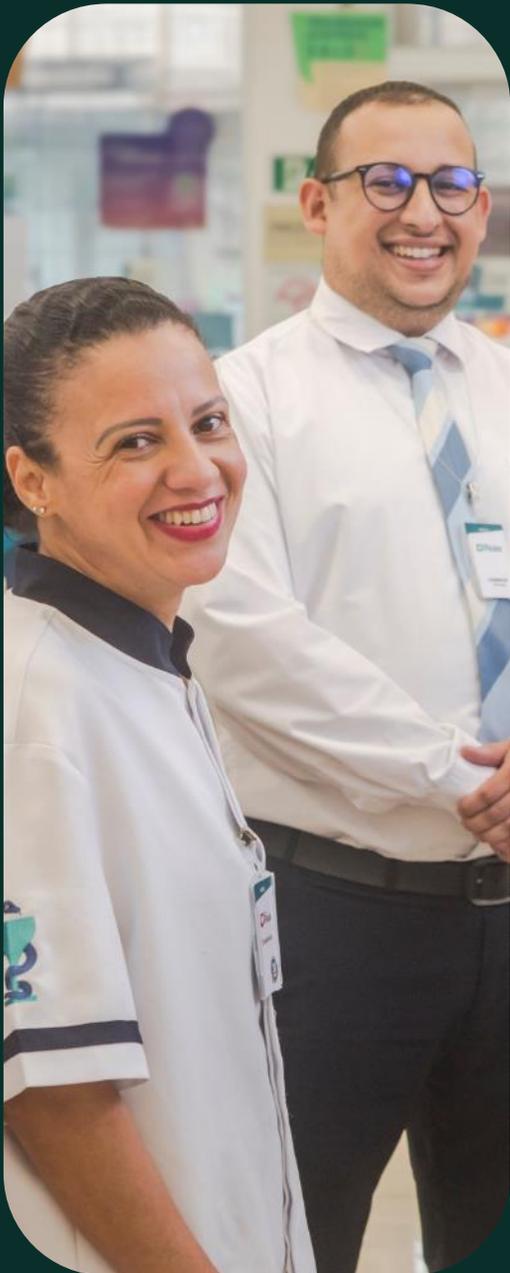


Apresentação Institucional

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

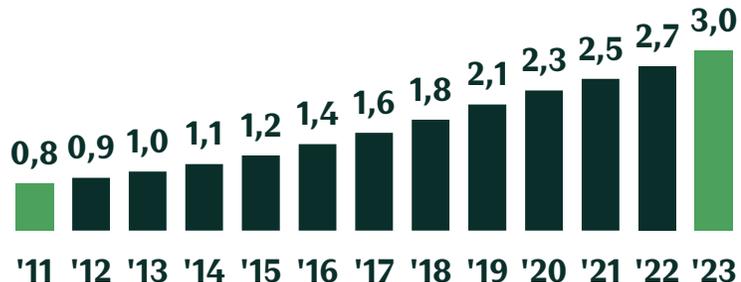
AAA (bra)



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

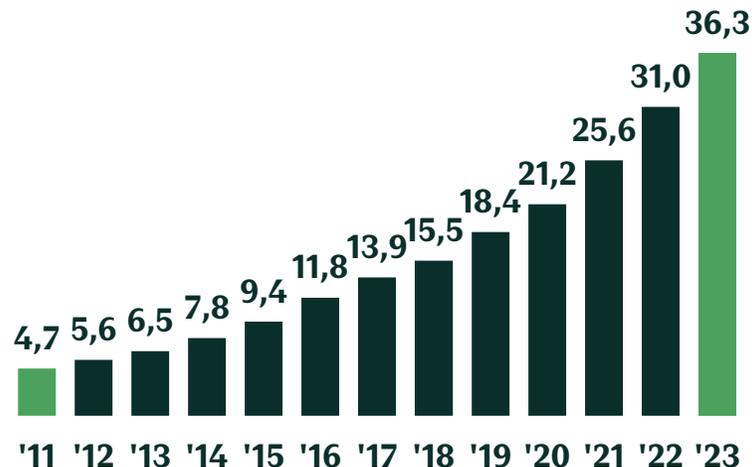
Farmácias

Quantidade, mil



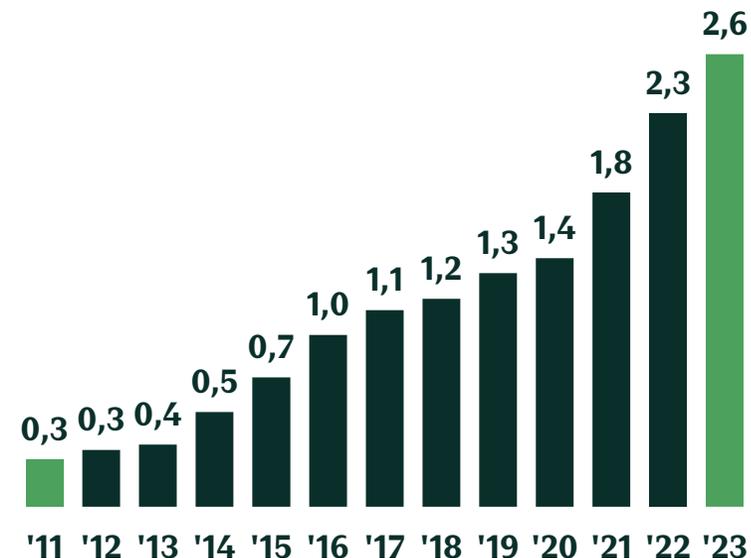
Receita bruta

R\$ bilhões



EBITDA aj.

