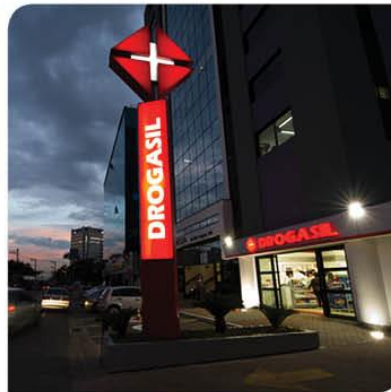




Liderando a Consolidação do Mercado Brasileiro de Drogarias

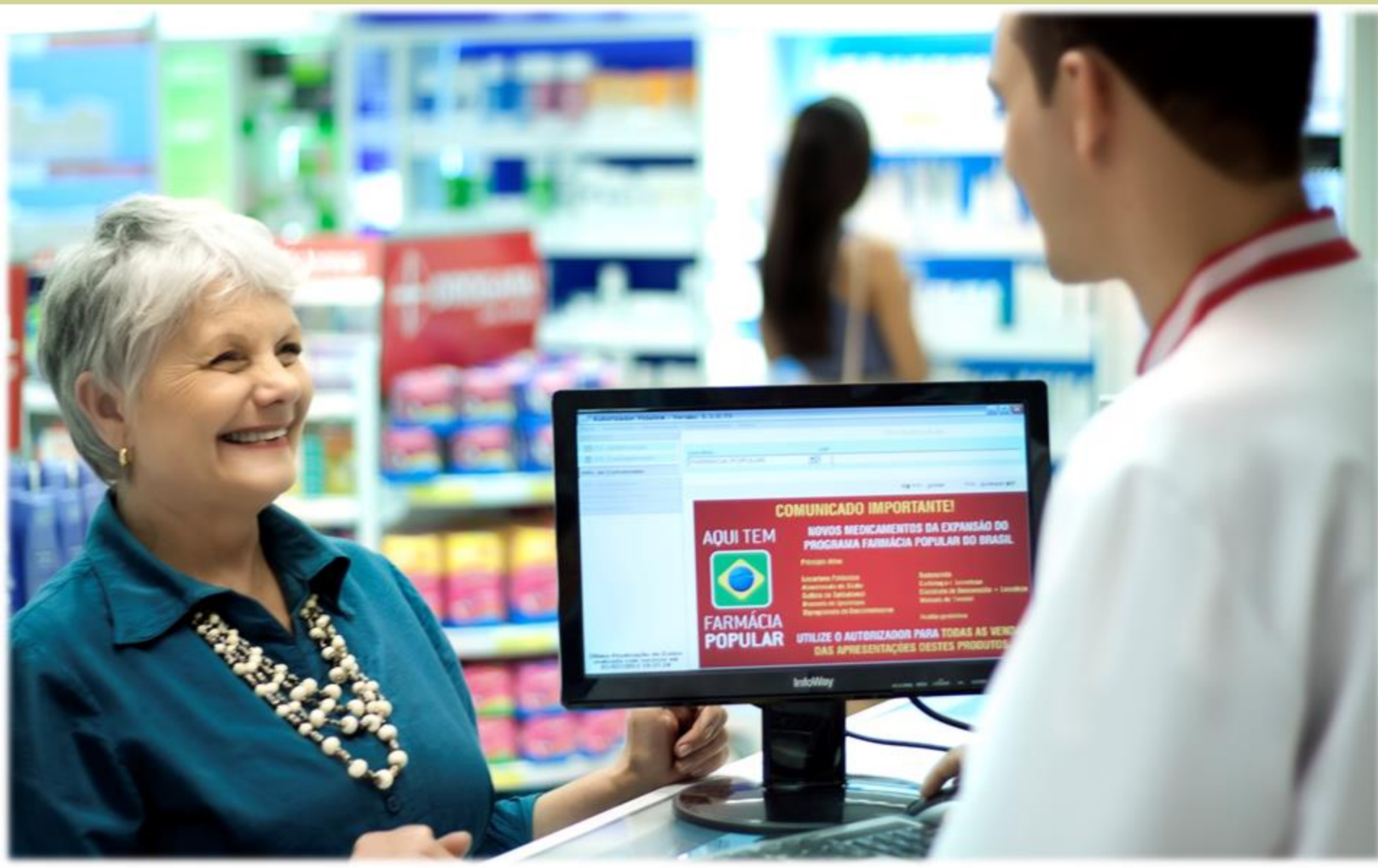


Esta apresentação contém certas declarações futuras e informações relacionadas à Companhia que refletem as visões atuais e/ou expectativas da Companhia e de sua administração com respeito à sua performance, seus negócios e eventos futuros. Declarações prospectivas incluem, sem limitação, qualquer declaração 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.

Raia Drogasil – Destaques da Companhia



Raia Drogasil S.A.



- Maior rede de drogarias e o 6º maior varejista do Brasil. R\$ 11,2 bilhões de receita bruta, R\$ 939,8 MM de EBITDA e R\$ 491,0 MM de lucro líquido ajustado.* Lançamento de ADRs Nível I na NYSE;
- Associação entre Raia S.A. e Drogasil S.A., duas das líderes do mercado de drogarias brasileiro, com 192 anos de história combinada e controle compartilhado por acionistas membros das famílias fundadoras;
- Mais de 1.400 lojas em 18 estados do Brasil, que representam 90% do mercado farmacêutico brasileiro, com *market share* nacional de apenas 11%;
- Modelo de negócio diferenciado, que combina duas marcas icônicas do varejo brasileiro, uma PBM proprietária e uma plataforma de varejo de especialidades (aquisição de 55% da 4-Bio, o 2º maior varejista de especialidades);
- Histórico de crescimento único no mercado de drogarias brasileiro: mais do que duplicamos o número de lojas entre 2010 e 2016 com base no crescimento orgânico.



* Proforma: Considera 12 meses de 4Bio

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



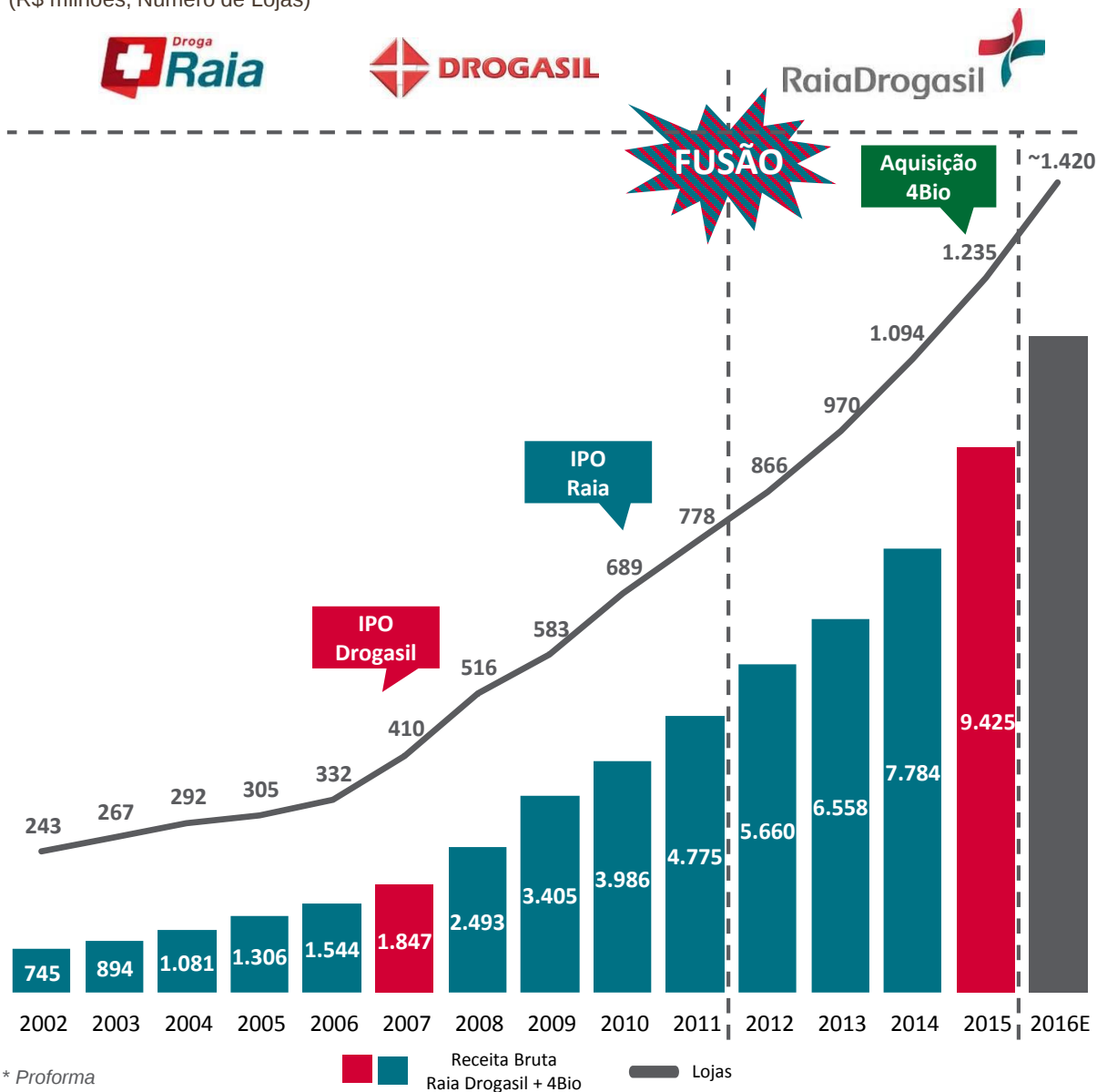
**Nossa Visão: LIDERAR A CONSOLIDAÇÃO DO MERCADO
BRASILEIRO DE DROGARIAS**

Histórico Único de Crescimento Orgânico Acelerado com Expansão de Margem: Multiplicou as lojas em **3X**, Vendas em **5X** e o EBITDA em **10X** desde 2007*



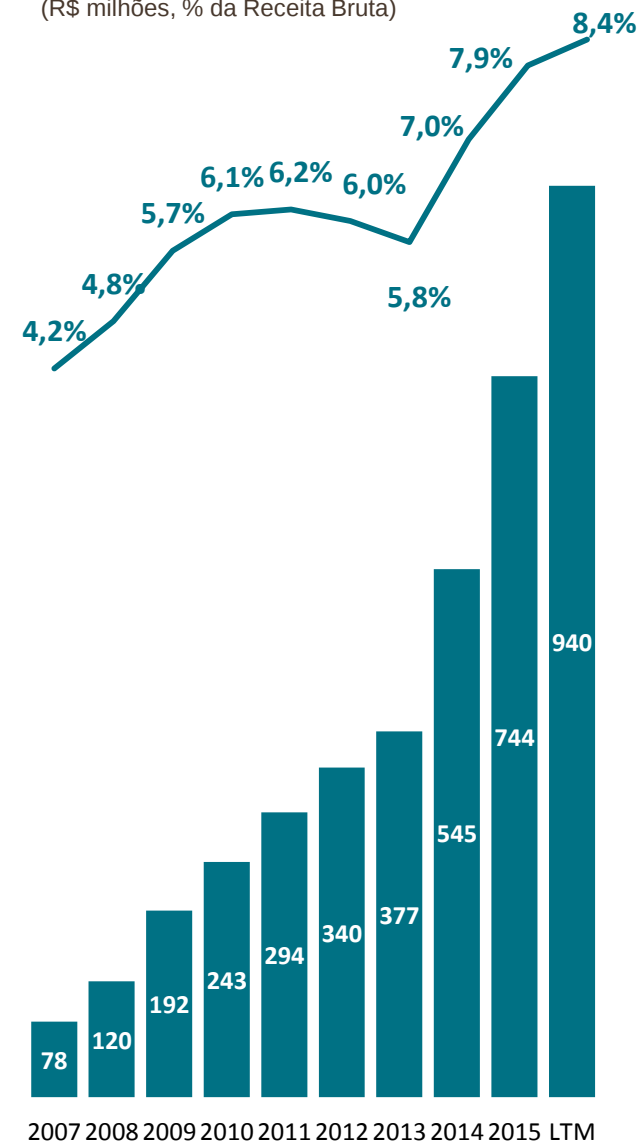
Receita Bruta e Número de Lojas

(R\$ milhões, Número de Lojas)



EBITDA Ajustado

(R\$ milhões, % da Receita Bruta)



* Proforma

A Maior Rede de Drograrias e com a Maior Taxa de Crescimento e 6º Maior Grupo Varejista do Brasil



	Ranking Brasil	Receita Bruta (bilhões)	Lojas	EBITDA (milhões)
1º		R\$ 9,4 +21%	1.235 +13%	R\$ 743,5 +37%
2º		R\$ 7,3 +15%	1.079 +13%	R\$ 476,7 +15%
3º		R\$ 5,0 +14%	828 +12%	R\$ 336,6 +1%
4º		R\$ 3,6 -5%	532 -27%	(R\$ 31,9) -87%

	Ranking Varejo	Receita Bruta (bilhões)	Lojas
1º		R\$ 76,9 +6%	2.181 +2%
2º		R\$ 42,7 +13%	288 +15%
3º		R\$ 29,3 -1%	485 -11%
4º		R\$ 20,7 +12%	1.041 +9%
5º		R\$ 10,5 -9%	786 +4%
6º		R\$ 9,4 +21%	1.235 +13%
7º		R\$ 9,0 -6%	222 1%
8º		R\$ 8,5 -10%	1.100 +6%



