

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.

RADL
B3 LISTED NM

 **RDsaúde**
 **DROGASIL** |  **Raia**

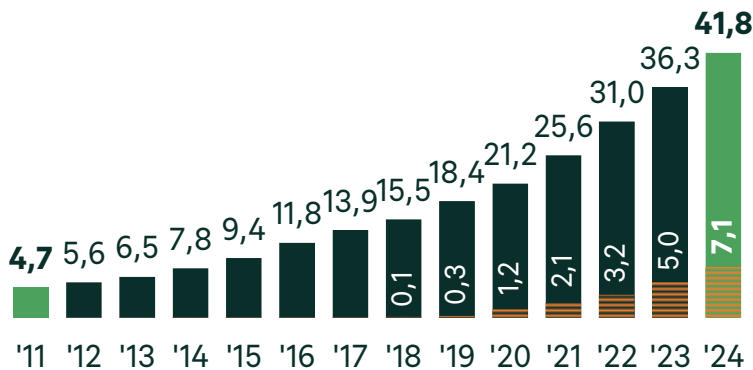


Desde a fusão entre Raia e Drogasil em 2011, uma trajetória consistente de crescimento e liderança no setor.

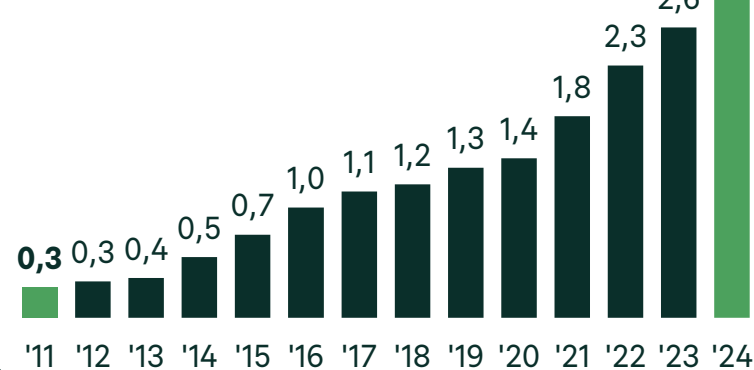
Farmácias Quantidade, mil



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



EBITDA aj. R\$ bilhões



FARMÁCIAS

#3.453

presente em todos os estados brasileiros

FUNCIONÁRIOS

69,9 MIL

ao término do 3T25

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

EBITDA AJUSTADO

R\$ 3,1 BI

3T25 LTM
7% da receita bruta

MARKET SHARE

16,8%

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

REDE DE FARMÁCIA

#1

em receita e nº de lojas no Brasil

CLIENTES ATIVOS

51,0 MM

nos últimos 12 meses

TICKETS

429 MM

nos últimos 12 meses

NPS Net Promoter Score

91 FARMÁCIAS
79 APPS

ABERTURAS

330-350

novas farmácias por ano em 2025 e 2026 (guidance)

RATING PELA MOODY'S

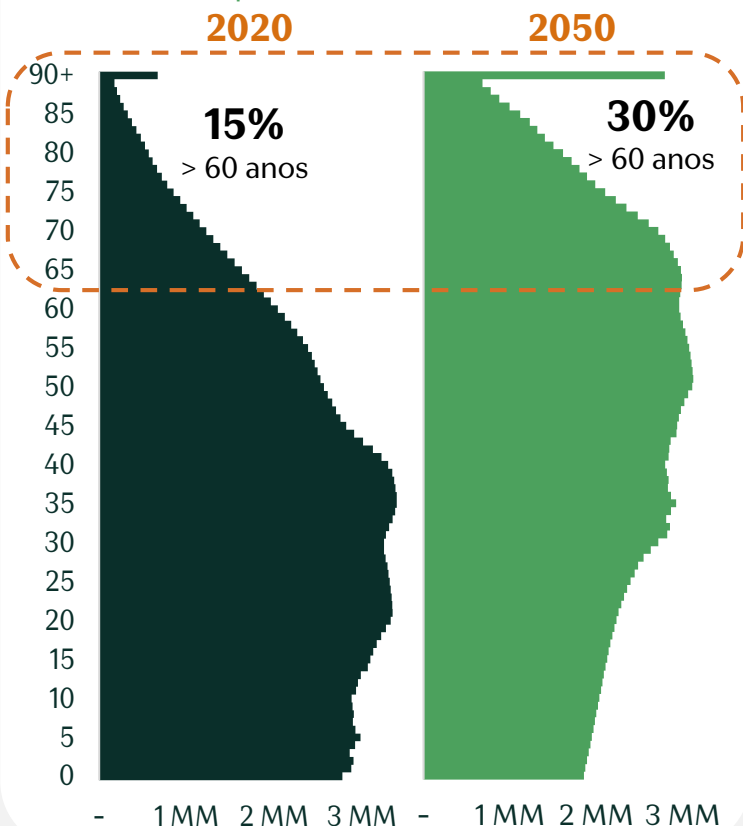
AAA.br



Crescimento da demanda impulsionado pelo envelhecimento da população.

