

DIVULGAÇÃO DE
Resultados
2T23

 ***PagueMenos***

 **extrafarma**



Fortaleza, Ceará, 7 de agosto de 2023.

A Empreendimentos Pague Menos S.A. (“Companhia” ou “Pague Menos”), principal Hub de Saúde da classe média expandida brasileira, presente em todas as unidades da federação e em mais de 390 municípios, anuncia seus resultados referentes ao 2º trimestre de 2023.

PRINCIPAIS DESTAQUES 2T23

+ CRESCIMENTO DE VENDAS
Crescimento de 35,9% no consolidado e 11,6% em Pague Menos *standalone*

+ VENDAS OMNICHANNEL
Crescimento de 60,9%, atingindo 11,4% das vendas consolidadas (+0,2 p.p. vs. 1T23)

+ EBITDA AJUSTADO
Crescimento de 28,9% no consolidado e 10,8% em Pague Menos *standalone*

+ CICLO DE CAIXA
Aceleração no giro de estoques, com PME em 120 dias (redução de 9 dias vs. 1T23)

+ MARKET SHARE
Crescimento orgânico acima do mercado, com incremento de *share* em todas as regiões

+ HUB DE SAÚDE
Adesão recorde ao Clinic Farma, com mais de 1 milhão de atendimentos no trimestre (+134% vs. 2T22)

+ SINERGIAS EXTRAFARMA
Captura de R\$ 25 milhões no 2T23 (R\$ 100 milhões em base anualizada)

+ AUMENTO DE CAPITAL
Reforço na estrutura de capital em até R\$ 533 milhões via aumento de capital privado

CRITÉRIOS DE DIVULGAÇÃO

No dia 1 de agosto de 2022 foi concluído o processo de aquisição da Imifarma Produtos Farmacêuticos e Cosméticos S.A. (Extrafarma) junto à Ultrapar Participações S.A (Ultrapar). Com a finalização das condições precedentes e incorporação dos saldos patrimoniais, a Extrafarma foi consolidada e se tornou parte das demonstrações financeiras consolidadas da Empreendimentos Pague Menos S.A. (Companhia) nesse mesmo mês.

De forma a facilitar a análise dos resultados, apresentaremos neste *release* dados operacionais segregados de Pague Menos e Extrafarma, enquanto as informações financeiras são apresentadas como Pague Menos "standalone" (ex-Extrafarma) e Consolidado (Pague Menos mais Extrafarma).

Desde 2019 nossas demonstrações financeiras são preparadas de acordo com o IFRS 16, que alterou os critérios de reconhecimento dos contratos de aluguel. Para demonstrar os efeitos da implementação desta norma e facilitar a comparabilidade entre períodos, apresentamos nas páginas 19 e 20 deste *release* o Demonstrativo do Resultado do Exercício excluindo os efeitos do IFRS 16.

DESTAQUES FINANCEIROS PAGUE MENOS STANDALONE

em R\$ milhões e % da R.B.	2T22	2T23	Δ	1S22	1S23	Δ
Receita Bruta	2.210,4	2.466,4	11,6%	4.321,9	4.782,3	10,7%
Lucro Bruto	696,3	756,3	8,6%	1.321,5	1.425,7	7,9%
% Margem Bruta	31,5%	30,7%	(0,8 p.p.)	30,6%	29,8%	(0,8 p.p.)
Margem de Contribuição	280,9	294,9	5,0%	507,9	513,5	1,1%
% Margem de Contribuição	12,7%	12,0%	(0,7 p.p.)	11,8%	10,7%	(1,1 p.p.)
EBITDA Ajustado	210,5	233,4	10,8%	372,9	386,2	3,6%
% Margem EBITDA Ajustada	9,5%	9,5%	-	8,6%	8,1%	(0,5 p.p.)
Resultado Líquido Ajustado	56,7	8,9	(84,4%)	81,0	(34,4)	(142,4%)
% Margem Líquida Ajustada	2,6%	0,4%	(2,2 p.p.)	1,9%	(0,7%)	(2,6 p.p.)

DESTAQUES FINANCEIROS CONSOLIDADOS

em R\$ milhões e % da R.B.	2T22	2T23	Δ	1S22	1S23	Δ
Receita Bruta	2.210,4	3.003,6	35,9%	4.321,9	5.816,9	34,6%
Lucro Bruto	696,3	930,6	33,6%	1.321,5	1.748,1	32,3%
% Margem Bruta	31,5%	31,0%	(0,5 p.p.)	30,6%	30,1%	(0,5 p.p.)
Margem de Contribuição	280,9	353,0	25,7%	507,9	609,5	20,0%
% Margem de Contribuição	12,7%	11,8%	(0,9 p.p.)	11,8%	10,5%	(1,3 p.p.)
EBITDA Ajustado	210,5	271,5	28,9%	372,9	440,0	18,0%
% Margem EBITDA Ajustada	9,5%	9,0%	(0,5 p.p.)	8,6%	7,6%	(1,0 p.p.)
Resultado Líquido Ajustado	56,7	(10,0)	(117,7%)	81,0	(65,3)	(180,6%)
% Margem Líquida Ajustada	2,6%	(0,3%)	(2,9 p.p.)	1,9%	(1,1%)	(3,0 p.p.)

DESTAQUES OPERACIONAIS

Indicador / Operação	PagueMenos			extrafarma
	2T22	2T23	Δ	2T23
Lojas (unidades)	1.193	1.284	7,6%	368
Venda Média/loja/mês (R\$ mil)	624	644	3,2%	481
Ticket Médio (R\$)	75,70	80,32	6,1%	70,53
Funcionários (quantidade)	19.653	19.461	(1,0%)	5.914
Funcionários/loja (quantidade)	16,5	15,2	(8,0%)	16,1
Venda Média/Funcionário/mês (R\$ mil)	37,1	41,3	11,3%	32,8
Participação Omnichannel (% receita varejo)	9,6%	12,2%	2,6p.p.	7,9%
Marcas Próprias (% receita varejo)	6,5%	6,8%	0,3p.p.	5,6%
Consultórios Farmacêuticos (unidades)	915	1.000	9,3%	77

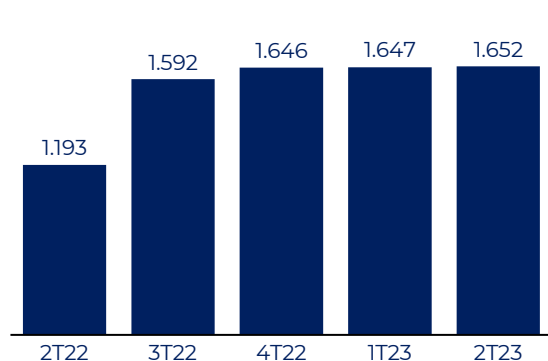
PORTFOLIO DE LOJAS

No 2T23 foram realizadas 16 inaugurações e 11 fechamentos, encerrando o trimestre com portfólio de 1.652 lojas. As aberturas executadas no 2T23 concluem o plano de expansão projetado para o ano de 20 lojas. Não são previstas novas inaugurações no segundo semestre, quando concentraremos nossos esforços na normalização do ciclo de caixa, redução de alavancagem e integração da Extrafarma. Em 2024, planejamos retomar a expansão orgânica.

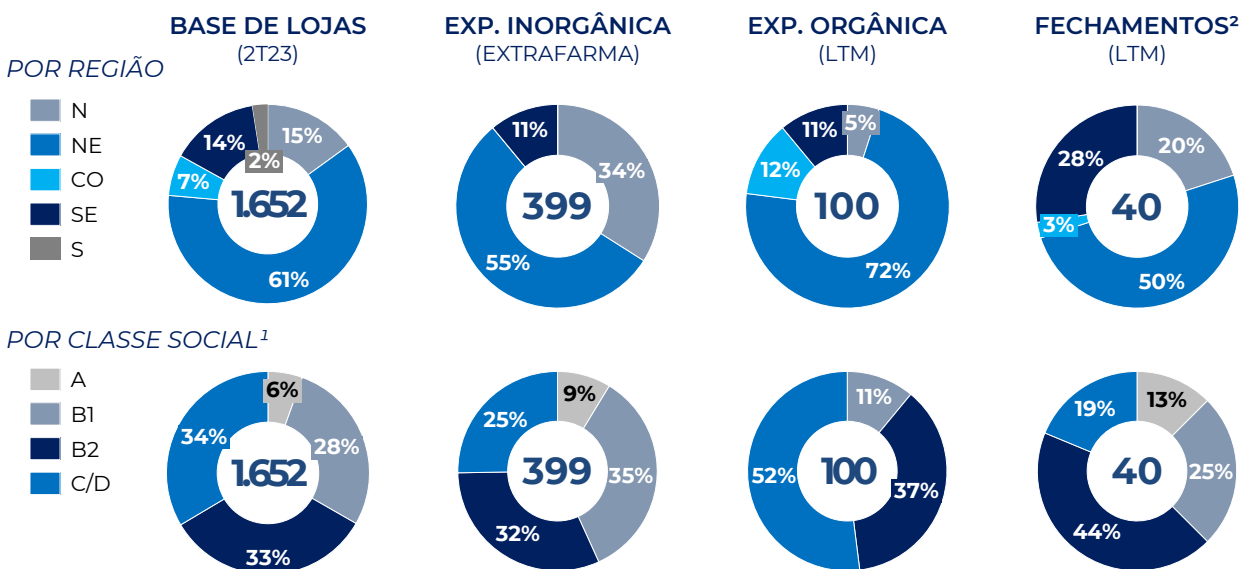
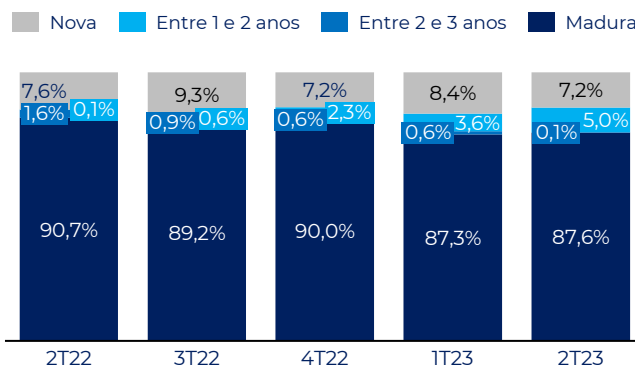
Das 11 lojas encerradas, oito foram da bandeira Extrafarma e três Pague Menos. Os encerramentos estão em linha com a otimização do portfólio de lojas previsto no plano de integração, e majoritariamente relacionados a performance e *overlap* de base. Desde o início da integração, foram encerradas 23 lojas da Extrafarma (cerca de 6% da base de lojas original), além de oito desinvestimentos nos termos definidos pelo CADE. O processo de saneamento do portfólio de lojas da Extrafarma deve ser concluído até o fim de 2023.

