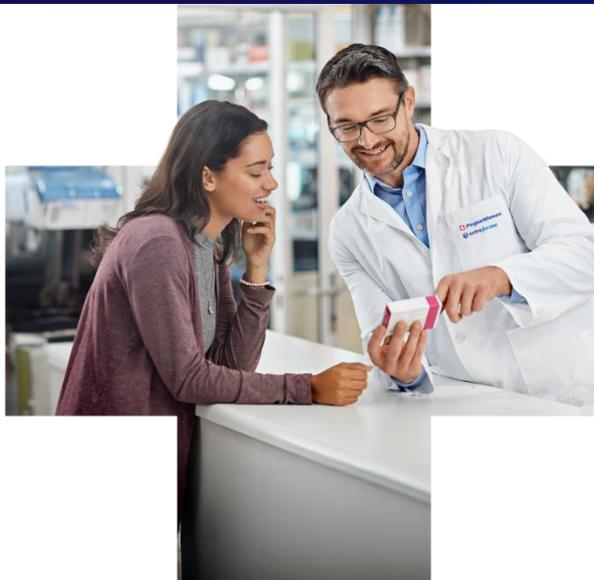


DIVULGAÇÃO DE  
**Resultados**  
**2T24**

 **PagueMenos**

 **extrafarma**



## PAGUE MENOS ACELERA CRESCIMENTO, REVERTE PREJUÍZO E APRESENTA MELHOR CICLO DE CAIXA DESDE 2020

### DESTAQUES 2T24

- + RECEITA BRUTA**  
R\$ 3,4 bilhões (+12,2% vs 2T23) com *same-store-sales* de 11,4%
- + MARKET SHARE**  
Crescimento acima do mercado em todas as regiões
- + EBITDA AJUSTADO**  
R\$ 176,9 milhões (+15,7% vs 2T23) com expansão de 0,2p.p. de margem
- + LUCRO LÍQUIDO AJUSTADO**  
R\$ 44,2 milhões com expansão de 1,4p.p. de margem vs 2T23
- + SINERGIAS EXTRAFARMA**  
R\$ 203 milhões em bases anuais (6 meses antes do previsto)
- + ENDIVIDAMENTO**  
2,5x Dívida Líquida / EBITDA (redução de 0,6x vs 2T23)
- + CICLO DE CAIXA**  
56 dias, redução de 8 dias vs 2T23
- + FLUXO DE CAIXA LIVRE**  
R\$ 74,1 milhões, com crescimento de R\$ 114,3 milhões vs 2T23

## DISCLAIMER

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 no Anexo 1 deste documento.



## DESTAQUES FINANCEIROS CONSOLIDADOS

em R\$ milhões e % da R.B.	2T23	2T24	Δ	1S23	1S24	Δ
<b>Receita Bruta</b>	<b>3.003,6</b>	<b>3.369,0</b>	<b>12,2%</b>	<b>5.816,9</b>	<b>6.464,1</b>	<b>11,1%</b>
<b>Lucro Bruto</b>	<b>930,6</b>	<b>1.023,2</b>	<b>9,9%</b>	<b>1.748,1</b>	<b>1.926,7</b>	<b>10,2%</b>
% Margem Bruta	31,0%	30,4%	(0,6 p.p.)	30,1%	29,8%	(0,3 p.p.)
<b>Margem de Contribuição</b>	<b>234,4</b>	<b>267,4</b>	<b>14,1%</b>	<b>377,1</b>	<b>453,3</b>	<b>20,2%</b>
% Margem de Contribuição	7,8%	7,9%	0,1 p.p.	6,5%	7,0%	0,5 p.p.
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>152,9</b>	<b>176,9</b>	<b>15,7%</b>	<b>207,5</b>	<b>273,8</b>	<b>31,9%</b>
% Margem EBITDA Ajustada	5,1%	5,3%	0,2 p.p.	3,6%	4,2%	0,6 p.p.
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>(2,9)</b>	<b>44,2</b>	<b>-</b>	<b>(48,2)</b>	<b>21,1</b>	<b>-</b>
% Margem Líquida Ajustada	(0,1%)	1,3%	1,4 p.p.	(0,8%)	0,3%	1,1 p.p.



## PRINCIPAIS INDICADORES

Indicador	2T23	3T23	4T23	1T24	2T24	Δ (2T24 x 2T23)
# de Lojas	1.652	1.648	1.632	1.654	1.653	0,1%
Venda média mensal por loja (R\$ mil)	607	622	622	628	679	11,9%
Ticket médio (R\$)	78,37	81,07	80,46	81,96	83,78	6,9%
Crescimento mesmas lojas (%)	5,6%	5,9%	5,6%	9,6%	11,4%	5,8 p.p.
Canais digitais (% da R.B.)	11,7%	12,1%	12,5%	13,4%	14,1%	2,4 p.p.
Marcas próprias (% da R.B.)	6,6%	7,0%	6,9%	6,7%	6,7%	0,1 p.p.
# Consultórios farmacêuticos	1.077	1.077	1.077	1.077	1.077	0,0%
# Clientes ativos (milhões de clientes)	20,5	20,7	20,7	20,9	20,9	2,3%
# de Funcionários (total)	25.375	25.268	25.445	25.822	25.874	2,0%
# de Funcionários (lojas)	20.679	20.599	20.775	21.161	21.381	3,4%
Média de funcionários por loja	12,5	12,5	12,7	12,8	12,9	3,3%
Ciclo de caixa operacional (dias)	64	60	55	60	56	(8)
Dívida Líquida / EBITDA Ajustado	3,1x	2,4x	2,5x	2,6x	2,5x	(0,6x)

### PORTFOLIO DE LOJAS

Encerramos o 2T24 com 1.653 lojas, reduzindo uma unidade em relação ao trimestre anterior, sendo uma inauguração e dois fechamentos. Com isso, concluímos no trimestre a projeção de aberturas de 30 lojas no ano de 2024.

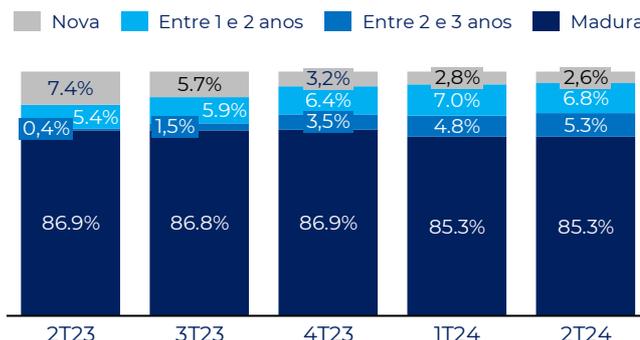
As conversões de bandeira seguem ocorrendo dentro do planejamento de integração operacional com a Extrafarma, totalizando 96 lojas convertidas até o final do 2T24. As conversões seguem entregando relevante *ramp-up* de venda, evidenciando a força de marca da Pague Menos nacionalmente. Atualmente, 100% das lojas nas UFs de SP, BA, PE, PB, RN e TO já foram convertidas para Pague Menos, de forma que apenas as UFs de PA, AP, MA e CE permanecem com a marca Extrafarma. Nessas praças, estamos realizando testes, para a decisão futura de novas conversões nesses estados.

Três anos após a abertura das primeiras lojas do novo ciclo de expansão pós-IPO, observamos resultados consistentes na curva de maturação de vendas e, principalmente, nos resultados das novas lojas, que apontam para um nível de rentabilidade acima da média de lojas de safras anteriores. Ao estratificar as lojas por faixa de venda média mensal, observamos que as inaugurações a partir de 2021 entregam margens 4-wall aproximadamente 1,5p.p acima da média de lojas maduras (considerando apenas o portfólio Pague Menos).

