



Release de Resultados **1T26**

4 de Maio de 2026

MAIS UM TRIMESTRE DE CRESCIMENTO E EXPANSÃO DE MARGENS

DESTAQUES 1T26



13,0% CRESCIMENTO MESMAS LOJAS

+3x a inflação do período



6,7% MARKET SHARE NACIONAL

+14bps vs. 1T25, com crescimento concentrado nas regiões N/NE



22,4 MILHÕES DE CLIENTES ATIVOS

+3,6% vs. 1T25, principalmente em clientes de cuidado contínuo



22,2% PARTICIPAÇÃO CANAIS DIGITAIS

+4,6p.p. vs. 1T25, com destaque para canais proprietários



29,5% MARGEM BRUTA

+0,8p.p. vs. 1T25, refletindo melhores condições comerciais



R\$ 204,7MM EBITDA¹

+36,1% vs. 1T25, sétimo trimestre consecutivo de crescimento de 30%



R\$ 55,6MM LUCRO LÍQUIDO²

+4x vs. 1T25, totalizando R\$ 327,4MM em doze meses



1,9x DÍVIDA LÍQUIDA³ / EBITDA

-0,9x vs. 1T25, com melhora no perfil da dívida

¹ Métricas financeiras ex-IFRS 16 ajustadas para eventos não-recorrentes.

² Desconsidera participação minoritária.

³ Considera o saldo de recebíveis antecipados.

DISCLAIMER

Nossas demonstrações financeiras são preparadas de acordo com o IFRS 16, que alterou os critérios de reconhecimento de contratos de arrendamento. Com o objetivo de proporcionar uma representação mais fiel da realidade econômica do negócio, os números deste *release* são apresentados sob a norma antiga, o IAS 17 / CPC 06. A reconciliação entre as normas contábeis pode ser encontrada no Anexo 1 deste documento.

DADOS FINANCEIROS

em R\$ milhões e % da R.B.	1T25	1T26	Δ
Receita Bruta	3.623,2	4.143,2	14,4%
Lucro Bruto	1.041,1	1.220,2	17,2%
% Margem Bruta	28,7%	29,5%	0,8 p.p.
Margem de Contribuição	242,5	314,4	29,7%
% Margem de Contribuição	6,7%	7,6%	0,9 p.p.
EBITDA Ajustado	150,3	204,7	36,1%
% Margem EBITDA Ajustada	4,1%	4,9%	0,8 p.p.
Lucro Líquido Ajustado	13,1	55,6	325,6%
% Margem Líquida Ajustada	0,4%	1,3%	0,9 p.p.

DADOS OPERACIONAIS

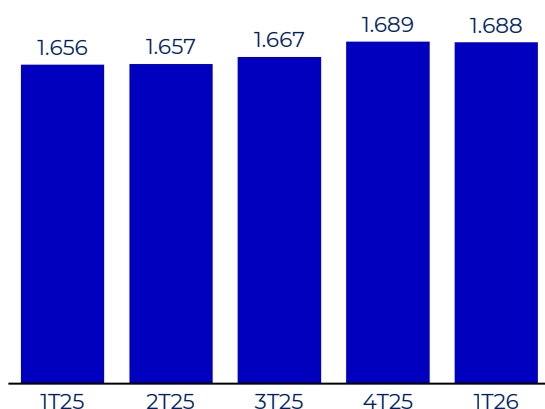
Indicador	1T25	2T25	3T25	4T25	1T26	Δ (Y/Y)
# de Lojas	1.656	1.657	1.667	1.689	1.688	1,9%
Venda média mensal por loja (R\$ mil)	731	800	832	856	818	11,9%
Ticket médio (R\$)	89,19	91,04	94,39	95,66	96,16	7,8%
Crescimento mesmas lojas (%)	17,0%	18,1%	17,6%	18,6%	13,0%	(4,0p.p)
Canais digitais (% da R.B.)	17,6%	18,7%	19,8%	21,0%	22,2%	4,6p.p
Marcas próprias (% do autosserviço)	13,6%	14,0%	14,1%	13,8%	14,1%	0,5p.p
# Consultórios farmacêuticos	1.159	1.155	1.162	1.181	1.188	2,5%
# Clientes ativos (milhões de clientes)	21,7	22,0	22,2	22,2	22,4	3,6%
# de Funcionários (total)	26.261	27.242	27.191	28.207	28.316	7,8%
# de Funcionários (lojas)	21.436	22.212	22.106	22.941	22.989	7,2%
Média de funcionários por loja	12,9	13,4	13,3	13,6	13,6	5,2%
Ciclo de caixa operacional (dias)	66	64	68	62	72	6
Dívida Líquida / EBITDA Ajustado	2,8x	2,6x	2,5x	2,0x	1,9x	(0,9x)

PORTFOLIO DE LOJAS

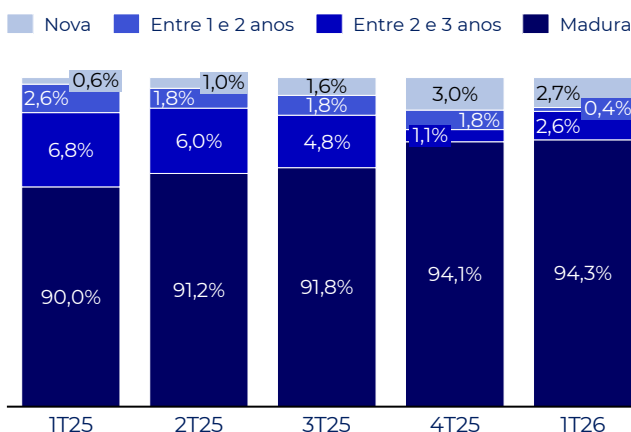
No 1T26, realizamos uma abertura e dois fechamentos de lojas, resultando em 1.688 pontos de venda ao final do trimestre. Apesar do reduzido ritmo de aberturas no primeiro trimestre, a Companhia conta com um relevante *pipeline* de lojas em diferentes estágios de implantação, o que deve sustentar uma aceleração gradual do ritmo de expansão orgânica.

Lojas inauguradas nos últimos 3 anos seguem em sua curva de maturação com resultados promissores de venda, rentabilidade e retorno do capital investido. Essas safras de loja estão entregando margem de contribuição 1,9p.p. acima do portfólio maduro, considerando lojas em faixas de faturamento comparáveis.

EVOLUÇÃO BASE DE LOJAS
(unidades)



EVOLUÇÃO DO PERFIL ETÁRIO
(% do total de lojas)

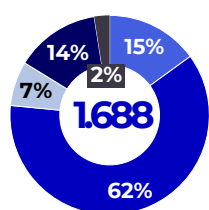


POSICIONAMENTO REGIONAL E DEMOGRÁFICO
(% do total de lojas)

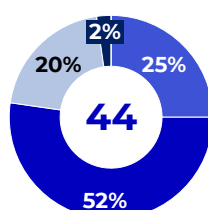
POR REGIÃO

- N
- NE
- CO
- SE
- S

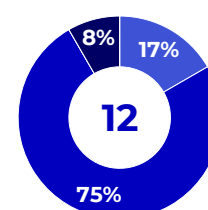
TOTAL LOJAS (1T26)



ABERTURAS (LTM)

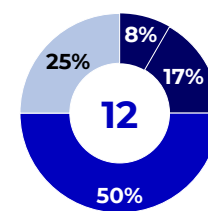
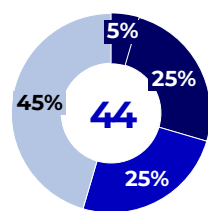
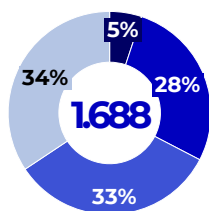


