



Gente,
Saúde e
Bem-estar.

RaiaDrogasil S.A.

RD DAY

10 de Novembro de 2017



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.



VISÃO GERAL

Marcílio Pousada, CEO



ESTAMOS ENFRENTANDO UMA FORTE BASE DE COMPARAÇÃO DE 2016...

- › O aumento de preços de 11,8% em 2016 gerou uma forte pressão de margem bruta em 2017
- › A queda da taxa de juros contra o ano passado também gerou pressões de Ajuste a Valor Presente
- › Competidores enfraquecidos, especialmente no Centro-Oeste e no Nordeste, permitiram às lojas maduras crescer acima da inflação

... MAS O CRESCIMENTO SAUDÁVEL COM GANHOS DE EFICIÊNCIA TEM PERMITIDO MANTER A LUCRATIVIDADE E CRESCER MARGENS ESTRUTURAIS

- › Estamos abrindo 200 lojas excepcionais que constituem uma das mais fortes safras na história da Companhia
- › Obtivemos ganhos significativos de produtividade, que auxiliaram na maior diluição de despesas na história da Companhia
- › Investimos em aprimorar nossa estrutura de distribuição e em fortalecer a nossa estrutura de omnichannel
- › Melhoramos os controles internos e poupamos com eficiência energética
- › Incrementamos a experiência de compra e a satisfação de nossos clientes, com ganho de produtividade nas lojas
- › Lançamos novos programas de fidelidade para Raia e Drogasil, e renovamos a identidade de Drogasil
- › Avançamos com nossos ativos complementares: RD Saúde (4 Bio e Univers) e RD Marcas (marcas próprias)
- › Introduzimos uma nova marca corporativa que reflete nossa Crença, Propósito, Valores e Cultura

ESTES GANHOS, JUNTAMENTE COM AS NOSSAS ESTRATÉGIAS FUTURAS, SERÃO O FOCO DA NOSSA DISCUSSÃO

Horário	Tópico	Apresentador
08:30	Abertura	Marcílio Pousada - CEO
08:45	Gente e Cultura	Maria Susana de Souza, VP: Gente e Cultura
09:00	Q&A	
09:05	Supply Chain, TI e Multicanal	Fernando Varela, VP: Operações e Supply Chain
09:30	Q&A	
09:35	Comercial e Marketing	Marcello De Zagottis, VP: Comercial e Marketing
10:15	Q&A	
10:25	Coffee Break	
10:45	Operações de Varejo: Raia, Drogasil e Farmasil	Renato Raduan, VP: Operações de Varejo e Expansão
11:25	Q&A	
11:35	Finanças e Administração	Antonio Carlos Coelho, VP: Finanças e Administração
11:45	Q&A	
11:50	Ativos Complementares	Eugênio De Zagottis, VP: Planejamento Corporativo, RI, RD Saúde e RD Marcas
12:05	Q&A	
12:10	Expansão e Perspectivas para 2018	Marcílio Pousada e Eugênio De Zagottis
12:30	Visão de Longo Prazo	Antonio Carlos Pipponzi - Chairman
12:40	Q&A Geral	Antonio Carlos, Marcílio, Eugênio
13:00	Encerramento	



**REVELANDO A
ESSÊNCIA**

*Marcílio Pousada,
CEO*

*Maria Susana de Souza,
VP: Gente e Cultura*



REVELANDO A ESSÊNCIA RD

A Essência RD é composta por



Crença

Propósito

Valores



Gente que cuida de gente

Propósito



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

› **Eficiência**

Fazer sempre muito bem feito, com o melhor resultado

› **Ética**

Fazer o que é certo, de forma transparente e com honestidade, seja qual for a situação

› **Inovação**

Inovar hoje para ser melhor amanhã

› **Relações de Confiança**

Ter interesse genuíno nas pessoas, cultivando relações de confiança

› **Visão de longo prazo**

Agir hoje criando valor no futuro para nós e para toda sociedade



RaiaDrogasil S.A.

Gente,
Saúde e
Bem-estar.

HISTÓRIA DA JORNADA...



Construindo a Essência RD



Discutindo o nosso Modelo de Gestão
Nexo com a Essência



Validando a Essência RD



Janeiro a Março - Formação e empoderamento dos 170 líderes - Embaixadores da nossa Cultura
Insights relevantes para a estratégia de disseminação

O GRANDE MARCO: LANÇAMENTO NO NOTÁVEIS DO ANO



22 de Março de 2017



Cada um é único
e juntos somos
melhores!

Mais de 2 mil
líderes tornam-se
Embaixadores da
Cultura





A VIRADA: 23 DE MARÇO DE 2017

Pertencemos
todos a um
único lugar



Preparando a liderança para as boas conversas

- › Revista Bula - edição especial
- › Carta do Presidente
- › Book da Cultura RD para líderes
- › Guia de bolso para todos os funcionários
- › Apresentação institucional com tutorial para garantir a mesma linguagem



Insights das oficinas com os 170 líderes

AMBIÇÃO: DISSEMINAR A CULTURA RD AOS 30 MIL FUNCIONÁRIOS,
NO PERÍODO DE MARÇO A JUNHO DE 2017



Boas conversas... Bons encontros... Não paramos mais...

Decisões orientadas por nossos valores

Junho e Julho 2017

Olhamos para o que havia sido construído até aquele momento... e queríamos mais



AGOSTO 2017

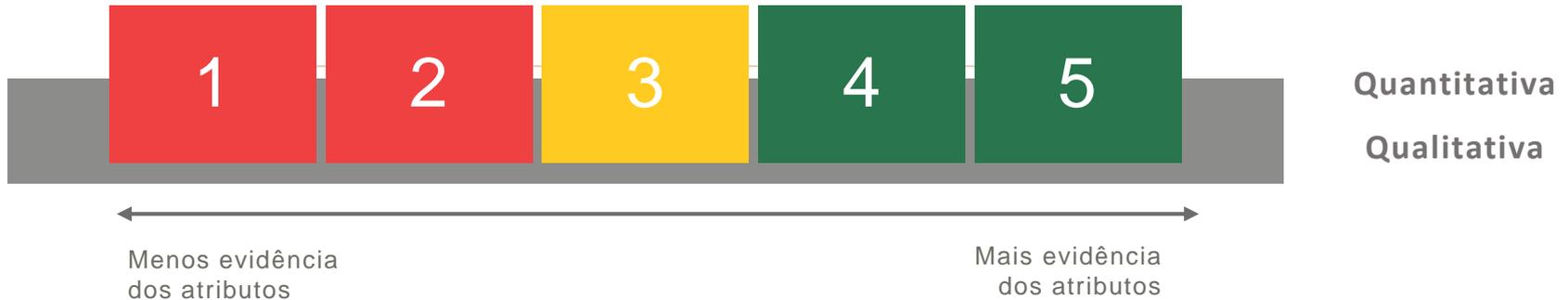
Pesquisa de Aderência - Atributos da Essência

Cultura Ideal Desejada x Cultura Viva no dia a dia

Atributos da Essência

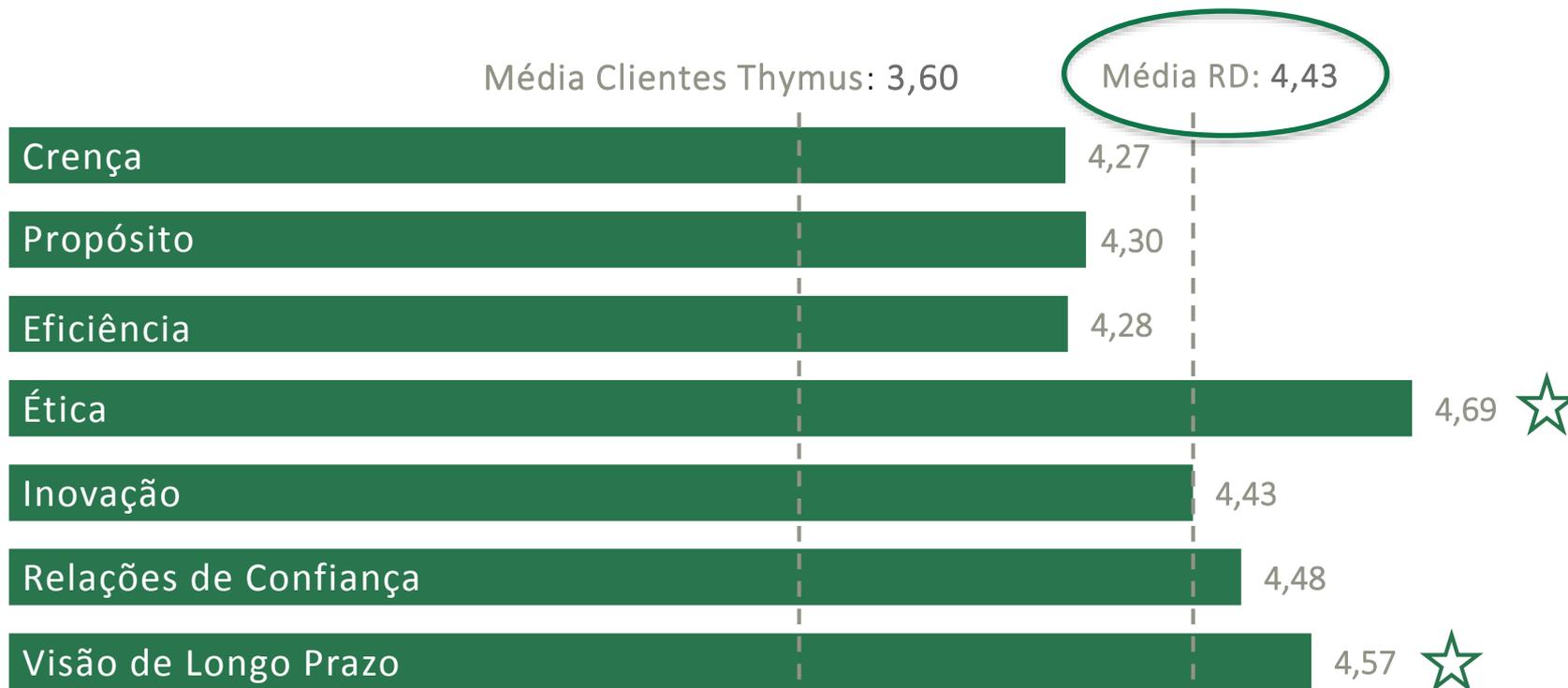
- › **Objetivo:**
Identificar gaps entre cultura ideal desejada e práticas do dia a dia
- › **Adesão:** **87,25%**
Média de clientes Thymus: 75%
- › **Público:**
Gestores matriz, CDs e lojas

Escala de Avaliação dos atributos (evidências)





Matriz | CDs | Droga Raia | Drogasil | Farmasil



Na próxima semana nos reuniremos para aprofundar o entendimento dos resultados e discutir gaps, buscando ainda **mais coerência entre nossa Essência e as atitudes do dia a dia.**

Endereçar um plano de ação...

Independente disso...

› Na chegada:

Integração e Acultramento

› No dia a dia:

Líderes como Embaixadores da Cultura

› Nos processos:

Comunicação e Capacitação - sempre

› Nos Eventos e Programas

Símbolos da nossa Cultura

Somos RD...

- + Propósito
- + Engajamento
- + Orgulho de Pertencer
- + Significado

POR TODAS ESSAS RAZÕES E
NOVO CONTEXTO



GENTE e CULTURA



#gentequecuidadegente



RaiaDrogasil S.A.

Gente,
Saúde e
Bem-estar.



Perguntas & Respostas

Marcílio Pousada, CEO

Maria Susana de Souza, VP: Gente e Cultura



SUPPLY CHAIN,
OMNICHANNEL & TI

Fernando Kozel Varela
VP: Operações e Supply Chain



Agenda



- › MULTICANAL
- › SUPPLY CHAIN
- › TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

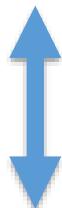
› MULTICANAL

- › Jornada do cliente
- › O que fizemos
- › O que estamos fazendo
- › O que vamos fazer

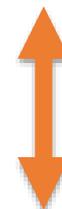
› SUPPLY CHAIN

› TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

Single Channel



Multi Channel



Cliente no centro de uma experiência integrada



- › Click and Collect
- › Pick and Receive
- › Encomendas Especiais
- › Ofertas Exclusivas
- › Serviços Farmacêuticos
- › Outros

- › LANÇAMENTO NOVA PLATAFORMA DOS SITES;
- › IMPLANTAÇÃO TROCA EM LOJA;
- › ENRIQUECIMENTO CADASTRO DE PRODUTOS SITES (FOTOS, VÍDEOS E CONTEÚDO);
- › IMPLANTAÇÃO NOVAS FORMAS DE PAGAMENTO (BOLETO E DÉBITO ON LINE);
- › RESERVA PEDIDO EM LOJA VIA APP;
- › IMPLANTAÇÃO FERRAMENTA DE AVALIAÇÃO (TRUSTVOX).



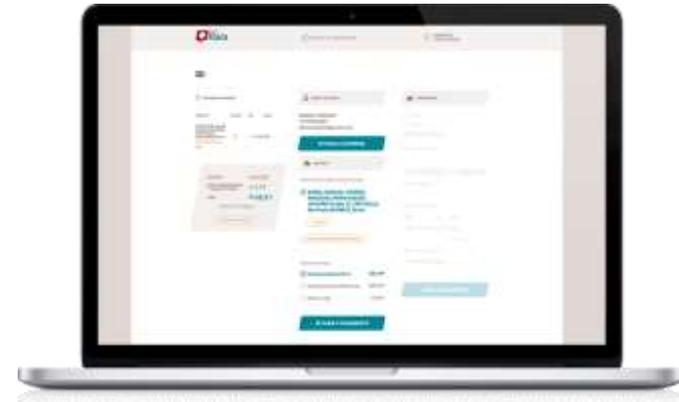
- › OPERAÇÃO MULTICANAL VIA CDs (CD BUTANTÃ);



O QUE ESTAMOS FAZENDO (2017)....



- › OPERAÇÃO MULTICANAL VIA CDs (CD BUTANTÃ);
- › DEFINIMOS MODELO DE ATENDIMENTO COM 3 OPÇÕES DE RECEBIMENTO DO PRODUTO;



ENTREGA

Selecione um endereço de entrega

DANIEL BIAZUZO, Avenida Marechal
Mário Guedes Jaguaré 40 Apto 22,
São Paulo, São Paulo 05348010,
Brasil

ALTERAR

ADICIONE UM ENDEREÇO DE ENTREGA

Tipos de entrega

<input type="radio"/>	Entrega econômica (D+1)	R\$2,99
<input type="radio"/>	Entrega expressa (Mesmo dia)	R\$9,99
<input checked="" type="radio"/>	Retire em loja	Grátis

Escolha a loja*

Alto de pinheiros

Alto de pinheiros

Panamby

Corifeu

...

Entrega via CDs

ENTREGA

Selecione um endereço de entrega

DANIEL BIAZUZO, Avenida Marechal
Mário Guedes Jaguaré 40 Apto 22,
São Paulo, São Paulo 05348010,
Brasil

ALTERAR

ADICIONE UM ENDEREÇO DE ENTREGA

Tipos de entrega

Entrega econômica (D+1) R\$2,99

Entrega expressa (Mesmo dia) R\$9,99

Retire em loja **Grátis**

Escolha a loja*

Alto de pinheiros

Alto de pinheiros

Panamby

Corifeu

...

