



Apresentação Resultados

4T23

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. 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.

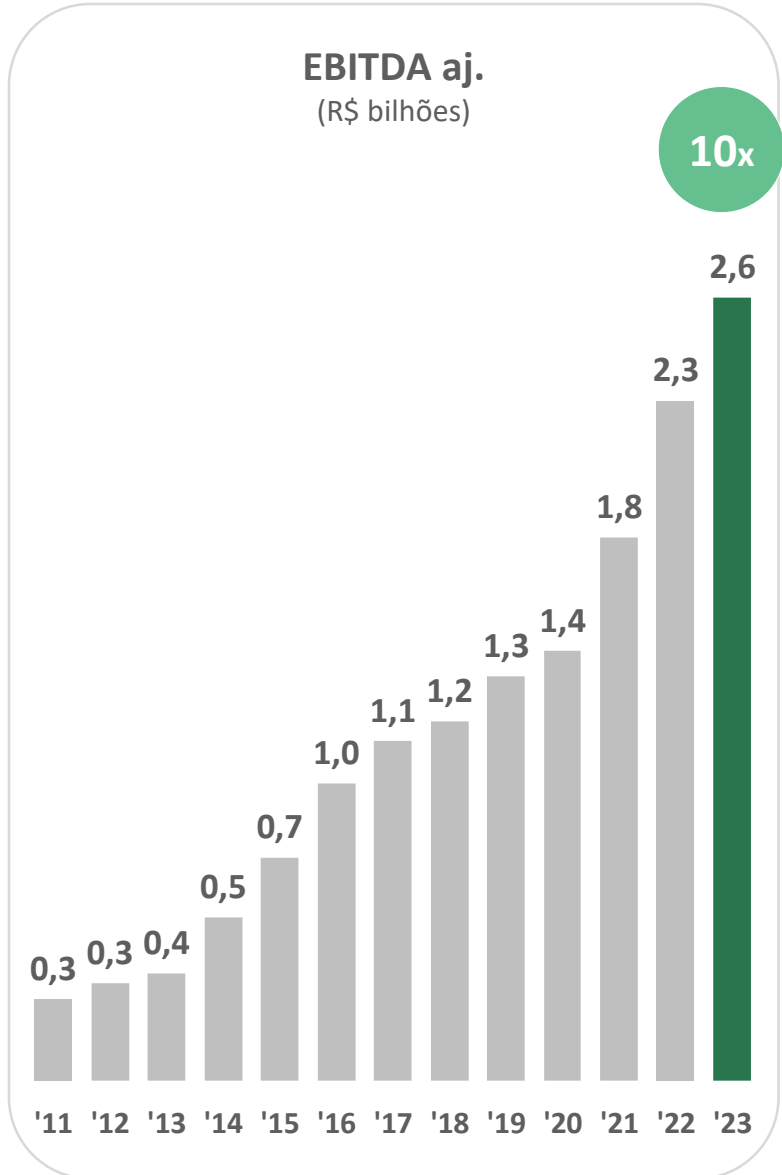
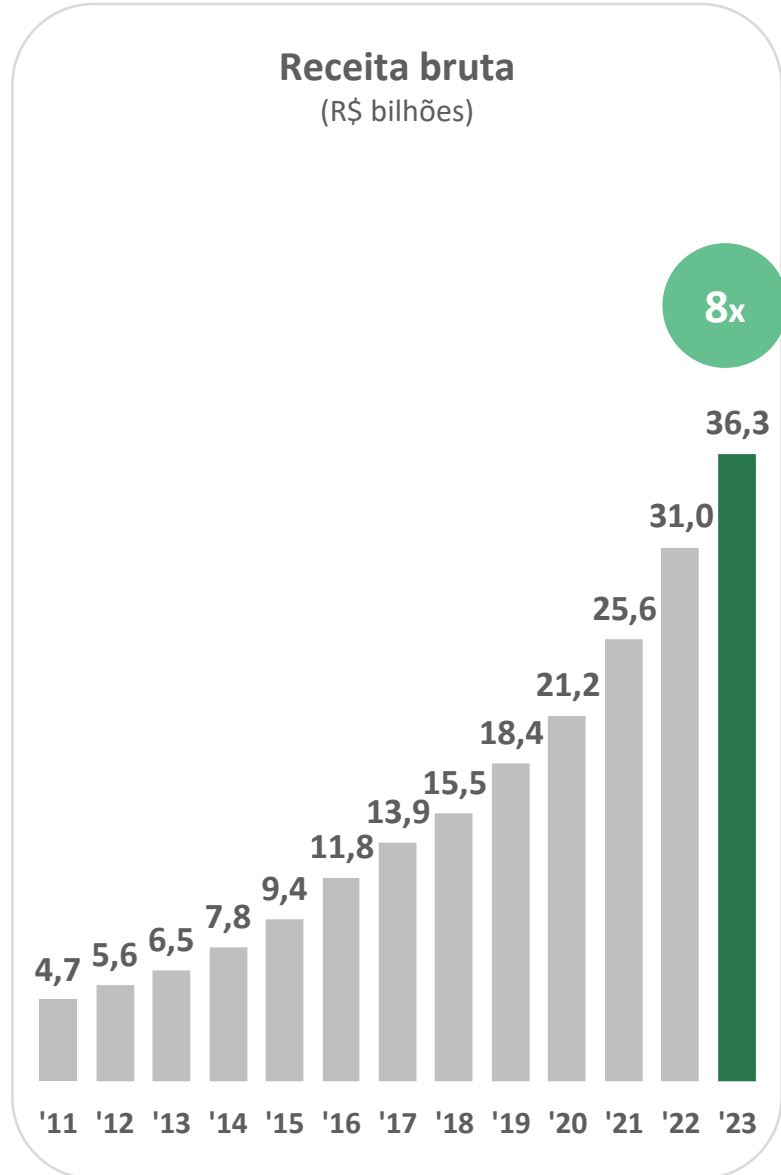
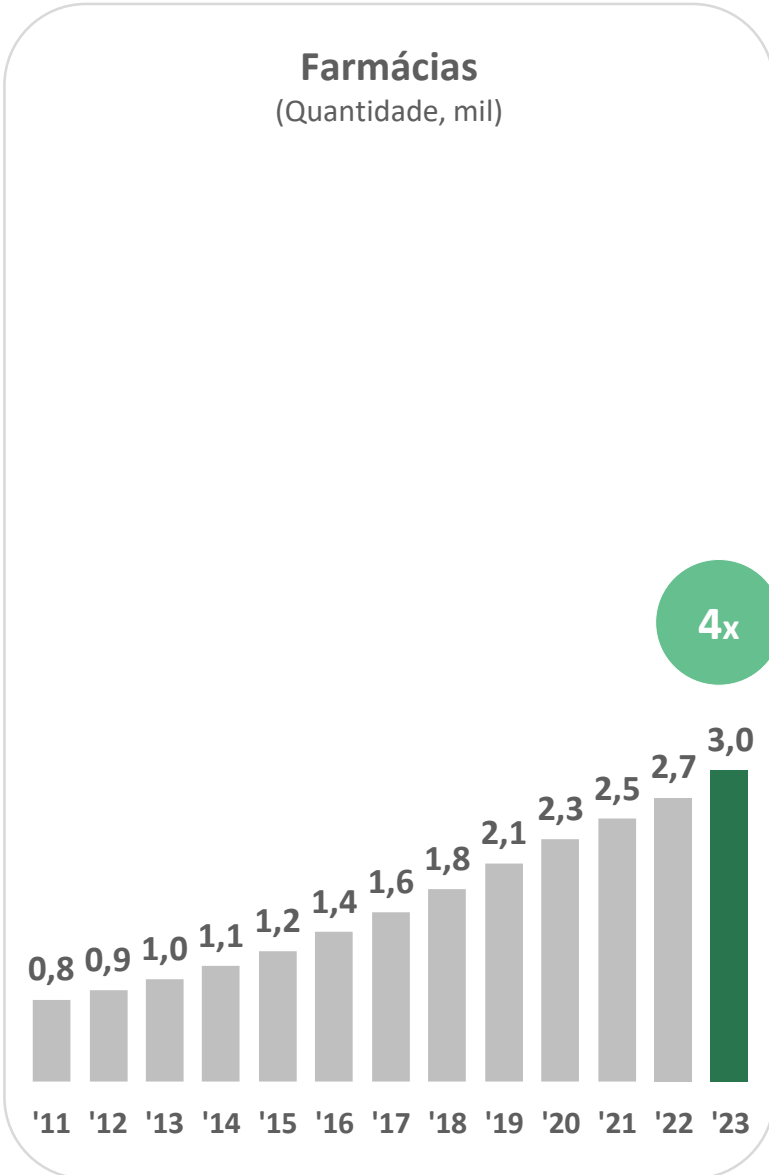
Destaques anuais consolidados ¹

- › **FARMÁCIAS:** 2.953 unidades em operação (270 aberturas e 14 encerramentos);
- › **RECEITA BRUTA:** R\$ 36,3 bilhões, + R\$ 5,4 bilhões, crescimento total de 17,4%, com 8,0% nas lojas maduras;
- › **MARKET SHARE:** 16,1% de participação nacional, aumento de 0,9 pp, com ganhos em todas as regiões;
- › **DIGITAL:** R\$ 5,1 bilhões no ano, crescimento de 57,5% e penetração no varejo de 16,7% no 4T23;
- › **MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO²:** 10,7% da receita bruta, aumento de 16,1%;
- › **EBITDA AJUSTADO:** R\$ 2.603,2 milhões, crescimento de 15,1% e margem de 7,2%;
- › **LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO:** R\$ 1.104,8 milhões, com margem de 3,0% e crescimento de 11,4%;
- › **FLUXO DE CAIXA:** Fluxo de caixa livre de R\$ -41,1 milhões, com R\$ 721,3 milhões de consumo total.

