

Liderando a Consolidação do Mercado Brasileiro de Drogarias

Outubro 2014



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.

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.





RaiaDrogasil S.A.

- Maior rede de drogarias e o 7º maior varejista do Brasil. R\$ 7,0 bilhões de receita bruta, R\$ 406,0 MM de EBITDA ajustado e R\$ 205,2 MM de lucro líquido ajustado nos últimos 12 meses (junho de 2014);
- Associação entre Raia S.A. e Drogasil S.A., duas das líderes do mercado de drogarias brasileiro, com 188 anos de história combinada e controle compartilhado por acionistas membros das famílias fundadoras;
- Mais de 1.000 lojas em 15 estados do Brasil, que representam 87% do mercado farmacêutico brasileiro, com *market share* nacional de apenas 9,3%. Entrada recente no Nordeste (BA, PE, SE e AL);
- Modelo de negócio diferenciado baseado em duas marcas líderes no varejo brasileiro com identidades fortes e complementares;
- Histórico de crescimento único no mercado de drogarias brasileiro: mais do que duplicamos o número de lojas desde o final de 2007 com base no crescimento orgânico.



Nossa Crença: FARMÁCIA É SAÚDE E BELEZA PARA TODA A VIDA



**Nossa Visão: LIDERAR A CONSOLIDAÇÃO DO MERCADO
BRASILEIRO DE DROGARIAS**

Pilares do Nosso Negócio



ATIVOS



Marcas Icônicas
Duas das Marcas Líderes do Varejo Brasileiro, Posicionamento Diferenciado e Tradição Centenária



Pontos TOP
Centenas das Melhores Esquinas do Brasil, Capacidade de Replicar via Crescimento Orgânico Acelerado



Formatos Diferenciados e Eficientes
Experiência de Compra Superior, Conceitos Avançados de Gestão de Categorias, Elevado Retorno Marginal sobre o Capital Investido

Plataformas Proprietárias de Ponta
Plataforma de Atendimento Baseada em CRM, Gerenciamento Eficiente da Cadeia de Suprimentos, Estrutura Logística Descentralizada e Escalável



Pessoas Qualificadas e Motivadas
Time de Executivos Experientes e Forte Cultura de Desenvolvimento de Pessoas, com Contratação apenas na Base da Pirâmide

COMPETÊNCIAS



Expansão Orgânica



Introdução de Novos Formatos



Aprimorar o Sortimento e a Gestão de Categorias

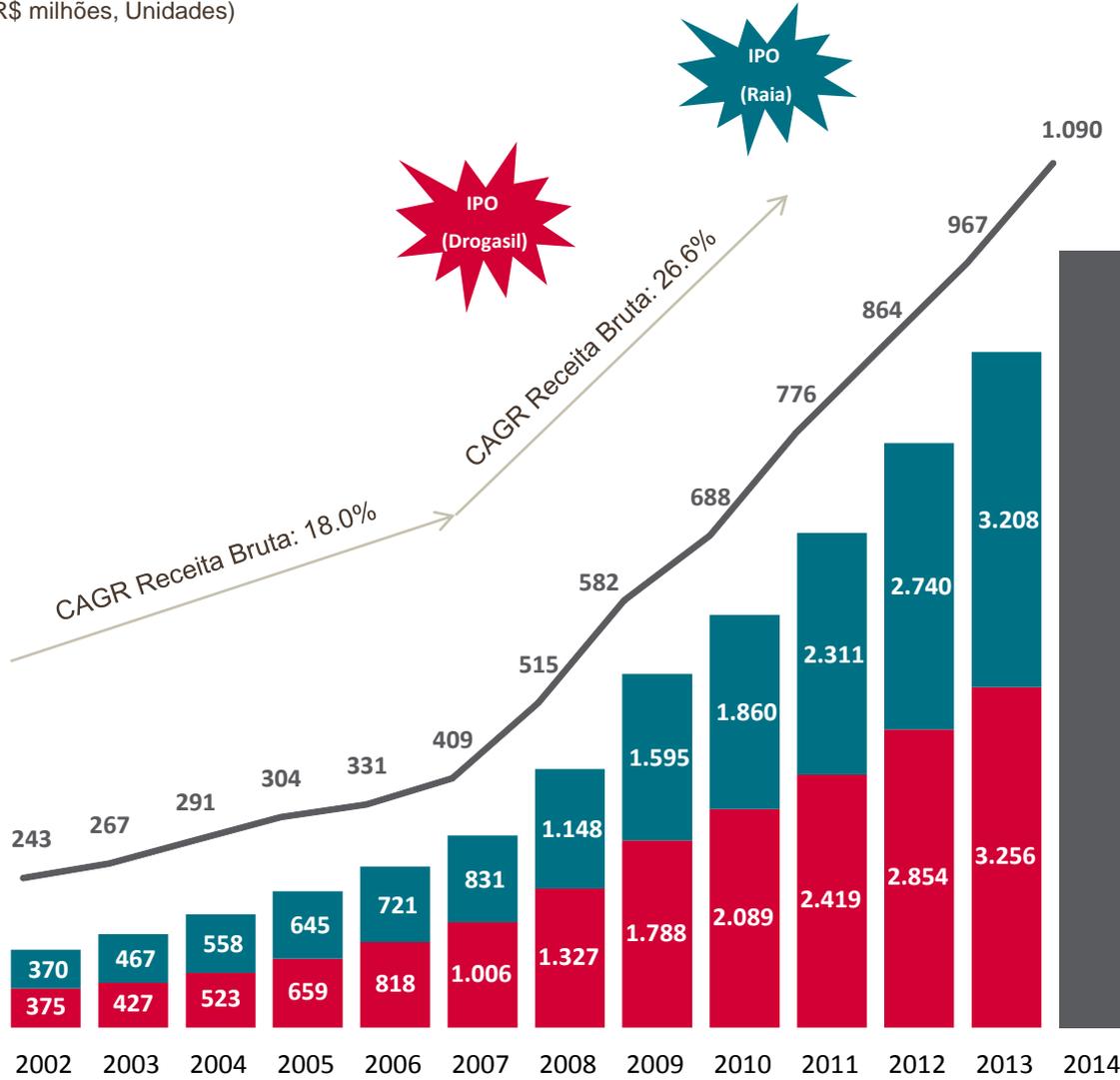
Envolver, Entender e Potencializar os Clientes

Histórico Único de Crescimento com Expansão de Margem



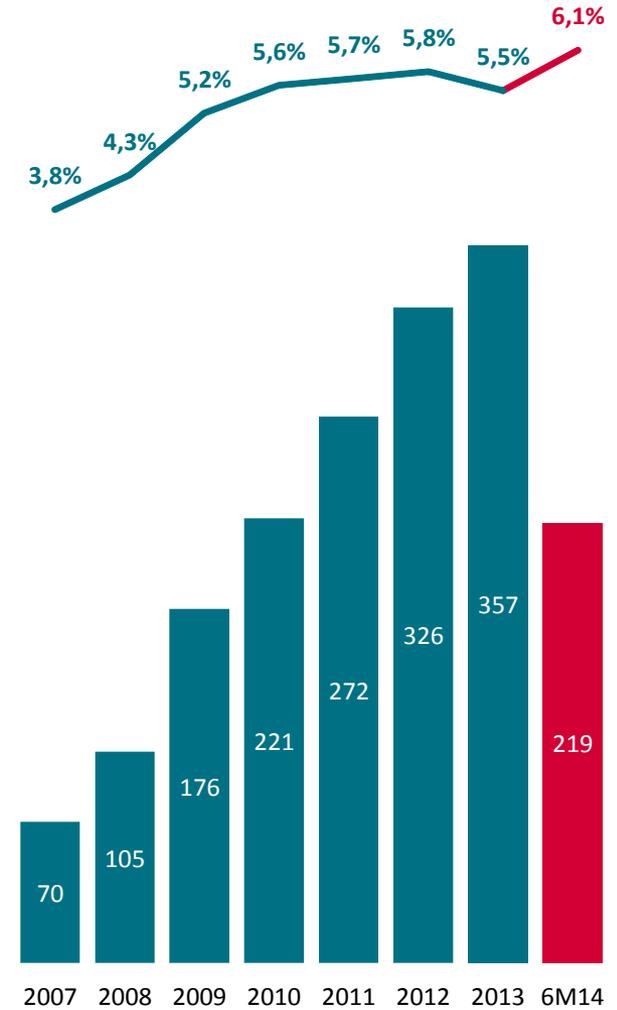
Receita Bruta e Número de Lojas

(R\$ milhões, Unidades)



EBITDA Ajustado

(R\$ milhões, % da Receita Bruta)



■ Receita Bruta Drogasil
 ■ Receita Bruta Droga Raia
 ■ Lojas

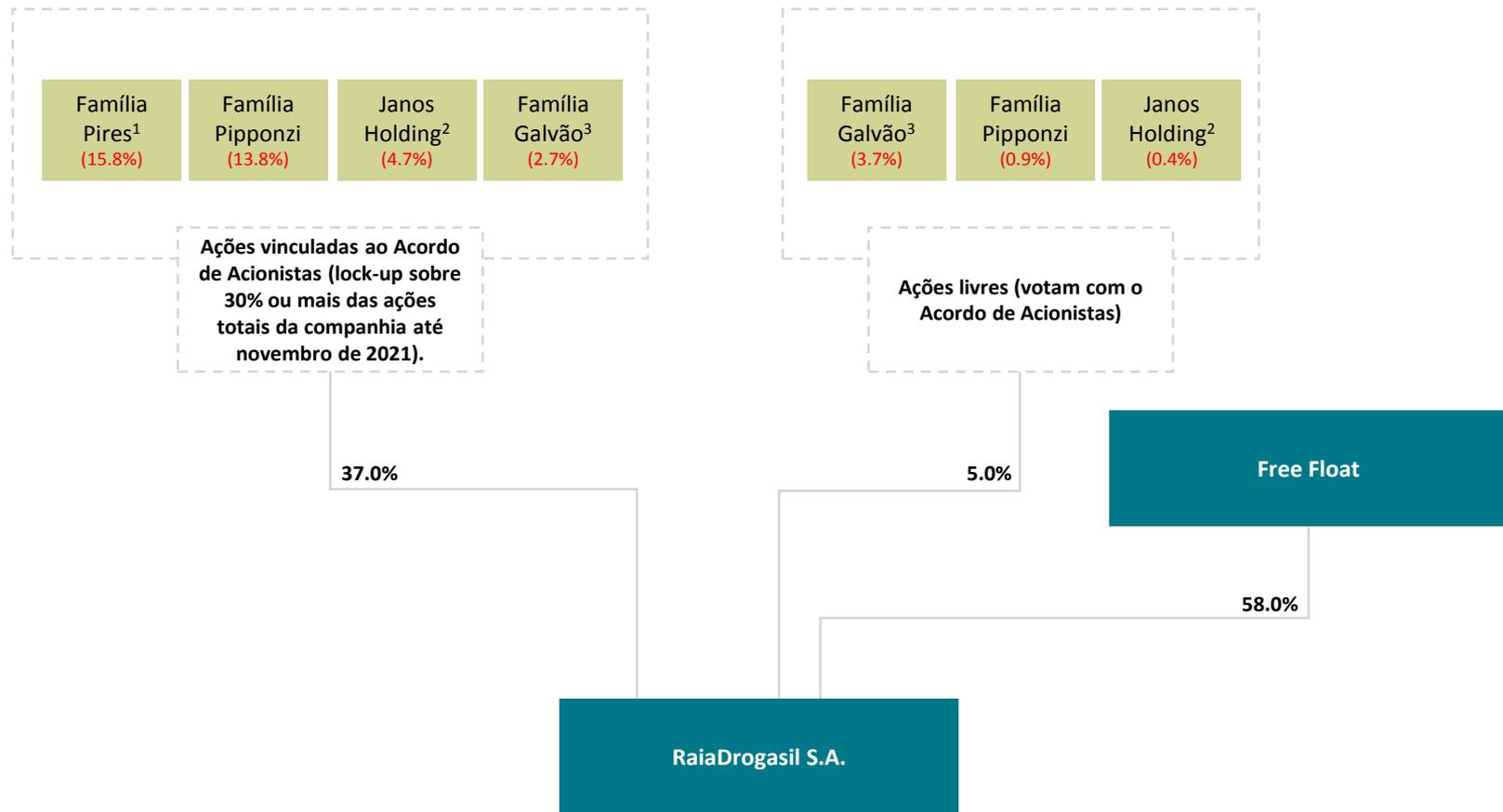
* Assume a abertura bruta de 130 novas lojas e o fechamento de 7 YTD em 2014

