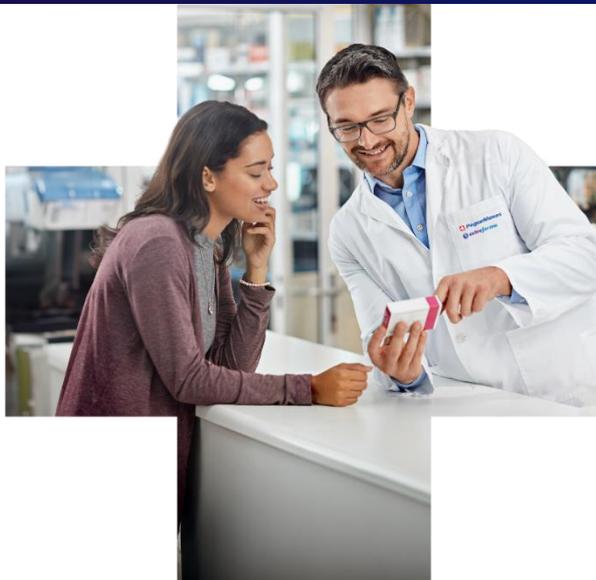


DIVULGAÇÃO DE  
**Resultados**  
**3T24**

 **PagueMenos**

 **extrafarma**



## EVOLUÇÃO OPERACIONAL E SINERGIAS EXTRAFARMA PROPORCIONANDO IMPORTANTE MELHORIA EM RENTABILIDADE E GERAÇÃO DE CAIXA

### DESTAQUES 3T24

- +** **RECEITA BRUTA**  
R\$ 3,5 bilhões (+13,9% vs 3T23) e crescimento mesmas lojas de 13,6%
- +** **MARKET SHARE**  
6,3% de *market share* nacional (+ 0,2p.p. vs 3T23), com crescimento em todas as regiões
- +** **SINERGIAS EXTRAFARMA**  
R\$ 234 milhões, em bases anualizadas (90% do topo da projeção)
- +** **EBITDA AJUSTADO**  
R\$ 190,7 milhões (+32,6% vs 3T23) e margem EBITDA de 5,4% (+0,7p.p. vs 3T23)
- +** **LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO**  
R\$ 53,9 milhões e margem líquida de 1,5% (+ 1,5p.p. vs 3T23)
- +** **FLUXO DE CAIXA LIVRE**  
R\$ 130,0 milhões, sendo R\$ 352 milhões ex-pagamento de Extrafarma
- +** **ENDIVIDAMENTO**  
2,2x Dívida Líquida / EBITDA (redução de 0,2x vs 3T23)
- +** **CICLO DE CAIXA**  
51 dias (redução de 9 dias vs 3T23)

## DISCLAIMER

Desde 2019 nossas demonstrações financeiras são preparadas de acordo com o IFRS 16, que alterou os critérios de reconhecimento dos contratos de aluguel. Os números deste relatório são apresentados sob a norma antiga, o IAS 17 / CPC 06. A reconciliação com o IFRS 16 pode ser encontrada no Anexo 1 deste documento.



## DESTAQUES FINANCEIROS CONSOLIDADOS

em R\$ milhões e % da R.B.	3T23	3T24	Δ	9M23	9M24	Δ
<b>Receita Bruta</b>	<b>3.081,9</b>	<b>3.511,2</b>	<b>13,9%</b>	<b>8.898,8</b>	<b>9.975,2</b>	<b>12,1%</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>903,8</b>	<b>1.032,2</b>	<b>14,2%</b>	<b>2.651,9</b>	<b>2.958,9</b>	<b>11,6%</b>
% Margem Bruta	29,3%	29,4%	0,1 p.p.	29,8%	29,7%	(0,1 p.p.)
<b>Margem de Contribuição</b>	<b>215,8</b>	<b>275,5</b>	<b>27,7%</b>	<b>592,8</b>	<b>728,8</b>	<b>22,9%</b>
% Margem de Contribuição	7,0%	7,8%	0,8 p.p.	6,7%	7,3%	0,6 p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>143,8</b>	<b>190,7</b>	<b>32,6%</b>	<b>351,3</b>	<b>464,5</b>	<b>32,2%</b>
% Margem EBITDA Ajustada	4,7%	5,4%	0,7 p.p.	3,9%	4,7%	0,8 p.p.
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>(0,4)</b>	<b>53,9</b>	<b>-</b>	<b>(48,6)</b>	<b>74,9</b>	<b>-</b>
% Margem Líquida Ajustada	(0,0%)	1,5%	1,5 p.p.	(0,5%)	0,8%	1,3 p.p.



## PRINCIPAIS INDICADORES

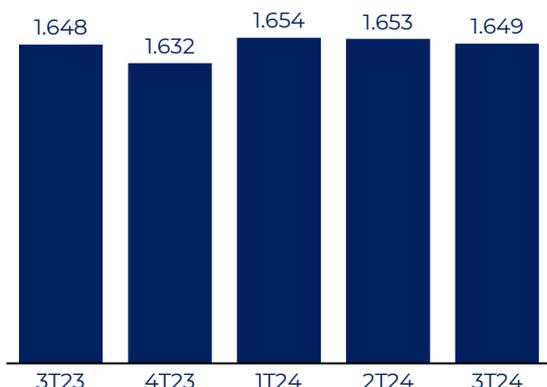
Indicador	3T23	4T23	1T24	2T24	3T24	Δ (Y/Y)
# de Lojas	1.648	1.632	1.654	1.653	1.649	0,1%
Venda média mensal por loja (R\$ mil)	622	622	628	679	709	13,9%
Ticket médio (R\$)	81,07	80,46	81,96	83,78	85,89	6,0%
Crescimento mesmas lojas (%)	5,9%	5,6%	9,6%	11,4%	13,6%	7,7 p.p.
Canais digitais (% da R.B.)	12,1%	12,5%	13,4%	14,1%	15,2%	3,1 p.p.
Marcas próprias (% da R.B.)	7,0%	6,9%	6,7%	6,7%	6,5%	(0,5) p.p.
# Consultórios farmacêuticos	1.077	1.077	1.100	1.092	1.088	1,0%
# Clientes ativos (milhões de clientes)	20,7	20,7	20,9	20,9	21,1	2,1%
# de Funcionários (total)	25.268	25.445	25.799	25.874	25.606	1,3%
# de Funcionários (lojas)	20.599	20.775	21.140	21.381	21.075	2,3%
Média de funcionários por loja	12,5	12,7	12,8	12,9	12,8	2,2%
Ciclo de caixa operacional (dias)	60	55	60	56	51	(9)
Dívida Líquida / EBITDA Ajustado	2,4x	2,5x	2,6x	2,5x	2,2x	(0,2x)

### PORTFOLIO DE LOJAS

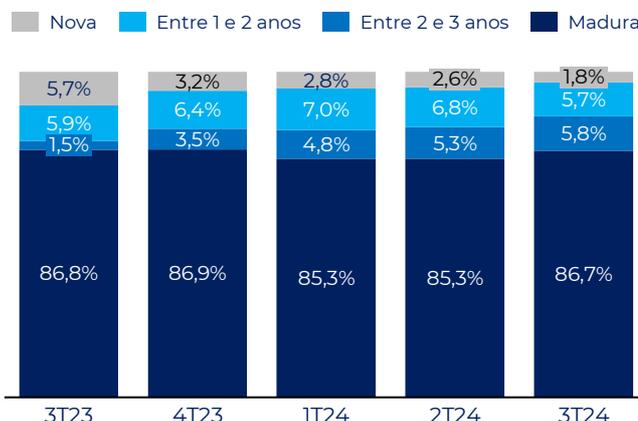
Nossa base de lojas atingiu 1.649 unidades ao final do 3T24. Ao longo do trimestre, foram realizados quatro fechamentos de lojas, sendo duas no portfólio Pague Menos e duas no portfólio Extrafarma, relacionados ao contínuo processo de otimização de *footprint*. Não são previstas novas lojas até o final do ano. Em 2025 a expansão orgânica deverá ser retomada com parcimônia, pois a Companhia continua focada em sua desalavancagem financeira.

