



VIDEOCONFERÊNCIA DE

Resultados

2T26



Aviso Legal

Este documento pode conter certas declarações futuras e informações relacionadas à Companhia que refletem as visões atuais e/ou expectativas da Companhia e de sua administração com respeito a sua performance, seus negócios e eventos futuros. Declarações prospectivas incluem, sem limitação, qualquer declaração que possua previsão, indicação ou estimativas e projeções sobre resultados futuros, performance ou objetivos, bem como palavras como “acreditamos”, “antecipamos”, “esperamos”, “estimamos”, “projetamos” entre outras palavras com significado semelhante. Embora a Companhia e sua administração acreditem que tais estimativas e declarações prospectivas são baseadas em premissas razoáveis, elas estão sujeitas a riscos, incertezas e eventos futuros e são emitidas à luz de informações que estão atualmente disponíveis. As eventuais declarações prospectivas se referem apenas à data em que foram emitidas, e a Companhia não se responsabiliza por atualizá-las ou revisá-las publicamente após a distribuição deste documento em virtude de novas informações, eventos futuros ou outros fatores. Os investidores devem estar cientes que diversos fatores importantes fazem com que os resultados efetivos diferenciem-se de modo relevante de tais planos, objetivos, expectativas, projeções e intenções expressadas neste documento.

Em vista dos riscos e incertezas supramencionados, as circunstâncias e eventos prospectivos discutidos neste documento podem não ocorrer, e os resultados futuros da Companhia podem diferir significativamente daqueles expressos ou sugeridos nessas declarações prospectivas. Declarações prospectivas envolvem riscos e incertezas e não são garantias de eventos futuros. Portanto, os investidores não devem tomar nenhuma decisão de investimento com base nas declarações prospectivas eventualmente aqui contidas.

O mercado e as informações de posição competitiva, incluindo eventuais projeções de mercado citadas ao longo deste documento, foram obtidas por meio de pesquisas internas, pesquisas de mercado, informações de domínio público e publicações empresariais. Apesar de não termos razão para acreditar que qualquer destas informações ou relatórios sejam imprecisos em qualquer aspecto relevante, não verificamos independentemente da posição competitiva, posição de mercado, taxa de crescimento ou qualquer outro dado fornecido por terceiros ou outras publicações da indústria. A Companhia não se responsabiliza pela veracidade de tais informações.

Certas porcentagens e outros valores incluídos neste documento foram arredondados para facilitar a sua apresentação. As escalas dos gráficos dos resultados podem figurar em proporções diferentes, para otimizar a demonstração. Dessa forma, os números e os gráficos apresentados podem não representar a soma aritmética e a escala adequada dos números que os precedem, e podem diferir daqueles apresentados nas demonstrações financeiras.

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 desta apresentação são apresentados sob a norma antiga, o IAS 17 / CPC 06. A reconciliação com o IFRS 16 pode ser encontrada no release de resultados.

Destiques 2T26

Jonas Marques, CEO



Principais Mensagens

MENOR PATAMAR DE CRESCIMENTO NO TRIMESTRE



- Bases de comparação progressivamente mais fortes;
- Menor contribuição de GLP-1;
- UX canais digitais;

CONSISTÊNCIA NAS ENTREGAS E GERAÇÃO DE VALOR



- *Same store sales* 3x inflação (8,0%);
- Contínuos ganhos de *market share* (6,7%)
- Recorde de rentabilidade (margem EBITDA 6,5%)
- Robusta geração de caixa (FCO R\$ 189MM);
- 12º trimestre de desalavancagem financeira (1,8x dívida líquida/EBITDA)



Somos uma das
10 melhores
empresas de
varejo para se
trabalhar no Brasil



Resultados 2T26

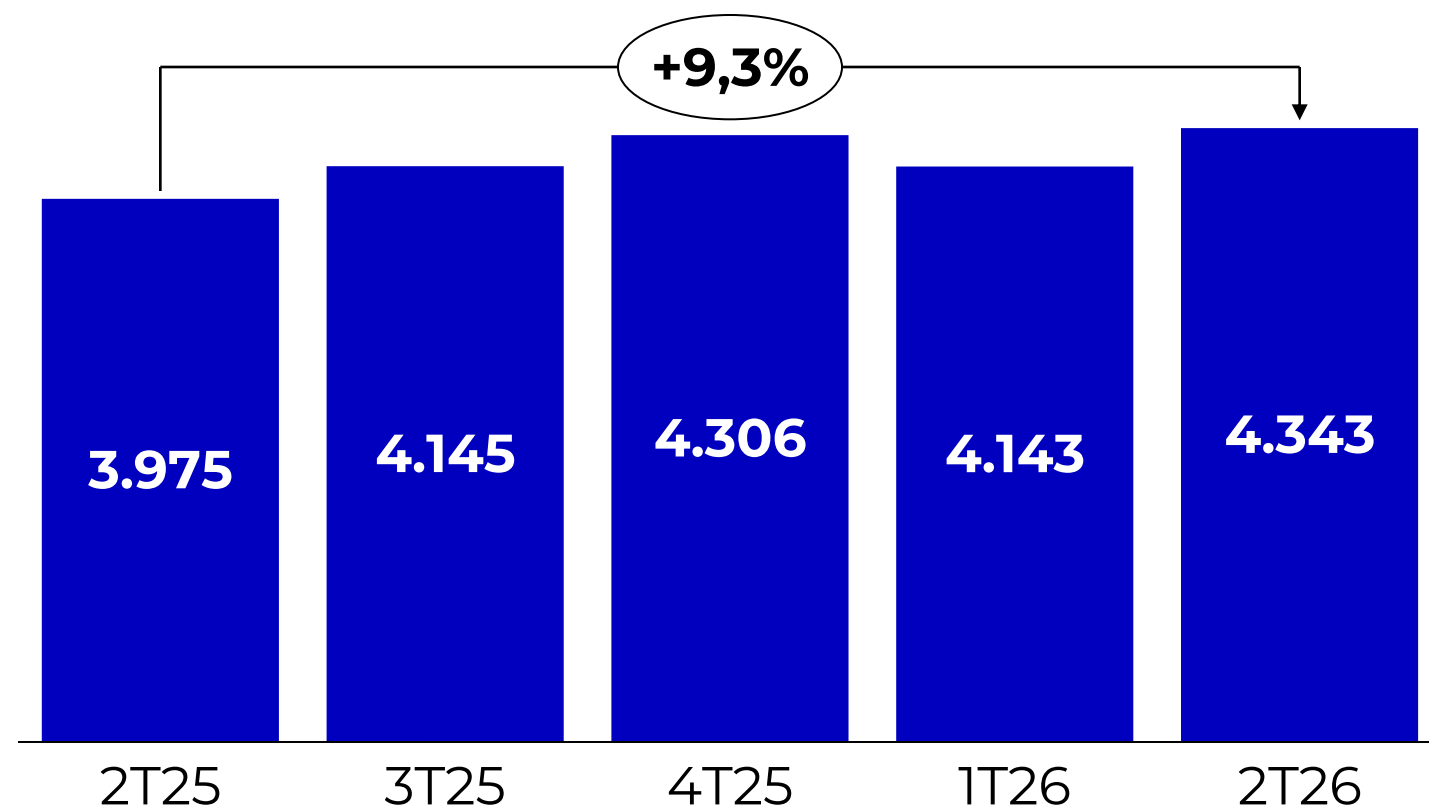
Luiz Novais, CFO



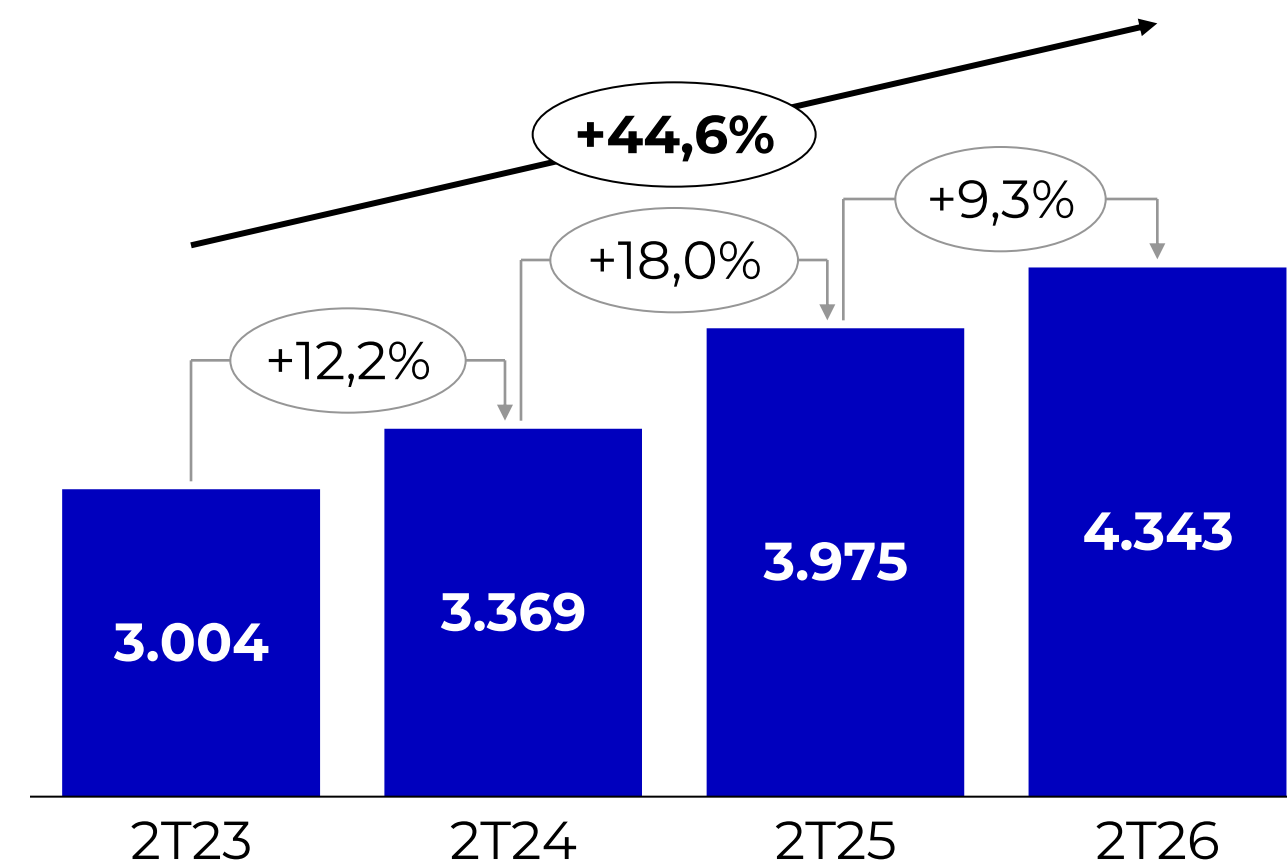
Receita Bruta

Crescimento consistente, mesmo com fortes bases de comparação

 **RECEITA BRUTA**
(R\$ milhões)



 **RECEITA BRUTA**
(R\$ milhões)

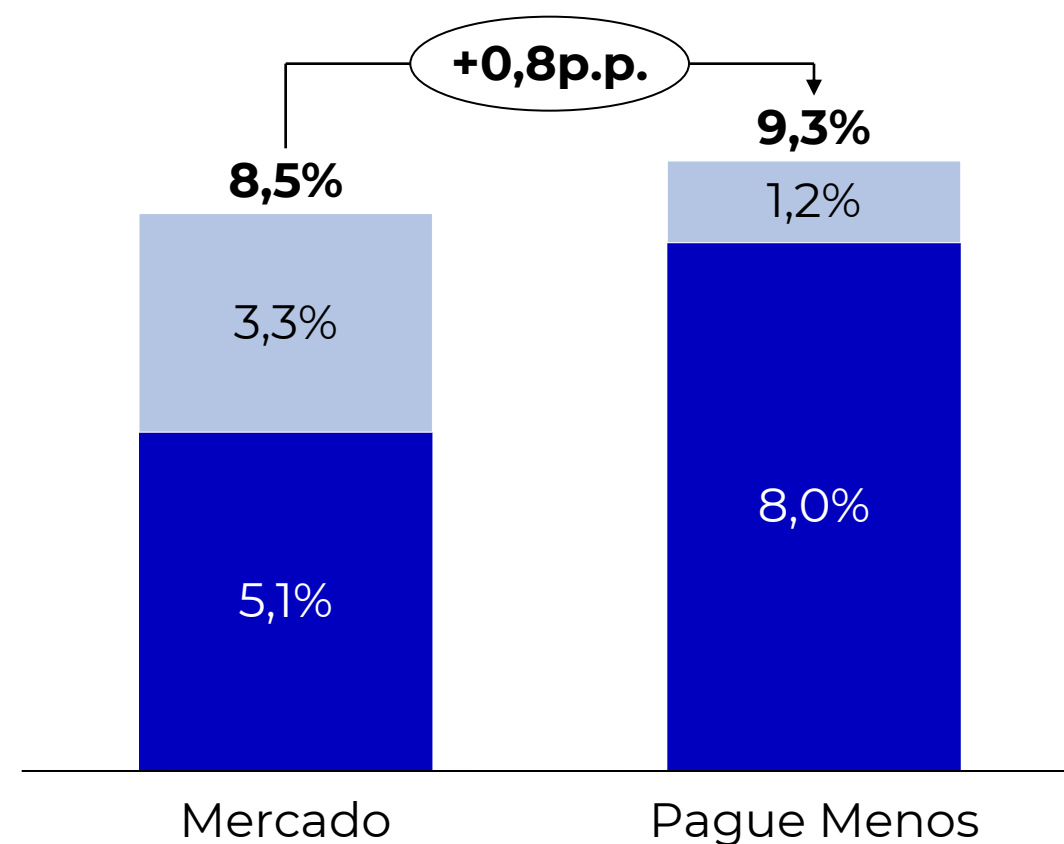


Qualidade do Crescimento

Crescimento segue saudável, acima do mercado e impulsionado por clientes de cuidado contínuo (CCC)