Entrega via Lojas

ENTREGA

Selecione um endereço de entrega

DANIEL BIAZUZO, Avenida Marechal Mário Guedes Jaguaré 40 Apto 22, São Paulo, São Paulo 05348010, Brasil

ALTERAR

ADICIONE UM ENDEREÇO DE ENTREGA

Tipos de entrega

<input type="radio"/> Entrega econômica (D+1)	R\$2,99
<input type="radio"/> Entrega expressa (Mesmo dia)	R\$9,99
<input checked="" type="radio"/> Retire em loja	Grátis

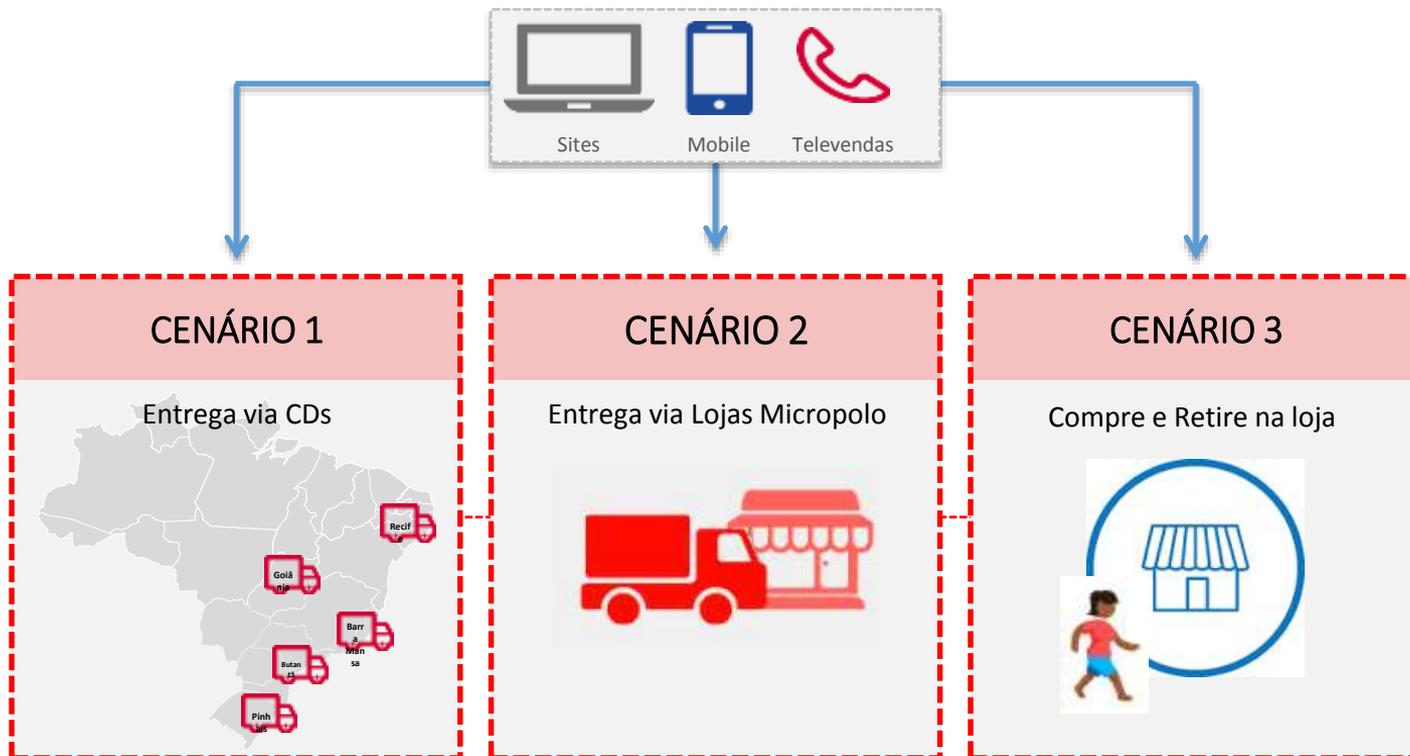
Escolha a loja*

Alto de pinheiros
⌵

Alto de pinheiros
⌵

Panamby
Corifeu
...

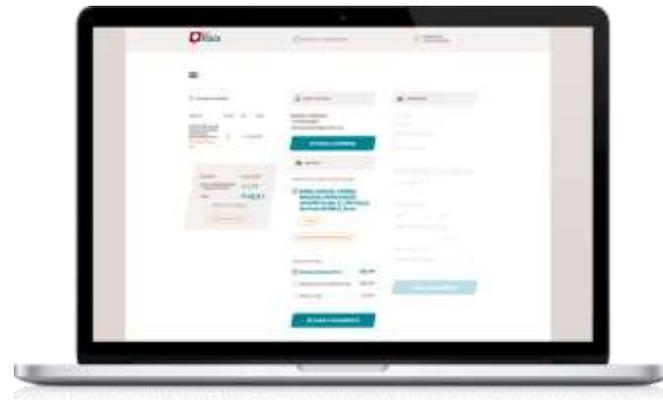
Retirada pelo cliente



O QUE ESTAMOS FAZENDO (2017)....



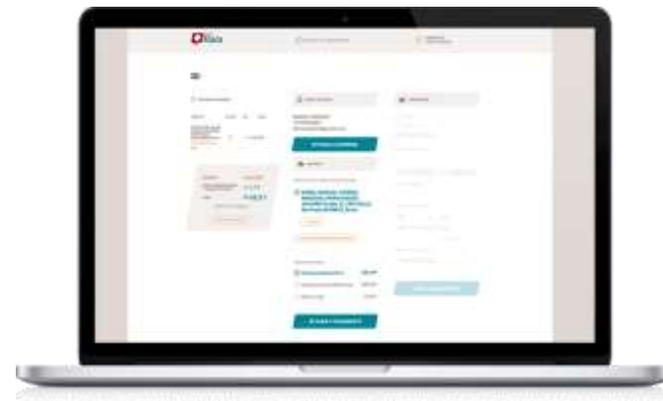
- › **OPERAÇÃO MULTICANAL VIA CDs (CD BUTANTÃ);**
- › **DEFINIMOS MODELO DE ATENDIMENTO COM 3 OPÇÕES DE RECEBIMENTO DO PRODUTO;**
- › **NOVO SISTEMA MICROPOLO (ENTREGA E/OU RETIRADA VIA LOJA);**



O QUE ESTAMOS FAZENDO (2017)....



- › OPERAÇÃO MULTICANAL VIA CDs (CD BUTANTÃ);
- › DEFINIMOS MODELO DE ATENDIMENTO COM 3 OPÇÕES DE RECEBIMENTO DO PRODUTO;
- › NOVO SISTEMA MICROPOLO (ENTREGA E/OU RETIRADA VIA LOJA);
- › PAGAMENTO COM 1 CLIQUE;





O que deseja encontrar?



Novas Lojas

Olá Faça seu Login Minha Conta

0 Cesta R\$ 0,00

saúde

coisas de criança

sua beleza

cuidados diários

ofertas em destaque

Início / Desodorante Aerosol Rexona Men Invisible

DESODORANTE AEROSOL REXONA MEN INVISIBLE

Rexona

150ml

4.7 de 5

Desodorante Antitranspirante Aerosol Men Invisible Rexona oferece proteção contra o suor, sem deixar resíduos nas roupas. Garante conforto e proteção seca por até 48 horas. Quanto mais você se movimentar, mais ele te protege.



QUANTIDADE:

- 1 +

RS 14,99

Rata

leve 3 e pague

RS 9,99

cada unidade

ADICIONAR À

Faça seu login para comprar com 1 clique

frete e prazo

formas de pagamento

RECOMENDE NA DROGARIA

Flah Bayacu

3 pessoas recomendam este produto

RECOMENDAR

[Veja outros produtos aqui.](#)

+ DESTAQUES

Nossos
Lojas

Olá Faça seu Login
Minha Conta

0 Cesta
R\$ 0,00

saúde

coisas de criança

sua beleza

cuidados diários

ofertas em destaque

Início / Desodorante Aerosol Rexona Men Invisible

DESODORANTE AEROSOL REXONA MEN INVISIBLE

Rexona

150ml

4.7 de 5

Desodorante Antitranspirante Aerosol Men Invisible Rexona oferece proteção contra o suor, sem deixar resíduos nas roupas. Garante conforto e proteção seca por até 48 horas. Quanto mais você se movimentar, mais ele te protege.

QUANTIDADE:

- 1 +

R\$ 14,99

Raia
Ativou!

leve 2 e pague
R\$ 9,99
cada unidade

ADICIONAR À CESTA

COMPRE COM 1 CLIQUE

Enviar para: Wesley de Carvalho
Rua Suelza - 59
CEP: 02578-210
Rua Emílio Gentes, 38

ALTERAR

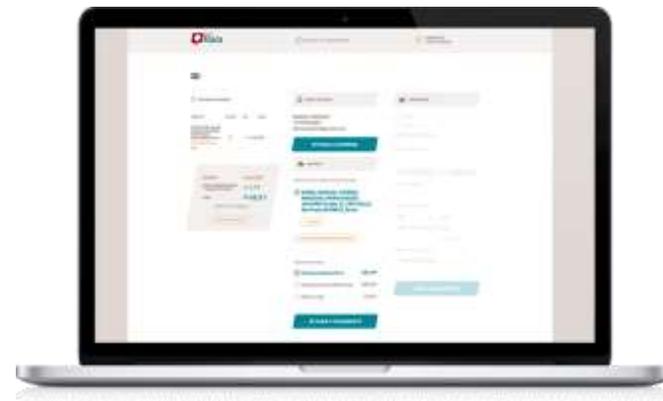
Finalize e pague



O QUE ESTAMOS FAZENDO (2017)....



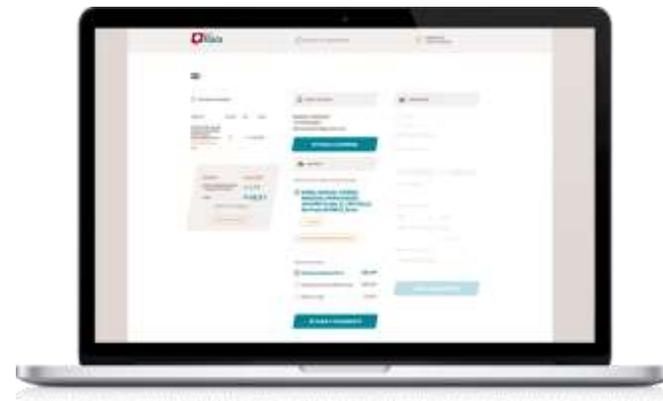
- › OPERAÇÃO MULTICANAL VIA CDs (CD BUTANTÃ);
- › DEFINIMOS MODELO DE ATENDIMENTO COM 3 OPÇÕES DE RECEBIMENTO DO PRODUTO;
- › NOVO SISTEMA MICROPOLO (ENTREGA E/OU RETIRADA VIA LOJA);
- › PAGAMENTO COM 1 CLIQUE;



O QUE ESTAMOS FAZENDO (2017)....



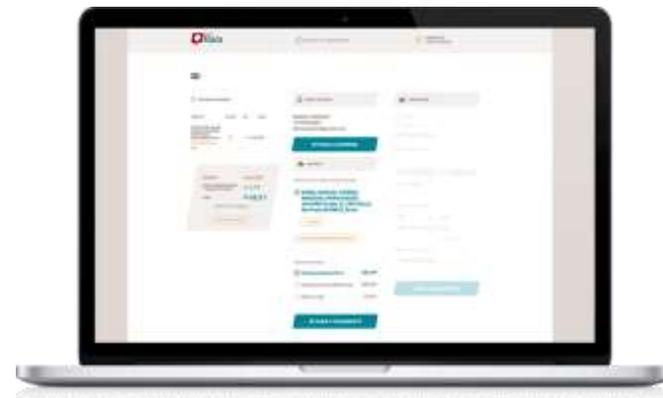
- › OPERAÇÃO MULTICANAL VIA CDs (CD BUTANTÃ);
- › DEFINIMOS MODELO DE ATENDIMENTO COM 3 OPÇÕES DE RECEBIMENTO DO PRODUTO;
- › NOVO SISTEMA MICROPOLO (ENTREGA E/OU RETIRADA VIA LOJA);
- › PAGAMENTO COM 1 CLIQUE;
- › RELANÇAMENTO DO APLICATIVO RAIÁ (INCLUINDO COMPRAS);



O QUE ESTAMOS FAZENDO (2017)....



- › OPERAÇÃO MULTICANAL VIA CDs (CD BUTANTÃ);
- › DEFINIMOS MODELO DE ATENDIMENTO COM 3 OPÇÕES DE RECEBIMENTO DO PRODUTO;
- › NOVO SISTEMA MICROPOLO (ENTREGA E/OU RETIRADA VIA LOJA);
- › PAGAMENTO COM 1 CLIQUE;
- › RELANÇAMENTO DO APLICATIVO RAI (INCLUINDO COMPRAS);
- › LANÇAMENTO APLICATIVO DROGASIL;
- › IMPLANTAÇÃO OFERTAS EXCLUSIVAS NOS SITES.





- › ROLL-OUT SISTEMA MICROPOLLO (10-15 LOJAS);
- › PILOTO COMPRE E RETIRE;
- › INTEGRAÇÃO NOS SITES;
- › VENDA 4BIO V **UNIVERS** (MODELO MARKETPLACE).