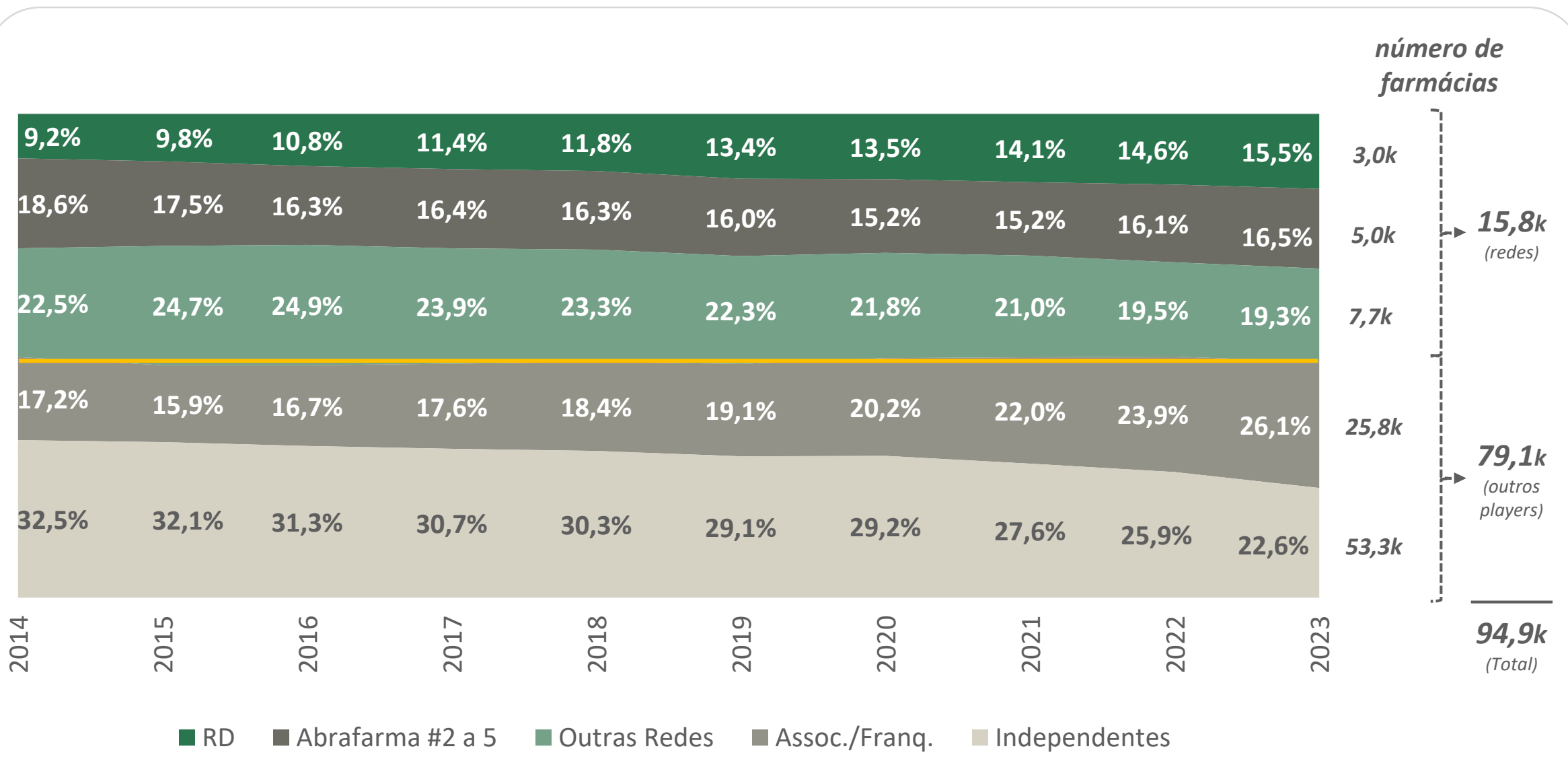
¹ Consideram a norma IAS 17.

² Margem antes das despesas gerais & administrativas (lucro bruto - despesas com vendas).

Desde a fusão, a RD multiplicou o número de Farmácias em 4x, Vendas em 8x e EBITDA em 10x.

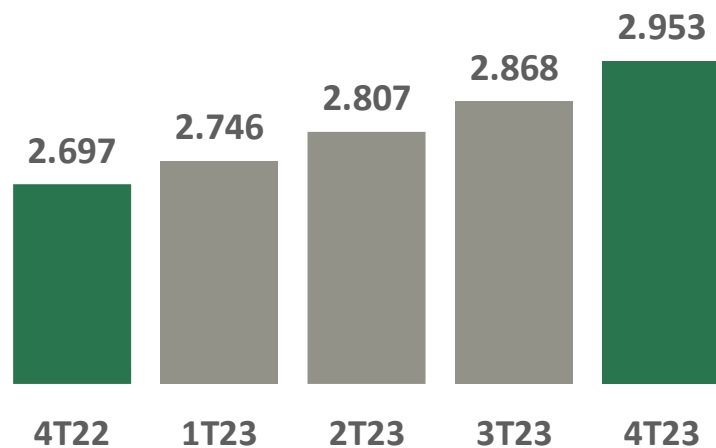


RD vem liderando o mercado organizado, superando nossos pares da ABRAFARMA e redes menores, enquanto a participação de independentes e associações se mantem.



Chegamos a 2.953 farmácias, com 270 aberturas no ano (+10,0% da base de lojas) e 14 fechamentos (-0,5% da base). Guidance de 280 a 300 aberturas brutas por ano em 2024 e 2025.

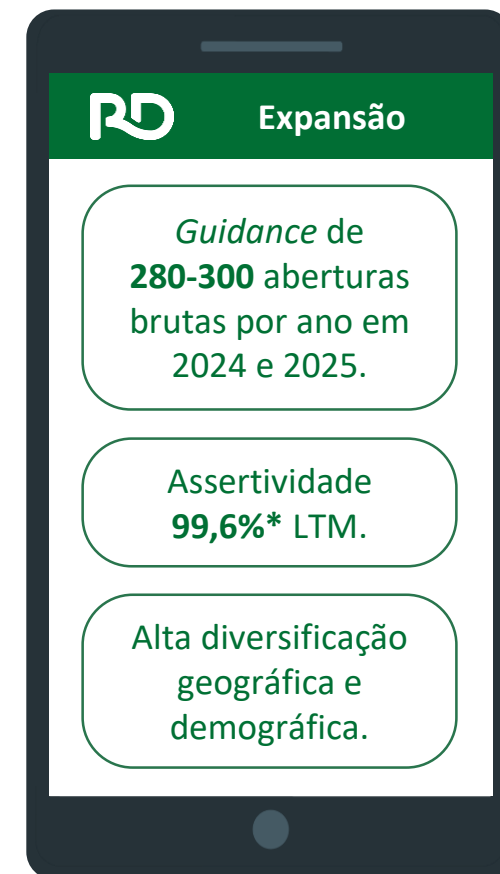
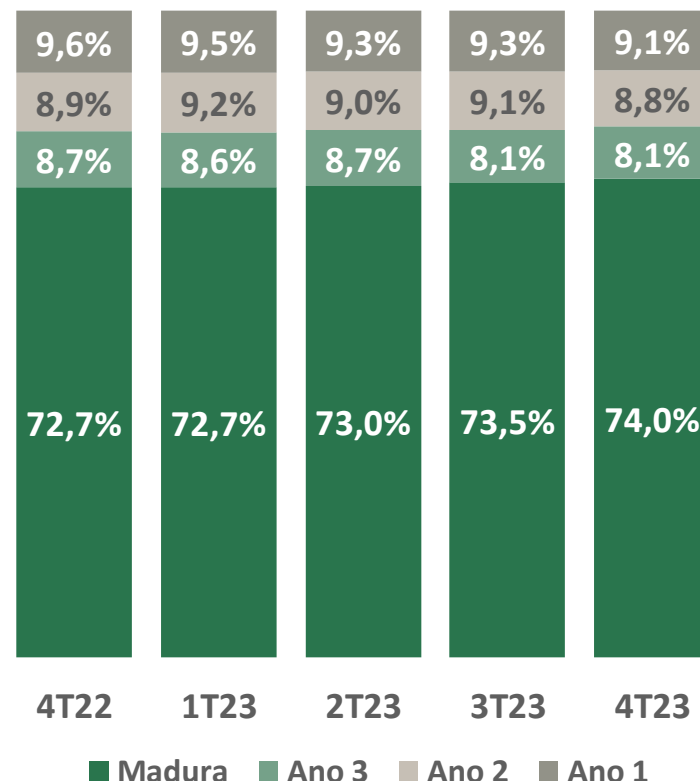
Número de farmácias



	4T22	1T23	2T23	3T23	4T23	LTM
Aberturas brutas	+86	+55	+64	+64	+87	+270
Fechamentos	-9	-6	-3	-3	-2	-14
Maturação	-	-1	-	-	-	-1
Maduras	-9	-5	-3	-3	-2	-13
Aberturas líquidas	+77	+49	+61	+61	+85	+256

Portfólio de farmácias

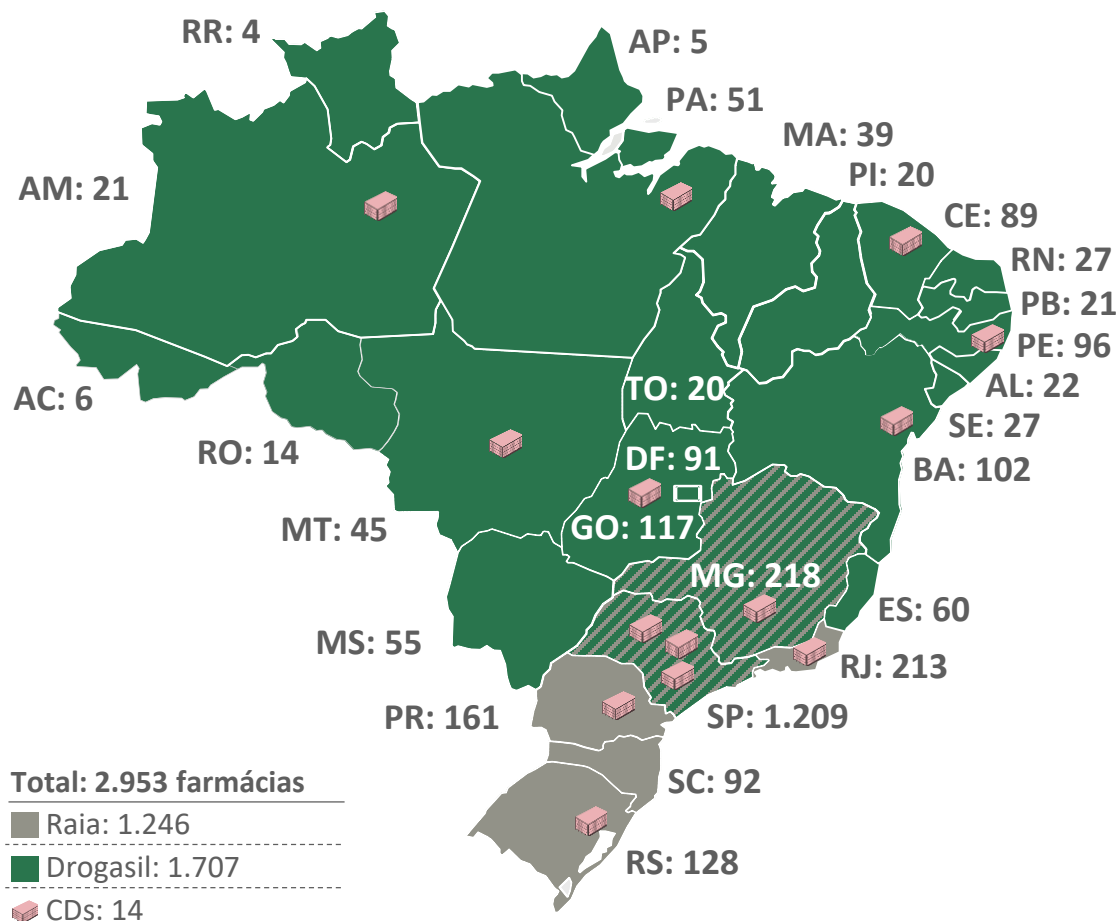
Distribuição etária



* Considera o % de filiais encerradas ainda em maturação, que correspondem a erros de abertura, sobre o total de lojas abertas nos últimos 12 meses.