FECHAMENTOS (LTM)



POR CLASSE SOCIAL¹

- A
- B1
- B2
- C/D

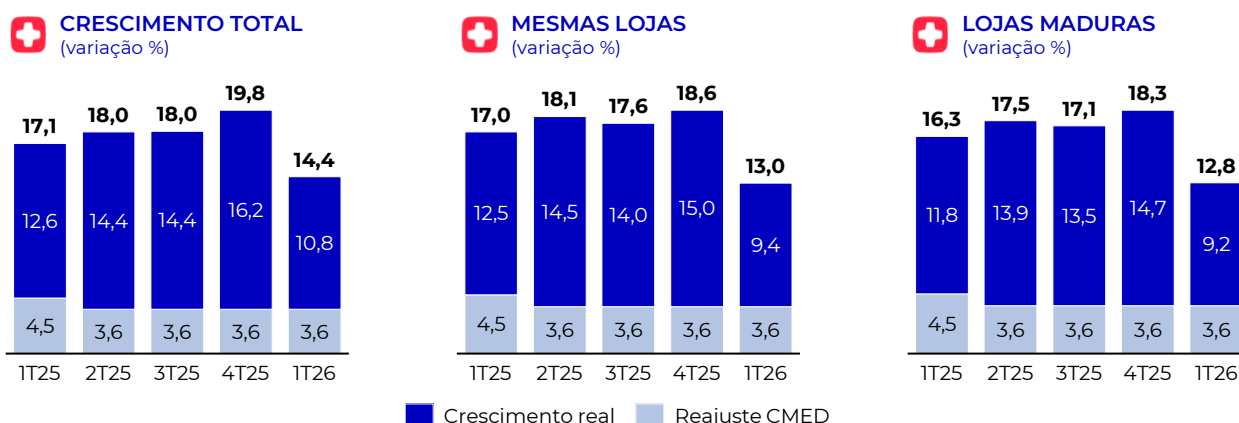


¹ Classe social predominante no entorno de cada loja (isócronas a 5 minutos de deslocamento de carro).

PERFORMANCE DE VENDAS

Nosso crescimento total foi de 14,4% no 1T26, com 13,0% de crescimento mesmas lojas. Lojas maduras cresceram 12,8%, equivalente a mais de 3 vezes a inflação do período.

A desaceleração em relação ao trimestre anterior é explicada principalmente por bases de comparação progressivamente mais fortes, evidenciado pelo expressivo crescimento mesmas lojas de 45% acumulado em três anos, similar aos 47% observados no 4T25.



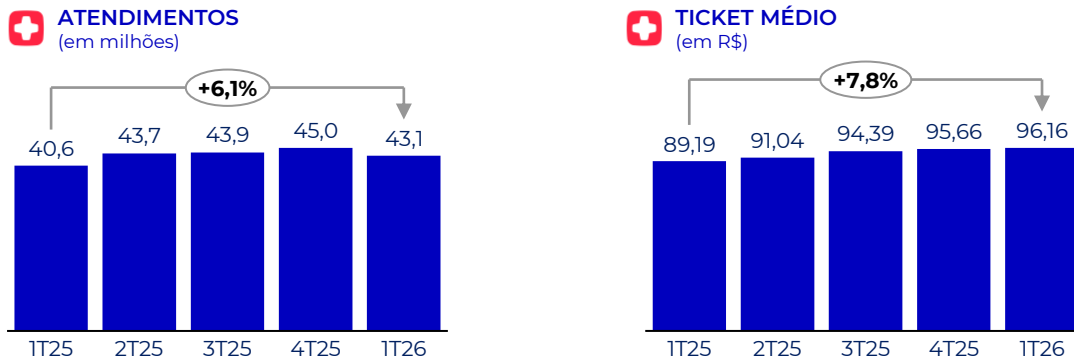
Atribuímos o forte desempenho de vendas a i) melhorias no atendimento de lojas, evidenciadas pelo atingimento do patamar recorde de NPS 77 pontos no trimestre (+11pts vs. 4T25); ii) execução do plano estratégico focado no cliente de cuidado contínuo (CCC), com crescimento na base e aumento de frequência de compra desse grupo de clientes; iii) incremento de *market share* em categorias estratégicas, como GLP-1, genéricos e HPC; e iv) forte crescimento dos canais digitais.

Observamos no trimestre performance mais forte na região Sudeste (mesmas lojas 1,9p.p. acima da média), em lojas com perfil de renda elevado (+1,4p.p.) e no portfólio Extrafarma (+3,4p.p.). Apesar disso, o 1T26 foi mais um trimestre com crescimento bem balanceado e com baixa dispersão entre o portfólio de lojas, evidenciando a característica estrutural do crescimento.



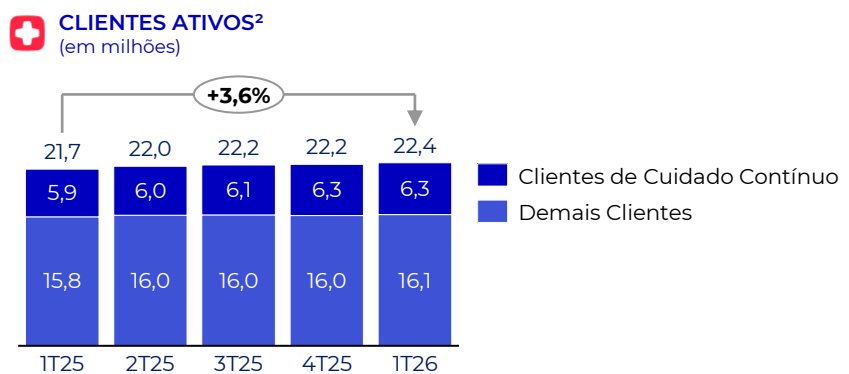
A venda média mensal por loja foi de R\$ 818 mil no 1T26, crescimento de 11,9% em relação ao mesmo período do ano anterior (+43,6% acumulado nos últimos três anos). Dentre as múltiplas alavancas que tem elevado nossa produtividade de lojas, destacamos o progressivo fechamento de *gap* entre Pague Menos e Extrafarma, acelerado por conversões de bandeira. No 1T26, o portfólio Extrafarma atingiu venda média mensal de R\$ 727 mil, 14% abaixo do portfólio Pague Menos (vs. 28% no início da integração).

Seguimos com crescimento bem balanceado entre volume e ticket médio. No 1T26, registramos incremento de 6,1% na quantidade de atendimentos, combinando aumento na base de clientes com maior frequência de compra. Já o ticket médio cresceu 7,8%, com impacto positivo do mix de produtos e aumento de preços, compensados por leve redução na quantidade de itens por cesta.



O crescimento de clientes é resultado principalmente da boa execução da estratégia de fidelização de clientes de cuidado contínuo (CCC). Enquanto nossa base total de clientes ativos cresceu 3,6% nos últimos doze meses, atingindo 22,4 milhões, a base de CCC cresceu 8,3% no mesmo período, representando 28,2% da base total (+1,2p.p. vs. 1T25).

Além de aumentar sua participação na base de clientes, observamos consistente melhoria no gasto médio do CCC (+12,9% vs. 1T25), principalmente por conta de aumento na frequência de compra. Esse forte desempenho é resultado direto das iniciativas de fidelização e reforço da nossa proposta de valor, com melhorias no nível de serviço, digitalização do cliente e maior integração com o Hub de Saúde.

