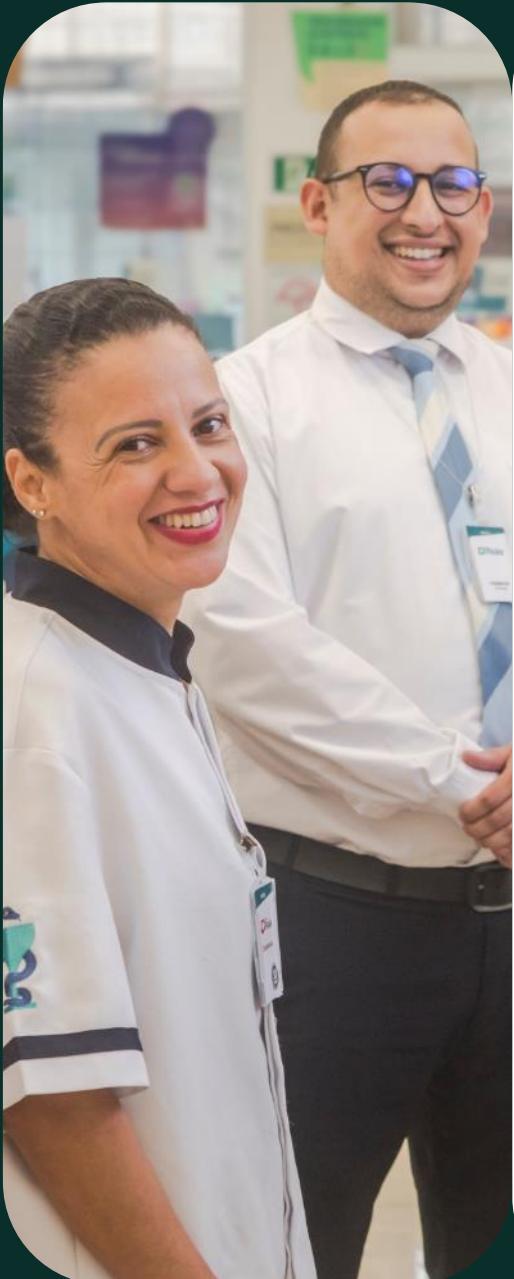


Apresentação Institucional

3T25





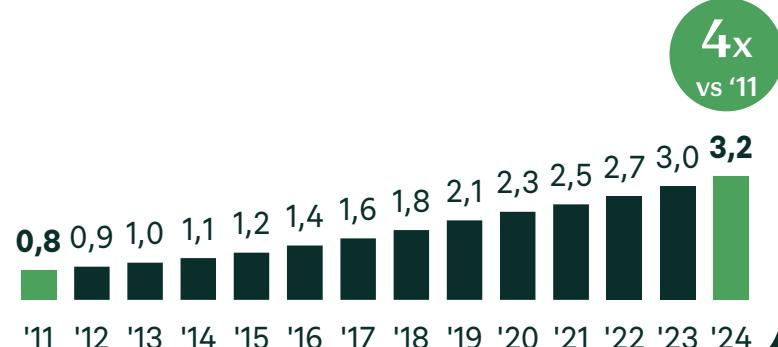
Aviso Legal

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 se diferenciem 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.



Desde a fusão entre Raia e Drogasil em 2011, uma trajetória consistente de crescimento e liderança no setor.

Farmácias
Quantidade, mil



FARMÁCIAS

#3.453

presente em todos os estados brasileiros

FUNCIONÁRIOS

69,9 MIL

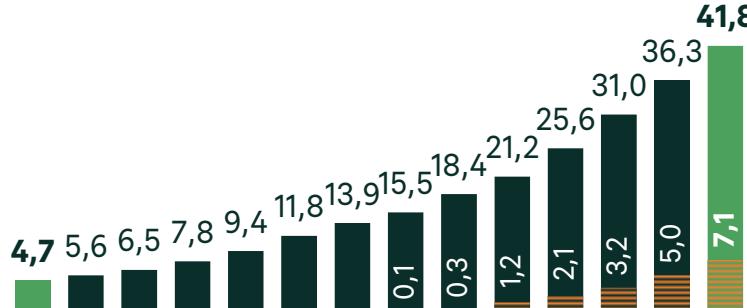
ao término do 3T25

REDE DE FARMÁCIA

#1

em receita e nº de lojas no Brasil

Receita bruta total
R\$ bilhões, receita digital (R\$ bilhões)



