



Apresentação Resultados

2T23

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 diferenciem-se 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.

Destaques Consolidados ¹

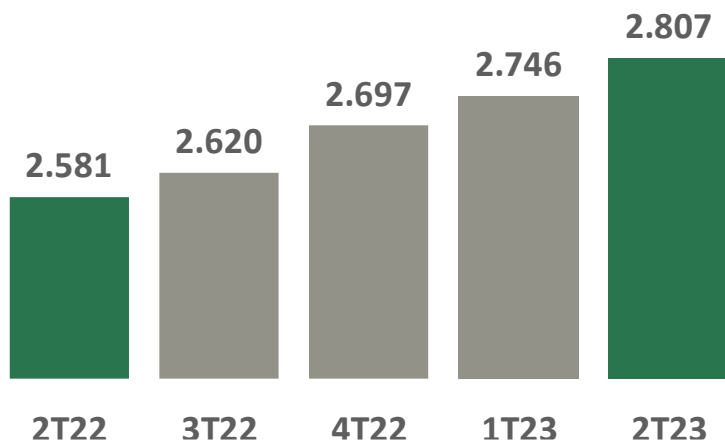
- › **FARMÁCIAS:** 2.807 unidades em operação (64 aberturas e 3 encerramentos);
- › **RECEITA BRUTA:** R\$ 9,0 bilhões, crescimento total de 18,1%, com 7,6% nas lojas maduras;
- › **MARKET SHARE:** 15,1% de participação nacional, aumento de 0,7 pp, com ganhos em todas as regiões;
- › **DIGITAL:** R\$ 1,2 bilhão, crescimento de 56,4% e penetração de 14,3% no varejo;
- › **MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO²:** 12,0% da receita bruta, com crescimento de 10,0%;
- › **EBITDA AJUSTADO:** R\$ 767,6 milhões, com margem de 8,5% e crescimento de 5,5%;
- › **LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO:** R\$ 349,2 milhões, com margem de 3,9% e crescimento de 1,6%;
- › **FLUXO DE CAIXA:** Fluxo de caixa livre de R\$ -487,8 milhões, com R\$ 763,3 milhões de consumo total.

¹ Consideram a norma IAS 17 / CPC 06.

² Margem antes das despesas gerais & administrativas (lucro bruto - despesas com vendas).

Inauguramos 64 farmácias e encerramos 3 no trimestre. Reiteramos nosso *guidance* de 780 novas farmácias para o período de 2023-2025.

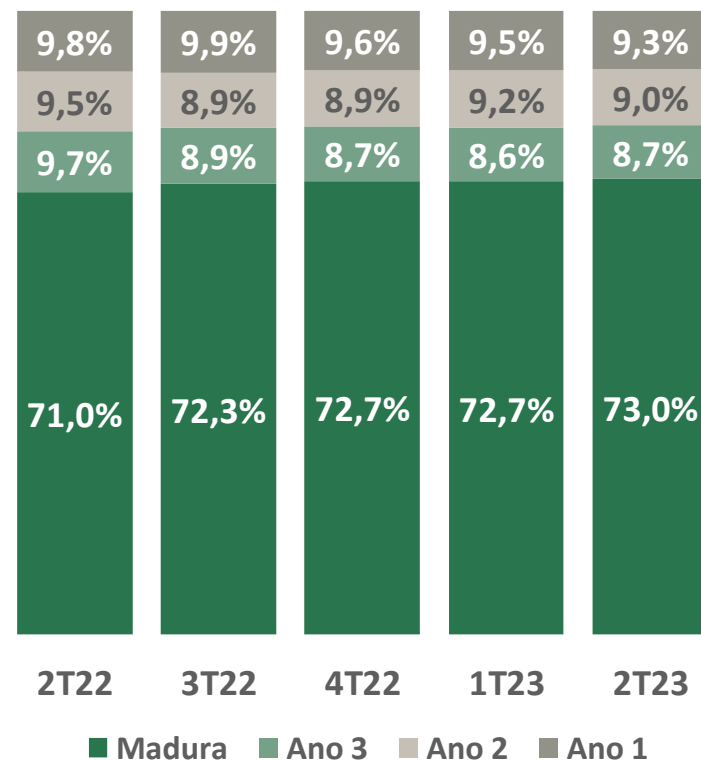
Número de farmácias



	3T22	4T22	1T23	2T23	LTM
Aberturas brutas	+58	+86	+55	+64	+263
Fechamentos	-19	-9	-6	-3	-37
<i>Maturação</i>	-2	-	-1	-	-3
<i>Maduras</i>	-17	-9	-5	-3	-34
Aberturas líquidas	+39	+77	+49	+61	+226