Dentro do planejamento de otimização de portfólio, estão sendo realizadas também trocas de bandeiras. Até o final do 2T23, 11 lojas da Extrafarma foram convertidas em Pague Menos, apresentando resultados muito positivos em crescimento de vendas. O processo de conversão de bandeiras deve se estender até 2024.

EVOLUÇÃO BASE DE LOJAS



PERFIL ETÁRIO DE LOJAS



¹ Classe social predominante no entorno de cada loja (isócronas de 5 minutos de deslocamento a carro). Segmentação segue critérios do IBGE, onde a Classe A, compreende domicílios com média de renda mensal familiar acima de R\$ 16,6 mil, B1 acima de R\$ 7,9 mil, B2 acima de R\$ 4,2 mil e C e D abaixo de R\$ 4,2 mil

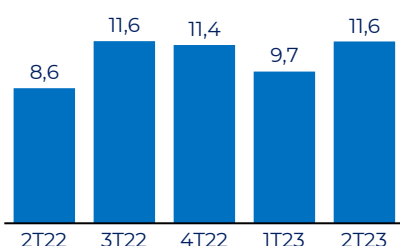
² Inclui o desinvestimento de 8 lojas como parte dos remédios definidos pelo CADE referente a aquisição da Extrafarma.

PERFORMANCE DE VENDAS

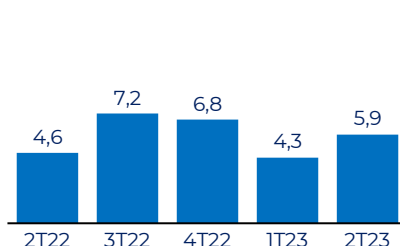
Em Pague Menos, registramos crescimento de vendas de 11,6% no 2T23, com crescimento mesmas lojas de 5,9%. O ritmo de crescimento foi mais acelerado em relação ao observado no trimestre anterior, mesmo com a redução na inflação de medicamentos. O crescimento mesmas lojas ex-testes de Covid-19 foi de 6,4% no período. Atribuímos o bom desempenho de vendas à maturação de novas lojas, melhorias nos indicadores de abastecimento e a uma assertiva execução em CRM, com geração de vendas incrementais, especialmente em medicamentos de uso crônico.

Já em Extrafarma, as vendas totais recuaram 5,3%, afetadas pelo fechamento ou desinvestimento de 31 lojas no período e encerramento da operação de atacado. No conceito mesmas lojas, o crescimento foi de 4,5% no trimestre. Com a conclusão das migrações de sistemas e abastecimentos de lojas (*takeovers*), observamos uma rápida convergência de métricas operacionais entre lojas Pague Menos e Extrafarma, como amplitude de sortimento, ruptura de estoques e participação de canais digitais. O efeito dessas métricas sobre o incremento de vendas ocorre de forma gradual, à medida em que os clientes percebem a melhoria operacional na Extrafarma. De forma ilustrativa, observamos uma nítida discrepância entre a performance de vendas na base de lojas, com estados onde ocorreram as primeiras ondas de migrações de sistemas e abastecimentos (BA, PE, TO, AP e PA) apresentando crescimento mesmas lojas de 6,9% no período, enquanto as demais lojas, ainda em processo de recuperação, expandiram 2,3%.

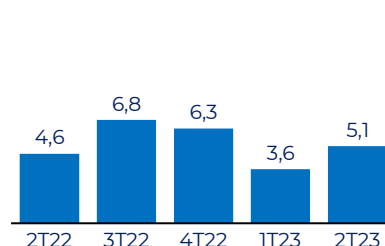
CRESCIMENTO TOTAL (%)



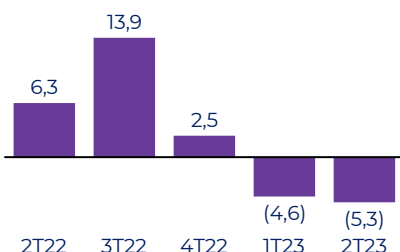
MESMAS LOJAS (%)



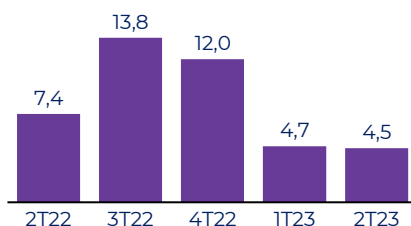
LOJAS MADURAS (%)



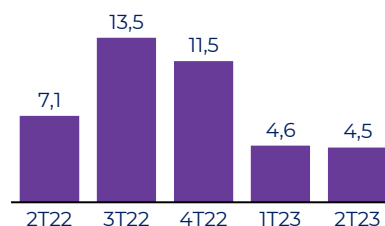
CRESCIMENTO TOTAL (%)



MESMAS LOJAS (%)



LOJAS MADURAS (%)

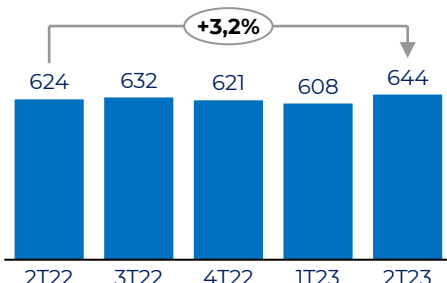


A venda média mensal por loja na Pague Menos evoluiu para R\$ 644 mil no 2T23, sendo R\$ 688 mil quando consideradas apenas lojas maduras, o que representa crescimento de 5,4% em relação ao 2T22. Já em Extrafarma, a venda média mensal foi de R\$ 481 mil no trimestre, crescimento de 7,1% em relação ao 2T22. Esperamos que o gap de venda média por loja entre bandeiras reduza de acordo com a captura das sinergias de vendas.

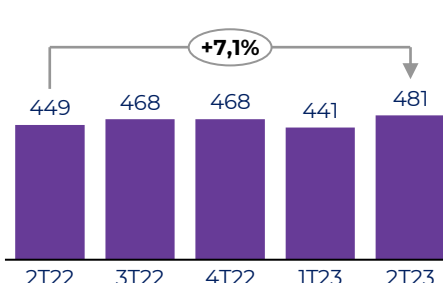
RESULTADOS 2T23

» DADOS OPERACIONAIS

VENDA MÉDIA/LOJA/MÊS
(R\$ mil)

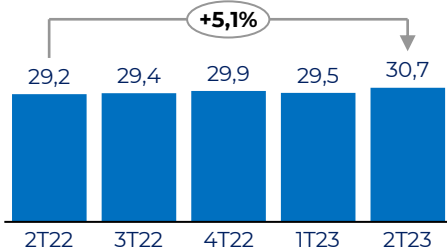


VENDA MÉDIA/LOJA/MÊS
(R\$ mil)

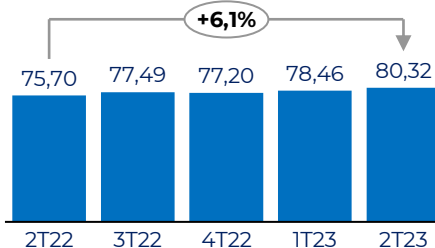


Registramos no 2T23 crescimento de ticket médio de 6,1% em Pague Menos e 5,6% em Extrafarma. Pague Menos registrou crescimento no volume de vendas de 5,1%, alavancado pelo crescimento na base de lojas e aquisição de novos clientes. Já em Extrafarma, observamos uma retração de 6,3% na quantidade de atendimentos, causada pela redução na base de lojas no período. Conforme pontuado anteriormente, a recuperação na base de clientes da Extrafarma ainda está em estágio inicial, dado que os recentes esforços em balanceamento de estoques, ampliação de sortimento e precificação tendem a refletir em vendas incrementais ao longo do tempo.

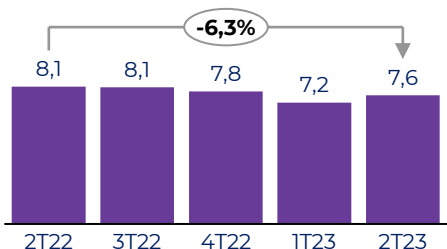
ATENDIMENTOS
(em milhões)



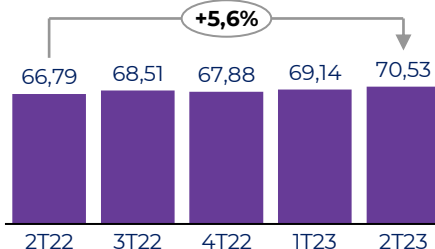
TICKET MÉDIO
(em R\$)



ATENDIMENTOS
(em milhões)



TICKET MÉDIO
(em R\$)



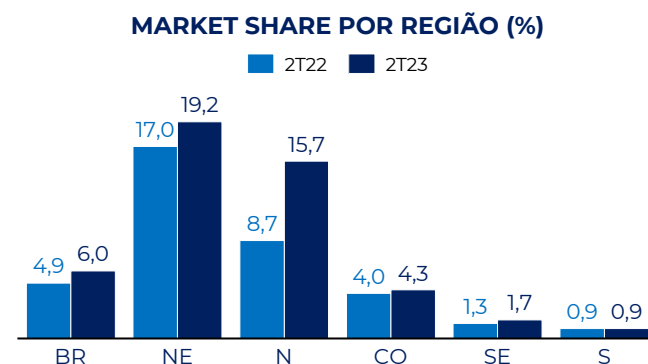
Ações de CRM e marketing contribuíram positivamente com a performance de vendas. No 2T23, atingimos, mais uma vez, o recorde de atração de novos clientes, fazendo com que a base consolidada de clientes ativos atingisse 20,5 milhões (crescimento de 2,8% em relação ao 1T23). Além disso, observamos melhora na qualidade de base, com a quantidade de clientes com *upgrade* de comportamento de compra superando os que tiveram *downgrade* em 21%, o chamado "delta fidelização". Grupos estratégicos de clientes, como clientes ouro (nível mais alto do nosso programa de fidelidade) e clientes *omnichannel*, cresceram em relação ao trimestre anterior, atingindo respectivamente 6,2% e 7,8% da base.