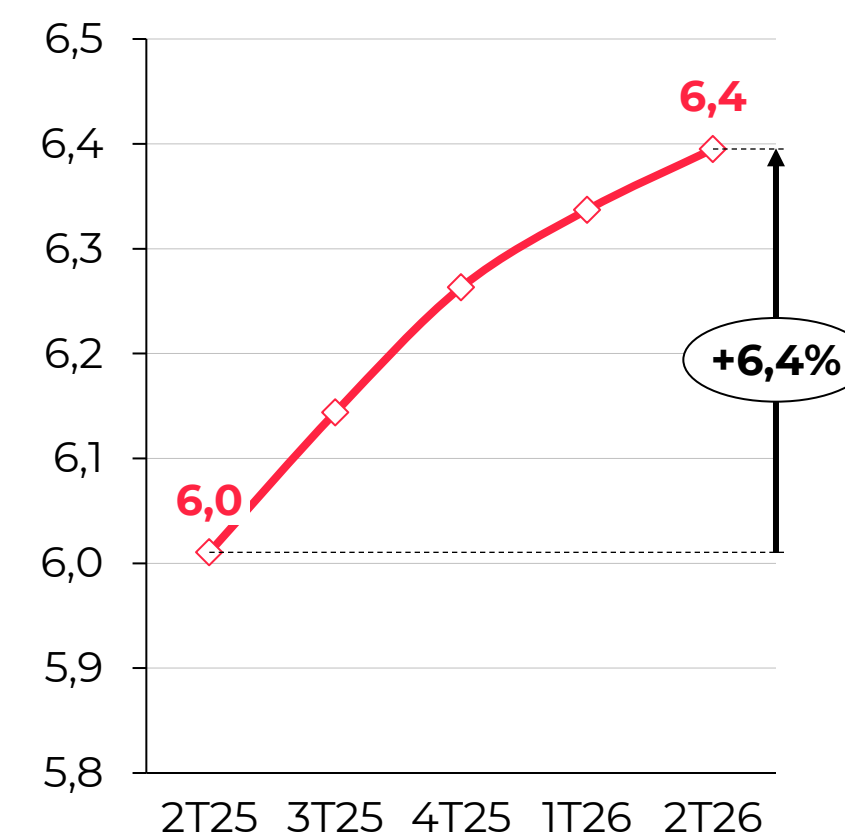
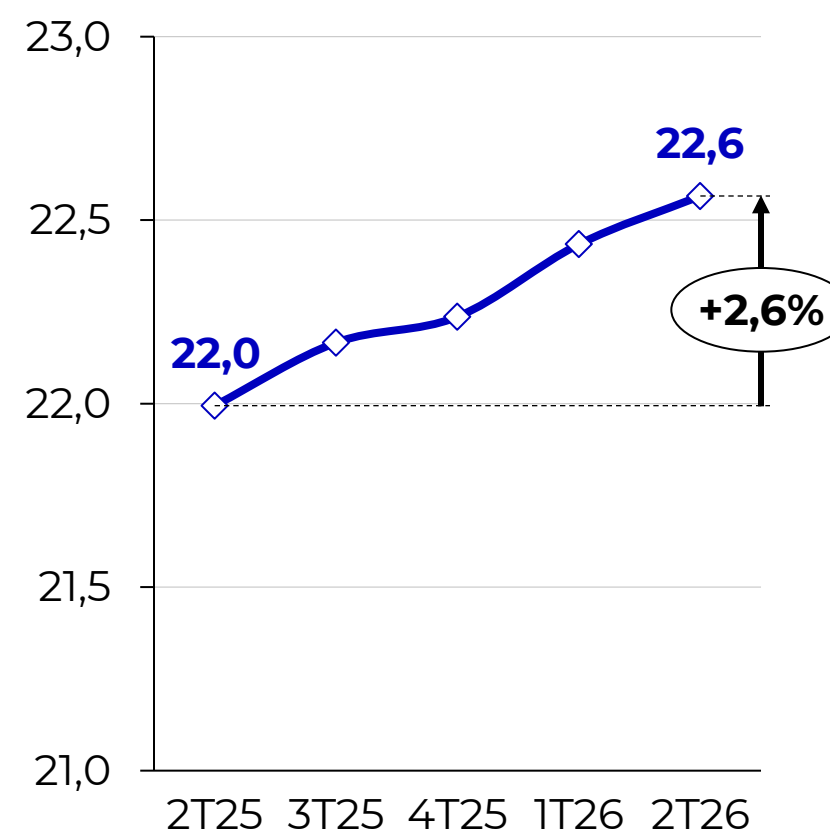
COMPOSIÇÃO DO CRESCIMENTO (variação % 2T26 vs. 2T25)

 Lojas Novas/Fechadas  Mesmas lojas



BASE DE CLIENTES ATIVOS (em milhões)

 Total clientes  Cliente de cuidado contínuo (CCC)

