



RaiaDrogasil S.A.

Gente,  
Saúde e  
Bem-estar.

## APRESENTAÇÃO DE RESULTADOS:

2018

*Cuidar de Perto da  
Saúde e Bem-estar  
das Pessoas em  
Todos os Momentos  
da Vida*



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.

## DESTAQUES CONSOLIDADOS:



- › **Lojas:** 1.825 unidades em operação (abertura de 240 lojas e 25 encerramentos)
- › **Participação de Mercado:** 12,9% no Brasil, um aumento de 0,9 p.p.
- › **Receita Bruta:** R\$ 15,5 bilhões, crescimento de 12,0% (2,7% para mesmas lojas no varejo)
- › **Margem Bruta:** 28,6% da receita bruta, uma retração de 0,2 p.p.
- › **EBITDA:** R\$ 1.195,2 milhões, margem de 7,7% e um crescimento de 5,7%
- › **Lucro Líquido:** R\$ 548,6 milhões, margem líquida de 3,5% e um crescimento de 7,0%
- › **Fluxo de Caixa:** Fluxo de caixa livre negativo de R\$ 139,9 milhões, R\$ 341,4 milhões de consumo total
- › **M&A:** Firmamos no dia 26/02 um Acordo de Compra e Venda para a aquisição de 100% da Onofre



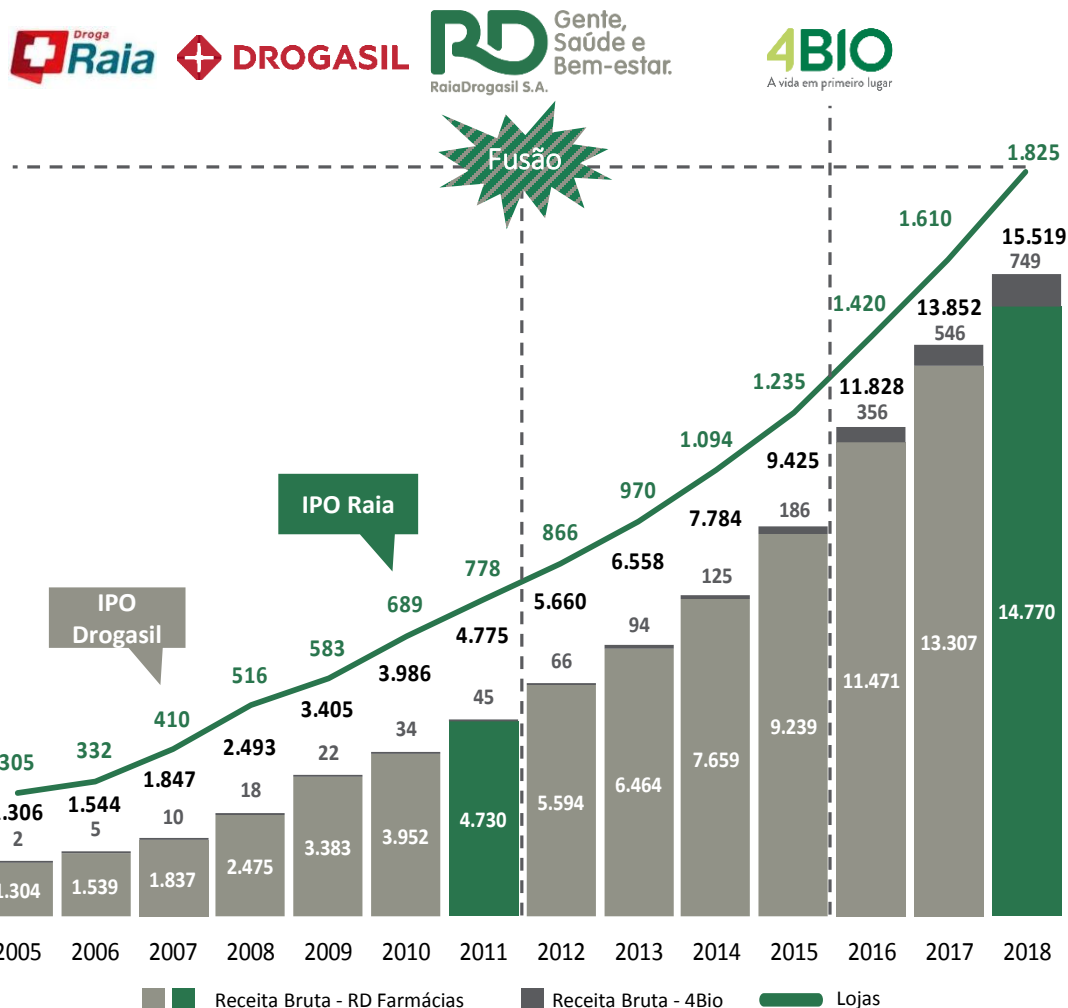
# MAIS UM ANO DE EXPANSÃO ORGÂNICA ACELERADA E DE ALTA QUALIDADE



Apesar do ambiente mais competitivo, 2018 foi mais um ano de crescimento de receitas e EBITDA.