#### EVOLUÇÃO BASE DE LOJAS



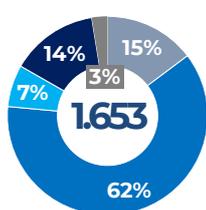
#### PERFIL ETÁRIO DE LOJAS



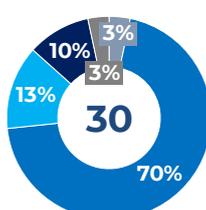
#### POR REGIÃO

- N
- NE
- CO
- SE
- S

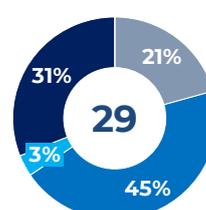
#### BASE DE LOJAS (2T24)



#### EXP. ORGÂNICA (LTM)

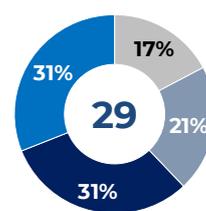
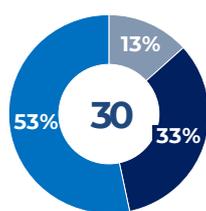
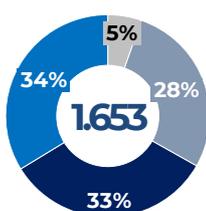


#### FECHAMENTOS (LTM)



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

- A
- B1
- B2
- C/D



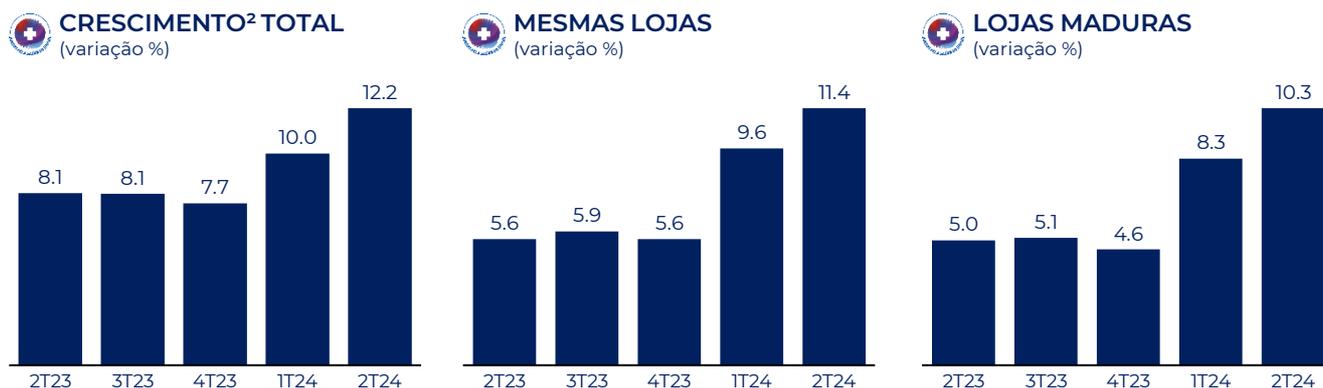
<sup>1</sup> Classe social predominante no entorno de cada loja (isócronas de 5 minutos de deslocamento a carro). Segmentação segue critérios do IBGE.

### PERFORMANCE DE VENDAS

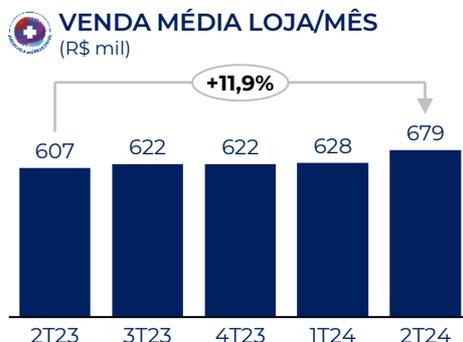
Conquistamos no 2T24 relevante aceleração no crescimento de vendas, mesmo com o menor componente inflacionário do reajuste de medicamentos no trimestre. O bom desempenho reflete principalmente as iniciativas de eficiência operacional, com ações em áreas como atendimento, revitalização do parque de lojas e melhoria de processos internos, que já começam a impactar positivamente na percepção e comportamento de clientes. Além disso, destacamos a forte recuperação de vendas na Extrafarma, em decorrência das sinergias capturadas e conversões de bandeiras realizadas nos últimos trimestres.

O crescimento total de vendas foi de 12,2%, puxado principalmente pelo crescimento de lojas maduras de 10,3%, mais que o dobro da inflação do período. Lojas em maturação contribuíram positivamente com 2,8p.p. no crescimento, enquanto lojas fechadas nos últimos 12 meses contribuíram negativamente com 0,9p.p.

O crescimento mesmas lojas (SSS) foi de 11,4% no trimestre, acelerando 1,8p.p. em relação ao trimestre anterior. Observamos boa tendência de crescimento em ambas as empresas, com Pague Menos registrando SSS de 10,5% e Extrafarma 15,8%. Em Extrafarma, destacamos a forte contribuição de lojas convertidas, que apresentaram expressivo crescimento de 23,7%, enquanto as demais expandiram 12,7%.



Nosso portfólio de lojas atingiu o patamar de R\$ 679 mil em venda média mensal no 2T24, crescimento de 11,9% em relação ao mesmo período do ano anterior. Destacamos a consistente melhoria no portfólio Extrafarma, que atingiu uma venda média mensal de R\$ 574 mil no trimestre, acumulando um expressivo crescimento de 28% nos últimos 2 anos, quase 3 vezes a inflação acumulada no período.



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

O crescimento consolidado do trimestre pode ser decomposto em uma saudável combinação de expansão de 4,9% no volume de atendimentos e 6,9% no ticket médio.



O crescimento em atendimentos foi alavancado pela bandeira Pague Menos, que registrou incremento de 5,5% de cupons emitidos vs o 2T23. Atribuímos esse bom desempenho a: i) iniciativas de revitalização no parque de lojas (intervenções aprimorando o *look-and-feel* de mais de 250 pontos de venda); ii) melhorias no atendimento; iii) ações segmentadas de CRM e iv) maturação das novas safras de lojas. Em Extrafarma, o volume de atendimentos cresceu 2,5%, negativamente impactado pelos fechamentos de lojas realizados nos últimos 12 meses. No conceito “mesmas lojas” o volume de atendimentos em Extrafarma expandiu expressivos 5,7%.

A maior parte do crescimento de tráfego em loja foi decorrente da retenção e ativação de novos clientes, contribuindo assim para crescimento em nossa base de clientes ativos. Totalizamos 20,9 milhões de clientes com compras nos últimos doze meses, crescimento de 2,3% em relação ao 2T23 e 0,2% em relação ao 1T24. Resultados positivos, em especial considerando que não houve no período expansão na base de lojas.

Mesmo com a desaceleração inflacionária, estamos observando uma aceleração no crescimento de ticket médio, alavancada principalmente pelo incremento da cesta de compras de clientes. Importante destacar que houve uma inflexão nessa métrica no trimestre, que apresentava persistente tendência de queda até então. Além disso, observamos um efeito mix positivo, em decorrência do aumento da participação de medicamentos de marca nas vendas totais.

### GERENCIAMENTO DE CATEGORIAS E SUPPLY

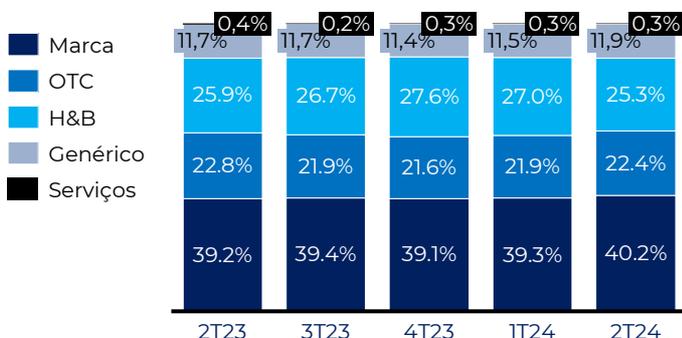
O bom desempenho de vendas no trimestre foi alavancado pelo crescimento em categorias de medicamentos prescritos. Medicamentos de marca registraram crescimento de 14,6% em relação ao mesmo período do ano anterior, atingindo 40,2% das vendas totais, a maior participação desde o 3T22. Dentre as classes terapêuticas, diabetes foi aquela que apresentou o maior crescimento. Em genéricos, registramos crescimento de 13,4%, mantendo a tendência estrutural de ganho de participação no mix, que atingiu o patamar recorde de 11,9% no trimestre.

Em contrapartida, o grupo de não-medicamentos apresentou desaceleração no trimestre, crescendo levemente abaixo da média geral. Em OTC, observamos crescimento de 9,8% no trimestre, prejudicado pela retração na categoria de gripe e resfriado. Itens de Higiene & Beleza apresentaram crescimento de 9,2%, desacelerando em relação aos trimestres anteriores, em especial pelas categorias de dermocosméticos e fraldas.