No âmbito da integração da Extrafarma, seguimos realizando conversões de bandeira, que tem se provado uma relevante alavanca de incremento de vendas. Até o final do 3T24, 111 lojas da Extrafarma foram convertidas em Pague Menos. Atualmente, a marca Extrafarma segue presente apenas nos estados de AP, PA, MA e CE, onde estamos realizando testes para, potencialmente, ampliar as conversões nessas localidades.

#### EVOLUÇÃO BASE DE LOJAS



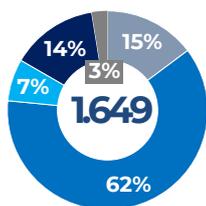
#### PERFIL ETÁRIO DE LOJAS



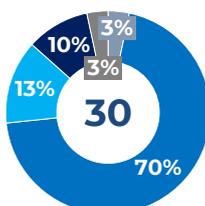
#### POR REGIÃO

- N
- NE
- CO
- SE
- S

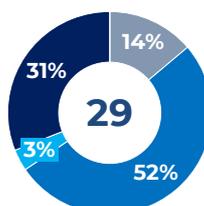
#### BASE DE LOJAS (3T24)



#### EXP. ORGÂNICA (LTM)

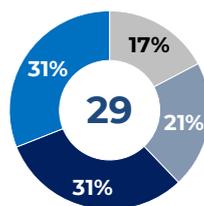
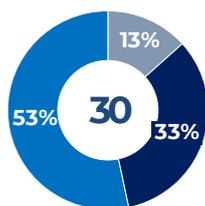
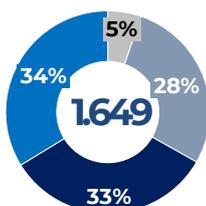


#### FECHAMENTOS (LTM)



#### POR CLASSE SOCIAL<sup>1</sup>

- A
- B1
- B2
- C/D



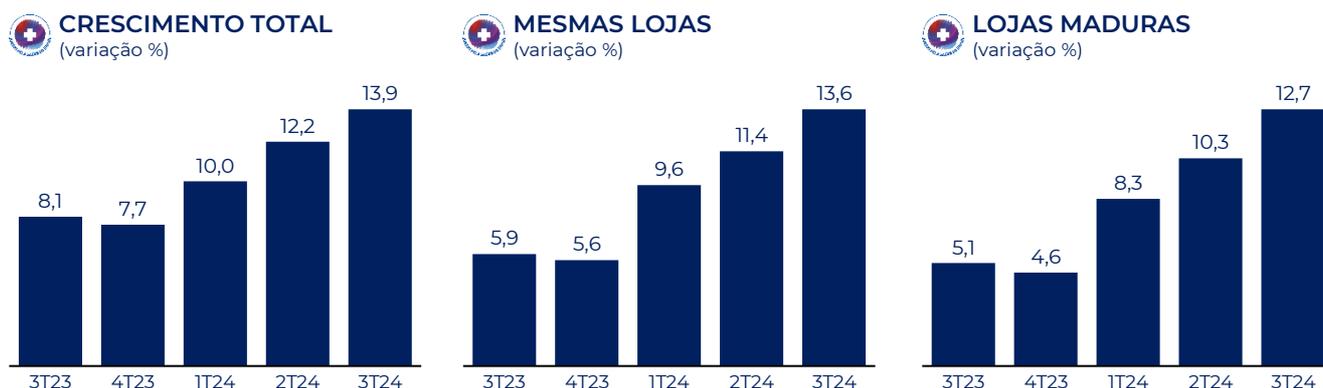
<sup>1</sup> Classe social predominante no entorno de cada loja (isócronas de 5 minutos de deslocamento a carro). Segmentação segue critérios do IBGE.

### PERFORMANCE DE VENDAS

Seguimos registrando aceleração do ritmo de vendas no 3T24, mantendo tendência positiva observada desde o início do ano. Alcançamos crescimento de 13,9% nas vendas totais, o que representa o maior ritmo de crescimento em 7 anos (expurgando o 2T21, afetado<sup>2</sup> pela pandemia da Covid-19). Esse histórico desempenho é ainda mais robusto quando consideramos a desaceleração inflacionária e o menor ritmo de expansão orgânica.

Atribuímos parte relevante da aceleração do crescimento à efetividade das iniciativas implementadas desde o início de 2024 para otimizar operação de lojas, as chamadas “missões operacionais”. Gradualmente, melhorias em áreas como atendimento, processos, manutenção, precificação e estabilidade de TI têm propiciado aumento no tráfego de clientes nas lojas. Além disso, seguimos colhendo os frutos da bem-sucedida integração da Extrafarma, cujas sinergias operacionais cada vez mais se convertem em incremento de vendas.

O crescimento de 13,9% no trimestre é decomposto em 13,6% de crescimento mesmas lojas, +1,3% de contribuição de novas lojas e -0,9% por lojas fechadas nos últimos 12 meses. Lojas maduras registraram crescimento de 12,7%, aproximadamente 3 vezes a inflação do período, o que contribuiu para relevante alavancagem operacional no resultado do trimestre.



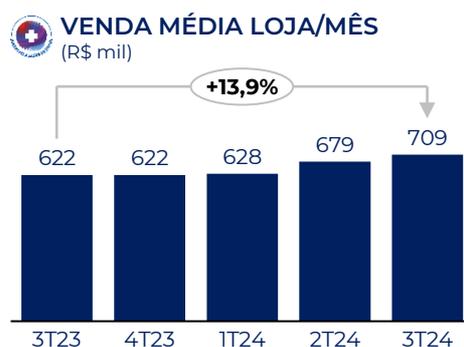
Segregando por empresa, o crescimento mesmas lojas atingiu 12,6% em Pague Menos e 18,5% em Extrafarma. Nesse contexto, fica cada vez mais evidente como as conversões de bandeira seguem sendo uma importante alavanca de incremento de vendas, otimizando nosso *footprint* e potencializando a força de marca Pague Menos em praças estratégicas. Lojas convertidas registraram expressivo crescimento de 30,4% vs o mesmo período do ano anterior, enquanto as demais lojas Extrafarma avançaram 13,7%.

Segregando por região, observamos relevante aceleração no crescimento em todas as áreas, embora em magnitudes diferentes. As regiões Sul e Sudeste se destacaram, com crescimento mesmas lojas de 19,3%, enquanto Centro-Oeste atingiu 17,8% e as regiões Norte e Nordeste cresceram 12,2%.

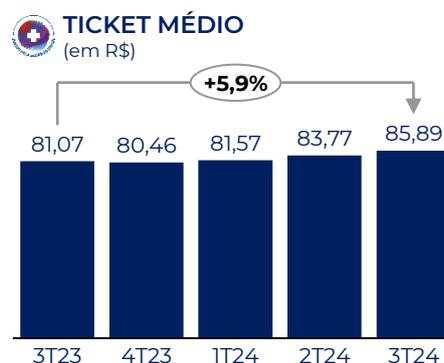
Importante destacar que tem ocorrido, ao longo dos últimos anos, um *catch-up* em regiões onde temos maior oportunidade de melhorar a eficiência. No 3T21, as 5 UF's com menor produtividade apresentavam uma venda média por loja 27% abaixo da média geral do portfólio. Três anos depois, o *gap* dessas mesmas UF's reduziu para menos de 5%. A progressiva convergência operacional entre regiões torna a estratégia de presença nacional muito mais efetiva, contribuindo para termos uma operação cada vez mais diversificada.

<sup>2</sup>O crescimento de 20,6% registrado no 2T21 foi fortemente impactado por efeitos não-recorrentes relacionados à pandemia da Covid-19: i) congelamento do reajuste anual de medicamentos em 2020 de abril até junho (prejudicando a base do 2T20); ii) fechamento temporário de lojas devido a medidas sanitárias de isolamento social; (prejudicando a base do 2T20) e iii) demanda por testes de covid (beneficiando as vendas no 2T21).