Criação da Maior Rede de Drogarias e do 7º Maior Grupo Varejista do Brasil



Ranking Brasil		Receita Bruta (bilhões)	Lojas	EBITDA (milhões)	Ranking Varejo		Receita Bruta (bilhões)	Lojas
1º		R\$ 6,5	967	R\$ 357,0	1º		R\$ 64,4	1.999
2º		R\$ 5,6	803	R\$ 345,0	2º		R\$ 34,0	241
3º		R\$ 3,7	648	R\$ 262,6	3º		R\$ 28,5	544
4º		R\$ 3,5	733	R\$ 150,9	4º		R\$ 15,4	838
					5º		R\$ 9,8	221
					6º		R\$ 7,7	744
					7º		R\$ 6,5	967

Alto Nível de Governança Corporativa, com um Grupo de Acionistas Controladores de Longo Prazo que Inclui Membros das Famílias Fundadoras da Raia e da Drogasil



- ▶ O número de ações vinculadas diminuirá dos atuais 37% do capital para 30% até novembro de 2016, e permanecerá constante até novembro de 2021, data de término do Acordo de Acionistas. Portanto, 88% das ações atuais dos acionistas controladores permanecerão sob lock-up até novembro de 2021.

¹ Carlos Pires Oliveira Dias e Regimar Comercial S.A.

² Carve-out da Pragma, a Janos Holding é o grupo de investimentos estratégicos de longo prazo de Guilherme Leal, Luis Seabra e Pedro Passos, os três sócios fundadores da Natura

³ GL Participações Ltda

Mercado Fragmentado, em Processo de Consolidação

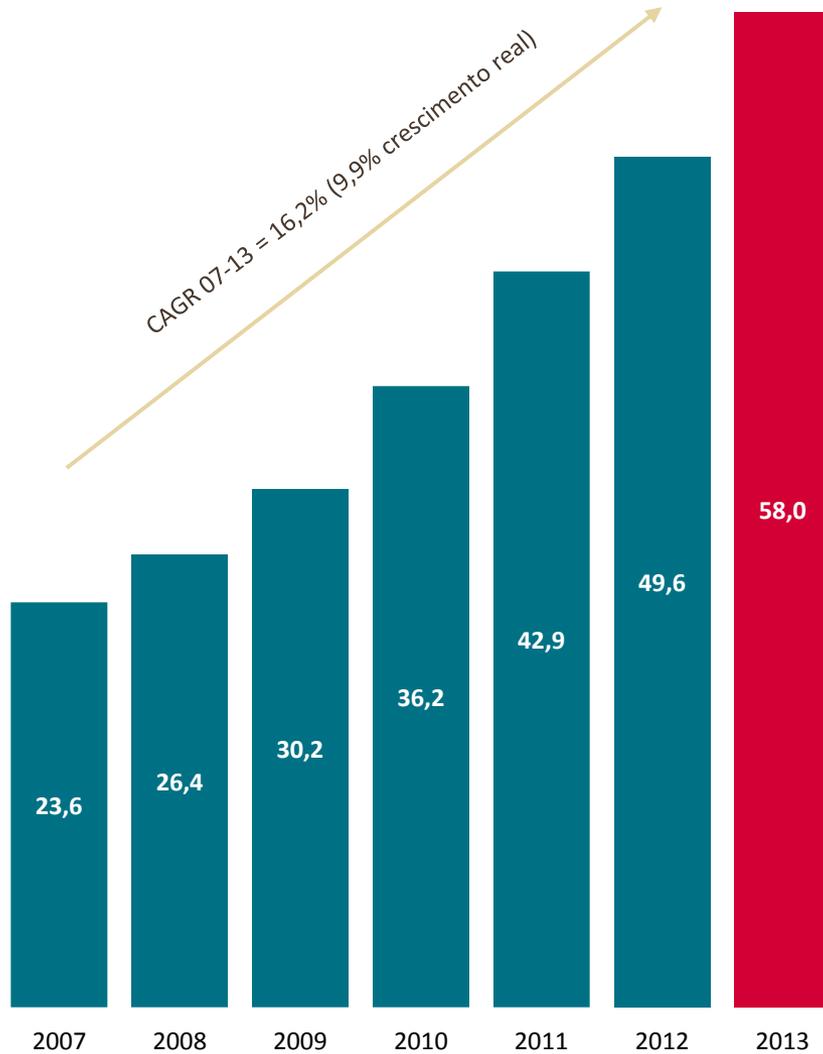


Mercado Farmacêutico em Franco Crescimento, com Evolução da Demanda Acima da Oferta...



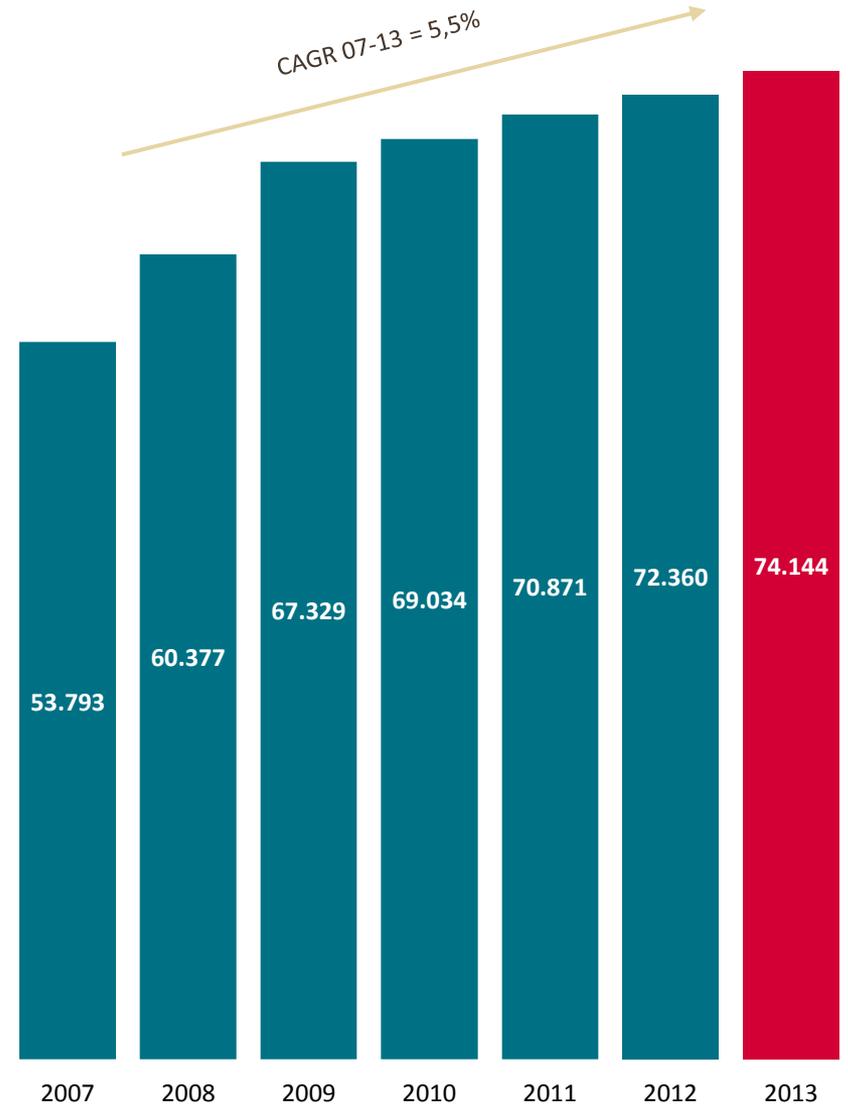
Demanda: Mercado Farmacêutico

(R\$ bilhões)



Oferta: Número de Drogarias

(Unidades)

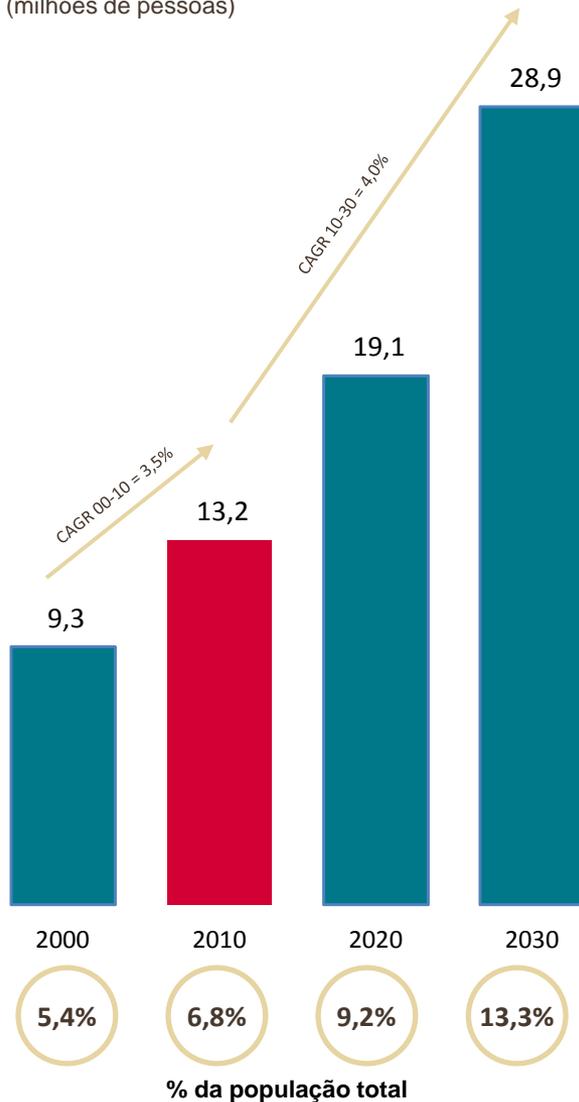


... Impulsionado por Tendências Demográficas e Macroeconômicas Favoráveis...