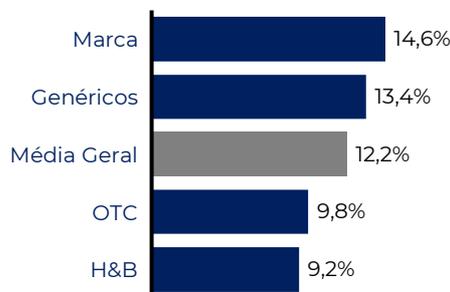
# RESULTADOS 2T24

## » DADOS OPERACIONAIS

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



**CRESCIMENTO POR CATEGORIA**  
(variação % 2T24 vs 2T23)



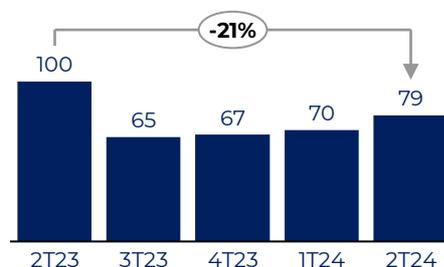
Nossas marcas próprias seguem sendo uma fortaleza em nossa execução comercial, e continuaram ganhando representatividade no mix de vendas no 2T24. Suas vendas totalizaram R\$ 226,0 milhões, crescendo 14,7% em relação ao mesmo período do ano anterior. A participação nas vendas totais foi de 6,7%, incremento de 0,1p.p. em relação ao 2T23. Considerando apenas as vendas do autosserviço, onde concentramos a oferta de itens de marcas próprias, a participação atingiu 14,1%, incremento de 0,7p.p. em relação ao 2T23.

O índice de ruptura de estoques continua controlado, reduzindo 21% em relação ao 2T23 e mantendo-se em patamar semelhante aos trimestres anteriores.

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



**RUPTURA DE ESTOQUES**  
(2T23 = base 100)



## MARKET SHARE

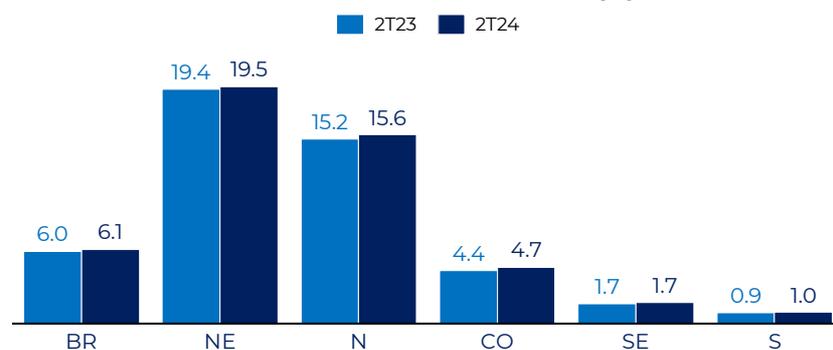
O bom desempenho de vendas tem permitido aumentar nosso *market share*, mesmo em um contexto de desaceleração no ritmo de aberturas de lojas.

No 2T23, alcançamos crescimento acima do mercado em todas as regiões. O Centro-Oeste segue sendo a geografia onde registramos o maior crescimento de vendas, e também maior ganho de *market share*. No trimestre, atingimos o percentual recorde de 4,7% de participação de mercado na região.

Destacamos também o bom desempenho na região Sudeste, onde registramos o melhor ritmo de crescimento mesmas lojas, alavancado pelas conversões de bandeira realizadas em São Paulo. Com essa iniciativa, observamos forte melhoria não só nas lojas convertidas, mas também nas demais lojas, devido ao aumento no adensamento e fortalecimento da marca Pague Menos em micromercados específicos da capital paulista.

Importante destacar que o ganho de *market share* no trimestre foi alcançado de forma orgânica, sem a abertura de novas lojas. Nosso ritmo de crescimento de venda média por loja continua bem acima dos principais competidores, mantendo uma tendência observada nos trimestres anteriores.

### MARKET SHARE POR REGIÃO (%)



Fonte: IQVIA

### PLATAFORMA OMNICHANNEL

No 2T24 continuamos a aprimorar a experiência de compra em nossos canais digitais, que seguem ganhando relevância em nosso negócio. As vendas atingiram R\$ 474 milhões, crescendo 38,3% em comparação com o 2T23 e representando 14,1% das vendas totais. Por bandeira, a Pague Menos alcançou uma penetração de 14,5%, enquanto a Extrafarma atingiu 11,9%. Com isso, seguimos reduzindo o gap entre as bandeiras, encerrando o 2T24 com uma diferença de 2,6 p.p., em contraste com os 4,2 p.p. registrados no ano anterior.

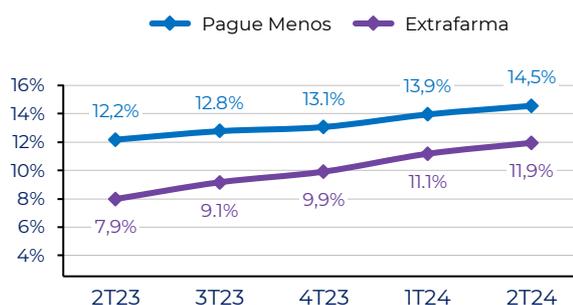
#### VENDA OMNICHANNEL

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



#### PARTICIPAÇÃO OMNICHANNEL

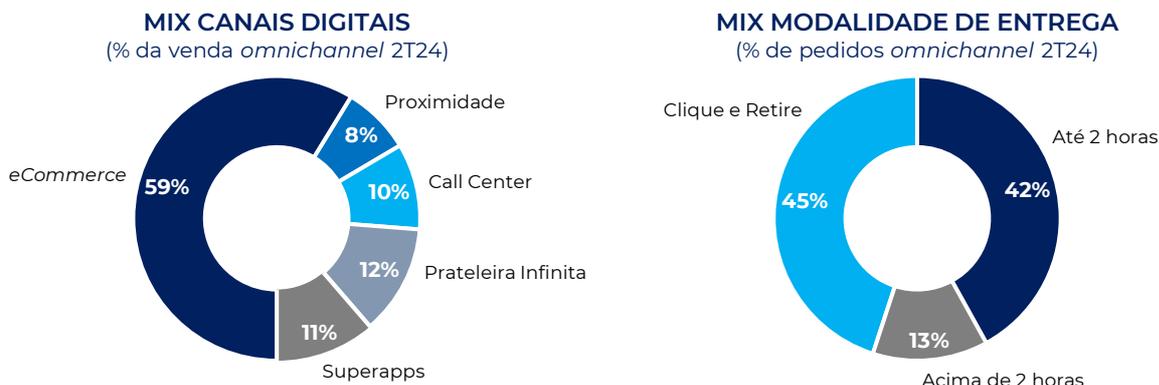
(% da receita varejo)



O crescimento da nossa plataforma *omnichannel* vem sendo sustentado por uma melhoria contínua na jornada do cliente em todos os canais, desde a redução no tempo de carregamento do site até o checkout do aplicativo. Com isso, continuamos crescendo de forma equilibrada, com e-Commerce, Proximidade, Superapps e Prateleira Infinita crescendo por volta de 15% no 2T24 em relação ao 1T24, com destaque para o eCommerce que se aproxima de 60% de participação.

Ademais, nesse trimestre fizemos a integração de todos os canais pelo WhatsApp, sendo agora possível redirecionar o fluxo de acesso deste para as outras plataformas. Essa iniciativa permite uma maior eficiência na estratégia de comunicação, uma vez que concentramos os recursos para divulgar somente um ponto de acesso.

Nossa estratégia *omnichannel* permite continuar crescendo de forma saudável e sustentada, gradualmente aprimorando a rentabilidade e nível de serviço dos canais. No 2T24, a margem de contribuição do canal expandiu quase 2p.p. em relação ao 2T23. Além disso, mantivemos bom nível de eficiência de entrega, com 87% dos pedidos disponibilizados aos clientes em menos de 2 horas.



## HUB DE SAÚDE

Nosso Hub de Saúde segue em constante evolução, ganhando cada vez mais relevância no nosso planejamento estratégico. O 2T24 foi um trimestre marcado pela revisão de posicionamento em algumas importantes verticais de negócio, conforme comentaremos a seguir.