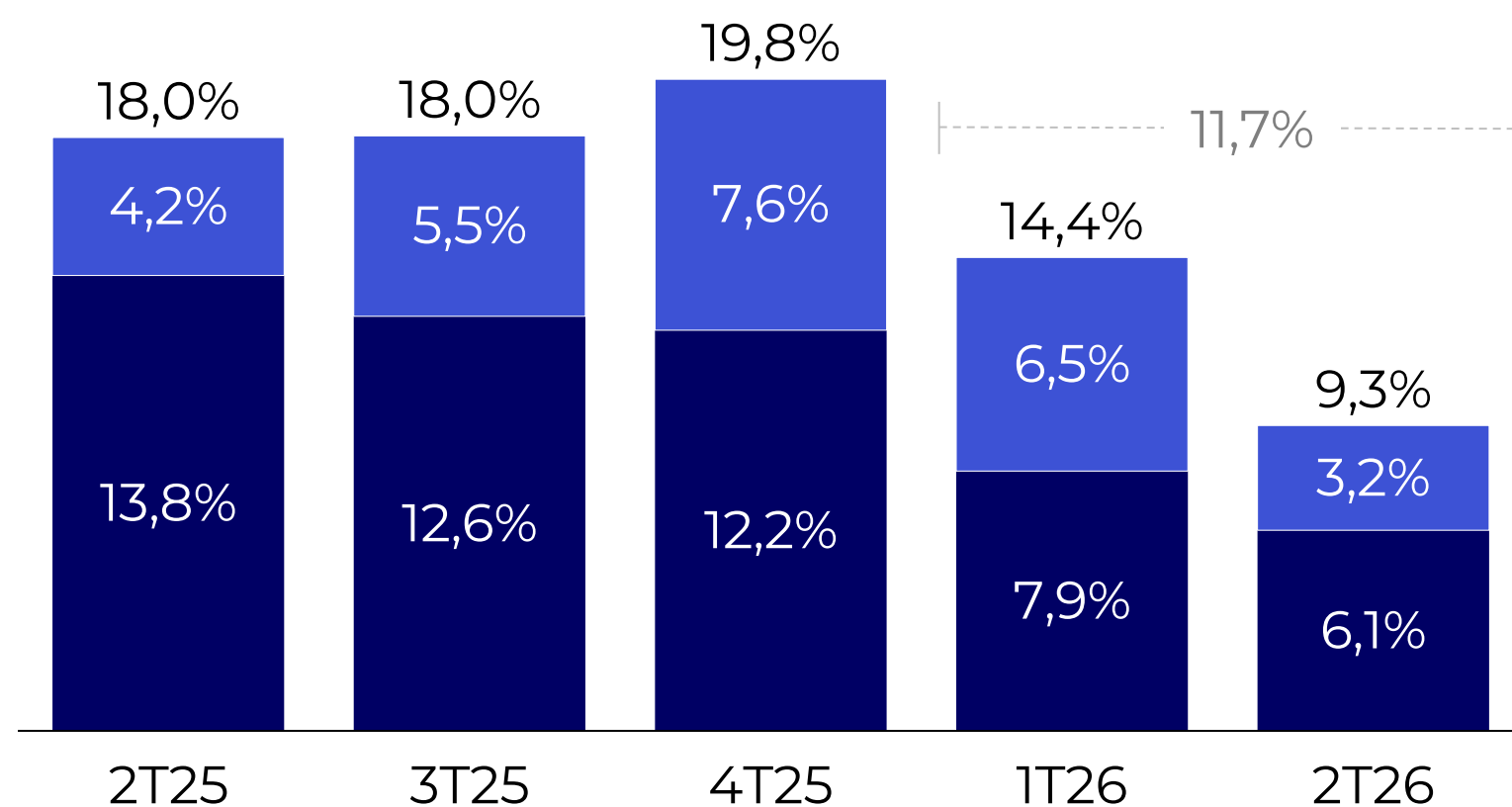


Evolução do Crescimento

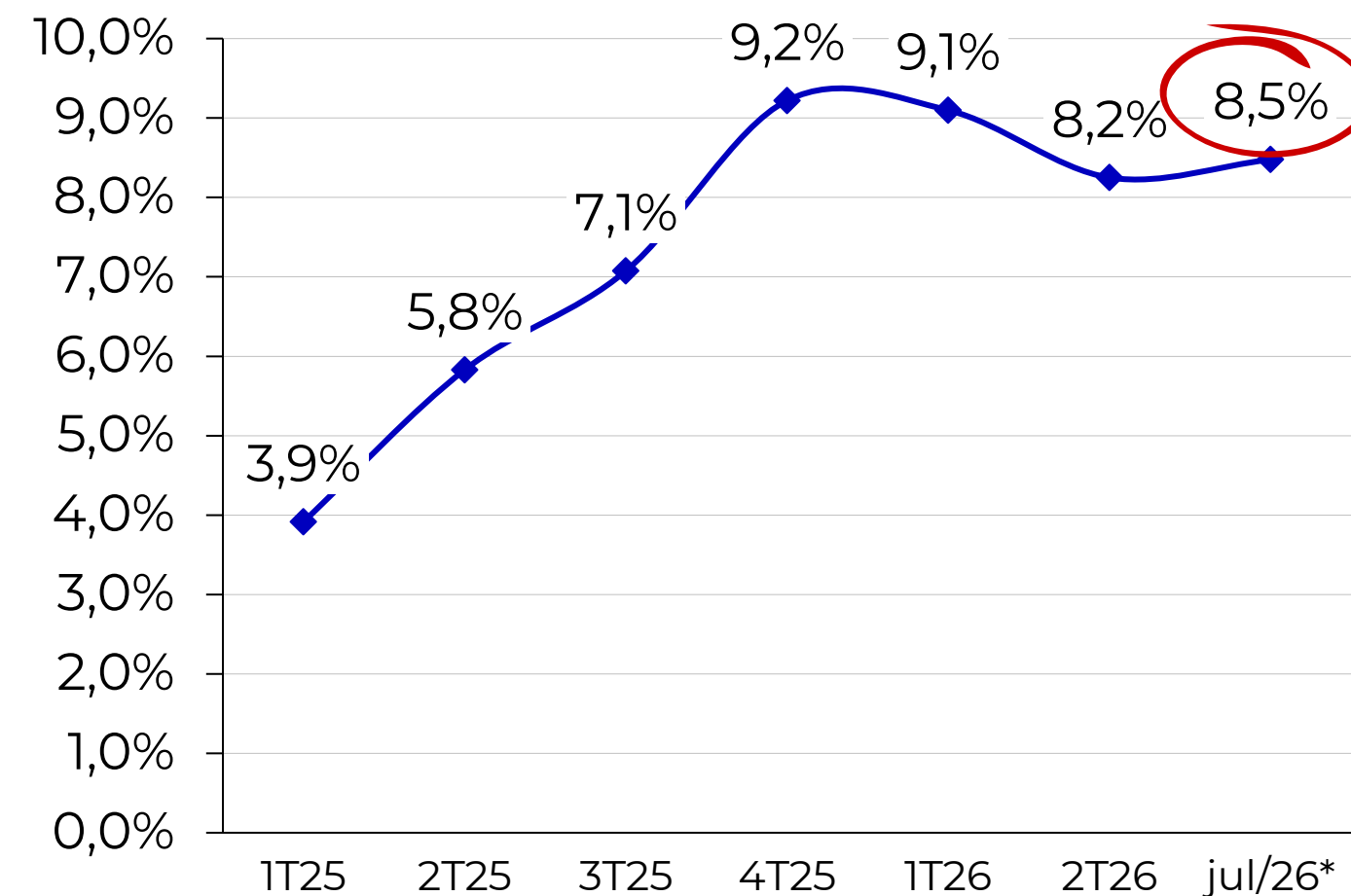
GLP-1 explica boa parte da desaceleração

CONTRIBUIÇÃO GLP-1 AO CRESCIMENTO (variação % anual)

■ Contribuição GLP-1 ■ Demais categorias



PARTICIPAÇÃO GLP-1 NAS VENDAS (% da receita bruta)



* Dados de jul/26 até dia 29/07.

Tendência GLP-1

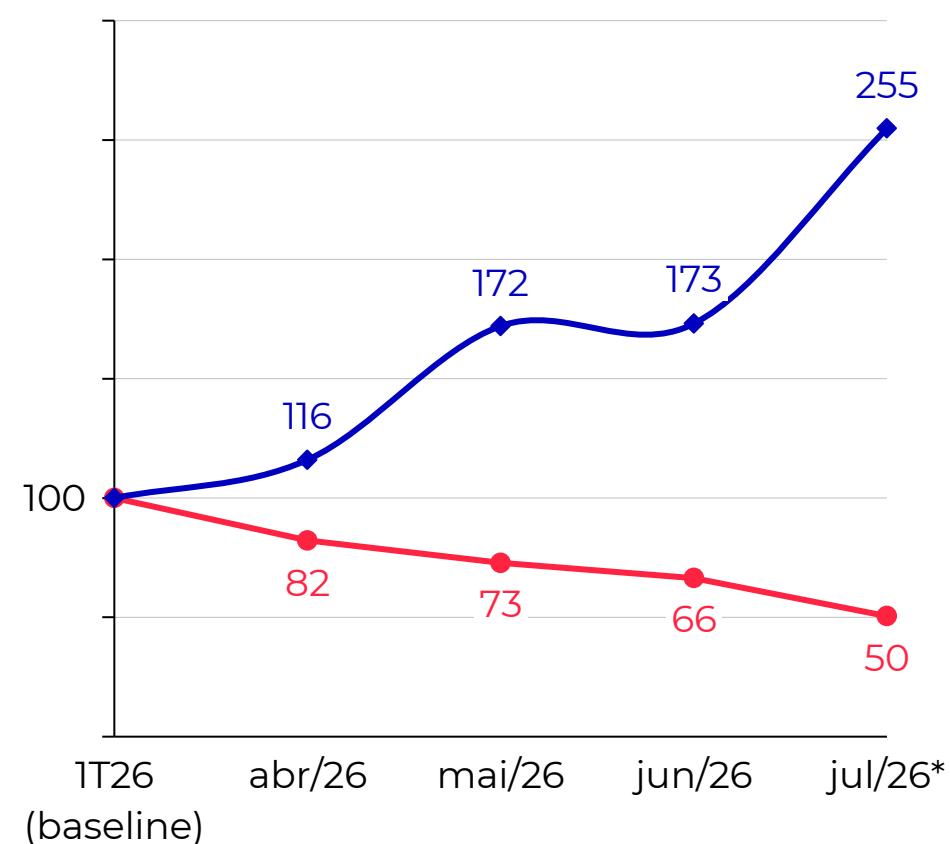
Observamos um ponto de inflexão no 2T26, com forte elasticidade pós reduções de preço



ELASTICIDADE SEMAGLUTIDA

(1T26 = base 100)

● Preço Médio ● Vendas (qtd/dia)



-50%
preço

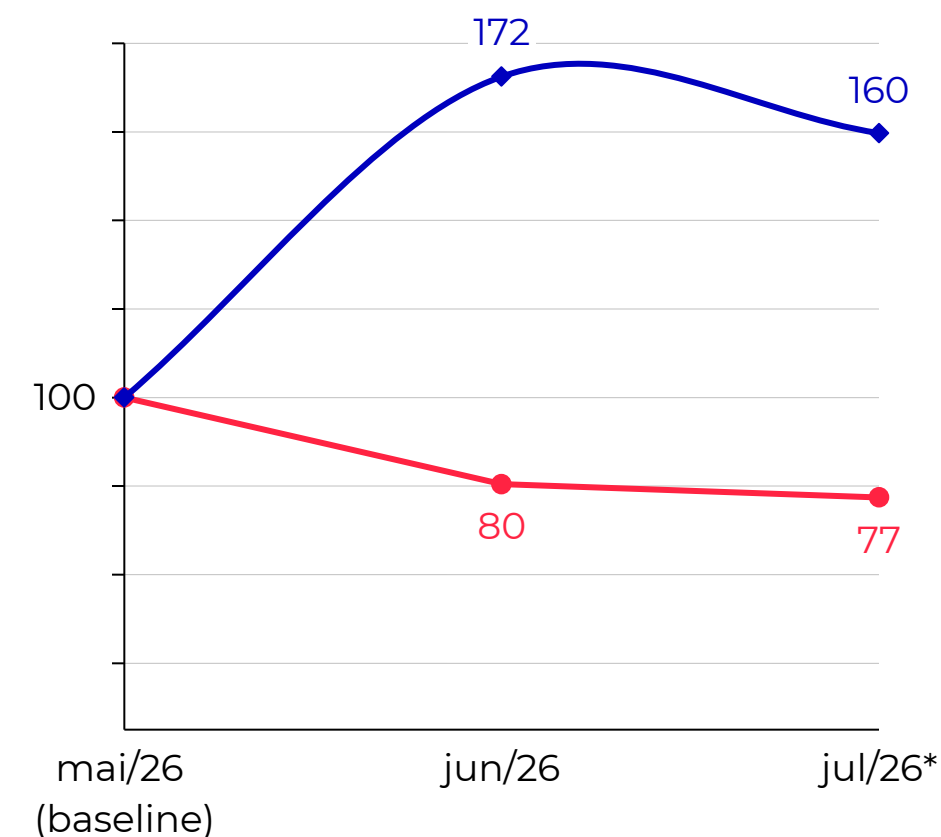
+155%
volume



ELASTICIDADE TIRZEPATIDA¹

(mai/26 = base 100)

● Preço Médio ● Vendas (qtd/dia)



-23%
preço

+60%
volume

Dados de jul/26 até dia 29/07.

¹ Considera apenas as dosagens de 10mg, 12,5mg e 15mg, que contaram com as maiores reduções de preço.

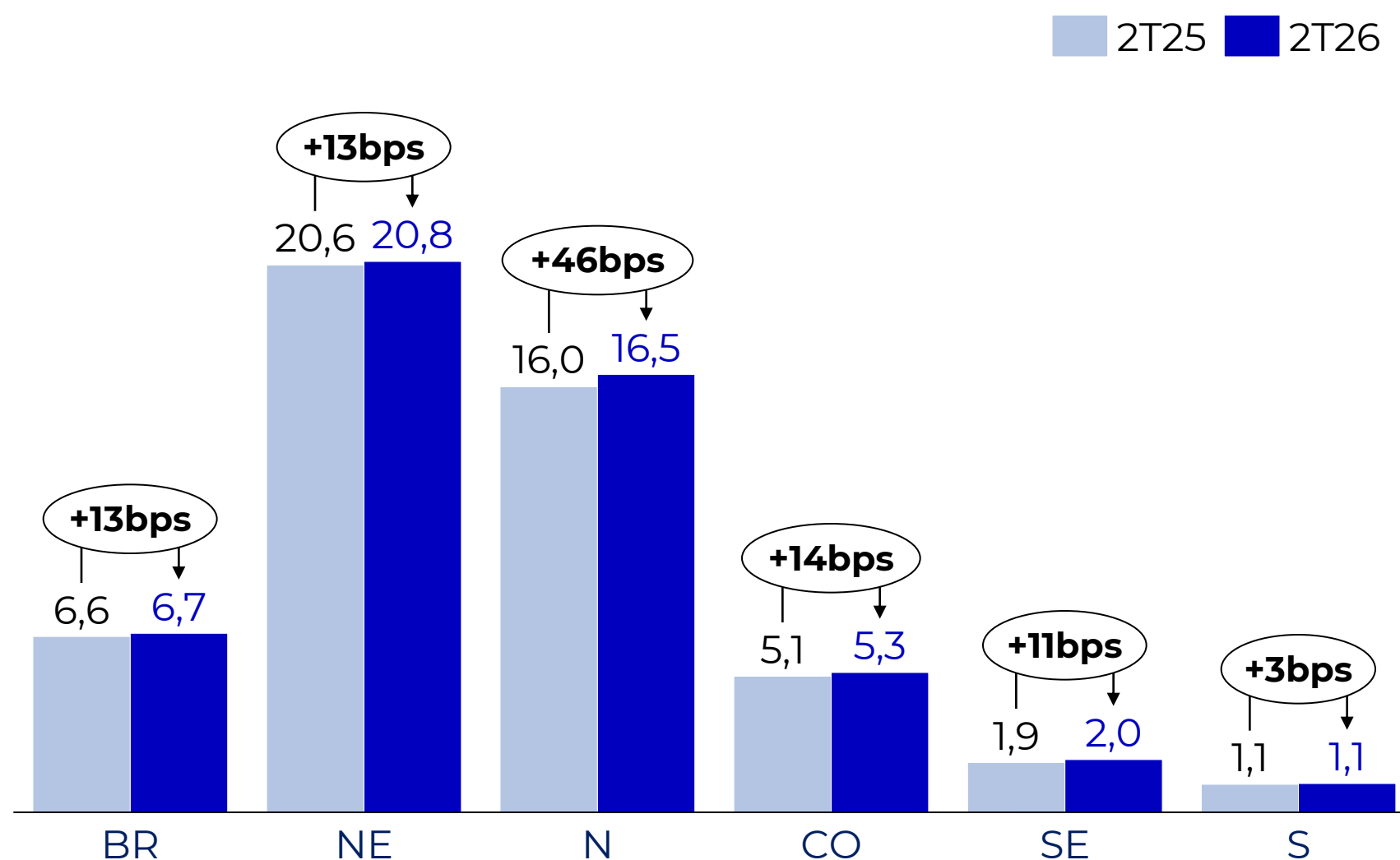
Market Share

Seguimos crescendo consistentemente acima do mercado



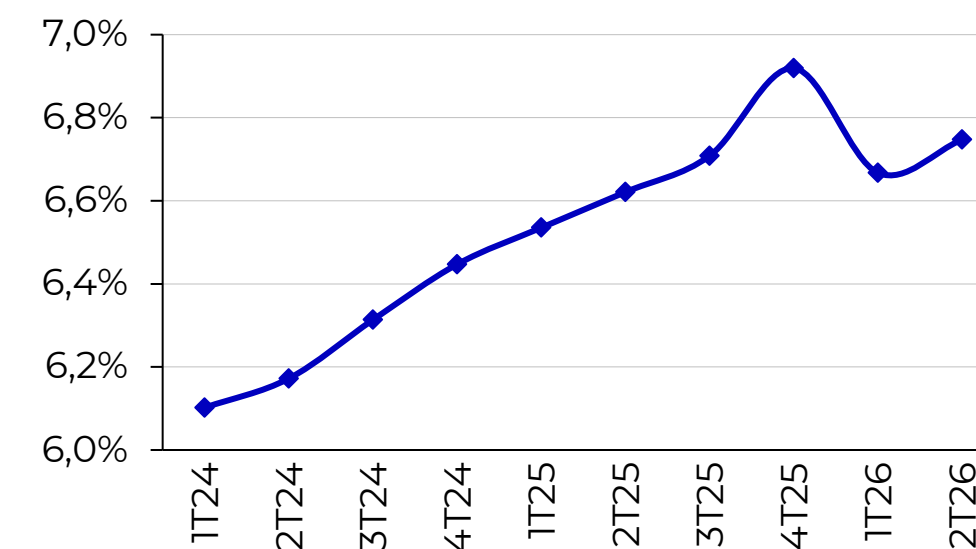
MARKET SHARE POR REGIÃO

(% do mercado total)



