

# Equity Summit

GRUPO  
**PROFARMA**



**PFRM**  
B3 LISTED NM

**DMVF**  
B3 LISTED NM

# GRUPO PROFARMA AOS 65 ANOS ...

## Liderança

- 2º maior distribuidor nacional;
- 11º maior rede de varejo farmacêutico.

## Setor Econômico

- Crescimento de mercado dado o envelhecimento da população;
- Oportunidade de consolidação;
- Crescimento de preço em linha com a inflação.

## Modelo de negócio consolidado

- Otimização logística;
- Expansão do mix de produtos;
- Ciclo de caixa do varejo.

65  
ANOS

**AQUISIÇÃO 4BIO**

*Maior M&A da história do  
Grupo Profarma*

# 2025: RETORNO AO MERCADO DE ESPECIALIDADES

- Nova avenida de crescimento em um mercado endereçável de **R\$ 57 bilhões** (*crescimento de 14% vs 2024*)
- Mercado em consolidação
- Em linha com estratégia de diversificação do Grupo
- Temos *expertise* nesse mercado
- Oportunidade de capturar sinergias
- Margens e retornos potenciais maiores



# 4BIO

# OVERVIEW DA OPERAÇÃO

# 4BIO

**Aquisição 100% das ações da 4BIO Medicamentos S.A.**, um dos maiores *players* do mercado de distribuição *non retail*, operando com hospitais, clínicas, estética, operadoras de saúde e pacientes.

**Enterprise Value (EV)** da Companhia, consolidando a posição de dívida e caixa: **R\$ 520 milhões**, sendo **R\$ 600 milhões** de preço base e **R\$ 80 milhões** de disponibilidades no balanço da Companhia.

Qualquer ajuste no preço de compra resultante da determinação de Caixa Líquido e Capital de Giro Líquido na Data de Fechamento deverá ser liquidado em dinheiro, de acordo com o mecanismo estabelecido no Contrato de Compra e Venda de Ações.

**Equity Value será pago em Reais em 6 parcelas: 1ª de R\$ 100 milhões** no Closing da operação; 5 anuais de **R\$ 100 milhões** cada, ajustadas pelo CDI acumulado.

**EV/EBITDA**

**EV/EBITDA**  
**10x**

Venda PFS (2022)

**EV/EBITDA**  
**7x**

Deal 4BIO (2026)

# RACIONAL DA AQUISIÇÃO 4BIO

**MERCADO DISTRIBUIÇÃO NON RETAIL  
CRESCER MAIS DO QUE O MERCADO DE  
DISTRIBUIÇÃO RETAIL**

**15% CAGR**

Mercado non retail  
2023-2025

**9% CAGR**

Mercado retail  
2023-2025

**6 p.p.**  
Variação

**ATIVO DE QUALIDADE E  
RECONHECIDO NO MERCADO**

- **R\$ 3,3 Bi** de faturamento
- **EBITDA AJUSTADO R\$ 72 MM**
- **+ 500** colaboradores

**POTENCIAL DE GANHO DE SHARE**

- **≅ 6%**

**KNOW HOW  
NO SETOR**



**TIME EXPERIENTE**

Combinação de times, potencializando execução

**SINERGIAS**

Backoffice, cross sales, categorias, benefícios tributários, logística...

**MARGENS E RETORNOS POTENCIAIS IGUAIS OU SUPERIORES AOS DA DISTRIBUIÇÃO RETAIL**

# 4BIO

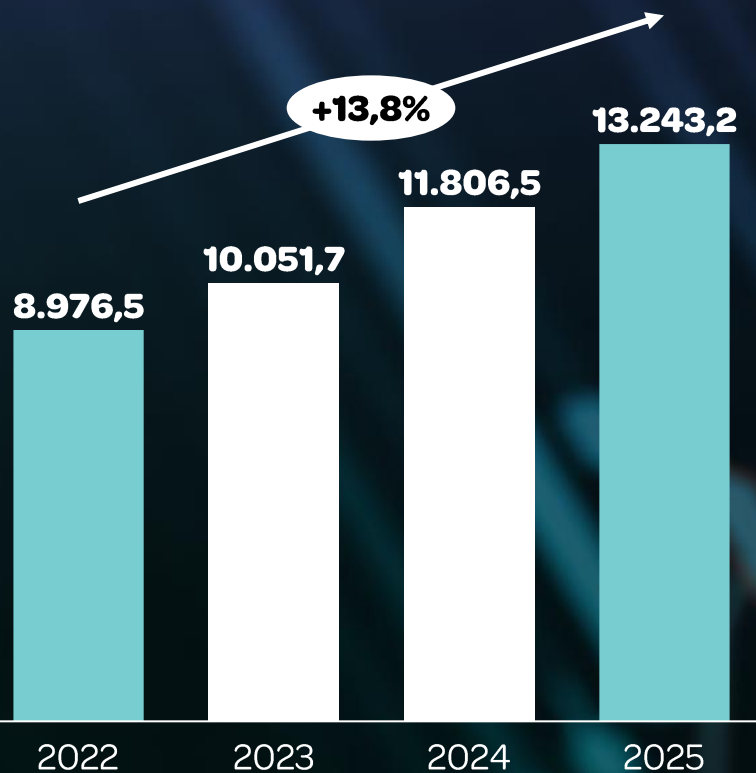
- **+ 20 anos** de mercado (10 anos sob gestão da RD Saúde);
- Um dos **principais players** no segmento institucional;
- **Pioneira e líder no relacionamento comercial** com operadoras de saúde;
- Atendimento a **pacientes, profissionais de saúde, clínicas e hospitais;**
- **4** Centros de Distribuição;
- Time de **Experts;**
- Relevância no **mercado aesthetics;**
- **+ 25k pacientes** crônicos de alta complexidade monitorados;
- Única empresa com **Certificação de Qualidade ISO 9001.**



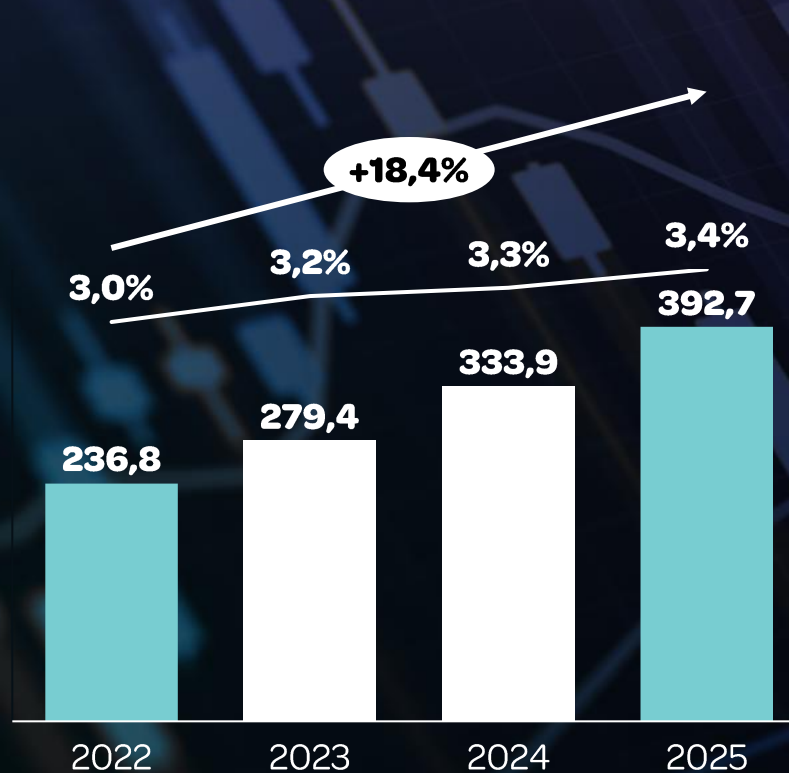
# DESTAQUES 2025

(Valores em R\$ milhões)

