



RaiaDrogasil S.A.

Gente,
Saúde e
Bem-estar.

APRESENTAÇÃO
DE RESULTADOS:

2017

*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:** 1.610 unidades em operação (abertura de 210 lojas e 20 encerramentos)
- › **Receita Bruta:** R\$ 13,9 bilhões, crescimento de 17,1% (7,2% para mesmas lojas no varejo)
- › **Margem Bruta:** 28,8% da receita bruta, uma retração de 0,8 ponto percentual
- › **EBITDA:** R\$ 1.130,3 milhões, margem de 8,2%, retração de 0,2 ponto percentual
- › **Lucro Líquido:** R\$ 512,5 milhões, margem líquida de 3,7% e um incremento de 12,3%
- › **Fluxo de Caixa:** Fluxo de caixa livre negativo de R\$ 49,7 milhões, R\$ 211,0 milhões de consumo total



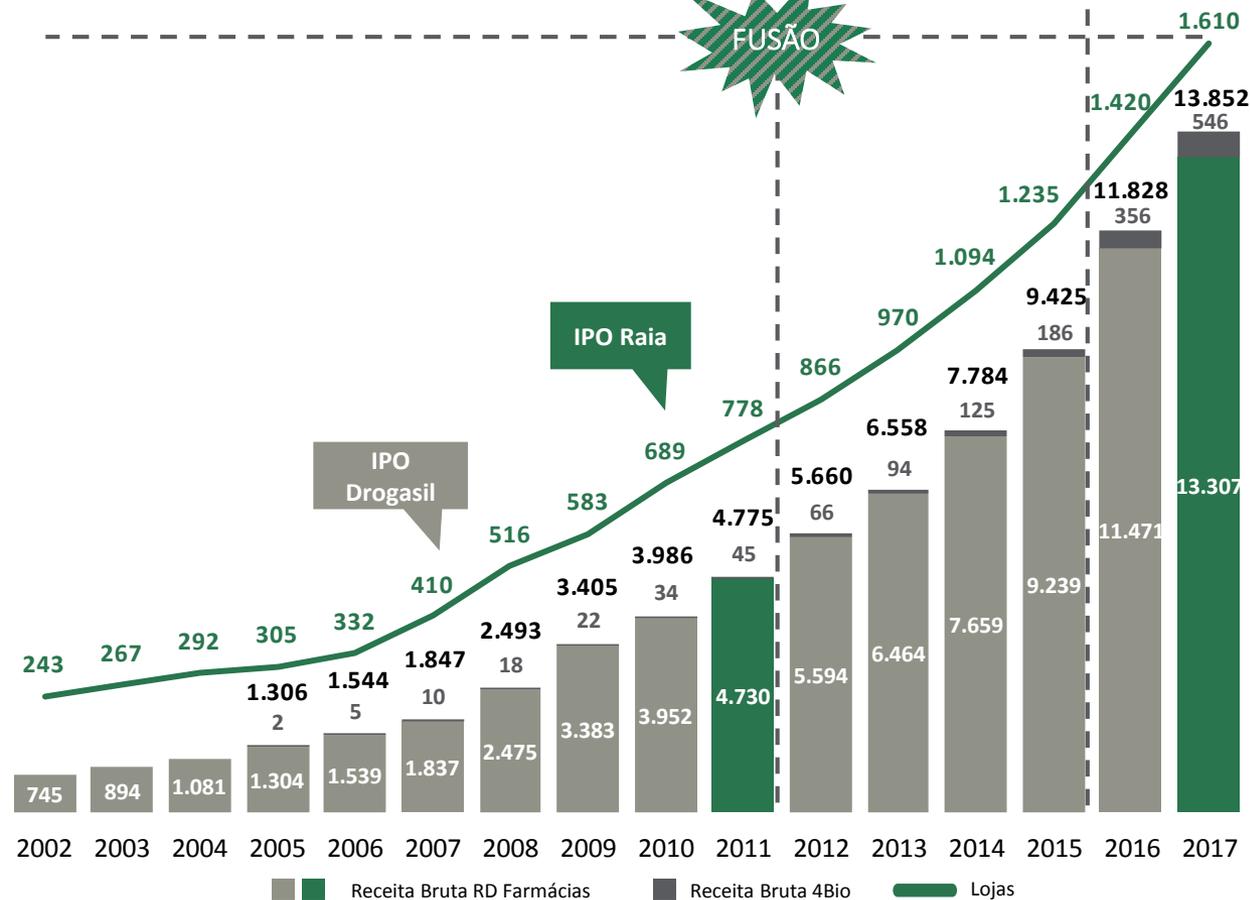
LIDERANDO A CONSOLIDAÇÃO DO MERCADO DE DROGARIAS DO BRASIL



2017 foi mais um ano de crescimento sólido com criação de valor.

