita Bruta:** R\$ 2,9 bilhões, crescimento de 26,1% (14,5% para mesmas lojas no varejo)
- **Margem Bruta:** 31,6% da receita bruta, crescimento de 1,3 ponto percentual
- **EBITDA:** R\$ 304,8 milhões, margem de 10,4% e crescimento de 1,0 ponto percentual
- **Lucro Líquido Ajustado:** R\$ 167,8 milhões, margem líquida de 5,7% e um incremento de 40,6%
- **Fluxo de Caixa:** Consumo de caixa livre de R\$ 1,6 milhão e de R\$ 79,7 milhões total
- **Guidance de Aberturas:** Aumento de 165 para 200 novas lojas em 2016 e de 195 para 200 em 2017

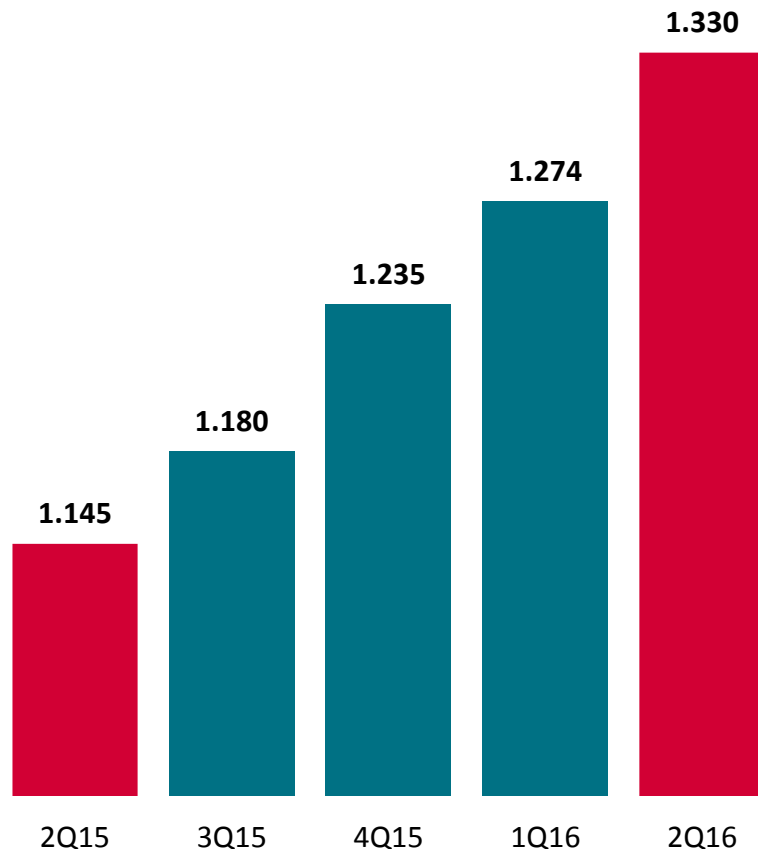




Abrimos 58 lojas no 2T16, 97 lojas YTD e 196 lojas LTM. Revisamos o *guidance* para 200 lojas em 2016 e também em 2017. Da base total, 33,9% das lojas estão em maturação, com 14,8% no Ano 1.

Número de Lojas*

Distribuição Etária do Portfólio de Lojas



■ MADURA ■ ANO 3 ■ ANO 2 ■ ANO 1



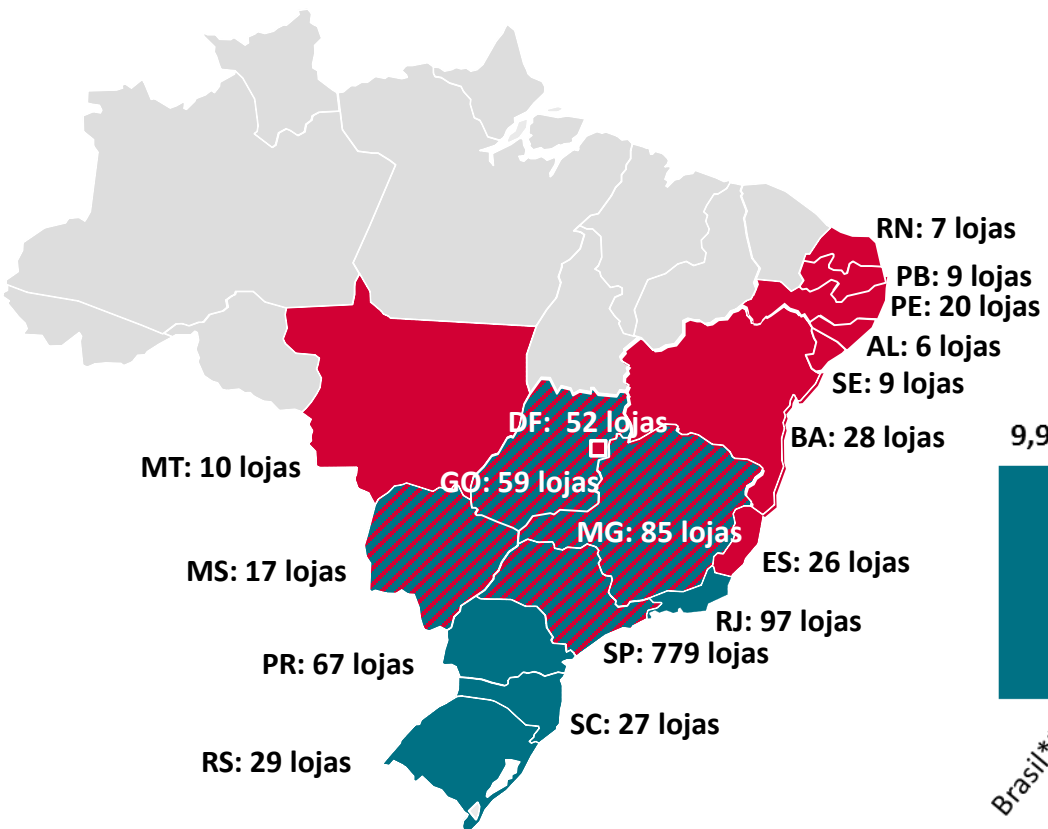
	2T15	3T15	4T15	1T16	2T16
Abertas	38	37	62	39	58
Fechadas	(5)	(2)	(7)	0	(2)

* Inclui três lojas da 4Bio

Ganhamos participação em todas as regiões, atingindo 11,5% de participação nacional comparável de mercado, um ganho de 1,6 ponto percentual em relação ao ano anterior.