EVOLUÇÃO MARKET SHARE

(% do mercado total)



- **11º trimestre consecutivo** com crescimento acima do mercado;
- Ganho de *share* em **todas as regiões**;
- Crescimento em **mesmas lojas**;

Crescimento de Volume

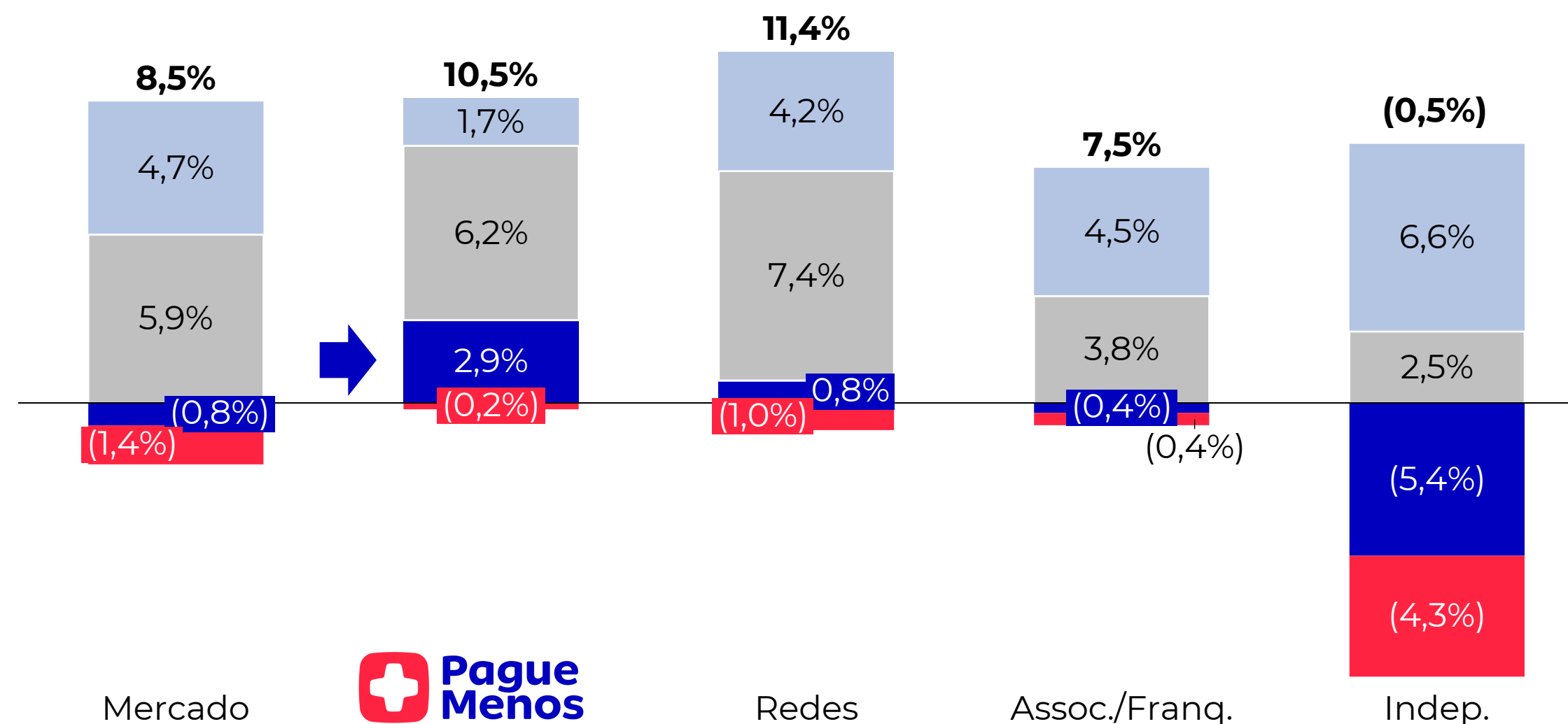
Composição do nosso crescimento segue melhor que a de concorrentes



CRESCIMENTO¹ POR GRUPO

(var. % 2T26 vs. 2T25)

- Lojas Novas
- Preço Médio do Mix
- Volume
- Lojas Fechadas



Fonte: IQVIA

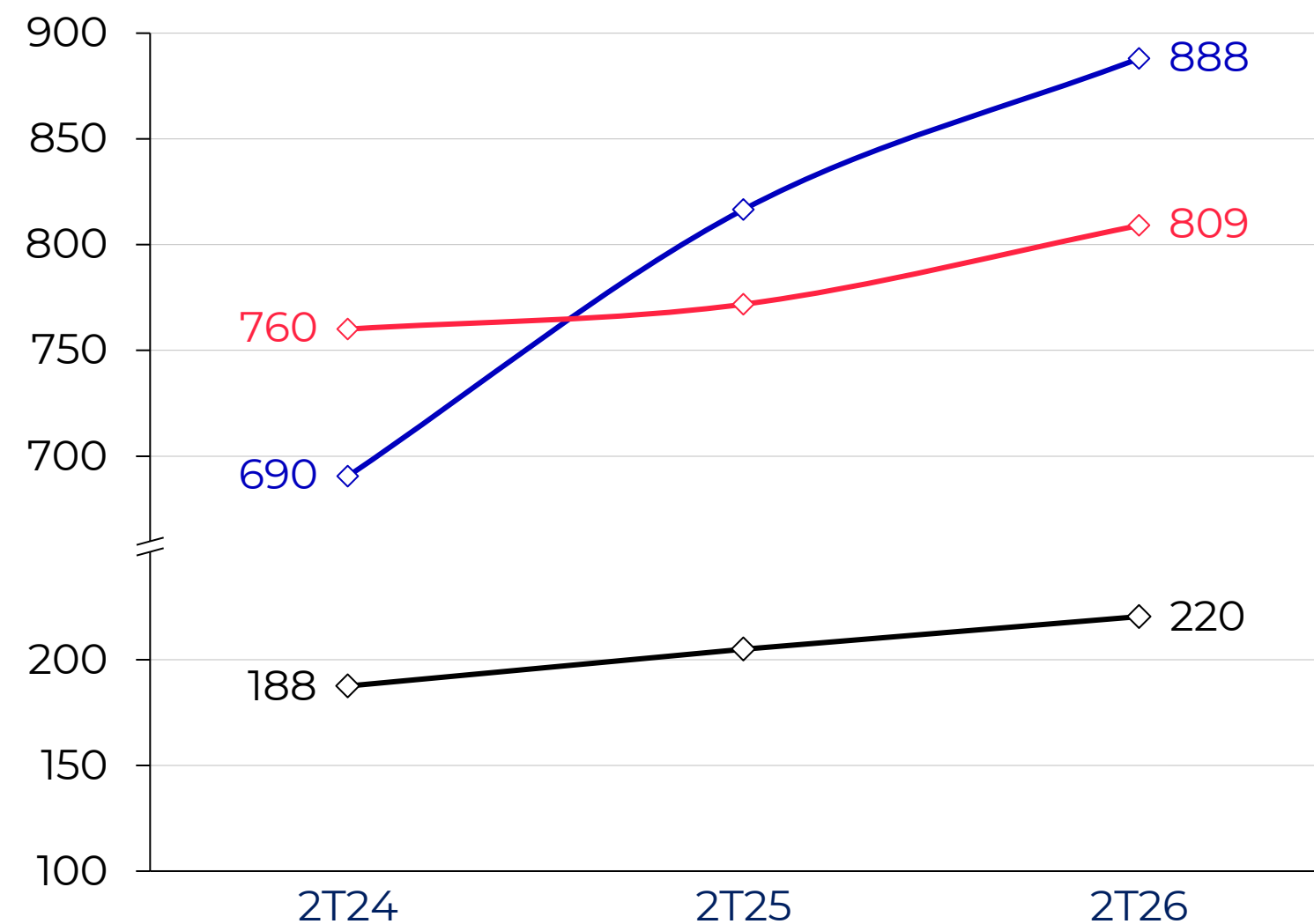
¹ Metodologia IQVIA normaliza preços de venda entre os players, fazendo com que o crescimento em R\$ CPP possa divergir do efetivamente realizado. Lojas novas considera lojas abertas nos últimos 24 meses

Crescimento Venda Média por Loja

Seguimos ampliando o gap vs. a média da Abrafarma

VENDA MÉDIA¹ MENSAL POR LOJA (R\$ mil)

—◇— Pague Menos
—◇— Abrafarma²
—◇— Mercado Total



Δ
(2T26 vs. 2T25)

+8,7%

+4,8%

+7,5%

Δ
(2T26 vs. 2T24)

+28,6%

+6,4%

+17,5%

Fonte: IQVIA

¹ Metodologia IQVIA normaliza preços de venda entre os players, fazendo com que o crescimento em R\$ CPP possa divergir do efetivamente realizado.

² A ABRAFARMA (Associação Brasileira de Redes de Farmácias e Drogarias) reúne 29 redes associadas — entre elas as maiores do país — e representa o varejo farmacêutico junto a reguladores e demais agentes do setor.