RECEITA BRUTA

R\$ 45,5 BI

3T25 LTM
+12% YoY

VENDAS DIGITAIS

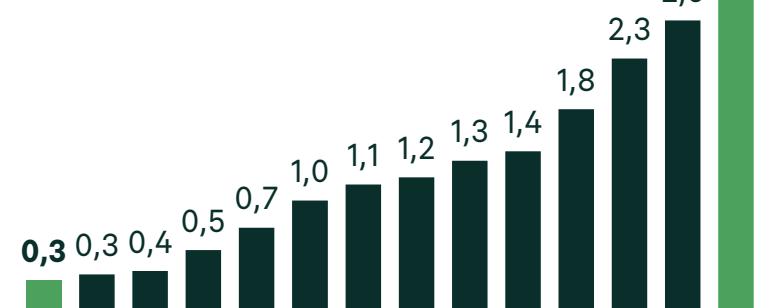
R\$ 9,8 BI

3T25 LTM, +49% YoY
23% da receita do varejo

9x
vs '11

7,1

EBITDA aj.
R\$ bilhões



EBITDA AJUSTADO

R\$ 3,1 BI

3T25 LTM
7% da receita bruta

11x
vs '11

3,0

MARKET SHARE

16,8%

no 3T25, +0,8 pp, com ganhos em todas as regiões

funcionários

funcionários

recepção digital

recepção digital

recepção digital

recepção digital

funcionários

funcionários

recepção digital

recepção digital

recepção digital

recepção digital

#1

51,0 MM

nos últimos 12 meses

429 MM

nos últimos 12 meses

91 FARMÁCIAS

79 APPS

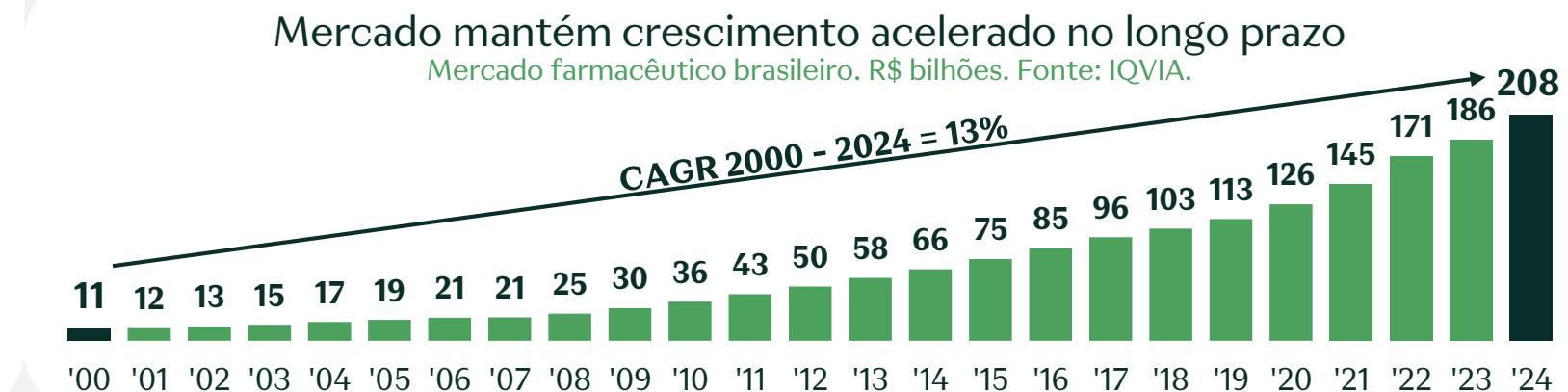
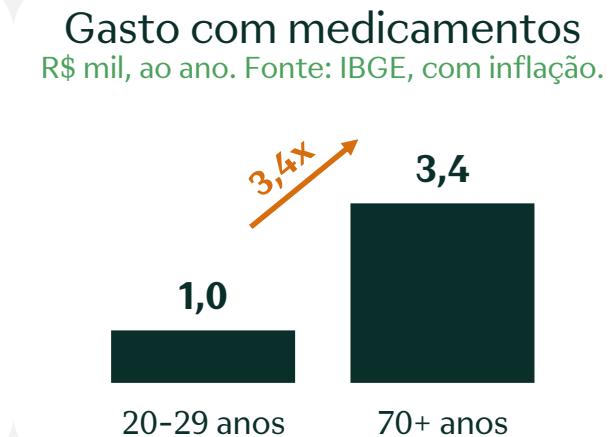
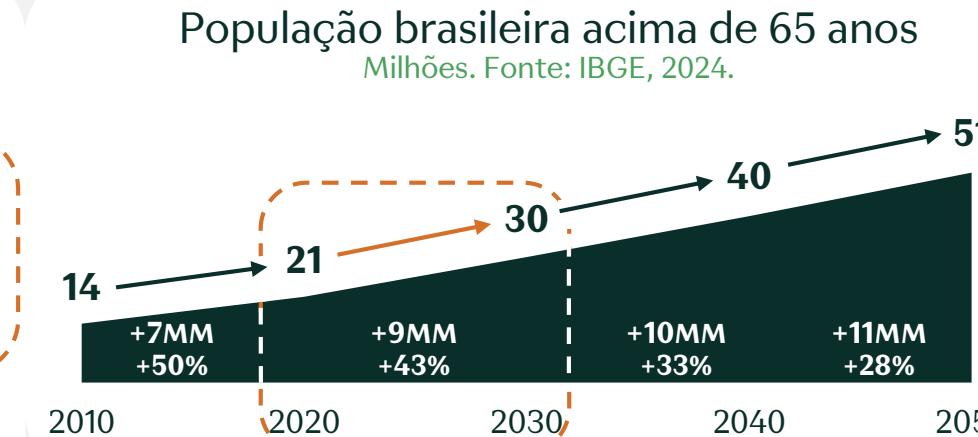
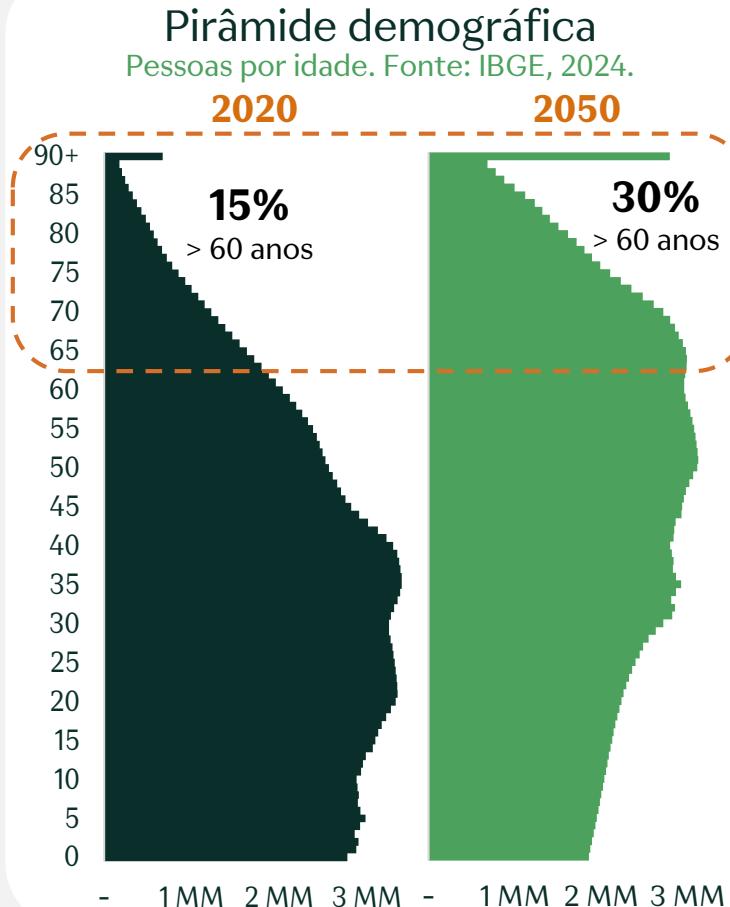
330-350

