

DIVULGAÇÃO DE
Resultados
IT24

 **PagueMenos**

 **extrafarma**



Fortaleza, Ceará, 6 de maio de 2024.

A Empreendimentos Pague Menos S.A. ("Companhia"), principal Hub de Saúde da classe média expandida brasileira, presente em todas as unidades da federação e em mais de 400 municípios, anuncia seus resultados referentes ao 1º trimestre de 2024.

PRINCIPAIS DESTAQUES 1T24

- | | |
|--|---|
| <p>+ SAME STORE SALES
9,6% no consolidado (8,5% em Pague Menos e 15,1% em Extrafarma)</p> | <p>+ RECEITA BRUTA
R\$ 3,1 bilhões (+10,0% vs 1T23) com aceleração em ambas as bandeiras</p> |
| <p>+ SINERGIAS EXTRAFARMA
Captura de R\$ 153 milhões em bases anualizadas (+18% vs 4T23)</p> | <p>+ EBITDA AJUSTADO
R\$ 96,9 milhões (+77,4% vs 1T23) com 1,2p.p. em expansão de margem</p> |
| <p>+ ENDIVIDAMENTO
2,6x Dívida líquida / EBITDA (redução de 0,4x vs 1T23)</p> | <p>+ CICLO DE CAIXA
60 dias (-5 dias vs 1T23), com parcial recomposição dos recebíveis</p> |
| <p>+ PLATAFORMA OMNICHANNEL
13,4% das vendas totais via canais digitais (+2,2 p.p. vs 1T23)</p> | <p>+ HUB DE SAÚDE
1,9 milhão de atendimentos realizados no Clinic Farma</p> |

Nota: Os números deste *release* de resultados são apresentados sob a norma contábil IAS 17 / CPC 06. A reconciliação para a norma contábil IFRS 16 pode ser encontrada no Anexo 1 deste documento.

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 simplificar a análise dos resultados, apresentaremos neste *release* os dados financeiros com ênfase nos números consolidados. Não obstante, no Anexo 1 deste documento são apresentadas as demonstrações do resultado do exercício individuais (ex-Extrafarma), de forma a permitir a comparabilidade com períodos anteriores à aquisição.

Desde 2019 nossas demonstrações financeiras são preparadas de acordo com o IFRS 16, que alterou os critérios de reconhecimento dos contratos de aluguel. Para melhor representar a realidade econômica do negócio, os números deste relatório são apresentados sob a norma antiga, o IAS 17 / CPC 06. A reconciliação com o IFRS 16 pode ser encontrada em capítulo dedicado neste documento.



DESTAQUES FINANCEIROS CONSOLIDADOS

em R\$ milhões e % da R.B.	1T23	1T24	Δ
Receita Bruta	2.813,2	3.095,1	10,0%
Lucro Bruto	817,5	903,6	10,5%
% Margem Bruta	29,1%	29,2%	0,1 p.p
Margem de Contribuição	142,6	185,9	30,3%
% Margem de Contribuição	5,1%	6,0%	0,9 p.p
EBITDA Ajustado	54,6	96,9	77,4%
% Margem EBITDA Ajustada	1,9%	3,1%	1,2 p.p
Resultado Líquido Ajustado	(55,3)	(29,6)	(46,5%)
% Margem Líquida Ajustada	(2,0%)	(1,0%)	1,0 p.p



PRINCIPAIS INDICADORES

Indicador	1T23	1T24	Δ
# de Lojas	1.647	1.654	0,4%
Venda média mensal por loja (R\$ mil)	570	628	10,3%
Ticket médio (R\$)	76,66	81,96	6,9%
Crescimento mesmas lojas (%)	4,4%	9,6%	5,2 p.p
Canais digitais (% da R.B.)	11,2%	13,4%	2,2 p.p
Marcas próprias (% da R.B.)	6,3%	6,7%	0,4 p.p
# Consultórios farmacêuticos	1.059	1.077	1,7%
# Clientes ativos (milhões)	19,9	20,9	4,9%
# Total de Funcionários	25.373	25.819	1,8%
# Funcionários de Lojas	20.503	21.139	3,1%
Média de funcionários por loja	12,4	12,8	2,7%
Ciclo de caixa operacional (dias)	65	60	(5)
Dívida Líquida / EBITDA Ajustado	3,0x	2,6x	(0,4x)

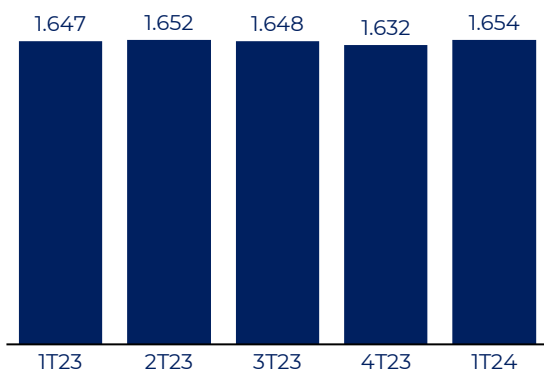
PORTFOLIO DE LOJAS

Encerramos IT24 com 1.654 pontos de venda, acumulando no trimestre 29 aberturas e 7 fechamentos, dos quais 5 foram relacionados ao processo de otimização de *footprint* da Extrafarma, ainda em curso. Com a inauguração das 29 lojas no IT24 praticamente concluímos o plano de expansão para 2024.

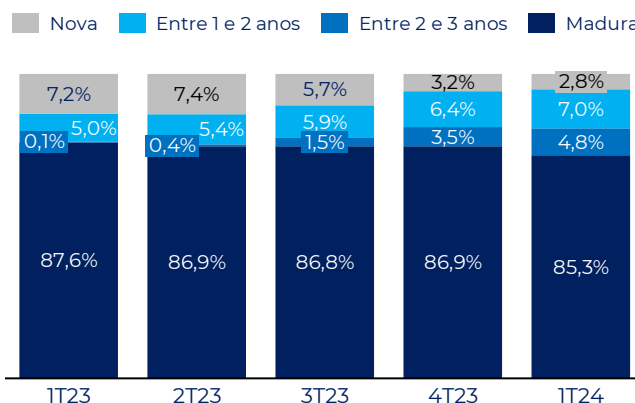
O perfil das lojas inauguradas continua geograficamente concentrado na região Nordeste (76% das aberturas nos últimos 12 meses) mas com gradual ganho de relevância na região Centro Oeste, que já é a segunda região com maior número de novas lojas.

Dentro do contexto de integração operacional da Extrafarma, promovemos um relevante ajuste no portfólio de lojas adquirido. Desde agosto de 2022, foram encerradas as operações de 41 lojas, além da conversão de outras 55 lojas para a bandeira Pague Menos. Outras 54 lojas estão atualmente no *pipeline* para conversão, com conclusão prevista para junho de 2024.

EVOLUÇÃO BASE DE LOJAS



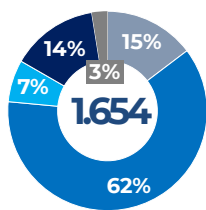
PERFIL ETÁRIO DE LOJAS



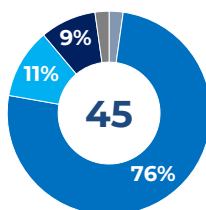
POR REGIÃO



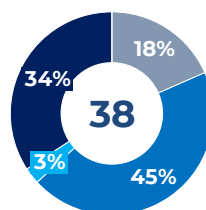
BASE DE LOJAS (1T24)



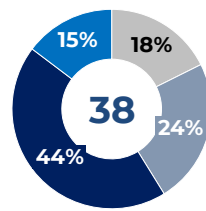
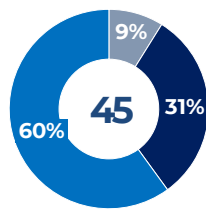
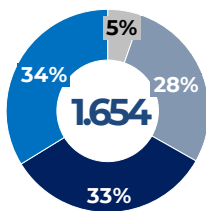
EXP. ORGÂNICA (LTM)



FECHAMENTOS (LTM)