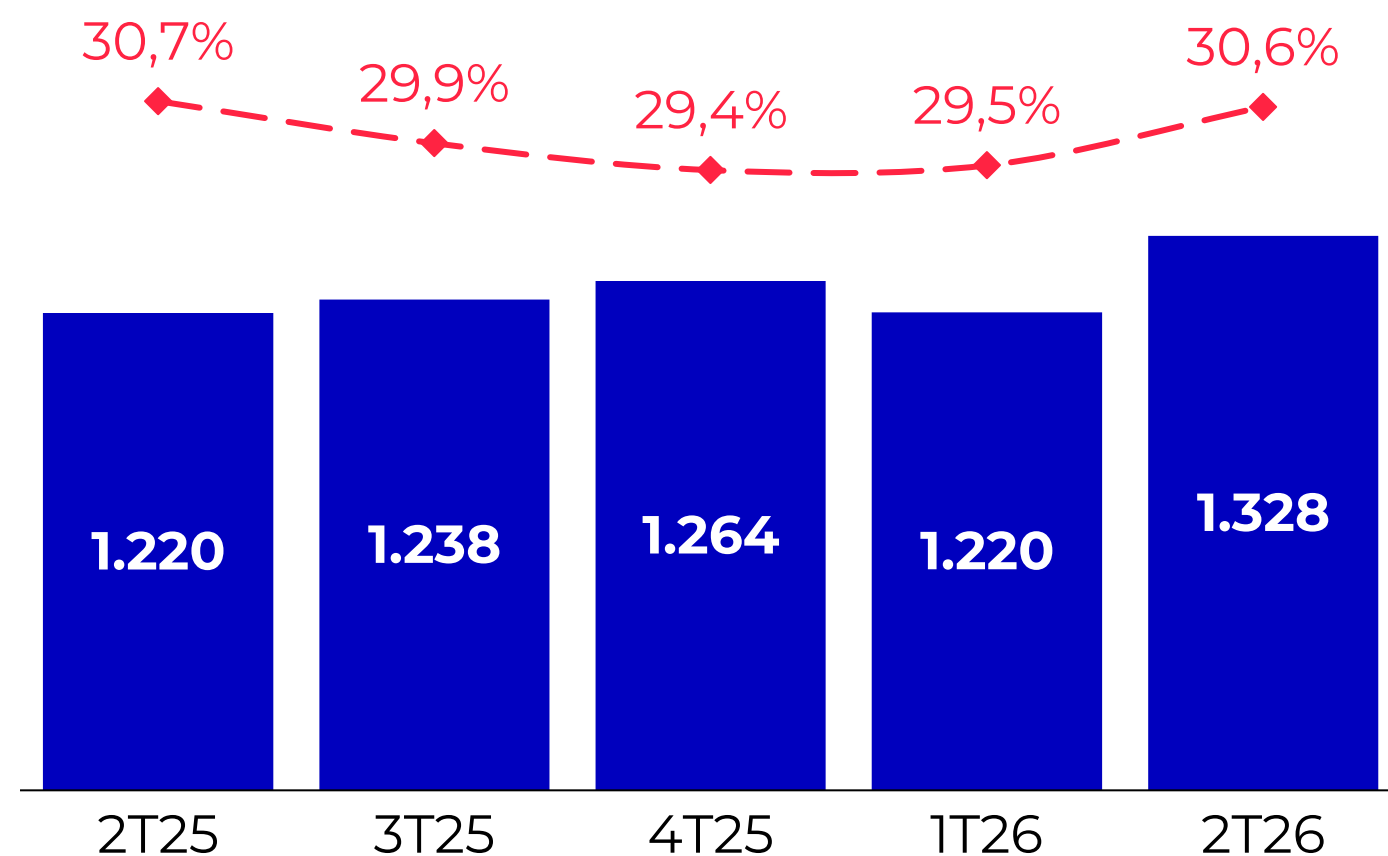
Lucro e Margem Bruta

Trimestre de pressão pontual na margem bruta, parcialmente compensada por ganhos de eficiência



LUCRO BRUTO

(R\$ milhões e % da receita bruta)



- Menores ganhos com **pré-alta** (-0,2p.p.);
- Oscilação no **ajuste a valor presente** (-0,3p.p.);
- Redução com **perdas de estoques** (+0,3 p.p.);
- Melhores **condições comerciais** (+0,1 p.p.);

Despesas Operacionais

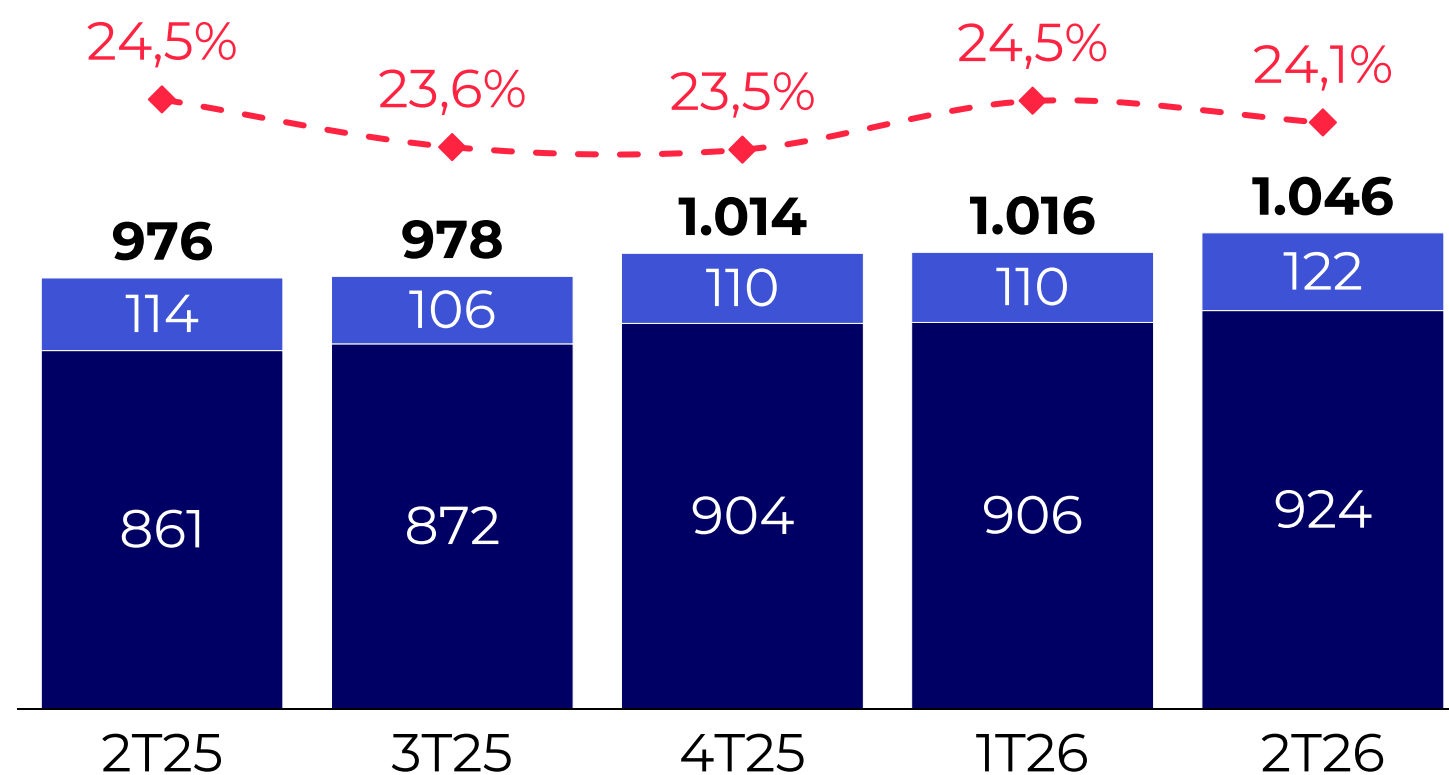
Alavancagem operacional com diluição de 0,4p.p. nas despesas com vendas



DESPESAS OPERACIONAIS

(R\$ milhões e % da R.B.)

■ Despesas G&A ■ Despesas com Vendas - ◆ - % RB

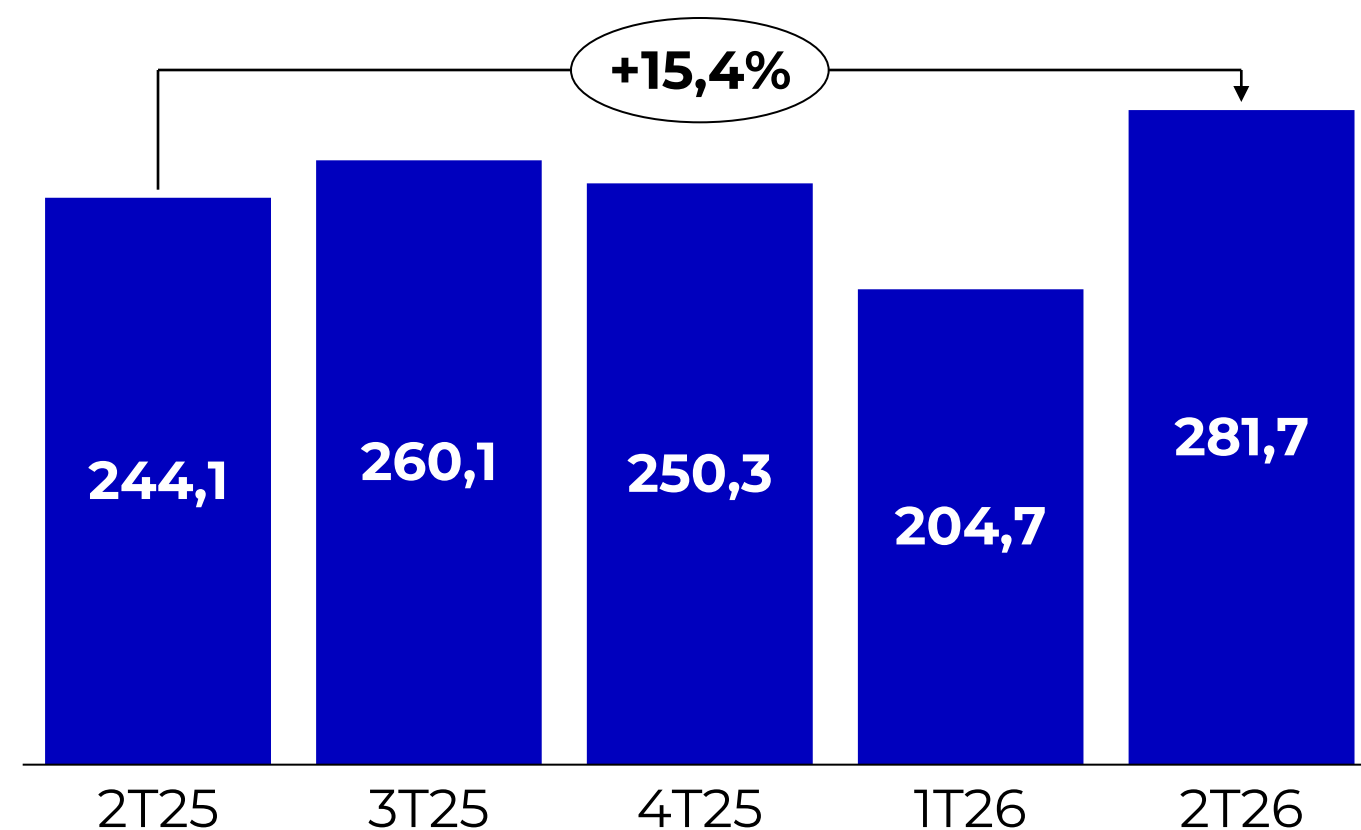


- Despesa por loja **crescendo próximo à inflação** (4,9% vs. 2T25);
- Aumento de despesas com manutenção e digital compensadas com centralização de negociações (**bids em fretes e aquisição**);
- G&A crescendo +6,6% vs. 2T25, refletindo **reforço da estrutura corporativa**;

