

# Apresentação Institucional

# 2T24



## 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**  
por uma sociedade mais saudável.



# RD Saúde: liderando o setor do varejo farmacêutico no Brasil.

**Propósito:**  
juntos por uma **sociedade mais saudável.**

**Nossa Ambição:**  
nos tornarmos, até 2030, a empresa que mais contribui para uma **sociedade mais saudável** no Brasil.

## FARMÁCIAS

3.076

presente em todos os estados brasileiros

## FUNCIÓNÁRIOS

59,3 MIL

ao término do 2T24

## CLIENTES ATIVOS

48,8 MI

nos últimos 12 meses

## TICKETS

384 MI

atendimentos 2T24 LTM

## RECEITA BRUTA

R\$39,0 BI

(2T24 LTM)  
+15% de cresc. A/A

## EBITDA AJUSTADO

R\$2,8 BI

(2T24 LTM)  
+12% de cresc. A/A

## FARMÁCIA

#1

em receita e nº de lojas no Brasil.

## FARMÁCIAS/ANO

280-300

novas farmácias por ano em 2024-2025 (guidance)

## NPS Net Promoter Score

90 FARMÁCIAS

71 APPS

## ACESSOS DIGITAIS

147 MI

acessos no app e site 2T24

## MARKET SHARE

15,7%

de participação de mercado no 2T24

## RATING PELA FITCH

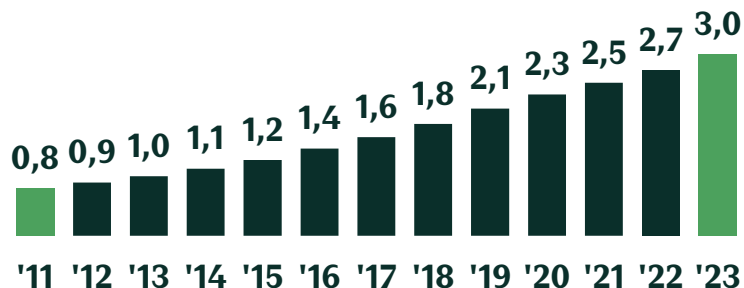
AAA (bra)



# Uma década de crescimento consistente em quantidade de farmácias, receita bruta e EBITDA.

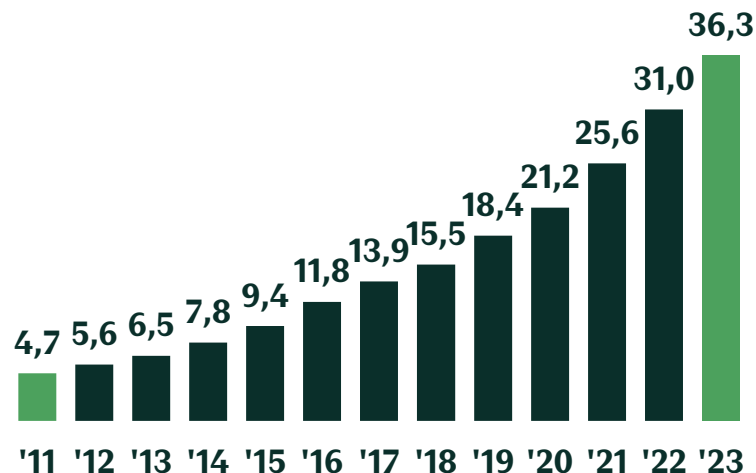
## Farmácias

Quantidade, mil



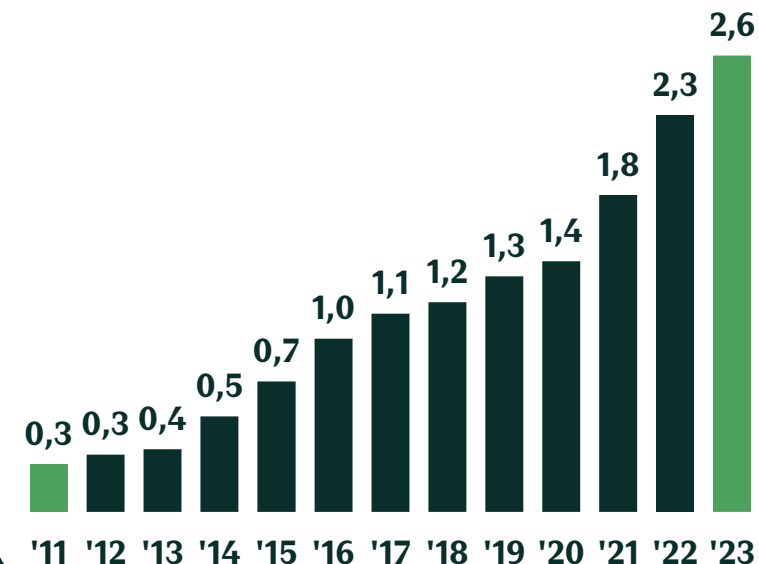
## Receita bruta

R\$ bilhões



## EBITDA aj.

R\$ bilhões

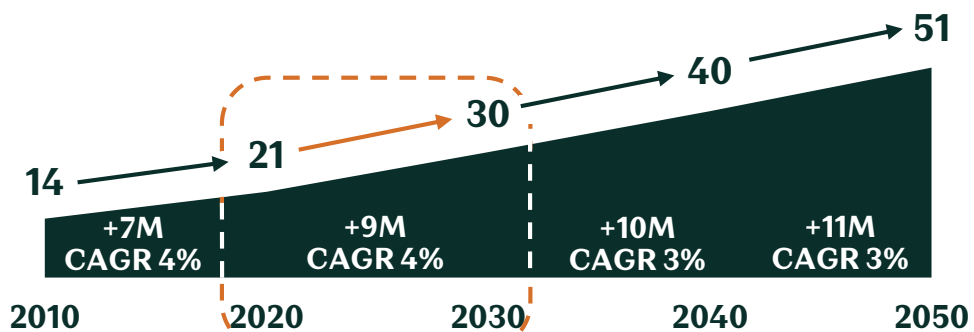




# Crescimento da demanda impulsionado pelo envelhecimento da população.

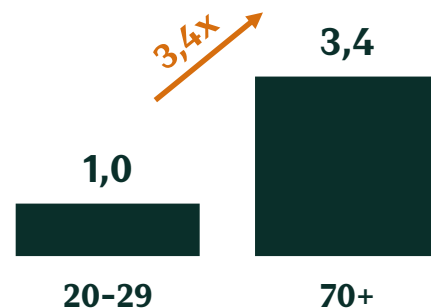
## População brasileira acima de 65 anos

Milhões. Fonte: IBGE, 2018.