O Clinic Farma segue registrando relevante tráfego de clientes. No trimestre, foram realizados 1,9 milhão de atendimentos em nossos consultórios farmacêuticos, crescimento de 49% em relação ao mesmo período do ano anterior. Gradualmente, estamos convertendo o volume de dados gerado pelo Clinic Farma na construção de “jornadas de saúde” segmentadas. Com o apoio de importantes parceiros da indústria farmacêutica, já temos réguas de relacionamento estruturadas para incentivar a adesão ao tratamento em áreas como diabetes e hipertensão, beneficiando milhares de clientes com descontos, conteúdos educativos e exames de análises clínicas.

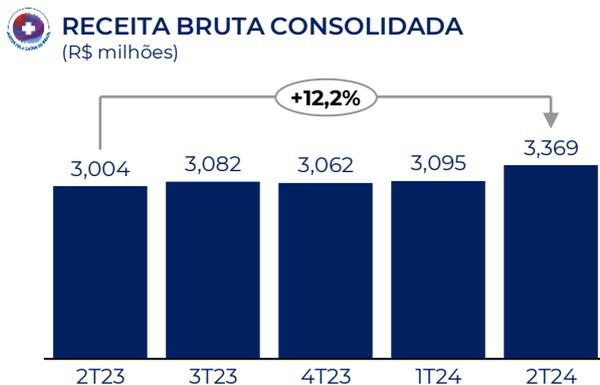
A Pague Menos é a rede de farmácias com o maior portfólio de testes rápidos no mercado, com mais de 25 exames sendo ofertados no Clinic Farma. No trimestre, ampliamos a oferta com a inclusão, com exclusividade no canal farma, de hemogramas completos. O exame, disponibilizado em parceria com a *healthtech* de tecnologia diagnóstica *Hilab*, permite a avaliação rápida de diversos componentes do sangue, como hemácias, leucócitos e plaquetas, auxiliando de forma efetiva no monitoramento de saúde do paciente.

Na vertical de vacinas, a mudança de estratégia de aplicação via parcerias para o modelo próprio já começa a gerar resultados promissores. Apenas com iniciativas de treinamento, conscientização de clientes, ampliação de sortimento e reforço de estoques, já quintuplicamos nosso *market share* de vacinas desde o início do ano, mesmo sem expandir a quantidade de lojas habilitadas para o serviço. Até o final do ano, projetamos conquistar ainda mais nossa participação de mercado na categoria, em virtude da ampliação de 36 para cerca de 100 lojas equipadas com salas de vacinação.

Dentro do contexto de constante evolução de nossa estratégia, tomamos a decisão de descontinuar a operação própria das farmácias de manipulação. Entre os múltiplos componentes de nosso Hub de Saúde, essa era a iniciativa mais madura, com menor nível de crescimento e maior nível de capital empregado. Com isso, iniciamos uma parceria com a *Miligrama*, maior farmácia de manipulação online do país, para direcionar toda a demanda de prescrições de manipulados capturada em loja, garantindo que nossos clientes continuem a ser atendidos com este serviço.

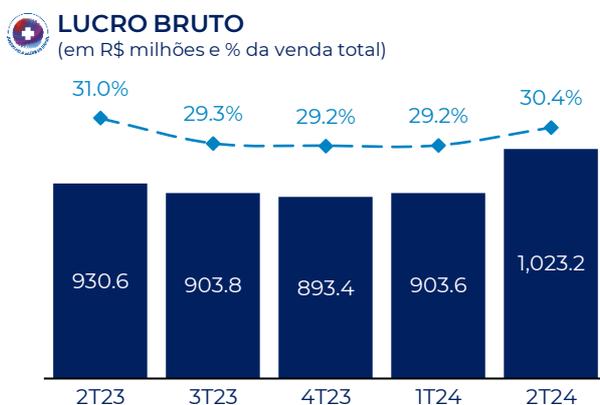
### RECEITA BRUTA

Como consequência do bom crescimento mesmas lojas, conforme detalhado na seção “Performance de Vendas” deste release, a receita bruta consolidada atingiu a marca de R\$ 3,369 bilhões no 2T24.



### LUCRO BRUTO

O lucro bruto consolidado atingiu R\$ 1,023 bilhão no 2T24, crescimento de 9,9% em relação ao mesmo período do ano anterior. Já a margem bruta recuou 0,6p.p. na comparação anual, fechando o trimestre em 30,4%.

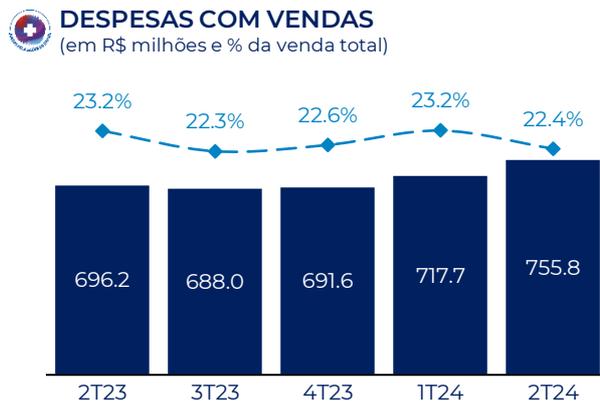


A redução de margem bruta observada no trimestre é decorrência, principalmente, de menores ganhos inflacionários com estoques, característica sazonal do segundo trimestre do ano, quando ocorre o reajuste de medicamentos regulado pela CMED. Além do reajuste mais baixo do que no ano anterior (4,5% em 2024 vs 5,6% em 2023), executamos a “pré-alta” com nível mais baixo de estoques (PME de 113 dias no 1T24 vs 129 dias no 1T23), capturando assim menores ganhos inflacionários. A redução no PME é justificada por contextos operacionais distintos: enquanto no 1T23 o foco operacional era a integração logística com a Extrafarma, demandando aportes pontuais de capital de giro, no 1T24 os esforços foram direcionados a desalavancagem financeira, onde a otimização do ciclo de caixa tem sido um dos pilares fundamentais.

Também contribuíram negativamente para a margem bruta, em menor escala, o índice de perdas de estoques e o Ajuste a Valor Presente (AVP). De forma positiva, a margem bruta foi impactada por melhores condições comerciais, *pricing* e efeito mix. Consideramos que os componentes negativos de variação de margem bruta são predominantemente pontuais, enquanto os ganhos são estruturais.

### DESPESAS COM VENDAS

As despesas com vendas consolidadas totalizaram R\$ 755,8 milhões, equivalente a 22,4% da receita bruta, recuando 0,8p.p. em relação ao mesmo período do ano anterior.



A aceleração no crescimento mesmas lojas, em um contexto onde a inflação de despesas tem desacelerado, tem gerado uma positiva alavancagem operacional, com maior diluição de despesas fixas como aluguéis e pessoal. Além disso, ganhos de eficiência, em especial na bandeira Extrafarma, tem contribuído para controlar o crescimento de despesas operacionais.

Importante destacar que a boa performance em diluição de despesas de vendas ocorre a despeito de despesas incrementais geradas no contexto de transição de gestão da Companhia. As chamadas “missões operacionais”, que tem priorizado ações de curto prazo nas áreas de atendimento, processos, manutenção, tecnologia e suporte às lojas, demandam recursos em um primeiro momento, com ganhos estruturais que ocorrem gradualmente. Linhas de despesa como manutenção e treinamentos de pessoal, por exemplo, crescem respectivamente 30% e 60% em relação ao ano anterior. Além disso, promovemos uma reestruturação organizacional, com mudanças em hierarquias de operações, encerramento da operação de farmácias de manipulação e reforço do time de lojas, o que também impactou as despesas de pessoal com indenizações.

### MARGEM DE CONTRIBUIÇÃO

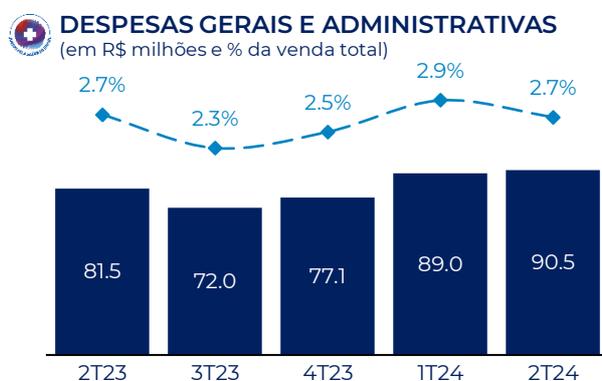
O bom desempenho em diluição de despesas mais que compensou a pressão em margem bruta no trimestre, fazendo com que a margem de contribuição atingisse 7,9%, 0,1p.p. acima do 2T23.