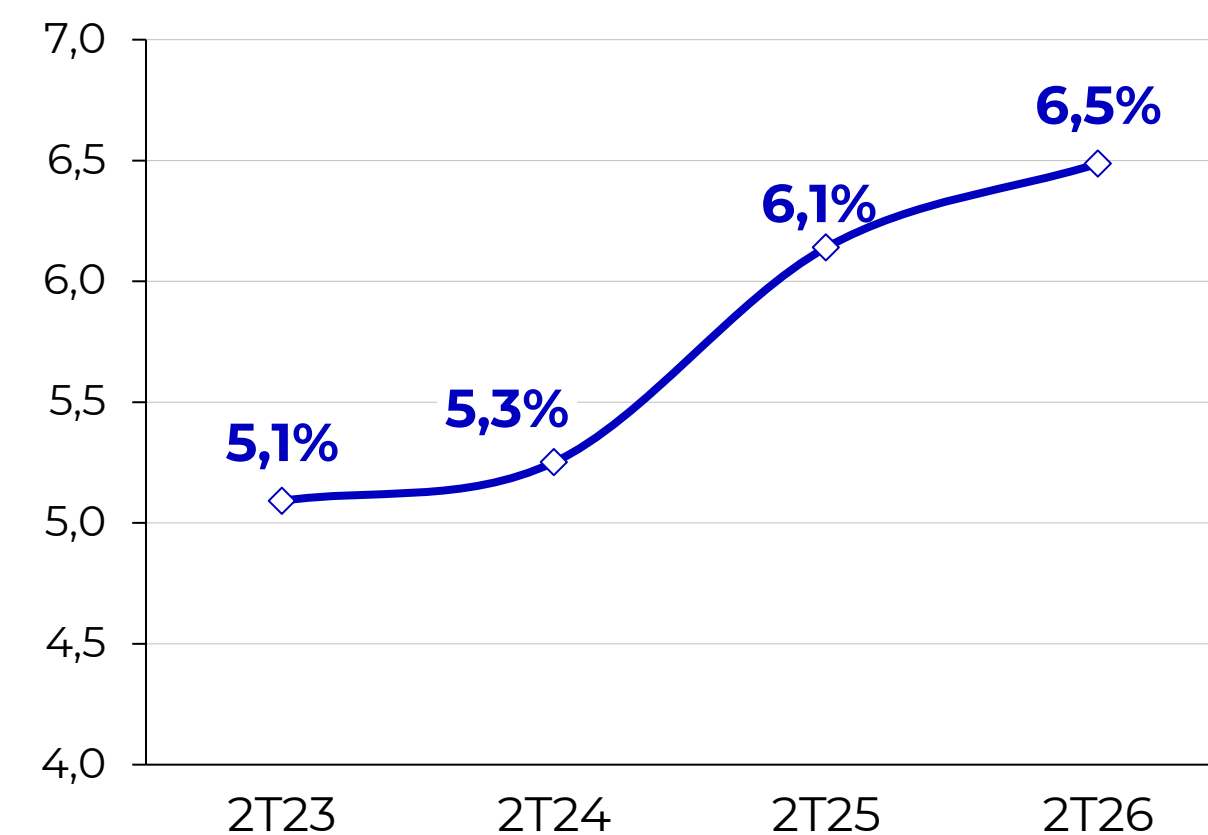
EBITDA

Recorde de rentabilidade, com margem EBITDA de 6,5%

 **EBITDA AJUSTADO**
(R\$ milhões)



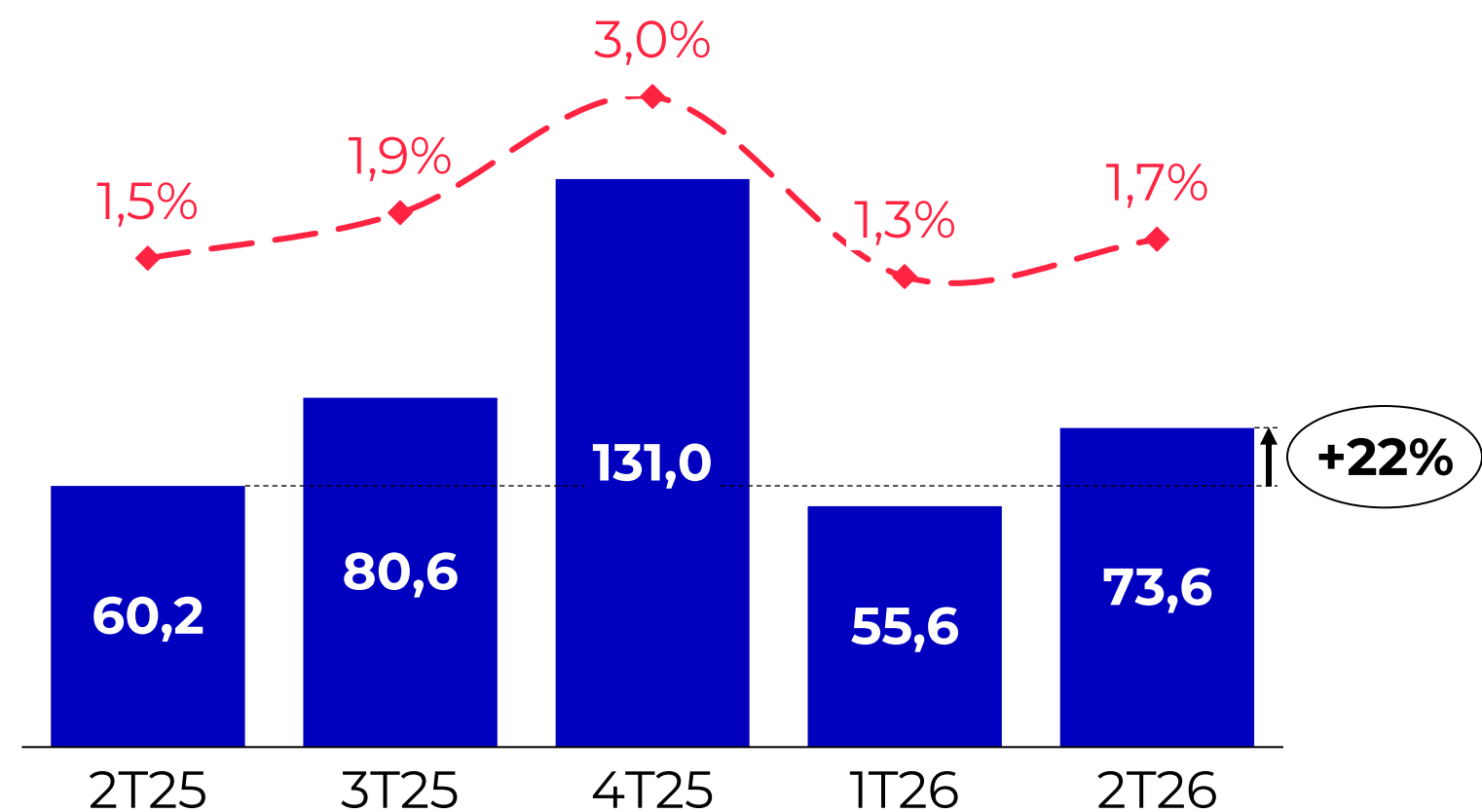
 **EVOLUÇÃO MG. EBITDA**
(% da receita bruta)



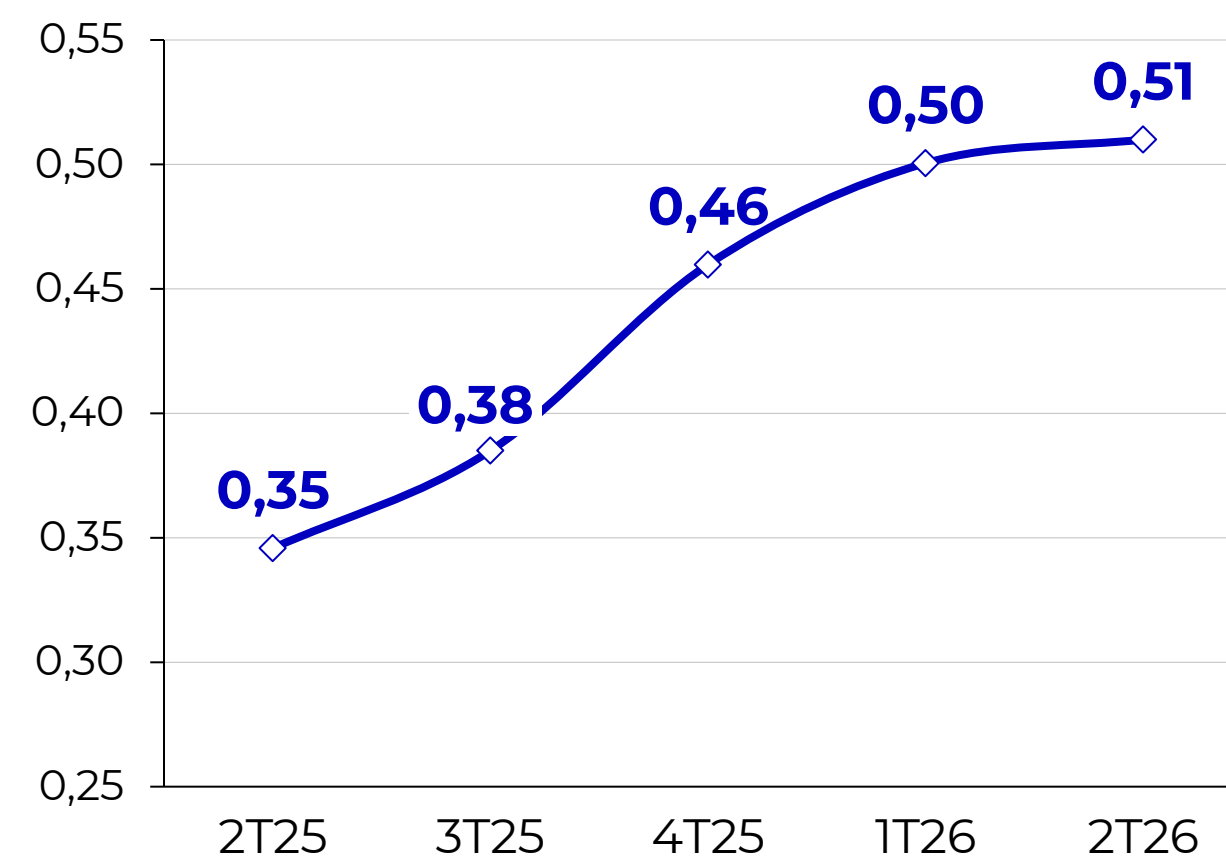
Lucro Líquido

Crescimento de 22,2% no lucro líquido, mantendo a trajetória de rentabilidade

LUCRO LÍQUIDO AJ. (R\$ milhões e % da R.B.)



LUCRO POR AÇÃO¹ (LTM) (R\$ por ação)



Nota: Métricas ex-IFRS 16.

¹ Lucro por ação calculado dividindo a soma do lucro líquido do últimos 12 meses pela média de ações livres da companhia

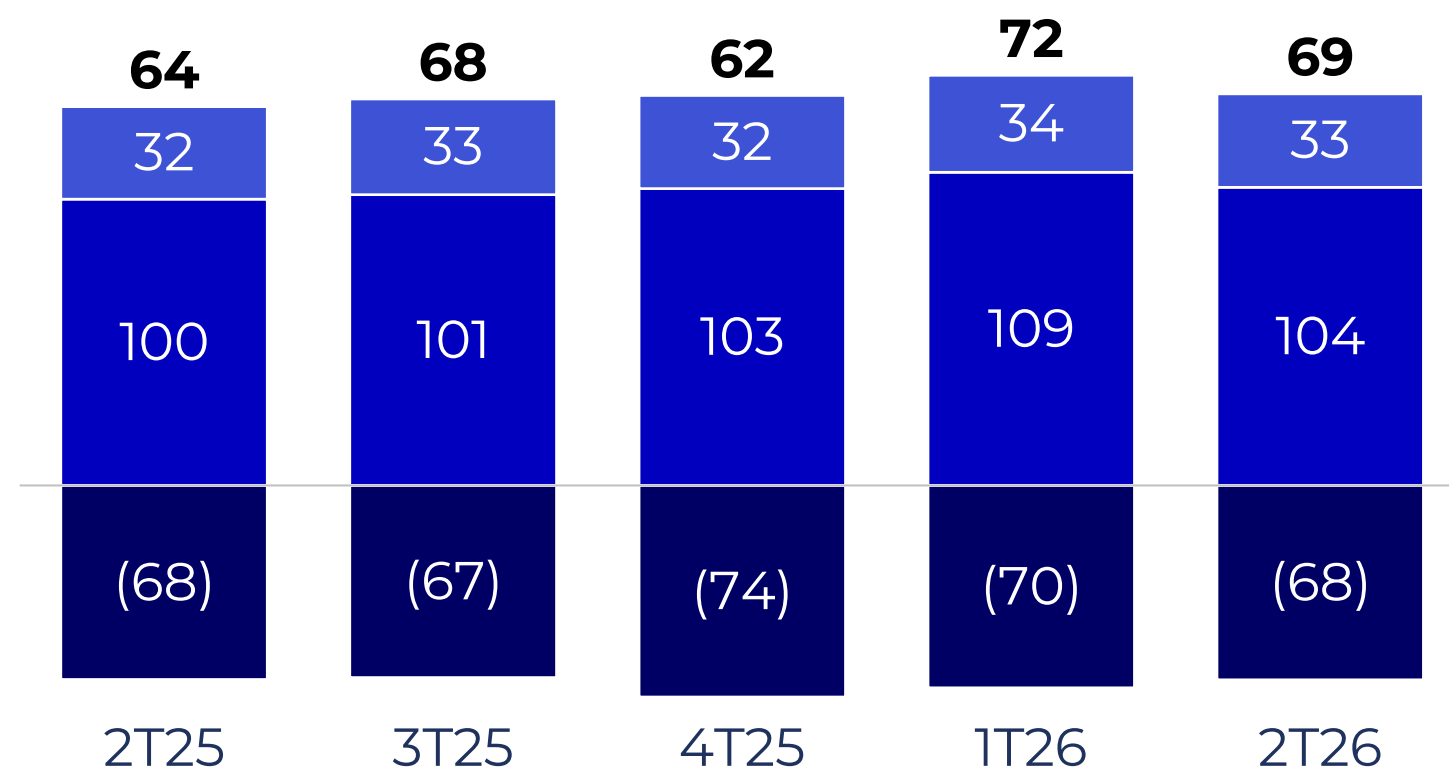
Ciclo de Caixa

Melhoria em estoques, ainda pressionados pela abertura de novo centro de distribuição