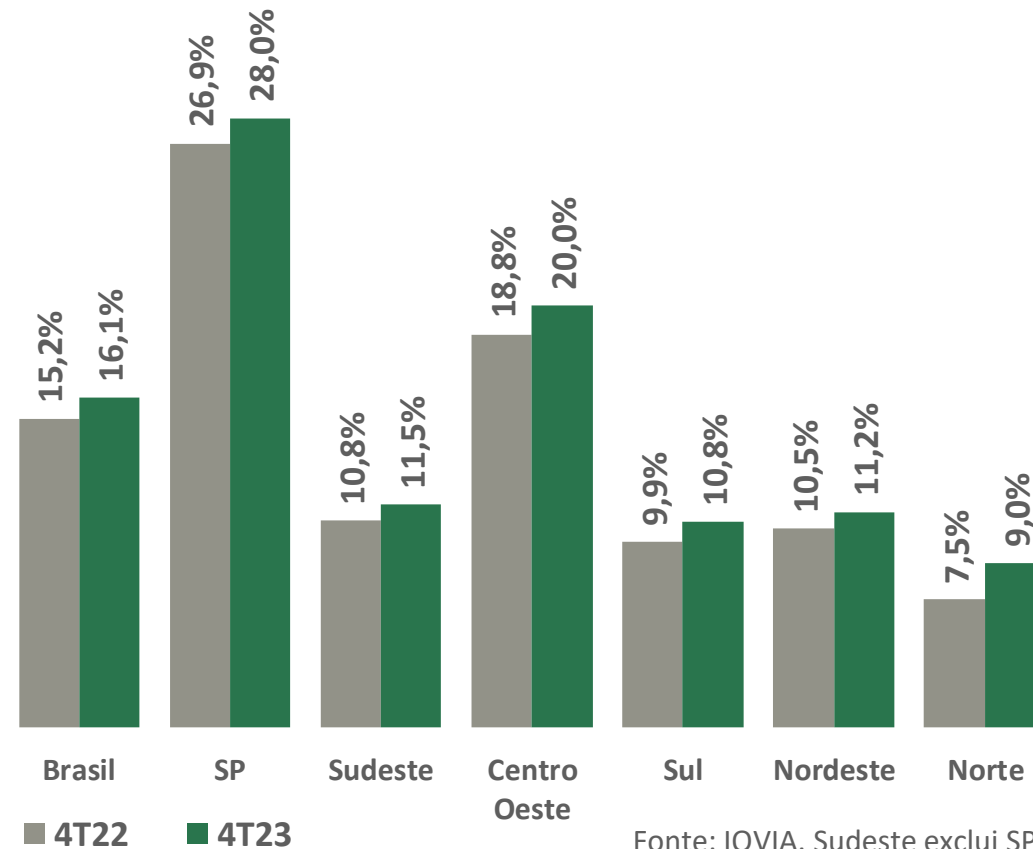
Estamos presentes em todos os estados do País, com *market share* nacional de 16,1%, um incremento de 0,9 pp com ganhos relevantes em todas as regiões. Abertura de 3 novos CDs em 2023.

Presença geográfica



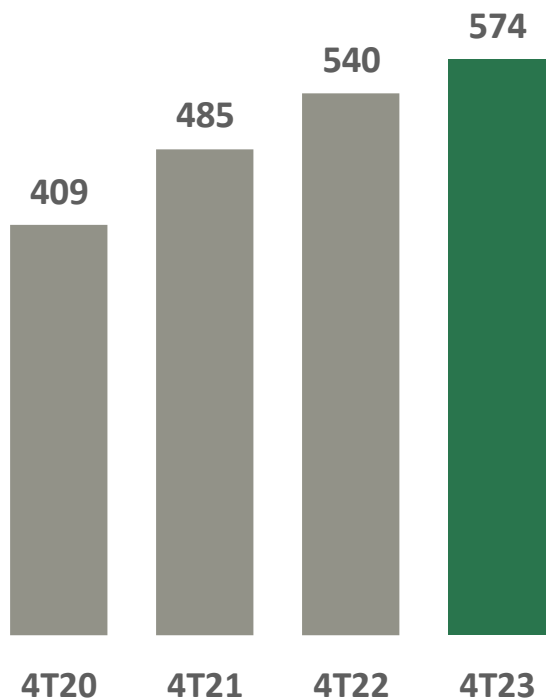
Participação de mercado

Participação trimestral no varejo a preço fábrica (sell-out + sell-in)

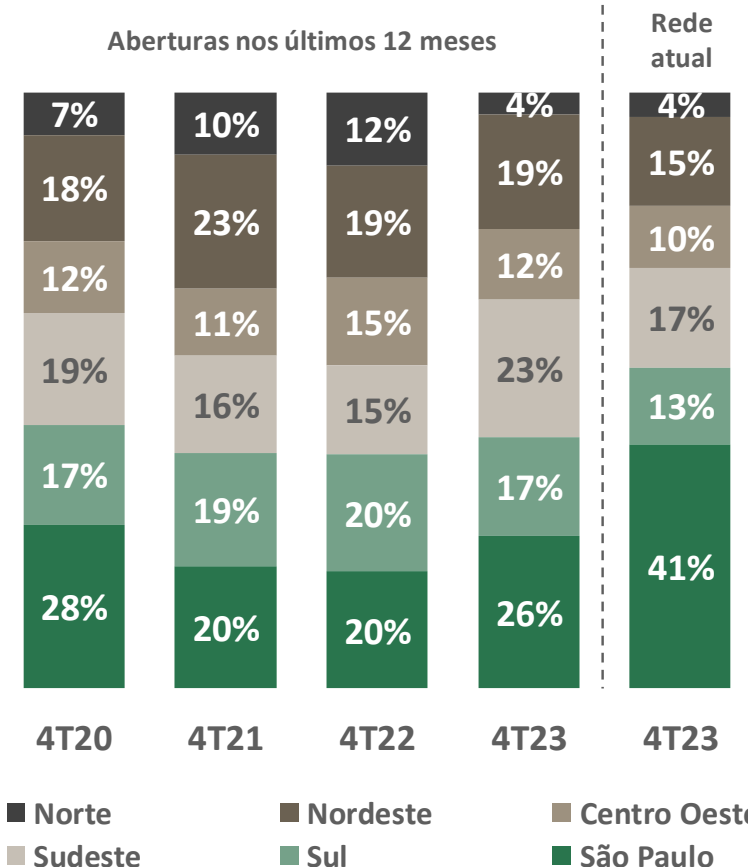


Expandimos a rede para 574 cidades e seguimos diversificando nossa presença geográfica e demográfica, com 80% das aberturas LTM e 60% do total de lojas nos formatos Popular ou Híbrido.

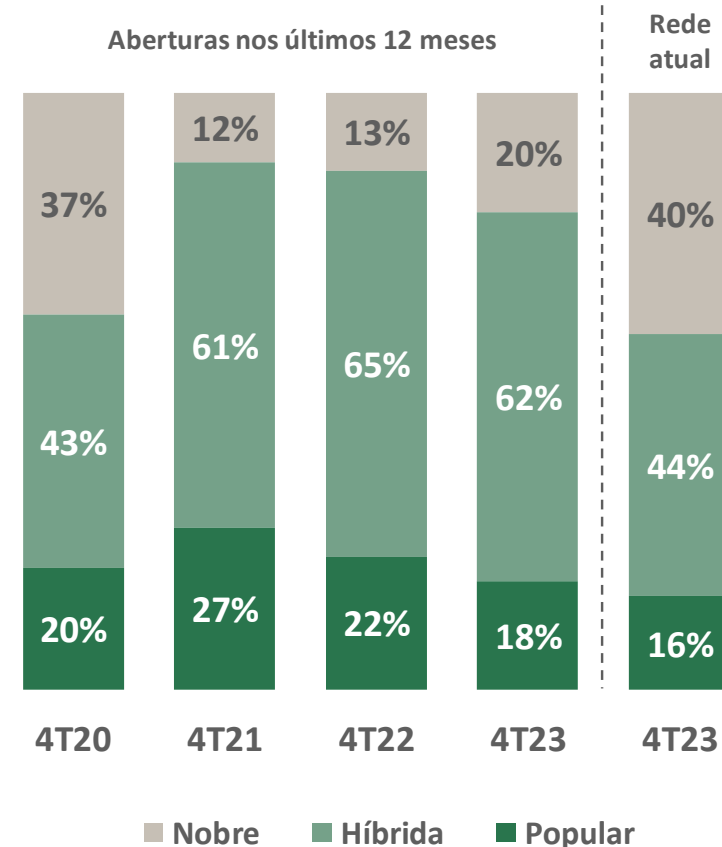
Qtd. de municípios com farmácia



Farmácias por região



Farmácias por perfil

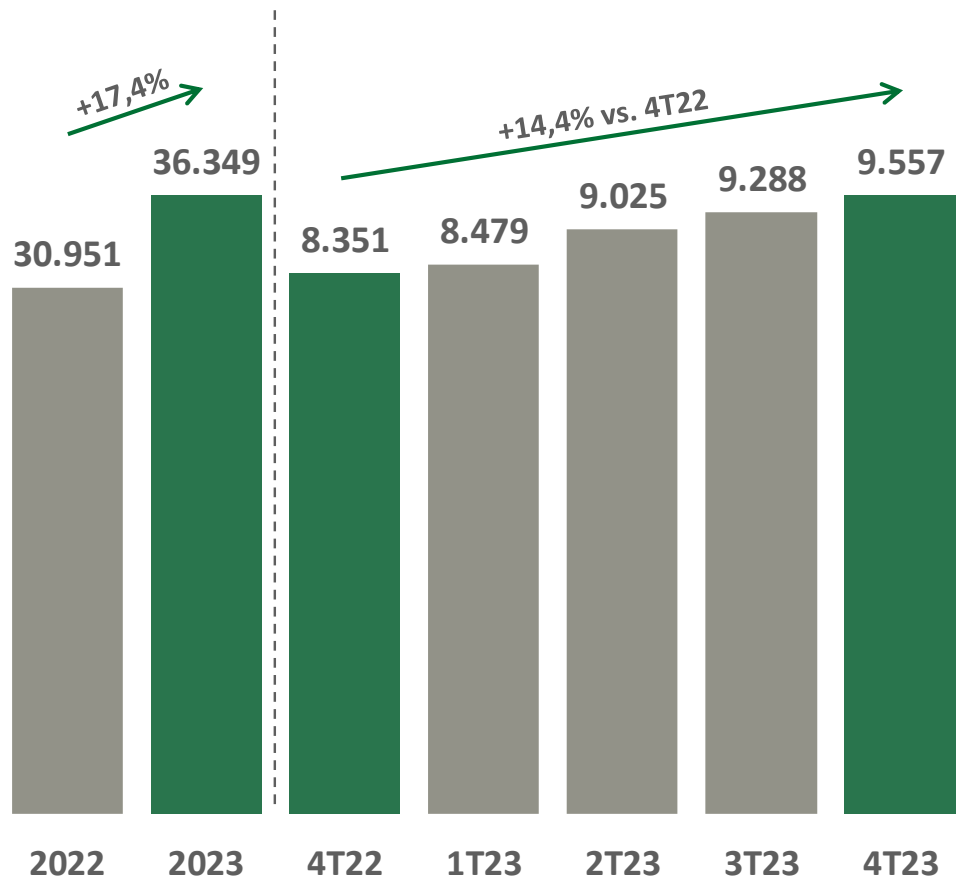


Presença em 307 das 319 cidades brasileiras com mais de 100 mil habitantes
(inclui as farmácias tanto em operação como em processo de abertura)