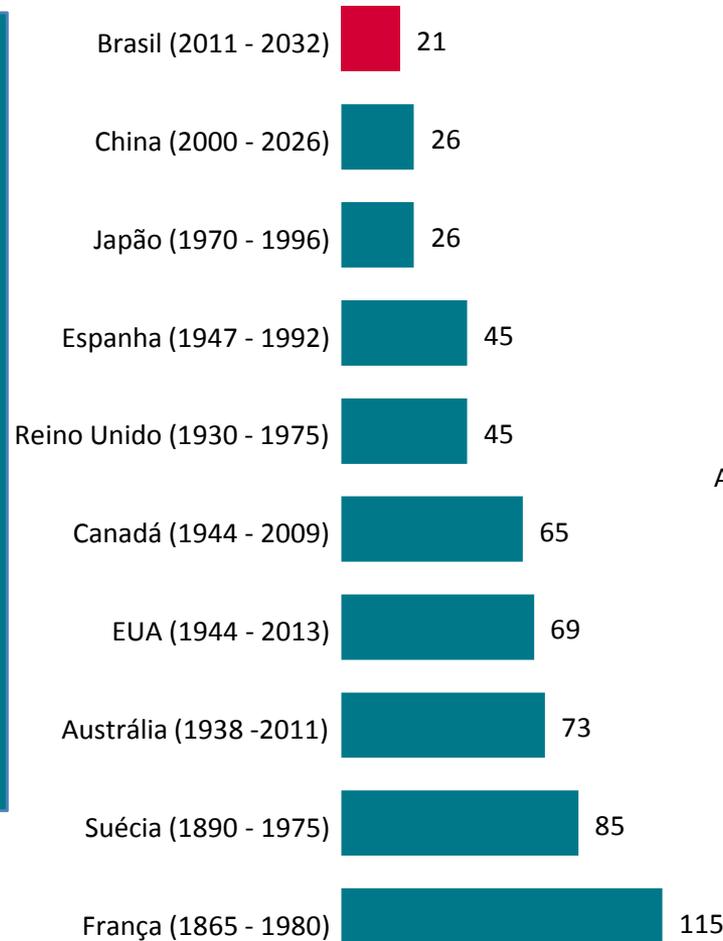
População Brasileira Acima de 65 Anos

(milhões de pessoas)



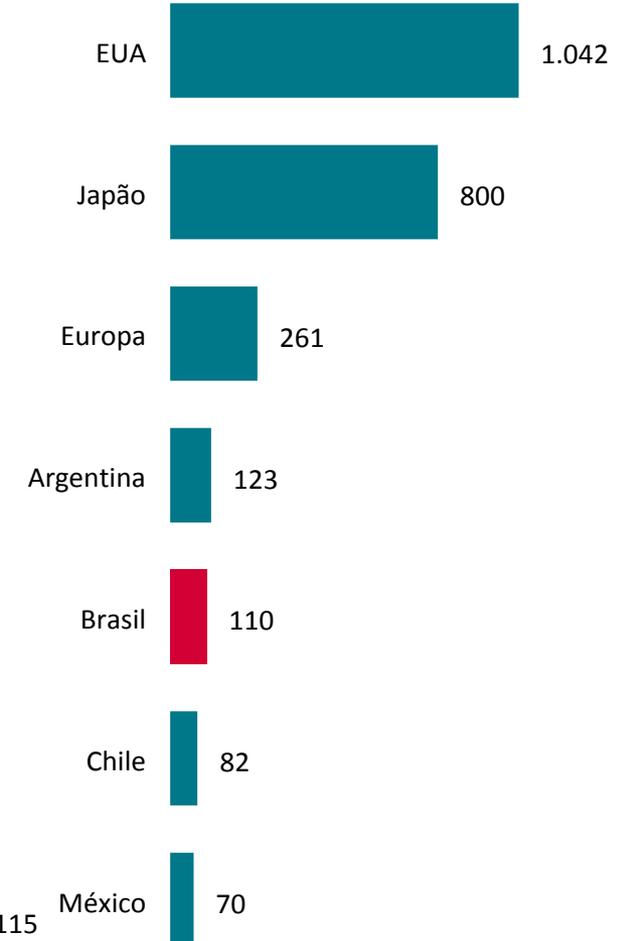
Velocidade do Envelhecimento da População

(Número de anos para o aumento da população 65+ de 7% para 14% do total)



Consumo Farmacêutico Per Capita Anual em Países Seleccionados

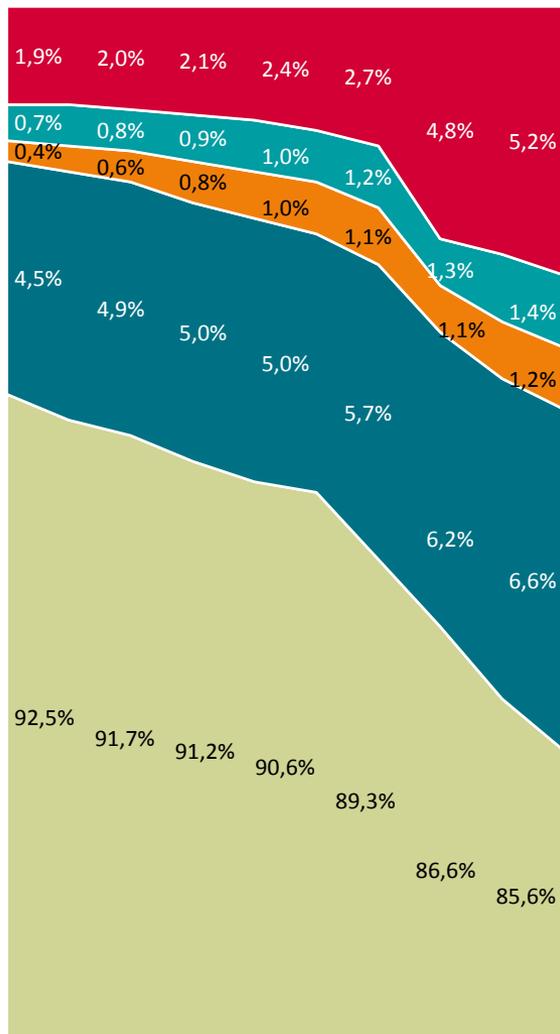
(US\$ LTM Mar 2012)



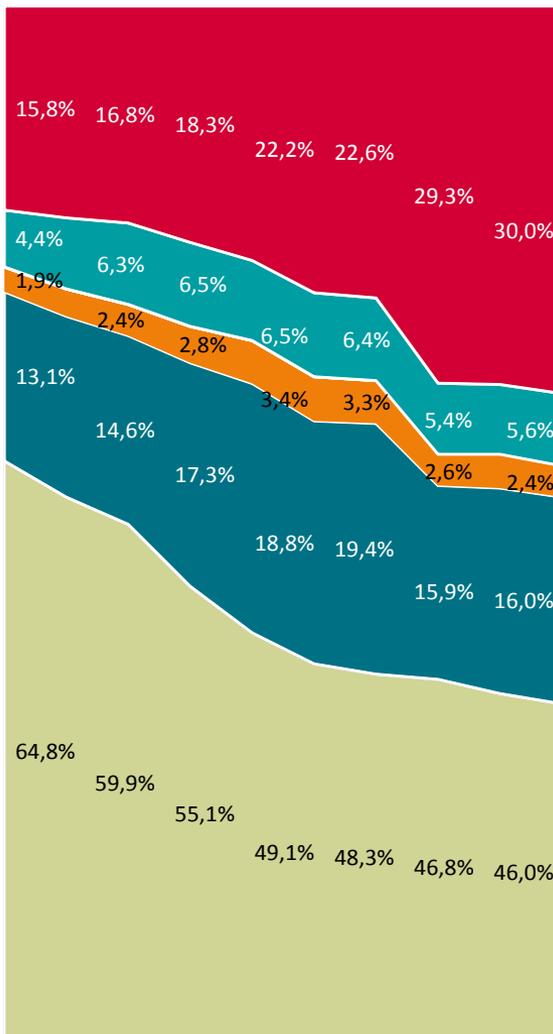
... Permitindo aos Líderes Consolidar o Mercado e Aumentar a Produtividade



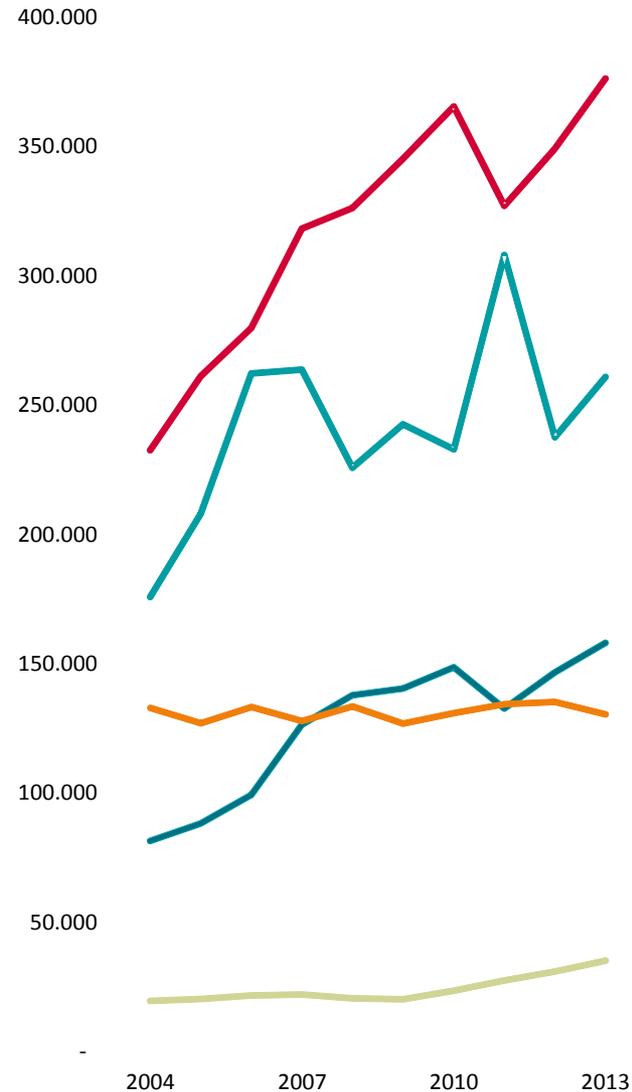
% de Lojas



% de Faturamento



Receita Farma por Loja (R\$/Mês)



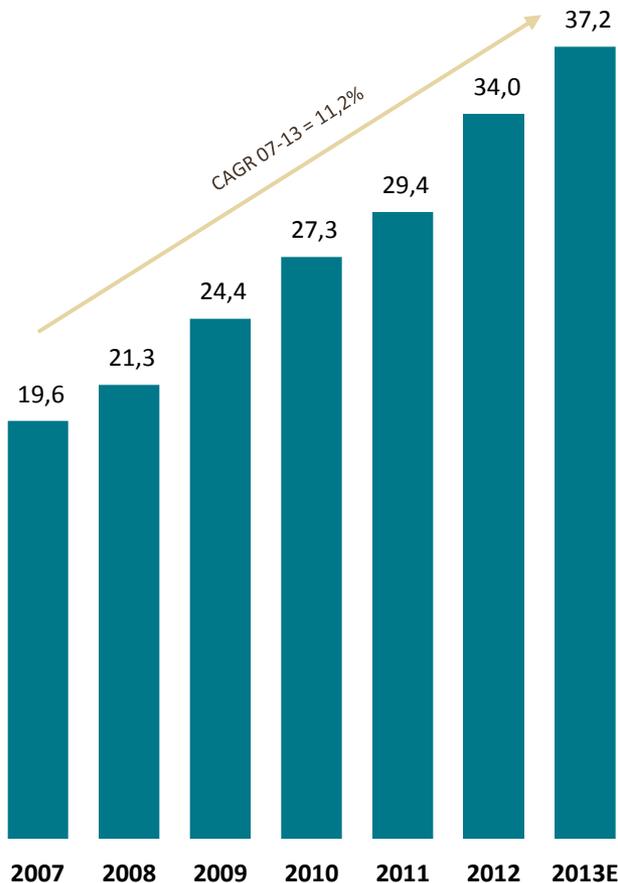
ABRAFARMA TOP 5 ABRAFARMA 6-10 SUPERMERCADOS OUTRAS REDES INDEPENDENTES

Crescimento Acelerado em Higiene e Beleza com Migração de Share dos Supermercados para as Redes de Drogarias