MARKET SHARE

No 2T23, continuamos a apresentar crescimento acima do mercado. Segundo a IQVIA, o varejo farmacêutico cresceu 9,1% na comparação com o 2T22, cerca de 2,5p.p. abaixo do nosso crescimento orgânico no período.

Nossa participação de mercado nacional foi de 6,0%, com incremento de *share* nas regiões Norte e Nordeste em decorrência da integração com Extrafarma e, nas demais regiões, devido ao crescimento orgânico acima do mercado. O destaque positivo no trimestre foi a região Centro-Oeste, onde registramos crescimento cerca de duas vezes superior ao do mercado.

A dinâmica competitiva segue se tornando mais favorável, com a desaceleração no volume de aberturas do mercado como um todo. A taxa de abertura de novas lojas em nossas regiões *core* (Norte e Nordeste) reduziu de 8,9% em 2021 para 7,3% em 2022 e 2,4% no 2T23, o que sinaliza não só um impacto favorável no trimestre, como também uma boa perspectiva para os trimestres seguintes.



Fonte: IQVIA

GERENCIAMENTO DE CATEGORIAS E SUPPLY

O mix de vendas também evoluiu favoravelmente no 2T23, contribuindo positivamente para a rentabilidade. Categorias como medicamentos genéricos, higiene e beleza e dermocosméticos cresceram acima de 20% no trimestre, superior à média de mercado. O bom desempenho dessas categorias é resultado de planejamento assertivo de expansão de sortimento, competitividade em preços e boa execução de planogramas em loja. Também registramos incremento de *market share* em categorias que consideramos estratégicas como mundo infantil e dermocosméticos. Dentre as categorias que mais perderam participação no mix destacam-se serviços e equipamentos de saúde, que retraíram vendas em relação ao 2T22, e medicamentos OTC, que registraram crescimento de 3% no período.

Itens marcas próprias continuam a ganhar relevância em ambas as bandeiras, atingindo 6,8% das vendas em Pague Menos e 5,6% em Extrafarma. Importante destacar que antes da aquisição a participação dessa categoria em Extrafarma era inferior a 2,5%, menos da metade do patamar atual.

Os índices de ruptura de estoques e sortimento ativo por loja continuam evoluindo favoravelmente. No 2T23, atingimos em Pague Menos o menor patamar de ruptura de estoques desde o final de 2021. Em paralelo, a média de sortimento ativo por loja atingiu 10,7 mil SKUs, crescimento de 8,8% em relação ao 2T22. Já em Extrafarma, que antes da integração contava com índice de ruptura cerca de duas vezes superior ao de Pague Menos, registramos uma disponibilidade de produtos similar a Pague Menos no 2T23.

RESULTADOS 2T23

» DADOS OPERACIONAIS

Indicador / Operação	2T22	1T23	2T23	△ YoY	△ QoQ	2T23	△ vs PM
MIX DE VENDAS							
Medicamento de Marca	42,1%	40,0%	40,0%	(2,1p.p.)	(0,0p.p.)	35,3%	(4,7p.p.)
Medicamento Genérico	10,3%	10,9%	11,4%	1,1p.p.	0,5p.p.	12,9%	1,5p.p.
Higiene, Nutrição e Beleza	23,1%	26,7%	25,4%	2,3p.p.	(1,3p.p.)	28,4%	3,0p.p.
Over the Counter (OTC)	23,5%	21,9%	22,7%	(0,8p.p.)	0,8p.p.	23,3%	0,6p.p.
Serviços	1,0%	0,4%	0,4%	(0,6p.p.)	0,0p.p.	0,0%	(0,4p.p.)
MARCAS PRÓPRIAS							
Vendas Totais (R\$ milhões)	144,5	154,2	167,2	15,7%	8,4%	29,9	(82,1%)
Participação Venda Total (% da R.B)	6,5%	6,7%	6,8%	0,3p.p.	0,1p.p.	5,6%	(1,2p.p.)
Participação Autosserviço (% da R.B)	14,0%	13,7%	14,1%	0,1p.p.	0,4p.p.	10,8%	(3,3p.p.)
SUPPLY CHAIN							
Média de SKUs/loja (#milhares)	9,8	10,4	10,7	8,8%	2,4%	10,6	(0,2%)
Ruptura (2T22 = base 100)	100	114	92	(7,7%)	(18,9%)	115	24,4%
Disponibilidade (2T22 = base 100)	100	103	106	5,6%	2,2%	104	(1,8%)

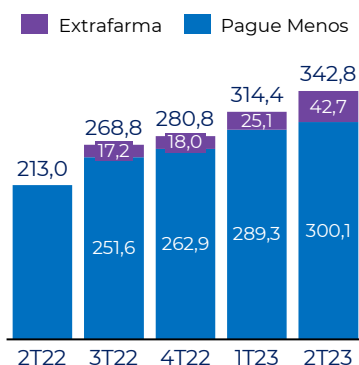
PLATAFORMA OMNICHANNEL

No 2T23, nossos canais digitais totalizaram R\$ 342,8 milhões em vendas, crescimento de 60,9% em relação ao mesmo período do ano anterior. Como percentual da receita consolidada, os canais representaram 11,4% das vendas, crescimento de 0,2 p.p. em relação ao 1T23.

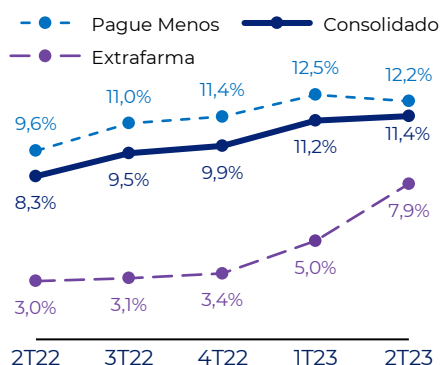
Em Pague Menos, a participação dos canais digitais teve leve retração de 0,3 p.p. em relação ao trimestre anterior, causada principalmente pela concentração de campanhas no canal no 1T23 em conexão com o patrocínio do *Big Brother Brasil*.

Em Extrafarma, observamos um rápido *catch-up*, resultado da bem sucedida integração tecnológica, que já permite que 100% das lojas físicas de ambas bandeiras possam atender todas as modalidades de pedidos digitais. Com isso, ampliamos de forma expressiva a capilaridade logística e amplitude de estoque, evitando assim perdas de vendas. Boa parte das vendas em canais digitais de Extrafarma foram originadas em canais de venda Pague Menos (site, app ou balcão da loja), evidenciando as sinergias geradas por uma plataforma *omnichannel* integrada.

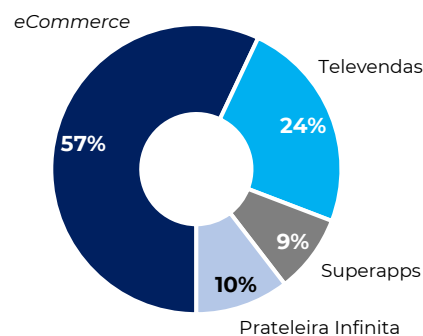
VENDA OMNICHANNEL
(em R\$ milhões)



VENDA OMNICHANNEL
(% da receita varejo)



VENDA POR CANAL
(% da venda digital 2T23)



O canal de vendas com maior destaque no trimestre foi o *e-commerce*, que cresceu 74% em relação ao 2T22, concentrando 57% da venda *omnichannel*. Registramos no trimestre crescimento de tráfego em 71%, downloads do app em 55% e usuários ativos em 47%. Em todas essas métricas nosso ritmo de crescimento foi o maior da indústria, contribuindo diretamente para incremento do *market share* online, segundo dados da Similar Web.

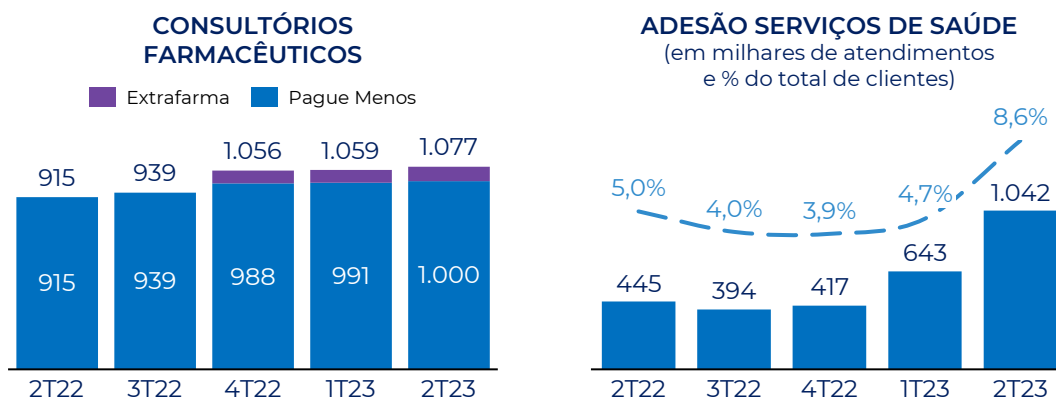
Segundo a IQVIA, nosso *market share* nos canais digitais do varejo farmacêutico atingiu 12,3%, crescendo 1,8p.p. em relação ao 2T22. Este é o quarto trimestre consecutivo em que registramos crescimento nos canais digitais acima da média de mercado, o que reforça a consistência e sustentabilidade do crescimento.