Portfólio de farmácias

Distribuição etária



Expansão

Guidance de **260** aberturas por ano de 2023 a 2025

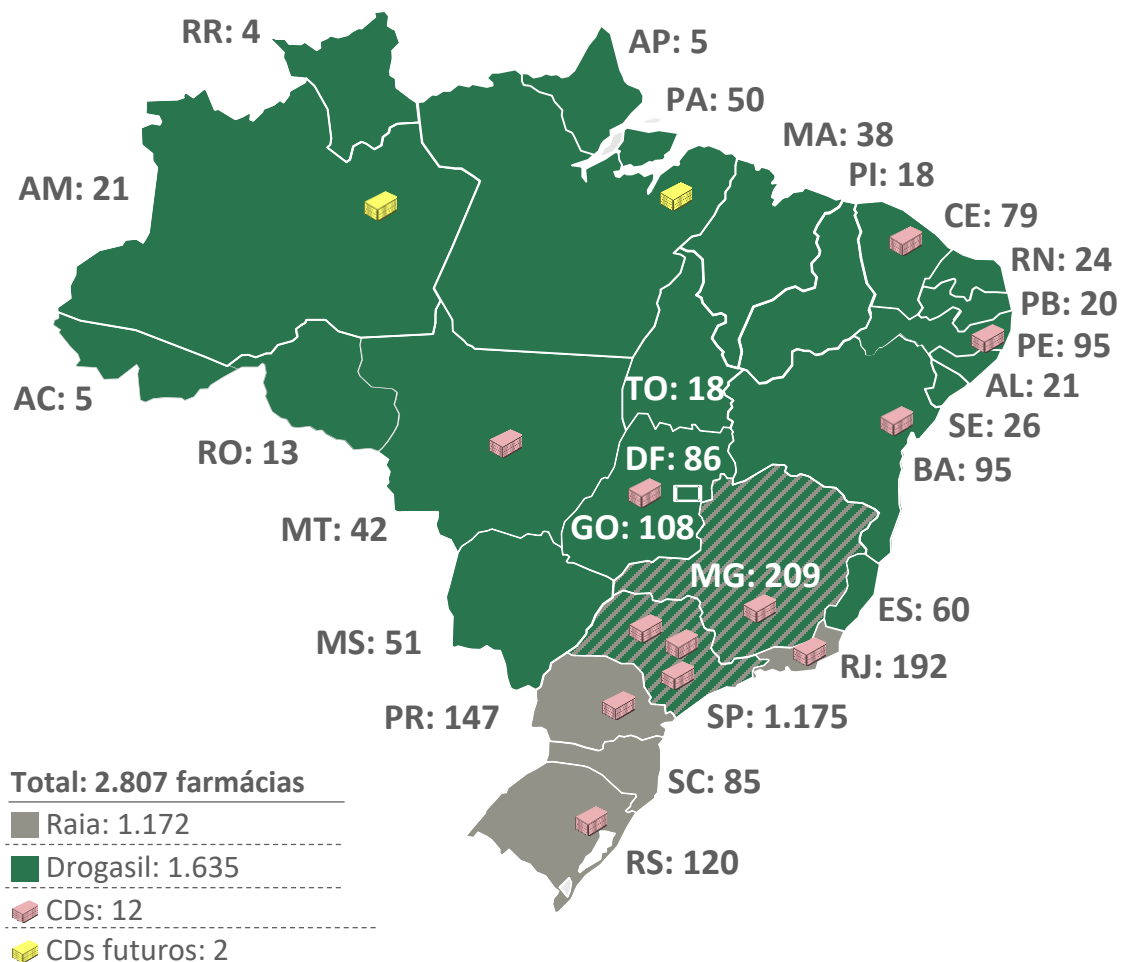
Total de **780** novas farmácias

Assertividade **99%** LTM

Alta diversificação geográfica e demográfica

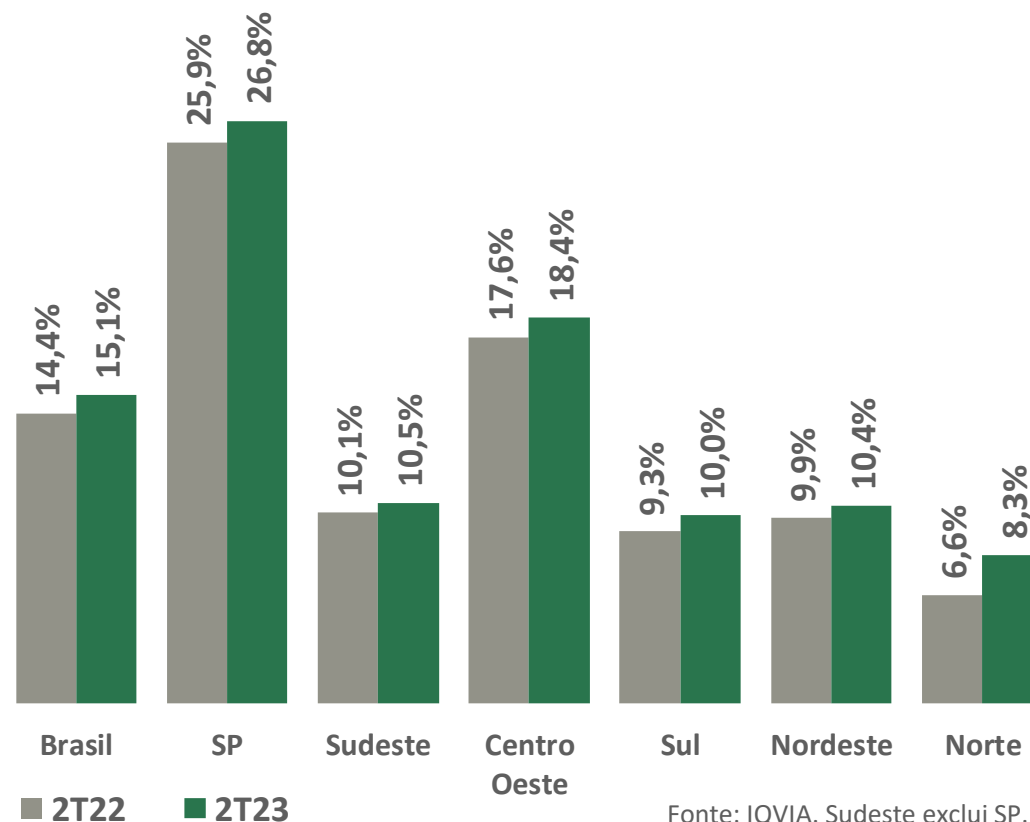
Estamos presentes em todos os estados do País, com *market share* nacional de 15,1%, um incremento de 0,7 pp com ganhos em todas as regiões. Abrindo dois novos CDs na região Norte.

Presença geográfica



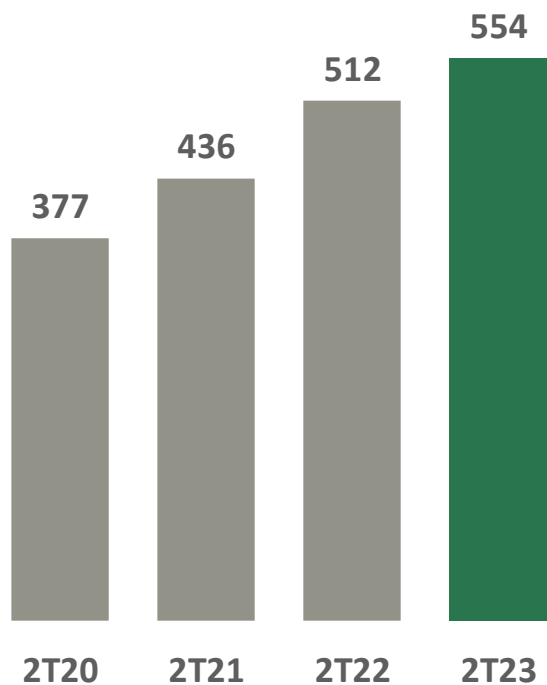
Participação de mercado

Participação trimestral no varejo a preço fábrica (sell-out + sell-in)

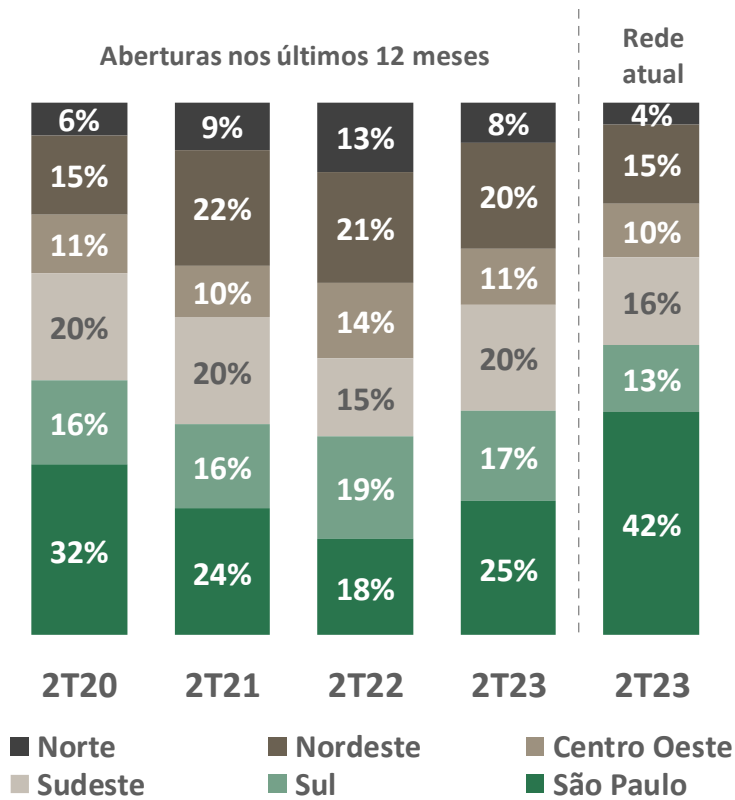


Expandimos a rede para 554 cidades e seguimos diversificando nossa presença geográfica e demográfica, com 84% das aberturas LTM e 61% do total de lojas nos formatos Popular e Híbrido.