A venda média mensal por loja atingiu R\$ 709 mil no 3T24, crescendo 13,9% em relação ao mesmo período do ano anterior. Considerando apenas o portfólio Pague Menos, essa métrica atingiu R\$ 739 mil, enquanto Extrafarma totalizou R\$ 595 mil. Importante destacar que as lojas Extrafarma convertidas para Pague Menos tem acelerado o fechamento de gap de vendas. Antes do início das conversões, essas lojas operavam 32% abaixo do portfólio Pague Menos, tendo reduzido esse gap para 16% no trimestre.



O bom desempenho de vendas no trimestre fica ainda mais evidente quando decomposto entre volume e ticket médio. Registramos expressivo crescimento de 7,6% na quantidade de atendimentos (mesmo no contexto de estabilidade na base de lojas) combinado com incremento de 5,9% no ticket médio, que segue crescendo acima da inflação.



O crescimento de atendimentos, no conceito mesmas lojas, foi de 7,2%, sendo 6,7% no portfólio Pague Menos e 9,2% no portfólio Extrafarma, o que representa relevante aceleração em ambas as bandeiras. Cada vez mais as iniciativas de excelência operacional tem se convertido em aumento no tráfego de clientes. Essas ações envolvem mudanças no modelo de atendimento, revitalização do parques de lojas, redesenho de processos, entre outras, que têm contribuído para aumento na retenção de clientes e de sua frequência de compra.

Além disso, parte relevante do aumento no volume está relacionado à atração de novos clientes, sustentada por uma execução de marketing e CRM cada vez mais assertiva, em especial nos canais digitais. A base de clientes ativos, com compras nos últimos 12 meses, atingiu 21,1 milhões, um novo recorde histórico. A parcela de clientes *omnichannel*, que utiliza mais de um canal de compras, atingiu 9,4% do total, 1,4 p.p. acima do mesmo período do ano anterior.

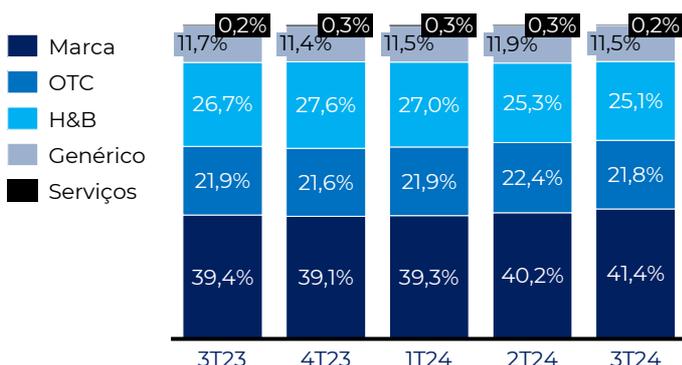
Já o crescimento de ticket médio é explicado pelo repasse de preços, com inflação ponderada de produtos em 3,8%, além de aumento na cesta de compra de clientes e efeito mix positivo.

### GERENCIAMENTO DE CATEGORIAS

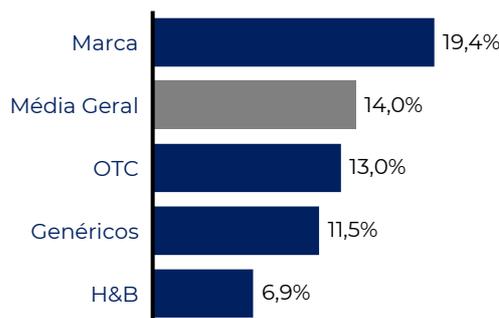
Observamos no 3T24 significativo crescimento da participação de medicamentos prescritos de marca no mix, atingindo 41,4% das vendas totais (+2p.p. acima do mesmo período do ano anterior). A categoria como um todo cresceu 19,4% no trimestre, alavancado pela classe terapêutica de diabetes, que expandiu acima de 30%. O bom desempenho acompanha tendência observada no mercado como um todo, com lançamentos bem-sucedidos. Ainda assim, é importante destacar que registramos, de forma consistente, crescimento de *market share* nessa e na maioria das classes terapêuticas, sinalizando nossa boa execução, com cada vez mais assertividade na precificação, disponibilidade e fidelização de clientes por meio do Clinic Farma.

Também destacamos o bom desempenho na categoria de OTC, que cresceu 13,0% no período. Dentro da categoria, destacaram-se itens de vitaminas e minerais, equipamentos de saúde e conveniência, todos crescendo acima de 20% na comparação com o ano anterior.

**MIX DE VENDAS**  
(em % da receita bruta)



**CRESCIMENTO POR CATEGORIA**  
(variação % 3T24 vs 3T23)



Nossas marcas próprias atingiram no 3T24 o recorde histórico de R\$ 227,2 milhões em vendas. Apesar disso, a participação nas vendas totais recuou para 6,5%, 0,5p.p. abaixo do mesmo período do ano anterior. A redução na representatividade é decorrência, principalmente, da desaceleração da categoria de higiene e beleza como um todo, que concentra boa parte do sortimento de itens marcas próprias. Apesar disso, seguimos otimistas com a estratégia de marcas próprias, que conta com um portfólio cada vez mais diversificado, margens altas e crescentes e promissor *pipeline* de lançamentos.

**MARCAS PRÓPRIAS**  
(em R\$ milhões e % da venda total)

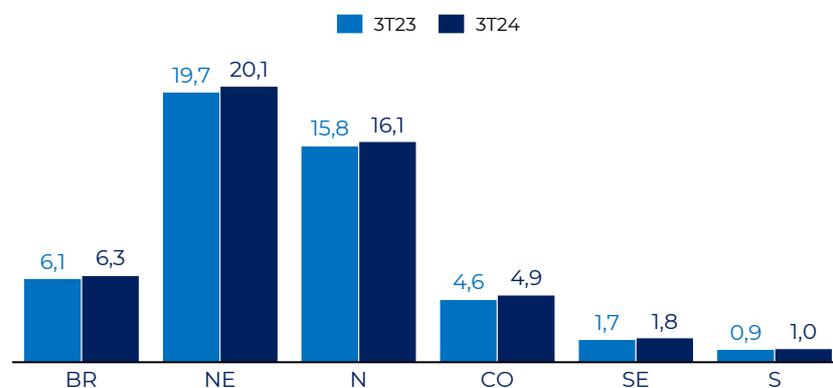


### MARKET SHARE

Nossa participação no varejo farmacêutico nacional atingiu 6,3% no trimestre, incremento de 0,2p.p. na comparação com o 3T23. O bom desempenho fica ainda mais evidente quando consideramos a desaceleração em nossa expansão orgânica, no contexto de desalavancagem financeira, e o nível de crescimento na venda média por loja acima dos concorrentes.

Ampliamos nosso *market share* em todas as regiões do país. No Nordeste, voltamos a superar a marca de 20% de participação de mercado (a maior desde 2020). Destacamos ainda o bom desempenho no Centro-Oeste, onde atingimos 4,9% de participação, e a região Sudeste, com crescimento médio por loja aproximadamente duas vezes maior que a média dos concorrentes.

#### MARKET SHARE POR REGIÃO (%)

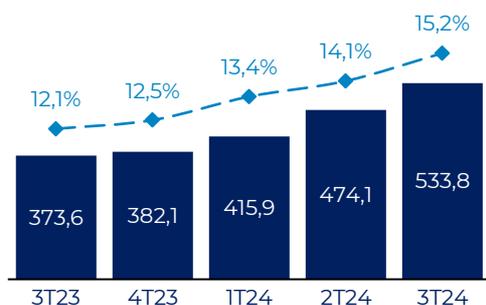


Fonte: IQVIA

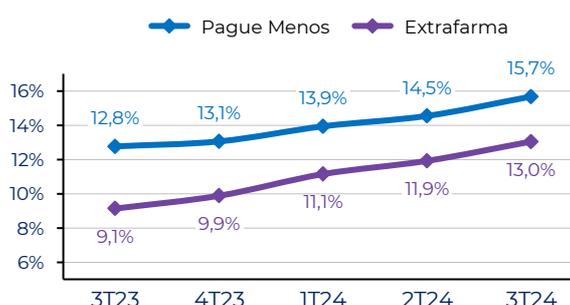
### PLATAFORMA OMNICHANNEL

Uma importante peça da engrenagem de crescimento de vendas continua sendo a boa performance de nossa plataforma *omnichannel*, que segue se desenvolvendo e ganhando cada vez mais relevância em nossa proposta de valor. No 3T24, totalizamos R\$ 534 milhões em vendas via canais digitais, crescimento de 42,9% em relação ao mesmo período do ano anterior. A participação nas vendas totais atingiu 15,2%, mais que 3p.p. acima do 3T23 e mais de 1p.p. acima do 2T24.