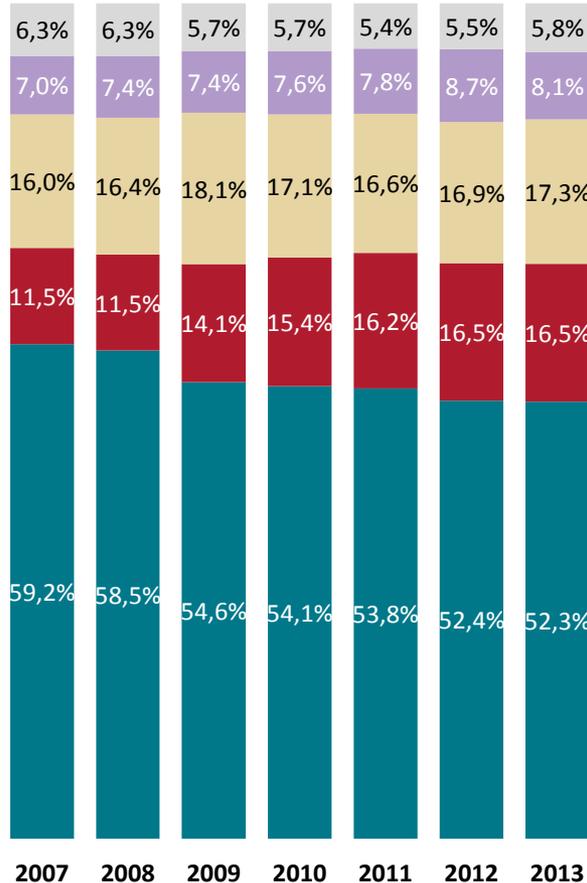
Mercado de Higiene e Beleza

(R\$ bilhões)



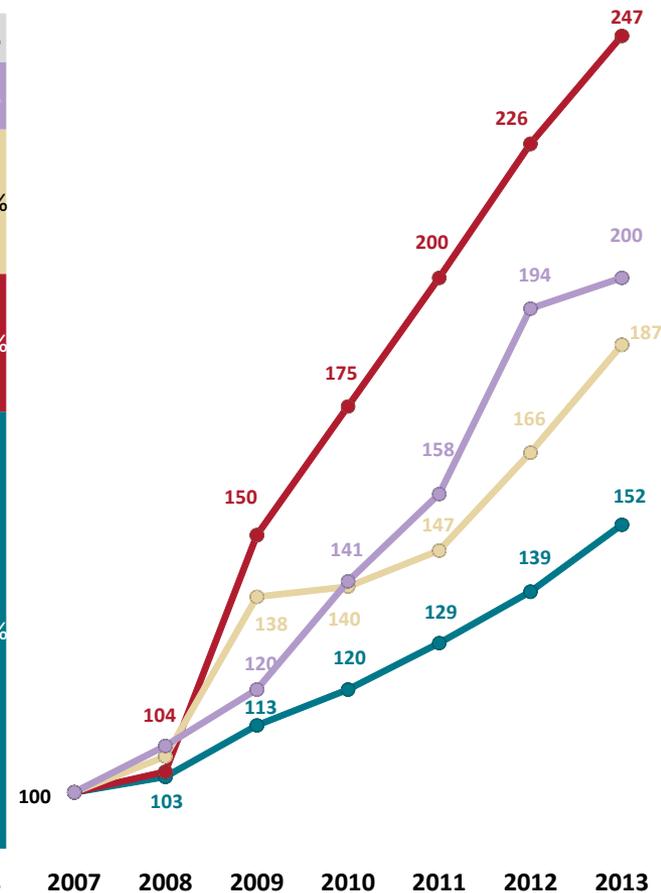
Market Share por Canal

(R\$ %)



Crescimento de Higiene e Beleza por Canal – R\$

(Índice: 2007 = 100)



■ Supermercados ■ Redes de Drogarias ■ Farmácias Independentes ■ Perfumarias ■ Tradicionais

Marcas Líderes, com Elevado Retorno Marginal e Forte Potencial de Crescimento



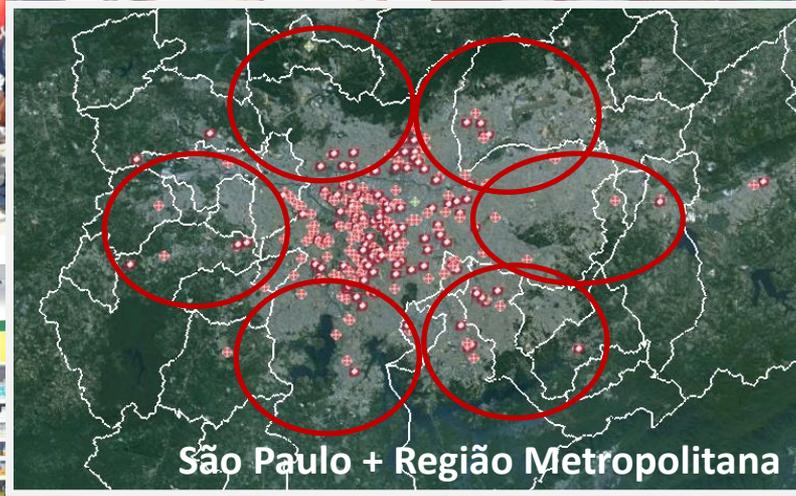
DROGA RAIA: Formato de Bem-Estar de Alta Qualidade, focado em Mulheres e Famílias



DROGASIL: Marca Tradicional de Farmácia, focada em Idosos e Medicamentos



FARMASIL: Formato Piloto de Loja em Regiões Populares

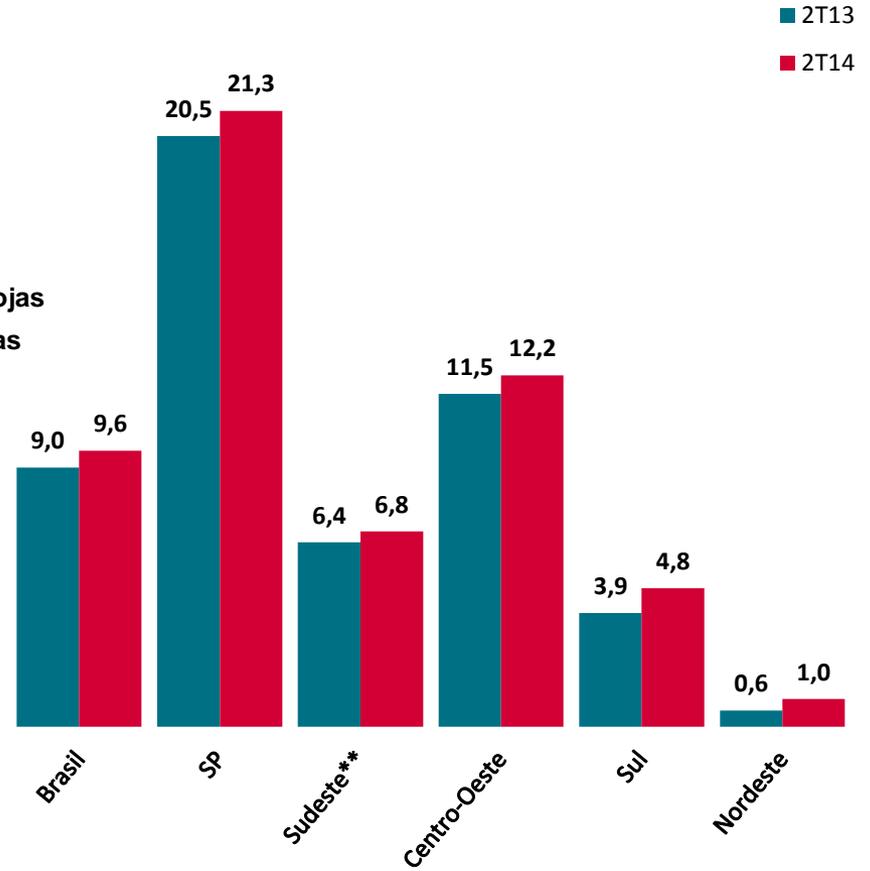
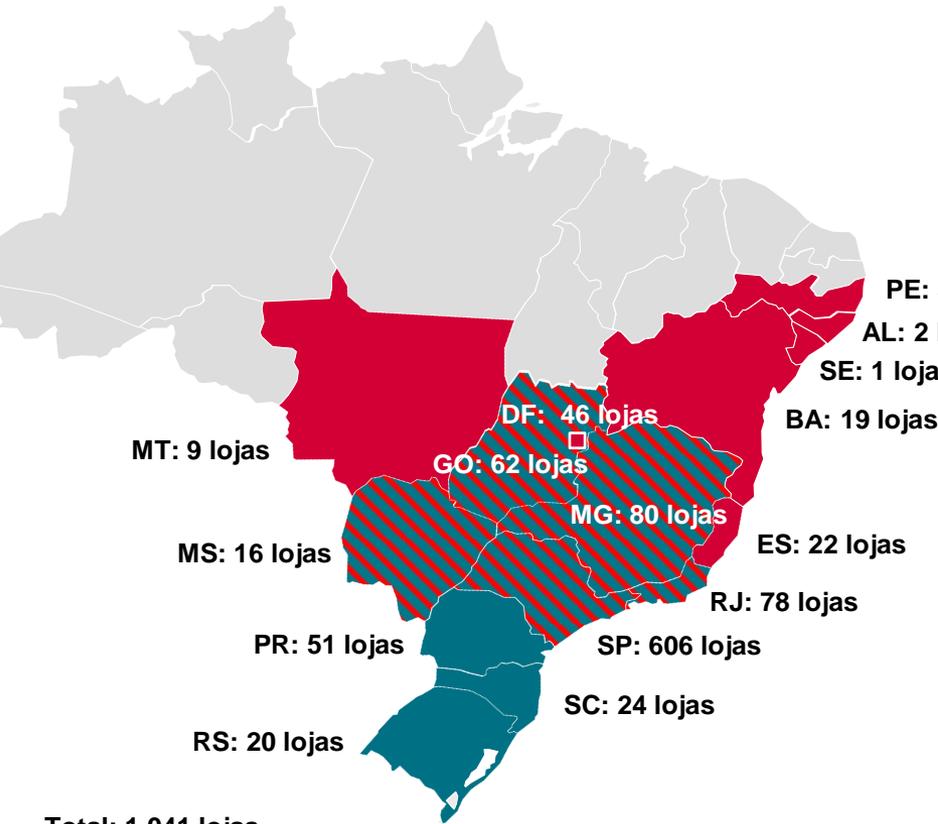


Forte Presença Geográfica e Alto Potencial de Crescimento



Presença Geográfica (25/9/2014)

Market Share Comparável (Junho de 2014)***



Total: 1.041 lojas
 Raia: 496 lojas
 Drogasil*: 545 lojas

DISTRIBUIÇÃO DO MERCADO FARMACÊUTICO POR REGIÃO (JUNHO/14)

Região	Brasil	SP	Sudeste**	Centro-Oeste	Sul	Nordeste
Participação	100,0%	27,2%	24,1%	9,1%	16,6%	18,1%

Fonte: IMS Health

* Inclui as lojas Farmasil

** Exclui São Paulo

*** Participação comparável de mercado, excluindo os novos informantes adicionados ao painel nos últimos 12 meses. Considerando o painel completo o nosso share nacional foi de 9,3%.