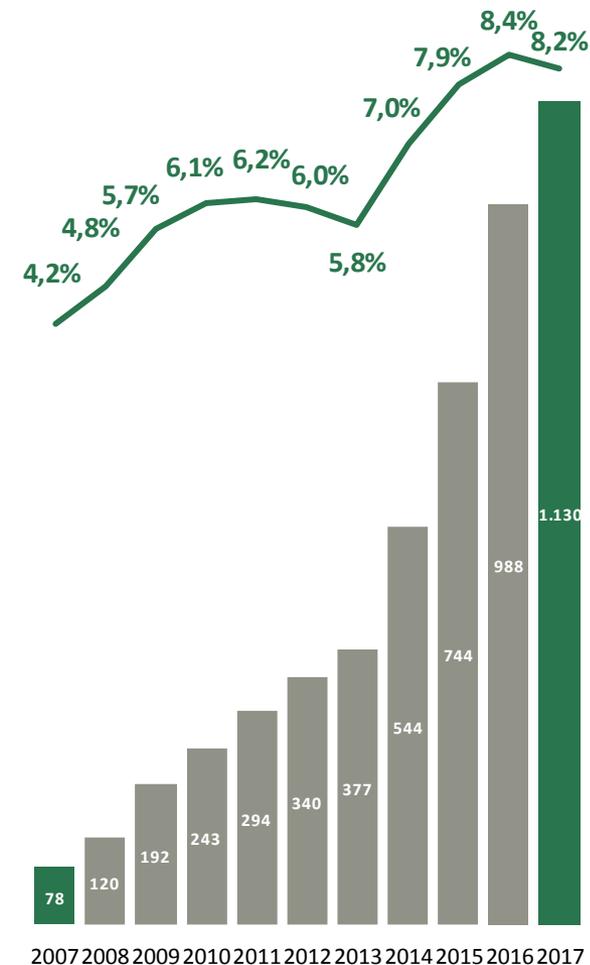
Receita Bruta e Número de Lojas

R\$ milhões, Número de Lojas



EBITDA Ajustado

R\$ milhões, % da Receita Bruta

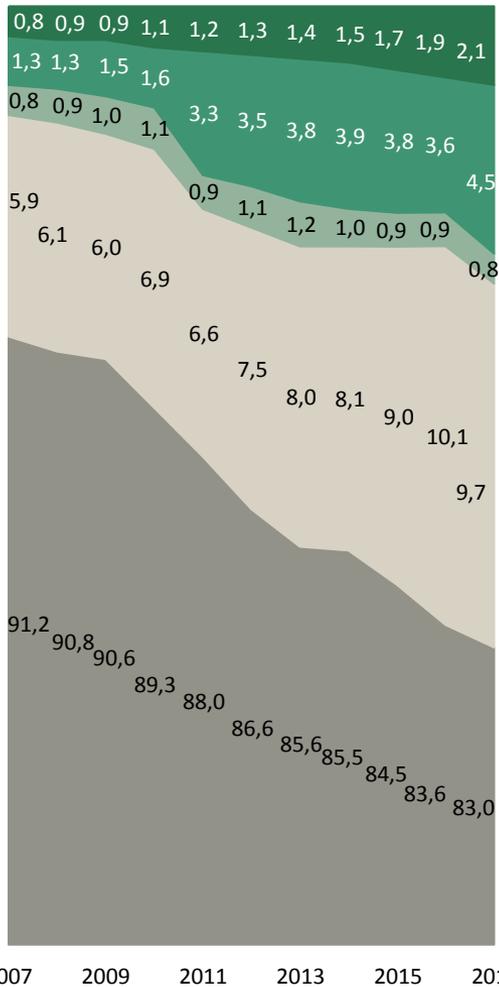


LIDERANDO A CONSOLIDAÇÃO DO MERCADO DE DROGARIAS DO BRASIL

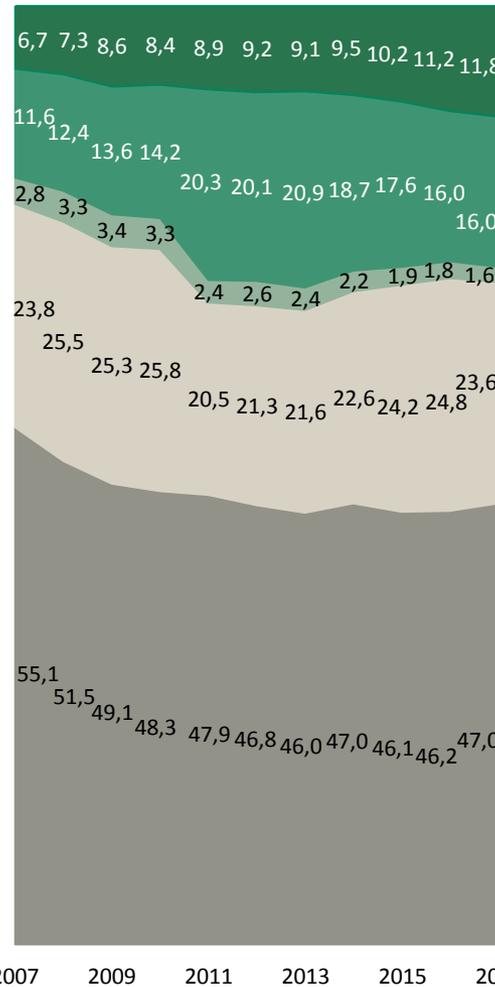


Continuamos ganhando *market share* e eficiência quando comparado ao resto do mercado.

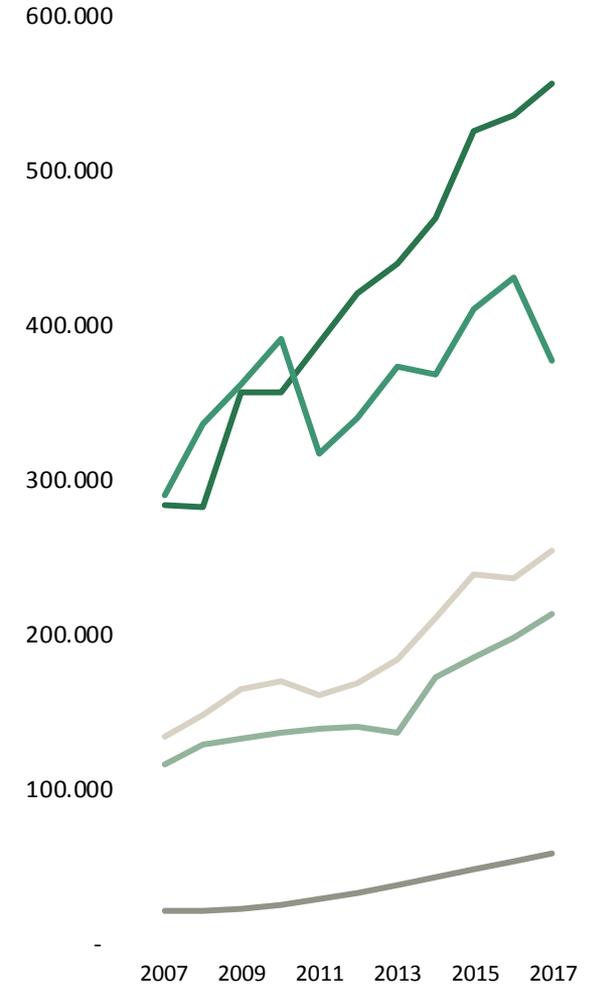
% de Lojas



% de Faturamento



Receita Farma por Loja (R\$/mês)



Fonte: IMS Health e Abrafarma.