novas farmácias por ano em 2025 e 2026 (guidance)

AAA.br



Crescimento da demanda impulsionado pelo envelhecimento da população.

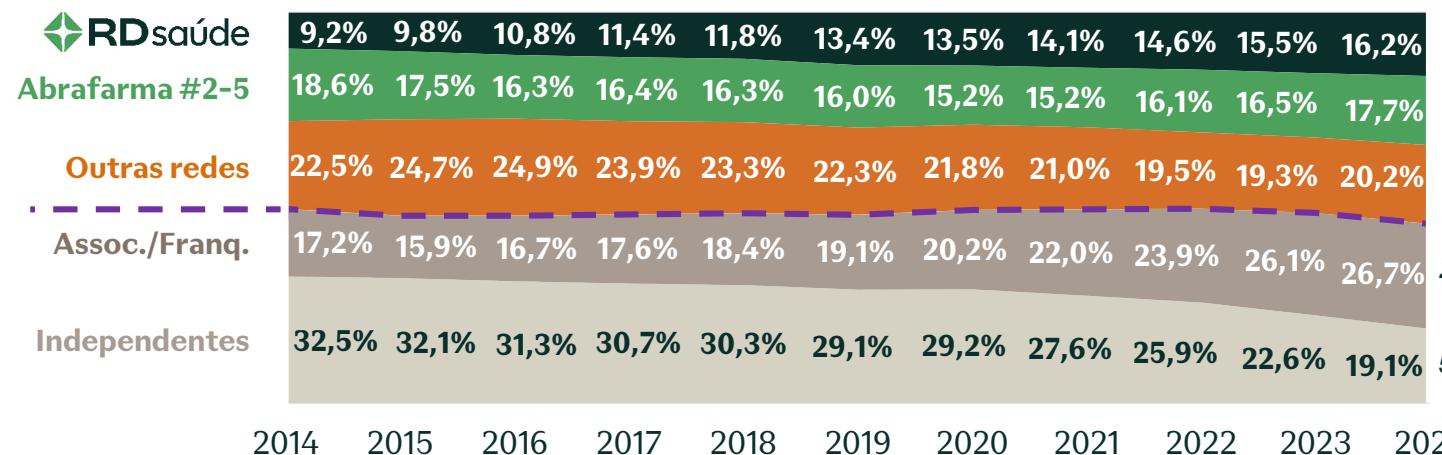




Mercado fragmentado oferece ampla oportunidade de consolidação e crescimento de longo-prazo.



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



número de farmácias

3,2k
5,1k
7,6k
27,4k
77,9k
50,5k
93,8k (total)

Venda média anual por farmácia em 2024 (RD Saúde = índice 100)



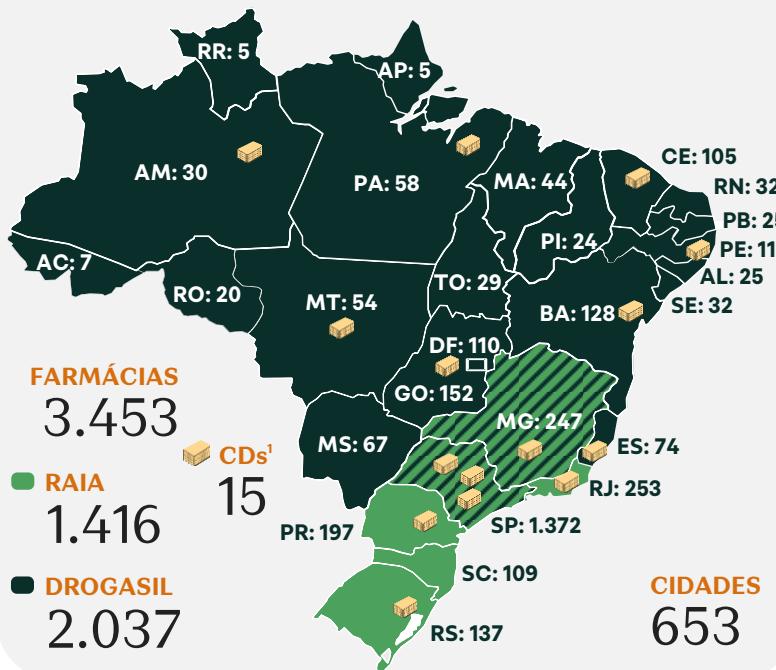
Fonte: IQVIA.