Elevado Retorno Marginal Sobre o Capital Investido

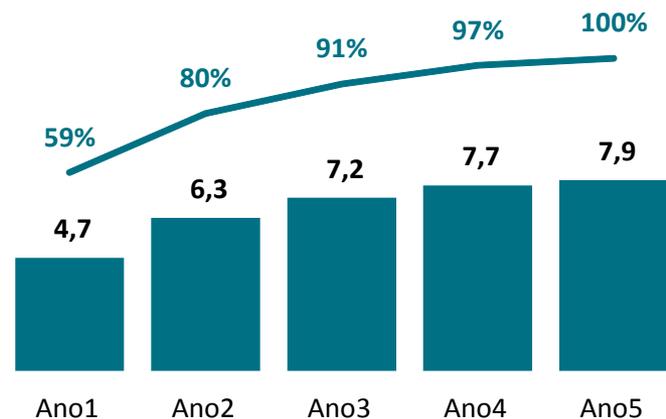


Média da Margem de Contribuição de uma Loja Madura ⁽¹⁾

DRE (Loja Madura)	2013
<i>(Em R\$ 000)</i>	
Receita Bruta	7.887
Lucro Bruto	2.114
% da Receita Bruta	26,8%
Despesas de Lojas	(1.128)
% da Receita Bruta	14,3%
Margem de Contribuição de Loja	986
% da Receita Bruta	12,5%
Despesas com Fretes/Regionais	(112)
Depreciação	(238)
Imposto de Renda (34%)	(216)
Depreciação	238
NOPAT (a)	658
% da Receita Bruta	8,3%
Capex	1.190
Despesas Pré Operacionais	171
Capital de Giro Operacional	540
Investimento Total (b)	1.901
ROIC (a/b) ⁽²⁾	34,6%

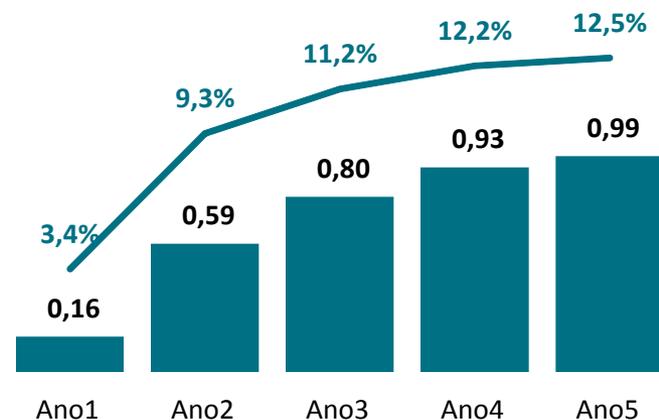
Ramp-Up da Receita Bruta

(% de vendas: em R\$ milhões por loja/ano)



Ramp-Up da Margem de Contribuição

(% da receita bruta: in R\$ milhões por ano/loja)



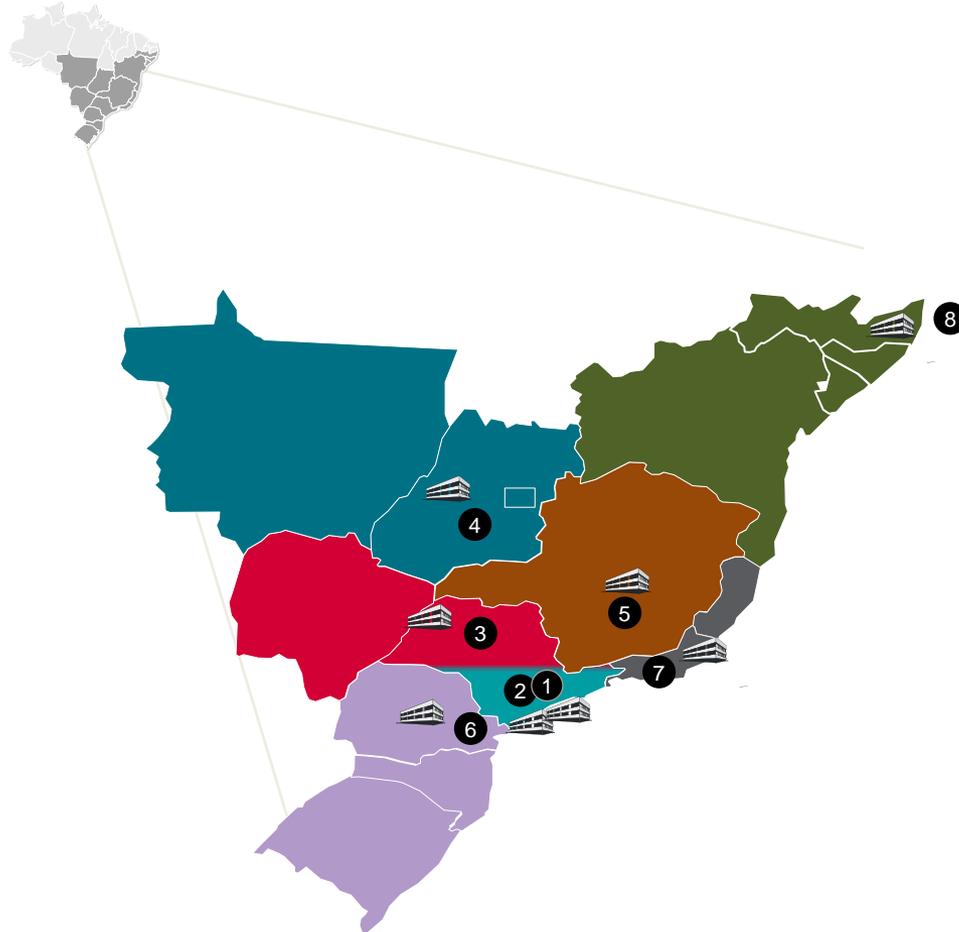
(1) Não considera o G&A e despesas de CDs. Baseado na média da performance das lojas maduras da Raia em 2013

(2) O cálculo de ROIC inclui a totalidade do CAPEX (PP&A bruto ao invés de PP&A líquido), e portanto, não há depreciação no cálculo do NOPAT

Estrutura de Distribuição Descentralizada e Escalável, com Gestão *Just in Time* de Supply Chain



Centros de Distribuição



1 ▶ São Paulo (SP)
▶ Área: 17.000 m²

2 ▶ Embu (SP)
▶ Área: 19.000 m²

3 ▶ Ribeirão Preto (SP)
▶ Área: 20.000 m²

4 ▶ Aparecida (GO)
▶ Área: 12.600 m²

5 ▶ Contagem (MG)
▶ Área: 6.200 m²

6 ▶ Curitiba (PR)
▶ Área: 6.000 m²

7 ▶ Barra Mansa (RJ)
▶ Área: 8.400 m²

8 ▶ Jaboatão (PE) – **Abertura prevista no 1S15**
▶ Área: 8.000 m²



Centro de Distribuição



Evoluindo do E-Commerce para o Multicanal

Lojas



Aplicativos



- ✓ Click & Collect
- ✓ Pick & Receive
- ✓ Assinaturas
- ✓ Encomendas Especiais
- ✓ Alertas de CRM
- ✓ Outros Serviços



Fulfillment e Entrega



Site



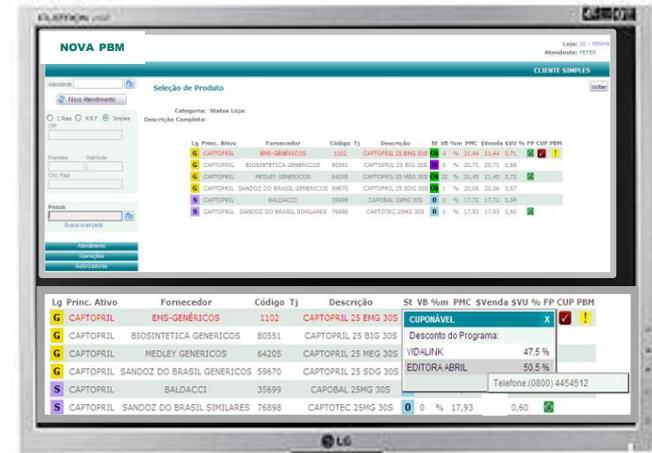
Call Center

PBM Proprietária, Atendendo 10 Milhões de Beneficiários Cadastrados de Mais de 1.000 Instituições



Processamento e verificação de elegibilidade

Sistema Autorizador



Rede de Varejo Credenciada

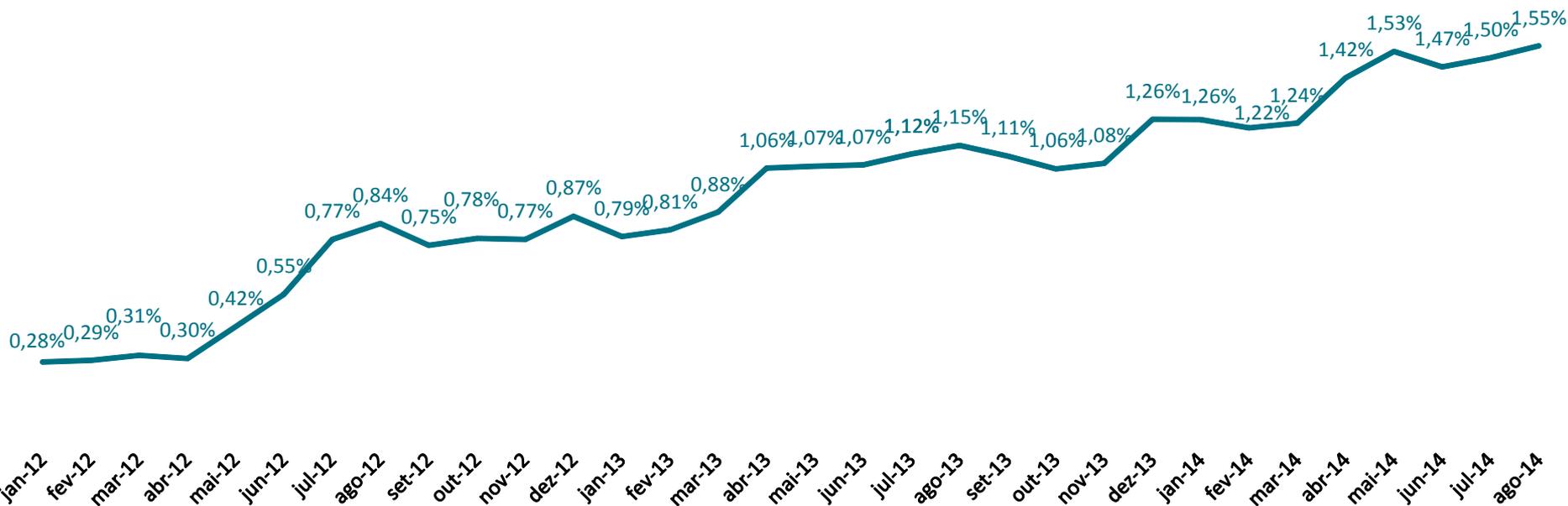


Mais de 700 farmácias credenciadas 25



Portfólio de Marcas Exclusivas, com Margens Elevadas e Forte Potencial de Crescimento

% da Venda de OTC e Perfumaria



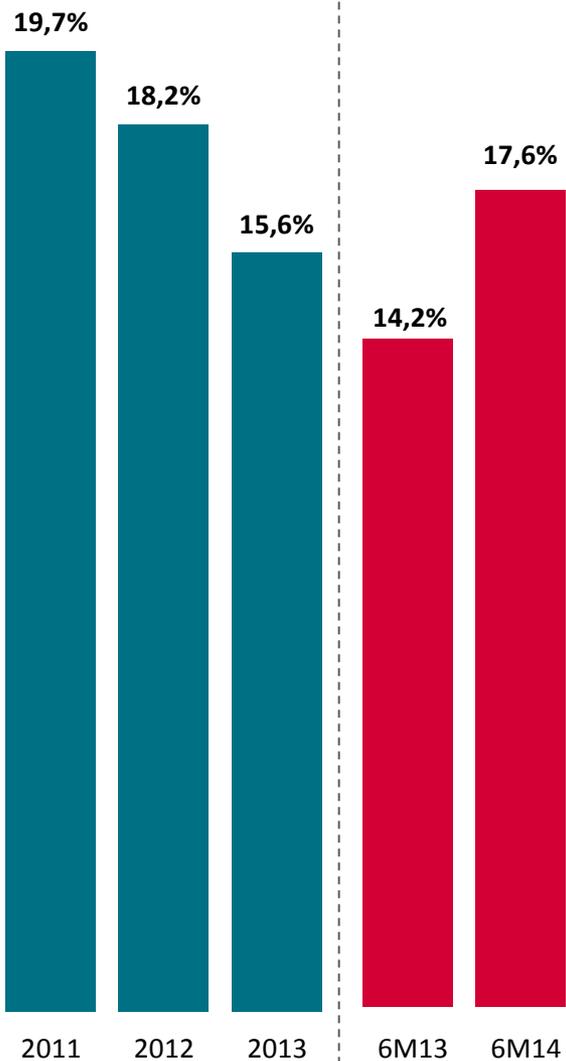
Histórico Comprovado de Crescimento com Expansão de Margem