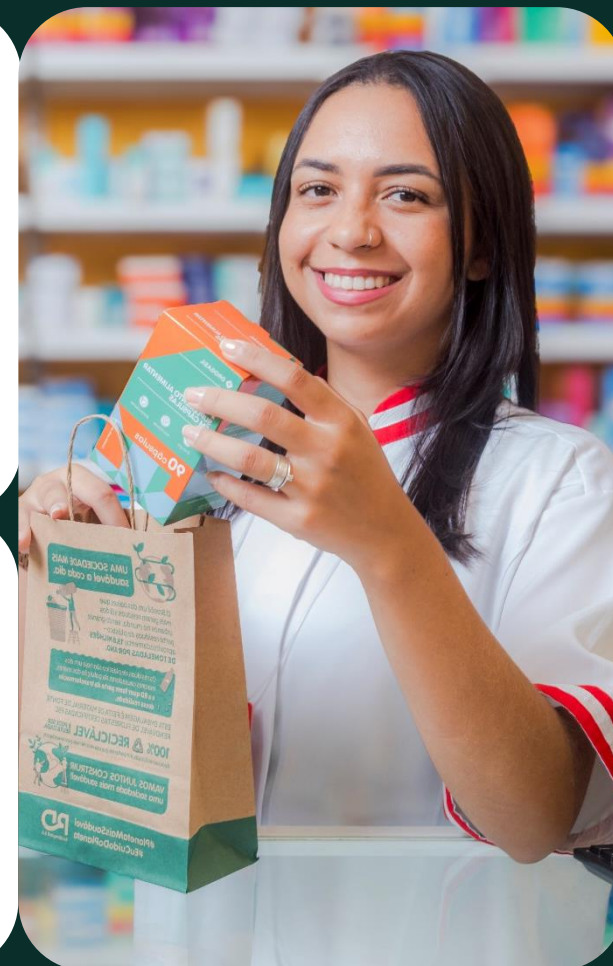
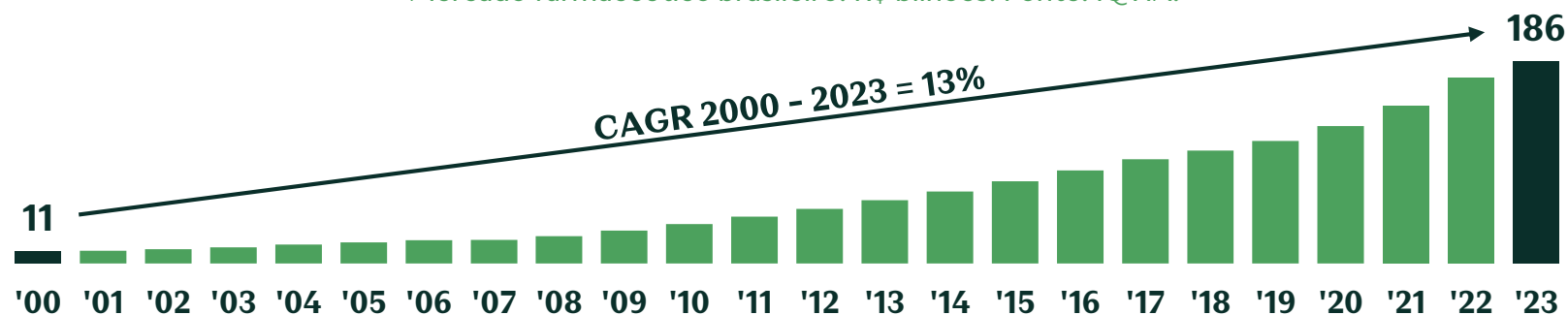
## Gasto com medicamentos ao ano

R\$ mil, por faixa etária. Fonte: Hypera e IBGE.