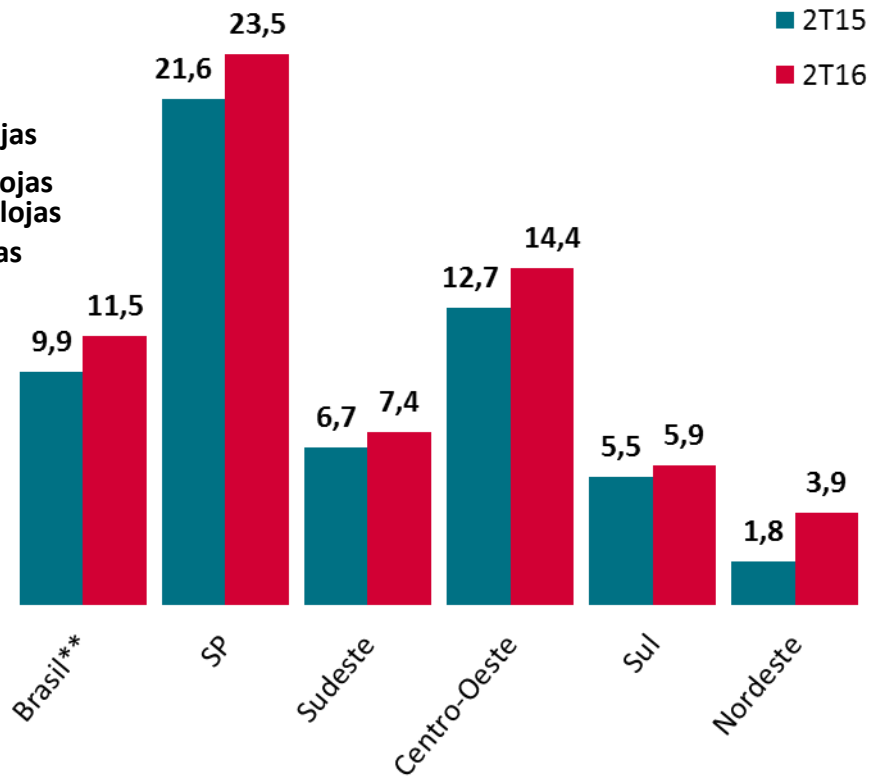


Presença Geográfica – Varejo



Total: 1.327 lojas
 Raia: 642 lojas
 Drogasil*: 685 lojas

Participação de Mercado***



DISTRIBUIÇÃO DO MERCADO FARMACÊUTICO POR REGIÃO (%)

Região	Brasil**	SP	Sudeste	Centro-Oeste	Sul	Nordeste
Participação (%)	100,0	26,9	24,6	8,9	16,2	19,6

Fonte: IMS Health

* Inclui as lojas Farmasil

** Inclui a participação da 4Bio somente no total do Brasil

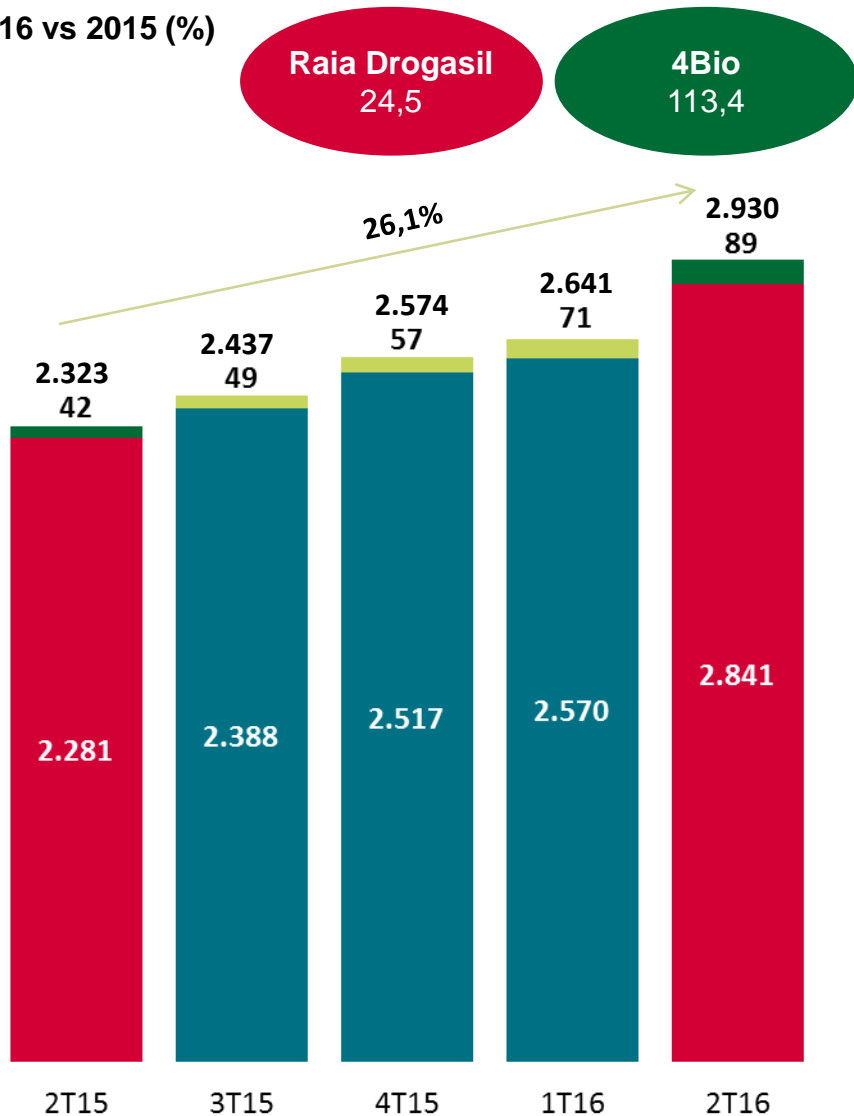
*** Participação comparável de mercado, excluindo os novos informantes adicionados ao painel nos últimos 12 meses. Considerando o painel completo o nosso share nacional foi de 11,1%.