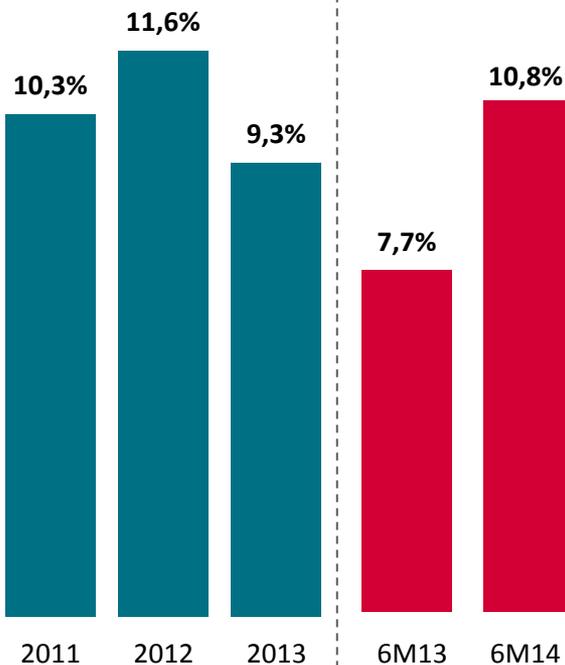
Recuperação do Crescimento das Vendas Após um 2013 Desafiador



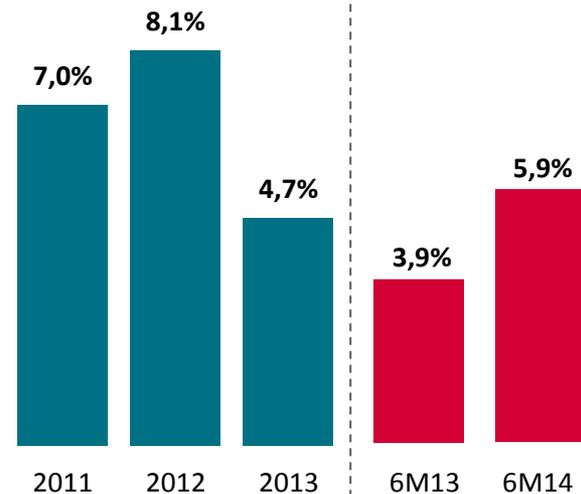
Crescimento - Venda Total



Crescimento - Mesmas Lojas



Crescimento - Lojas Maduras

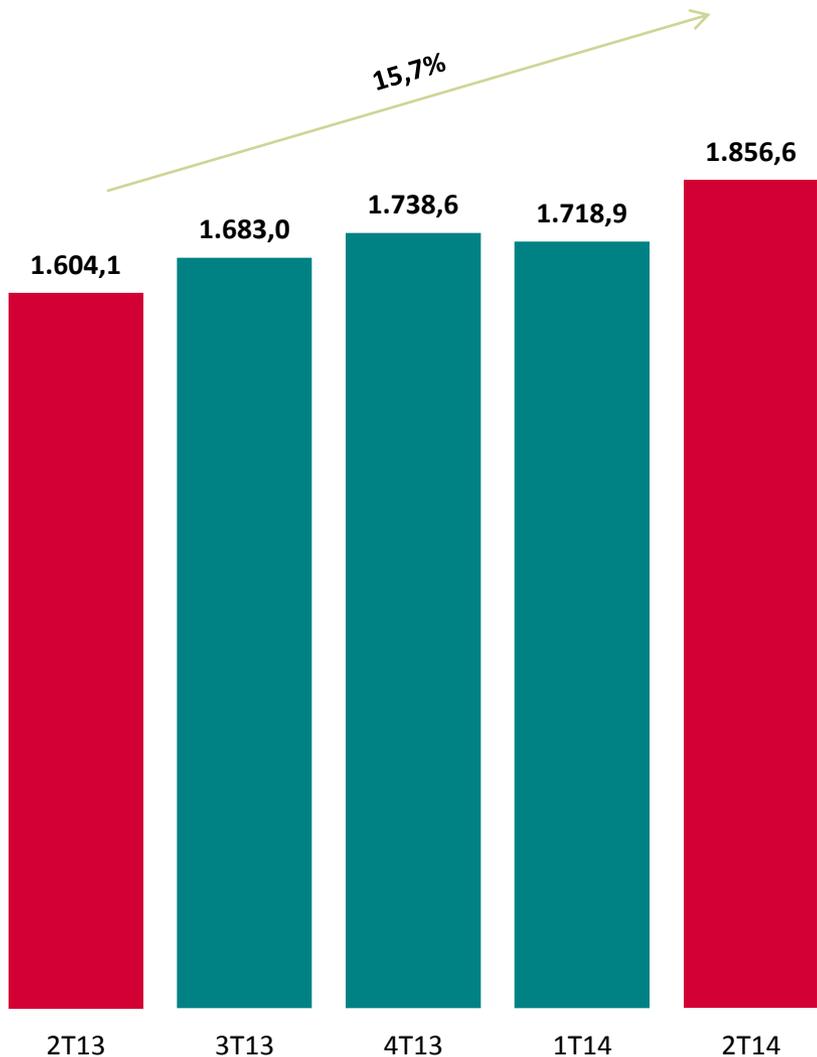


Perfumaria e OTC Aumentam a Participação no Mix de Vendas

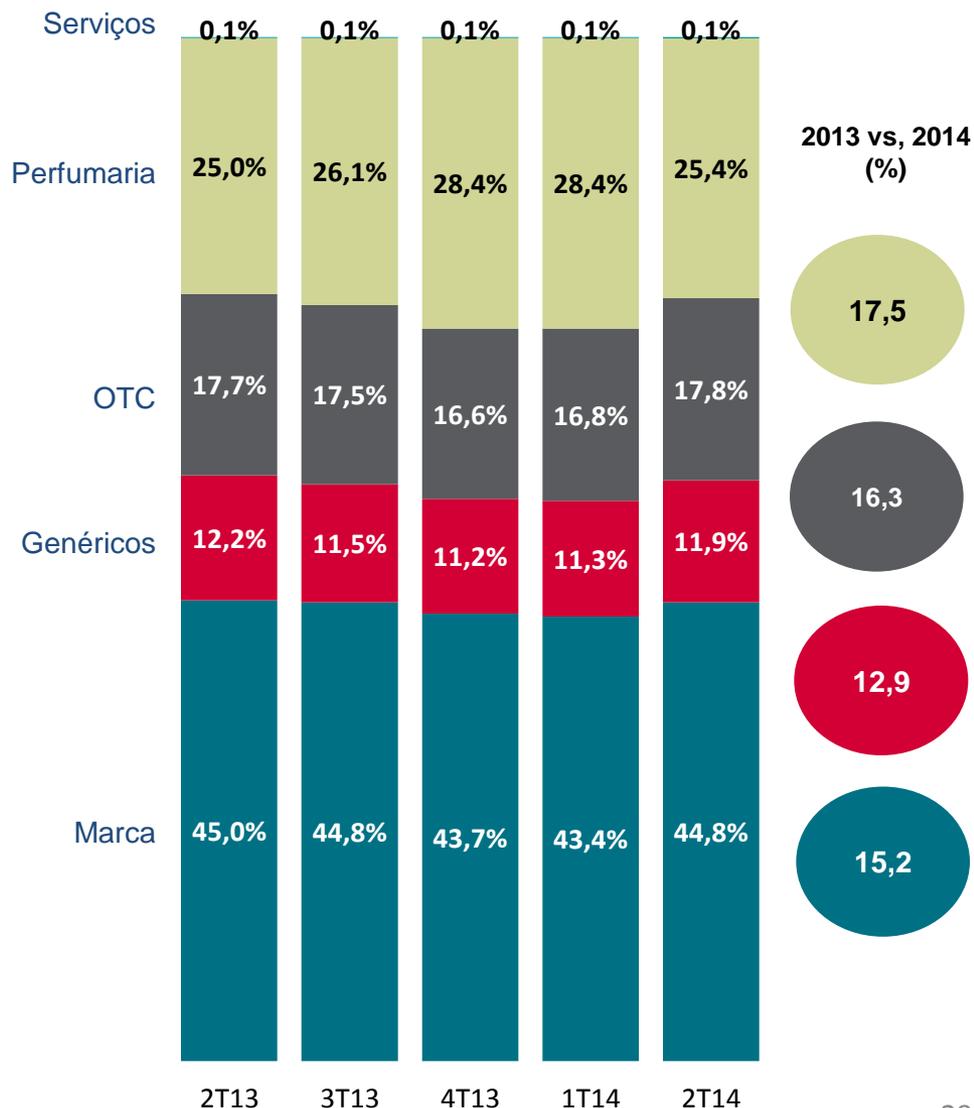


Receita Bruta

(R\$ milhões)



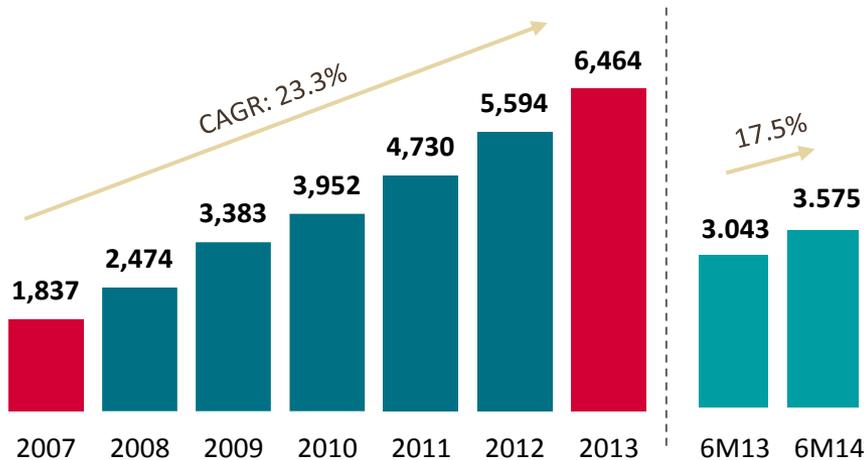
Mix de Vendas



Forte Crescimento Aliado à Expansão Histórica das Margens

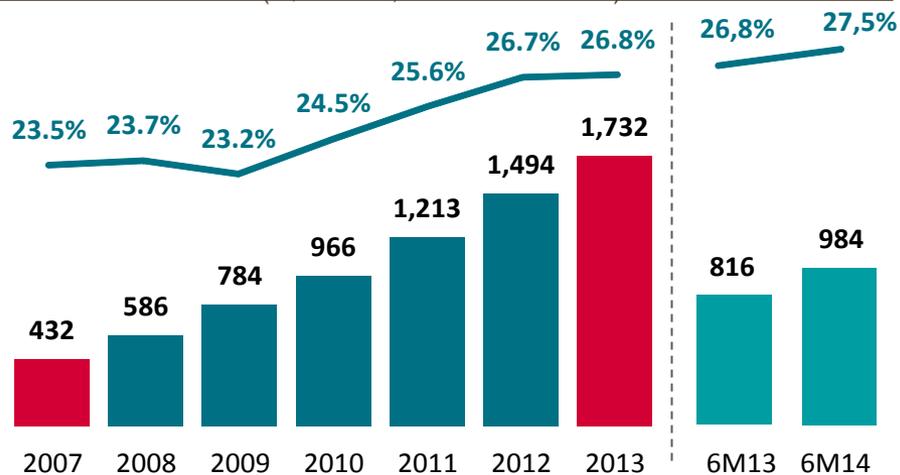


Receita Bruta



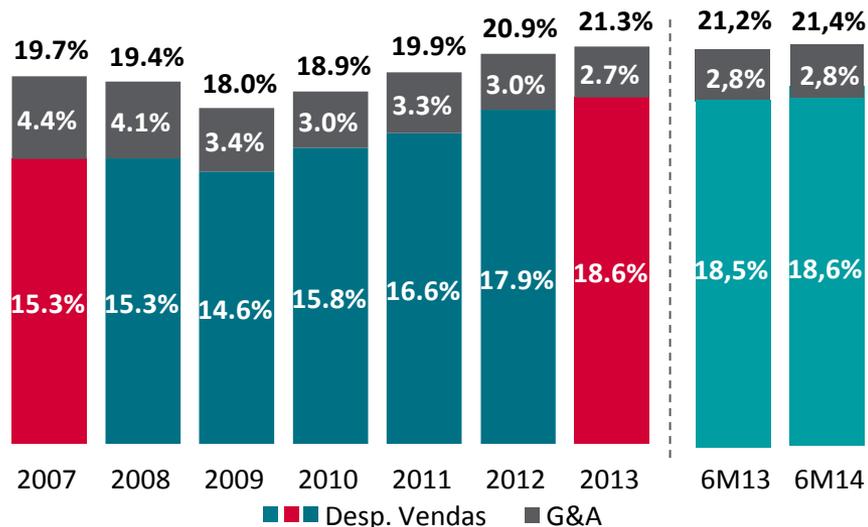
Lucro Bruto

(R\$ milhões, % da Receita Bruta)