## Mercado mantém crescimento acelerado no longo prazo

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

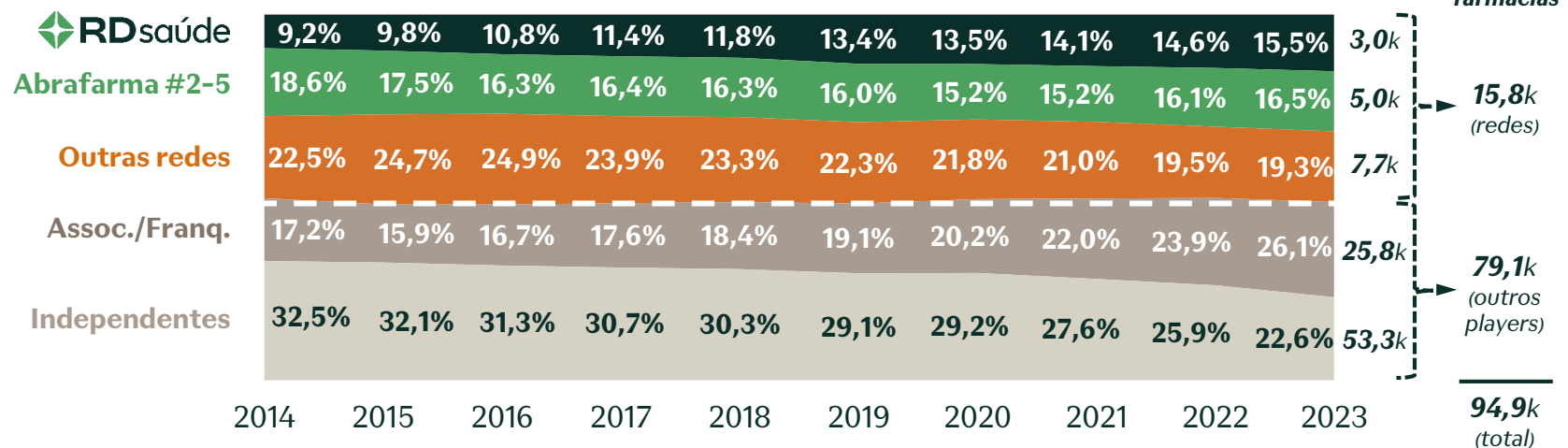




# Mercado fragmentado oferece ampla oportunidade de consolidação.



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



## Venda média anual por PDV em 2023 (RD Saúde = 100)

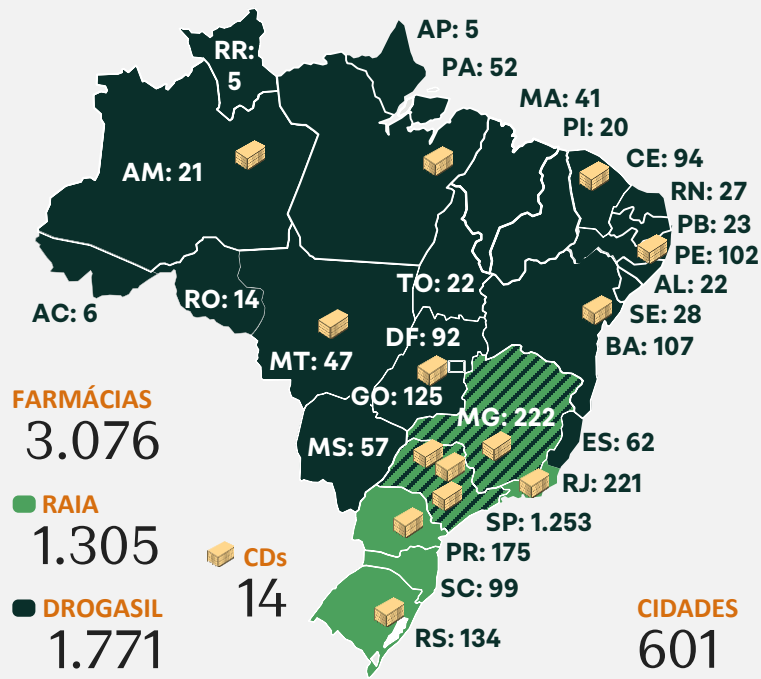


Fonte: IQVIA.



# Continuamos a expansão por todo o país com ritmo e diversificação únicos, mantendo TIR real acima de 20% líquida de canibalização.

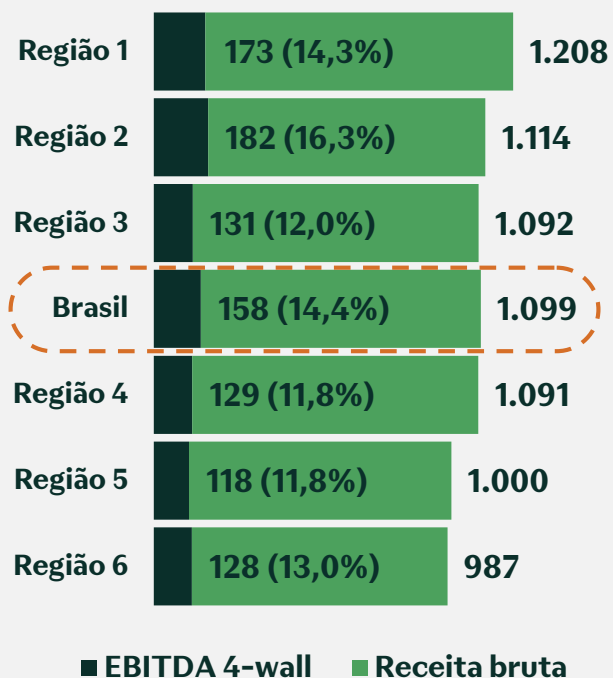
## Presença geográfica (2T24)



**93%** da população de classe A do país em um raio de 1,5 km

## Desempenho por região

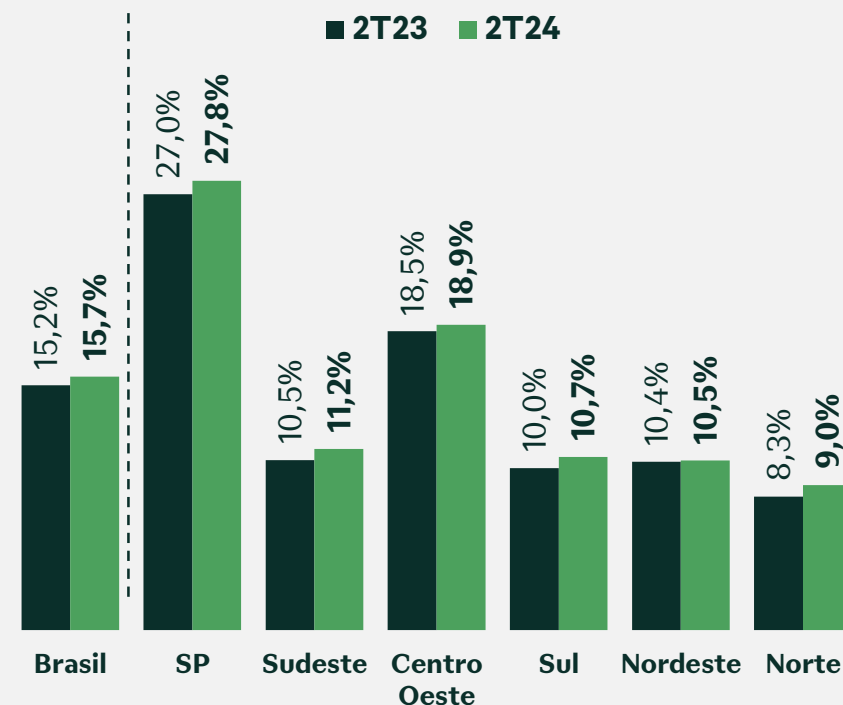
R\$ milhares, 2T24 LTM  
Vendas e EBITDA 4-wall\* de farmácias maduras



\*EBITDA 4-wall das farmácias, sem considerar CDs e despesas regionais.