Continuamos reduzindo o gap de rentabilidade entre Pague Menos e Extrafarma, conforme previsto no plano de integração. No 2T24, registramos no portfólio de lojas Pague Menos margem de contribuição de 8,2% e 6,8% em Extrafarma, indicando assim um gap de 1,4p.p. entre as duas operações. No 3T22, primeiro trimestre pós aquisição, esse mesmo gap era de 4,6p.p.

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

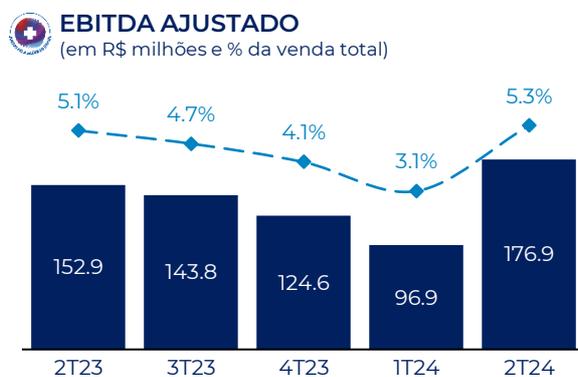
As despesas G&A totalizaram R\$ 90,5 milhões no 2T24, mantendo-se em patamar semelhante ao do 1T24. Como percentual da receita bruta, esse grupo de despesas representou 2,7%, recuando 0,2p.p. em relação ao 1T24, refletindo a maior diluição de despesas gerada pela aceleração no crescimento de vendas, e mantendo-se estável em relação ao 2T23.



A diluição de despesas G&A não foi ainda maior por conta de movimentações realizadas no time de administrativo da Companhia, que segue sendo reforçado no contexto de transição de gestão. Finalizamos no 2T24 a composição do C-Level, além de realizar alterações pontuais na estrutura da diretoria e reduzir, de forma significativa, nosso escritório corporativo em São Paulo. Essas movimentações, que podem ser consideradas como não-recorrentes, pressionaram o G&A do trimestre em 0,1p.p.

### EBITDA AJUSTADO

Como resultado dos efeitos descritos anteriormente, o EBITDA ajustado totalizou R\$ 176,9 milhões no 2T24, crescendo 15,7% em relação ao mesmo período do ano anterior. No acumulado do ano, o crescimento foi de expressivos 31,9%, refletindo o bom momento operacional pelo qual passa a Companhia.



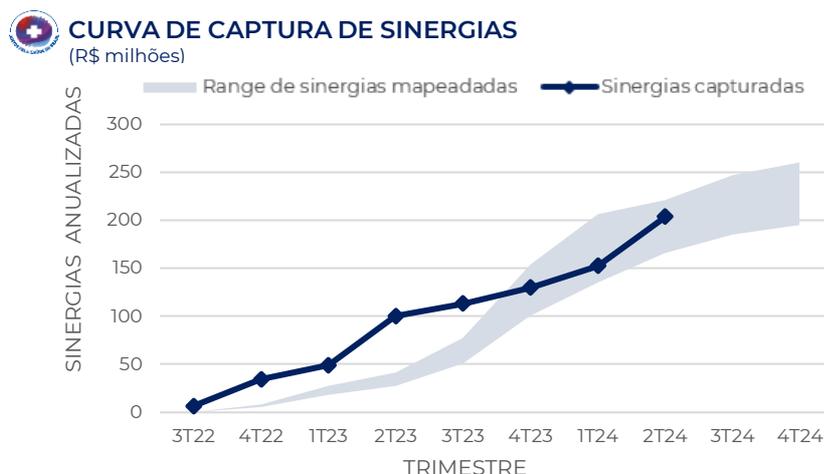
### INTEGRAÇÃO EXTRAFARMA E CAPTURA DE SINERGIAS

Cada vez mais, os benefícios gerados pela integração com a Extrafarma ficam evidentes em nosso resultado. Apuramos<sup>3</sup>, no 2T24, um volume de sinergias de R\$ 50,9 milhões, equivalente a R\$ 203 milhões em base anualizada. Com isso, já superamos o piso do intervalo de sinergias projetadas, seis meses antes do previsto, o que evidencia o sucesso na execução do plano de integração.

Além das sinergias capturadas até o trimestre anterior, contribuíram para o resultado o forte desempenho de lojas convertidas, uma alavanca que já responde por 10% do total de sinergias capturadas. Além disso, sinergias de venda seguem ganhando tração, como evolução do sortimento ativo, penetração de canais digitais e ativações de CRM.

O total de sinergias pode ser distribuído em alavancas de otimização de footprint (16% do total), sinergias de venda (23%), margem bruta (27%), SG&A (37%) e otimização da malha logística (11%), que foram parcialmente compensadas por dissinergias (-14%) geradas por desinvestimentos e aumento no índice de perdas.

Atualizamos o intervalo da projeção de sinergias, aumentando o limite inferior, de forma a incorporar a inflação acumulada desde a projeção original, e reduzindo o limite superior, de forma a contemplar dissinergias com perdas de estoque não previstas inicialmente. Com isso, a projeção atualizada é que a captura de sinergia, em bases anuais, fique entre R\$ 195 milhões e R\$ 260 milhões até o final de 2024.



### DEPRECIÇÃO, RESULTADO FINANCEIRO E IR/CS

Registramos depreciação de R\$ 47,6 milhões no 2T24, redução de 5,7% em relação ao mesmo período do ano anterior, refletindo a desaceleração no ritmo de investimentos e fechamentos de lojas realizados no período. Com a conclusão do plano de expansão orgânica e o baixo volume de capex previsto para a segunda metade do ano, devemos continuar observando uma tendência decrescente nesta rubrica.

A progressiva desalavancagem financeira executada ao longo dos últimos trimestres segue gerando economia em despesas financeiras. O resultado financeiro totalizou R\$ 86,7 milhões no 2T24, recuando 25,9% na comparação com o ano anterior, com relevante redução em despesas com antecipações de recebíveis e juros provisionados. Já na comparação com o 1T24, o resultado financeiro reduziu 14%, em decorrência, principalmente, do menor serviço da dívida e redução do Ajuste a Valor Presente (AVP).

<sup>3</sup> A apuração de sinergias é realizada através de cálculos gerenciais, os quais podem resultar em valores diferentes aos reportados contabilmente.



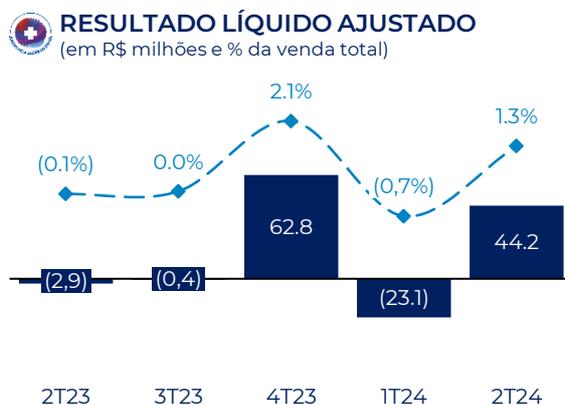
O imposto de renda diferido no 2T24 foi de R\$ 1,5 milhões, reduzindo em relação aos trimestre anteriores em virtude da melhora no resultado tributável. Subvenções para investimento impactaram positivamente em R\$ 10,9 milhões para o resultado líquido no trimestre.



## RESULTADO LÍQUIDO AJUSTADO

Totalizamos lucro líquido de R\$ 44,2 milhões no 2T24, revertendo o prejuízo de R\$ 2,9 milhões registrado no mesmo período do ano anterior. A margem líquida atingiu 1,3%, o que representa um expressivo incremento de 1,4p.p. na comparação anual.

O positivo resultado do trimestre evidencia a boa execução do plano traçado pós aquisição da Extrafarma, com progressiva evolução operacional (crescimento de vendas, captura de sinergias e incremento de margens) combinada com gradual desalavancagem financeira (redução no endividamento e otimização do ciclo de caixa).



