



RD Day 2020



Gente,
Saúde e
Bem-estar.

RaiaDrogasil S.A.



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 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. **Resultados posteriores ao 2º trimestre de 2020 são prévias, gerenciais e ainda não foram auditadas.**

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.

Agenda

- 09:00 ● **Abertura**
Antônio Carlos Pipponzi
- 09:15 ● **Aspirações em Sustentabilidade**
Cristiana Pipponzi
- 09:25 ● **Estratégia 2025**
Marcílio Pousada
- 09:50 ● **Nova Farmácia**
Renato Raduan / Marcello De Zagottis
- 10:15 ● **Marketplace de Saúde**
Fernando Varela
- 10:30 ● **Plataforma de Saúde**
Bruno Pipponzi
- 10:50 ● **Visão de Mercado e Perspectivas 2021**
Eugênio De Zagottis
- 11:10 ● **Q&A**



Abertura

Antônio Carlos Pipponzi, Presidente do Conselho de Administração



Aspirações em Sustentabilidade

Cristiana Pipponzi

Conselheira de Administração, Líder do Comitê de Sustentabilidade

Evolução da nossa Visão Estratégica foi fortemente influenciada por dois projetos:



O FUTURO DA FARMÁCIA

ASPIRAÇÃO EM SUSTENTABILIDADE

MOMENTO ÚNICO PARA CONSTRUÇÃO DE UMA MARCA CORPORATIVA POTENTE E MAIS CONECTADA COM AS DEMANDAS CONTEMPORÂNEAS.



O Futuro da Farmácia

Ser a primeira Plataforma de Saúde Integral do Brasil

01

Futuro da Saúde

Crise de confiança

Dependência **VS** Autonomia

Sick Care **VS** Health Care

SAÚDE INTEGRAL



Ambiental
Espiritual
Social
Mental
Física

02

Futuro da Farmácia

Residual Cuidado **VS** Dominante Varejo

HEALER

03

O Futuro da RD

Movimento da Saúde

1. Venda de Saúde
2. Marca Saudável
3. Plataforma de Saúde Integral

DE DENTRO PARA FORA

Aspiração de Sustentabilidade:

Ser a empresa que mais promove

acesso a uma vida com hábitos saudáveis para o brasileiro.

Pessoas
+
Saudáveis



Planeta
+
Saudável



Negócios
+
Saudáveis





PROPÓSITO ATEMPORAL

Cuidar de perto da saúde e bem-estar das pessoas em todos os momentos da vida.

FUTURO
NEGÓCIO



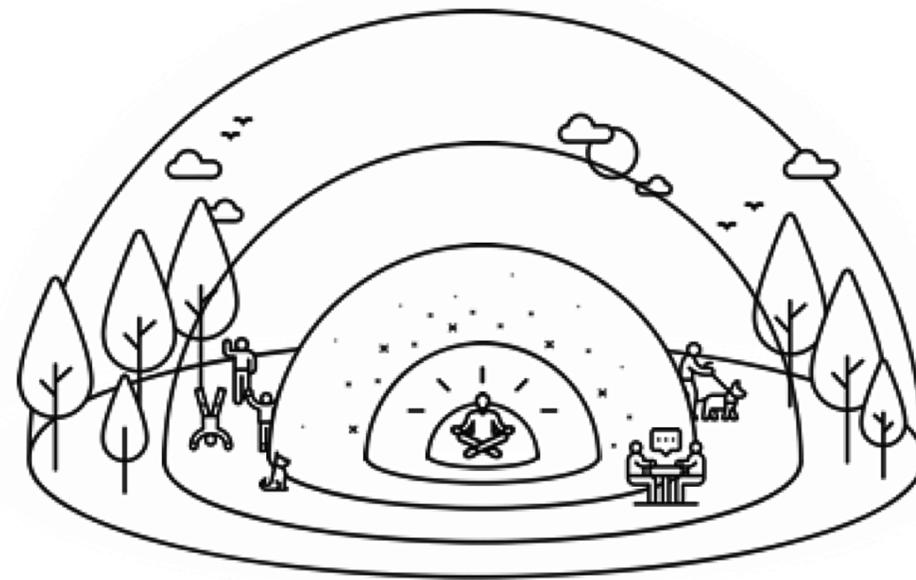
HEALTH CARE

DEMANDA

ADOÇÃO
DE HÁBITOS SAUDÁVEIS

AMBIÇÃO

SER A PRIMEIRA PLATAFORMA DE
SAÚDE INTEGRAL DO PAÍS



SOCIEDADE MAIS SAUDÁVEL



FUTURO
SUSTENTABILIDADE

REGENERAÇÃO

DEMANDA

ACESSO
A HÁBITOS SAUDÁVEIS

AMBIÇÃO

SER A EMPRESA QUE MAIS
PROMOVE ACESSO A UMA
VIDA COM HÁBITOS
SAUDÁVEIS PARA OS
BRASILEIROS

FLUXO DE
RECURSOS

dinheiro
pessoas
estrutura

GARANTIA DE
FUTURO

inovação
reputação
jovens

FUTURO
NEGÓCIO



**PROPÓSITO
ATEMPORAL**

FUTURO
SUSTENTABILIDADE



HEALTH CARE

ADOÇÃO

HÁBITOS SAUDÁVEIS



*Saúde
Integral*

REGENERAÇÃO

ACESSO

HÁBITOS SAUDÁVEIS

SOCIEDADE MAIS SAUDÁVEL

CRESCIMENTO
DO NEGÓCIO

CRESCIMENTO
DO IMPACTO

Pessoas + saudáveis



01

SAÚDE INTEGRAL

Planeta + saudável



02

EMISSÃO ENERGIA RESÍDUOS

Negócios + saudáveis



03

EDUCAÇÃO & EMPREGO DIVERSIDADE INCLUSÃO

Principais targets:

Funcionários + saudáveis

Clientes + saudáveis

Comunidade + saudável

Principais targets:

Operação RD

Cadeia de valor

Principais targets:

Empoderar e Desenvolver Funcionários

Empoderar e Desenvolver Fornecedores

Empoderar Comunidade

Alinhamento Global



ODS 2030

3 SAÚDE E BEM-ESTAR

4 EDUCAÇÃO DE QUALIDADE

8 TRABALHO DECENTE E CRESCIMENTO ECONÔMICO

5 IGUALDADE DE GÊNERO

12 CONSUMO E PRODUÇÃO RESPONSÁVEIS

10 REDUÇÃO DAS DESIGUALDADES

7 ENERGIA LIMPA E ACESSÍVEL

11 CIDADES E COMUNIDADES SUSTENTÁVEIS



Estratégia 2025

Marcílio Pousada, CEO

Nosso Propósito de “Cuidar de perto da saúde e bem-estar das pessoas durante todos os momentos da vida” nunca foi tão atual como nestes tempos de pandemia

Cuidar dos Nossos Funcionários:

- Aplicamos protocolos de segurança em lojas e CDs, e *home-office* para nossos times do escritório;
- Funcionários contaminados ou de grupos de risco foram afastados, com garantia da renda integral;
- Custos de hospitalização por COVID-19 foram cobertos pela RD, mesmo para quem optou por não aderir ao plano de saúde;
- Todos os postos de trabalho foram mantidos durante a pandemia;
- Nossos funcionários realizaram 15 mil consultas gratuitas via telemedicina junto ao H. I. Albert Einstein.



Cuidar dos Nossos Clientes:

- Nossas lojas se tornaram um porto seguro para a saúde, com isolamento rigoroso entre clientes e funcionários e horários especiais para os idosos;
- Lançamos *RDsaudeemdia.com.br*, uma solução digital com informações relacionadas ao COVID-19 e teleconsultas junto ao Doutor Consulta e à Conexa Saúde a preço de custo, assim como serviços de outros parceiros;
- Já efetuamos mais de 350 mil testes rápidos de COVID-19 em mais de 900 lojas localizadas em 213 cidades e 22 estados.



Cuidar das Nossas Comunidades:

- Criamos o fundo *#TodoCuidadoConta*, doando R\$ 25 milhões para apoiar 50 hospitais públicos em pequenas e médias cidades fora dos principais centros urbanos;
- Já investimos R\$ 23 milhões em 46 hospitais localizados em 44 cidades de 22 estados.

RD: Estratégia 2025

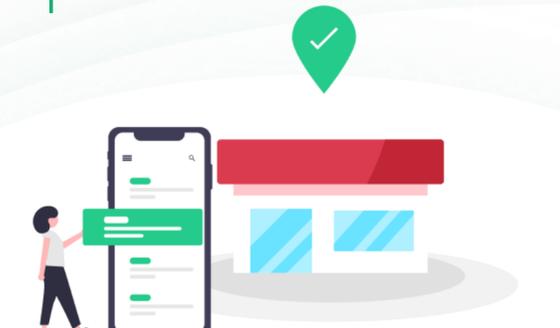

Varejo
Farmacêutico

Cuidar de perto da saúde e bem-estar das pessoas em todos os momentos da vida

Pessoas + Saudáveis (Funcionários, Clientes, Comunidade)

Negócio + Saudável (Diversidade, Educação, Valor Compartilhado)

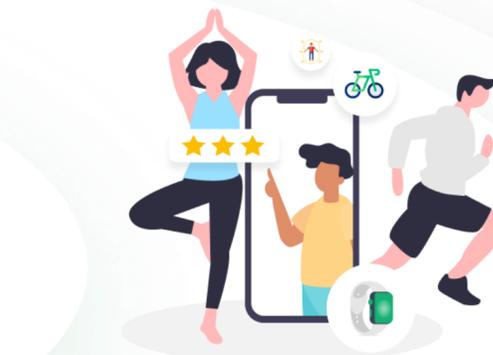
Planeta + Saudável (Emissões, Energia, Resíduos)



I Nova Farmácia (Omnichannel + Health Hub)



II Marketplace de Produtos de Saúde

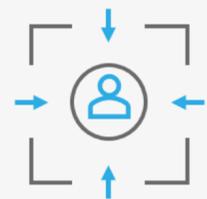


III Plataforma de Saúde

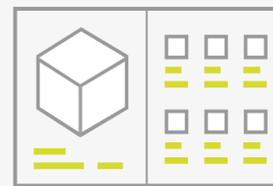

Saúde Integral



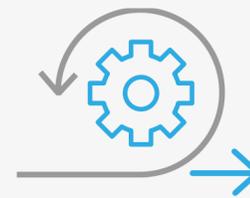
Foco nas pessoas



Cliente no Centro do Negócio



Logística 1P e 3P



Tecnologia, Dados e Organização Ágil



Cultura Digital e Inovadora



RD Ventures

Ambição Sustentabilidade 2025: Ser a empresa que mais promove acesso a uma vida com hábitos saudáveis para os brasileiros.

Foco nas pessoas



Manter a qualidade da operação básica

Esforços contínuos, como a redução do *turn-over*



Fortalecer a liderança para a estratégia nova

Novas competências para a nova realidade



Continuar a formação das pessoas

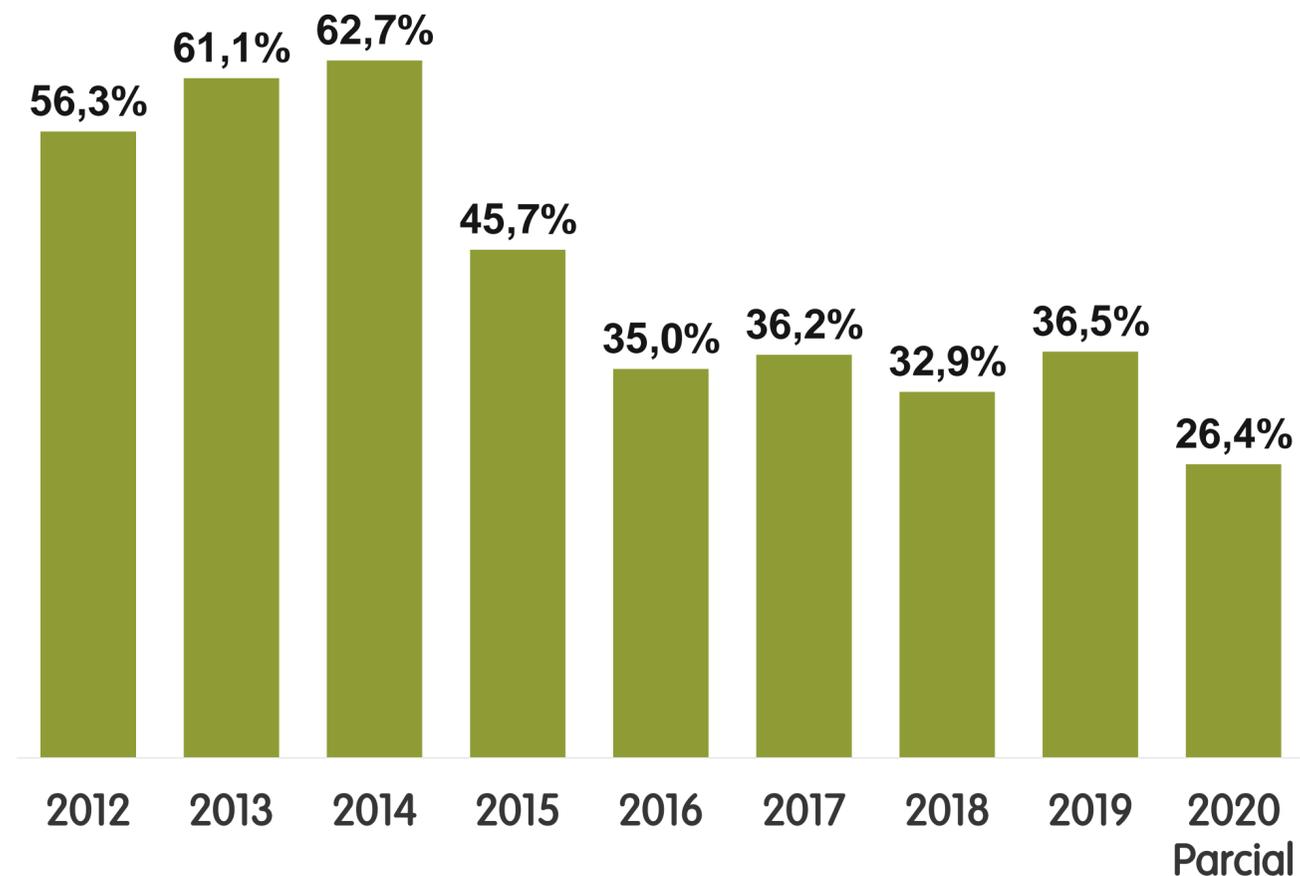
Incluindo a 4ª turma interna de desenvolvedores

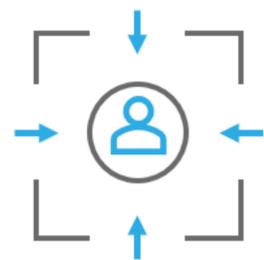


Cuidado com nossas pessoas

Programas de saúde integral para nossos 43 mil funcionários

Rotatividade





Cliente no centro

A cada dia entendemos mais o comportamento dos nossos 36M de clientes.