No trimestre, houve positiva evolução na dinâmica de rentabilidade dos canais digitais. Através de ações como diversificação do mix de vendas, rebalanceamento de preços e sinergias de *backoffice* com a Extrafarma, a margem EBITDA do canal melhorou significativamente.

HUB DE SAÚDE

No 2T23 registramos volume recorde de atendimentos no Clinic Farma, superando a marca de 1 milhão de atendimentos no trimestre. Do total de clientes que transitaram em lojas equipadas com o Clinic Farma, 8,6% realizaram algum serviço de saúde em nossos consultórios farmacêuticos.

O bom desempenho está relacionado à estratégia de oferta de serviços básicos com preço subsidiado, no caso de benefícios oferecidos a clientes ouro em nosso programa de fidelidade ou via acordos e convênios com empresas parceiras. Além disso, a integração da Extrafarma ao nosso Hub de Saúde tem evoluído consistentemente. Em nove meses desde a integração, lojas Extrafarma já apresentam taxas de adesão próximas ao patamar de lojas da bandeira Pague Menos.

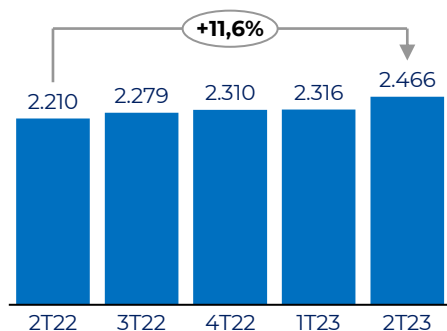


Apesar de atualmente não contribuir de forma relevante em vendas ou resultado, o Clinic Farma tem se provado como uma importante ferramenta de fidelização e engajamento da base de clientes. O gasto médio de clientes do Clinic Farma permanece em torno de três vezes maior que a média da Companhia. Considerando apenas aqueles clientes recorrentes do Clinic, que representam atualmente cerca de 30% da base, o gasto médio chega a ser seis vezes superior à média geral. Gradualmente, à medida em que ganhamos escala na oferta de serviços de saúde e que mais clientes tenham a percepção de nossa proposta de valor, projetamos ganhar cada vez mais relevância no ecossistema de saúde brasileiro.

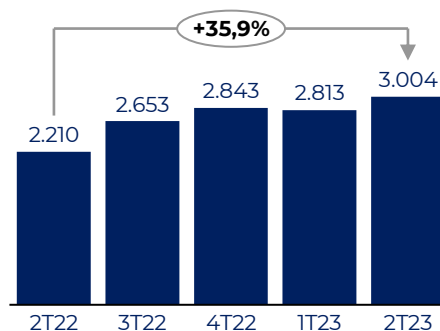
RECEITA BRUTA

A receita bruta consolidada superou a marca dos R\$ 3 bilhões no 2T23, crescimento de 35,9% em relação ao 2T22, em decorrência da consolidação da Extrafarma. Em Pague Menos *standalone*, a receita cresceu 11,6%, aceleração em relação aos trimestres anteriores.

RECEITA BRUTA *STANDALONE*
(R\$ milhões)



RECEITA BRUTA CONSOLIDADA
(R\$ milhões)

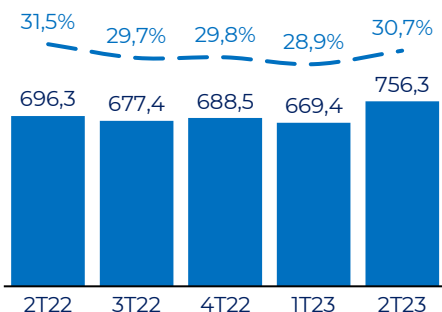


LUCRO BRUTO

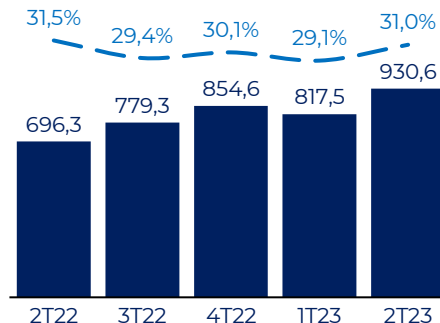
O lucro bruto consolidado totalizou R\$ 930,6 milhões no 2T23, crescimento de 33,6% em relação ao 2T22. A margem bruta consolidada foi de 31,0%, redução de 0,5p.p. em relação ao 2T22, resultado da menor inflação de medicamentos (média de 10,9% em 2022 e 5,6% em 2023).

Em Pague Menos *standalone*, a margem bruta do 2T23 foi de 30,7%, redução de 0,8p.p. em relação ao 2T22, em função, principalmente, do menor ganho inflacionário com estoques em 1,0p.p. Adicionalmente, a redução na participação de serviços e crescimento dos canais digitais no faturamento pressionaram a margem em 0,3p.p. Os efeitos negativos foram parcialmente compensados pelo ajuste a valor presente em 0,4p.p. e efeito mix de categorias de 0,1p.p..

LUCRO BRUTO *STANDALONE*
(R\$ milhões e % da R.B.)



LUCRO BRUTO CONSOLIDADO
(R\$ milhões e % da R.B.)



Em Extrafarma, a margem bruta atingiu 32,5%, crescimento importante de 2,7p.p. em relação ao 1T23. O aumento foi influenciado diretamente pela execução da pré-alta, mas também reflete sinergias implementadas na gestão comercial, como nivelamento de condições com fornecedores, redução no índice de perdas e crescimento na participação de marcas próprias.

Os positivos sinais de incremento de margens na Extrafarma reforçam nossa convicção de que a bandeira deve estabilizar em patamar de margem bruta acima de Pague Menos, por sua exposição geográfica e mix de produtos de regiões mais favoráveis.

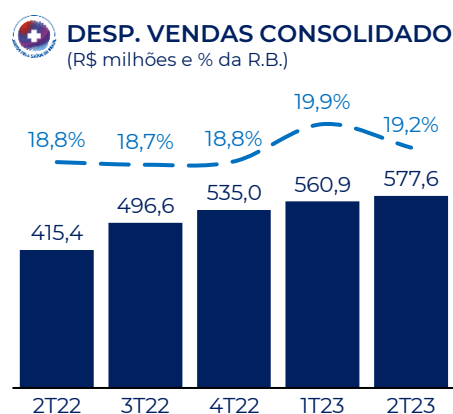
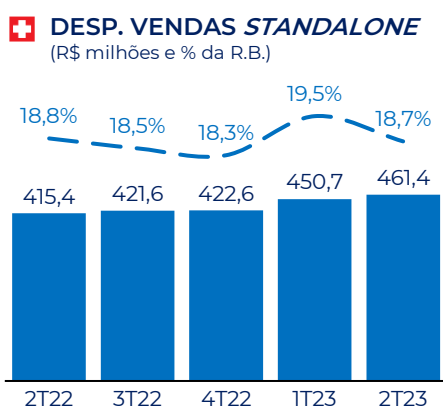
DESPESAS COM VENDAS

As despesas com vendas consolidadas totalizaram R\$ 577,6 milhões no 2T23, crescendo 39,0% em relação ao mesmo período do ano anterior, em linha com o crescimento na base de lojas. Como percentual da receita, esse grupo de despesas atingiu 19,2%, incremento de 0,5p.p. na comparação com 2T22 e redução de 0,6p.p. em relação ao 1T23.

Em Pague Menos *standalone*, as despesas de vendas totalizaram R\$ 461,4 milhões, crescendo 11,1% em relação ao 2T22, em decorrência principalmente do crescimento na base de lojas. No conceito mesmas lojas as despesas de vendas cresceram 2,1%, abaixo da inflação acumulada no período, em decorrência principalmente do trabalho de otimização do quadro de funcionários realizado nos últimos trimestres. Ao final do 2T23, contávamos em Pague Menos com uma média de 12,8 funcionários por loja, redução de 4,4% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Como percentual do faturamento, as despesas de vendas em Pague Menos foram de 18,7% no 2T23, redução de 0,1p.p. em relação ao 2T22. Na comparação com o 1T23, a relevante redução de 0,8p.p. está relacionada ao incremento sazonal da receita, devido ao reajuste de medicamentos, além do *phasing* de despesas com marketing, mais concentradas no primeiro trimestre do ano.

Em Extrafarma, as despesas com venda totalizaram R\$ 116,3 milhões, crescendo 5,5% em relação ao 1T23, em decorrência, principalmente, de despesas variáveis que acompanharam o crescimento da receita. Como percentual do faturamento, houve diluição de 0,5p.p., reduzindo de 22,2% no 1T23 para 21,6% no 2T23.



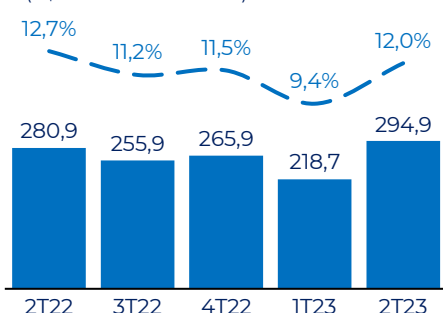
Observamos no trimestre o início de uma tendência de desaceleração inflacionária, que afeta reajustes salariais e contratos de locação, o que resulta em alavancagem operacional, com inflação de receitas superior à das despesas operacionais. Com a expectativa de que essa tendência se mantenha nos próximos trimestres, temos a perspectiva de continuar a trajetória de diluição de despesas ao longo do ano.

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

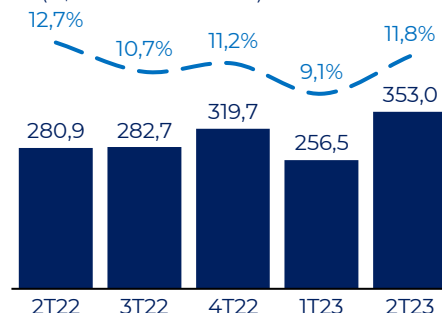
A margem de contribuição consolidada foi de 11,8% no período, retraindo 0,9p.p. na comparação com o 2T22, em decorrência do efeito da pré-alta na margem bruta e a incorporação da Extrafarma.