## Participação do mercado

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



Fonte: IQVIA. Sudeste exclui SP.



# Foco no Cliente e em sua jornada de saúde e bem-estar, oferecendo uma farmácia conectada a uma plataforma de serviços, posicionada na atenção primária.

JUNTOS POR UMA  
SOCIEDADE MAIS SAUDÁVEL



**PESSOAS + SAUDÁVEIS**  
Funcionários, Clientes  
e Comunidade



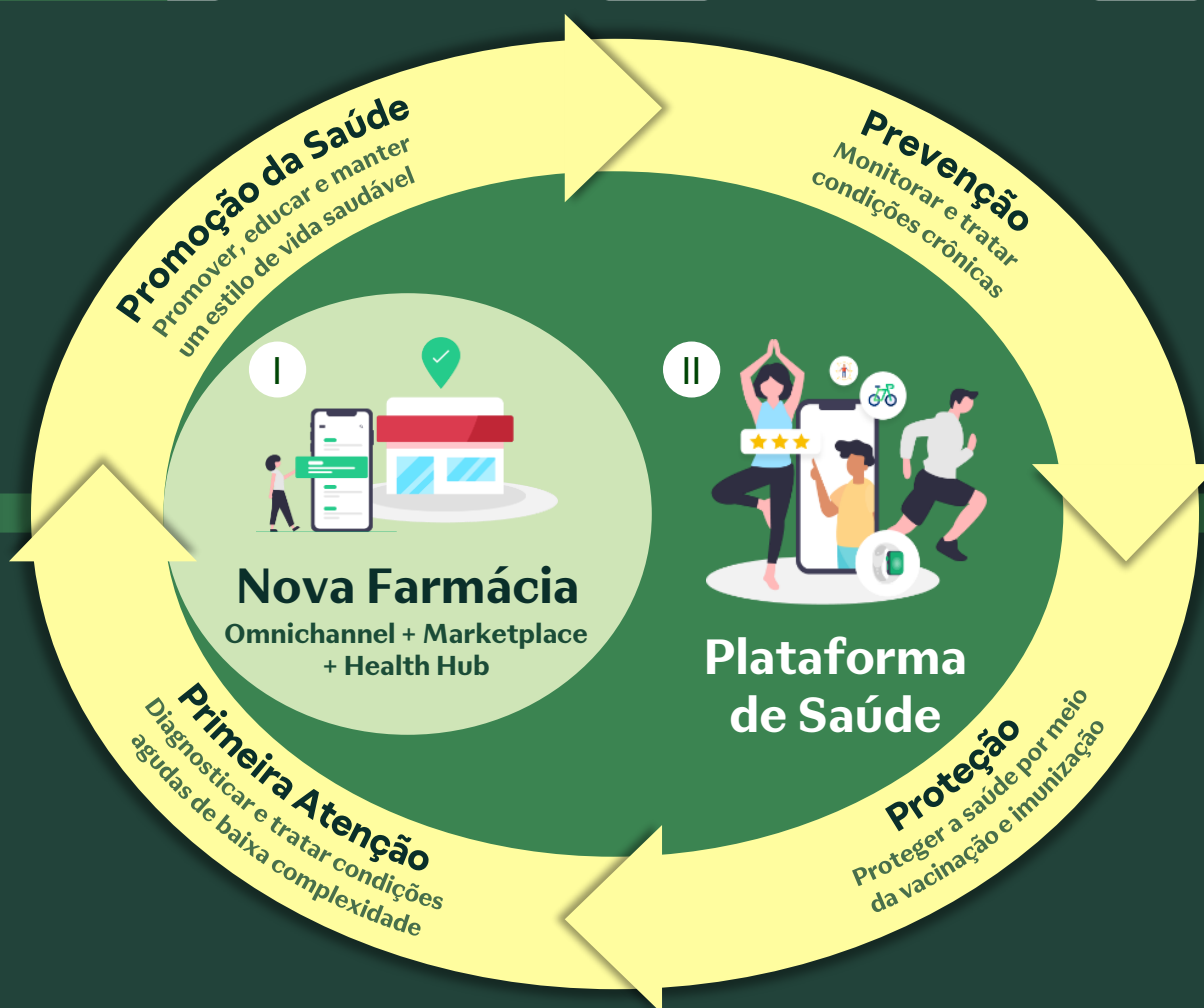
**NEGÓCIOS + SAUDÁVEIS**  
Diversidade, Educação  
e Valor Compartilhado