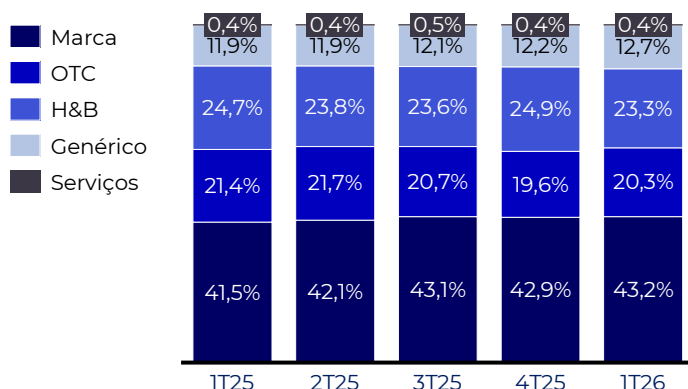


² A partir do 1T26, a metodologia de classificação de clientes de cuidado contínuo foi atualizada. De forma a manter a comparabilidade, os dados históricos foram ajustados.

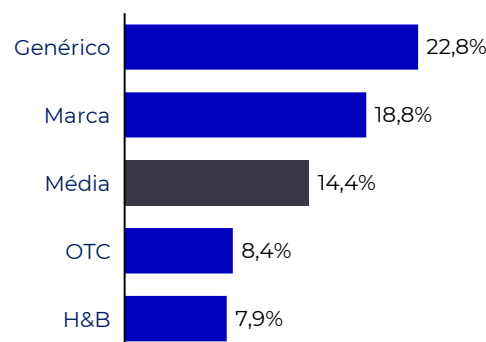
GERENCIAMENTO DE CATEGORIAS

No 1T26, houve crescimento mais concentrado em medicamentos prescritos (marca e genéricos), que atingiram o patamar recorde de 55,9% das vendas totais (+2,5p.p. vs. 1T25). Cada vez mais essa área da farmácia ganha relevância em nosso negócio, refletindo nosso foco estratégico no CCC.

MIX DE VENDAS
(em % da receita bruta)



CRESCIMENTO POR CATEGORIA
(variação 1T26 vs. 1T25)

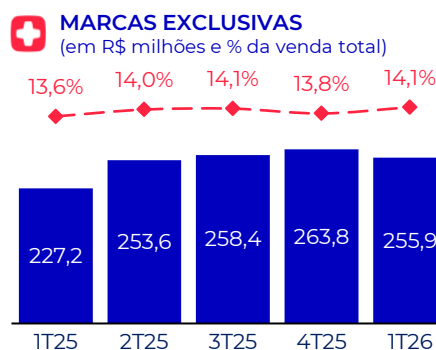


Genéricos foi a categoria que mais ganhou representatividade no mix de vendas, com crescimento de 22,8% vs. o 1T25. Quebras de patente, crescimento do programa Farmácia Popular e melhoria da disponibilidade de produtos têm contribuído para o bom desempenho.

Em medicamentos de marca, o crescimento foi de 18,8%, com relevante contribuição dos análogos de GLP-1, que concentraram 9,1% das vendas totais no trimestre (vs. 3,9% no 1T25). Expurgando o GLP-1 da conta, observamos uma desaceleração na categoria, explicada por bases de comparação cada vez mais fortes, quebras de patente e redução de preços.

Já a categoria de higiene e beleza cresceu 7,9%, com subcategorias como fraldas, proteção solar e dermocosméticos desacelerando o ritmo de crescimento em virtude de menor atividade promocional no trimestre.

Nossas marcas exclusivas atingiram R\$ 255,9 milhões em vendas no trimestre (+12,7% vs. 1T25), alcançando 14,1% das vendas do autosserviço (+0,5p.p. vs 1T25). Seguimos confiantes com o desenvolvimento dessa frente estratégica, com um *roadmap* de iniciativas estruturantes que estão sendo implementadas ao longo do ano.

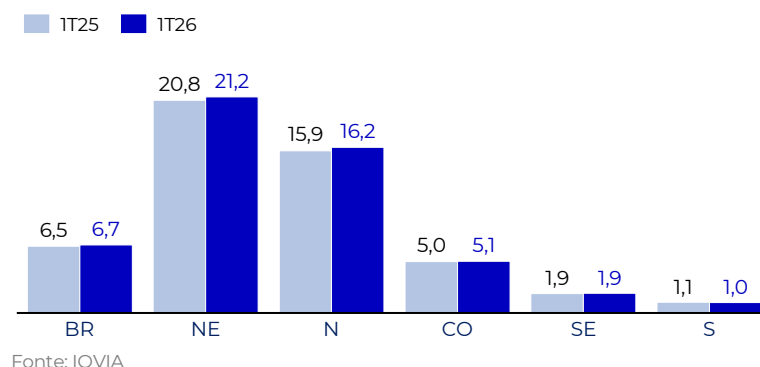


MARKET SHARE

O 1T26 foi mais um trimestre de crescimento em nosso *market share*, reforçando a tendência de consolidação de mercado, em especial nas regiões Norte e Nordeste. Atingimos 6,7% de participação nacional (+14 bps vs. 1T25), com crescimentos relevantes nas regiões Norte e Nordeste (+35bps e +33bps, respectivamente).

Na comparação com o 4T25, houve leve recuo do *market share*. No entanto, é importante destacar que no primeiro trimestre do ano ocorre um descasamento entre o *sell-in* e *sell-out* no varejo farmacêutico, devido ao reforço de estoques relacionado à pré-alta. Por isso, o *share* de farmácias independentes e associativistas, calculado pelo *sell-in* reportado por distribuidores, tende a ser superestimado, prejudicando a comparação com o trimestre imediatamente anterior.

MARKET SHARE POR REGIÃO (% do mercado em R\$ CPP)



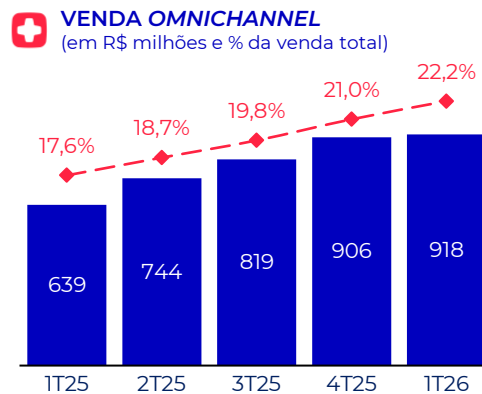
Os consistentes incrementos de *market share* são sustentados pelo forte crescimento mesmas lojas, refletindo o ganho de produtividade executado nos últimos anos. Diferentemente da média de mercado, cujas principais alavancas de crescimento são abertura de lojas e aumento de preços, nosso crescimento é predominantemente resultado de incremento de volume, com lojas maduras crescendo aproximadamente o dobro do mercado.

Ganhamos *market share* em categorias que consideramos estratégicas e de alta recorrência, como medicamentos de prescrição (com e sem GLP-1), higiene pessoal e cuidados ao paciente. Temos oportunidades nas categorias de mundo infantil, dermocosméticos e medicamentos isentos de prescrição, onde crescemos abaixo do mercado.