A Pague Menos apresentou no trimestre margem de contribuição de 12,0% e a Extrafarma de 10,8%. Com isso, continuamos a observar uma convergência de margens entre as operações, refletindo a boa execução do plano de integração. O *gap*, que era de 2,1p.p. no 4T22, reduziu para 1,8p.p. no 1T23 e para 1,2p.p. no 2T23.

MG. CONTRIBUIÇÃO STANDALONE
(R\$ milhões e % da R.B.)



MG. CONTRIBUIÇÃO CONSOLIDADO
(R\$ milhões e % da R.B.)



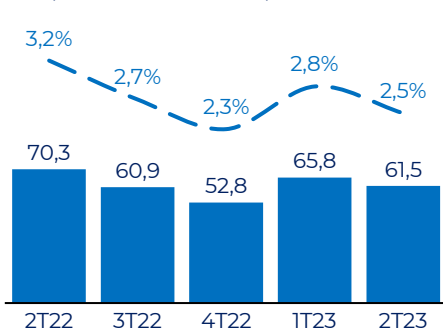
DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS (G&A)

As despesas gerais e administrativas consolidadas totalizaram R\$ 81,5 milhões no 2T23, o equivalente a 2,7% da receita bruta, recuando 0,4p.p. em relação ao 1T23 e 0,5p.p. em relação ao 2T22. A redução de despesas está relacionada a uma maior produtividade, além da evolução de captura de sinergias organizacionais entre as empresas.

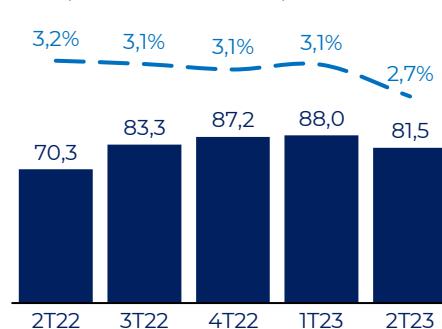
Em Pague Menos, as despesas G&A totalizaram R\$ 61,5 milhões, recuando 6,5% em relação ao 1T23. Já em Extrafarma, esse grupo de despesas totalizou R\$ 20,0 milhões, retração de 9,8% em relação ao 1T23. A principal redução ocorreu em despesas com pessoal, resultado do redimensionamento de times no âmbito da integração com Extrafarma. Na comparação com o 4T22, houve uma redução de aproximadamente 200 *headcounts* fora do ambiente de lojas, equivalente a 4,0% do quadro.

Além das sinergias organizacionais, a redução de despesas G&A é consequência de reduções médias de 25% no consolidado do 2T23 em consultorias, serviços administrativos e infraestrutura de TI.

DESPESAS G&A STANDALONE
(R\$ milhões e % da R.B.)

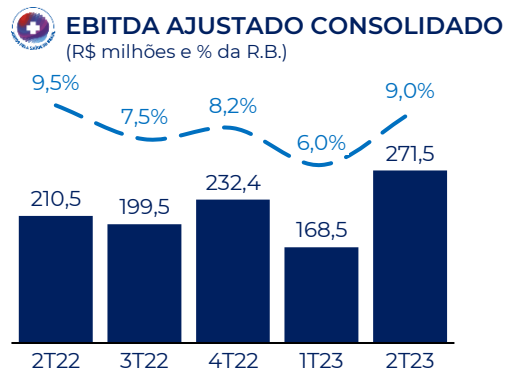
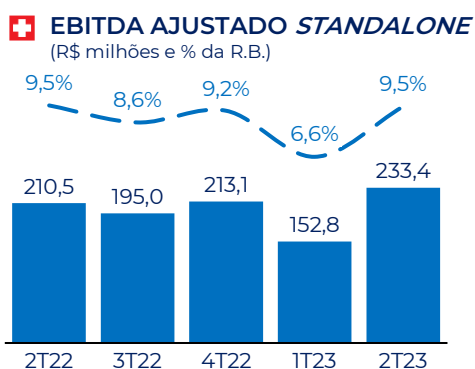


DESPESAS G&A CONSOLIDADO
(R\$ milhões e % da R.B.)



EBITDA AJUSTADO

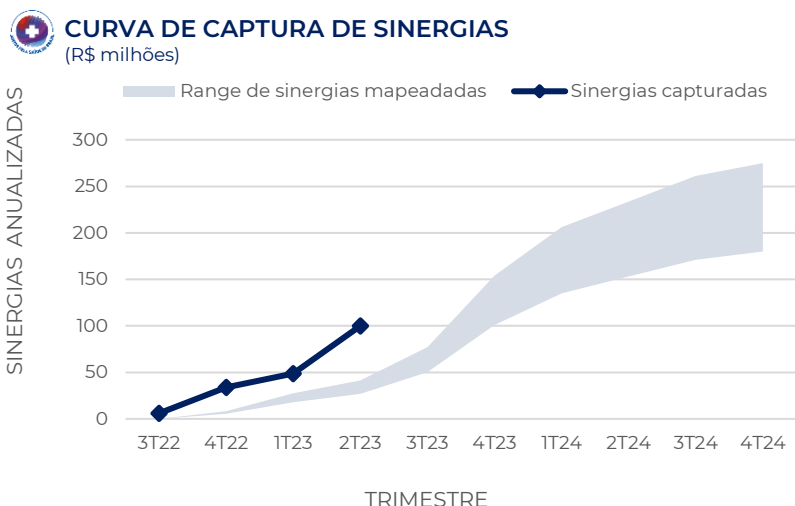
O EBITDA ajustado consolidado no 2T23 totalizou R\$ 271,5 milhões, crescimento de 28,9% em relação ao 2T22. A margem EBITDA ajustada atingiu 9,0%, recuando 0,5 p.p. em relação ao observado no ano anterior. Expurgando os efeitos da integração com a Extrafarma, o EBITDA ajustado expandiu 10,8%, com margem de 9,5%, estável em relação ao 2T22, com a diluição de despesas G&A compensando integralmente a pressão na margem bruta.



INTEGRAÇÃO EXTRAFARMA E CAPTURA DE SINERGIAS

Com a conclusão das migrações de sistemas e abastecimentos de lojas e CDs realizadas no 1T23, observamos no 2T23 melhora significativa na velocidade de captura de sinergias e consequentemente no resultado de Extrafarma. O EBITDA da bandeira atingiu R\$ 38,1 milhões, com margem de 7,1%, mais que o dobro da observada no trimestre anterior. Considerando o EBITDA na norma contábil IAS 17, que considera despesas de alugueis como operacionais, o 2T23 foi o primeiro trimestre a apresentar resultado positivo desde o início da integração, com margem EBITDA de 2,5%.

Apuramos R\$ 25,0 milhões de sinergias no resultado do 2T23, que anualizadas representam R\$ 100 milhões em EBITDA incremental (equivalente a 44% do potencial de sinergias mapeadas na transação). Desse volume, cerca de 40% está relacionado a melhorias na margem bruta, em decorrência de nivelamento de condições comerciais, otimização tributária e participação de marcas próprias; 30% relacionado a despesas gerais e administrativas, provenientes da reestruturação organizacional e otimização de despesas indiretas; e 30% distribuídos entre sinergias de otimização de *footprint*, incremento de vendas e despesas de lojas

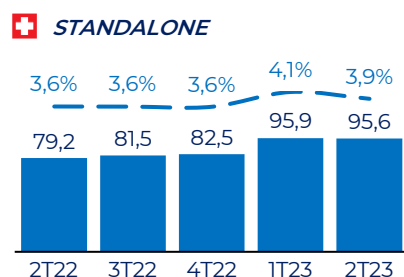


Concluída a fase mais crítica da integração, os próximos passos para melhorar a rentabilidade da Extrafarma estão relacionados à convergência de processos e rotinas operacionais, que devem ocorrer gradualmente ao longo dos próximos trimestres. Nosso plano de integração atualmente concentra esforços no fechamento de *gaps* em métricas de execução de loja, abastecimento e CRM, com o objetivo de melhorar a venda média por loja da Extrafarma e assim convergir a rentabilidade entre as duas bandeiras.

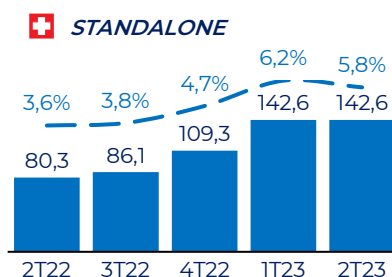
DEPRECIÇÃO, RESULTADO FINANCEIRO E IR/CS

No 2T23, depreciações e amortizações totalizaram R\$ 130,1 milhões, crescimento de 64,4% em relação ao 2T22, em decorrência do crescimento na base de lojas, e redução de 1,6% em relação ao 1T23, refletindo os fechamentos de lojas realizados no período e desaceleração dos investimentos. Expurgando a Extrafarma, as depreciações e amortizações totalizaram R\$ 95,6 milhões, crescimento de 20,8% em relação ao 2T22, refletindo, além do crescimento da base de lojas, o aumento na proporção de lojas em maturação.

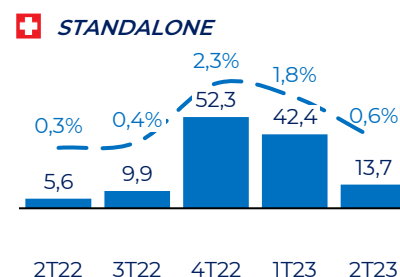
DEPRECIÇÃO E AMORTIZAÇÃO (R\$ milhões e % da R.B.)



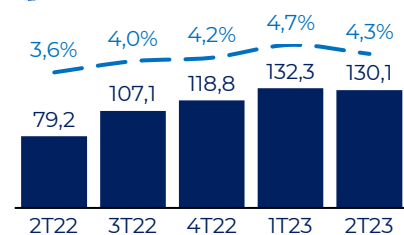
RESULTADO FINANCEIRO (R\$ milhões e % da R.B.)