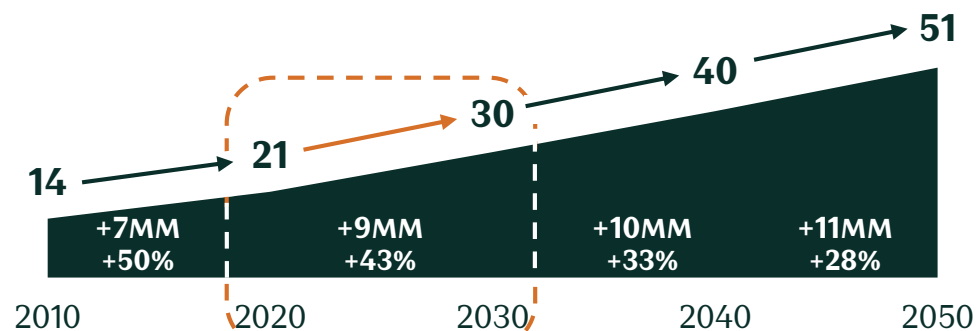
Pirâmide demográfica

Pessoas por idade. Fonte: IBGE, 2024.



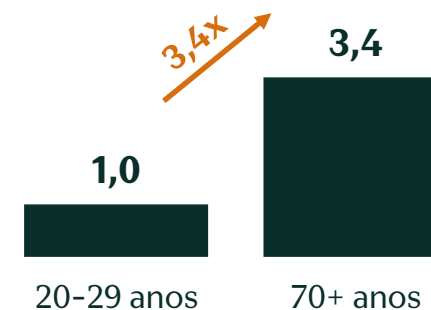
População brasileira acima de 65 anos

Milhões. Fonte: IBGE, 2024.



Gasto com medicamentos

R\$ mil, ao ano. Fonte: IBGE, com inflação.



Mercado mantém crescimento acelerado no longo prazo

Mercado farmacêutico brasileiro. R\$ bilhões. Fonte: IQVIA.

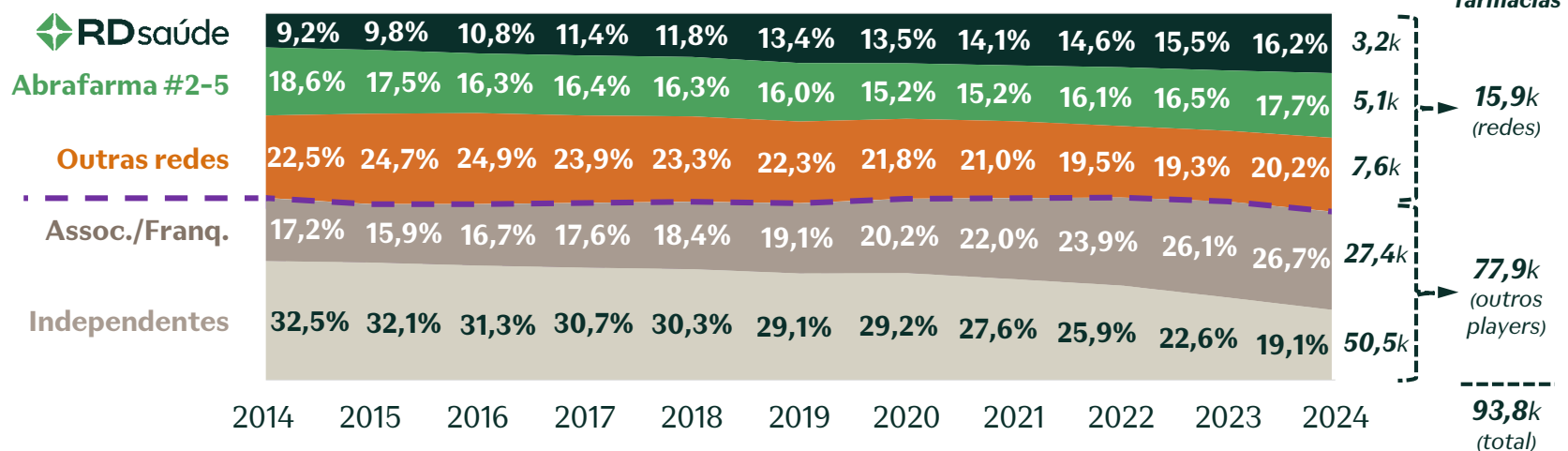




Mercado fragmentado oferece ampla oportunidade de consolidação e crescimento de longo-prazo.



