

Investor Day

2025



Agenda RD Saúde Day 2025



Boas vindas

Flavio Correia
Diretor Exec. Estatutário RI



Atendimento

Melissa Cabral
VP Operações de Farmácia



Expansão e Logística

Marcello De Zagottis
COO

Paulo Sanchez
Diretor de Expansão



Abertura

Marcilio Pousada
Presidente do Conselho



Multicanal

Diego Kilian
Diretor Multicanal



Tecnologia

Fernando Varela
VP Transformação Digital



Primeiro Ano

Renato Raduan
CEO



Q&A Sessão 1

Início: 15h45 | Fim: 16h00



Mercado e Perspectivas

Renato Raduan
CEO

Flavio Correia
Diretor Exec. Estatutário RI



Visão Geral

Marcello De Zagottis
COO



Intervalo

Início: 16h00 | Fim: 16h15



Q&A Sessão 2

Início: 17h20 | Fim: 17h50



Clientes

Daniel Campos
Diretor Exec. Marketing e Clientes



Perfumaria e Marca Própria

Juliana Lopes
VP Comercial



Encerramento

Flavio Correia
Diretor Exec. Estatutário RI

MARCILIO POUSADA

PRESIDENTE DO CONSELHO ADMINISTRATIVO

CHAIRMAN OF THE BOARD

RENATO RADUAN

CEO



Em 2020, concebemos a visão estratégica 2025 para ir além da farmácia e nos tornar a porta de entrada para saúde e bem-estar.

JUNTOS POR UMA
SOCIEDADE MAIS SAUDÁVEL



PESSOAS + SAUDÁVEIS
Funcionários, Clientes
e Comunidade



NEGÓCIOS + SAUDÁVEIS
Diversidade, Educação
e Valor Compartilhado



PLANETA + SAUDÁVEL
Emissões, Energia
e Resíduos



Varejo
Farmacêutico

Promoção da Saúde
Promover, educar e manter
um **estilo de vida saudável**



Nova Farmácia
Omnichannel + Marketplace
+ Health Hub

Prevenção
Monitorar e tratar
condições crônicas



**Plataforma
de Saúde**

Primeira Atenção
Diagnosticar e tratar condições
agudas de baixa complexidade

Proteção
Proteger a saúde por meio
da **vacinação e imunização**



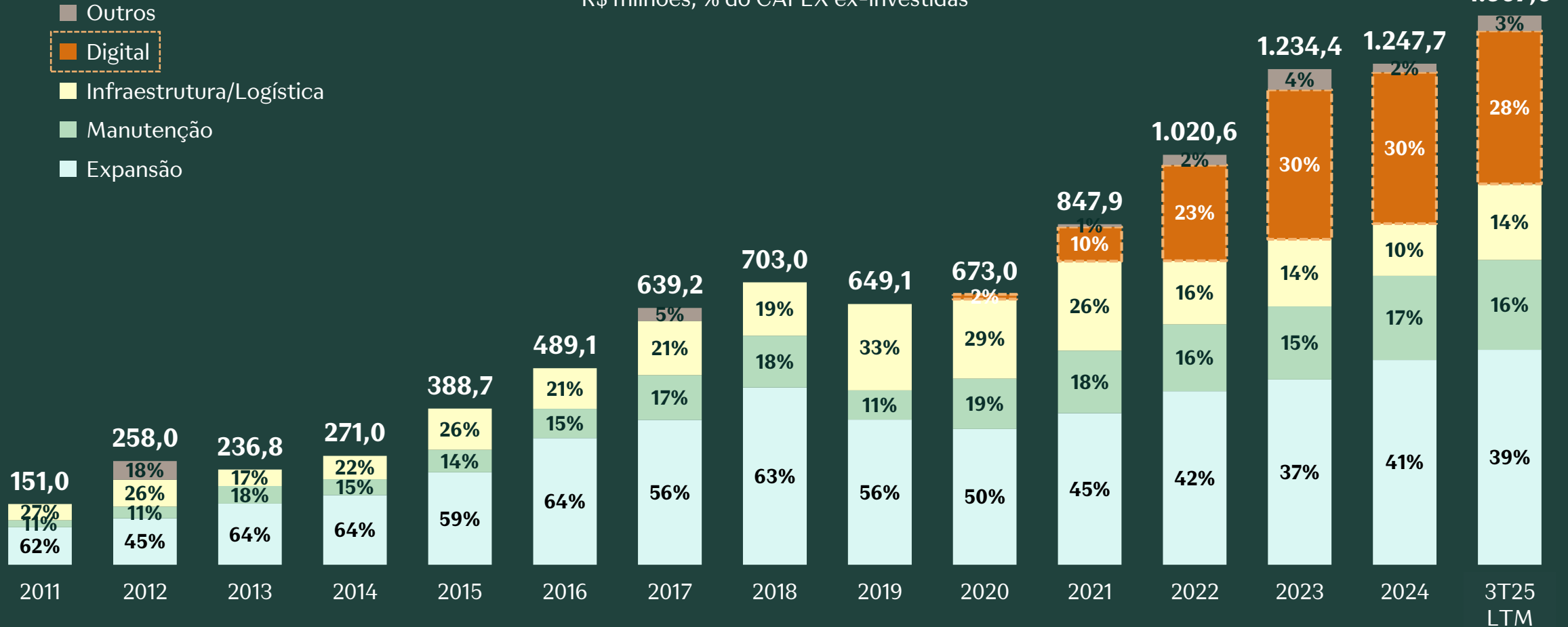
**Saúde
Integral**



A nova estratégia, somada à transformação digital, elevou o CAPEX, acompanhada pelo crescimento de despesas estruturais.

Evolução do CAPEX

R\$ milhões, % do CAPEX ex-investidas

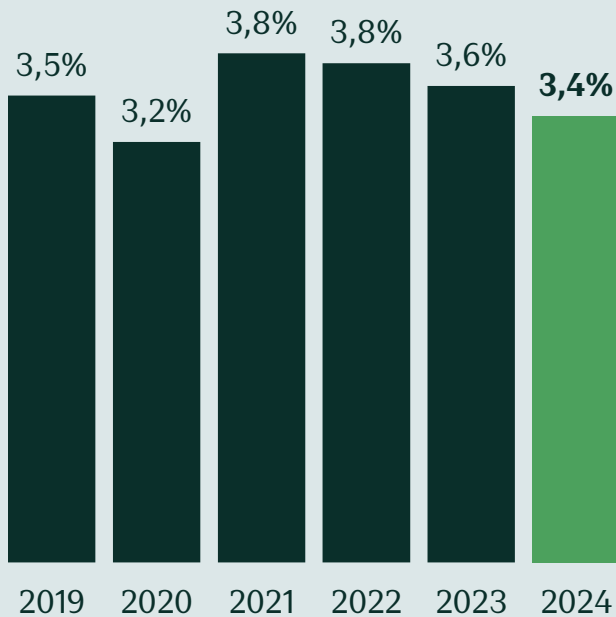




O investimento adicional em CAPEX e G&A foi amparado pela maior eficiência e alavancagem operacional gerada nas farmácias.

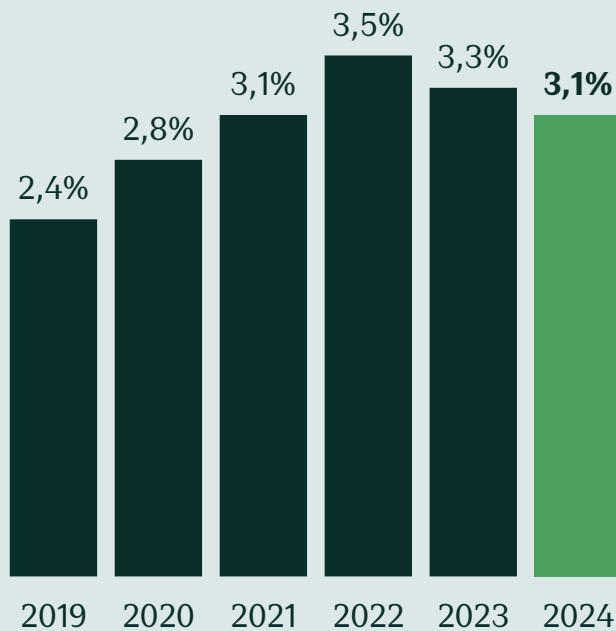
CAPEX

% da receita bruta



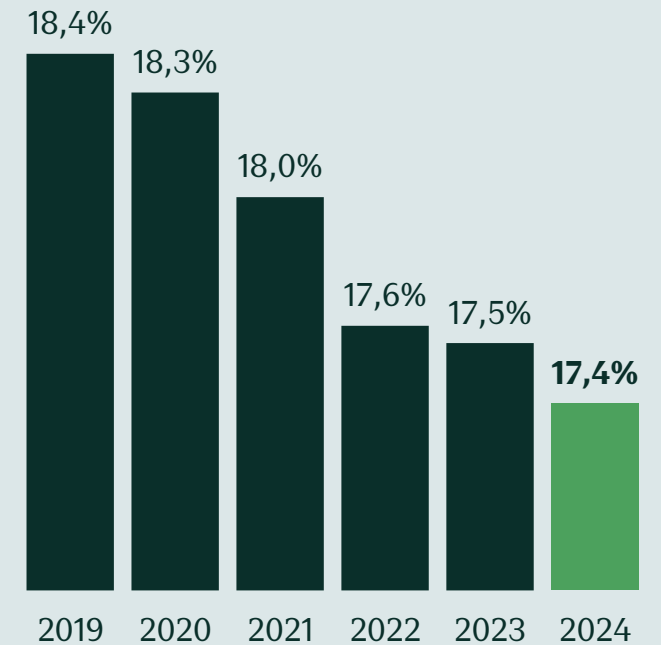
Despesas G&A

% da receita bruta



Despesas Vendas

% da receita bruta

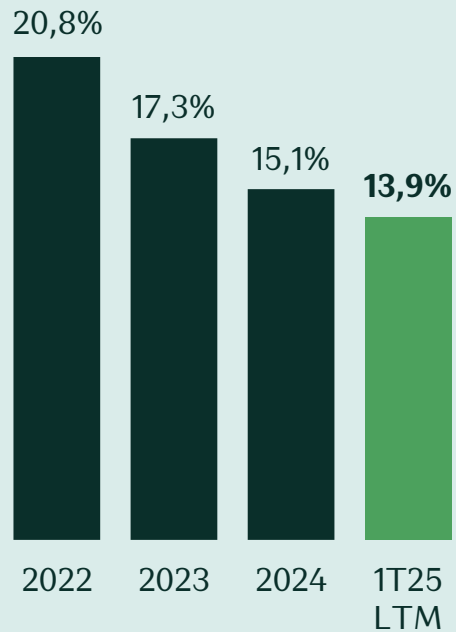




Com o tempo, o ambiente competitivo se intensificou, resultando em desaceleração de vendas, de ganho de mkt. share e pressão de rentabilidade.

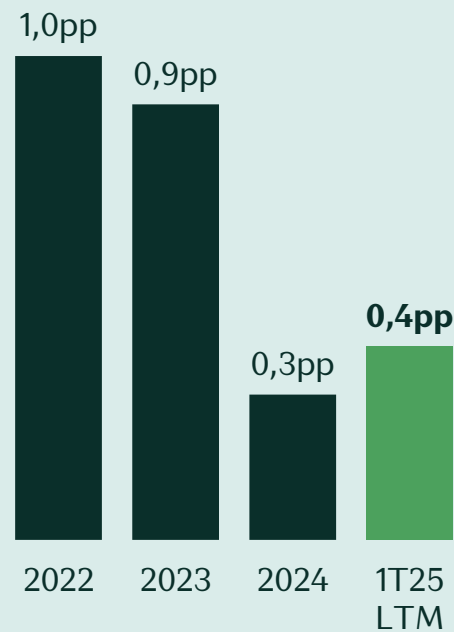
Cres. Rec. Bruta

Evolução a/a



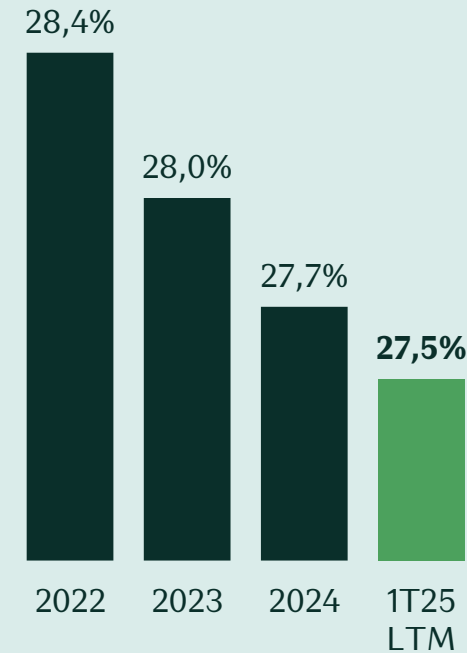
Ganho Mkt. Share

Ganho a/a, Brasil



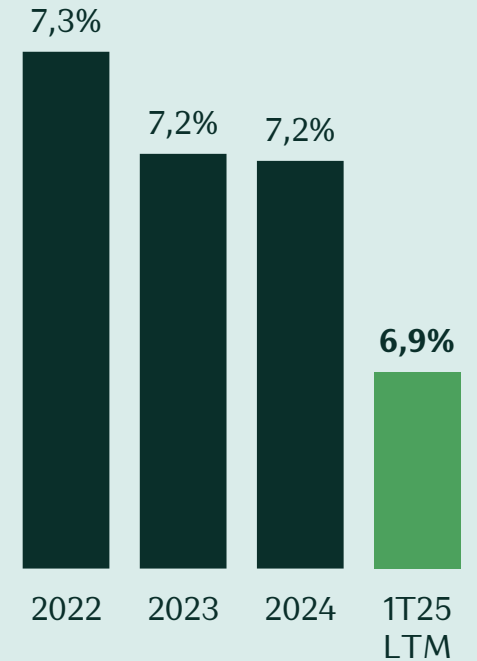
Margem Bruta

% da receita bruta



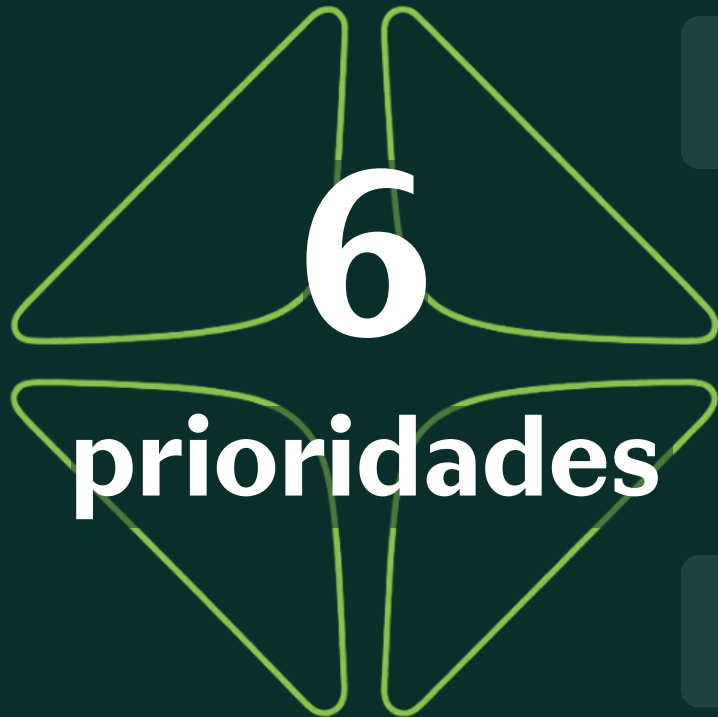
Mg. EBITDA Aj.

% da receita bruta





Definimos prioridades para a evolução da empresa



Obsessão pelo nosso cliente e pela nossa proposta de valor



Avanço incremental no território da saúde e bem-estar



Bom funcionamento da organização e eficiência



Aplicação de tecnologia e inteligência artificial



Cultura e fit cultural



Olhar atento para nossas pessoas



Mas o contexto nos fez criar um plano de recuperação de curto prazo em 3 pilares.

Proposta de valor para o cliente

- ✦ Aumento de **competitividade** e promocionalização
- ✦ Maior intensidade de ativação / **CRM**
- ✦ Atuação com a indústria em sortimento e em preço HPC em mktplaces
- ✦ Melhoria de **disponibilidade** de estoque
- ✦ Reforço de **atendimento** – Equipe em farmácia
- ✦ Redução de fricção na experiência em farmácia (TR)
- ✦ Evoluções em jornadas específicas app

Rentabilidade e criação de valor

- ✦ Maior **eficiência G&A**
- ✦ **Pricing** medicamentos On e Offline
- ✦ Sourcing de Genéricos
- ✦ Eficiência tributária, incluso CD GO
- ✦ Redução **Perdas**
- ✦ Otimização em dias de **estoque**
- ✦ Redução de ações trabalhistas
- ✦ Eficiência na compra de indiretos
- ✦ Eficiência no desenvolvimento de produtos digitais
- ✦ Melhorias nos resultados de investidas

Melhorias na Organização

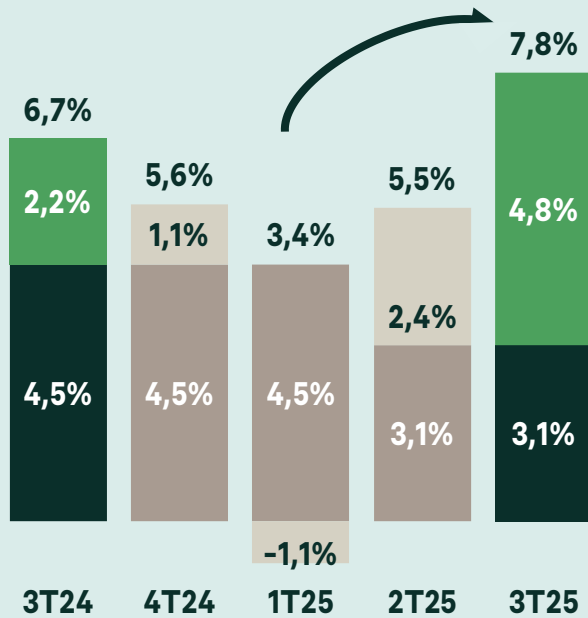
- ✦ Ajustes para uma **organização mais leve**, ágil e descomplicada
- ✦ Novo modelo de desenvolvimento de **produto digital**
- ✦ Nova estrutura em Tecnologia
- ✦ Evoluções no **EVP**
- ✦ Pacote de **benefícios** (farmácias e CDs)
- ✦ Avanço na centralidade no cliente (projeto pentágono)
- ✦ Avanço da **agenda de IA**



Nos 9M25, esses esforços devolveram solidez às vendas, reduziram G&A e ampliaram os ganhos de market share.

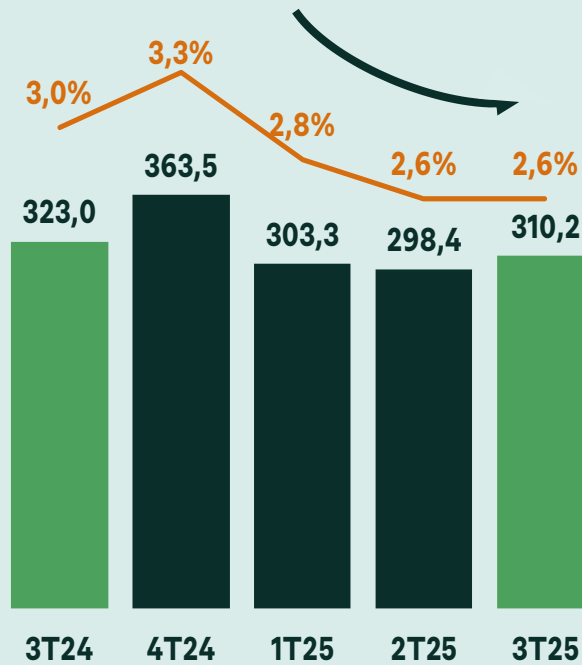
Cresc. lojas maduras

Variação a/a vs. a CMED do ano



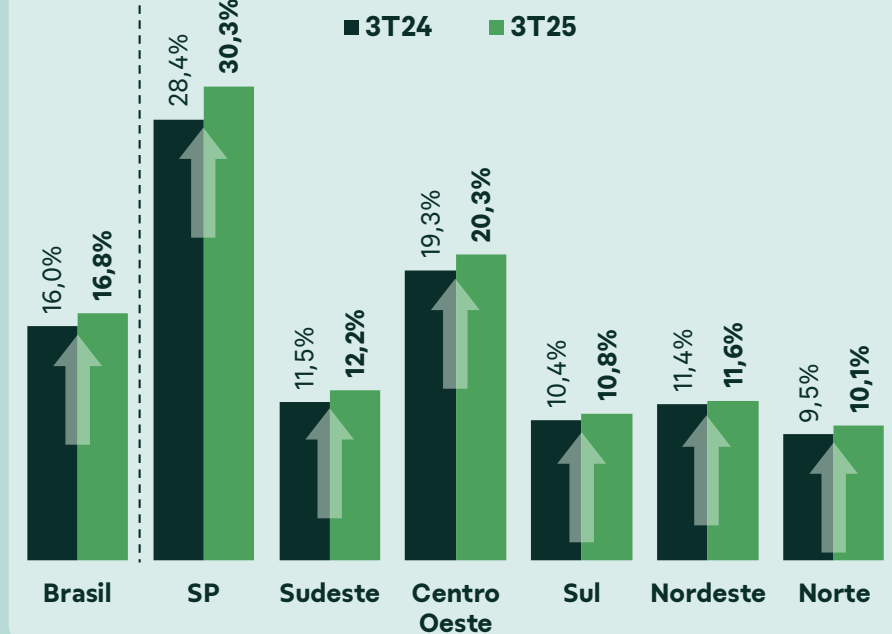
Despesas G&A

R\$ milhões, % da receita bruta



Participação de mercado

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



Fonte: IQVIA. Sudeste exclui SP.



Agora o foco e energia da equipe se voltam para o reforço de proposta de valor e moats.

Resgate da Performance e Eficiência

- ◆ Preço e competitividade
- ◆ Perfumaria
- ◆ Ênfase logística e abastecimento
- ◆ Perdas e cobertura de estoque
- ◆ Ajuste da estrutura (G&A)
- ◆ Otimização dos investimentos em iniciativas estratégicas
- ◆ Cultura e engajamento (EVP)

Reforço da Proposta de Valor e Moats

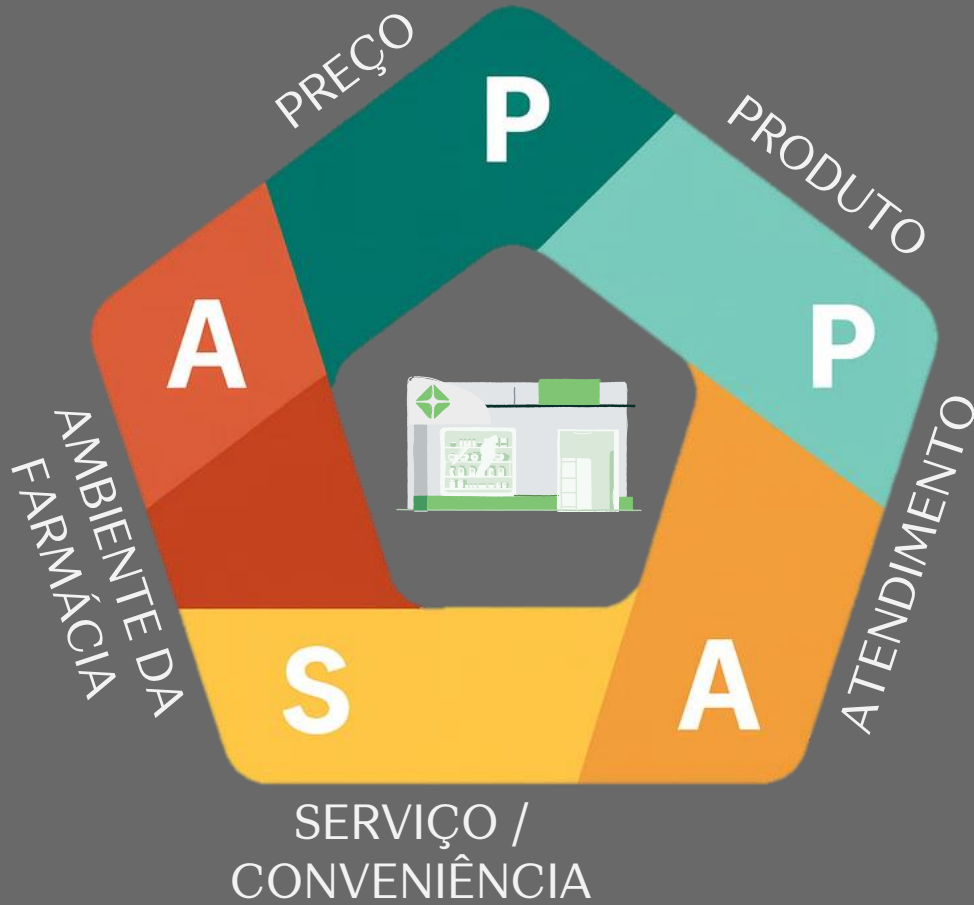
- ◆ Evoluir na proposta de valor para os clientes
- ◆ Evoluir ainda mais nas experiências digitais de farmácia
- ◆ Evoluir na cultura de eficiência
- ◆ Evoluir no uso de IA
- ◆ Avançar nas marcas próprias
- ◆ Acelerar valor das adjacências (Impulso e manipulados)
- ◆ Criar mais proximidade / Expansão



**Orgulhosos dos
resultados capturados,
mas sabendo que o
cliente, no centro da
nossa atuação,
nos vê por outro ângulo.**



Colocamos em evidência a forma como os clientes nos percebem e as necessidades específicas de cada grupo.