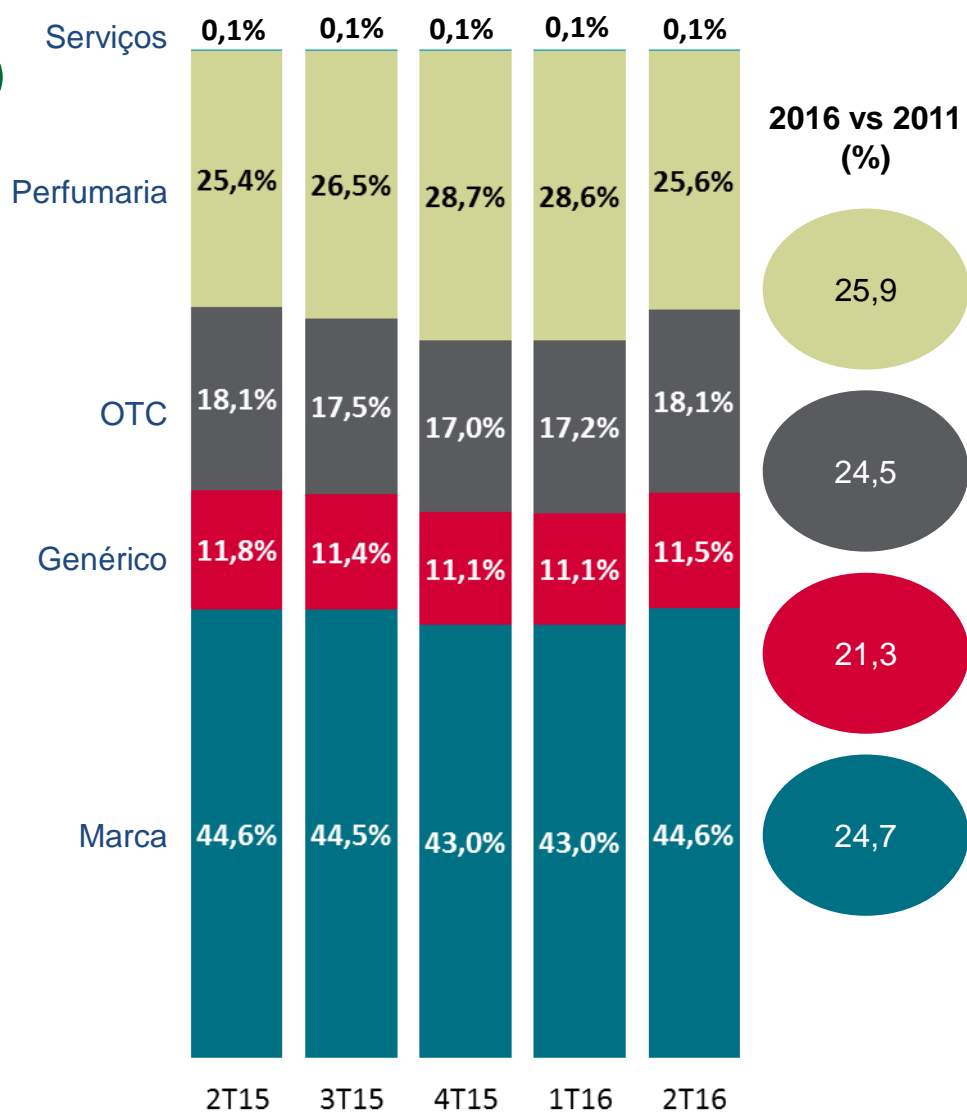
Crescimento de 26.1% no 2T16 (24,5% no varejo de 113,4% na 4Bio). Perfumaria foi o destaque (+ 0,2 p.p. no mix). Genéricos foram penalizados pela redução de preço em SP (- 0,2 p.p.).

Receita Bruta Consolidada

2016 vs 2015 (%)