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



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



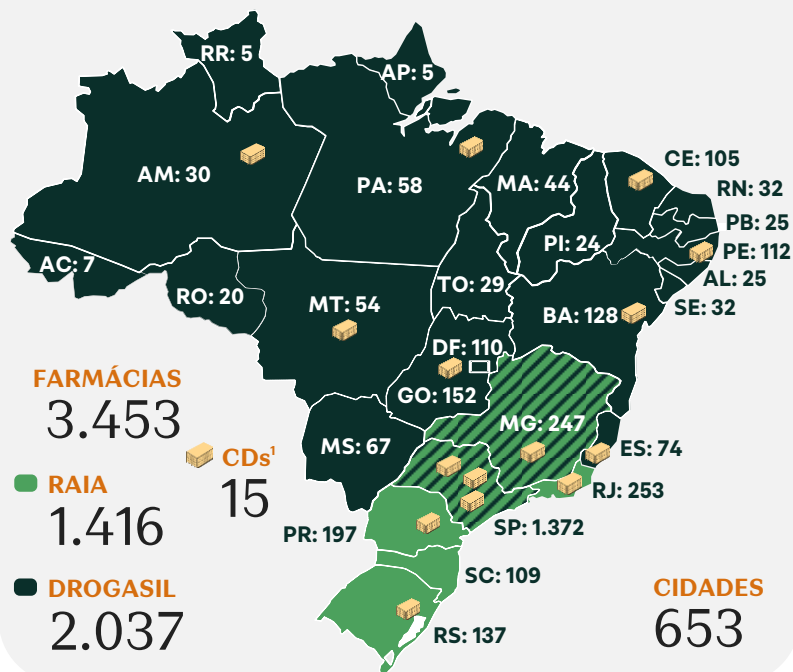
Fonte: IQVIA.