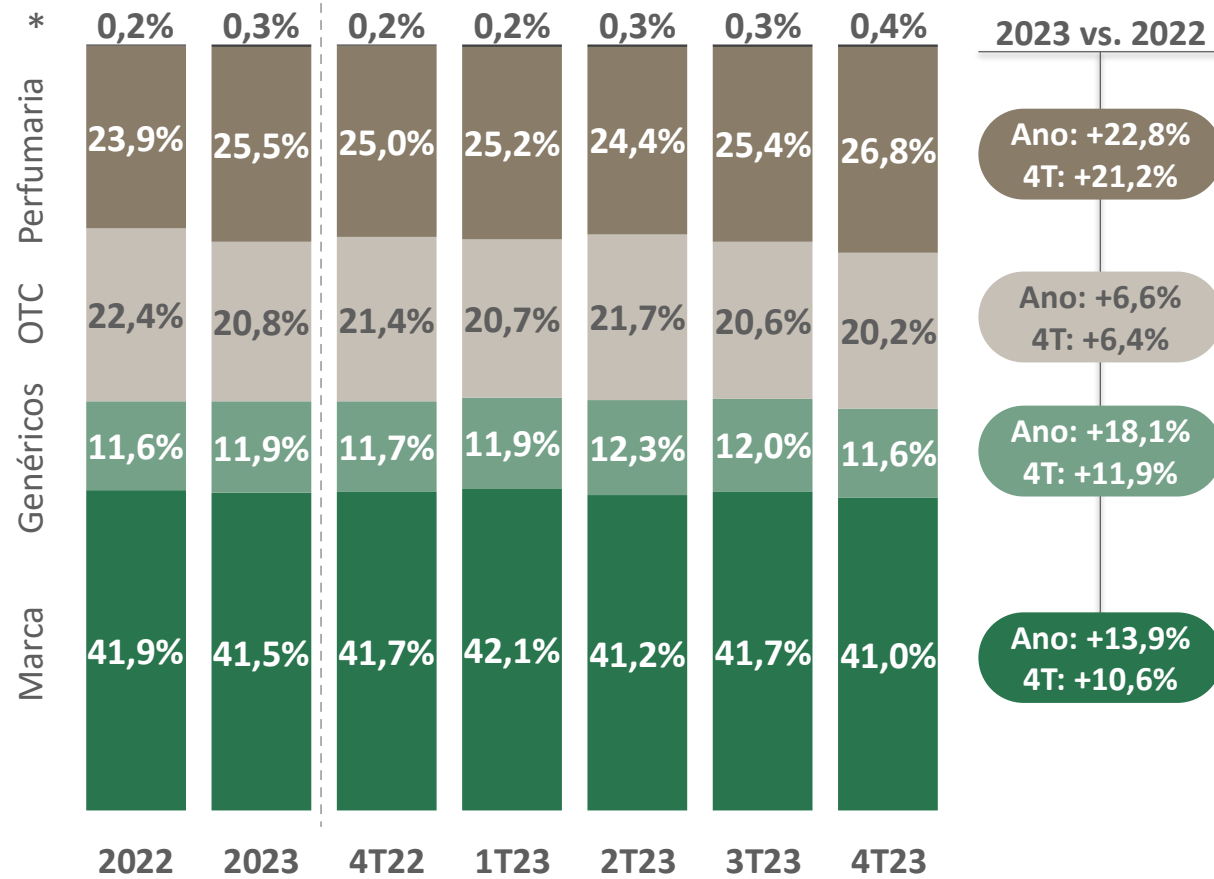
Receita cresceu 17,4%, impulsionada pela digitalização e 4Bio (impacto de +2,2 pp). Perfumaria e Genéricos foram destaque, com menor mix de OTC pelo controle da pandemia.

Receita bruta consolidada

R\$ milhões



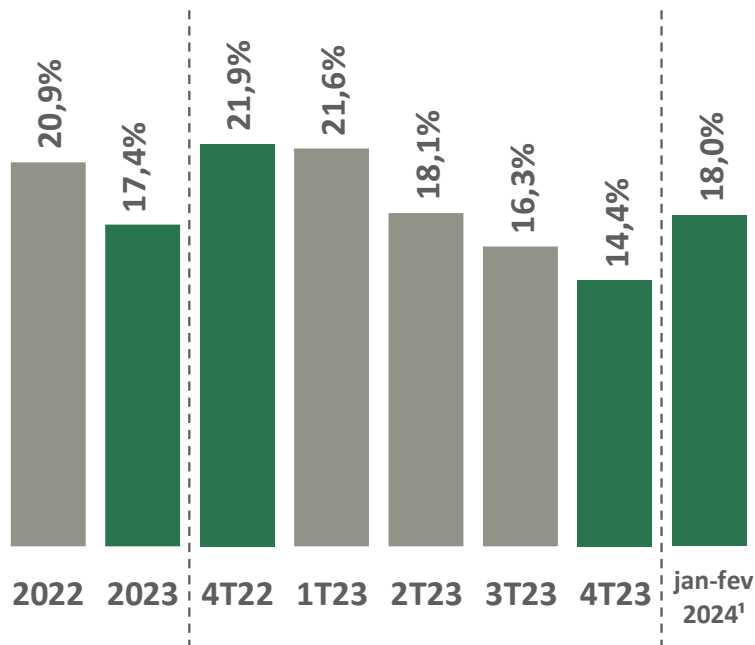
Mix de vendas do varejo



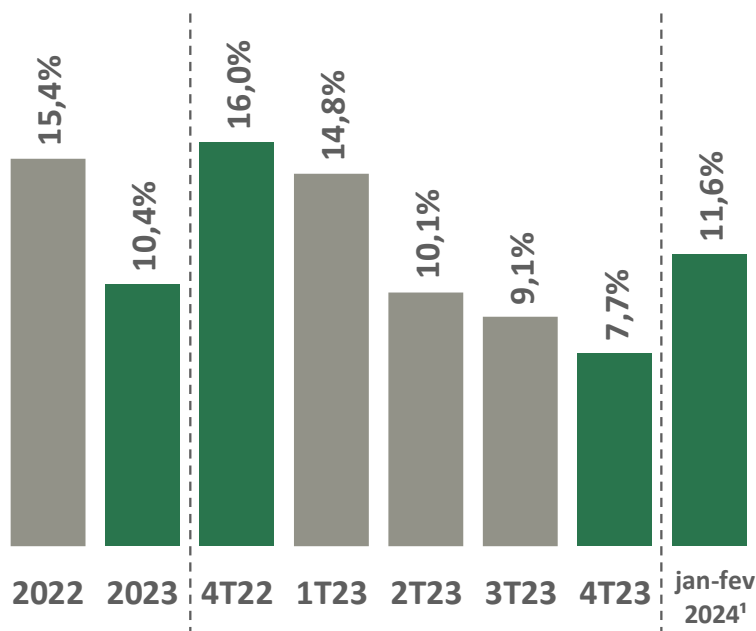
* Serviços.

Crescimento nas lojas maduras de 8,0% em 2023 (3,4 pp acima do IPCA). Desaceleração para 5,1% no 4T23 e retomada para 9,1% em jan-fev/24¹ (efeito calendário de +1,9 pp pelo ano bissexto).

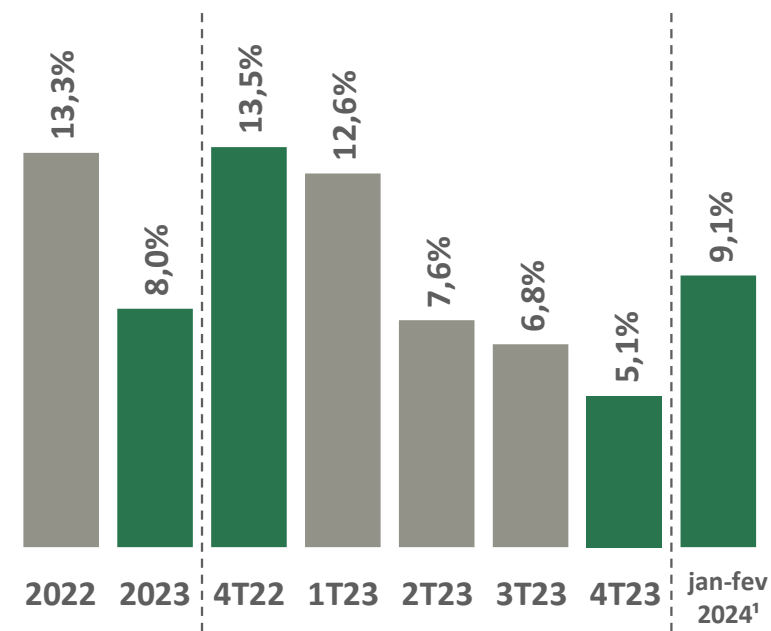
Crescimento da venda consolidada



Cresc. das mesmas lojas - Varejo



Cresc. das lojas maduras - Varejo

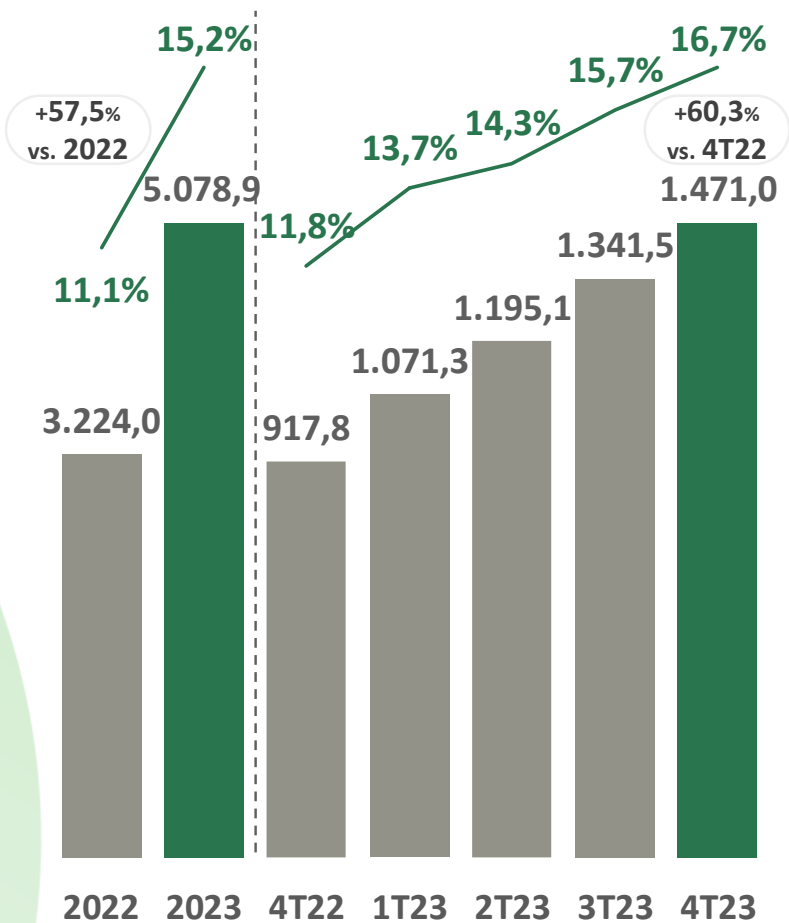


¹ Dados preliminares gerenciais, não auditados.