**PLANETA + SAUDÁVEL**  
Emissões, Energia  
e Resíduos



Varejo  
Farmacêutico



Saúde  
Integral





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

Engajamento é resultado de toda a jornada do cliente

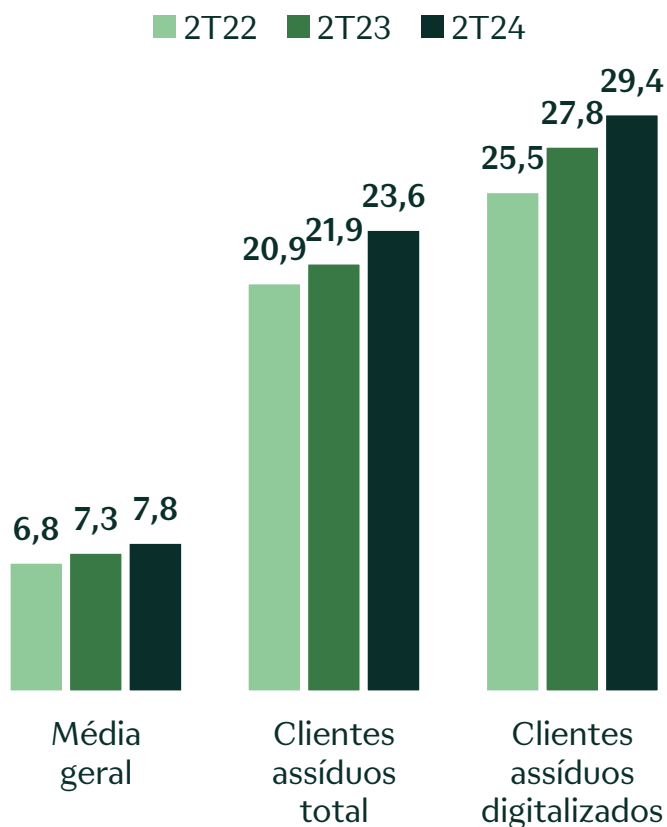


Segmentação por tipo de cliente\*

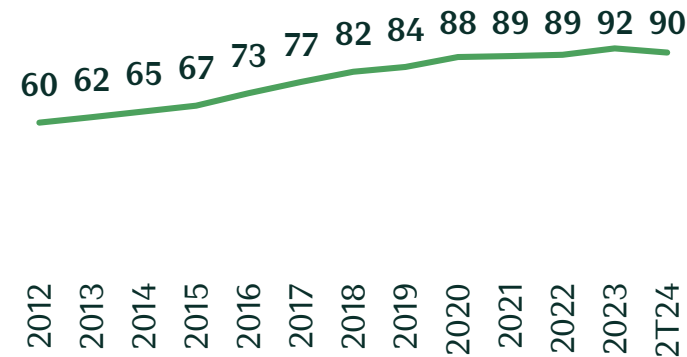


\* Milhões de clientes, % receita bruta do varejo LTM.

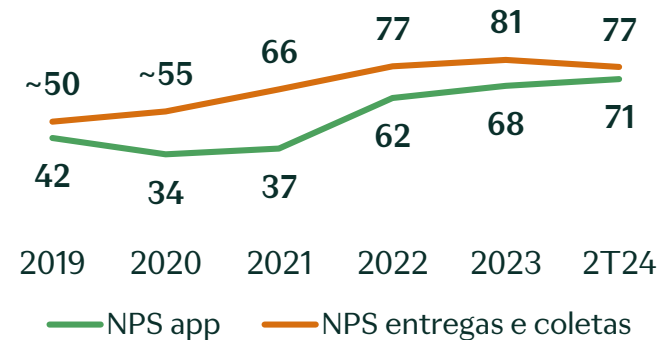
Frequência anual de compras



NPS farmácias



NPS apps e entrega/C&R\*\*



\*\* Critério 2019 e 2020 estimado para a método atual.



# Nossa estratégia digital e de saúde visa construir vínculos junto a cada cliente para potencializar o *Customer Annual Value (CAV)* conforme o seu perfil.

**CAV = *Customer Annual Value***  
R\$ de LB Anual por Cliente

**CAV médio por Cliente**

ÍNDICE  
**100**

**27**

Cliente Casual

**277**

Cliente Fiel (+10x vs. Casual)

## CAV por Perfil

Uso Contínuo	<b>179</b>
Bebê	<b>296</b>
Beleza	<b>254</b>
Vida Saudável	<b>239</b>

**X**

## CAV por Vínculo

### EXEMPLOS DE VÍNCULOS DIGITAIS

Multicanal	<b>201</b>
App	<b>206</b>
Marketplace	<b>245</b>
Stix	<b>213</b>

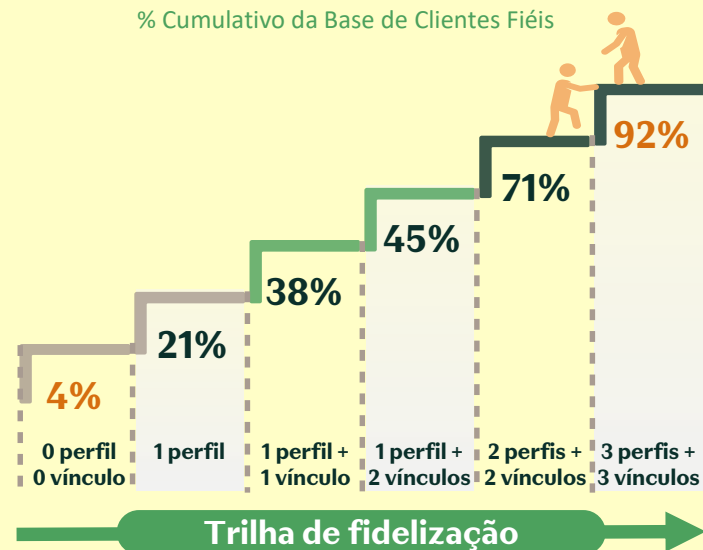
### EXEMPLOS DE VÍNCULOS DE SAÚDE

Injetáveis	<b>315</b>
Marca Própria	<b>173</b>
Vacinação	<b>527</b>
Outros Serviços	<b>318</b>

**=**

## Impacto Perfil/Vínculo na Fidelização

% Cumulativo da Base de Clientes Fiéis



\* Dado do 1T24.

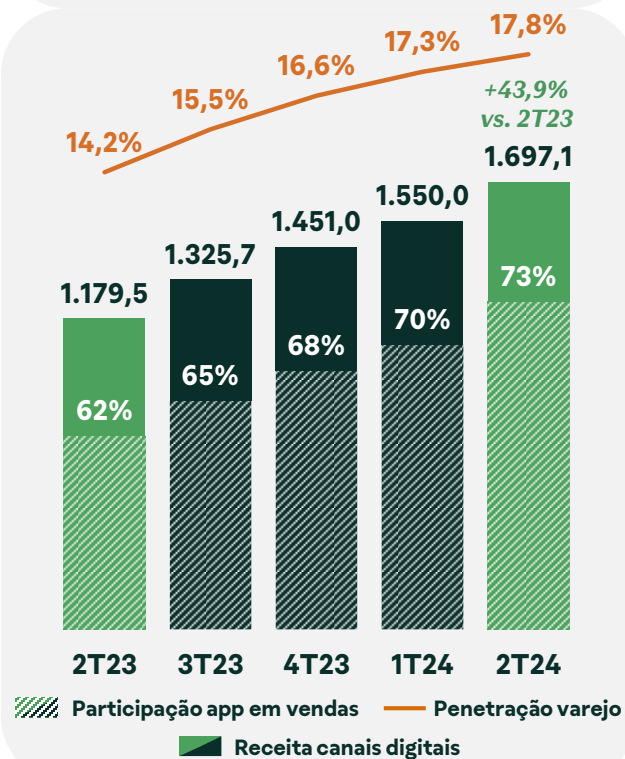


Digital alcança R\$ 1,7 bi (+43,9%) com 17,8% de penetração no varejo.  
73% dos pedidos via app e 94% entregues ou coletados em até 60 minutos.