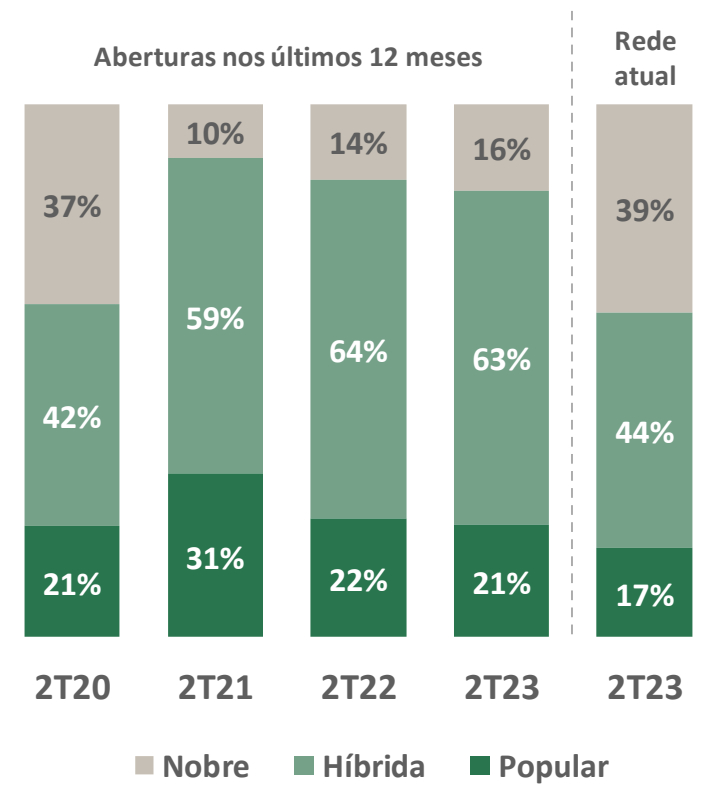
Qtd. de municípios com farmácia



Farmácias por região



Farmácias por perfil

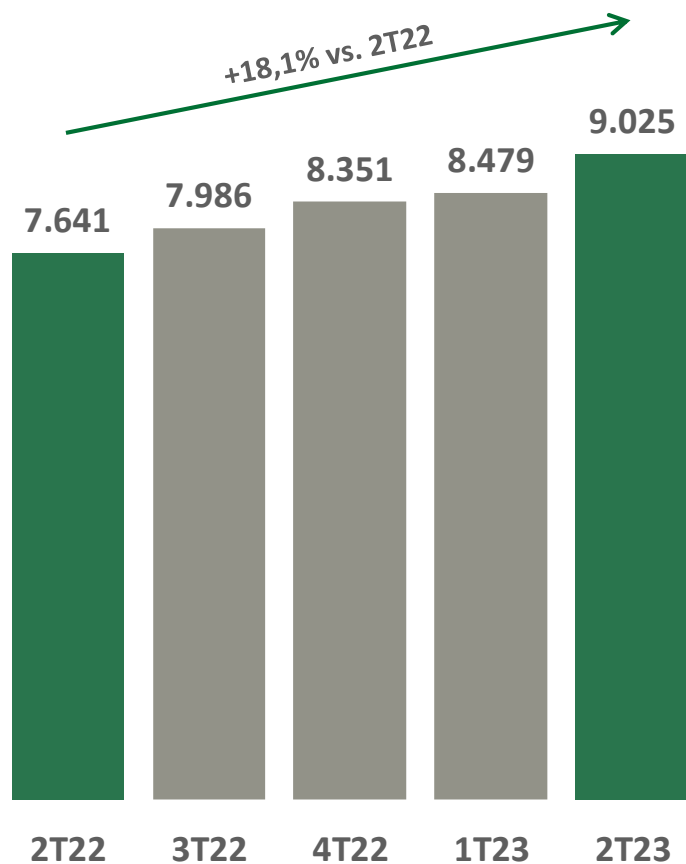


Presença em 306 das 319 cidades brasileiras com mais de 100 mil habitantes
(inclui as farmácias tanto em operação como em processo de abertura)

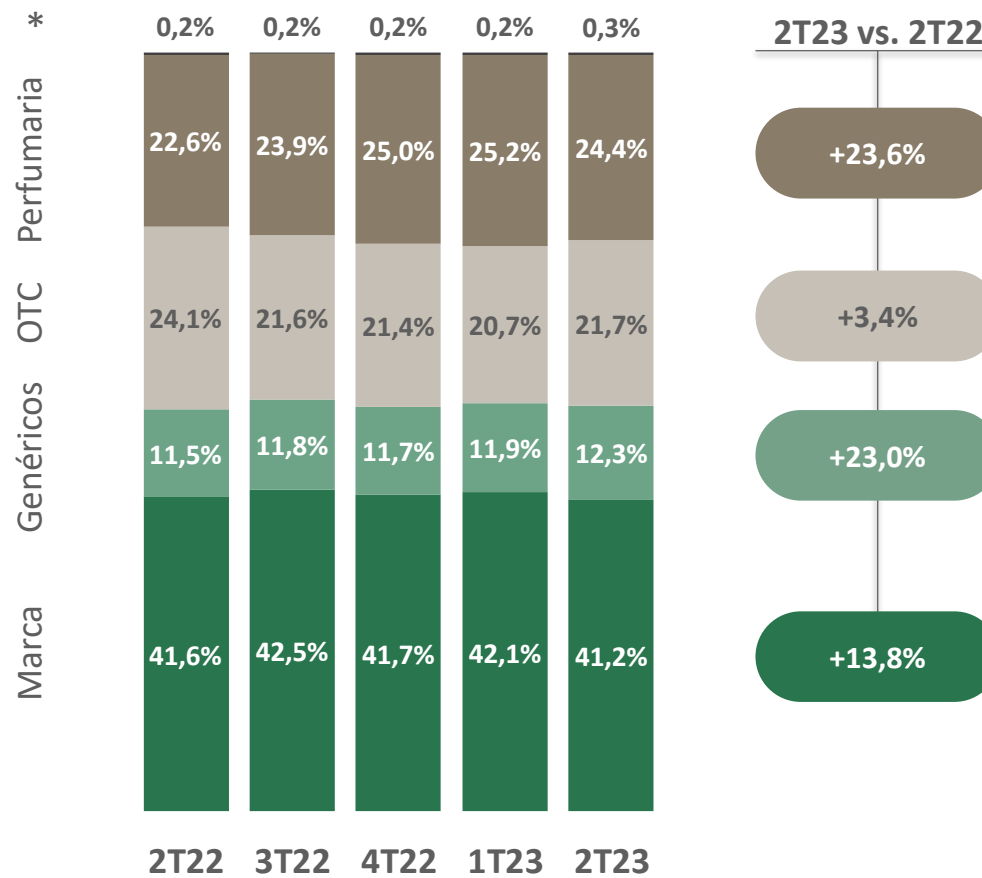
Receita cresceu 18,1% impulsionada pela digitalização e 4Bio (impacto de +3,2 pp). Perfumaria e Genéricos compensando as pressões em OTC e Marca geradas pelo pico pandêmico do 2T22.

Receita bruta consolidada

R\$ milhões



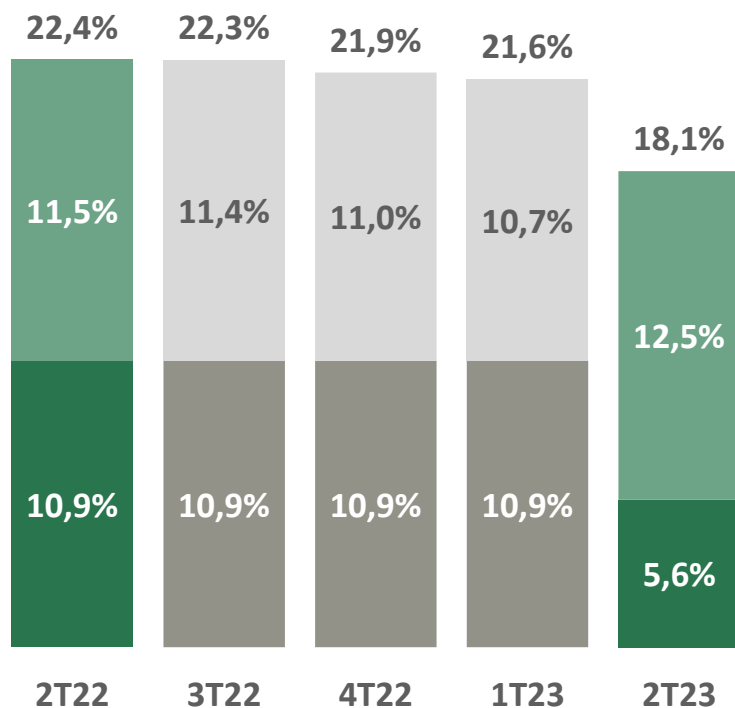
Mix de vendas do varejo



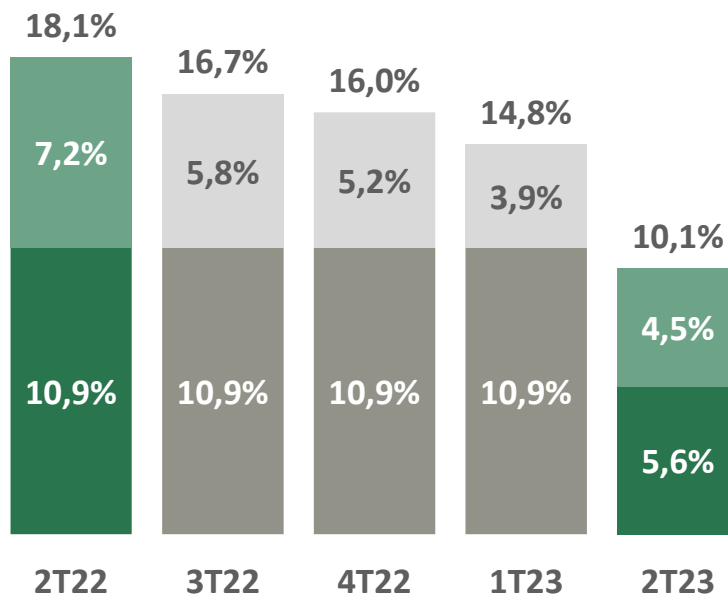
* Serviços.

Crescimento de 7,6% nas lojas maduras, com performance 2,0 pp acima do reajuste CMED de 5,6% no período, mesmo com pressão de 2,2 pp em testes COVID e de 0,4 por efeito calendário.