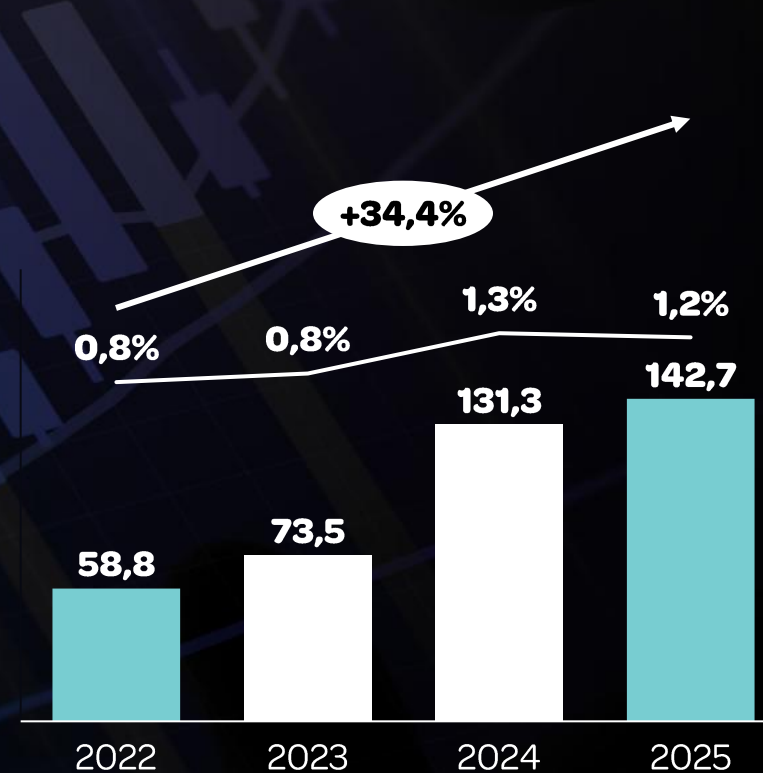
## RECEITA BRUTA



## EBITDA AJUSTADO



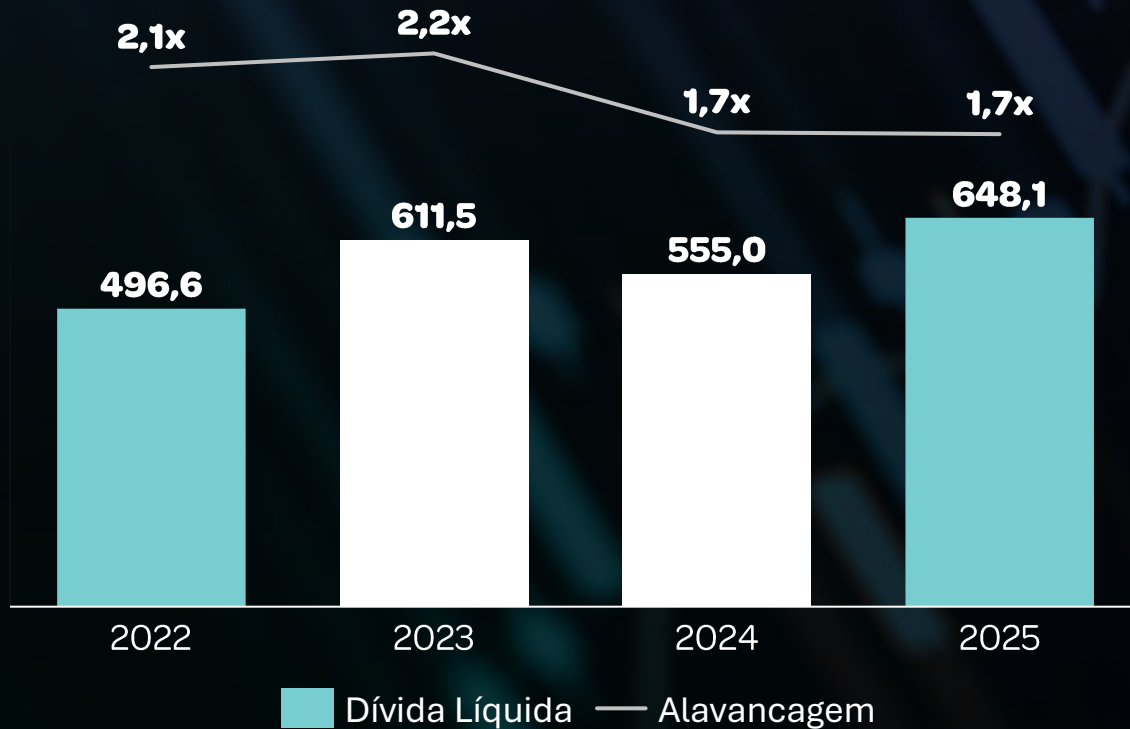
## LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO



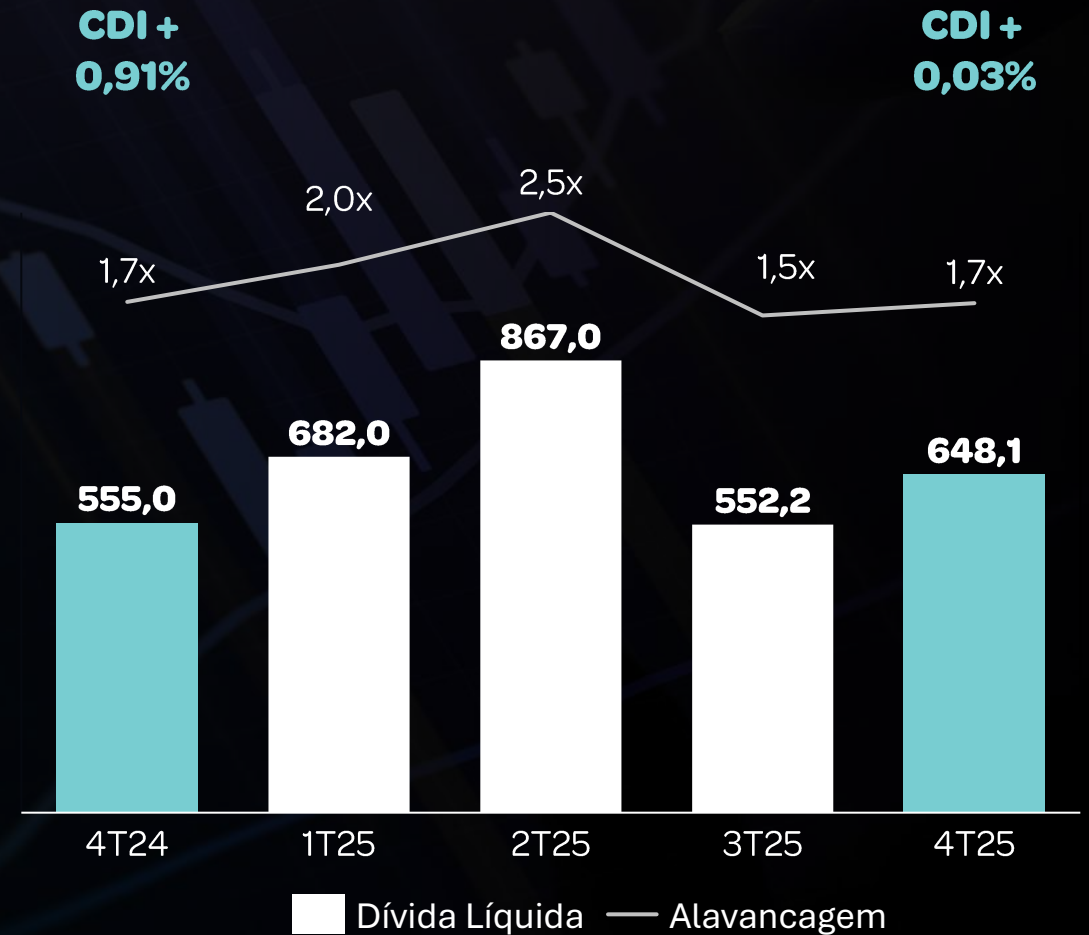
— % Receita Líquida

# DÍVIDA LÍQUIDA E ALAVANCAGEM

(R\$ milhões)