Medicamentos

Frente de Loja

ESPECIALIDADES



* Adquirindo 55% da Empresa

LOJAS



MARCAS



TRISS

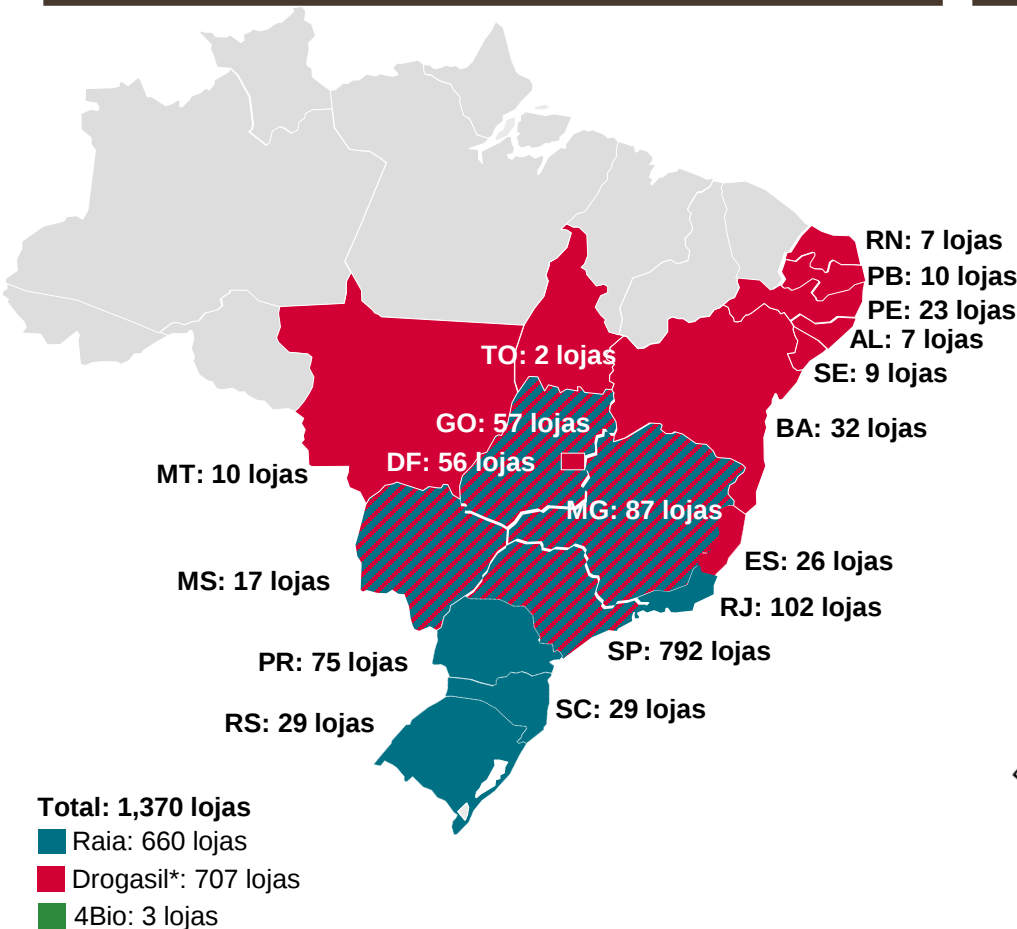
PBM



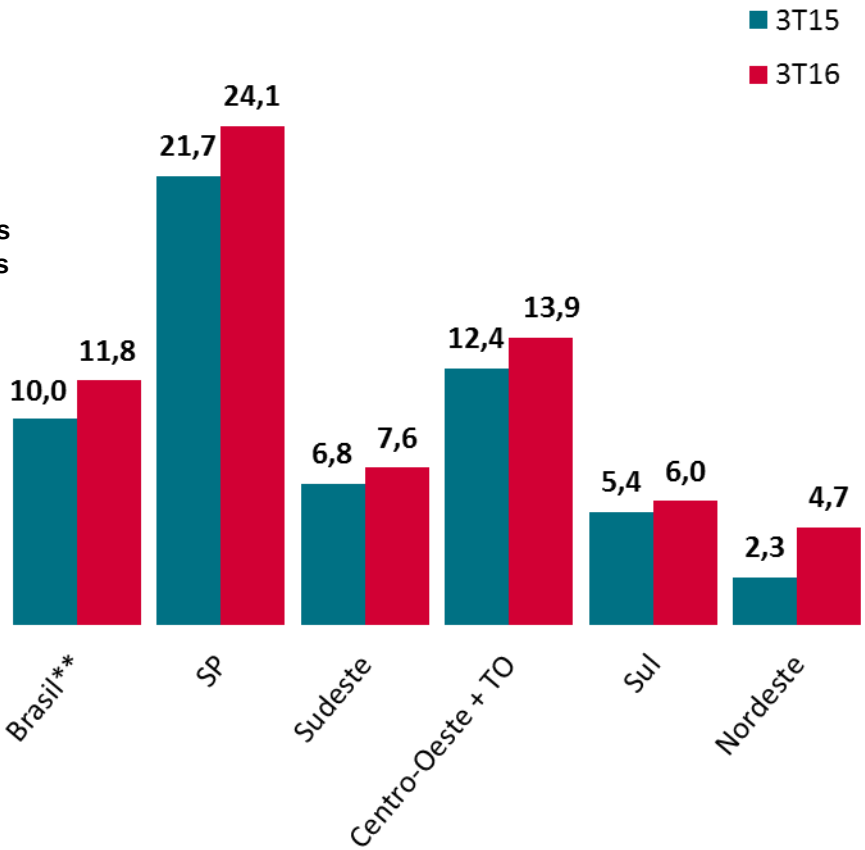
Forte Presença Geográfica e Potencial de Crescimento



Presença Geográfica



Participação de Mercado***



DISTRIBUIÇÃO DO MERCADO FARMACÊUTICO POR REGIÃO (%)

Brasil**	SP	Sudeste	Centro-Oeste + TO	Sul	Nordeste
100,0	26,6	24,4	9,4	16,2	18,8

Fonte: IMS Health

* Inclui as lojas Farmasil

** Inclui a participação da 4Bio somente no total do Brasil

*** 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 11,4%.

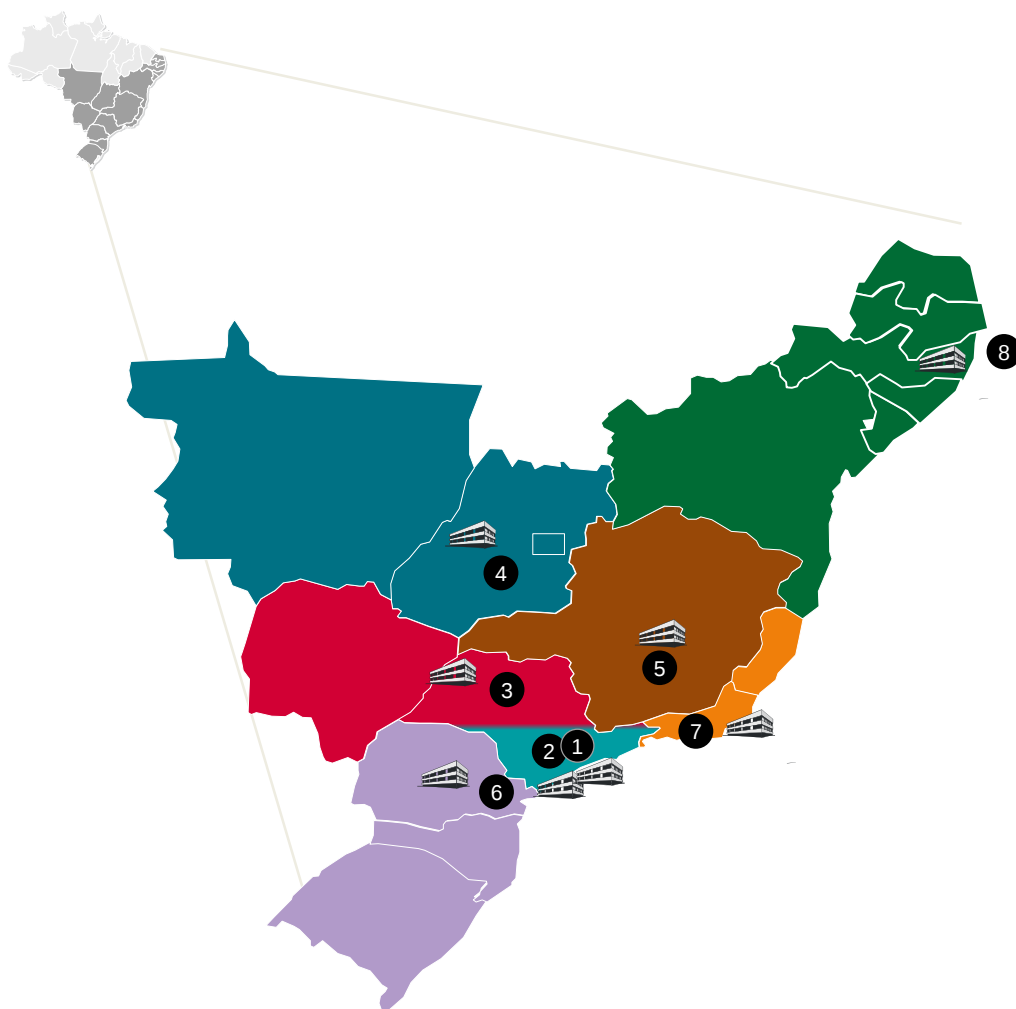
Estrutura de Distribuição Unificada, Descentralizada e Escalável, com Gestão Eficiente da Cadeia de Suprimentos



Centros de Distribuição



Centros de Distribuição



1

- ▶ São Paulo (SP)
- ▶ Área: 18.000 m²

2

- ▶ Embu (SP)
- ▶ Área: 23.500 m²

3

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

4

- ▶ Aparecida (GO)
- ▶ Área: 14.100 m²

5

- ▶ Contagem (MG)
- ▶ Área: 10.100 m²

6

- ▶ S. J. dos Pinhais (PR)
- ▶ Área: 9.900 m²

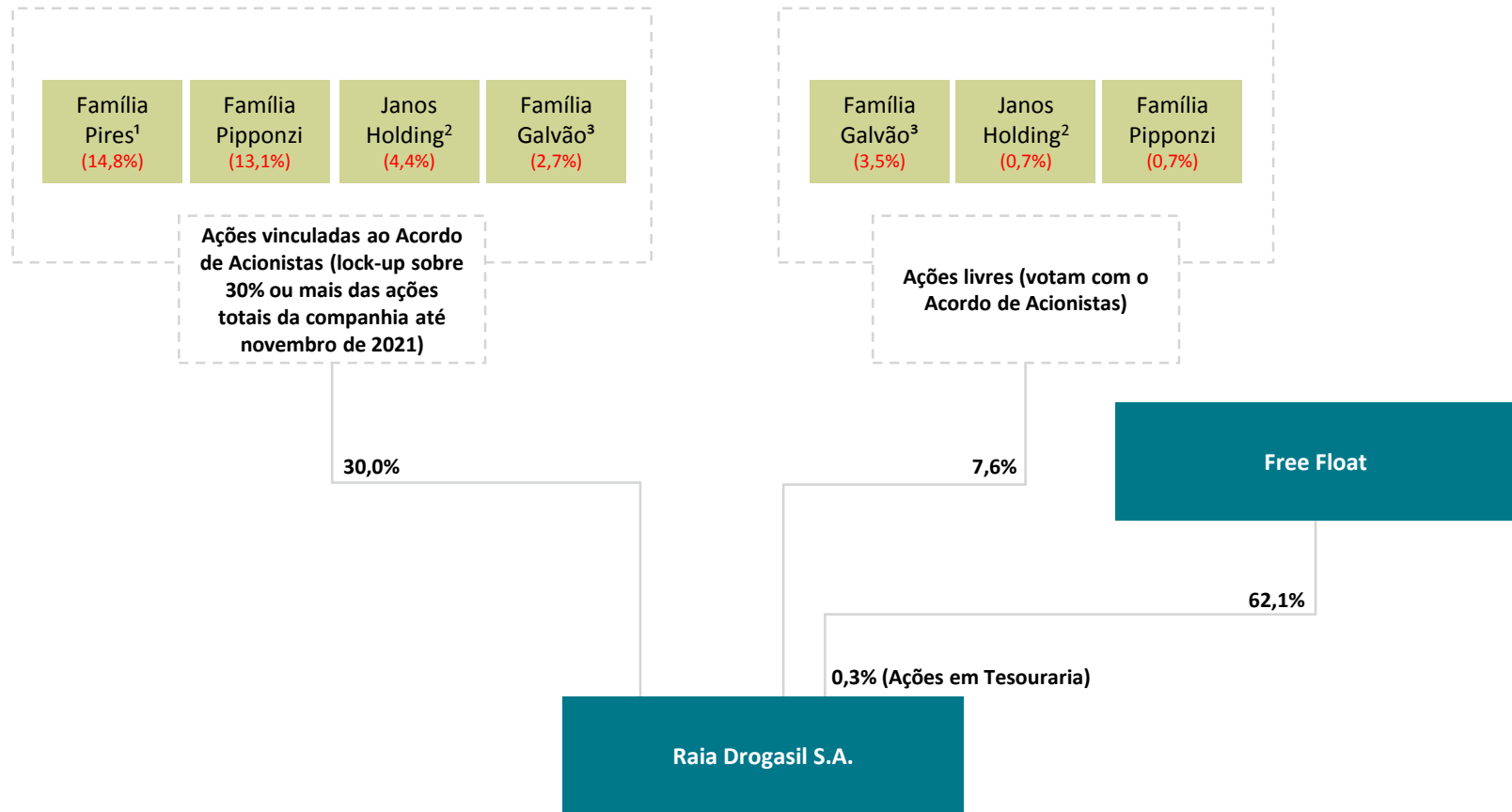
7

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

8

- ▶ Jaboatão (PE)
- ▶ Área: 12.000 m²

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 de 35% para 30% do capital até novembro de 2016, e permanecerá constante até novembro de 2021. Portanto, aproximadamente 89% 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

Importantes Sinergias Alcançadas desde a Fusão



	2011	LTM 3Q16	Var. %
Destaques Operacionais Combinados			
Número de Lojas	778	1.370	76,1%
Funcionários	17.244	28,661	66,2%
Presença Geográfica	9 estados 78% do Mercado Brasileiro	18 estados 90% do Mercado Brasileiro	+9 estados +12% do Mercado Brasileiro
Área de Vendas (m²)	109.095	197,979	81,5%
Destaques Financeiros (R\$ MM)			
Receita Bruta	4.775	11.195	134,5%
Lucro Bruto (% da Receita Bruta)	1.241 26,0%	3.321 29,7%	167,6% +3,7 p.p.
EBITDA (% da Receita Bruta)	294 6,2%	940 8.4%	219,7% +2,2 p.p.
Lucro Líquido (% da Receita Bruta)	152 3,2%	491 4,4%	223,0% +1,2 p.p.
Valor de Mercado (R\$ bilhões)*	4,3	22,8	430,2%

* Proforma: Considera 12 meses de 4Bio

Mercado de Alto Crescimento, em Processo de Consolidação

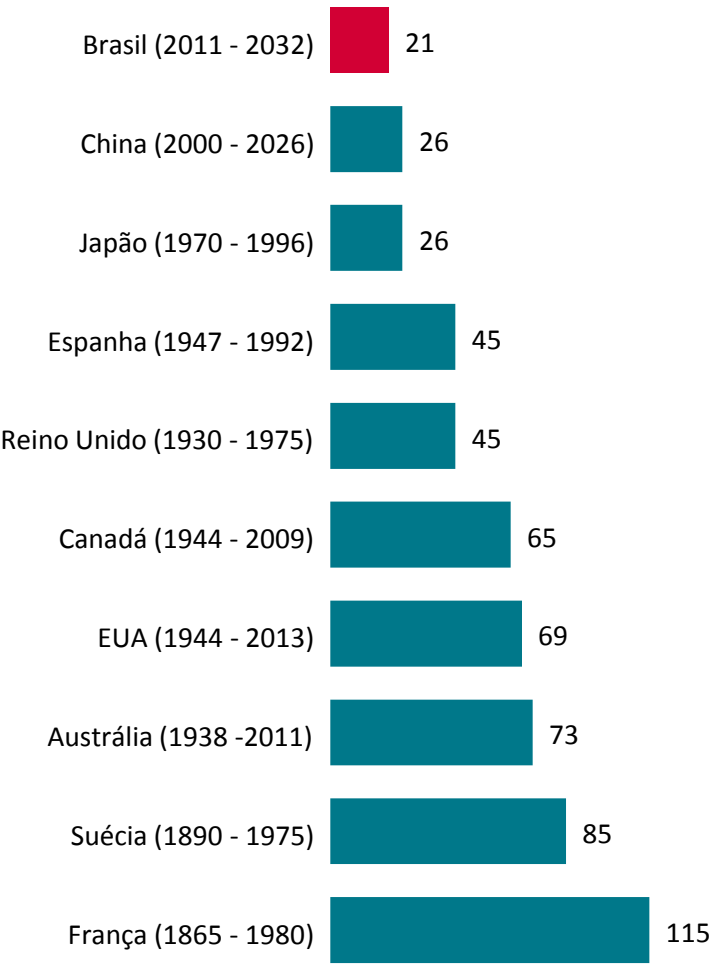


O Brasil Está Passando por uma Transformação Demográfica Sem Precedentes. A População Idosa Passará de 16 Milhões para 30 Milhões nos Próximos 15 Anos.