MARCELLO DE ZAGOTTIS

COO



Uma nova estrutura organizacional para uma eficiência diferenciada.

Operações RDsaúde

Clientes



51 MM
clientes ativos

11 MM
clientes omni

+13,5%
clientes fiéis

Atendimento



70 mil
colaboradores
+27 mil em 5 anos

429 MM
atendimentos LTM
+73% em 5 anos

NPS **91**
MSSS **+7,8%**
Share **16,8%**

Digital



Penetração digital
26,7%
a maior do Brasil

81% participação app

40%+ share digital

20+ MM
pedidos por tri

Comercial



Retomada da
COMPETITIVIDADE
na Perfumaria

Overshare
em GLP-1

Supply



Baixa dos estoques
-8 dias
vs. 3T24

-21%
redução ruptura loja

+2 CDs
contratados para 2026



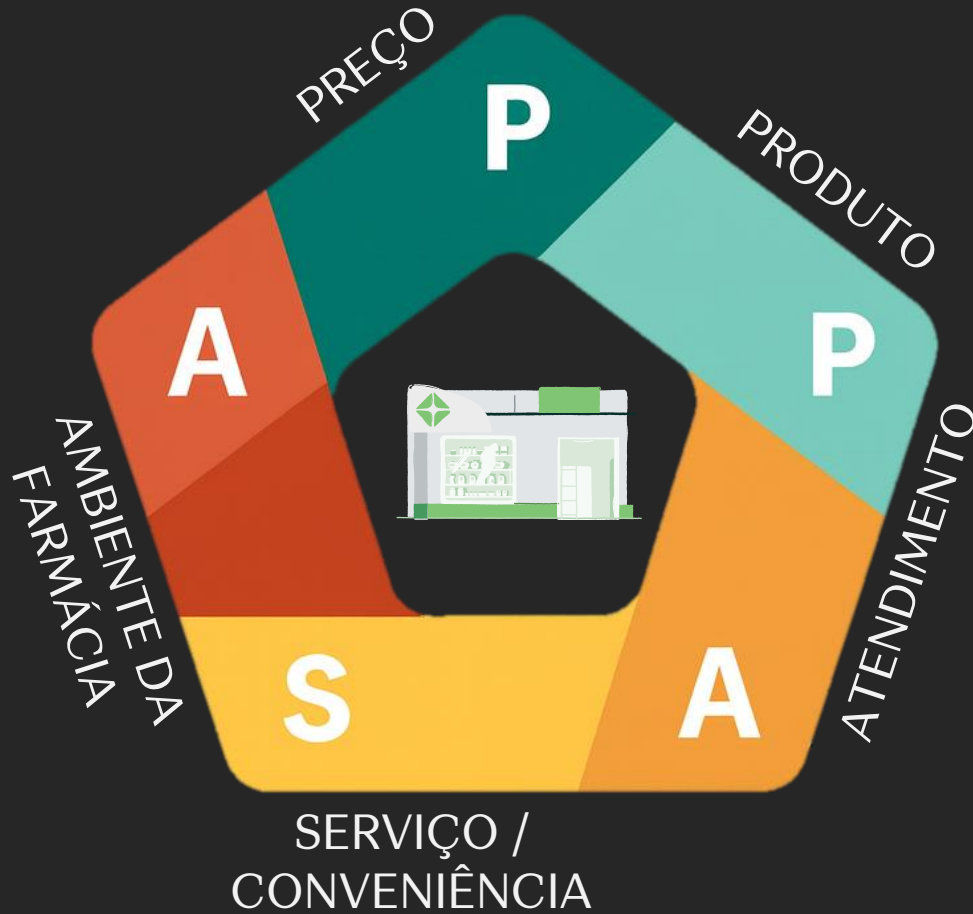
DANIEL CAMPOS

DIRETOR EXECUTIVO DE MARKETING E CLIENTES

EXECUTIVE DIRECTOR - MARKETING



Ouvimos e entendemos nossos clientes, evoluindo nossa ambição de entregar a melhor experiência.



Escuta ativa
dos nossos
clientes



Entendimento
dos dados e lógica
de perfilamento



Criamos uma agenda robusta de pesquisas qualitativas e quantitativas, trazendo a voz do cliente para o centro das discussões.

30+ pesquisas realizadas

226+ horas de escuta ativa

800+ clientes ouvidos

Personas
Pentágono

Concorrência

NPS
Temas Gerais

Q1

Persona A

Beleza

Concorrente A

Concorrente B

Vínculo A

UNIVERS

Q2

Persona B

Vida Saudável

Concorrente C

Concorrente D

Clube Raia

Stix

Q3

Persona C

Concorrente E

Concorrente F

Desconto

Revista Sorria

Q4

Persona D

Higiene

Concorrente G

Concorrente H

Marcas Próprias

Clube RD

Formatos

Concorrência Geral

NPS



Estamos em constante evolução na forma de conhecer e interpretar os diferentes perfis de clientes.



+51 MM
clientes ativos

Base crescente e qualificada, com oportunidades únicas de segmentação



Perfis

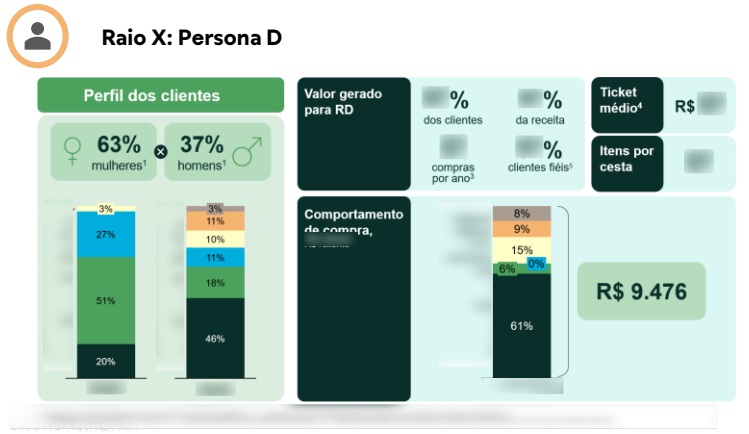
Caracterizam nossos principais grupos de clientes



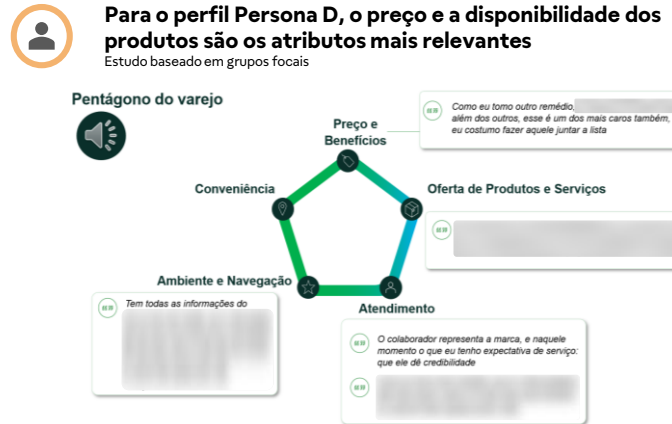


Para cada persona, uma jornada exclusiva e personalizada, com experiência e proposta de valor aderente às suas necessidades.

Exemplo: Persona D



Raio X do cliente com base em **dados quantitativos**.





Escuta ativa dos clientes para identificar dores e oportunidades.



Construção **jornada omni integrada**: a melhor oferta, no melhor canal, com benefícios e fidelização.

Nos aprofundamos nas **personas**, ativando **perfis** e **vínculos** de engajamento, maximizando o **LTV** nos diferentes públicos.

Visão trimestral (out/25)		RBV (a/a)	Clientes (a/a)	Gasto Médio (Total = base 100)
Perfis Estratégicos	Perfil A	+20,4%	+9,6%	182
	Perfil B	+16,0%	+8,0%	295
	Perfil C	+20,5%	+9,4%	261
	Perfil D	+20,6%	+14,9%	316

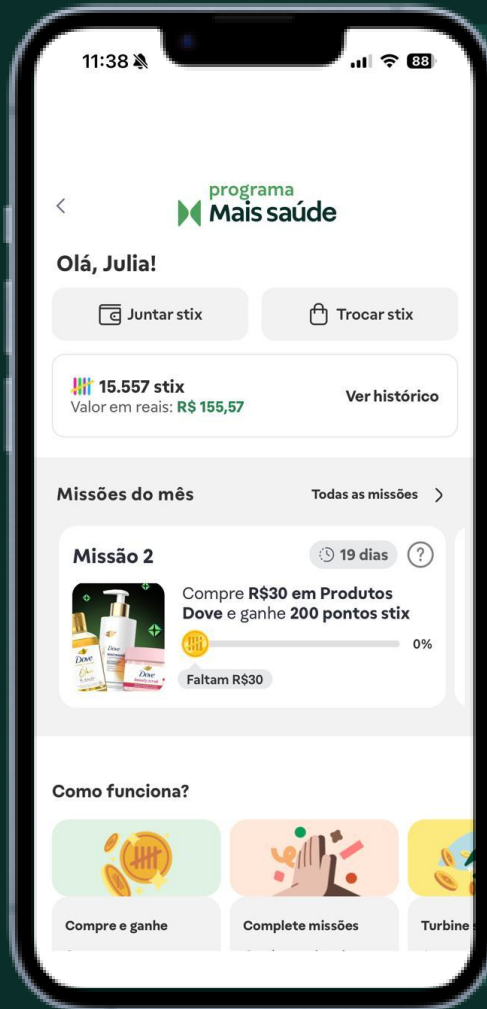
Vínculos de Engajamento	Vínculo A	+20,9%	+12,3%	230
	Vínculo B	+26,0%	+29,1%	118
	Vínculo C	+50,8%	+21,7%	209
	 stix	+37,2%	+33,4%	181
	Vínculo D	+19,4%	+8,0%	253
	Vínculo E	+14,5%	-14,8%	261
	 App	+46,0%	+28,9%	199

Total			+8,1% (31 MM)	100
Fiel		+21,5%	+13,5% (8 MM)	282



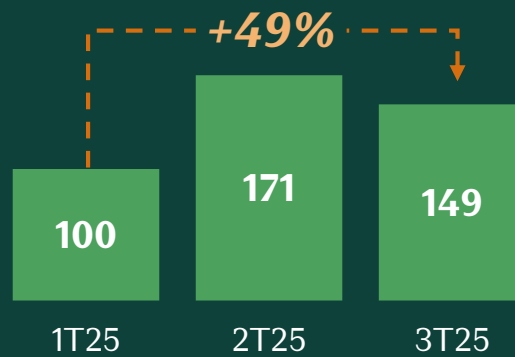
Com a evolução dos produtos de fidelização, com destaque para Stix, alavancamos resultados e oferecemos experiências mais valiosas.

Missões 2.0



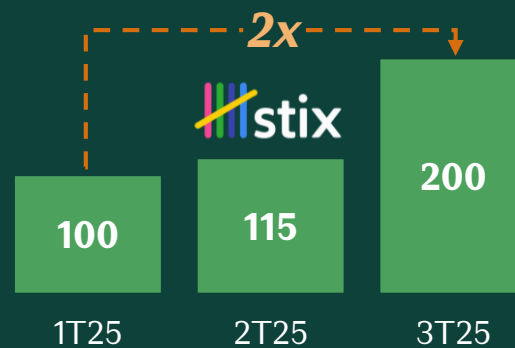
Ativação das Missões

clientes (base 100)

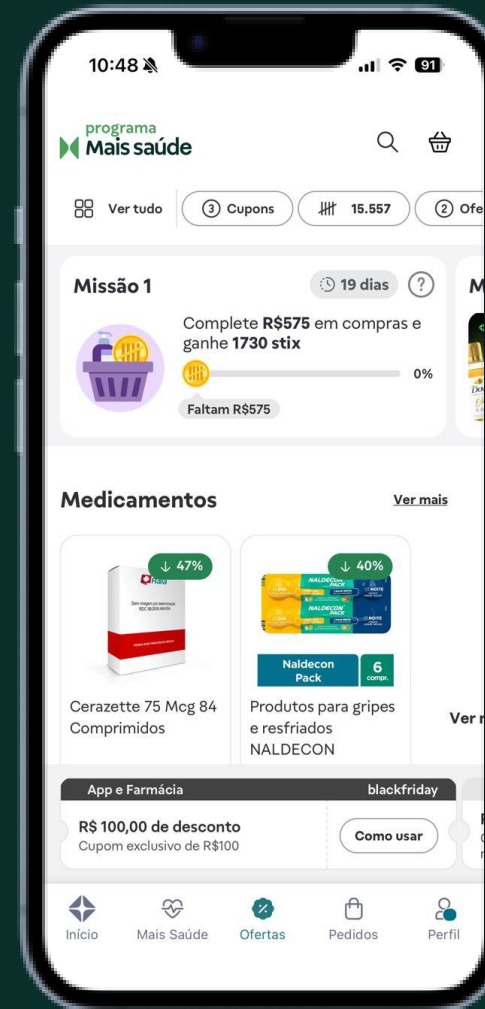


Resgate PagStix no caixa

Receita (base 100)



Central de Benefícios

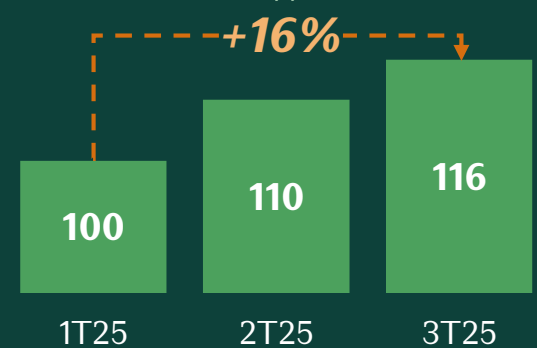


Evolução UX

- ◆ Curadoria dos descontos
- ◆ Ativação de Missões
- ◆ Ativação de Cupom
- ◆ Maior visibilidade dos benefícios

Consulta de benefícios

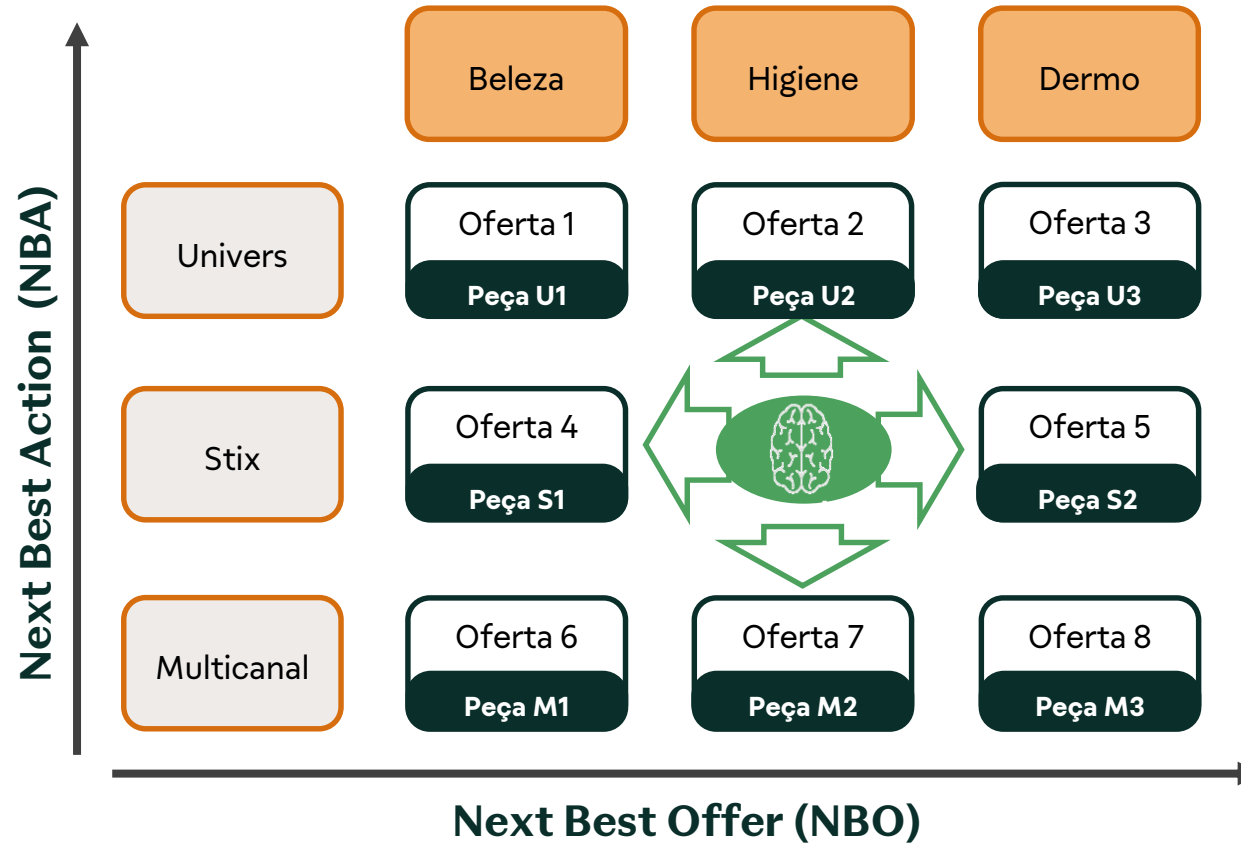
Acessos no app (base 100)





Aceleramos a hiperpersonalização em escala por meio de GenAI para entregar experiências cada vez mais relevantes.

Automatização de peças personalizadas conectando comportamentos, preferências e jornadas



Impacto esperado:

- ◆ Produção de campanhas **personalizadas em escala**
- ◆ Maior **relevância e engajamento** nas comunicações
- ◆ Sinergia entre inteligência **preditiva e criativa** (NBO + NBA)
- ◆ Incremento de **conversão e valor** por cliente



Aplicação nos diferentes canais de comunicação



Estratégia de comunicação do calendário 2025 uniu atuação regional e força nacional, capturando resultados concretos.

Calendário de Comunicação 2025, Bandeiras

1T25

2T25

3T25

4T25

Nacional

CAMPAÑA VACINA DA GRIPE



PROMOÇÃO ANIVERSÁRIO



BLACK FRIDAY



Regional

DIA DAS MÃES

DIA DOS NAMORADOS

SÃO JOÃO



SEM CLIENTE

FARRUPILHA



SEM INFANTIL

CÍRIO DE NAZARÉ



121 MM de pessoas impactadas 20+ vezes

140+ influenciadores ativados

17 novos formatos ativados

+9 pp em preferência Drogasil

+7 pp em compra recente Raia

+13,5% de clientes fieis a/a

24x ao ano, média de compras do cliente fiel

+33% clientes Stix

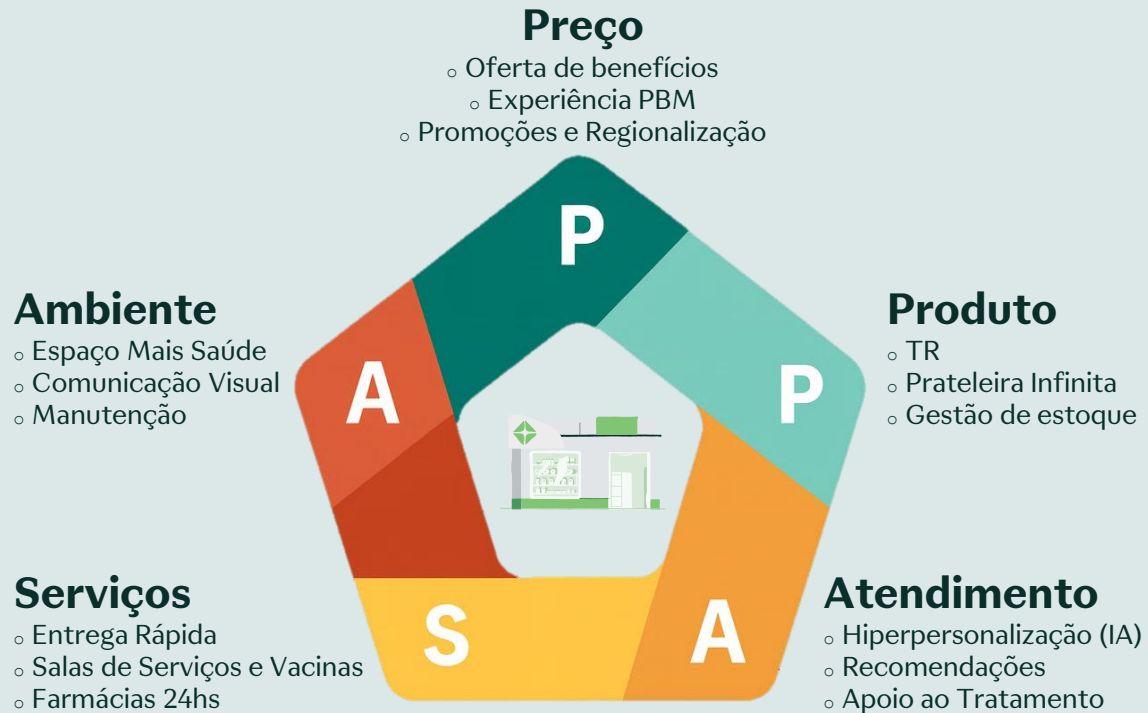
MELISSA CABRAL

VP OPERAÇÕES DE FARMÁCIA

VP - PHARMACIES



Construímos nossa proposta de valor a partir do olhar dos clientes, tendo o atendimento como principal diferencial.

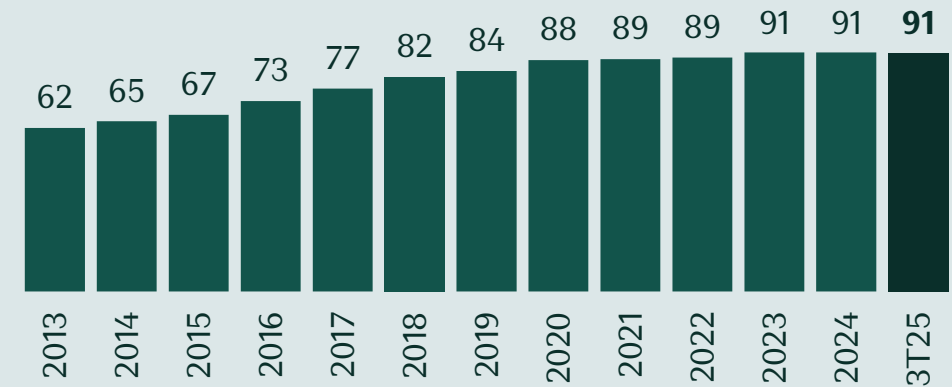


NPS
91
Farmácias

Destaques

- ◆ Cordialidade dos profissionais
- ◆ Localização e fácil acesso
- ◆ Expertise no atendimento

Evolução NPS

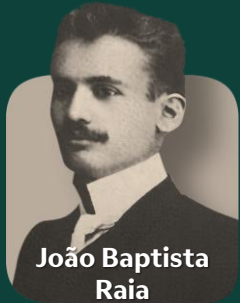




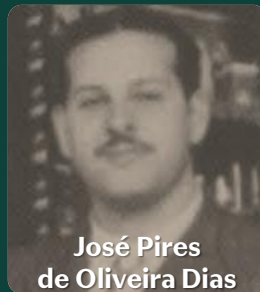
Construímos nossa proposta de valor a partir do olhar dos clientes, tendo o atendimento como principal diferencial.