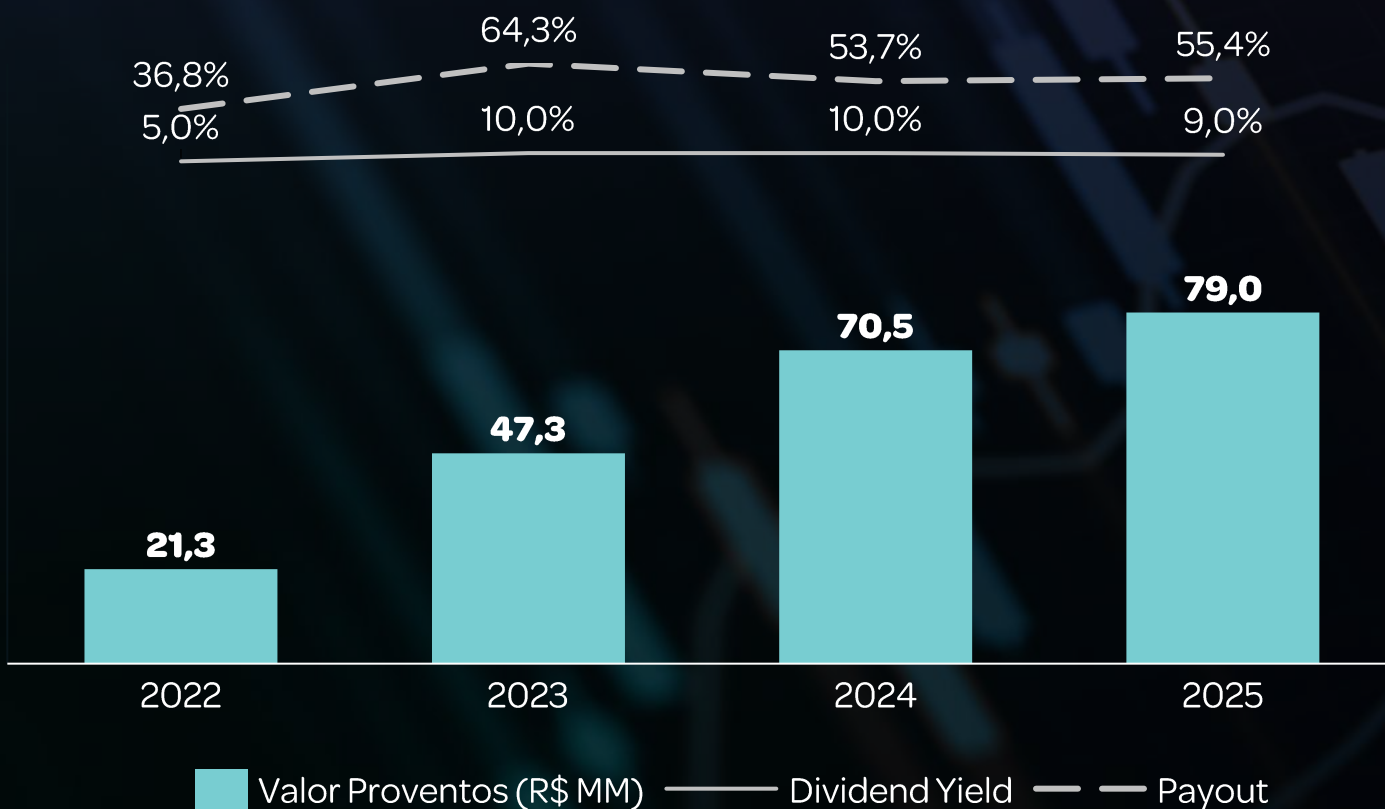


## Custo da dívida



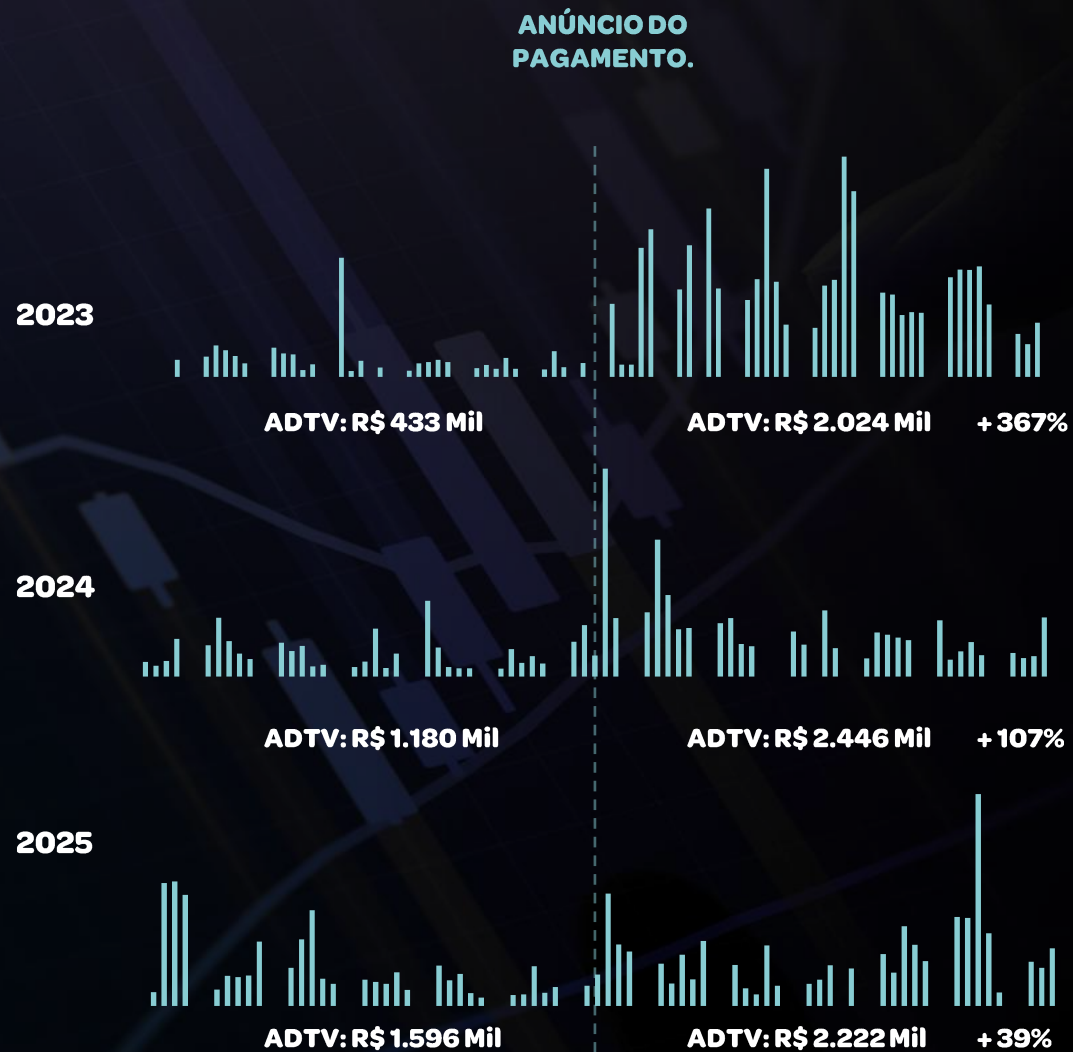
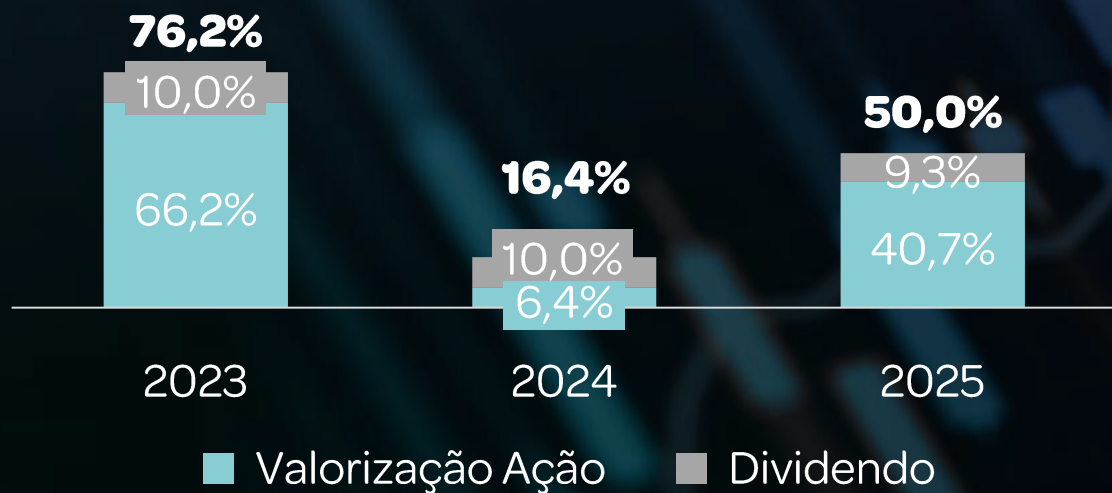
# COMPROMETIMENTO DO GRUPO COM A ESTRATÉGIA DE REMUNERAÇÃO DOS ACIONISTAS