R\$ bilhões

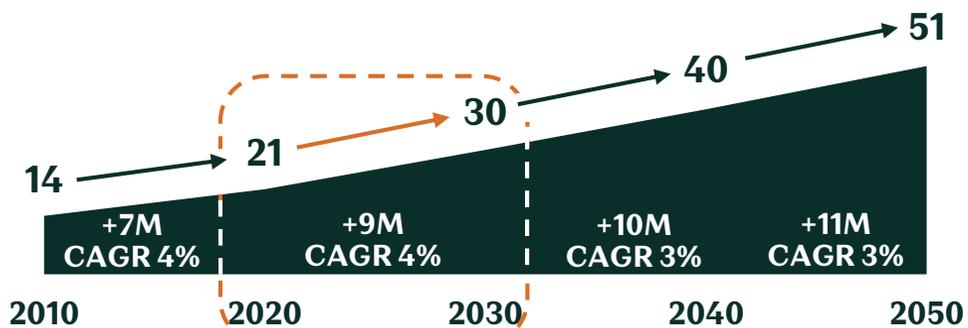




Crescimento da demanda impulsionado pelo envelhecimento da população.

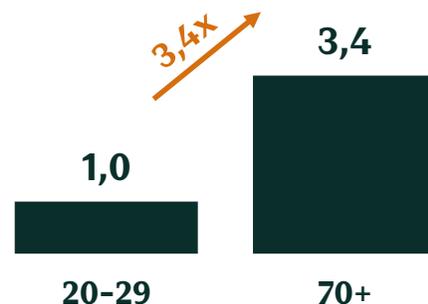
População brasileira acima de 65 anos

Milhões. Fonte: IBGE, 2018.



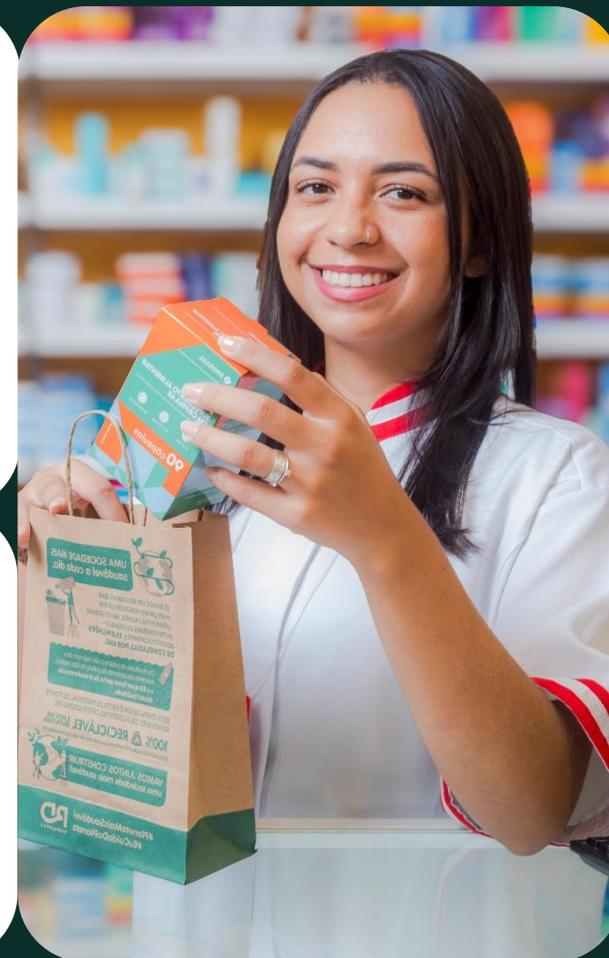
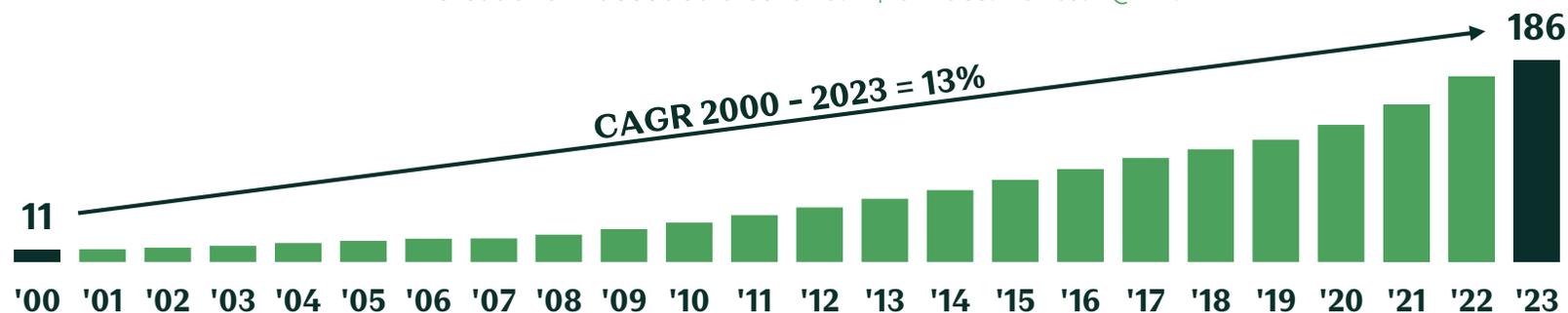
Gasto com medicamentos ao ano