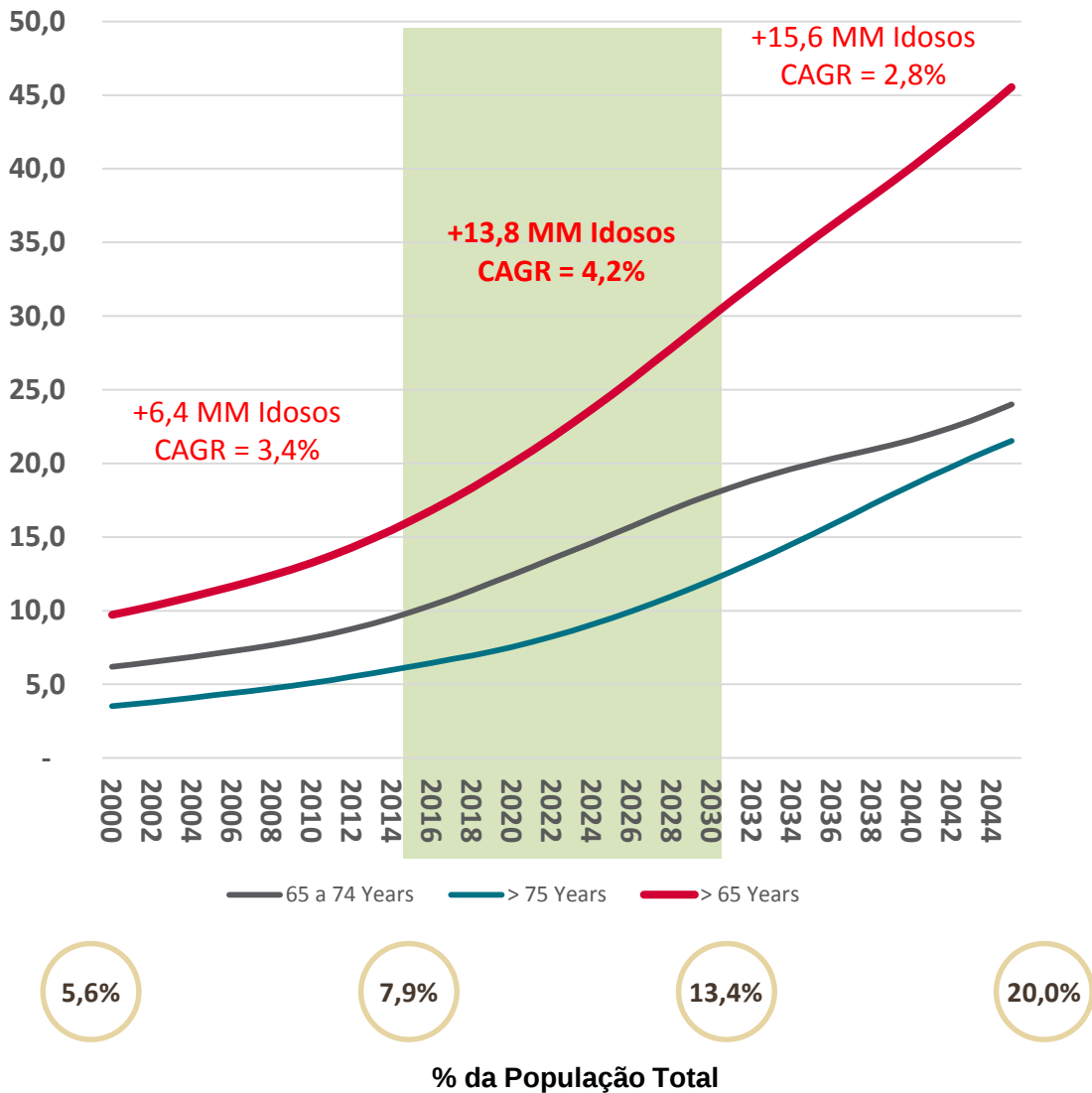
Velocidade do Envelhecimento da População

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

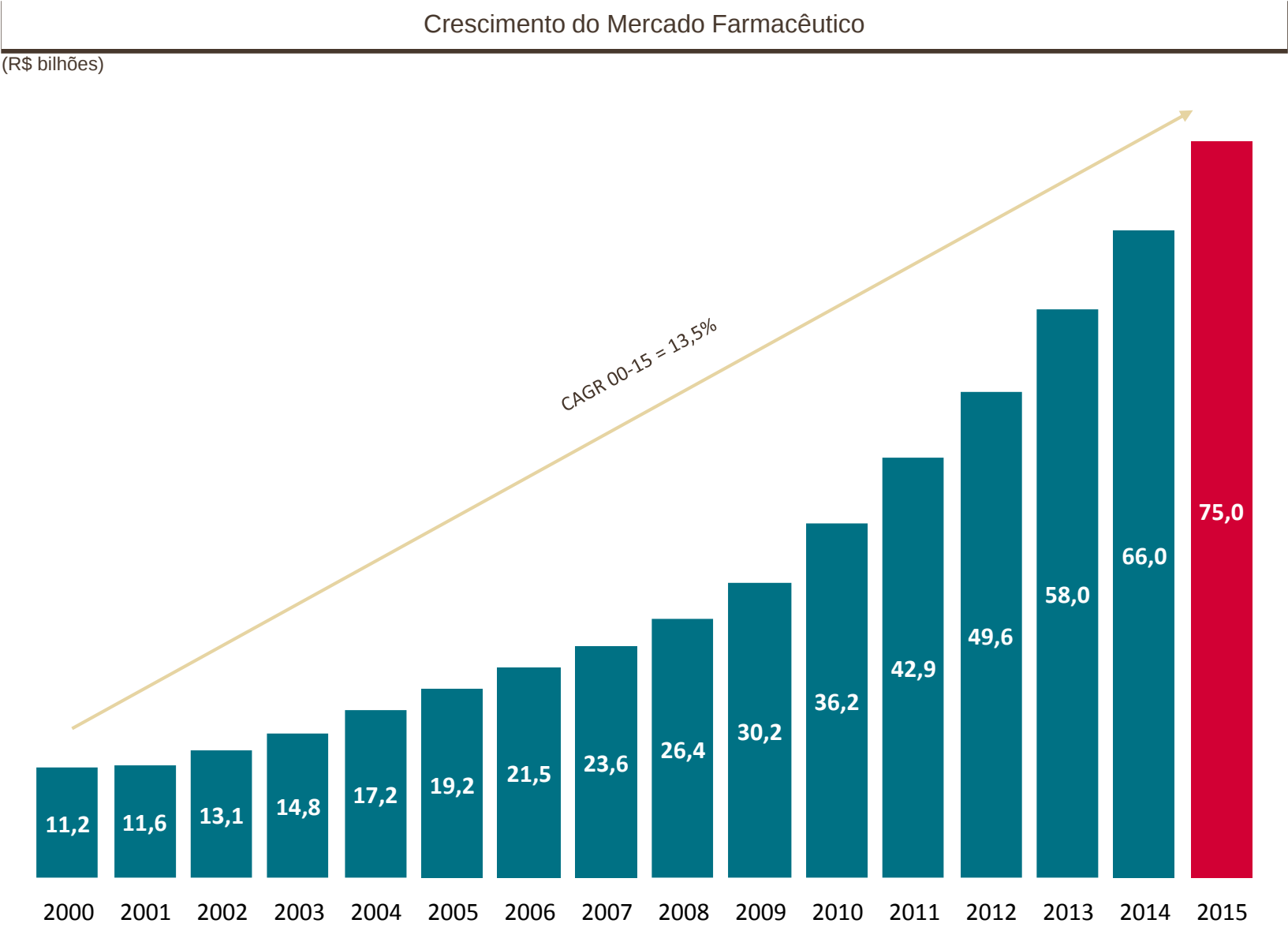


População Brasileira Acima de 65 Anos

(Million People)



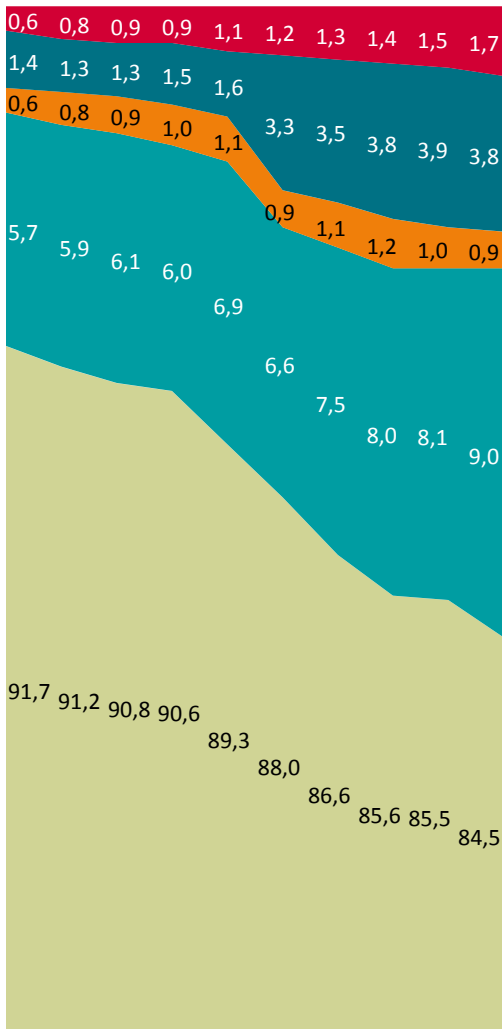
Como Resultado, o Mercado Farmacêutico, que Cresceu Significativamente nos Últimos 15 Anos, Deverá Manter o Crescimento Double Digit por Mais 15 Anos.



Adicionalmente, o Mercado de Drogarias Permanece Muito Fragmentado, Permitindo à Raia Drogasil Liderar a Consolidação do Setor e Ganhar Ainda Mais Produtividade.

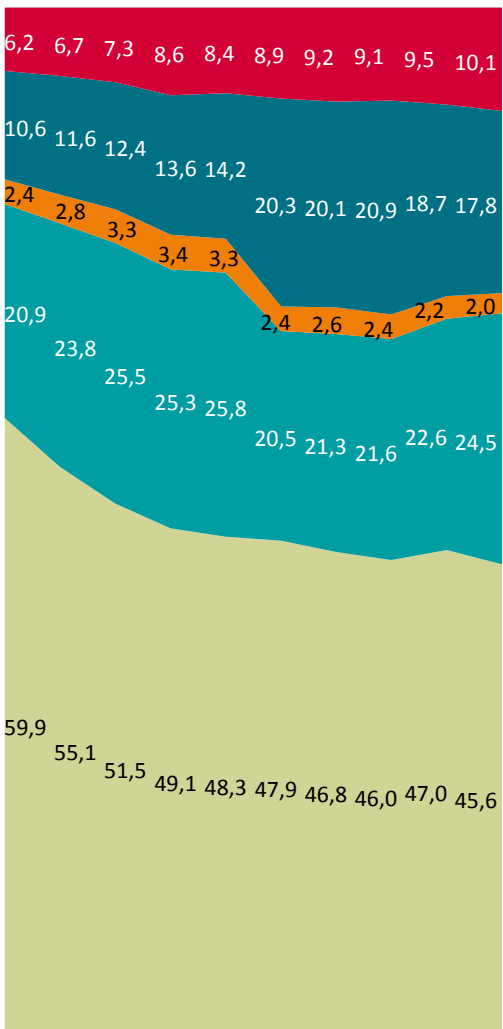


% de Lojas



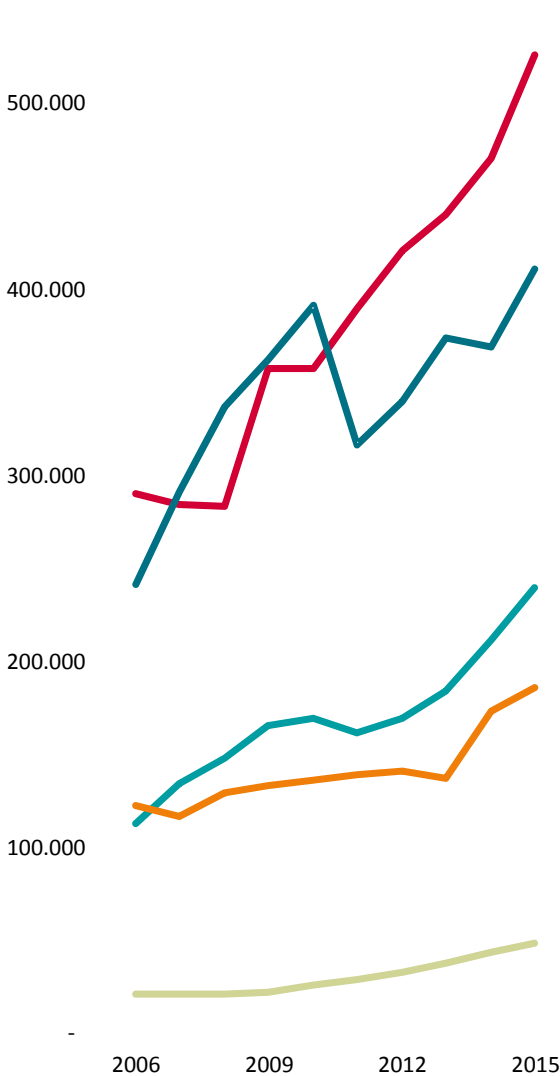
2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015