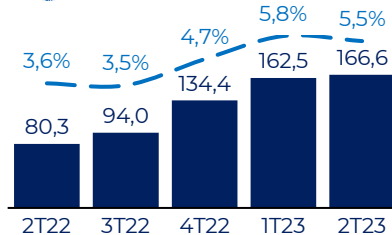
IMPOSTO DE RENDA (R\$ milhões e % da R.B.)



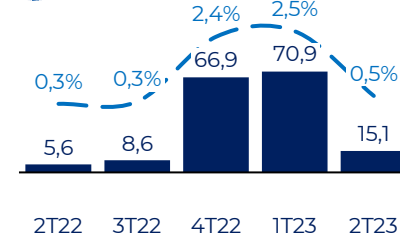
CONSOLIDADO



CONSOLIDADO



CONSOLIDADO



O resultado financeiro totalizou R\$ 166,6 milhões no trimestre, crescimento de 107,5% em relação ao 2T22, refletindo o incremento de dívida líquida (causado principalmente pela aquisição da Extrafarma), aumento nas taxas de juros (que afeta, além do serviço da dívida, o AVP) e o crescimento no juros de arrendamento, que acompanharam o crescimento da base de lojas. Na comparação com o 1T23, o resultado financeiro cresceu 2,5%, com a redução nas despesas com antecipação de recebíveis mais que compensadas pelo crescimento no serviço da dívida.

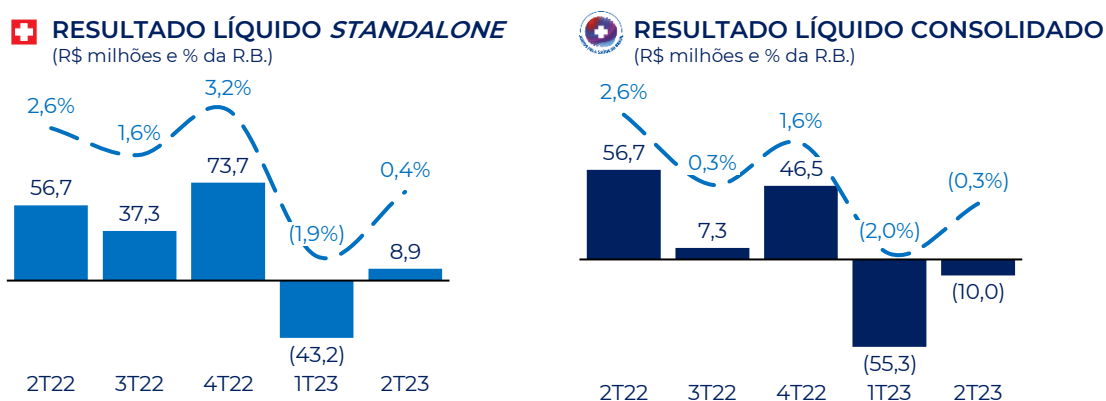
Registramos no 2T23 imposto de renda diferido de R\$ 15,1 milhões, em função da diminuição no resultado tributável do período em Pague Menos e benefícios fiscais.

RESULTADO LÍQUIDO AJUSTADO

O resultado líquido ajustado do 2T23 foi de R\$ 10,0 milhões negativos, em decorrência principalmente do crescimento das despesas financeiras e Extrafarma, ainda em processo de *turnaround*. O lucro operacional consolidado antes do imposto de renda foi de R\$ 141,3 milhões, crescimento de 7,6% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Em Pague Menos *standalone*, o lucro líquido ajustado foi de R\$ 8,9 milhões no 2T23, retração de 84,4% em relação ao mesmo período do ano anterior, em função do crescimento das despesas financeiras relacionado ao incremento do endividamento gerado pelos investimentos em Extrafarma.

No 2T23, iniciamos um ciclo de desalavancagem financeira, que irá contribuir gradualmente para a redução do resultado financeiro, permitindo assim a retomada da expansão de lucros.



RECONCILIAÇÃO DO RESULTADO AJUSTADO

Para melhor entendimento e comparabilidade com os períodos anteriores, o resultado do 2T23 foi ajustado de forma a expurgar eventos não recorrentes, relacionados à aquisição da Extrafarma. Apresentamos abaixo o detalhamento dos ajustes realizados, bem como seus respectivos impactos no resultado. A conciliação completa do resultado contábil e ajustado é apresentada no Anexo 1 deste release.

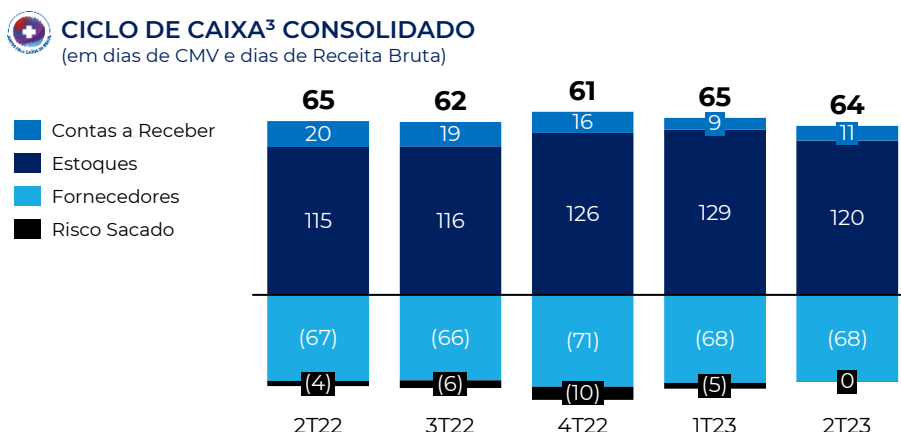
Descrição Ajuste	Linha DRE Afetada	Efeito líquido no result. Standalone		Efeito líquido no result. consolidado	
		2T22	2T23	2T22	2T23
Lucro Líquido Contábil		53,6	(37,1)	53,6	(37,1)
Despesas extraordinárias aquisição Extrafarma	Despesas Gerais e Administrativas	4,7	0,4	4,7	0,4
Reestruturação organizacional	Despesas Gerais e Administrativas	-	-	-	2,4
Ajuste de ganho por compra vantajosa	Despesas Gerais e Administrativas	-	7,5	-	7,5
Depreciação da mais valia gerada na compra vantajosa de Extrafarma	Despesas Gerais e Administrativas	-	12,3	-	12,3
Provisões de juros de parcelas a pagar pela transação	Resultado Financeiro	-	12,2	-	12,2
Exclusão da equivalência patrimonial de Extrafarma no resultado standalone	Equivalência Patrimonial	-	20,4	-	-
Efeito no IRPJ e CSLL dos ajustes	Imposto de Renda e Contrib. Social	(1,6)	(6,8)	(1,6)	(7,6)
Total - Efeito no Lucro Líquido		3,1	46,0	3,1	27,1
Lucro Líquido Ajustado		56,7	8,9	56,7	(10,0)

CICLO DE CAIXA

O ciclo de caixa no 2T23 foi de 64 dias, reduzindo 1 dia em relação ao 1T23 e ao 2T22. O saldo de estoques reduziu de forma expressiva em relação ao trimestre anterior (129 dias no 1T23 para 120 dias no 2T23), em decorrência da estabilização no abastecimento pós integração logística dos centros de distribuição da Extrafarma, concluída no 1T23. Parcela relevante do efeito caixa dessa redução de estoques ocorrerá ao longo do 3T23, à medida em que ocorre o giro da carteira de fornecedores.

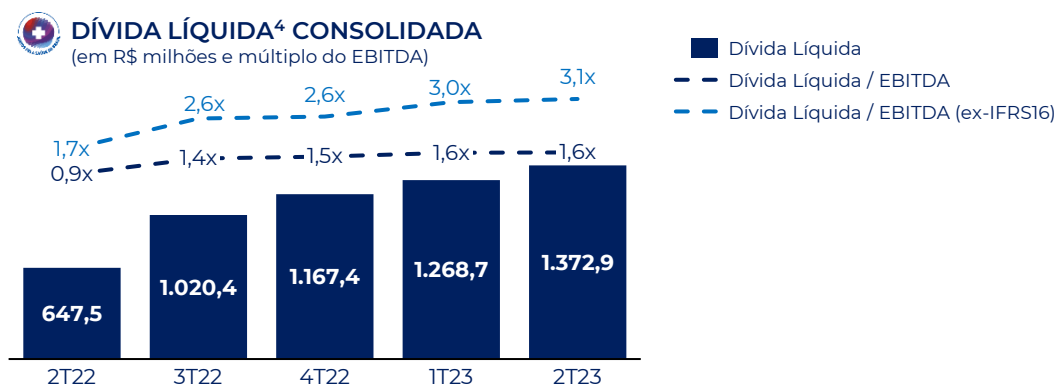
Com a redução no nível de estoques, que deverá continuar a ocorrer ao longo do segundo semestre, combinado com o giro da carteira de fornecedores, ampliando o Prazo Médio de Pagamentos, iniciamos processo de recomposição do saldo de contas a receber, com crescimento no prazo médio de recebimento de dois dias em relação ao 1T23.

O volume de operações de risco sacado reduziu a zero no 2T23, pressionando o ciclo de caixa operacional em 5 dias em relação ao 1T23.



ENDIVIDAMENTO

A dívida líquida totalizou R\$ 1.372,9 milhões no 2T23, equivalente a 1,6x o EBITDA ajustado dos últimos 12 meses (3,1x quando desconsiderados os efeitos do IFRS 16 ajustado). O crescimento da dívida líquida no trimestre está relacionado ao direcionamento da geração de caixa para a recomposição da carteira de recebíveis, que contribui para a redução das despesas financeiras.



³ O cálculo do Prazo Médio de Estoques e do Prazo Médio de Pagamento desconsidera os efeitos do AVP, acordos comerciais e tributos a recuperar.

⁴ Operações de risco sacado estão sendo consideradas como fornecedores e desconsideradas dos cálculos de endividamento, para fins deste release.

Realizamos no 2T23 captações de R\$ 350 milhões, reforçando o caixa para fazer frente ao desembolso da segunda parcela da aquisição da Extrafarma (planejado para agosto) e rolagem de contratos de financiamento. Com isso a dívida bruta aumentou em 21,3% em relação ao 1T23, pressionando pontualmente o resultado financeiro.