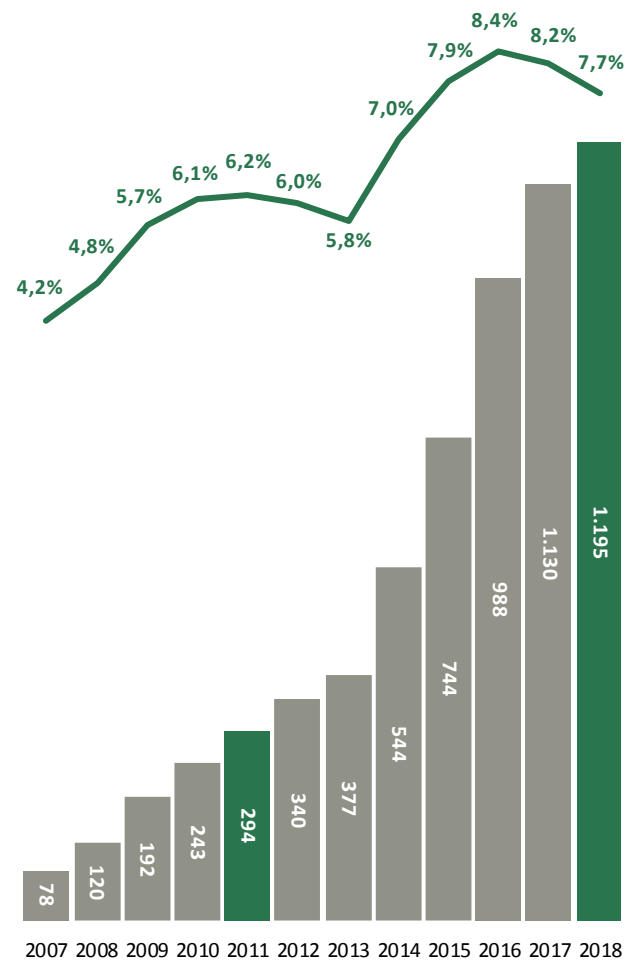
## Receita Bruta e Número de Lojas

R\$ milhões, Número de Lojas



## EBITDA Ajustado

R\$ milhões, % da Receita Bruta



# GANHAMOS MARKET SHARE E EFICIÊNCIA EM RELAÇÃO AO RESTO DO MERCADO

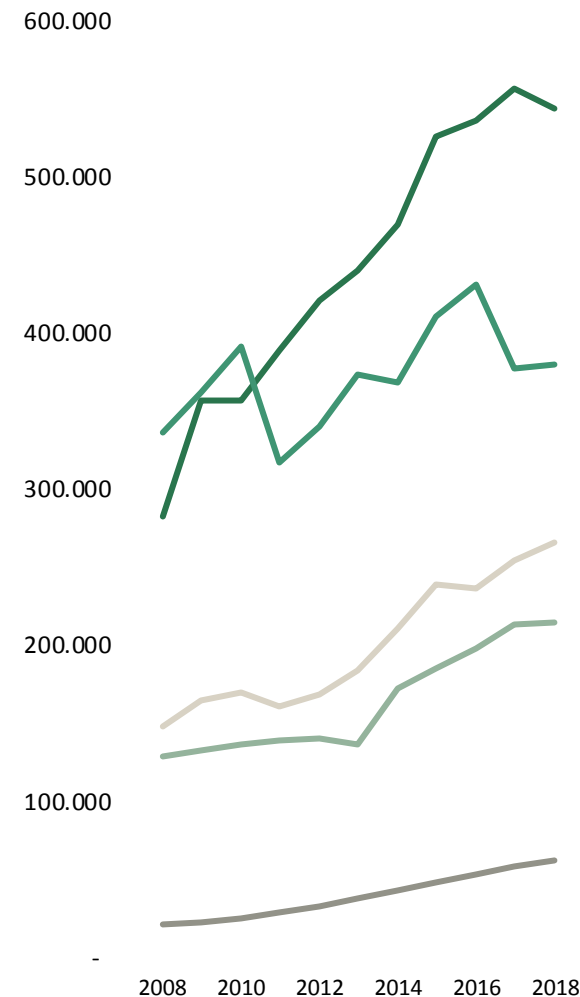
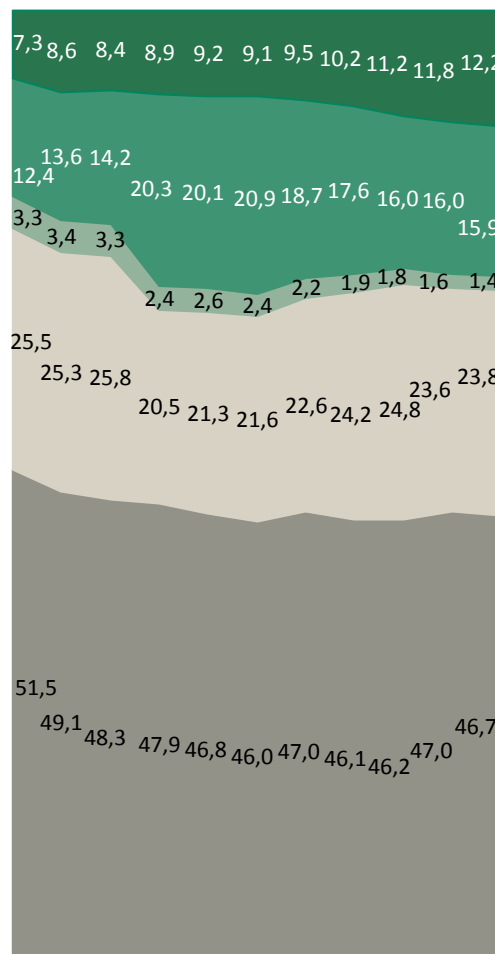
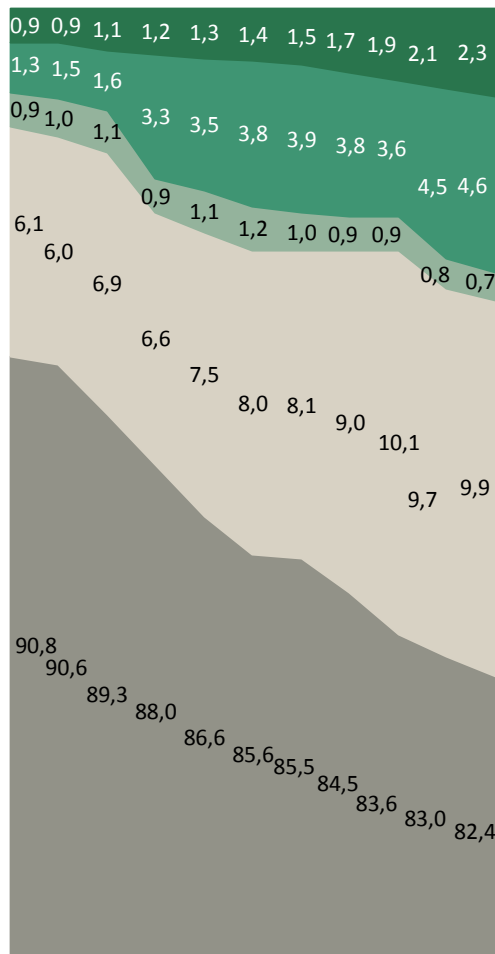


Nosso percentual de lojas no mercado total aumentou em 0,2 ponto percentual, enquanto a participação de mercado em receita foi incrementada em 0,4 ponto percentual.

% de Lojas

% de Faturamento

Receita Farma por Loja (R\$/mês)\*



Fonte: IQVIA e Abrafarma.

\* Não inclui 4Bio

RD

ABRAFARMA #2 A #5

SUPERMERCADOS

OUTRAS REDES

INDEPENDENTES

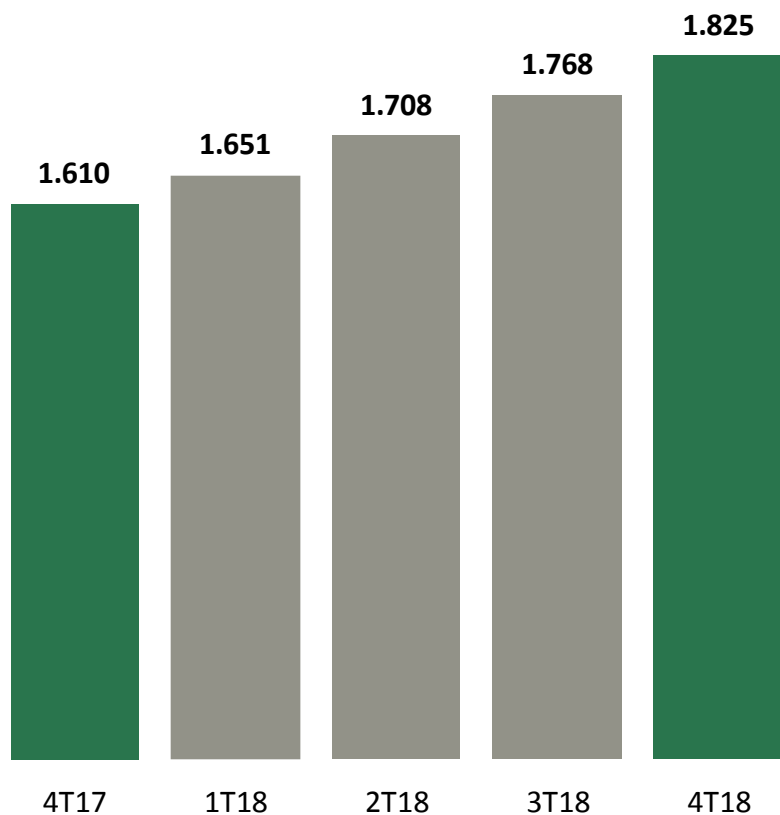


## EXPANSÃO DA REDE



Em 2018, inauguramos 240 novas lojas e fechamos 25. No 4T18, nós inauguramos 70 lojas e fechamos 13. Ao final do período, 35,6% das nossas lojas ainda estavam em processo de maturação.