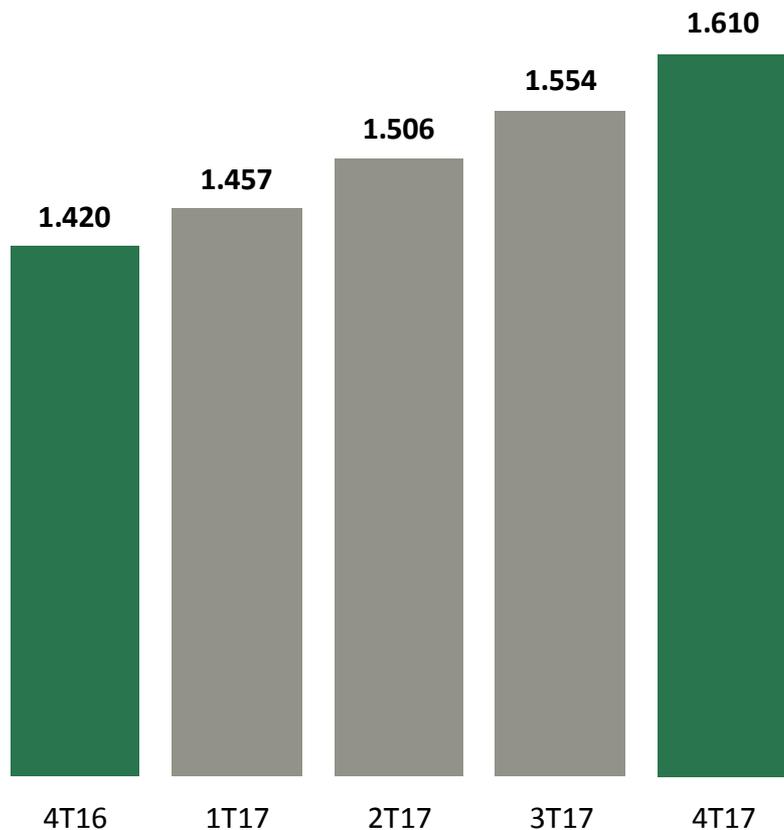
RD ABRAFARMA #2 A #5 SUPERMERCADOS OUTRAS REDES INDEPENDENTES

EXPANSÃO DA REDE



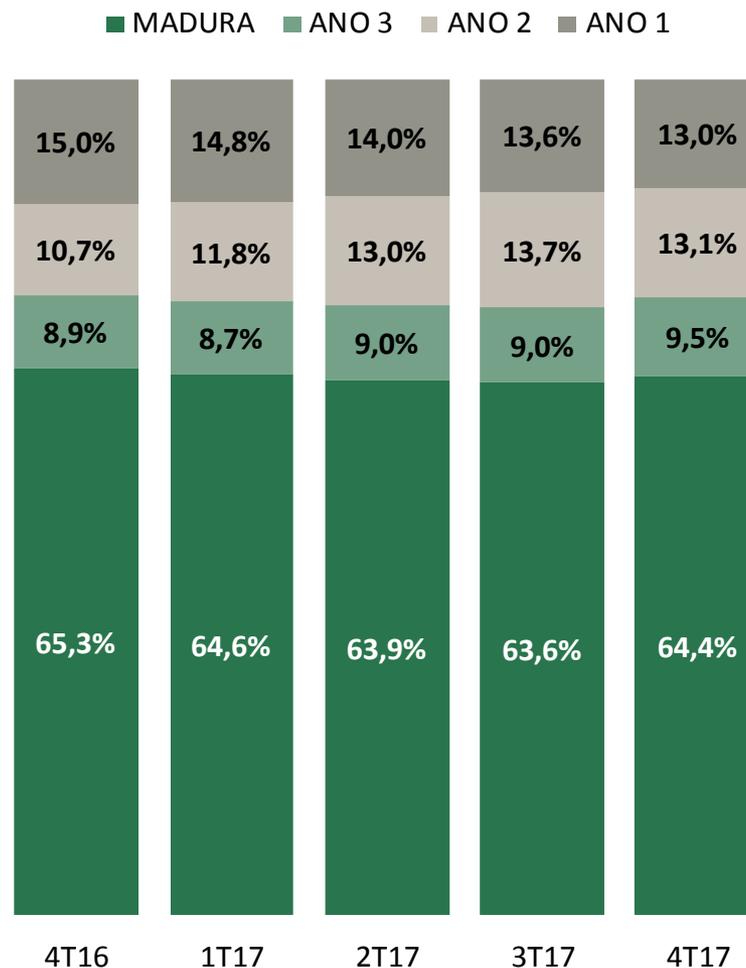
Abrimos 210 lojas e fechamos 20 em 2017. No 4T17, abrimos 60 e fechamos 4 lojas. Ao final do período, 35,6% das nossas lojas ainda estavam em estágio de maturação.

Número de Lojas*



	4T16	1T17	2T17	3T17	4T17
Abertas	62	42	54	54	60
Fechadas	(12)	(5)	(5)	(6)	(4)

Distribuição Etária do Portfólio de Lojas

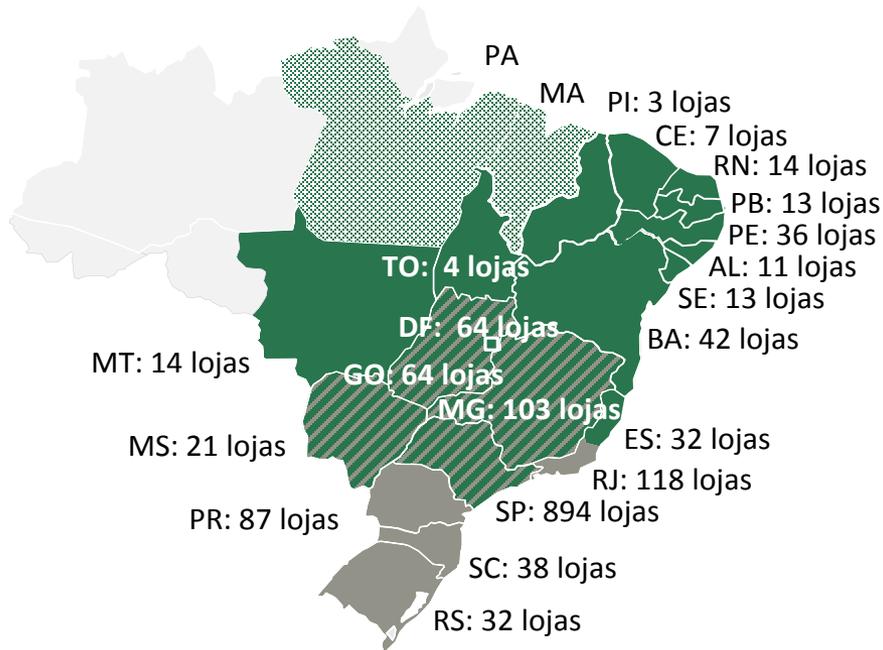


* Inclui três lojas da 4Bio.

GANHAMOS OU MANTIVEMOS MARKET SHARE EM TODAS AS 5 REGIÕES

Atingimos um *market share* nacional de 12,0%, um aumento de 0,5 p.p. Entramos no Ceará e no Piauí (NE) em 2017 e entraremos no Pará e no Maranhão.

Presença Geográfica



Total: 1.610 lojas

■ Raia: 748 lojas

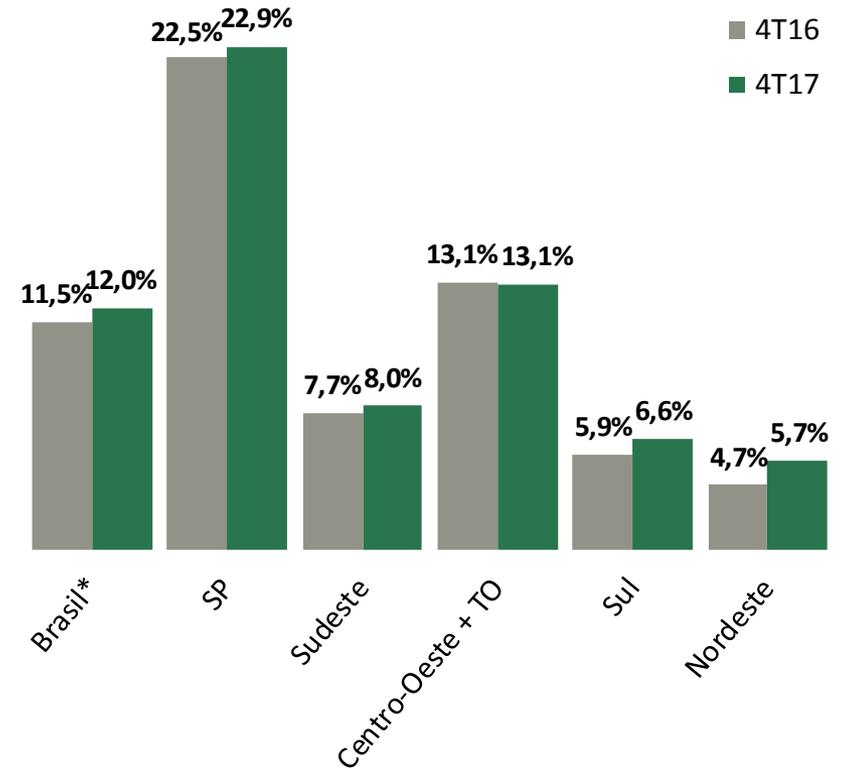
■ Drogasil: 835 lojas

■ Mercados Futuros

* Farmasil: 24 lojas

* 4Bio: 3 lojas

Participação de Mercado



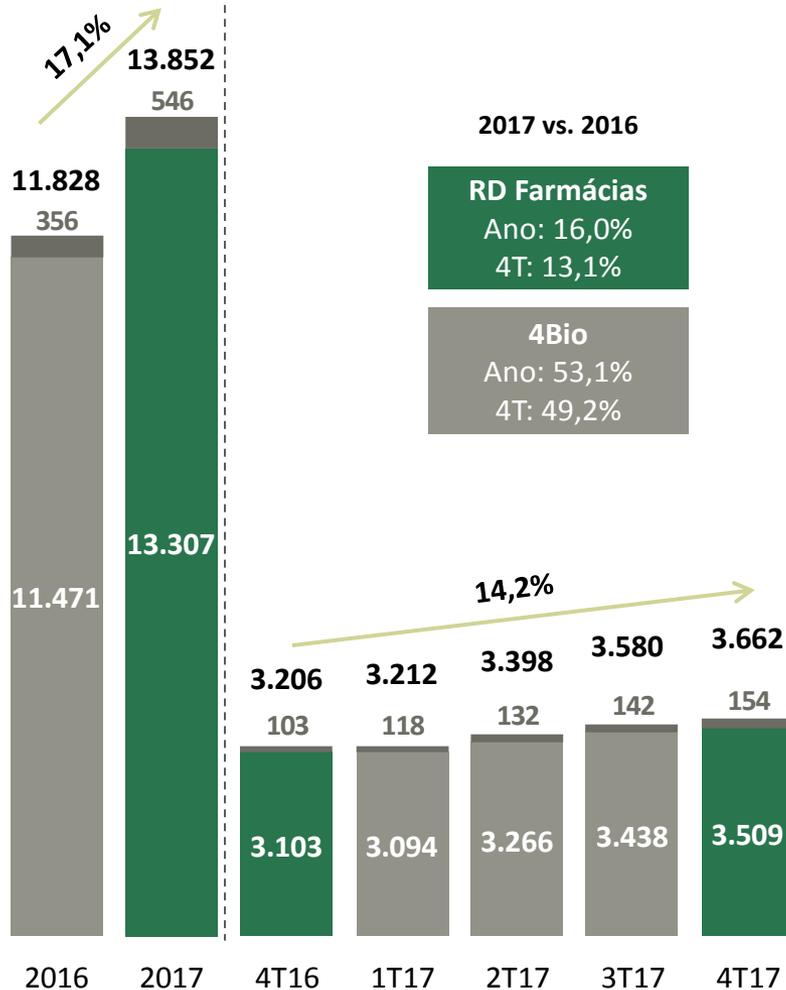
DISTRIBUIÇÃO DO MERCADO FARMACÊUTICO POR REGIÃO (%)