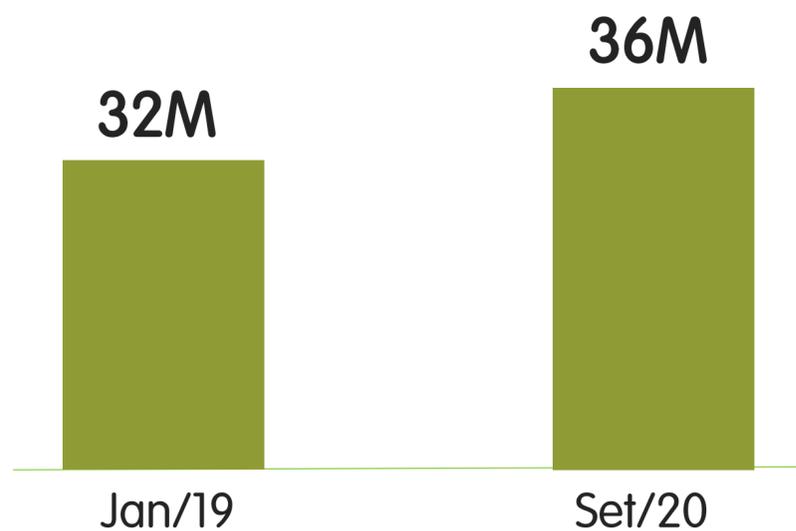
Através de **Jornadas**

- Jornadas de Mães e Pais
- Jornada do Paciente Crônico
- Jornada da Beleza
- Jornada da Prevenção

	Primeiro Filho	O momento	Obras & planejamento	Tentar engravidar	Tentativas e perdas	Descoberta e precaução	Preparação e nascimento	1º mês de vida	Grande susto/trauma	Integração
Descrição										
Duração										
Dores										
Desejos										
Sentimentos										
Pensamentos										
Influenciadores										
Canais										
Como cuida da Saúde										
Papel da Farmácia										

Através de **Dados**

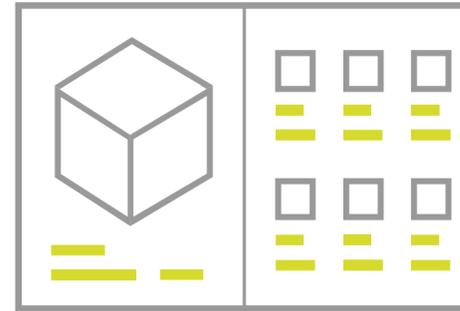
Base de clientes



Ferramenta de aderência Dunnhumby

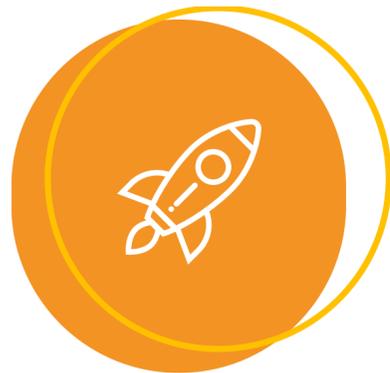


Logística 1P e 3P



Infraestrutura logística robusta e nacional

- ✓ Investimentos constantes que crescem com a rede de lojas
- ✓ Operamos 11 CDs espalhados pelo país



Criação dos fluxos de entrega para o cliente

- ✓ Serviços para lojas físicas, canais digitais e sellers



Capilaridade e Proximidade

- ✓ Aproximando os estoques aos clientes alavancando nossas 2,2 mil lojas e 11 CDs



Tecnologia, Dados e Organização Ágil



Tecnologia

- Continuamos a modernização de sistemas legados para trabalharmos com Microsserviços



Dados

- Criamos uma nova área de Ciência de Dados e continuamos a estruturação do nosso data lake para permitir o acesso universal aos dados pela empresa
- Contamos com um time especialista em dados com 20 pessoas apoiando a tomada de decisão



Organização Ágil

- Contamos com 22 *squads* focados na interação com o cliente, tanto em lojas como no digital
- Criamos um CSC para atender todas as áreas da empresa com mais produtividade e foco na solução de problemas
- Criação de Mesas de Performance para deixar a empresa ágil

Cultura Digital e Inovadora



Plataforma de Saúde

O novo time já começa como *squad*, de forma apartada e sob liderança única



Vice-Presidência de Transformação Digital

Criada com o desafio de criar não apenas uma estrutura voltada para cultura digital, mas também uma empresa versátil e inovadora

RD Ventures



Criação de um Ecossistema que acelere o desenvolvimento da Plataforma de Saúde



Foco estratégico e *open innovation*

Foco em empresas que acelerem a execução da nossa nova estratégia e *open innovation*



Modelo flexível

Flexibilidade no formato do investimento, que pode prever participação minoritária, *path to control* ou aquisição integral



RD como catalisador do crescimento

RD como investidor estratégico, aportando seus ativos para aceleração do crescimento das investidas



Modelo replicável

A compra bem-sucedida da 4Bio é um movimento que queremos replicar



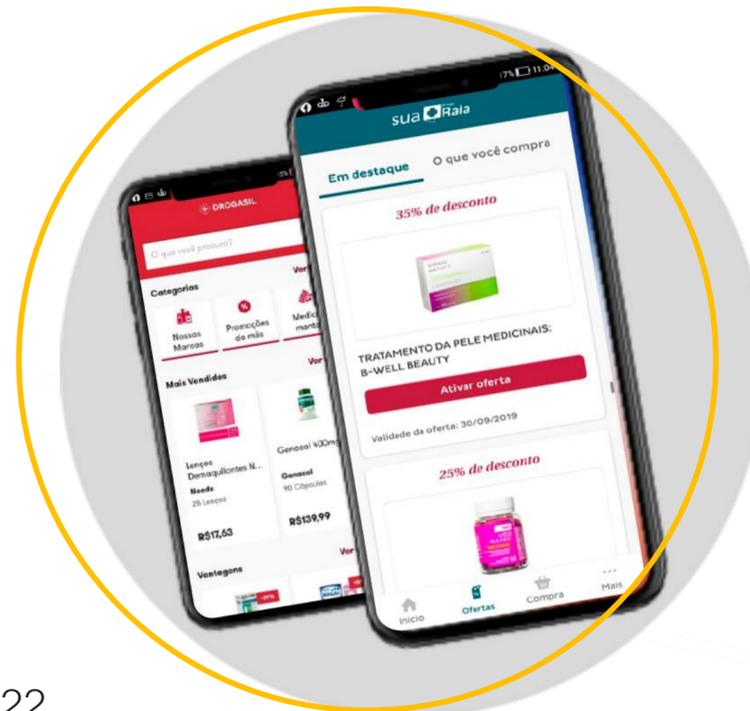
Nova Farmácia

Renato Raduan, VP Operações de Loja, Multicanal e Expansão

Marcello De Zagottis, VP Comercial e Marketing

Conveniência & Experiência

Nova
Farmácia
na visão
do cliente



**Nova
Farmácia
na visão
do cliente**

**Com Contato Humano e
Especializado em Saúde das
farmácias de antigamente**





O Futuro da Farmácia

**Nova
Farmácia
na visão
do cliente**

Novo Significado para Saúde

AUSÊNCIA DE DOENÇA
SICK CARE



PRESENÇA DE SAÚDE
HEALTH CARE



VS

Conveniência & Experiência em Loja

- **Maior agilidade no ATENDIMENTO em loja**
 - ✓ Redução na fricção através do digital
- **Uso do digital pelo cliente em Loja**
 - ✓ Conteúdo do produto no APP
 - ✓ Ativação Oferta Exclusiva
 - ✓ Pagamento Expresso
- **PERSONALIZAÇÃO do script de atendimento ao CLIENTE**
 - ✓ Terminal de Atendimento com navegação baseado em perfil, preferências e histórico de compra



Experiência e Conveniência - Omnichannel

Onde comprar

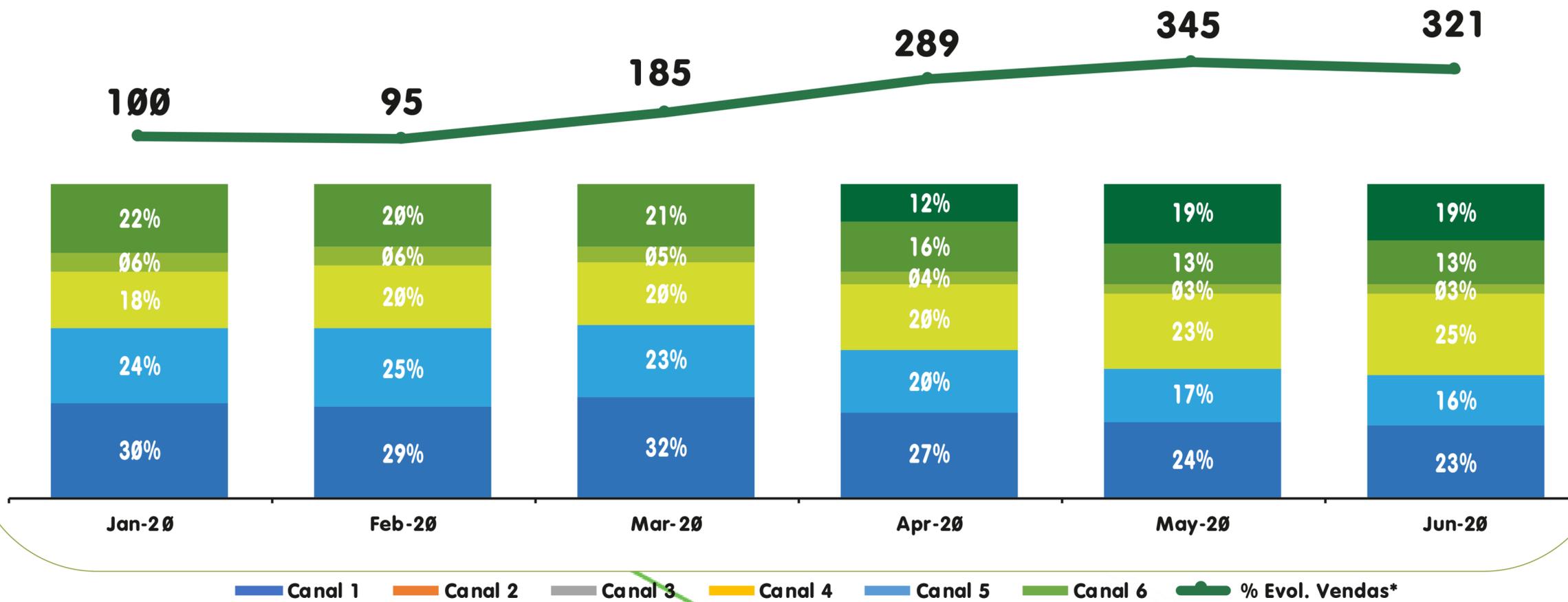


Coletando ou Recebendo



Experiência Omni – Canais Remotos

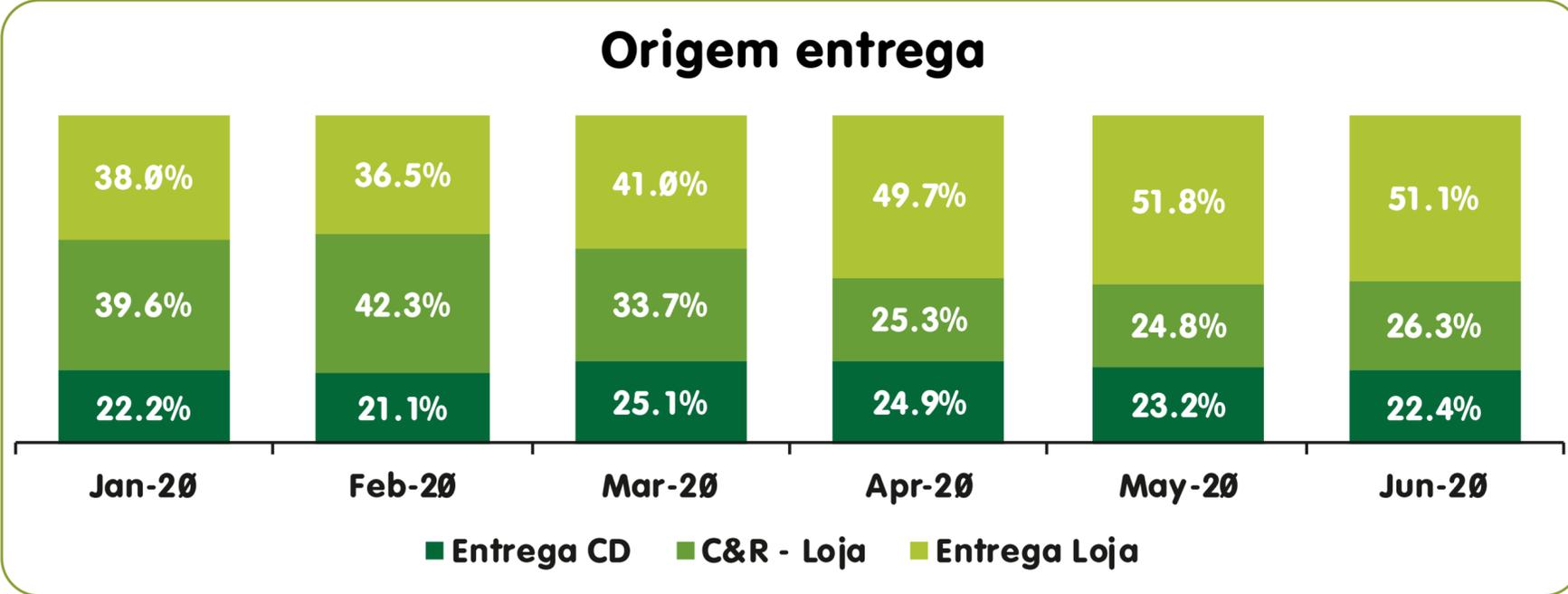
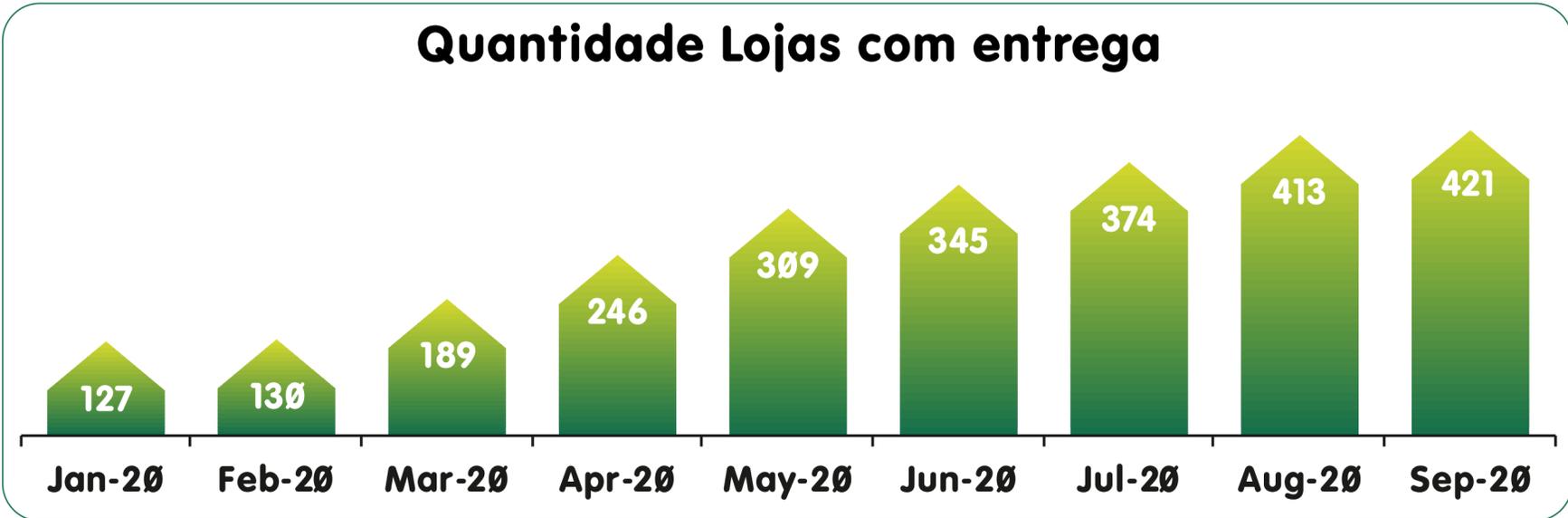
% Participação Canais de pedido e Evolução (base 100)



Experiência Omni – Entregas Remotas



- Lojas em 23 Unidades Federativas e 386 Municípios
- Nestes Municípios moram 118 milhões de habitantes, 56% da população do Brasil