Cliente no centro de uma experiência integrada



› MULTICANAL

› **SUPPLY CHAIN**

- › Abertura do CD Salvador
- › Malha para suportar expansão
- › WMS

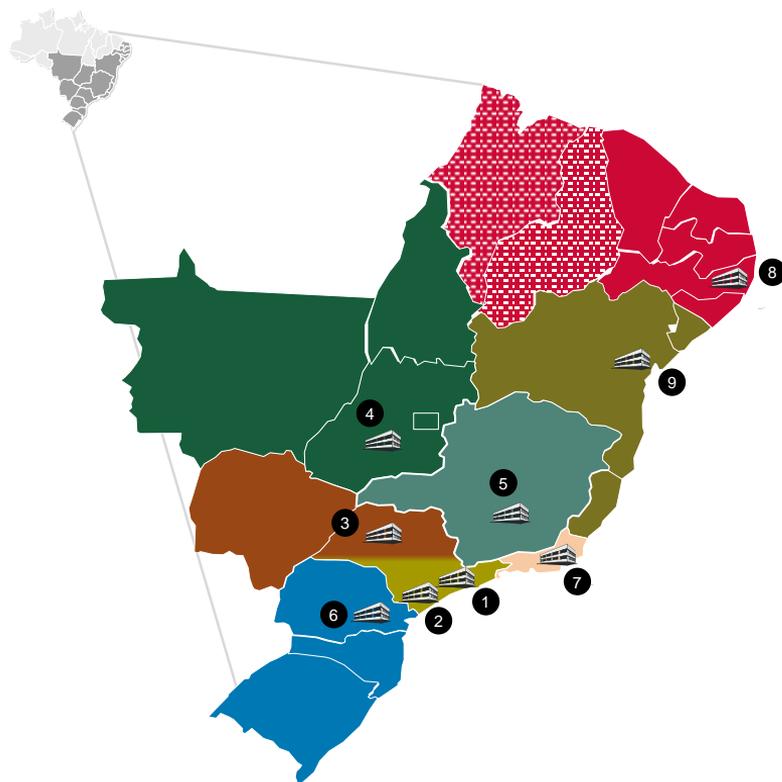
› TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

ESTRUTURA DE DISTRIBUIÇÃO

Descentralizada e Escalável, com Gestão Eficiente da Cadeia de Suprimentos



CENTROS DE DISTRIBUIÇÃO



1 ▶ São Paulo (SP)
▶ Área: 18.000 m²

2 ▶ Embu (SP)
▶ Área: 18.400 m²

3 ▶ Ribeirão Preto (SP)
▶ Área: 21.500 m²

4 ▶ Aparecida (GO)
▶ Área: 12.000 m²

5 ▶ Contagem (MG)
▶ Área: 7.900 m²

6 ▶ S. J. dos Pinhais (PR)
▶ Área: 13.100 m²

7 ▶ Barra Mansa (RJ)
▶ Área: 10.000 m²

8 ▶ Jaboatão (PE)
▶ Área: 10.400 m²

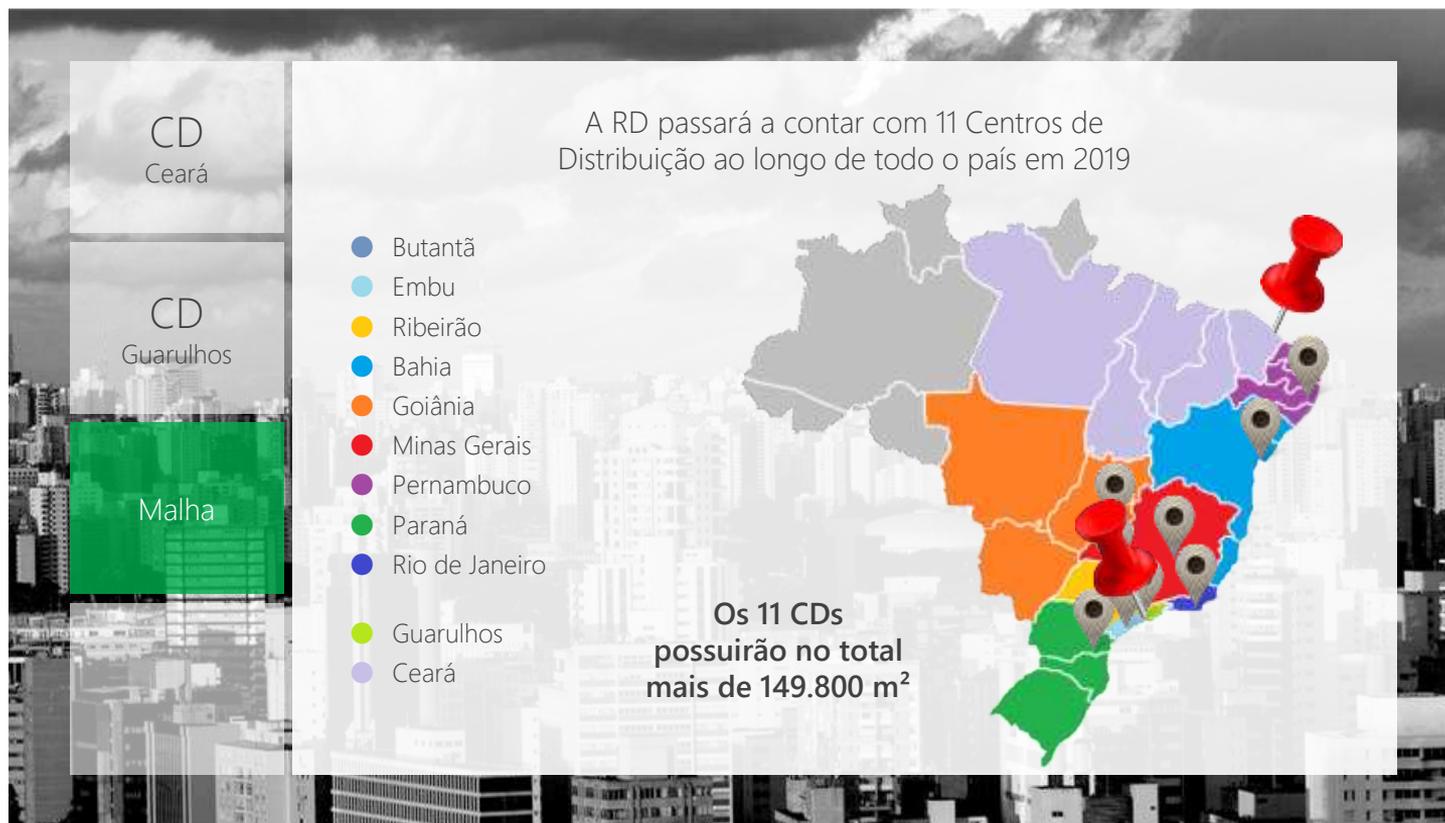
9 ▶ Salvador (BA)
▶ Área: 7.500 m²





CD Ceará		CD Ceará 2019			
CD Guarulhos	Área de Armazenagem com 8.000 m ²		Linhas de separação semi automatizadas		
Malha		150 funcionários			
	Capacidade de 100 lojas			Responsável pelo abastecimento dos estados do CE, MA, PI e TO	







Nosso novo sistema de gerenciamento de Armazéns.

O Manhattan é a ferramenta líder no mercado pelo 9º ano consecutivo.

O nosso novo WMS irá oferecer vantagens em todo o nosso varejo, atingindo desde o recebimento de nossas mercadorias até a entrega e venda para os nossos clientes.



Labor

SCI

Slotting



› MULTICANAL

- › Mapa da Distribuição
- › Abertura do CD Salvador
- › Malha para suportar expansão
- › WMS

› TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO

FAÇAMOS O MESMO COM O BALCÃO DA LOJA...



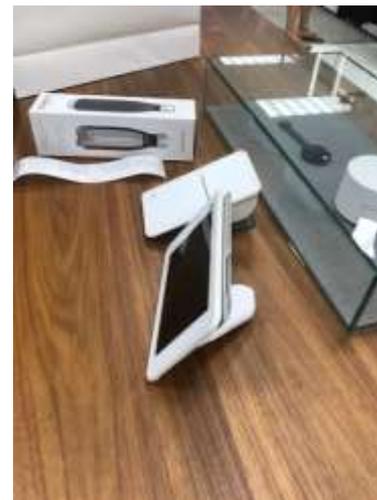
Busca frenética por produtividade em loja, usando processos digitais que possam ajudar nisso...





câmera





Perguntas & Respostas

Fernando Kozel Varela, VP: Operações e Supply Chain



**GESTÃO DE
CATEGORIAS & CRM**

Marcello De Zagottis
VP: Comercial e Marketing

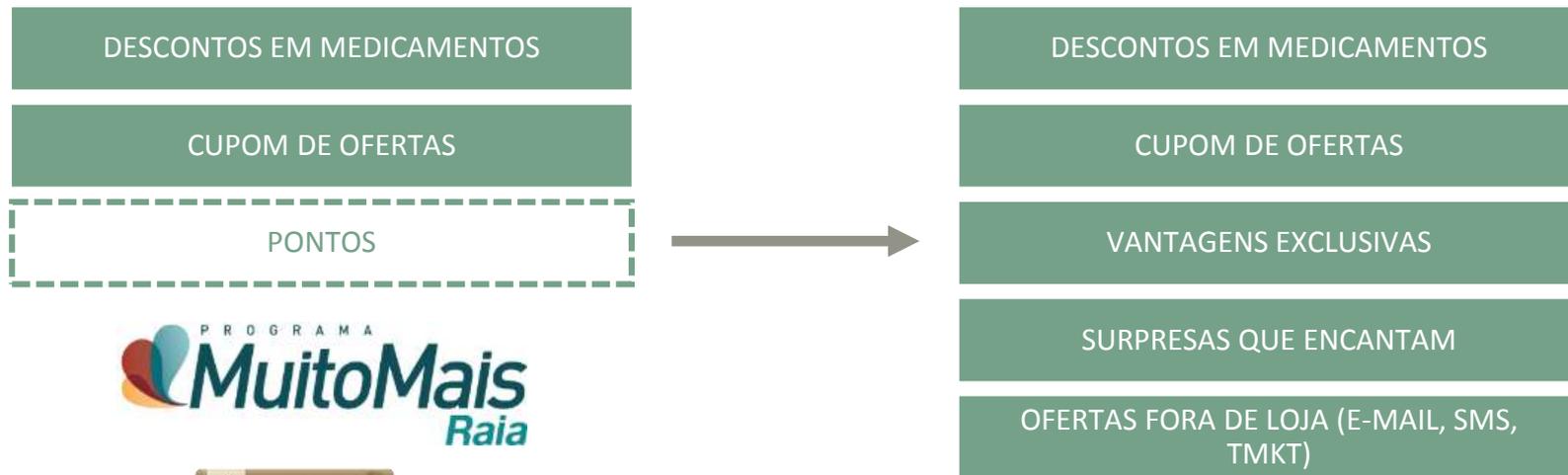


> CRM

- > FORMATOS
- > PRICING

- › Devemos entender o cliente como único
- › Devemos trazer entregas relevantes e personalizadas
- › Devemos fortalecer a estratégia de relacionamento e fidelização com os clientes dentro e fora de loja
- › Devemos trabalhar em alternativas atrativas para o cliente e rentáveis para a empresa





MOBILE



FOLHETOS



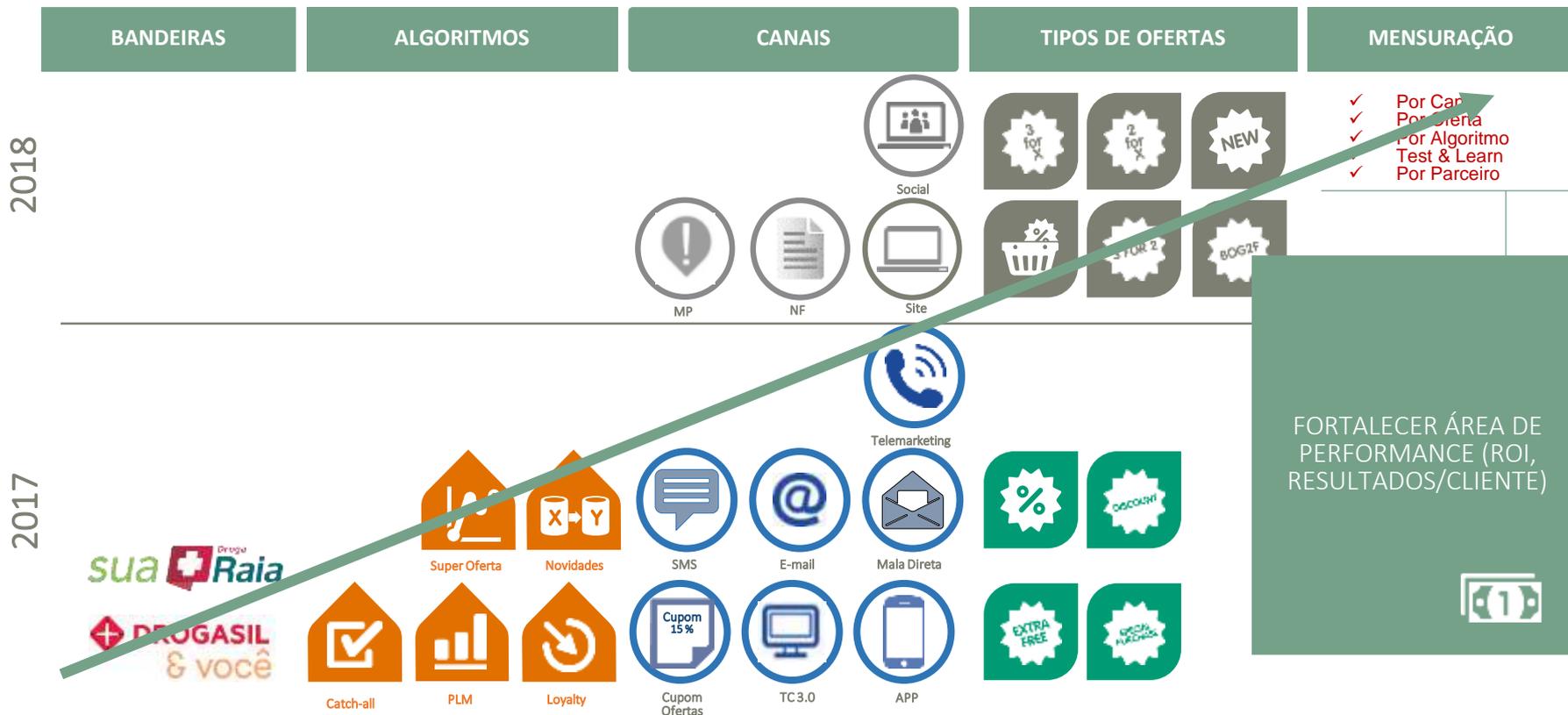
PONTA DE GÔNDOLAS



EVOLUÇÃO PLATAFORMA DE RELACIONAMENTO



OFERECER POR CLIENTE O MELHOR PRODUTO, COM A MELHOR OFERTA, NO MELHOR CANAL.



› CRM

› **FORMATOS**

› PRICING



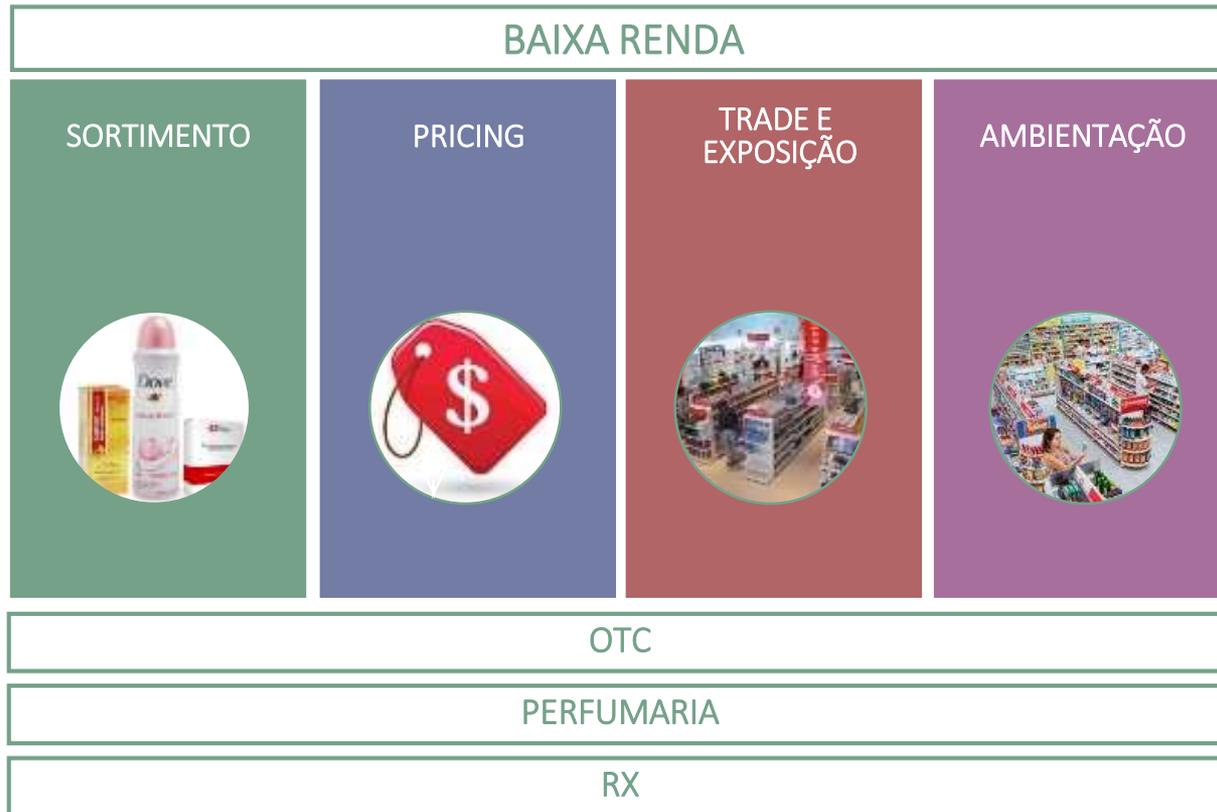
NOVO



NOVO



PARA MELHOR ATENDER AO CLIENTE DE BAIXA RENDA FOI DESENHADO O PROJETO BASEADO EM 4 PILARES E TESTADO EM 10 LOJAS DE DROGASIL