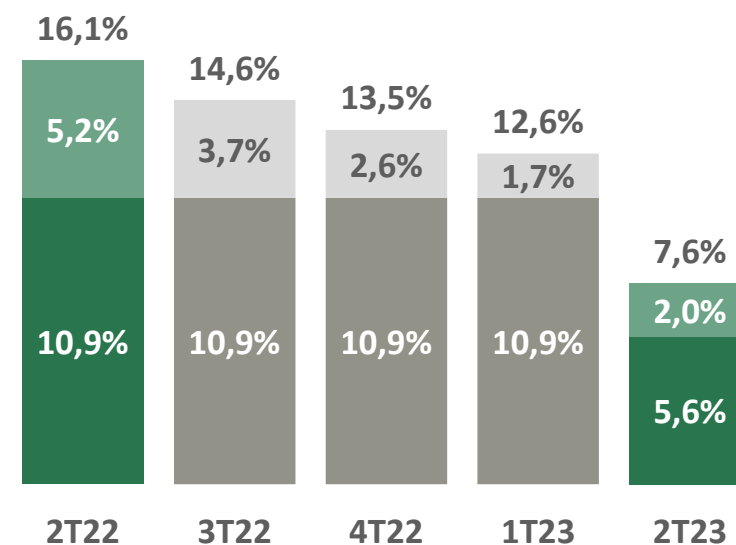
Crescimento da venda consolidada



Cresc. das mesmas lojas - Varejo



Cresc. das lojas maduras - Varejo



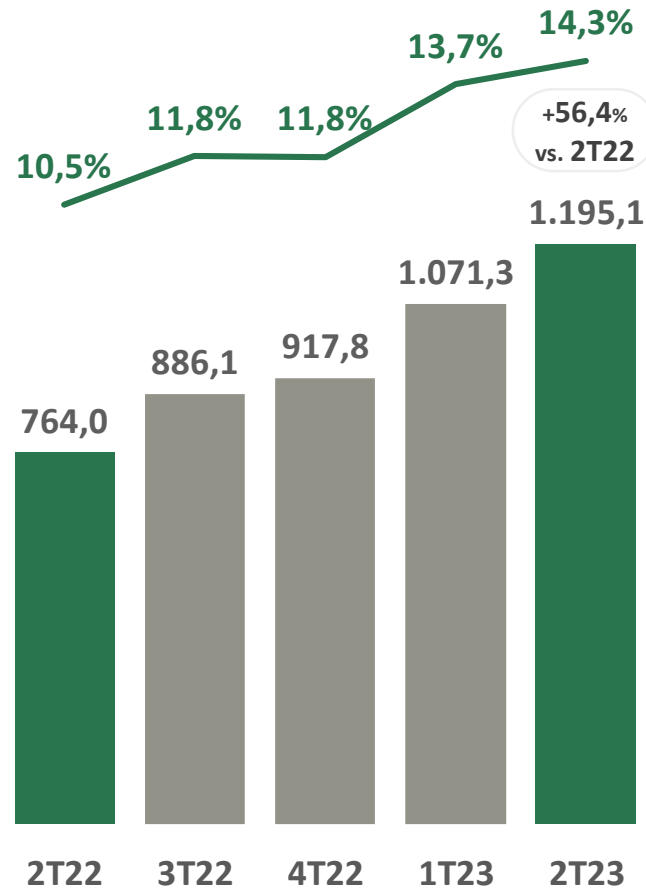
■ Reajuste CMED

■ Cresc. real

Venda digital de R\$ 1,2 bi no 2T23, com 56,4% de crescimento e 14,3% de participação no varejo. Foco em canais modernos, proprietários e *mobile*, com 89% das vendas atendidas em até 2 horas.

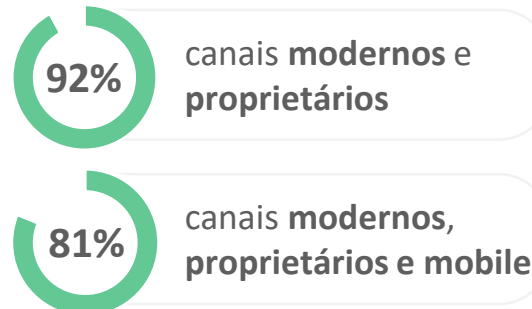
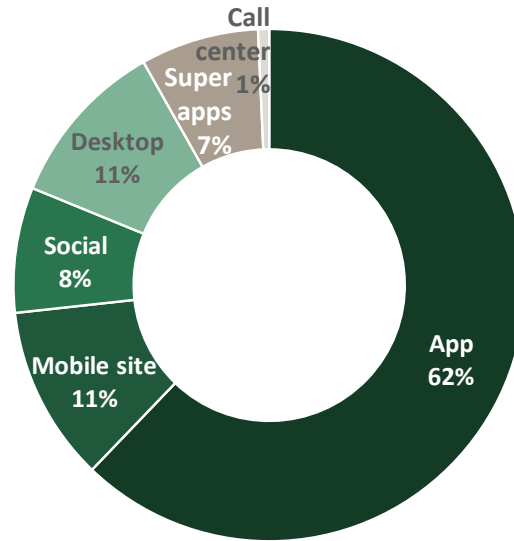
Canais digitais: venda e penetração

R\$ milhões, % da receita bruta do varejo



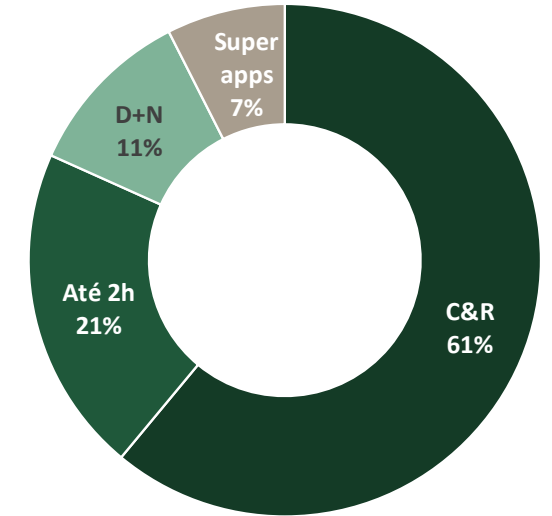
Mix de canais digitais

% da receita digital



Mix das entregas

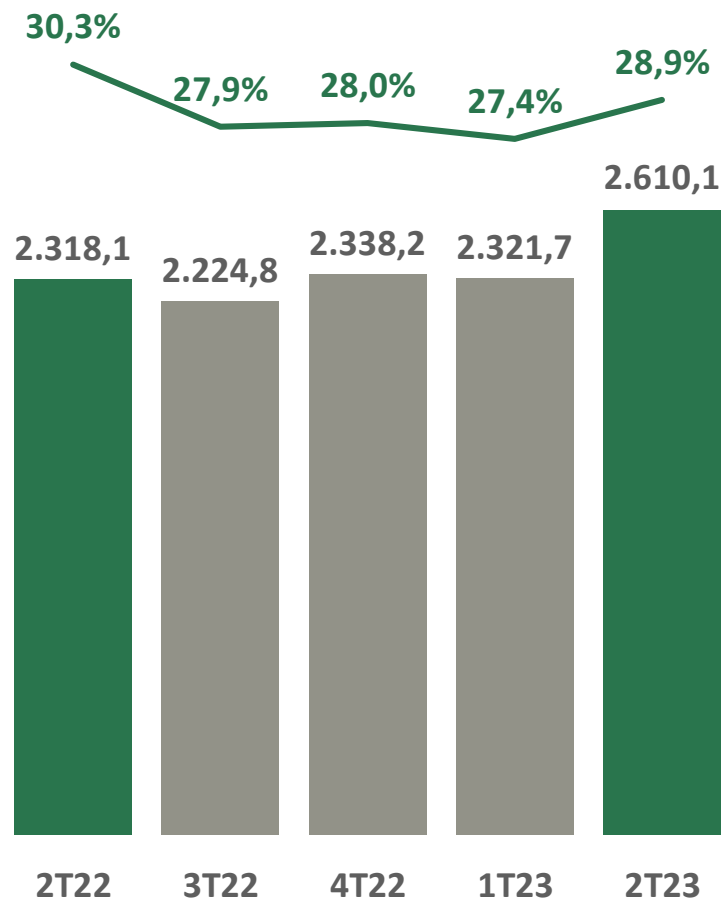
% da receita digital



Margem bruta de 28,9%, redução de 1,4 pp em função do menor ajuste CMED e do efeito mix da 4Bio. Pico sazonal de ciclo de caixa de 67,8 dias em função da pré-alta.