(R\$ milhões)



- ✓ Maior distribuição de proventos dos últimos 4 anos;
- ✓ Terceiro ano consecutivo de pagamento com um *payout* acima dos 50%;
- ✓ Equilíbrio de interesses entre *stakeholders*: crescimento, geração de caixa, desalavancagem e pagamento de proventos.

# TOTAL SHAREHOLDER RETURN E VOLUME FINANCEIRO



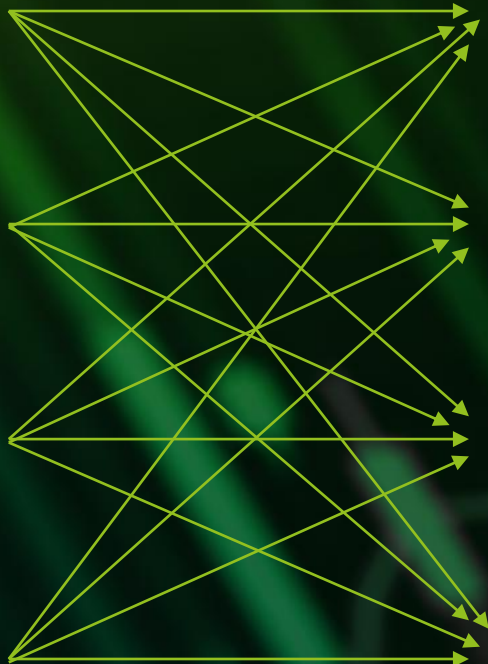
ADTV + 413,1% vs 2023  
Preço + 148,8% vs 2023



**PROFARMA**  
DISTRIBUIÇÃO

# RELEVÂNCIA DO DISTRIBUIDOR NA CADEIA

## INDÚSTRIA > PDV



**~1.090**  
FORNECEDORES  
(MERCADO)

**94K**

## INDÚSTRIA > DISTRIBUIDOR > PDV



**~300**  
FORNECEDORES  
(PROFARMA)



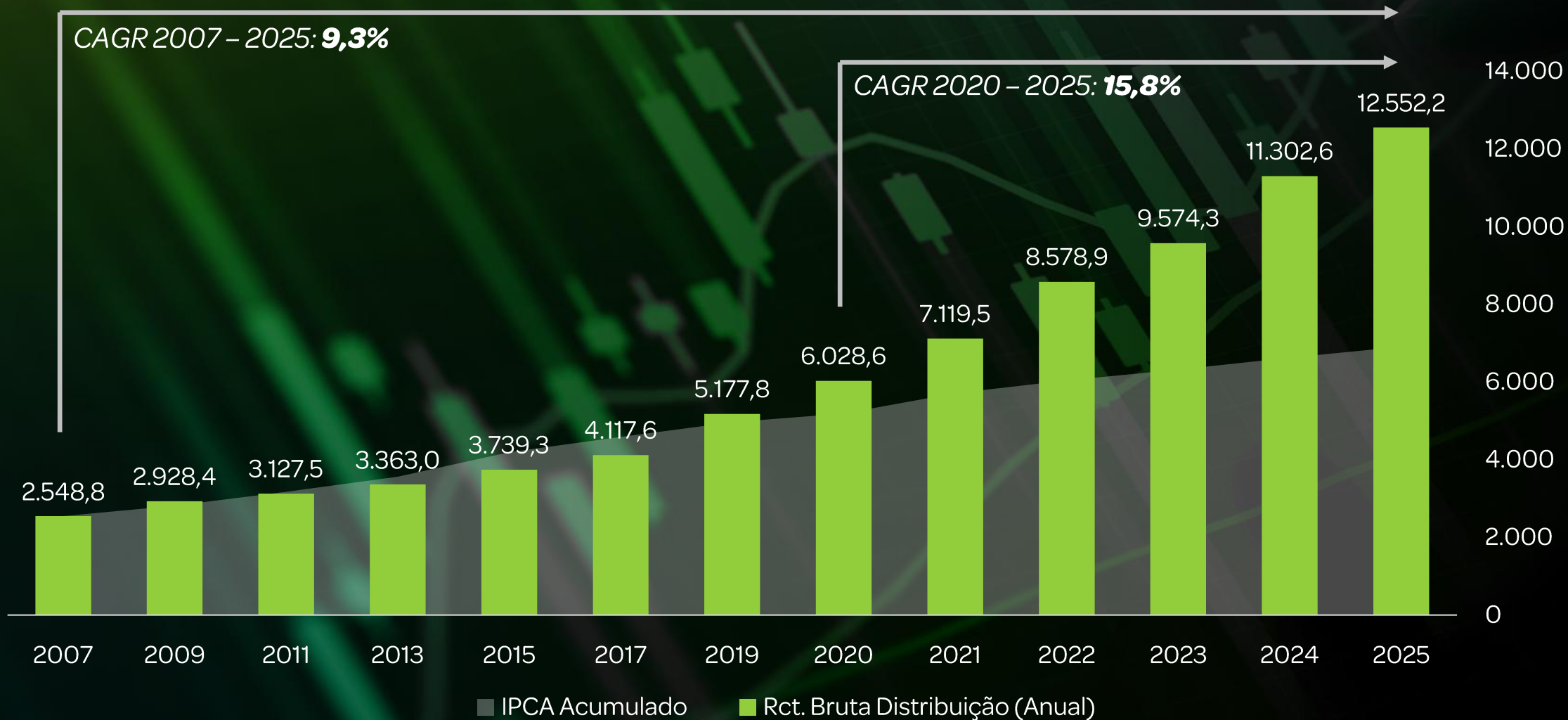
**58K**

# POR QUE A DISTRIBUIÇÃO NÃO ACABA? VALOR NO ECOSISTEMA DE SAÚDE



# EVOLUÇÃO CONSISTENTE DESDE O IPO

(Valores em R\$ milhões)