ADICIONAMOS MATERIAIS DE COMUNICAÇÃO PARA GERAR PERCEPÇÃO DE PREÇO E PROMOÇÃO





MARCA FRANCESA #1 NO MERCADO EUROPEU DE COSMÉTICOS DE LUXO FUNDADA EM 1985 E BASEADA EM INGREDIENTES NATURAIS DE ALTA EFICÁCIA

CLINIQUE

PERTENCENTE AO GRUPO ESTÉE LAUDER, A MARCA AMERICANA CRIADA EM 1986 É A #1 NO SEGMENTO DE *SKINCARE* DE LUXO NO BRASIL

- › CRM
- › FORMATOS

› PRICING

Zonas de Preço

Processo de Pesquisa de Preço

Notabilidade Produtos

	COMPARAÇÃO DE PREÇOS		
RENDA	ALTA	MÉDIA	BAIXA
POPULAR			
HÍBRIDO			
NOBRE / SUPER NOBRE			

Zonas de Preço

Processo de Pesquisa de Preço

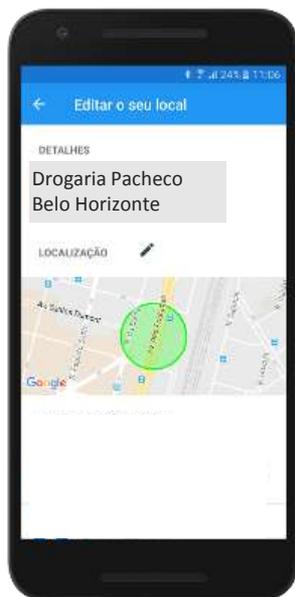
Notabilidade Produtos

CADA REGIÃO TERÁ CONCORRENTES QUE SERÃO UTILIZADOS COMO REFERÊNCIA PARA PESQUISA E PRECIFICAÇÃO DOS ITENS



REGIÃO	CONCORRENTE TARGET
Nordeste	PAGUE MENOS (BAHIA)
MG	RAIA: ARAÚJO DROGASIL: PAGUE MENOS, PACHECO
Centro-Oeste	ROSÁRIO, PAGUE MENOS, PACHECO
PR	NISSEI, PANVEL E PREÇO POPULAR
RJ	PACHECO E VENÂNCIO
SP	DSP
RS	PANVEL – PESQUISADOR TERCEIRO
SC	CATARINENSE, PREÇO POPULAR - TABLOIDE
ES	PACHECO, PESQUISADOR TERCEIRO

GEOLOCALIZAÇÃO



INFORMAÇÕES DO PRODUTO



Zonas de Preço

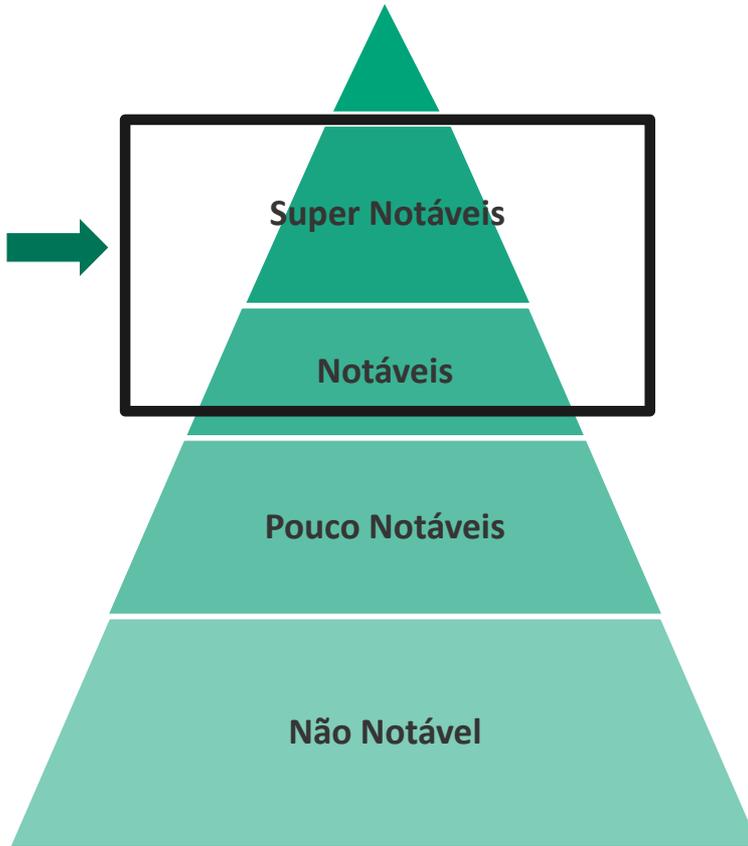
Processo de Pesquisa de Preço

Notabilidade Produtos

OS PRODUTOS SERÃO CLASSIFICADOS EM 4 GRUPOS DE ACORDO COM A IMPORTÂNCIA DE VENDA PARA CADA ZONA DE PREÇO



ITENS FOCO NO
COMBATE DE
PREÇO A
CONCORRÊNCIA



PENETRAÇÃO EM TICKETS

PENETRAÇÃO EM TICKETS,
CLIENTES, FOCO EM PREÇO

PAPEL DE CATEGORIA

ZONA ALTA

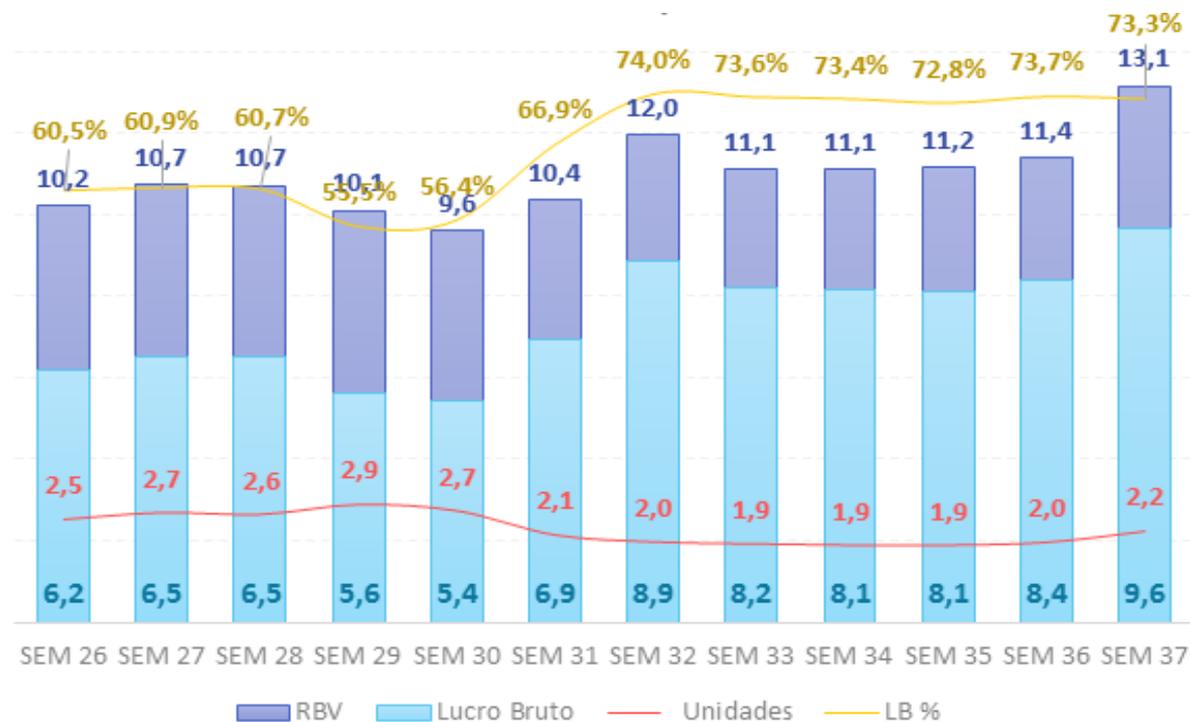


ZONA BAIXA



EXEMPLO: CATEGORIA CONVENIÊNCIA – LOJA AEROPORTO

R\$ mil, % da Receita Bruta





Perguntas & Respostas

Marcello De Zagottis, VP: Comercial e Marketing



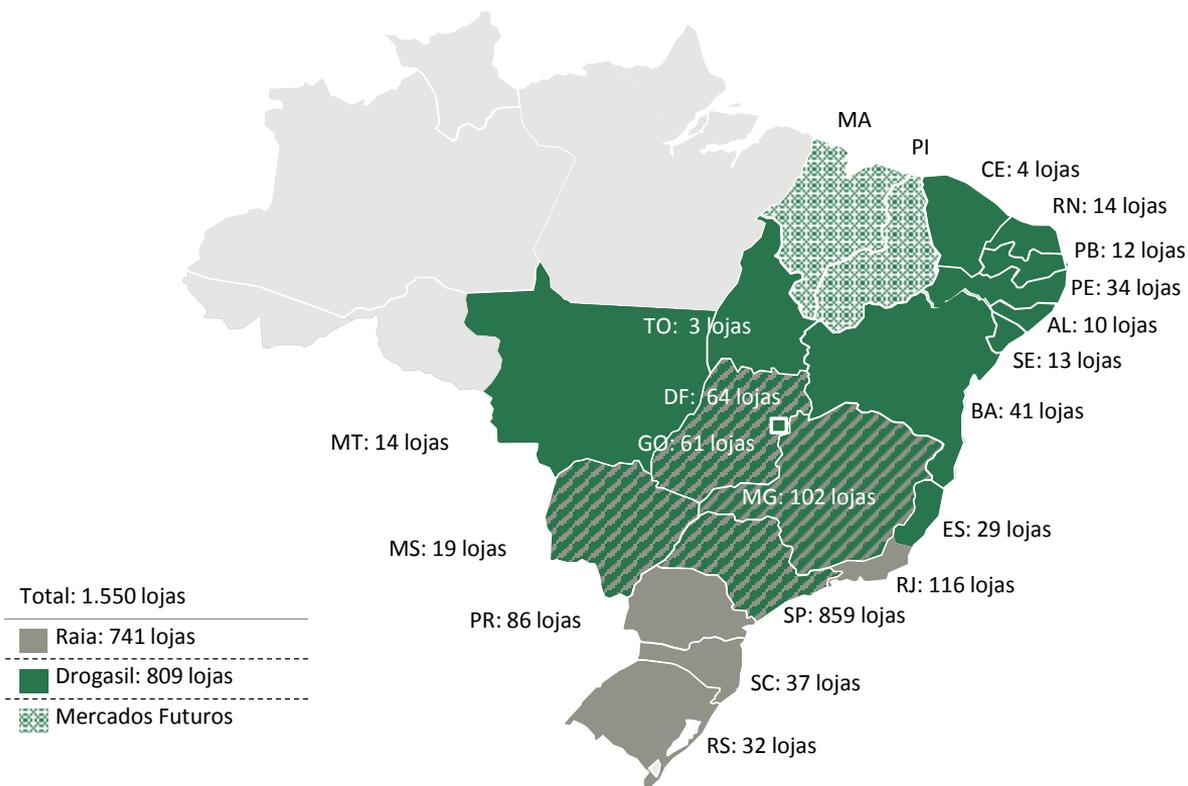
**OPERAÇÕES DE
VAREJO**

Renato Raduan

VP: Operações de Varejo e Expansão



Presença Geográfica – 31 de outubro de 2017



(1) Base: 31 de outubro de 2017
 (2) Ativos: Clientes com pelo menos 1 compra nas últimas 52 semanas
 (3) outubro/2017

› OPERAÇÕES DROGA RAIA E DROGASIL

- › FARMASIL
- › EXPANSÃO

VP Operações de Varejo
e ExpansãoDiretoria de Unidade
de Negócio Droga
RaiaDiretor OPV
Droga Raia Área 1Diretor OPV
Droga Raia Área 2Diretor OPV
Droga Raia Área 3Diretoria de Unidade
de Negócio DrogasilDiretor OPV
Drogasil Área 1Diretor OPV
Drogasil Área 2Diretor OPV
Drogasil Área 3Diretoria de Farmasil
e Projetos EspeciaisDiretoria de
Expansão

Motivadores da Nova Estrutura

Para Operações de Varejo:

- › Maior presença de diretores de área no campo em lojas
- › Melhor coordenação interna com as áreas através dos diretores de unidade de negócio

Para Farmasil:

- › Nova liderança com experiência / visão de mercado para dar os próximos passos no modelo

Para Expansão:

- › Maior sinergia e alavancagem da operação do dia a dia

I. Desenvolvimento de Gestores e Líderes (Regionais e Gerentes de Loja)

II. Desenvolvimento Método / Modelo de gestão padronizado (Processos, Ferramentas, Indicadores)

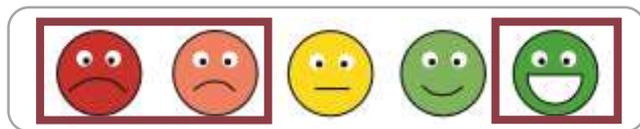
III. Transferência de conhecimento e melhores práticas de forma estruturada e sistemática

IV. Foco no que faz a diferença – Fatores Chave de Sucesso (FCS)

I. Melhoria da experiência de compra / atendimento

II. Produtividade

I. Melhoria da experiência de compra / atendimento



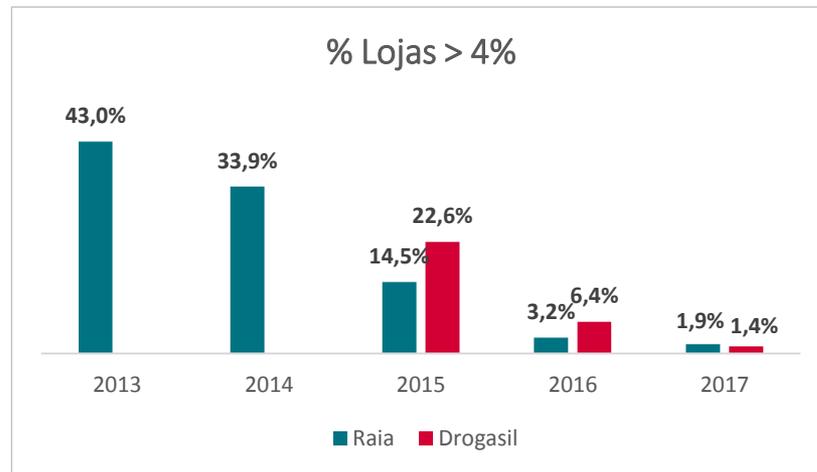
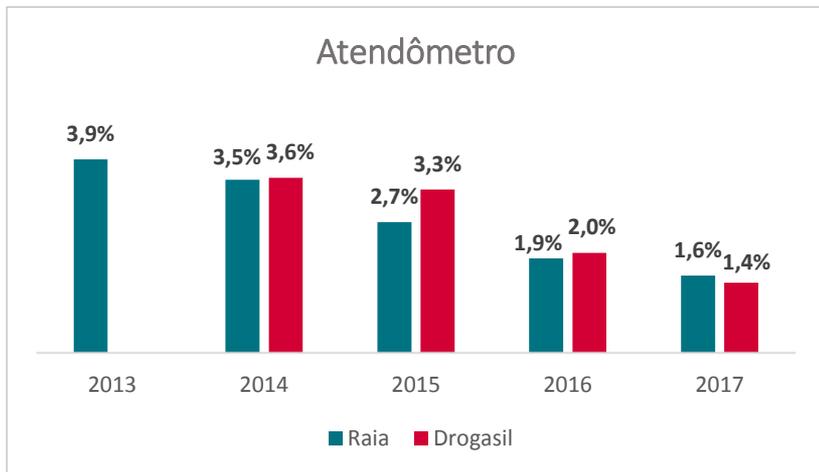
Índice de INSATISFAÇÃO do Cliente