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



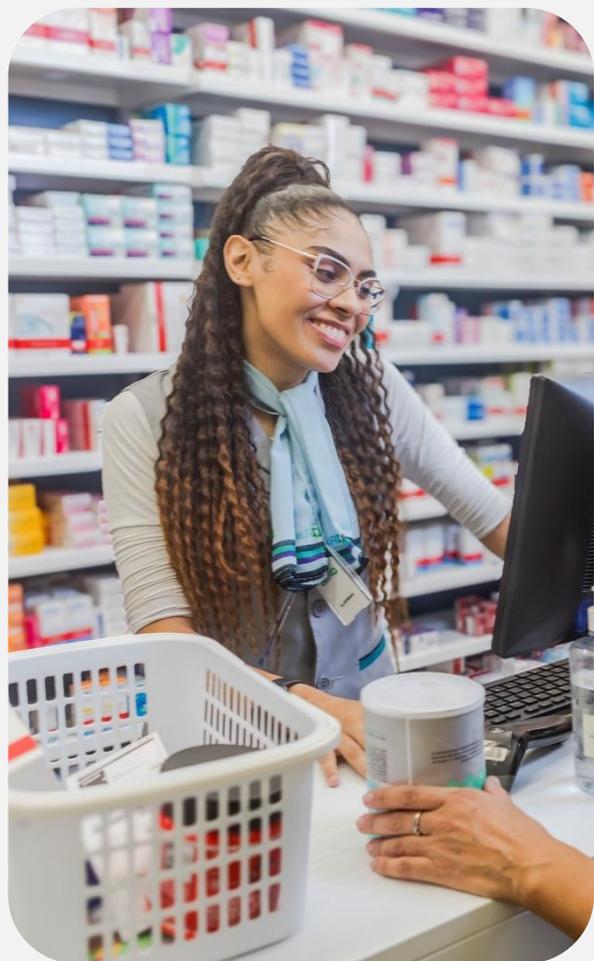
Mercado mantém crescimento acelerado no longo prazo

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





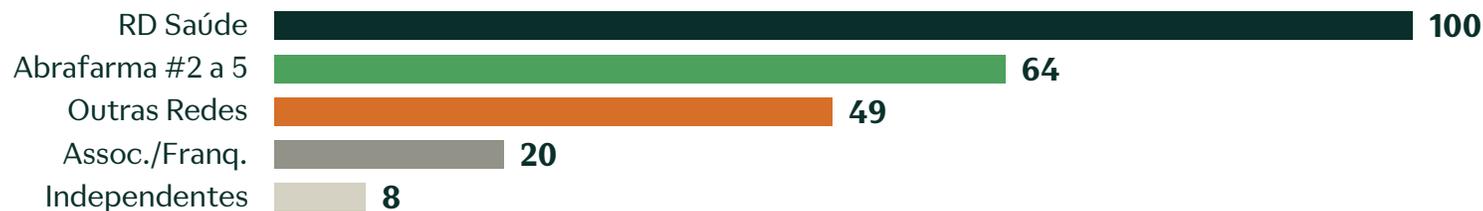
Mercado fragmentado oferece ampla oportunidade de consolidação.



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



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

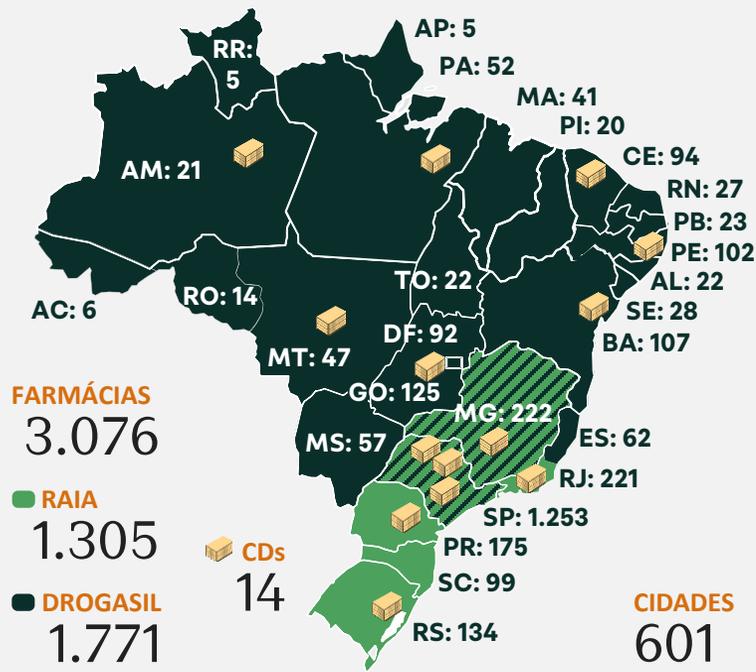


Fonte: IQVIA.