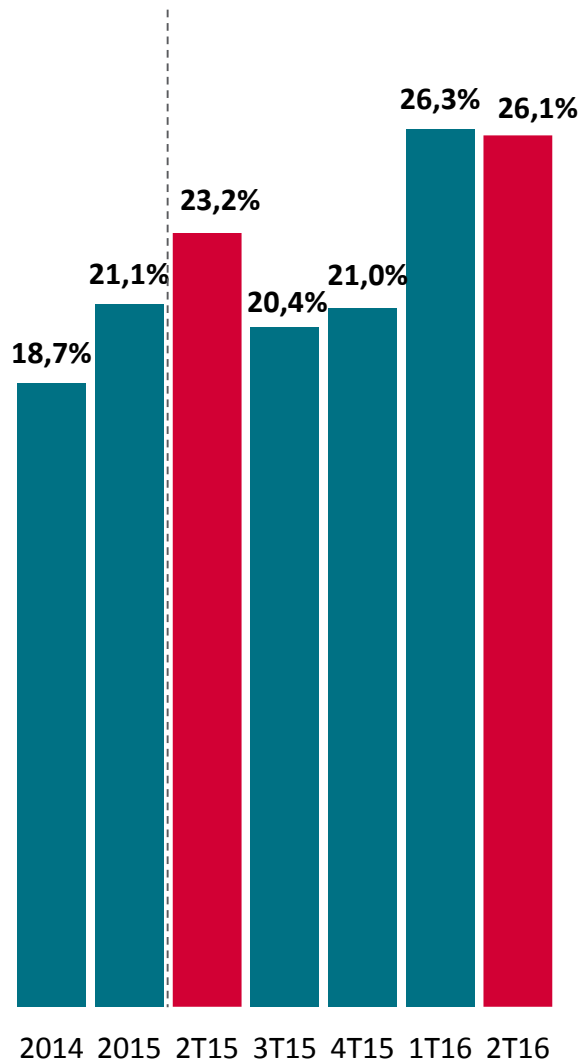
Mix de Vendas do Varejo



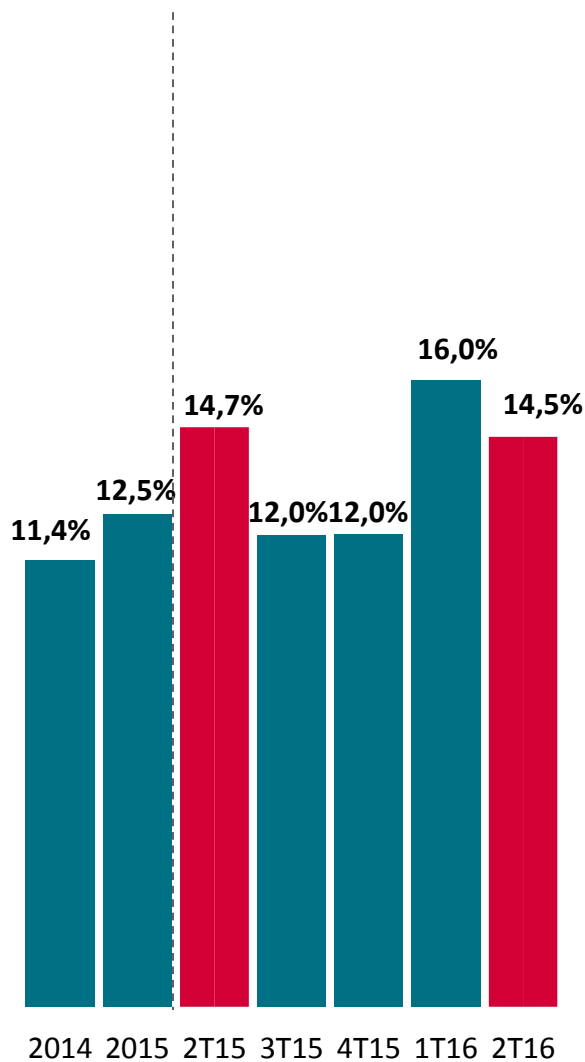


Obtivemos um crescimento de 10,1% para lojas maduras e de 14,5% para as mesmas lojas, beneficiadas por um efeito calendário positivo de 0,9% no trimestre.