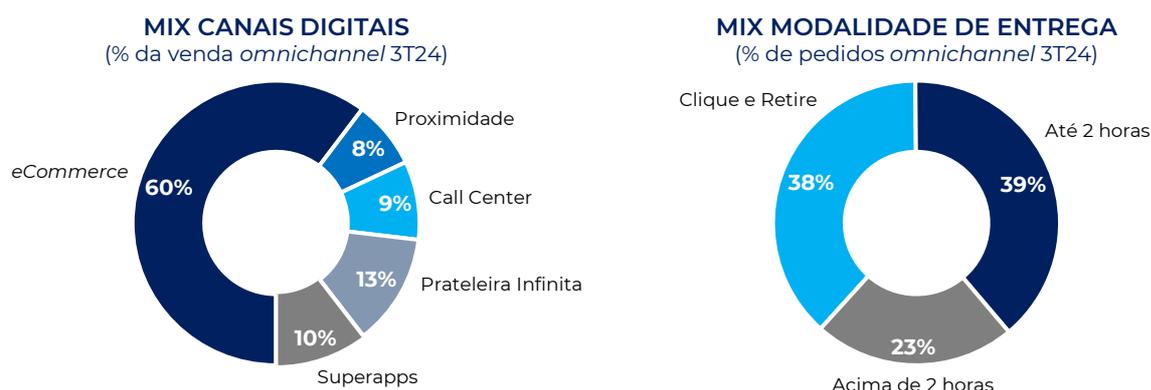
#### VENDA OMNICHANNEL (em R\$ milhões e % das vendas totais)



#### PARTICIPAÇÃO OMNICHANNEL (% da receita varejo)



O principal responsável pela aceleração no crescimento foi o desempenho do App Pague Menos, que segue melhorando a experiência do usuário e ganhando representatividade no e-commerce. Atingimos a marca de 6,8 milhões de downloads, sendo o terceiro app de farmácias mais baixado do país, além de atingir nossa melhor nível de avaliações de usuários nas lojas de aplicativos. Adicionalmente, seguimos evoluindo na experiência de compra digital, com melhorias no *check-out*, SEO e maior assertividade em gastos com marketing. Com isso, nosso e-commerce incrementou sua participação para 60% das vendas *omnichannel*, consolidando-se como o principal meio de digitalização dos clientes.



O mix de categorias dos canais digitais está contribuindo para uma melhor rentabilização da venda *omnichannel*. Categorias-chave como marcas próprias e genéricos têm aumentado sua participação nas vendas, ao passo que categorias de margem mais baixa, como fraldas, têm desacelerado. Como consequência, a margem de contribuição do canal melhorou em 1,5p.p. na comparação com o mesmo período do ano anterior.

## HUB DE SAÚDE

Totalizamos, no 3T24, 1,9 milhão de atendimentos no Clinic Farma (+92,5% vs 3T23), atingindo a marca de 7 milhões de atendimentos realizados nos últimos 12 meses. Progressivamente, nossa unidade de atendimento primário de saúde vai ganhando escala e cada vez mais relevância no relacionamento com os clientes.

Observamos uma progressiva transformação no ecossistema de saúde brasileiro, com as farmácias conquistando cada vez mais relevância na jornada de cuidado ao paciente, através da oferta de serviços de atendimento primário, exames de análise clínica e vacinação em lojas. Nesse contexto, nosso protagonismo fica evidente ao considerarmos levantamento recente da Clinicarx, a maior plataforma de serviços de saúde para varejo farmacêutico, onde a Pague Menos figura com o maior volume de atendimentos no mercado, com uma produtividade de serviços realizados por loja 4,5 vezes superior ao segundo colocado do ranking, dentre redes com mais de 100 lojas.

Reconhecendo a importância central do profissional farmacêutico na engrenagem de nosso Hub de Saúde, iniciamos no trimestre um robusto programa de capacitação, em parceria com o Hospital Sírio-Libanês, para os mais de 5 mil farmacêuticos da Companhia. Ao longo do mês de julho, esses profissionais foram treinados em temas relevantes como cuidados ao paciente, novas tecnologias no setor de saúde e a transição para o conceito de Farmácia 4.0, com um modelo de gestão mais automatizado e baseado em dados.

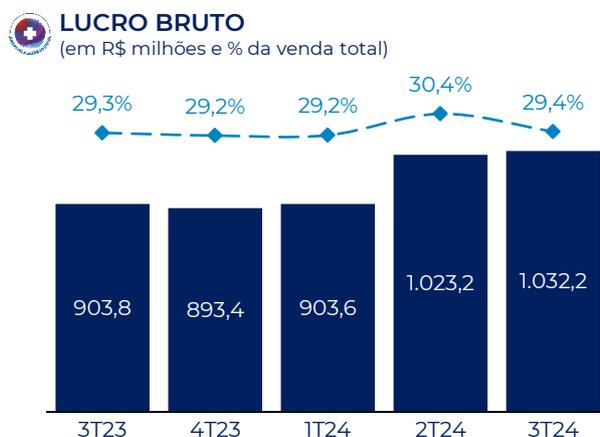
### RECEITA BRUTA

No 3T24, a receita bruta consolidada atingiu R\$ 3,511 bilhões, crescendo 13,9% em relação ao mesmo período do ano anterior. Para mais informações sobre o crescimento do trimestre, verificar a seção de “Performance de Vendas” deste *release*.



### LUCRO BRUTO

O lucro bruto consolidado atingiu R\$ 1,032 bilhão no 3T24, crescimento de 14,2% em relação ao mesmo período do ano anterior. Com isso, a margem bruta atingiu 29,4%, incremento de 0,1p.p. sobre o 3T23.



Impactaram positivamente a margem bruta no trimestre: i) o índice de perdas, com maior nível de ressarcimento da indústria e normalização do estoque legado da Extrafarma; ii) melhoria de condições comerciais; e iii) melhoria de margem nos canais digitais. Esses efeitos positivos foram parcialmente compensados por: i) efeito mix negativo, com incremento na participação de medicamentos de marca e redução em genéricos e marcas próprias; e ii) ajuste a valor presente (AVP).

Segregando a margem bruta por empresa, registramos 29,0% em Pague Menos e 30,9% em Extrafarma. O gap de margem entre empresas, de aproximadamente 2 p.p., tem se mantido estável desde o 2T23, quando já havia sido implementada a maior parte das sinergias de margem, e reflete o mix geográfico (com Extrafarma mais posicionada em UF's onde operamos com margens mais altas) e o mix de produtos (com Extrafarma operando com menor participação de medicamentos de marca).

### DESPESAS COM VENDAS

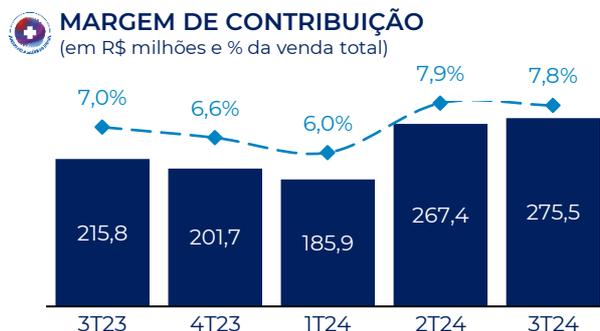
As despesas com vendas consolidadas totalizaram R\$ 756,7 milhões, crescendo 10,0% em relação ao mesmo período do ano anterior. O bom desempenho de vendas gerou forte alavancagem operacional no trimestre, fazendo com que esse grupo de despesas, como percentual do faturamento, atingisse 21,5%, 0,8p.p. abaixo do mesmo período do ano anterior.