Experiência Omni – Digital na Jornada

4

Milhões

Clientes com interação digital
nos últimos 90 dias

25

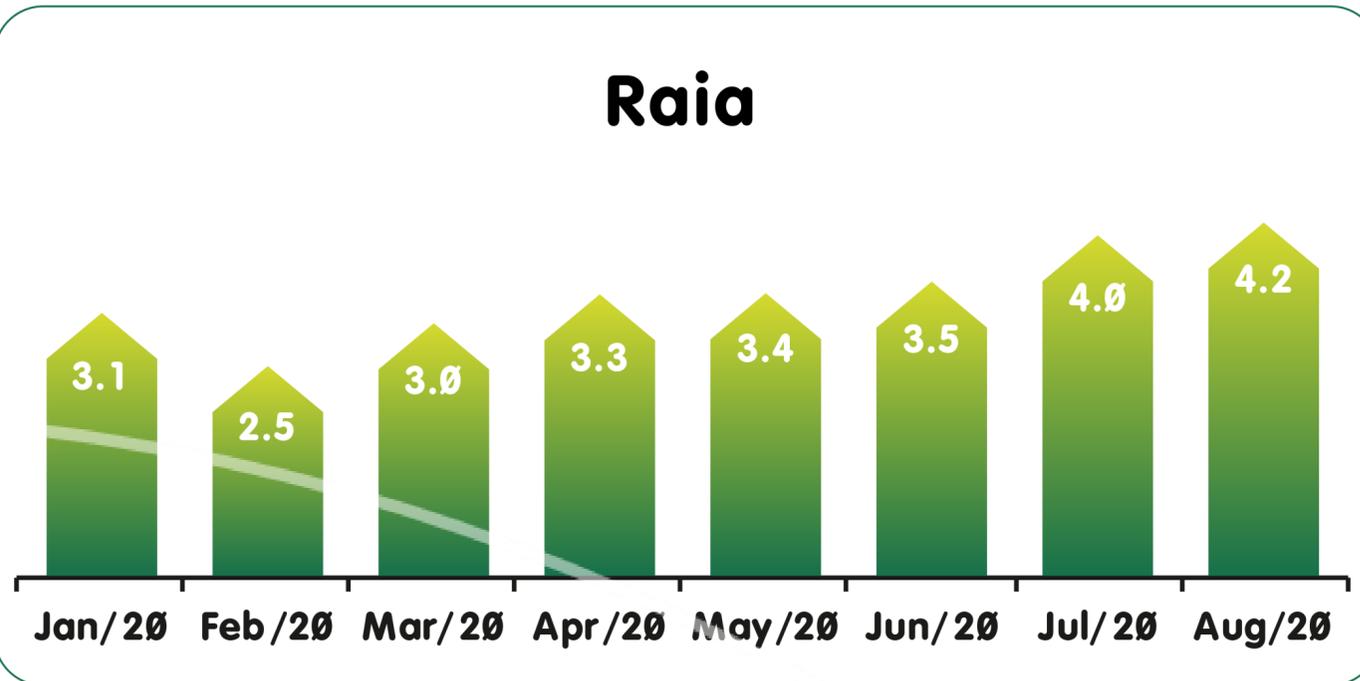
Milhões

Acessos no último mês

Avaliação dos Clientes: Nota Store

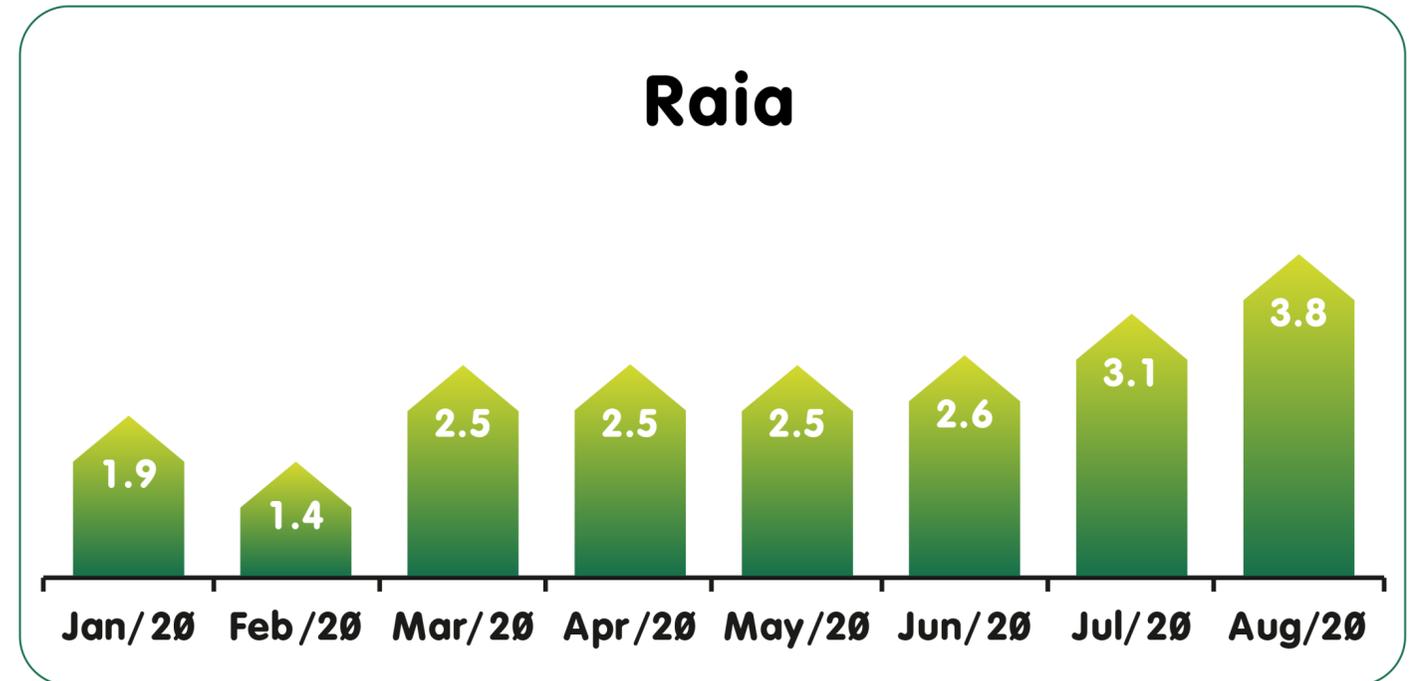
ANDROID

Raia

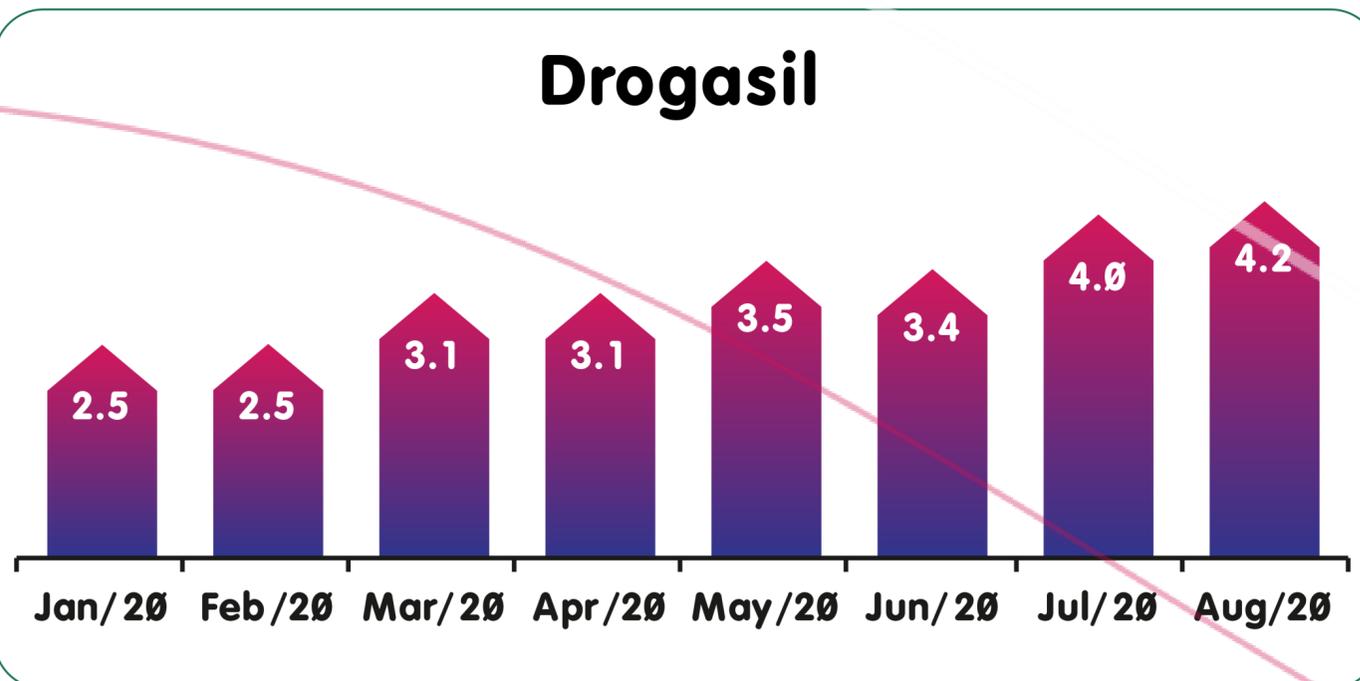


IOS

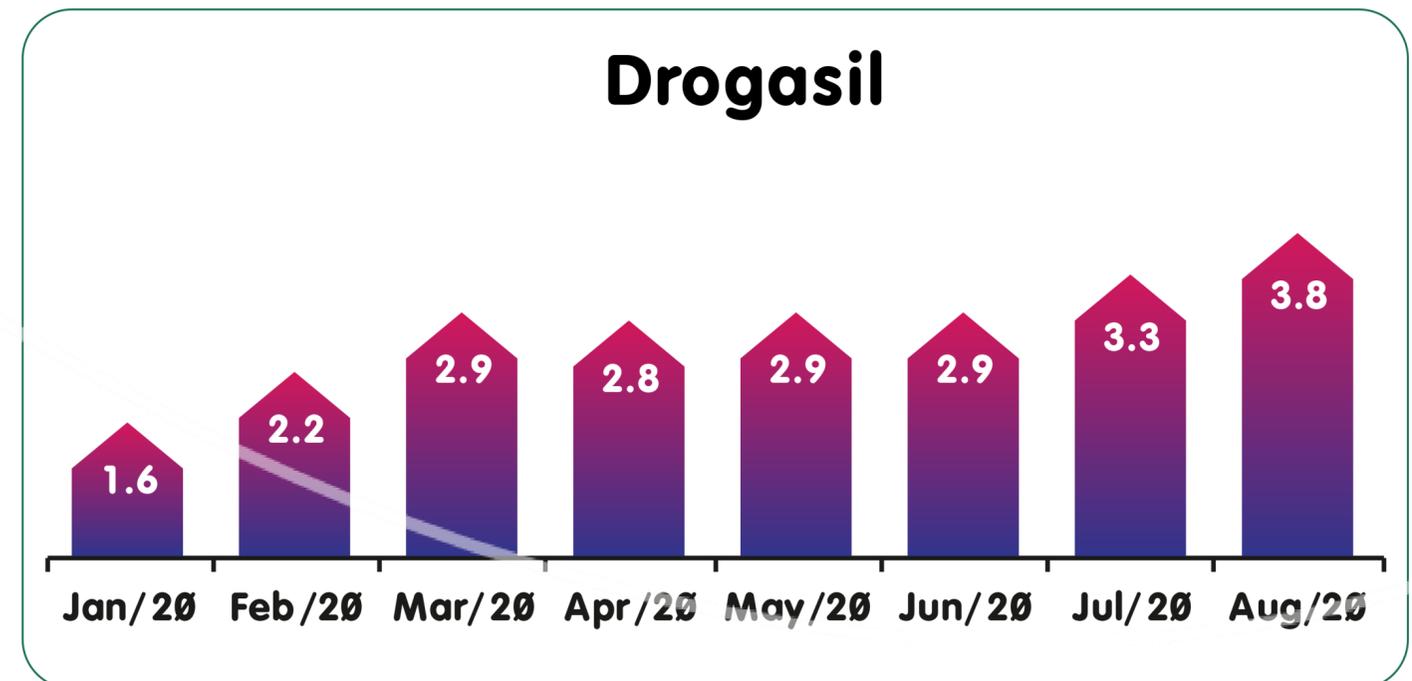
Raia



Drogasil



Drogasil





RD Satisfaction Score

Pergunta: Como você avalia nosso atendimento?

De 1 a 3 = "Detratores"

Cientes insatisfeitos que podem prejudicar sua marca por meio de testemunhos negativos

4 = "Passivos"

Cientes Satisfeitos, mas indiferentes, que poderiam ser facilmente seduzidos pela concorrência

5 = "Promotores"

Cientes leais que continuarão comprando e recomendando sua marca para terceiros



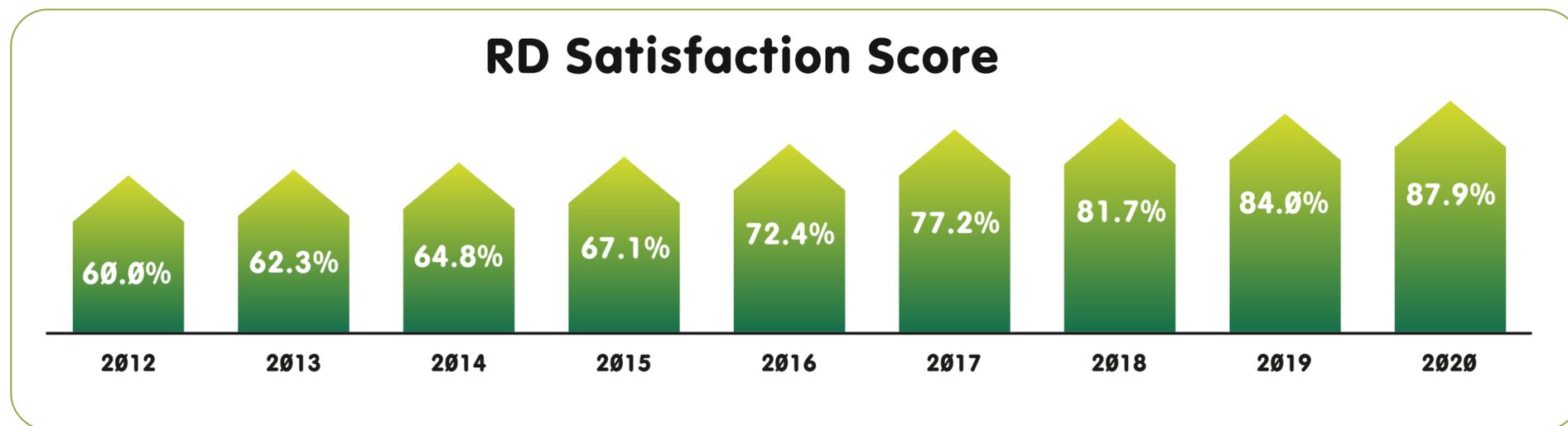
1 2 3

"Detratores"

4

5

"Promotores"



Quantidade de Lojas	866	970	1.094	1.235	1.420	1.610	1.825	2.073	2.162
Índice Respostas	8,3%	7,9%	7,2%	7,4%	8,5%	9,5%	12,5%	14,0%	10,2%
HC / Loja	18,8	18,1	18,0	17,8	17,0	16,7	16,5	16,5	16,1

Contato Humano e Especializado em Saúde

Presença Farmacêutico Dia a Dia

Health Hub



Operação em números



**Injetáveis
Vacinas**

Quantidade de lojas

1.455
49

Quantidade de serviços realizados

656,8 mil
12,3 mil



Teste COVID-19

931

352 mil



Teste Rápido

10

0,5 mil



**Aferição de Pressão
Aferição de Glicemia
Aplicação de Brincos
Sensor Libre**

48

6,8 mil
3,4 mil
1,4 mil
1,4 mil



Coalizão Stix

Um programa do Varejo para o Varejo

- Varejistas líderes como sócios – aporte de 20 milhões de clientes GPA e 36 milhões de clientes RD, em mais de 3.000 pontos de venda
- Parceria estratégica de longo prazo com Itaú
- Administração independente, orientada à *geração de valor* para os varejistas parceiros da coalizão
- Simples, transparente e democrático – foco na experiência de resgate e não na expiração de pontos

Sócios



Parceiro Estratégico



Uma coalizão de programas

A lógica do Ecossistema





Visão cliente

Proposta de valor da *Coalizão de Programas STIX*

Principais dores dos clientes
em programas de fidelidade e coalizões

"Não sei quanto vale o ponto"

"Pontos ficam expirando, sempre perco"

"Não consigo juntar pontos suficientes"

"Tenho poucas opções de prêmios e custam muitos pontos"

"É difícil de usar"



Você sabe o quanto seu ponto vale no resgate.
100 stix = R\$ 1 ou mais

Os pontos expiram uma vez ao ano
Expiração anual (data fixa)

Junte pontos com família e amigos
Transferência gratuita (P2P)

É rápido de juntar e trocar: você junta pontos nos
grandes varejistas

Foco em Experiência e Omnichannel
Simplicidade e Transparência

DROGASIL
& você
com pontos **stix**



Agora suas compras viram pontos stix

Junte aqui e nos parceiros e troque por prêmios



Ative no app!