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

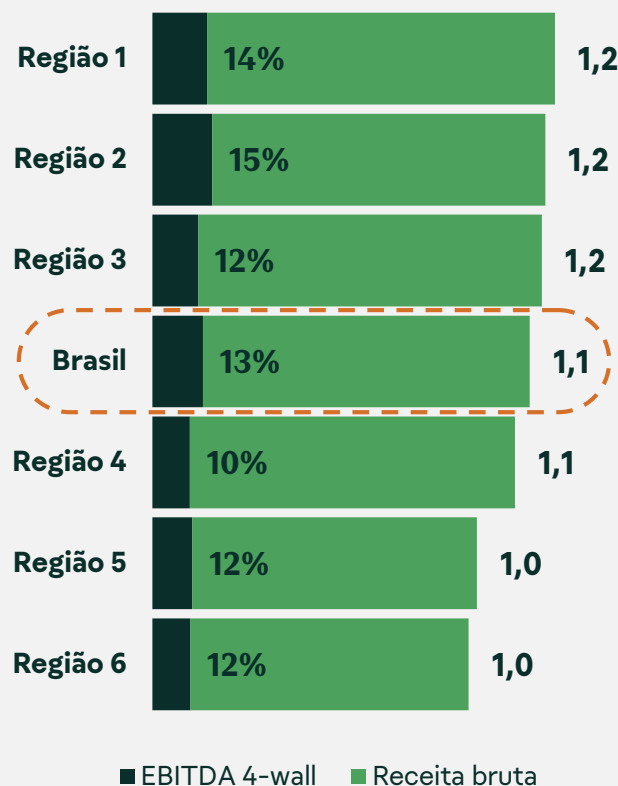


95% da população de classe A do país em um raio de 1,5 km

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

Desempenho por região*

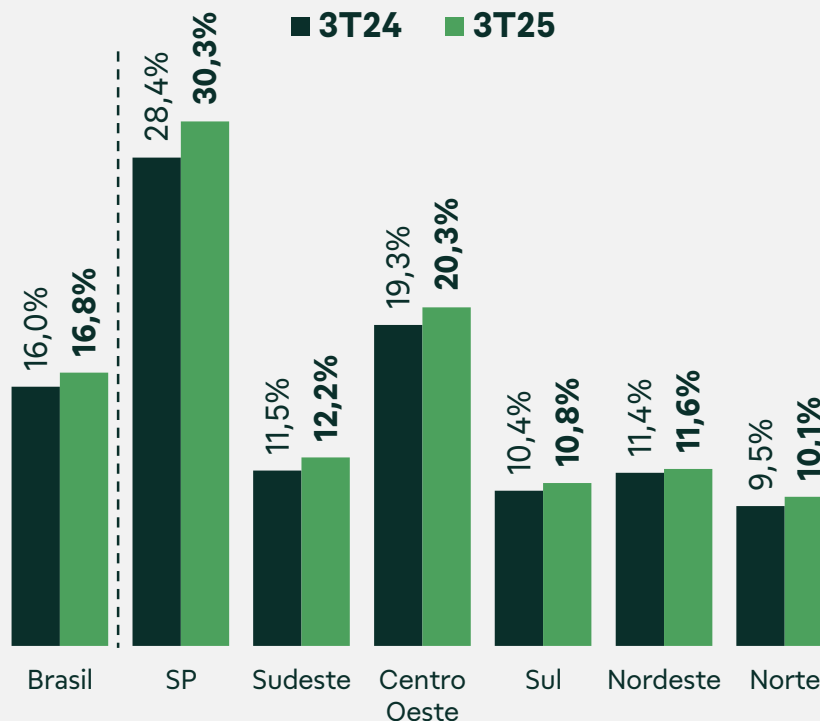
R\$ milhões, 3T25 LTM



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

Participação do mercado

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



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.





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

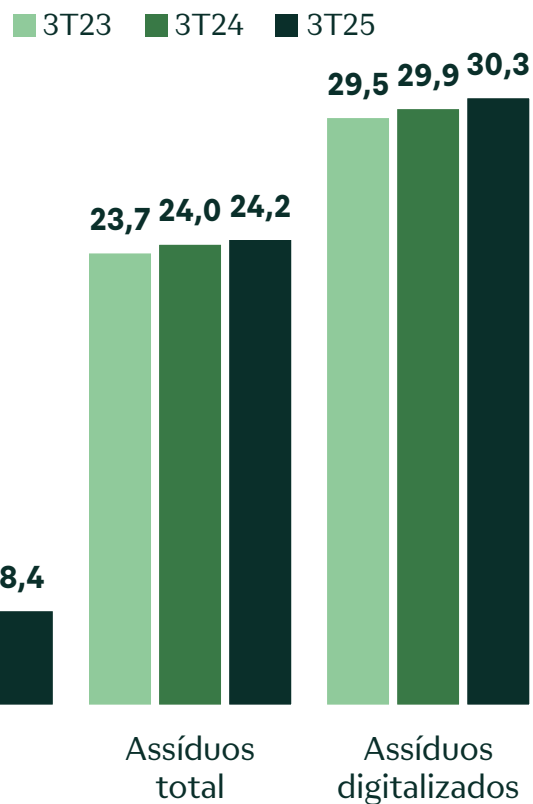
Total de clientes ativos

Milhões, LTM



Frequência dos clientes

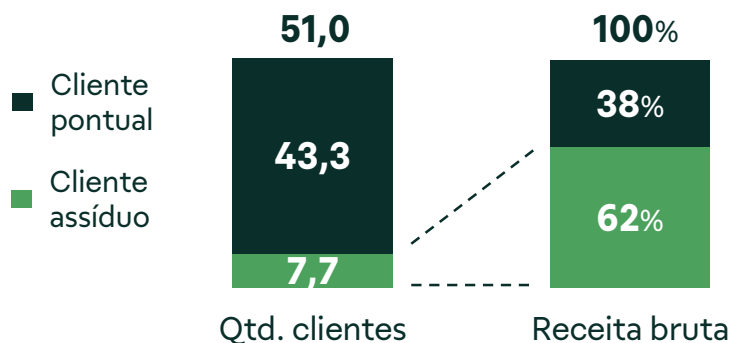
Quantidade anual de compras



Cliente médio vs. Multicanal

	Qtd.	Freq.	Gasto	Lucro bruto
Média geral	51,0 MM	8x ano	100%	100%
Cliente multicanal	10,9 MM	21x ano	174%	151%

Segmentação por tipo de cliente¹



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





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)

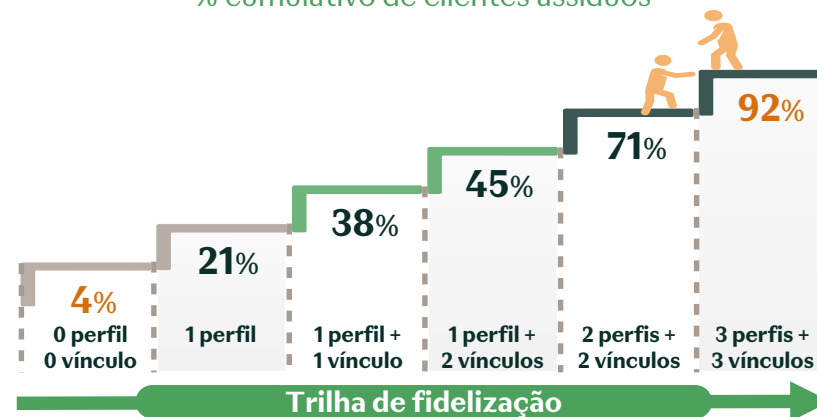
DIGITAIS

SAÚDE

App	173	Entrega 1h	180
Stix	182	Serv. saúde	208
Vínculo A	165	Vínculo C	129
Vínculo B	188	Vínculo D	238