Atendômetro

Índice de SATISFAÇÃO do Cliente

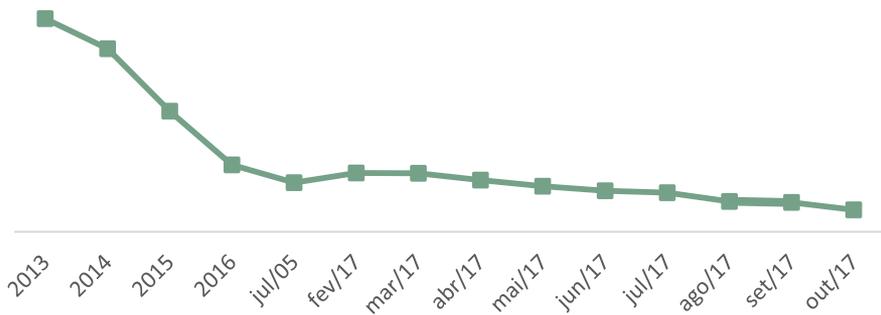
Encantômetro

I. Melhoria da experiência de compra / atendimento

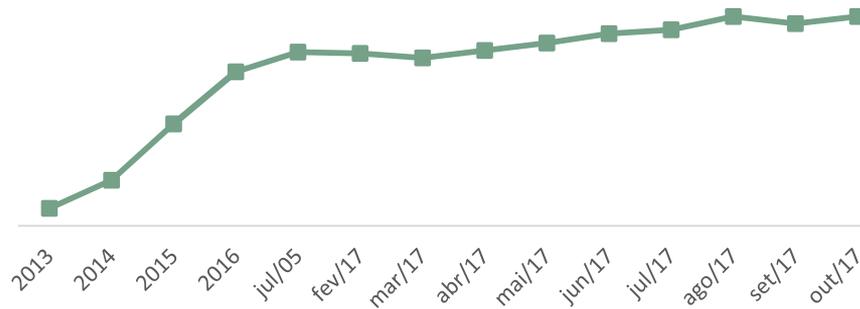


I. Melhoria da experiência de compra / atendimento

Atendômetro



Encantômetro



I. Melhoria da experiência de compra / atendimento

II. Produtividade

II. Produtividade

Estrutura Organizacional de Loja

	<u>Qtde:</u>	<u>Obs:</u>
Gerente:	1	
Supervisores:	2 a 3	Fixos para cobertura integral
Farmacêuticos:	3 ou 4	Fixo para cobertura Integral
Atendentes I e II (Base)	8 a 20	Variável em função de volume

Formação de custo total de Pessoal



II. Produtividade

Desafios (Exemplos)

- › Sindicatos e Convenções coletivas;
- › Brasília: Piso salarial R\$ 3.200 → R\$ 4.900

Recife:

- › Jornada de trabalho de 44 horas para 30 horas semanais

Natal:

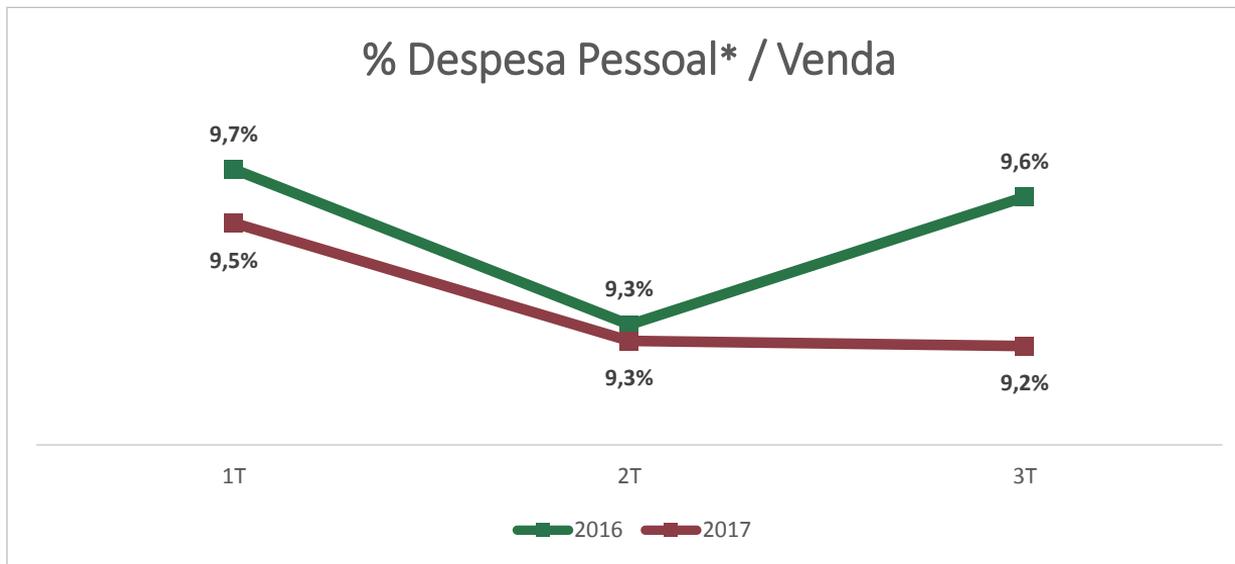
- › Farmacêutico não pode realizar atendimento no balcão

Ações (Exemplos)

Gerente Farmacêutico

- › De: 1 Gerente + 3 Farmacêuticos
- › Para: 1 Gerente Farmacêutico + 2 Farmacêuticos (Onde possível)

II. Produtividade



% Despesa Pessoal / Venda	
Ano	Jan a Set
2016	9,53%
2017	9,35%
<>	0,18%

*Despesa sem remuneração variável

**Considera somente Droga Raia e Drogasil

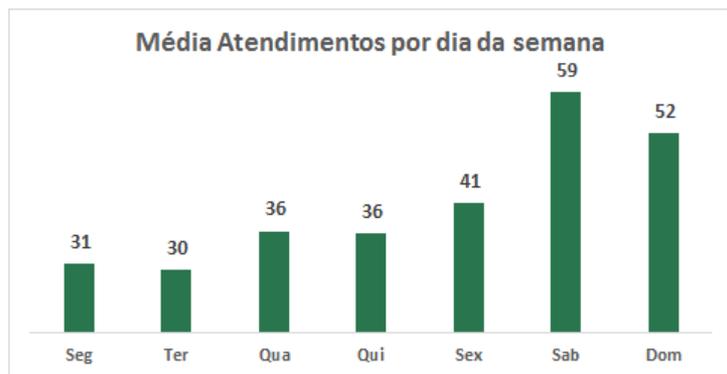
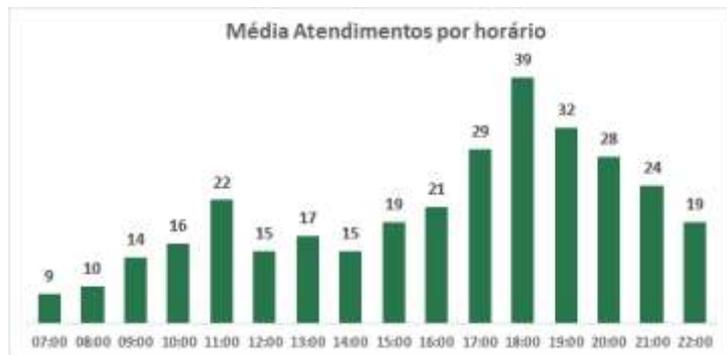


Tópicos que podem influenciar produtividade:

- › Jornada Parcial
- › Banco de Horas / Horas Extras
- › Flexibilidade horário do almoço
- › Previdência: Acordos Coletivos
- › Prêmios sem natureza salarial

II. Produtividade

Demandas



Piloto

7 Lojas

- > Pico final do dia
- > Final de semana

Início: 21/Ago

Substituição: - 1 Atendente I jornada

integral + 1 atendente I jornada parcial

› OPERAÇÕES DROGA RAIA E DROGASIL

› **FARMASIL**

› EXPANSÃO

Objetivo

- › Bandeira focada em atendimento a população de baixa renda

Características do modelo

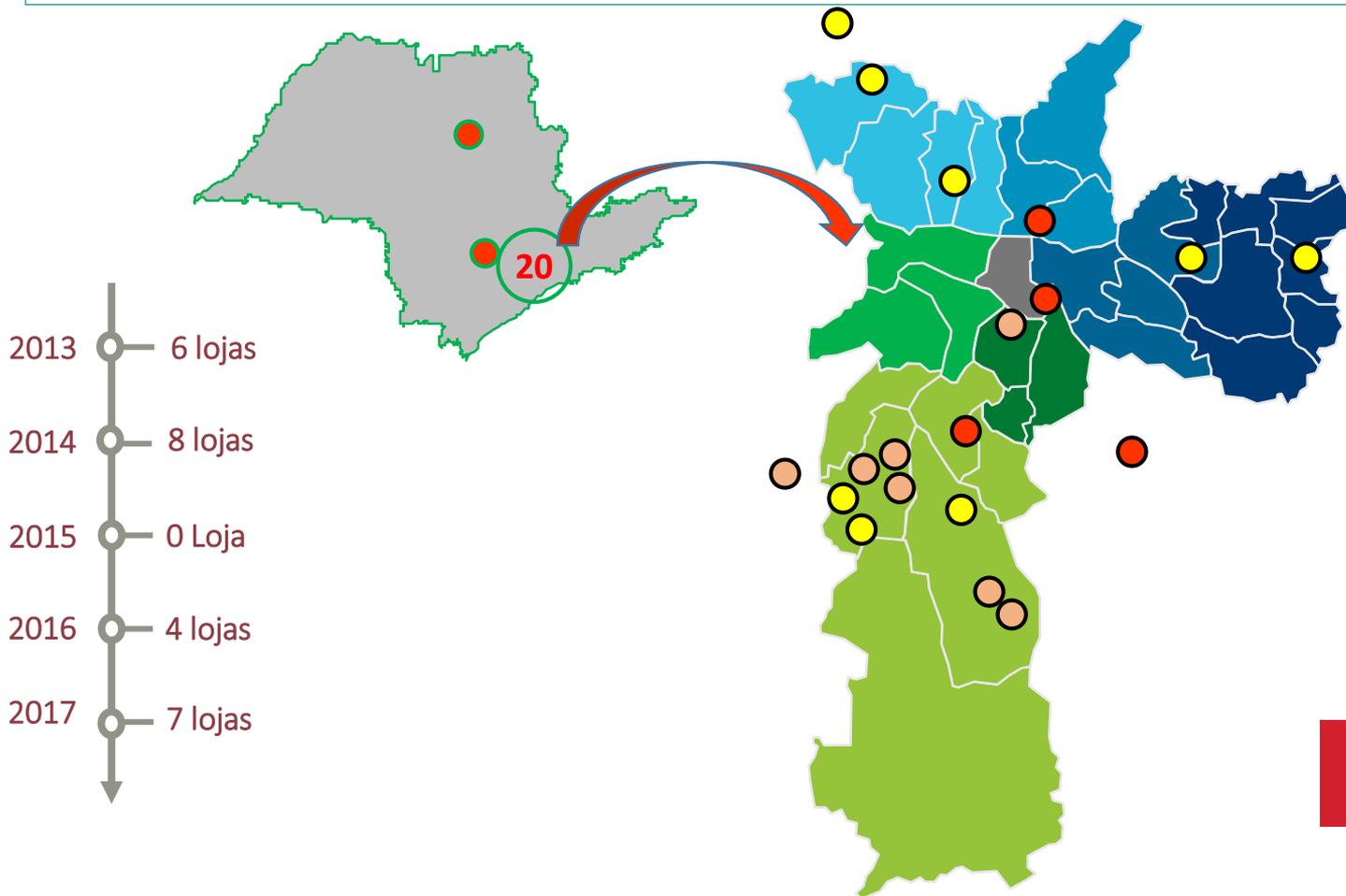
- › Baixo custo operacional
- › Funcionários trabalham em modelo de multifunção
- › Horário de funcionamento reduzido (12 horas/dia)
- › Lojas não funcionam em domingos e feriados
- › Atendimento focado na venda de medicamentos Genéricos e Similares
- › Margem Bruta mais elevada do que nos modelos de lojas tradicionais

Início

- › Setembro/2012



TEMOS 22 LOJAS, SENDO 20 NA RMSP E 2 NO INTERIOR DE SP



14 lojas na cidade de SP

Brás, Cidade Ademar, Artur Alvim, Perus, Ipiranga, Vila Brasilândia, Jardim Ângela, Itaim Paulista, Vila Maria, Capão Redondo, Vila Buarque, Interlagos, Santo Amaro, Campo Limpo, Grajaú F1 e Grajaú F2

3 lojas na RMSP

Caieiras, Santo André e Embú das Artes



O PROJETO PASSOU POR DIVERSAS EVOLUÇÕES DESDE 2015:



- › Inclusão da Perfumaria no mix de produtos
- › Implantação do OTC no Autosserviço
- › Aumento da participação de Genéricos e Similares
- › Crescimento da Margem Bruta de Vendas
- › Comunicação visual interna mais promocional
- › Redução do HC das lojas de 9 para 7 funcionários
- › Concentração de lojas apenas no estado de São Paulo
- › Ajuste dos investimentos em obras







MELHORIA CONTINUA DO MODELO ATUAL

- › Evolução Perfumaria e OTC
- › Projeto bem vindo
- › Cartão Fidelidade Farmasil

APRENDIZADO CONTÍNUO DE EXPANSÃO



Ampliar o sortimento de perfumaria popular com a inserção de produtos a preços baixos e de alto giro



Implantação da identificação de clientes na Farmasil, porém mantendo o modelo atual de concessão de descontos a todos os clientes sem a necessidade de cadastro.

Benefícios gerados pela identificação dos clientes:

- › Programa de Fidelidade com ofertas de perfumaria exclusivas aos clientes
- › Possibilidade de implantar o programa de aderência ao tratamento
- › Impressão de etiquetas de medicamentos controlados
- › Realização de encomendas através do Terminal de Consulta



Foco no Baixa Renda

- › Centros comerciais do centro expandido de São Paulo (Lapa, Largo da Batata, Brás, Santo André)
- › Entrepósitos Modais (estações de metrô, estações de trem, terminais de ônibus)
- › Centros comerciais de bairros da periferia

› OPERAÇÕES DROGA RAIA E DROGASIL

› FARMASIL

› **EXPANSÃO**



- › Unificação compras / contratação das áreas de manutenção e expansão
- › Revisão do modelo de compras de matéria prima e contratação de prestadores de serviço
- › Nova gerente da área de compras indiretas dedicada a compras de engenharia e expansão

Perguntas & Respostas

Renato Raduan, VP: Operações de Varejo e Expansão



FINANÇAS E
ADMINISTRAÇÃO

Antonio Carlos Coelho
VP: Finanças e Administração





Automatização
de trabalhos
de campo



Eficiência
energética

Aplicativo



Baseado em check lists, formulários e processos de trabalho controlados



Mobilidade com uso em Tablets ou Celulares



Simplicidade no uso com pouca necessidade de treinamento



Autonomia para inclusão de novas funcionalidades, formulários, relatórios...