Região	Brasil*	SP	Sudeste	Centro-Oeste + TO	Sul	Nordeste
Participação 4T16 (%)	100,0%	26,6%	24,4%	9,8%	16,2%	18,6%

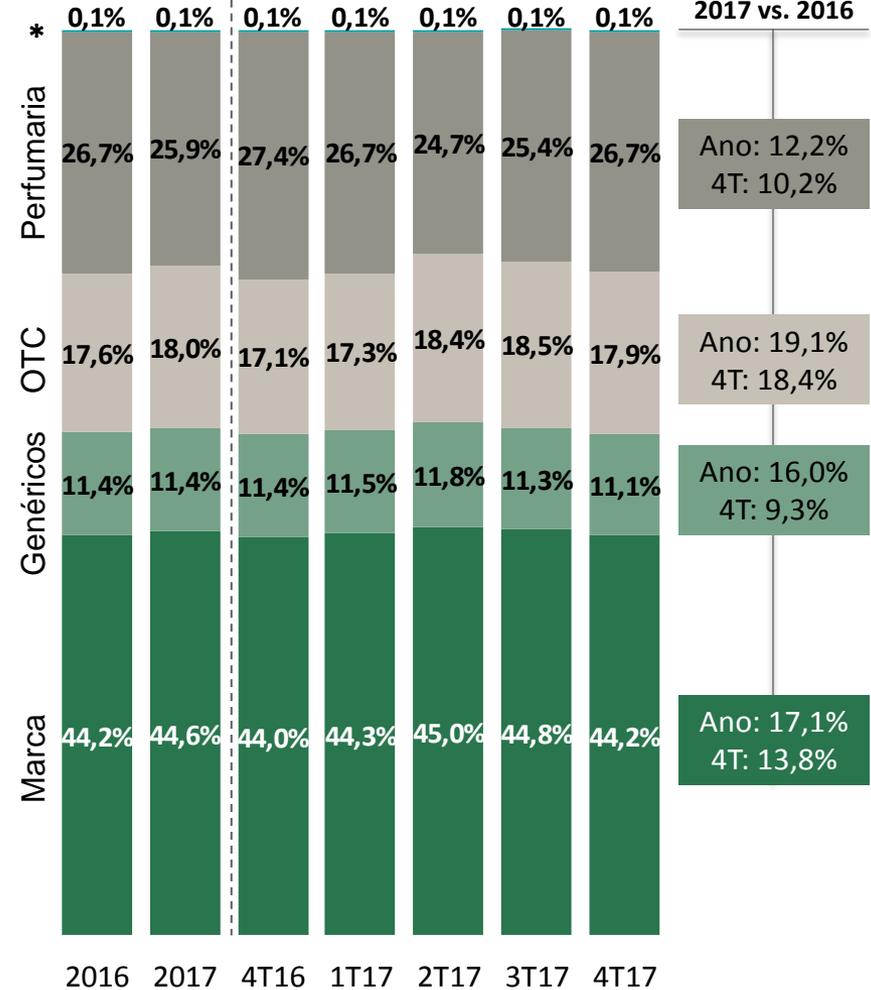
CRESCIMENTO DE 16,0% NO VAREJO E DE 53,1% NA 4BIO

OTC foi o destaque de 2017 (ganho de 0,4 p.p. no mix) e do trimestre (ganho de 0,8 p.p. no mix), devido a um verão mais frio e chuvoso que o usual, que penalizou Perfumaria (redução de 0,7 p.p. no mix).

Receita Bruta Consolidada



Mix de Vendas do Varejo



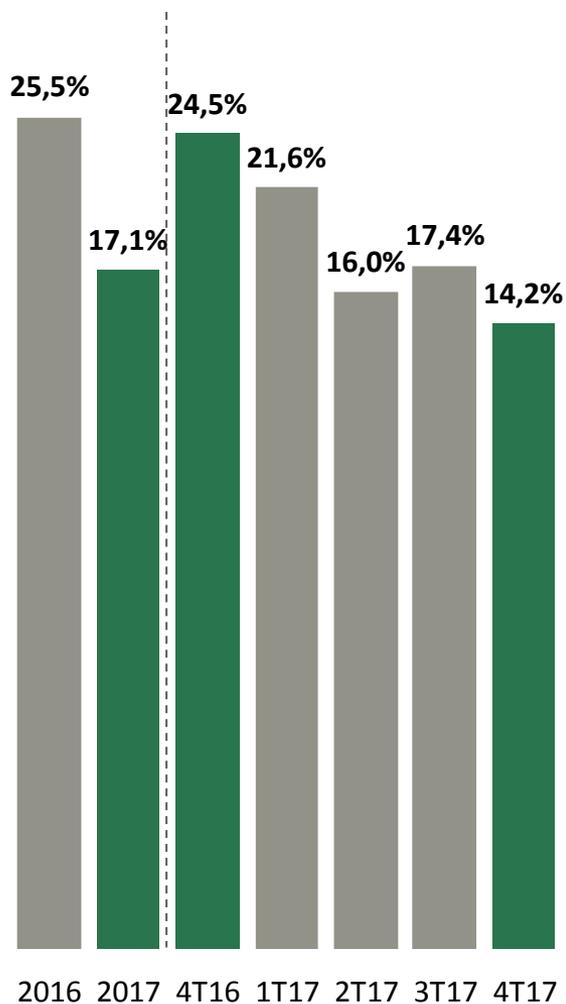
* Serviços.

CRESCIMENTO DE 17,1%, COM 3,1% PARA LOJAS MADURAS NO VAREJO

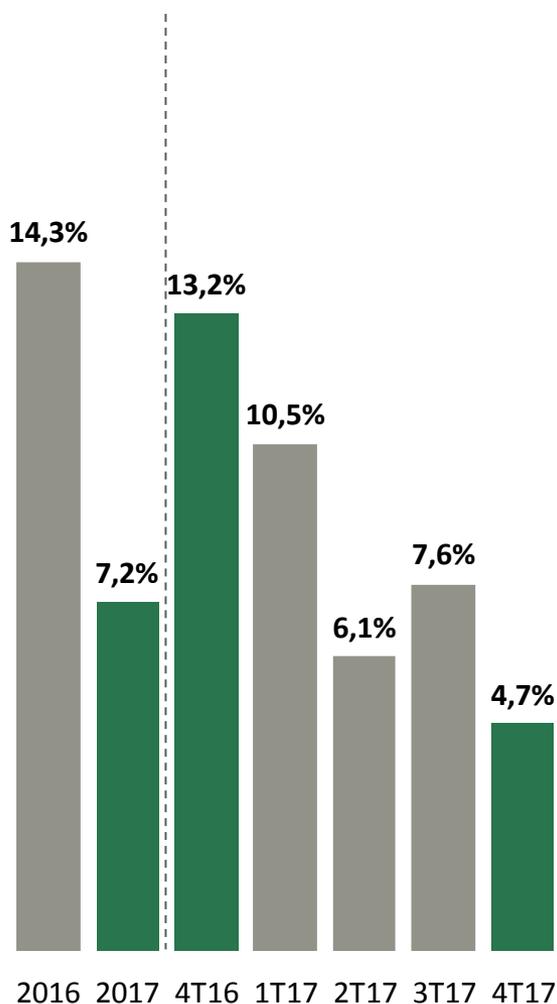


No 4T17, obtivemos um crescimento de 14,2%, com 0,8% para lojas maduras no varejo, incluindo um efeito calendário negativo de 0,8%.