Impacto perfil/vínculo na fidelização

% cumulativo de clientes assíduos



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

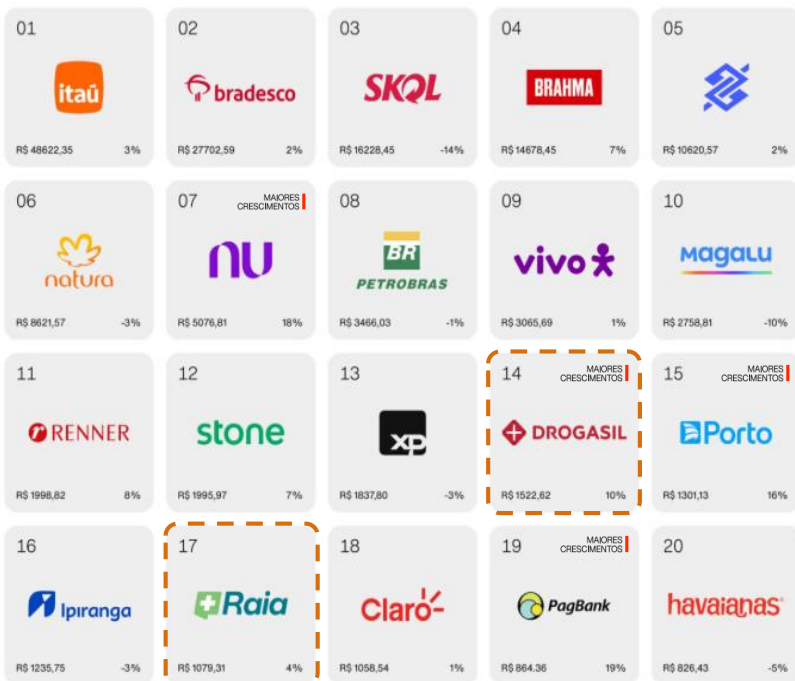


Crescimento sustentado por marcas reconhecidas pelo país (Raia e Drogasil), com amplo sortimento para a promoção da saúde e bem-estar dos clientes.