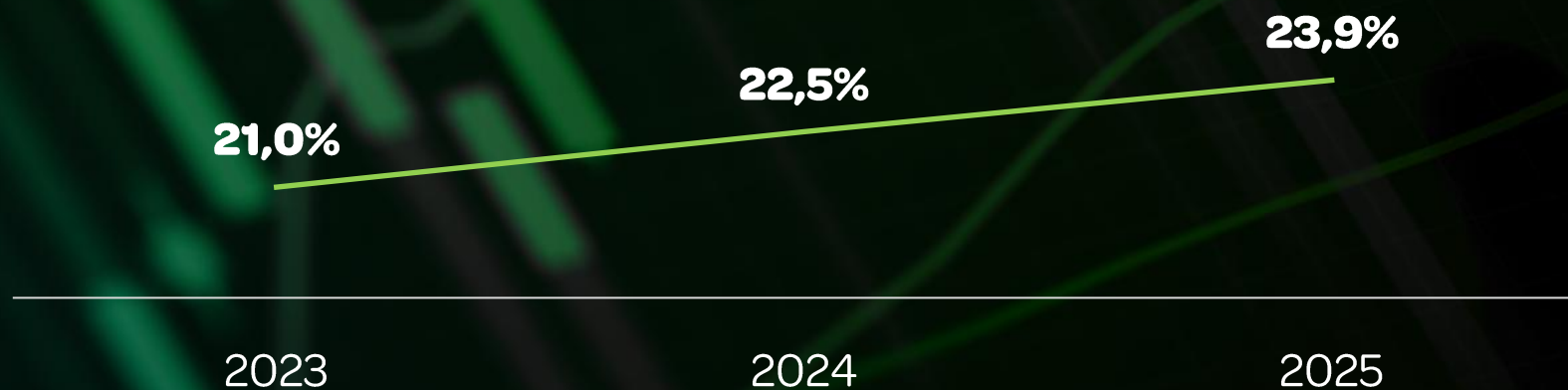
# PROFARMA CRESCE EM VELOCIDADE MAIOR DO QUE O MERCADO E DEMAIS DISTRIBUIDORES

R\$ PPP.



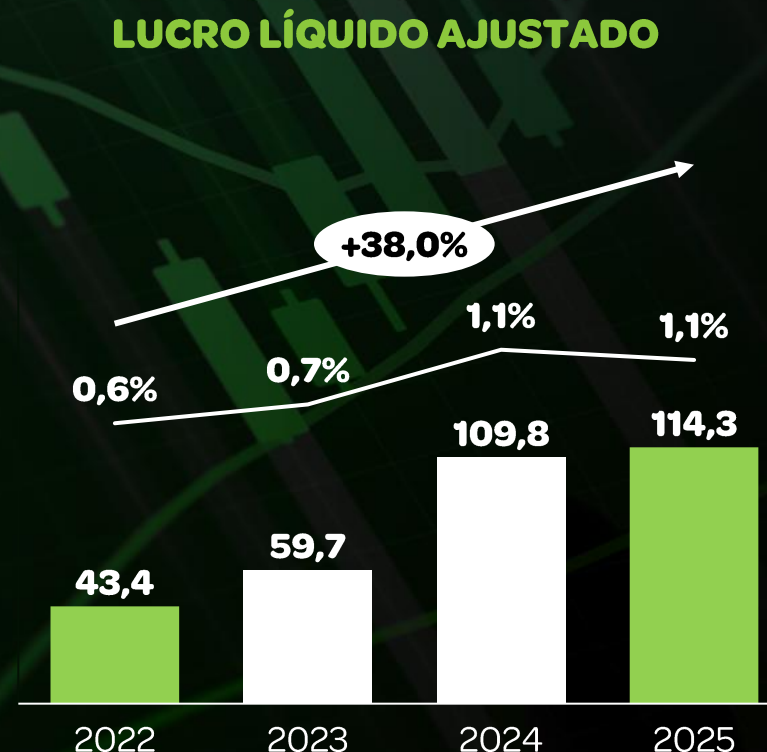
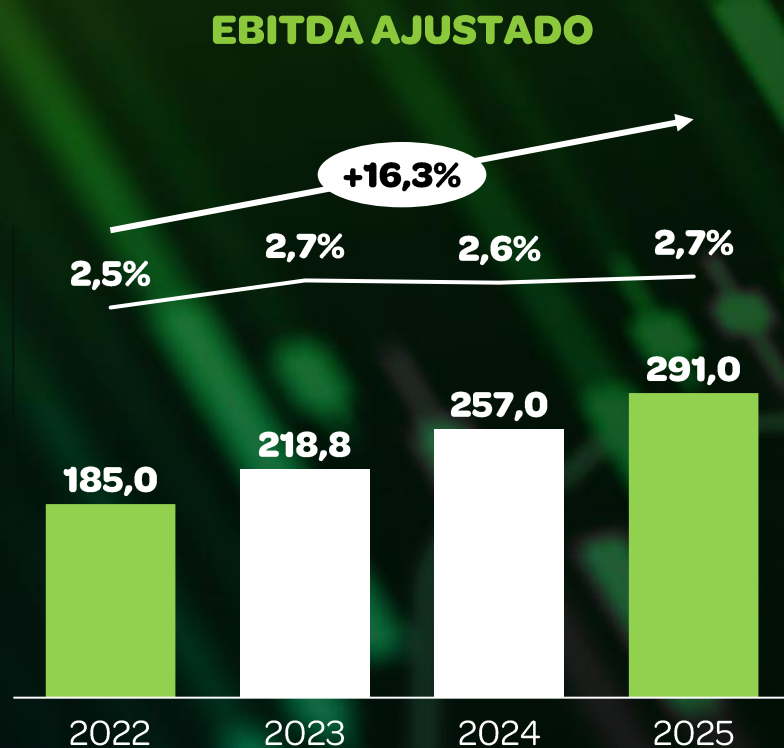
	Crescimento 2023 x 2024	Crescimento 2024 x 2025
<b>Mercado Total</b>	<b>+10,7%</b>	<b>+ 8,6%</b>
<b>Concorrentes</b>	<b>+9,2%</b>	<b>8,0%</b>
<b>ABAFARMA</b>	<b>+8,7%</b>	<b>-0,3%</b>
<b>Profarma Distribuição</b>	<b>+19,6%</b>	<b>+ 11,1%</b>