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

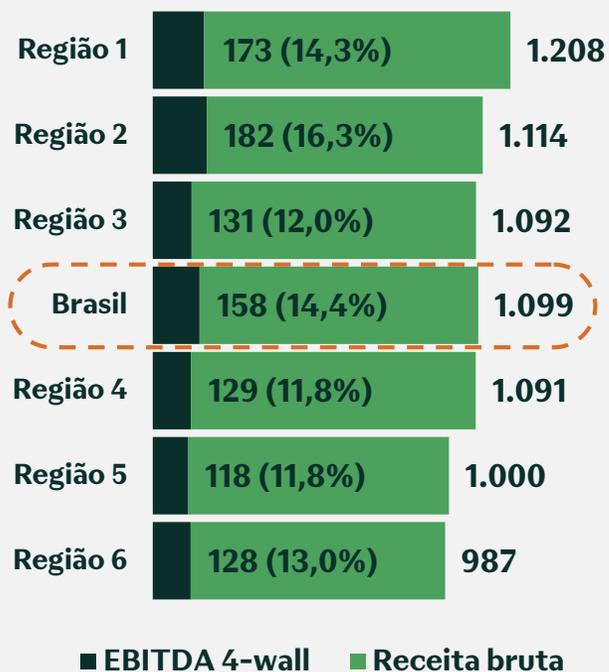
Presença geográfica (2T24)



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

Desempenho por região

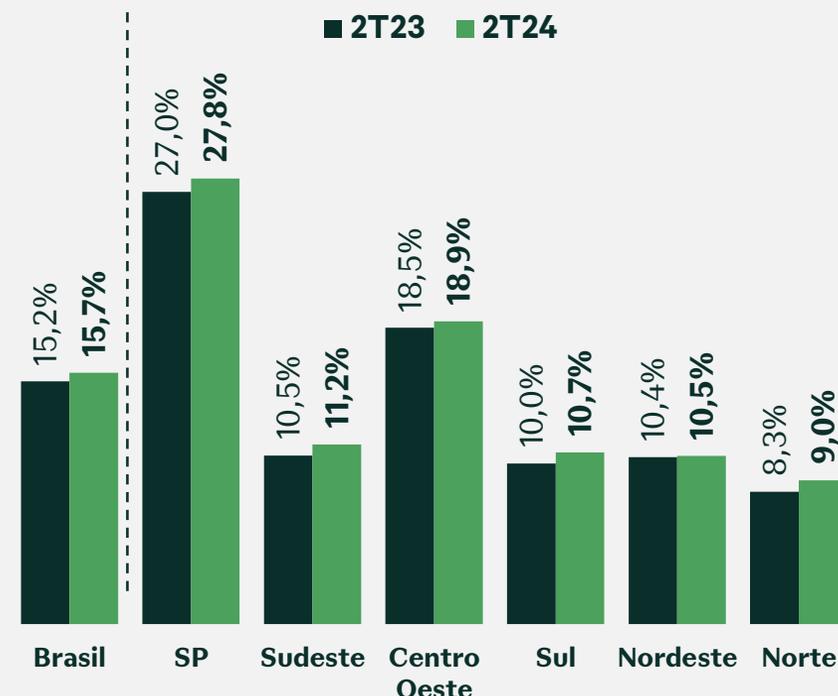
R\$ milhares, 2T24 LTM
Vendas e EBITDA 4-wall* de farmácias maduras



*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



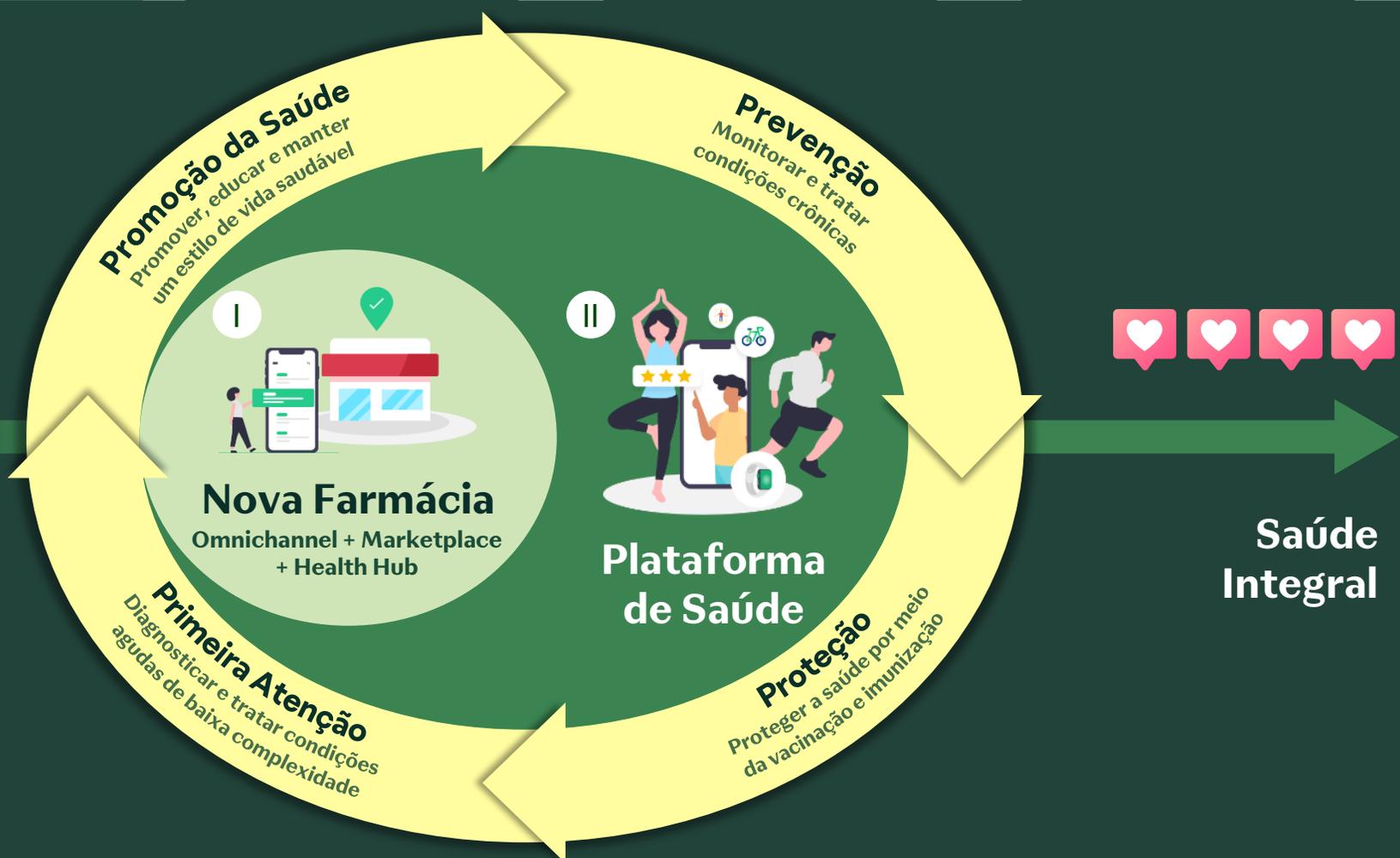
NEGÓCIOS + SAUDÁVEIS
Diversidade, Educação
e Valor Compartilhado