% de Faturamento



2006 2007 2008 2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015

Receita Farma por Loja (R\$/Mês)



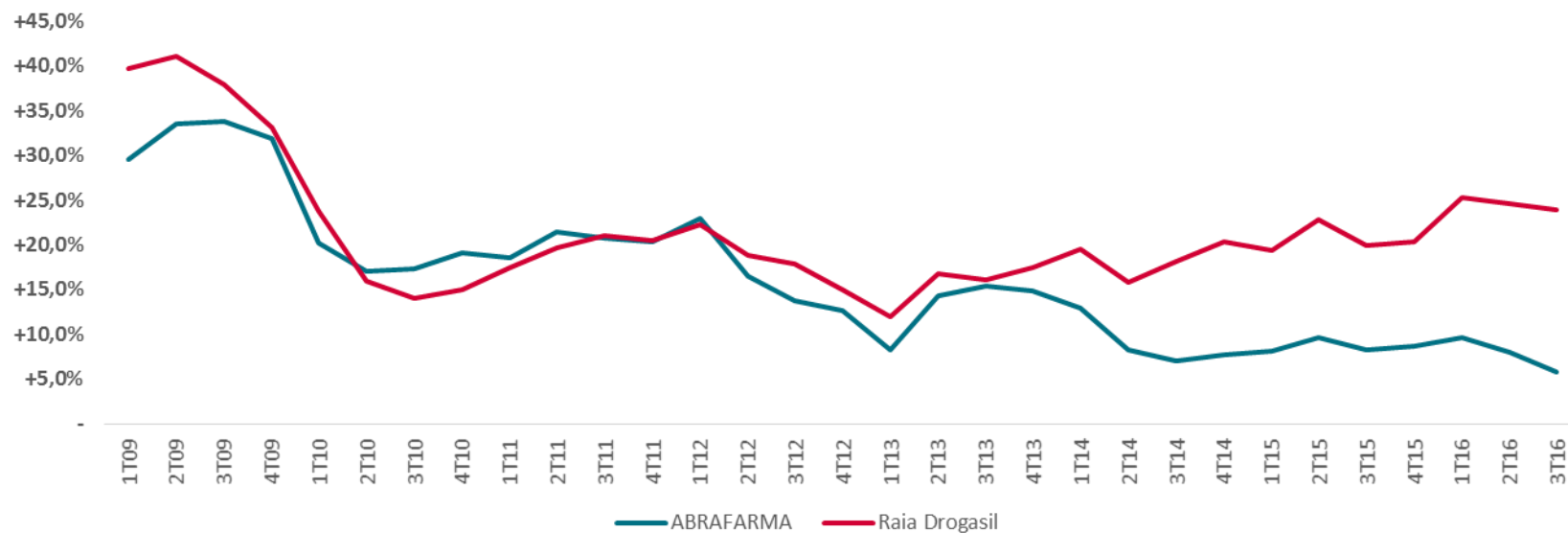
RAIA DROGASIL ABRAFARMA #2 A #5 OUTRAS REDES SUPERMERCADOS INDEPENDENTES

Fonte: IMS Health e Abrafarma. Para preservar a comparabilidade histórica não foram incluídos os participantes adicionados ao painel nos últimos 12 meses

Descolando do resto da ABRAFARMA

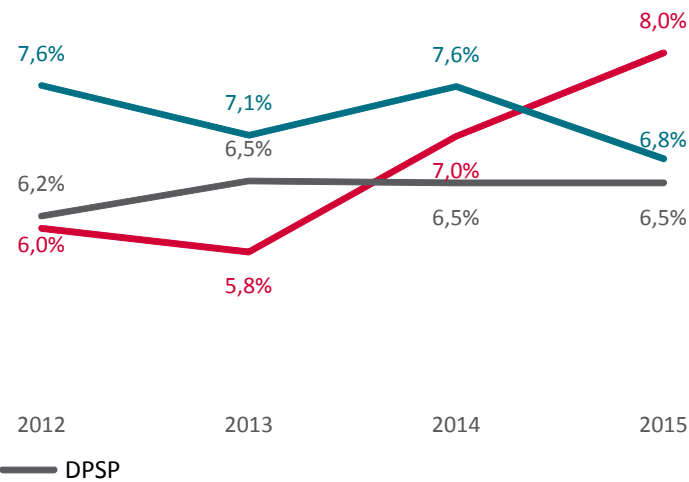
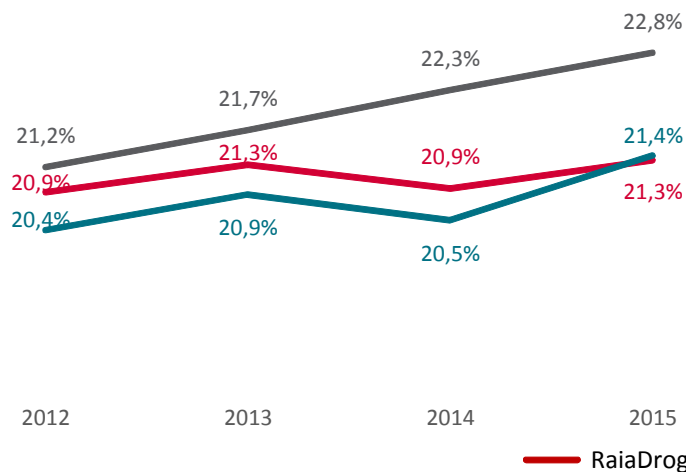


Crescimento da Raia Drogasil vs Resto da ABRAFARMA



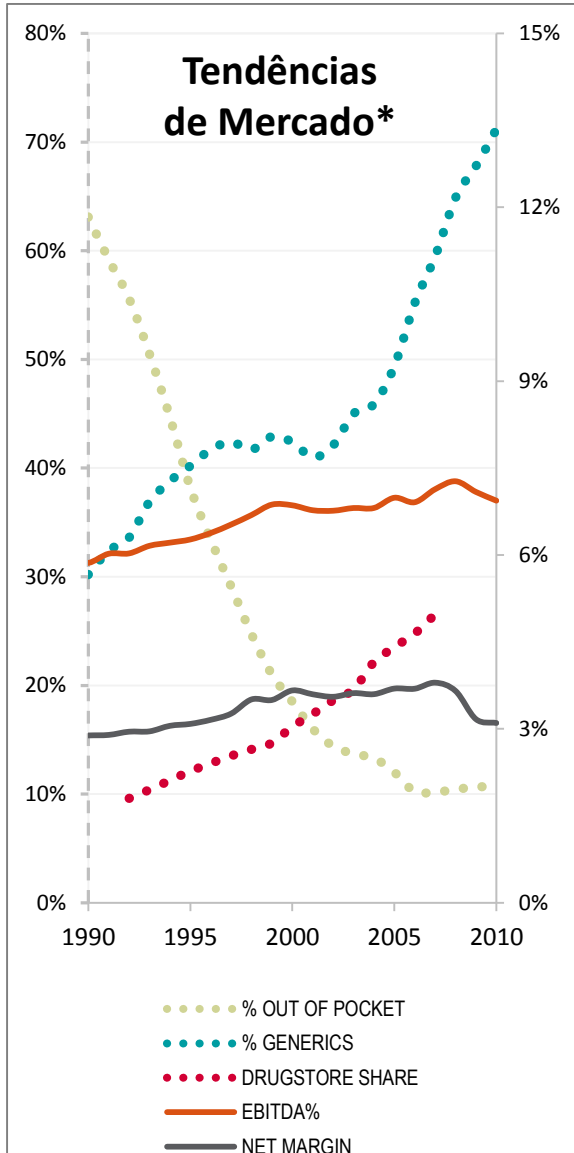
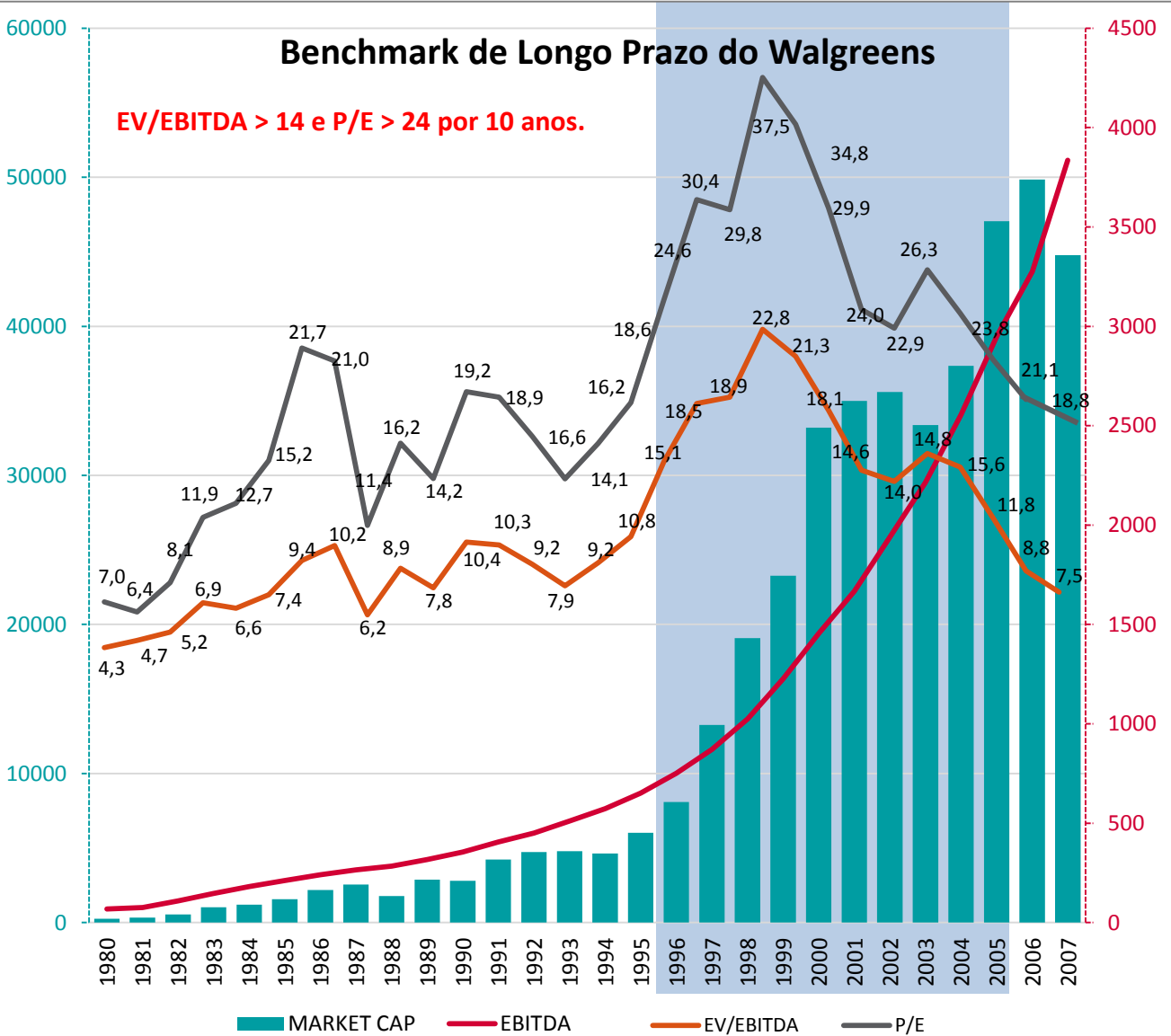
Despesas Operacionais (% da Receita Bruta)

Ebitda Ajustado (% da Receita Bruta)



* RaiaDrogasil: não inclui 4BIO

O Mercado Farmacêutico Brasileiro Lembra o dos EUA no Início da Década de 90, com Oportunidade de Crescimento Real, mas com Maior Potencial de Expansão de Margem.



* 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).

Ativos e Competências Diferenciados Levam à Execução Única



Ativos e Competências Diferenciados



ATIVOS



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



2 - Pontos Excepcionais
Centenas das Melhores Esquinas do Brasil, Capacidade de Replicar via Crescimento Orgânico Acelerado



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

3 – Plataformas e Infraestrutura Proprietárias
Plataforma Baseada em CRM, Rede de Distribuição Eficiente e Escalável, Farmácia de Especialidades e PBM



4 – Formatos Diferenciados e Eficientes
Experiência de Compra Superior, Gestão de Categorias Baseada em Dados, Expansão de Marcas Exclusivas e Elevado ROIC Marginal

COMPETÊNCIAS

Marcas Icônicas ...