Sustentabilidade. Elimina a necessidade de impressão de relatórios

Check List Auditoria Financeira

Detalhes

Posos: Geral (U)

Observações Adicionais:
Digite o texto aqui

Nome do responsável:
Renato dos Santos

Cargo:
Gerente Adjunto

Nº da matricula:
897600

Assinatura do responsável:
[Assinatura]

Assinatura Auditor:
[Assinatura]

Check List Auditoria Financeira

Detalhes

Cliente : Alameda Lorena

CHECK-LIST AUDITORIA
FINANCEIRO

1 - Os valores de café estão dentro do limite operacional?
Sim

Observações:
Digite o texto aqui

2 - As conferências de café de abertura, realizações de faturas e fechamento são realizadas?
Não

Observações:
Digite o texto aqui

3 - As faltas e/ ou sobras de operadores de caixa são lançadas no TC Gerencial diariamente?
Sim

Observações:

Conferência de café Unificada

Detalhes

DECLARAÇÃO

Declaro que os valores constantes da contagem feita descritos na folha 1, me foram devolvidos intactos

Declaro também que a contagem reflete todos os valores sob minha responsabilidade existentes na Loja.

Cidade:
Curitiba

Nome do responsável:
Reginaldo Ferreira da Cruz

Cargo do responsável:
Gerente

Visto do responsável:
[Assinatura]

Tarefas automatizadas



ENGENHARIA E MANUTENÇÃO

Manutenção preventiva predial

Manutenção preventiva de ar condicionado

Vistorias de obras de reformas

Vistoria e recebimento de lojas novas



AUDITORIA INTERNA EM LOJAS

Conferência de cofre

Auditoria em lojas

Gestão de riscos

Controle técnico farmacêutico



PREVENÇÃO DE PERDAS

Assessoria de prevenção de perdas



SEGURANÇA PATRIMONIAL

Check-list de segurança patrimonial nos CDs

Benefícios



Melhoria e simplificação dos processos



Envio automáticos e padronizado de relatórios



Informações imediatas na base de dados



Integração com sistema legados



Gerenciamento dos recursos e tarefas



Atribuição de tarefas/visitas dinamicamente



Controle de localização e horários de trabalho



Aumento de produtividade e resultados

Exemplos de resultados



Manutenção preventiva



Avaliação mais rápida dos fornecedores de serviços



Agilidade na elaboração de relatórios e processamento



Eliminação de tarefas administrativas com a integração com SAP

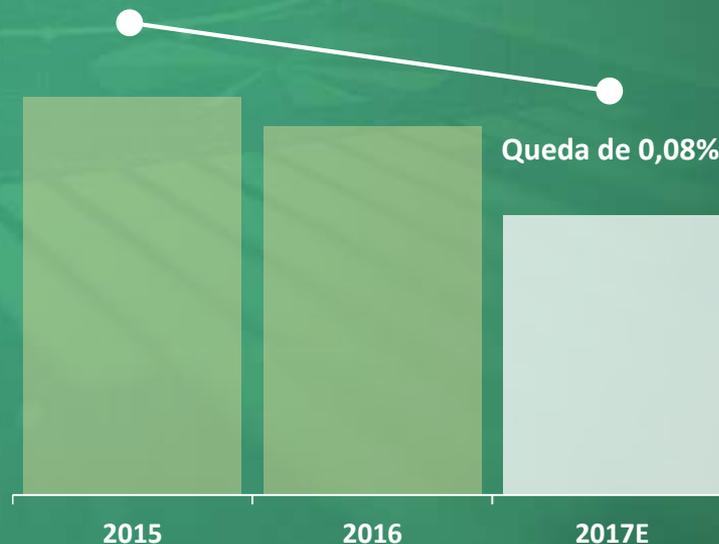


Possibilitou maior flexibilidade de execução dos trabalhos



Permitiu reduções significativas de despesas

Despesa de manutenção (% sobre vendas)



Exemplos de resultados



Auditoria em lojas



Triplicou a capacidade de realização dos trabalhos (*2 mil auditorias por ano*)



Agilizou a comunicação com as equipes de operação de lojas



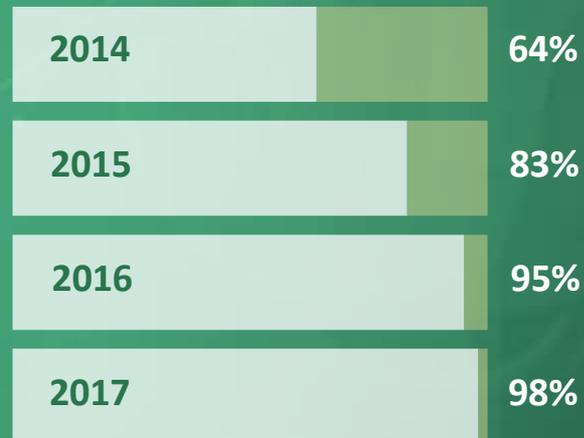
Reduziu sensivelmente a preocupação das lojas com questões financeiras



Aumentou a normalidade das divergências de caixa de 64% para 98%



Normalidade de caixa



Exemplos de resultados



Prevenção de perdas



Multiplicou por 5 a capacidade de realização dos trabalhos
(700 assessorias por ano)



Agilizou a comunicação com as equipes de operação e gestão de lojas

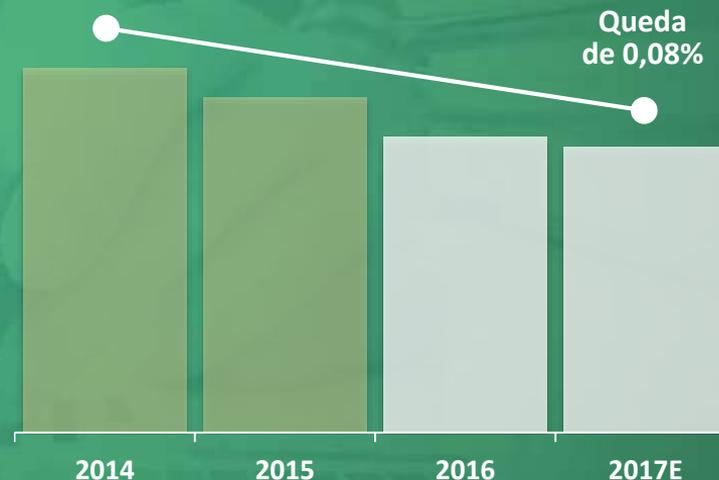


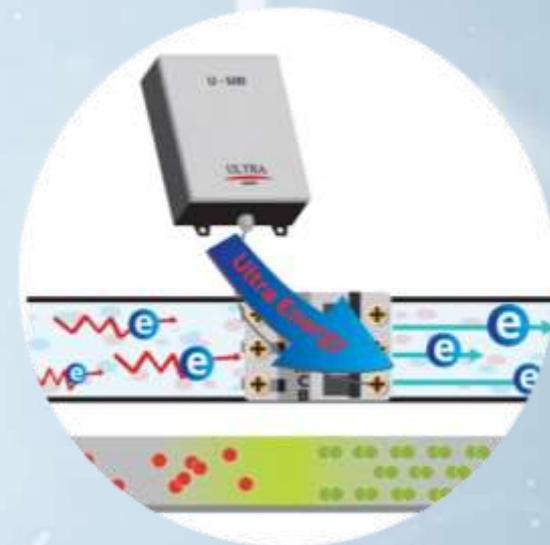
Melhorou a cultura de prevenção de perdas na Companhia



Participou da redução das perdas de inventário, tendo hoje índices bastante inferiores aos de mercado

Perdas de inventário em lojas (% sobre vendas)





*Estimativa em regime para 1600 lojas



CONSUMO

Redução
de 14%



STATUS

20% das lojas



CONCLUSÃO

Dez/2021



INVESTIMENTO

R\$ 70 MM



ECONOMIA ANUAL

R\$12 MM

*Estimativa em regime para 1600 lojas

EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

Ar condicionado inverter



*Estimativa em regime para 1600 lojas

 Emissão de CO2 evitada: 45.436 Kg
Equivalente a 1.164 árvores plantadas



*Estimativa em regime para 1600 lojas

PRÓXIMOS PASSOS



Geração distribuída:
Biomassa, eólica e
Pequena central
hidrelétrica (PCH)



Mercado livre
de energia



Automação
do controle de
equipamentos

Perguntas & Respostas

Antonio Carlos Coelho, VP: Finanças e Administração

**ATIVOS
COMPLEMENTARES**

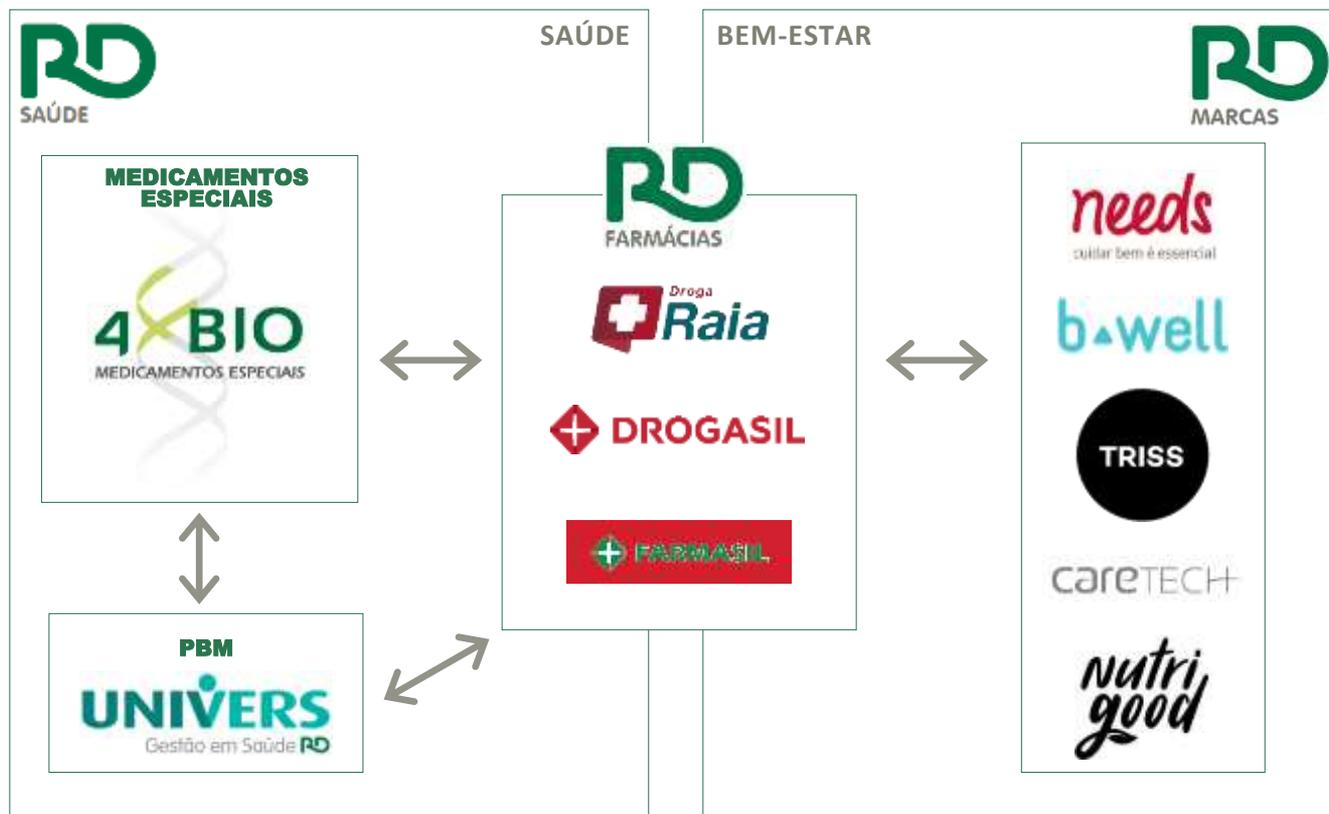
Eugênio De Zagottis
*VP: Planejamento Corporativo, RI,
RD Saúde e RD Marcas*



PORTFOLIO ÚNICO E INTEGRADO DE ATIVOS DE SAÚDE E BEM-ESTAR



Principal foco é fortalecer o Core Business





UNIVERS

Gestão em Saúde 



PBM proprietária que integra os programas de vendas institucionais das bandeiras Raia e Drogasil, e forte sinergia com a 4Bio



Líder Absoluta em Empresas e Operadoras no Brasil



Novo Sistema Autorizador de Última Geração



Droga Raia, Drogasil, 4Bio e 700 Farmácias Credenciadas



32 milhões de beneficiários e mais de 1.100 instituições clientes



SISTEMA AUTORIZADOR



REDE CREDENCIADA

Medicamentos Especiais

> 700 farmácias credenciadas



CONARH - Agosto, 2017

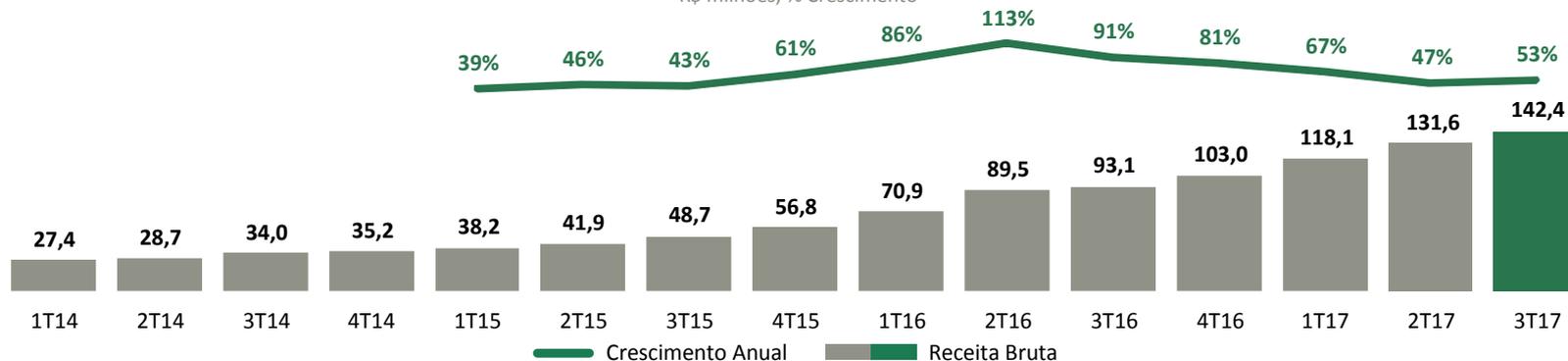
A 4BIO SE TORNOU A LÍDER ABSOLUTA NO SEGMENTO DE VAREJO DE MEDICAMENTOS ESPECIAIS