O Futuro da Farmácia

AUSÊNCIA DE DOENÇA
SICK CARE



VS

PRESENÇA DE SAÚDE
HEALTH CARE





“Produtores de orgânicos e produtos vegan locais estão nos meus preferidos (produtos saudáveis), como os das feiras aqui da praça General Osório nas 5a feiras, os shampoos da junta local, os sabonetes vegetais da Márcia”.

Cliente, Rio de Janeiro



“Depois que eu tive meu filho, eu procurei (mais saúde) e agora na introdução alimentar dele, ele só come orgânicos, então quando busquei isso também tô buscando melhorar a minha alimentação”.

Cliente, Recife



“Tem uma tendência de várias pessoas estarem procurando coisas mais saudáveis. Eu comecei a conhecer grupos de veganos e vegetarianos que estão fazendo produtos legais, esta é uma tendência que pode ser mais barata”.

Cliente, Porto Alegre



“Eu me preocupo com a questão ambiental, então eu quero saber o que está dentro daquela embalagem”.

Cliente, Porto Alegre

Expansão do portfólio de saúde e bem estar.

Estamos ampliando nossa oferta e nossos espaços dedicados aos cuidados com a saúde



Loja Piloto em SP



Expansão do portfólio de saúde e bem estar.

Estamos ampliando nossa oferta em novas categorias que tem um potencial incremental de mercado de ~R\$ 100 Bi.

Beleza	Visão	Nutrição	Bem-estar e Terapias Naturais	Exercícios e monitoramento	Saúde personalizada
<p>HIGIENE LOVS</p> <ul style="list-style-type: none">• Higiene Bucal LOVS• Higiene Infantil LOVS• Hig. Feminina LOVS• SexCare LOVS <p>BELEZA LOVS</p> <ul style="list-style-type: none">• Tratamento de cabelos• Tratamento de pele <p>FRAGRÂNCIAS</p> <p>PRODUTOS PROFISSIONAIS</p> <p>MAQUIAGEM</p>	<p>VISÃO</p> <ul style="list-style-type: none">• Lentes de contato• Óculos de grau	<p>FUNCIONAL</p> <ul style="list-style-type: none">• Alimentos Probióticos• Suplem. Probióticos• Suplem. Esportivos• Perda de peso <p>VITAMINAS</p> <p>DIETAS ESPECÍFICAS (sem lactose, diet, etc)</p> <p>NUTRIÇÃO LOVS</p> <ul style="list-style-type: none">• Dentro do lar• Fora do lar (<i>ready to eat; ready to drink</i>)	<p>SONO</p> <ul style="list-style-type: none">• Aparelhos e Equipamentos do Sono• Colchões e travesseiros Ortopédicos• Remédios naturais para o sono <p>MEDITAÇÃO E RELAXAMENTO</p> <ul style="list-style-type: none">• Eqptos. para Yoga• Chás <p>FITOTERÁPICOS</p> <p>AYURVEDA</p> <ul style="list-style-type: none">• Tratamento Ayurveda• Beleza Ayurveda• Nutrição Ayurveda	<p>EXERCÍCIOS</p> <ul style="list-style-type: none">• Equipamentos para treinar em casa• Monitoramento de atividade física <p>SUPLEMENTOS</p> <ul style="list-style-type: none">• Suplementos Esportivos	<p>TESTES</p> <ul style="list-style-type: none">• Testes genéticos• Testes de bioma/intestinal• Intolerâncias <p>MANIPULAÇÃO</p> <p>MONITORAMENTO DA SAÚDE</p> <ul style="list-style-type: none">• Analógico• Digital• Conectado

MARCAS PRÓPRIAS



Marketplace de Saúde

Fernando Varela, VP Transformação Digital

Digitalização do cliente RD traz escala para alavancar o Marketplace em um escopo muito maior: **Vertical de Saúde**



Downloads do app

+4,6M

nos últimos 12 meses (aumento de 10X)



Acessos

+25 Milhões

Acessos nos canais digitais por mês
(aumento de 2,3X nos últimos 12 meses)

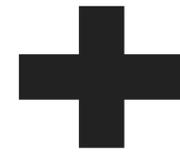


Como Líderes do Setor, CAC baixo e alta capilarização, nosso marketplace é candidato natural para liderar a vertical de Saúde no Brasil

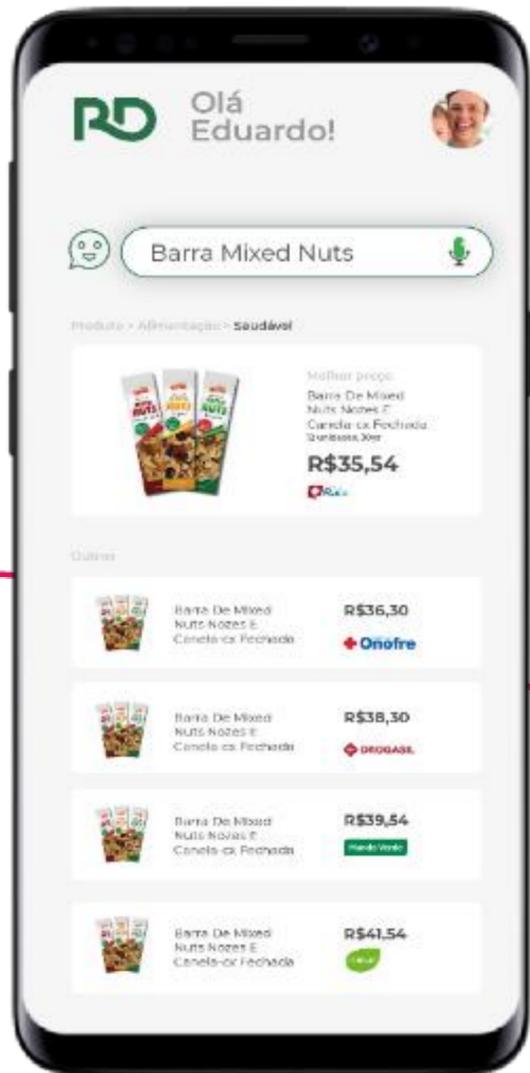
Marketplace de Produtos



E-commerce atual



Novas categorias e processos otimizados



Entrada de novas categorias/mercados de produtos

- Vertical de Saúde
- Produtos próprios e de terceiros



Expansão do portfólio através de parceiros (em linha com arenas que RD irá atuar, ex: alimentação saudável e suplementos)



Centralidade no cliente com nova experiência de compra modernizada e na jornada melhorada com novo modelo de negócio

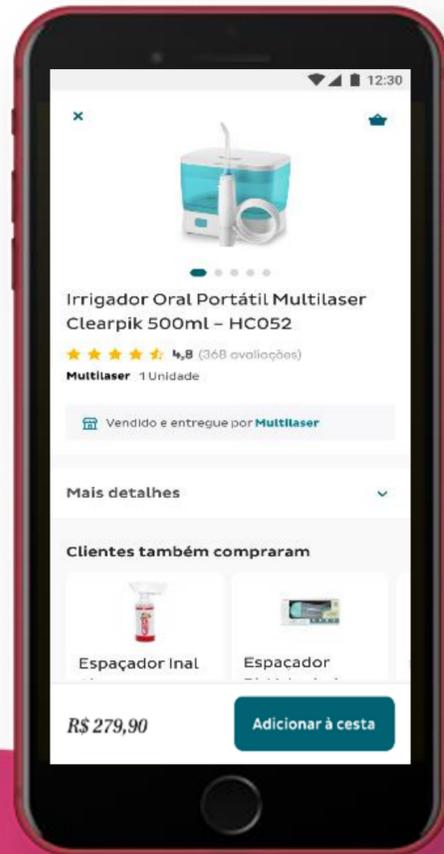


Operação com cadeia de suprimentos multicanal (ex: compre *online* e retire na loja)

Marketplace de Produtos

Design Telas MVP

Squads MINHA EXPERIÊNCIA ONLINE - Site + APP

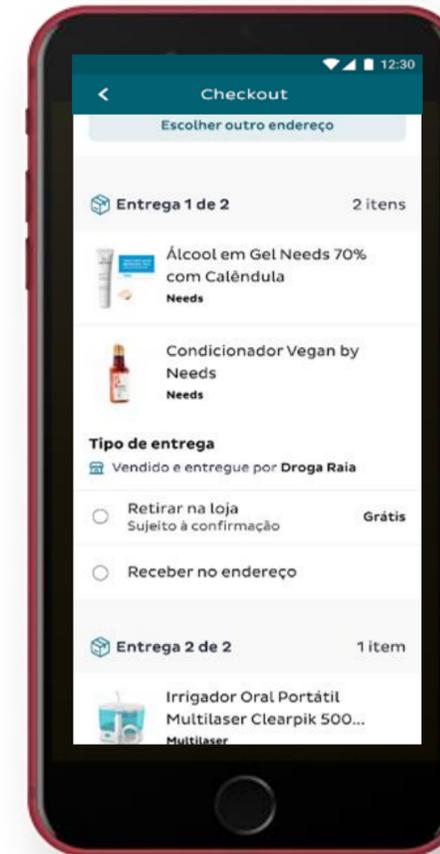
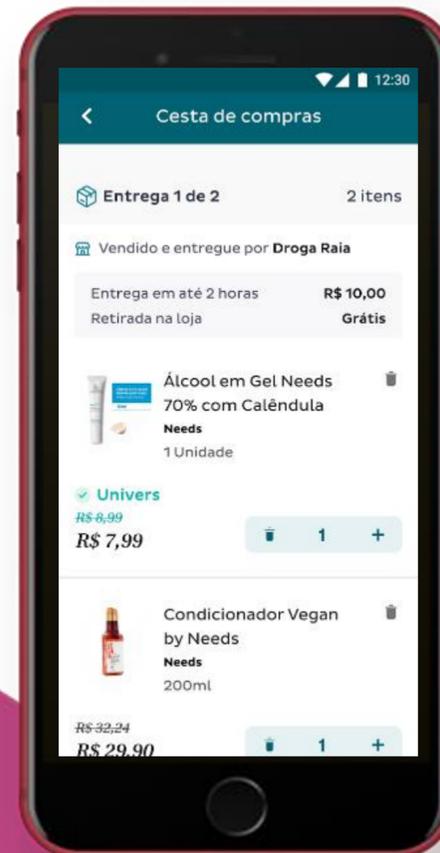


Página de produto

Melhorias

- Identificação do *seller* na página de produto.

Ex.
 "Vendido e entregue por *Seller A*"
 "Vendido e entregue por Drogasil"



Checkout

Melhorias

- Identificação do *seller* responsável por cada entrega.
- Escolha da modalidade de frete para cada *seller*.
- Informações de custo e prazo de entrega para cada *seller*.

Cesta

Melhorias

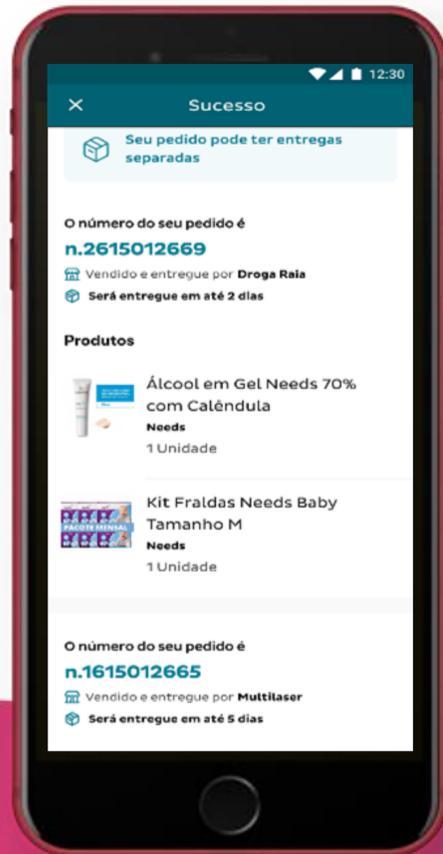
- Separação das informações de entrega entre os diferentes *sellers*.
- Exibição das opções de frete para cada *seller*.



Marketplace de Produtos

Design Telas MVP

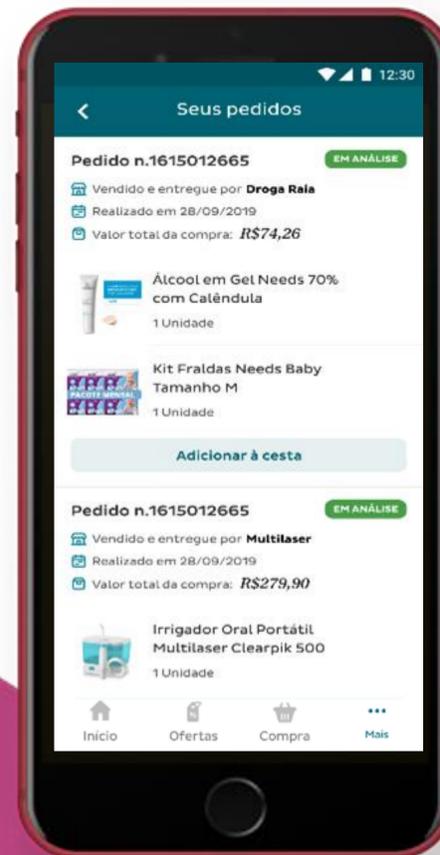
Squads MINHA EXPERIÊNCIA ONLINE - Site + APP



Página de sucesso de pedido

Melhorias

- Exibição dos pedidos separados por *sellers*.
- Identificação do responsável pela venda e entrega de cada *seller*.



Detalhe do pedido

Melhorias

- Serão gerados pedidos separados para cada *seller*.
- Identificação no detalhe do pedido do responsável pela entrega.



E-mails Transacionais

Melhorias

- Adicionadas informações sobre o seller e de possível quebra de pedido em várias entregas

Piloto Site/App Raia: 15/out.
Piloto Site/App Drogasil: 1T/21



Marketplace de Produtos Estratégias Comerciais (divisão das Categorias)

100 % 3P

Categorias novas ou já existentes que terão somente produtos de marketplace.

Complementar

Categorias onde o Marketplace entra com produtos complementares.

Ruptura

Categorias onde a função do Marketplace é cobrir ruptura de produtos 1P.

Competitivo

Categorias onde o Marketplace irá competir com os produtos 1P.