Cultura centenária

- Crença nas nossas pessoas
- Cordialidade, vínculo emocional e cuidado
- Farmacêuticos como agentes de saúde da comunidade



João Baptista Raia



José Pires de Oliveira Dias

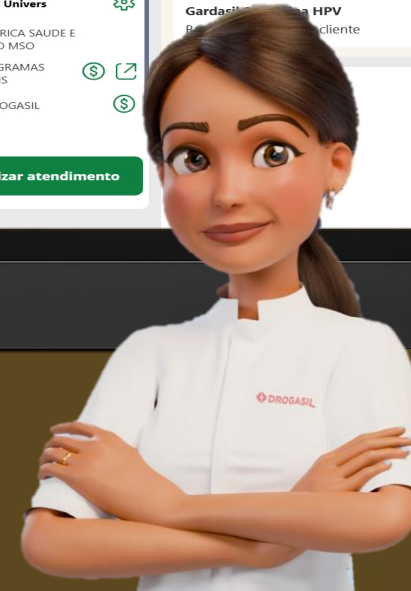
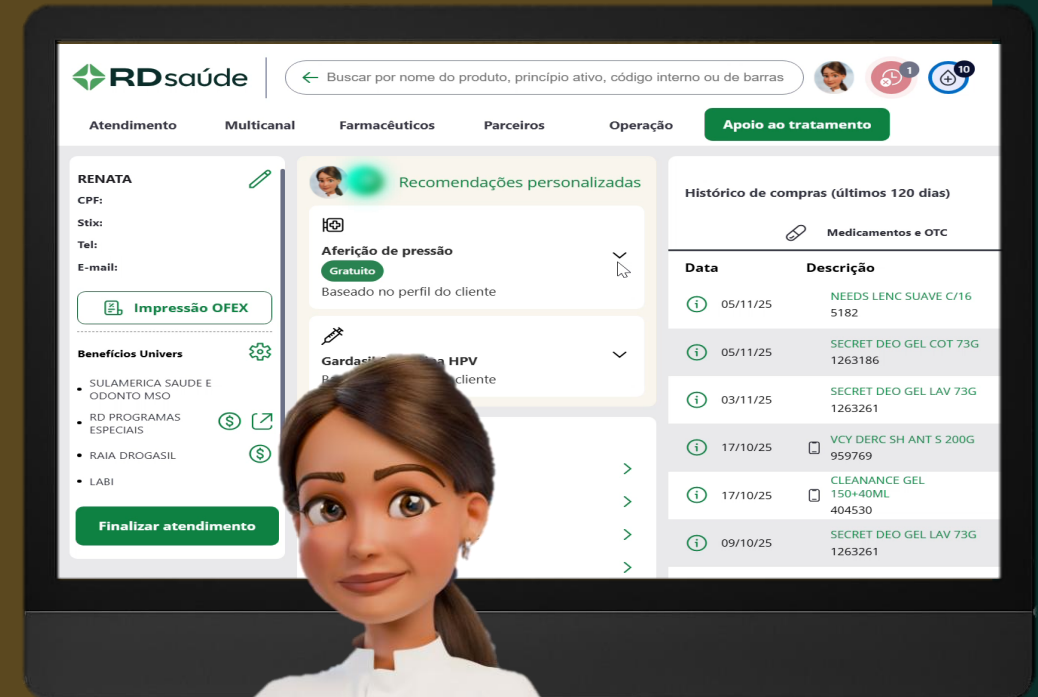
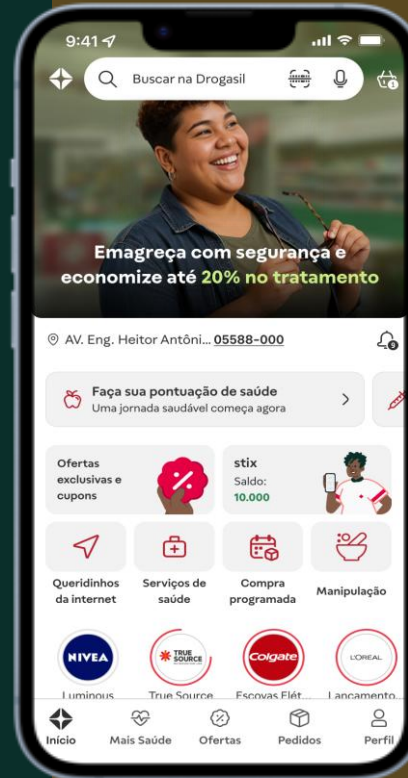


Profissionais da Drogasil SP Cidade Jardim 1

Evolução constante do ferramental de apoio

Terminal de Relacionamento (TR)

Digitalização



MIA (Minha IA)
Assistente virtual para atendimento personalizado



Pessoas felizes e desenvolvidas são a principal fortaleza do *Employee Value Proposition* (EVP), nosso diferencial em atendimento e eficiência.



Carreira e Desenvolvimento

100% da liderança de OPF vem de dentro.

10 Diretores Regionais

Tempo de casa 24 anos

140 Gerentes Regionais

Tempo de casa 19 anos

3.500 Gerentes

Tempo de casa 10 anos

Novos Cargos

Gerente II e Farma II

Formação e desenvolvimento

- 8,2 mil promoções
- 4+ MM horas de treinamento
- 53+ mil funcionários treinados
- Graduação em Farmácia

Jornada de trabalho

Saúde e eficiência são nossos compromissos.

Operação

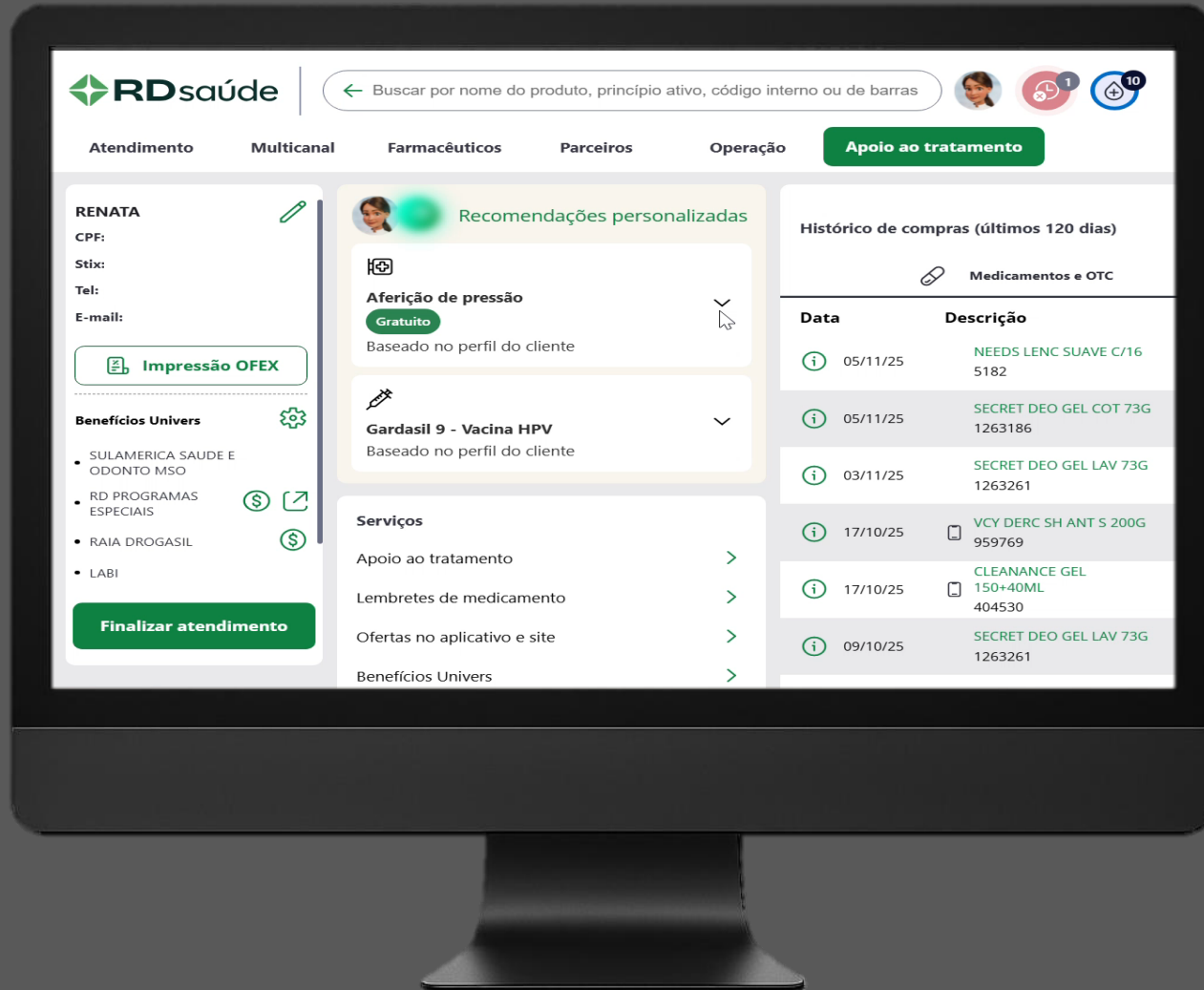
- Aumento de quadro por loja
- Nova escala 5x2
- Insalubridade em funções específicas

Simplificação de mais de 70 processos

- Fluxo PBM
- Ativação Univers
- Farmácia Popular
- MIA – Assistente com IA
- Impressão de etiquetas
- Conferência de estoques



Em paralelo, implantamos o novo sistema de atendimento (TR), empoderando o time para um relacionamento personalizado e eficiente.



Hiperpersonalização

- Dados e métricas relevantes
- Respeito à LGPD



Recomendações

- Redesenho da jornada de busca em perfumaria
- Pedido habilitado na farmácia (prateleira infinita)



Omnicanalidade

- Balcão conectado ao app e website
- Visão do “carrinho abandonado” no digital



Atendimento Consultivo

- 55% das consultas durante o atendimento
- 45% voltadas para procedimentos internos
- 2,3 milhões de interações no chat



Em paralelo, implantamos o novo sistema de atendimento (TR), empoderando o time para um relacionamento personalizado e eficiente.

Área de Busca de Produto

Resultados de Busca: SUCCINATO DE SUMATRIPTANA | 100 MG

☐ Com estoque ☐ Genérico ☐ Referência ☐ Similar |

	Código	Descrição	Laboratório	Categoria	QTD	PMC	Menor \$	Valor uni.	
Embalagem: 6 COMPRIMIDOS									
	845584	SUMAX 100MG 6'S	LIBBS - VAR/MG	RX - LETRA (R) A...	0	R\$ 119,36	R\$ 89,52	R\$ 14,92	
Embalagem: 2 COMPRIMIDOS									
	93005	SUMAX 100MG 2'S	LIBBS - VAR/MG	RX - LETRA (R) A...	0	R\$ 59,75	R\$ 44,81	R\$ 22,41	
	93386	IMIGRAN 100MG 2'S	GSK - REPOSICAO	RX - LETRA (I) ATE ...	0	R\$ 127,96	R\$ 95,97	R\$ 47,99	
	9346	SUTRIPTAN 100MG 2'S	BIOLAB GENERICOS - P...	RX - LETRA (R) ATE...	0	R\$ 63,43	R\$ 47,57	R\$ 23,79	
Embalagem: 6 COMPRIMIDOS REVESTIDOS									
	1170931	SUMATRIPTAN 100MG BLG 6'S	BIOLAB GENERICOS - P...	GENERICOS	1	R\$ 145,32	R\$ 91,55	R\$ 15,26	
Embalagem: 2 COMPRIMIDOS REVESTIDOS									
	43906	SUMATRIPTAN 100MG ACG 2'S	BIOLAB GENERICOS - P...	GENERICOS	2	R\$ 56,46	R\$ 35,57	R\$ 17,79	

- Aba 'Orientação' estilizada para consulta no balcão
- Integração a sistema de validação com IA

- Sugestões complementares para cada cesta de compras
- Integração de dados únicos do cliente

Próximos passos: incrementar recomendações

RDsaúde

busca por nome, princípio ativo, código EAN ou SKU

Atendimento Multicanal Farmacêuticos Parceiros Operação Apoio ao tratamento

Adalberto Carlos d...
CPF: 066.666.333-99
Stix: 10.000 pontos
Tel: (11) 9 99998-3333
E-mail: clara.maria@rd.com.br

Impressão ofex

Benefícios Universais
• Raia Drogasil
• Sul América
• Clube do bode
• OAB

Finalizar atendimento

Recomendações personalizadas pela MIA - Minha Assistente Virtual

O aniversário é hoje!
O aniversário de Adalberto é hoje, dia 20/12. Dê os parabéns!

Apoio ao tratamento
O cliente tem potencial para entrar na Jornada de Hipertensão para receber acompanhamento.

Serviços recomendados 3

Benefícios exclusivos para o cliente

Produtos que costuma comprar

LuftaGastro Sachê Líquido Alginato de Sód...
Ver produto

Vitamina D Doss Colecalciferol 50.000UI...
Ver produto

Rinosoro 9,0mg/ml Descongestionante Spr...
Ver produto

Cupons de Desconto 1 ativo

Pontos STIX R\$ 100 em pontos 6 missões ativas

Atalhos rápidos
Apoio ao tratamento
Consentimento LGPD
Lembretes de medicamento
Ofertas no aplicativo

Histórico de compras (últimos 120 dias)
Buscar por data, descrição, benefício ou PBM

Medicamentos e OTC Perfumaria

Data	Descrição	Valor	Estoque
04/11/25	LEVOTIROX 50 MKG 30S 43736	R\$ 9,70	55
02/11/25	NEX MICROP BG 25X1,35M 26271	R\$ 8,92	5

- Pontuações Stix e Livelo
- Lembretes de recompra



Com uma estratégia de saúde baseada em atenção primária, fortalecemos a conexão com os clientes e alcançamos NPS 93 nos serviços em loja.

Explorar oportunidades na atenção primária

Serviços Farma

- Vacinas
- Aplicação de injetáveis
- EACs e Testes (ex.: glicemia)
- Orientação para casos agudos

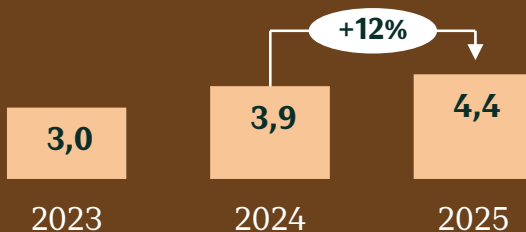
Apoio ao cuidado

- Adesão ao tratamento
- Apoio ao tratamento
- Carteirização
- Dose Certa (SafePill)
- Programas e jornadas de cliente

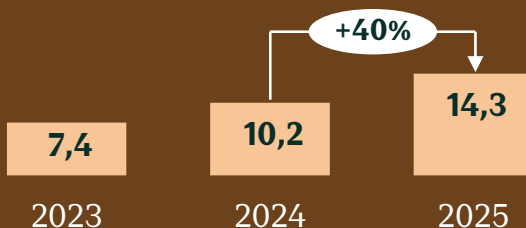
Gestão de saúde

- Univers e Healthbit: reduzir agravamento e sinistralidade em grupos de alto custo.

Atendimentos em serviços Milhões, ex-serviços grátis

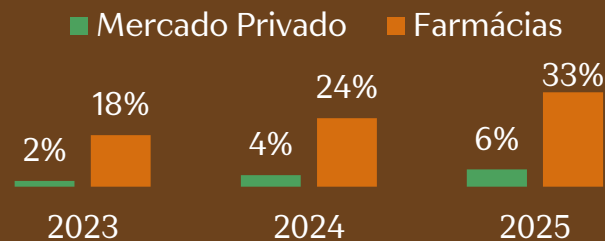


Cadastros: apoio ao tratamento Milhões



Cientes Fiéis	Gasto Médio (Base 100 = RD)	Frequência (set/25 YTD)	Fiéis
RD Geral	100	3,6	25%
Vínc. saúde	255	7,5	54%
Vacinas	446	9,7	73%

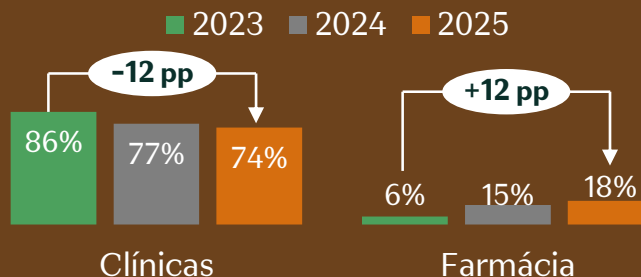
Market Share RD Saúde IQVIA, Doses aplicadas, ago/25 YTD



Vacinação além da gripe

Participação RBVS	2023	2024	2025
% Vacina Gripe	45%	16%	15%
% Demais Vacinas	55%	84%	85%

Market Share Vacinas (Privado) IQVIA, Doses aplicadas, ago/25 YTD



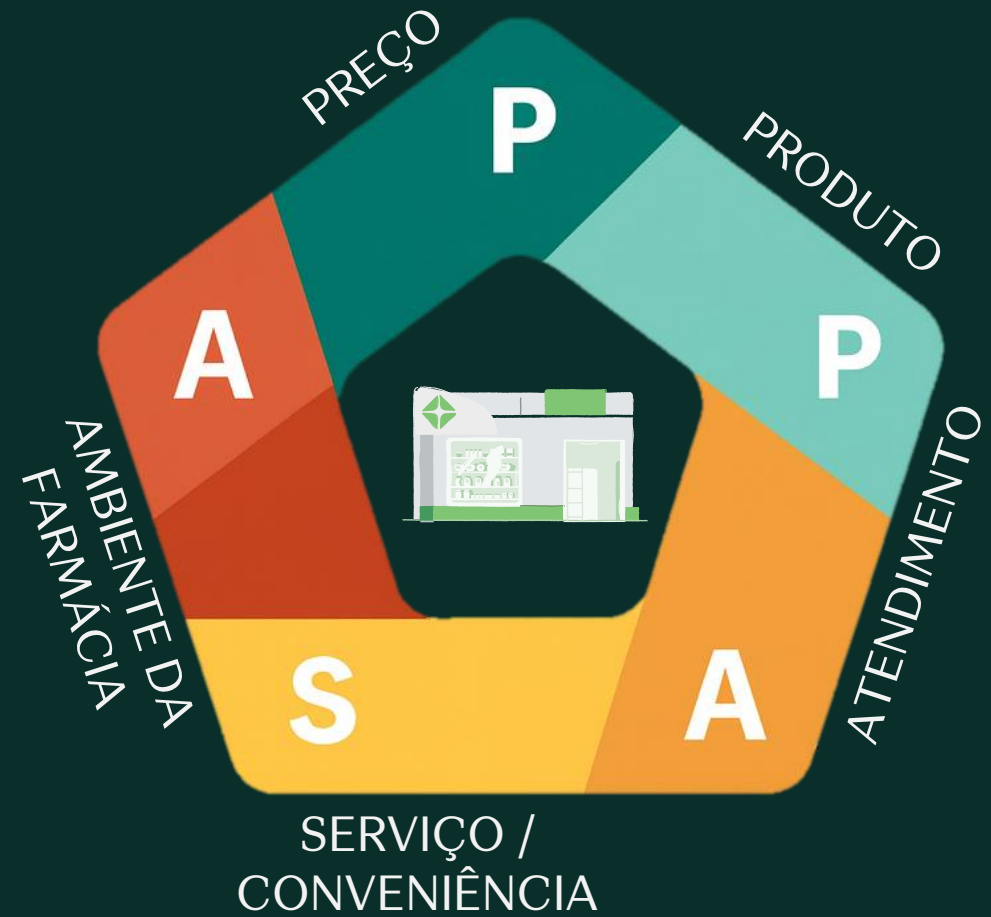
DIEGO KILIAN

DIRETOR MULTICANAL

DIRECTOR - OMNICHANNEL



O e-commerce objetiva entregar a melhor experiência, refletindo o NPS do físico...



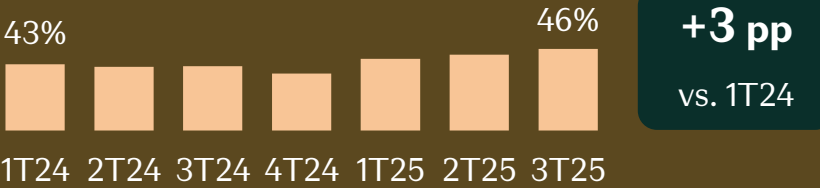


Clientes digitalizados e engajados impulsionam nossos resultados.

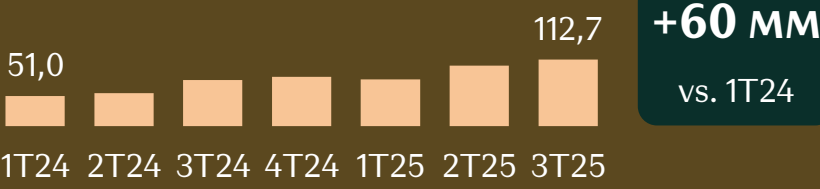
Elevamos o patamar de soluções no Multicanal

	 Cliente RD	 Cliente Multicanal	 Variação vs. total
Gasto Médio cliente pontual (R\$, base 100)	100	220	+120%
Frequência cliente pontual (por ano)	2,9x	3,2x	+10%
Gasto Médio clientes fiéis (R\$, base 100)	100	127	+27%
Frequência clientes fiéis (por ano)	7,2x	8,9x	+23%

Market share digital CPP, IQVIA



Acessos Milhões



MAU – Monthly Active Users Milhões

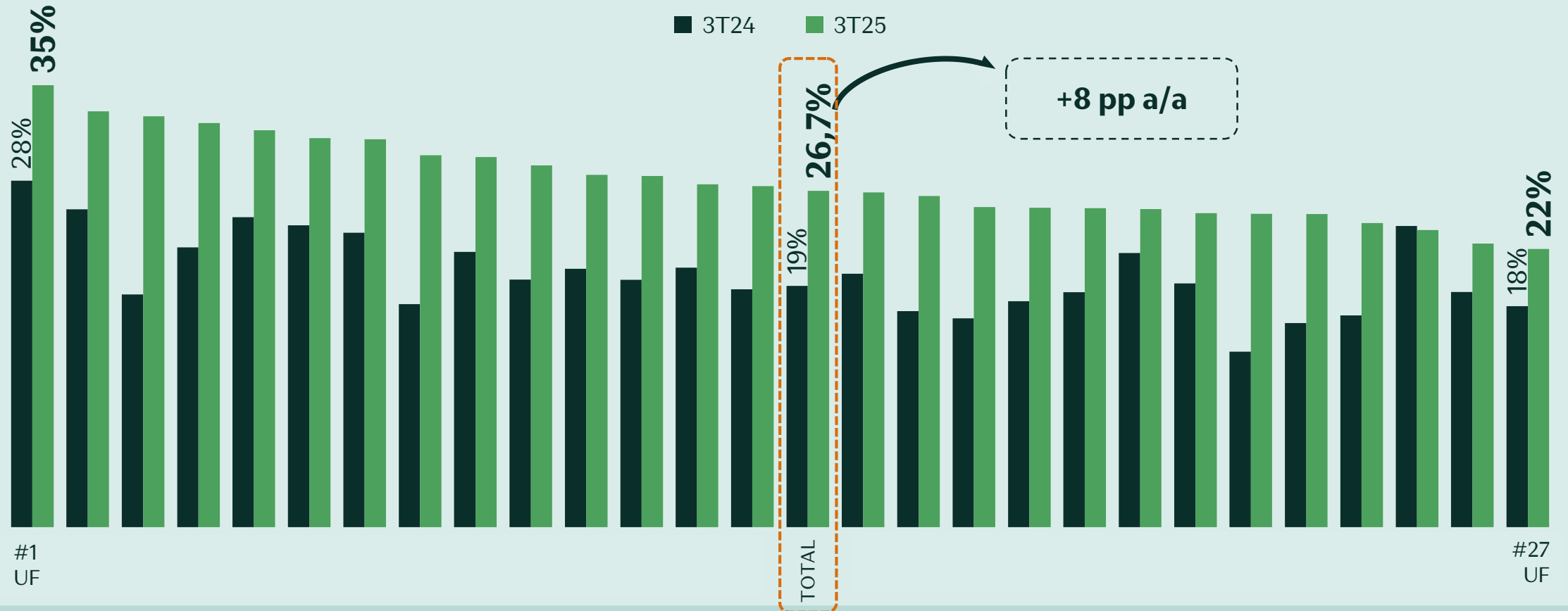




A digitalização fortaleceu a relação e aumentou a frequência dos clientes, reforçado pelo engajamento da experiência da farmácia.

Penetração digital por capitais % da receita bruta

■ 3T24 ■ 3T25





Aprimoramos continuamente a experiência de compra, desenvolvendo novas *features* para apoiar o cliente em sua jornada.

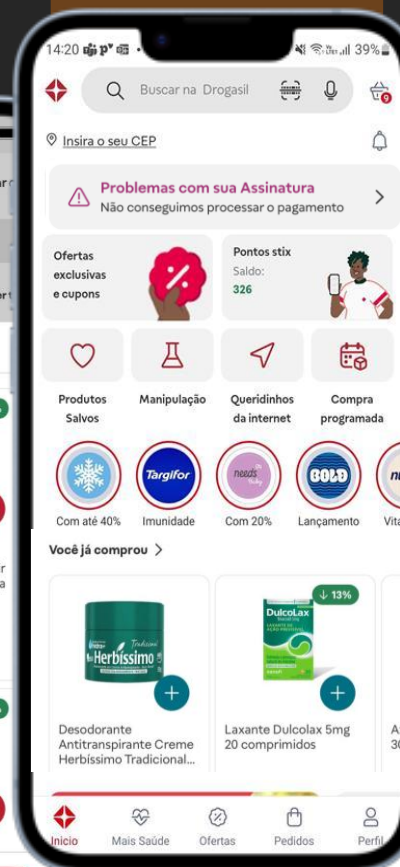
Cesta automática
no envio de receita



Aba manipulação
nos apps



Atalhos e vitrine
personalizados



Melhorias no
cadastro PBM

Calculadora de
tratamento

Mecânica compre
novamente

Compre e ganhe,
incentivos LMPM



Preparamos o app para entregar a melhor navegação no momento mais promocional do ano.