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

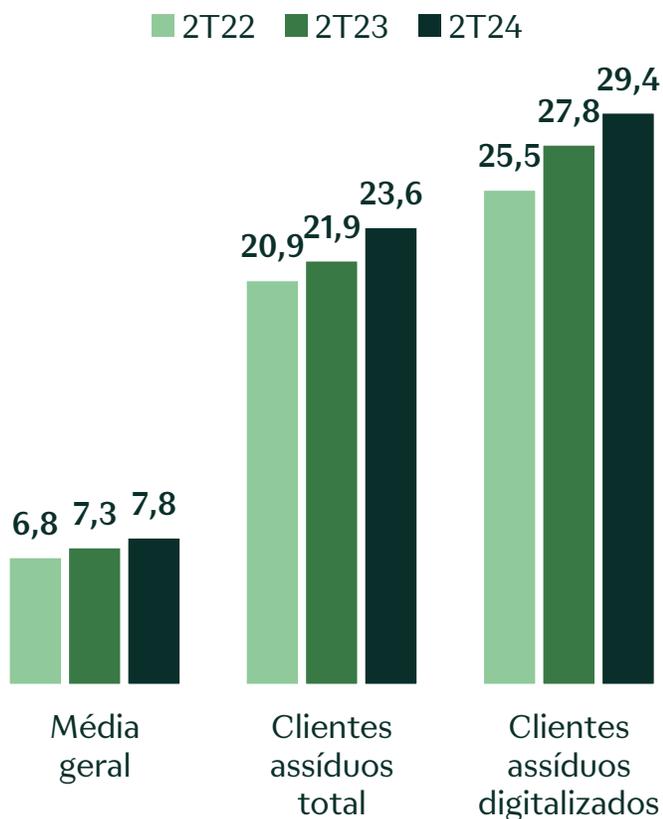


Segmentação por tipo de cliente*

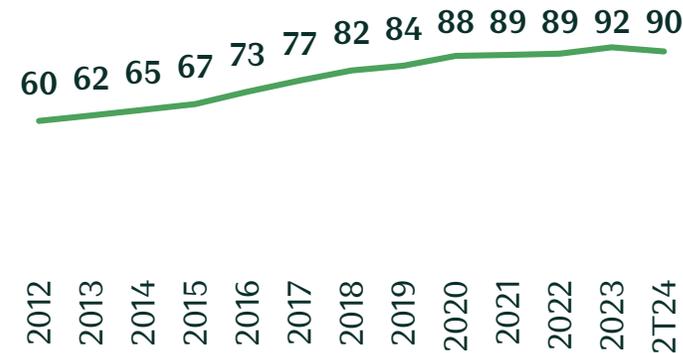


* Milhões de clientes, % receita bruta do varejo LTM.

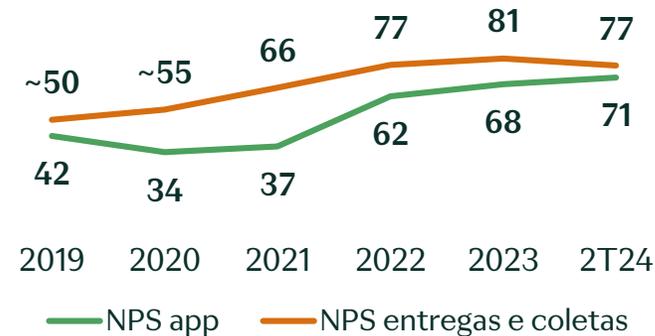
Frequência anual de compras



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 | 179 |
| Bebê | 296 |
| Beleza | 254 |
| Vida Saudável | 239 |

X

CAV por Vínculo

EXEMPLOS DE VÍNCULOS DIGITAIS

| | |
|-------------|------------|
| Multicanal | 201 |
| App | 206 |
| Marketplace | 245 |
| Stix | 213 |