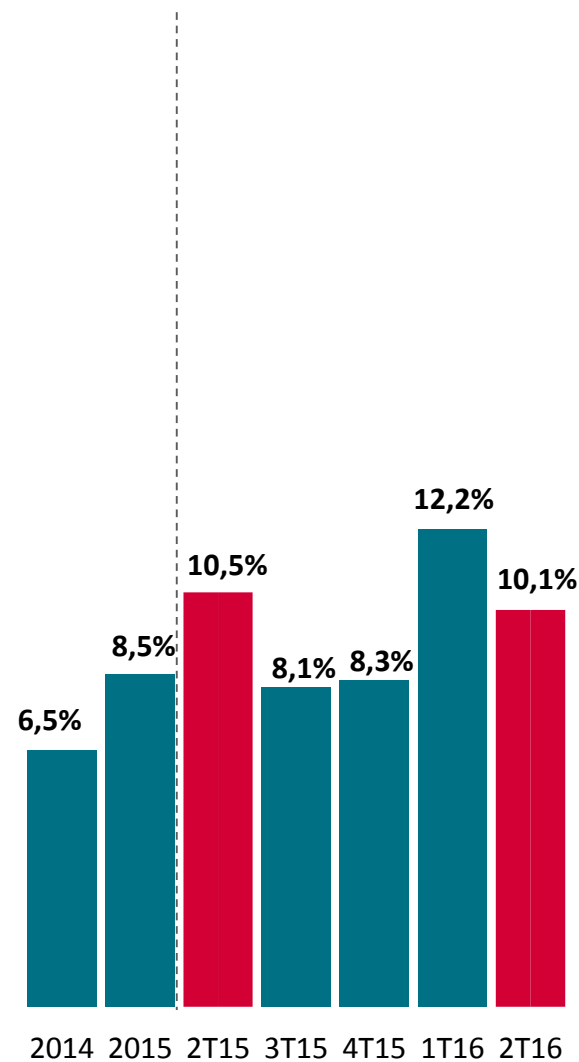
Crescimento da Venda Consolidada



Cresc. das Mesmas Lojas - Varejo



Cresc. das Lojas Maduras - Varejo

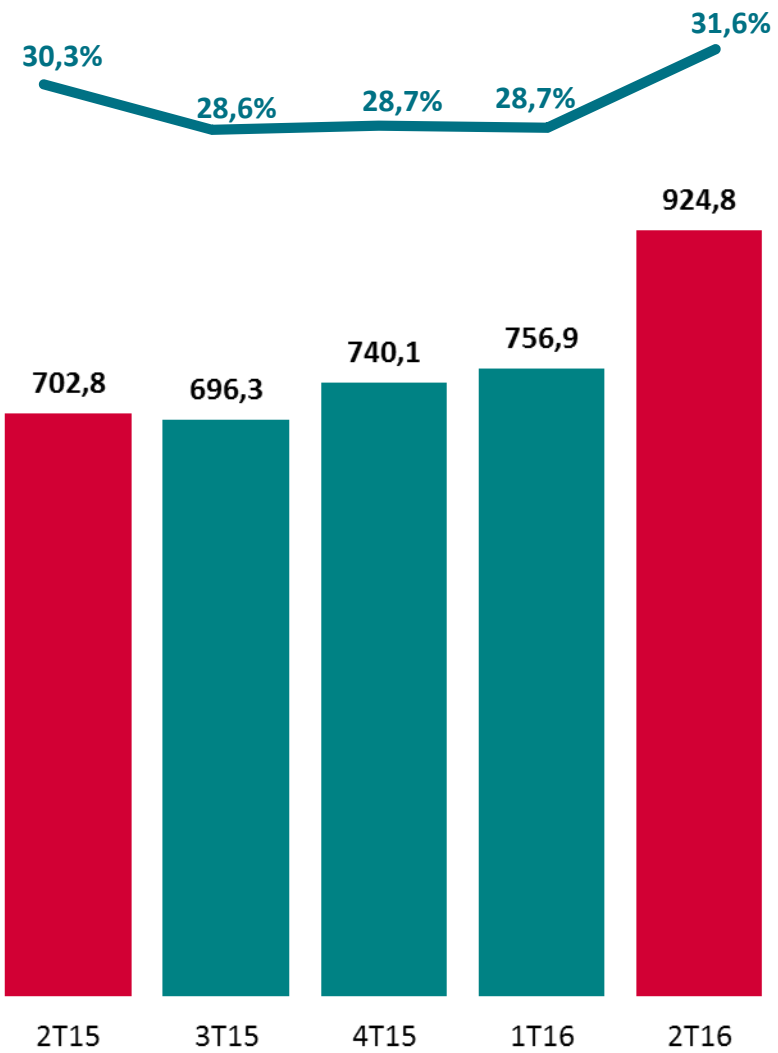


Incremento de margem bruta de 1,3 p.p. devido ao aumento de preços de 12%, bem acima de 2015. Maior nível de compras na pré-alta e o novo CD pressionaram o Ciclo de Caixa em 2 dias.



Margem Bruta

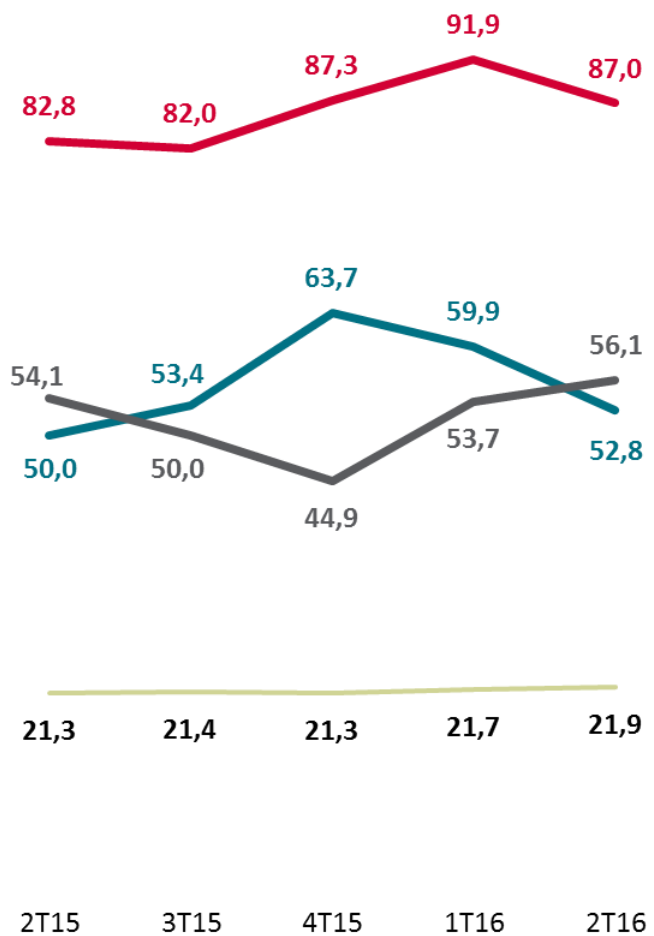
(R\$ milhões, % da Receita Bruta)



Ciclo de Caixa

(Dias de CMV, Dias de Receita Bruta)

Recebíveis (verde) Estoques (vermelho) Fornecedores (teal) Ciclo de Caixa (cinza)