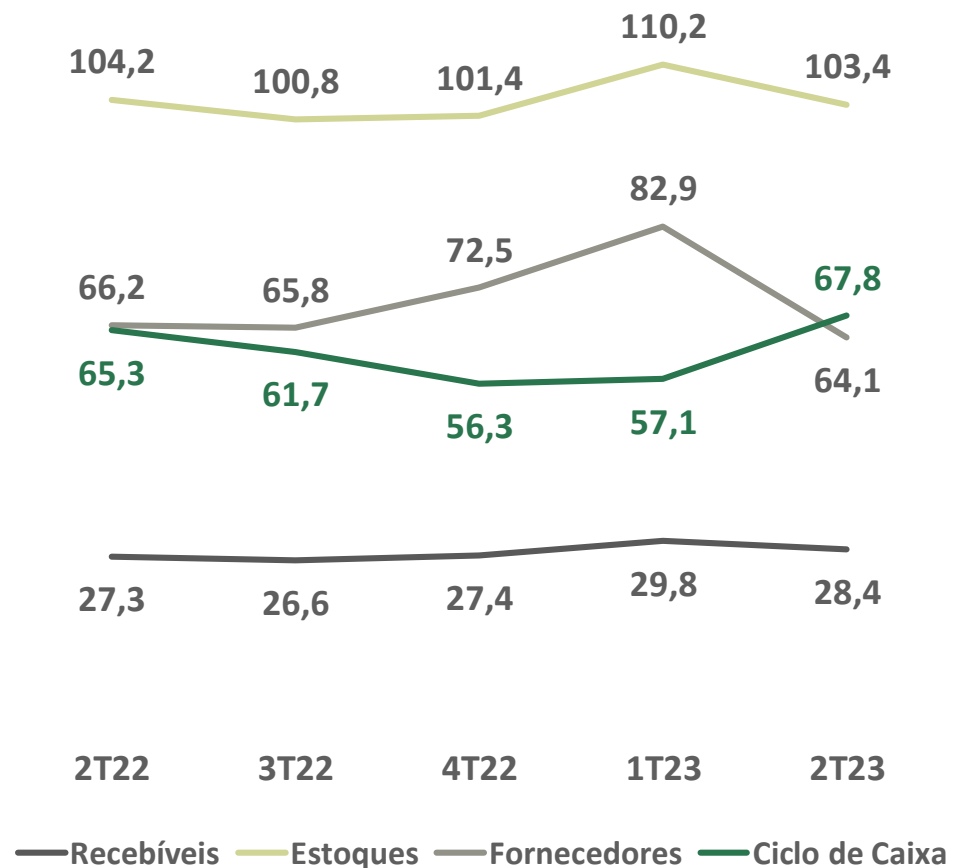
Margem bruta

R\$ milhões, % da receita bruta



Ciclo de caixa*

Dias de CMV, Dias de receita bruta

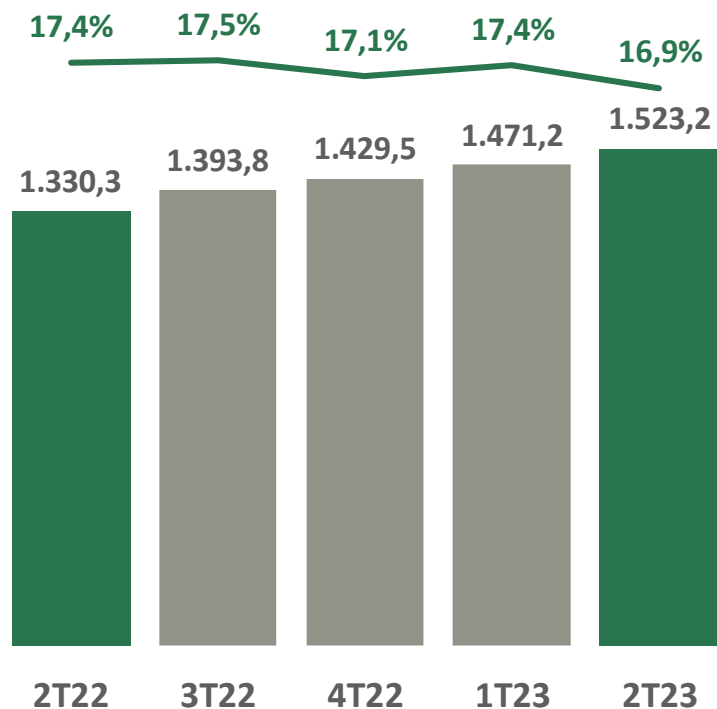


* Ajustado para recebíveis descontados e antecipações a fornecedores.

Ganhos de alavancagem operacional geraram diluição de 0,5 pp nas despesas com vendas. Margem de contribuição do 1S23 estável em 11,1%, apesar do menor reajuste CMED vs. 2022.

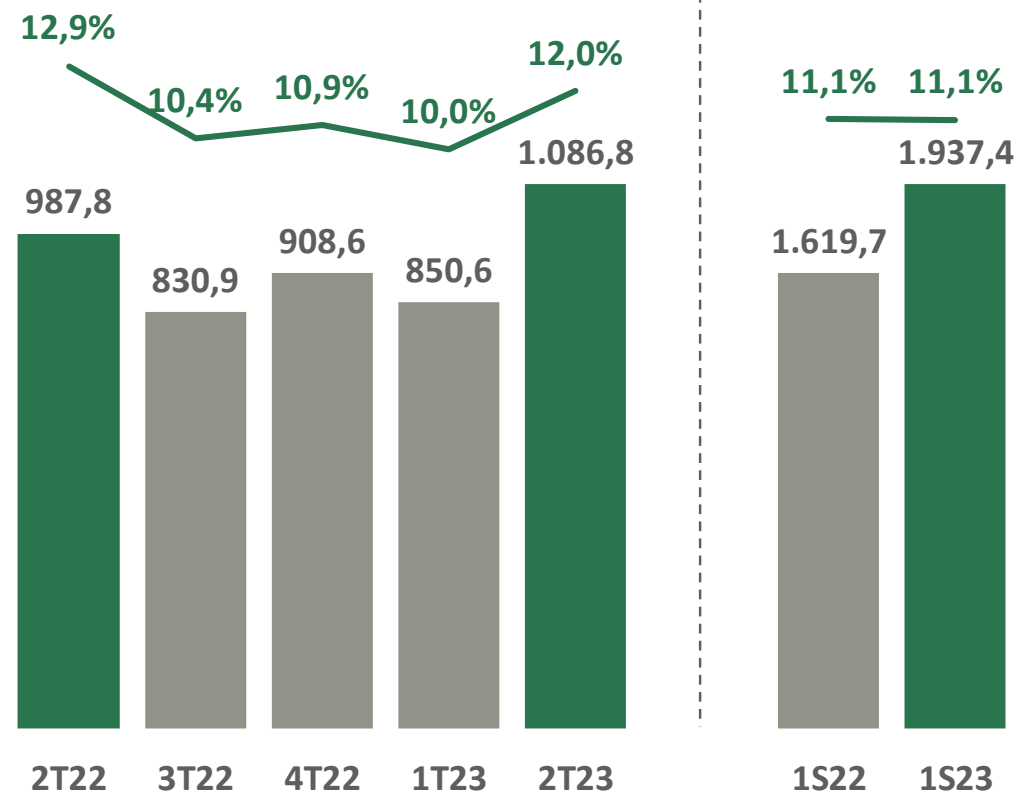
Despesas com vendas

R\$ milhões, % da receita bruta



Margem de contribuição

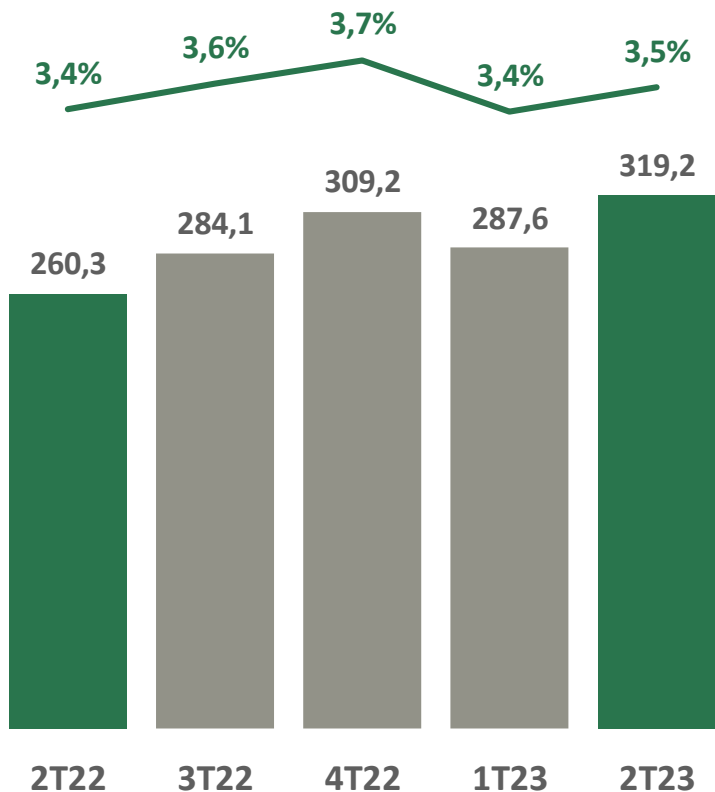
R\$ milhões, % da receita bruta



EBITDA de R\$ 767,6 MM, com crescimento de 5,5% e margem de 8,5% no trimestre. Margem semestral estável em 7,6%, com expansão de 0,2 pp no varejo, apesar do menor reajuste CMED.