DROGASIL: Marca de Farmácia Tradicional, com Grande Foco em Aposentados e em Medicamentos



... com Posicionamentos Diferenciados e Complementares



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



Pontos Excepcionais nas Melhores Esquinas, Ruas e Centros Comerciais do Brasil



Perfil da Localização

■ Lojas com Estacionamento



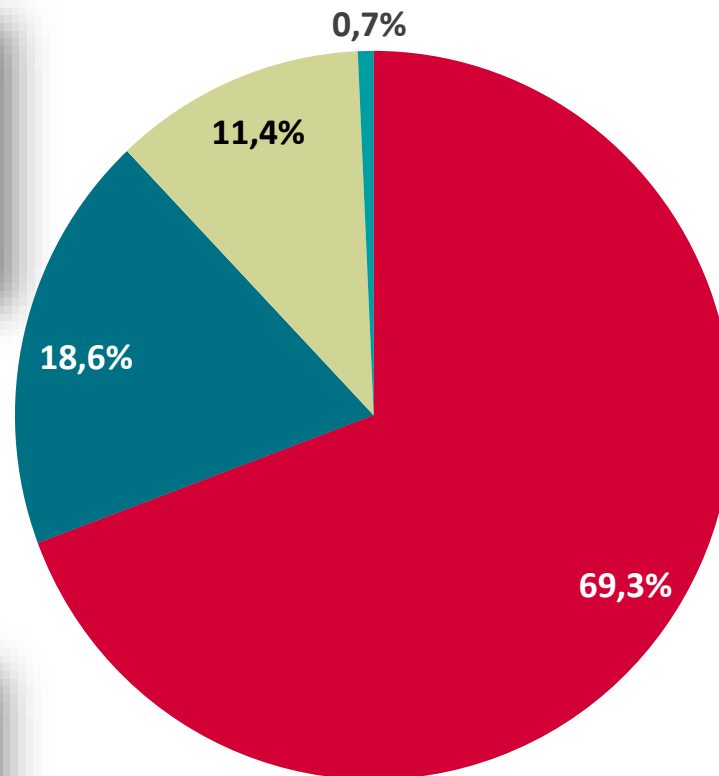
■ Shoppings e Centros Comerciais



■ Lojas de Pedestres



■ Lojas Corporativas

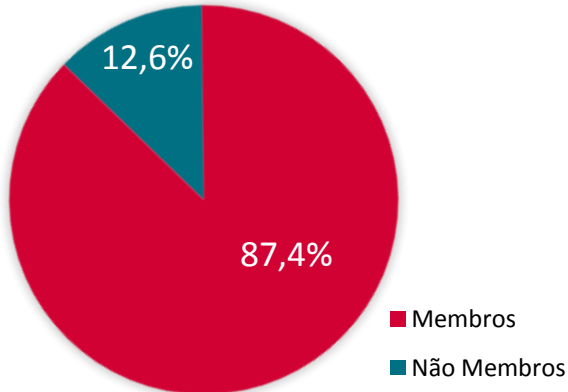


Plataformas Proprietárias e de Ponta, com Foco na Execução de Varejo Baseada em CRM



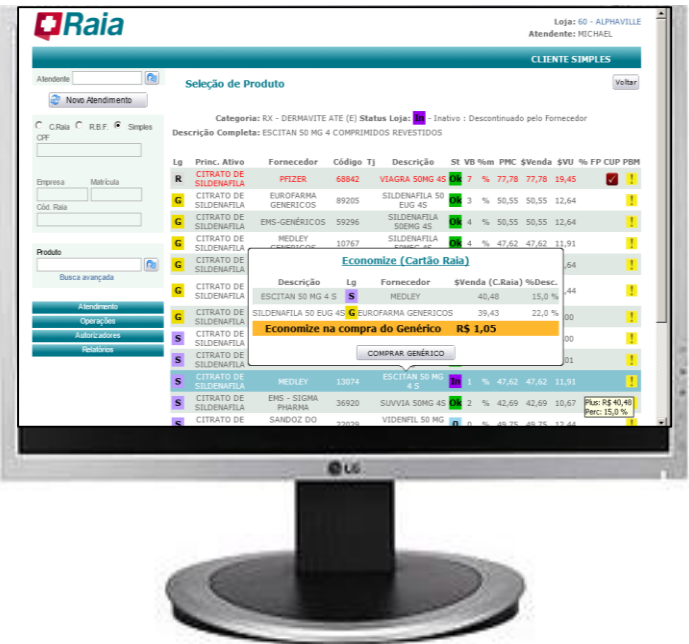
1) Cadastramento

Programa de Fidelidade - % da Receita Total



✓ 3 MM de Cupons Raia Inteligentes / Mês

2) Compra

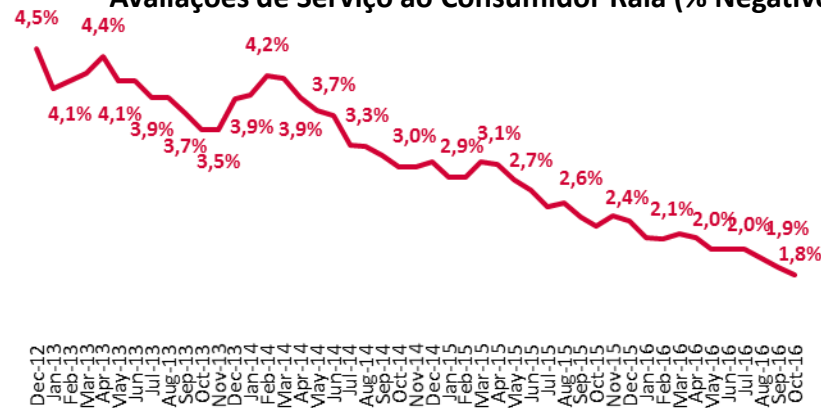


4) Acúmulo e Resgate de Pontos



3) Pagamento e Avaliação

Avaliações de Serviço ao Consumidor Raia (% Negativo)





Sistema Autorizador



Rede de Varejo Credenciada



Farmácia de Especialidades

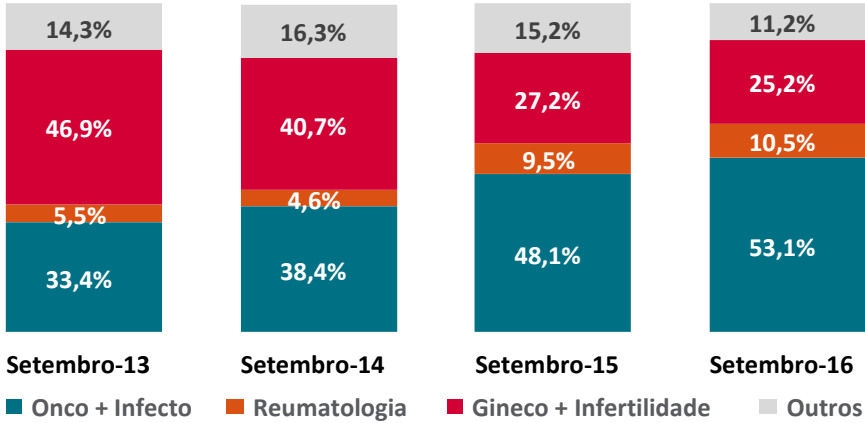


Mais de 700 farmácias terceirizadas

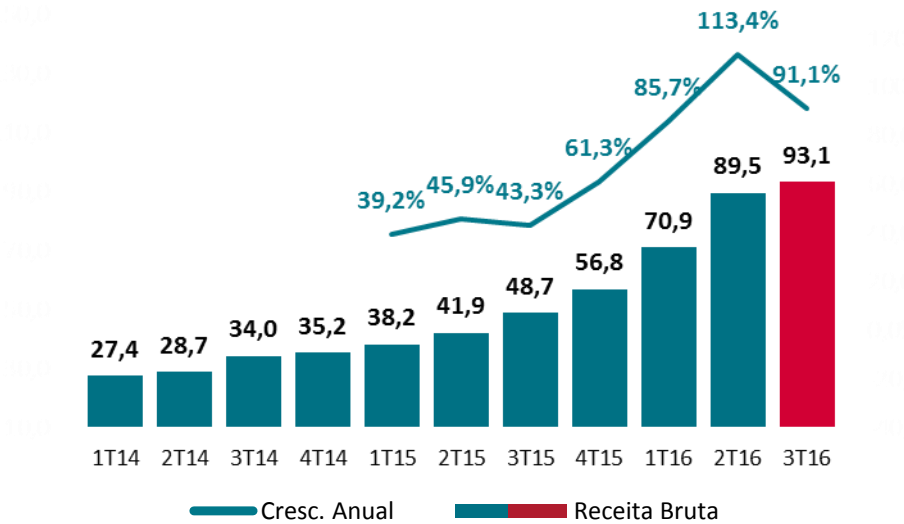
A 4Bio dobrou o faturamento, e é líder no varejo de Medicamentos Especiais, especialmente com Operadoras de Saúde e em Oncologia e Infectologia



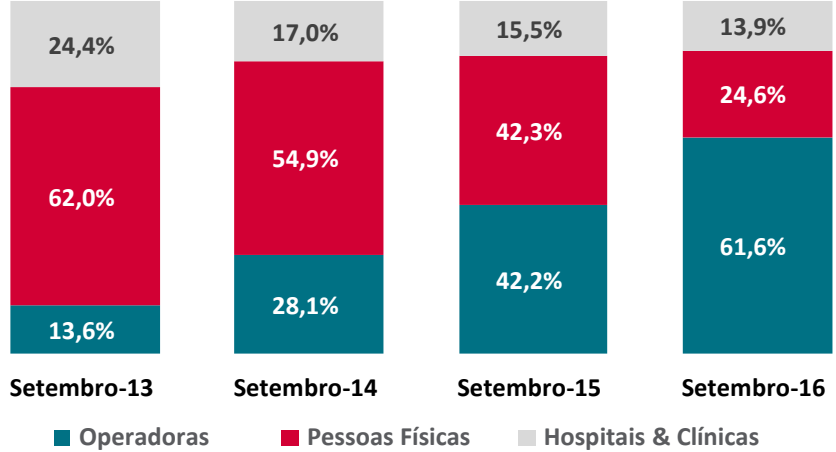
Vendas por Categoria



Receita Bruta
(R\$ milhões)



Vendas por Canal



Formatos Atrativos ...



... com altos retornos marginais sobre o capital investido



Margem média de contribuição de loja madura ⁽¹⁾

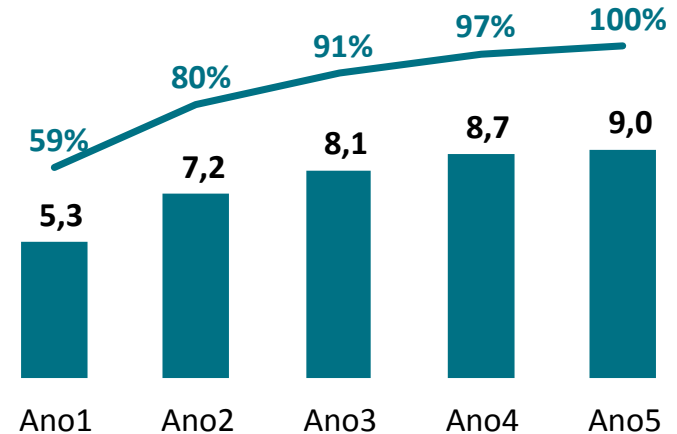
Demonstração do Resultado (Loja Madura) 2015	
<i>(In R\$ 000)</i>	
Receita Bruta	8.957
Lucro Bruto	2.685
% do lucro bruto	30,0%
Despesas de loja	(1.442)
% da Receita Bruta	16,1%
Contribuição da Margem da Loja	1.243
% da Receita Bruta	13,9%
Ajuste AVP	(52)
Depreciação	(268)
Imposto de Renda (34%)	(314)
Depreciação	268
NOPAT (a)	877
% da Receita Bruta	9,8%
Capex	1.338
Despesas Pre-Operacionais	183
Operating Working Capital	577
Investimento Total (b)	2.098
ROIC (a/b)⁽²⁾	4,8%

(1) Não considera despesas Gerais e Administrativas e despesas de CDs

(2) Cálculo do ROIC incluiu todo CAPEX (todo PP&A em vez do PP&A líquido), e não há depreciação no NOPAT

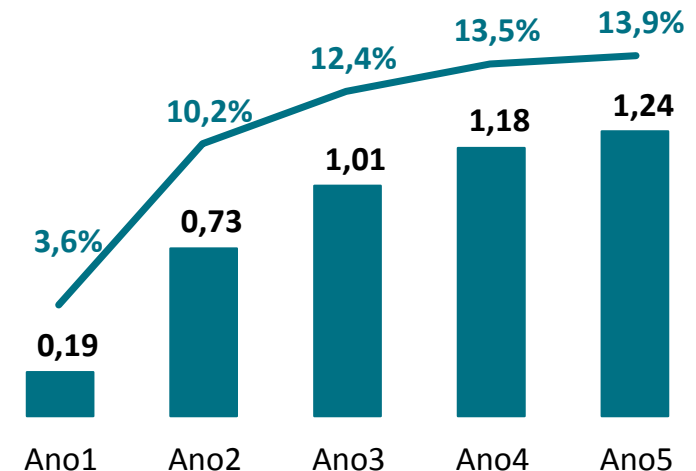
Receita Bruta: Ramp-Up

Como % das vendas: em milhões de Reais por lojas/ano



Margem: Ramp-Up

Como % da receita bruta: em milhões de Reais por lojas/ano



Pessoas Qualificadas e Motivadas, que são Desenvolvidas e Promovidas Internamente



e-learning
portals^{do}o^{ber}

Desenvolvimento de
Lideranças

Plano de Carreira de Loja

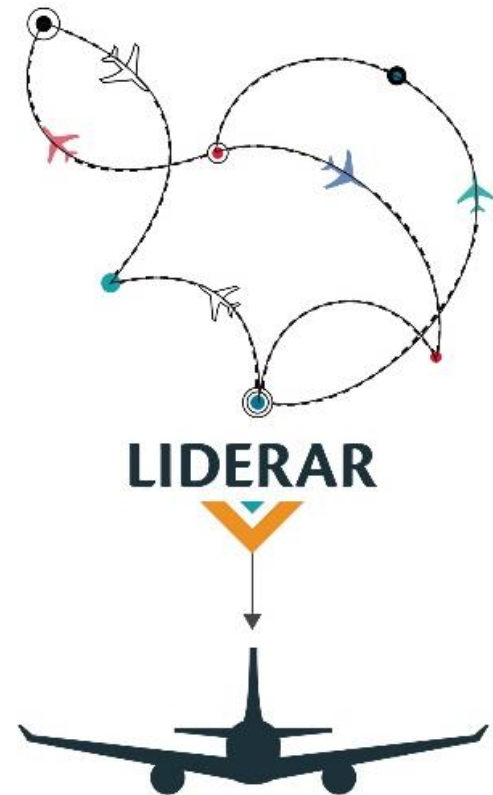

trilhar
Seu futuro passa por aqui.



Avaliação de Desempenho

CRESCER

Porque evoluir é tudo de bom.