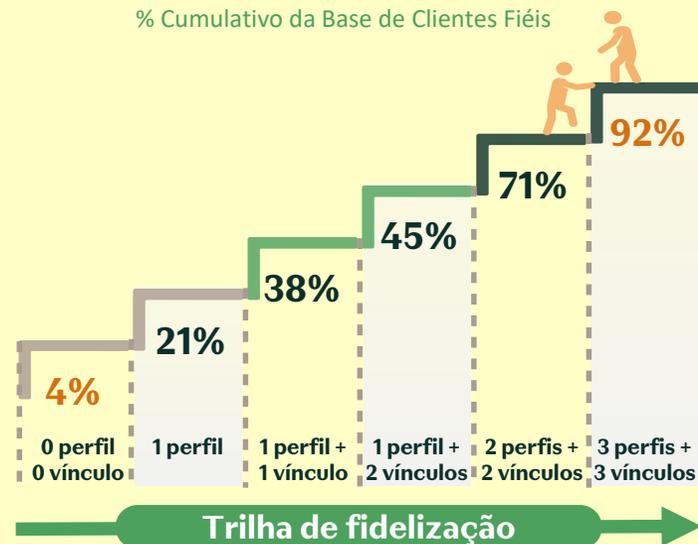
EXEMPLOS DE VÍNCULOS DE SAÚDE

| | |
|-----------------|------------|
| Injetáveis | 315 |
| Marca Própria | 173 |
| Vacinação | 527 |
| Outros Serviços | 318 |

=

Impacto Perfil/Vínculo na Fidelização

% Cumulativo da Base de Clientes Fiéis



* Dado do 1T24.

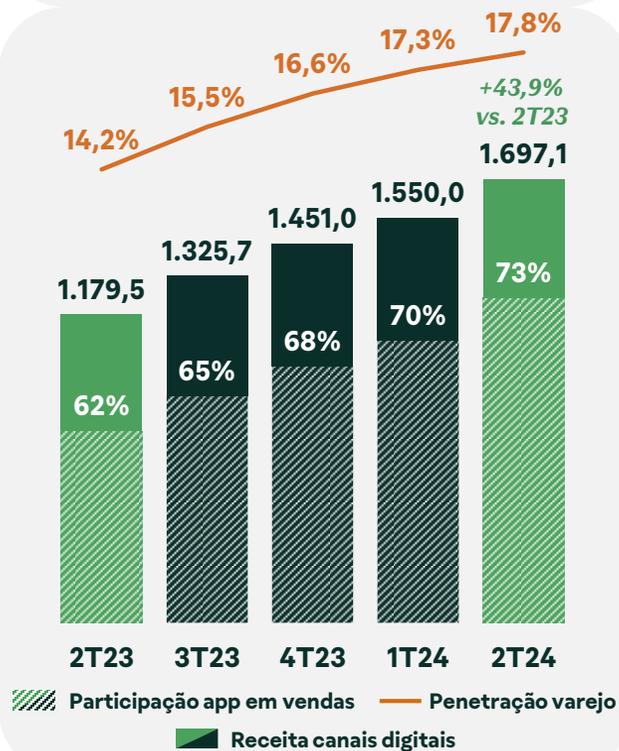


Digital alcança R\$ 1,7 bi (+43,9%) com 17,8% de penetração no varejo.
73% dos pedidos via app e 94% entregues ou coletados em até 60 minutos.

Canais digitais

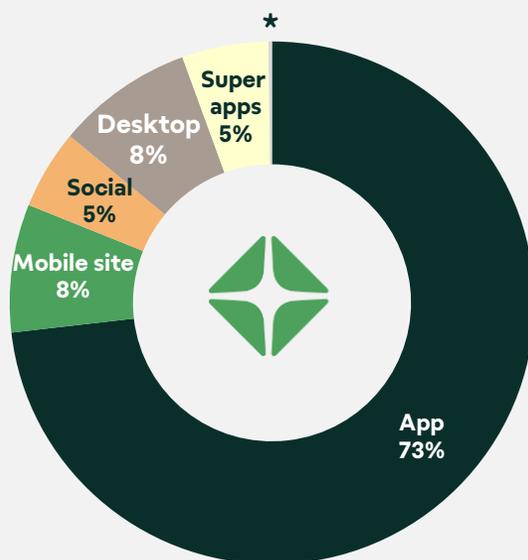
venda e penetração

R\$ milhões, % da receita bruta do varejo



Mix de canais digitais

% da receita digital



94%

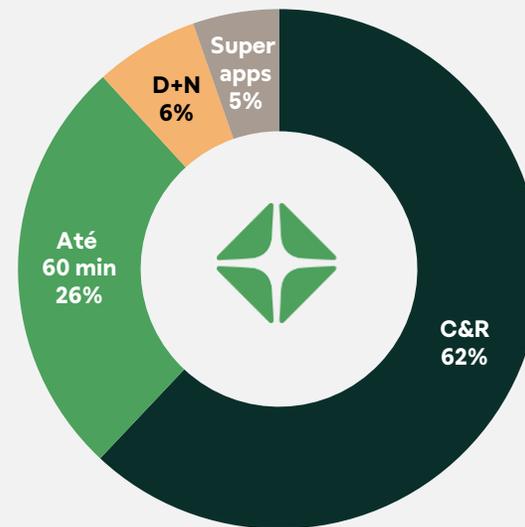
canais modernos e proprietários

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.



* Exames de análises clínicas.

Serviços farmacêuticos (2T24)

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

- ◆ Agendamentos e declarações **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).