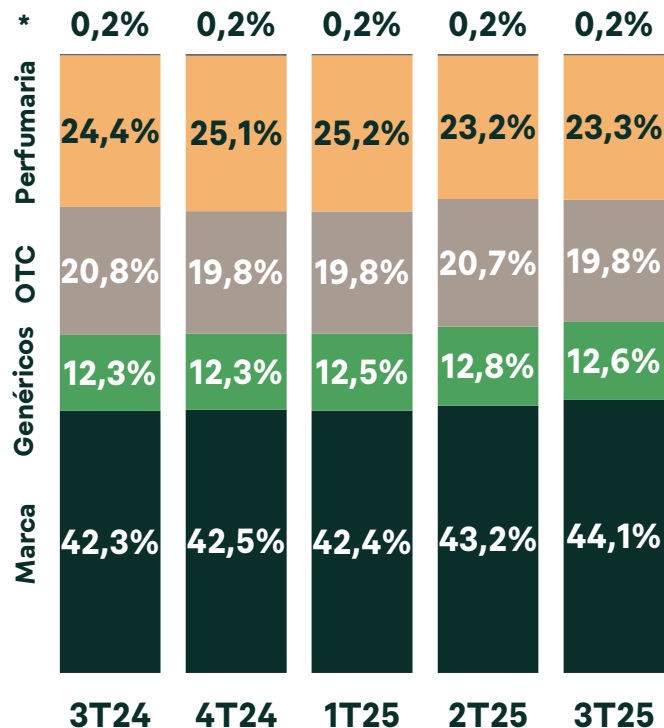
Marcas brasileiras mais valiosas

Fonte: Interbrand MBMV 24/25

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

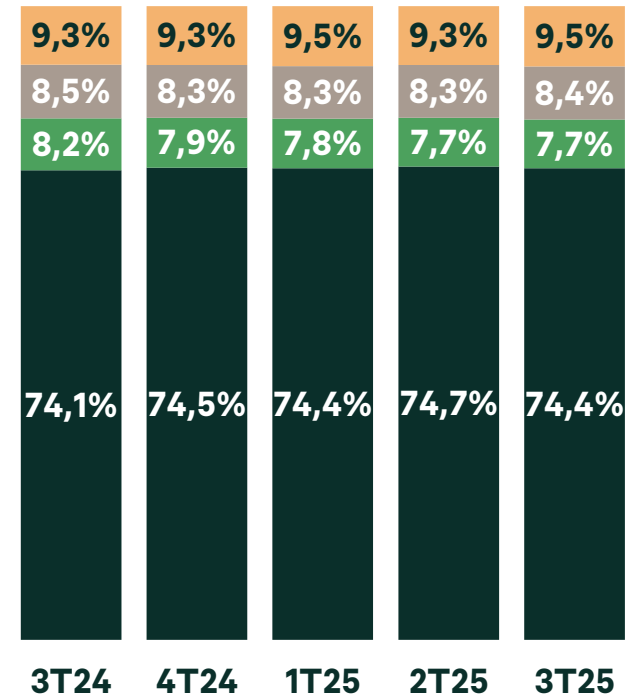


Mix de vendas do varejo



Farmácias por maturação

■ Madura ■ Ano 3 ■ Ano 2 ■ Ano 1



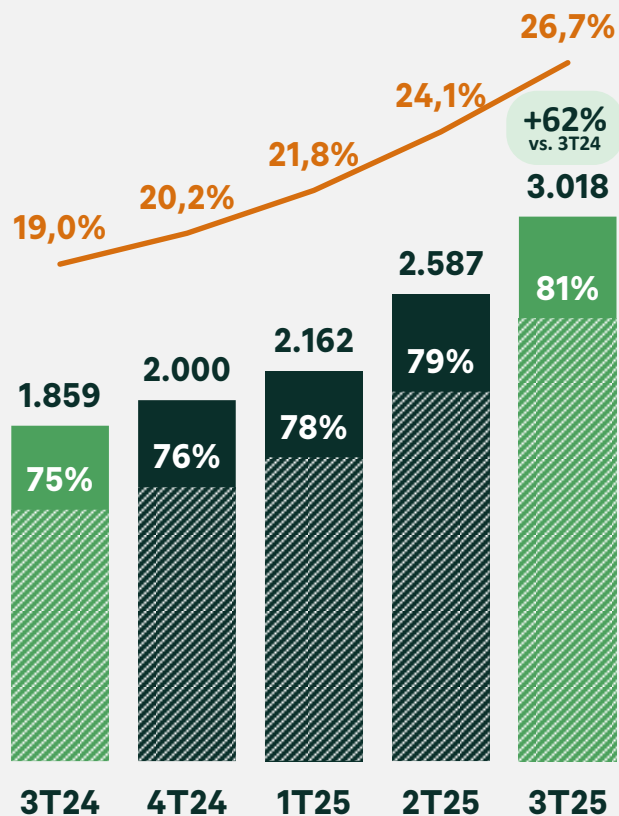
* Serviços.



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

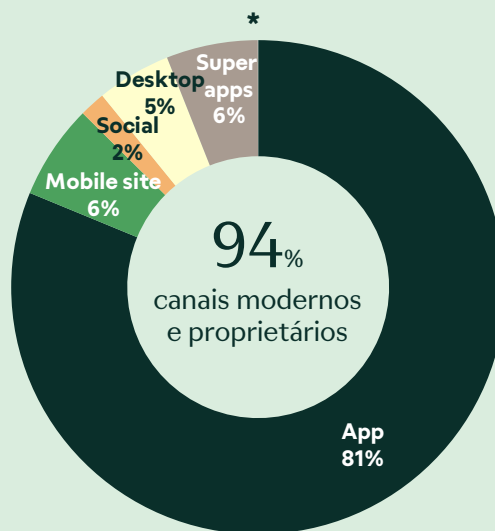
R\$ milhões, % da receita bruta do varejo