Venda digital de R\$ 5,1 bi em 2023, 57,5% de crescimento, com 16,7% de penetração no 4T23. Foco em canais proprietários e *mobile*, com 92% das vendas atendidas em até 60 min.

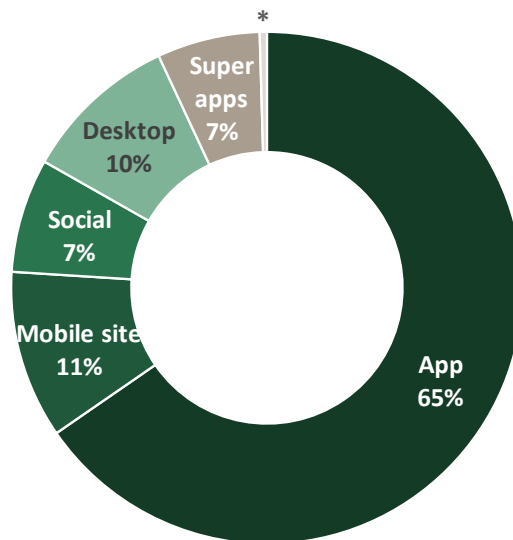
Canais digitais: venda e penetração

R\$ milhões, % da receita bruta do varejo



Mix de canais digitais

% da receita digital

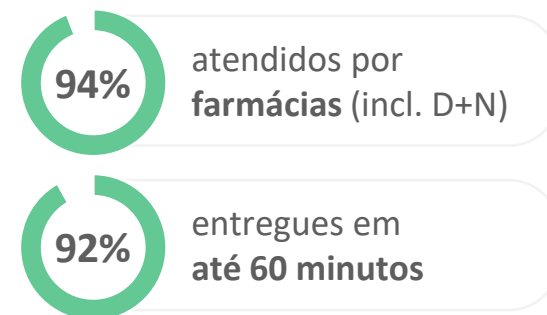
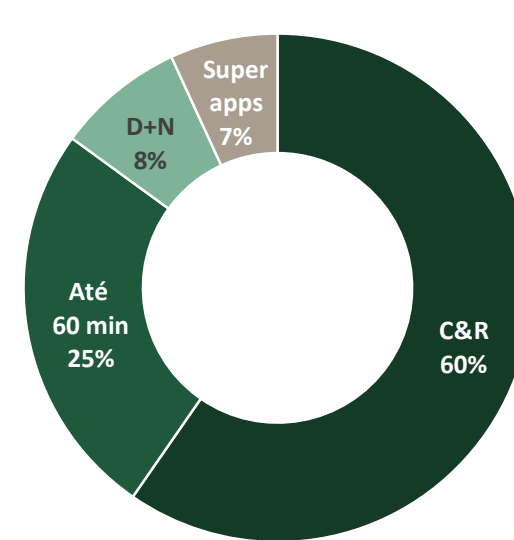


* Call Center representa < 1% do mix.

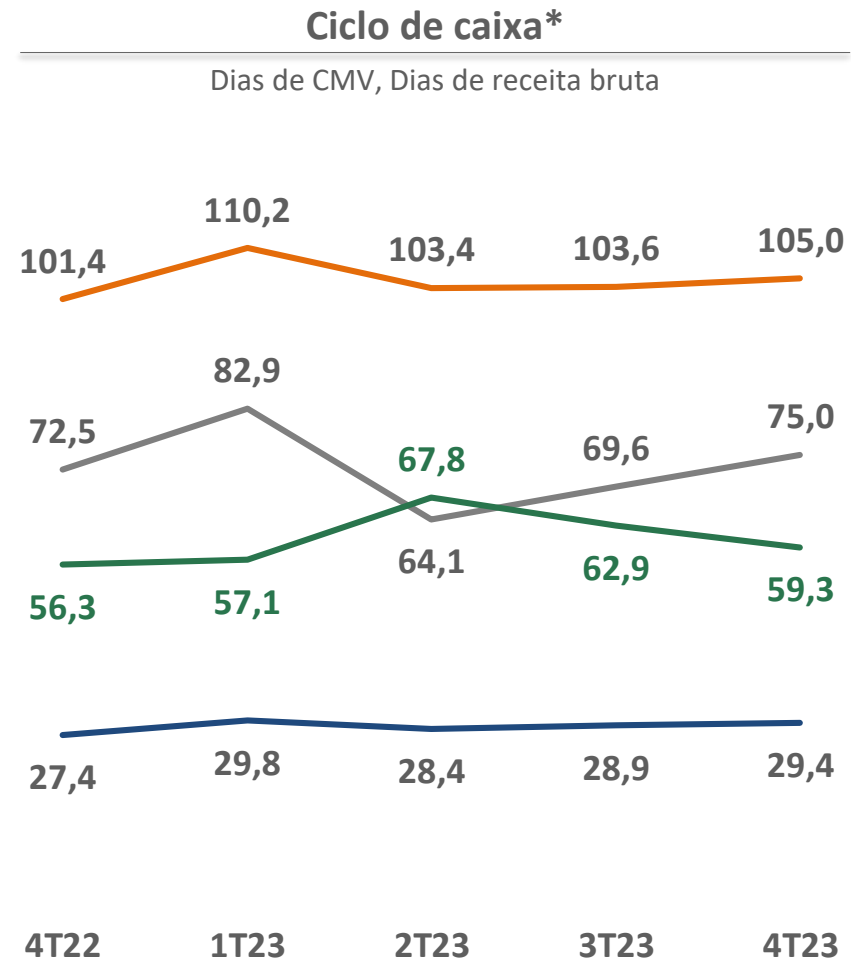
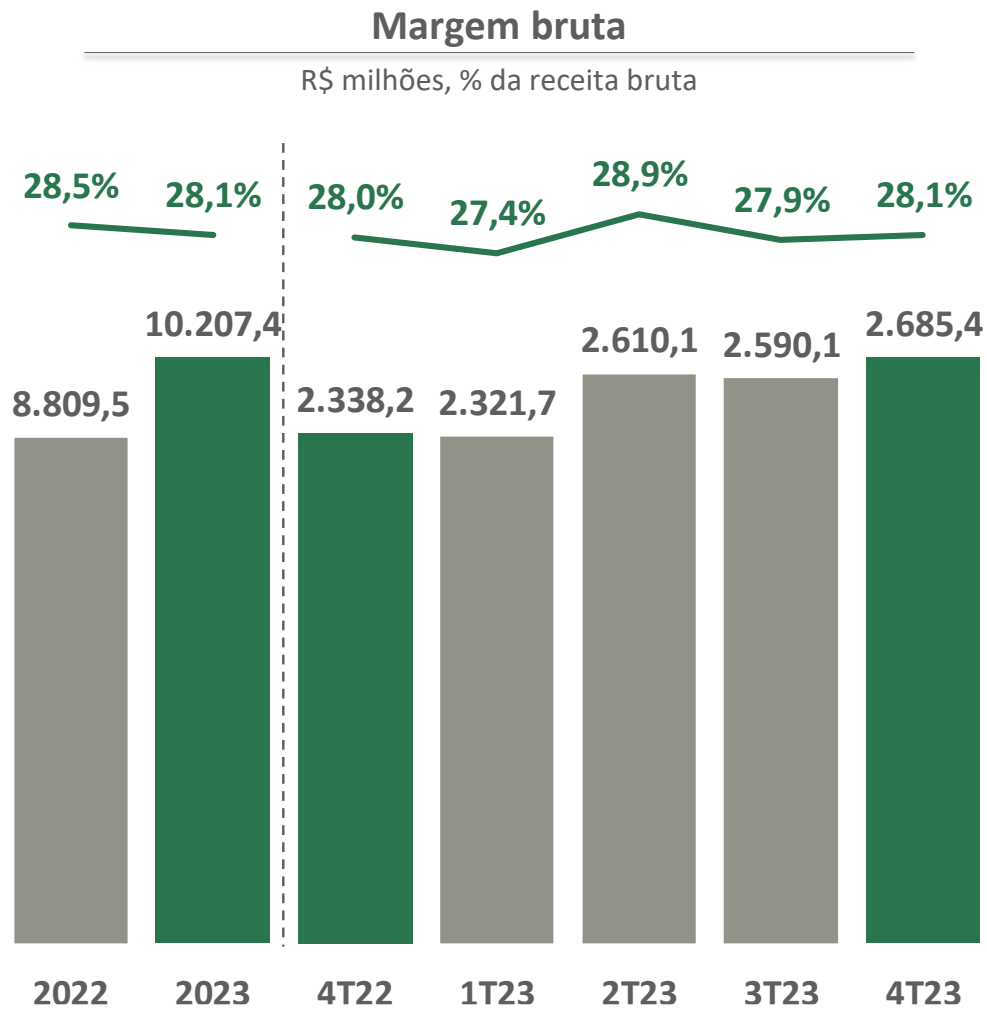


Mix das entregas

% da receita digital



Margem bruta de 28,1% no ano impactada pela menor pré-alta (-0,2 pp) e pressão de mix e DIFAL pela 4Bio (-0,6 pp). Ganho de margem bruta estrutural de +0,4 pp. Ciclo de caixa de 59,3 dias.