PLATAFORMA OMNICHANNEL

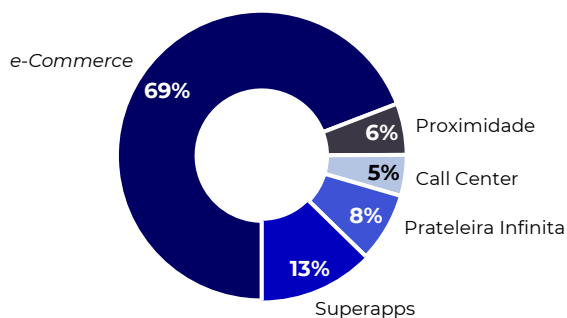
No 1T26, as vendas *omnichannel* atingiram R\$ 918 milhões, crescimento de 43,7% em relação ao 1T25, com participação de 22,2% das vendas totais (+4,6 p.p. vs. 1T25). Os canais digitais seguem se consolidando como um dos principais vetores de crescimento, refletindo o amadurecimento da plataforma e o aumento do engajamento dos clientes.



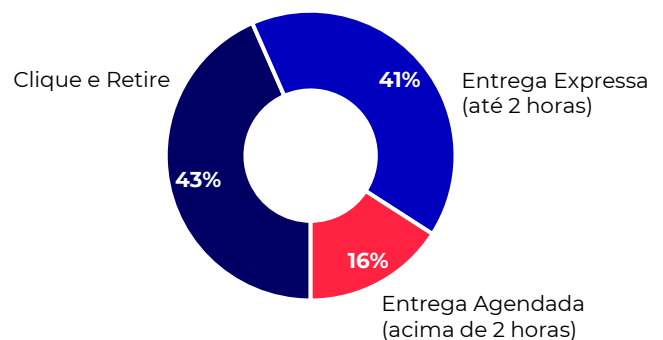
O *e-commerce* seguiu como principal canal, respondendo por 69% do mix digital, com crescimento de 57,4% vs. o 1T25. Canais proprietários seguem concentrando a maior parte das vendas digitais, com destaque para o nosso app, que já representa 53% de nosso *e-commerce*, contribuindo diretamente para o aumento da frequência de compra e do ticket médio. Os *superapps* parceiros também tiveram destaque, com crescimento de 52,1% na mesma comparação, já representando 13% das vendas *omnichannel* e complementando de forma eficiente nosso mix de canais.

Um dos pilares da nossa estratégia *omnichannel* é a experiência de entrega. No 1T26, 41% dos pedidos foram entregues em até 2 horas, evolução significativa frente aos 30,3% registrados no 4T25. Embora o padrão de entrega da companhia seja de até 2 horas, já contamos com aproximadamente 200 lojas habilitadas a realizar entregas em até 1 hora, melhorando a conveniência para os clientes.

MIX CANAIS DIGITAIS
(% da venda omnichannel 1T26)



MIX MODALIDADE DE ENTREGA
(% dos pedidos omnichannel 1T26)



No 1T26, lançamos a modalidade "Comprar Online e Pagar na Loja", que complementa o modelo já consolidado de Clique e Retire e amplia as opções de jornada de compra. A novidade permite que o cliente finalize sua compra digitalmente e realize o pagamento no momento da retirada, reduzindo fricções. Por fim, expandimos a entrega de medicamentos controlados para todo o Brasil, reforçando nosso posicionamento como referência em saúde no varejo farmacêutico brasileiro.

HUB DE SAÚDE

À medida em que avançamos na execução do plano estratégico focado no cliente de cuidado contínuo (CCC), nosso Hub de Saúde vem ganhando relevância na proposta de valor para esse grupo de clientes.

Nos últimos trimestres, ampliamos a adoção em nossos consultórios farmacêuticos de protocolos de atendimento específicos para tratamentos de diabetes, hipertensão e emagrecimento, contribuindo para maior fidelização e engajamento do CCC. Verificamos que clientes que passaram pelo atendimento especializado nas lojas piloto registraram relevante incremento de gasto médio no período. Com a implementação dos novos protocolos, mais complexos e resolutivos, o volume de atendimentos em nossos consultórios totalizou 1,1 milhão no 1T26, reduzindo 12% na comparação com o mesmo período do ano anterior.

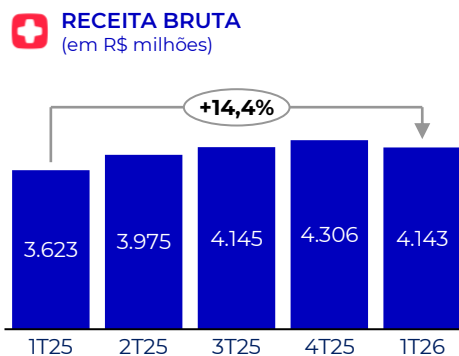
Seguimos sendo uma das principais redes conveniadas ao programa federal Farmácia Popular, que complementa de forma relevante a jornada do CCC, em especial no nicho de classes populares. O programa segue ganhando tração, atingindo 4,2% das vendas totais no 1T26 (+1,7p.p. vs. 1T25).

Destacamos ainda nossa vertical de medicamentos especiais, que atingiu no trimestre a marca de 1,5% das vendas totais (+0,2 p.p. vs. 1T25). Observamos crescimento relevante em áreas terapêuticas estratégicas, como osteoporose, tratamentos hormonais e transtornos convulsivos, que reforçam nossa proposta de valor para o CCC.



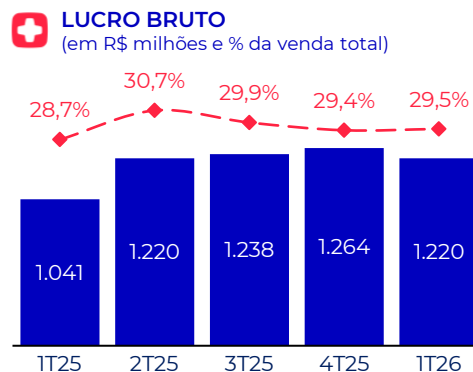
RECEITA BRUTA

A receita bruta totalizou R\$ 4,1 bilhões no 1T26 (+14,4% vs. o 1T25 e -3,8% vs. o 4T25). Na comparação com o mesmo período do ano anterior, o crescimento é decomposto entre contribuição de 13p.p. de mesmas lojas, 1,8p.p. de novas lojas e -0,4p.p. de lojas fechadas no período. Em relação ao trimestre anterior, a redução na receita bruta está relacionada ao efeito calendário (-2,5%) e a sazonalidade mais fraca, com redução na atividade promocional.



LUCRO BRUTO

Seguimos com crescimento relevante em lucro bruto, atingindo R\$ 1,2 bilhão no 1T26, 17,2% acima do mesmo período do ano anterior. Obtivemos relevante expansão de rentabilidade no trimestre, com margem bruta de 29,5% (+0,8p.p. vs. 1T25).

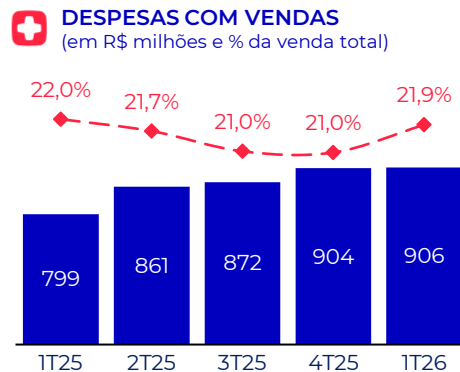


A evolução de margem bruta está relacionada principalmente a melhores condições comerciais obtidas ao longo dos últimos trimestres, combinado com uma base de comparação relativamente mais fraca, pois no 1T25 foi executada uma estratégia de ações promocionais com foco na aceleração do giro de estoques de baixo giro.