CICLO DE CAIXA OPERACIONAL¹ (em dias)

■ Contas a Receber ■ Estoques ■ Fornecedores

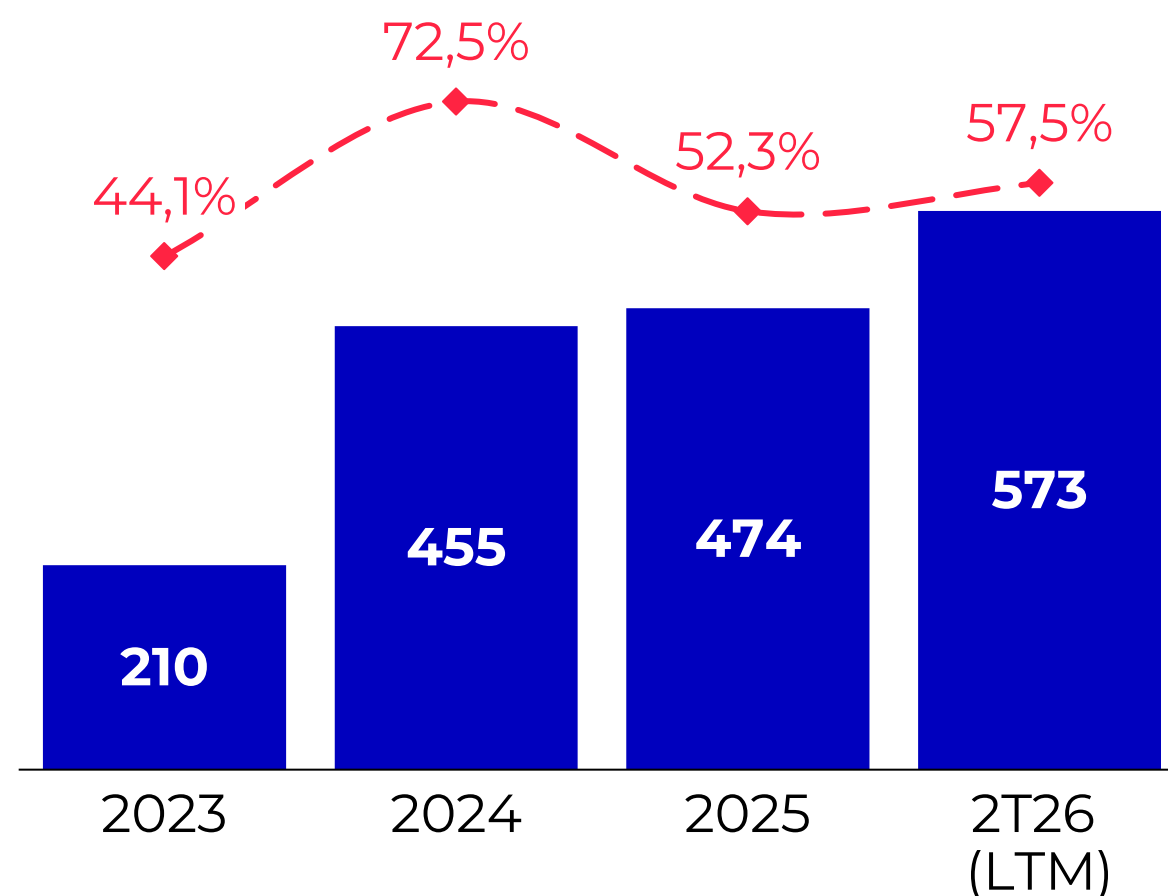


- **PMR:** +1 dia vs. 2T25, por maior mix de análogos de GLP-1;
- **PME:** +4 dias vs. 2T25, integralmente justificado pelo novo CD;
- **PMP:** Estável vs. 2T25, sem mudanças relevantes nas condições com a indústria;

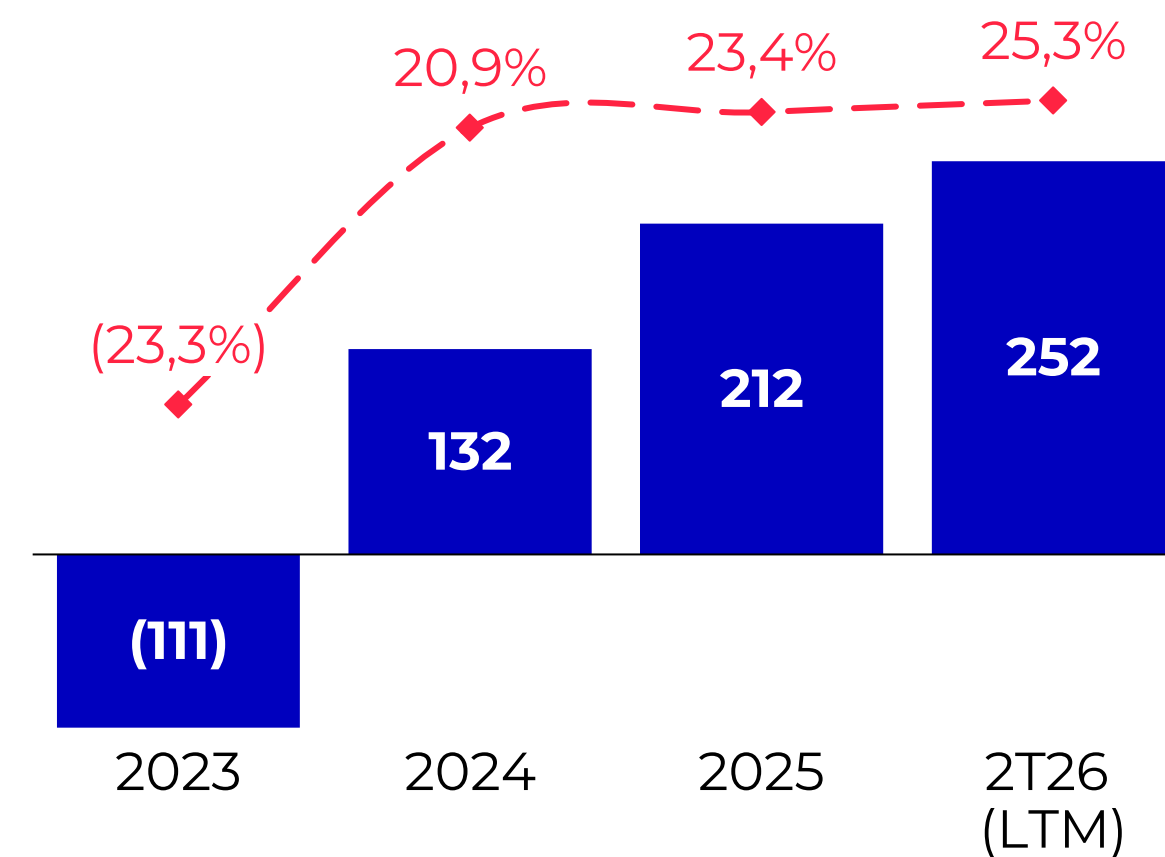
Fluxo de Caixa

Contínua melhoria na geração de caixa

FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL (em R\$ milhões e % do EBITDA)



FLUXO DE CAIXA LIVRE (em R\$ milhões e % do EBITDA)



Endividamento

Seguimos disciplinados na alocação de capital, garantindo progressiva desalavancagem financeira



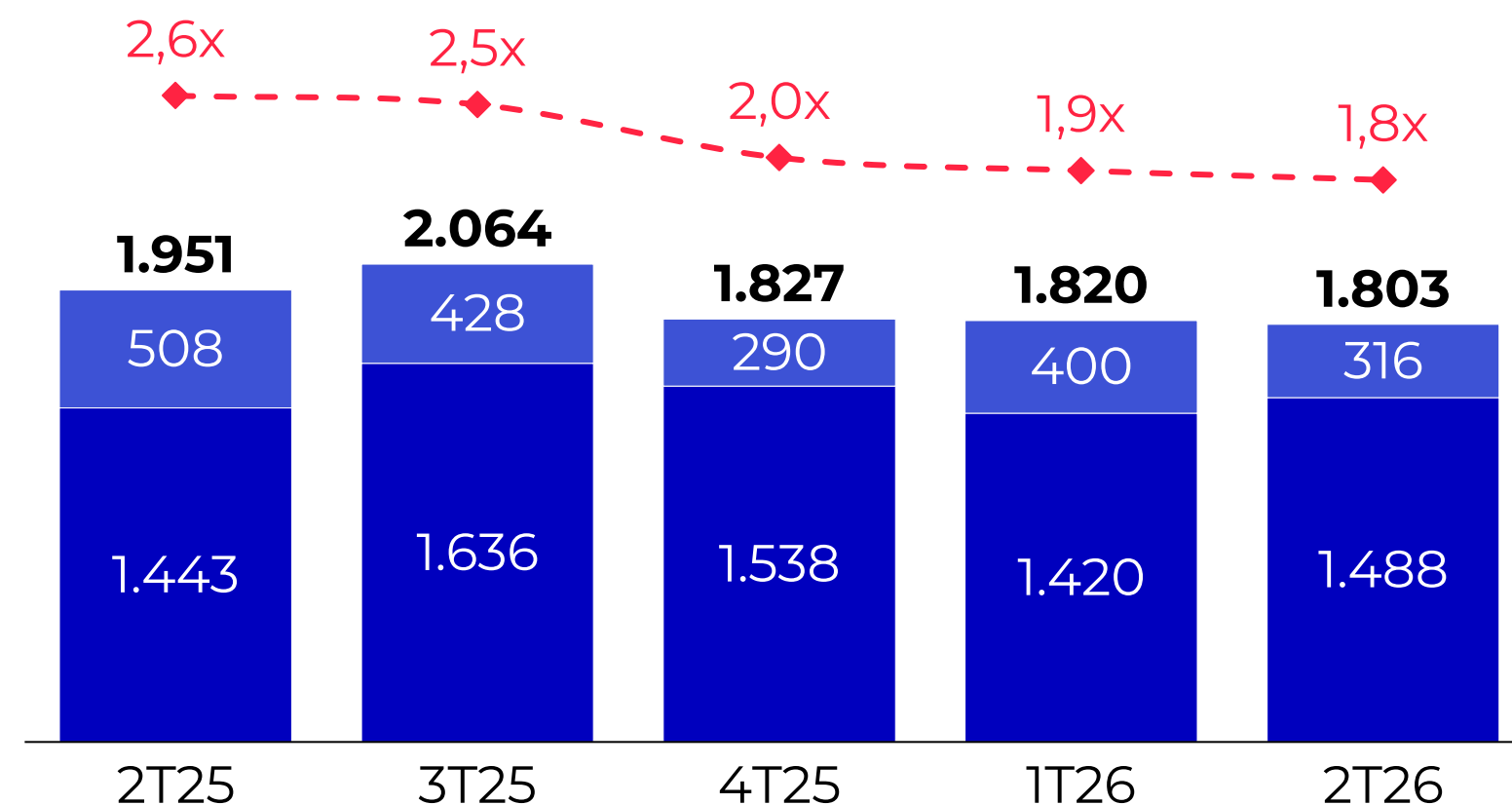
DÍVIDA LÍQUIDA

(R\$ milhões e múltiplo de EBITDA)