## Market Share



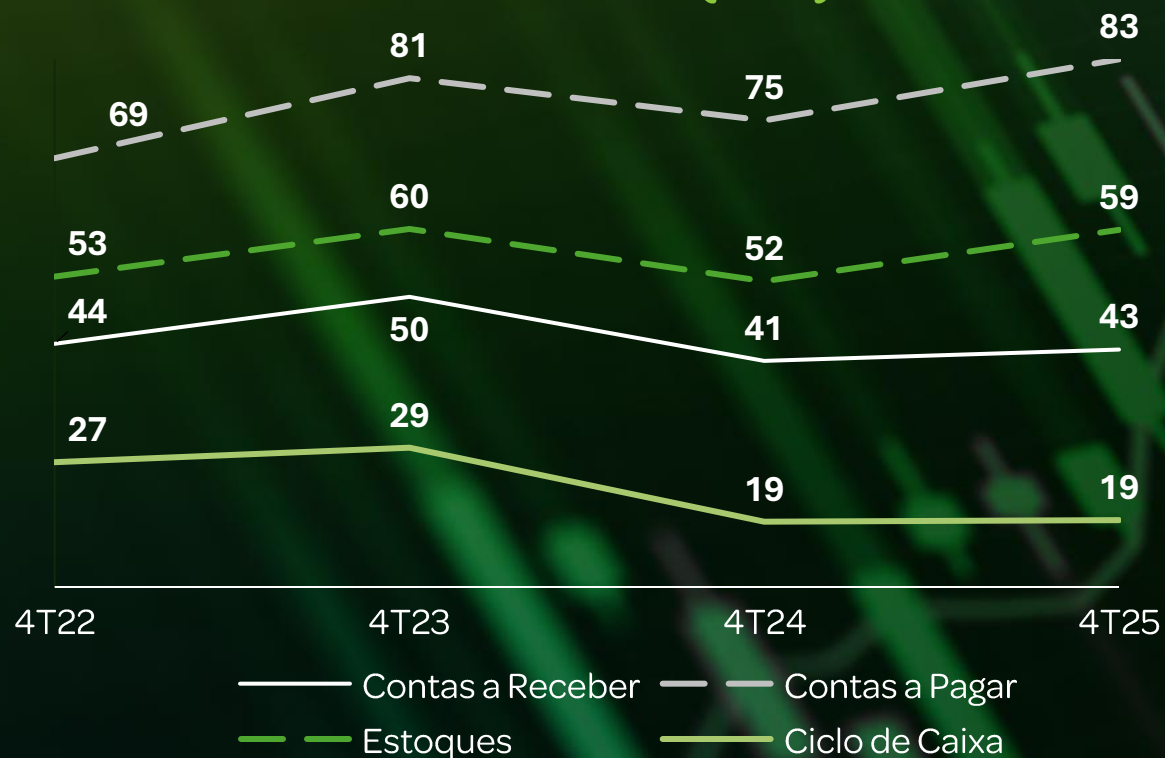
# RESULTADOS OPERACIONAIS MOSTRAM TESE DE CRESCIMENTO RESILIENTE

(Valores em R\$ milhões e margens em % Receita Líquida)



# OTIMIZAÇÃO DO CAPITAL DE GIRO E RETORNOS

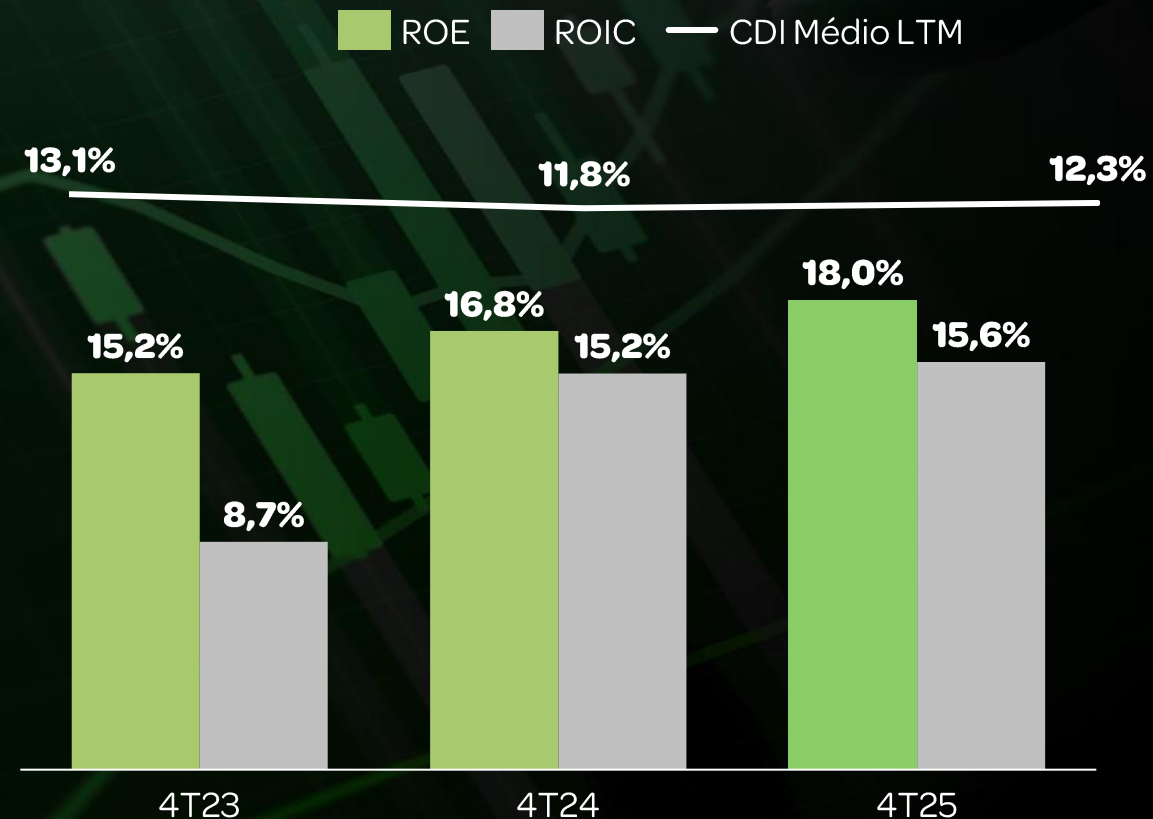
## CICLO DE CAIXA (DIAS)



1 dia de ciclo de caixa ≈ **R\$ 35 milhões** de recursos disponíveis.

	2023	2024	2025
<b>Cap. Giro/Receita Liq.</b>	<b>11,2%</b>	<b>9,0%</b>	<b>8,5%</b>

## RETORNOS



Retornos acima do CDI atual

# ALAVANCAS PARA GERAÇÃO DE VALOR

## ESCALA

- Equalização de *Market Share*
- Controle de despesas
- Expansão receita acima da inflação

**2025**  
**Crescimento acima do**  
**mercado + + 11,1% x**  
**ABAFARMA -0,3%**

## Otimização do Ciclo de Caixa

- Segmentação de clientes / regiões
- Mix categoria
- Estratégia comercial com fornecedores
- Menor necessidade de capital de giro
- Redução alavancagem
- Expansão da rentabilidade

	2024	2025
<b>MARGEM BRUTA:</b>	8,9%	9,1%
<b>ROIC:</b>	16,8%	18,0%
<b>ROE:</b>	15,2%	15,6%

## Expansão EBITDA

- Segmentação de clientes / regiões
- Mix categoria
- Diluição / Controle de despesas