O crescimento nominal das despesas, na comparação com o ano anterior, está relacionado principalmente à inflação e o efeito venda em despesas variáveis (frete, meios de pagamento, aluguéis variáveis, etc.). Além disso, houve um descasamento nas despesas de marketing, que em 2023 foram mais concentradas nos primeiros meses do ano, e gastos pontuais relacionados às “missões operacionais”, incrementando despesas com manutenção e treinamentos. Como efeito positivo, destacamos o controle em despesas com ocupação, a estabilidade na inflação de aluguéis.

### MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

Refletindo o bom desempenho de margem bruta e diluição de despesas de vendas, a margem de contribuição no trimestre atingiu 7,8%, forte crescimento de 0,8p.p. na comparação com o mesmo período do ano anterior.



Na segregação por empresa, a margem de contribuição atingiu 8,0% em Pague Menos e 7,2% em Extrafarma. O gap atual, de apenas 0,8p.p., se compara com 4p.p. observados no início da integração, sinalizando uma clara convergência operacional, que evidencia o sucesso no plano de integração. Importante destacar que, mesmo operando com venda média por loja bem abaixo do portfólio Pague Menos, a Extrafarma tem conseguido entregar rentabilidade similar devido sua margem bruta superior.

### DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS (G&A)

As despesas G&A totalizaram R\$ 84,9 milhões no 3T24, recuando 6,3% em relação ao 2T24. Combinado com o forte desempenho de vendas, nossa disciplina financeira gerou significativa diluição nesse grupo de despesas, que caiu de 2,7% da receita bruta no 2T24 para 2,4% no 3T24.



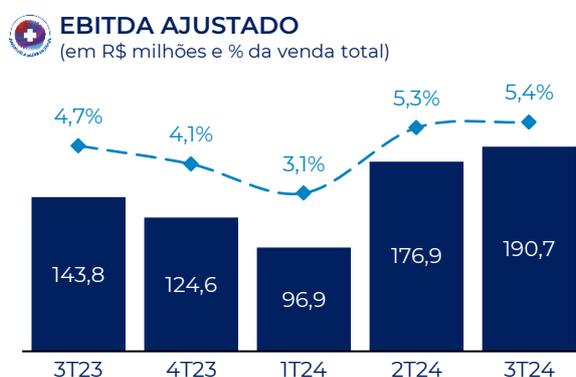
A redução do G&A, na comparação com o 2T24, está relacionada principalmente a economias com despesas de pessoal. No trimestre anterior, esse grupo de despesas havia sido pontualmente pressionado devido a movimentações nos times administrativos, reestruturação da diretoria e encerramento do escritório corporativo de São Paulo.

Na comparação com o 3T23, o crescimento de 17,9% está relacionado ao reforço do time de executivos e maior priorização de despesas com infraestrutura tecnológica, além da inflação acumulada no período.

### EBITDA AJUSTADO

O EBITDA ajustado do 3T24 totalizou R\$ 190,7 milhões, crescendo 32,6% na comparação com o mesmo período do ano anterior. Com isso, atingimos uma margem EBITDA de 5,4%, recorde histórico de rentabilidade operacional para um 3º trimestre do ano.

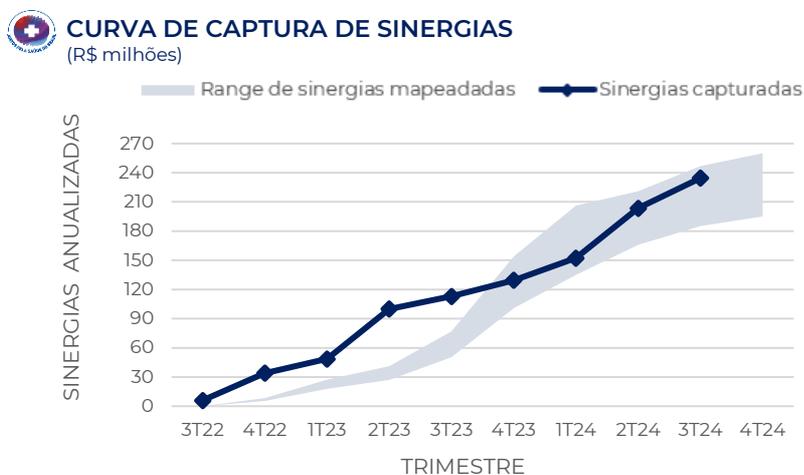
O forte resultado evidencia o bom momento operacional da Companhia, fruto da bem-sucedida integração com a Extrafarma e as iniciativas de excelência operacional priorizadas desde o início do ano.



### INTEGRAÇÃO EXTRAFARMA E CAPTURA DE SINERGIAS

O volume anualizado de sinergias capturadas na integração com a Extrafarma atingiu R\$ 234 milhões no 3T24, representando 90% do topo do *range* projetado (R\$ 260 milhões). Este resultado foi alcançado principalmente em função da aceleração no crescimento de vendas e avanço na otimização de *footprint*.

Dos R\$ 234 milhões, R\$ 201 milhões impactaram positivamente o resultado de Extrafarma, refletido na grande evolução da venda média por loja, de R\$ 468 mil no 3T22 para R\$ 595 mil no 3T24, e na margem de contribuição, avançando de 3,2% no 3T22 para 7,2% no 3T24, além da economia nas despesas gerais e administrativas. Capturamos também R\$ 33 milhões no resultado de Pague Menos, gerado principalmente por eficiências logísticas e tributárias.



### DEPRECIÇÃO, RESULTADO FINANCEIRO E IR/CS

A depreciação no 3T24 totalizou R\$ 47,9 milhões, mantendo-se em patamar similar aos períodos anteriores. O comportamento reflete a estabilidade na base de lojas e desaceleração no volume de investimentos, no contexto do ciclo de desalavancagem financeira da Companhia.

Já o resultado financeiro segue sua trajetória de queda, refletindo os esforços de desalavancagem financeira e melhoria no perfil da dívida. As despesas financeiras líquidas totalizaram R\$ 82,7 milhões, forte redução de 31,4% na comparação com o mesmo período do ano anterior, refletindo principalmente a redução nas taxas de juros, melhoria no spread da dívida e menores despesas com antecipação de recebíveis. Na comparação com o 2T24, houve redução de 4,7%, explicada principalmente por menor ajuste a valor presente (AVP).



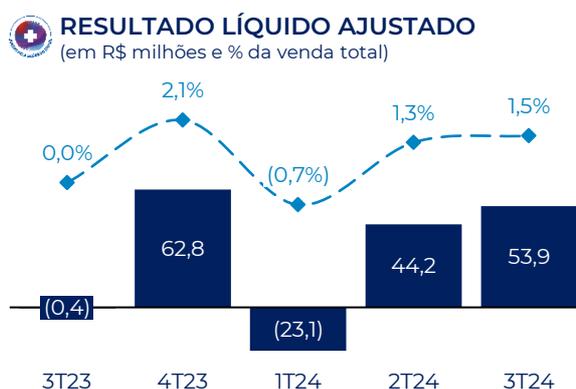
O imposto de renda totalizou R\$ 6,2 milhões no 3T24, acompanhando o crescimento do lucro tributável realizado. Subvenções para investimento representaram 1,0% da receita bruta no trimestre, impactando positivamente o resultado do trimestre em R\$ 11,8 milhões.



## RESULTADO LÍQUIDO AJUSTADO

O lucro líquido ajustado atingiu R\$ 53,9 milhões no 3T24, revertendo o prejuízo de R\$ 0,4 milhão registrado no mesmo período do ano anterior. A margem líquida atingiu o patamar de 1,5% da receita bruta, que representa incremento de 1,5p.p. em relação ao 3T23.

Destacamos que a composição do crescimento no resultado líquido foi muito bem balanceada entre crescimento de vendas, incremento de margens e redução de despesas financeiras, o que evidencia o bom desempenho no trimestre. Continuamos otimistas com a evolução de nosso *bottom line*, à medida em que seguimos a trajetória de desalavancagem financeira em paralelo às consistentes melhorias operacionais.