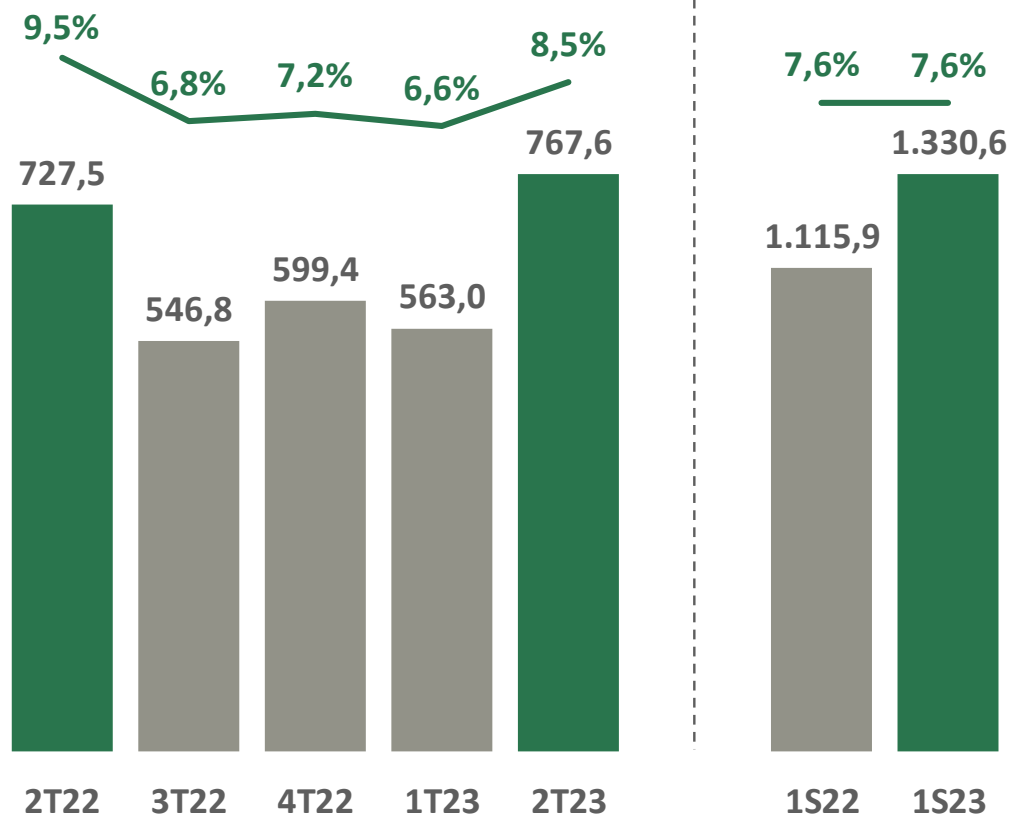
Despesas gerais & administrativas

R\$ milhões, % da receita bruta



EBITDA ajustado

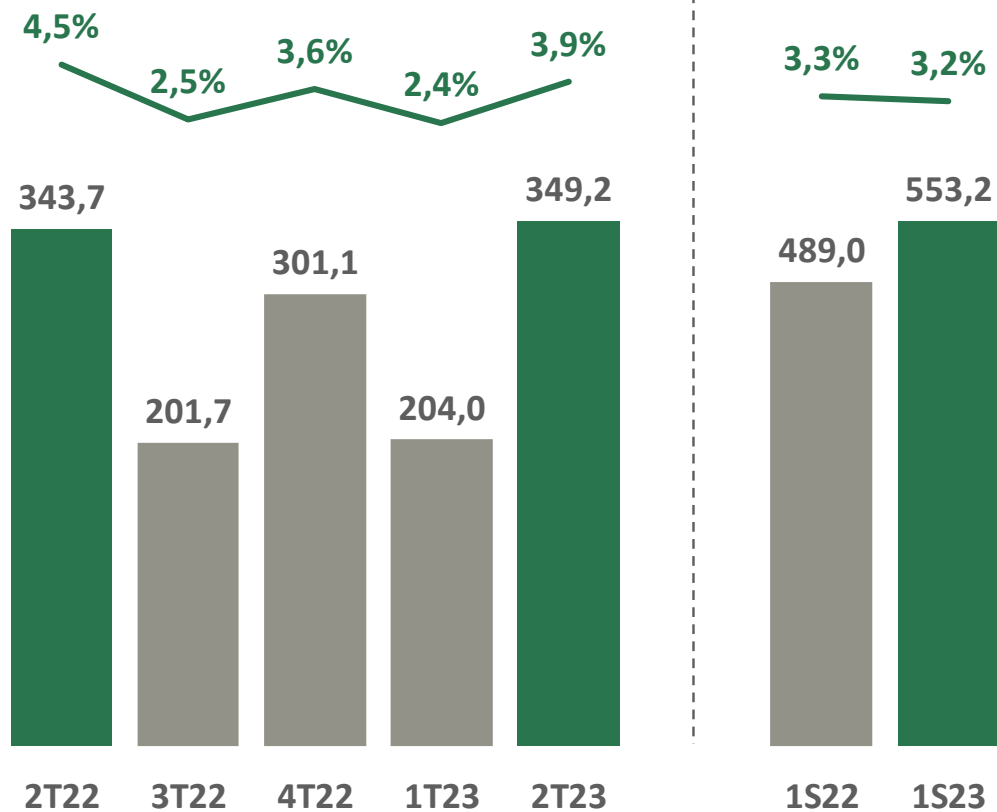
R\$ milhões, % da receita bruta



Lucro líquido de R\$ 349,2 MM, com margem de 3,9%. Margem de 3,2% no 1S23, quase em linha com 1S22 apesar do menor reajuste CMED. Receita não-recorrente de R\$ 21,1 MM.

Lucro líquido ajustado

R\$ milhões, % da receita bruta



Reconciliação do EBITDA - R\$ milhões	2T23	2T22
Lucro líquido	363,2	372,2
Imposto de renda	83,6	128,7
Equivalência patrimonial	0,8	(0,3)
Resultado financeiro	146,5	98,2
EBIT	594,1	598,9
Depreciação e amortização	194,6	171,8
EBITDA	788,7	770,7
Efeitos trib. e outros não recorrentes de anos anteriores	(21,3)	(57,6)
Baixa de ativos	(2,6)	13,5
Investimento social e doações	2,8	0,9
Total de despesas não recorrentes/não operacionais	(21,1)	(43,2)
EBITDA ajustado	767,6	727,5

Fluxo de caixa livre de R\$ - 487,8 MM, com R\$ 763,3 MM de consumo total. Pico sazonal de ciclo de caixa e de alavancagem em função da pré-alta.

Fluxo de caixa (R\$ milhões)	2T23	2T22	1S23	1S22
EBIT ajustado	573,0	555,7	947,4	776,4
Ajuste a valor presente (AVP)	(39,5)	(30,2)	(88,0)	(47,9)
Despesas não recorrentes	21,1	43,2	25,1	55,8
Imposto de renda (34%)	(188,6)	(193,4)	(300,7)	(266,7)
Depreciação	195,2	171,1	383,7	338,8
Outros ajustes	(62,3)	41,4	(41,6)	59,5
Recursos das operações	499,0	587,8	925,9	915,9
Ciclo de caixa*	(896,7)	(509,9)	(1.069,9)	(943,6)
Outros ativos (passivos)**	211,4	118,9	143,3	76,7
Fluxo de caixa operacional	(186,3)	196,8	(0,7)	49,0
Investimentos	(301,5)	(249,8)	(529,3)	(422,6)
Fluxo de caixa livre	(487,8)	(53,0)	(530,0)	(373,6)
Aquisições e investimentos em coligadas	(16,2)	(15,3)	(29,0)	(34,7)
JSCP e dividendos	(226,5)	(96,1)	(226,5)	(96,2)
IR pago sobre JSCP	-	(8,9)	-	(8,9)
Resultado financeiro***	(102,3)	(68,2)	(209,5)	(115,1)
IR (Benef. fiscal s/ result. fin., JSCP e div.)	69,4	48,4	133,1	86,7
Fluxo de caixa total	(763,3)	(193,2)	(862,0)	(541,8)