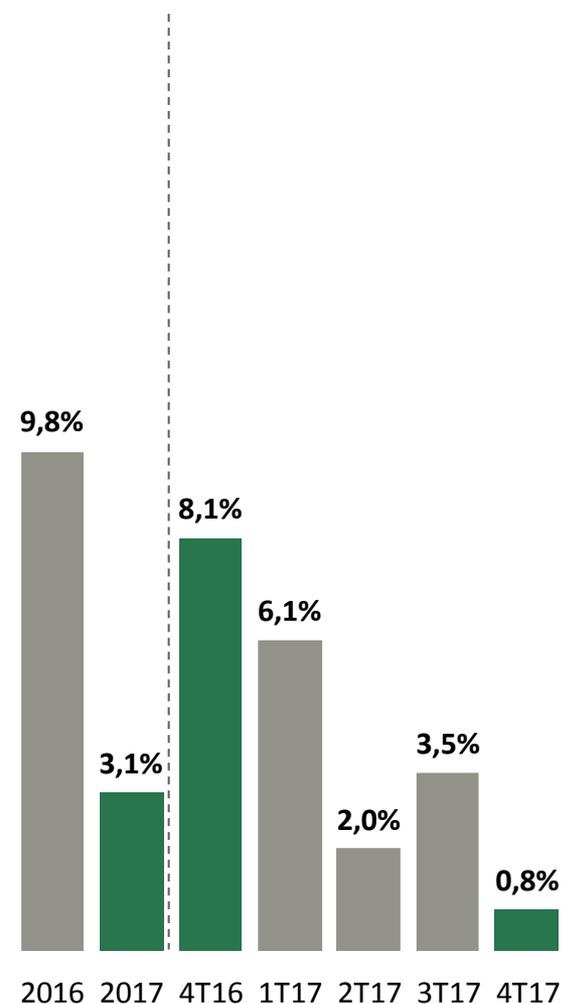
Crescimento da Venda Consolidada



Cresc. Das Mesmas Lojas - Varejo



Cresc. das Lojas Maduras - Varejo



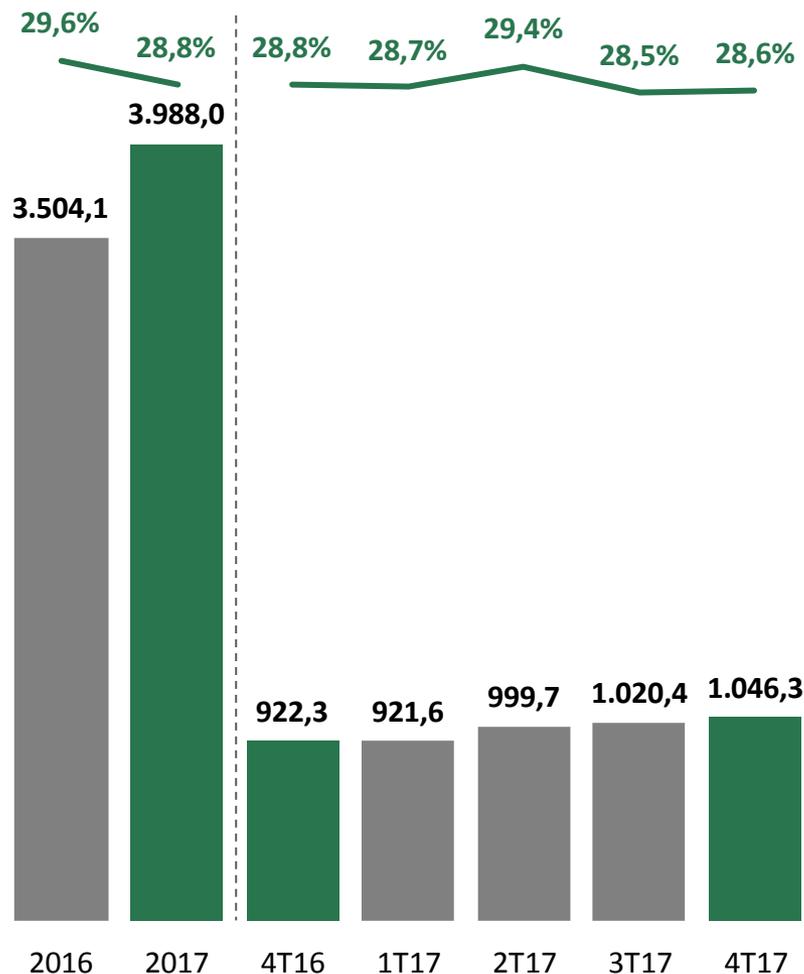
MARGEM BRUTA RECUOU 0,8 P.P. DEVIDO A UM MENOR GANHO INFLACIONÁRIO



Margem bruta recuou 0,2 p.p no trimestre, devido às pressões de 4Bio (0,3 p.p.) e de AVP (0,2 p.p.), mitigadas por outros ganhos (0,3 p.p.). Ciclo de caixa foi penalizado principalmente por fatores de calendário.

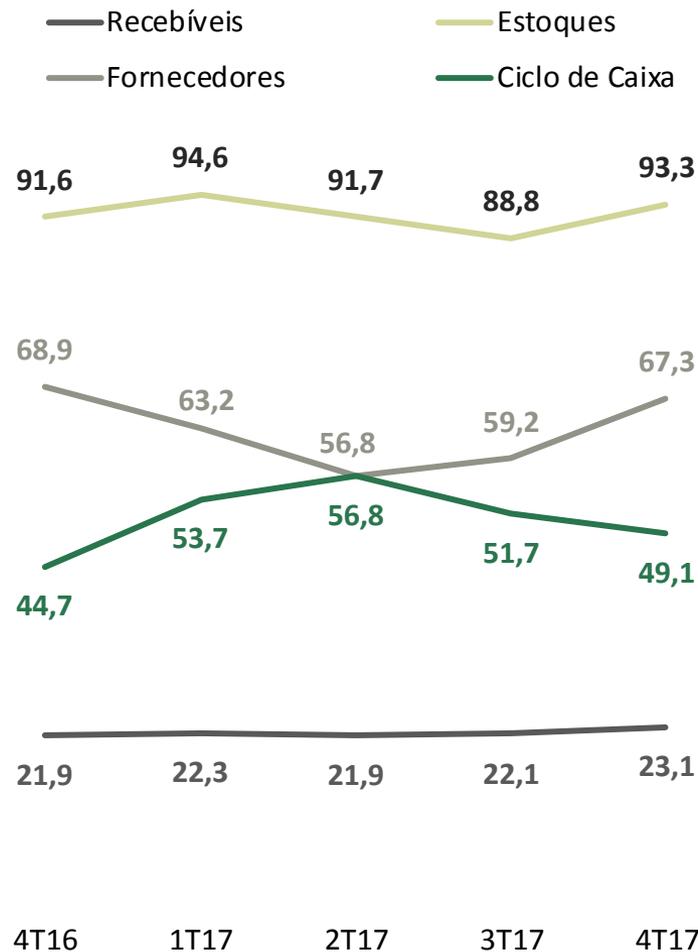
Margem Bruta

R\$ milhões, % da Receita Bruta



Ciclo de Caixa*

Dias de CMV, Dias de Receita Bruta



* Ajustado para recebíveis descontados.