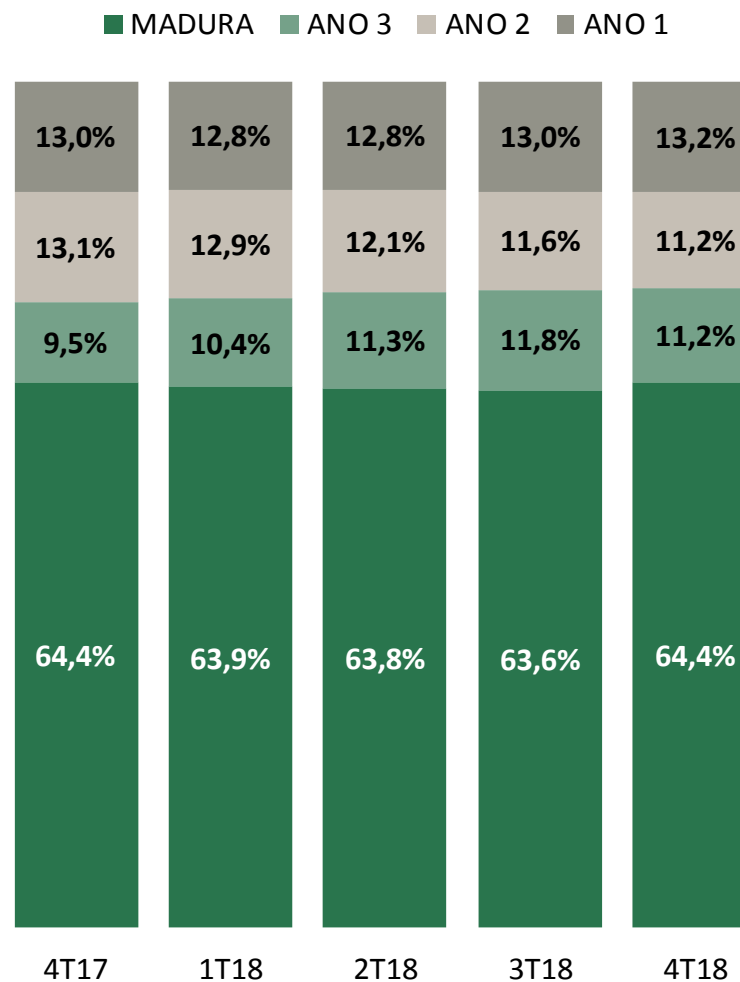
Número de Lojas\*



	4T17	1T18	2T18	3T18	4T18
Abertas	60	44	62	64	70
Fechadas	(4)	(3)	(5)	(4)	(13)

\* Inclui três lojas da 4Bio.

Distribuição Etária do Portfólio de Lojas

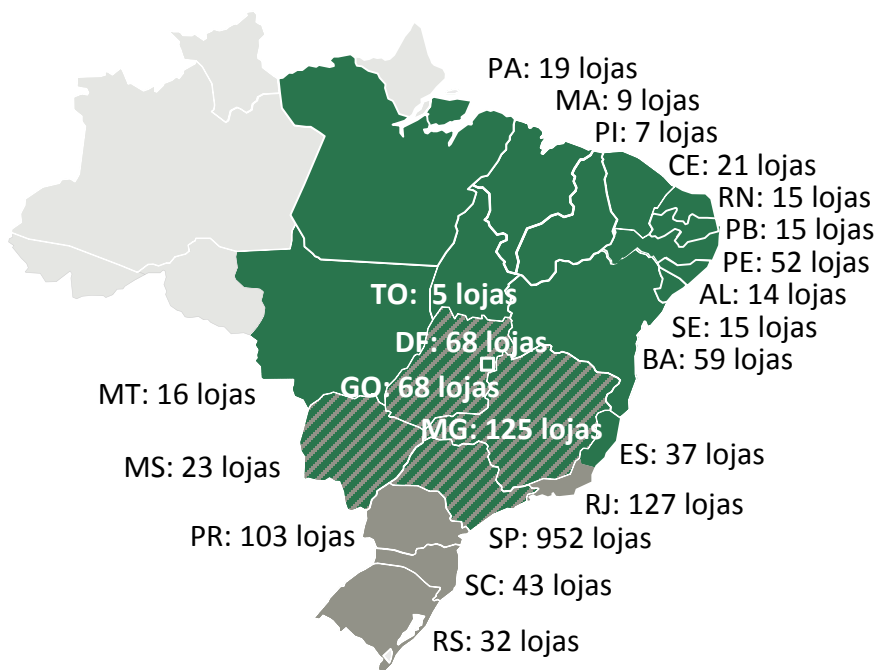


# GANHAMOS OU MANTIVEMOS *MARKET SHARE* EM TODAS AS SEIS REGIÕES



Atingimos um *market share* nacional de 12,9% no 4T18, um ganho de 0,9 p.p. Em 2018, entramos no Pará (N) e Maranhão (NE), consolidando a nossa presença em 22 estados que representam 97,7% do mercado farmacêutico.