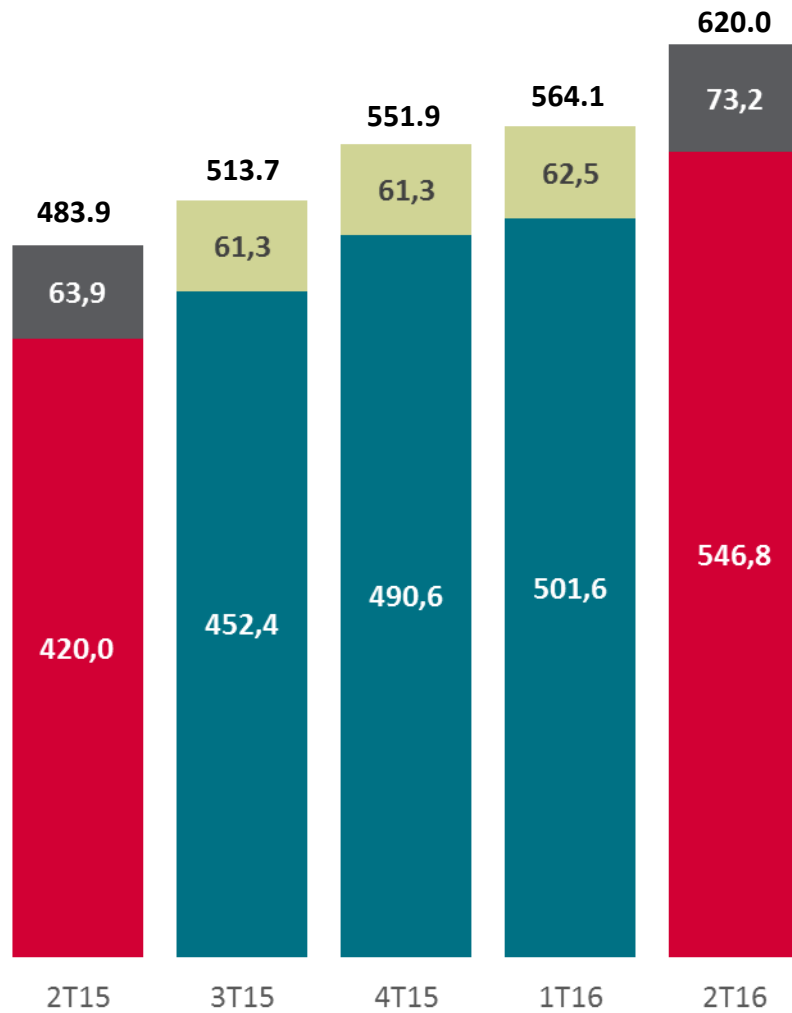
* Em Jun/16 os recebíveis foram ajustados para refletir o desconto de R\$ 3,3 milhões (representando 0,1 dia)

SG&A aumentou 0,3 p.p. com elevações em marketing (0.2 p.p.), baixa de ativos (0.2 p.p.), energia (0.1 p.p.) e lojas novas (0.1 p.p.), parcialmente compensadas por diluições no G&A e na 4Bio.



Despesas Operacionais

(R\$ milhões)



Despesas Operacionais

(% da Receita Bruta)



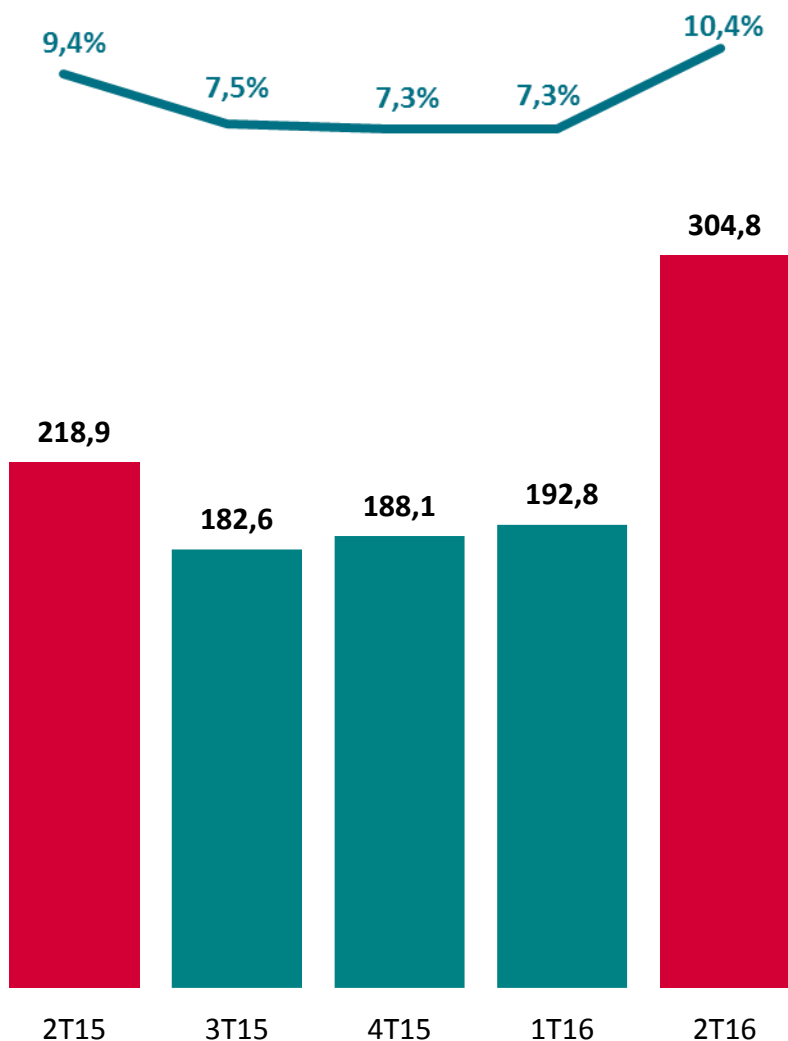
■ Despesas com Vendas ■ Despesas Corporativas



O EBITDA anual totalizou R\$ 304,8 MM, com margem de 10,4%. Margem EBITDA de 10,5% na Raia Drogasil e de 8,4% na 4Bio. As lojas novas penalizaram o EBITDA em R\$ 11,8 MM.