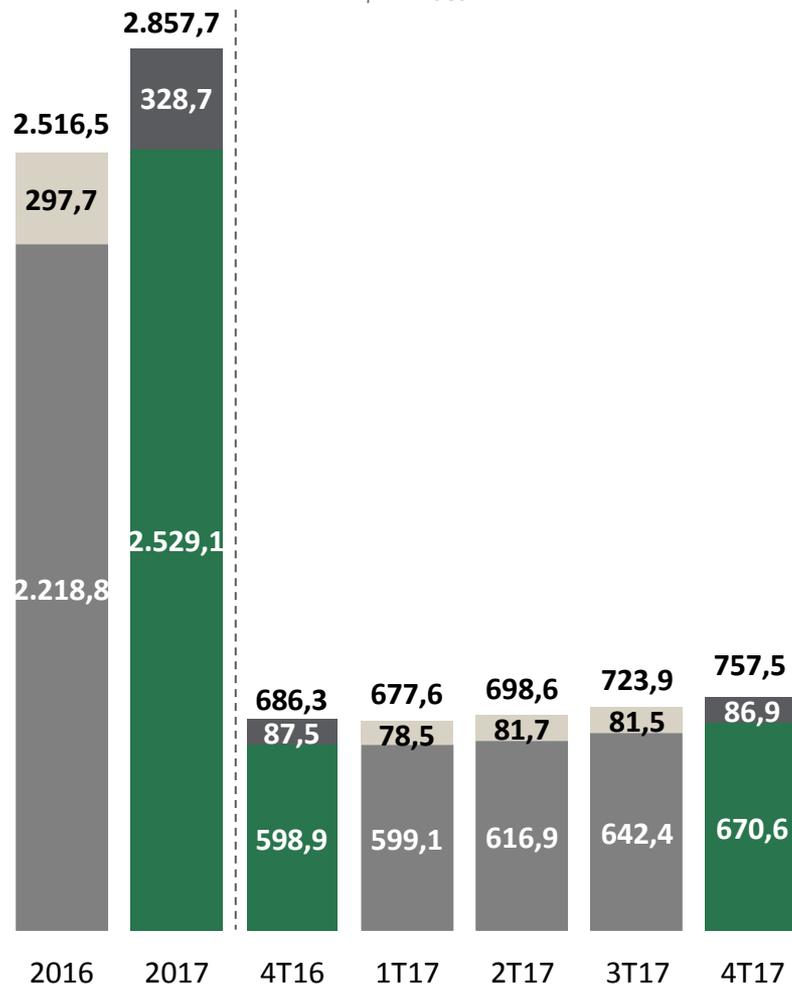
DESPESAS OPERACIONAIS DILUÍDAS EM 0,6 P.P. (0,7 P.P. NO TRIMESTRE)



Despesas de pessoal diluídas em 0,2 p.p. Marketing, logística, pré-operacionais, 4Bio, G&A e outras despesas se diluíram em 0,1 p.p. cada. Ganhos foram parcialmente compensados por uma pressão de 0,2 p.p. em aluguéis.

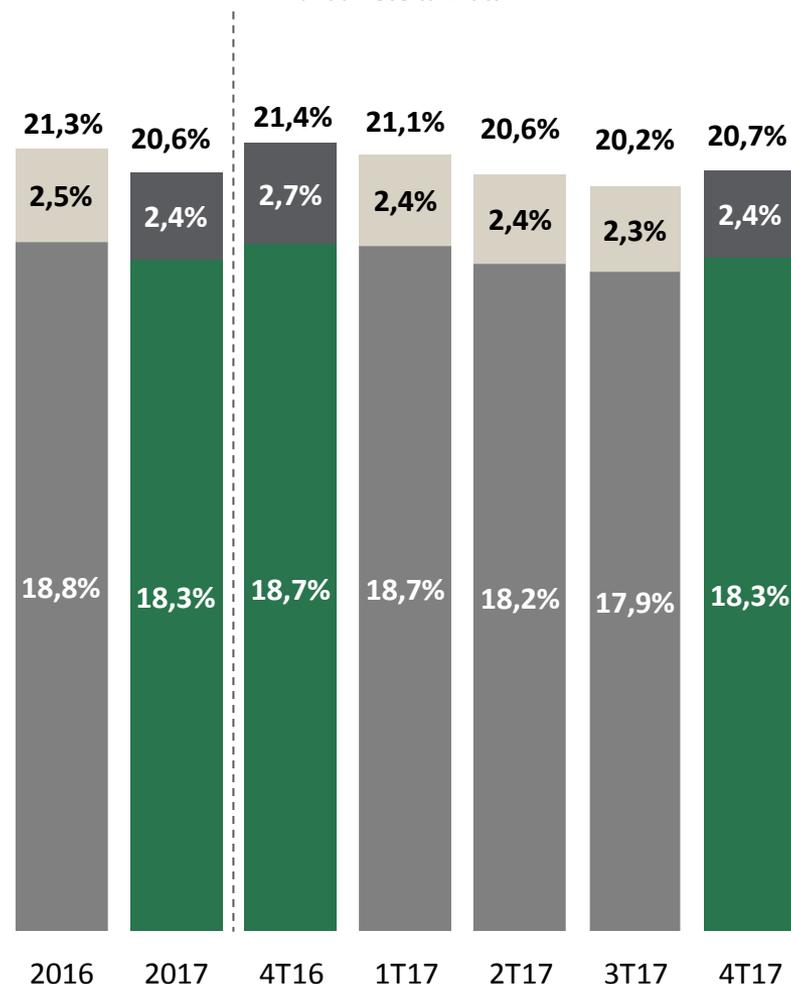
Despesas Operacionais

R\$ milhões



Despesas Operacionais

% da Receita Bruta



■ Despesas com Vendas ■ Despesas Corporativas

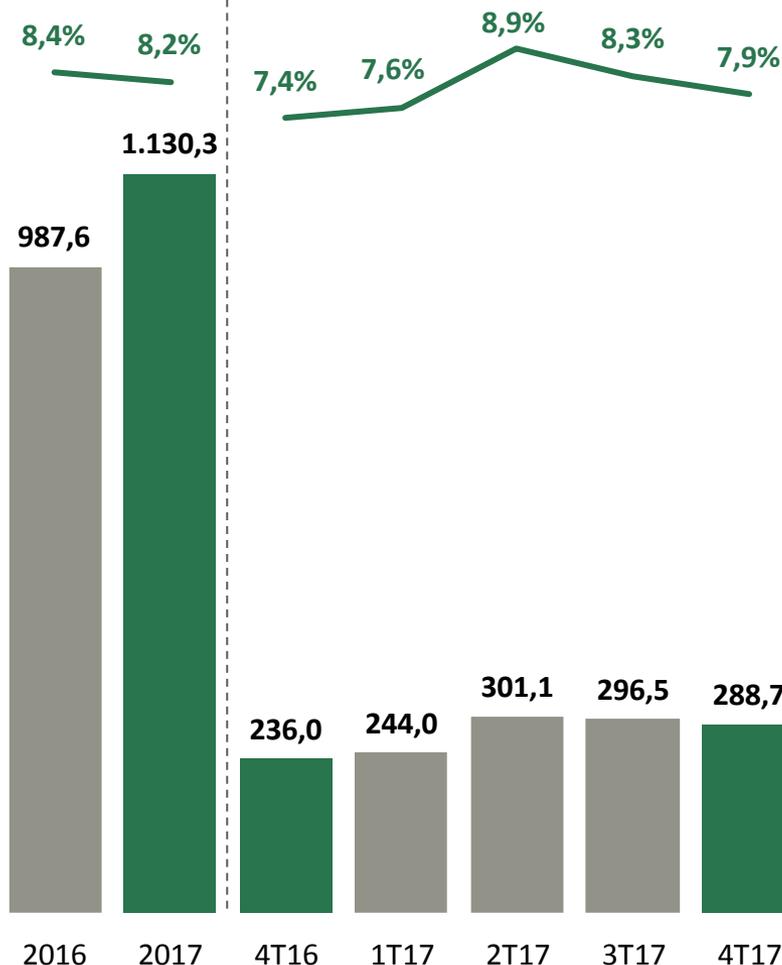
EBITDA TOTALIZOU R\$ 1.130,3 MM, PRESSÃO DE 0,2 P.P. (GANHO DE 0,5 P.P. NO 4T)