## Presença Geográfica



Total: 1.825 lojas

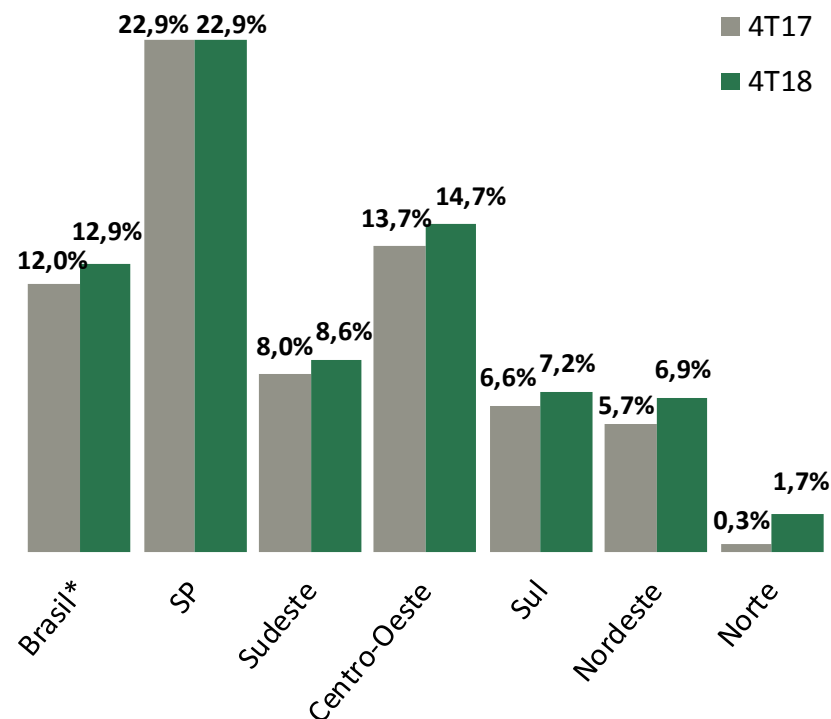
■ Raia: 814 lojas

■ Drogasil: 991 lojas

\* Farmasil: 17 lojas

\* 4Bio: 3 lojas

## Participação de Mercado



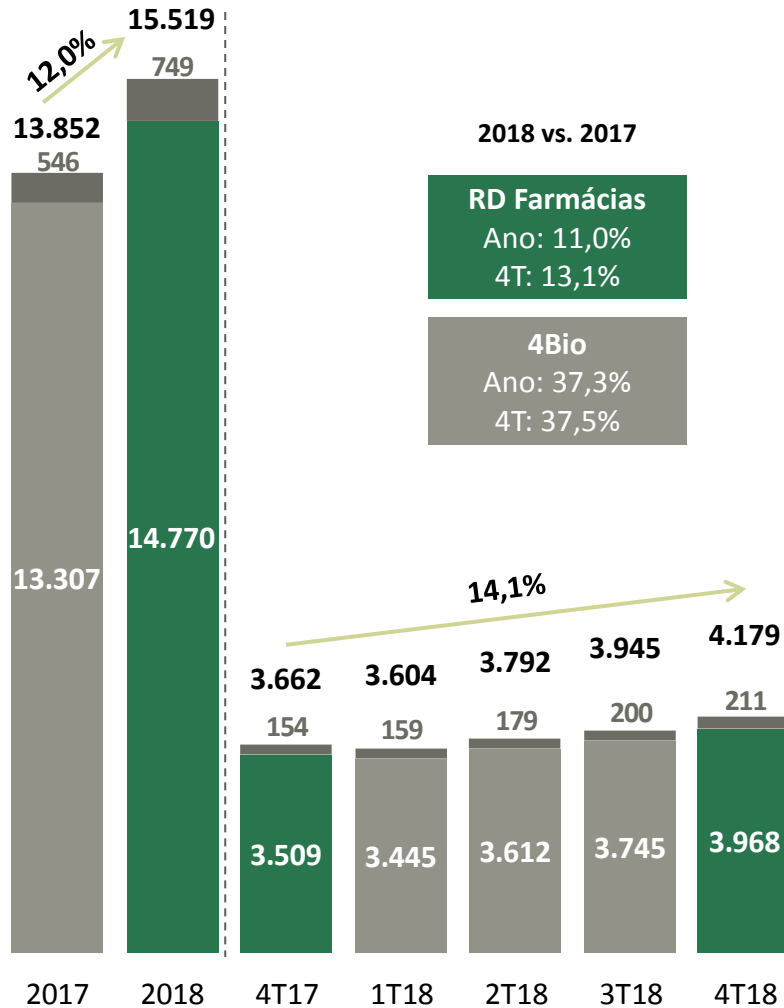
## DISTRIBUIÇÃO DO MERCADO FARMACÊUTICO POR REGIÃO (%)

Brasil*	SP	Sudeste	Centro-Oeste	Sul	Nordeste	Norte
100,0%	27,0%	24,2%	9,1%	16,0%	18,7%	5,1%

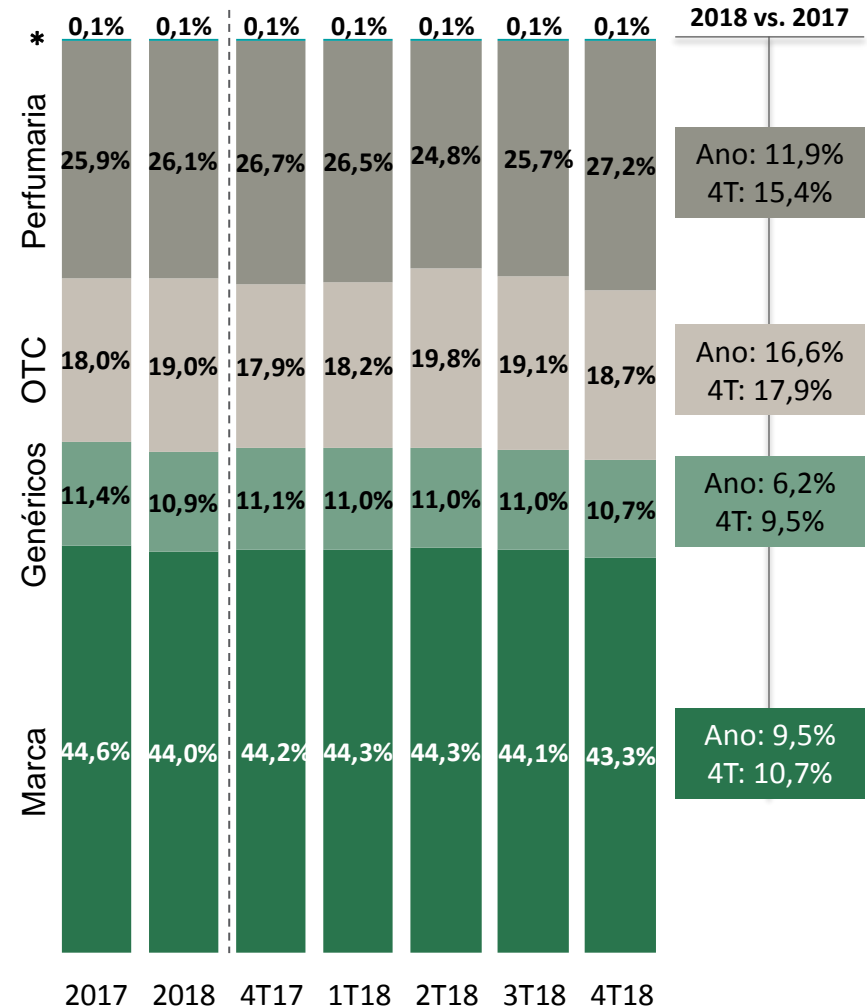
## CRESCIMENTO DE 11,0% NO VAREJO E DE 37,3% NA 4BIO

OTC foi o destaque de 2018 (ganho de 1,0 p.p. no mix) e do 4T18 (ganho de 0,8 p.p. no mix). A performance de OTC em detrimento de Medicamento de Marca foi alavancada pelos *switches*, cujo efeito foi de 0,4 p.p.