### RECONCILIAÇÃO DO RESULTADO AJUSTADO

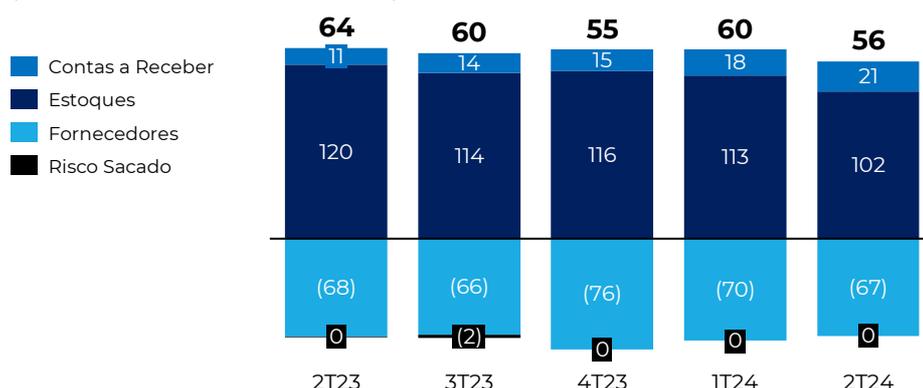
Para melhor entendimento e comparabilidade com os períodos anteriores, o resultado do exercício foi ajustado de forma a expurgar eventos não recorrentes. Apresentamos abaixo o detalhamento dos ajustes realizados, bem como seus respectivos impactos no resultado. A conciliação completa do resultado contábil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

Descrição Ajuste	Efeito líquido no result. consolidado	
	2T23	2T24
<b>Lucro Líquido Contábil IFRS 16</b>	<b>(37,1)</b>	<b>32,6</b>
Exclusão de Efeitos IFRS 16	7,1	5,3
Total - Ajustes Gerenciais	27,1	6,3
(+/-) Baixa de ativo imobilizado	0,0	1,4
(+) Despesas extraordinárias aquisição Extrafarma	0,4	-
(+) Reestruturação organizacional	2,4	-
(+/-) Combinação de Negócios	19,8	2,4
(+) Juros de parcelas a pagar transação Extrafarma	12,2	5,7
(+/-) Efeito no IRPJ e CSLL dos ajustes	(7,6)	(3,2)
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>(2,9)</b>	<b>44,2</b>

### CICLO DE CAIXA

O ciclo de caixa operacional atingiu 56 dias no 2T24, recuando 8 dias na comparação com o mesmo período do ano anterior, alavancado principalmente pela crescente eficiência na gestão de estoques.

#### CICLO DE CAIXA<sup>4</sup> CONSOLIDADO (em dias de CMV e dias de Receita Bruta)



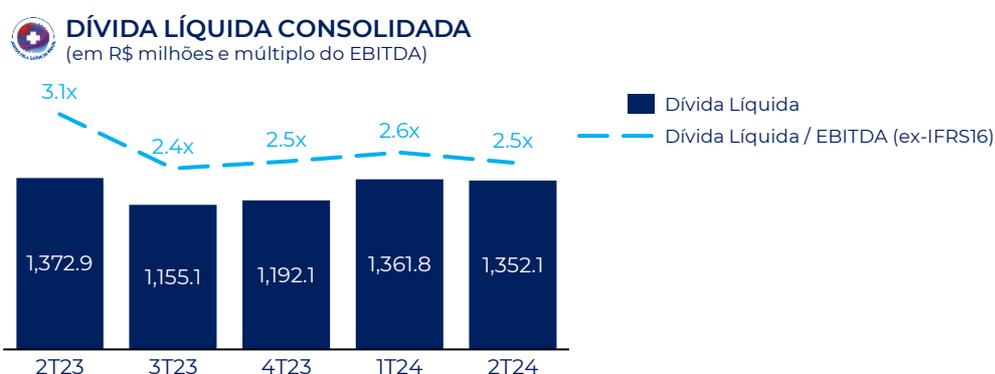
O prazo médio de estoques foi de 102 dias no 2T24, atingindo o menor patamar desde 2020. Gradualmente, a otimização de malha logística obtida com a integração da Extrafarma começa a se refletir em um ciclo de caixa cada vez mais eficiente. Além do ganho gerado pelas sinergias logísticas, continuamos a reduzir o volume de estoque empregado com iniciativas focadas em redução de excesso, maior envolvimento com fornecedores, revisão na política de lançamentos e redução no sortimento ativo por loja.

<sup>4</sup> O cálculo do Prazo Médio de Estoques e do Prazo Médio de Pagamento desconsidera os efeitos do AVP, acordos comerciais e tributos a recuperar.

Com a progressiva redução no nível de estoques, continuamos a recompor o saldo de recebíveis, reduzindo o volume de antecipações e assim contribuindo para uma menor alavancagem financeira. O prazo médio de recebimento atingiu 21 dias no 2T24, aumentando 3 dias em relação ao 1T24 e expressivos 10 dias em relação ao 2T23. Nos últimos 12 meses, destinamos aproximadamente R\$ 300 milhões de reais da geração de caixa operacional para a recomposição de nosso contas a receber.

### ENDIVIDAMENTO

O índice de dívida líquida / EBITDA atingiu 2,5x no 2T24, acumulando uma redução de 0,6x nos últimos 12 meses. A dívida líquida totalizou R\$ 1,352 bilhão, mantendo-se relativamente estável em relação ao 1T24.



Seguimos comprometidos com o ciclo de desalavancagem financeira, em curso desde o 2T23. Projetamos finalizar o ano de 2024 com um nível dívida líquida / EBITDA abaixo de 2,0x. Para isso, continuaremos destinando, quase integralmente, a geração de caixa operacional para reforçar nosso balanço.

Realizamos no 2T24 um relevante reperfilamento de dívidas, melhorando o perfil de nosso endividamento. Na comparação com o 1T24, houve redução da dívida bruta em 8%, com alongamento do *duration* (de 1,7 para 2,0 anos) e diminuição do spread médio do custo da dívida (de CDI + 1,97% para CDI + 1,70%).

### INVESTIMENTOS

No acumulado de 2024, o capex totalizou R\$ 41,7 milhões, recuando 38% na comparação com o ano anterior, refletindo o momento atual de desalavancagem financeira da Companhia.

Promovemos, no 2T24, uma importante revitalização de nosso parque de lojas, com mais de 100 *retrofits* realizados no período, além das 41 conversões de bandeira no portfólio Extrafarma. Acreditamos que esses investimentos contribuíram positivamente para o bom desempenho de vendas no trimestre.

Capex (R\$ milhões)	1S23	%	1S24	%
Expansão	44,8	67%	12,4	30%
Reforma de lojas	6,8	10%	20,3	49%
Tecnologia	7,9	12%	7,8	19%
Infraestrutura de lojas, CDs e escritórios	7,7	11%	1,2	3%
<b>Total</b>	<b>67,2</b>	<b>100%</b>	<b>41,7</b>	<b>100%</b>

### FLUXO DE CAIXA

Registramos no 2T24 um fluxo de caixa livre de R\$ 74,1 milhões, evolução de mais de R\$ 100 milhões em relação ao mesmo período do ano anterior. O resultado não foi ainda melhor por conta do movimento de recomposição do contas a receber. Expurgando a variação do contas a receber, o fluxo de caixa livre teria sido superior a R\$ 250 milhões no trimestre.

Além do crescimento do EBITDA, o principal componente da geração de caixa operacional foi a melhora no ciclo de caixa, refletindo o bom resultado do plano de redução de estoques. Também destacamos a aceleração da monetização de créditos fiscais, diretamente relacionada à otimização logística gerada pela integração com a Extrafarma.