### Canais digitais

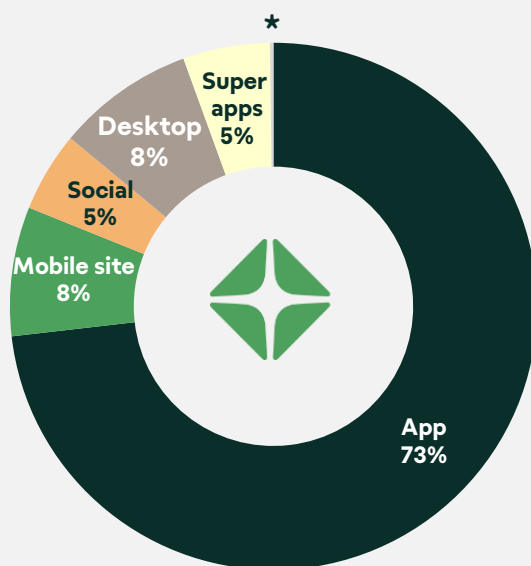
venda e penetração

R\$ milhões, % da receita bruta do varejo



### Mix de canais digitais

% da receita digital



94%

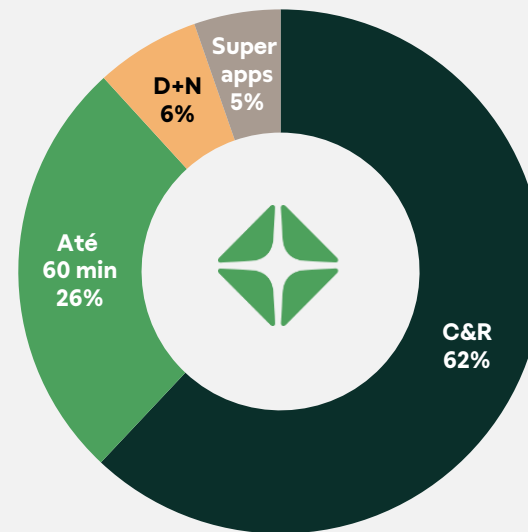
canais modernos e proprietários

86%

canais proprietários e em aparelhos móveis

### Mix em entregas

% da receita digital



95%

atendidos por farmácias (incluindo D+N)

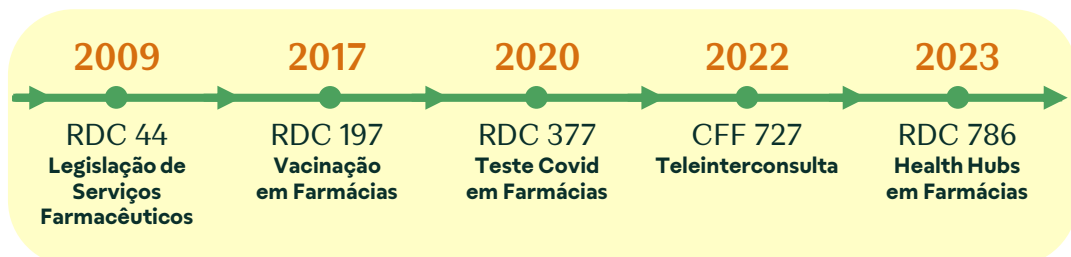
94%

entregues em até 60 minutos

\* Call center, representando < 1% do mix de canais digitais.



# Evoluímos continuamente nosso posicionamento na saúde primária, participando do sistema de saúde com os serviços oferecidos nas farmácias.



## Serviços farmacêuticos (2T24)

◆ NPS (Net Promoter Score)	<b>93</b>
◆ Serviços disponíveis	<b>40</b>
◆ Tipos de vacinas	<b>22</b>
◆ Salas EAC*	<b>1,5k</b>
◆ Health Hubs	<b>2,1k</b>
◆ Salas de Vacina	<b>330</b>
◆ Atendimentos farmacêuticos	<b>1,9 MM</b>

- ◆ Agendamentos e declaraçoes **digitais**;
- ◆ Clientes dos serviços possuem aumento de **2,5x na frequência e engajamento**;
- ◆ **~40% market share no mercado farma** em vacinas como herpes zoster, dengue e HPV (Fonte: IQVIA).



## Graduaço em Farmácia

- ◆ Projeto customizado e subsidiado pela RD Saúde;
- ◆ Oferecida para funcionários;
- ◆ Carga horária de 4.000h, 5 anos de duraço.

\* Exames de análises clínicas.

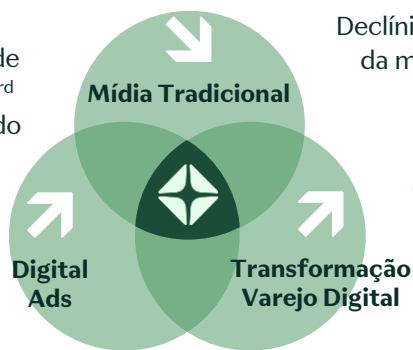


# Impulso é o negócio de retail media da RD Saúde, referência em consumer health media, impactando engajamento, monetização e LTV dos clientes.

## 1<sup>st</sup> party data é combustível para mídia de varejo

### Tendência #2

Descontinuação de identificadores 3<sup>rd</sup> party e aumento do screen time de dispositivos digitais



### Tendência #1

Declínio do screen time da mídia tradicional

### Tendência #3

Omnicanal, digitalização da jornada do cliente

Fonte: Aster Capital.