A Companhia iniciou no 2T23 processo de desalavancagem financeira. Estão sendo implementadas ações para o incremento da geração de caixa, como: redução de despesas, redução de *capex*, monetização de créditos fiscais, aceleração da captura de sinergias da Extrafarma e normalização do capital de giro.

Além das ações acima listadas, para acelerar o processo de desalavancagem financeira o Conselho de Administração deliberou Aumento de Capital Privado, a ser realizado no 3T23, no valor mínimo de R\$ 328 milhões e máximo de R\$ 400 milhões, contando com o compromisso de adesão de 82% da base acionária (fundadores e General Atlantic). O valor poderá ainda ser acrescido em R\$ 133 milhões futuramente, a depender do exercício de bônus de subscrição. O aporte será integralmente destinado ao reforço da estrutura de capital, viabilizando a redução de encargos financeiros da dívida e a retomada da expansão orgânica em 2024. Projetamos que a capitalização tenha impacto positivo no lucro por ação, pois seu impacto no incremento de lucro líquido é potencialmente superior ao aumento das ações em circulação.

FLUXO DE CAIXA

Registramos no 2T23 fluxo de caixa livre de R\$ 40,2 milhões negativo, com a recomposição da carteira de recebíveis (R\$ 118,9 milhões) e liquidação de operações de risco sacado (R\$103,7 milhões) mais que compensando a geração de caixa operacional e redução no nível de estoques.

Fluxo de Caixa Gerencial (R\$ milhões)	2T22	2T23	1S22	1S23
EBITDA Consolidado	205,8	248,9	366,8	418,2
(-) Pagamentos de arrendamento (IFRS 16)	(78,5)	(118,5)	(157,5)	(232,4)
(Δ) Contas a receber	18,8	(118,9)	33,3	101,7
(Δ) Estoques	(90,5)	110,4	(101,5)	95,4
(Δ) Fornecedores	(19,8)	44,7	(46,1)	45,5
(Δ) Operações de risco sacado	(8,9)	(103,7)	(35,4)	(234,6)
(Δ) Tributos a recuperar	(1,0)	33,2	(16,3)	(10,9)
(+/-) Variação outros ativos e passivos/Efeitos não caixa	28,5	(107,0)	44,2	(173,2)
(=) Fluxo de caixa das operações	54,5	(11,0)	87,5	9,8
(-) Investimentos de capital	(75,8)	(29,2)	(131,5)	(67,2)
(=) Fluxo de caixa de investimentos	(75,8)	(29,2)	(131,5)	(67,2)
Fluxo de caixa livre	(21,4)	(40,2)	(43,9)	(57,4)
(+) Captação de dívida bruta	-	460,6	-	583,7
(-) Pagamento de dívida bruta	(76,7)	(164,2)	(200,0)	(222,4)
(-) Serviço da dívida	(44,4)	(70,4)	(60,7)	(145,5)
(-) Recompra de ações / Integralização de capital	-	-	(5,4)	68,6
(+) Dividendos e JCP recebidos (pagos)	1,1	(0,1)	1,1	(79,1)
(=) Fluxo de caixa de financiamento	(120,0)	226,0	(265,1)	205,3
Saldo inicial de caixa, equivalentes e aplic. financeiras	486,5	130,2	654,1	168,1
Saldo final de caixa, equivalentes e aplic. financeiras	345,1	316,0	345,1	316,0
Variação de Caixa e Equivalentes	(141,4)	185,8	(309,0)	147,9

INVESTIMENTOS

No ano de 2023 foram investidos 67,2 milhões, majoritariamente direcionados a abertura de novas lojas. O volume de *capex* representa uma redução de 49% em relação ao mesmo período do ano anterior, em decorrência da redução na expansão orgânica.

Capex (R\$ milhões)	1S22	%	1S23	%
Expansão	73,7	56%	44,8	67%
Reforma de lojas	19,9	15%	6,8	10%
Tecnologia	28,9	22%	7,9	12%
Infraestrutura de lojas, CDs e escritórios	9,0	7%	7,7	11%
Total	131,5	100%	67,2	100%

ANEXO 1: DEMONSTRATIVO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

Em 1º de janeiro de 2019, entrou em vigor o CPC 6-R2 (IFRS 16), que alterou o modelo de reconhecimento contábil dos contratos de arrendamento. Para preservar a comparabilidade histórica apresentamos abaixo a conciliação com a norma anterior (IAS 17/CPC 06).

DRE PAGUE MENOS *STANDALONE*

Demonstrativo do Resultado do Exercício (R\$ milhões)	IAS 17			IFRS16		
	2T22	2T23	Δ	2T22	2T23	Δ
Receita Bruta	2.210,4	2.466,4	11,6%	2.210,4	2.466,4	11,6%
Deduções	(140,0)	(150,8)	7,7%	(140,0)	(150,8)	7,7%
Receita Líquida	2.070,3	2.315,6	11,8%	2.070,3	2.315,6	11,8%
Custo das Mercadorias Vendidas	(1.374,0)	(1.559,4)	13,5%	(1.374,0)	(1.559,4)	13,5%
Lucro Bruto	696,3	756,3	8,6%	696,3	756,3	8,6%
<i>Margem Bruta</i>	31,5%	30,7%	(0,8p.p.)	31,5%	30,7%	(0,8p.p.)
Despesas com Vendas	(493,9)	(555,1)	12,4%	(415,4)	(461,4)	11,1%
Margem de Contribuição	202,4	201,1	(0,6%)	280,9	294,9	5,0%
<i>Margem de Contribuição (%)</i>	9,2%	8,2%	(1,0p.p.)	12,7%	12,0%	(0,7p.p.)
Despesas Gerais e Administrativas	(70,3)	(61,5)	(12,6%)	(70,3)	(61,5)	(12,6%)
EBITDA Ajustado	132,1	139,6	5,7%	210,5	233,4	10,8%
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	6,0%	5,7%	(0,3p.p.)	9,5%	9,5%	-
Depreciação e Amortização	(25,7)	(34,9)	35,9%	(79,2)	(95,6)	20,8%
Resultado Financeiro	(45,8)	(103,3)	125,4%	(80,3)	(142,6)	77,5%
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	60,5	1,4	(97,7%)	51,1	(4,8)	-
Imposto de Renda e Contribuição Social	2,4	11,6	390,2%	5,6	13,7	145,2%
Resultado Líquido Ajustado	62,9	12,9	(79,4%)	56,7	8,9	(84,4%)
<i>Margem Líquida Ajustada</i>	2,8%	0,5%	(2,3p.p.)	2,6%	0,4%	(2,2p.p.)

Demonstrativo do Resultado do Exercício (R\$ milhões)	IAS 17			IFRS16		
	1S22	1S23	Δ	1S22	1S23	Δ
Receita Bruta	4.321,9	4.782,3	10,7%	4.321,9	4.782,3	10,7%
Deduções	(278,7)	(300,2)	7,7%	(278,7)	(300,2)	7,7%
Receita Líquida	4.043,2	4.482,2	10,9%	4.043,2	4.482,2	10,9%
Custo das Mercadorias Vendidas	(2.721,7)	(3.056,5)	12,3%	(2.721,7)	(3.056,5)	12,3%
Lucro Bruto	1.321,5	1.425,7	7,9%	1.321,5	1.425,7	7,9%
<i>Margem Bruta</i>	30,6%	29,8%	(0,8p.p.)	30,6%	29,8%	(0,8p.p.)
Despesas com Vendas	(971,0)	(1.093,3)	12,6%	(813,6)	(912,1)	12,1%
Margem de Contribuição	350,5	332,4	(5,2%)	507,9	513,5	1,1%
<i>Margem de Contribuição (%)</i>	8,1%	7,0%	(1,1p.p.)	11,8%	10,7%	(1,1p.p.)
Despesas Gerais e Administrativas	(135,0)	(127,3)	(5,7%)	(135,0)	(127,3)	(5,7%)
EBITDA Ajustado	215,4	205,1	(4,8%)	372,9	386,2	3,6%
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	5,0%	4,3%	(0,7p.p.)	8,6%	8,1%	(0,5p.p.)
Depreciação e Amortização	(53,9)	(68,8)	27,6%	(161,5)	(191,5)	18,6%
Resultado Financeiro	(86,4)	(207,1)	139,8%	(155,1)	(285,2)	83,9%
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	75,2	(70,8)	-	56,3	(90,4)	-
Imposto de Renda e Contribuição Social	18,3	49,4	170,3%	24,7	56,1	127,2%
Resultado Líquido Ajustado	93,4	(21,4)	-	81,0	(34,4)	-
<i>Margem Líquida Ajustada</i>	2,2%	(0,4%)	(2,6p.p.)	1,9%	(0,7%)	(2,6p.p.)

DRE PAGUE MENOS CONSOLIDADO

Demonstrativo do Resultado do Exercício (R\$ milhões)	IAS 17			IFRS16		
	2T22	2T23	Δ	2T22	2T23	Δ
Receita Bruta	2.210,4	3.003,6	35,9%	2.210,4	3.003,6	35,9%
Deduções	(140,0)	(166,9)	19,2%	(140,0)	(166,9)	19,2%
Receita Líquida	2.070,3	2.836,7	37,0%	2.070,3	2.836,7	37,0%
Custo das Mercadorias Vendidas	(1.374,0)	(1.906,1)	38,7%	(1.374,0)	(1.906,1)	38,7%
Lucro Bruto	696,3	930,6	33,6%	696,3	930,6	33,6%
<i>Margem Bruta</i>	31,5%	31,0%	(0,5p.p.)	31,5%	31,0%	(0,5p.p.)
Despesas com Vendas	(493,9)	(696,2)	40,9%	(415,4)	(577,6)	39,0%
Margem de Contribuição	202,4	234,4	15,8%	280,9	353,0	25,7%
<i>Margem de Contribuição (%)</i>	9,2%	7,8%	(1,4p.p.)	12,7%	11,8%	(0,9p.p.)
Despesas Gerais e Administrativas	(70,3)	(81,5)	15,9%	(70,3)	(81,5)	15,9%
EBITDA Ajustado	132,1	152,9	15,8%	210,5	271,5	28,9%
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	6,0%	5,1%	(0,9p.p.)	9,5%	9,0%	(0,5p.p.)
Depreciação e Amortização	(25,7)	(50,5)	96,7%	(79,2)	(130,1)	64,4%
Resultado Financeiro	(45,8)	(117,0)	155,2%	(80,3)	(166,6)	107,5%
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	60,5	(14,5)	-	51,1	(25,3)	-
Imposto de Renda e Contribuição Social	2,4	11,4	384,0%	5,6	15,1	170,4%
Participação Minoritária	0,0	0,2	-	0,0	0,2	-
Resultado Líquido Ajustado	62,9	(2,9)	-	56,7	(10,0)	-
<i>Margem Líquida Ajustada</i>	2,8%	(0,1%)	(2,9p.p.)	2,6%	(0,3%)	(2,9p.p.)