	2024	2025
<b>MARGEM EBITDA</b>	2,6%	2,7%

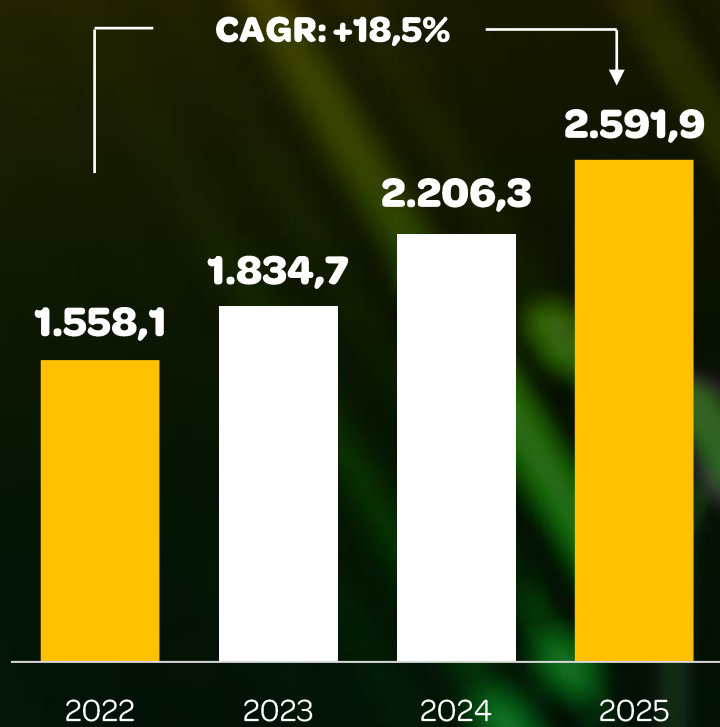


# RITMO FORTE DE CRESCIMENTO

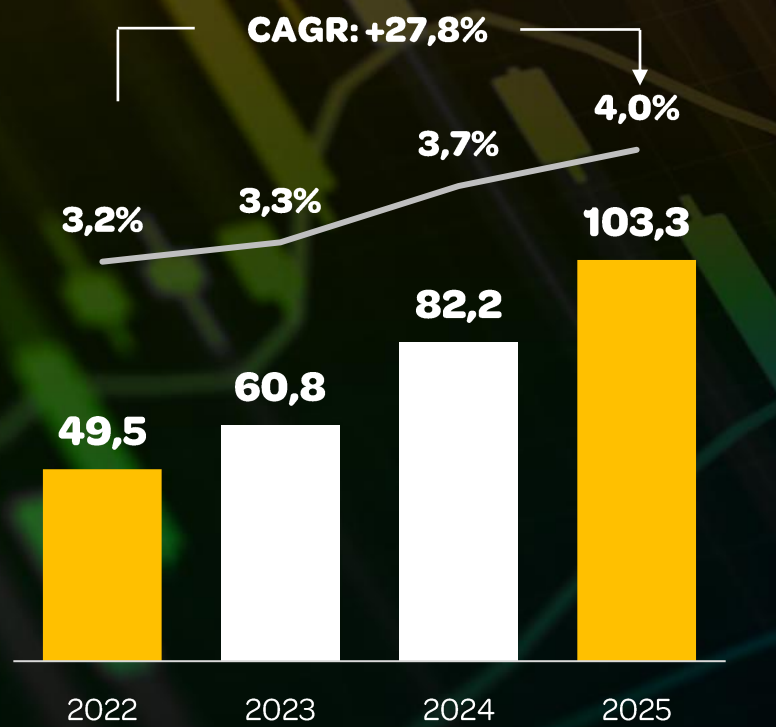
(R\$ milhões)



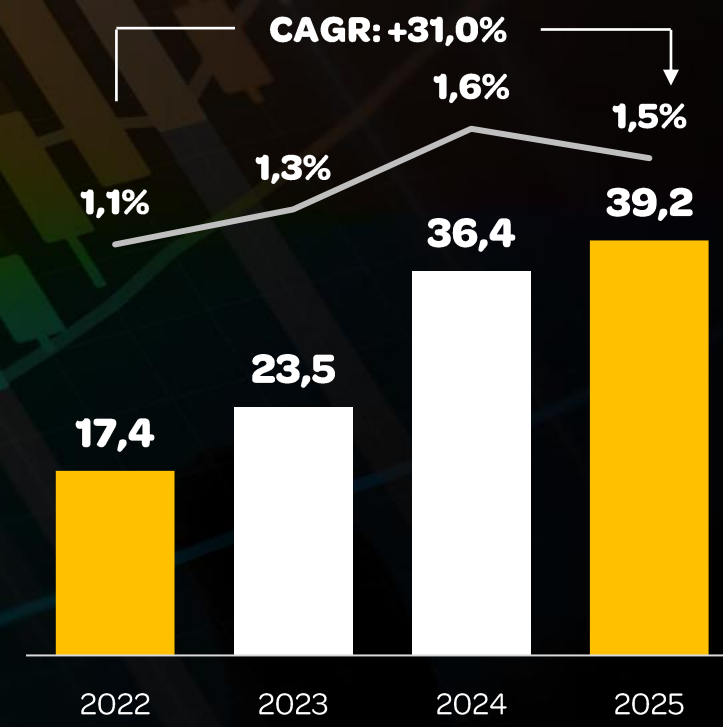
## RECEITA BRUTA



## EBITDA AJUSTADO



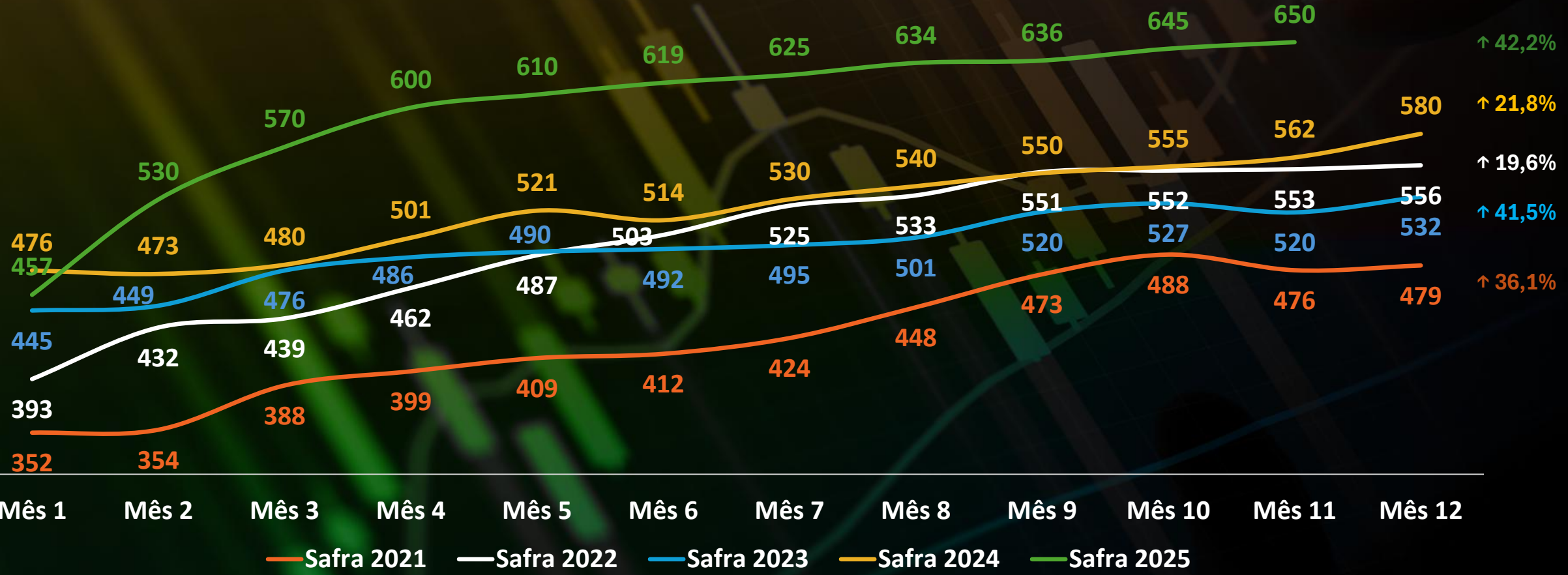
## LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO