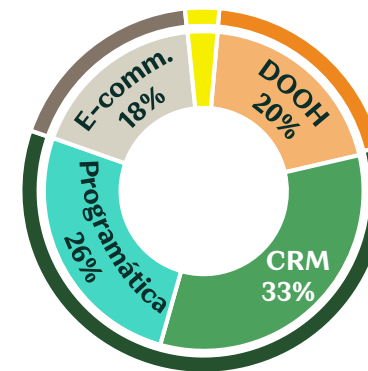
## RD Ads agora é

# impulso

soluções de mídia RDsaúde

## Impulso, quebra de receita no 2T24:

- Offsite; 59%
- Instore; 20%
- Onsite; 18%
- Outros; 3%



## Os melhores clientes e a melhor experiência

- 48,8 milhões de clientes
- 97% de vendas identificadas
- 384 milhões de transações (2T24 LTM)

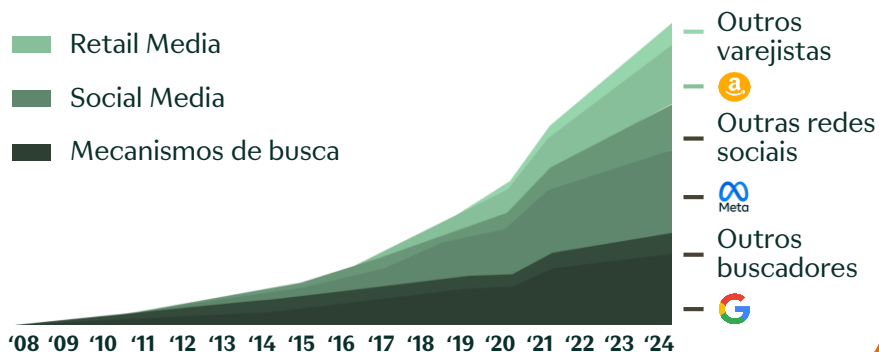
## Presença física e digital

- 601 cidades e 3,1 mil farmácias
- 1,5 km de distância de 93% da classe A do país
- 5 km distante de 59% da população
- Top 10 canal digital (audiência de varejo Brasil)

## Maior relevância com parceiros

- ~500 fornecedores 1P
- 25 dos Top 50 anunciantes do Brasil
- Domínio de Gestão de Categoria e comportamento de compra

## Receita líquida\*, anúncios nos EUA:



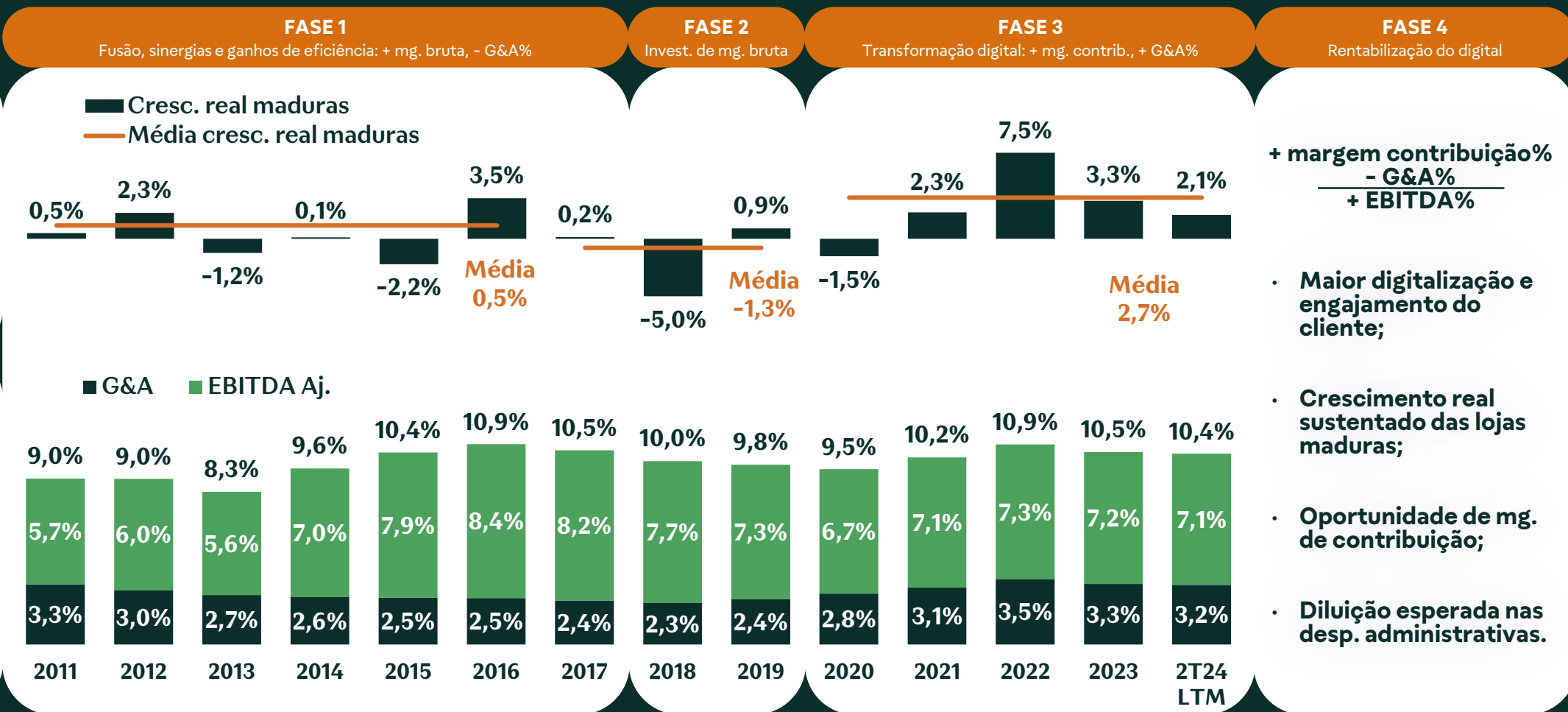
\* Fonte: eMarketer, outubro de 2021.



# A digitalização proporcionou um aumento no crescimento de lojas maduras e margem de contribuição, financiando investimentos necessários em G&A.