Demonstrativo do Resultado do Exercício (R\$ milhões)	IAS 17			IFRS16		
	1S22	1S23	Δ	1S22	1S23	Δ
Receita Bruta	4.321,9	5.816,9	34,6%	4.321,9	5.816,9	34,6%
Deduções	(278,7)	(344,1)	23,5%	(278,7)	(344,1)	23,5%
Receita Líquida	4.043,2	5.472,8	35,4%	4.043,2	5.472,8	35,4%
Custo das Mercadorias Vendidas	(2.721,7)	(3.724,7)	36,9%	(2.721,7)	(3.724,7)	36,9%
Lucro Bruto	1.321,5	1.748,1	32,3%	1.321,5	1.748,1	32,3%
<i>Margem Bruta</i>	30,6%	30,1%	(0,5p.p.)	30,6%	30,1%	(0,5p.p.)
Despesas com Vendas	(971,0)	(1.371,0)	41,2%	(813,6)	(1.138,6)	39,9%
Margem de Contribuição	350,5	377,1	7,6%	507,9	609,5	20,0%
<i>Margem de Contribuição (%)</i>	8,1%	6,5%	(1,6p.p.)	11,8%	10,5%	(1,3p.p.)
Despesas Gerais e Administrativas	(135,0)	(169,5)	25,5%	(135,0)	(169,5)	25,5%
EBITDA Ajustado	215,4	207,5	(3,7%)	372,9	440,0	18,0%
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	5,0%	3,6%	(1,4p.p.)	8,6%	7,6%	(1,0p.p.)
Depreciação e Amortização	(53,9)	(101,1)	87,6%	(161,5)	(262,4)	62,5%
Resultado Financeiro	(86,4)	(232,0)	168,6%	(155,1)	(329,1)	112,2%
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	75,2	(125,6)	-	56,3	(151,5)	-
Imposto de Renda e Contribuição Social	18,3	77,1	322,0%	24,7	86,0	248,3%
Participação Minoritária	0,0	0,3	-	0,0	0,3	-
Resultado Líquido Ajustado	93,4	(48,2)	-	81,0	(65,3)	-
<i>Margem Líquida Ajustada</i>	2,2%	(0,8%)	(3,0p.p.)	1,9%	(1,1%)	(3,0p.p.)

ANEXO 2: BALANÇO PATRIMONIAL

BALANÇO PAGUE MENOS CONSOLIDADO

Balanço Patrimonial (R\$ milhões)	IFRS16		
	31/12/2022	30/06/2023	Δ
Ativo Total	8.597,4	8.465,6	(1,5%)
Ativo Circulante	4.127,9	4.176,7	1,2%
Caixa e Equivalentes de Caixa	168,1	316,0	88,0%
Contas a Receber de Clientes	505,5	379,2	(25,0%)
Estoques	3.029,2	2.935,0	(3,1%)
Tributos a Recuperar	244,0	266,6	9,3%
Outros Ativos Circulantes	181,1	279,9	54,6%
Ativo Não Circulante	4.469,5	4.289,0	(4,0%)
Ativo Realizável a Longo Prazo	1.073,7	1.157,8	7,8%
Investimentos	76,3	76,9	0,9%
Imobilizado	1.044,8	1.003,6	(3,9%)
Direito de uso em arrendamento	2.054,5	1.846,3	(10,1%)
Intangível	220,2	204,4	(7,2%)
Passivo Total	8.597,4	8.465,6	(1,5%)
Passivo Circulante	2.935,8	2.834,1	(3,5%)
Obrigações Sociais e Trabalhistas	158,5	207,3	30,8%
Fornecedores	1.590,4	1.616,4	1,6%
Operações de Risco Sacado	237,9	3,3	(98,6%)
Obrigações Fiscais	167,2	102,6	(38,7%)
Empréstimos, Financiamentos e Debêntures	234,9	318,9	35,8%
Outras Obrigações	233,6	268,2	14,8%
Arrendamento mercantil	313,3	317,5	1,3%
Passivo Não Circulante	3.318,6	3.379,2	1,8%
Empréstimos, Financiamentos e Debêntures	1.100,6	1.370,1	24,5%
Tributos Diferidos	6,0	5,4	(9,1%)
Arrendamento Mercantil	1.926,2	1.739,8	(9,7%)
Provisões	90,9	84,8	(6,7%)
Outras Contas a Pagar	194,9	179,1	(8,1%)
Patrimônio Líquido	2.343,0	2.252,4	(3,9%)
Capital Social Realizado	1.199,2	1.273,0	6,2%
Reservas de Capital	391,9	382,0	(2,5%)
Reservas de Lucros	764,4	702,9	(8,0%)
Ações em Tesouraria	(21,0)	(12,7)	(39,6%)
Participação de não controladores	8,4	7,0	(17,0%)

ANEXO 3: CONCILIAÇÃO DO RESULTADO AJUSTADO

Reconciliação DRE Ajustada (R\$ milhões)	STANDALONE			CONSOLIDADO		
	2T23 Contábil	Ajustes Gerenciais	2T23 Ajustado	2T23 Contábil	Ajustes Gerenciais	2T23 Ajustado
Receita Bruta	2.523,6	(57,2)	2.466,4	3.003,6	-	3.003,6
Deduções	(152,3)	1,5	(150,8)	(166,9)	-	(166,9)
Receita Líquida	2.371,3	(55,7)	2.315,6	2.836,7	-	2.836,7
Custo das Mercadorias Vendidas	(1.615,1)	55,7	(1.559,4)	(1.906,1)	-	(1.906,1)
Lucro Bruto	756,3	-	756,3	930,6	-	930,6
Despesas com Vendas	(461,4)	-	(461,4)	(577,6)	-	(577,6)
Despesas Gerais e Administrativas	(102,1)	40,6	(61,5)	(104,0)	22,5	(81,5)
Depreciação e Amortização	(95,6)	-	(95,6)	(130,1)	-	(130,1)
Resultado Operacional	97,2	40,6	137,8	118,8	22,5	141,3
Resultado Financeiro	(154,8)	12,2	(142,6)	(178,8)	12,2	(166,6)
Resultado Antes do Imposto de Renda	(57,6)	52,8	(4,8)	(60,0)	34,7	(25,3)
Imposto de Renda e Contribuição Social	20,5	(6,8)	13,7	22,7	(7,6)	15,1
Participação Minoritária	-	-	-	0,2	-	0,2
Resultado Líquido	(37,1)	46,0	8,9	(37,1)	27,1	(10,0)

ANEXO 4: CONCILIAÇÃO DO EBITDA

Reconciliação DRE Ajustada (R\$ milhões)	STANDALONE			CONSOLIDADO		
	2T23 Contábil	Ajustes Gerenciais	2T23 Ajustado	2T23 Contábil	Ajustes Gerenciais	2T23 Ajustado
Lucro Líquido	(37,1)	46,0	8,9	(37,1)	27,1	(10,0)
(+) Resultado Financeiro	154,8	(12,2)	142,6	178,8	(12,2)	166,6
(+) Imposto de Renda e CS	(20,5)	6,8	(13,7)	(22,7)	7,6	(15,1)
(+) Depreciação e Amortização	95,6	-	95,6	130,1	-	130,1
(+) Participação Minoritária	-	-	-	(0,2)	-	(0,2)
EBITDA	192,8	40,6	233,4	248,9	22,5	271,5

ANEXO 5: DISTRIBUIÇÃO DE LOJAS POR UF

UF / Região (# lojas)	2T22	Expansão orgânica	Expansão inorgânica	Encerramentos	2T23
Total	1.193	100	399	40	1.652
Nordeste	740	72	222	20	1.014
Alagoas	34	3	-	-	37
Bahia	133	8	20	2	159
Ceará	186	16	91	11	282
Maranhão	72	10	57	3	136
Paraíba	54	10	4	-	68
Pernambuco	131	15	34	2	178
Piauí	41	2	-	-	43
Rio Grande Do Norte	52	3	16	2	69
Sergipe	37	5	-	-	42
Norte	116	5	135	8	248
Acre	14	1	-	-	15
Amapá	7	-	11	-	18
Amazonas	22	-	-	1	21
Pará	35	1	121	6	151
Rondônia	13	-	-	-	13
Roraima	11	1	-	-	12
Tocantins	14	2	3	1	18
Sudeste	197	11	42	11	239
Espírito Santo	25	-	-	1	24
Minas Gerais	64	5	-	-	69
Rio De Janeiro	19	-	-	3	16
São Paulo	89	6	42	7	130
Centro-Oeste	99	12	-	1	110
Distrito Federal	15	-	-	-	15
Goiás	28	1	-	-	29
Mato Grosso	27	9	-	-	36
Mato Grosso Do Sul	29	2	-	1	30
Sul	41	-	-	-	41
Paraná	15	-	-	-	15
Rio Grande Do Sul	7	-	-	-	7
Santa Catarina	19	-	-	-	19



 **PagueMenos**

 **extrafarma**



VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS

08 de agosto de 2023

10:00 (BRT) | 09:00 (US-EST)

Em português, com tradução simultânea para o inglês

Para acessar, [clique aqui](#)