Pressão de margem bruta de 0,8 p.p. parcialmente neutralizada pela diluição estrutural de despesas de 0,6 p.p. Excluindo AVP e 4Bio, a margem EBITDA do varejo expandiu 0,1 p.p. em 2017

EBITDA Ajustado

R\$ Milhões, % da Receita Bruta



1.400* lojas operando desde 2016:
(performance em 2017)

- › R\$ 13,3 bilhões em Receita Bruta
- › R\$ 1.147,3 milhões de EBITDA
- › Margem EBITDA de 8,6%

RD Farmácias

- › R\$ 1,119,3 milhões de EBITDA
- › Margem EBITDA de 8,4%

4Bio

- › R\$ 10,9 milhões de EBITDA
- › Margem EBITDA de 2,0%

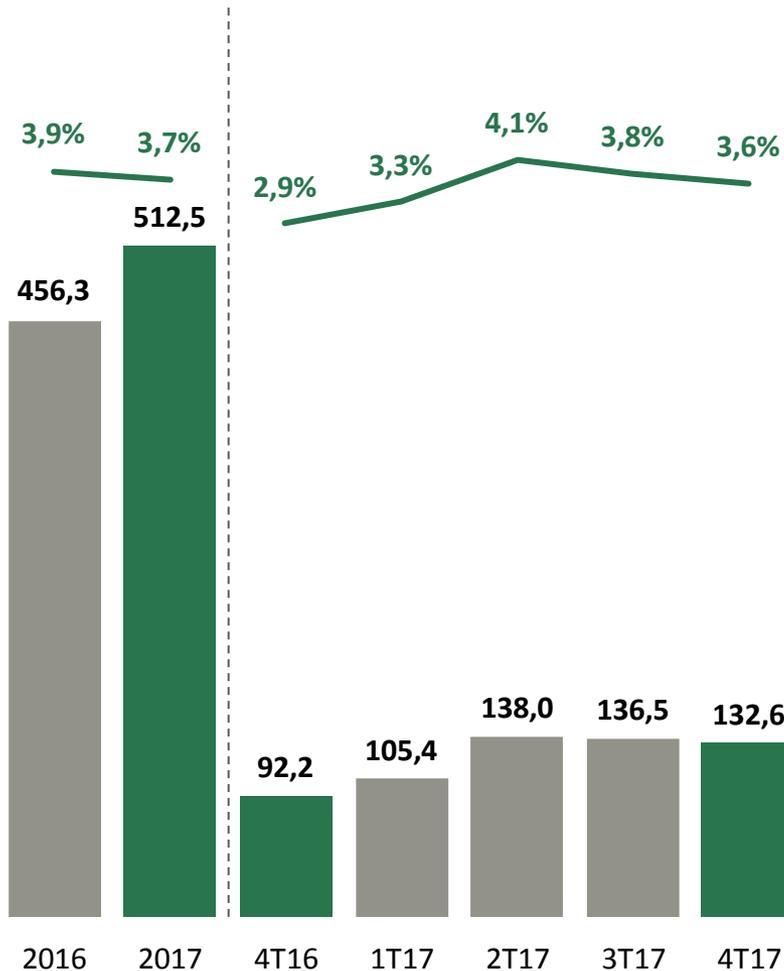
* 1420 lojas em operação ao final do 4T16 menos 20 fechamentos.

O LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO ATINGIU R\$ 512,5 MM EM 2017

Margem líquida de 3,7% e uma evolução de 12,3% em comparação ao ano anterior. Registramos 0,2 MM em ganhos não recorrentes em 2017.

Lucro Líquido Ajustado

R\$ Milhões, % da Receita Bruta



Receitas / Despesas Não Recorrentes

R\$ Milhões, % da Receita Bruta

Receitas / Despesas Não Recorrentes (R\$ milhões)	1T17	4T17	2017
Contingências trabalhistas: ajuste em estimativa de perdas	(12,1)		(12,1)
Gratificação por aposentadoria: Diretor estatutário	(3,2)		(3,2)
Receitas comerciais: eliminação do atraso de reconhecimento	13,1		13,1
Credito de INSS relativo a exercícios anteriores		2,4	2,4
Total	(2,2)	2,4	0,2

FLUXO DE CAIXA LIVRE DE R\$ 49,7 MILHÕES



Geração de R\$ 589,5 MM de caixa operacional financiou a maior parte dos R\$ 639,2 MM em investimentos. Consumo de caixa total de R\$ 211,0 milhões.

Fluxo de Caixa	4T17	4T16	2017	2016
<i>(R\$ milhões)</i>				
EBIT Ajustado	196,6	161,6	792,4	713,2
Ajuste a Valor Presente (AVP)	(14,6)	(20,4)	(63,9)	(67,3)
Despesas Não Recorrentes	2,4	(7,7)	0,2	(7,7)
Imposto de Renda (34%)	(62,7)	(45,4)	(247,8)	(217,0)
Depreciação	92,1	74,4	337,9	274,4
Outros Ajustes	8,8	5,4	32,2	12,9
Recursos das Operações	222,6	167,9	851,0	708,6
Ciclo de Caixa*	28,2	34,0	(337,0)	(257,5)
Outros Ativos (Passivos)**	(22,9)	(17,1)	75,5	56,1
Fluxo de Caixa Operacional	227,9	184,8	589,5	507,1
Investimentos	(159,5)	(134,7)	(639,2)	(489,1)
Fluxo de Caixa Livre	68,4	50,1	(49,7)	18,1
JSCP	(85,6)	(81,9)	(170,8)	(153,3)
IR pago sobre JSCP	(14,5)	(13,7)	(28,5)	(27,0)
Resultado Financeiro***	(4,5)	(15,2)	(46,8)	(42,1)
IR (Benefício fiscal sobre result. fin. e JSCP)	19,0	22,2	84,8	80,5
Fluxo de Caixa Total	(17,2)	(38,5)	(211,0)	(123,9)

*Inclui ajustes para recebíveis descontados.