Receita Bruta Consolidada



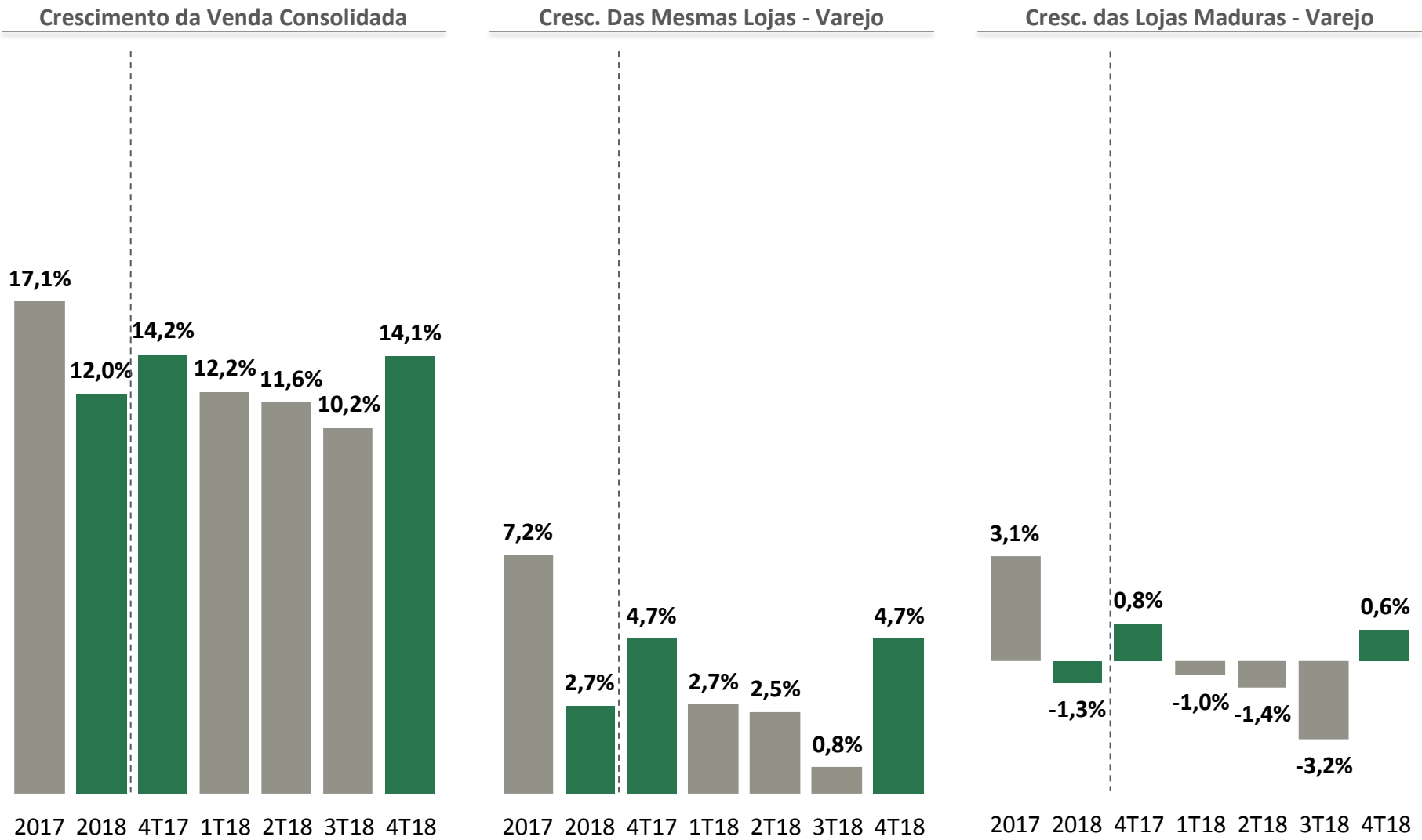
Mix de Vendas do Varejo





# CRESCIMENTO DE 12,0%, COM -1,3% PARA LOJAS MADURAS NO VAREJO

No 4T18, obtivemos um crescimento de 14,1%, com 0,6% para lojas maduras, retornando a níveis positivos depois de três trimestres consecutivos de contração. Registramos um efeito calendário positivo de 0,1%.



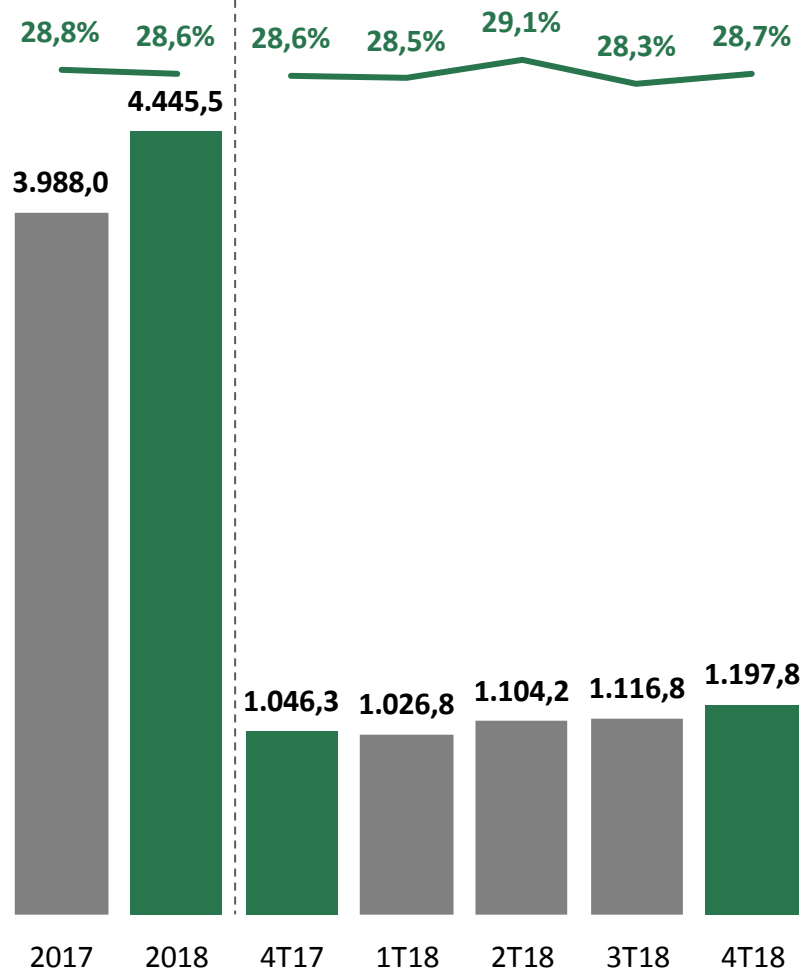
## MARGEM BRUTA RECUOU 0,2 P.P. EM 2018 DEVIDO A PRESSÕES DE MIX DA 4BIO



No 4T18 registramos ganhos pontuais relacionados à créditos fiscais de PIS e Cofins (0,3 p.p.), mitigados por pressões da 4Bio (0,2 p.p). O Ciclo de Caixa aumentou 4,2 dias, reflexo de nossos esforços para defender margens.

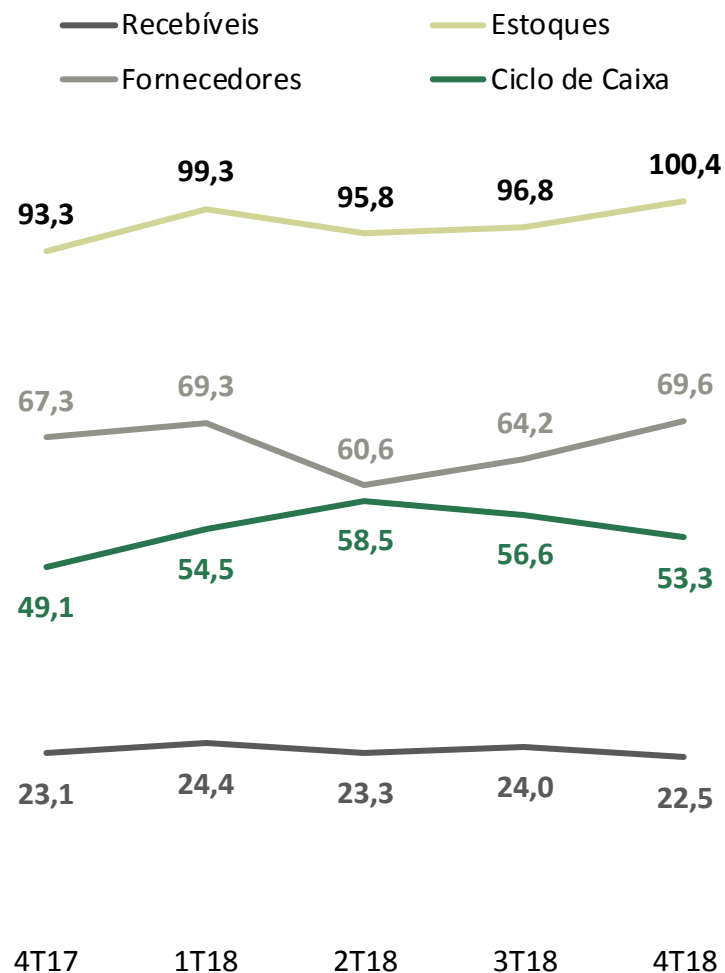
### Margem Bruta

R\$ milhões, % da Receita Bruta



### Ciclo de Caixa\*

Dias de CMV, Dias de Receita Bruta



\* Ajustado para recebíveis descontados.