Graduação em Farmácia

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

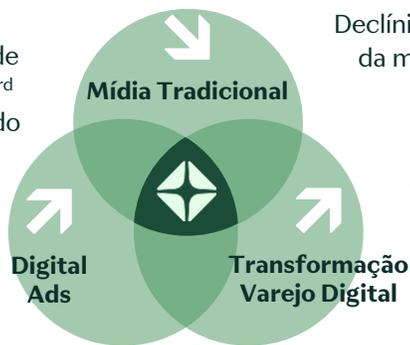


Impulso é o negócio de retail media da RD Saúde, referência em consumer health media, impactando engajamento, monetização e LTV dos clientes.

1st party data é combustível para mídia de varejo

Tendência #2

Descontinuação de identificadores 3rd 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.

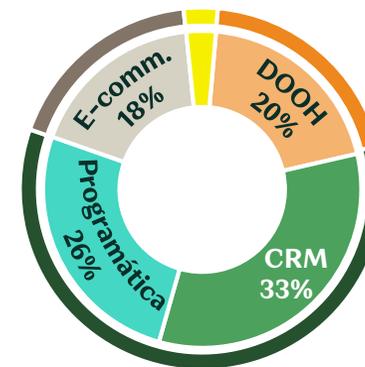
RD Ads agora é

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)

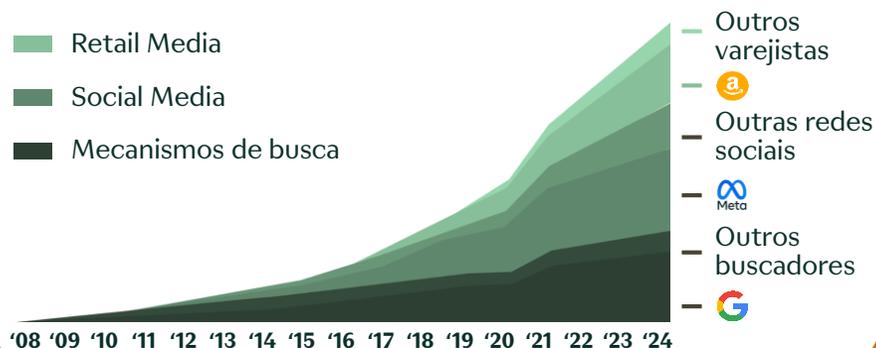
Presença física e digital

- 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:



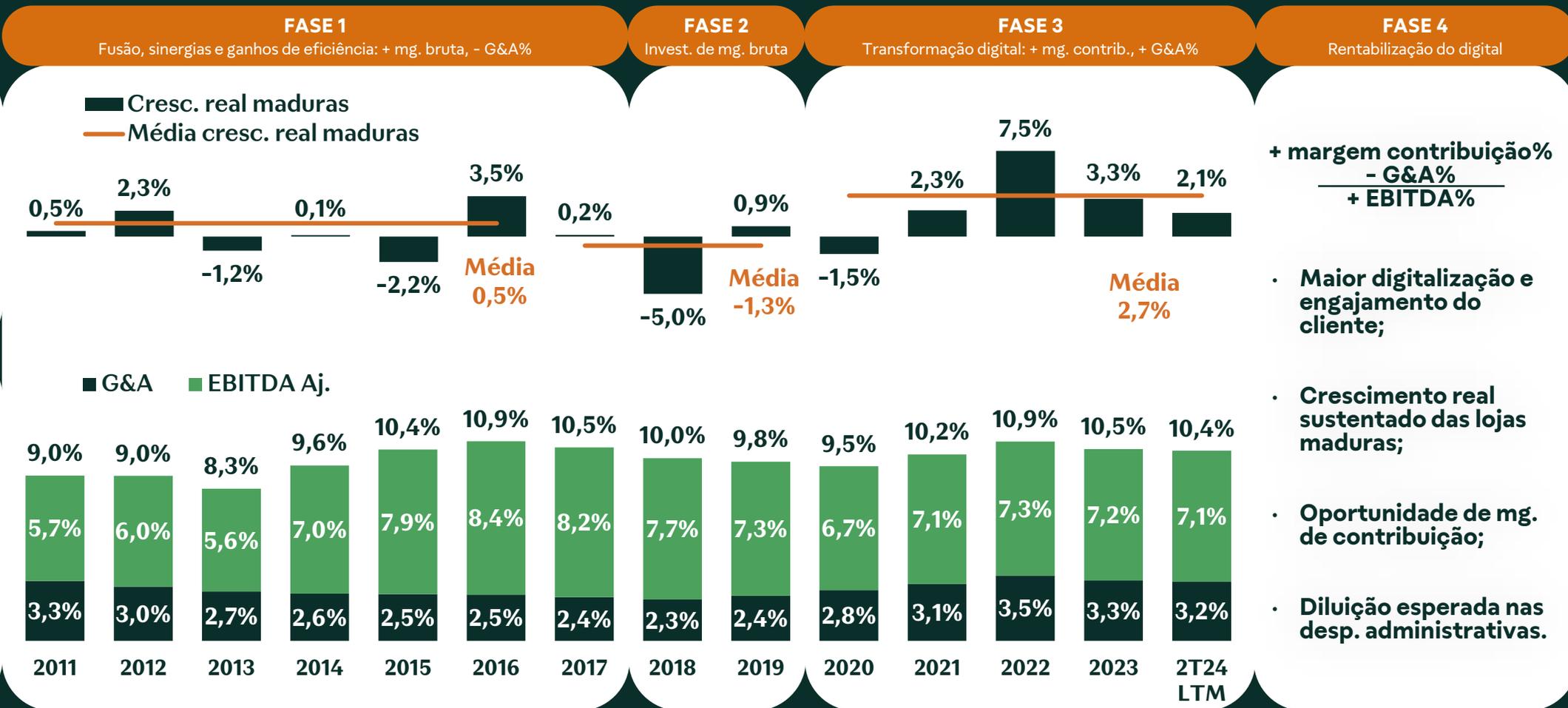
* Fonte: eMarketer, outubro de 2021.