— Particip. varejo ▨ Particip. do app ■ Receita digital

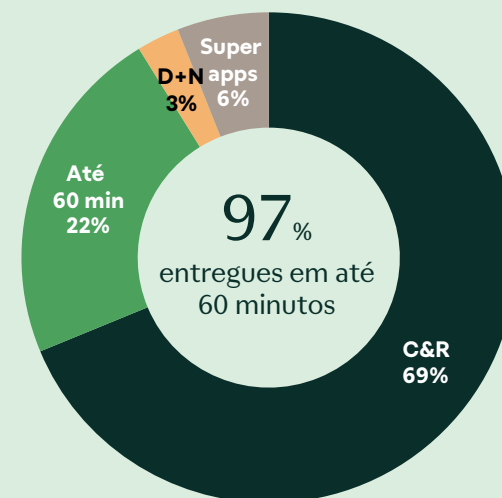
Mix canais digitais

% da receita digital, 3T25

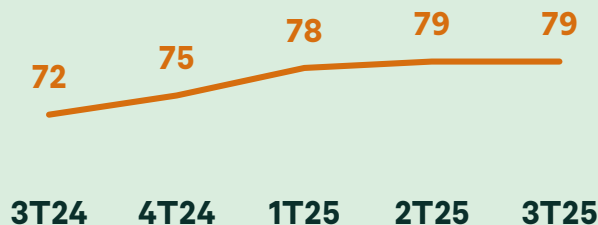


Mix entregas

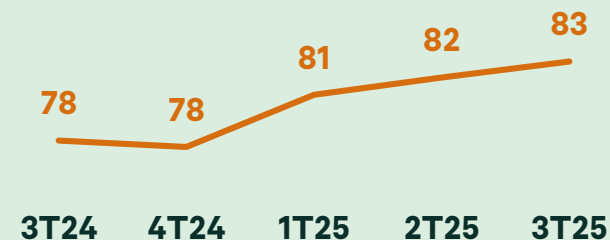
% da receita digital, 3T25



NPS App



NPS Delivery e C&R

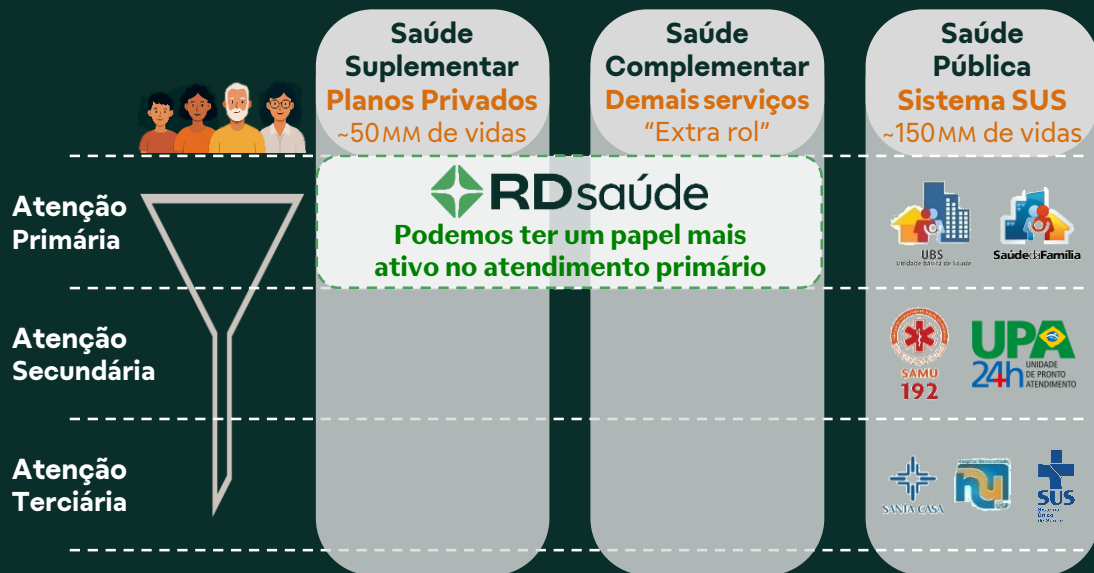


*Call center < 1% do mix de canais.

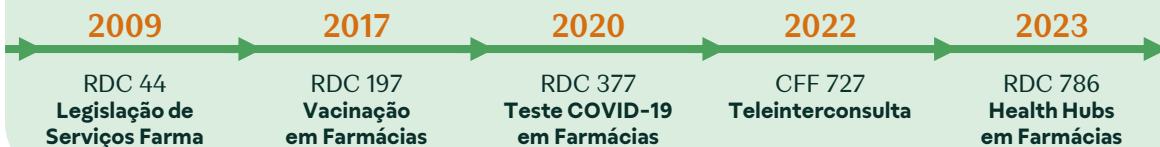


A proximidade com os clientes, viabilizada pela capilaridade de Raia e Drogasil, permite explorar oportunidades na atenção primária de baixa complexidade.

Níveis de atenção em saúde no Brasil

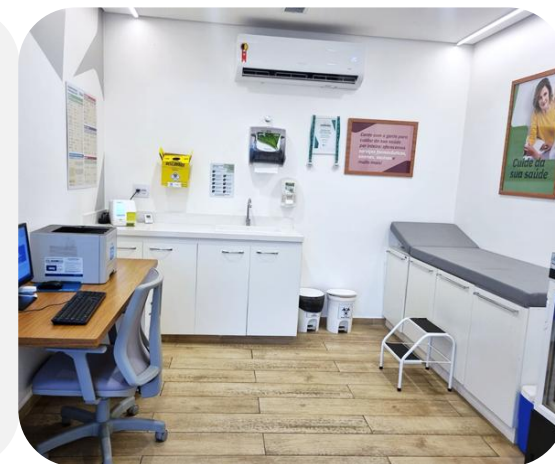


Evolução da legislação de serviços em farmácias



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).