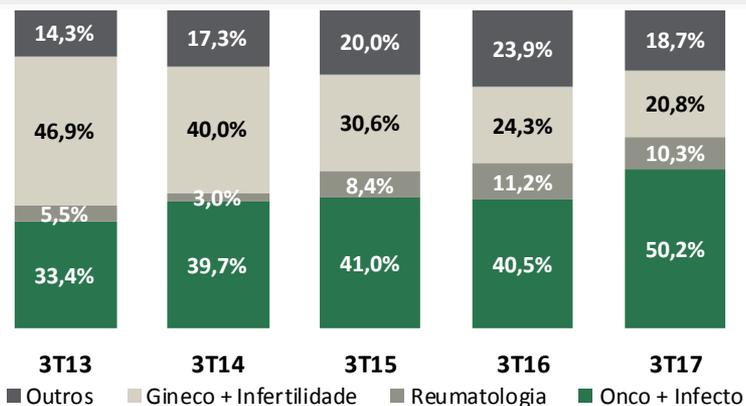
Foco especialmente em Operadoras de Saúde e em classes terapêuticas como Oncologia, Hepatite C e Reumatologia

Crescimento de Receita Bruta

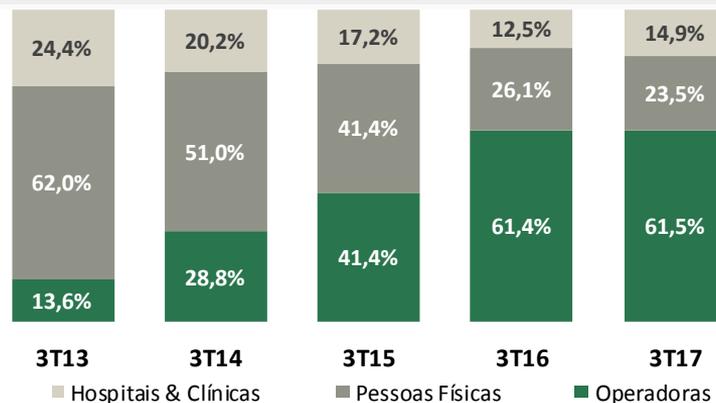
R\$ milhões, % Crescimento



Receita por Classe Terapêutica



Receita por Canal



Serviço exclusivo de acompanhamento de pacientes que garante aderência ao tratamento, eficácia dos medicamentos prescritos e minimiza fraudes e desperdícios



- Orientação ao Paciente
- Adesão ao Tratamento
- Efeitos Colaterais
- Ganho ou Perda de Peso
- Efetividade do Tratamento
- Reporte ao Médico e Operadora



Benefício Medicamento Prescrição Médica Agendamento Entrega Equipe Especializada Orientações Indicadores Relatórios



INTERVALO DE 15 DIAS / 4 CONTATOS

1 VEZ POR MÊS

DROGA RAIA E DROGASIL MEDICAMENTOS ESPECIAIS



Serviços para Atender a Demanda de Loja via Estrutura da 4Bio (White Label)



Loja – Sistema Web



Cliente Raia ou Drogasil



Telefone (Operado pela 4Bio)



Web Site

Entrega em Casa



Fulfillment (4Bio)



MEDICAMENTOS ESPECIAIS

MAIS UMA
novidade
em saúde
PARA VOCÊ

Inovação e praticidade
para você se cuidar.

Quando o assunto é seu cuidado com a saúde e bem-estar, você sabe que pode contar com a Droga Raia.

Aqui você encontra medicamentos especiais de alta tecnologia que necessitam de armazenagem e transporte diferenciados. Estamos preparados para oferecer o melhor atendimento, com toda eficiência e segurança nos mais diversos tratamentos.

Confira as especialidades tratadas:

- _ Câncer
- _ Hepatite
- _ Infertilidade
- _ Artrite Reumatoide
- _ Hormônios de Crescimento
- _ DIU Hormonal
- _ entre outros

Specialty Connect™: Like Maintenance Choice®, Only CVS Health Can Offer

Choose Where to Send / Bring Prescription



CVS/specialty



CVS/pharmacy

Counseling From Therapy-specific CareTeams



Full Integration With CVS/specialty

Choose Preferred Delivery Location



Home / Location of Choice



CVS/pharmacy

~75,000 patients served ... half choose the retail pick-up option



TRISS

needs

bwell

*nutri
good*

careTECH

TEMOS UM PORTFOLIO DE MARCAS PRÓPRIAS QUE FORTALECEM NOSSAS MARGENS E MELHORAM O SORTIMENTO DE PRODUTOS NAS LOJAS

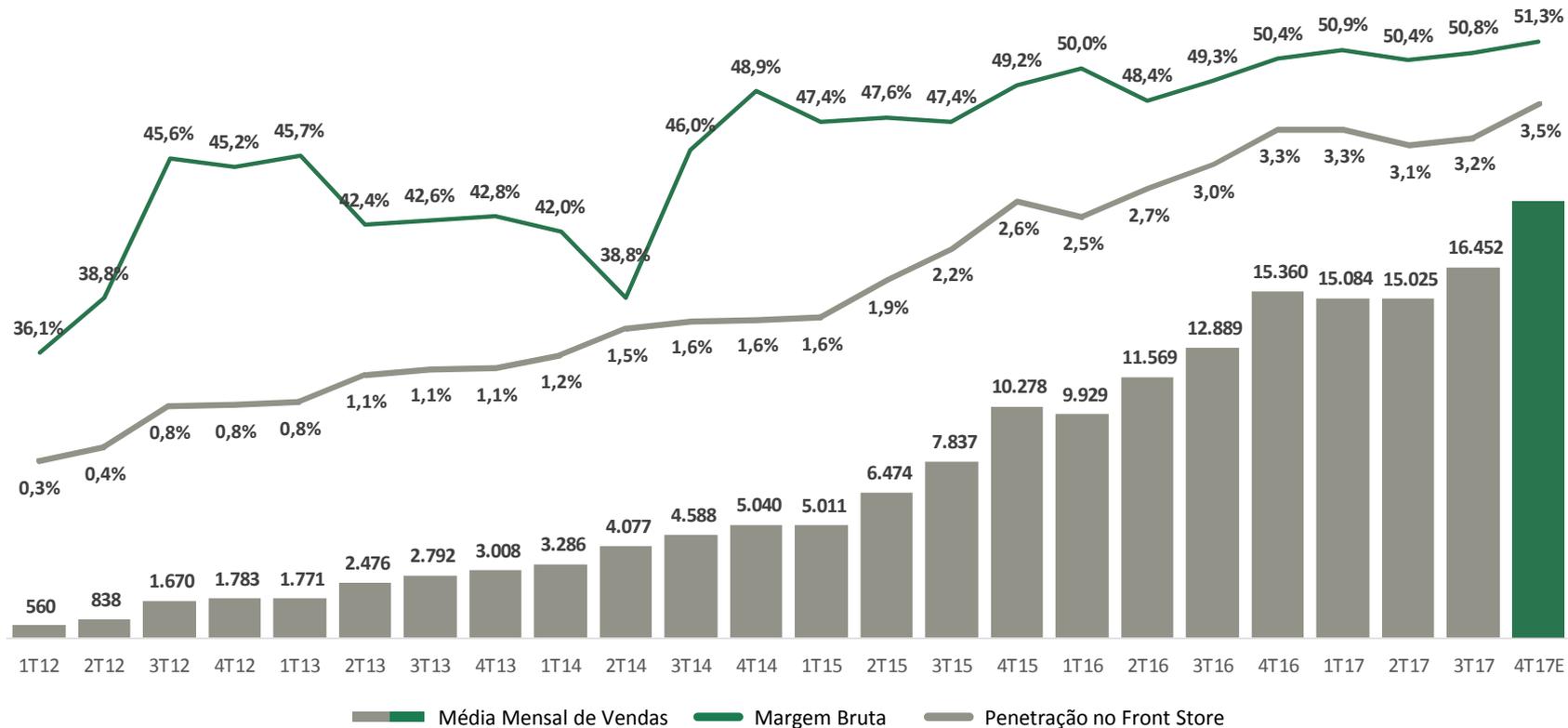


ATINGIMOS UM CRESCIMENTO EXCEPCIONAL, COM AUMENTO DE PENETRAÇÃO E MARGENS



RD Marcas

R\$ mil, % da Receita Bruta, % do Front Store



LANÇAREMOS 93 NOVOS SKUS NO 2H17 E 126 EM 2017, INCLUINDO: NEEDS VITA, CARETECH,
NUTRIGOOD, NEEDS ORAL CARE, NEEDS BABY



JUL	AGO	SET	OUT	NOV	DEZ

- › Nossa linha de produtos de baixo custo para competir no mercado de vitaminas populares, em forte crescimento
- › Preço mais baixo da categoria, com boas margens
- › Foco em lojas *lower-end*



CARETECH

TECNOLOGIA DO CUIDADO
COM A SAÚDE E O BEM ESTAR

- › Medidor de Pressão
- › Termômetro
- › Balança
- › Inalador



ESTAMOS LANÇANDO A NUTRI GOOD, NOSSA MARCA DE NUTRIÇÃO, PARA MELHORAR MARGENS E O SORTIMENTO DE PRODUTO NAS LOJAS



1. Suco de Uva Integral
2. Chá Branco com Lichia
3. Mix de Nuts (castanha)
4. Barra Castanha + Sementes
5. Barra Castanha + Sementes c/ Chocolate

1. Suco de Laranja
2. Chá Laranja c/ Gengibre
3. Mix de Nuts (frutas)
4. Barra Castanhas+Frutas

1. Suco de Pêssego
2. Chá Verde c/ Limão
3. Barrinha Banana c/ Chocolate
4. Barrinha banana, ameixa e castanha

1. Pé de Moleque
2. Pé de Moleque c/ chocolate
3. Goiabinha
4. Barrinha de Banana

1. Água sem gás
2. Água com gás
3. Água de Coco

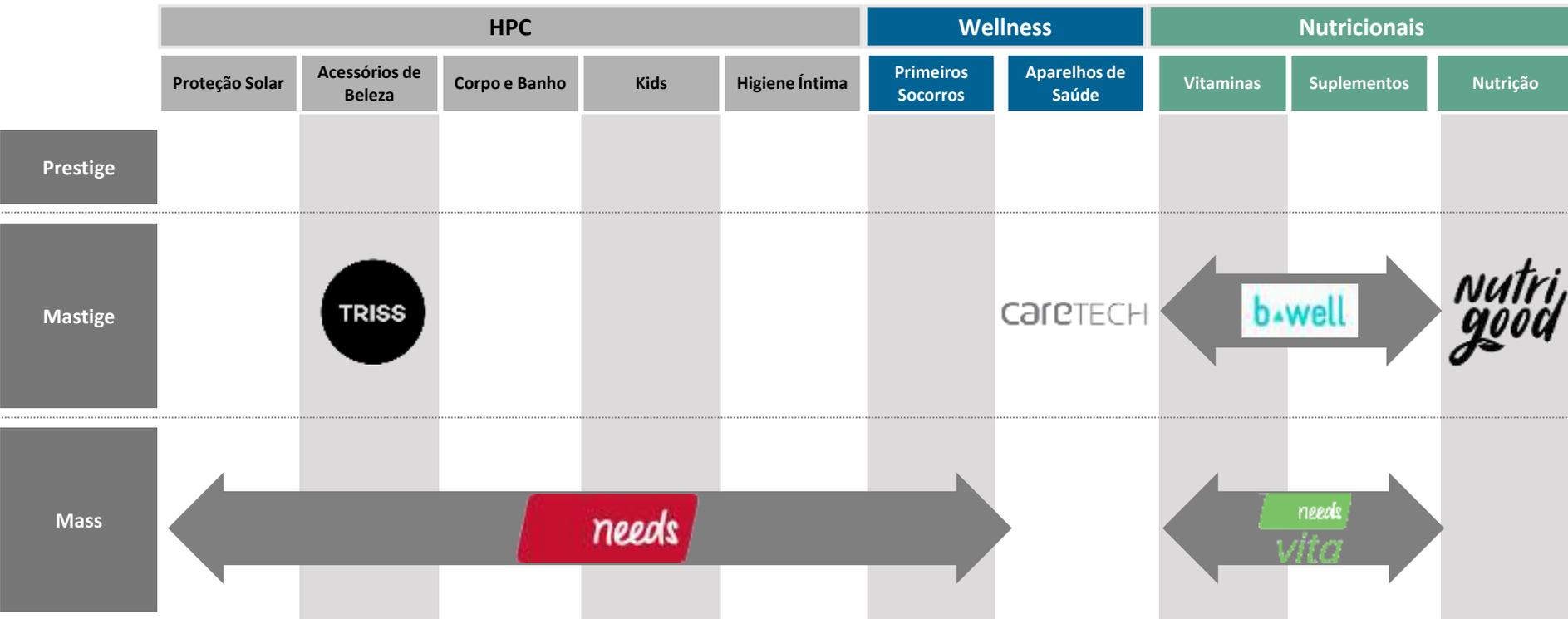
TOTAL DE SKUs FASE 1: 20

MB%: 50% A 80%

nutri good



NOSSO PORTFOLIO DE MARCAS NOS POSICIONA COMO UMA SOLUÇÃO COMPLETA, PARA EXPANSÃO DE MARGENS E MELHORAR O SORTIMENTO DE PRODUTOS NAS NOSSAS LOJAS



Perguntas & Respostas

Eugênio De Zagottis

VP: Planejamento Corporativo, RI, RD Saúde e RD Marcas

**PROGRAMA DE EXPANSÃO E
PERSPECTIVAS PARA 2018**

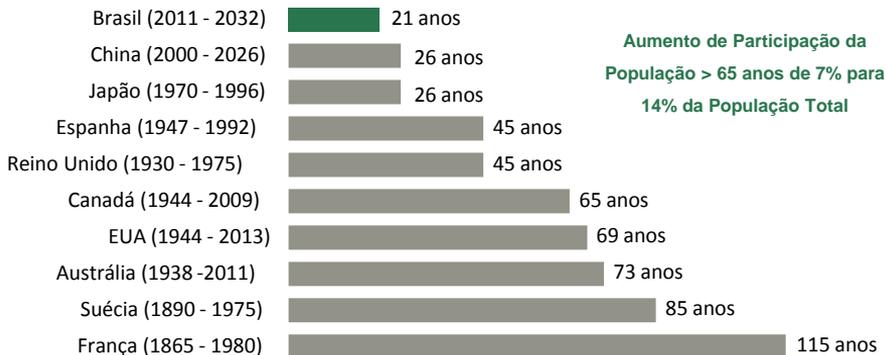
*Marcílio Pousada, CEO
Eugênio De Zagottis, VP*



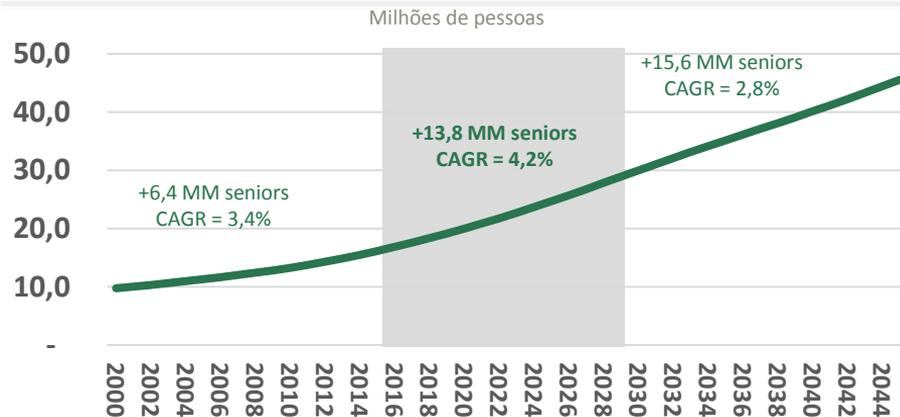
JANELA DE 15 ANOS DE OPORTUNIDADE: CRESCIMENTO DE MERCADO ACELERADO + CONSOLIDAÇÃO