POR CLASSE SOCIAL¹



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

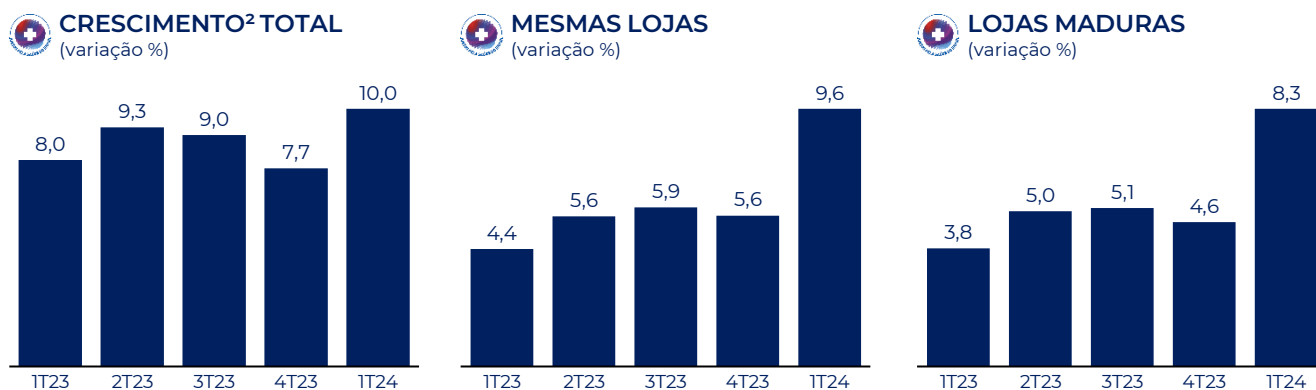
PERFORMANCE DE VENDAS

Observamos no IT24 uma aceleração no ritmo de crescimento em vendas, com boa composição entre as bandeiras e perfis etários de lojas. O crescimento total foi de 10,0% no período, composto de 8,3p.p. de crescimento em lojas maduras e contribuições de 1,2p.p. de lojas em maturação, 1,5p.p. em novas lojas e efeito negativo de 1,0p.p. por lojas fechadas.

O crescimento mesmas lojas consolidado foi de 9,6% no trimestre, sendo 8,5% no portfólio de lojas Pague Menos e expressivos 15,1% em Extrafarma. O bom desempenho em Pague Menos reflete a positiva maturação de lojas das safras 2021 e 2022, além de um cenário favorável de retomada de crescimento observado no mercado como um todo, depois de um quarto trimestre mais fraco. Já em Extrafarma, o forte nível de crescimento, substancialmente acima da média do mercado, reflete a melhoria operacional executada ao longo do último ano, uma fraca base de comparação (prejudicada pelo momento mais agudo de integrações logísticas e tecnológicas) e as conversões de bandeira realizadas em 2023.

Os resultados obtidos através das conversões de bandeira seguem superando as expectativas, com rápido *ramp-up* de vendas. No IT24, lojas convertidas registraram crescimento de 32,1% em relação ao mesmo período do ano anterior, enquanto as demais lojas Extrafarma cresceram 12,5%. Os resultados obtidos evidenciam a força de marca da Pague Menos em nossas regiões core, e sustentam a confiança necessária para continuar projetos de conversões nos próximos trimestres, que contribuirão para maximizar a captura de sinergias.

Importante reforçar que as lojas da Extrafarma convertidas para a bandeira Pague Menos continuam sendo consideradas como parte do portfólio Extrafarma, tanto para fins gerenciais (cálculo de indicadores) quanto contábeis (demonstrações financeiras individuais), já que as lojas conservam seu CNPJ original.

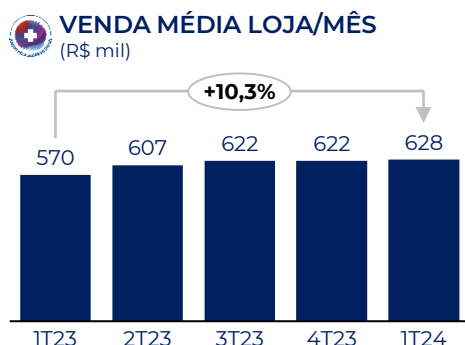


Estimamos efeito calendário neutro no desempenho de vendas do trimestre. Apesar do ano bissexto, contribuindo para um dia de venda a mais que o ano anterior, o calendário de feriados e maior incidência de finais de semana compensou integralmente esse efeito. Em contrapartida, prevemos um efeito calendário positivo para o segundo trimestre do ano.

A região Centro-Oeste segue se destacando no corte regional, com crescimento mesmas lojas (SSS) de 15,5% no trimestre, bem acima de Norte e Nordeste (SSS de 9,5%) e Sul e Sudeste (SSS de 8,2%). Considerando as novas lojas, a região registrou crescimento de 18,3% no trimestre, patamar bem superior à média de mercado.

² Dados de crescimento proforma, considerando a base histórica de Extrafarma e expurgando a operação de atacado, descontinuada em out/22.

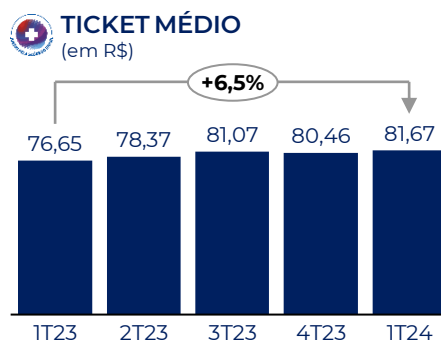
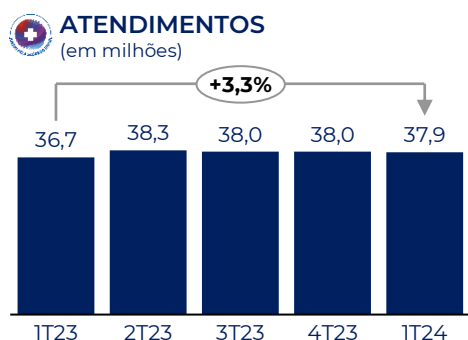
A venda mensal média por loja atingiu R\$ 628 mil, sendo R\$ 657 mil no portfólio Pague Menos e R\$ 522 mil em Extrafarma. Em pouco tempo, o plano de integração tem resultado em forte convergência operacional, com métricas como ruptura de estoques, amplitude de sortimento e participação de canais digitais equivalentes em ambas as bandeiras. O efeito dessa convergência operacional nas vendas é gradual e vem se refletindo em uma progressiva redução no *gap* de vendas entre as duas operações, que caiu de 30% antes da aquisição para 20% no 1T24.



O crescimento consolidado do trimestre pode ser decomposto em expansão de 3,3% no volume de atendimentos e 6,5% no ticket médio.

O crescimento de volume foi semelhante em ambas as bandeiras, mesmo com diferentes comportamentos na evolução da base de lojas nos últimos 12 meses (crescimento líquido de 33 lojas em Pague Menos e redução de 26 lojas em Extrafarma). No conceito mesmas lojas, que expurga o efeito de aberturas e fechamentos, o crescimento no volume foi de 2,8%, sendo 1,9% em Pague Menos e expressivos 7,0% em Extrafarma.

O crescimento de 6,5% no ticket médio observado no trimestre reflete basicamente a inflação acumulada no período. Importante destacar que o *gap* de ticket médio entre as bandeiras segue reduzindo, refletindo a equalização da estratégia comercial e sortimento de produtos, o que contribui para a redução no *gap* de venda média por loja. Atualmente, o *gap* de ticket médio entre bandeiras é de 10,9%, contra 12,5% observados antes do início da integração.