Home Black Friday 2025



Banner segmentável
(por variáveis de cliente)

Vitrines com as melhores ofertas



Teasers 20 a 31/10



Black Friday 2025

Esquentão 01 a 25/11



Black Friday 26 a 30/11



Cyber Week 01 a 06/12



Esses produtos também!

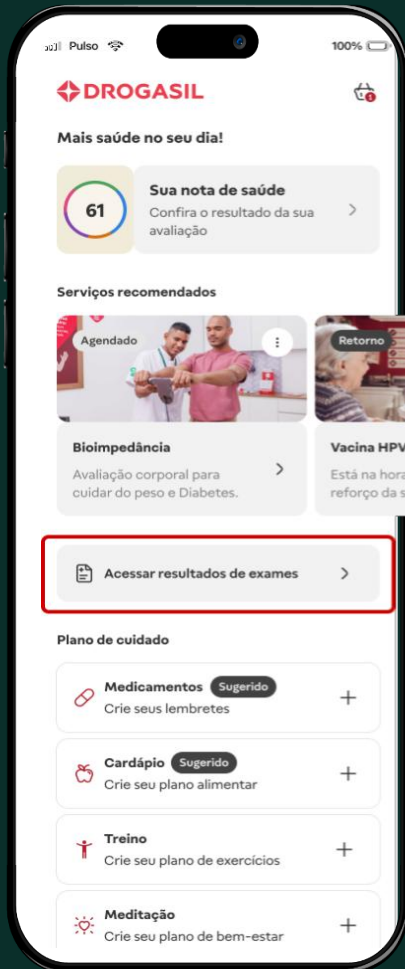


needs





Avançamos na agenda de saúde no digital, ampliando o cardápio das ofertas de serviços e produtos para os clientes.

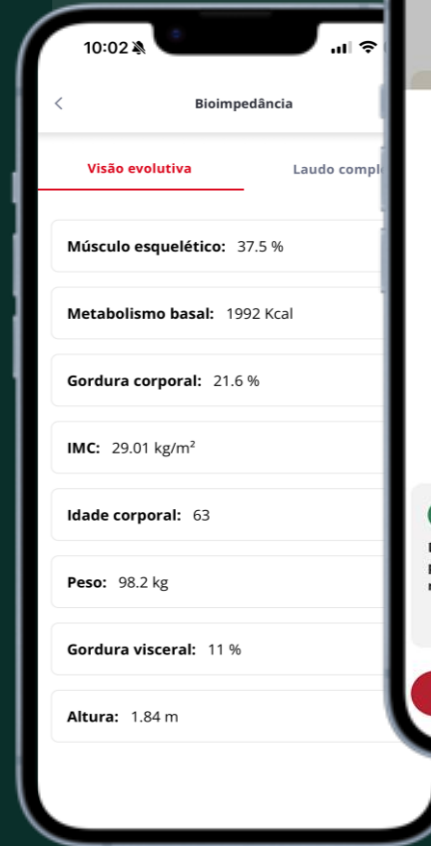


Personalização otimizada pelo perfil de saúde dos clientes

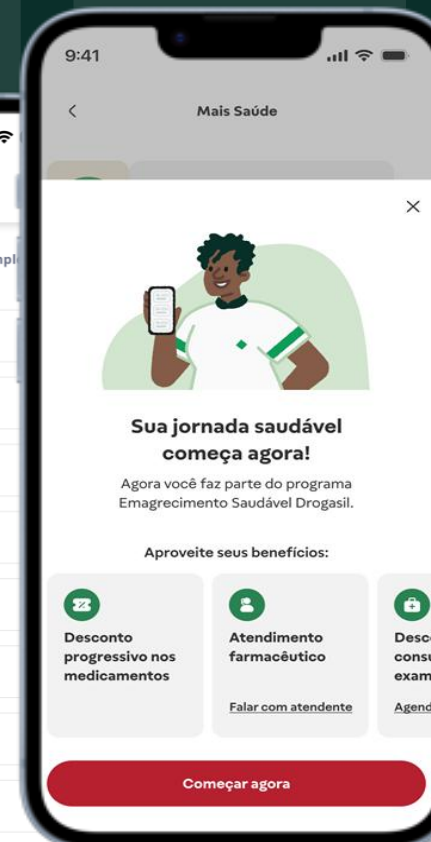
Lembretes para uso de medicamento

Programas de exercícios físicos

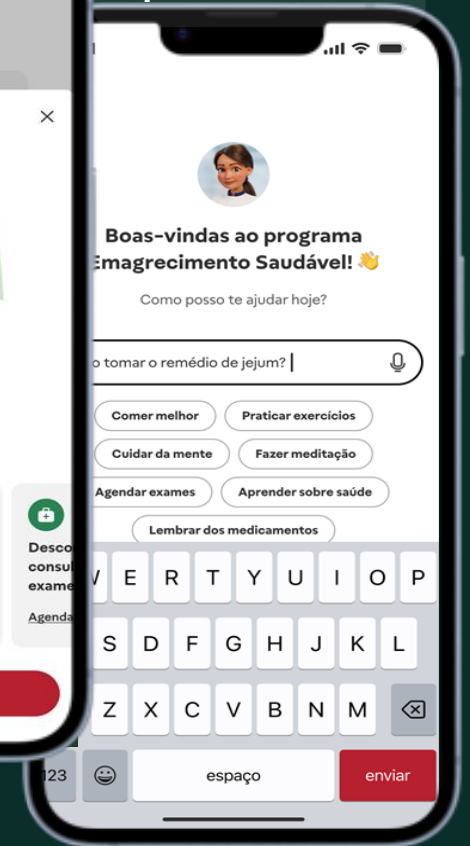
Resultados disponíveis na Aba Mais Saúde



Jornadas de saúde e bem-estar

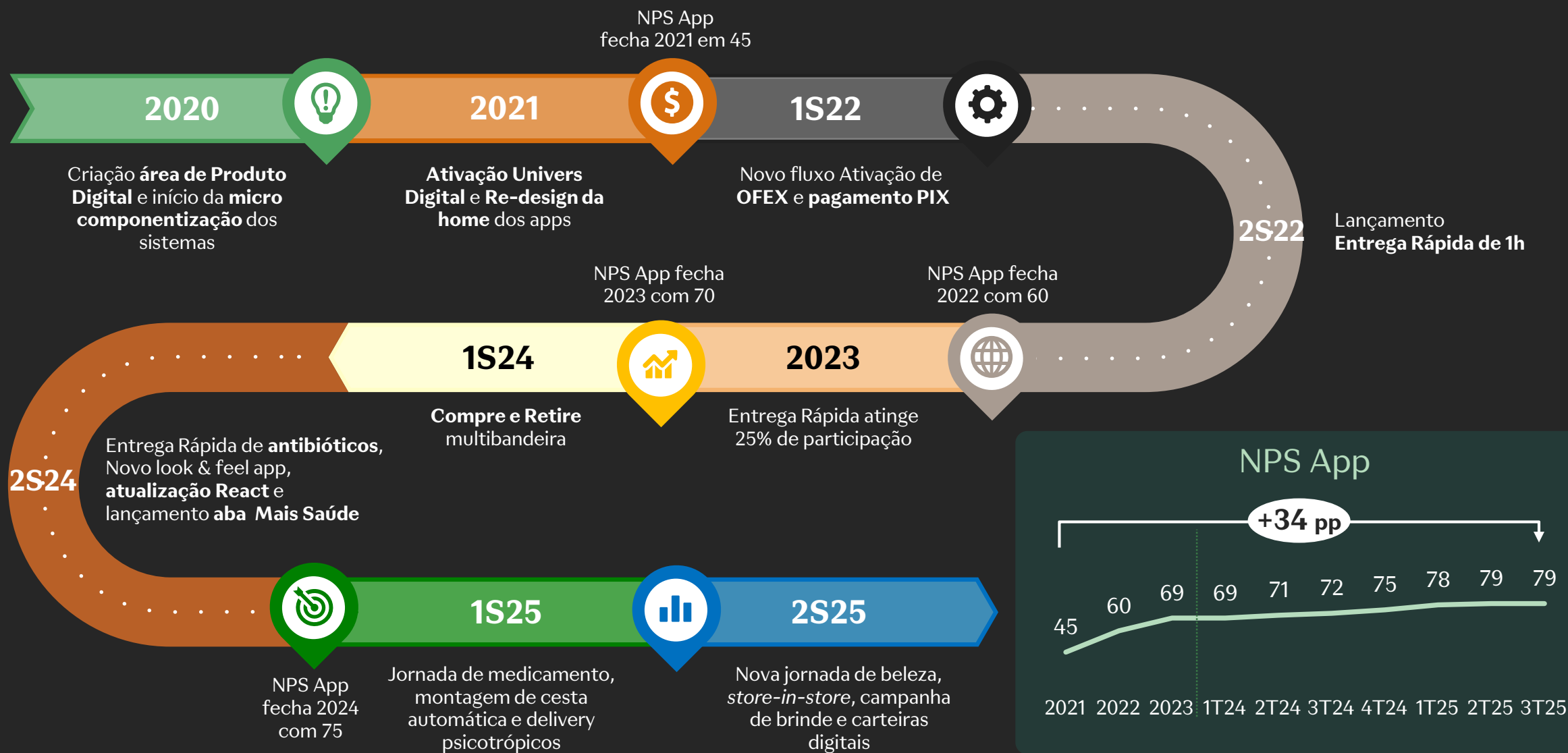


Programas específicos voltados para o cuidado





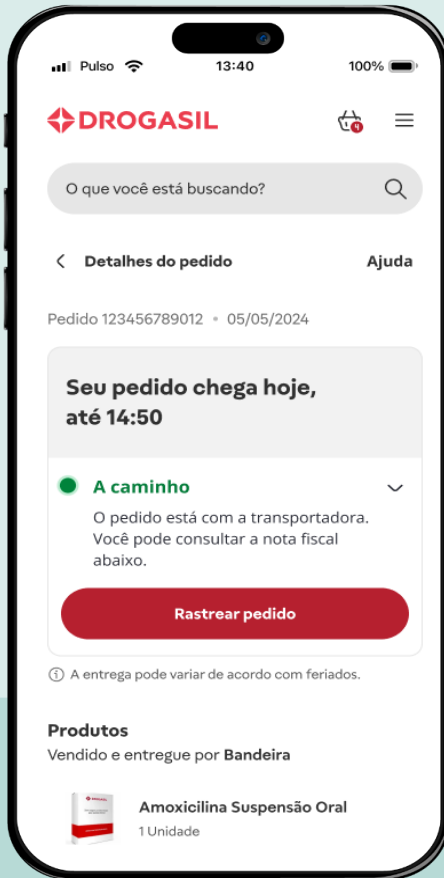
Evoluímos a experiência de compra nos apps, fechando a lacuna frente aos líderes digitais e fortalecendo nossa diferenciação no canal farma.





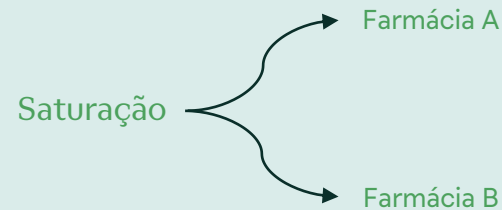
Evoluímos na experiência e eficiência do last-mile.

Live tracking em constante evolução



Alocação inteligente de pedidos

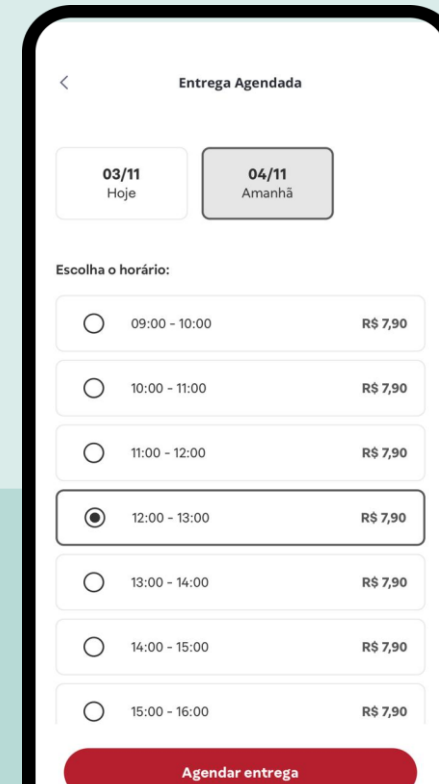
Algoritmos de alocação de pedidos por farmácia equilibram capacidade operacional e velocidade de entrega.



Redução de ~1 pp em cancelamentos decorrentes de ruptura.

Entrega Agendada de pedidos

Entrega Agendada disponível em todas as regiões com Entrega Rápida.



Locker nas farmácias para Compre e Retire








Piloto com lockers, permitindo a retirada dos pedidos de forma rápida e autônoma.



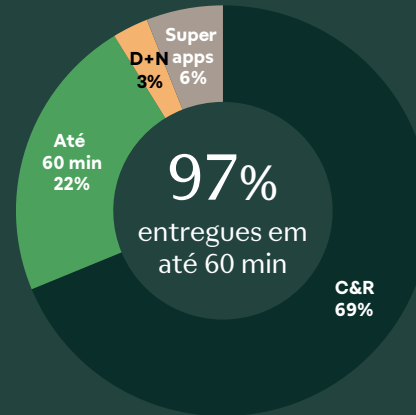


Complementamos o app com um portfólio diversificado de entrega, contribuindo para a evolução do NPS digital.

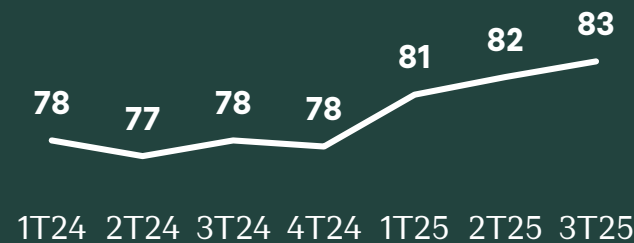
Catálogo serviços de delivery

-  **ENTREGA RÁPIDA 1H**
Nossa principal oferta
-  **ENTREGA RÁPIDA 2H**
Cidades com maiores desafios
-  **ENTREGA AGENDADA**
NOVIDADE
-  **ENTREGA D+1**
Uma alternativa a mais para o cliente
-  **ENTREGA D+N**
Com origem do CD (itens exclusivos)
-  **ENTREGA NA VIZINHANÇA**
Oferta feita pelas farmácias
-  **COMPRE & RETIRE**
Em todas as 3,5 mil farmácias

Mix entregas % da receita digital, 3T25



NPS Delivery e C&R



Indicadores 3T25

94% dos pedidos entrega rápida feitos no prazo

95% das entregas com a cesta completa

39 min prazo médio da entrega rápida

8,1 nota de avaliação no Reclame Aqui

94% índice de satisfação no SAC

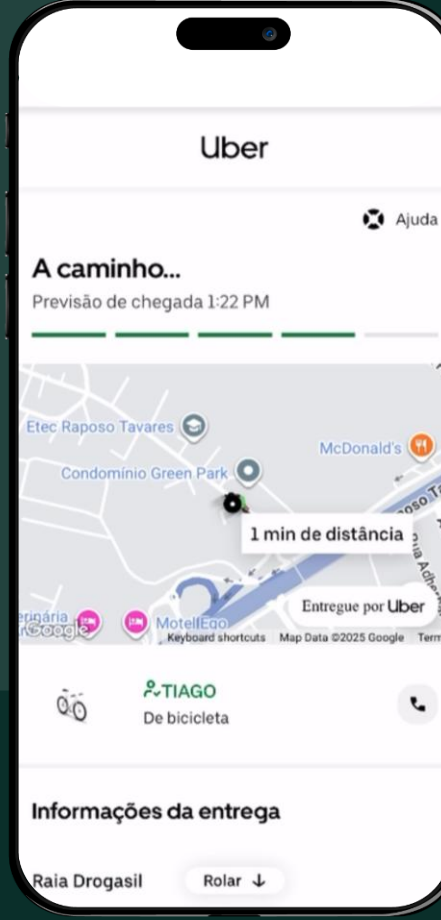
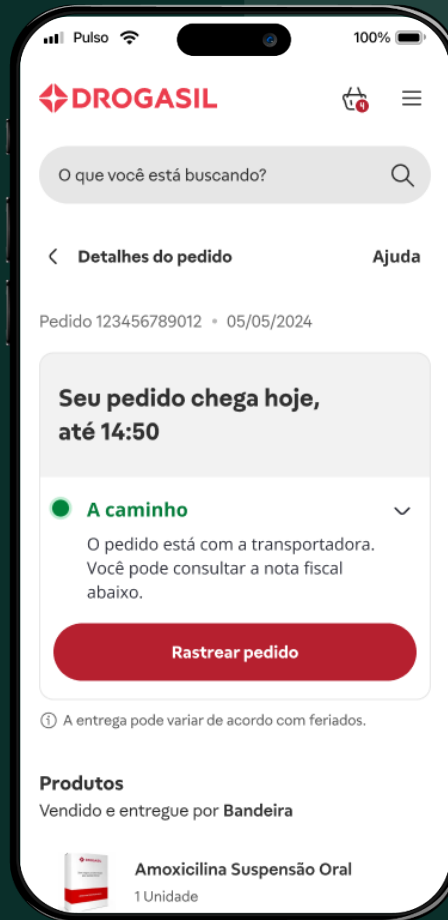


Na jornada de pós-venda, evoluímos o acompanhamento e a comunicação, migrando mensagens transacionais para WhatsApp e aprimorando o chatbot.

Régua transacional no WhatsApp



Inclusão link de rastreio nos apps e sites



Destaques

-2 pp de *contact rate* no SAC apesar do aumento de +82% na quantidade de pedidos (vs 4T23)

73% de retenção do chatbot no 3T25 (vs 4T23)

Q&A

COFFEE BREAK

JULIANA LOPES

VP COMERCIAL

VP - COMMERCIAL & PRIVATE LABEL



Retomamos o crescimento em Perfumaria com foco na proposta de valor e aproximação ainda maior com a indústria.

MELHORIAS NA PROPOSTA DE VALOR COM IMPACTO IMEDIATO



Preço

- ◆ Resgate da **competitividade digital** em itens-chave
- ◆ Maior **intensidade promocional** físico + digital
- ◆ Parceria com a indústria para **gestão de canais**



Produto



Atendimento



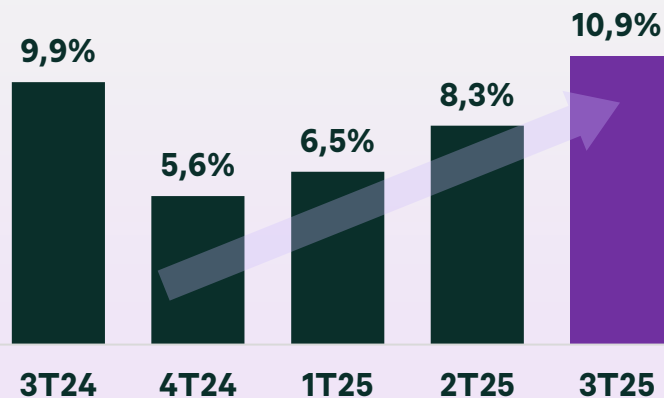
Serviço e
conveniência



Ambiente

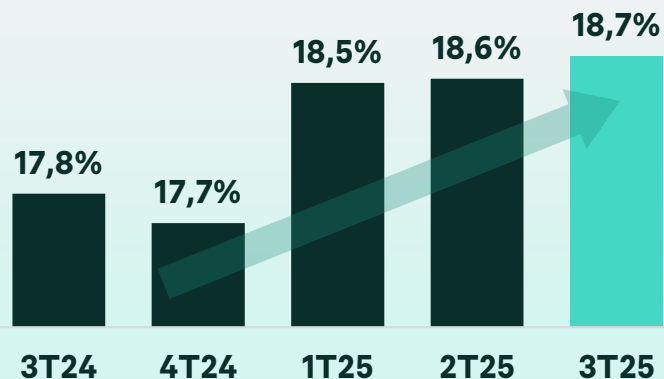
Crescimento perfumaria

Receita bruta, a/a



Share perfumaria

IQVIA, Preço fábrica, SI+SO

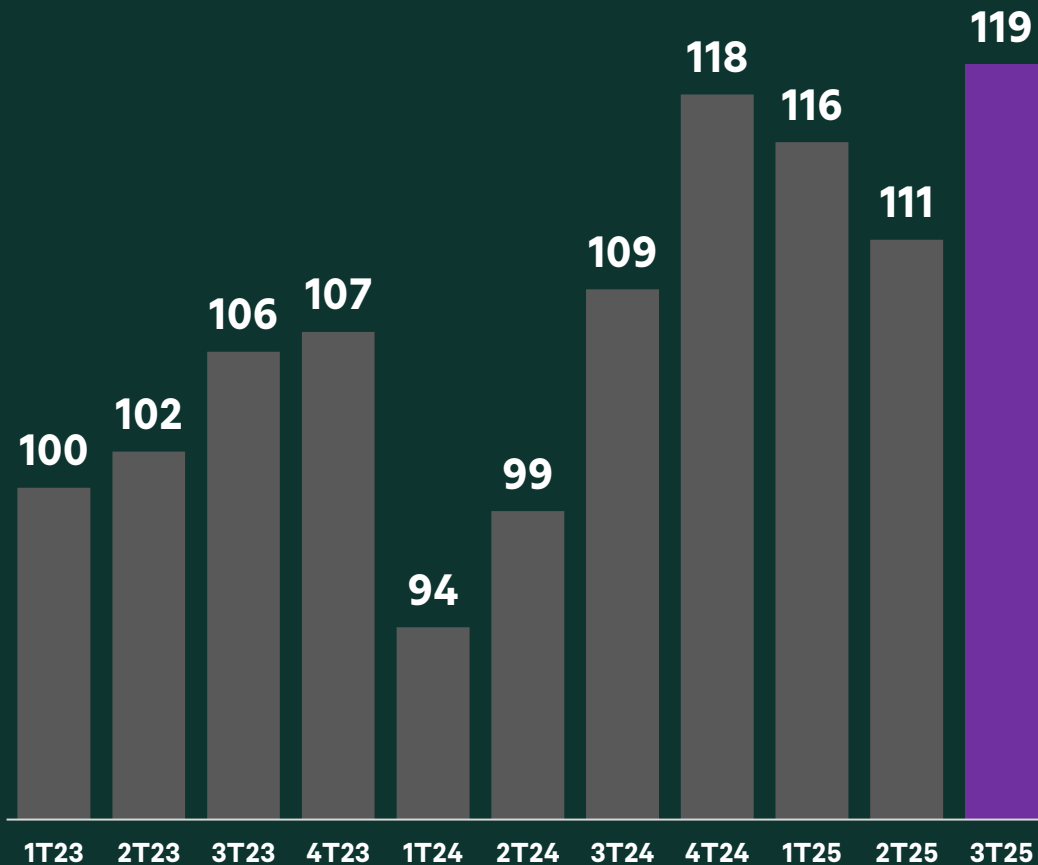




Nos últimos 2 anos, aumentamos a intensidade promocional em perfumaria com compensações em melhorias de mix, acordos comerciais, entre outros.

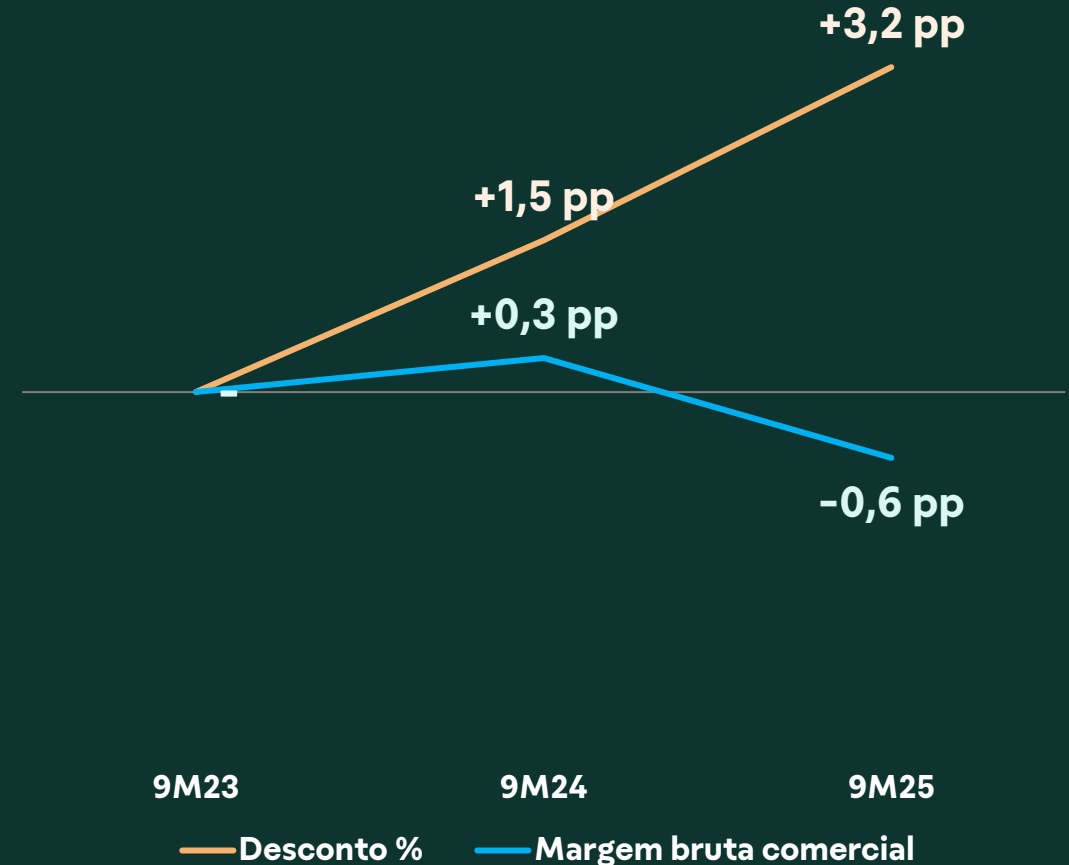
Intensidade promocional

% da venda Perfumaria em promoção, Base 100 = 1T23



Evolução Descontos vs. Margem bruta

HPC. Como % do preço cheio, como % da receita bruta.