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)

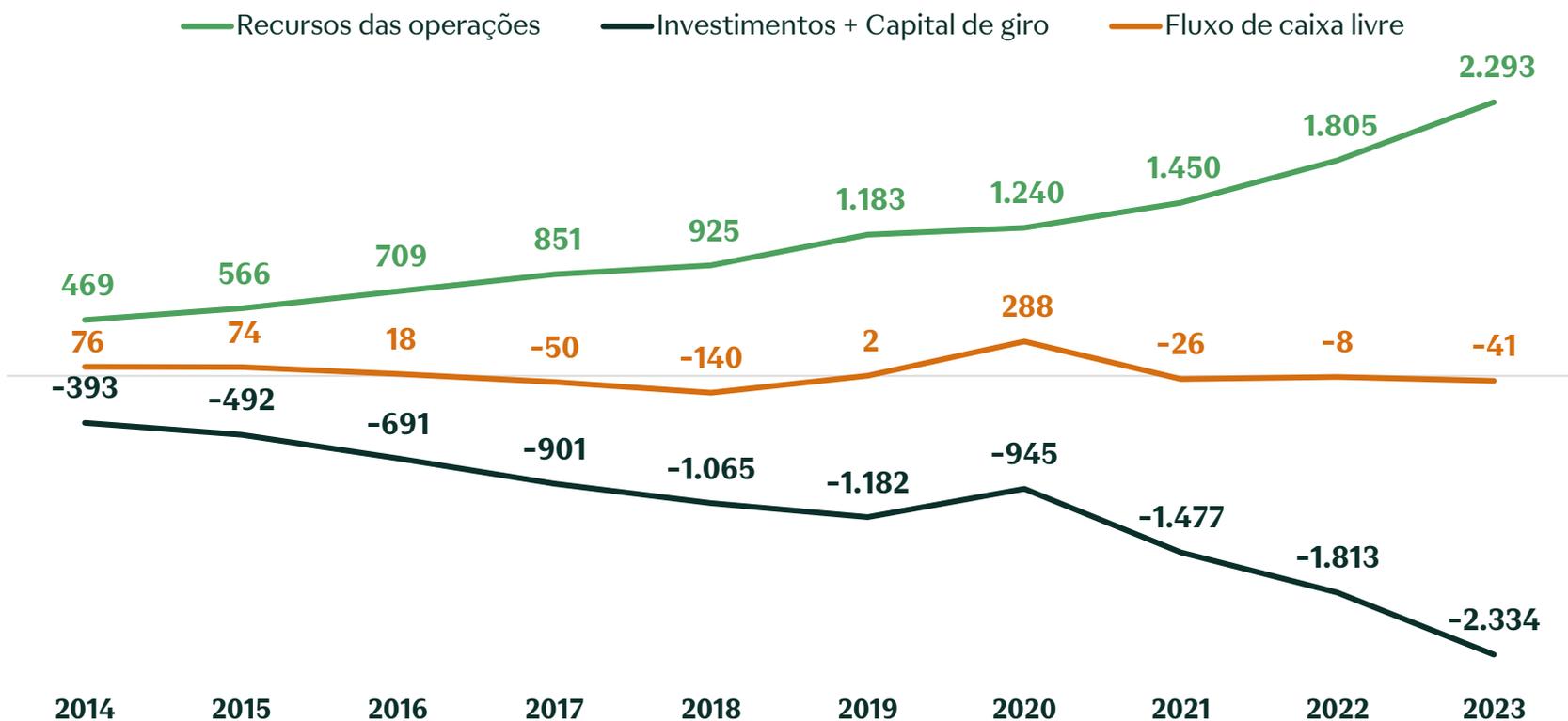




Nossa operação é autossuficiente em caixa, com uma geração de recursos que equilibra consumo e sustenta o forte crescimento da empresa.

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

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

S

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

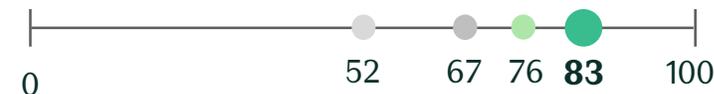
funcionário
cliente

E

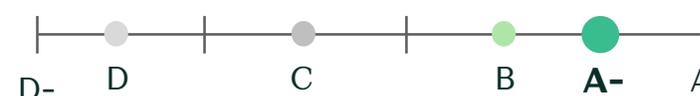
- **100%** das farmácias com coletores para descarte de medicamentos vencidos ou em desuso (284 ton. em 2023), prevenindo a contaminação;
- **72%** da operação abastecida com energia renovável;
- Clima: redução escopos 1 e 2, monitoramento escopo 3, e inventário GEE;
- Certificações: ISO 14001, ISO 45001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