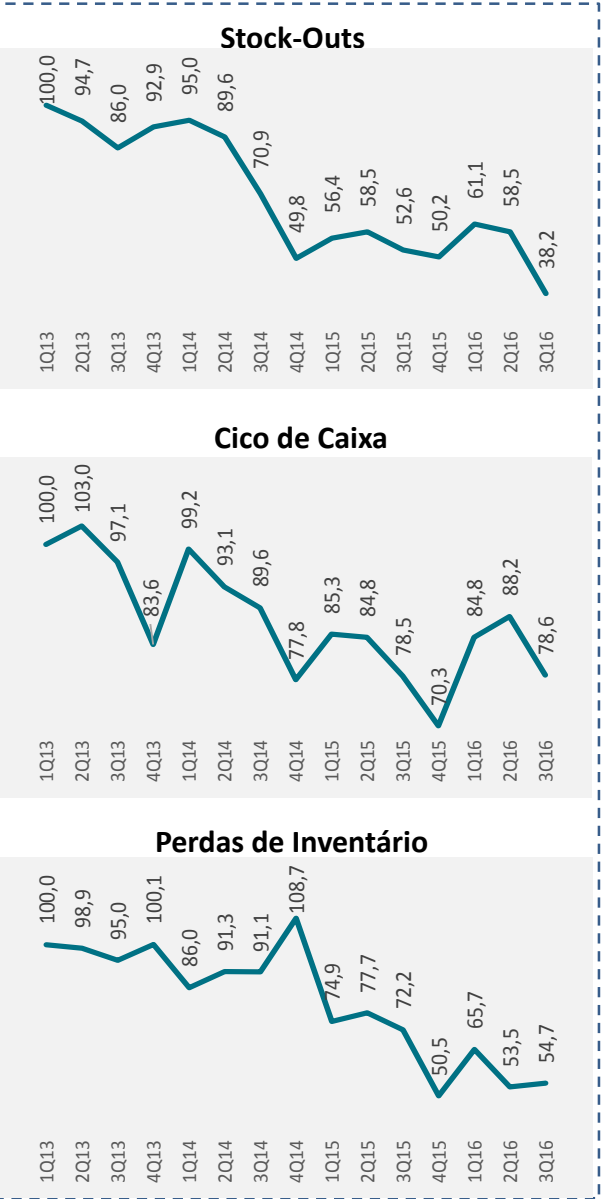


Uma viagem para
quem é protagonista
da própria história.

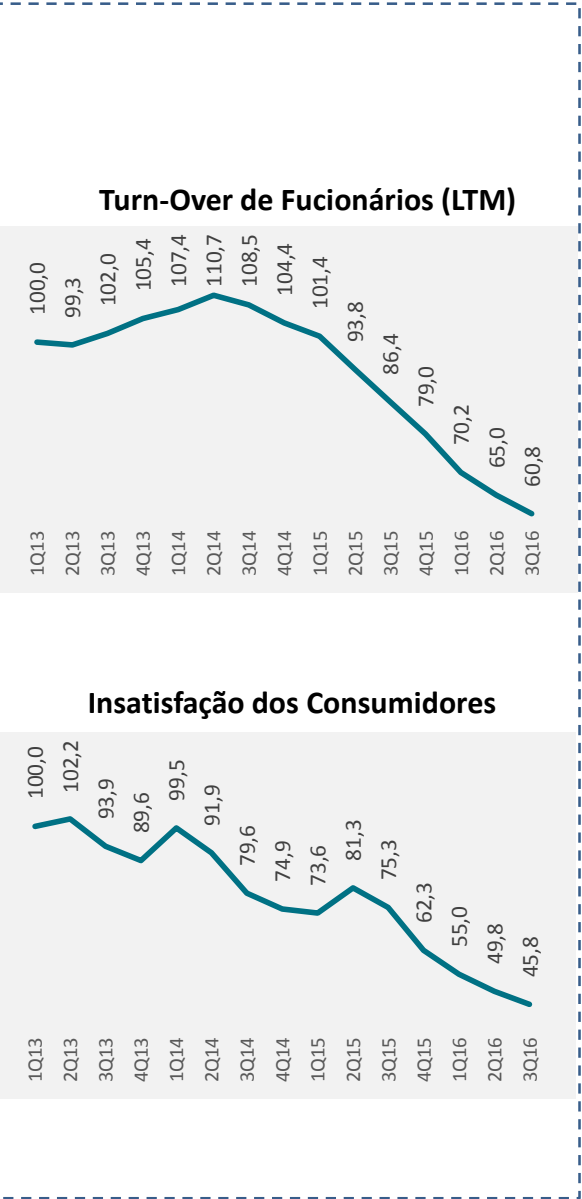
Melhora na Execução Resultando em Ganhos de Produtividade



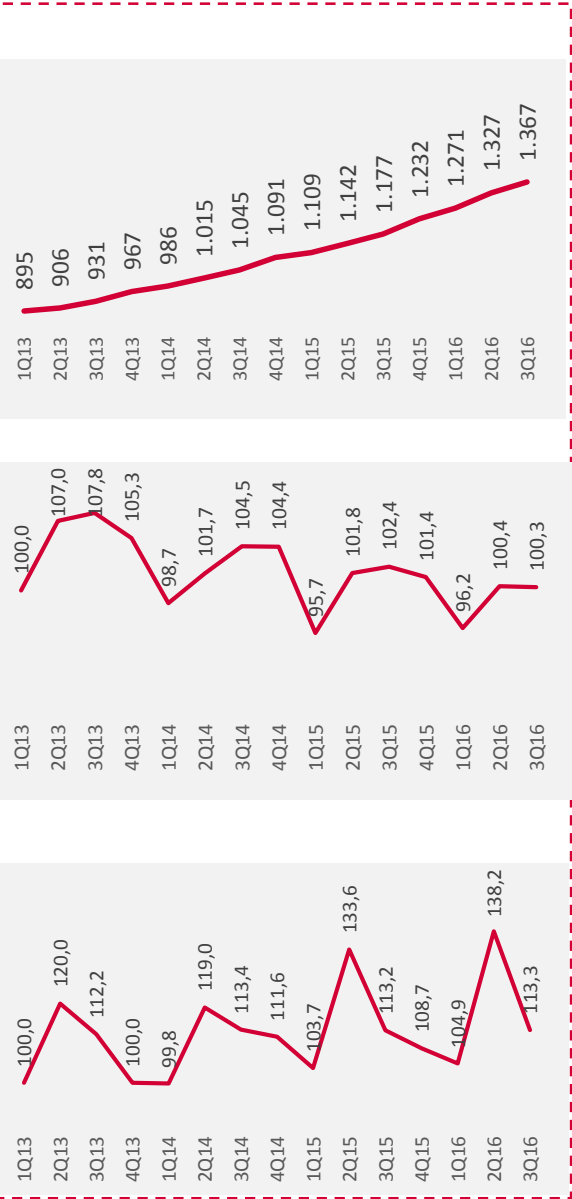
Melhor gestão da cadeia de suprimentos



Melhora no nível de serviços



Maior produtividade



* 1Q13 = 100 Index. Figures do not include 4-bio. Cash cycle adjusted to a comparable basis due to the old tax regime that reduced inventories up to the 3Q13 (equivalent to +4.5 days).

Reinventando a Execução para os Próximos 15 Anos



Pilares Estratégicos



1 – Acelerar a Expansão Orgânica



2 – Introduzir Novos Formatos



3 – Aprofundar Gest. de Cat. e Experiência Compra



4 – Envolver, Entender e Potencializar os Clientes



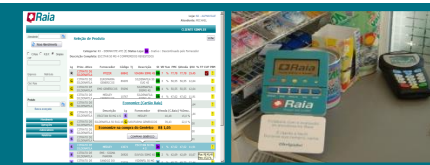
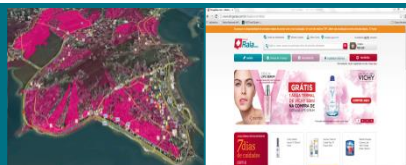
5 – Atrair, Desenvolver, Envolver e Reter Pessoas



6 – Integrar, Simplificar e Consolidar Processos



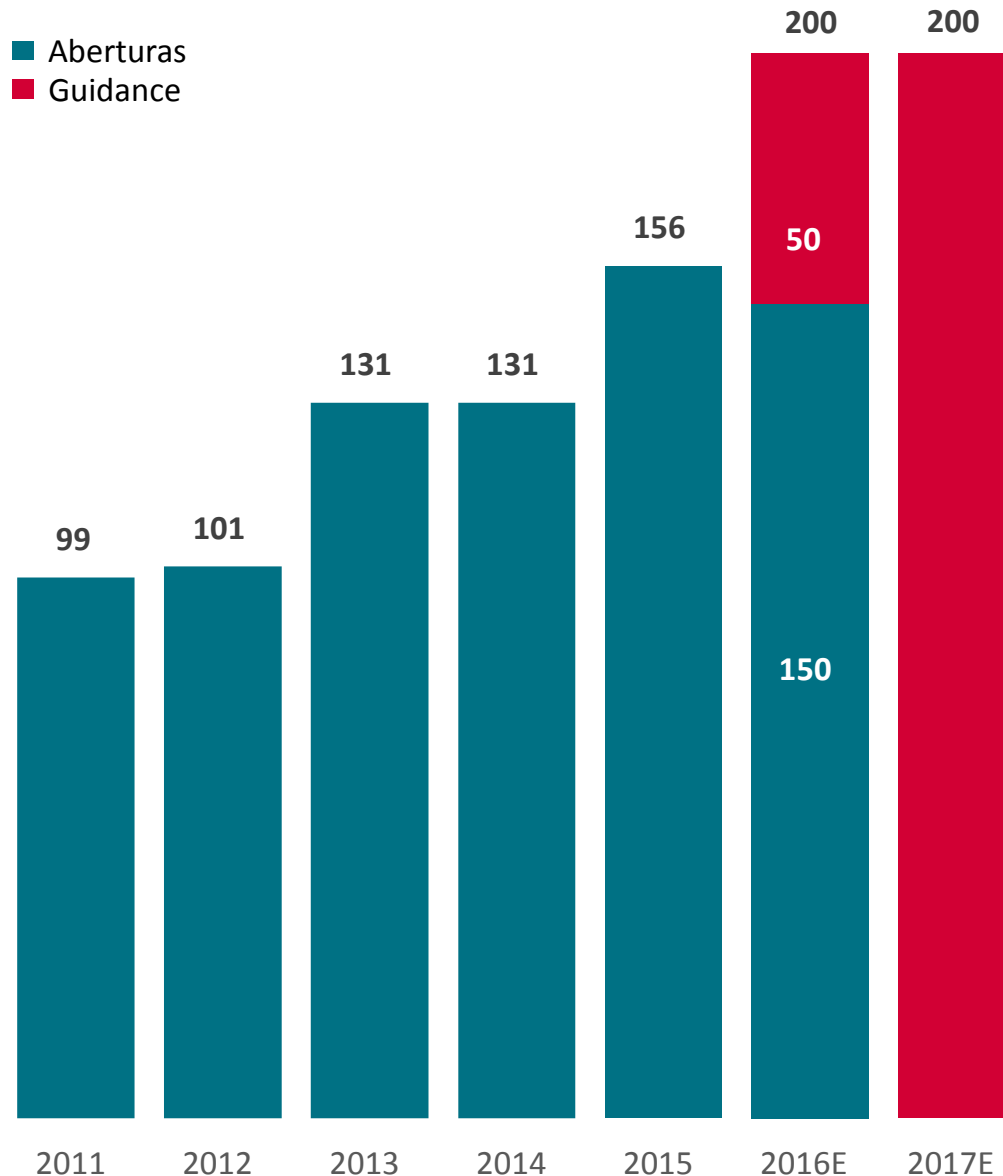
7 – Alavancar e Aprimorar Plataformas



1 – Expansão Orgânica Acelerada



Abertura de Lojas Novas (30 de junho de 2016)



Maiores Desafios

- **Aceleração da prospecção**
- **Requerimento de licenças mais difícil**
- **Concentração de aberturas no 4T**
- **Desenvolvimento de novos gerentes**

Principais Soluções

- **Aumento do time de expansão**
- **Aumento do colchão de contratos**
- **Implementação de um PMO (Project Management Office)**
- **Aprimorar os programas de treinamento e reduzir a rotatividade**

2 – Introduzir Novos Formatos



Farmasil (Formato de baixo custo)



Droga Raia “Big Store”



Nova Identidade Drogasil



3 – Aprofundar Gestão de Categorias e Experiência de Compra



Gestão de Categorias voltada para o Cliente



Tornar-se um destino para Beleza



Tornar-se uma Rede de Serviços Completa



Cuidados Primários

+



Medicamentos de Especialidades

Aumentar o Sortimento e a Penetração de Marcas Próprias



4 – Envolver, Entender e Potencializar os Clientes

dunnhumby



■ Dunnhumby

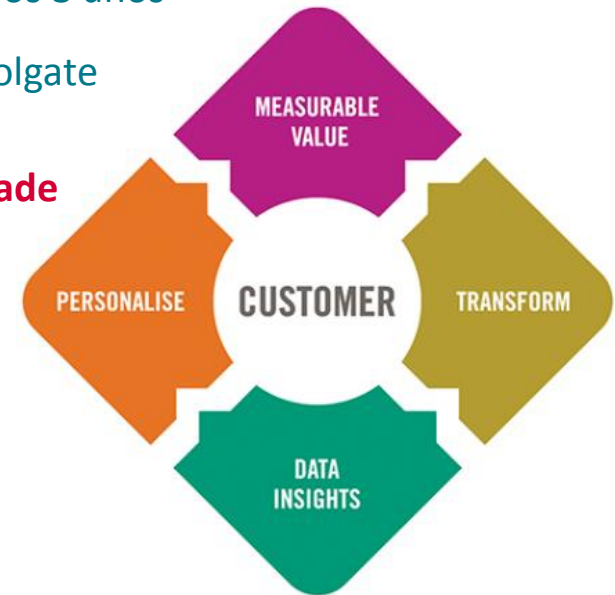
- Líder mundial em *Customer Science* e Personalização
- Parcerias de longo prazo com líderes globais como Tesco, Kroger, Casino e Macy's
- £ 500 milhões em investimentos de TI e Inovação nos últimos 3 anos
- Presente no Brasil desde 2010 com GPA, Unilever, P&G e Colgate

■ Objetivos da Parceria: **Dados + Ciência = Encantamento + Lealdade**

- CRM e Programa de Fidelidade
- Gestão de Categorias
- Pricing

■ Termos da Parceria

- Parceria de longo prazo, com contrato inicial de 3 anos
- Dunnhumby terá equipe dedicada e ferramentas alocadas para a Raia Drogasil
- Raia Drogasil será cliente exclusivo no varejo farmacêutico brasileiro