Expansão nacional marcada por ritmo e diversificação únicos com guidance de 330-350 farmácias para 2026. TIR real acima de 20%, líquida de canibalização.

Presença geográfica

3T25

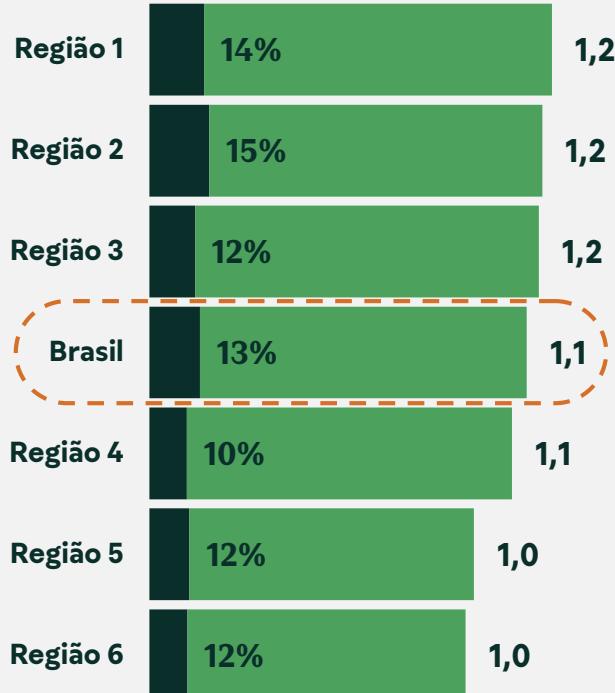


95% da população de classe A do país em um raio de 1,5 km

¹ O Centro de Distribuição em Viana/ES começou a operar em novembro de 2025.