Retomamos o crescimento em Perfumaria com foco na proposta de valor e aproximação ainda maior com a indústria.

MELHORIAS NA PROPOSTA DE VALOR COM IMPACTO IMEDIATO



Preço

- ◆ Resgate da **competitividade digital** em itens-chave
- ◆ Maior **intensidade promocional** físico + digital
- ◆ Parceria com a indústria para **gestão de canais**



Produto

- ◆ Maior **disponibilidade de estoque** nas farmácias
- ◆ **Diferenciação de portfólio** – marcas próprias e lançamentos exclusivos da indústria



Atendimento

- ◆ Recomposição de quadro nas farmácias, para atendimento **mais dedicado e consultivo**
- ◆ Aumento da quantidade de **consultoras de beleza**



Serviço e conveniência

- ◆ Aumento da **entrega rápida** em menos de 60 minutos
- ◆ Somos o canal escolhido por 4,4 MM de clientes de beleza todos os meses **(+9,1% a/a)**

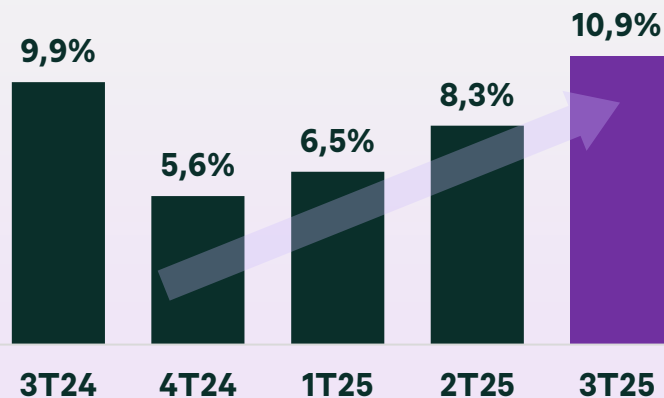


Ambiente

- ◆ Evolução da **experiência digital** com foco na jornada de beleza

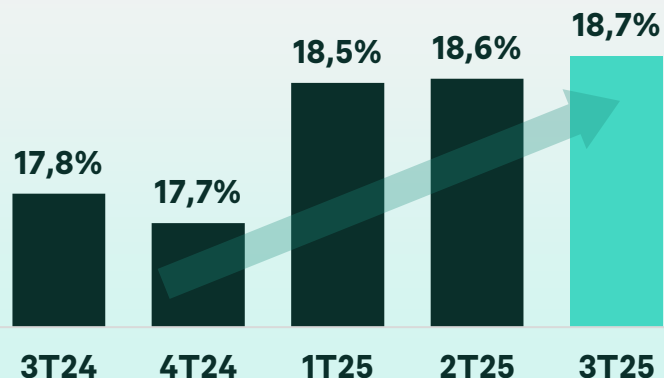
Crescimento perfumaria

Receita bruta, a/a



Share perfumaria

IQVIA, Preço fábrica, SI+SO





Elevamos nossa proposta de valor em beleza com experiência de alto padrão no digital...

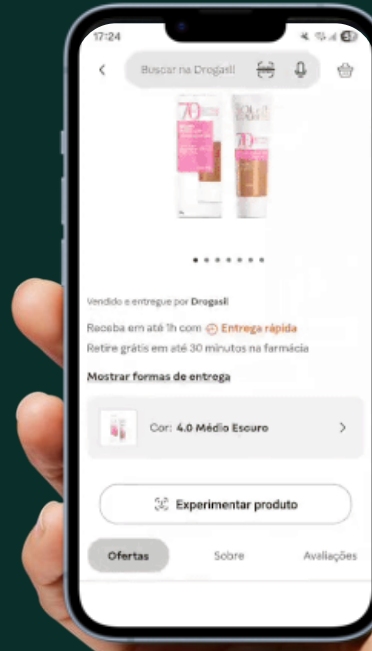
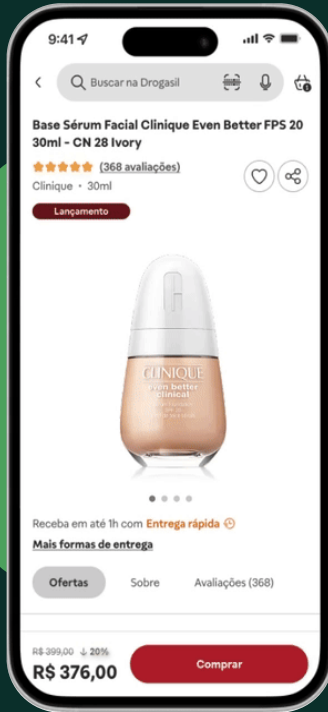
Novos espaços exclusivos para Beleza

Valorização do conteúdo na PDP

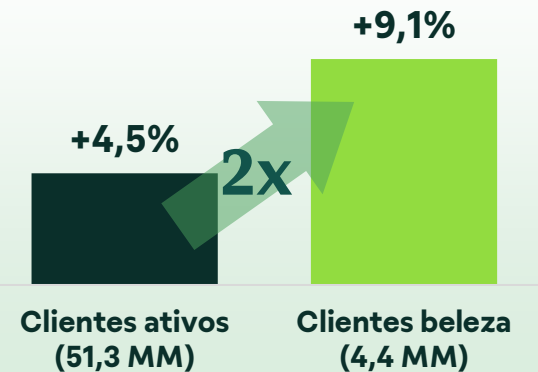
POC virtual try-on

- ❖ Experiência omnicanal
- ❖ Atendimento consultivo especializado
- ❖ Prateleira infinita
- ❖ Variantes por SKU

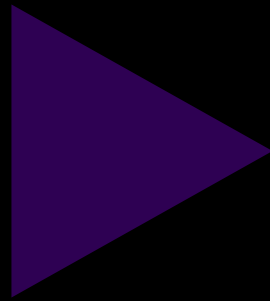
Entre outras melhorias...



Cresc. da base de clientes
out/25 vs. out/24



...e em breve no físico...





Estamos criando um novo formato de beleza e bem-estar no 2S26, estabelecendo outro moat a partir das nossas fortalezas omni.

Expansão de categorias e sortimento

- ◆ Linha profissional
- ◆ Marcas exclusivas
- ◆ Prestige, masstige

Espaço físico

- ◆ Design arquitetônico sofisticado
- ◆ Espaço para novidades

Consultoras de beleza e bem-estar

- ◆ Atendimento consultivo e revendedora

Segmentação e especialização

- ◆ Ações de MKT e CRM em beleza e bem-estar
- ◆ Solução omni especializada para clientes e indústria

Experiência do cliente

- ◆ Testes
- ◆ Amostras
- ◆ Travel size

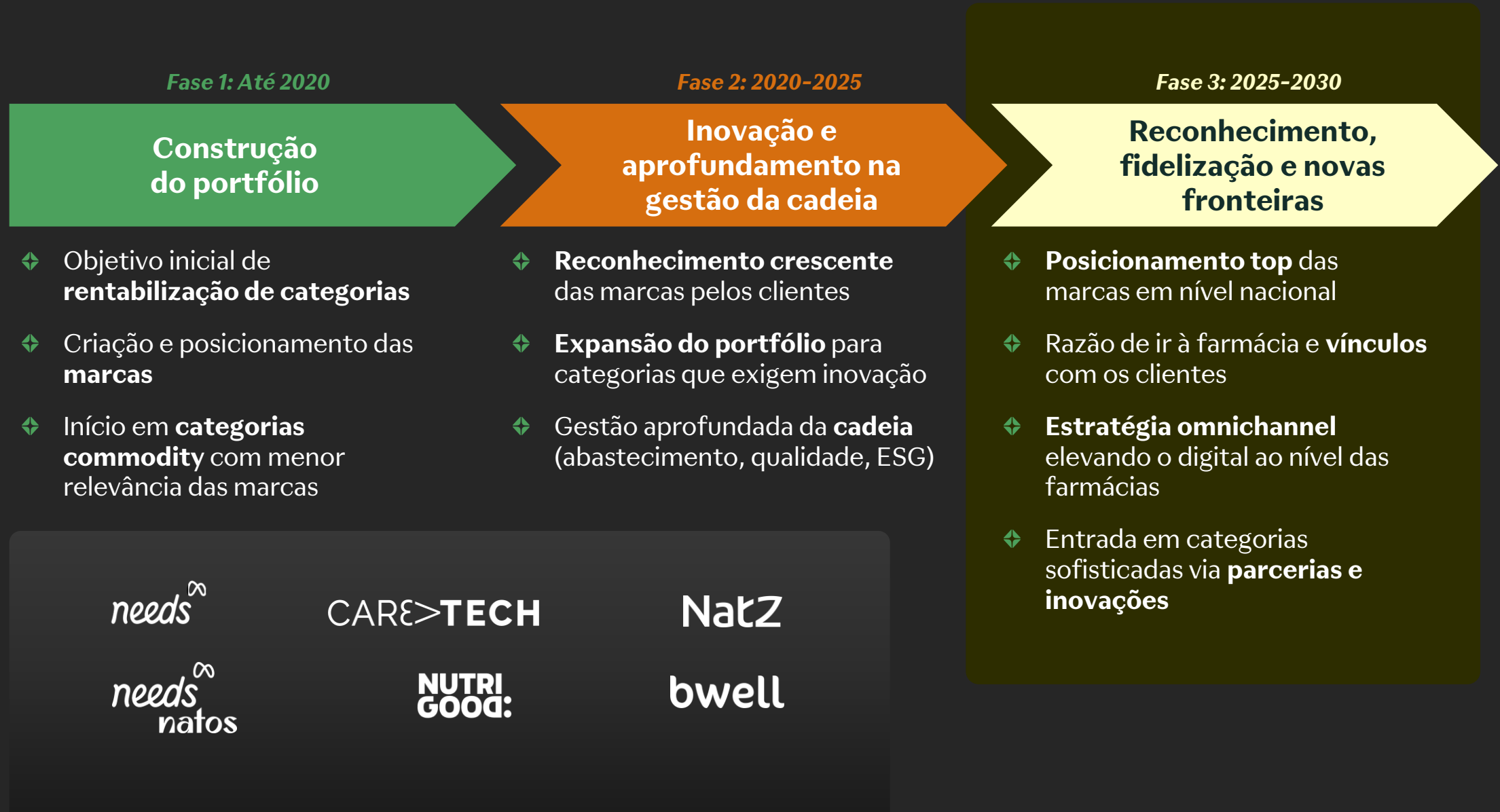
Imersão interativa

- ◆ Experiências sensoriais
- ◆ Provador inteligente
- ◆ Eventos

Oportunidades em **farmácias existentes** e em **novos pontos comerciais** explorando os **principais centros urbanos**



Construímos um roadmap claro para elevar a barra com Marcas Próprias.





A Needs é a 3ª maior marca de consumer health no canal farma, elevando a RD Saúde à 16ª maior fornecedora.

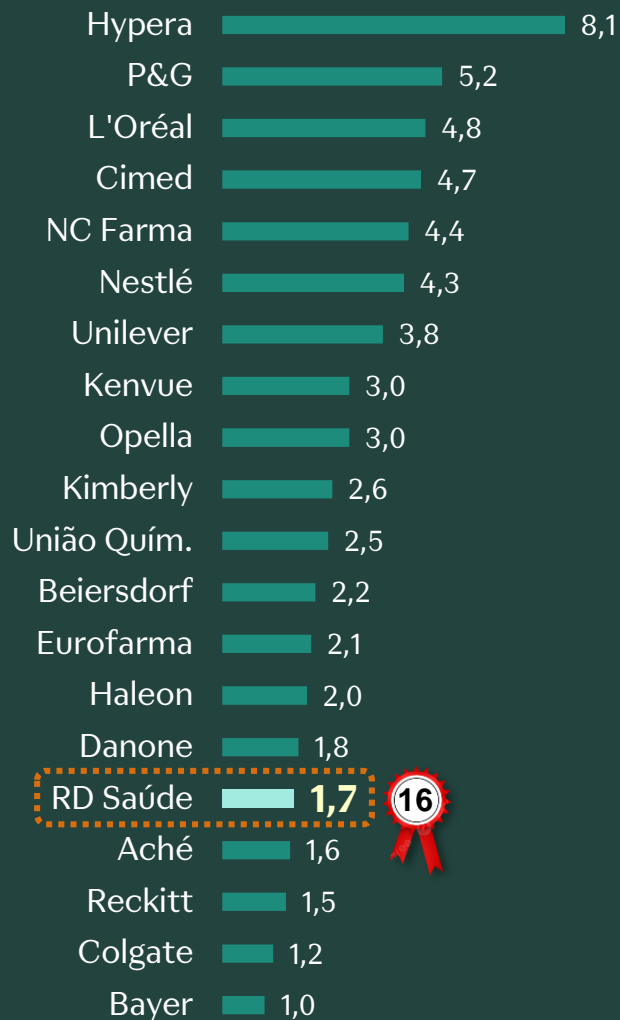
Marcas

IQVIA MAT jun/25, CPP, R\$ milhões



Corporações Autosserviço

IQVIA MAT jun/25, CPP, R\$ bilhões



Marcas próprias em posição de liderança na RD



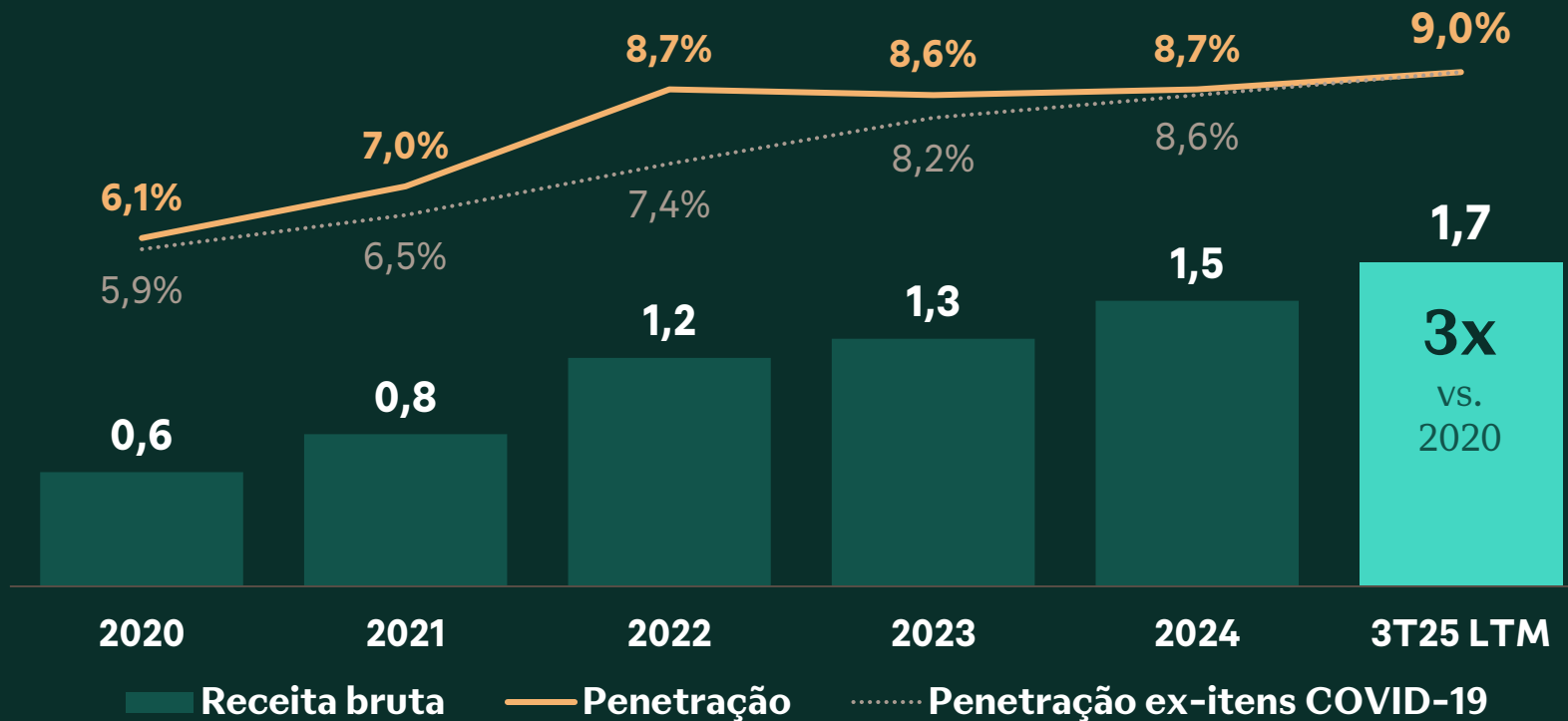
+12,9%

Clientes Marcas Próprias
out/25 vs. out/24



Construímos nossas marcas próprias ao longo dos anos com relevância crescente e elevada rentabilidade.

Receita MP e penetração no autosserviço
em R\$ bilhões, como % da receita. Autosserviço = OTC+Perfumaria.



CAGR 2020-25
+26%

Margem bruta média
+15 pp
vs. autosserviço ex-Marca Própria

Share de marcas próprias
33,5%
(Fonte: IQVIA jun/25 MAT)

2/3 dos clientes com
perfis **autosserviço** têm
vínculo de **marcas próprias**



Nos aproximamos de players globais reconhecidos, trazendo aprendizados para elevar nossa proposta de valor.



Benchmarking internacional
com encontros e visitas



Soluções de entrada em
novos segmentos e em
posicionamentos diferentes

Acesso a marcas inovadoras
e de alcance global

Sinergias com o formato
de beleza e bem-estar



Iniciamos operações de marcas próprias em 20+ moléculas de medicamentos OTC, passado o fim da janela regulatória para futuros lançamentos.



20+ moléculas
aprovadas representando
~16% do OTC RD



Cobertura de
3/4
das jornadas de
OTC medicamento



12%
de penetração Marca
Própria no piloto
(paracetamol)

2023

Estruturação: negócio,
times e processos

2024

Parcerias, aprovações
ANVISA e piloto

2025

Assinatura de contratos e
fim da janela regulatória

2026+

Rollout: produção e
venda das moléculas

PAULO SANCHEZ

DIRETOR ENGENHARIA E EXPANSÃO

DIRECTOR - EXPANSION



Seguiremos com o guidance de 330 a 350 aberturas brutas para 2026, mantendo a mesma diversificação geográfica e demográfica recente.

Guidance de aberturas brutas

Conforme divulgado em Fato Relevante de 01/dez/25

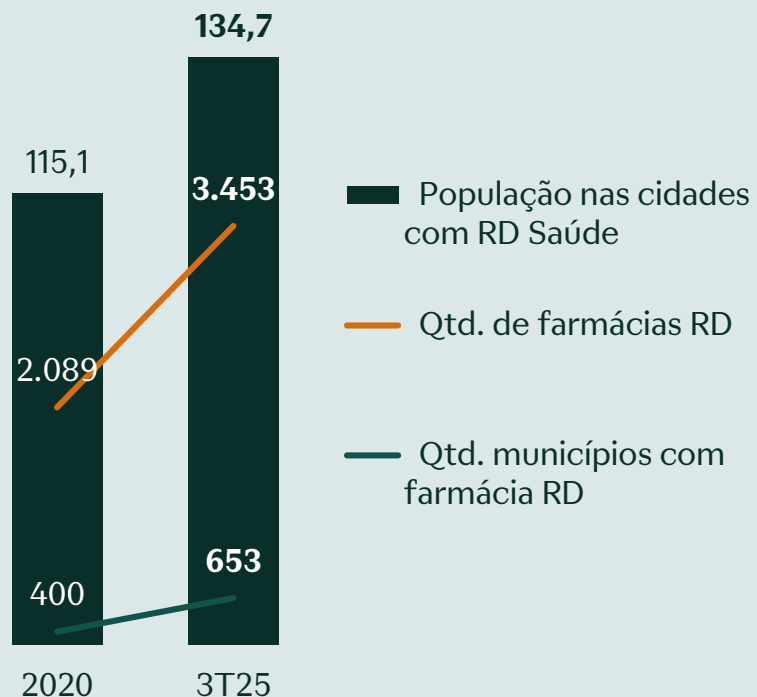
■ Aberturas brutas e cresc. YoY (%) — Erros de expansão



Erros de expansão consideram fechamentos no ano da respectiva inauguração.

Cobertura populacional RD

Milhões de pessoas



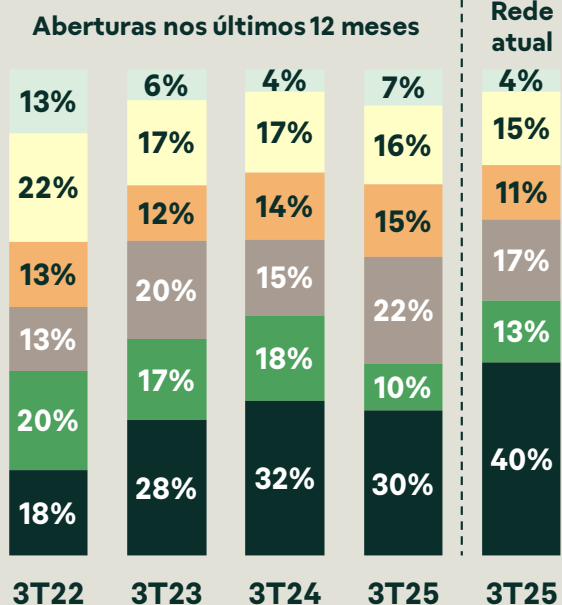


Atuação nacional, com maior consolidação em praças mais relevantes e avançando nos municípios menores.