EBITDA

(R\$ milhões, % da Receita Bruta)



1.235 lojas no final de 2015: (performance no 2T16)

- R\$ 2,9 bilhões em Receita Bruta
- R\$ 304,8 milhões de EBITDA
- Margem EBITDA de 10,4%

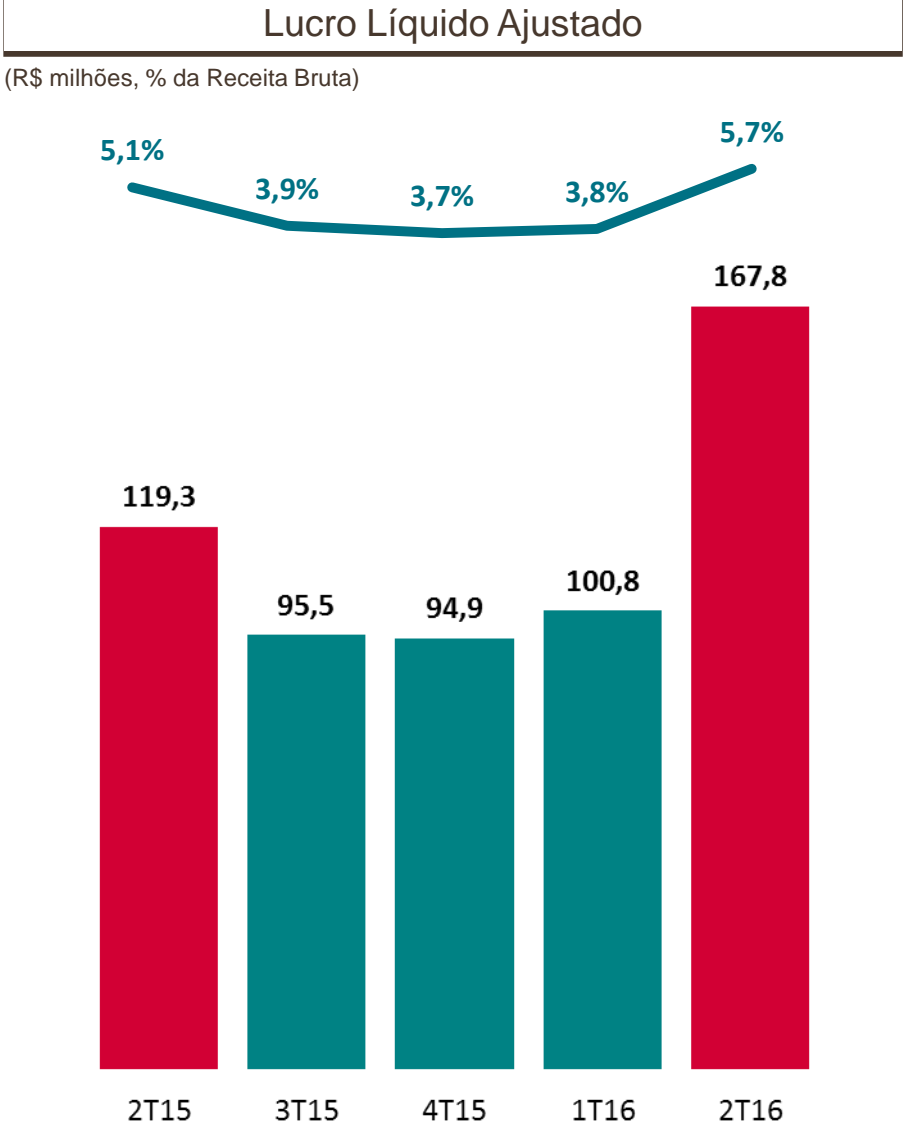
Raia Drogasil

- R\$ 297,3 milhões de EBITDA
- Margem EBITDA de 10,5%
- Margem EBIT de 8,2%

4Bio

- R\$ 7,5 milhões de EBITDA
- Margem EBITDA de 8,4%
- Margem EBIT de 8,3%

O lucro líquido ajustado atingiu R\$ 167,8 MM no 2T16, um crescimento de 40,6%. O lucro líquido reportado cresceu 44,6% sobre o ano anterior.



Fluxo de caixa livre de R\$ 1,6 MM e total de R\$ 79,7 MM negativos, devido principalmente ao aumento no ciclo de caixa.



Fluxo de Caixa	2T16	2T15	6M16	6M15
<i>(R\$ milhões)</i>				
EBIT	238,2	163,3	368,1	263,6
Imposto de Renda (34%)	(81,0)	(55,5)	(125,2)	(89,6)
Benefício da Amort. do Ágio	10,7	10,7	21,4	21,4
Depreciação	66,6	55,6	129,5	109,2
Outros Ajustes	20,0	13,3	17,4	0,5
Recursos das Operações	254,5	187,4	411,3	305,1
Ciclo de Caixa*	(163,5)	(96,3)	(370,1)	(158,4)
Outros Ativos (Passivos)	19,2	28,0	6,5	5,7
Fluxo de Caixa Operacional	110,2	119,1	47,7	152,4
Investimentos	(111,8)	(81,4)	(210,7)	(145,8)
Fluxo de Caixa Livre	(1,6)	37,8	(163,0)	6,7
JSCP	(71,5)	(63,6)	(71,5)	(64,0)
IR pago sobre JSCP	(6,6)	(4,6)	(6,6)	(8,8)
Resultado Financeiro	(24,6)	(15,7)	(41,8)	(30,9)
IR (Benefício fiscal sobre result. fin. e JSCP)	24,6	17,4	46,7	43,4
Fluxo de Caixa Total	(79,7)	(28,7)	(236,3)	(53,6)