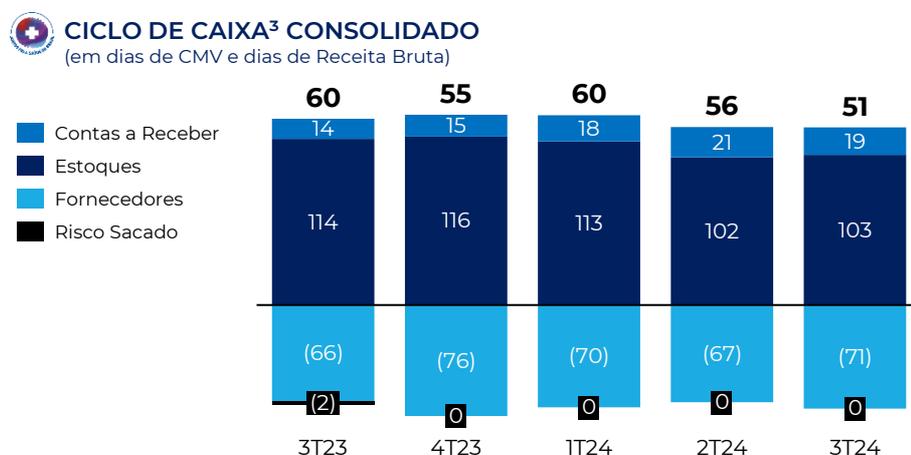
## RECONCILIAÇÃO DO RESULTADO AJUSTADO

Para melhor entendimento e comparabilidade com os períodos anteriores, o resultado do exercício foi ajustado de forma a expurgar eventos não recorrentes. 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 3 deste release.

Descrição Ajuste	Efeito líquido no resultado (R\$ milhões)	
	3T23	3T24
<b>Lucro Líquido Contábil IFRS 16</b>	<b>(23,7)</b>	<b>40,9</b>
Exclusão de Efeitos IFRS 16	5,6	5,7
Total - Ajustes Gerenciais	17,6	7,3
(+/-) Baixa de ativo imobilizado	12,0	1,4
(+) Despesas relacionadas à aquisição Extrafarma	0,0	4,7
(+) Reestruturação organizacional	0,8	0,0
(+/-) Combinação de Negócios	3,4	2,7
(+) Juros de parcelas a pagar transação Extrafarma	8,8	2,2
(+/-) Efeito dos ajustes no IRPJ e CSLL	(7,4)	(3,7)
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>(0,4)</b>	<b>53,9</b>

### CICLO DE CAIXA

Nossa gestão de capital de giro segue evoluindo em trajetória positiva, contribuindo diretamente para a desalavancagem financeira. O ciclo de caixa operacional atingiu 51 dias no 3T24, reduzindo assim 9 dias na comparação com o mesmo período do ano anterior.



A evolução positiva segue tendo como principal *driver* a redução no prazo médio de estoques (PME), que atingiu 103 dias no 3T24. Na comparação com o 2T24, o aumento de 1 dia reflete a sazonalidade no período, com o giro de estoques da pré-alta. Já o prazo médio de pagamento (PMP) aumentou 5 dias na comparação anual, refletindo melhores negociações comerciais um maior mix de venda de medicamentos de marca. Importante destacar que a diferença entre PME e PMP atingiu 32 dias, o melhor patamar desde 2020, o que evidencia nossa evolução operacional e as sinergias capturadas na integração com a Extrafarma.

O prazo médio de recebimento reduziu 2 dias em relação ao 2T24, por conta de um aumento pontual nas antecipações de recebíveis, aumentando nossa liquidez para fazer frente ao pagamento da última parcela da aquisição da Extrafarma, com desembolso no mês de agosto. Desde então, o contas a receber voltou a ser recomposto, devendo manter essa trajetória no 4T24.

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

### ENDIVIDAMENTO

A dívida líquida totalizou R\$ 1,286 bilhão no 3T24, reduzindo R\$ 74,9 milhões em relação ao trimestre anterior. O índice de dívida líquida / EBITDA atingiu 2,2x, acumulando uma redução de 0,2x nos últimos 12 meses, e 0,9x desde o pico no 2T23. Seguimos com a projeção de encerrar o ano com o índice abaixo de 2,0x EBITDA.

Endividamento (R\$ milhões)	3T23	4T23	1T24	2T24	3T24
(+) Dívida curto prazo	372,0	430,3	415,9	138,7	381,4
(+) Dívida longo prazo	1.313,4	1.205,1	1.178,4	1.330,7	1.074,5
<b>(=) Dívida Bruta</b>	<b>1.685,4</b>	<b>1.635,4</b>	<b>1.594,3</b>	<b>1.469,4</b>	<b>1.455,9</b>
(-) Caixa e equivalentes	(530,2)	(443,3)	(232,5)	(108,2)	(169,6)
<b>(=) Dívida Líquida</b>	<b>1.155,1</b>	<b>1.192,1</b>	<b>1.361,8</b>	<b>1.361,2</b>	<b>1.286,3</b>
<b>Dívida Líquida / EBITDA Ajustado</b>	<b>2,4x</b>	<b>2,5x</b>	<b>2,6x</b>	<b>2,5x</b>	<b>2,2x</b>
(+) Saldo de recebíveis antecipados	460,9	433,8	421,4	290,7	358,9
(+) Parcelas a pagar Extrafarma	203,8	209,8	214,2	220,5	0,0
<b>(=) Dívida Líquida + Antecipações + Extrafarma</b>	<b>1.819,9</b>	<b>1.835,8</b>	<b>1.997,4</b>	<b>1.872,5</b>	<b>1.645,2</b>
<b>Dívida Líquida + Antecipações + Extrafarma / EBITDA Aj.</b>	<b>3,8x</b>	<b>3,9x</b>	<b>3,9x</b>	<b>3,5x</b>	<b>2,8x</b>

A trajetória de desalavancagem financeira fica ainda mais evidente quando consideramos a recomposição do contas a receber e parcelas pagas da aquisição da Extrafarma, que consumiram parte relevante da geração de caixa nos últimos trimestres. Considerando as antecipações e parcelas a pagar na aquisição, nossa alavancagem financeira reduziu de 3,8x no 3T23 para 2,8x no 3T24.

### INVESTIMENTOS

Totalizamos R\$ 63,6 milhões em investimentos no acumulado do ano, reduzindo 19% na comparação com o mesmo período do ano anterior.

Importante destacar que mais da metade do Capex no ano foi direcionado para reformas de lojas, que incluem as conversões de bandeira de lojas Extrafarma. Com isso, promovemos uma relevante revitalização no parque de lojas, que tem contribuído para o bom desempenho de vendas mesmas lojas.

Capex (R\$ milhões)	9M23	%	9M24	%
Expansão	48,8	62%	13,1	21%
Reforma de lojas	9,3	12%	35,9	57%
Tecnologia	11,8	15%	11,5	18%
Infraestrutura de lojas, CDs e escritórios	8,3	11%	3,0	5%
<b>Total</b>	<b>78,2</b>	<b>100%</b>	<b>63,6</b>	<b>100%</b>

### FLUXO DE CAIXA

O fluxo de caixa livre no 3T24 totalizou R\$ 130,0 milhões, evolução de R\$ 162,1 milhões na comparação com o mesmo período do ano anterior. O bom desempenho fica ainda mais evidente quando consideramos o desembolso da última parcela da aquisição da Extrafarma no trimestre, que consumiu R\$ 221,5 milhões do caixa. Expurgando esse efeito não-recorrente, nossa geração de caixa operacional foi superior a R\$ 350 milhões no 3T24.

A boa geração de caixa no trimestre está relacionada ao crescimento do EBITDA, maior conversão do EBITDA em caixa, maior monetização de créditos fiscais e aumento no saldo de fornecedores.