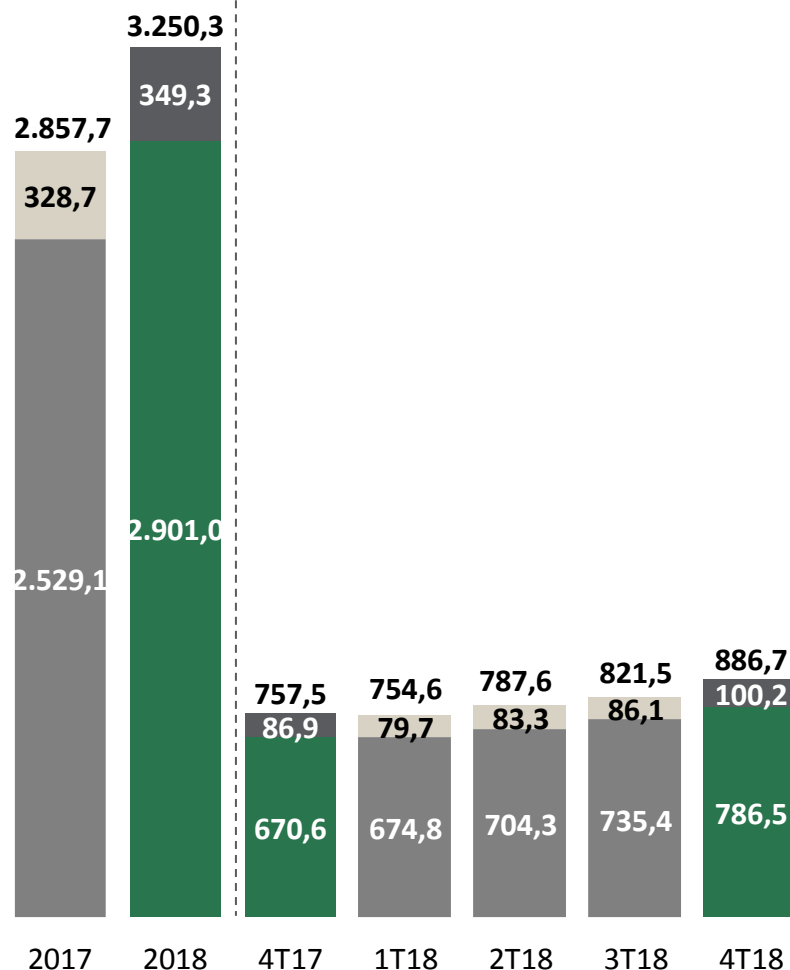
## DESPESAS OPERACIONAIS AUMENTARAM EM 0,3 P.P. (0,5 P.P. NO TRIMESTRE)



Pessoal e aluguéis pressionaram em 0,2 p.p. cada, enquanto logística e novas lojas pressionaram em 0,1 p.p. cada. As pressões foram mitigadas por diluição de 0,2 p.p. da 4Bio e de 0,1 p.p. devido a uma menor remuneração variável.