Além disso, houve efeito pontual de recomposição de margens em estoques pagos, devido a mudanças em políticas comerciais de fornecedores, gerando um impacto positivo de 0,2p.p. na margem bruta do trimestre. Também contribuíram positivamente para a margem o efeito mix de categorias e melhoria de margem dos canais digitais, parcialmente compensados por menor ajuste a valor presente (AVP).

DESPESAS COM VENDAS

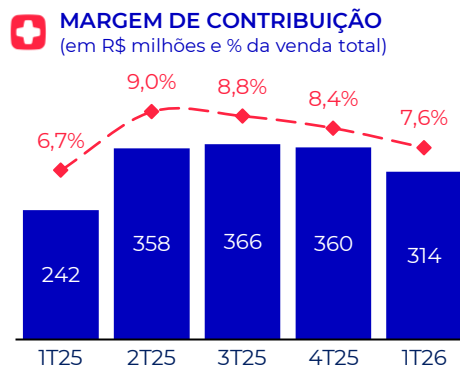
Despesas com vendas totalizaram R\$ 906 milhões no 1T26, com crescimento de 13,4% em relação ao mesmo período do ano anterior. Esse grupo de despesas representou 21,9% da receita bruta no trimestre, com diluição de 0,1p.p. na comparação anual.



A despesa média por loja cresceu 11,0% nos últimos doze meses, em decorrência, principalmente, do reforço no quadro de colaboradores nas operações. Com o progressivo aumento da venda média por loja, notadamente em categorias e canais que demandam atendimento assistido (RX, genéricos, farmácia popular e PBMs), incrementamos a média de funcionários por loja para 13,6 no 1T26 (+5,2% vs. 1T25), preservando assim o nível de serviço que tem contribuído para a atração e retenção de clientes. Importante destacar que o reforço de quadro foi feito ao longo de 2025, em especial no 2T25, de forma que a partir do próximo trimestre já teremos uma base de comparação mais ajustada, o que deve contribuir para alguma desaceleração no crescimento de despesas com vendas.

MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

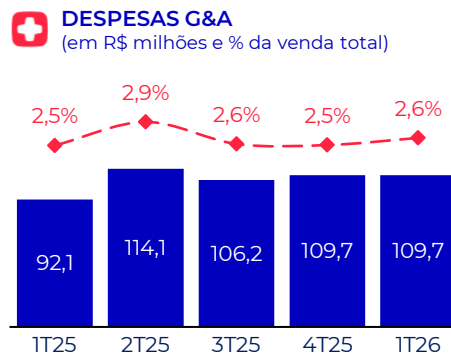
Como resultado da expansão de margem bruta e diluição de despesas de vendas, atingimos margem de contribuição consolidada de 7,6% no trimestre (+0,9p.p.). Nos últimos doze meses, nossa rentabilidade operacional alcançou a marca de 8,4%, com relevante expansão de margem em todas as regiões em que operamos.



DESPESAS GERAIS E ADMINISTRATIVAS (G&A)

Despesas G&A totalizaram R\$ 109,7 milhões no 1T26, em linha com o trimestre anterior. Na comparação com 1T25, houve crescimento de 19,1%, refletindo o fortalecimento da estrutura corporativa realizado ao longo dos últimos trimestres.

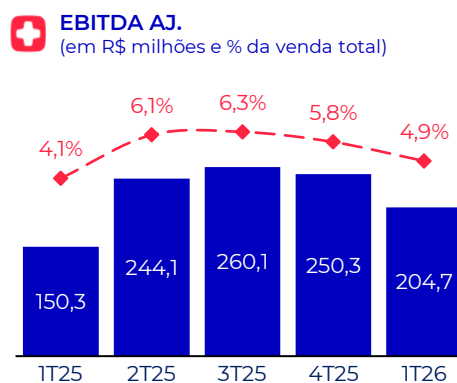
É importante destacar que o componente inflacionário das despesas G&A é majoritariamente concentrado no 1T26, quando ocorre o dissídio de colaboradores em Fortaleza, onde está localizada nossa sede. Mesmo com esse efeito, o G&A manteve-se em patamar estável em relação aos períodos anteriores devido a reduções em consultorias, menores provisões para remuneração variável e crescimento em receitas de equivalência patrimonial.



EBITDA AJUSTADO

O 1T26 foi mais um trimestre com forte expansão no EBITDA ajustado, que atingiu R\$ 204,7 milhões (+36,1% vs. 1T25). Este já é o sétimo trimestre consecutivo com crescimento de EBITDA superior a 30%, uma sequência de resultados que evidencia a consistência e a robustez de nossa evolução operacional.

A margem EBITDA atingiu 4,9% (+0,8p.p. vs. 1T25), o maior patamar de rentabilidade para um primeiro trimestre desde 2021. Nos últimos doze meses, nossa margem EBITDA alcançou 5,8%, renovando sua máxima histórica.



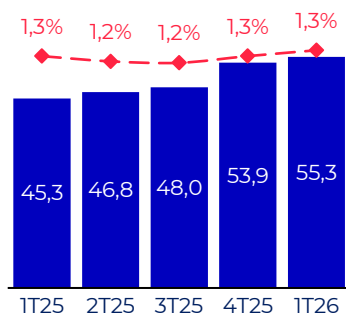
DEPRECIÇÃO, RESULTADO FINANCEIRO E IR/CS

Despesas de depreciação totalizaram R\$ 55,3 milhões no 1T26, leve aumento de 2,5% em relação ao 4T25, refletindo a gradual aceleração no volume de investimentos. Como proporção da receita, esse grupo de despesas representou 1,3%, estável em relação aos períodos anteriores.

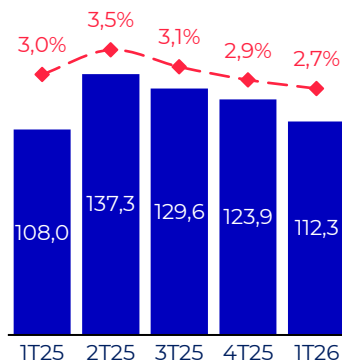
Despesas financeiras líquidas totalizaram R\$ 112,3 milhões, recuando 9,4% na comparação com o 4T25. Além da redução no serviço da dívida, gerada pelo recuo no CDI, contribuíram para o bom desempenho atualizações monetárias de créditos fiscais em R\$ 13,8 milhões.

Importante destacar que os recursos captados na oferta subsequente de ações, em março de 2026, reforçaram o caixa da companhia apenas no final do trimestre, portanto tiveram efeito limitado sobre o resultado financeiro do período.