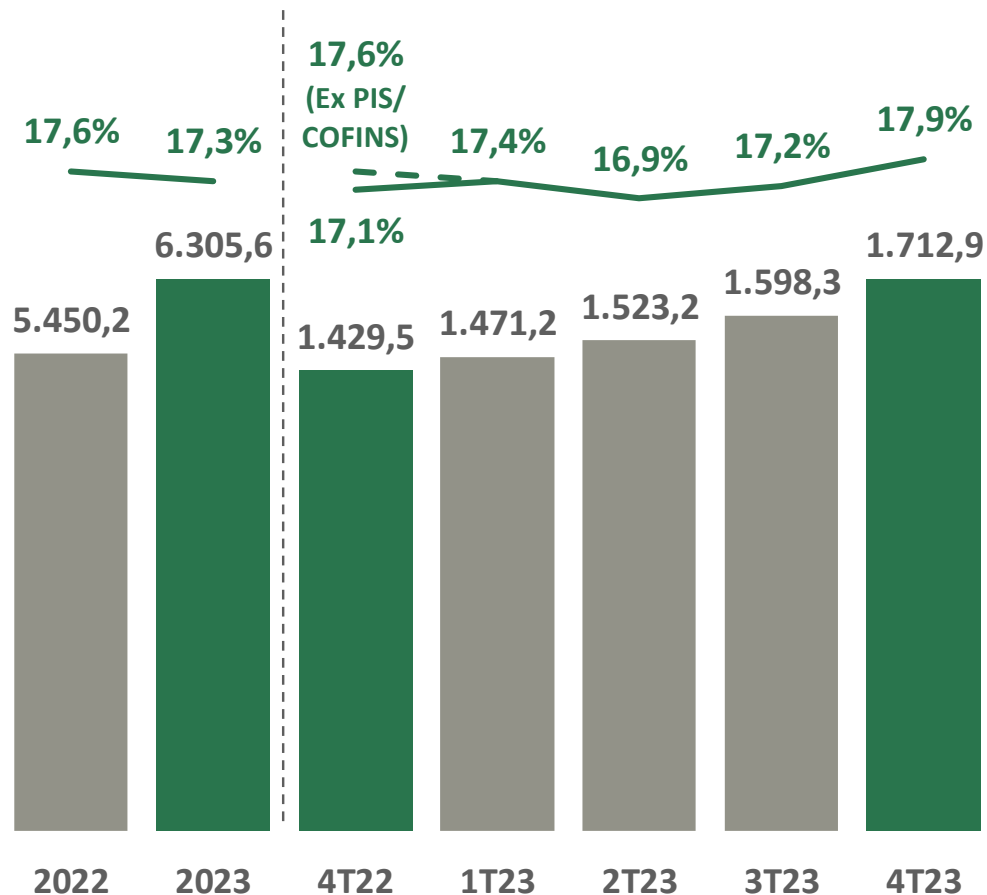
— Recebíveis — Estoques — Fornecedores — Ciclo de Caixa

* Ajustado para recebíveis descontados e antecipações a fornecedores.

Diluição de Despesas com vendas em 0,3 pp. Pressão normalizada de 0,3 pp no 4T23 pelo menor crescimento. Margem de contribuição pressionada pela menor pré-alta e pela 4Bio.

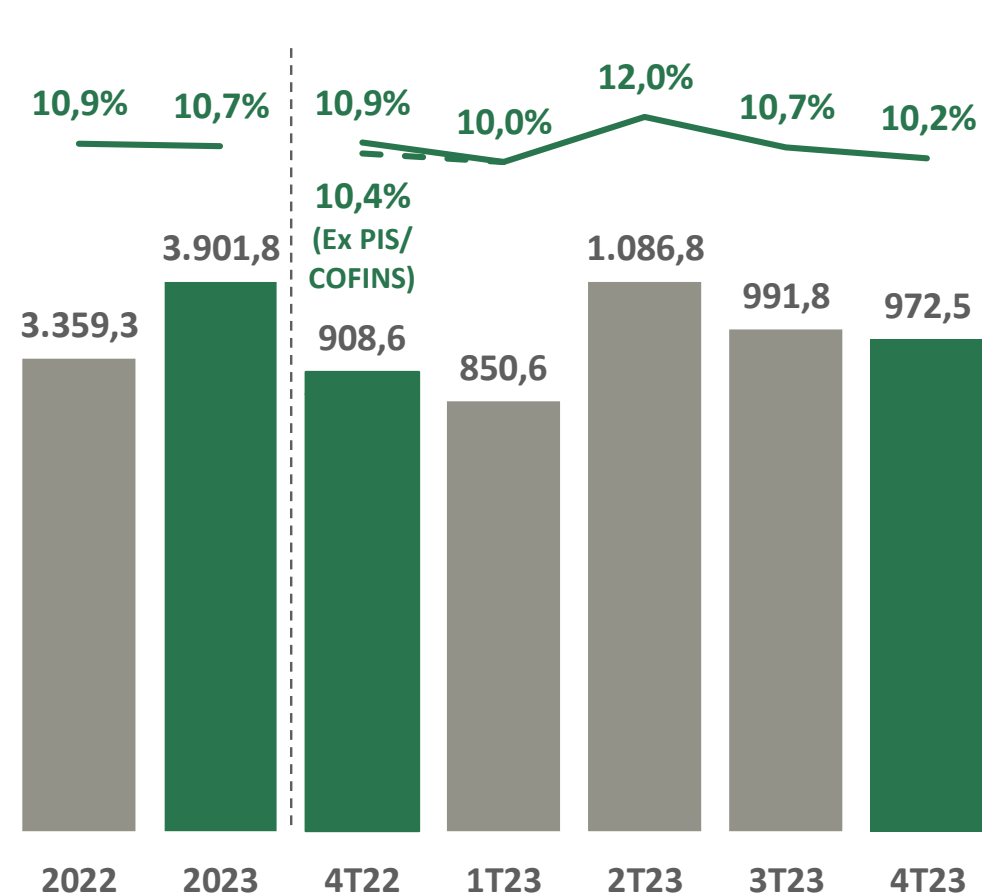
Despesas com vendas

R\$ milhões, % da receita bruta



Margem de contribuição

R\$ milhões, % da receita bruta

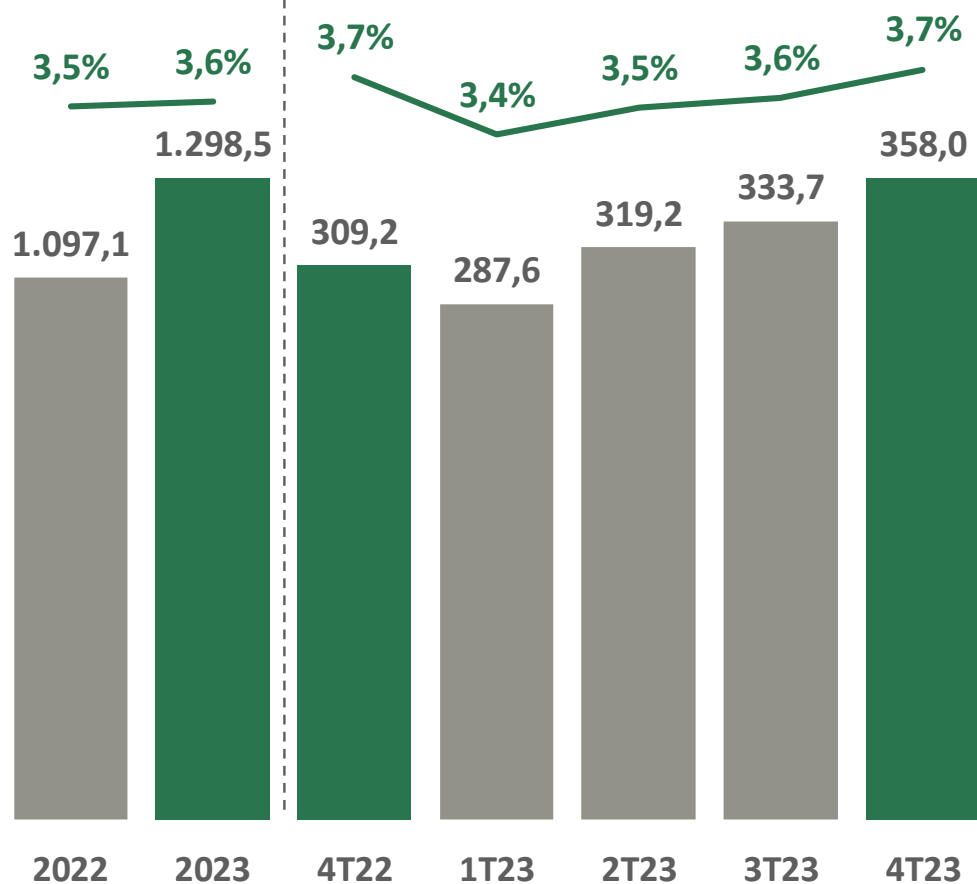


--- Efeito PIS/COFINS sobre insumos referentes aos primeiros 9 meses de 2022, contabilizados no 4T22.

EBITDA ajustado de R\$ 2,6 bi no ano (+15,1%) com G&A e margem estáveis apesar das pressões pela menor pré-alta e 4Bio. Pressão normalizada de 0,3 pp em 4T23 pelo menor crescimento.