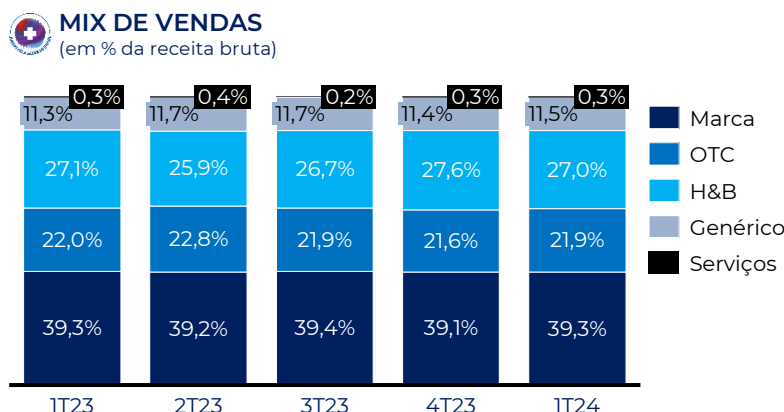


Nossa base de clientes ativos totalizou 20,9 milhões de clientes, crescimento de 4,9% em relação ao mesmo período do ano anterior, mesmo com uma redução no volume de investimentos em marketing no trimestre. Nossa estratégia de CRM segue cada vez mais focada em incrementar a fidelização e gasto médio da base de clientes, através de ações de customização da jornada de compra, melhorias na experiência do cliente e priorização do “cliente ouro”.

GERENCIAMENTO DE CATEGORIAS E SUPPLY

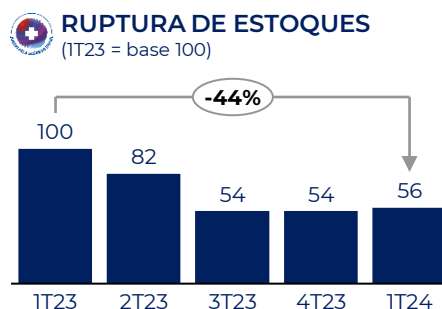
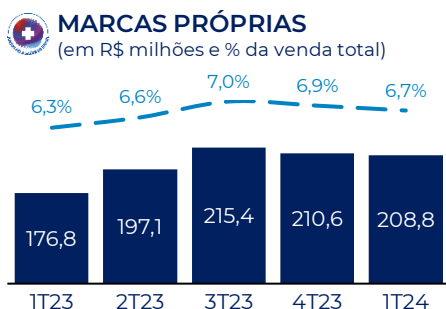
Com crescimento bem equilibrado nas principais categorias, o mix de vendas manteve-se relativamente estável no 1T24, quando comparado com o mesmo período do ano anterior. O maior destaque seguem sendo medicamentos genéricos, atingindo 11,5% de participação nas vendas do trimestre. Continuamos observando grande potencial de crescimento nessa categoria, o que deve contribuir para ganhos de margem estruturais em nosso negócio.

Dentre as alavancas de incremento de vendas na bandeira Extrafarma, continuamos a observar grande oportunidade na convergência do mix de vendas. Apesar do esforço em expansão do sortimento, redução da ruptura e reposicionamento de preços, a participação de medicamentos prescritos é significativamente menor nesta bandeira, o que contribui negativamente para o ticket médio e fidelização de clientes. Nesse contexto, é importante notar a efetividade das conversões de bandeira, que em pouco tempo já tem avançado essa categoria de medicamentos.



Nossas marcas próprias totalizaram R\$ 208,8 milhões no 1T24, crescimento de 18,1% em relação ao mesmo período do ano anterior. A participação nas vendas saltou de 6,3% para 6,7%, quando consideradas as vendas totais, e de 12,8% para 13,8%, quando consideradas apenas as vendas do autosserviço. O bom desempenho é reflexo do progressivo aumento de participação da categoria na Extrafarma, que já opera em um patamar superior ao de Pague Menos.

Nossa cadeia de abastecimento segue operando de forma eficiente, com nível de ruptura de estoques estável em relação aos trimestres anteriores. Na comparação com o 1T23, quando as integrações logísticas com Extrafarma ainda não estavam 100% concluídas, o indicador apresentou uma expressiva redução de 44%.

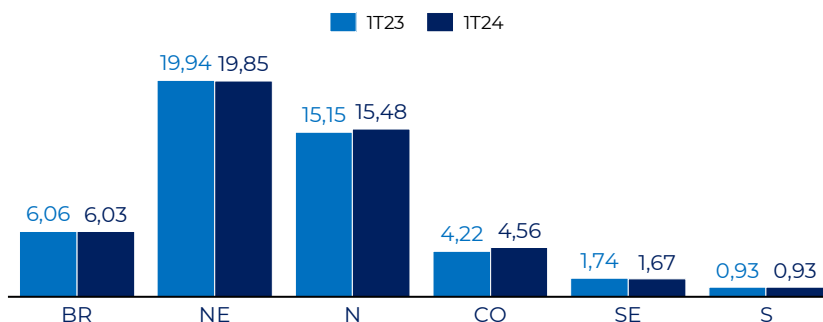


MARKET SHARE

No IT23, observamos uma dinâmica de *market share* estável, com ganhos de mercado nas regiões Norte e Centro-Oeste e estabilidade nas demais regiões. Nacionalmente, registramos leve recuo de 0,03p.p. em nossa participação de mercado, devido à composição do crescimento entre regiões.

É importante destacar que tradicionalmente os dados de *market share* apurados pela IQVIA sofrem uma distorção no primeiro trimestre do ano, devido à sua metodologia de apuração. Enquanto a participação das redes é calculado pelo *sell-out*, isto é, as vendas realizadas ao consumidor final, a participação de independentes e associativistas é calculada pelo *sell-in*, informado pelos distribuidores. Nos meses anteriores ao reajuste de medicamentos, quando ocorre um reforço de estoques no varejo, o volume *sell-in* tende a crescer mais que o *sell-out*, superestimando a participação de mercado de independentes e associativistas.

MARKET SHARE POR REGIÃO (%)

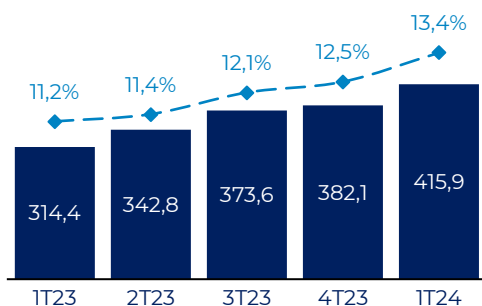


O bom resultado de *market share* ocorre a despeito da desaceleração em nossa expansão orgânica. Enquanto nossa base de lojas expandiu apenas 0,4% nos últimos 12 meses, o mercado registrou crescimento de 1,6%, puxado pelo crescimento de aproximadamente 5% de lojas de redes. Mesmo com esse descompasso, conseguimos registrar crescimento alinhado ao mercado de forma consistente ao longo dos últimos trimestres.

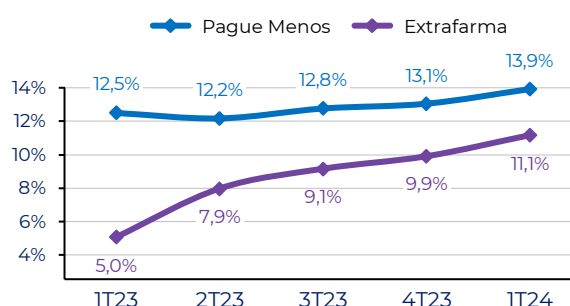
PLATAFORMA OMNICHANNEL

Continuamos avançando consistentemente em nossa estratégia *omnichannel*. Nossos múltiplos canais digitais totalizaram R\$ 416 milhões em vendas no IT24, crescimento de 32,3% em relação ao mesmo período do ano anterior. A participação nas vendas totais alcançou 13,4%, incremento de 2,2p.p. em relação ao IT23, com um progressivo fechamento no *gap* entre as bandeiras.