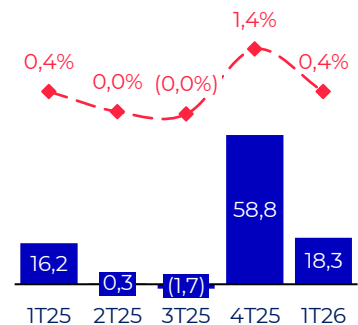
DEPRECIÇÃO
(em R\$ milhões e % da R.B)



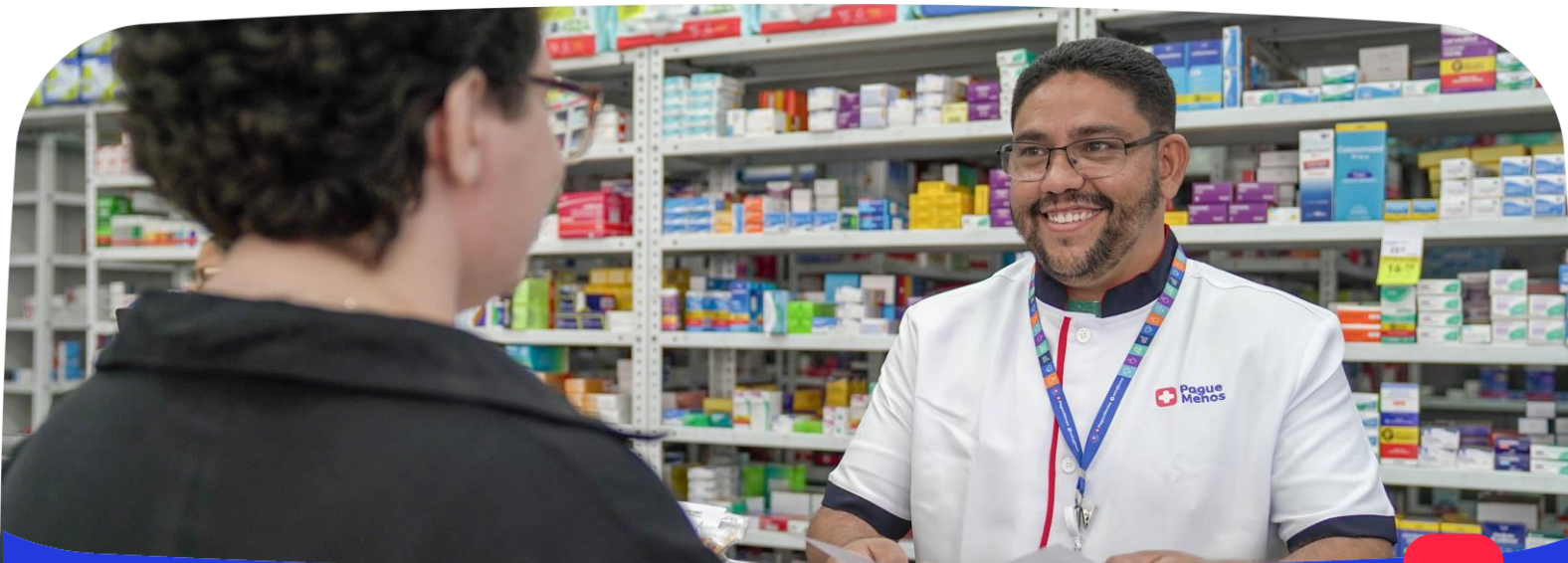
RESULTADO FINANCEIRO
(em R\$ milhões e % da R.B.)



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

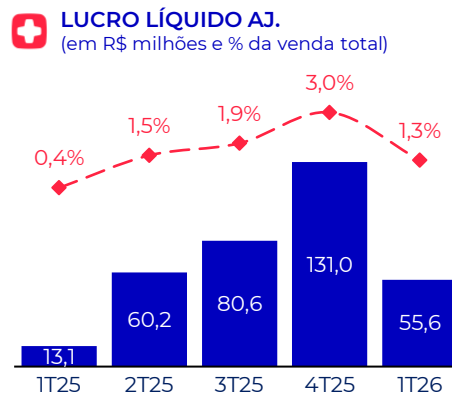


Registramos crédito de imposto de renda de R\$ 18,3 milhões no 1T26, sendo R\$ 23,0 milhões diferidos, parcialmente compensados com R\$ 3,2 milhões correntes. Houve no trimestre pontual incremento no volume de subvenções para investimento, que totalizaram 1,9% da receita bruta.



LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO

Combinando a forte expansão de margem EBITDA com progressiva diluição de despesas financeiras, nosso lucro líquido ajustado, pós participação minoritária, totalizou R\$ 55,6 milhões no 1T26 (+4x vs. 1T25). Obtivemos relevante incremento na margem líquida, que atingiu 1,3% (+0,9p.p. vs. 1T25).



Nos últimos doze meses, o lucro líquido ajustado totalizou R\$ 327,4 milhões, mantendo a consistente tendência de incremento de rentabilidade. A margem líquida LTM atingiu 2,0% da receita bruta, maior patamar desde 2021.

Seguimos acreditando que o atual patamar de rentabilidade está abaixo do potencial, que deve ser ampliado à medida em que evoluímos em margens operacionais, desalavancagem financeira e redução nas taxas de juro.

RECONCILIAÇÃO DO LUCRO LÍQUIDO

Para melhor entendimento e comparabilidade com os períodos anteriores, o resultado do exercício foi ajustado de forma a expurgar eventos não recorrentes. Apresentamos a seguir 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)	
	1T25	1T26
Lucro Líquido Contábil IFRS 16	5,0	52,2
(+) Exclusão de Efeitos IFRS 16	4,9	3,1
(+/-) Total - Ajustes Gerenciais	3,2	0,3
(+) Baixa de ativo imobilizado	2,4	0,4
(+/-) Combinação de Negócios	2,4	0,0
(+/-) Efeito no IRPJ e CSLL dos ajustes	(1,6)	(0,1)
Lucro Líquido Ajustado	13,1	55,6

CICLO DE CAIXA

O ciclo de caixa operacional no 1T26 foi de 72 dias, incremento de 6 dias em relação ao mesmo período do ano anterior.

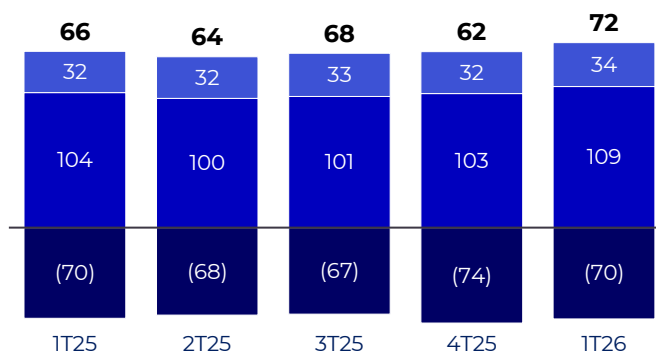
O principal componente do alongamento do ciclo de caixa foi o maior nível de investimentos em estoques, que resultou em prazo médio de estoques (PME) de 109 dias no trimestre (+5 dias vs. 1T25). Parte do aumento (2 dias) está relacionado à abertura de novo Centro de Distribuição na Paraíba. Além disso, reforçamos o estoque em categorias estratégicas como genéricos e GLP-1, contribuindo para uma melhor disponibilidade desses produtos em loja.

O prazo médio de recebimento (PMR) foi de 34 dias no 1T26 (+2 dias vs. 1T25). Esse incremento está relacionado à maior participação de produtos de ticket alto no mix de vendas (ex. GLP-1), que demandam mais parcelamento, além do crescimento das vendas via Farmácia Popular, que conta com um PMR mais alongado.

Na comparação com o 4T25, o incremento no ciclo de caixa está relacionado à sazonalidade do primeiro trimestre do ano, com menor giro de estoques, antecipação de compras devido à pré-alta e redução em fornecedores, que atingem o pico no final do ano, com as férias da indústria. Nos últimos dois anos, essa sazonalidade não foi tão evidente por conta do relevante movimento de desmobilização de estoques de baixo giro executado pela companhia.

CICLO DE CAIXA OPERACIONAL³ (em dias de CMV e dias de Receita Bruta)

- Prazo Médio de Recebimento (PMR)
- Prazo Médio de Estoques (PME)
- Prazo Médio de Pagamento (PMP)



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. A partir do release do 4T25, passamos a reportar o Prazo Médio de Recebimento do Contas a Receber Bruto, ou seja, desconsiderando antecipações de recebíveis



ENDIVIDAMENTO

Nossa trajetória de desalavancagem financeira segue em curso, refletindo uma das principais prioridades da companhia. O múltiplo de dívida líquida ajustada, incluindo antecipações de recebíveis, pelo EBITDA em doze meses atingiu 1,9x no 1T26, redução de 0,9x em relação ao mesmo período do ano anterior.