Desempenho por região*

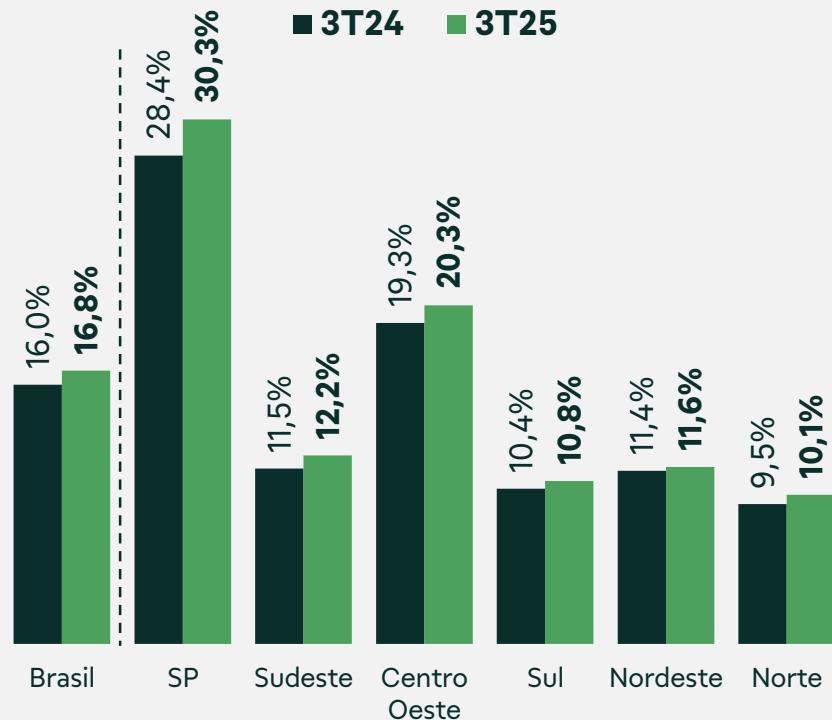
R\$ milhões, 3T25 LTM



■ EBITDA 4-wall ■ Receita bruta

Participação do mercado

Participação trimestral no varejo a preço fábrica, Sell-out + Sell-in



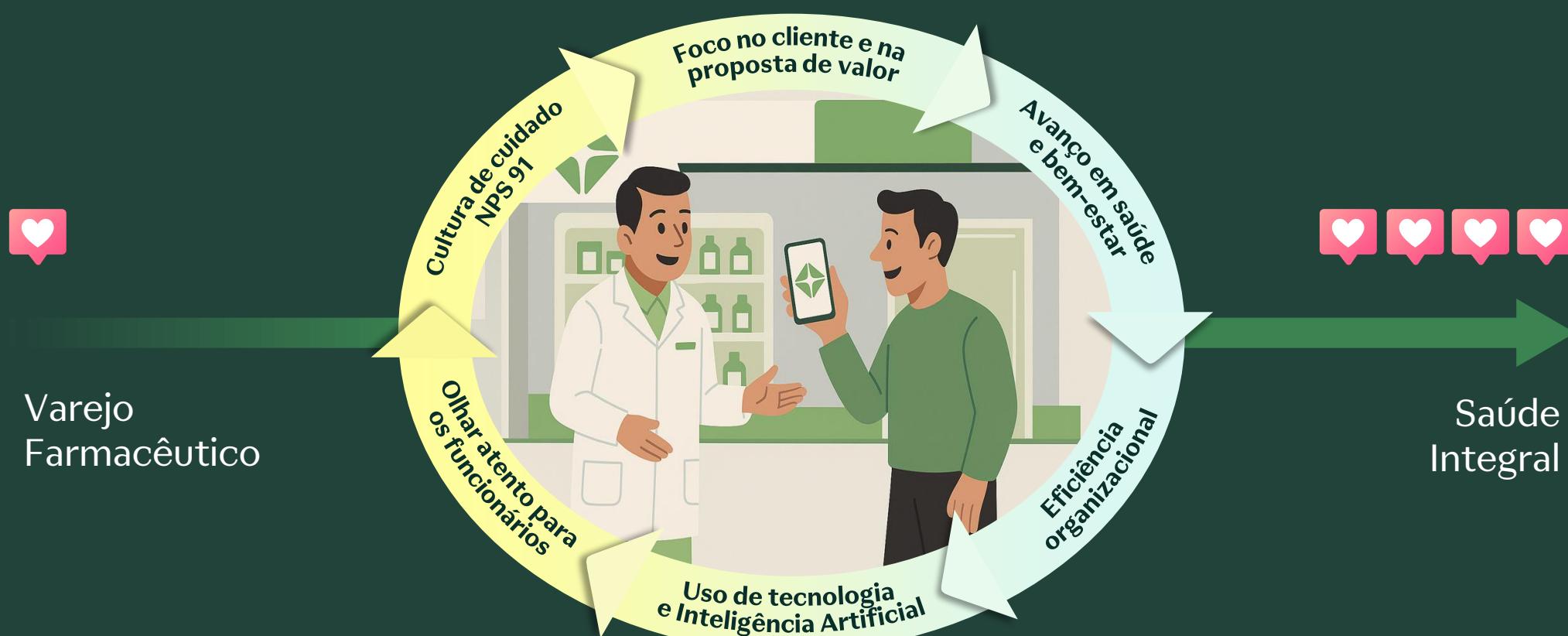
* Lojas maduras. EBITDA 4-wall não considera CDs e despesas regionais.

Fonte: IQVIA. Sudeste exclui SP.



Nossa estratégia de Saúde e Bem-Estar se baseia em seis temas prioritários, integrados em toda a organização para impulsionar a excelência operacional.

Prioridades estratégicas

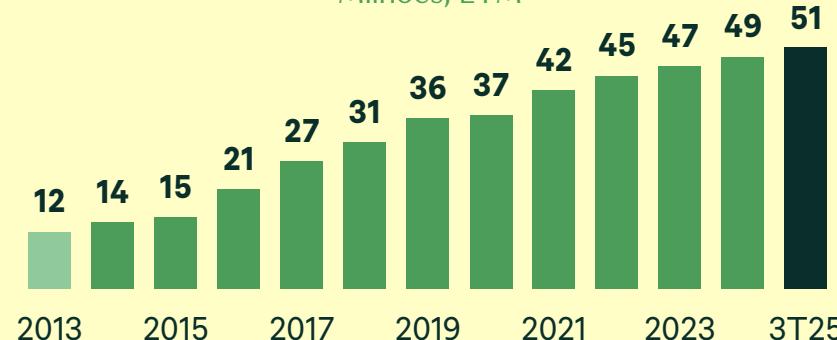




Nosso maior ativo é o cliente. A experiência na farmácia aumenta o engajamento, enquanto a digitalização potencializa a relação e frequência, melhorando o LTV.

Total de clientes ativos

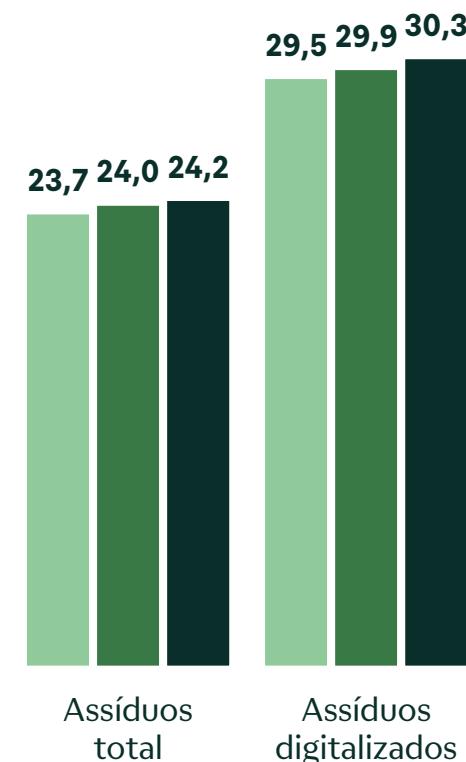
Milhões, LTM



Frequência dos clientes

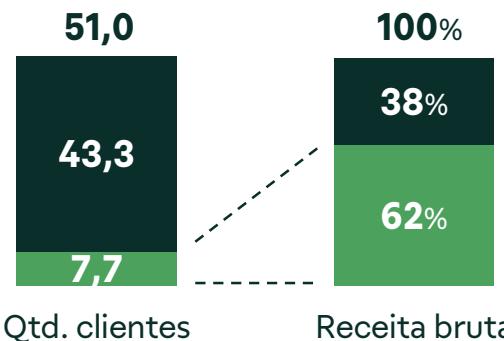
Quantidade anual de compras

■ 3T23 ■ 3T24 ■ 3T25



Segmentação por tipo de cliente¹

- Cliente pontual
- Cliente assíduo



¹ Milhões de clientes, % receita bruta do varejo LTM.

Cliente médio vs. Multicanal





Perfis e vínculos: nossa audiência/base de 51 MM de clientes ativos é crescente e qualificada, com oportunidades únicas de segmentação no varejo omni.