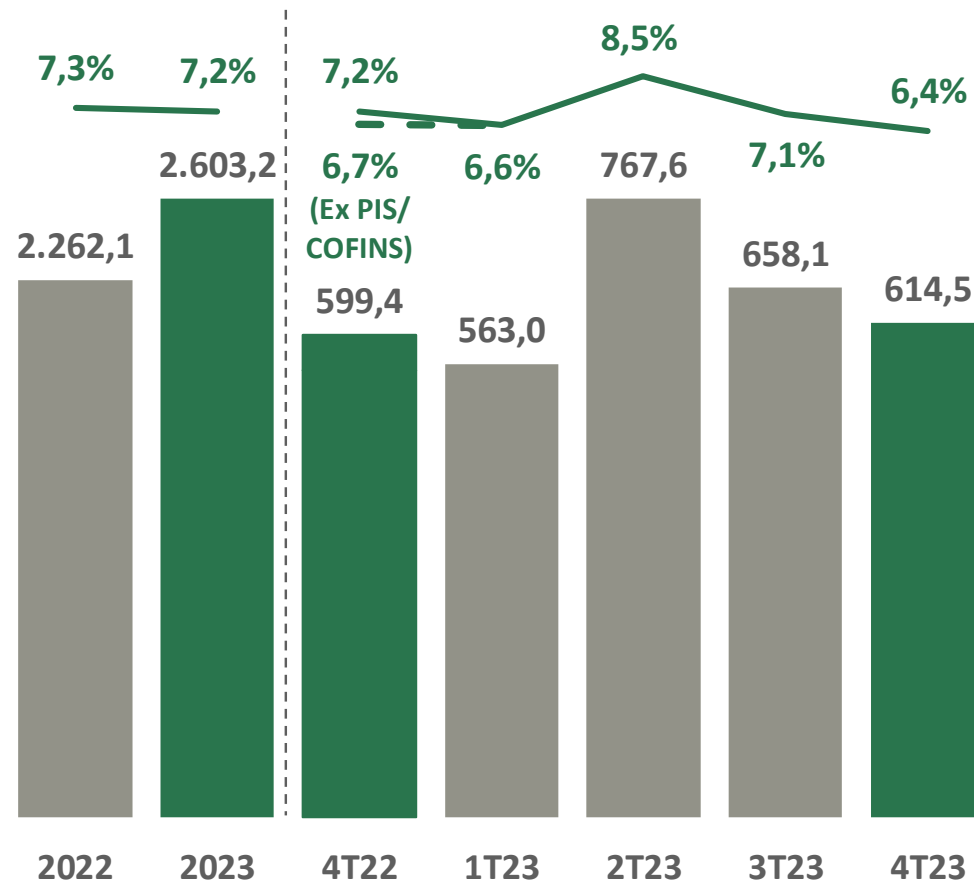
Despesas gerais & administrativas

R\$ milhões, % da receita bruta



EBITDA ajustado

R\$ milhões, % da receita bruta

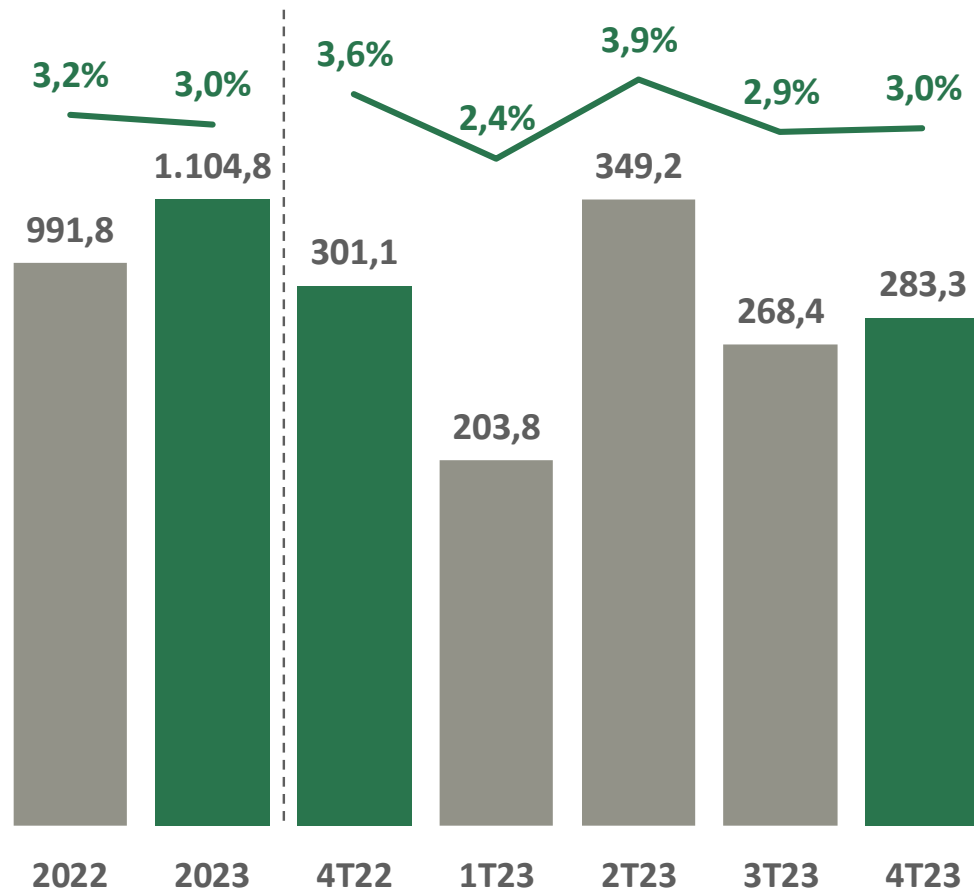


--- Efeito PIS/COFINS sobre insumos referentes aos primeiros 9 meses de 2022, contabilizados no 4T22.

Lucro líquido de R\$ 1,1 bi, crescimento de 11,4% e margem de 3,0%. Ganhos não recorrentes de R\$ 69,7 MM, com perda pelo DIFAL na 4Bio de R\$ 61,0 MM compensada por outros ganhos.

Lucro líquido ajustado

R\$ milhões, % da receita bruta



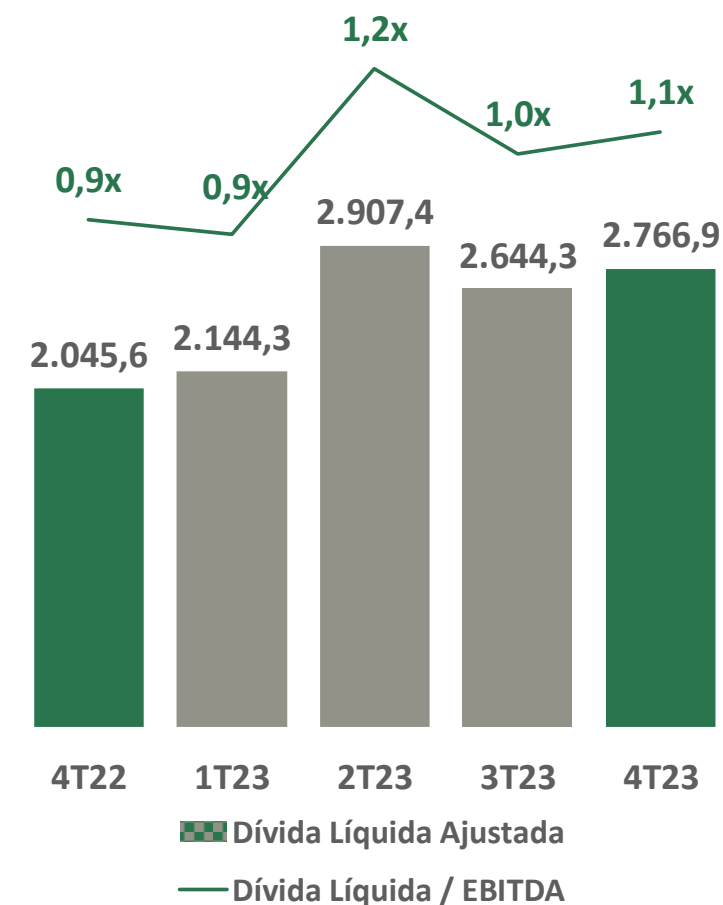
Reconciliação do EBITDA - R\$ milhões	1T23	2T23	3T23	4T23	2023
Lucro líquido	206,4	363,2	296,6	284,7	1.150,8
Imposto de renda	9,8	83,6	48,3	19,7	161,4
Equivalência patrimonial	2,4	0,8	1,9	5,5	10,6
Resultado financeiro	159,7	146,5	149,7	94,5	550,5
EBIT	378,4	594,1	496,4	404,4	1.873,3
Depreciação e amortização	188,6	194,6	204,3	212,2	799,7
EBITDA	567,0	788,7	700,7	616,6	2.673,0
Efeitos trib. de anos anteriores e outros não recorrentes	(6,2)	(21,3)	(49,5)	(46,2)	(123,3)
Baixa de ativos	0,9	(2,6)	1,1	38,6	38,0
Investimento social e doações	1,3	2,8	2,1	3,5	9,8
Outras não recorrentes	-	-	3,7	2,2	5,8
Total de despesas não recorrentes/não operacionais	(4,0)	(21,1)	(42,6)	(2,0)	(69,7)
EBITDA ajustado	563,0	767,6	658,1	614,5	2.603,2

Fluxo de caixa livre de R\$ -41,1 MM, com R\$ 721,3 MM de consumo total. Índice de alavancagem financeira de 1,1x ao fim do período.

Fluxo de caixa (R\$ milhões)	2023	2022	4T23	4T22
EBIT ajustado	1.803,6	1.561,1	402,3	414,8
Ajuste a valor presente (AVP)	(185,9)	(132,6)	(49,1)	(46,7)
Despesas não recorrentes	69,7	56,6	2,0	(35,0)
Imposto de renda (34%)	(573,7)	(504,9)	(120,8)	(113,3)
Depreciação	797,7	700,2	209,5	183,8
Outros ajustes	381,4	124,8	421,0	4,3
Recursos das operações	2.292,7	1.805,1	865,0	407,9
Ciclo de caixa*	(1.019,5)	(898,1)	(54,8)	93,3
Outros ativos (passivos)**	(79,9)	105,7	(292,2)	25,9
Fluxo de caixa operacional	1.193,3	1.012,8	518,0	527,1
Investimentos	(1.234,4)	(1.020,6)	(367,0)	(321,1)
Fluxo de caixa livre	(41,1)	(7,8)	150,9	206,0
Aquisições e investimentos em coligadas	(72,7)	(209,0)	(31,4)	(90,6)
JSCP e dividendos	(465,9)	(324,1)	(239,1)	(227,8)
IR pago sobre JSCP	(27,9)	(30,7)	-	(11,0)
Resultado financeiro***	(358,0)	(283,6)	(49,6)	(68,9)
IR (Benef. fiscal s/ result. fin., JSCP e div.)	244,2	202,5	46,5	54,0
Fluxo de caixa total	(721,3)	(652,7)	(122,7)	(138,3)

Dívida líquida e alavancagem financeira

R\$ milhões, razão sobre EBITDA ajustado LTM



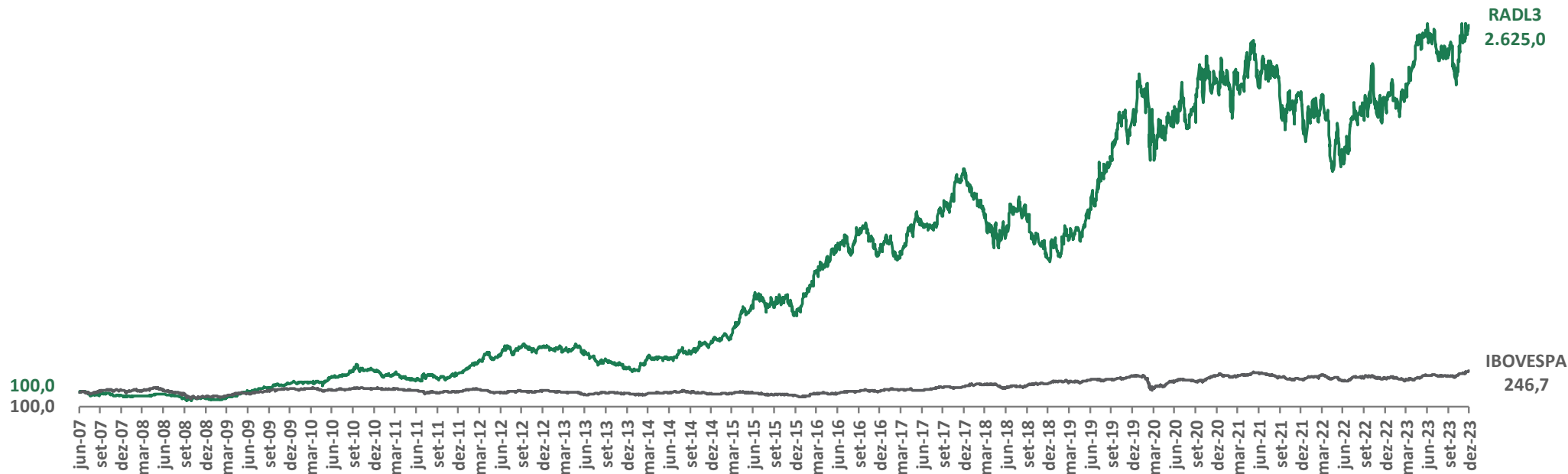
* Inclui ajustes para recebíveis descontados.