Rápido envelhecimento populacional

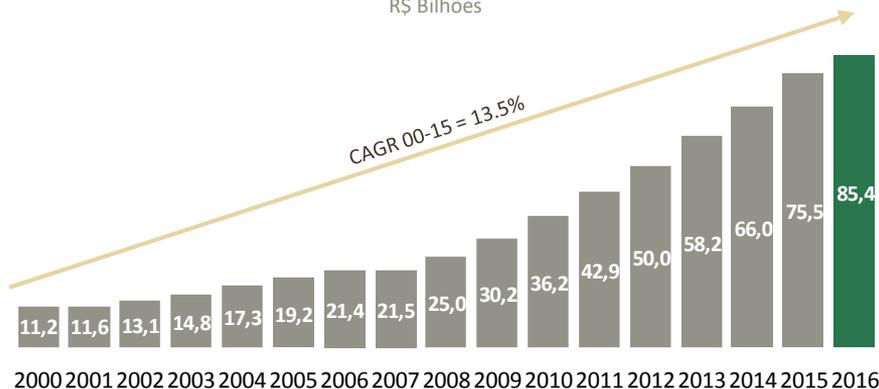


População idosa irá de 16MM para 30 MM nos próximos 15 anos



Mercado farmacêutico deverá sustentar um crescimento acelerado

R\$ Bilhões



Mercado Fragmentado: forte oportunidade de consolidação para RD



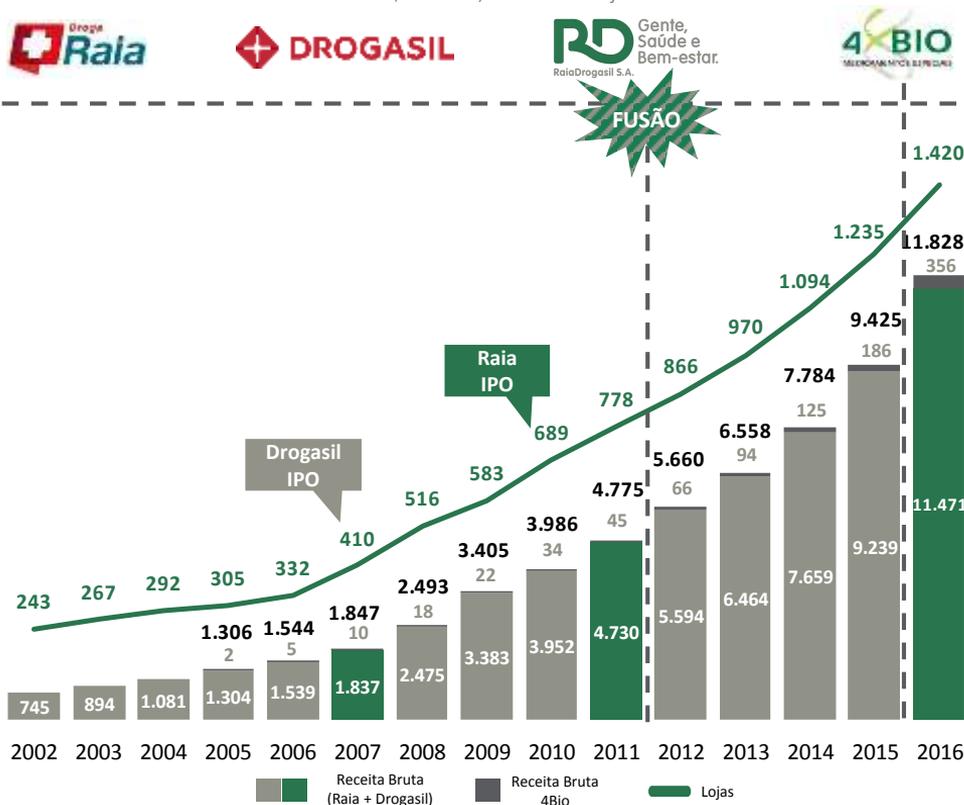
POSSUÍMOS UM FORTE HISTÓRICO DE CRESCIMENTO ACELERADO COM EXPANSÃO DE MARGEM



Estamos dobrando o número de lojas desde a fusão em 2011

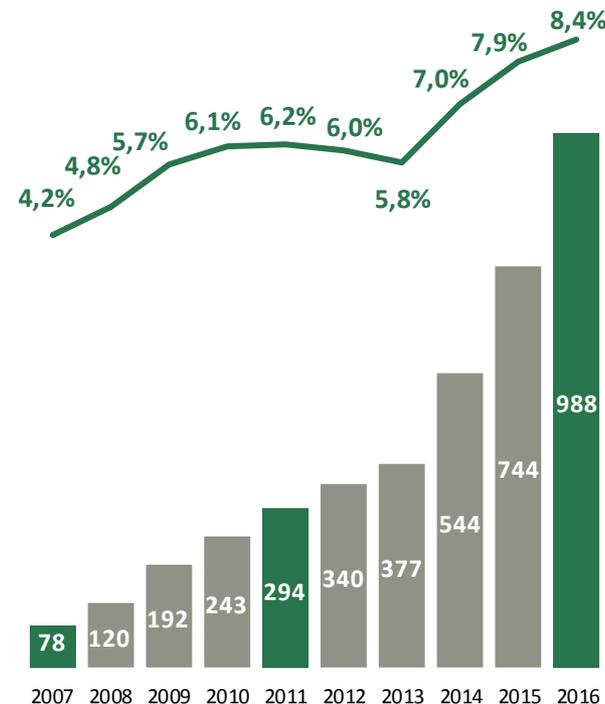
Receita Bruta e Número de Lojas

R\$ milhões, número de lojas



EBITDA

R\$ milhões, % da Receita Bruta

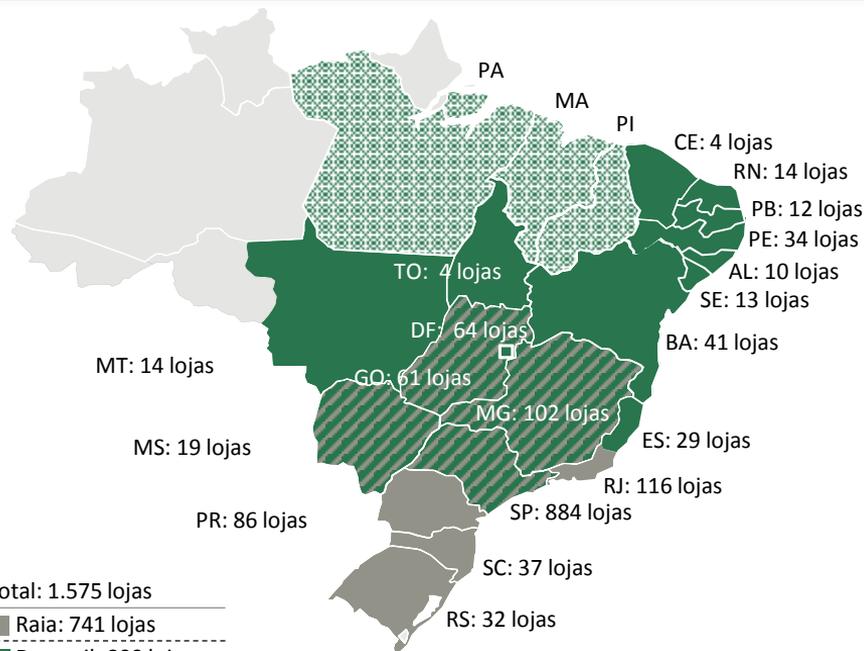


PLATAFORMA ÚNICA DE CRESCIMENTO NACIONAL, COM FORTE GANHO DE SHARE E POTENCIAL CRIAÇÃO DE VALOR



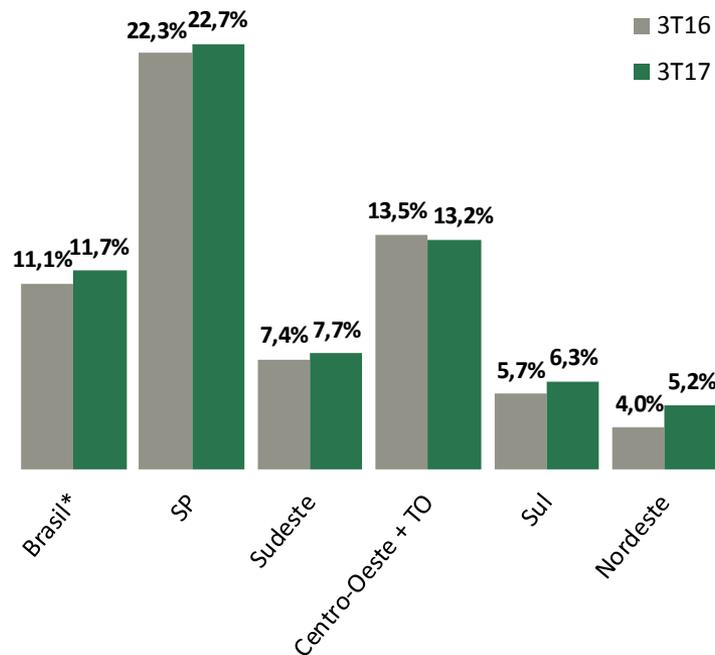
A RD está presente em 19 estados que juntos correspondem por 93% do Mercado Farmacêutico Brasileiro, e já possui operações de sucesso em todos estes mercados

Presença Geográfica – 31 de outubro de 2017



- Total: 1.575 lojas
- Raia: 741 lojas
- Drogasil: 809 lojas
- Mercados Futuros
- * FarmaSil: 22 lojas
- * 4Bio: 3 lojas

Market Share



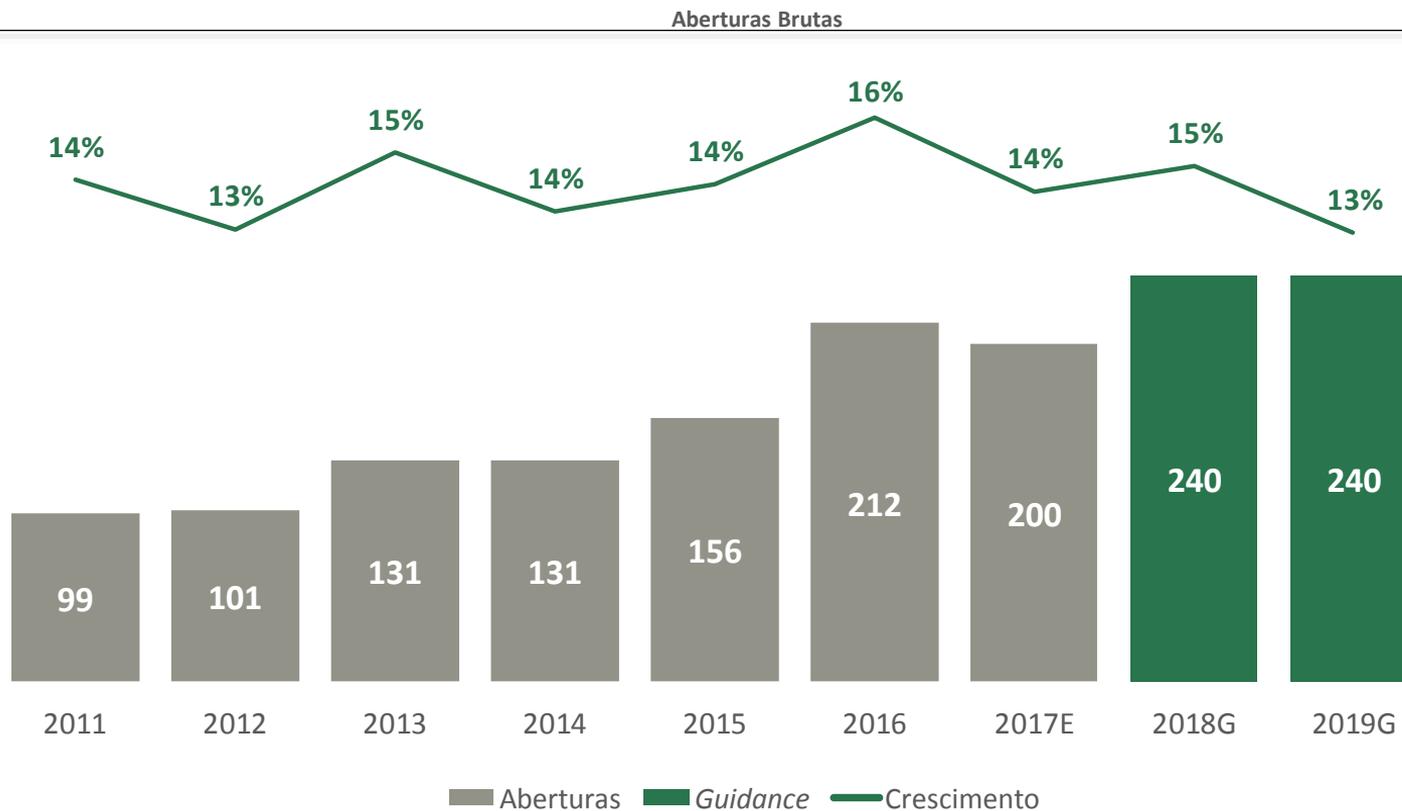
DISTRIBUIÇÃO DO MERCADO FARMACÊUTICO POR REGIÃO (%)

Região	Brasil*	SP	Sudeste	Centro-Oeste + TO	Sul	Nordeste
Share (%)	100,0%	26,6%	24,5%	9,6%	16,4%	18,6%

Fonte: IMS Health - Inclui a participação da 4Bio somente no total do Brasil.

NOVO GUIDANCE DE ABERTURA DE LOJAS: 240 NOVAS LOJAS PARA 2018 E 240 PARA 2019

Acelerando as aberturas de novas lojas para sustentar o ritmo de crescimento. Aberturas marginais podem oferecer TIR inferior. Guidance não discrimina bandeira ou formato das lojas.



Margem Bruta

- › Ligeira pressão de margem devido a ganhos inflacionários menores (assumindo um aumento de preço menor que os 3% de 2017)
- › Pequena pressão de AVP por conta da queda das taxas de juros
- › Expandir a margem bruta estrutural para compensar essas pressões (compras e *pricing*)

Despesas Operacionais

- › Diluição de G&A
- › Buscar uma ligeira diluição das despesas de vendas através de ganhos de produtividade adicionais (iniciativas começaram em 2016)
- › Efeito inercial positivo deve beneficiar o 1S18

EBITDA

- › Aspiramos um ganho gradual de margem EBITDA (não é um *guidance*)
- › Queremos aumentar ainda mais a margem EBITDA **estrutural** para criar um novo nível no futuro

Foco na criação de opcionalidades de longo prazo para suportar outro salto em execução e produtividade

Perguntas & Respostas

Marcílio Pousada, CEO
Eugênio De Zagottis, VP



**VISÃO DE LONGO
PRAZO**

Antônio Carlos Pipponzi
Presidente do Conselho



Perguntas & Respostas Geral

Antonio C. Pipponzi, Chairman

Marcílio Pousada, CEO

Eugênio De Zagottis, VP