Farmácias por região

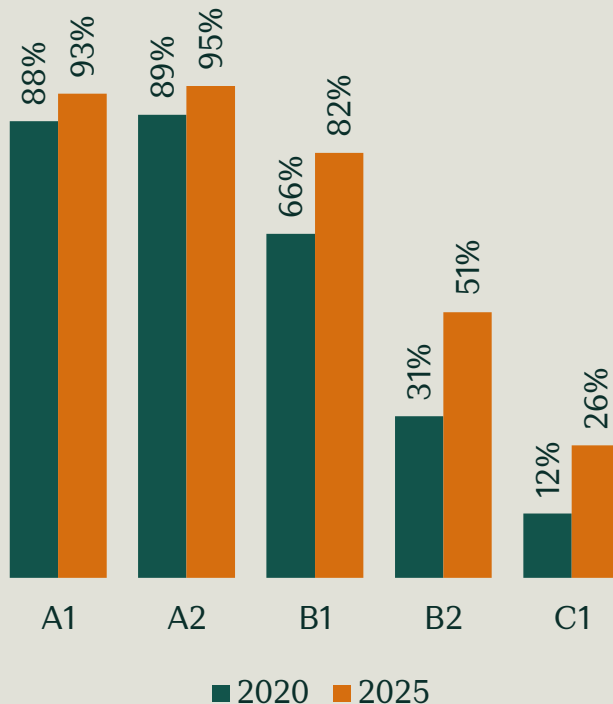
Aberturas LTM e portfólio atual

Norte Nordeste Centro Oeste
Sudeste Sul São Paulo



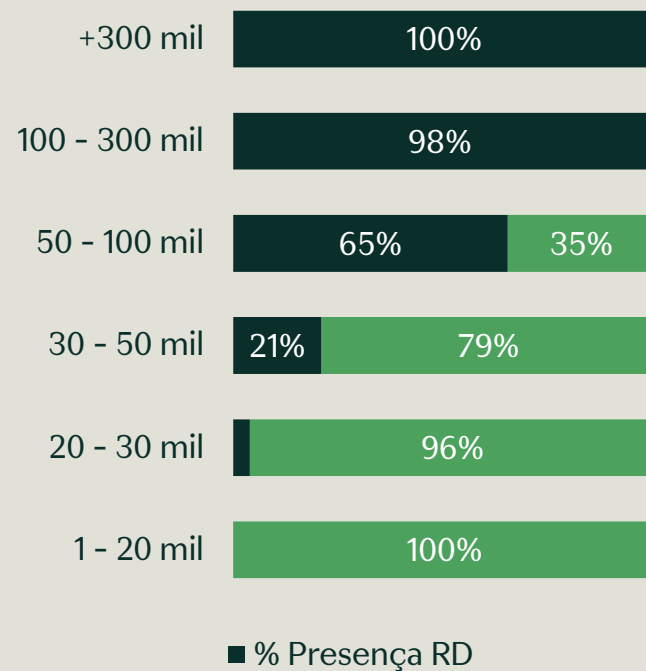
População e proximidade

Em um raio de 1,5 km das farmácias RD



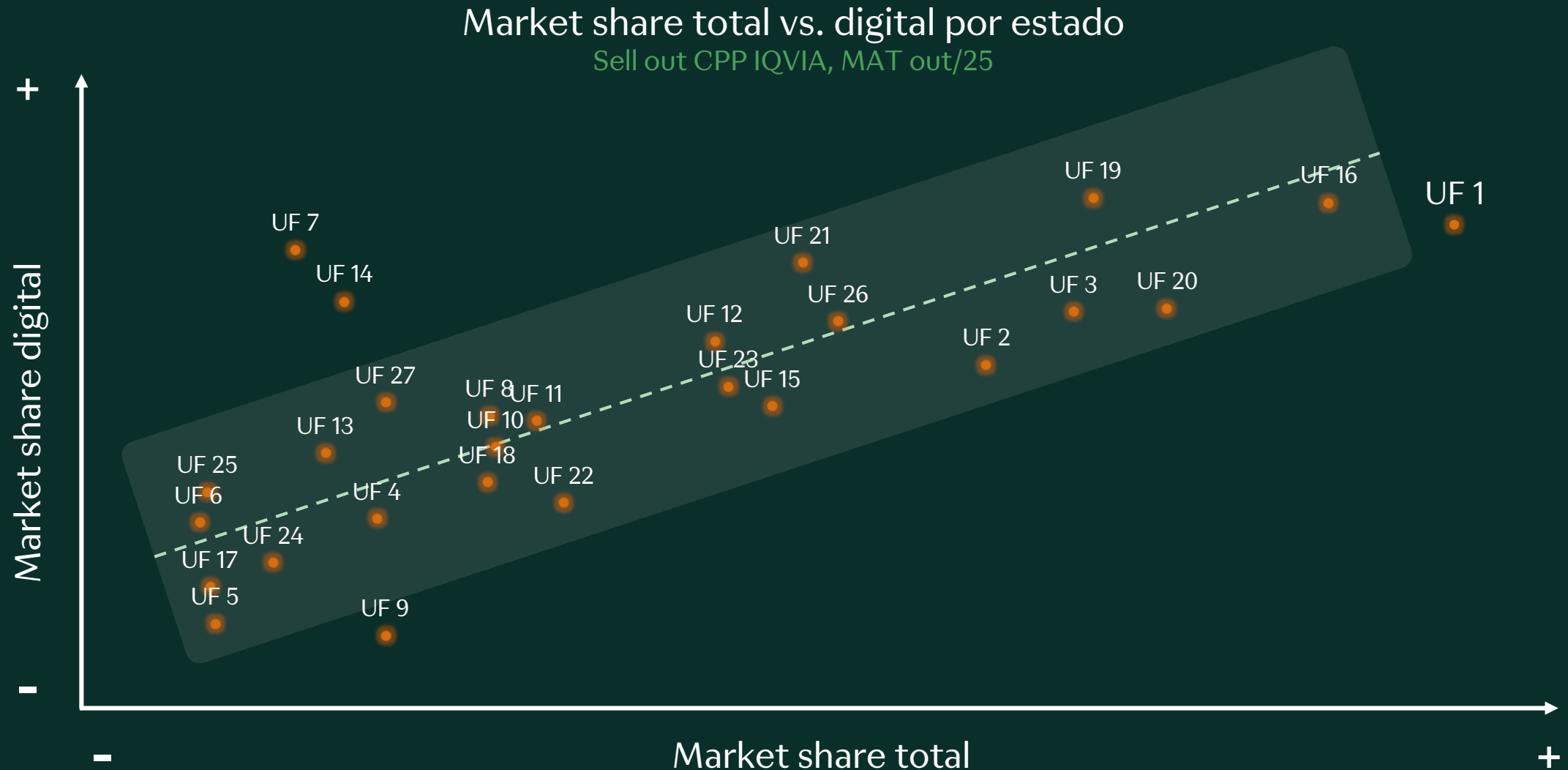
Presença RD e municípios

Por faixa populacional (qtd. pessoas)





Nossa expansão física nacional fortalece o digital e vice-versa, criando uma experiência omnicanal única.

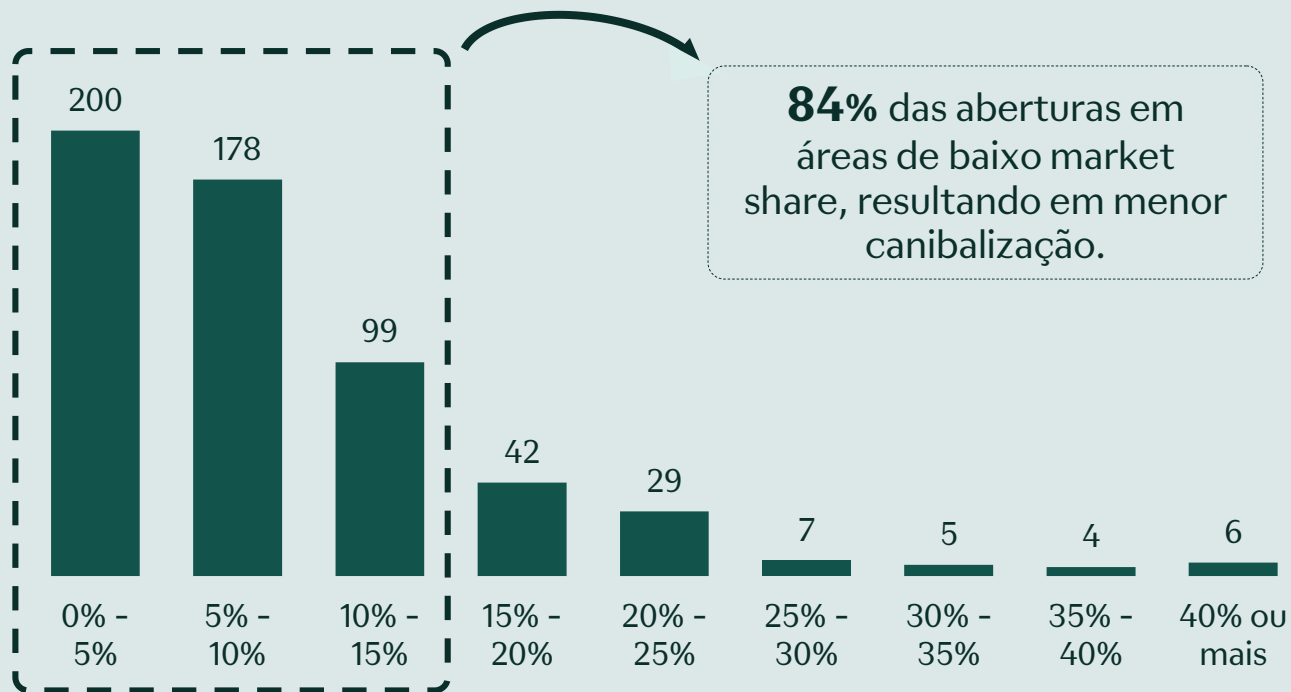




No recente ciclo de expansão, 84% das inaugurações foram em locais com menos de 15% de participação de mercado.

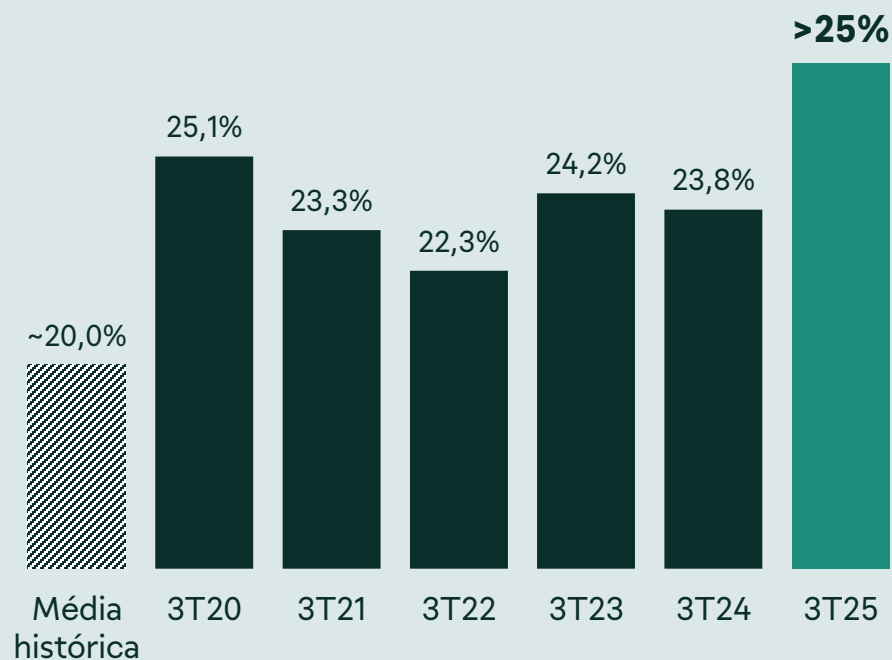
Inaugurações x Market share na área de influência

De jan/23 a dez/24



Taxa interna de retorno

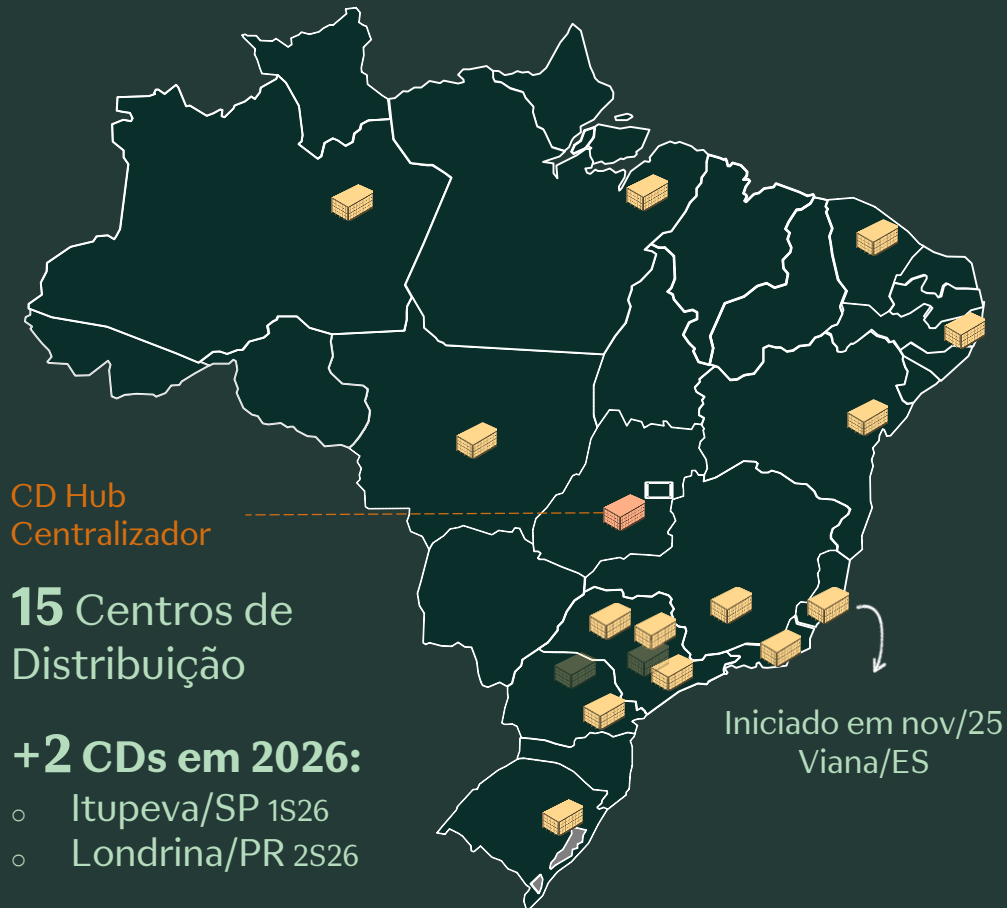
Taxa real a.a., ex-canibalização, projeção 10 anos





A expansão acelerada exige uma malha logística à altura dos novos desafios.

Distribuição da malha logística



3,5 MM de unidades separadas na média todos os dias

8,5 mil pessoas envolvidas na operação

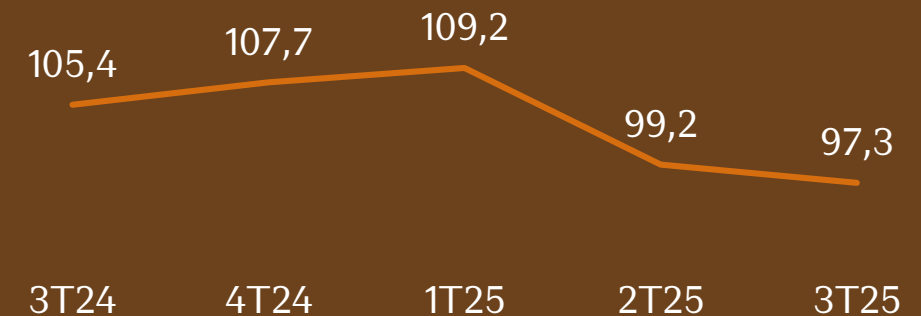
80% das farmácias abastecidas 6x na semana

90% lead time de 24h

Ganhos de eficiência operacional e tributária com o Hub GO

Redução de **-8 dias** de estoque a/a

Dias de Estoque





1º CD farma totalmente automatizado no Brasil, em Viana/ES, referência para o próximo ciclo de eficiência e escala.



Otimização de Estoque

Maior **adensamento** e **organização**



Produtividade

Incremento do ritmo de separação e expedição



Flexibilidade na Operação

Permite **escalar a produtividade** sob demanda



Redução de Erros

Maior **confiabilidade** nas entregas



Segurança na Movimentação

Menos empilhadeiras, maior proteção às pessoas



Nossa Logística está em constante atualização para ganhos de eficiência e economias, sem se esquecer dos compromissos com o planeta.

Cadeia fria



Expansão da capacidade de armazenamento refrigerado **alavancando a operação de GLP-1.**

Caminhões Elétricos



60 caminhões elétricos (+40), **reduzindo emissões** e melhorando o **conforto nas farmácias** (ruído/fumaça).

Caminhões GNV



Ideais para rotas longas, reduzindo **772 toneladas de CO₂** por ano.

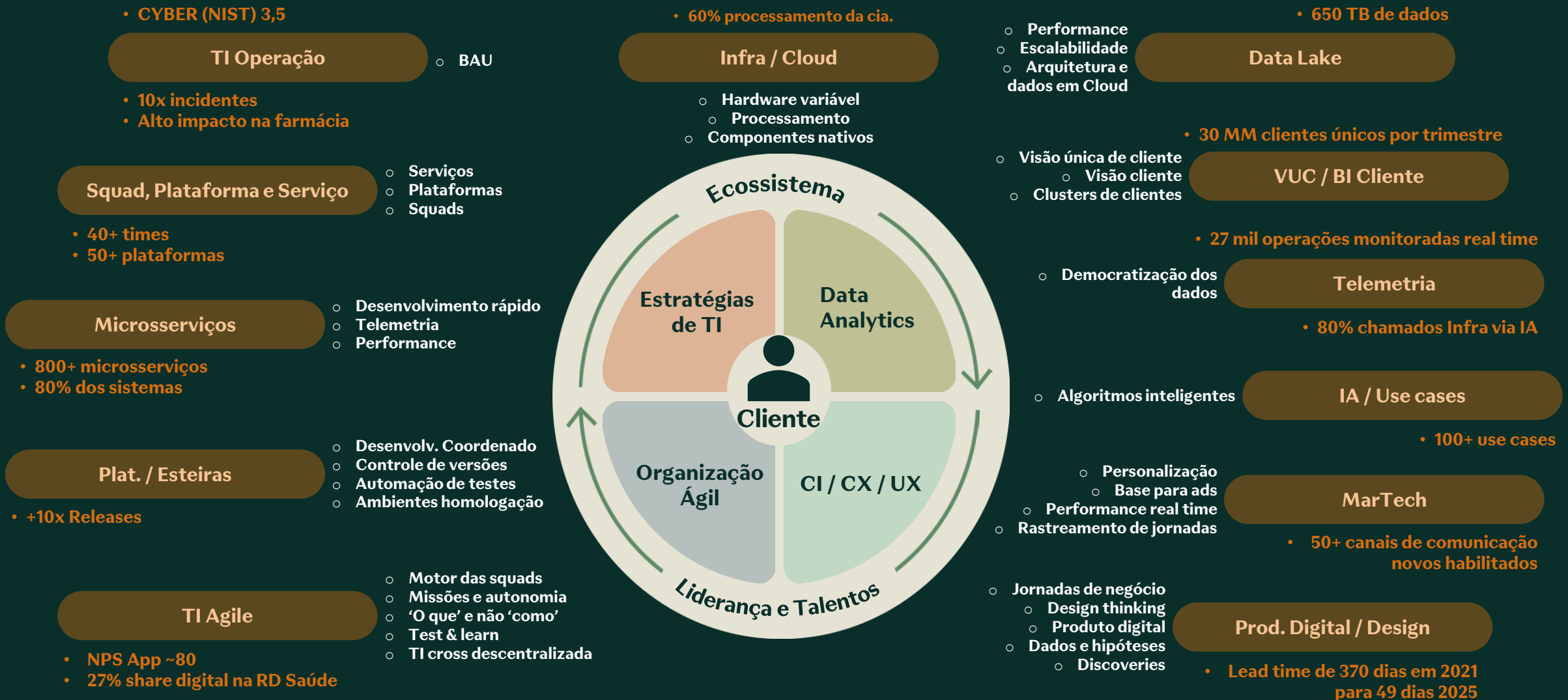
FERNANDO VARELA

VP TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

VP - DIGITAL TRANSFORMATION



Os investimentos nos tornaram uma empresa pronta para o digital com as melhores práticas e com ativos que nos diferenciam dentro do varejo.

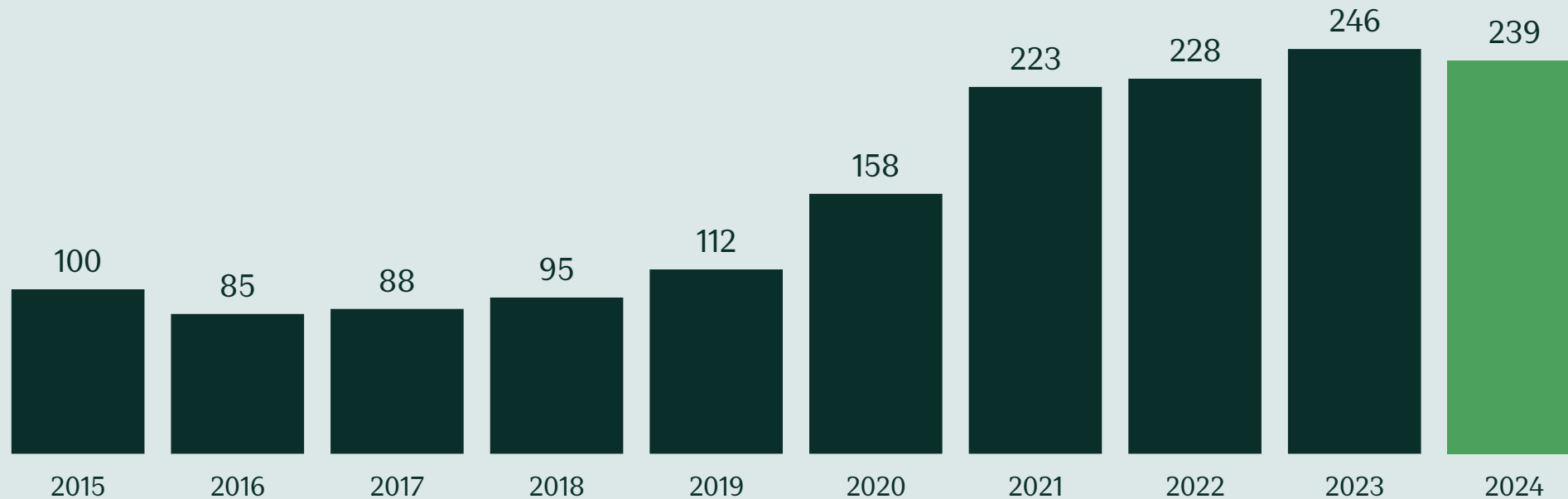




Iniciamos nossa transformação digital em 2019, com gastos crescendo +139% em 5 anos vs. a receita. Agora, capturamos os resultados operacionais.

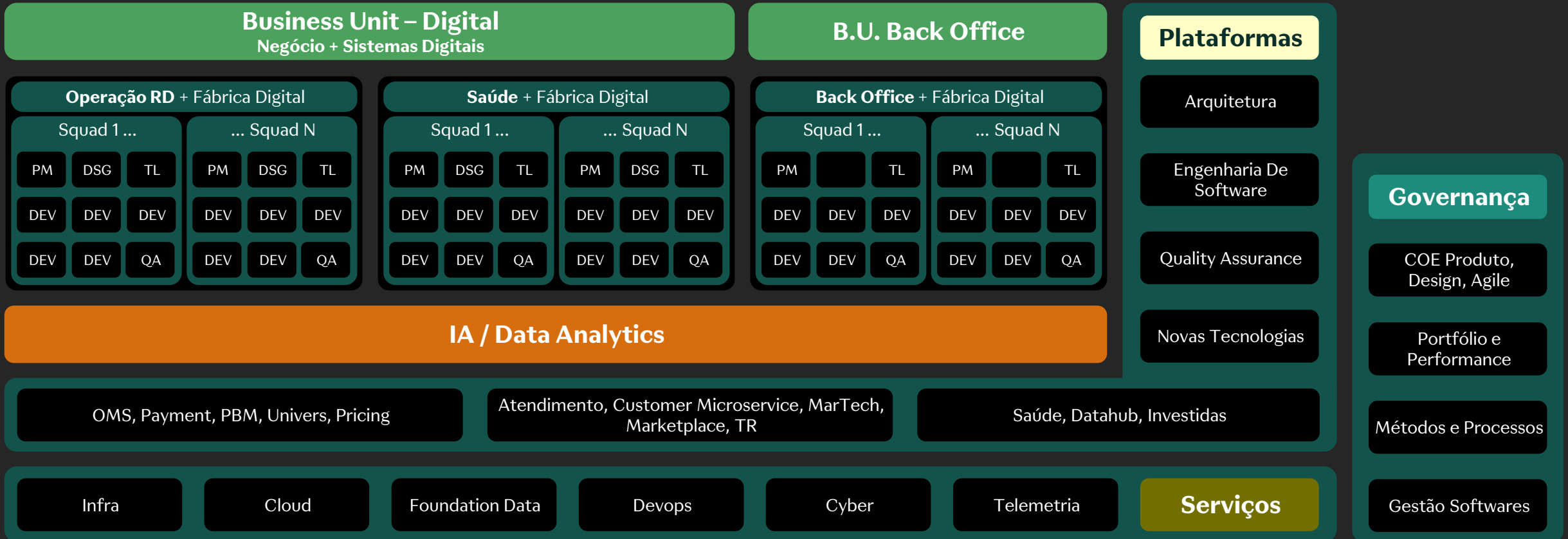
Gastos com tecnologia: OPEX + CAPEX

Gasto como % da receita bruta. Base 100 = 2015





Nova VP Digital, redesenhada e mais voltada para o negócio. Inteligência Artificial e Data Analytics permeando toda a organização.





Organizamos nossa agenda IA em duas frentes estratégicas.

Critérios	Go Deep	Go Wide
Objetivo	Evoluir a experiência do cliente e transformar processos e negócios	Expansão de soluções para o sistema
Complexidade	Alta	Baixa/Média
Foco de Impacto	 Financeiro e Cliente (margem, vendas, custos, NPS)	 Operacional (redução de carga, FTEs, tempo)
Área Responsável	Ciência de Dados	BI (agora BI+IA) (Vibe Coding)
Governança	Workshops Trimestrais VPs + Diretores	Descentralizada (Hackathon, workshops, etc.)
Exemplos	Zero Risco MIA	Automação Jurídico Hackathon



Processos marcados por governança e construção de um ecossistema com impactos relevantes nos resultados.