211 MM brasileiros

População 65+ anos (IBGE)

2020: 21 MM

2050: 51 MM

+1 MM por ano

51 MM clientes ativos

97% compras identificadas

8 compras por ano

778 MM acessos digitais LTM

8 MM clientes assíduos

24 compras por ano

9x gasto do cliente pontual

9x lucro bruto (CAV*)

Gestão do ciclo do cliente

Aquisição

Atração de novos clientes

Ativação

Engajamento e rentabilização do cliente na RD Saúde

Fidelização

Criar relacionamento e relevância

Retenção e Recuperação

Reengajar clientes com comportamento de abandono

Perfis

CAV* (média = 100)

Uso Contínuo	161
Perfil B	224
Perfil C	236
Perfil D	264

Vínculos (exemplos)

DIGITAIS

App **173**

Stix **182**

Vínculo A **165**

Vínculo B **188**

SAÚDE

Entrega 1h **180**

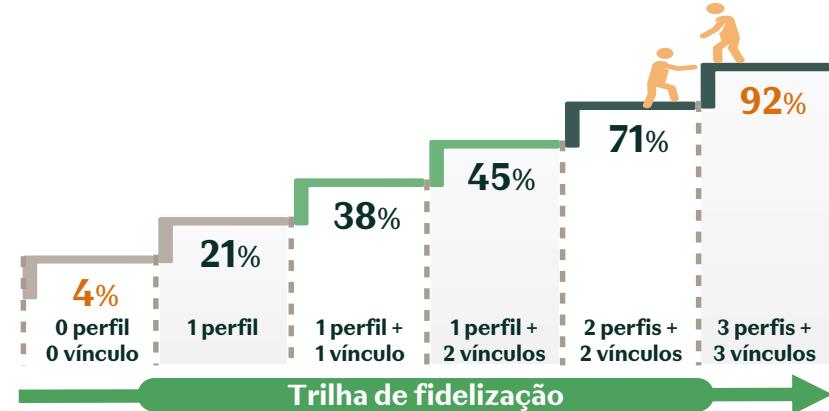
Serv. saúde **208**

Vínculo C **129**

Vínculo D **238**

Impacto perfil/vínculo na fidelização

% cumulativo de clientes assíduos



* CAV = Customer Annual Value (lucro bruto LTM).

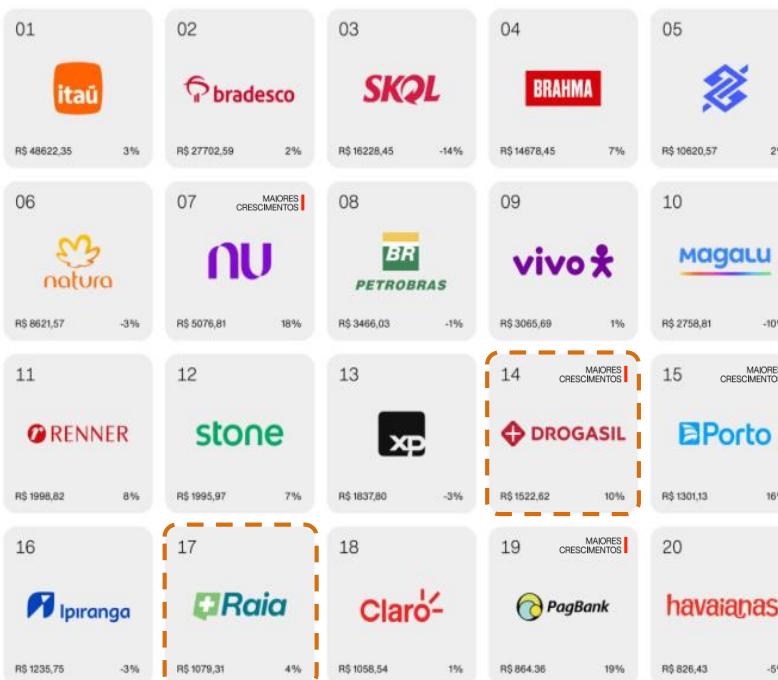


Crescimento sustentado por marcas reconhecidas pelo país (Raia e Drogasil), com amplo sortimento para a promoção da saúde e bem-estar dos clientes.