Histórico Comprovado na Obtenção de Alto Crescimento com Expansão de Margem



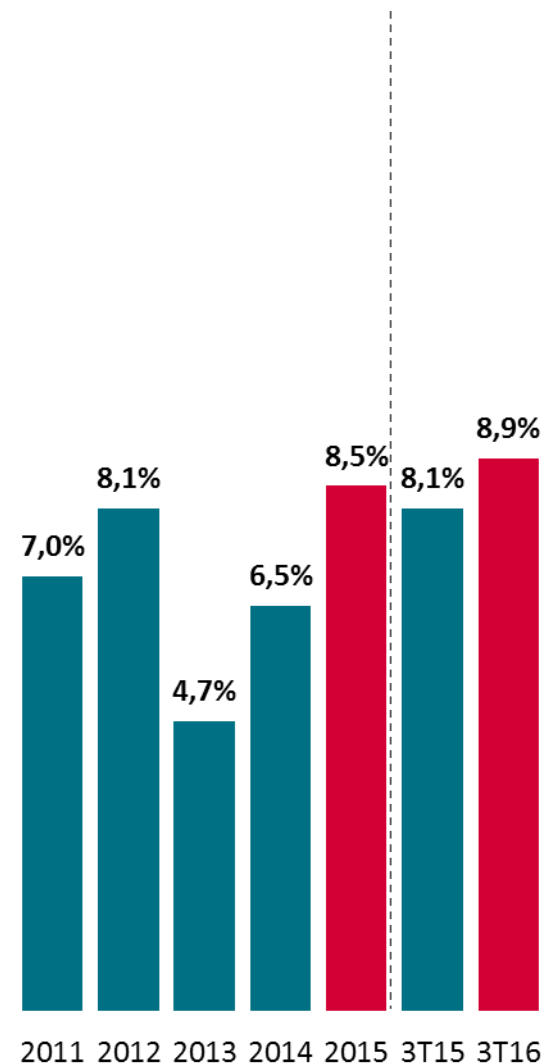
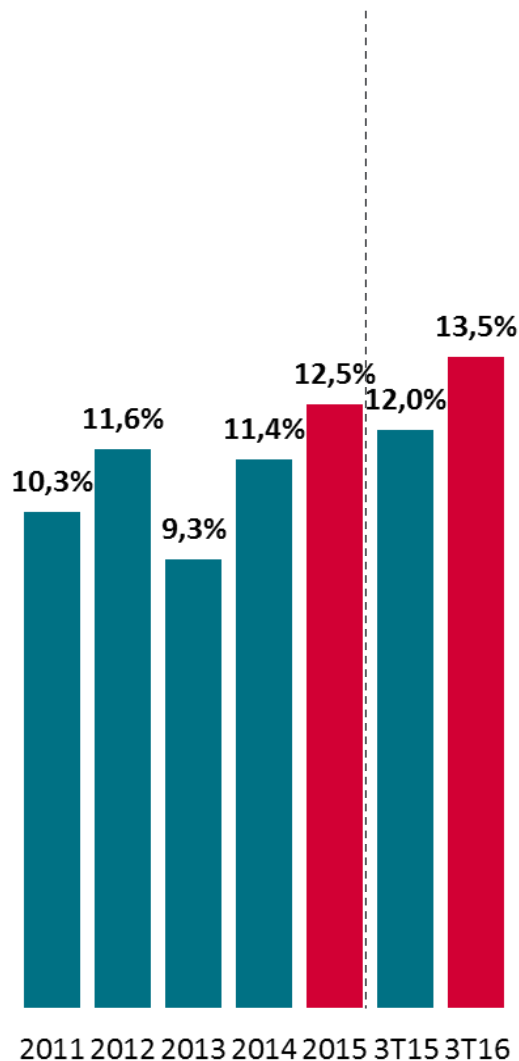
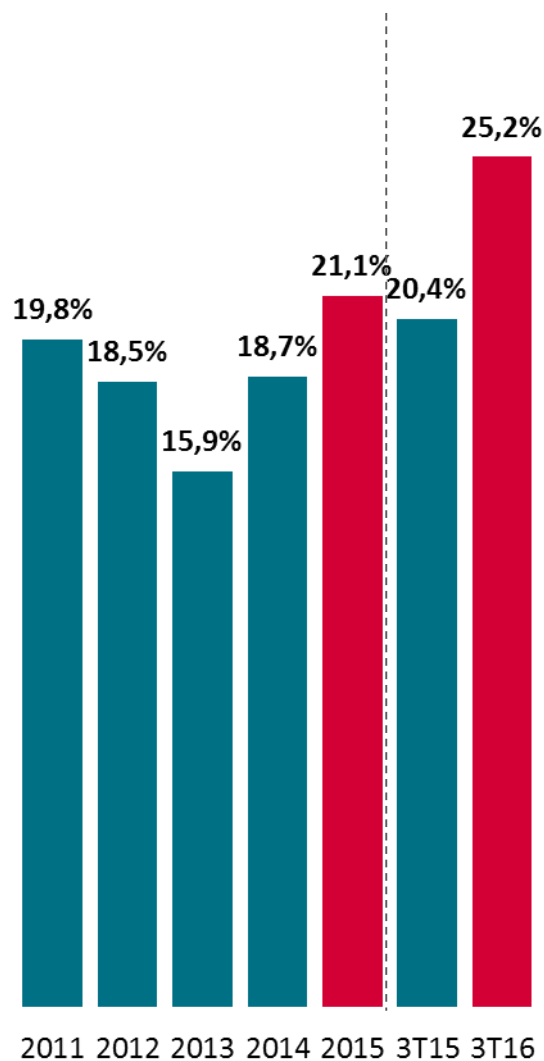
Acelerando o Ritmo de Crescimento de Receita após Forte 2014 e 2015



Crescimento da Venda Consolidada

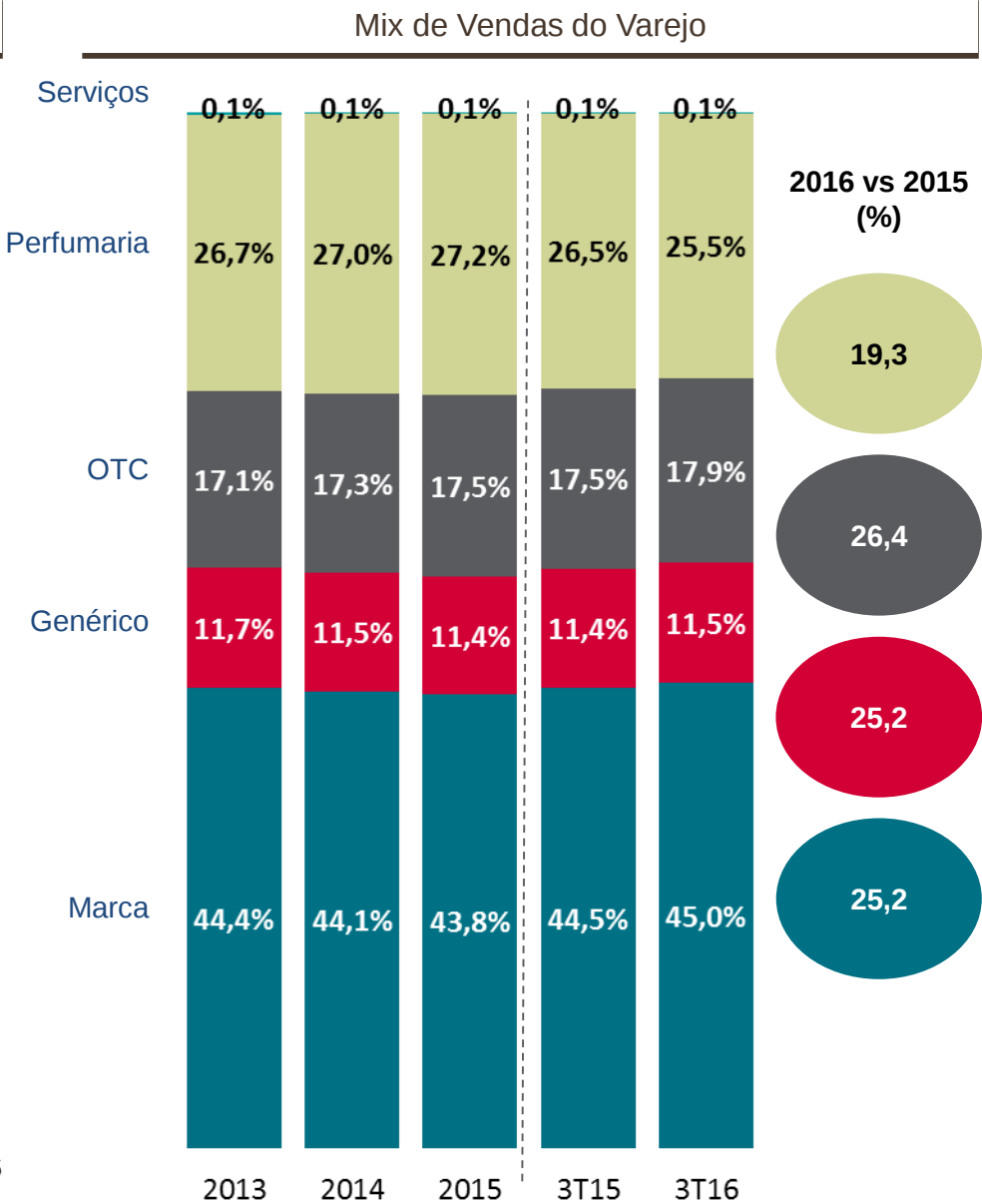
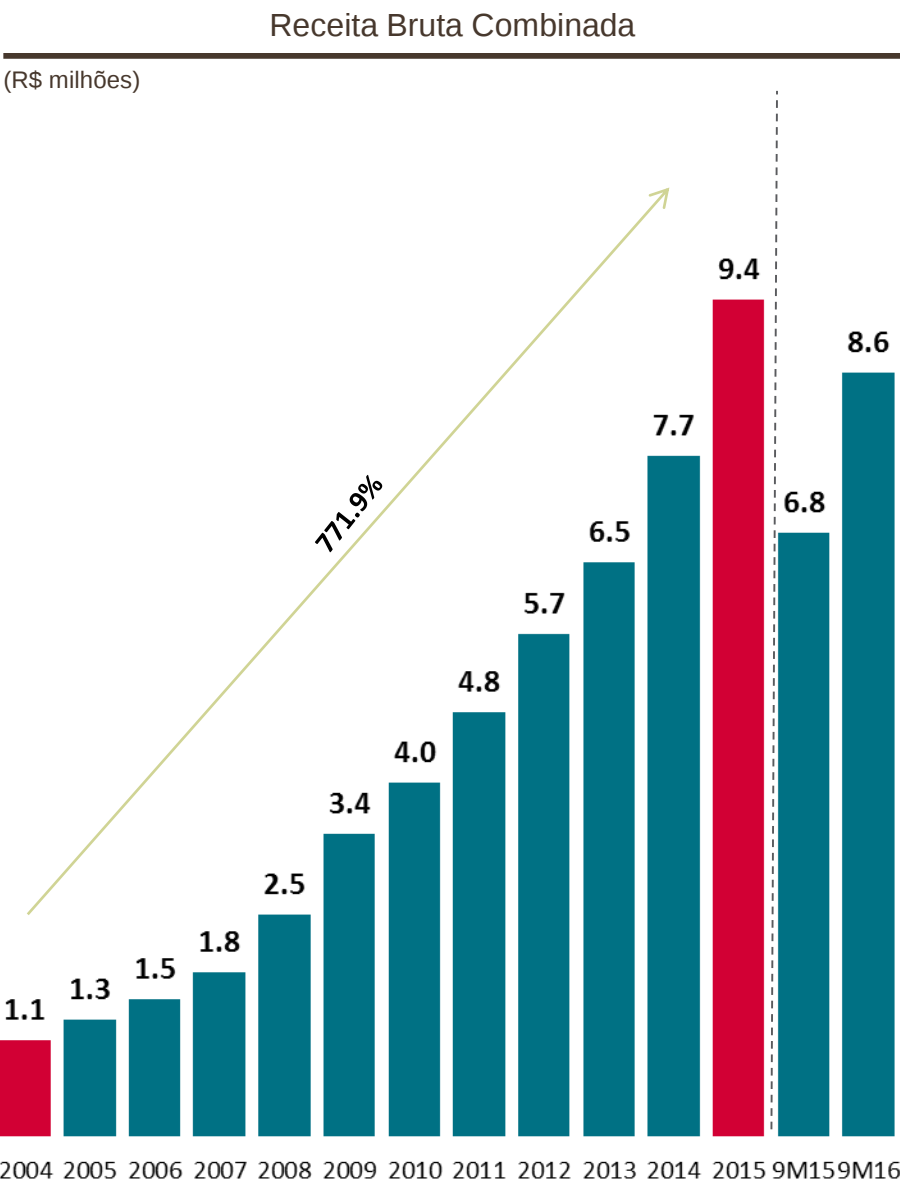
Cresc. das Mesmas Lojas - Varejo

Cresc. das Lojas Maduras*



* Considera apenas varejo

Todas as Categorias Performando bem, com OTC ligeiramente crescendo no mix

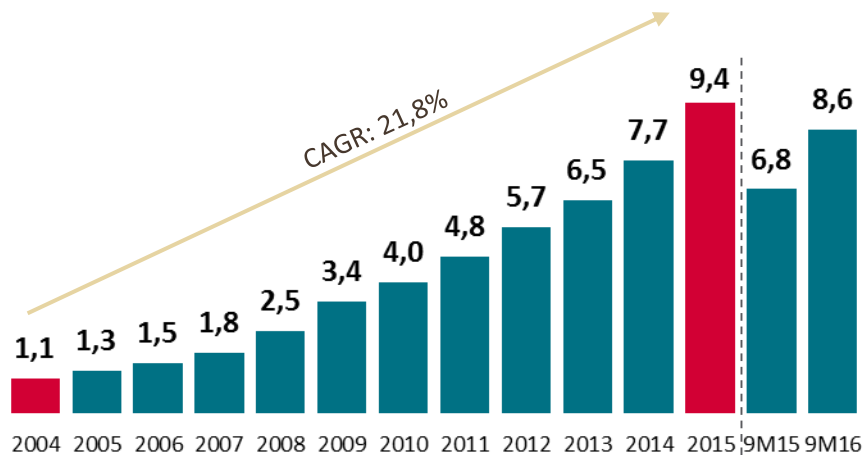


Entregando Crescimento Acelerado no Longo Prazo com Expansão da Margem



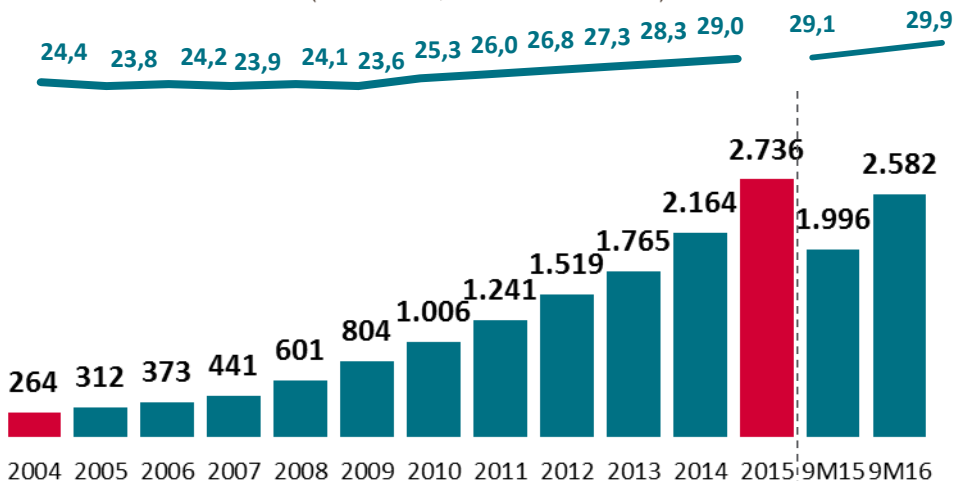
Receita Bruta

(R\$ bilhões)