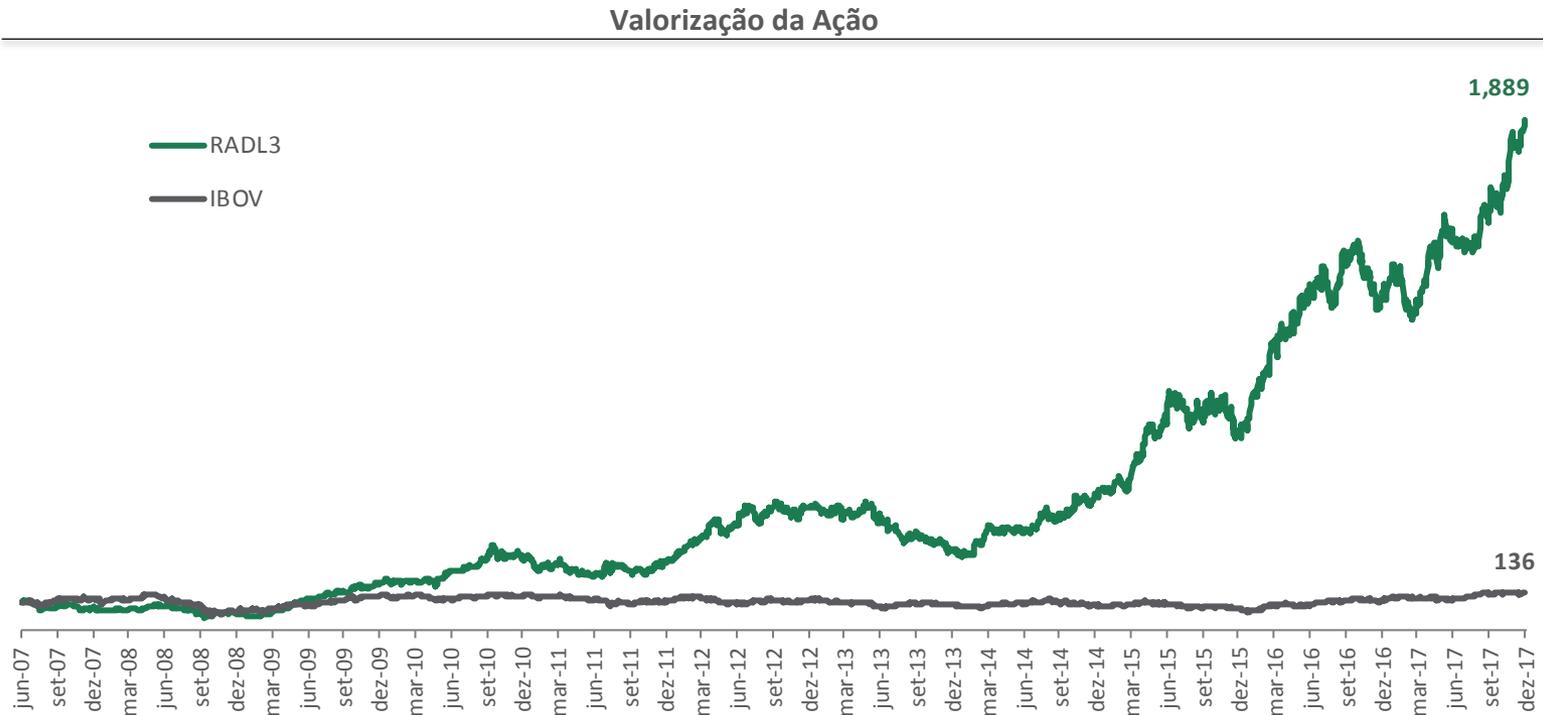
**Inclui amortização de ágio da fusão e ajustes de AVP.

***Exclui ajuste de AVP.

AÇÕES RADL3 SE VALORIZARAM EM 51,3% EM 2017



Desde o IPO da Drogasil, registramos uma alta de 1.789,9% nas ações da empresa, com retorno anual médio de 32,6%. Considerando o IPO da Droga Raia, geramos um retorno anual médio de 36,4%.



Performance em 2017

RADL3: 51,3%

BOVESPA: 23,1%

Alpha: 28,2%

Liquidez Média RADL3: R\$ 93,0 milhões

TEMOS UM COMPROMISSO COM A SUSTENTABILIDADE BASEADO EM TRÊS EIXOS E NOVE DIRETRIZES ALINHADAS AO NOSSO PROPÓSITO



1

Para cuidar da saúde das pessoas:



1.1

Estimular a qualidade de vida dos funcionários e proporcionar um ambiente de trabalho que promove a equidade e respeita as diferenças

1.2

Promover a saúde e o bem-estar dos clientes, incentivando hábitos saudáveis, facilitando o acesso a produtos e serviços e acompanhando, de perto, o tratamento

1.3

Apoiar iniciativas sociais que promovem a saúde e o bem-estar nas comunidades onde atuamos

2

Para cuidar da saúde do negócio:



2.1

Encorajar o diálogo e gerar valor de longo prazo para nossos *stakeholders*

2.2

Trabalhar com fornecedores e prestadores de serviços alinhados aos nossos valores

2.3

Promover o desenvolvimento profissional e pessoal dos funcionários, formando líderes continuamente

3

Para cuidar da saúde do planeta:



3.1

Minimizar o uso de recursos naturais e zelar pelo impacto da obra em nossos projetos de loja, CDs e escritórios

3.2

Reduzir os resíduos gerados pelo negócio e viabilizar sua destinação adequada

3.3

Reduzir o impacto social e ambiental do nosso processo de distribuição

Navegamos com Sucesso um Ano Desafiador

- › Obtivemos ganhos de eficiência expressivos e sustentáveis que nos permitiram sustentar uma perda de margem mínima levando em conta a forte base de comparação de margem bruta de 2016 (0,2 p.p.)
- › Expandimos a margem caixa da operação de varejo (excluindo AVP) em 0,1 p.p.

Alcançamos Diversos Marcos Estratégicos

- › Abrimos 210 novas lojas e obtivemos ganhos significativos de *market share*, mantendo a produtividade das lojas
- › Introduzimos a nova identidade de Drogasil, alinhada ao posicionamento da marca e melhorando a experiência de compras
- › Lançamos os novos programas de fidelidade de Raia e de Drogasil
- › Iniciamos a implementação de uma nova plataforma de precificação, que ampliará a diferenciação de preços entre lojas

Avançamos nas Alavancas Estratégicas

- › Começamos uma transformação cultural com a disseminação da nossa Identidade, Valores e Propósito
- › Melhoramos ainda mais a nossa cadeia de suprimentos, atingindo um novo mínimo histórico em faltas
- › Inauguramos um novo CD em Salvador

Na medida em que progredimos ao longo da rota estratégica traçada em 2014 e que concluímos as iniciativas remanescentes, nosso olhar já se volta ao próximo ciclo à frente. Identificamos três grandes potenciais alavancas de criação de valor que devem ser exploradas:

Seguir Acelerando a Expansão

- › Somos a única rede de drogarias do Brasil com marca já posicionada em estados que representam mais de 90% do mercado farmacêutico brasileiro, com histórico consistente de retornos marginais e de vendas por loja madura
- › Alavancar esta plataforma única de expansão nacional já constituída sem ter de enfrentar fortes barreiras de entrada para liderar a consolidação do mercado
- › Estabelecemos um *guidance* de 240 novas lojas por ano para 2018 e para 2019

Oferecer uma Experiência Digital Centrada no Consumidor

- › Criar uma experiência digital centrada em ciência de dados, em uma experiência multicanal baseada em produtos e serviços personaliza, com elevado engajamento do consumidor através das lojas, aplicativos, sites e mídias sociais
- › As lojas seguirão sendo o elemento central da experiência do consumidor, proporcionando conveniência e atendimento diferenciados, mas a digitalização vai nos permitir incrementar esta experiência em loja e estendê-la para fora, eliminando eventuais pontos críticos que penalizam a experiência do consumidor

Alavancar a Nossa Plataforma de Saúde

- › A **RD Saúde** se tornou uma plataforma única de gestão de saúde, sendo líder com operadoras de saúde e com grandes empresas
- › Levar esta plataforma a outro patamar, integrando ofertas e acelerando a prospecção de novas contas

Resultados de 2018

- › 1T: 2 de maio de 2018
- › 2T: 30 de julho de 2018
- › 3T: 30 de outubro de 2018

Próximas Conferências

- › 12 e 13 de março: **Itaú BBA 5th LatAm Consumer Event**, Itaú (London)
- › 3 e 4 de abril: **Brazil Investment Forum**, Bradesco (São Paulo)
- › 10 a 11 de abril: **Latam Investor Forum in Asia**, Bradesco (Hong Kong/Cingapura)
- › 16 e 17 de maio: **12nd Annual LatAm CEO Conference**, Itaú (New York)
- › 5 a 7 de junho: **2018 CalGEMs Conference**, Bank of America Merrill Lynch (California)