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



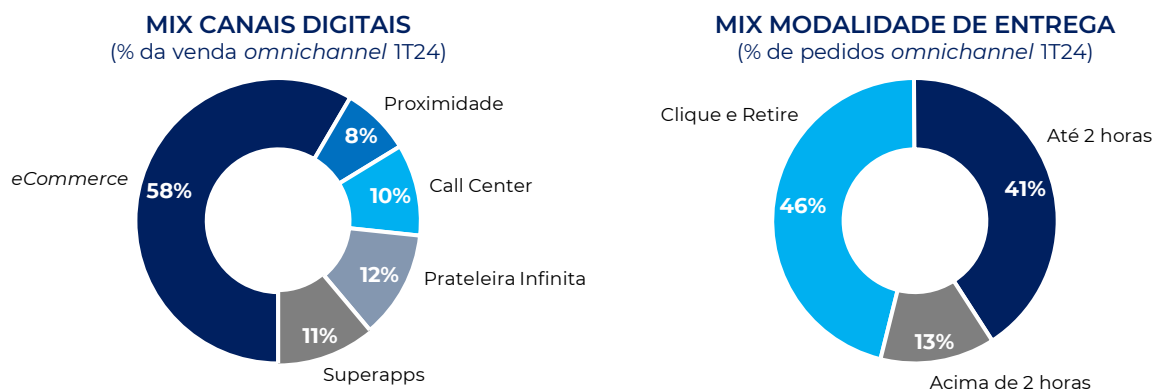
PARTICIPAÇÃO OMNICHANNEL
(% da receita varejo)



O crescimento em nossa plataforma *omnichannel* segue bem equilibrado em múltiplos canais, com destaque para o *e-commerce* e prateleira infinita, que seguem ganhando participação nas vendas. A iniciativa de vendas pelo *WhatsApp*, lançada no final de 2023, ganhou tração no IT24, com a incorporação de novas funcionalidades e melhorias na experiência de compra. Atualmente, somos a única rede do varejo farmacêutico a operar essa modalidade de vendas de forma 100% automatizada e escalável, com o uso de inteligência artificial conversacional.

Continuamos trabalhando para incrementar a rentabilidade dos canais digitais, através de melhorias implementadas na inteligência de *pricing*, no mix de produtos e ganho de eficiência em despesas indiretas. Com isso, registramos no IT24 uma margem de contribuição do canal mais de 1p.p. superior àquela registrada no IT23.

Equilibrando bem o tripé de crescimento, rentabilidade e nível de serviço, seguimos com boa performance de entrega. Nossa capilaridade de lojas físicas e integração entre os canais de venda permitiu que 87% dos pedidos feitos em canais digitais fossem disponibilizados aos clientes em menos de 2 horas.



HUB DE SAÚDE

No IT24, realizamos 1,9 milhão de atendimentos em nosso Clinic Farma, superando a marca de 5 milhões nos últimos 12 meses. Cada vez mais, a vertical de serviços vem ganhando escala e relevância na jornada de compra dos clientes, refletindo em aumento de recorrência e maior percepção de valor.

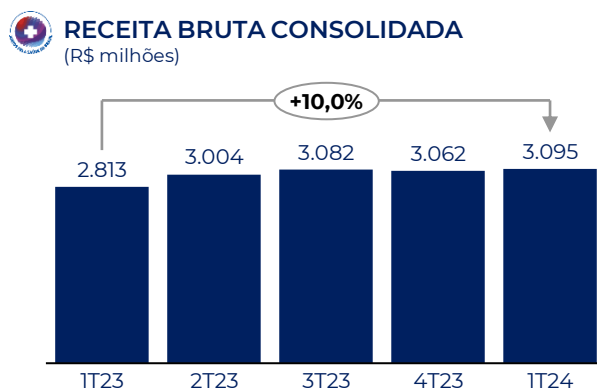
Ao longo do trimestre, nossa rede de consultórios farmacêuticos foi um importante ponto de apoio à população diante do surto de dengue que atingiu o país, mesmo considerando que a maior incidência de casos ocorreu em estados fora de nossas regiões *core*. A demanda por testes rápidos e vacinas da dengue cresceu mais de 800% na comparação com o mesmo período do ano anterior.

Recentemente, pivotamos nossa estratégia de vacinação, saindo de um modelo de parcerias com empresas especializadas para focar no modelo próprio, onde somos responsáveis pelo estoque e aplicação dos imunizantes, ganhando assim flexibilidade para a promoção de campanhas e maior rentabilidade nessa frente de serviços. Com essa mudança, o volume de aplicação de vacinas cresceu exponencialmente nos últimos trimestres, chegando a um patamar mais de 5 vezes superior ao do mesmo período do ano anterior. Atualmente, contamos com 36 salas de vacinação, com previsão para ampliação para aproximadamente 100 lojas até o final do ano.

Nossa frente de medicamentos especiais registrou crescimento de 54,5% nas vendas, já representando mais de 1% das vendas consolidadas. O ganho de relevância dentro desse mercado ocorre de forma gradual, com incremento de *market share* em múltiplos itens de alta complexidade.

RECEITA BRUTA

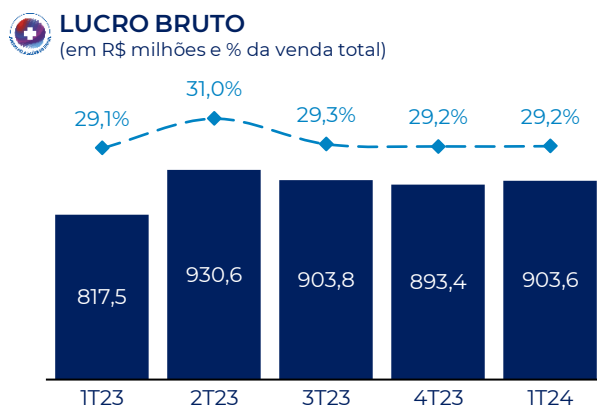
A receita bruta consolidada atingiu novo recorde no IT24 totalizando R\$ 3,095 bilhões. Desse total, 82% foi gerado em Pague Menos e 18% em Extrafarma. Para mais informações sobre o crescimento de vendas no trimestre, verificar a seção “Performance de Vendas” deste *release*.



LUCRO BRUTO

O lucro bruto consolidado totalizou R\$ 903,6 bilhões no trimestre, crescimento de 10,5% em relação ao IT23. A margem bruta foi de 29,2%, leve expansão de 0,1p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior.

Registramos no trimestre uma pressão pontual no índice de perdas com estoques, relacionada ao inventário legado da Extrafarma. Além disso, contabilizamos efeito de AVP na margem inferior ao do mesmo período do ano anterior. Esses efeitos combinados pressionaram a margem bruta em 0,6p.p. Apesar disso, ações comerciais, avanços nas capturas de sinergias em Extrafarma, ganhos inflacionários com estoques (gerados por aumentos de alíquotas de ICMS em algumas praças) e efeito mix positivo (gerado principalmente pelo crescimento em genéricos e marcas próprias), foram suficientes pra manter a margem bruta em patamar semelhante aos dos trimestre anteriores.



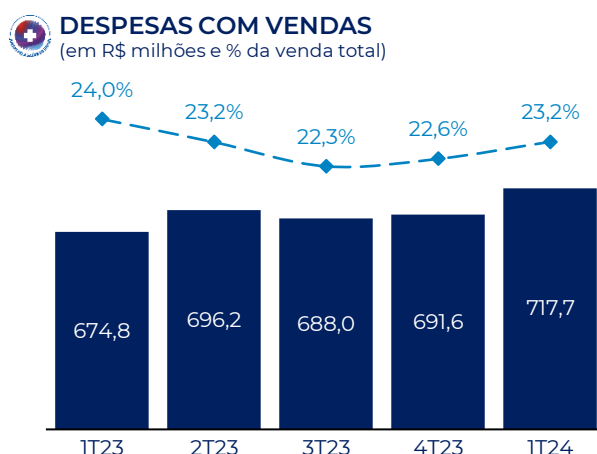
Na segmentação por empresa, a margem bruta foi de 28,9% em Pague Menos (estável em relação ao IT23) e de 30,4% em Extrafarma (incremento de 0,6p.p. em relação ao IT23). A margem bruta mais alta em Extrafarma é relacionada à exposição geográfica da bandeira, mais concentrada em regiões onde operamos com margens melhores, e ao mix de vendas, que conta com uma menor participação de medicamentos de marca.

DESPESAS COM VENDAS

As despesas com vendas consolidadas totalizaram R\$ 717,7 milhões, equivalente a 23,2% da receita bruta, recuando 0,8p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior.