Marketplace de Produtos

Estratégias Logísticas potencializadas pela nossa Capilaridade

ENTREGA SELLER CLIENTE DIRETA

ENTREGA SELLER USANDO NOSSA MALHA MODAL

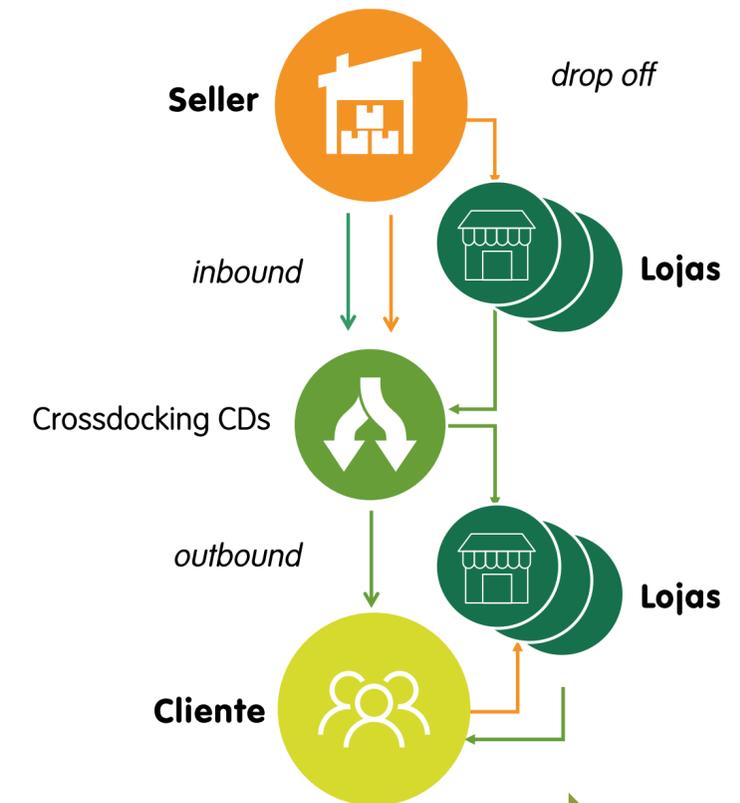
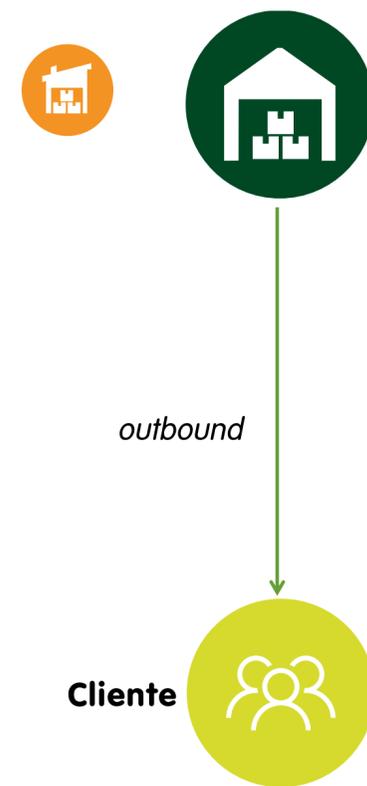
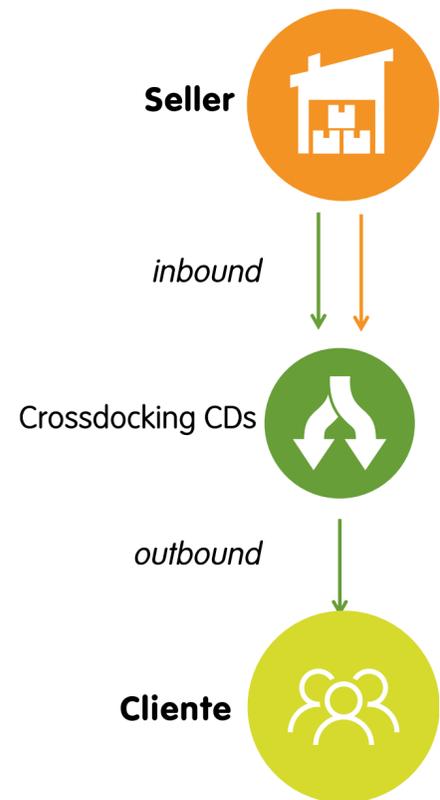
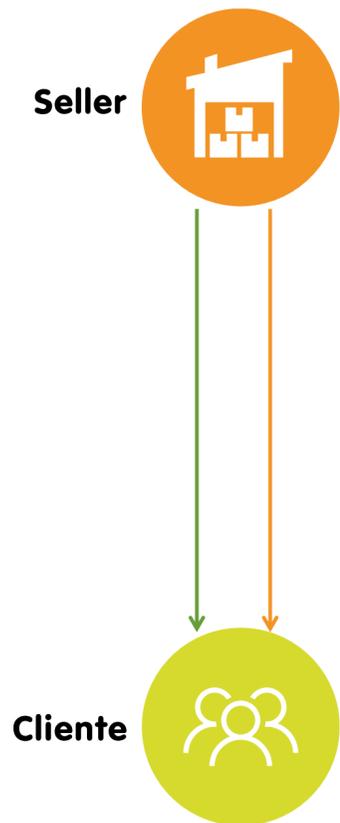
ENTREGA DIRETA

CROSS DOCKING

FULLFILMENT

ENTREGA DIRETA

CROSS DOCKING / CD



Evolução do modelo Marketplace



Marketplace de Produtos

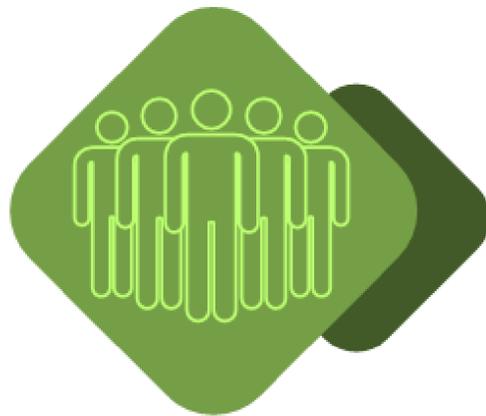
Squads Ágeis na Gestão



Marketplace de Produtos

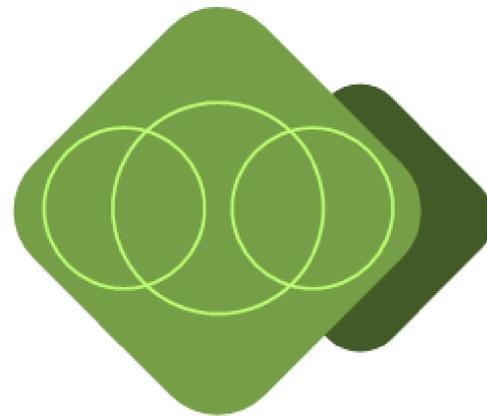
Alavancas e Oportunidades Futuras

Oportunidades de Negócio no Marketplace



Audiência/ Demanda

- ADS – Venda de advertising na plataforma
- Produção de conteúdo
- Força de venda (Catálogo Eletrônico)



Plataforma

- Marketplace Out
- Store in Store



Produtos e serviços

- Venda de Serviços em produtos de terceiros
- Crédito
- Fidelidade
- Controle de Fraude
- Estrutura Física



Entrega e Execução

- Armazenagem
- Serviço de entrega
- Contrato Guarda-Chuva



Recebimento e Comissionamento

- Antecipação de recebível
- Financiamento de capital de giro



Pós-Venda

- Serviço de Atendimento
- Informação



Plataforma de Saúde

Bruno Pipponzi, VP Negócios de Saúde

Plataforma de saúde tem por objetivo entregar soluções de cuidado através da integração de produtos e serviços disponíveis na nova farmácia e nos marketplaces...



Plataforma de saúde tem por objetivo entregar soluções de cuidado através da integração de produtos e serviços disponíveis na nova farmácia e nos marketplaces...





A construção de jornadas de saúde da plataforma baseiam-se na compreensão dos desafios presentes nas rotinas de cuidado dos nossos clientes...

Desenho de Jornadas





Jornadas de saúde desenhadas serão preponderantes para o desenvolvimento da Plataforma de Saúde...



App de Saúde



Soluções (sono, aderência, etc)
Aplicações (Wallet, Bots, etc)
Conteúdos

Marketplace de Serviços

Teleconsulta
Plataforma Especialidades
Plataforma Exames



Marketplace de Produtos

Produtos de Saúde
Linha especializada
Inovação



Health Hub



Teleconsulta (hi-touch)
Testes e exames
Serviços Farmacêuticos



Aposentado
77 anos, Diabético

Jornada ilustrativa de um crônico exemplifica a interação do cliente com a solução através dos 4 touchpoints da plataforma de saúde.

Exemplo de jornada do paciente crônico

Quarta-feira, 8h00

Quarta-feira, 19h00



Me levanto e recebo **notificação via app** para tomar a medicação

Aproveito e confiro nos **lembretes** as minhas **atividades ou consultas do dia**



App



Tomo meu café da manhã a partir do meu **plano nutricional** e peço no **marketplace** alguns **alimentos e vitaminas** que estão acabando.

Acumulo pontos no programa!



Marketplace de Produtos



Faço minha **consulta virtual de acompanhamento** da minha diabetes no marketplace de serviços.

Médico reforçou importância de **atualizar métricas de saúde no HH**



Marketplace de Serviços



Conforme recomendação do médico vou ao HH mais próximo e faço a **consulta de acompanhamento com o coach de saúde**. Resultados sobem na plataforma.

Aproveito para fazer minhas **compras na farmácia**.



Health Hub



Assistente virtual me lembrou que está acabando minhas fitinhas de medir glicose, automaticamente me sugeriu comprar no **marketplace**.



Marketplace de Produtos



Meu acompanhamento de saúde apontou que eu ganhei peso.

Agendei uma **consulta com a nutricionista amanhã** para garantir que estou me alimentando da maneira correta



Marketplace de Serviços



Horas antes de dormir faço minha sessão de relaxamento através do **aplicativo de saúde mental** para ter uma boa noite de sono.

Meu **aplicativo de sono** conectado ao meu **wearable** tem apontado noites mal dormidas.

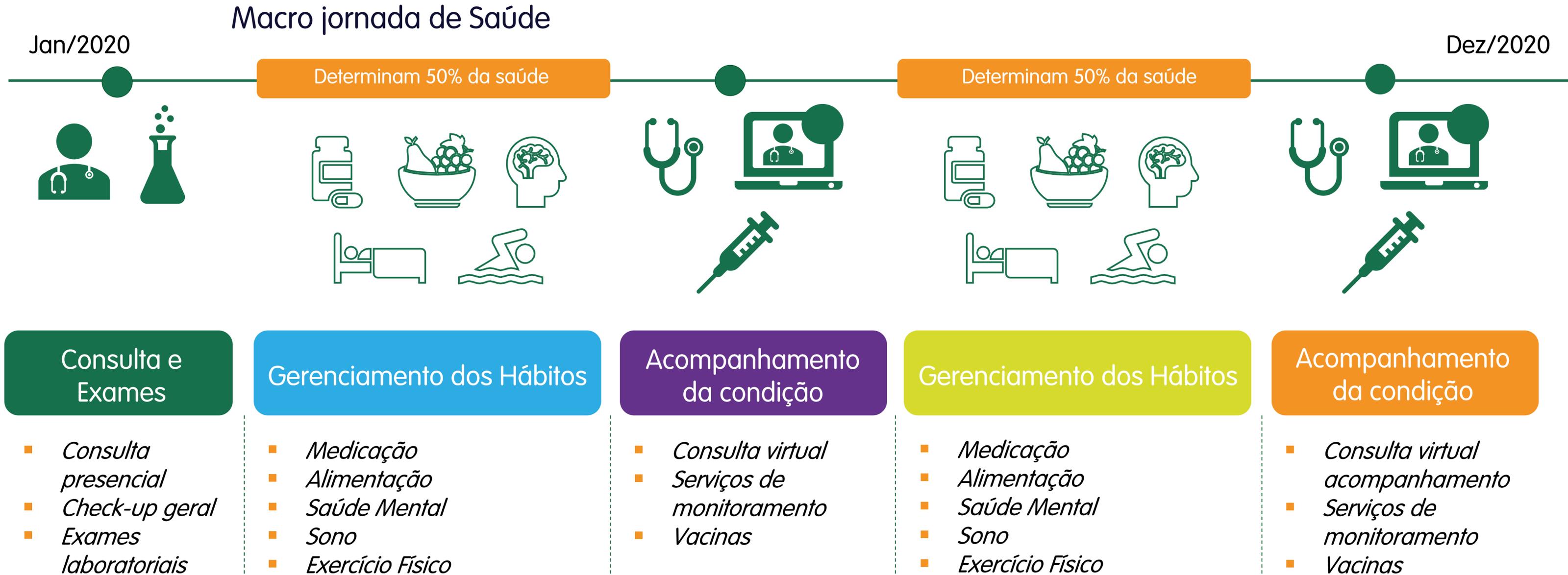


App



Aposentado
77 anos, Diabético

Visão macro da jornada de saúde nos auxilia a ter clareza em relação ao conceito de acompanhamento da saúde da solução proposta.





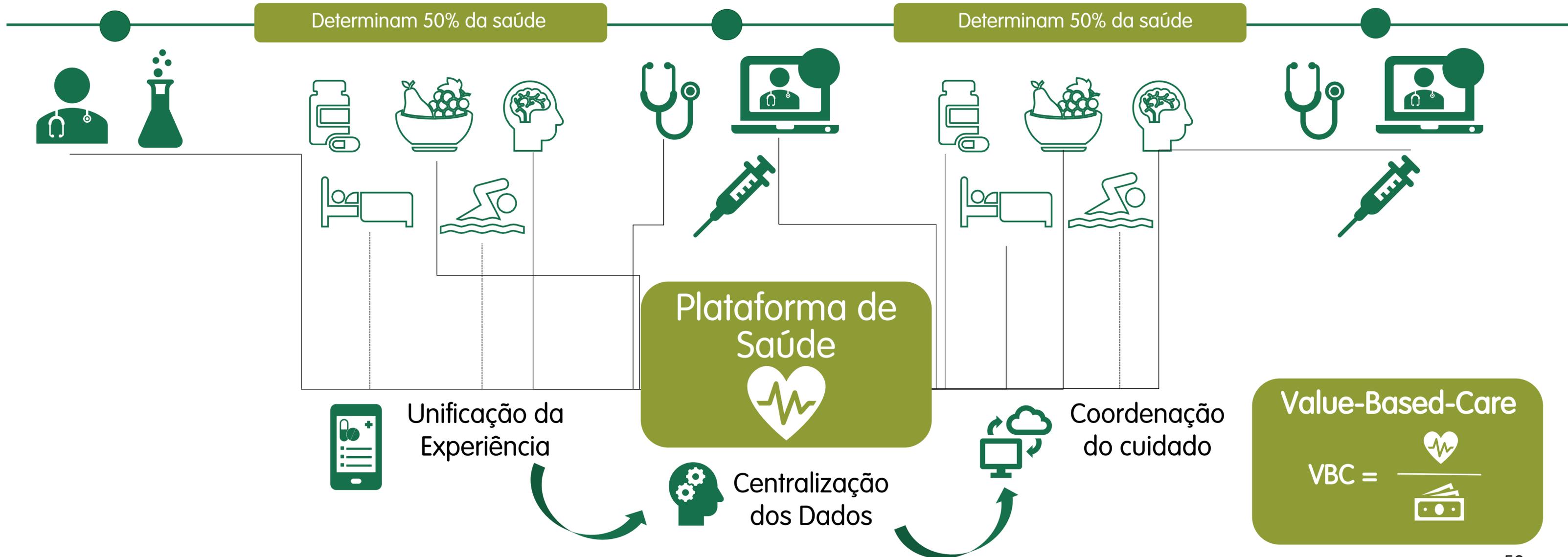
Aposentado
77 anos, Diabético

A integração dos diversos serviços, produtos e soluções oferecidas garante uma abordagem inovadora no cuidado da saúde.