100+ casos de uso impulsionados por ciência de dados

Governança

Participantes

C-level e Diretores
Times de Dados e Tecnologia

Escopo das Atividades

- ◆ Acompanhar os casos de uso
- ◆ Priorizar projetos
- ◆ Buscar novas oportunidades
- ◆ Encontros trimestrais

Exemplos de alocações entre setores

Catálogo

Otimizar Descrições
Impacto (R\$): \$\$

Multicanal

Análise Aprovação
Impacto (R\$): \$

Soluções

Bayesian + LightGBM
LLM Haiku 3.0 / MILP
Matrix Profile
NARMAX
Neural Network
NLP
Reinforcement Learning
Titan Multimodal
XGBoost

OPF

NPS Comentários
Impacto (R\$): \$\$

Pricing E-commerce

Simulador de Cenários
Impacto (R\$): \$\$

Supply

Inventário Rotativo
Impacto (R\$): \$\$\$\$

Trade

Comparativo de Vendas
Impacto (R\$): \$

Ecossistema

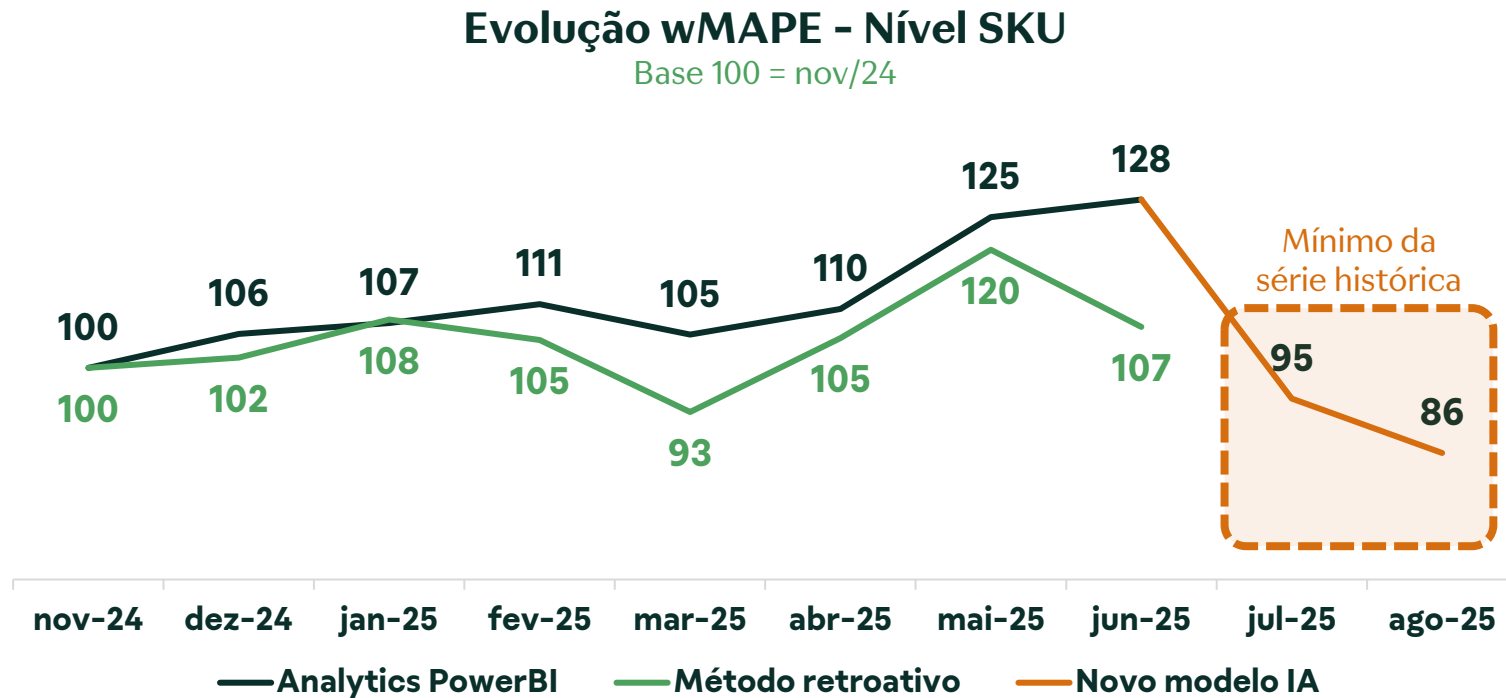




Go Deep: projetos de IA conduzidos pelo time de Data Science em diversos setores da empresa.

Caso de uso 1

Supply: Evolução do erro de projeção de vendas



Problema

Necessidade de **previsão de vendas** para planejar **compras, estoques e abastecimento**.

Solução Técnica

Modelo de IA que prevê demanda dos próximos 12 meses.

Resultado

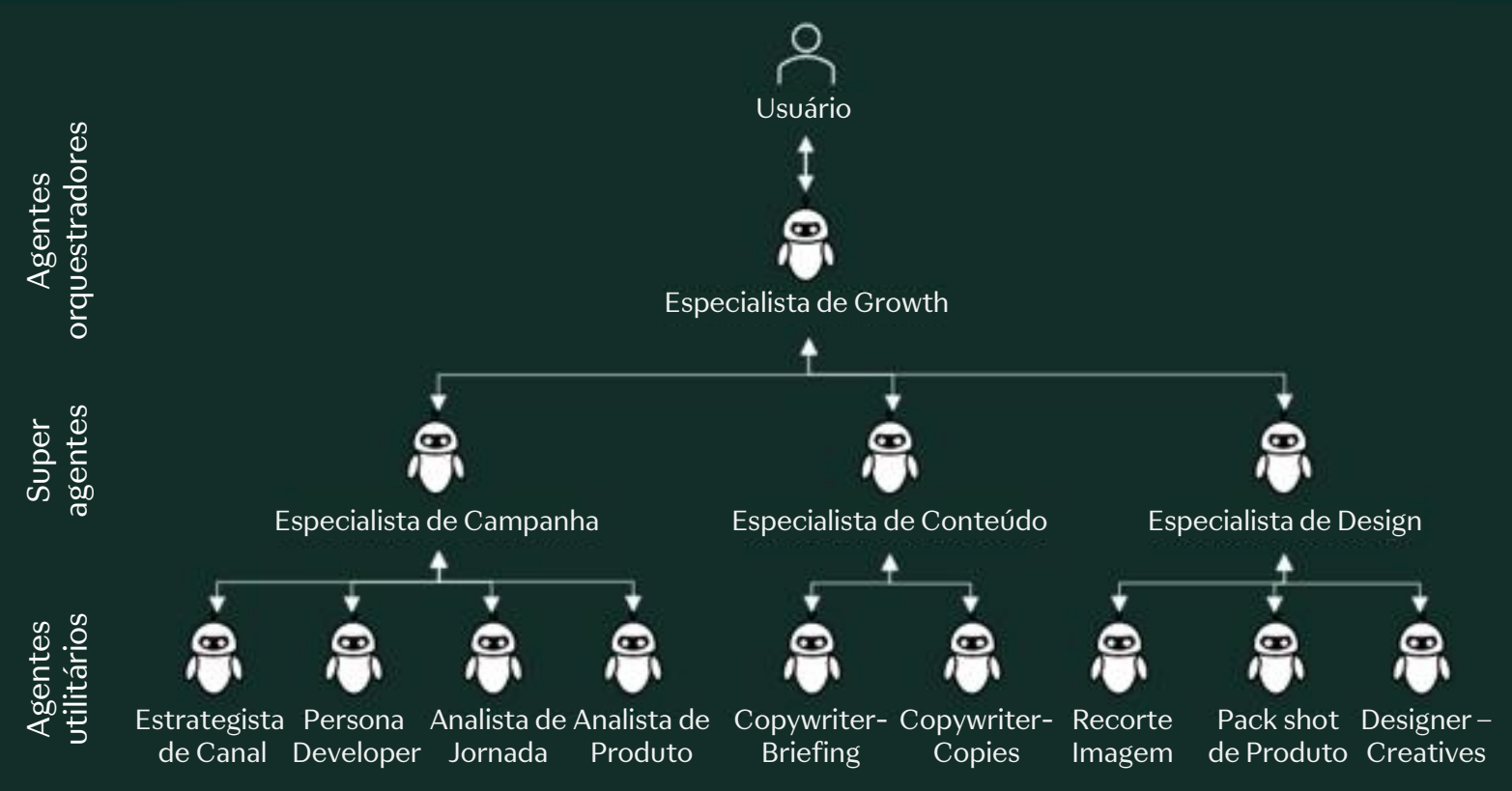
Redução em compras de \$\$\$ sem impacto em ruptura e aumento de \$ em vendas por assertividade. Redução de **até 3 dias de trabalho/mês** da equipe de S&OP.



Go Deep: projetos de IA conduzidos pelo time de Data Science em diversos setores da empresa.

Caso de uso 2

MarTech: Hub de GenAI de conteúdo



Problema

Fornecer experiências **relevantes e personalizadas** para 51 MM de clientes com agilidade e eficiência.

Solução Técnica

Arquitetura de **agentes GenAI** gerando conteúdo contextualizado para diversos pontos de contato.

Resultado

SLA de 10 dias para 10 minutos.
Redução de custos e ganhos de receitas de \$\$



Go Deep: projetos de IA conduzidos pelo time de Data Science em diversos setores da empresa.

Caso de uso 3

Saúde/OPF: navegação Portal TR

The screenshot shows the RDsaúde portal interface. At the top, there's a search bar with the text "Buscar por nome do produto, princípio ativo, código". Below the search bar, there are tabs for "Atendimento", "Multicanal", "Farmacêuticos", "Parceiros", and "Operações". The main content area is divided into two columns. The left column displays the patient profile for "RENATA CHAVES" with her CPF, Stix score, phone number, and email. Below this, there's a button for "Impressão OFEX" and a section for "Benefícios Univers" listing various insurance and program benefits. The right column shows "Recomendações personalizadas" for the patient, including "Aferição de pressão" (marked as "Gratuito") and "Gardasil 9 - Vacina HPV". At the bottom, there's a "Serviços" section with links for "Apoio ao tratamento", "Lembretes de medicamento", "Ofertas no aplicativo e site", and "Benefícios Univers". A green button "Finalizar atendimento" is located at the bottom left.

Problema

Necessidade de **acesso eficiente** nas farmácias para atendimento de saúde (interação medicamentosa, posologia, ...)

Solução Técnica

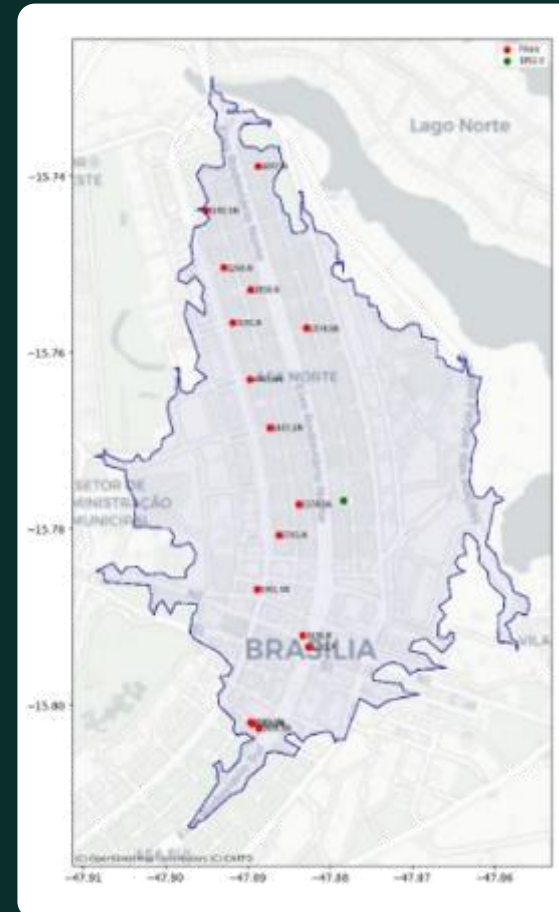
Acesso via **assistente IA** (MIA) no TR a informações padronizadas por **agentes de IA**.

Resultado

Farmácias com assistente para interação medic., bulário, vacinas, posologia, teleprompter, etc., **aparelhada para atuar em Saúde**.

Caso de uso 4

Canibalização: análise entorno



Problema

Refinar a estimativa de **canibalização e da TIR** em um elevado volume de novas farmácias.

Solução Técnica

Machine learning preditivo que considera dados geográficos, demográficos, etc.

Resultado

Maior assertividade na alocação de capital na expansão.
Resultado: \$\$\$



Seguimos avançando em frentes estruturais que permeiam toda a empresa, com oportunidade contínua de capturar eficiências.



Operações de Farmácia

Cenário atual

Consultoria externa finalizando mapeamento de **oportunidades de produtividade** em processos das farmácias

Plano

Alocação de cientistas e priorização de Operações

Integration



Central de Serviços Compartilhados

Cenário atual

Consultoria externa mapeou 20+ casos de **automação de tarefas utilizando IA**, com impacto em 50 FTEs

Plano

Automações com construção de agentes IA



Serviço ao Cliente (SAC)

Cenário atual

Processo com boa retenção, mas com margem para ampliar a **adoção de soluções digitais**.

Plano

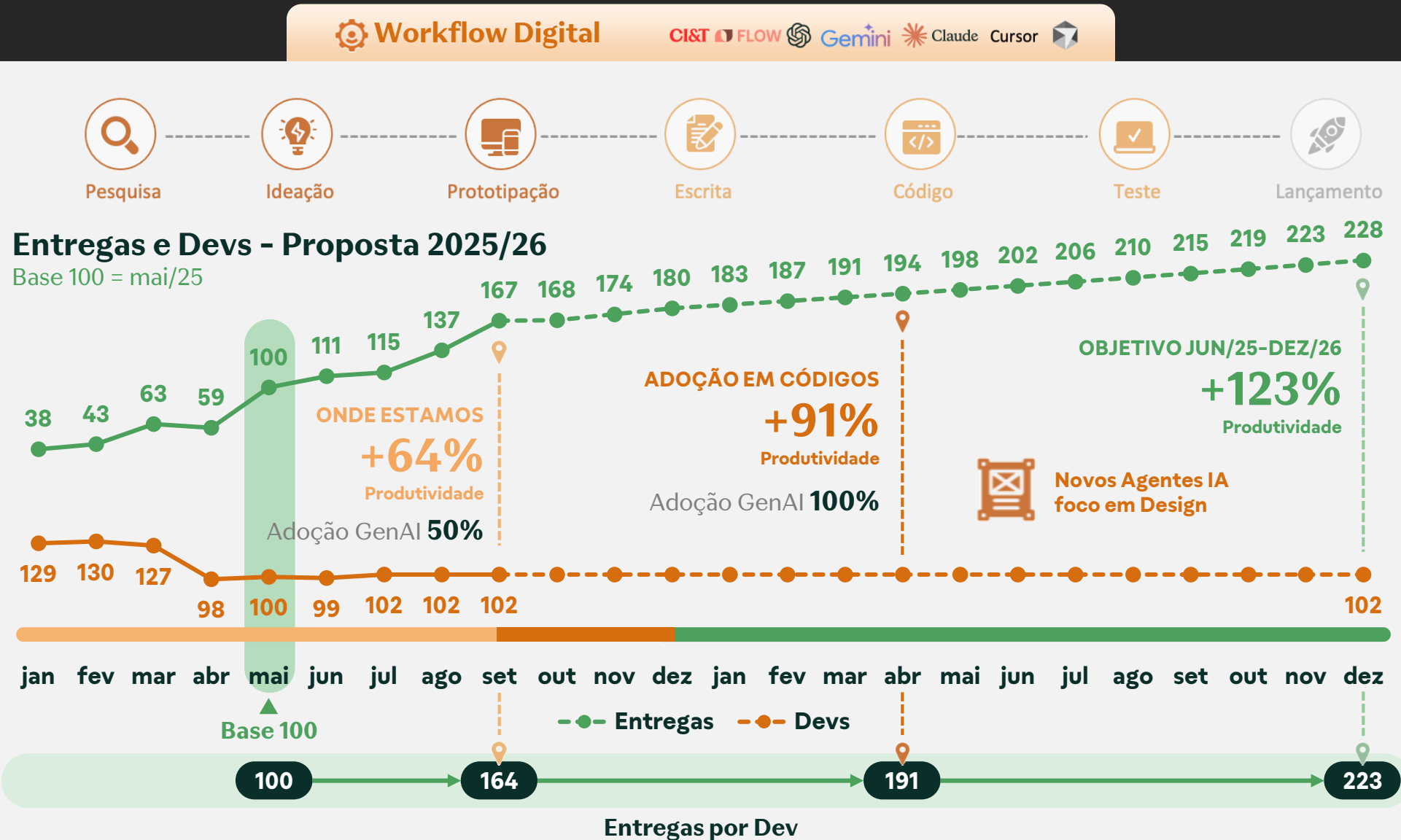
Inclusão de processos usando GenAI

Google





Em TI, estamos avançando com o RD Flow, plataforma que integra LLMs para o desenvolvimento de produtos digitais com eficiência progressiva.





Em 2025, empreendemos iniciativas para que as áreas solucionem suas próprias dores com apoio técnico e ferramentas de baixa complexidade.

Critérios	Go Deep	Go Wide
Objetivo	Evoluir a experiência do cliente e transformar processos e negócios	Expansão de soluções para o sistema
Complexidade	Alta	Baixa/Média
Foco de Impacto	 Financeiro e Cliente (margem, venda, custos, NPS)	 Operacional (redução de carga, FTEs, tempo)
Área Responsável	Ciência de Dados	BI (agora BI + AI) (Vibe Coding)
Governança	Workshops Trimestrais VPs + Diretores	Descentralizada (Hackathon, workshops etc.)
Exemplos	Zero RiscoMIA	Automação JurídicoProj. Hackathon



Avançamos em cultura e adoção descentralizada de IA, com diversas iniciativas já em curso e outras emergindo.

Frentes trabalhadas



Hackathons

Construção de projetos de impacto



AcademIA

Encontros quinzenais sobre ferramentas de IA



Benchmarks Externos

Cases externos inspirando melhores práticas



Capacitação de Executivos

Demonstração e aplicação de ferramentas



Criação de Comunidade IA

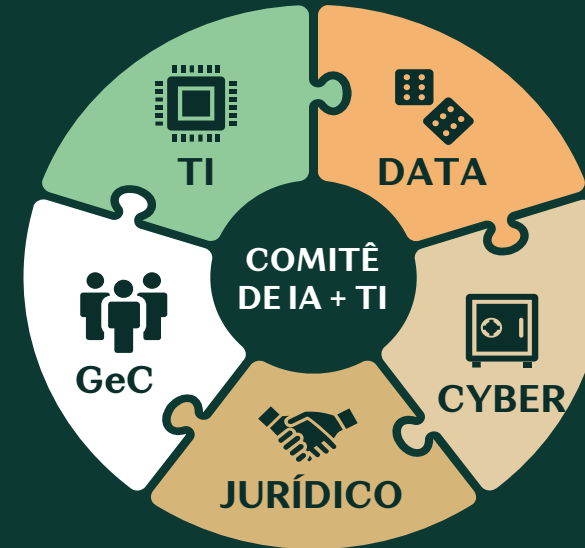
Rede Engage, embaixadores & entusiastas, casos de sucesso, compartilhamento de notícias e dicas, etc.



Exposição de Casos Reais

Divulgação ampla dos cases de sucesso com IA

Comitê de IA Responsável



Objetivo

Acompanhar a governança de IA para **critérios legais** e de **uso responsável**.

Encontros

- **Mensais** dos grupos de trabalho
- **Bimestrais** com lideranças das áreas

Pauta

- ✦ **Status** dos processos e relatórios de segurança
- ✦ **Conformidade** de marcos regulatórios (LGPD, PL, etc.)
- ✦ **Aplicações** de políticas e sanções éticas



Organizamos nosso 1º Hackathon mobilizando 20+ Diretorias.





Roadmap claro e estruturado para acelerar o impacto.

Cultura & Pessoas

❖ **Maturidade:**

- Decisões orientadas por dados
- Acelerar a curva de aprendizado em IA

❖ **Treinamento e investimento em time:**

- Capacitação para colaboradores
- Incrementar capacidade operacional para suprir o volume de use cases

❖ **Parcerias com universidades, startups e ecossistemas de inovação**

Governança & Performance

❖ **Torre de controle de IA:**

- Orquestração de agentes
- Gestão de portfólio e orçamento

❖ **Dashboard nível corporativo:**

- KPIs para acompanhar avanços de IA

❖ **Time dedicado para inovação:**

- Equipe para estudos específicos, como Shopping Agent

Tecnologia & Infra

❖ **Treinamento e investimento em time:**

- Infra multi cloud e escalável

❖ **Fundação data / quality:**

- Ingestão de dados, esteiras de deploy e testes de integridade

❖ **Infra conectável:**

- Pronta para agentes e multi agentes

❖ **Segurança:**

- Agentes de bots malware, privacidade

FLAVIO CORREIA

**DIRETOR EXECUTIVO DE RELAÇÕES
COM INVESTIDORES E ASSUNTOS CORPORATIVOS**

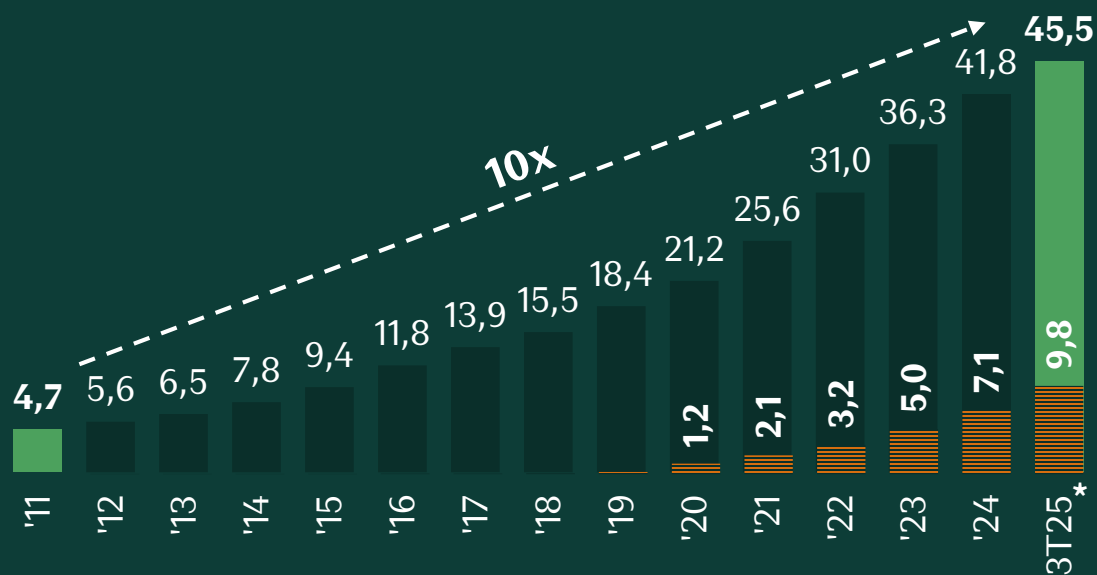
EXECUTIVE DIRECTOR - INVESTOR RELATIONS & CORPORATE AFFAIRS



A RD Saúde navegou por diversos cenários políticos e inflacionários, mantendo consistência e captura de resultados.