A maior diluição de despesas está em parte relacionada à base de comparação do 1T23, quando o volume de despesas foi pontualmente pressionado por uma maior concentração de despesas de marketing, em função do calendário de patrocínios do ano, e o momento mais agudo de integração com a Extrafarma, que onerou despesas com tecnologia e logística, além de impactos negativos em vendas. Juntos esses efeitos pressionaram as despesas de vendas como percentual da receita em 0,4p.p no 1T23.

No entanto, também contribuíram diretamente para o desempenho no trimestre a alavancagem operacional gerada pelo crescimento de lojas maduras acima da inflação, e o avanço na captura de sinergias em Extrafarma, em especial nas despesas com aluguéis, onde conseguimos positivas renegociações com proprietários de imóveis e impacto positivo inflacionário, seguindo o comportamento do IGPM (índice utilizado na maior parte dos contratos de alugueis) que manteve-se em patamar reduzido.



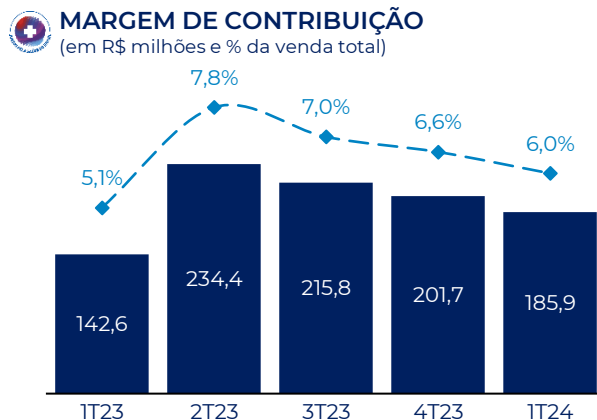
Na comparação com o 4T23, as despesas de vendas registraram crescimento de 3,9%, relacionado ao aumento na base de lojas, dissídio de colaboradores em praças importantes, como Fortaleza e ao faseamento em despesas de marketing.

Continuamos a destacar a relevante oportunidade em redução no *gap* de despesas operacionais entre bandeiras. No 1T24, as despesas de vendas representaram 22,6% da receita bruta em Pague Menos, enquanto que em Extrafarma esse percentual ficou em 25,9%, um *gap* de expressivos 3,3p.p. À medida em que as alavancas de incremento de vendas de Extrafarma avancem ao longo dos próximos trimestre, esperamos que esse *gap* seja gradualmente reduzido, contribuindo de forma relevante para o incremento de rentabilidade de nossa operação consolidada.

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

A margem de contribuição, equivalente ao retorno operacional de nossa base lojas, atingiu 6,0% no 1T24, crescimento expressivo de 0,9p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior.

Importante destacar que, sazonalmente, a margem de contribuição do primeiro trimestre é a mais baixa do ano, devido a menos dias úteis de venda, menor margem bruta e o acúmulo de inflação de despesas, que só é recomposto em Abril com o reajuste anual de medicamentos.

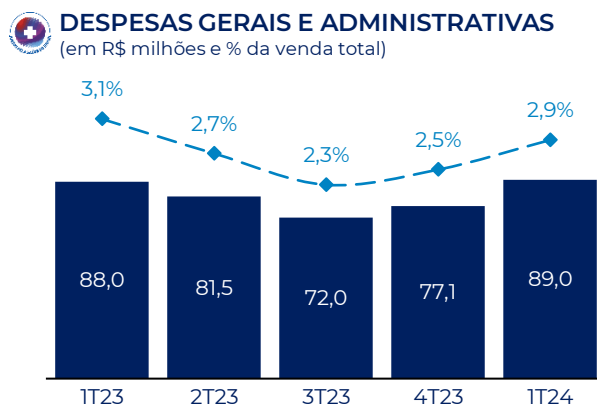


Na visão por bandeira, a margem de contribuição foi de 6,3% em Pague Menos e 4,4% em Extrafarma, resultando em um *gap* de rentabilidade de 1,9p.p. entre as operações. Esse *gap* é levemente superior ao *gap* de 1,7p.p. observado no 4T23, justificado por uma redução no *gap* de margem bruta entre as bandeiras, devido ao incremento de participação de medicamentos de marca no mix de Extrafarma.

DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS (G&A)

As despesas G&A totalizaram R\$ 89,0 milhões no 1T24, equivalente a 2,9% da receita bruta. Na comparação com o mesmo período do ano anterior, houve uma diluição de 0,2p.p. nesse grupo de despesas, relacionado principalmente às sinergias organizacionais capturadas no âmbito da integração da Extrafarma.

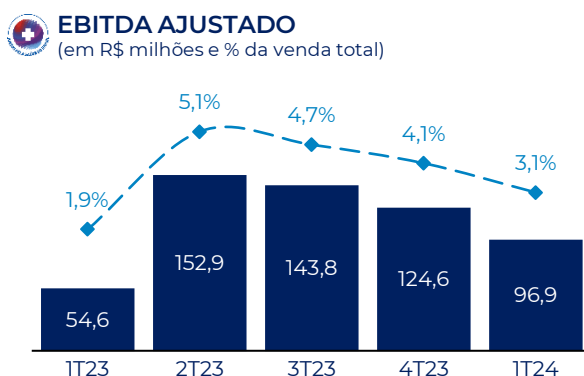
Importante destacar que, sazonalmente, as despesas G&A como percentual do faturamento atingem seu pico no primeiro trimestre, devido ao dissídio de colaboradores na praça de Fortaleza, onde está concentrada nossa matriz.



EBITDA AJUSTADO

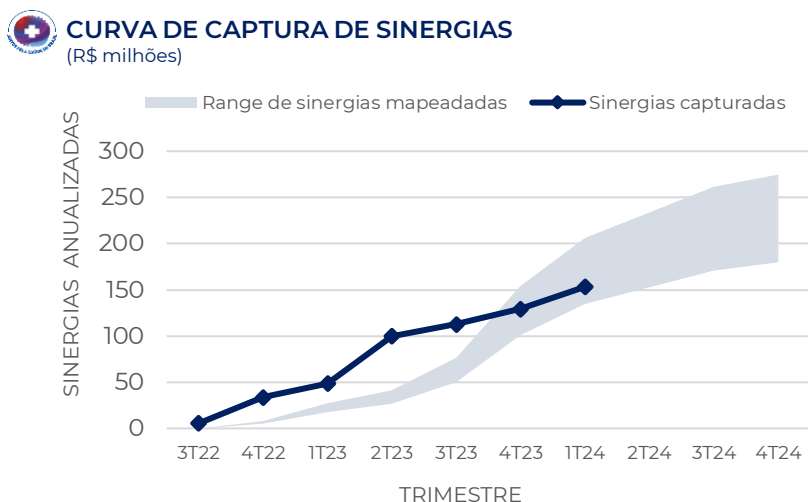
O EBITDA ajustado consolidado totalizou R\$ 96,9 milhões no IT24, crescimento expressivo de 77,5% em relação ao mesmo período do ano anterior. A margem EBITDA ajustada foi de 3,1% no trimestre, incremento de 1,2p.p. em relação ao IT23.

No trimestre, conseguimos combinar aceleração no ritmo de crescimento, expansão de margem bruta e diluição de despesas, onde os principais *drivers* de melhoria operacional estão relacionados às sinergias capturadas na integração da Extrafarma. O resultado operacional alcançado reforça nossa convicção de que 2024 tem bons elementos para ser um ano mais positivo que o anterior.



INTEGRAÇÃO EXTRAFARMA E CAPTURA DE SINERGIAS

Atingimos no 1T24 o volume de R\$ 153,3 milhões em sinergias anualizadas, sendo 85% impactando no resultado operacional de Extrafarma e 15% em Pague Menos. O resultado apurado no trimestre representa um avanço de 18% em relação ao 4T23, onde as principais evoluções foram geradas pelas iniciativas de otimização de *footprint* (fechamentos e conversões) e incremento de vendas (CRM, canais digitais e ampliação de sortimento). As sinergias apuradas no trimestre já estão descontadas das dissinergias relacionadas à integração, como incremento no nível de perdas com estoques, fechamento da operação de atacado e remédios do CADE.