Fluxo de Caixa Gerencial (R\$ milhões)	3T23	3T24	9M23	9M24
<b>EBITDA Consolidado ex-IFRS 16</b>	<b>131,0</b>	<b>184,4</b>	<b>329,1</b>	<b>454,0</b>
(-) Ganho por compra vantajosa	-	0,2	7,5	1,5
(Δ) Contas a receber	(44,5)	59,2	57,2	(238,5)
(Δ) Estoques	2,5	(167,8)	98,0	41,4
(Δ) Fornecedores	(10,0)	233,2	35,5	96,4
(Δ) Operações de risco sacado	49,3	-	(185,2)	-
(Δ) Tributos a recuperar	(20,7)	64,0	(31,6)	74,0
(+/-) Variação outros ativos e passivos/Efeitos não caixa	69,1	0,2	(123,9)	(28,0)
<b>(=) Fluxo de caixa das operações</b>	<b>176,8</b>	<b>373,3</b>	<b>186,5</b>	<b>400,7</b>
(-) Investimentos de capital	(11,0)	(21,8)	(78,2)	(63,6)
(-) Aquisição de empresas	(197,8)	(221,5)	(197,8)	(221,5)
<b>(=) Fluxo de caixa de investimentos</b>	<b>(208,8)</b>	<b>(243,3)</b>	<b>(276,0)</b>	<b>(285,0)</b>
<b>Fluxo de caixa livre</b>	<b>(32,1)</b>	<b>130,0</b>	<b>(89,5)</b>	<b>115,6</b>
(+) Captação de dívida bruta	-	16,5	583,7	404,9
(-) Pagamento de dívida bruta	(14,8)	(17,6)	(237,2)	(576,3)
(-) Serviço da dívida	(71,0)	(49,9)	(216,5)	(179,1)
(-) Recompra de ações / Integralização de capital	332,1	(17,6)	400,7	97,1
(+) Dividendos e JCP recebidos (pagos)	-	-	(79,1)	(135,9)
<b>(=) Fluxo de caixa de financiamento</b>	<b>246,3</b>	<b>(68,6)</b>	<b>451,6</b>	<b>(389,3)</b>
Saldo inicial de caixa, equivalentes e aplic. financeiras	316,0	108,2	168,1	443,3
Saldo final de caixa, equivalentes e aplic. financeiras	530,2	169,6	530,2	169,6
<b>Variação de Caixa e Equivalentes</b>	<b>214,2</b>	<b>61,4</b>	<b>362,1</b>	<b>(273,7)</b>

### 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 CONSOLIDADA

Demonstrativo do Resultado do Exercício (R\$ milhões)	IAS 17			IFRS16		
	3T23	3T24	Δ	3T23	3T24	Δ
<b>Receita Bruta</b>	<b>3.081,9</b>	<b>3.511,2</b>	<b>13,9%</b>	<b>3.081,9</b>	<b>3.511,2</b>	<b>13,9%</b>
Deduções	(202,5)	(239,9)	18,5%	(202,5)	(239,9)	18,5%
<b>Receita Líquida</b>	<b>2.879,5</b>	<b>3.271,3</b>	<b>13,6%</b>	<b>2.879,5</b>	<b>3.271,3</b>	<b>13,6%</b>
Custo das Mercadorias Vendidas	(1.975,7)	(2.239,1)	13,3%	(1.975,7)	(2.239,1)	13,3%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>903,8</b>	<b>1.032,2</b>	<b>14,2%</b>	<b>903,8</b>	<b>1.032,2</b>	<b>14,2%</b>
<i>Margem Bruta</i>	29,3%	29,4%	0,1p.p.	29,3%	29,4%	0,1p.p.
Despesas com Vendas	(688,0)	(756,7)	10,0%	(565,1)	(639,0)	13,1%
<b>Margem de Contribuição</b>	<b>215,8</b>	<b>275,5</b>	<b>27,7%</b>	<b>338,7</b>	<b>393,2</b>	<b>16,1%</b>
<i>Margem de Contribuição (%)</i>	7,0%	7,8%	0,8p.p.	11,0%	11,2%	0,2p.p.
Despesas Gerais e Administrativas	(72,0)	(84,9)	17,9%	(72,0)	(84,9)	17,9%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>143,8</b>	<b>190,7</b>	<b>32,6%</b>	<b>266,7</b>	<b>308,3</b>	<b>15,6%</b>
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	4,7%	5,4%	0,7p.p.	8,7%	8,8%	0,1p.p.
Depreciação e Amortização	(48,1)	(47,9)	(0,4%)	(132,0)	(127,1)	(3,7%)
Resultado Financeiro	(120,4)	(82,7)	(31,4%)	(167,8)	(129,9)	(22,6%)
<b>Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro</b>	<b>(24,6)</b>	<b>60,2</b>	-	<b>(33,1)</b>	<b>51,3</b>	-
Imposto de Renda e Contribuição Social	24,1	(6,2)	-	27,0	(3,1)	-
Participação Minoritária	0,1	(0,1)	-	0,1	(0,1)	-
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>(0,4)</b>	<b>53,9</b>	-	<b>(6,0)</b>	<b>48,2</b>	-
<i>Margem Líquida Ajustada</i>	(0,0%)	1,5%	1,5p.p.	(0,2%)	1,4%	1,6p.p.

Demonstrativo do Resultado do Exercício (R\$ milhões)	IAS 17			IFRS16		
	9M23	9M24	Δ	9M23	9M24	Δ
<b>Receita Bruta</b>	<b>8.898,8</b>	<b>9.975,2</b>	<b>12,1%</b>	<b>8.898,8</b>	<b>9.975,2</b>	<b>12,1%</b>
Deduções	(546,5)	(682,6)	24,9%	(546,5)	(682,6)	24,9%
<b>Receita Líquida</b>	<b>8.352,2</b>	<b>9.292,6</b>	<b>11,3%</b>	<b>8.352,2</b>	<b>9.292,6</b>	<b>11,3%</b>
Custo das Mercadorias Vendidas	(5.700,4)	(6.333,7)	11,1%	(5.700,4)	(6.333,7)	11,1%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>2.651,9</b>	<b>2.958,9</b>	<b>11,6%</b>	<b>2.651,9</b>	<b>2.958,9</b>	<b>11,6%</b>
<i>Margem Bruta</i>	29,8%	29,7%	(0,1p.p.)	29,8%	29,7%	(0,1p.p.)
Despesas com Vendas	(2.059,0)	(2.230,1)	8,3%	(1.703,6)	(1.872,3)	9,9%
<b>Margem de Contribuição</b>	<b>592,8</b>	<b>728,8</b>	<b>22,9%</b>	<b>948,2</b>	<b>1.086,7</b>	<b>14,6%</b>
<i>Margem de Contribuição (%)</i>	6,7%	7,3%	0,6p.p.	10,7%	10,9%	0,2p.p.
Despesas Gerais e Administrativas	(241,5)	(264,4)	9,5%	(241,5)	(264,4)	9,5%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>351,3</b>	<b>464,5</b>	<b>32,2%</b>	<b>706,7</b>	<b>822,3</b>	<b>16,4%</b>
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	3,9%	4,7%	0,8p.p.	7,9%	8,2%	0,3p.p.
Depreciação e Amortização	(149,2)	(142,1)	(4,8%)	(394,4)	(381,7)	(3,2%)
Resultado Financeiro	(352,4)	(270,3)	(23,3%)	(496,9)	(415,2)	(16,5%)
<b>Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro</b>	<b>(150,3)</b>	<b>52,0</b>	-	<b>(184,7)</b>	<b>25,4</b>	-
Imposto de Renda e Contribuição Social	101,2	22,8	(77,5%)	112,9	32,0	(71,7%)
Participação Minoritária	0,4	0,1	(72,1%)	0,4	0,1	(72,1%)
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>(48,6)</b>	<b>74,9</b>	-	<b>(71,3)</b>	<b>57,5</b>	-
<i>Margem Líquida Ajustada</i>	(0,5%)	0,8%	1,3p.p.	(0,8%)	0,6%	1,4p.p.