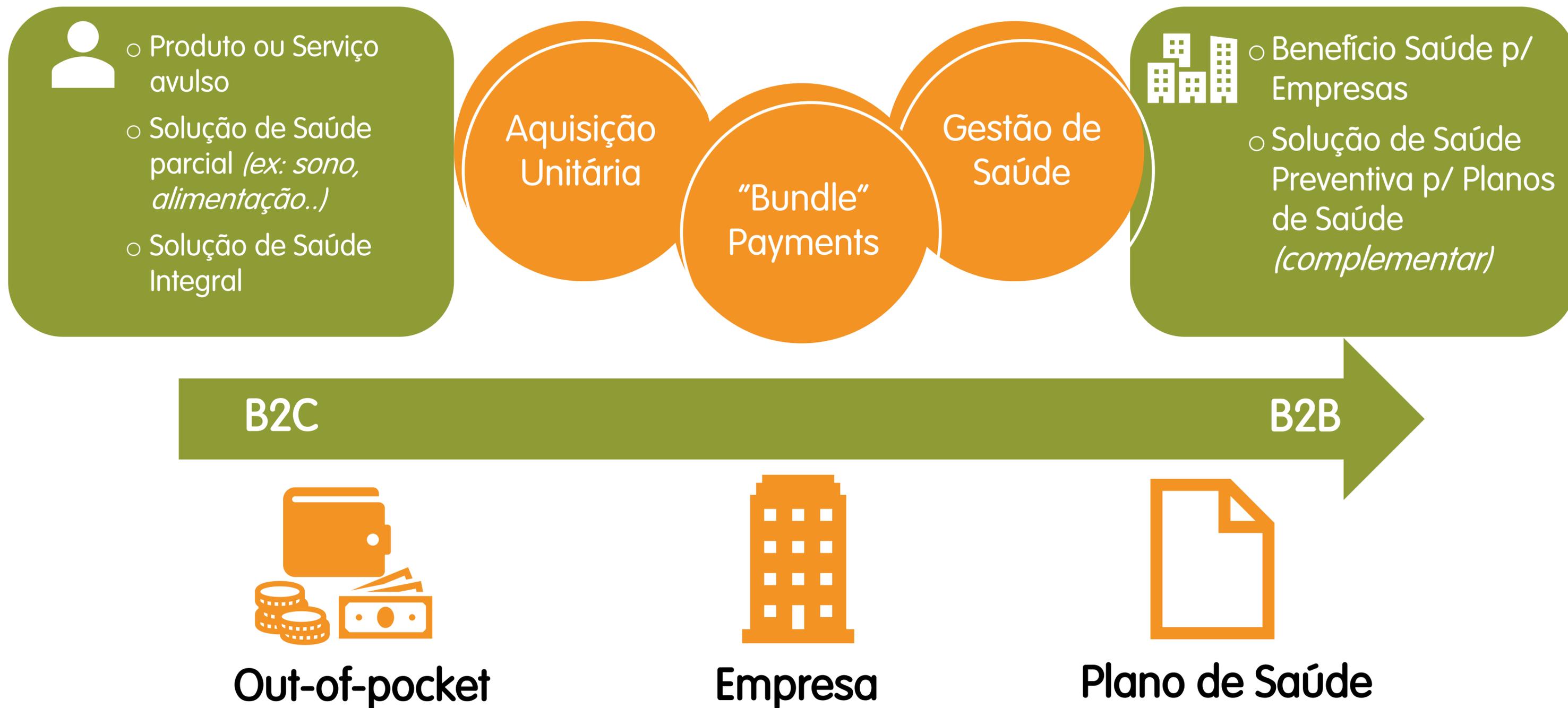
Macro jornada de Saúde

Jan/2020

Dez/2020



Diferentes modelos de oferta e monetização da solução podem ser oferecidos do B2C ao B2B.



Plataforma de saúde tem por objetivo entregar soluções de cuidado através da integração de produtos e serviços disponíveis na nova farmácia e nos marketplaces...



Marketplace de serviços tem por objetivo oferecer serviços profissionais e exames em diversas especialidades da saúde e se resume em 3 pilares:

Marketplace de Serviços

1

Teleconsulta



Acesso remoto aos serviços de especialistas e associação da consulta aos serviços no "point of care"

2

Plataforma de Especialidades



Conexão entre pacientes e consultórios para a viabilização de atendimentos em diversas especialidades

3

Plataforma de Exames



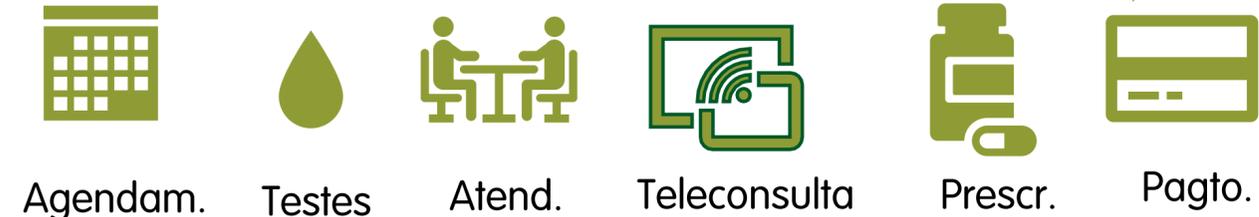
Conexão com serviços de laboratórios para oferta de exames e testes de análises clínicas

Teleconsulta: Acesso remoto aos serviços de especialistas e associação da consulta aos serviços no “point of care”

Consulta na Plataforma



Serviço no Health Hub

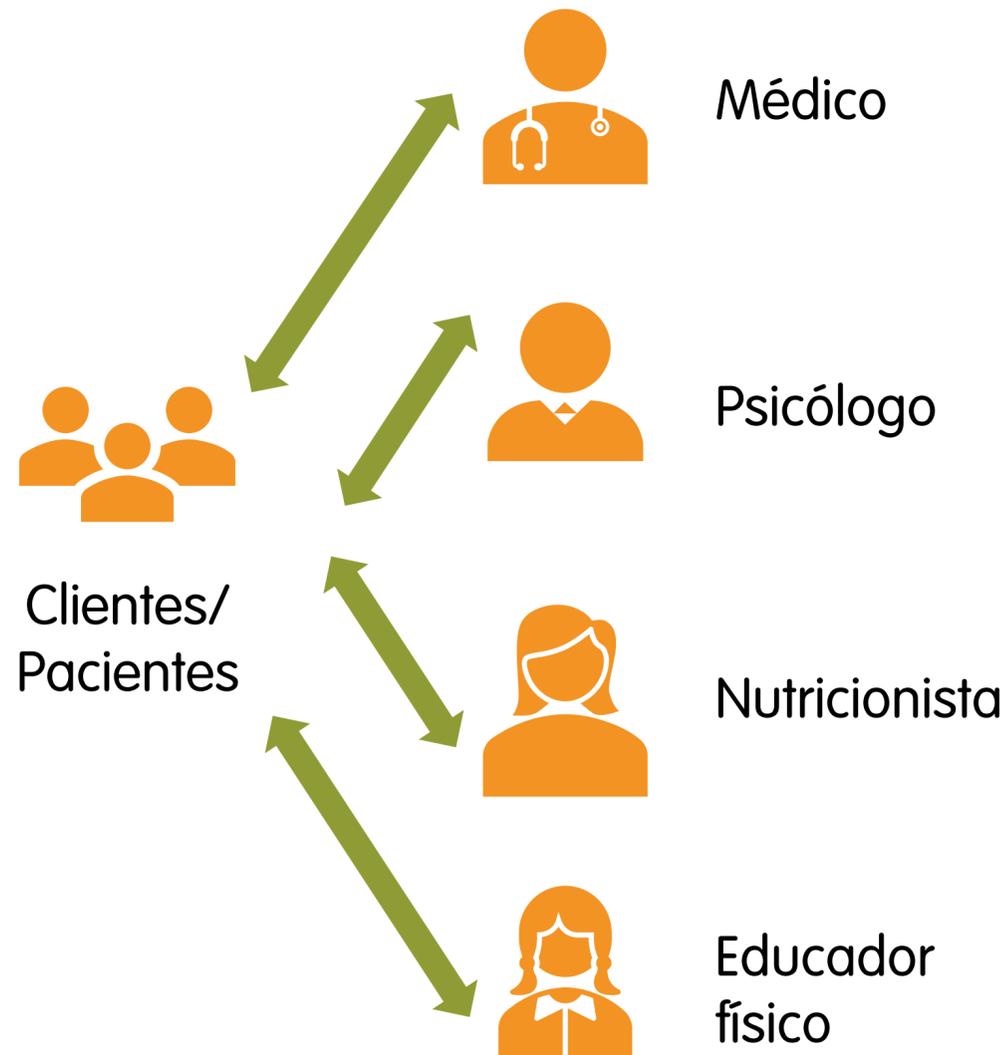
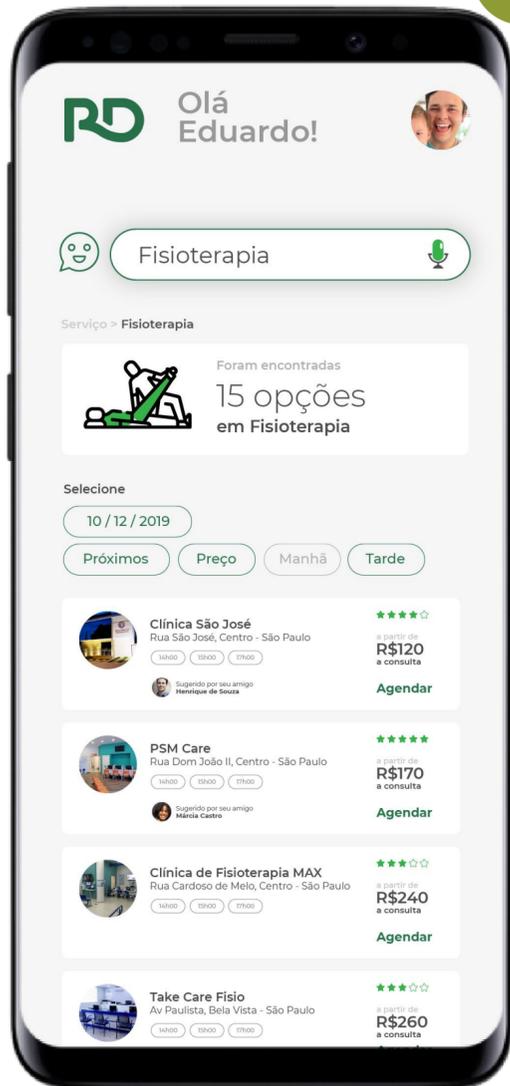




Plataforma de Especialidades: Conexão entre pacientes e consultórios para a viabilização de atendimentos em diversas especialidades

Clientes acessam profissionais de saúde essenciais à jornada em uma plataforma única...

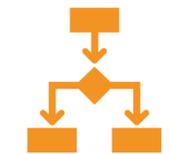
...que também garante uma série de benefícios e uma experiência integrada para usuário



Especialidades



Uso de geolocalização



Possibilidade de escolha



Sistema de agendamento único



Integração do Prontuário



Simplicidade de pagamento



Filtro de avaliação



RD

Visão de Mercado e Perspectivas 2021

Eugênio De Zagottis, VP Planejamento Corporativo, RI e M&A

RD: Estratégia 2025

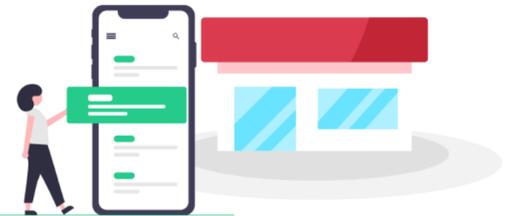

Varejo
Farmacêutico

Cuidar de perto da saúde e bem-estar das pessoas em todos os momentos da vida

Pessoas + Saudáveis (Funcionários, Clientes, Comunidade)

Negócio + Saudável (Diversidade, Educação, Valor Compartilhado)

Planeta + Saudável (Emissões, Energia, Resíduos)



I Nova Farmácia (Omnichannel + Health Hub)



II Marketplace de Produtos de Saúde

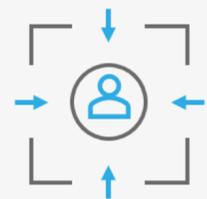


III Plataforma de Saúde

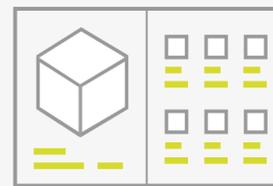

Saúde Integral



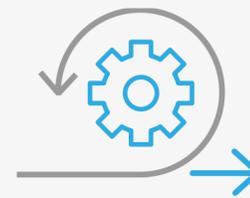
Foco nas pessoas



Cliente no Centro do Negócio



Logística 1P e 3P



Tecnologia, Dados e Organização Ágil



Cultura Digital e Inovadora



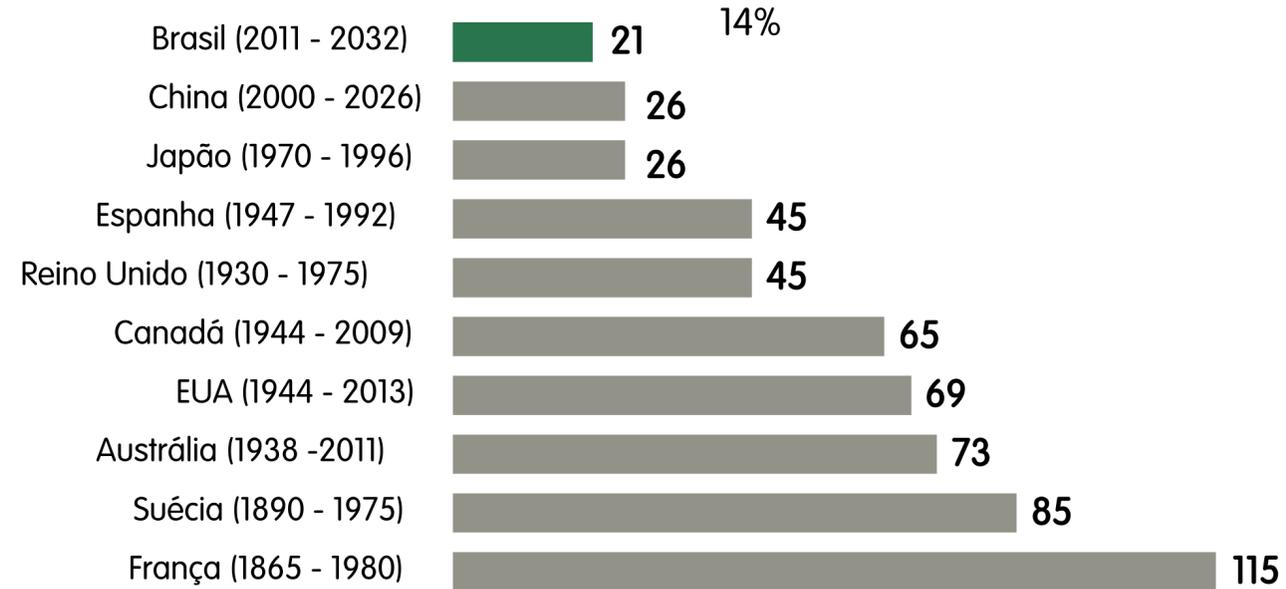
RD Ventures

Ambição Sustentabilidade 2025: Ser a empresa que mais promove acesso a uma vida com hábitos saudáveis para os brasileiros.