As alavancas de incremento de vendas já concentram 30% do total de sinergias capturadas. O bom desempenho nessa frente reflete na evolução da venda média por loja da Extrafarma, que saltou 27% em relação ao 1T22, o primeiro trimestre comparável antes da aquisição.

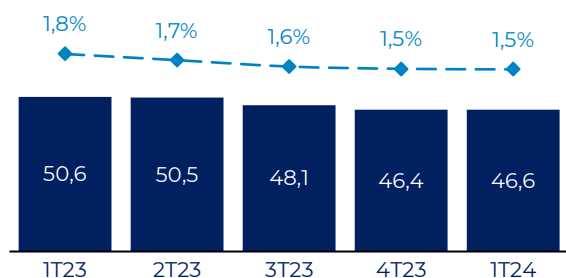
A margem EBITDA da Extrafarma foi de 1,9% no 1T24, crescimento de 4,1p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior, refletindo todo o avanço operacional implementado ao longo dos últimos 12 meses. Na comparação com o 4T23, a margem EBITDA registrou recuo de 0,2p.p., justificado pela sazonalidade do primeiro trimestre.

DEPRECIÇÃO, RESULTADO FINANCEIRO E IR/CS

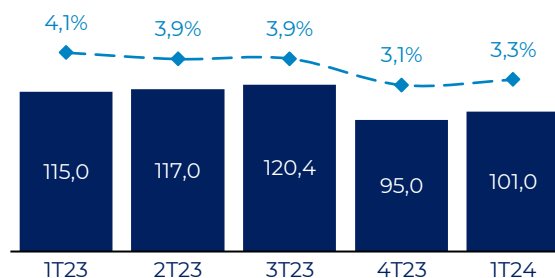
Depreciações e amortizações totalizaram R\$ 46,6 milhões no 1T24, redução de 8,0% em relação ao 1T23. A tendência decrescente nesse grupo contábil observada nos últimos trimestres acompanha a redução no volume de investimentos a partir de 2023, quando iniciamos nosso ciclo de desalavancagem financeira.

O resultado financeiro foi de R\$ 101,0 milhões negativos no 1T24, recuando 12,2% na comparação com o mesmo período de 2023. O principal componente da variação foi a redução em despesas com antecipações de recebíveis, que reduziu de R\$ 29,2 milhões no 1T23 para R\$ 11,1 milhões no 1T24. O ganho foi parcialmente compensado por maior provisionamento de juros, acompanhando o aumento na dívida bruta, e o Ajuste a Valor Presente (AVP). Na comparação com o 4T23, o resultado financeiro cresceu 6,4%, refletindo a sazonalidade do período, quando normalmente há maior consumo de caixa pressionando as despesas financeiras.

DEPRECIÇÃO
(em R\$ milhões e % da venda total)

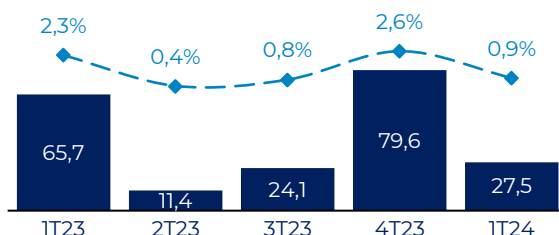


RESULTADO FINANCEIRO
(em R\$ milhões e % da venda total)



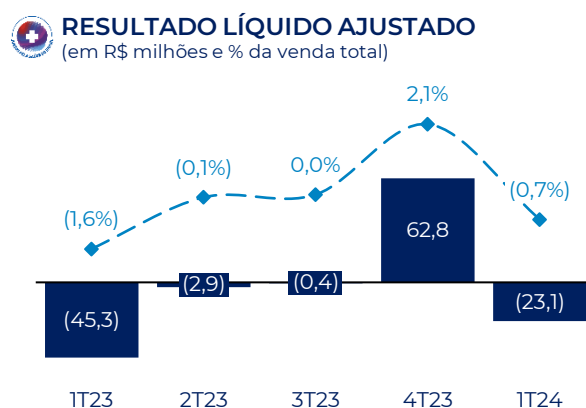
O imposto de renda diferido no 1T24 foi de R\$ 27,5 milhões, reduzindo em 58,2% em relação ao 1T23. O recuo está relacionado à constituição de prejuízo fiscal no período anterior, em especial na operação da Extrafarma. Também registramos recuo no volume de subvenções para investimento, em decorrência das mudanças implementadas na malha logística no contexto de integração com a Extrafarma. No 1T23, as subvenções foram equivalentes a 1,2% da receita bruta, enquanto que no 1T24 esse percentual reduziu para 1,0%.

IMPOSTO DE RENDA
(em R\$ milhões e % da venda total)



RESULTADO LÍQUIDO AJUSTADO

Registramos no IT24 resultado líquido ajustado negativo em R\$ 23,1 milhões. Apesar da forte expansão do resultado operacional no trimestre, o atual patamar do resultado financeiro, ainda pressionado pelo nível de endividamento e altas taxas de juros, continuam comprometendo o resultado líquido da companhia.



Importante destacar que a sazonalidade do primeiro trimestre impacta negativamente de três formas o resultado líquido: i) menor margem bruta relacionada ao mix de vendas e calendário promocional; ii) menor alavancagem operacional, devido à defasagem inflacionária e menos dias úteis de venda; e iii) maiores despesas financeiras, por conta do consumo de caixa no período de pré-alta. Sendo assim, é pertinente esperar que os resultados dos próximos trimestres tendem a ser mais positivos.

RECONCILIAÇÃO DO RESULTADO AJUSTADO

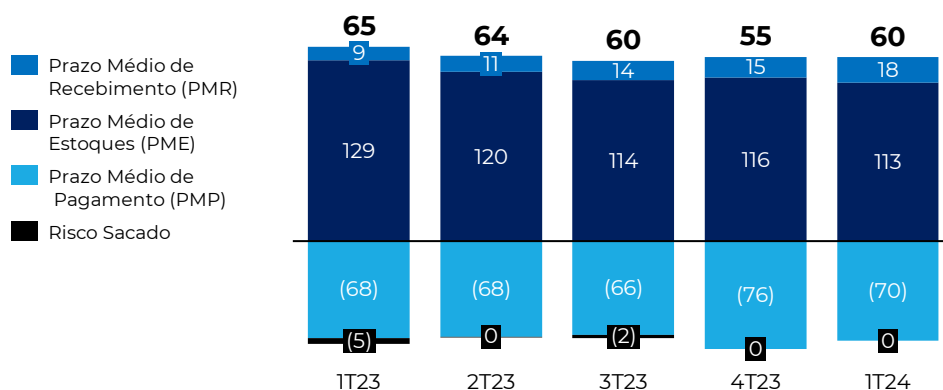
Para melhor entendimento e comparabilidade com os períodos anteriores, o resultado do exercício foi ajustado de forma a expurgar eventos não recorrentes. Apresentamos abaixo o detalhamento dos ajustes realizados, bem como seus respectivos impactos no resultado. A conciliação completa do resultado contábil e ajustado é apresentada no Anexo 3 deste release.

Descrição Ajuste	Efeito líquido no result. consolidado	
	IT23	IT24
Lucro Líquido Contábil IFRS 16	(62,8)	(36,9)
Efeitos IFRS 16	10,0	6,4
Total - Ajustes Gerenciais	7,5	7,3
(+/-) Baixa de ativo imobilizado	(5,6)	1,5
(+) Despesas extraordinárias aquisição Extrafarma	3,0	-
(+) Reestruturação organizacional	1,6	-
(+/-) Combinação de Negócios	-	3,8
(+) Juros de parcelas a pagar transação Extrafarma	12,4	5,7
(+/-) Efeito no IRPJ e CSLL dos ajustes	(3,9)	(3,7)
(+/-) Efeito na participação minoritária dos ajustes	-	0,0
Lucro Líquido Ajustado	(45,3)	(23,1)

CICLO DE CAIXA

No 1T24, o ciclo de caixa operacional atingiu 60 dias, redução de 5 dias na comparação com o mesmo período do ano anterior. Na prática, o ganho de eficiência operacional foi ainda maior, pois ao longo dos últimos 12 meses reduzimos o volume de antecipação de recebíveis, fazendo com que o PMR subisse de 9 para 18 dias. O principal *driver* para redução do capital empregado está relacionado à expressiva redução no nível de estoques, que caiu de 129 dias no 1T23 para 113 dias no 1T24. Importante destacar que no 1T23 estávamos no momento mais crítico da integração logística, que gerou pontualmente um excesso de estoques nos CDs envolvidos em mudanças na malha de abastecimento, além de impactos negativos nas vendas de Extrafarma.