— % Receita Bruta

# EVOLUÇÃO DAS VENDAS | LOJAS NOVAS

(R\$ mil)



# COM ROIC MARGINAL ATRATIVO, O PLANO DE CRESCIMENTO DA REDE d1000 GERA VALOR E RENTABILIZA O CAPITAL INVESTIDO



<b>ROIC Marginal</b>	<b>Safra 2024</b> (1 ano de maturação)	<b>Safra 2023</b> (2 ano de maturação)	<b>Safra 2022</b> (3 anos de maturação)	<b>Safra 2021</b> (4 anos de maturação)
Lojas Abertas	40	30	11	30
Venda Média (R\$ Mil / Mês / Loja)	576	570	612	696
Margem de Contribuição (%)	5,5%	6,4%	9,8%	10,1%
Margem de Contribuição (R\$ Mil / Mês / Loja)	32	37	60	70
Margem de Contribuição Anual (R\$ Mil / Ano / Loja)	378	439	717	840
CAPEX Médio	1.725	1.453	1.417	1.300
WC Médio (R\$ Mil / Loja)	1.200	1.200	1.100	1.000
IC Médio (R\$ Mil / Loja)	2.925	2.653	2.517	2.300
<b>ROIC Marginal por Loja (%)</b>	<b>13%</b>	<b>17%</b>	<b>29%</b>	<b>37%</b>

# PLANO DE EXPANSÃO.



## 2026

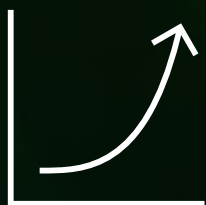
Guidance de +40 lojas novas e 10 reformas/ampliações.

## 2025

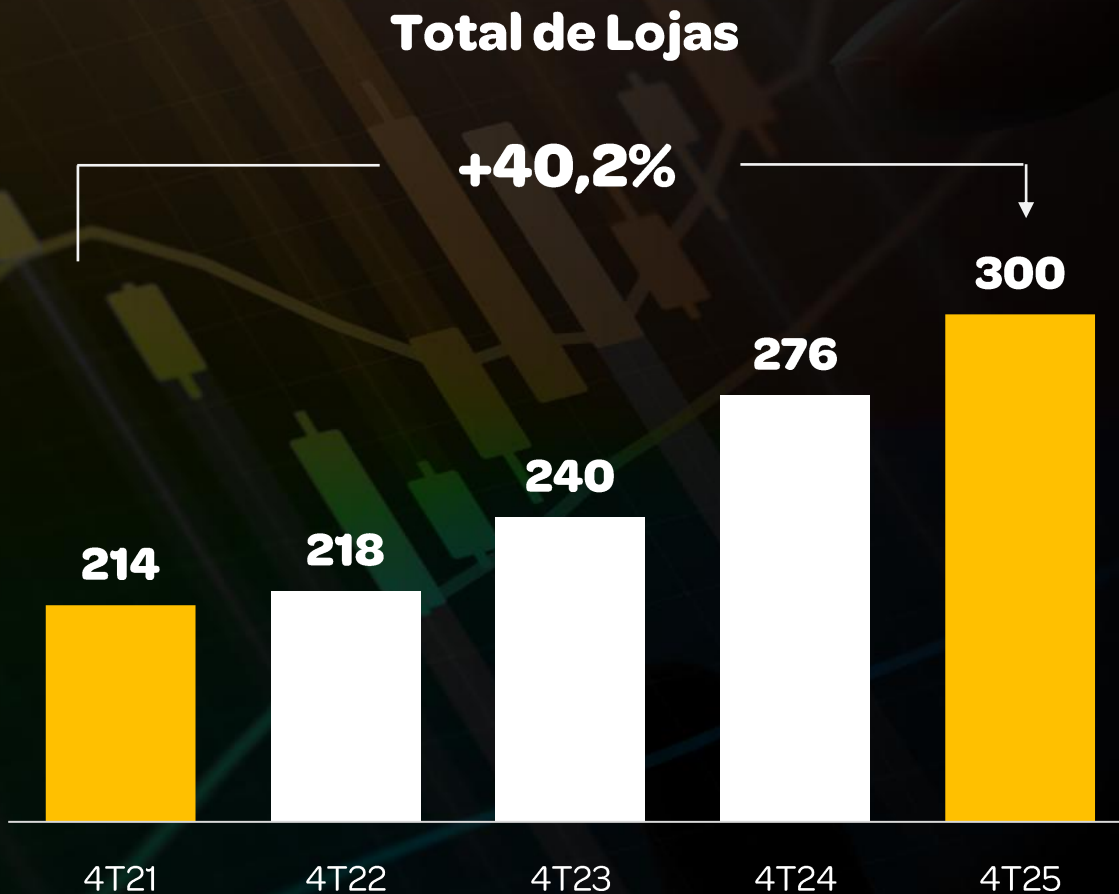
32 lojas inauguradas no período  
10 lojas reformadas no período

## Até 2028

Expectativa de abertura de 260 a 280 lojas\*



### Total de Lojas



\* Projeções futuras de 2024 a 2028 conforme divulgado ao mercado em Fato Relevante.

# ALAVANCAS PARA GERAÇÃO DE VALOR



## VENDAS

- Expansão: 32 lojas novas totalizando 300 ao final de 2025;
- Crescimento do mercado GLP1;
- Incremento Omni (SuperApps, Canais Próprios, WhatsApp...)

**2025**  
**Crescimento acima da**  
**ABRAFARMA e Mercado Brasil**

## Rentabilidade

- Aumento de participação Mex / Mix de categorias
- Diluição da área Corporativa via Expansão
- Canais Digitais e CRM: Fidelização e aumento do TKM;
- Expertise Expansão – Safras recentes mais rentáveis

	2024	2025
<b>CRESCIMENTO OMNICHANNEL</b>	<b>72,2%</b>	<b>70,4%</b>
<b>PARTICIPAÇÃO MEX</b>	<b>5,2%</b>	<b>5,5%</b>
<b>ROIC LOJAS NOVAS:</b>	<b>11%</b>	<b>13%</b>

## EBITDA

- Diluição de despesas compensa aumento de RX nas vendas;

	2024	2025
<b>MARGEM EBITDA</b>	<b>3,7%</b>	<b>4,0%</b>

# GRUPO PROFARMA



- Integração entre os três negócios com grandes ganhos de sinergia;
- Estrutura de capital com foco na continuidade da trajetória de desalavancagem;
- Equilíbrio entre stakeholders: crescimento, geração de caixa, desalavancagem e pagamento de dividendos.



- Vantagens competitivas estruturais (escala + capilaridade) sustentam *outperformance* vs. mercado;
- Mercado resiliente e em expansão;
- Crescimento com baixo capex e retornos elevados.



- Nova alavanca de crescimento para o Grupo com expansão do mercado endereçável;
- Exposição ao segmento que mais investe em P&D e inovação com crescimentos maiores;
- Sinergia com as unidades de negócio Distribuição e Varejo.



- Mercado com oportunidades de consolidação;
- Plano de expansão como principal motor de crescimento com Retornos elevados;
- Iniciativas importantes para aumentar faturamento médio/loja e frequência de compra.

GRUPO  
**PROFARMA**



**PFRM**  
B3 LISTED NM

**OBRIGADO!**