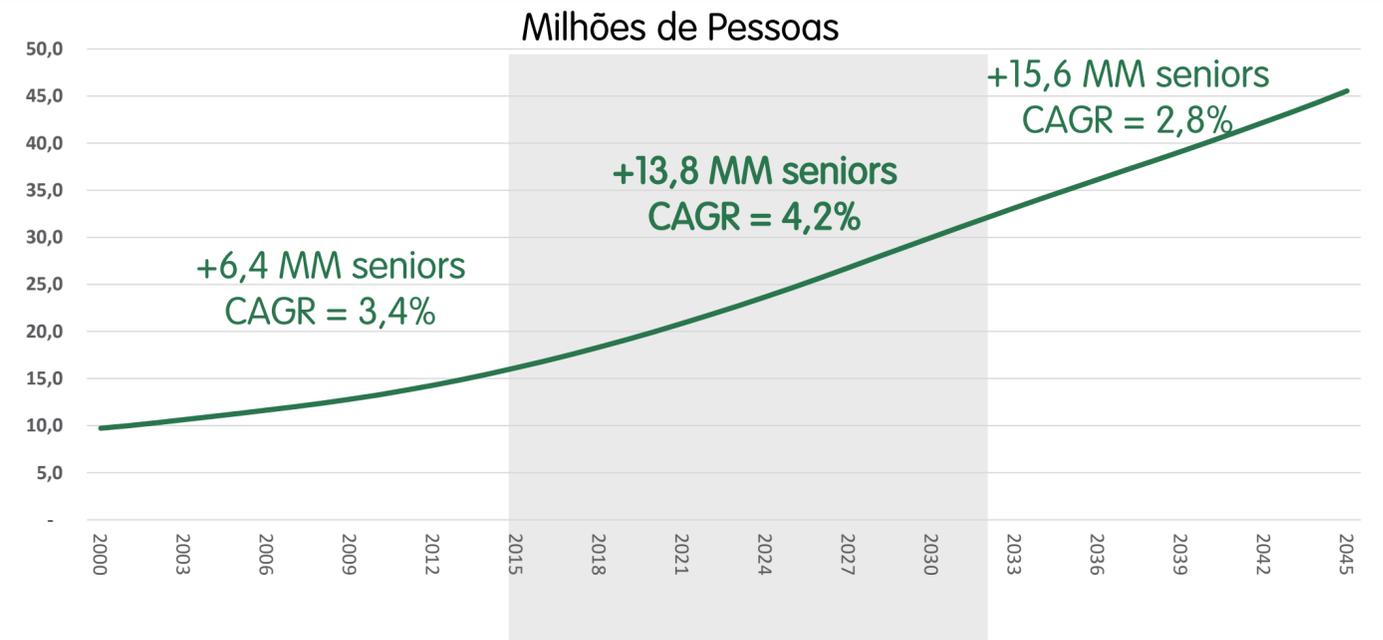
Crescimento secular de demanda e oportunidade de consolidação

Rápido envelhecimento populacional

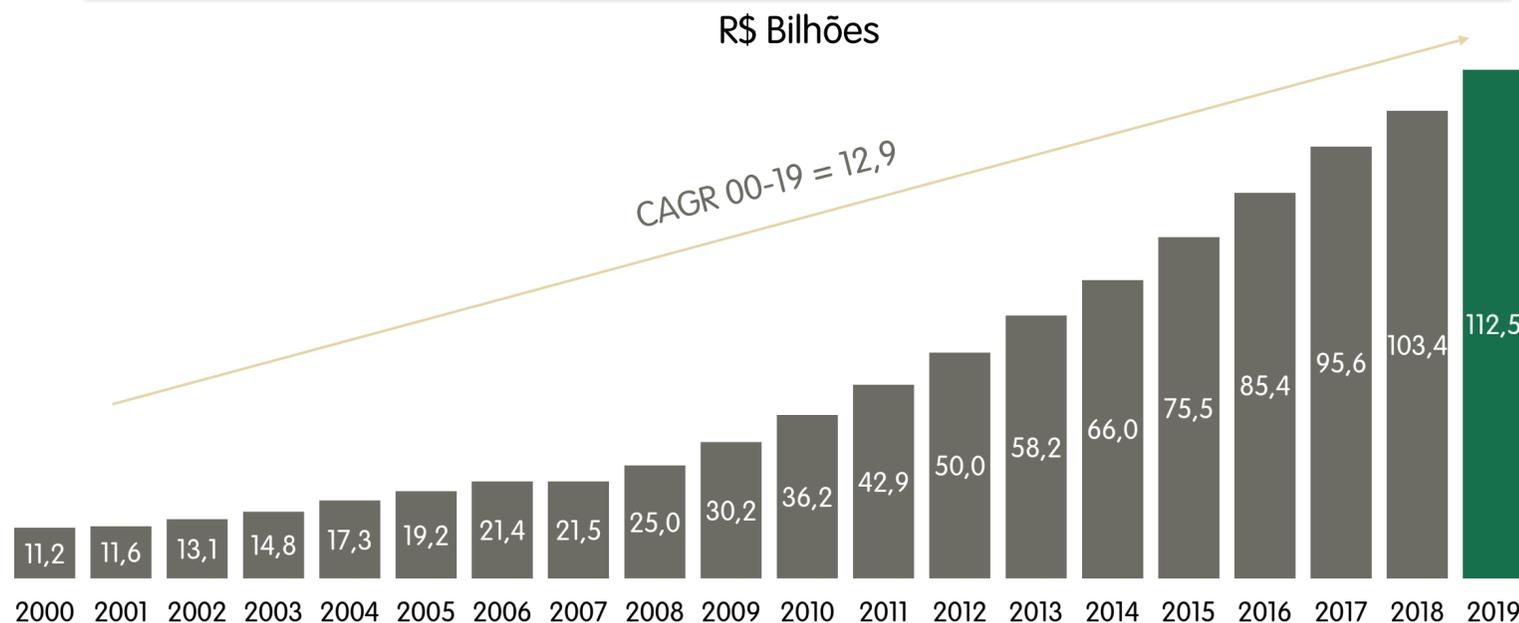
Número de anos para a população acima de 65 anos aumentar de 7% para



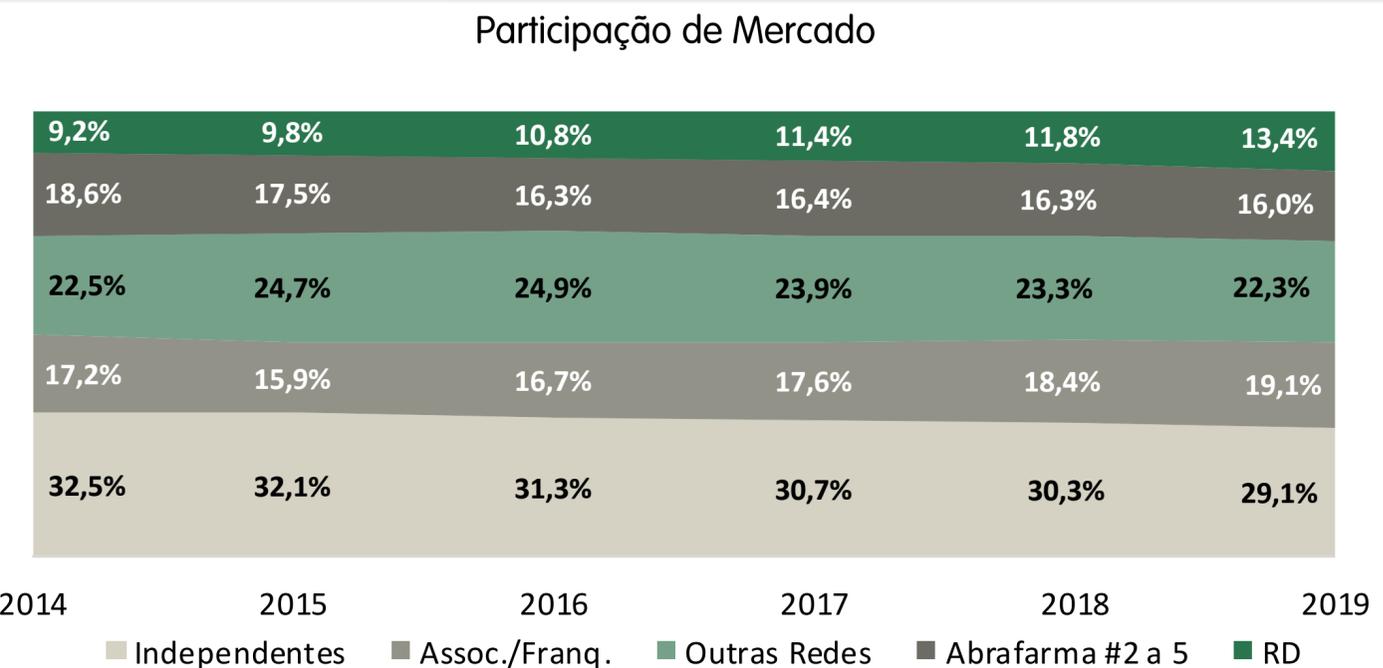
População acima de 65 anos



Mercado farmacêutico deve manter um crescimento acelerado no longo prazo



Mercado Fragmentado: Forte oportunidade de consolidação



Alta descentralização geográfica e demográfica

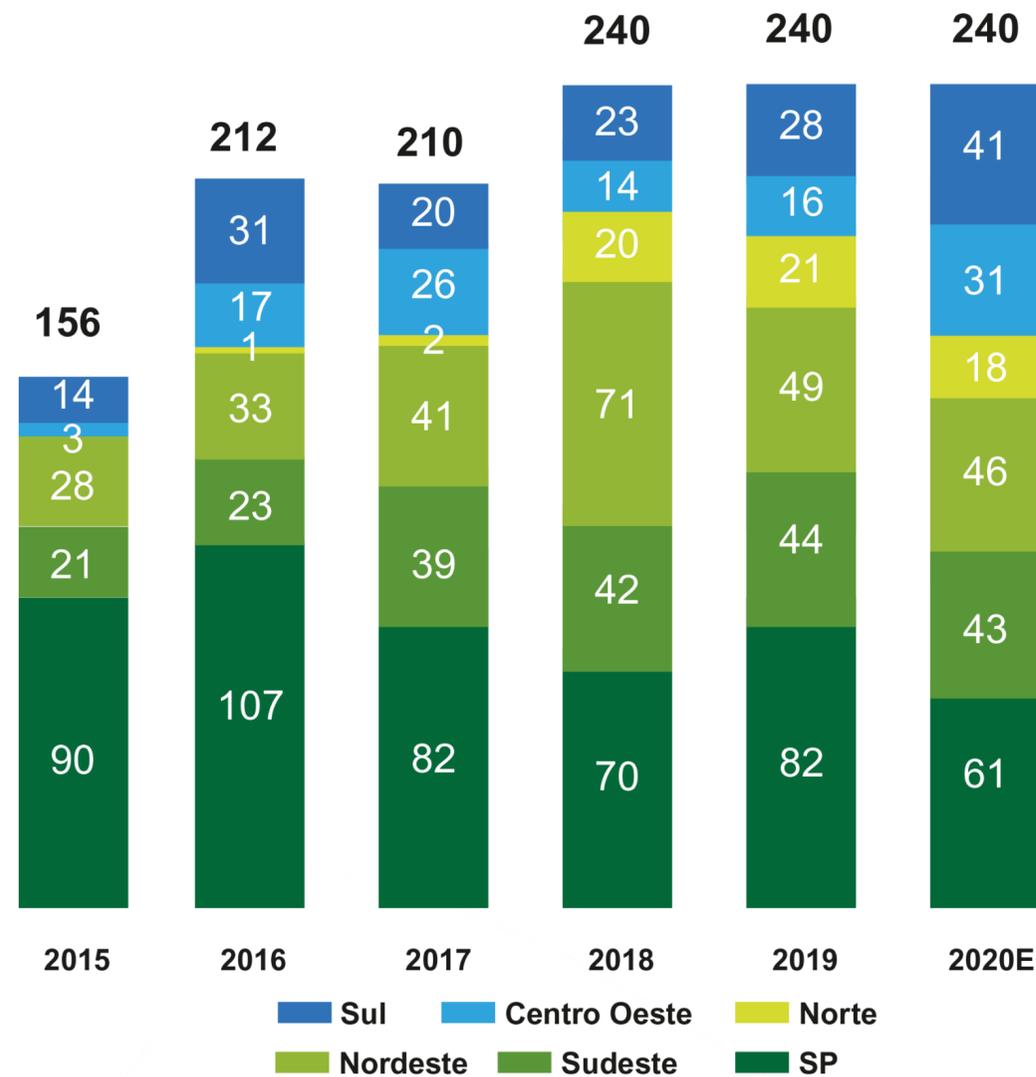
Guidance 2021-2022:

240 Novas Lojas

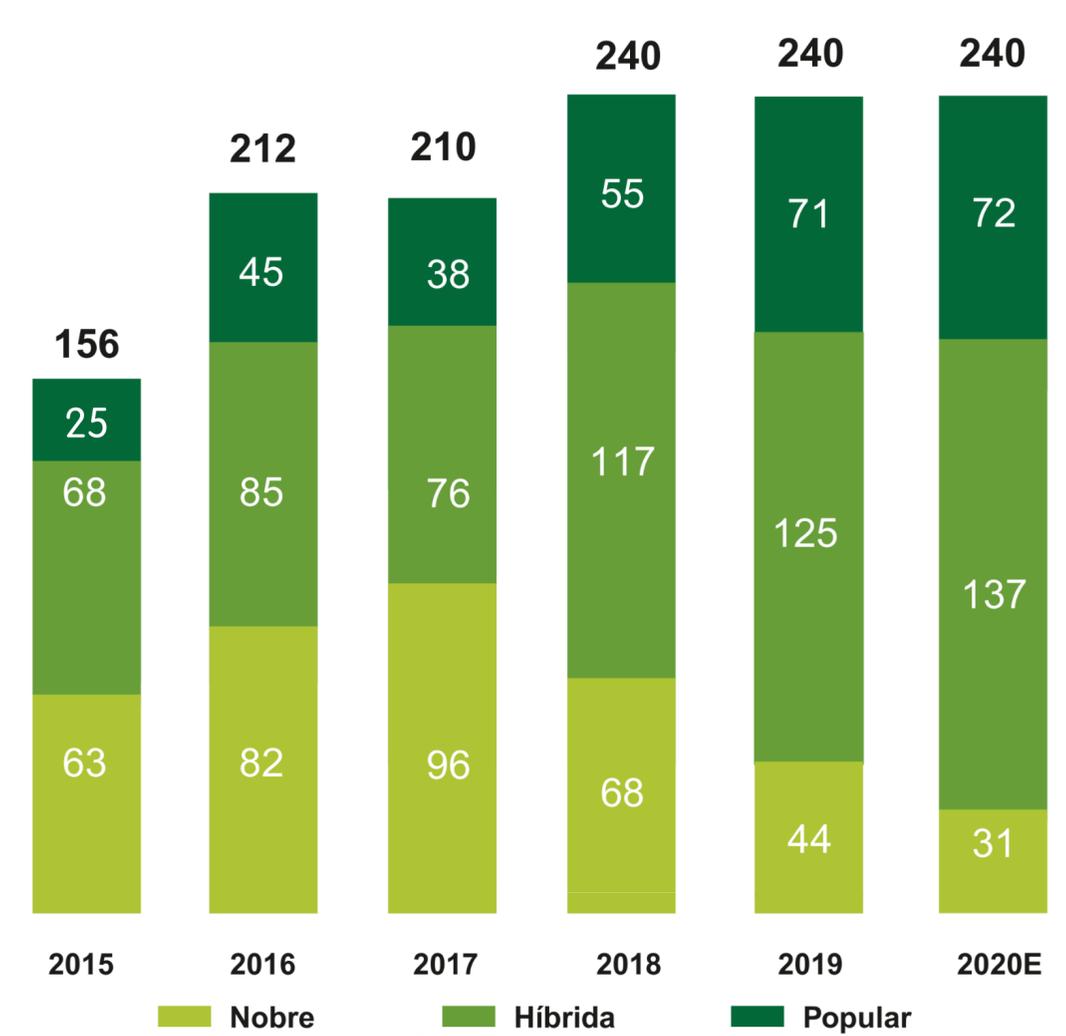
mantendo a atual descentralização geográfica e demográfica