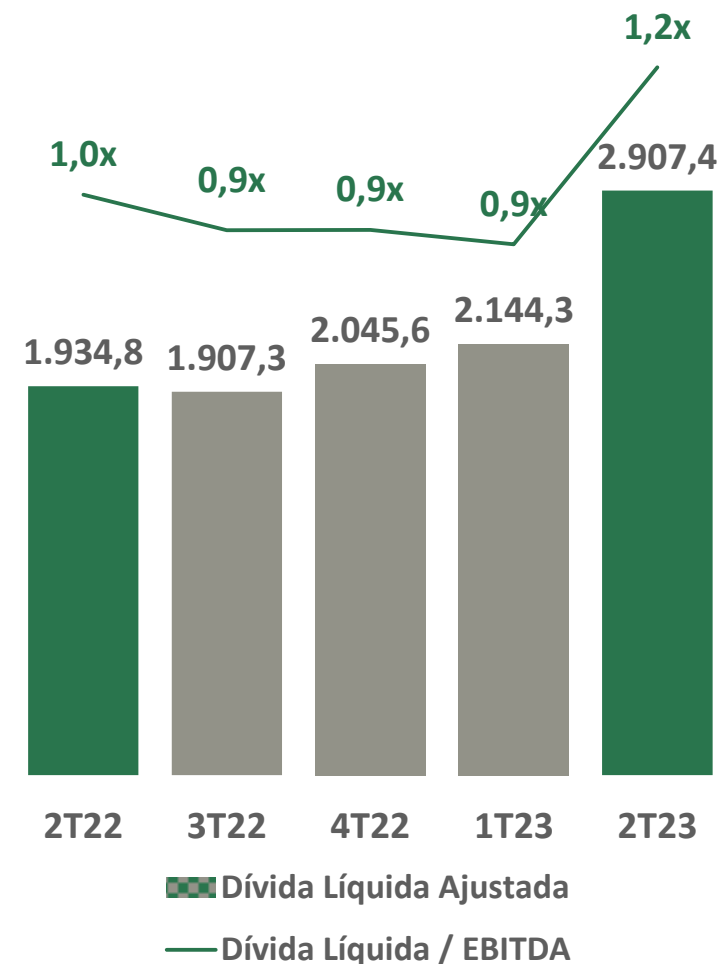
* Inclui ajustes para recebíveis descontados.

** Inclui ajuste de AVP.

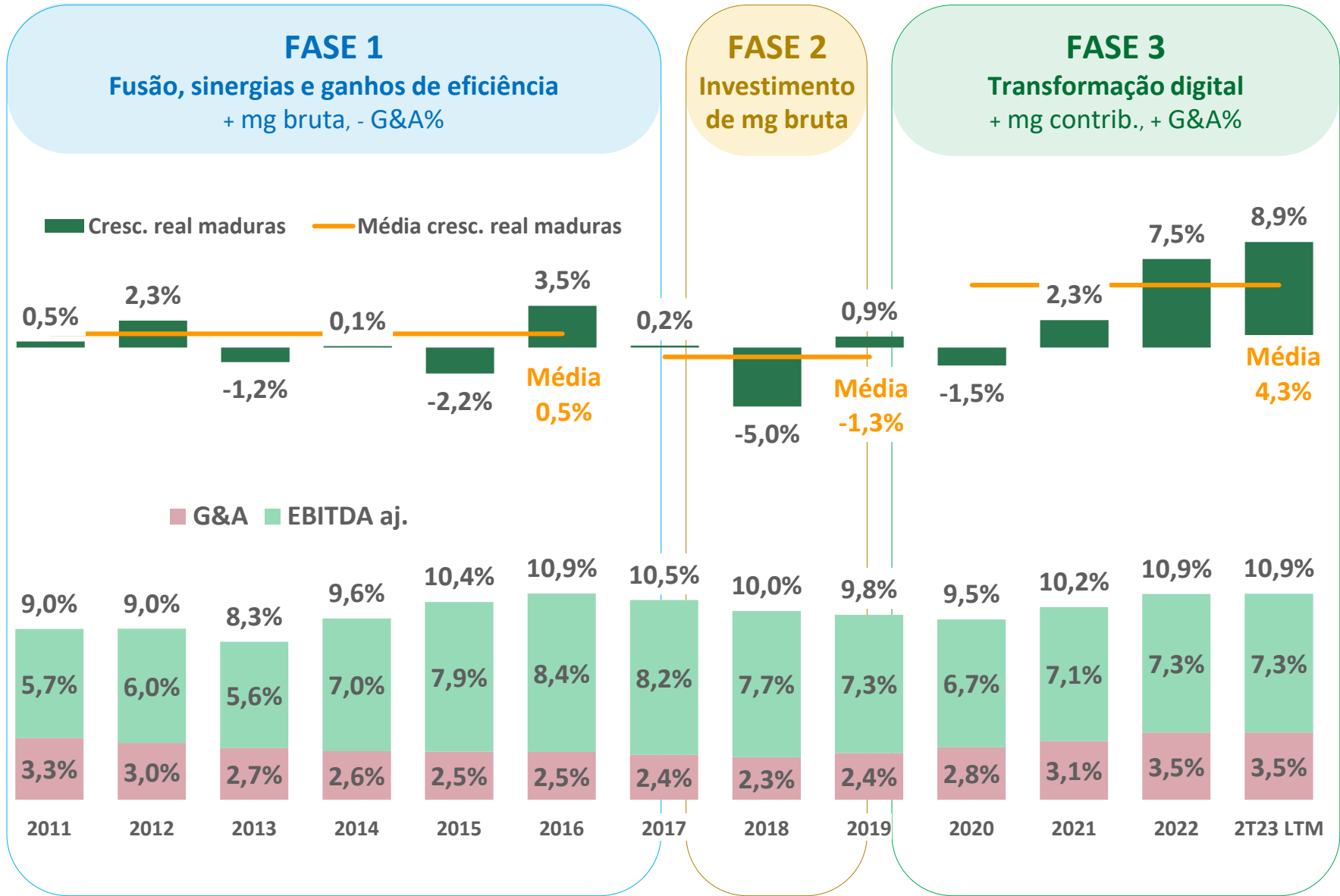
*** Exclui ajuste de AVP.

Dívida líquida e alavancagem financeira

R\$ milhões, razão sobre EBITDA ajustado LTM



Estamos ingressando na 4ª fase da RD, com a Transformação Digital gerando maior crescimento real de vendas, ganhos de alavancagem operacional e expansão de margem.



- + Margem Contribuição% - G&A% + EBITDA%**
- Maior digitalização da relação com clientes;
 - Crescimento real sustentado nas lojas maduras;
 - Aumento na margem de contribuição;
 - Diluição esperada nas desp. administrativas.

Nossa ação se valorizou em 24,8% no ano, desempenho 17,2 pp acima do IBOVESPA, com um ADTV de R\$ 160 MM.

Valorização da ação



Performance em 2023

- › RADL3: 24,8%
- › IBOVESPA: 7,6%
- › Alpha: +17,2%
- › Liquidez média diária RADL3: R\$ 160 MM

Retorno anual médio

- › 23,4% desde o IPO Drogasil
- › 21,1% desde o IPO Raia
- › 24,5% desde a fusão (31/dez/11)



Destaques e Estratégia

Sólido crescimento de vendas e desempenho financeiro, com a margem EBITDA semestral constante. Crescimento real estrutural nas lojas maduras compensando pressão pontual na MB%.

Crescimento segue acelerado e descolado do mercado, com Lojas Maduras sustentadamente acima da inflação

- › Crescimento total de 18,1%, com 14,9% no varejo e 81,0% na 4Bio. Lojas maduras crescendo 7,6%, 2,0 pp acima do CMED 2023, mesmo com pressões de testes de COVID de 2,2 pp em função do pico pandêmico do 2T22 e do efeito calendário de 0,4 pp;
- › Receita digital participando com 14,3% do total das vendas do varejo, 92% via canais modernos e proprietários e 89% das entregas em até 2h;
- › Market share nacional atingiu 15,1%, um aumento de 0,7 pp com ganhos em todos os mercados;
- › Abrimos 64 novas farmácias no 2T23 e 263 nos últimos 12 meses, em linha com o *guidance* do ano;
- › TIR real, líquida de canibalização, consistentemente acima de 20%, mesmo com foco crescente em pequenas cidade e nas classes B e C;
- › Foco na Experiência do Cliente, nas Farmácias e no Digital.