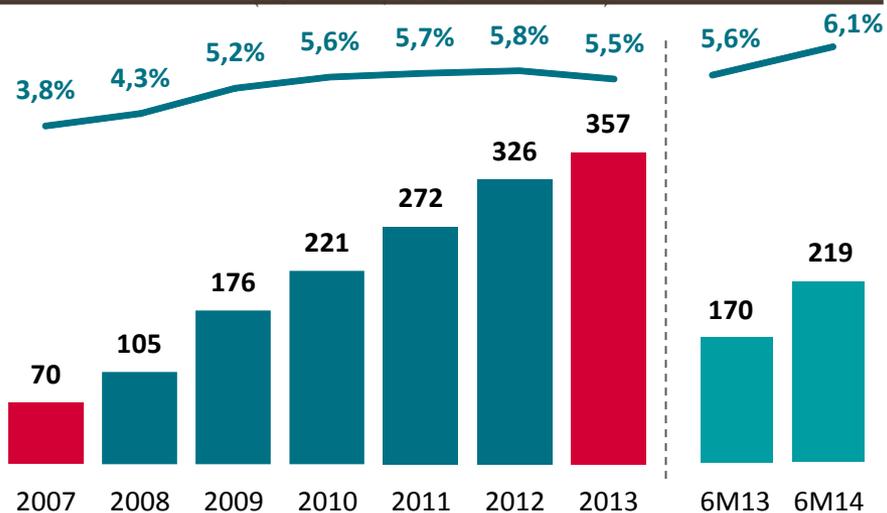
Despesas Operacionais Ajustadas

(% da Receita Bruta)



EBITDA Ajustado

(R\$ milhões, % da Receita Bruta)

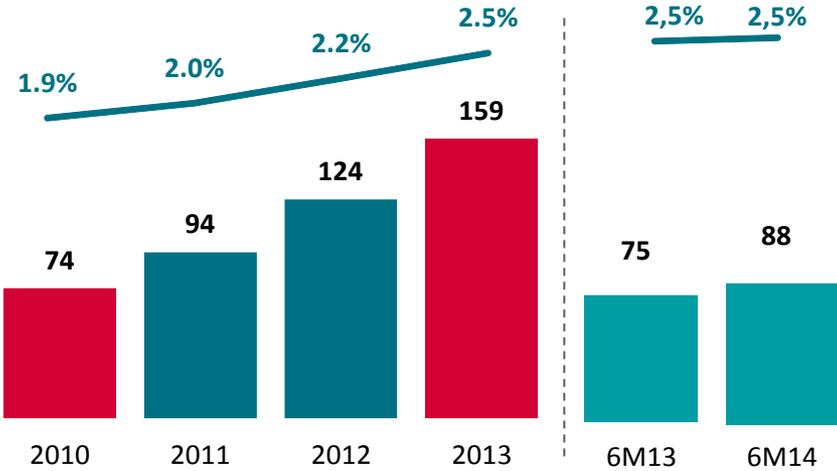


Expansão da Margem Líquida em 2014



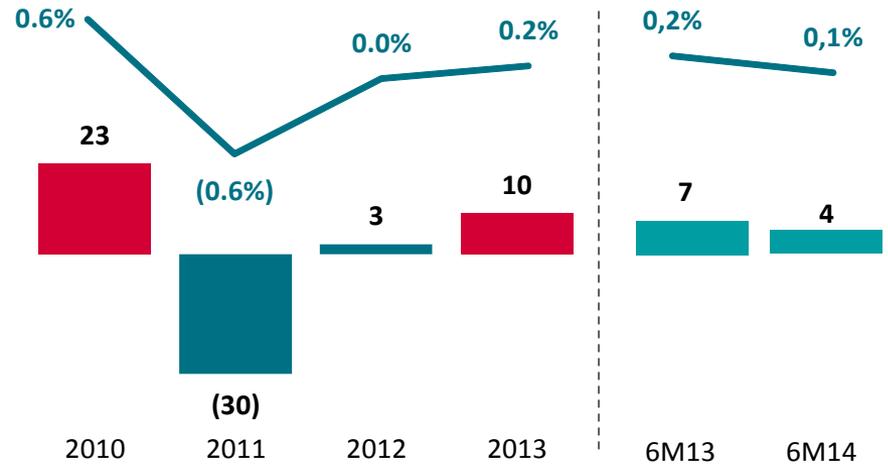
Depreciação

(R\$ milhões, % da Receita Bruta)



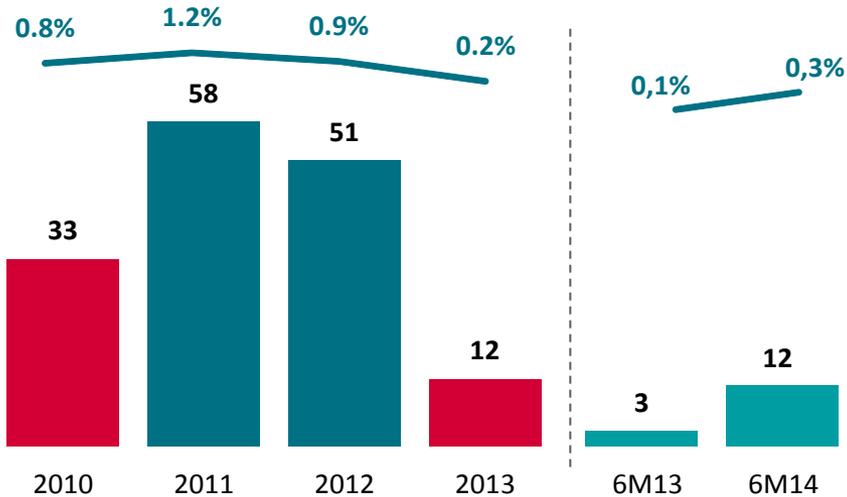
Despesas Financeiras Líquidas

(R\$ milhões, % da Receita Bruta)



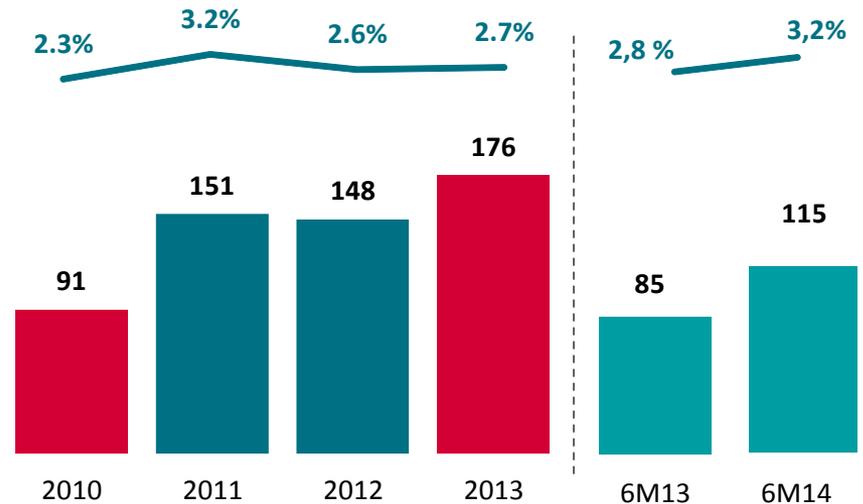
Imposto de Renda

(R\$ milhões, % da Receita Bruta)



Lucro Líquido Ajustado

(R\$ milhões, % da Receita Bruta)



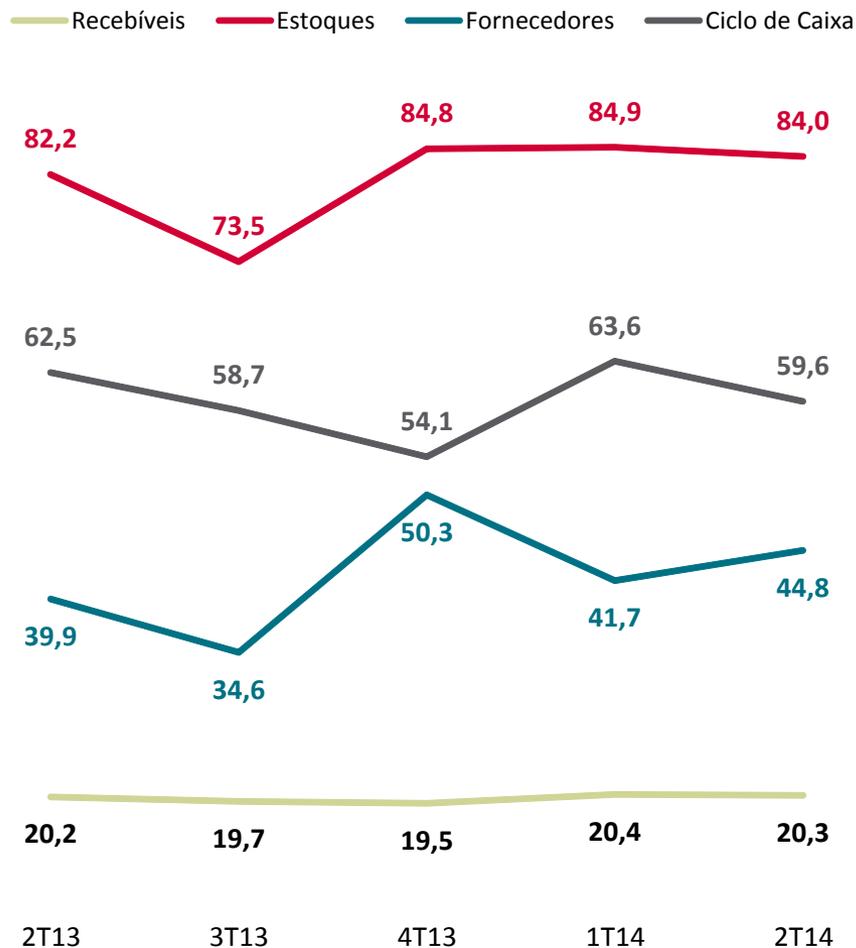
Geração Positiva de Fluxo de Caixa Livre em 2013