Fluxo de Caixa Gerencial (R\$ milhões)	2T23	2T24	1S23	1S24
<b>EBITDA Consolidado ex-IFRS 16</b>	<b>142,7</b>	<b>175,5</b>	<b>198,1</b>	<b>269,6</b>
(-) Ganho por compra vantajosa	7,5	0,0	7,5	1,3
(Δ) Contas a receber	(118,9)	(184,6)	101,7	(297,8)
(Δ) Estoques	110,4	86,4	95,4	209,2
(Δ) Fornecedores	44,7	37,4	45,5	(136,8)
(Δ) Operações de risco sacado	(103,7)	-	(234,6)	-
(Δ) Tributos a recuperar	33,2	40,5	(10,9)	9,9
(+/-) Variação outros ativos e passivos/Efeitos não caixa	(126,8)	(51,4)	(193,0)	(28,2)
<b>(=) Fluxo de caixa das operações</b>	<b>(11,0)</b>	<b>103,7</b>	<b>9,8</b>	<b>27,3</b>
(-) Investimentos de capital	(29,2)	(29,6)	(67,2)	(41,7)
<b>(=) Fluxo de caixa de investimentos</b>	<b>(29,2)</b>	<b>(29,6)</b>	<b>(67,2)</b>	<b>(41,7)</b>
<b>Fluxo de caixa livre</b>	<b>(40,2)</b>	<b>74,1</b>	<b>(57,4)</b>	<b>(14,4)</b>
(+) Captação de dívida bruta	460,6	388,4	583,7	388,4
(-) Pagamento de dívida bruta	(164,2)	(511,2)	(222,4)	(558,8)
(-) Serviço da dívida	(70,4)	(75,0)	(145,5)	(129,2)
(-) Recompra de ações / Integralização de capital	0,0	(0,7)	68,6	114,7
(+) Dividendos e JCP recebidos (pagos)	(0,1)	-	(79,1)	(135,9)
<b>(=) Fluxo de caixa de financiamento</b>	<b>226,0</b>	<b>(198,4)</b>	<b>205,3</b>	<b>(320,7)</b>
Saldo inicial de caixa, equivalentes e aplic. financeiras	130,2	232,5	168,1	443,3
Saldo final de caixa, equivalentes e aplic. financeiras	316,0	108,2	316,0	108,2
<b>Variação de Caixa e Equivalentes</b>	<b>185,8</b>	<b>(124,3)</b>	<b>147,9</b>	<b>(335,1)</b>

### ANEXO 1: DEMONSTRATIVO DO RESULTADO DO EXERCÍCIO

Em 1º de janeiro de 2019, entrou em vigor o CPC 6-R2 (IFRS 16), que alterou o modelo de reconhecimento contábil dos contratos de arrendamento. Para preservar a comparabilidade histórica apresentamos abaixo a conciliação com a norma anterior (IAS 17/CPC 06).

#### DRE CONSOLIDADA

Demonstrativo do Resultado do Exercício (R\$ milhões)	IAS 17			IFRS16		
	2T23	2T24	Δ	2T23	2T24	Δ
<b>Receita Bruta</b>	<b>3.003,6</b>	<b>3.369,0</b>	<b>12,2%</b>	<b>3.003,6</b>	<b>3.369,0</b>	<b>12,2%</b>
Deduções	(166,9)	(230,2)	37,9%	(166,9)	(230,2)	37,9%
<b>Receita Líquida</b>	<b>2.836,7</b>	<b>3.138,8</b>	<b>10,7%</b>	<b>2.836,7</b>	<b>3.138,8</b>	<b>10,7%</b>
Custo das Mercadorias Vendidas	(1.906,1)	(2.115,6)	11,0%	(1.906,1)	(2.115,6)	11,0%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>930,6</b>	<b>1.023,2</b>	<b>9,9%</b>	<b>930,6</b>	<b>1.023,2</b>	<b>9,9%</b>
<i>Margem Bruta</i>	<i>31,0%</i>	<i>30,4%</i>	<i>(0,6p.p.)</i>	<i>31,0%</i>	<i>30,4%</i>	<i>(0,6p.p.)</i>
Despesas com Vendas	(696,2)	(755,8)	8,6%	(577,6)	(636,2)	10,1%
<b>Margem de Contribuição</b>	<b>234,4</b>	<b>267,4</b>	<b>14,1%</b>	<b>353,0</b>	<b>387,0</b>	<b>9,6%</b>
<i>Margem de Contribuição (%)</i>	<i>7,8%</i>	<i>7,9%</i>	<i>0,1p.p.</i>	<i>11,8%</i>	<i>11,5%</i>	<i>(0,3p.p.)</i>
Despesas Gerais e Administrativas	(81,5)	(90,5)	11,1%	(81,5)	(90,5)	11,1%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>152,9</b>	<b>176,9</b>	<b>15,7%</b>	<b>271,5</b>	<b>296,4</b>	<b>9,2%</b>
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	<i>5,1%</i>	<i>5,3%</i>	<i>0,2p.p.</i>	<i>9,0%</i>	<i>8,8%</i>	<i>(0,2p.p.)</i>
Depreciação e Amortização	(50,5)	(47,6)	(5,7%)	(130,1)	(127,2)	(2,3%)
Resultado Financeiro	(117,0)	(86,7)	(25,9%)	(166,6)	(134,7)	(19,1%)
<b>Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro</b>	<b>(14,5)</b>	<b>42,6</b>	-	<b>(25,3)</b>	<b>34,5</b>	-
Imposto de Renda e Contribuição Social	11,4	1,5	(86,6%)	15,1	4,3	(71,6%)
Participação Minoritária	0,2	0,1	(54,7%)	0,2	0,1	(54,7%)
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>(2,9)</b>	<b>44,2</b>	-	<b>(10,0)</b>	<b>38,9</b>	-
<i>Margem Líquida Ajustada</i>	<i>(0,1%)</i>	<i>1,3%</i>	<i>1,4p.p.</i>	<i>(0,3%)</i>	<i>1,2%</i>	<i>1,5p.p.</i>

Demonstrativo do Resultado do Exercício (R\$ milhões)	IAS 17			IFRS16		
	1S23	1S24	Δ	1S23	1S24	Δ
<b>Receita Bruta</b>	<b>5.816,9</b>	<b>6.464,1</b>	<b>11,1%</b>	<b>5.816,9</b>	<b>6.464,1</b>	<b>11,1%</b>
Deduções	(344,1)	(442,8)	28,7%	(344,1)	(442,8)	28,7%
<b>Receita Líquida</b>	<b>5.472,8</b>	<b>6.021,3</b>	<b>10,0%</b>	<b>5.472,8</b>	<b>6.021,3</b>	<b>10,0%</b>
Custo das Mercadorias Vendidas	(3.724,7)	(4.094,6)	9,9%	(3.724,7)	(4.094,6)	9,9%
<b>Lucro Bruto</b>	<b>1.748,1</b>	<b>1.926,7</b>	<b>10,2%</b>	<b>1.748,1</b>	<b>1.926,7</b>	<b>10,2%</b>
<i>Margem Bruta</i>	<i>30,1%</i>	<i>29,8%</i>	<i>(0,3p.p.)</i>	<i>30,1%</i>	<i>29,8%</i>	<i>(0,3p.p.)</i>
Despesas com Vendas	(1.371,0)	(1.473,5)	7,5%	(1.138,6)	(1.233,3)	8,3%
<b>Margem de Contribuição</b>	<b>377,1</b>	<b>453,3</b>	<b>20,2%</b>	<b>609,5</b>	<b>693,5</b>	<b>13,8%</b>
<i>Margem de Contribuição (%)</i>	<i>6,5%</i>	<i>7,0%</i>	<i>0,5p.p.</i>	<i>10,5%</i>	<i>10,7%</i>	<i>0,2p.p.</i>
Despesas Gerais e Administrativas	(169,5)	(179,5)	5,9%	(169,5)	(179,5)	5,9%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>207,5</b>	<b>273,8</b>	<b>31,9%</b>	<b>440,0</b>	<b>514,0</b>	<b>16,8%</b>
<i>Margem EBITDA Ajustada</i>	<i>3,6%</i>	<i>4,2%</i>	<i>0,6p.p.</i>	<i>7,6%</i>	<i>8,0%</i>	<i>0,4p.p.</i>
Depreciação e Amortização	(101,1)	(94,2)	(6,9%)	(262,4)	(254,6)	(3,0%)
Resultado Financeiro	(232,0)	(187,7)	(19,1%)	(329,1)	(285,3)	(13,3%)
<b>Resultado Antes dos Tributos sobre o Lucro</b>	<b>(125,6)</b>	<b>(8,1)</b>	<b>(93,5%)</b>	<b>(151,5)</b>	<b>(25,9)</b>	<b>(82,9%)</b>
Imposto de Renda e Contribuição Social	77,1	29,0	(62,4%)	86,0	35,1	(59,2%)
Participação Minoritária	0,3	0,2	(33,4%)	0,3	0,2	(33,4%)
<b>Lucro Líquido Ajustado</b>	<b>(48,2)</b>	<b>21,1</b>	-	<b>(65,3)</b>	<b>9,3</b>	-
<i>Margem Líquida Ajustada</i>	<i>(0,8%)</i>	<i>0,3%</i>	<i>1,1p.p.</i>	<i>(1,1%)</i>	<i>0,1%</i>	<i>1,2p.p.</i>