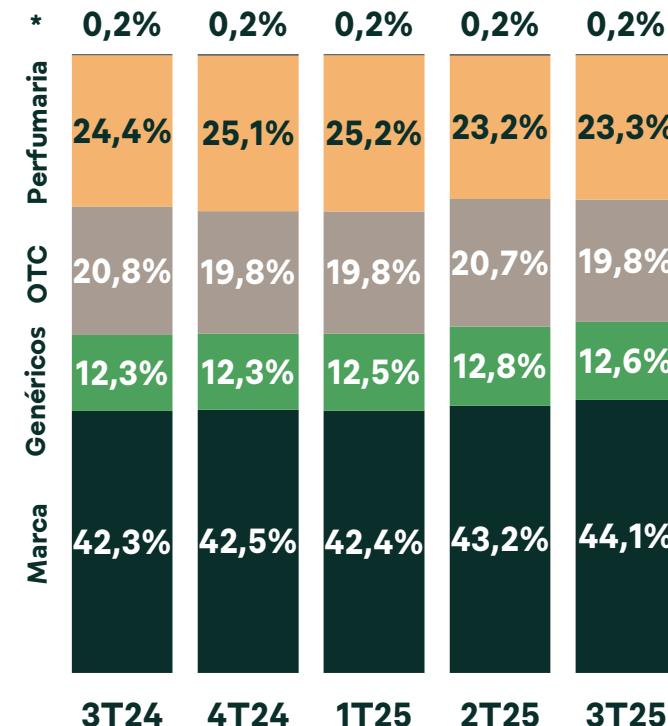
Marcas brasileiras mais valiosas

Fonte: Interbrand MBMV 24/25

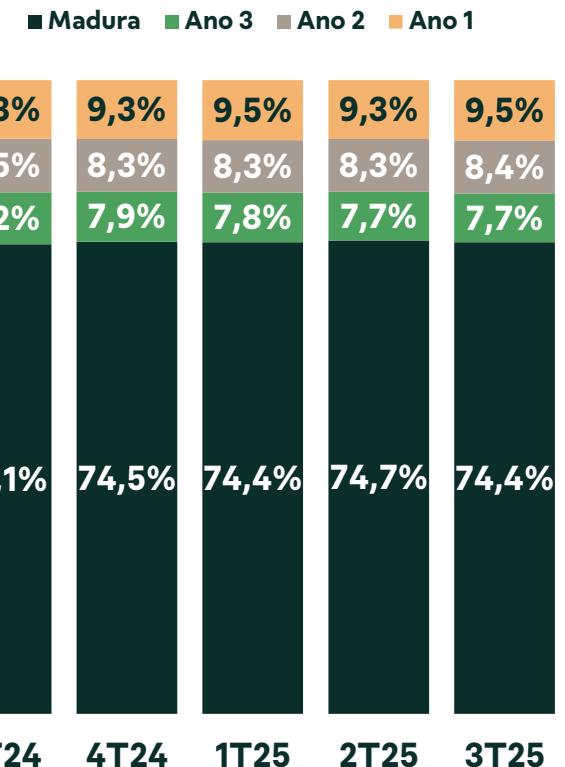
- ❖ **Raia:** uma das 5 que subiram no ranking (Top 20 YoY);
- ❖ **Drogasil:** uma das 4 com maior crescimento (YoY).



Mix de vendas do varejo



Farmácias por maturação

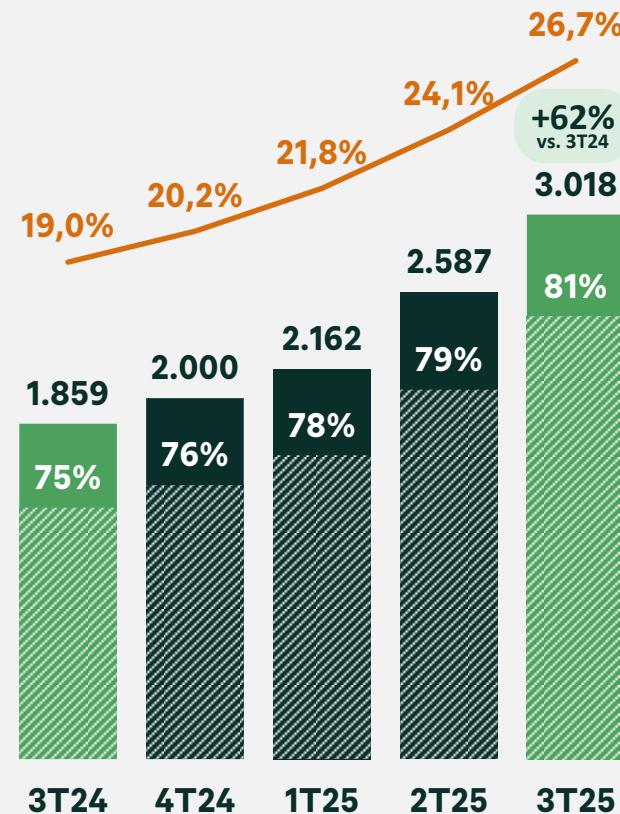


* Serviços.

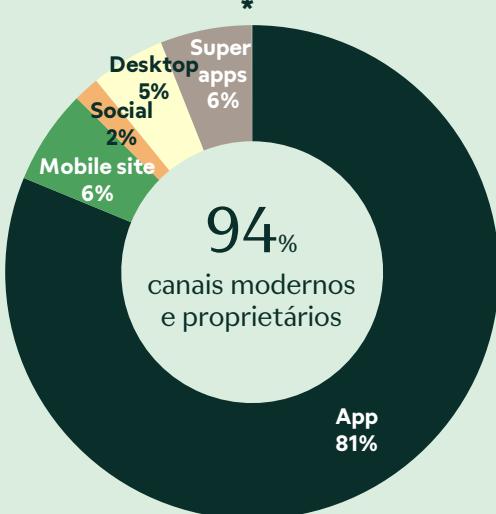


Digital cresceu 62%, atingindo R\$ 3,0 BI no 3T25. Participação de 26,7% na receita bruta, sendo 81% via apps e 97% entregues/coletados em até 60 minutos.