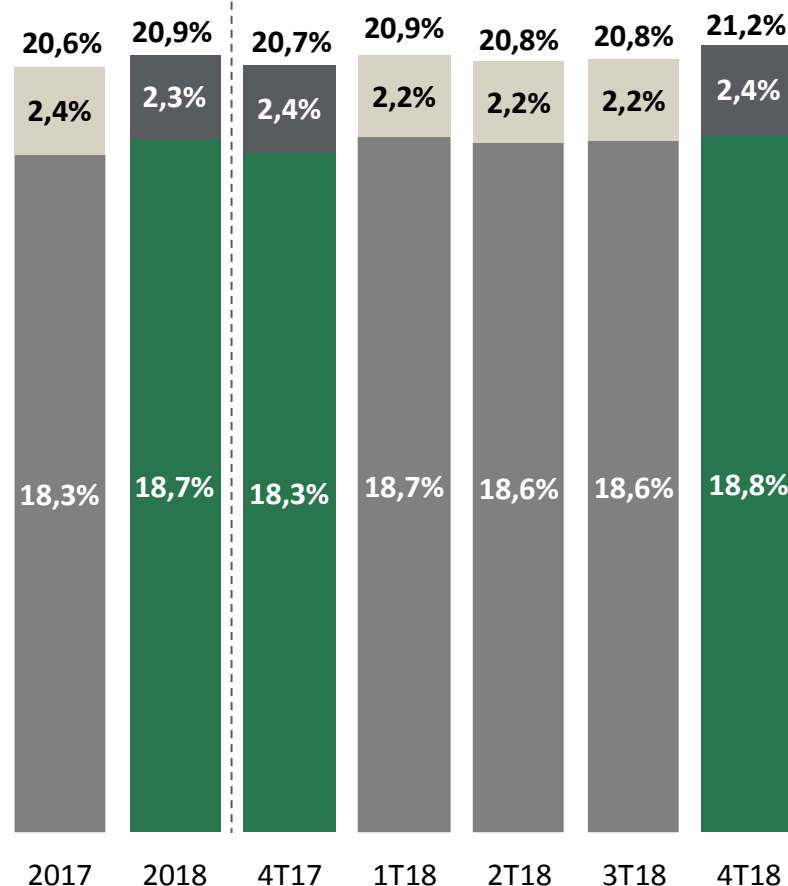
Despesas Operacionais

R\$ milhões



Despesas Operacionais

% da Receita Bruta



Despesas com Vendas Despesas Corporativas

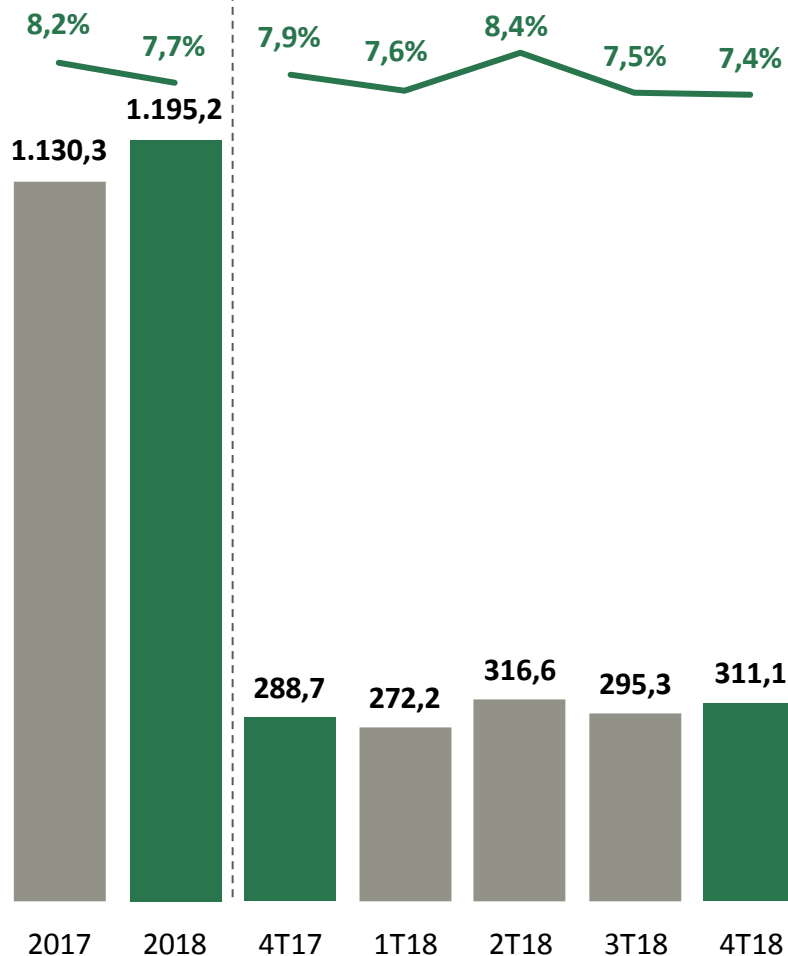
## EBITDA TOTALIZOU R\$ 1.195,2 MM, PRESSÃO DE 0,5 P.P. (PERDA DE 0,5 P.P. NO 4T). CRESCIMENTO ANUAL DE 5,7% (7,8% NO TRIMESTRE)



Pressão de margem bruta de 0,2 p.p. e do SG&A de 0,3 p.p. no ano. Excluindo os créditos fiscais de PIS e Cofins de 0,3 p.p. e as contingências trabalhistas de 0,1 p.p., referentes a trimestres anteriores, o EBITDA do 4T18 teria sido de 7,2%.

### EBITDA Ajustado

R\$ Milhões, % da Receita Bruta



1.585\* lojas operando desde 2016:  
(performance em 2018)

- › R\$ 14.982,5 bilhões em Receita Bruta
- › R\$ 1.237,7 milhões de EBITDA
- › Margem EBITDA de 8,3%

### RD Farmácias

- › R\$ 1,178,4 milhões de EBITDA
- › Margem EBITDA de 8,0%

### 4Bio

- › R\$ 16,8 milhões de EBITDA
- › Margem EBITDA de 2,2%

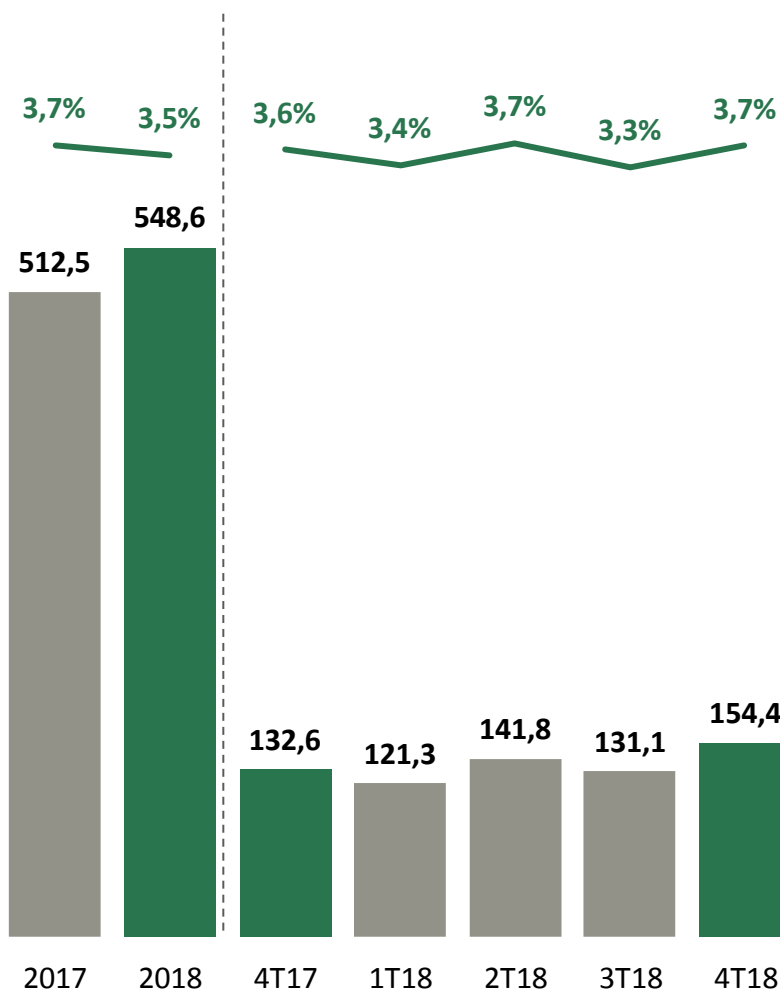
\* 1610 lojas em operação ao final do 4T17 menos 25 fechamentos.

## O LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO ATINGIU R\$ 548,6 MM EM 2018

Margem líquida de 3,5% e um crescimento de 7,0% em comparação ao ano anterior. Registramos R\$ 59,6 milhões em despesas não recorrentes em 2018.

### Lucro Líquido Ajustado

R\$ Milhões, % da Receita Bruta



### Receitas / (Despesas) Não Recorrentes

R\$ Milhões, % da Receita Bruta

Receitas / (Despesas) Não Recorrentes	4T18	2018
<i>(R\$ milhões)</i>		
Gastos com planejamento estratégico	(2,1)	(13,9)
Baixa de Ativos - Farmasil	(0,3)	(1,5)
Créditos Fiscais Não-recorrentes	7,4	10,7
Contingências Trabalhistas: reivindicações de casos de anos anteriores	(47,2)	(47,2)
Despesas com Reestruturação	(7,6)	(7,6)
<b>Total de Despesas Não Recorrentes</b>	<b>(49,8)</b>	<b>(59,6)</b>

## FLUXO DE CAIXA LIVRE NEGATIVO DE R\$ 139,9 MM

Geração de R\$ 563,0 milhões de caixa operacional ajudou a financiar parte dos R\$ 703,0 milhões em investimentos. Consumo de caixa total de R\$ 341,4 milhões.