Aberturas por Região

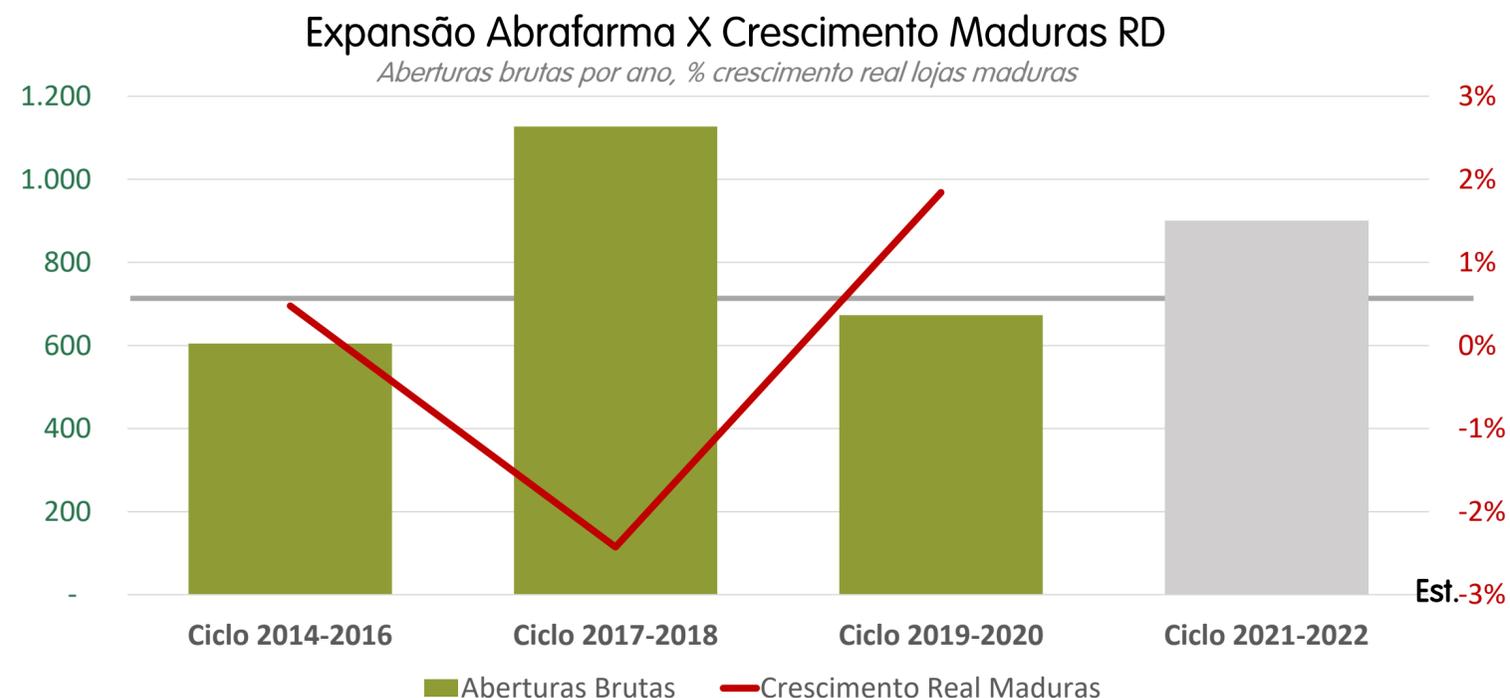


Aberturas por Formato





Mesmo diante da provável aceleração das aberturas no mercado, esperamos manter crescimento real nas lojas maduras no novo ciclo



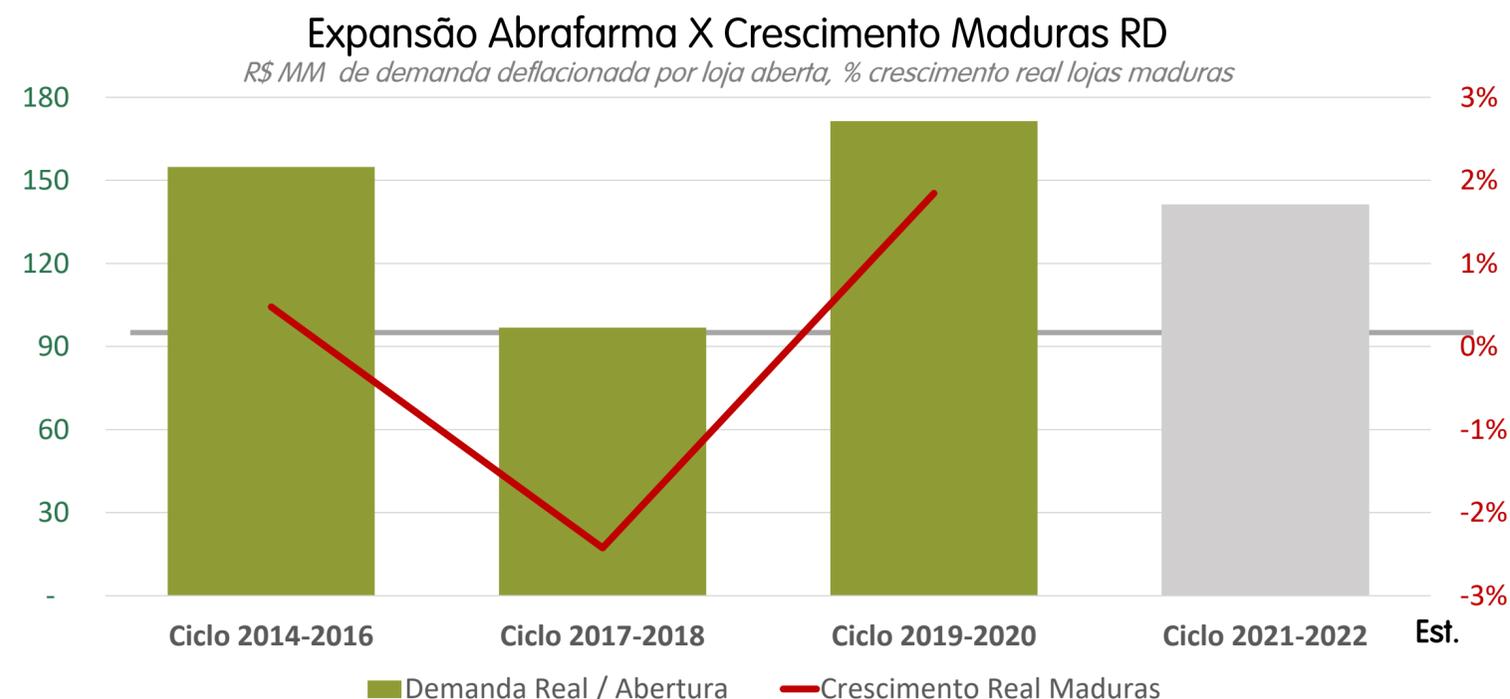
Expectativas: Ciclo 2021 - 2022

Premissas:

- ✓ Crescimento de mercado real de 5% (versus 5,6% de médios de 2014 a 2019).
- ✓ Aceleração das aberturas brutas de 673 para 900 por ano em função dos IPOs recentes.

Conclusões

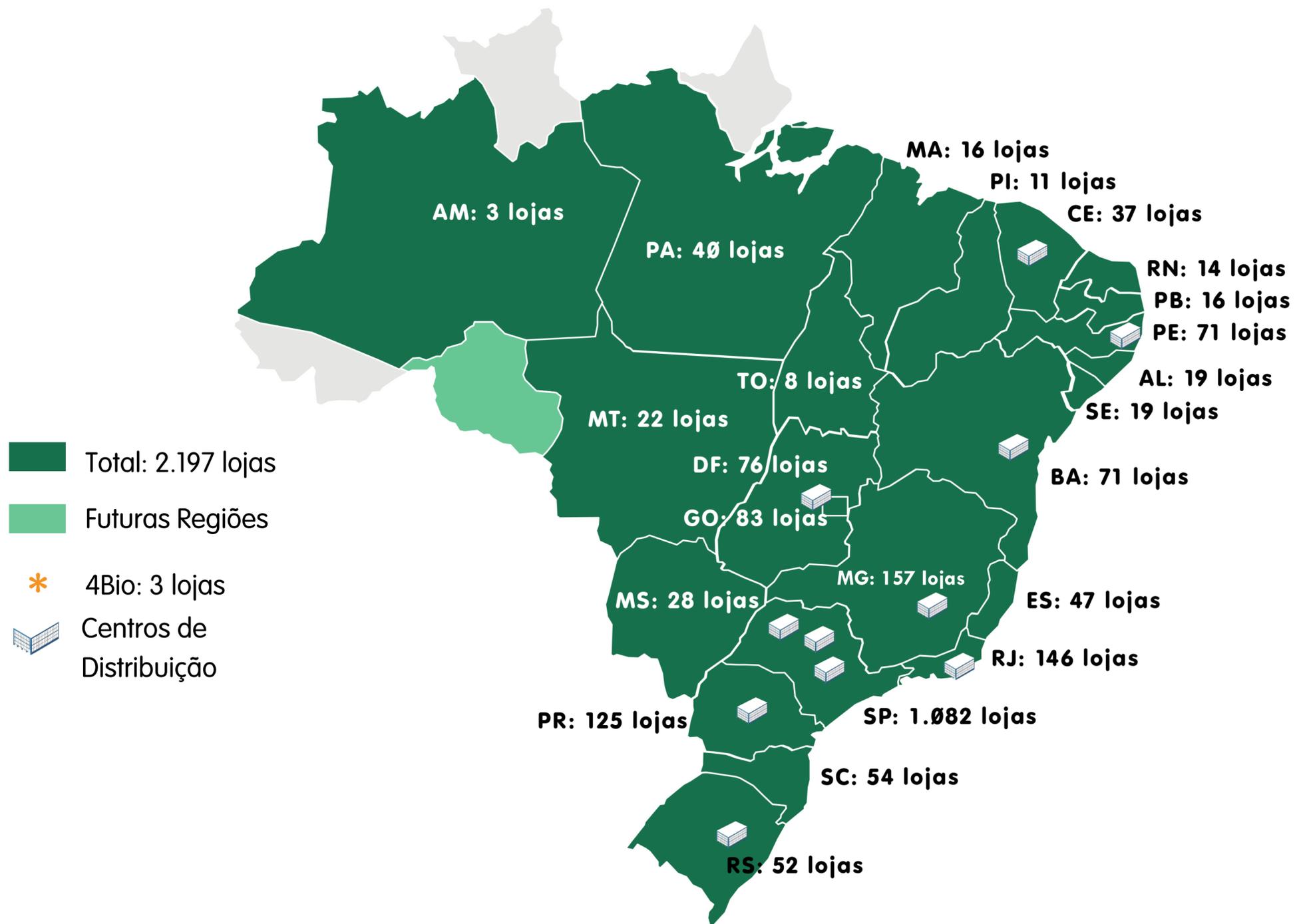
- ✓ Dinâmica competitiva equilibrada, bem mais próxima do ciclo 2014-2016 do que 2017-2018;
- ✓ Além disso, o ritmo esperado de aberturas em SP, onde fazemos ~50% da nossa receita, será pequeno, tanto pelos incumbentes como por novos entrantes;
- ✓ Mesmo que ocorram desequilíbrios em regiões específicas, nossa presença nacional minimiza nossa exposição;
- ✓ Nossos preços hoje são bem mais competitivos que no passado, e o digital é um motor de crescimento que não tínhamos antes.



* Fonte: IQVIA (PMB), análise RD. Considera para 2020 mesmo número de aberturas de 2019 e crescimento lojas maduras na média dos LTM terminados em junho, mesmo com o impacto do COVID-19.

Rede nacional com oportunidades em todos os estados

Presença Geográfica (01/09/20)



Vendas em regime projetadas por loja, Julho



(SP=100, excluindo lojas de Shoppings)

Digitalização transformando o negócio e acelerando comps

7,6%

em vendas digitais no 2T20

4 milhões

de clientes digitalizados

6,2 p.p.

Contribuição do Digital nas lojas maduras*

89%

Da Classe A a 1,5 km da RD

100%

Lojas com C&R e entregas de vizinhança

80%

Vendas nas cidades com entregas em 1-4h

52%

Vendas digitais sem custo de entrega**

<3%

Despesa líq. de entregas na venda digital 2T20

* Referente ao mês de Julho. Não considera lojas de Shopping

** Compre e Retire + Entrega de Vizinhança (feita pela própria equipe da loja, sem custo marginal relevante) + Super Apps. Média de Junho a Agosto.



Plataforma de Saúde será mais um motor de criação de valor da RD, migrando gradualmente o *economics* do varejo para plataforma



Plataforma tem fit estratégico com os ativos atuais e *Right to Win* no marketplace e nas jornadas

- › Nova Farmácia é o ponto de partida da Plataforma: ~40 MM de clientes, 4 MM já digitalizados, 25 MM de acessos mensais e 2,2 mil lojas;
- › Plataforma permitirá expandir o mercado-alvo e diferenciar a oferta da RD, tanto em loja como nos canais digitais;
- › Temos capilaridade e frequência únicas na cadeia de Saúde, e capacidade para transformar a jornada dos clientes, promovendo hábitos saudáveis e prevenindo doenças;
- › Proposta de valor diferenciada em Telemedicina, com exames físicos orientados pelo médico, testes e dispensação, fechando o gap entre consulta presencial e telemedicina pura;
- › Criação de um ecossistema será vital para as jornadas e para estender o *right-to-win* para o marketplace de serviços.

RD Ventures: Plataforma de Corporate Venture Capital para acelerar o desenvolvimento da Plataforma de Saúde via criação de um Ecossistema



Mandato flexível: aquisição integral, controle, *path to control*, ou participação minoritária. Investimento via debentures conversíveis, ações preferenciais ou ações ordinárias. Geralmente Seed ou Series A.



Cultura de **Open Innovation**, com foco em empresas que acelerem a Plataforma de Saúde e para as quais sejamos um importante catalizador do crescimento.



Comitê de Investimento combinará membros do board e da gestão da RD: Paulo Galvão, Cristiana Pipponzi, Marcílio Pousada, Eugênio De Zagottis, Bruno Pipponzi;



RD Ventures será operada pela própria RD. FIP cobrará apenas Remuneração fixa para cobrir despesas administrativas;



Compliance junto à CVM e administração do back-office a cargo de um gestor a ser contratado;

Manipulaê

- ✓ Marketplace de farmácias de manipulação;
- ✓ Primeira *start-up* investida pela RD Ventures;
- ✓ Integração nas lojas e no *marketplace*;
- ✓ Debênture conversível, caminho para controle;
- ✓ Já se encontra em piloto em lojas físicas.





Perspectivas para 2021 - Crescimento

Planejamos abrir 240 novas lojas em 2021 e 2022 (adição bruta)

- › Plataforma de Expansão Nacional continuará sendo um grande diferencial competitivo, nos permitindo manter o processo de descentralização geográfica e diversificação econômica do nosso Portfólio de Lojas;
- › Gestão cautelosa da canibalização;
- › Expectativa é que as TIRs marginais das novas lojas continuem fortes, em linha com os níveis históricos.

Esperamos um sólido crescimento da receita bruta, alavancado pelas lojas maduras, pela expansão e pelo Digital

- › Esperamos ter baixo ou nenhum impacto da pandemia sobre as vendas de 2021;
- › Crescimento de mercado de ~ 5% acima da inflação, em linha com patamares históricos, suportando a expansão prevista da oferta;
- › Lojas maduras devem ter crescimento real, alavancadas pela execução digital e pelos preços competitivos;
- › Base de comparação do 2T20 e 3T20 penalizada pelo COVID-19 também contribuirá com o crescimento real.

Esperamos seguir ganhando market share e crescendo o top line de forma robusta em 2021



Perspectivas para 2021 - Rentabilidade

Lucro Bruto

- › Pressão moderada de margem em função da maior promocionalização digital e pelo lançamento de Stix;
- › Impacto do Marketplace é incerto no primeiro ano;
- › Receitas de serviços pela plataforma de saúde não devem ser materiais em 2021.

Despesas

- › Diluição nas despesas de vendas em função dos ganhos de alavancagem operacional esperados;
- › Diluição expressiva no 2T21, em função da base de comparação afetada pela pandemia
- › Investimento na estrutura administrativa para suportar o marketplace e a plataforma de saúde (pessoas, TI, etc.)

Esperamos um recuperação de margem em 2021, retornando aos patamares dos anos anteriores.

RD

Perguntas e respostas