— ◆ — Dívida líquida total / EBITDA

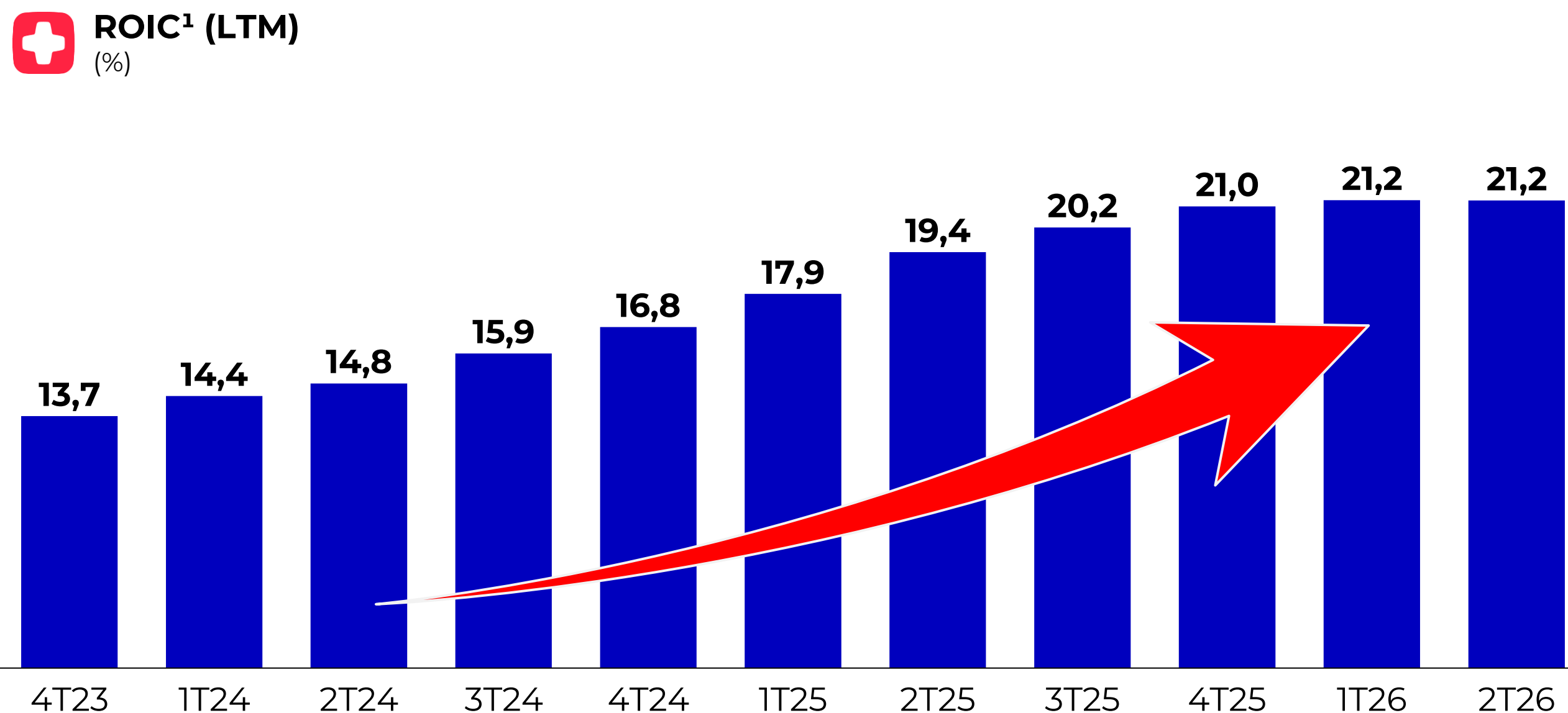
■ Dívida líquida bancária

■ Antecipação recebíveis



- **12º trimestre consecutivo** de desalavancagem;
- **Redução de 0,1x** vs. 1T26;
- **Redução de 0,8x** vs. 2T25;
- **Redução de 3,8x** vs. o pico registrado no 1T23.

Manutenção do nível de retorno em patamar recorde, apesar de pressões pontuais no capital de giro



¹ Metodologia de cálculo considera o NOPAT (ex-despesas gerais e administrativas) acumulado nos últimos 12 meses pós impostos (IR = 34%) dividido pelo capital investido médio nos últimos quatro trimestres (capital de giro normalizado + ativo fixo).

Entregas, Tendências e Prioridades

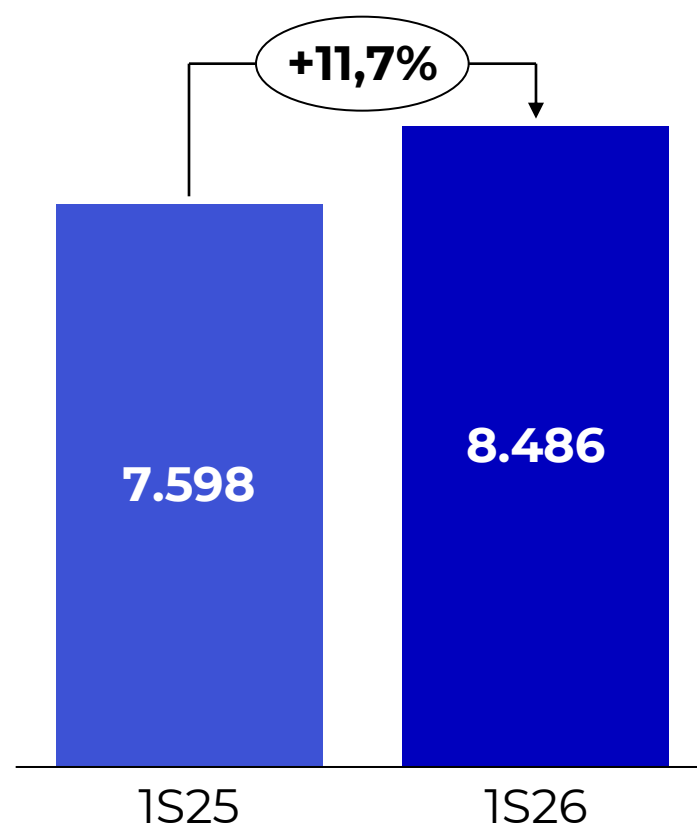
Jonas Marques, CEO



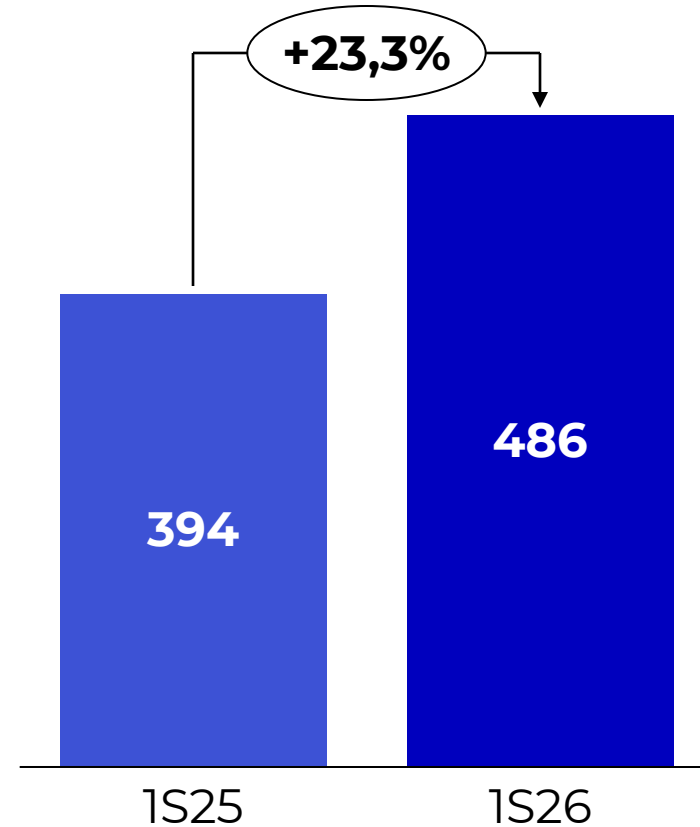
Entregas 1º Semestre

Resultados da primeira metade do ano evidenciam nossa evolução

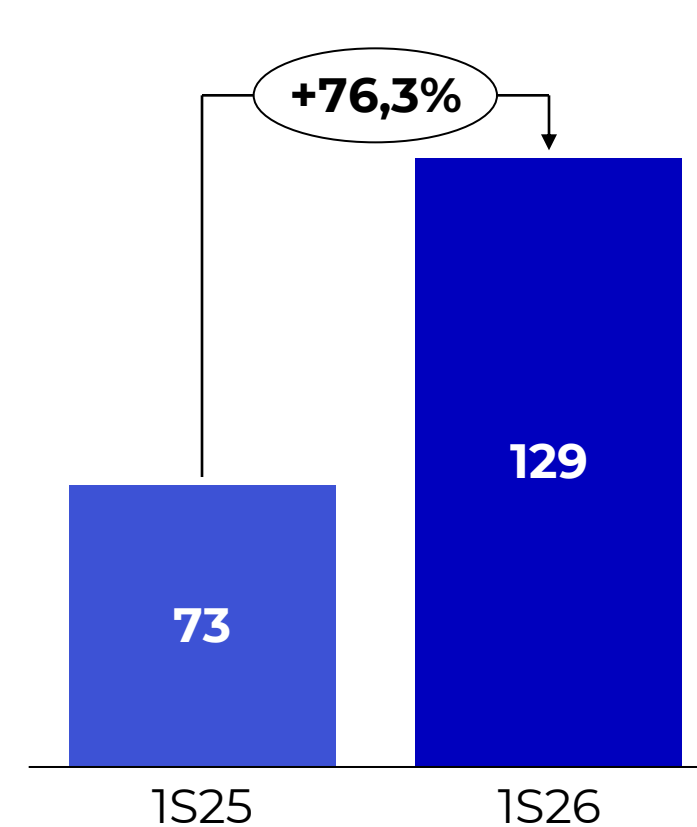
 **RECEITA BRUTA**
(R\$ milhões)



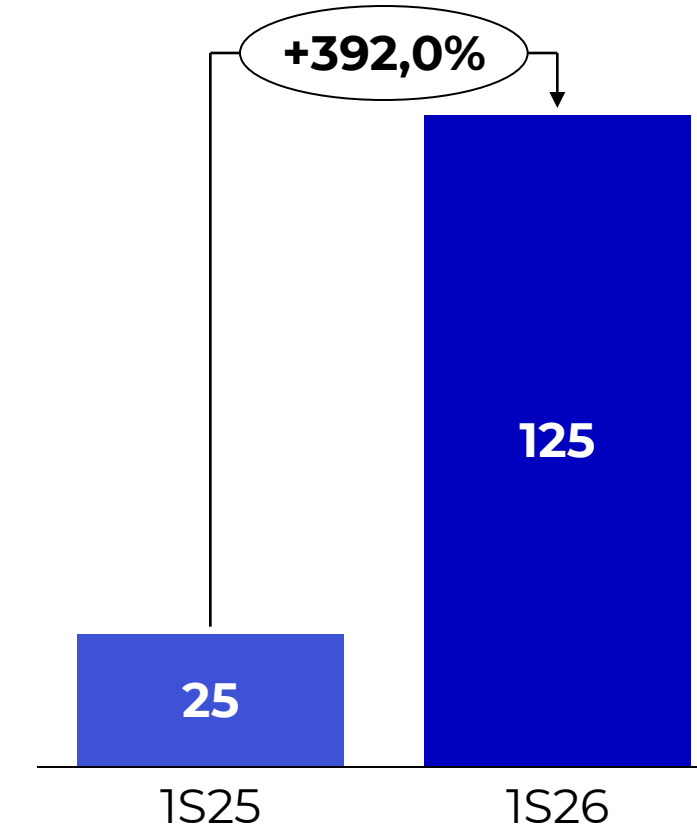
 **EBITDA AJ.**
(R\$ milhões)



 **LUCRO LÍQUIDO**
(R\$ milhões)



 **FLUXO DE CAIXA OPERACIONAL** (R\$ milhões)



Consistência e Foco Estratégico

Boas perspectivas para os próximos trimestres



TENDÊNCIA DE RESULTADOS

- Contínuo crescimento de **market share**;
- Menores pressões em margem bruta e **captura de ganhos do novo CD**;
- Estabilização de despesas e **alavancagem operacional**;
- **Normalização de estoques** e monetização de créditos fiscais;



PRIORIDADES ESTRATÉGICAS

- UX **em canais digitais**;
- Aceleração gradual no ritmo de **abertura de lojas**;
- **Roll-out de projetos estruturantes** em marcas próprias, abastecimento e *pricing*;
- Captura de ganhos com os primeiros **use cases de IA**;



Q&A



Amor em cada cuidado.

RELAÇÕES COM INVESTIDORES

<http://ri.paguemenos.com.br>

ri@pmenos.com.br