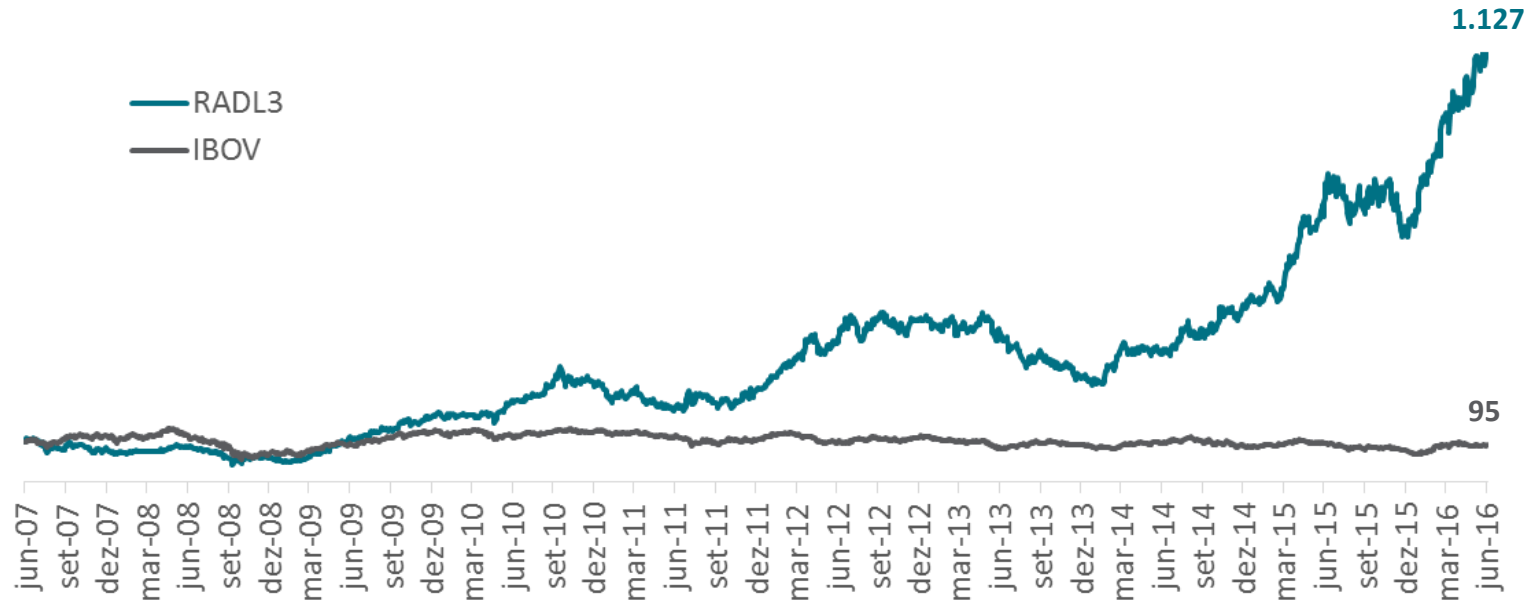
* Ciclo de Caixa inclui a variação de contas a receber, estoques e fornecedores

** Não inclui o fluxo de caixa de financiamentos

Geramos um Retorno Total ao Acionista de 78,0% no ano, com um retorno médio anual de 30,8% para quem investiu no IPO da Drogasil e de 38,3% para quem investiu no IPO da Raia.



Valorização da Ação



Performance 2T16

RADL3: 78,0%
BOVESPA: 18,9%
Alpha: 59,1%
Average Trading Volume RADL3: R\$ 56,4 M



▪ **Gestão da Inflação**

- Alavancando os ganhos inflacionários com uma forte pré-alta: **Criando um Hedge Inflacionário para o ano**
- Forte crescimento de lojas maduras vem permitindo absorver pressões: **Despesas constantes desde o 3T15**

▪ **Elevado Aumento de Preços e Mudança de Comportamento do Consumidor**

- Elevado aumento de preços: **Média de 11,8%**
- Forte mudança de mix: troca por produtos mais baratos em Marcas e Genéricos: **Mix negativo de 2% a 3%**
- Ganhos inflacionários alavancaram atividade promocional no setor: **Pressões localizadas de preços**
- Consumidores se tornaram mais sensíveis aos preços: **Aumento nas comparações de preços**
- Inteligência gerada pela *Dunnhumby* se pagando: **Ótimo entendimento dos comportamentos de compra**

▪ **Reinvestindo Parcialmente os Ganhos para Defender & Atacar**

- Monitorando de perto as atividades promocionais dos concorrentes – **Tende a ir normalizando com o tempo**
- Reduções táticas de preços onde necessário – **Defender a nossa participação de mercado**
- Aumento do investimento em marketing – **Atacar em mercados específicos**



▪ **Aumentando o *Guidance* de Aberturas para 200 Lojas em 2016 e 2017**

- Incrementamos o banco de contratos desde 2015
- Tornamos o ritmo de aberturas progressivamente maior e mais linear
- Abrimos 97 lojas YTD e 196 lojas nos últimos 12 meses
- Lojas novas tem demonstrado uma performance excepcional, acima das metas
- Abrimos um CD no Nordeste, eliminando um importante gargalo da expansão

▪ **Construindo Ganhos de Eficiência para 2017 e 2018**

- Pessoas: **Reduzindo *Turnover* e Absenteísmo, Aumentando Treinamento, Otimizando o *Staffing***
- Alugueis: **Renegociando Contratos para Retornarem ao Valor de Mercado**
- Eletricidade: **Diversas iniciativas para melhorar a eficiência energética**
- Logística: **Novos CDs, aumentando a frequência de entrega a um custo menor e upgrade da automação em SP**
- Gestão de Categorias: **Melhorando com a *Dunnhumby***
- CRM: **Fortalecendo os Programas de Fidelidade**



Destaques de RI para 2016

- **Resultados de 2016**

- **3T:** 27 de outubro de 2016

- **Raia Drogasil Day**

- 25 de novembro na parte da manhã
- Hotel Unique

- **Próximas Conferências**

- 16 de agosto: **17ª Conferência anual, Santander** (São Paulo)
- 23 de agosto: **Brazil Consumer & Healthcare Check-up**, JP Morgan (São Paulo)
- 12 a 14 de setembro: **19th Annual Latin America Conference**, Morgan Stanley (Londres)
- 21 de setembro: **UBS XII Consumer Round Table**, UBS (São Paulo)