CICLO DE CAIXA³ CONSOLIDADO (em dias de CMV e dias de Receita Bruta)



Na comparação com o 4T23, houve incremento de 5 dias no ciclo de caixa, com menor PMP parcialmente compensado por uma redução no PME. Importante salientar que, mesmo com o tradicional reforço de estoques da pré-alta, que foi integralmente executado conforme nosso planejamento, ganhos de produtividade permitiram uma relevante redução no nível de estoques no trimestre.

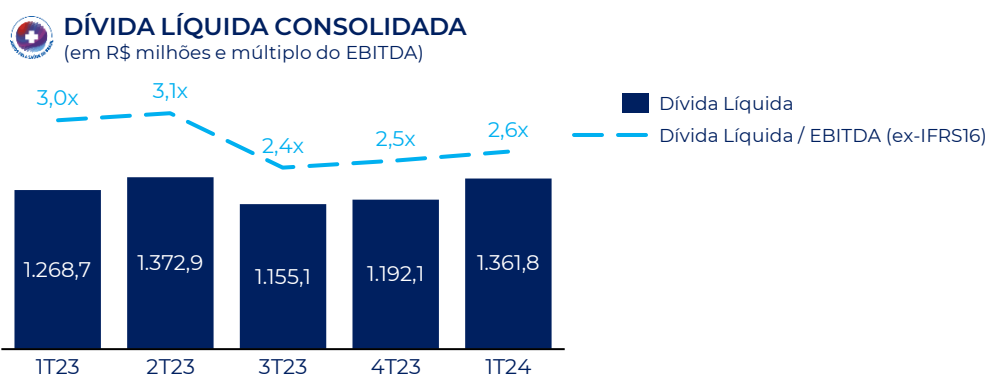
O esforço de redução de PME está concentrado em 3 frentes: i) redução no volume de produtos em excesso (legado de Extrafarma); ii) melhorias no algoritmo de reposição de produtos; e iii) melhoria no giro de estoques em lojas Extrafarma, com crescimento da venda média por loja.

O ganho de produtividade em Extrafarma fica nítido quando analisamos o *gap* de PME entre bandeiras. No 1T23, lojas Extrafarma operavam com PME 30 dias acima do patamar de lojas Pague Menos. No 1T24, esse *gap* foi reduzido para 9 dias, mesmo com iniciativas de aumento de sortimento e redução de ruptura executadas ao longo da integração.

ENDIVIDAMENTO

O nível de endividamento no 1T24, medido pela razão da dívida líquida e EBITDA ajustado, foi de 2,6x, leve incremento de 0,1x em relação ao 4T23. O aumento está relacionado à sazonalidade do primeiro trimestre do ano, onde tradicionalmente há consumo de caixa operacional, devido à maior necessidade de capital de giro em decorrência da pré-alta.

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.



O perfil da dívida segue evoluindo favoravelmente, com alongamento de prazos e redução nos custos de financiamento. Do total da dívida bruta registrada ao final do trimestre, 74% tem vencimento no longo prazo, sendo 40% após 2026. O spread médio ponderado, que ao final do 4T23 era de CDI + 2,19%, reduziu para CDI + 1,97% no 1T24. O movimento, combinado ao ciclo de queda de taxas de juro atualmente em curso, deve contribuir para relevantes economias com o serviço da dívida ao longo do ano.

Com o plano de expansão do ano praticamente concluído no 1T24, nossa geração de caixa a partir do 2T24 será direcionada para a redução do nível de endividamento, acelerando assim o processo de desalavancagem financeira em curso.

INVESTIMENTOS

No 1T24, foram desembolsados R\$ 12,1 milhões em investimentos, valor 68% mais baixo que o mesmo período do ano anterior. A redução reflete a maior priorização em preservação de caixa e ciclo de desalavancagem financeira da Companhia.

Importante destacar que, apesar de termos inaugurado 29 novas lojas no trimestre, a maior parte do capex relacionado às aberturas foi investido no ano anterior, seguindo o cronograma de construção das lojas.

Capex (R\$ milhões)	1T23	%	1T24	%
Expansão	20,0	53%	6,2	51%
Reforma de lojas	6,6	17%	2,8	23%
Tecnologia	5,4	14%	2,8	23%
Infraestrutura de lojas, CDs e escritórios	6,0	16%	0,4	3%
Total	38,0	100%	12,1	100%

FLUXO DE CAIXA

O fluxo de caixa livre registrado no 1T24 foi de R\$ 88,4 milhões negativos, acompanhando a típica sazonalidade de consumo de caixa para o período.

Na comparação com o mesmo período do ano anterior, a redução no fluxo de caixa livre é explicada pela variação no saldo de contas a receber, dado que no 1T23 ampliamos o volume de antecipação de recebíveis, gerando caixa, enquanto que no 1T24 recompusemos parte do saldo, consumindo recursos. Expurgando esse efeito, o fluxo de caixa livre foi R\$ 262,6 milhões melhor que o período comparável, combinando melhoria no resultado operacional, redução de estoques e desaceleração no volume de investimentos.

Fluxo de Caixa Gerencial (R\$ milhões)	1T23	1T24
EBITDA Consolidado ex-IFRS 16	55,4	94,1
(-) Ganho por compra vantajosa	-	1,3
(Δ) Contas a receber	220,6	(113,1)
(Δ) Estoques	(15,0)	123,5
(Δ) Fornecedores	0,8	(174,2)
(Δ) Operações de risco sacado	(130,9)	-
(Δ) Tributos a recuperar	(44,0)	(30,5)
(+/-) Variação outros ativos e passivos/Efeitos não caixa	(66,2)	22,6
(=) Fluxo de caixa das operações	20,8	(76,4)
(-) Investimentos de capital	(38,0)	(12,1)
(=) Fluxo de caixa de investimentos	(38,0)	(12,1)
Fluxo de caixa livre	(17,2)	(88,4)
(+) Captação de dívida bruta	123,1	-
(-) Pagamento de dívida bruta	(58,2)	(47,6)
(-) Serviço da dívida	(75,1)	(54,2)
(-) Recompra de ações / Integralização de capital	68,6	115,4
(+) Dividendos e JCP recebidos (pagos)	(79,1)	(136,0)
(=) Fluxo de caixa de financiamento	(20,7)	(122,4)
Saldo inicial de caixa, equivalentes e aplic. financeiras	168,1	443,3
Saldo final de caixa, equivalentes e aplic. financeiras	130,2	232,5
Variação de Caixa e Equivalentes	(37,9)	(210,8)