Receita bruta total

R\$ bilhões, receita digital (R\$ bilhões)



FARMÁCIAS

#3.453

presente em todos os estados brasileiros

FUNCIONÁRIOS

70 MIL

ao término do 3T25

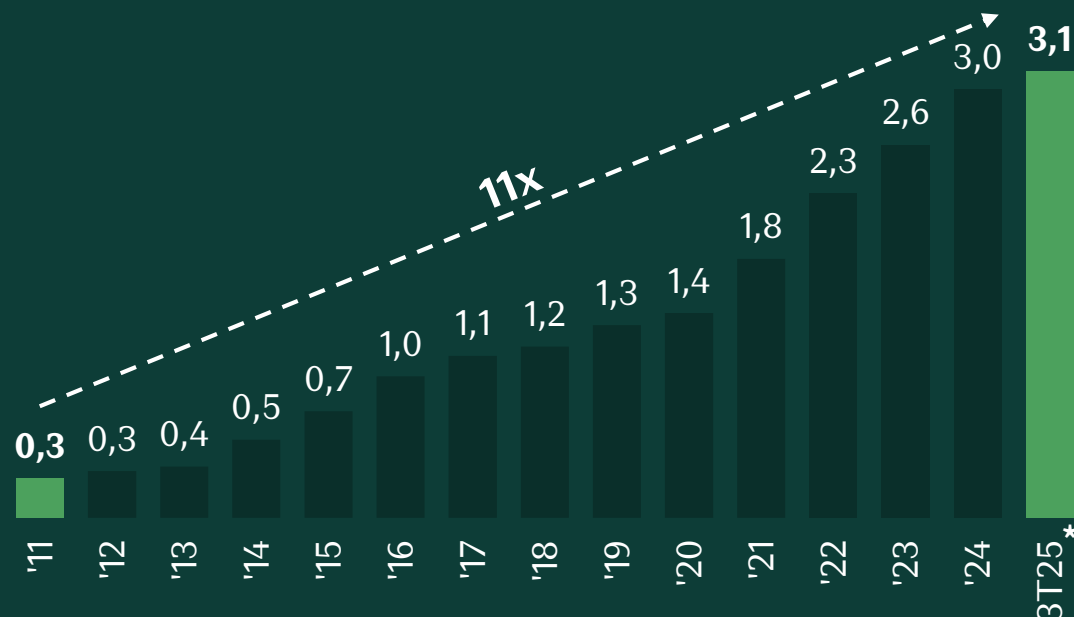
CLIENTES ATIVOS

51 MM

nos últimos 12 meses

EBITDA ajustado

R\$ bilhões



NPS

91 FARMÁCIAS

79 APPS

MARKET SHARE

16,8%

no 3T25

ABERTURAS

330-350

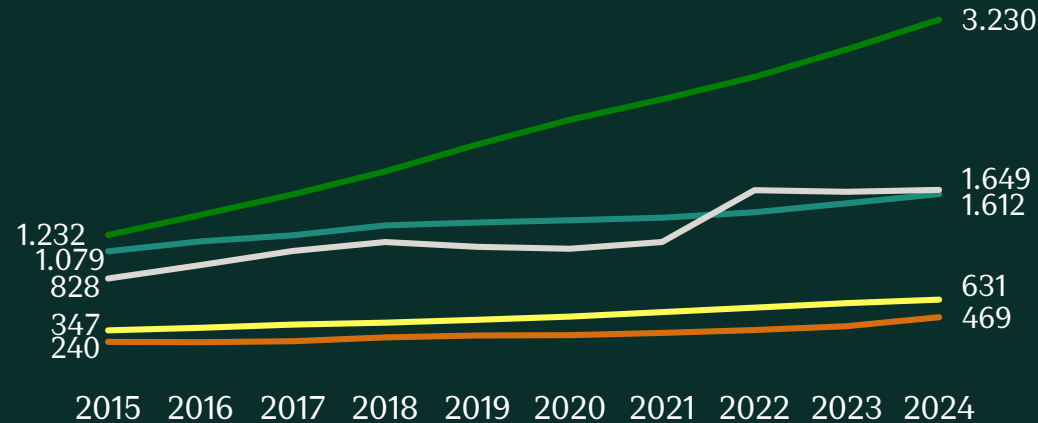
novas farmácias em 2026 (guidance)

*3T25 LTM

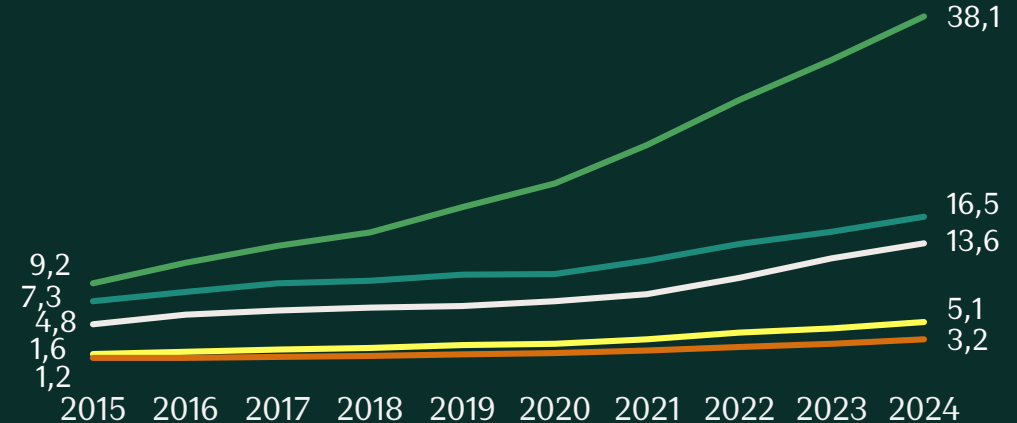


Ampliamos nossa liderança no longo prazo com consistência, construindo uma rede de escala nacional, em ritmo acelerado e descolado dos peers.

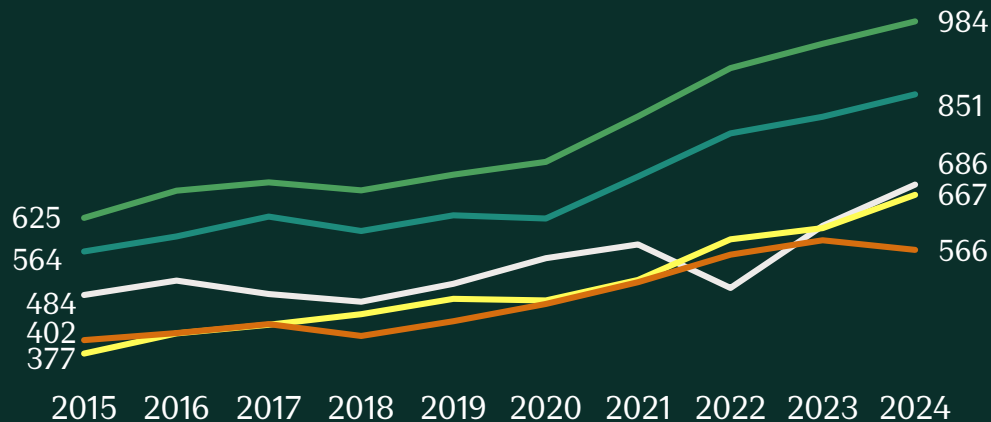
Quantidade de farmácias



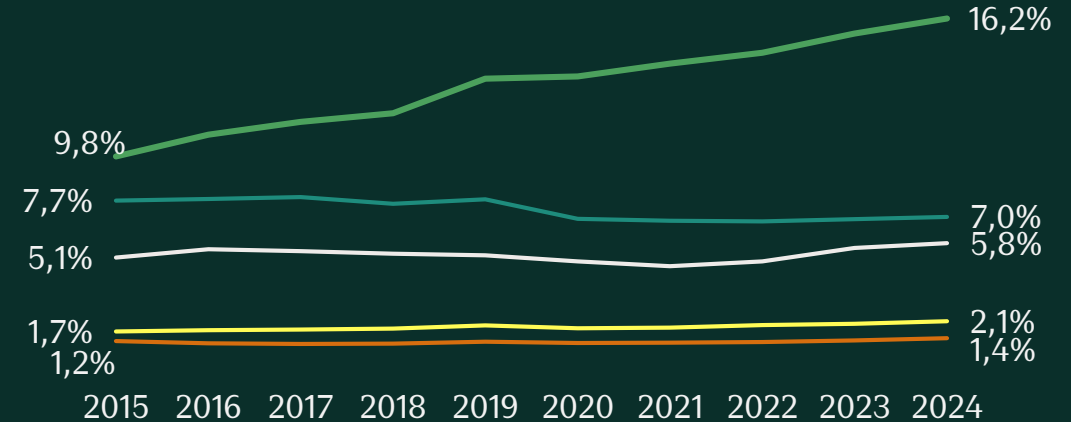
Receita bruta (varejo, R\$ bi)



Receita por farmácia (R\$ mil por mês)



Market share (IQVIA, PF, por proporção à RD Saúde)



— RD Saúde (varejo) — Concorrente A — Concorrente B — Concorrente C — Concorrente D

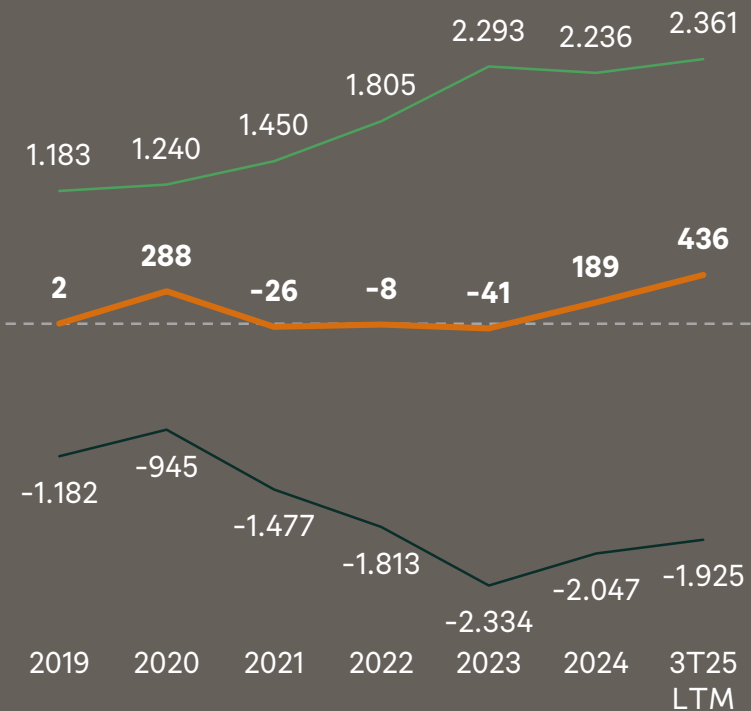


Temos uma performance financeira sólida.

Fluxo de caixa livre

R\$ milhões

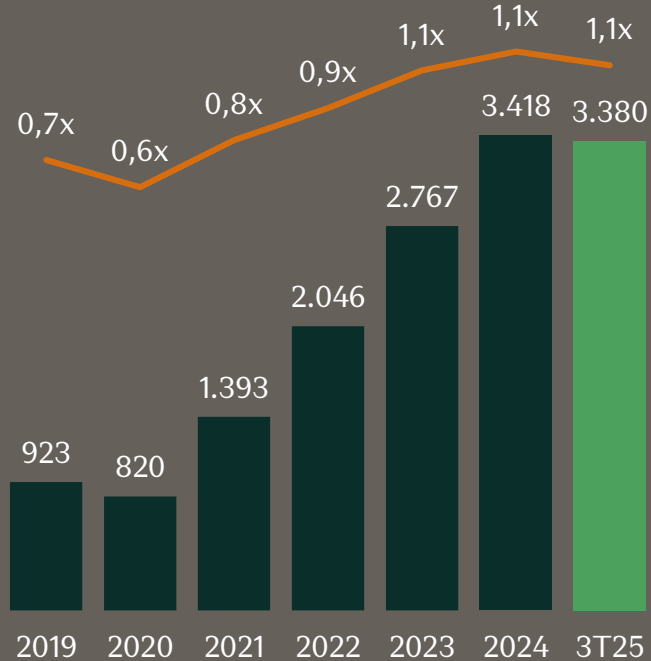
- Recursos das operações
- Investimentos + Capital de giro
- Fluxo de caixa livre



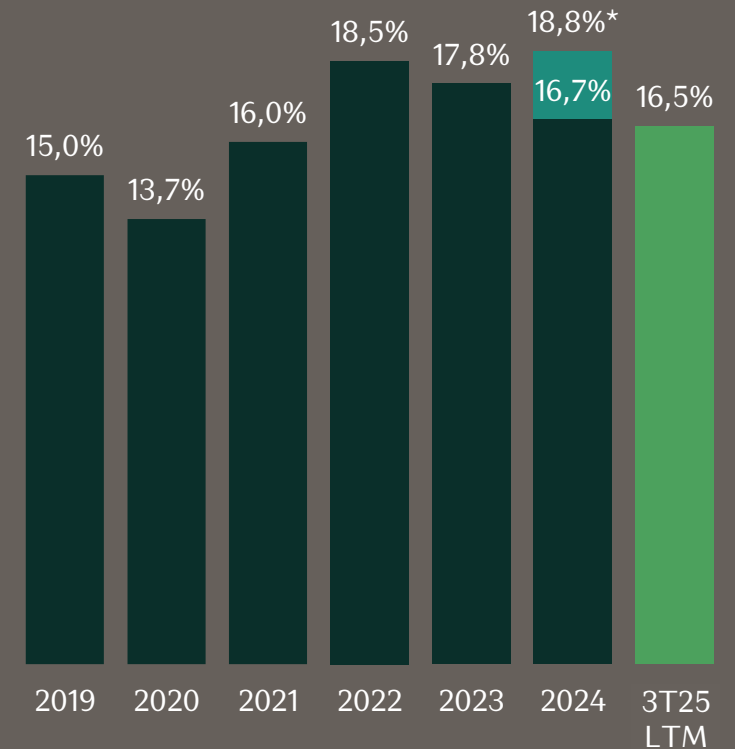
Dívida e Alavancagem

R\$ milhões, Dívida Líquida aj./EBITDA aj.

- Dívida líquida ajustada
- Dívida líquida / EBITDA aj.



ROIC



* Exclui efeitos da tributação adicional oriunda da Lei 14.789/23.



E uma atuação ativa em ESG.

◆ Governança



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 feminina e políticas de inclusão PCD, LGBTQIAP+, 50+



100% das lideranças de farmácia formadas 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 de descarte e embalagens recicladas MP



Saúde via plat. digital: Vacinas, serv. e análises clínicas



Medição & redução de **emissões** escopos 1-2 (-39%) e agenda escopo 3



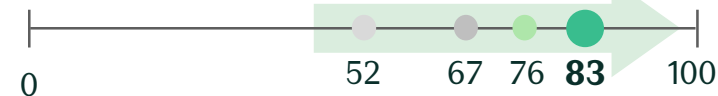
Roteirização, ocupação eficiente de veículos e eletrificação da **frota**



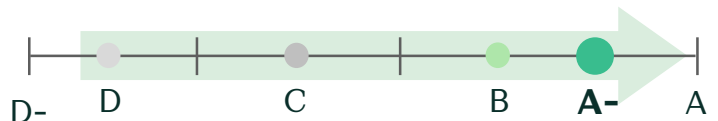
Certificação ISO 14.001, ISO 45.001 e LEED para CDs/Campus

Reconhecimento das iniciativas ESG

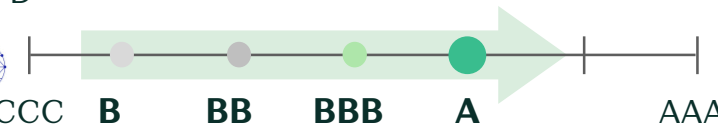
ISE B3



CDP



MSCI



2020

2021

2022

2023/2024

IDIVERSA B3

Lançado em ago/23, reconhece as empresas que mais se destacam em **diversidade**.





















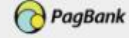

ISO / IEC 27001 2022 (BSI)



Certificação de Segurança da Informação e **privacidade/LGPD** em Canais Digitais (App e Website) e Univers PBM.

Marcas brasileiras mais valiosas

Fonte: Interbrand MBMV 24/25

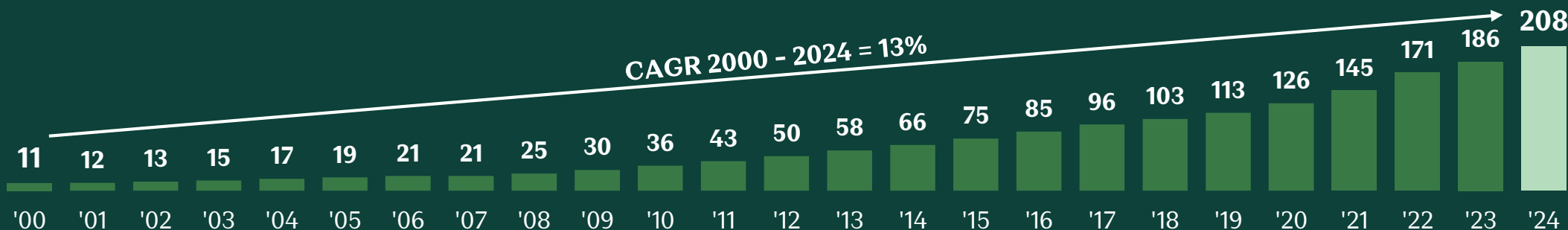
01  R\$ 48622,35 3%	02  R\$ 27702,59 2%	03  R\$ 16226,45 -14%	04  R\$ 14678,45 7%	05  R\$ 10620,57 2%
06  R\$ 8621,57 -3%	07 MAIORES CRESCIMENTOS  R\$ 5076,81 18%	08  R\$ 3466,03 -1%	09  R\$ 3065,69 1%	10  R\$ 2758,81 -10%
11  R\$ 1998,82 8%	12  R\$ 1995,97 7%	13  R\$ 1837,80 -3%	14 MAIORES CRESCIMENTOS  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%

Construímos as **duas**
únicas marcas de
SAÚDE entre as
mais valiosas do país.

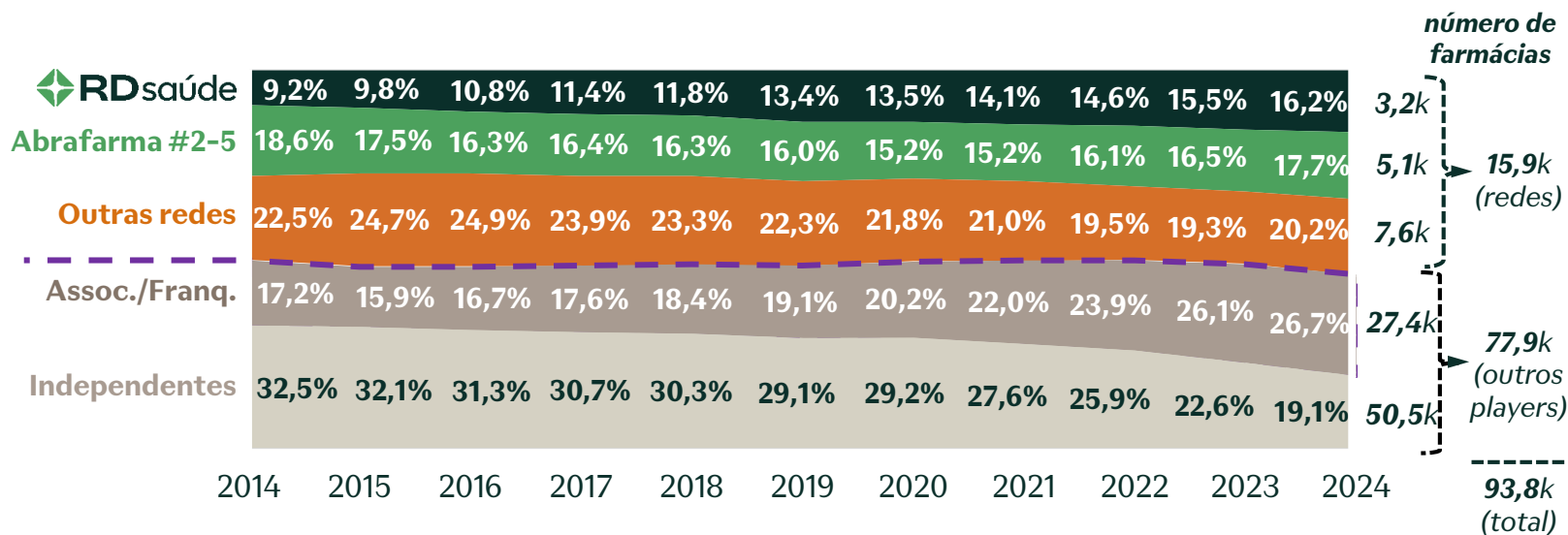


Seguimos expandindo e consolidando em um mercado cada vez maior, ganhando market share e com unit economics superior.

Mercado mantém crescimento acelerado no longo prazo (Mercado farmacêutico brasileiro. R\$ bilhões. Fonte: IQVIA)

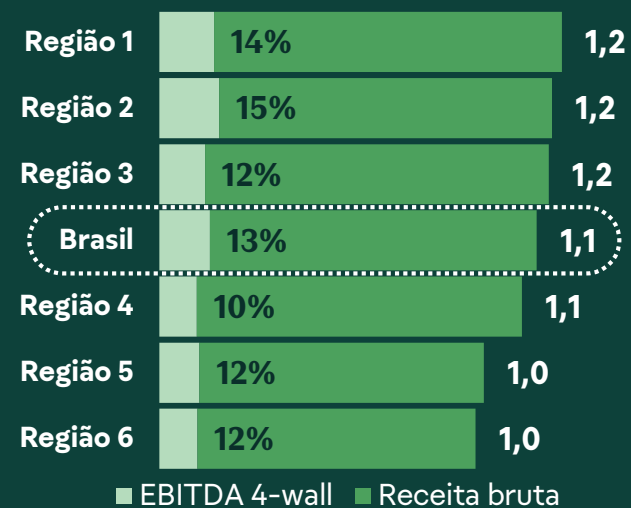


Market share (Participação no varejo a preço fábrica, sell-out + sell-in). Fonte: IQVIA



Desempenho por região*

R\$ milhões, 3T25 LTM



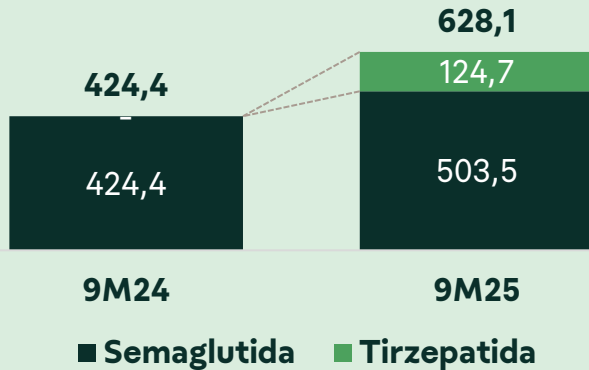
* Lojas maduras. EBITDA 4-wall não considera CDs e despesas regionais.



Bem posicionados para capturar novas opcionalidades em medicamentos GLP-1 no Brasil, mantendo-se como o canal mais relevante.

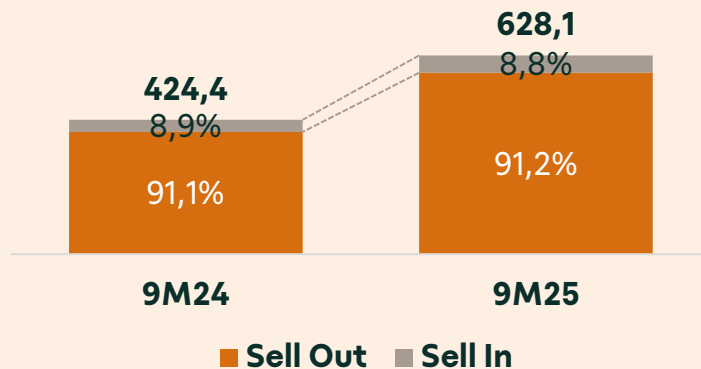
Mercado GLP-1 por molécula

Em milhares de caixas por mês. Fonte: IQVIA.



Mercado GLP-1 por canal

Em milhares de caixas por mês. Fonte: IQVIA.



Diferenciais RD Saúde

Cadeia fria instalada

Investimentos de R\$ 27 MM em centros de distribuição e farmácias

Proximidade ao cliente

95% da população Classe A e 82% da Classe B1 a 1,5 km de uma farmácia RD Saúde

Experiência omnicanal

Entrega termolábil, Prazo de menos de 60 minutos, NPS de 79

Melhor estrutura PBMs

Penetração de 97% no programa

Perspectivas de crescimento

Suprimento

Estoque estabilizado e contemplando todas as dosagens atuais e novas

Fim da Patente

Em 2026, ampliando o mercado com novos lançamentos, volumes, preços e acesso

Desdobramentos

Novas moléculas, apresentações farmacêuticas e combinações de uso



Prioridades para a evolução da empresa



Obsessão pelo nosso cliente e pela nossa proposta de valor



Avanço incremental no território da saúde e bem-estar



Bom funcionamento da organização e eficiência



Aplicação de tecnologia e inteligência artificial



Cultura e fit cultural



Olhar atento para nossas pessoas



Resultados já capturados, combinados a eventos adicionais, criam um ambiente positivo para a RD Saúde.

Resgate da Performance e Eficiência

- ◆ Preço e competitividade
- ◆ Perfumaria
- ◆ Ênfase logística e abastecimento
- ◆ Perdas e cobertura de estoque
- ◆ Ajuste da estrutura (G&A)
- ◆ Otimização dos investimentos em iniciativas estratégicas
- ◆ Cultura e engajamento (EVP)

Reforço da Proposta de Valor e Moats

- ◆ Evoluir na proposta de valor para os clientes
- ◆ Evoluir ainda mais nas experiências digitais de farmácia
- ◆ Evoluir na cultura de eficiência
- ◆ Evoluir no uso de IA
- ◆ Avançar nas marcas próprias
- ◆ Acelerar valor das adjacências (Impulso e manipulados)
- ◆ Criar mais proximidade / Expansão

Ganho de Escala e Market Share

Diferenciais competitivos anteriores se somam a um contexto favorável

- ◆ Oportunidades GLP-1
- ◆ Poder de investimento em tech e IA
- ◆ Digitalização natural do cliente
- ◆ Reforma tributária
- ◆ Balanço forte em cenário de SELIC alta



Como o Flywheel reforça nossos diferenciais e acelera o crescimento?



Cultura centenária de cuidado

Desde 1905 e com NPS 91



Marcas reconhecidas nacionalmente

Raia e Drogasil entre as 20 marcas mais valiosas



Proximidade com o cliente

82 milhões de clientes a apenas 1,5 km



Gerentes regionais com 19 anos de casa

Com formação interna desde a base



Parque de lojas moderno

3,5 mil farmácias, sendo 3 mil inauguradas desde jan/12



Jornada digital via canais proprietários

27% das vendas do varejo, das quais 81% via apps



Q&A



ENCERRAMENTO