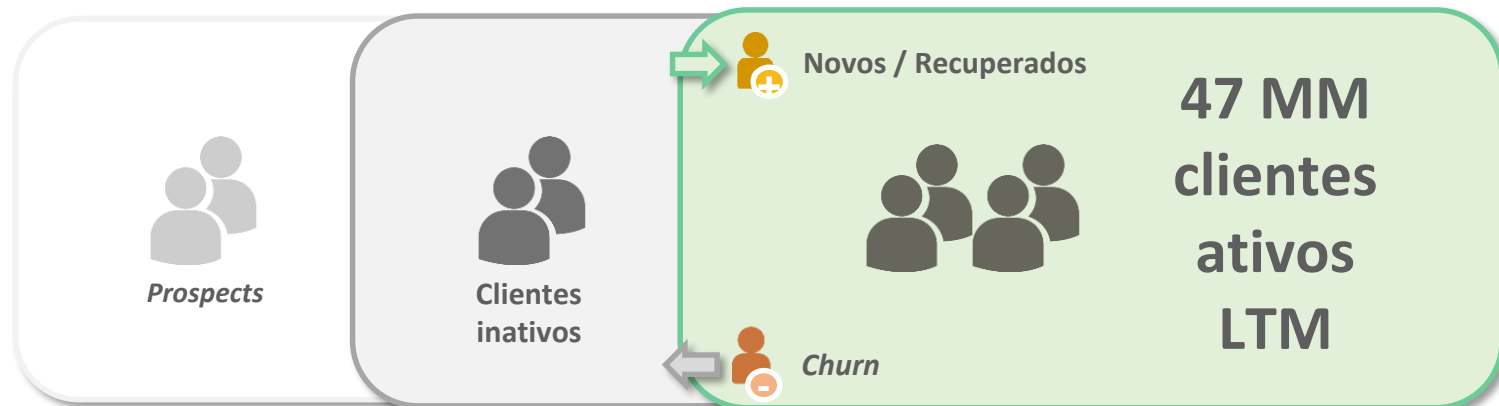
Sólido desempenho financeiro, com ganhos estruturais compensando a pressão pontual do aumento CMED

- › Mg EBITDA de 7,6% no 1S23, estável em relação a 1S22, com 7,9% no varejo, expansão de 0,2 pp;
- › Pressão pontual na Margem Bruta pela desaceleração da inflação (aumento CMED de 5,6% vs. 10,9% em 2022) integralmente compensada no semestre por ganhos estruturais de alavancagem operacional em função do crescimento real sustentado nas lojas maduras;
- › Aumento de G&A sequencial de 0,1 pp no trimestre em função de despesas pontuais, apontando para diluição ainda no 2S23;
- › Pico sazonal de ciclo de caixa e de alavancagem em função da pré-alta, tendendo a se normalizar nos próximos trimestres.

Perspectiva de Expansão de Margens nos Próximos Trimestres

Nossa estratégia se baseia no engajamento dos clientes, entendendo seu perfil e jornada, e oferecendo uma experiência e um patamar de execução únicos tanto em loja como no digital

Base de clientes



NPS - Net Promoter Score

NPS Farmácias



Engajamento é resultado de toda a jornada do cliente



Presença Física e Digital

- › Capilaridade, Proximidade, Conveniência
- › Digitalização da relação com cliente

Experiência

- › Ambiente Físico e Serviços
- › Gestão de Categorias, *Pricing*, Formatos
- › Disponibilidade, Estoques e Entregas

Perfil

- › Uso contínuo, Bebê, Beleza, Vida Saudável, etc.

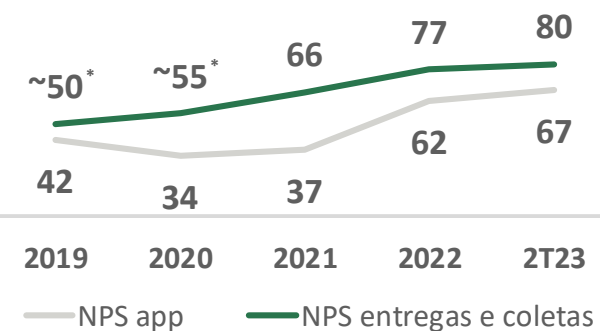
Personalização em escala / Ativação

- › Canais de contato (off & on)
- › Funil (prospecção – fidelização)

Benefícios

- › Programa de Fidelidade
- › Univers
- › Stix
- › Programas da indústria
- › Marca Própria
- › Serviços Farma
- › Apoio ao Tratamento
- › Farmácia Popular
- › Marketplace
- › Plataforma de Saúde
- › e outros...

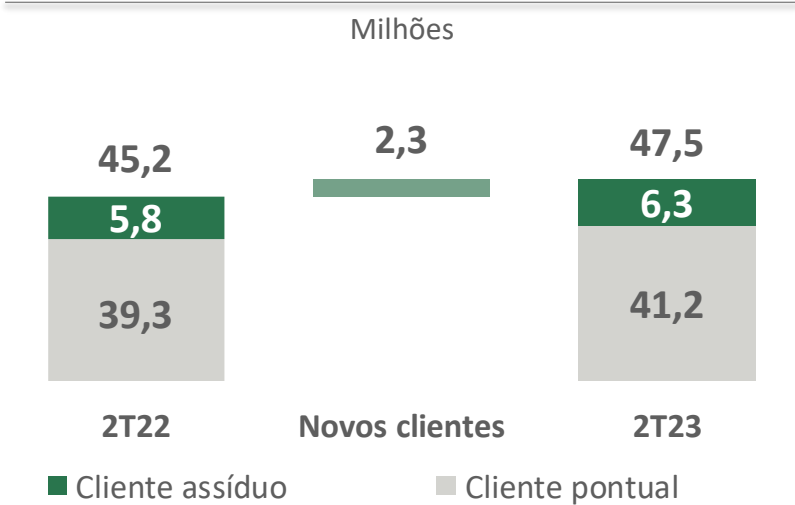
NPS Apps e Entrega/C&R



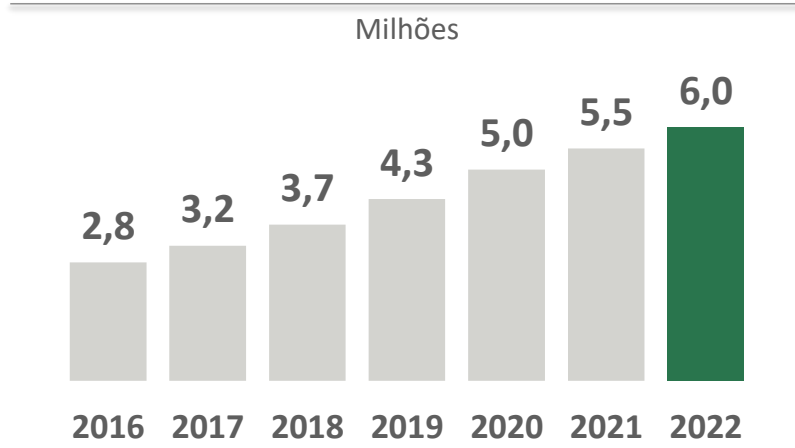
* Critério NPS entregas e coletas 2019 e 2020 estimado para a metodologia atual.

A melhora dessa experiência permite adquirir novos clientes e alavancar o engajamento e a fidelização dos clientes existentes, potencializando assim o seu LTV.

Evolução de clientes



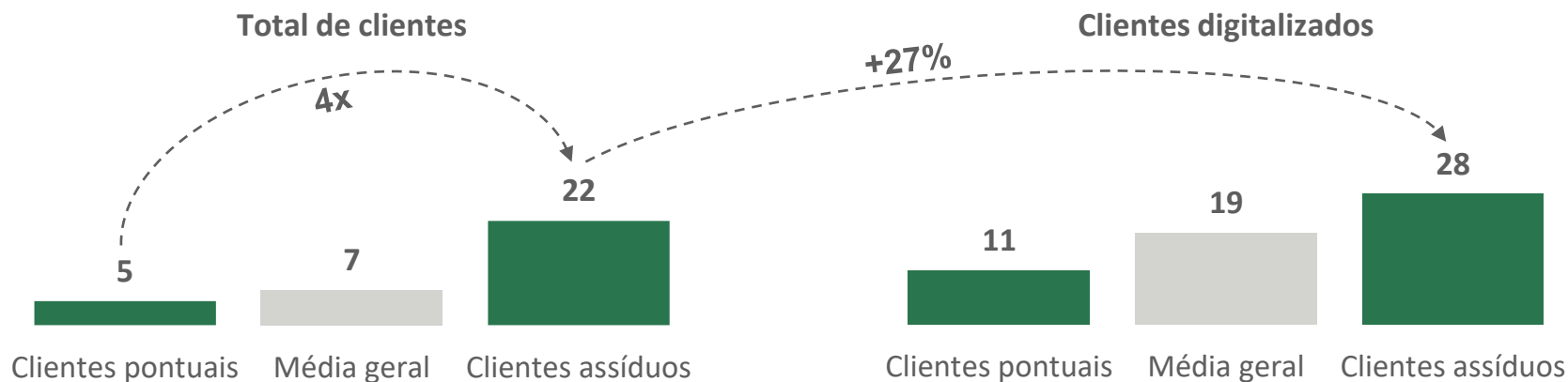
Evolução dos clientes assíduos (alto spending)



Frequência de compras

Compras por ano

1,5 MM
clientes assíduos
e digitalizados





Apresentação Resultados

2T23