<b>Fluxo de Caixa</b>	<b>4T18</b>	<b>4T17</b>	<b>2018</b>	<b>2017</b>
<i>(R\$ milhões)</i>				
<b>EBIT Ajustado</b>	<b>198,8</b>	<b>196,6</b>	<b>781,1</b>	<b>792,4</b>
Ajuste a Valor Presente (AVP)	(16,6)	(14,6)	(50,4)	(63,9)
Despesas Não Recorrentes	(49,8)	2,4	(59,5)	0,2
Imposto de Renda (34%)	(45,0)	(62,7)	(228,2)	(247,8)
Depreciação	112,3	92,1	414,1	337,9
Outros Ajustes	61,4	8,8	68,0	32,2
<b>Recursos das Operações</b>	<b>261,1</b>	<b>222,6</b>	<b>925,1</b>	<b>851,0</b>
Ciclo de Caixa*	17,9	28,2	(344,4)	(337,0)
Outros Ativos (Passivos)**	(29,0)	(22,9)	(17,6)	75,5
<b>Fluxo de Caixa Operacional</b>	<b>250,0</b>	<b>227,9</b>	<b>563,0</b>	<b>589,5</b>
<b>Investimentos</b>	<b>(220,9)</b>	<b>(159,5)</b>	<b>(703,0)</b>	<b>(639,2)</b>
<b>Fluxo de Caixa Livre</b>	<b>29,1</b>	<b>68,4</b>	<b>(139,9)</b>	<b>(49,7)</b>
JSCP	(86,4)	(85,6)	(173,6)	(170,8)
IR pago sobre JSCP	(15,2)	(14,5)	(29,5)	(28,5)
Resultado Financeiro***	1,5	(4,5)	(32,9)	(46,8)
Recompra de Ações	-	-	(46,9)	-
IR (Benefício fiscal sobre result. fin. e JSCP)	17,6	19,0	81,5	84,8
<b>Fluxo de Caixa Total</b>	<b>(53,5)</b>	<b>(17,2)</b>	<b>(341,4)</b>	<b>(211,0)</b>

\*Inclui ajustes para recebíveis descontados.

\*\*Inclui amortização de ágio da fusão e ajustes de AVP.

\*\*\*Exclui ajuste de AVP.



## AÇÕES RADL3 SE DESVALORIZARAM EM 36,4% EM 2018

Desde o IPO da Drogasil, registramos uma alta de 1.055,2% nas ações da empresa, com retorno anual médio de 22,4%. Considerando o IPO da Droga Raia, geramos um retorno anual médio de 19,8%.



### Performance em 2018

**RADL3: -36,4%**

**BOVESPA: 15,5%**

**Alpha: -51,9%**

**Liquidez Média RADL3: R\$ 91,6 MM**

### Um ano desafiador para a RD...

- › Menor taxa de crescimento em função do ambiente competitivo e preços médios menores (-1,3% para lojas maduras)
- › Pressão na margem EBITDA de 0,5 ponto percentual
- › Melhor precificação no autosserviço e melhores condições com fornecedores nos permitiram defender nossa margem

### ...com o atingimento de Diversos Marcos Estratégicos

- › Recorde de 240 inaugurações com fortes retornos marginais, e entrada em 2 novos estados (Maranhão e Pará)
- › Encerramos o ano com 1.825 lojas em 22 estados, que representam 97,7% do Mercado Farmacêutico Brasileiro
- › Ganhamos 0,9 ponto percentual de *market share* no 4T18, com estabilidade em SP e ganhos em todas as outras regiões
- › Investimos fortemente em preços de genéricos e aumentamos significativamente o crescimento de volume
- › Iniciamos uma ambiciosa transformação digital, o pilar principal de nosso Novo Plano Estratégico

### Nosso Posicionamento Competitivo Nunca esteve tão Forte

- › Fundamentos sólidos do setor atraíram grande onda de abertura de lojas, tanto por competidores tradicionais quanto por novos entrantes, mas que se depararam com fortes barreiras de entrada
- › Combinação de uma alocação crescente de capital com pressões de margem tem levado a um aumento do endividamento do setor e a uma rápida reversão do ciclo de abertura de lojas (menos aberturas de lojas, mais encerramentos)
- › Mesmo acreditando que essas pressões de mercado são temporárias, nossa posição relativa se fortaleceu significativamente

### Crescimento Orgânico Acelerado:

- › *Guidance* de 240 aberturas para 2019, alavancando nossa plataforma única de crescimento
- › Alavancar o nosso formato de loja popular: área de vendas maior, oferta e proposta de valor completa no autosserviço, CRM e programa de fidelidade. Mesma austeridade e modelo operacional da Farmasil, enquanto alavancamos as marcas Raia e Drogasil

### Oferecer uma Experiência Digital Centrada no Consumidor

- › Melhorar o engajamento do cliente por meio da oferta de uma experiência multicanal integrada e incrementar a sua fidelidade através do CRM
- › Meta de atingir 2 milhões de clientes multicanais ao final de 2019, contra 400 mil ao final de 2018

### Normalizar nosso Crescimento nas Lojas Maduras

- › Acelerar progressivamente nosso crescimento de vendas nas lojas maduras, de forma a encerrar 2019 com crescimento das lojas maduras próximo a inflação, alavancado pela nossa nova estratégia de preços e iniciativas digitais

### Reduzir Despesas e Melhorar nosso Modelo de Gestão:

- › Atacar as nossas ineficiências e encontrar oportunidades para reduzir despesas, de forma a mitigar ou neutralizar pressões, com a assistência de uma consultoria especializada em gestão de despesas
- › Mapear anomalias de despesas usando *advanced analytics*, o que trará mais precisão e agilidade para reduzirmos tais despesas.

## Visão Geral da Onofre:

- › Adquirida pela CVS em 2013
- › ~ R\$ 480 milhões de receita em 2018
- › EBITDA e Lucro Líquido negativos
- › Sem alavancagem financeira
- › Total de 50 lojas (47 em SP, 2 no RJ e 1 em MG)
- › E-commerce representa ~ 45% da receita bruta
- › Empresa formalizada, com padrões CVS de *compliance*



## Estrutura do Negócio

- › Sem desembolso financeiro esperado, a depender do ajuste de capital de giro e de outros ajustes após o closing
- › Venda “Porteira Fechada”, com as contingências e os ativos fiscais existentes sendo totalmente absorvidos pela RD
- › Aprovação pela Assembleia Geral não é necessária
- › O fechamento da operação depende da aprovação do CADE (processo normal)
- › Arbitragem existente será gerenciada pela CVS após o fechamento, cabendo a ela os eventuais ganhos ou perdas

## Racional da Aquisição

- › Compra de oportunidade visando reestruturar o ativo, sem desembolso esperado
- › Capacidade de criar valor absorvendo a Onofre na nossa estrutura
- › Aceleração da nossa estratégia digital
- › Portfólio de lojas complementar
- › Possibilidade de fortalecer nossa equipe, trazendo novos talentos

## E-Commerce

- › Aquisição de uma marca líder em e-commerce
- › Transação mais do que dobra nossa venda digital
- › Nos permite aumentar a escala de picking e a densidade de entregas
- › Onofre atua em SP, RJ e MG – possibilidade de expandir entregas locais para todos mercados onde a RD tem logística
- › Modelo Complementar: Onofre é focada em preço, enquanto Raia e Drogasil são multicanais, focadas em conveniência

## Lojas

- › As lojas da Onofre vão nos permitir aumentar a escala de compra e ganhar capilaridade
- › Pontos Comerciais complementares e de qualidade
- › Receita por loja saudável, em linha com a Abrafarma – capacidade de aumentar vendas por meio da nossa execução



### Resultados de 2019

- › 1T: 29 de abril de 2019
- › 2T: 6 de agosto de 2019
- › 3T: 29 de outubro de 2019

### Próximas Conferências

- › 28 de fevereiro: **20º CEO Conference Brasil 2019**, BTG Pactual (São Paulo)
- › 2 e 3 de abril: **Brazil Investment Forum**, Bradesco (São Paulo)
- › 15 e 16 de maio: **14th Annual LatAm CEO Conference**, Itaú (Nova York)