** Inclui ajuste de AVP.

*** Exclui ajuste de AVP.

Nossa ação se valorizou em 23,9% no ano, desempenho 1,6 pp acima do IBOVESPA, com um ADTV de R\$ 152 MM.

Valorização da ação



Performance em 2023

- › RADL3: 23,9%
- › IBOVESPA: 22,3%
- › Alpha: +1,6%
- › Liquidez média diária RADL3: R\$ 152 MM

Retorno anual médio

- › 22,6% desde o IPO Drogasil
- › 20,2% desde o IPO Raia
- › 23,3% desde a fusão (31/12/2011)



Destaques e Estratégia

Sólido desempenho financeiro apesar da menor pré-alta e das pressões mix + DIFAL na 4Bio, com forte crescimento dissociado do setor. Pressão pontual no 4T23 deve ser revertida no 1T24.

O crescimento estrutural da operação continua acelerado e dissociado dos pares

- › Crescimento da receita bruta consolidada de 17,4% no ano, sendo 15,2% no varejo e 54,9% na 4Bio;
- › Crescimento lojas maduras de 8,0% no ano, 3,4 pp acima do reajuste anual da CMED (acima da inflação pelo 4º ano consecutivo);
- › A participação nacional atingiu 16,1% no trimestre, aumento de 0,9 pp e ganho em todas as regiões. Em um trimestre com menor crescimento no mercado, isto é uma prova da força da nossa execução;
- › Abertura de 270 farmácias em 2023, um aumento de 10%, em linha com o *guidance* atualizado do ano;
- › Fechamento de 14 lojas no ano, com otimização do portfólio pela reabsorção de vendas, eliminação de custos redundantes e redistribuição de capital de giro e ativo imobilizado. Correções de erros de expansão totalizaram apenas 0,4% das aberturas LTM;
- › Expansão com TIR real líquida de canibalização consistentemente ao redor de 25%, apesar da alta diversificação geográfica e demográfica;
- › NPS de 92 em lojas físicas, sendo 68 em nossos canais digitais e 81 para entregas.

Sólido desempenho financeiro estrutural, com expansão da margem EBITDA do varejo

- › Mg EBITDA de 7,2% no ano, pressão de 0,1 pp com impacto 4Bio (-0,6 pp), menor pré-alta (-0,2 pp) e cresc. de vendas menor no 4T23;
- › EBITDA do Varejo de 7,5% no ano, expansão de 0,1 pp apesar da menor pré-alta e efeito negativo do mix de digital e Ozempic;
- › Pressão normalizada de margem de 0,3 pp no trimestre, com mercado mais fraco pressionando crescimento e alavancagem operacional;
- › 1T24 forte até o momento, com crescimento de lojas maduras de 9,1 pp em jan+fev/2024* (efeito calendário +1,9 pp pelo ano bissexto);
- › G&A estabilizou em 3,6% no ano, ligeiramente superior no 4T23 devido ao crescimento de vendas pontualmente menor no período;
- › Fluxo de caixa livre neutro (-R\$ 41,1 milhões) e baixo índice de alavancagem financeira de 1,1x.

Nossa execução está se transformando em ritmo acelerado. Principais avanços de 2023:

Presença Física e Expansão

- 270 inaugurações e TIR recorde ~25%;
- 2.953 farmácias em 574 cidades;
- +3 CDs e 92% de abastecimento diário.

Presença Digital e Omni

- 16,7% de vendas digitais no 4T23;
- R\$ 5,1 bi de vendas no ano e cresc. +57,5%;
- 92% de pedidos atendidos em até 60 min;
- NPS App de 68 e NPS Entregas de 81;
- Margem de contribuição Digital: +6,1 pp no ano.

Mais Saúde

- 1,9 mil farmácias com Serviços Farma;
- 304 unidades com vacina e destaque para Herpes Zoster e Dengue;
- 3,5 milhões de serviços e 160 mil vacinações em 2023.

Clientes e Engajamento

- 47,6 MM de clientes ativos, com 6,4 MM assíduos, dos quais 28% são digitalizados;
- Vínculos de engajamento gerando ganho de LTV;
- Stix com 4,8 MM de clientes ativos e R\$ 200 MM em pontos resgatados, com Nivel dobrando resgates na RD nos últimos meses do ano.

Marcas e Negócios

- Marcas Drogasil e Raia são as duas líderes em receitas do segmento Farma;
- Drogasil listada como 14ª marca mais valiosa do Brasil segundo Interbrand;
- RD Marcas é uma das Top 20 empresas de *consumer health* no Brasil e Needs é a 4ª maior marca, atrás de Pampers, Rexona e Dorflex.

Transformação Digital

- Plataforma tecnológica migrada para Microsserviços e Nuvem;
- Novas funcionalidades adicionadas em frequência 4x maior;
- 5,5x mais Releases executados no ano.

Pessoas

- 57,7 mil funcionários (+4,2 mil em 2023);
- Promoções internas e 108 h de treinamento por funcionário na média;
- Ações afirmativas para raça, gênero, PCDs, LGBTI+, Público 50+ e refugiados.

Sustentabilidade

- CDP (mudança climática), de B para A-;
- MSCI ESG Ratings, de BBB para A;
- ISE B3, de 76 para 80;
- Top 3 no IDIVERSA.

Ambição RD



Sermos, até 2030, o grupo que mais contribui para uma sociedade mais saudável no Brasil

- 1 *Pessoas mais Saudáveis*
- 2 *Negócios mais Saudáveis*
- 3 *Planeta mais Saudável*

Acelerar a digitalização da relação com o consumidor

- › Elevar participação dos clientes digitalizados;
- › Melhorar a experiência digital e a personalização, acelerando também os prazos de entrega;
- › Aumentar a produtividade dos squads e a frequência de releases;
- › Alavancar fidelização e retenção de clientes com programas de assinatura, de adesão ao tratamento, de fidelidade e com Stix;
- › Avançar com o marketplace, aumentando o GMV, melhorando o engajamento dos sellers e a experiência dos clientes;
- › Tornar a RD Ads referência em *Consumer Health Media*, impactando positivamente a saúde e o bem-estar.

Avançar em saúde

- › Avançar na prestação de serviços farmacêuticos e de imunização, que são vínculos de engajamento muito relevantes;
- › Evoluir na digitalização dos serviços de saúde, incluindo o acesso pelo cliente de seu histórico de saúde;
- › Desenvolver soluções completas e integradas de promoção da saúde, com foco em consumidores, empresas e operadoras;
- › Integrar nossas investidas Vitat e Healthbit (promoção da saúde), Manipulaê, Cuco e Safepill (acesso e aderência ao tratamento), Amplimed e Labi (consultas e exames), com Univers e nossos hubs de Saúde.

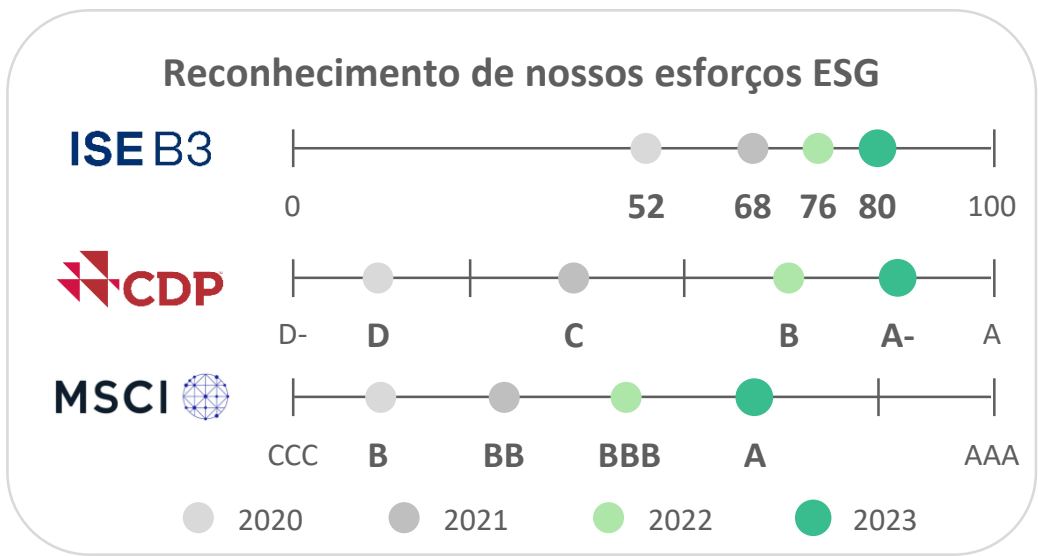
Manter o crescimento acelerado, ganhando alavancagem operacional e market share

- › Abrir de 280 a 300 novas farmácias por ano em 2024 e 2025, mantendo TIR em torno de 25%;
- › Sustentar o crescimento real de lojas maduras com ganhos de alavancagem operacional;
- › Aumentar margem de contribuição nos próximos anos pela maior digitalização e relacionamento com os clientes;
- › Combinar Escala (poder de compra, infraestrutura, mídia), Eficiência (menor preço, maior rentabilidade) e Capacidade de Investimento (expansão, digitalização, etc.);
- › Alavancar contexto com mudanças fiscais favoráveis e juros ainda elevados, que nos favorecem sob a ótica competitiva.

Diluir despesas administrativas

- › Diluição progressiva do G&A, estabilizado em 2023, maximizando a produtividade dos investimentos já feitos.

Alinhada à Estratégia de Negócios, estabelecemos um plano de Sustentabilidade, com metas claras para 2030. Tivemos melhoras nos ratings ISE, CDP e MSCI em 2023.



- Parte do **IDIVERSA B3**;
- Top 3 entre 75 companhias;
- Lançado em ago/23, reconhece as empresas que mais se destacam em diversidade.

- Certificação GPTW®;
- Pesquisa por amostragem com 5 mil funcionários selecionados pela GPTW®.



- **ISO/IEC 27001:2022** Certificação (BSI);
- Certificação de Segurança da Informação em Canais Digitais (App e Website) e Univers PBM.



Apresentação Resultados

4T23