Canais digitais
R\$ milhões, % da receita bruta do varejo



Mix canais digitais
% da receita digital, 3T25



Mix entregas
% da receita digital, 3T25



NPS App



NPS Delivery e C&R

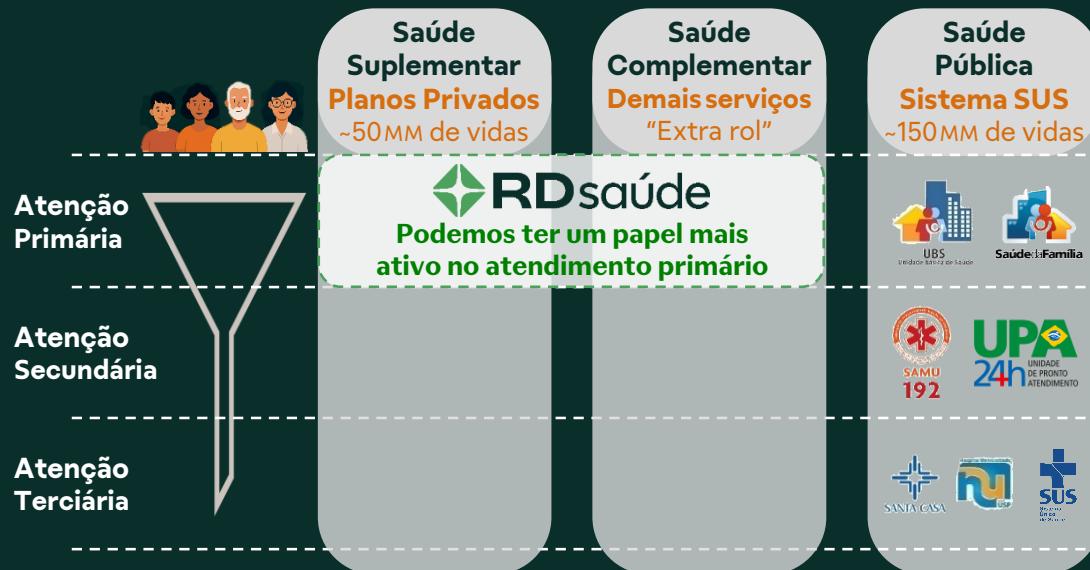


*Call center < 1% do mix de canais.



A proximidade com os clientes, viabilizada pela capilaridade de Raia e Drogasil, permite explorar oportunidades na atenção primária de baixa complexidade.

Níveis de atenção em saúde no Brasil

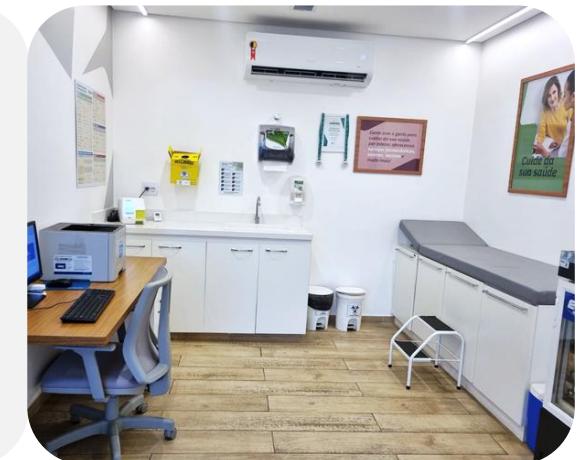


Evolução da legislação de serviços em farmácias



Serviços farmacêuticos (3T25)

❖ NPS (Net Promoter Score)	95
❖ Serviços disponíveis	40
❖ Health Hubs	2,7 mil
❖ Salas de Vacina	417
❖ Atendimentos farmacêuticos	1,1 MM



- ❖ Clientes dos serviços aumentam **2,5x** a frequência e engajamento
- ❖ ~**40% de share¹** em vacinas como herpes zoster, dengue e HPV



Graduação interna em Farmácia

- ❖ Customizada e subsidiada pela RD Saúde
- ❖ Carga de 4 mil horas (5 anos de duração)

¹ Participação de mercado no varejo farmacêutico (Fonte: IQVIA).



Marcas exclusivas que promovem saúde e bem-estar reforçam o compromisso com o cliente e a perenidade do negócio.



Top 20 marcas

IQVIA MAT jun/25, CPP¹, R\$ milhões

Pampers	1.866
Rexona Deso.	1.152
Needs	1.119
Dorflex	905
Elseve	664
Ninho Fases	610
Cime Gripe	554
Expec	554
Carneiro	542
Antienfus	531
Huggies Supr.	512
Sal de Eno	492
Novalgina	491
Nutren	485
Nivea	476
Dove Deso.	462
Johnsons Baby	455
Neosaldina	424
Huggies	421
Buscopan	417

Needs, maior marca da RD Saúde, tornou-se a #3 do mercado



¹ CPP = Consumer Purchase Price.

A empresa vem acelerando sua agenda de transformação tecnológica com o uso extensivo de inteligência artificial no desenvolvimento de novos processos.

Hackathons

10h de capacitação

3 dias para desenvolvimento

15% das soluções são *plug-and-play*; o restante, implantável em até 10 semanas.

No “modelo tradicional de TI”, os projetos teriam prazo de ~ **6 meses**, ao custo de ~ **R\$ 1,5 MM**.

#1 Automações baseadas em IA

 **96** participantes

 **44** projetos

 **31** mentores

 **20** diretorias

Ferramenta utilizada



Exemplos de soluções:

- ❖ Monitorar preços da concorrência
- ❖ Automação de minutais no jurídico
- ❖ Automação do encantômetro da Matriz

#2 Aplicações com Vibe Coding

 **90** participantes

 **45** projetos

 **42** mentores

 **30** diretorias

Ferramenta utilizada



Exemplos de soluções:

- ❖ Calculadora de PPR e variável
- ❖ Simulador de perdas
- ❖ Gestão de chamados de manutenção

Impacto Cultural

O evento fortaleceu a cultura da RD Saúde?



Sente-se apto a colocar em prática o conteúdo?



Percepção sobre a RD Saúde melhorou?





Sustentabilidade em ação: pessoas e planeta no centro da estratégia.

❖ Sobre a RD Saúde



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 operacional formada por mulheres



100% das lideranças de farmácia desenvolvidas 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 para descarte



Redução de **emissões** escopos 1-2 e agenda para escopo 3



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



Saúde: vacinas, serviços farma e análises clínicas



Certificação ISO 14.001, ISO 45.001 e LEED para CDs

Reconhecimento das iniciativas ESG

ISE B3

0

52

67

76

83

100

CDP

D-

D

C

B

A-

A

MSCI

CCC

B

BB

BBB

A

AAA

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.