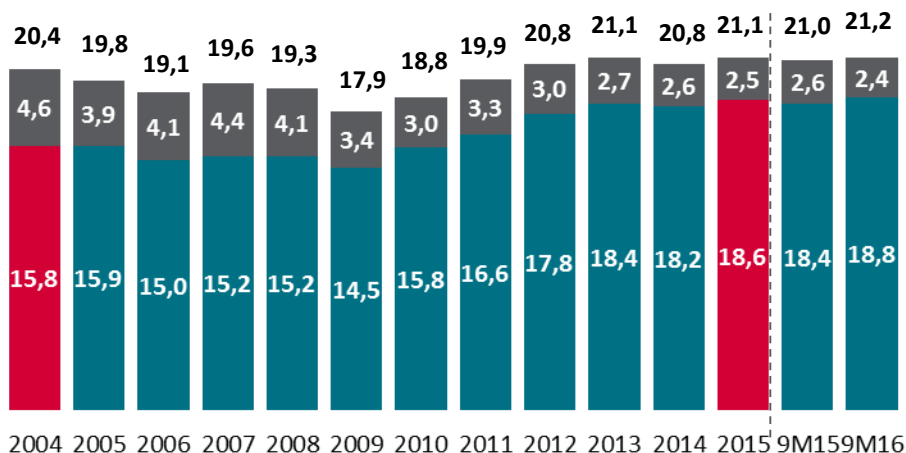
Lucro Bruto

(R\$ milhões, % da Receita Bruta)



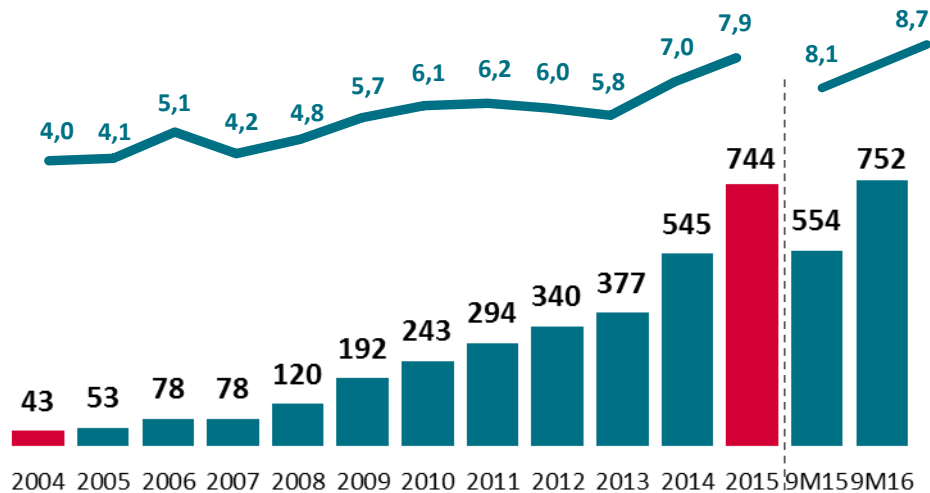
Despesas Operacionais Ajustadas

(% da Receita Bruta)



EBITDA

(R\$ milhões, % da Receita Bruta)



* Considera 4Bio em base Pro-forma

■ Despesas de Vendas

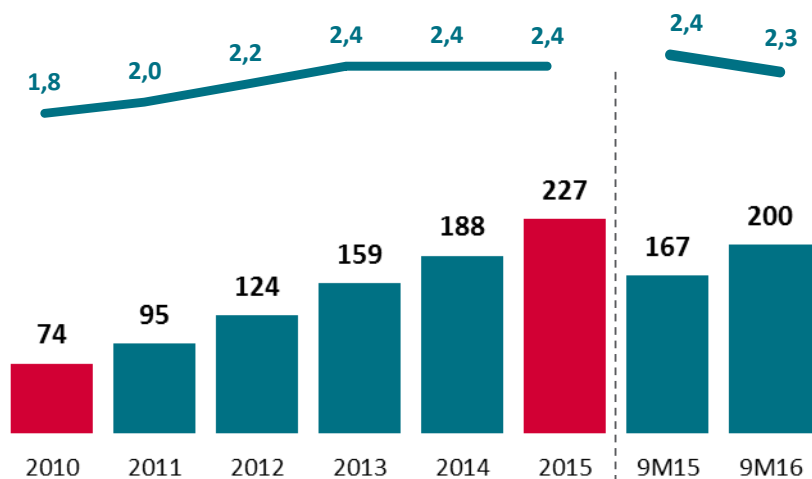
■ Gerais e Administrativas

Expandindo Margem



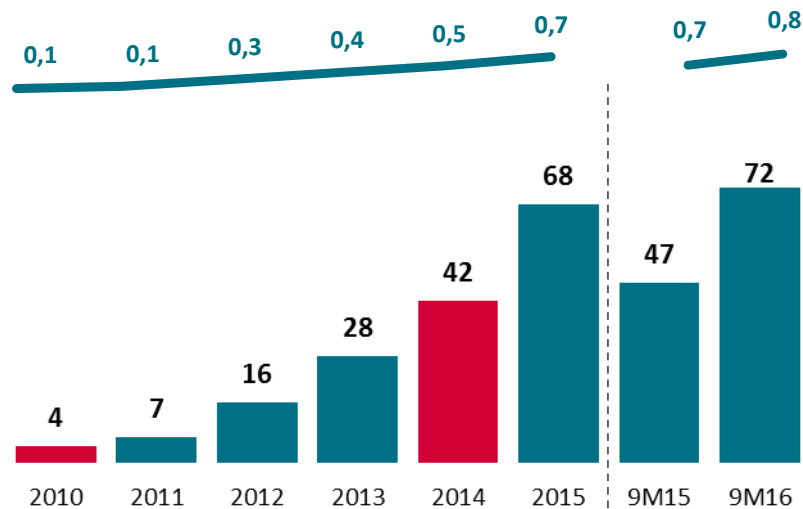
Depreciação

(R\$ milhões, % da Receita Bruta)



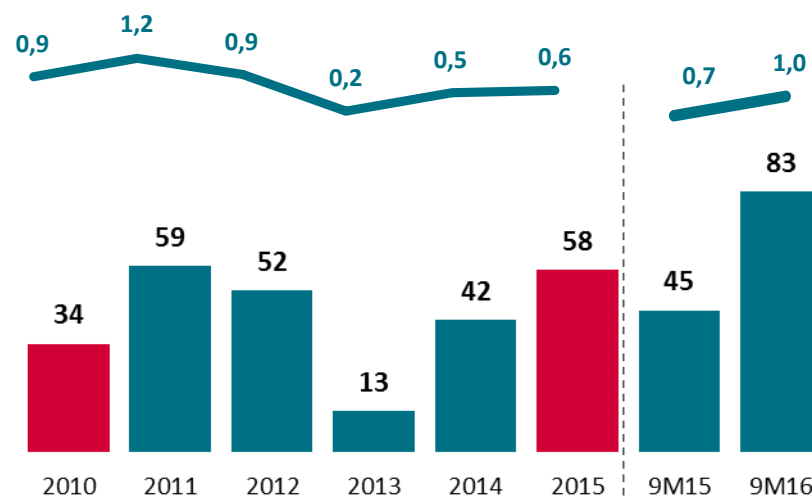
Despesas Financeiras Líquidas

(R\$ milhões, % da Receita Bruta)



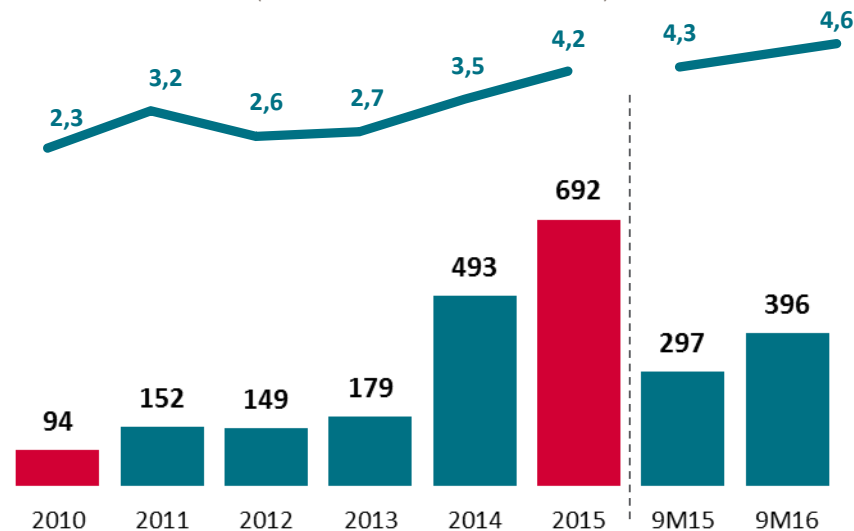
Imposto de Renda

(R\$ milhões, % da Receita Bruta)



Lucro Líquido Ajustado

(R\$ milhões, % da Receita Bruta)



Geração de Fluxo de Caixa Positivo em 2015 pelo Terceiro Ano Consecutivo



Cash Flow

Fluxo de Caixa	2015	2014	2013
<i>(R\$ milhões)</i>			
EBIT Ajustado	516,5	356,7	202,4
Non-Recurring Expenses	(10,0)	(9,5)	(48,5)
Imposto de Renda(34%)	(172,2)	(118,1)	(52,3)
Benefício da Amort. Ágio	42,8	42,8	22,3
Depreciação	227,1	187,8	158,9
Outros Ajustes	6,3	9,1	24,7
Recursos das Operações	610,4	468,9	307,4
Ciclo da Caixa*	(90,6)	(116,6)	(110,6)
Outros Ativos (Passivos)	(20,7)	(4,8)	85,2
Fluxo de Caixa Operacional	499,1	347,5	282,0
Investimentos	(388,7)	(271,2)	(237,1)
Fluxo de Caixa Livre	110,4	76,4	44,9
JSCP	(121,3)	(41,5)	(29,3)
IR pago sobre JSCP	(25,3)	(10,6)	(5,3)
Despesas Financeiras Líquidas	(67,6)	(42,2)	(12,2)
Recompra de Ações	-	(20,9)	-
IR (Benefício fiscal sobre resultado Fin. e JSCP)	83,9	39,7	22,7
Fluxo de Caixa Total	(19,9)	0,9	20,8

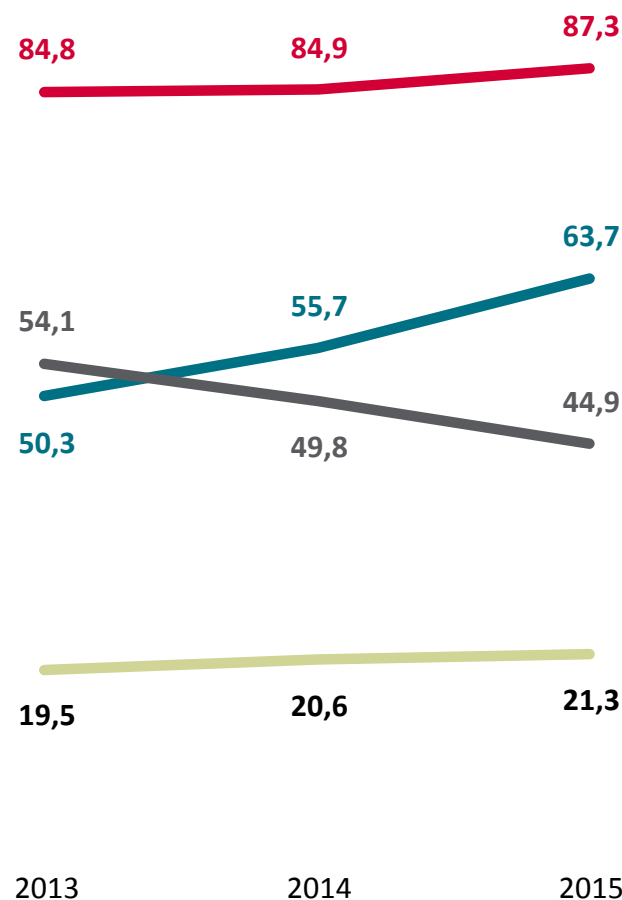
* Ciclo de caixa não inclui a variação de contas a receber, estoques e fornecedores

** Não inclui o fluxo de caixa de financiamentos

Cash Cycle

(Dias de CMV, Dias de Receita Bruta)

Recebíveis Estoque Fornecedores Ciclo de Caixa



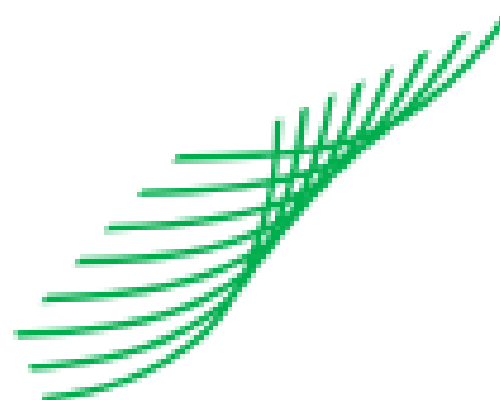
2013

2014

2015



IBOVESPA



***Índice
Brasil 50*** ***IBRX 50***



1 Maior, Mais Rápido Crescimento e Melhor Posicionamento na Indústria

2 Crescimento Transformacional do Mercado por 15 Anos devido ao Envelhecimento da População

3 Liderando a Consolidação do Mercado Brasileiro de Drogarias

4 Ativos Únicos e Competências: Marcas, Localização, Plataforma, Formatos & Pessoas

5 Reinventando a Execução pelos Próximos 15 Anos

6 Histórico Comprovado de Crescimento Orgânico Acelerado com Expansão de Margem e ROIC