### ANEXO 2: BALANÇO PATRIMONIAL

#### BALANÇO CONSOLIDADO

Balanço Patrimonial (R\$ milhões)	IFRS16		
	31/12/2023	30/06/2024	Δ
<b>Ativo Total</b>	<b>8.988,6</b>	<b>8.583,6</b>	<b>(4,5%)</b>
<b>Ativo Circulante</b>	<b>4.493,6</b>	<b>4.191,5</b>	<b>(6,7%)</b>
Caixa e Equivalentes de Caixa	443,3	108,2	(75,6%)
Contas a Receber de Clientes	513,6	792,6	54,3%
Estoques	3.029,7	2.798,3	(7,6%)
Tributos a Recuperar	239,6	232,3	(3,0%)
Outros Ativos Circulantes	267,4	260,1	(2,7%)
<b>Ativo Não Circulante</b>	<b>4.495,0</b>	<b>4.392,1</b>	<b>(2,3%)</b>
Ativo Realizável a Longo Prazo	1.358,9	1.373,1	1,0%
Investimentos	80,0	80,4	0,6%
Imobilizado	949,6	910,2	(4,1%)
Direito de uso em arrendamento	1.912,0	1.849,5	(3,3%)
Intangível	194,5	178,9	(8,0%)
<b>Passivo Total</b>	<b>8.988,6</b>	<b>8.583,6</b>	<b>(4,5%)</b>
<b>Passivo Circulante</b>	<b>3.242,5</b>	<b>2.792,7</b>	<b>(13,9%)</b>
Obrigações Sociais e Trabalhistas	163,6	224,3	37,1%
Fornecedores	1.936,2	1.775,3	(8,3%)
Operações de Risco Sacado	0,0	0,0	-
Obrigações Fiscais	111,2	52,8	(52,5%)
Empréstimos, Financiamentos e Debêntures	430,3	138,7	(67,8%)
Outras Obrigações	265,4	258,2	(2,7%)
Arrendamento mercantil	335,9	343,4	2,2%
<b>Passivo Não Circulante</b>	<b>3.085,6</b>	<b>3.146,1</b>	<b>2,0%</b>
Empréstimos, Financiamentos e Debêntures	1.205,1	1.330,7	10,4%
Tributos Diferidos	3,6	3,3	(6,5%)
Arrendamento Mercantil	1.786,0	1.737,9	(2,7%)
Provisões	79,1	65,7	(16,9%)
Outras Contas a Pagar	11,8	8,5	(28,3%)
<b>Patrimônio Líquido</b>	<b>2.660,5</b>	<b>2.644,9</b>	<b>(0,6%)</b>
Capital Social Realizado	1.604,8	1.721,9	7,3%
Reservas de Capital	383,6	384,4	0,2%
Reservas de Lucros	681,5	536,8	(21,2%)
Ações em Tesouraria	(17,0)	(1,2)	(92,7%)
Lucros/Prejuízos Acumulados	0,0	(4,3)	-
Participação de não controladores	7,5	7,3	(2,4%)

### ANEXO 3: CONCILIAÇÃO DO RESULTADO AJUSTADO

Reconciliação DRE Ajustada (R\$ milhões)	2T24	2T24	Eliminações	2T24	Efeitos IFRS 16	Ajustes Gerenciais	2T24
	Contábil	Contábil		Contábil			Ajustado
	(Pague Menos)	(Extrafarma)		(Consolidado)			(Consolidado)
<b>Receita Bruta</b>	<b>2.895,9</b>	<b>1.062,4</b>	<b>(589,4)</b>	<b>3.369,0</b>	-	-	<b>3.369,0</b>
Deduções	(194,2)	(58,2)	22,2	(230,2)	-	-	(230,2)
<b>Receita Líquida</b>	<b>2.701,7</b>	<b>1.004,3</b>	<b>(567,2)</b>	<b>3.138,8</b>	-	-	<b>3.138,8</b>
Custo das Mercadorias Vendidas	(1.871,2)	(811,6)	567,2	(2.115,6)	-	-	(2.115,6)
<b>Lucro Bruto</b>	<b>830,5</b>	<b>192,7</b>	-	<b>1.023,2</b>	-	-	<b>1.023,2</b>
Despesas Operacionais	(579,0)	(150,7)	-	(729,7)	(119,5)	1,4	(847,8)
Equivalência Patrimonial	(9,7)	-	11,2	1,5	-	-	1,5
Depreciação e Amortização	(96,5)	(30,7)	(1,5)	(128,6)	79,5	1,5	(47,6)
<b>Resultado Operacional</b>	<b>145,4</b>	<b>11,3</b>	<b>9,7</b>	<b>166,4</b>	<b>(40,0)</b>	<b>2,9</b>	<b>129,3</b>
Resultado Financeiro	(115,9)	(24,5)	(0,9)	(141,4)	48,0	6,6	(86,7)
<b>Resultado Antes do Imposto de Renda</b>	<b>29,5</b>	<b>(13,2)</b>	<b>8,8</b>	<b>25,0</b>	<b>8,1</b>	<b>9,5</b>	<b>42,6</b>
Imposto de Renda e Contrib. Social	3,2	4,4	-	7,5	(2,7)	(3,2)	1,5
Participação Minoritária	-	-	0,1	0,1	-	0,0	0,1
<b>Lucro Líquido</b>	<b>32,6</b>	<b>(8,9)</b>	<b>8,9</b>	<b>32,6</b>	<b>5,3</b>	<b>6,3</b>	<b>44,2</b>

### ANEXO 4: CONCILIAÇÃO DO EBITDA

Reconciliação EBITDA (R\$ milhões)	CONSOLIDADO	
	2T23	2T24
<b>Lucro Líquido</b>	<b>(37,1)</b>	<b>32,6</b>
(+) Resultado Financeiro	178,8	141,4
(+) Imposto de Renda e CS	(22,7)	(7,5)
(+) Depreciação e Amortização	142,4	128,6
(+) Participação Minoritária	(0,2)	(0,1)
<b>EBITDA (IFRS 16)</b>	<b>261,3</b>	<b>295,0</b>
(+/-) Efeitos IFRS 16	(118,5)	(119,5)
(+/-) Ajustes Gerenciais	10,2	1,4
<b>EBITDA Ajustado (IAS 17)</b>	<b>152,9</b>	<b>176,9</b>

### ANEXO 5: DISTRIBUIÇÃO DE LOJAS POR UF

UF / Região (# lojas)	2T23	Expansão orgânica	Encerramentos	2T24
<b>Total</b>	<b>1.652</b>	<b>30</b>	<b>29</b>	<b>1.653</b>
<b>Nordeste</b>	<b>1.014</b>	<b>21</b>	<b>13</b>	<b>1.022</b>
Alagoas	37	2	-	39
Bahia	159	2	5	156
Ceará	282	7	5	284
Maranhão	136	2	-	138
Paraíba	68	-	-	68
Pernambuco	178	5	3	180
Piauí	43	-	-	43
Rio Grande Do Norte	69	1	-	70
Sergipe	42	2	-	44
<b>Norte</b>	<b>248</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>243</b>
Acre	15	-	-	15
Amapá	18	-	-	18
Amazonas	21	-	-	21
Pará	151	-	6	145
Rondônia	13	-	-	13
Roraima	12	1	-	13
Tocantins	18	-	-	18
<b>Sudeste</b>	<b>239</b>	<b>3</b>	<b>9</b>	<b>233</b>
Espírito Santo	24	-	-	24
Minas Gerais	69	2	1	70
Rio De Janeiro	16	-	2	14
São Paulo	130	1	6	125
<b>Centro-Oeste</b>	<b>110</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>113</b>
Distrito Federal	15	-	-	15
Goiás	29	-	-	29
Mato Grosso	36	3	-	39
Mato Grosso Do Sul	30	1	1	30
<b>Sul</b>	<b>41</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>42</b>
Paraná	15	1	-	16
Rio Grande Do Sul	7	-	-	7
Santa Catarina	19	-	-	19



 **PagueMenos**

 **extrafarma**



### **VIDEOCONFERÊNCIA DE RESULTADOS**

6 de agosto de 2024

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

Em português, com tradução simultânea para o inglês

Para acessar, [clique aqui](#)