### ANEXO 2: BALANÇO PATRIMONIAL

#### BALANÇO CONSOLIDADO

Balanço Patrimonial (R\$ milhões)	IFRS16		
	31/12/2023	30/09/2024	Δ
<b>Ativo Total</b>	<b>8.988,6</b>	<b>8.642,4</b>	<b>(3,9%)</b>
<b>Ativo Circulante</b>	<b>4.493,6</b>	<b>4.301,8</b>	<b>(4,3%)</b>
Caixa e Equivalentes de Caixa	443,3	169,6	(61,7%)
Contas a Receber de Clientes	513,6	745,1	45,1%
Estoques	3.029,7	2.973,1	(1,9%)
Tributos a Recuperar	239,6	154,9	(35,3%)
Outros Ativos Circulantes	267,4	259,2	(3,1%)
<b>Ativo Não Circulante</b>	<b>4.495,0</b>	<b>4.340,5</b>	<b>(3,4%)</b>
Ativo Realizável a Longo Prazo	1.358,9	1.386,4	2,0%
Investimentos	80,0	78,2	(2,2%)
Imobilizado	949,6	886,5	(6,6%)
Direito de uso em arrendamento	1.912,0	1.815,4	(5,1%)
Intangível	194,5	174,0	(10,5%)
<b>Passivo Total</b>	<b>8.988,6</b>	<b>8.642,4</b>	<b>(3,9%)</b>
<b>Passivo Circulante</b>	<b>3.242,5</b>	<b>3.125,3</b>	<b>(3,6%)</b>
Obrigações Sociais e Trabalhistas	163,6	249,1	52,3%
Fornecedores	1.936,2	2.038,0	5,3%
Obrigações Fiscais	111,2	55,6	(50,0%)
Empréstimos, Financiamentos e Debêntures	430,3	383,3	(10,9%)
Outras Obrigações	265,4	53,0	(80,0%)
Arrendamento mercantil	335,9	346,4	3,1%
<b>Passivo Não Circulante</b>	<b>3.085,6</b>	<b>2.846,4</b>	<b>(7,8%)</b>
Empréstimos, Financiamentos e Debêntures	1.205,1	1.081,6	(10,2%)
Tributos Diferidos	3,6	3,3	(6,5%)
Arrendamento Mercantil	1.786,0	1.711,4	(4,2%)
Provisões	79,1	62,3	(21,3%)
Outras Contas a Pagar	11,8	(12,3)	(204,1%)
<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>2.660,5</b>	<b>2.670,7</b>	<b>0,4%</b>
Capital Social Realizado	1.604,8	1.721,9	7,3%
Reservas de Capital	383,6	388,3	1,2%
Reservas de Lucros	681,5	536,8	(21,2%)
Ações em Tesouraria	(17,0)	(20,3)	19,9%
Lucros/Prejuízos Acumulados	0,0	36,6	-
Participação de não controladores	7,5	7,4	(1,4%)

### ANEXO 3: CONCILIAÇÃO DO RESULTADO AJUSTADO

Reconciliação DRE Ajustada (R\$ milhões)	3T24 Contábil	3T24 Contábil	Eliminações	3T24 Contábil	Efeitos IFRS 16	Ajustes Gerenciais	3T24 Ajustado
	(Pague Menos)	(Extrafarma)		(Consolidado)			(Consolidado)
<b>Receita Bruta</b>	<b>3.026,8</b>	<b>1.123,0</b>	<b>(638,6)</b>	<b>3.511,2</b>	-	-	<b>3.511,2</b>
Deduções	(203,1)	(77,0)	40,2	(239,9)	-	-	(239,9)
<b>Receita Líquida</b>	<b>2.823,7</b>	<b>1.046,0</b>	<b>(598,4)</b>	<b>3.271,3</b>	-	-	<b>3.271,3</b>
Custo das Mercadorias Vendidas	(1.985,2)	(853,1)	599,2	(2.239,1)	-	-	(2.239,1)
<b>Lucro Bruto</b>	<b>838,5</b>	<b>193,0</b>	<b>0,8</b>	<b>1.032,2</b>	-	-	<b>1.032,2</b>
Despesas Operacionais	(603,5)	(127,1)	(1,0)	(731,5)	(117,6)	6,3	(842,8)
Equivalência Patrimonial	6,2	-	(4,9)	1,3	-	-	1,3
Depreciação e Amortização	(96,5)	(30,6)	(1,6)	(128,7)	79,2	1,6	(47,9)
<b>Resultado Operacional</b>	<b>144,8</b>	<b>35,2</b>	<b>(6,8)</b>	<b>173,2</b>	<b>(38,4)</b>	<b>8,0</b>	<b>142,8</b>
Resultado Financeiro	(108,6)	(23,5)	(0,9)	(132,9)	47,2	3,0	(82,7)
<b>Resultado Antes do IR/CS</b>	<b>36,2</b>	<b>11,7</b>	<b>(7,6)</b>	<b>40,3</b>	<b>8,9</b>	<b>11,0</b>	<b>60,2</b>
Imposto de Renda e Contrib. Social	4,7	(4,1)	0,0	0,7	(3,2)	(3,7)	(6,2)
Participação Minoritária	-	-	(0,1)	(0,1)	-	-	(0,1)
<b>Lucro Líquido</b>	<b>40,9</b>	<b>7,7</b>	<b>(7,7)</b>	<b>40,9</b>	<b>5,7</b>	<b>7,3</b>	<b>53,9</b>

### ANEXO 4: CONCILIAÇÃO DO EBITDA

Reconciliação EBITDA (R\$ milhões)	CONSOLIDADO	
	3T23	3T24
<b>Lucro Líquido</b>	<b>(23,7)</b>	<b>40,9</b>
(+) Resultado Financeiro	176,7	132,9
(+) Imposto de Renda e CS	(34,3)	(0,7)
(+) Depreciação e Amortização	135,4	128,7
(+) Participação Minoritária	(0,1)	0,1
<b>EBITDA (IFRS 16)</b>	<b>253,9</b>	<b>302,0</b>
(+/-) Efeitos IFRS 16	(122,9)	(117,6)
(+/-) Ajustes Gerenciais	12,8	6,3
<b>EBITDA Ajustado (IAS 17)</b>	<b>143,8</b>	<b>190,7</b>

### ANEXO 5: DISTRIBUIÇÃO DE LOJAS POR UF

UF / Região (# lojas)	3T23	Aberturas	Encerramentos	3T24
<b>Total</b>	<b>1.648</b>	<b>30</b>	<b>29</b>	<b>1.649</b>
<b>Nordeste</b>	<b>1.013</b>	<b>21</b>	<b>15</b>	<b>1.019</b>
Alagoas	37	2	-	39
Bahia	159	2	6	155
Ceará	281	7	6	282
Maranhão	136	2	-	138
Paraíba	68	-	-	68
Pernambuco	178	5	3	180
Piauí	43	-	-	43
Rio Grande Do Norte	69	1	-	70
Sergipe	42	2	-	44
<b>Norte</b>	<b>246</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>243</b>
Acre	15	-	-	15
Amapá	18	-	-	18
Amazonas	21	-	-	21
Pará	149	-	4	145
Rondônia	13	-	-	13
Roraima	12	1	-	13
Tocantins	18	-	-	18
<b>Sudeste</b>	<b>238</b>	<b>3</b>	<b>9</b>	<b>232</b>
Espírito Santo	24	-	-	24
Minas Gerais	69	2	1	70
Rio De Janeiro	16	-	2	14
São Paulo	129	1	6	124
<b>Centro-Oeste</b>	<b>110</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>113</b>
Distrito Federal	15	-	-	15
Goiás	29	-	-	29
Mato Grosso	36	3	-	39
Mato Grosso Do Sul	30	1	1	30
<b>Sul</b>	<b>41</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>42</b>
Paraná	15	1	-	16
Rio Grande Do Sul	7	-	-	7
Santa Catarina	19	-	-	19



 **PagueMenos**

 **extrafarma**



### **VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS**

5 de novembro de 2024

10:00 (BRT) | 08:00 (US-EST)

Em português, com tradução simultânea para o inglês

Para acessar, [clique aqui](#)