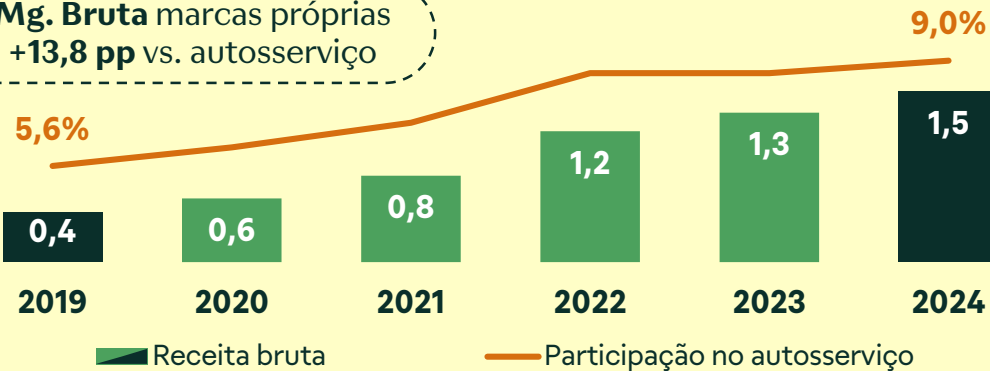


Marcas exclusivas que promovem saúde e bem-estar reforçam o compromisso com o cliente e a perenidade do negócio.

Evolução

R\$ milhões, % vendas autosserviço

Mg. Bruta marcas próprias
+13,8 pp vs. autosserviço



Needs é destaque em diversas categorias

#1 Solar



#1 Primeiros Socorros



#2 Pele Massiva

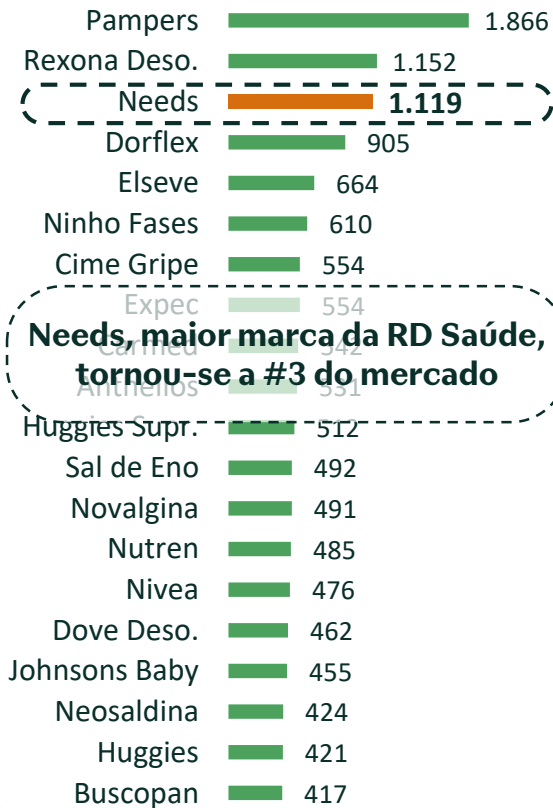


#3 Infantil



Top 20 marcas

IQVIA MAT jun/25, CPP¹, R\$ milhões



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



Linha de suplementos, vitaminas e minerais.



Produtos de uso diário, embalagens 100% recicláveis.



Linha de produtos naturais para bem-estar.

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 minutas 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:

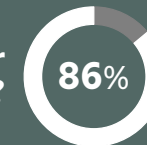
- ◆ Calculadora de PPR e variável
- ◆ Simulador de perdas
- ◆ Gestão de chamados de manutenção

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



Saúde: vacinas, serviços farma e análises clínicas



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



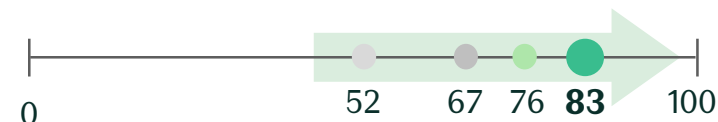
Roteirização, ocupação eficiente de veículos e eletrificação da **frota**



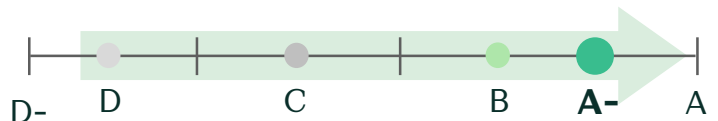
Certificação ISO 14.001, ISO 45.001 e LEED para CDs

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.