Na comparação com o 4T25, a dívida líquida ajustada manteve-se relativamente estável, com os recursos da oferta subsequente de ações (R\$ 215,3 milhões) mais que compensando o consumo de caixa do trimestre.

As consistentes melhorias em nosso perfil de alavancagem e liquidez foram refletidas pela revisão positiva da nota de crédito da companhia, pela Fitch Ratings. A agência elevou a perspectiva do rating nacional de longo prazo 'AA-(bra)' de estável para positiva no trimestre, sinalizando potencial *upgrade*.

Endividamento (R\$ milhões)	1T25	2T25	3T25	4T25	1T26
(+) Dívida curto prazo	391,2	253,1	319,6	188,7	121,6
(+) Dívida longo prazo	1.019,8	1.447,5	1.428,6	1.544,4	1.534,6
(=) Dívida Bruta	1.411,0	1.700,6	1.748,3	1.733,1	1.656,2
(-) Caixa e equivalentes	(118,8)	(245,7)	(108,2)	(187,8)	(243,3)
(+) Operações de swap cambial	(16,1)	(11,6)	(4,2)	(7,7)	7,1
(=) Dívida Líquida	1.276,1	1.443,4	1.635,8	1.537,6	1.420,0
<i>Dívida Líquida / EBITDA Ajustado</i>	<i>1,9x</i>	<i>1,9x</i>	<i>2,0x</i>	<i>1,7x</i>	<i>1,5x</i>
(+) Saldo de recebíveis antecipados	613,6	508,1	428,0	289,6	400,0
(=) Dívida Líquida + Antecipações de Recebíveis	1.889,7	1.951,5	2.063,8	1.827,3	1.820,0
<i>Dívida Líquida + Antecipações / EBITDA Aj.</i>	<i>2,8x</i>	<i>2,6x</i>	<i>2,5x</i>	<i>2,0x</i>	<i>1,9x</i>

INVESTIMENTOS

À medida em que reduzimos nosso endividamento, abrimos espaço para ampliar investimentos que irão sustentar nosso crescimento no longo prazo.

No 1T26, totalizamos R\$ 52,3 milhões em investimentos, destinados principalmente para projetos de tecnologia e otimização da estrutura logística. Além disso, seguimos acelerando os investimentos em reformas, renovando e adequando nosso portfólio de lojas ao novo momento operacional da companhia.

Capex (R\$ milhões)	1T25	%	1T26	%
Expansão	11,9	43%	7,2	14%
Reforma de lojas	8,3	30%	11,2	21%
Tecnologia	3,6	13%	10,4	20%
Infraestrutura de lojas, CDs e escritórios	3,9	14%	23,5	45%
Total	27,6	100%	52,3	100%

FLUXO DE CAIXA

No 1T26 houve consumo de caixa operacional de R\$ 63,5 milhões, maior do que o mesmo período do ano anterior, quando executamos relevante desmobilização de estoques de baixo giro.

Importante destacar que o consumo de caixa no primeiro trimestre do ano é natural em nosso setor, devido à sazonalidade em estoques e fornecedores já comentada anteriormente. Na janela de doze meses móveis, a conversão de EBITDA em caixa foi de 46,5%, próxima à média histórica da companhia.

Fluxo de Caixa Gerencial (R\$ milhões)	1T25	1T26	1T25 (LTM)	1T26 (LTM)
EBITDA Ajustado ex-IFRS 16	150,3	204,7	682,0	959,1
(-) Ajuste a Valor Presente (AVP)	(42,8)	(40,3)	(152,2)	(160,8)
(Δ) Contas a receber	(163,9)	(17,6)	(168,3)	(297,9)
(Δ) Estoques	257,3	(19,7)	(194,4)	(627,6)
(Δ) Fornecedores	(292,2)	(261,4)	227,8	312,3
(Δ) Tributos a recuperar / recolher	6,7	(23,0)	47,0	127,0
(+/-) Variação outros ativos e passivos/Efeitos não caixa	48,6	93,8	41,6	134,0
(=) Fluxo de caixa das operações	(35,9)	(63,5)	483,4	446,0
<i>Conversão EBITDA-caixa</i>	<i>(23,9%)</i>	<i>(31,0%)</i>	<i>70,9%</i>	<i>46,5%</i>
(-) Investimentos de capital	(27,6)	(52,3)	(117,7)	(286,1)
(-) Aquisição de empresas	0,0	0,0	(221,5)	0,0
(=) Fluxo de caixa de investimentos	(27,6)	(52,3)	(339,2)	(286,1)
Fluxo de caixa livre	(63,6)	(115,7)	144,2	159,9
(+) Captação de dívida bruta	7,5	0,0	415,9	1.259,7
(-) Pagamento de dívida bruta	(7,6)	(87,4)	(605,5)	(1.011,4)
(+/-) Antecipação (recomposição) de recebíveis	83,0	110,4	192,2	(213,6)
(-) Serviço da dívida	(54,6)	(56,5)	(243,4)	(338,8)
(-) Recompra de ações	0,0	(10,6)	(21,6)	(27,1)
(+) Integralização de capital	124,1	359,7	124,1	488,5
(+) Dividendos e JCP recebidos (pagos)	(122,1)	(144,4)	(122,1)	(192,2)
(=) Fluxo de caixa de financiamento	30,5	171,3	(260,4)	(34,9)
Saldo inicial de caixa, equivalentes e aplic. financeiras	149,4	185,8	232,5	116,3
Saldo final de caixa, equivalentes e aplic. financeiras	116,3	241,3	116,3	241,3
Variação de Caixa e Equivalentes	(33,1)	55,5	(116,2)	125,0

ANEXO 1: DEMONSTRATIVO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

Demonstrativo do Resultado do Exercício (R\$ milhões)	IAS 17			IFRS16		
	1T25	1T26	Δ	1T25	1T26	Δ
Receita Bruta	3.623,2	4.143,2	14,4%	3.623,2	4.143,2	14,4%
Deduções	(252,5)	(335,2)	32,8%	(252,5)	(335,2)	32,8%
Receita Líquida	3.370,7	3.807,9	13,0%	3.370,7	3.807,9	13,0%
Custo das Mercadorias Vendidas	(2.329,7)	(2.587,7)	11,1%	(2.329,7)	(2.587,7)	11,1%
Lucro Bruto	1.041,1	1.220,2	17,2%	1.041,1	1.220,2	17,2%
<i>Margem Bruta</i>	28,7%	29,5%	0,8p.p.	28,7%	29,5%	0,8p.p.
Despesas com Vendas	(798,6)	(905,9)	13,4%	(677,3)	(778,6)	15,0%
Margem de Contribuição	242,5	314,4	29,7%	363,8	441,6	21,4%
<i>Margem de Contribuição (%)</i>	6,7%	7,6%	0,9p.p.	10,0%	10,7%	0,7p.p.
Despesas Gerais e Administrativas	(92,1)	(109,7)	19,1%	(92,1)	(109,7)	19,1%
EBITDA Ajustado	150,3	204,7	36,1%	271,6	331,9	22,2%
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	4,1%	4,9%	0,8p.p.	7,5%	8,0%	0,5p.p.
Depreciação e Amortização	(45,3)	(55,3)	21,9%	(127,1)	(139,6)	9,9%
Resultado Financeiro	(108,0)	(112,3)	4,0%	(155,0)	(159,6)	3,0%
Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro	(3,0)	37,1	-	(10,4)	32,7	-
Imposto de Renda e Contribuição Social	16,2	18,3	13,3%	18,7	19,7	5,2%
Participação Minoritária	(0,1)	0,1	-	(0,1)	0,1	-
Lucro Líquido Ajustado	13,1	55,6	325,6%	8,1	52,5	543,8%
<i>Margem Líquida Ajustada</i>	0,4%	1,3%	0,9p.p.	0,2%	1,3%	1,1p.p.