**Loja madura vs. Inflação**

**Margem de contribuição**  
(% receita bruta)

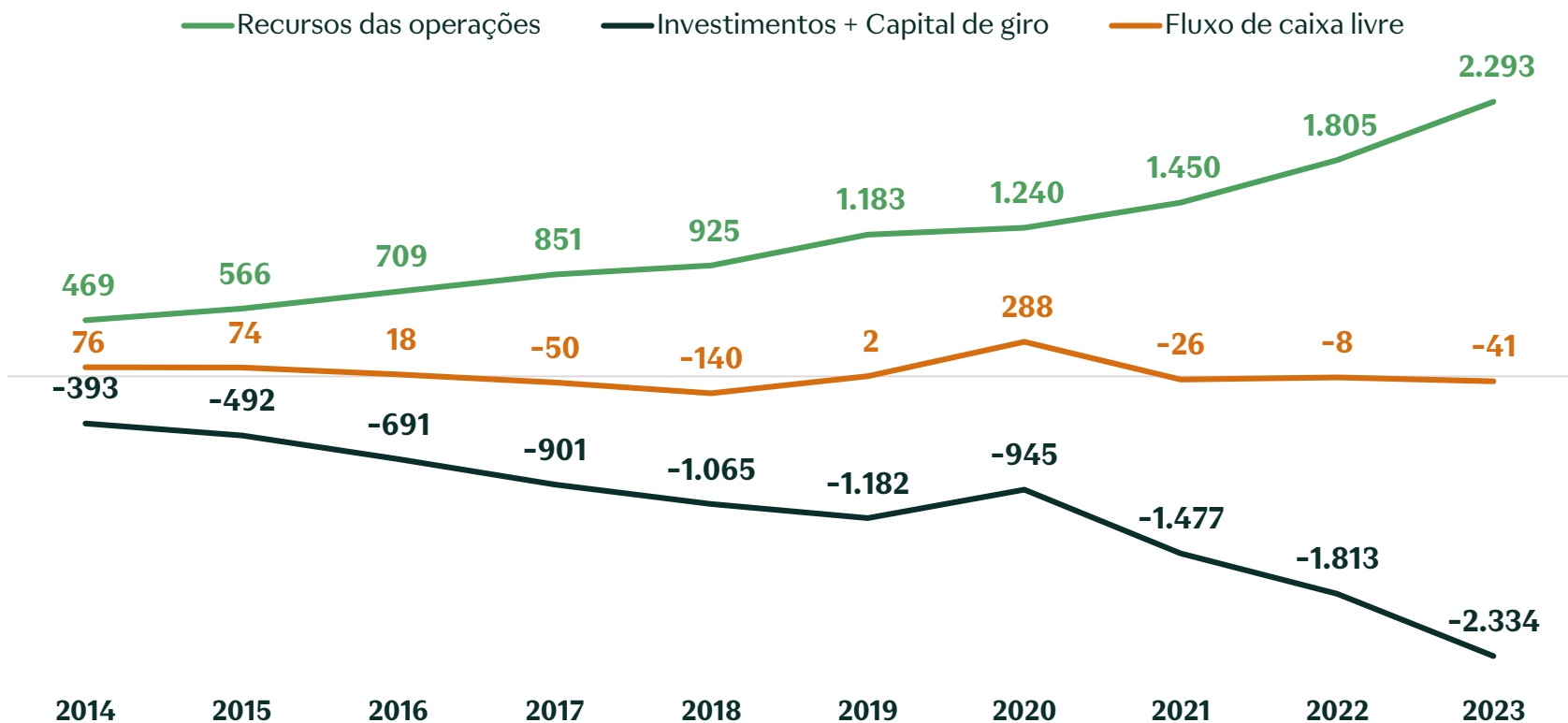




Nossa operação é autossuficiente em caixa, com uma geração de recursos que equilibra consumo e sustenta o forte crescimento da empresa.

### Fluxo de caixa

R\$ milhões



Dívida líquida

R\$ 2.718 MI  
(2023)

EBITDA ajustado

R\$ 2.603 MI  
(2023)

Alavancagem

1,1x  
(Dívida Líquida / EBITDA)



# Junto da Estratégia de Negócios vem nossa jornada de Sustentabilidade em direção às metas estabelecidas para 2030.

G

- o **Gestão** próxima das famílias fundadoras desde **1905**;
- o Acordo de Acionistas com vigência até **2031**;
- o Membros independentes do Conselho com **habilidades complementares**;
- o Comitês de assessoramento: Estratégia e Saúde, Pessoas, Auditoria, Sustentabilidade e Finanças;
- o Política de remuneração: variável baseada na **performance** e em **objetivos de sustentabilidade**; *vesting* de até 4 anos.

S

- o **67%** da liderança operacional formada por mulheres;
- o **100%** das lideranças de farmácia cresceram na RD;
- o **Baixo turnover** comparado com o setor;
- o Programas de **diversidade e inclusão**;
- o **Saúde integral**: programas de acompanhamento físico, mental, social & ambiental;
- o **48 MM** clientes ativos com alta frequência, 700 mil serviços farma/mês;
- o Acesso próximo: **59%** da população em um raio de 5 km.

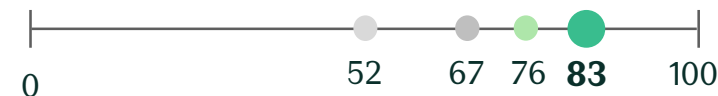
funcionário  
cliente

E

- o **100%** das farmácias com coletores para descarte de medicamentos vencidos ou em desuso (284 ton. em 2023), prevenindo a contaminação;
- o **72%** da operação abastecida com energia renovável;
- o Clima: redução escopos 1 e 2, monitoramento escopo 3, e inventário GEE;
- o Certificações: ISO 14001, ISO 45001 e LEED.

## Improving recognition of our ESG efforts

ISE B3



CDP



MSCI



2020

2021

2022

2023

IDIVERSA B3

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

Certificação GPTW®

Destaque no ranking de práticas saudáveis do GPTW.



ISO / IEC 27001 : 2022 (BSI)

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