Fluxo de Caixa

Fluxo de Caixa	6M14	6M13	2013
<i>(R\$ milhões)</i>			
EBIT Ajustado	131,0	94,6	198,3
Despesas Extraordinárias	(2,9)	(13,8)	(48,5)
Imposto de Renda (34%)	(43,5)	(27,4)	(50,9)
Benefício da Amort. do Ágio	21,4	7,6	22,3
Depreciação	87,7	75,1	158,7
Outros Ajustes	2,3	15,4	24,7
Recursos das Operações	195,9	151,3	304,6
Ciclo de Caixa*	(142,9)	(151,9)	(107,2)
Desconto de Recebíveis	-	(10,9)	-
Outros Ativos (Passivos)	2,2	29,2	84,7
Fluxo de Caixa Operacional	55,3	17,7	282,1
Investimentos	(122,8)	(111,9)	(236,8)
Fluxo de Caixa Livre	(67,5)	(94,2)	45,3
JSCP	(17,0)	(13,0)	(29,3)
Resultado Financeiro	(4,3)	(6,7)	(10,4)
Recompra de Ações	(20,9)	-	-
IR (Benefício fiscal sobre result. fin. e JSCP)	11,3	8,9	16,8
Fluxo de Caixa Total	(98,3)	(105,0)	22,3

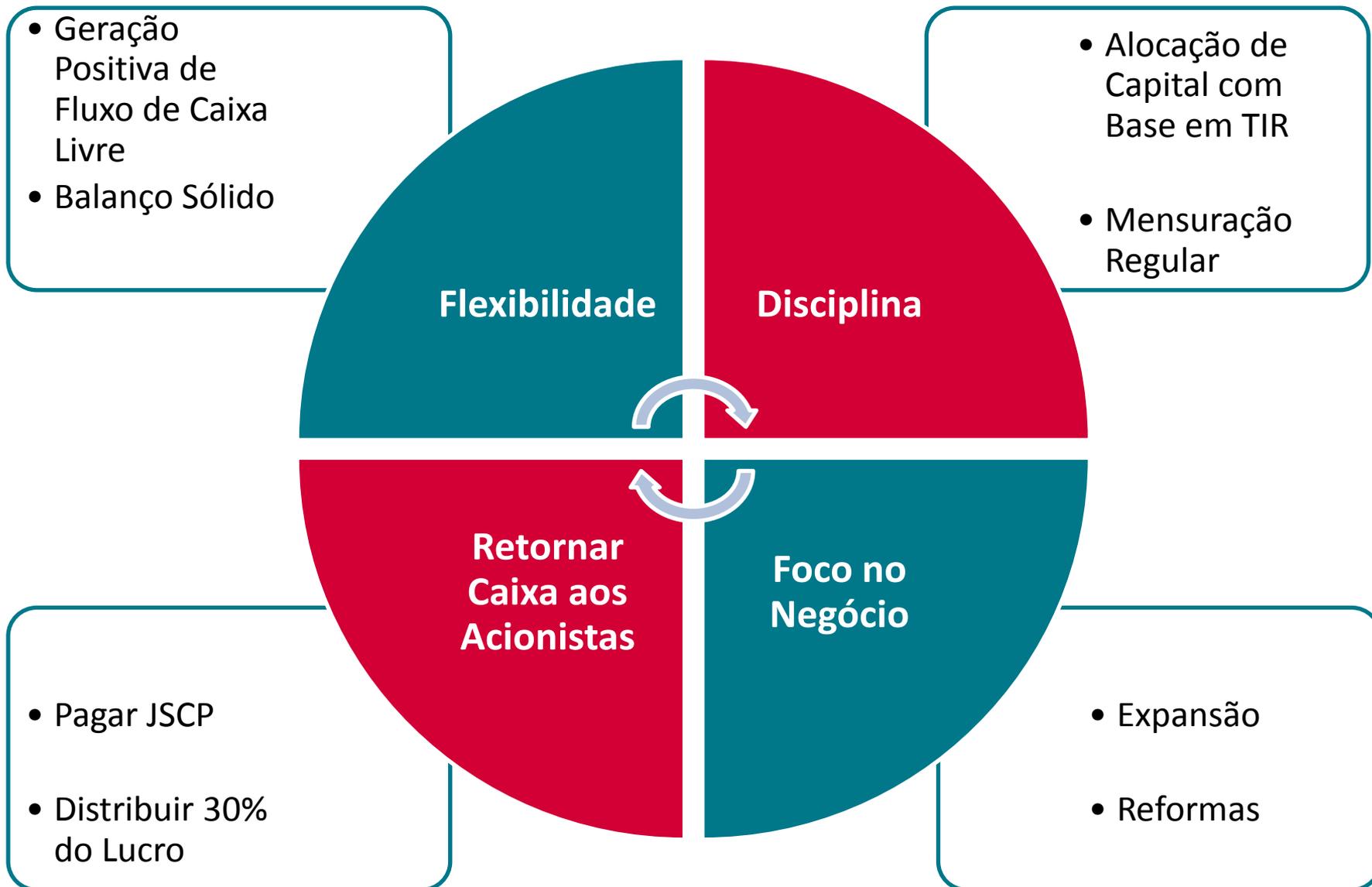
Ciclo de Caixa



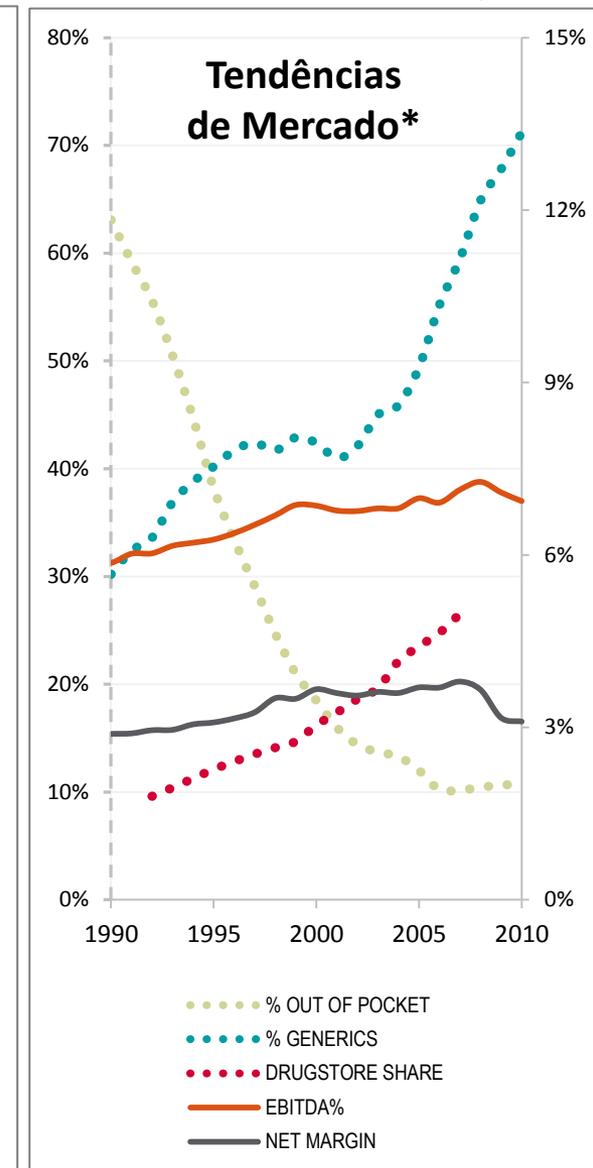
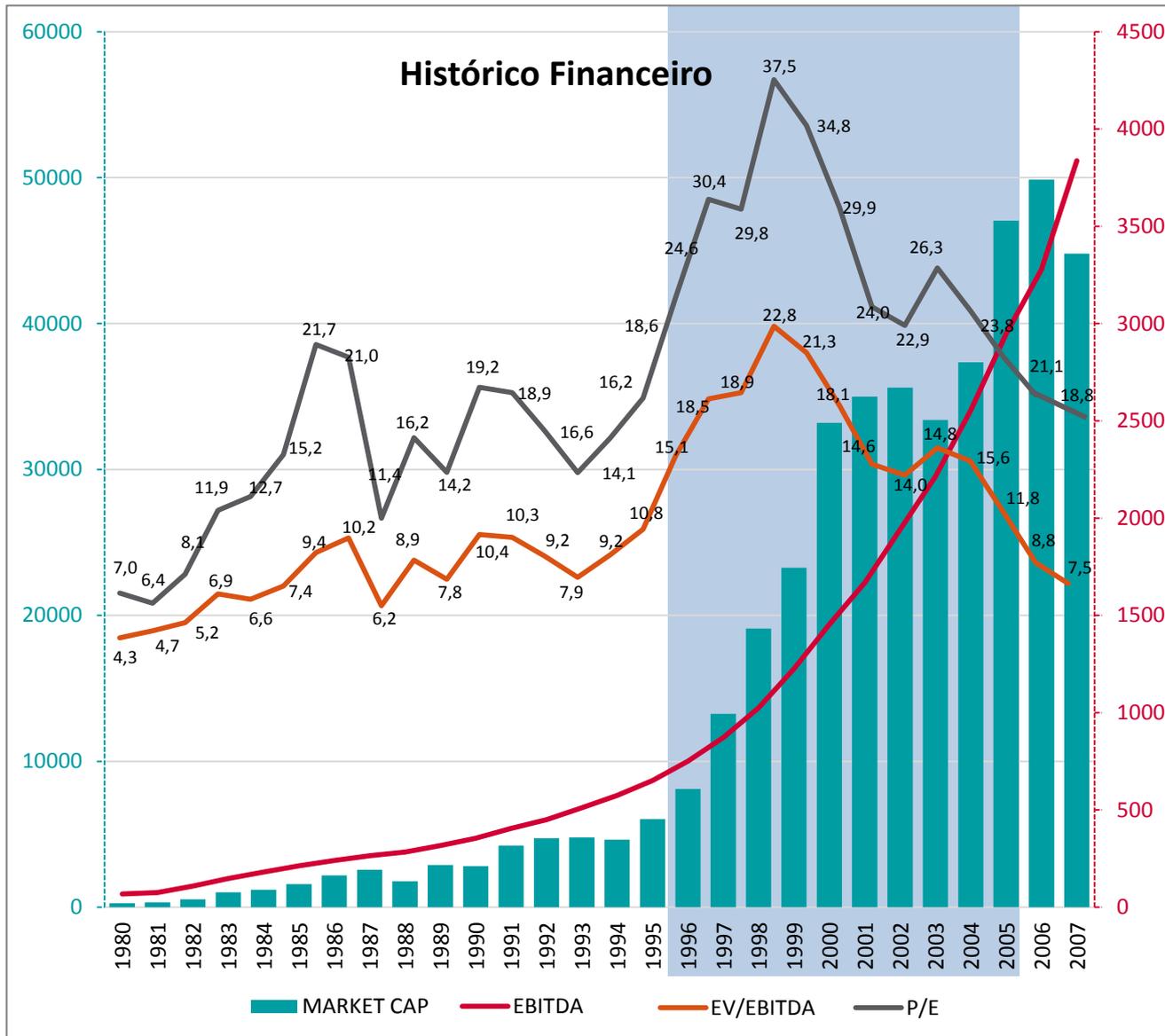
* Ciclo de Caixa inclui a variação de contas a receber, estoques e fornecedores

** Não inclui o fluxo de caixa de financiamentos

* Redução de 8 dias quando ajustado o desconto de recebíveis no 2T13 (0,6 dias) e o ICMS nos estoques no 2T14 (4,5 dias)



Benchmark de longo prazo do Walgreens: EV/EBITDA > 14 e P/E > 24 durante dez anos consecutivos



* Performance financeira do Walgreens em função da elevação de market share e das tendências da indústria (crescimento da participação de genéricos e a substituição do pagamento out of pocket pela entrada de pagadores).



1 Setor de Consumo Defensivo, com Exposição ao Crédito Limitada

2 Mercado com Alto Crescimento, no Processo de Consolidação

3 Ativos e Competências Incomparáveis: Marcas, Pontos, Plataformas, Formatos e Pessoas

4 Histórico Comprovado de Crescimento Orgânico Acelerado com Expansão de Margem