Reconciliação DRE Ajustada (R\$ milhões)	1T26 Contábil	Efeitos IFRS 16	Ajustes Gerenciais	1T26 Ajustado
Receita Bruta	4.143,2	-	-	4.143,2
Deduções	(335,2)	-	-	(335,2)
Receita Líquida	3.807,9	-	-	3.807,9
Custo das Mercadorias Vendidas	(2.587,7)	-	-	(2.587,7)
Lucro Bruto	1.220,2	-	-	1.220,2
Despesas Operacionais	(890,5)	(127,3)	0,4	(1.017,4)
Equivalência Patrimonial	1,9	-	-	1,9
EBITDA	331,5	(127,3)	0,4	204,7
Depreciação e Amortização	(139,6)	84,4	-	(55,3)
Resultado Financeiro	(159,6)	47,3	-	(112,3)
Resultado Antes do Imposto de Renda	32,3	4,4	0,4	37,1
Imposto de Renda e Contrib. Social	19,8	(1,3)	(0,1)	18,3
Participação Minoritária	0,1	-	-	0,1
Lucro Líquido	52,2	3,1	0,3	55,6

ANEXO 2: BALANÇO PATRIMONIAL

Balanco Patrimonial (R\$ milhões)	IFRS16		
	31/12/2025	31/03/2026	Δ
Ativo Total	9.920,9	9.806,8	(1,2%)
Ativo Circulante	5.688,7	5.613,3	(1,3%)
Caixa e Equivalentes de Caixa	185,8	241,3	29,9%
Contas a Receber de Clientes	1.234,0	1.135,8	(8,0%)
Estoques	3.697,3	3.654,4	(1,2%)
Tributos a Recuperar	296,6	320,6	8,1%
Outros Ativos Circulantes	275,0	261,2	(5,0%)
Ativo Não Circulante	4.232,2	4.193,5	(0,9%)
Tributos a Recuperar	615,5	615,9	0,1%
Tributos Diferidos	709,1	732,1	3,2%
Investimentos	80,9	82,8	2,3%
Imobilizado	920,3	912,0	(0,9%)
Intangível	184,5	189,7	2,8%
Direito de uso em arrendamento	1.673,8	1.630,6	(2,6%)
Outros Ativos Não Circulantes	48,1	30,4	(36,8%)
Passivo Total	9.920,9	9.806,8	(1,2%)
Passivo Circulante	3.577,9	3.239,2	(9,5%)
Obrigações Sociais e Trabalhistas	229,3	270,5	18,0%
Fornecedores	2.607,5	2.334,2	(10,5%)
Obrigações Fiscais	191,4	164,1	(14,2%)
Empréstimos, Financiamentos e Debêntures	188,7	121,2	(35,7%)
Outras Obrigações	71,6	64,7	(9,7%)
Arrendamento mercantil	289,4	284,5	(1,7%)
Passivo Não Circulante	3.249,6	3.211,6	(1,2%)
Empréstimos, Financiamentos e Debêntures	1.544,4	1.535,0	(0,6%)
Tributos Diferidos	2,2	2,2	0,0%
Arrendamento Mercantil	1.667,5	1.634,0	(2,0%)
Provisões	33,2	31,6	(4,8%)
Outras Contas a Pagar	2,4	8,8	274,4%
Patrimônio Líquido	3.093,4	3.356,0	8,5%
Capital Social Realizado	1.974,8	2.334,5	18,2%
Reservas de Capital	383,4	378,8	(1,2%)
Reservas de Lucros	727,0	634,6	(12,7%)
Participação de não controladores	8,2	8,1	(1,6%)

ANEXO 3: CONCILIAÇÃO DO EBITDA

Reconciliação EBITDA (R\$ milhões)	1T25	1T26
Lucro Líquido (IFRS 16)	5,0	52,2
(+) Resultado Financeiro	155,9	159,6
(+) Imposto de Renda e CS	(20,3)	(19,8)
(+) Depreciação e Amortização	128,5	139,6
(+) Participação Minoritária	0,1	(0,1)
EBITDA (IFRS 16)	269,2	331,5
(+/-) Efeitos IFRS 16	(121,3)	(127,3)
(+/-) Ajustes Gerenciais	2,4	0,4
EBITDA Ajustado (IAS 17)	150,3	204,7

ANEXO 4: AJUSTE A VALOR PRESENTE (AVP) DO RESULTADO

Ajustes a Valor Presente (AVP)	1T25	1T26	Δ
AVP da Receita Bruta	(18,9)	(33,8)	78,7%
AVP do Custo das Mercadorias Vendidas	61,7	74,1	20,2%
Efeito do AVP no Lucro Bruto	42,8	40,3	(5,7%)
<i>% da Receita Bruta</i>	<i>1,2%</i>	<i>1,0%</i>	<i>(0,2p.p.)</i>
AVP Contas a Receber	17,1	37,2	117,7%
AVP Fornecedores	(52,4)	(78,6)	49,9%
AVP Impostos a Recuperar	-	-	-
Efeito do AVP no Resultado Financeiro	(35,4)	(41,5)	17,2%
<i>% da Receita Bruta</i>	<i>(1,0%)</i>	<i>(1,0%)</i>	<i>0,0p.p.</i>
Efeito do AVP no Lucro Líquido	7,4	(1,1)	(115,0%)
<i>% da Receita Bruta</i>	<i>0,2%</i>	<i>(0,0%)</i>	<i>(0,2p.p.)</i>

ANEXO 5: DISTRIBUIÇÃO DE LOJAS POR UF

UF / Região (# lojas)	1T25	Aberturas (LTM)	Fechamentos (LTM)	1T26
Total	1.656	44	12	1.688
Nordeste	1.025	23	9	1.039
Alagoas	39	1	1	39
Bahia	155	1	4	152
Ceará	285	6	1	290
Maranhão	138	6	1	143
Paraíba	68	2	2	68
Pernambuco	182	3	-	185
Piauí	44	4	-	48
Rio Grande Do Norte	70	-	-	70
Sergipe	44	-	-	44
Norte	244	11	2	253
Acre	15	2	-	17
Amapá	18	-	-	18
Amazonas	21	2	1	22
Pará	146	5	1	150
Rondônia	13	-	-	13
Roraima	13	1	-	14
Tocantins	18	1	-	19
Sudeste	232	1	1	232
Espírito Santo	24	-	-	24
Minas Gerais	70	-	-	70
Rio De Janeiro	14	-	-	14
São Paulo	124	1	1	124
Centro-Oeste	113	9	-	122
Distrito Federal	15	-	-	15
Goiás	29	3	-	32
Mato Grosso	39	2	-	41
Mato Grosso Do Sul	30	4	-	34
Sul	42	-	-	42
Paraná	16	-	-	16
Rio Grande Do Sul	7	-	-	7
Santa Catarina	19	-	-	19



VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS

5 de maio de 2026

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

Em português, com tradução simultânea para o inglês

Para acessar, [clique aqui](#)