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 CONSOLIDADO

Demonstrativo do Resultado do Exercício (R\$ milhões)	IAS 17			IFRS16		
	IT23	IT24	Δ	IT23	IT24	Δ
Receita Bruta	2.813,2	3.095,1	10,0%	2.813,2	3.095,1	10,0%
Deduções	(177,2)	(212,6)	20,0%	(177,2)	(212,6)	20,0%
Receita Líquida	2.636,1	2.882,5	9,3%	2.636,1	2.882,5	9,3%
Custo das Mercadorias Vendidas	(1.818,6)	(1.978,9)	8,8%	(1.818,6)	(1.978,9)	8,8%
Lucro Bruto	817,5	903,6	10,5%	817,5	903,6	10,5%
<i>Margem Bruta</i>	29,1%	29,2%	0,1p.p.	29,1%	29,2%	0,1p.p.
Despesas com Vendas	(674,8)	(717,7)	6,4%	(560,9)	(597,0)	6,4%
Margem de Contribuição	142,6	185,9	30,3%	256,5	306,5	19,5%
<i>Margem de Contribuição (%)</i>	5,1%	6,0%	0,9p.p.	9,1%	9,9%	0,8p.p.
Despesas Gerais e Administrativas	(88,0)	(89,0)	1,1%	(88,0)	(89,0)	1,1%
EBITDA Ajustado	54,6	96,9	77,4%	168,5	217,6	29,1%
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	1,9%	3,1%	1,2p.p.	6,0%	7,0%	1,0p.p.
Depreciação e Amortização	(50,6)	(46,6)	(8,0%)	(132,3)	(127,5)	(3,6%)
Resultado Financeiro	(115,0)	(101,0)	(12,2%)	(162,5)	(150,5)	(7,4%)
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	(111,1)	(50,7)	(54,4%)	(126,3)	(60,5)	(52,1%)
Imposto de Renda e Contribuição Social	65,7	27,5	(58,2%)	70,9	30,8	(56,6%)
Participação Minoritária	0,1	0,1	9,7%	0,1	0,1	9,7%
Resultado Líquido Ajustado	(45,3)	(23,1)	(48,9%)	(55,3)	(29,6)	(46,5%)
<i>Margem Líquida Ajustada</i>	(1,6%)	(0,7%)	0,9p.p.	(2,0%)	(1,0%)	1,0p.p.

ANEXO 2: BALANÇO PATRIMONIAL

BALANÇO PAGUE MENOS CONSOLIDADO

Balço Patrimonial (R\$ milhões)	IFRS16		
	31/12/2023	31/03/2024	Δ
Ativo Total	8.988,6	8.767,7	(2,5%)
Ativo Circulante	4.493,6	4.272,5	(4,9%)
Caixa e Equivalentes de Caixa	443,3	232,5	(47,5%)
Contas a Receber de Clientes	513,6	624,3	21,6%
Estoques	3.029,7	2.886,9	(4,7%)
Tributos a Recuperar	239,6	270,5	12,9%
Outros Ativos Circulantes	267,4	258,2	(3,4%)
Ativo Não Circulante	4.495,0	4.495,3	0,0%
Ativo Realizável a Longo Prazo	1.358,9	1.388,6	2,2%
Investimentos	80,0	79,0	(1,3%)
Imobilizado	949,6	920,8	(3,0%)
Direito de uso em arrendamento	1.912,0	1.920,2	0,4%
Intangível	194,5	186,7	(4,0%)
Passivo Total	8.988,6	8.767,7	(2,5%)
Passivo Circulante	3.242,5	3.088,5	(4,8%)
Obrigações Sociais e Trabalhistas	163,6	194,6	19,0%
Fornecedores	1.936,2	1.749,3	(9,6%)
Operações de Risco Sacado	0,0	0,0	-
Obrigações Fiscais	111,2	118,2	6,3%
Empréstimos, Financiamentos e Debêntures	430,3	415,9	(3,3%)
Outras Obrigações	265,4	266,6	0,5%
Arrendamento mercantil	335,9	343,9	2,4%
Passivo Não Circulante	3.085,6	3.069,9	(0,5%)
Empréstimos, Financiamentos e Debêntures	1.205,1	1.178,4	(2,2%)
Tributos Diferidos	3,6	3,3	(6,6%)
Arrendamento Mercantil	1.786,0	1.798,6	0,7%
Provisões	79,1	77,8	(1,7%)
Outras Contas a Pagar	11,8	11,8	0,0%
Patrimônio Líquido	2.660,5	2.609,4	(1,9%)
Capital Social Realizado	1.604,8	1.721,9	7,3%
Reservas de Capital	383,6	381,6	(0,5%)
Reservas de Lucros	681,5	537,3	(21,2%)
Ações em Tesouraria	(17,0)	(2,0)	(88,1%)
Lucros/Prejuízos Acumulados	0,0	(36,9)	-
Participação de não controladores	7,5	7,4	(1,3%)

ANEXO 3: CONCILIAÇÃO DO RESULTADO AJUSTADO

Reconciliação DRE Ajustada (em R\$ milhões)	IT24 Contábil	IT24 Contábil	Eliminações	IT24 Contábil	Efeitos IFRS 16	Ajustes Gerenciais	IT24 Ajustado
	(Pague Menos)	(Extrafarma)		(Consolidado)			(Consolidado)
Receita Bruta	2.661,0	983,5	(549,4)	3.095,1	-	-	3.095,1
Deduções	(176,9)	(47,4)	11,7	(212,6)	-	-	(212,6)
Receita Líquida	2.484,2	936,1	(537,8)	2.882,5	-	-	2.882,5
Custo das Mercadorias Vendidas	(1.748,4)	(768,3)	537,8	(1.978,9)	-	-	(1.978,9)
Lucro Bruto	735,8	167,8	-	903,6	-	-	903,6
Despesas com Vendas	(483,4)	(115,1)	(1,3)	(599,8)	(120,7)	2,7	(717,7)
Despesas G&A (ex-EP)	(76,7)	(14,0)	-	(90,8)	-	-	(90,8)
Equivalência Patrimonial	(12,4)	-	14,2	1,8	-	-	1,8
Depreciação e Amortização	(96,7)	(30,8)	(1,5)	(129,0)	80,9	1,5	(46,6)
Resultado Operacional	66,5	7,9	11,4	85,8	(39,8)	4,3	50,3
Resultado Financeiro	(132,7)	(23,6)	(1,0)	(157,3)	49,6	6,7	(101,0)
Result. Antes do Imposto de Renda	(66,2)	(15,7)	10,4	(71,5)	9,8	11,0	(50,7)
Imposto de Renda e Contrib. Social	29,3	5,2	-	34,5	(3,3)	(3,7)	27,5
Participação Minoritária	-	-	0,1	0,1	-	0,0	0,1
Lucro Líquido	(36,9)	(10,5)	10,5	(36,9)	6,4	7,3	(23,1)

ANEXO 4: CONCILIAÇÃO DO EBITDA

Reconciliação EBITDA (R\$ milhões)	CONSOLIDADO	
	IT23	IT24
Lucro Líquido	(62,8)	(36,9)
(+) Resultado Financeiro	174,7	157,3
(+) Imposto de Renda e CS	(74,8)	(34,5)
(+) Depreciação e Amortização	132,3	129,0
(+) Participação Minoritária	(0,1)	(0,1)
EBITDA (IFRS 16)	169,3	214,8
(+/-) Efeitos IFRS 16	(113,9)	(120,7)
(+/-) Ajustes Gerenciais	(0,8)	2,7
EBITDA Ajustado (IAS 17)	54,6	96,9

ANEXO 5: DISTRIBUIÇÃO DE LOJAS POR UF

UF / Região (# lojas)	IT23	Expansão Orgânica	Encerramentos	IT24
Total	1.647	45	38	1.654
Nordeste	1.005	34	17	1.022
Alagoas	37	2	-	39
Bahia	160	2	6	156
Ceará	283	8	7	284
Maranhão	133	5	-	138
Paraíba	63	5	-	68
Pernambuco	176	8	4	180
Piauí	43	-	-	43
Rio Grande Do Norte	68	2	-	70
Sergipe	42	2	-	44
Norte	249	1	7	243
Acre	15	-	-	15
Amapá	18	-	-	18
Amazonas	21	-	-	21
Pará	151	-	6	145
Rondônia	13	-	-	13
Roraima	12	1	-	13
Tocantins	19	-	1	18
Sudeste	243	4	13	234
Espírito Santo	24	-	-	24
Minas Gerais	68	3	-	71
Rio De Janeiro	18	-	3	15
São Paulo	133	1	10	124
Centro-Oeste	109	5	1	113
Distrito Federal	15	-	-	15
Goiás	29	-	-	29
Mato Grosso	35	4	-	39
Mato Grosso Do Sul	30	1	1	30
Sul	41	1	-	42
Paraná	15	1	-	16
Rio Grande Do Sul	7	-	-	7
Santa Catarina	19	-	-	19



 **PagueMenos**

 **extrafarma**



VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS

7 de maio de 2024

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

Em português, com tradução simultânea para o inglês

Para acessar, [clique aqui](#)